

ІСТОРИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Куліш К.

Науковий керівник – проф. Москалюк М.М.

РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ НА ПРАВОБЕРЕЖНІЙ УКРАЇНІ В ДРУГІЙ ПОЛОВИНІ ХІХ – НА ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ

Друга половина ХІХ – початок ХХ ст. характеризується рядом змін в економіці України. Цей період завжди був у центрі наукових досліджень. Так вивчалися різноманітні аспекти: розвиток різних галузей промисловості, система управління промисловістю, внутрішня і зовнішня торгівля тощо.

Однією з яскравих ознак того часу став розвиток внутрішньої торгівлі. Це було пов'язано з відходом української економіки від натурального господарства, усе більшим розгортанням товарно-грошових відносин, посиленням спеціалізації окремих територій, розвитком промисловості й ростом міст.

Об'єктом дослідження даної теми є соціально-економічні аспекти, які пов'язані з розвитком внутрішньої торгівлі на Правобережній Україні. Предмет дослідження – розвиток базарної, ярмаркової та магазинно-крамничної торгівлі. Виходячи із цього, ми поставили завдання дослідити процес розвитку ринкових відносин.

Стосовно історіографії даної проблематики, то загалом над нею працювали такі дослідники, як А.Братчикова[1], І.Гуржій[2], М.Москалюк[7], Б.Кругляк[4;5], І.Канделакі[3] тощо.

Розвиток промисловості та сільського господарства зумовив поглиблення суспільного поділу праці, господарську спеціалізацію окремих районів України. А це значно вплинуло на розширення національного ринку, піднесення внутрішньої та зовнішньої торгівлі. Головними формами організації внутрішньої торгівлі в Україні у ХІХ ст. залишались базарна, ярмаркова та магазинно-крамнична торгівля [6, с. 261].

Велике значення у внутрішній торгівлі мали сільські та міські базари, торги. Протягом першої половини ХІХ ст. кількість базарів на Правобережній Україні значно зросла завдяки, як влаштуванню базарів у містах, де вони раніше не збирались, так і збільшенню базарних днів там, де були базари [6, с. 262-263].

Базари існували у містечках Ставиці (Таращанський повіт), Смілі, Городищі (Черкаський повіт), Таганчі (Київський повіт) Київської губернії. У містечку Ставиці базари відбувалися через кожні два тижні. Тут торгували сіллю, рибою, худобою, дрібними товарами і особливо збіжжям. Торговий оборот на базарах у Смілі, Городищі й Таганчі був значним тому, що тут були великі на той час промислові підприємства зі значною кількістю робітників. У тогочасній торговій системі базари, звичайно, були важливою ланкою. Через них значною мірою здійснювалися обмін промислових та сільськогосподарських товарів, економічний зв'язок між містом та селом [6, с. 263].

Найбільш ходовими місцевими товарами на базарах були зерно та худоба. Торгівлею збіжжям займалися здебільшого торговці-скупники. Відвідуючи сільські базари, міські торги, вони скуповували хліб у селян і землевласників, а потім перепродували його оптовим торговцям або безпосередньо збували на внутрішньому чи зовнішньому ринку. Якщо в перші пореформені роки базари діяли переважно в містах, то у 80-90-х роках – здебільшого в селах [6, с. 263].

У Києві щодня було 6 базарів. Розширювався асортимент товарів. Поряд із продуктами землеробства і тваринництва, які виробляли для продажу поміщицькі та селянські господарства, дедалі більше з'являлися на ринку промислових виробів. Зростання транспорту, особливо залізничного, сприяло розширенню географії торгівлі [6, с. 263].

Залізничний транспорт оживив міські базари, що мали зв'язок із стаціонарною торгівлею. На них збували переважно сільськогосподарську продукцію, запасами якої поповнювалися міські продуктові крамнички [7, с. 157].

Протягом 60-90-х років ХІХ ст. значно починає зростати число базарних днів. У великих містах базари збиралися щоденно, а також і по кілька в один день. В Києві, на різних площах кожного дня було по шість базарів. Їх товарообіг становив 2-3 тис. крб. Продукти харчування, овес, сіно та дрова привозили не тільки з навколишніх повітів Київської губернії, а й з Волині, Чернігівщини і Полтавщини [2, с. 105].

Місцеві та сільські базари мало чим відрізнялися від роздрібних ярмарків. Вони були схожі характером торгівлі та асортиментом. Відрізнялися вони значно меншим оборотом і тим, що тривалість кожного базару в спеціальні дні обмежувалася кількома годинами [5, с. 169].

Ярмарки слугували тими великими дзеркалами, які відображали нашу культурно-економічну діяльність. Це було свого роду статистичне бюро по торгівлі та промисловості. На ярмарках можна було бачити і наші успіхи, і наші недоліки в сфері господарської діяльності. Ярмарки були правдивими виразницями економічного положення [3, с. 2].

Тривалість торгівлі на ярмарках в більшості випадків становила від 1 до 3 днів. Великі ярмарки тривають від 2 неділь до 1,5 місяця. Сільські ярмарки в більшості випадків присвячені святковим дням і місцевим храмовим святкам [3, с. 3].

Ярмарки мали свої центри, які історично склалися. Це були ярмарки в Бердичеві, на Київщині, Волині. У Волинській губернії існувало до 1 тис. ярмарків, хоча більша половина з них представляла собою базари з обігом до 5 тис. крб [7, с. 159].

Найбільшими ярмарками на Правобережжі були: Стрітенський (Контрактовий) у Києві, Троїцький у Балті (Подільська губернія) та Петропавлівський у містечку Ярмолинцях на яких продавали: пшеницю, ито, овес, муку, цукор, спирт тощо [2, с. 114].

Ярмарки проводилися круглорічно. Так як були відсутні вдосконаленні шляхи сполучення та існувала відсталість засобів транспортування найбільші торгові операції проводилися в січні, лютому, червні, липні, серпні, коли ґрунтові шляхи були найбільш зручні для транспортування вантажів [7, с. 160-161].

Найбільшим ярмарком на Правобережній Україні був Хрещенський контрактовий ярмарок у Києві. Він обслуговував великий господарський район. На ярмарку проводилися біржові операції по продажу-купівлі сільськогосподарської та промислової продукції, укладанні контрактів та оренду, заставу і продаж нерухомої власності, найманої робочої сили тощо [2, с. 126-127].

Також вагоме значення мав Київський літній ярмарок. У 1861 р. привіз товарів на цей ярмарок складав 889 тис. крб. Протягом 1867-1871 рр. привіз товарів на нього становив 574 тис. крб, а продаж – 257 тис. крб [2, с. 129].

Велику кількість ярмарків мала і Волинська губернія, але майже всі вони були дрібними і обслуговували невелику територію. Особливістю ярмаркової торгівлі на Волині було те, що можна було обміняти одні товари на інші [1, с. 126].

У 1889 р. на Волині було 722 ярмарки, а вартість привезених товарів становила 2,5 млн. крб. Але всі ці ярмарки були дрібними, за винятком ярмарку в містечку Ратне на якому продавали худобу, хліб, вовну, сукно, мед, лісові матеріали тощо [2, с. 130].

Важливу роль у зміцненні економічних зв'язків в Україні відіграла магазинно-крамнична торгівля, що дуже швидко почала розвиватися з 60-х років XIX ст. В кожному більш-менш значному сільському населеному пункті влаштовувалися крамниці, що торгували фабрично-заводськими товарами. Продукція селянських господарств за допомогою залізниць одержала широкий вихід не тільки до близьких і віддалених міст, а й до окремих спеціалізованих районів [2, с. 98-99].

У містах і селах на Правобережній Україні серед торгових закладів було багато дрібних і найдрібніших закладів – крамничок. Численними були заклади по продажу вина, горілки, пива й тютюну. В Київській губернії по продажу тютюну у 1864 р. діяв 61 оптовий склад, 197 крамниць і 716 крамничок. Також тютюн продавався в готелях, ресторанах, кафе, буфетах [2, с. 102].

Магазинно-крамнична форма торгівлі, розвивалась нерівномірно, мала періоди піднесення, сповільнення та роки спаду, що залежало від стану промисловості та сільського господарства. В роки сільськогосподарських та промислових криз товарообіг майже не зростав [2, с. 104].

Поміщики не хетували торгівлею, вони відривали магазини та лавки, які здавали в оренду. Наприклад, у Волинській губернії князь Сангушко здавав в оренду близько 20 шинків та лавок [7, с. 153].

Результатом якісних зрушень в магазинно-крамничній торгівлі, стало розширення асортиментів товарів та посилення її спеціалізації. У містах, містечках та селах відкривалося багато лавок, в яких продавали: хліб, борошно, м'ясо, бакалія. Збільшувалася кількість крамниць, де продавалися предмети розкоші. Серед товарів фабрично-заводського виробництва великим попитом користувалися текстильні вироби. Торгівля текстильними виробами розвивалася й у селах, де відкривалися спеціалізовані крамниці та лавки [4, с. 51].

Отже, важливу роль на Правобережній Україні відіграла внутрішня торгівля. В пореформений період на її території, виникло багато нових торгових центрів. Важливу роль у зміцненні економічних зв'язків України з всеросійським ринком відіграла стаціонарна, магазинно-крамнична торгівля, що особливо почала швидко розвиватись з 60-х років XIX ст. Поступово почали витісняти з оптової торгівлі дрібних та середніх торговців. Також важливе значення у внутрішній торгівлі мали базари та ярмарки. На них зосереджувався продаж сільськогосподарської продукції.

Історія становлення та розвитку ярмаркового руху на Правобережжі свідчить, що ярмарки були споконвічною складовою традиційного життєвого устрою українців. Починаючи з кінця XIX ст., вони регулювали економічне життя України, мобілізували різні сфери господарства цілих регіонів, об'єднували різні українські

землі єдиною ярмарковою мережею, виконували функцію накопичувальних фондів, з яких товари поширювалися до найвіддаленіших містечок і сіл. Ярмарковий рух упродовж тривалого часу розгортався в обставинах бездержавного існування України. Проте і за несприятливих умов розірваності українських земель між кількома державами формувалася своєрідна модель національного ярмарку, що еволюціонувала на всіх рівнях.

Тому, друга половина XIX – початок XX століття для України характеризується бурхливими змінами в торговельному розвитку. І саме завдяки внутрішній торгівлі почала краще розвиватися економіка України в цілому.

ЛІТЕРАТУРА

1. Братчикова А. Материали для изследования Волынской губернии в статистическом, этнографическом, сельскохозяйственном и других отношениях. Житомир. Вып. 1. 1868. 129 с.
2. Гуржій І.О. Україна в системі всеросійського ринку 60-90-х років XIX ст. Київ : Наукова думка, 1968. 192 с.
3. Канделаки І. Роль ярмарок в русской торговли. Санкт-Петербург, 1914. 63 с.
4. Кругляк Б.А. Розвиток капіталістичних форм внутрішньої торгівлі на Україні в 60-90-х роках XIX ст. // Історія народного господарства та економічної думки Української РСР : Республіканський міжвід. зб. наук. праць. 1980. Вип. 14. С. 48-53.
5. Кругляк Б. А. Ярмарочная и базарная торговля в конце XIX – начале XX века (на материалах Украины) // Отечественная история. 1993. С. 165-175.
6. Лановик Б.Д., Лазарович М.В., Матейко Р.М., Матисякевич З.М. Економічна історія України. За заг. Редакцією Б.Д. Лановика. Київ: «Юридична книга», 2004. 456 с.
7. Москалюк М.М. Розвиток переробної промисловості у Наддніпрянській Україні в другій половині XIX – на початку XX століття. Тернопіль: Видавництво. «Рада», 2009. 336 с.

Стойків А.

Науковий керівник – доц. Окаринський В.М.

АЛЬТЕРНАТИВНЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ ТА РАДІОМОВЛЕННЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ КОНТРАКУЛЬТУРИ

Однією з рис кібер-простору є внутрішній розвиток, або запозичення з реального виміру, форм які безпосередньо з ним не пов'язані. Такими формами були телебачення та радіомовлення.

Так, звісно можна описати телеканали та радіостанції, які спеціалізуються на трансляції контркультурних зразків (РадіоПОКС[11], RTI[13], в певній мірі Куй-ТБ, який у 2010р. був переіменованій на QTV[8]), однак, зважаючи на всезагальну доступність і фактор імовірності випадкового коректу для випадково підключених телеглядачів ставить під сумнів андеграундну якість та контркультурну спрямованість джерела мовлення.

У кібер-просторі відповідний фактор відсутній. З одного боку, це зумовлено властивостями пошукової системи браузерів. З другого, специфікою надання інформації он-лайн каналами, яка полягає у більш ширшій інтерактивності, яка опосередковано поставлена в пріоритет над пасивною трансляцією. З третього боку, постать телеведучого в телебаченні кібер-простору є відмінною від звичного телебачення, у якому ведучий є рупором, а в кібер-просторі ведучий є безпосередньою стороною. У кібер-просторі, під найвідомішою є платформа для відеотрансляції TwitchTV заснованою на базі Amazon.com у 2011р[2, 6]. Специфікою платформи була орієнтація на трансляцію виключно кібер-продукту, однак, поступово контент платформи розширявся створивши розділ «Креатив», який спеціалізується на побічних до кібер-продукту елементах (музика, художнє мистецтво, розробка комп'ютерних ігор). Наступною специфікою платформи є трансляція, винятково, у прямому ефірі, відповідна трансляція називається «Стрім» (від англ. stream - потік). Однак існує можливість перегляду записів стрімів в архіві ведучого, хоча не всі митці забезпечують таку можливість. Ще однією специфікою платформи є відсутність передач та програм, при наявності спрямованості трансляції. Заміною програм є індивідуальний план (не документ) стрімера (ведучого), який є динамічним з однакою до запису інформацією про стрім TwitchTV. Він існує в Східноєвропейському сегменті, куди також входять Російська Федерація та Білорусь. Головою східноєвропейського сегменту адміністрації TwitchTV є Олексій WhiteRa Крупник, який у світі відомий у якості видатного кібер-спортсмена з України. Однак, для TwitchTV постать Олексія Крупника, окрім його посади, відома в контексті скандалу з одним із найпопулярніших стрімерів Російської Федерації Іллі Меддісона у 2015р. Наслідком конфлікту постало питання підбору адміністраторів у сегментах відповідно до національного фактору та більшого розшарування сегментів платформи, однак, питання так і не було завершено[7].

Подібно до TwitchTV послуги онлайн відеотрансляції надають інші платформи та відеохостинги. Наприклад, зважаючи на деякі внутрішні правила TwitchTV, які обмежували можливості у аспекті контенту