

ЯКОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЇХ СТАНОВЛЕННЯ НАПРИКІНЦІ XIX – НА ПОЧАТКУ XX ст.

І. В. Лантух, кандидат економічних наук

Проаналізувавши підходи до визначення понять «підприємництво» та «підприємець» у вітчизняній та іноземній науковій економічній літературі, є усі підстави зазначити, що підприємництво – це активна творча поведінка, яка реалізується в інноваційній діяльності в умовах певного ризику та з метою одержання найбільшого зиску. Саме інноваційний характер діяльності, здатність до творчості і готовності до ризику, здатність нести за нього всю відповідальність і відрізняють підприємця від інших суб'єктів економічної діяльності. Отже, саме підприємництво відноситься до виробничого, творчо-пошукового, інноваційного, і в деякій мірі до революційного типу діяльності. Витоки цієї діяльності українського підприємництва сягають на кінець XIX – початку XX ст. Тому проблема становлення якостей вітчизняного підприємництва актуалізується реаліями переходу вітчизняної економіки до ринкових умов.

Теоретико-методологічні засади дослідження проблеми підприємництва були закладені ще у XVIII ст. у працях таких відомих західних економістів, як Р. Кантільйон, А. Сміт, Д. Рікардо, Ж.-Б. Сей і розвинуті А. Маршаллом, М. Вебером, В. Зомбартом, Й. Шумпетером, Ф. Хайском, П. Друкером, М. Алле, Л. Мізесом та ін.

В українській економічній думці наукова зацікавленість проблемою підприємництва виникла в другій половині XIX ст., у період становлення ринкових відносин на теренах України. Головну увагу українські вчені-економісти А. Антонович, М. Бунге, І. Вернадський, К. Воблий, В. Вольф, М. Гольдштейн, С. Гольдельман, І. Дашковський, М. Довнар-Запольський, В. Железнов, В. Левитський,

П. Мігулін, М. Соболев, П. Струве, Д. Піхно, М. Туган-Барановський, І. Тарасов, Ф. Тернер, М. Цитович, П. Фомін, О. Фінн-Єнотаєвський, Л. Федорович, І. Янжул зосередили на таких питаннях, як сутність, організація підприємницької діяльності, значення підприємця у виробництві, стосунки з державними та громадськими інститутами, законодавче забезпечення підприємництва, можливості реалізації управлінських здібностей підприємця тощо.

У наш час окремі аспекти історико-економічного аналізу підприємництва досліджено у наукових працях українських учених В. Базилевича, О. Беляєва, В. Бодрова, З. Варналія, О. Вербової, А. Гальчинського, В. Гейця, С. Злупка, А. Кредісова, В. Кредісова, Т. Лазанської, П. Леоненка, Е. Лортікяна, С. Мочерного, В. Савчука, О. Сайкевича, В. Сизоненка, Н. Супрун, Т. Сьомкіної, Р. Толстова, В. Фещенко, А. Філіпенка, А. Чухна та інших.

Завдання статті – з'ясувати питання формування якостей вітчизняних підприємців на зламі XIX–XX ст., які заклали підвалини для становлення та розвитку сучасного підприємництва.

Інтенсивний процес створення вітчизняного підприємництва припадає на 90-ті рр. XIX ст. Це період, коли виникли певні умови, щоб залучити до підприємництва перш за все обдарованих і ризикованих людей. І цьому, безперечно, сприяли основні законодавчі акти, прийняті ще у 60-ті рр. XIX ст., що визначили права й обов'язки підприємців. Це Положення від 8 січня 1863 р. «Про мита за право торгівлі й інші промисли» та Закон від 9 лютого 1865 р. Саме ці документи проголосили повну свободу підприємницької діяльності, яка стала до-

ступною і не залежала від статі, віри, етносу та підданства.

Крім законодавчих документів, які активізували процес підприємництва, слід відмітити і сам реформаторський процес другої половини XIX ст. Він дозволив багатьом людям отримати свободу, право самим особисто розпоряджатися собою, самому вирішувати: чи йти працювати найманим робітником, чи організувати власну справу на засадах підприємницької діяльності. Реформа також дуже швидко розмила межі між соціальними стратами: купецьке середовище поповнилося вихідцями із нижчих прошарків, а перед дворянством постала проблема адаптації до нових соціально-економічних умов, де родовід і станові зв'язки не відігравали колишнього значення і не надавали гарантій матеріального статку.

Також однією з основних умов повної перемоги вільних ринкових відносин у нашій країні у кінці XIX – на початку XX ст. був перелом у духовній сфері в бік ринку та свободи підприємницької діяльності, що активізували її становлення та функціонування. Проте у суспільній свідомості панували добуржуазні уявлення про призначення і її ставлення до праці та багатства. Це були християнсько-православні норми поведінки та заповіді, що засуджували накопичення та пристрасть до наживи, проповідували соціальну пасивність та смиренність перед обличчям життєвих обставин. Вони настільки укоренилися у масовій свідомості, що сприймалися як непорушні життєві істини, які не підлягали ані найменшому сумніву і були поширені серед усіх прошарків українського суспільства. Проти торговельно-промислового класу склався єдиний фронт відчуження – від дворянства до люмпенів; від правлячої бюрократії до революційної інтелігенції; від чорносотенців до анархістів.

Одним із них підприємці заважали тим, що ставали новими господарями життя. Інші виношували ідеї радикальної перебудови суспільства, де не залишалося б місця ані підприємцтву, ані ринковим відносинам взагалі. А більшість просто заздрила приховано чи вочевидь тим, кому пощастило, та очікувала випадку пожитися за їх рахунок, або звести їх до свого злиденного стану. Сучасник того

часу, а саме відомий економіст, філософ та історик Петро Струве пояснив це явище тим, що через особливість історичного розвитку у нашій країні інститут власності не зробився ще звичкою, не став ще регулюючим початком життя народних мас.

Сама дійсність кінця XIX – початку XX ст. висунула критерії диференціації вітчизняного підприємництва, в основі якого були покладена ділова орієнтація підприємця та внесок його у народне господарство. Тому підприємницька ієрархія мала такий візерунок:

- 1) промисловці – це ті, хто будував вітчизняну індустрію;
- 2) торговці – це ті, хто обслуговував особисті потреби людей;
- 3) фінансисти – найменш чисельна категорія, яка нажилася за рахунок фінансових операцій, чийми послугами користувалися, але їх не поважали [1].

Каталізатором вітчизняного підприємництва була й сама економічна політика уряду, яка використовувала як традиційні, так й інноваційні заходи підтримки останнього. До традиційних заходів відносилися, по-перше, митні бар'єри перед тими товарами й продукцією, що успішно вироблялися на вітчизняних підприємствах, а саме бавовняні вироби, чавун тощо. По-друге, порівняно невелика шкала мита. Якщо прямі податки з торгівлі промислових підприємств постійно збільшувалися, але все одно вони становили незначну частку прибутків підприємств. По-третє, це державні замовлення на пільгових умовах і урядові гарантії цінних паперів, які випускали акціонерні підприємства.

Що стосується інноваційних заходів з підтримки вітчизняних підприємців, то це були нові форми торгівлі, а саме перехід від ярмаркової торгівлі до стаціонарної торгівлі, що створювало стійкі зв'язки між економічними регіонами. Також з'явилася потреба у біржах. Так, біржі використовувалися для одержання відомостей про стан торгівлі й промисловості на місцевому рівні, здійснювався продаж валют, переводних векселів, державних цінних паперів, облігацій та іпотечних паперів. Об'єм промислового виробництва, що зріс, викликав

появу нових видів бірж – хлібних, фруктових тощо.

На тлі розвитку великих і технічно озброєних виробництв особливе місце посідали дрібні підприємці. Вони відвойовували собі місце на ринку за рахунок великої мобільності й чутливого реагування на запити простих людей. Тому ядро підприємців становили колишнє купецтво та селяни, котрі обрали цей шлях ще в дореформений час.

Усе це спонукало до певних рис поведінки підприємців, що визначалося життєвою формулою: «Капіталу потрібні не енергія, не патріотизм, йому потрібен зиск». Для найбільш вдалого підприємця головне – це вчасно зупинитися, правильно розрахувати свої кошти та ділові можливості, перш ніж боротися за нове велике підприємство. Тому терпіли невдачу, головним чином, творчі особистості, яких приваблювала масштабність завдань, що вирішувалися, але вони не завжди враховували розумний ризик із особистими діловими можливостями. Саме в цих умовах формувалися підприємці нової хвилі, що мали свій вигляд, свій стиль ділової поведінки. Однією із рис такої поведінки була заповзятливість.

Підприємництво нерозривно пов'язано із заповзятливістю. Якість заповзятливості є однією з провідних якостей у ринковому суспільстві. Без спритності, вправності неможливо уявити діловий успіх. Недооцінка таких якостей може призвести до великих витрат. Прихильники масового переходу до приватно-індивідуальних форм господарювання оцінюють потенціал заповзятливості й підприємництва тільки за одиничними фактами успішного господарювання. Тим часом вони неадекватні для України, де поєдналися ринкові, неринкові й антиринкові моделі поведінки підприємців. Ми переконані, що для розвитку ринкових відносин потрібна якась критична маса саме таких людей, які володіють не тільки первісним капіталом, а й якість заповзятливості.

Як бачимо, заповзятливість – складне й неоднозначне явище. У загальному значенні заповзятливість – це мимовільне виконання дій. Конкретизація розуміння заповзятливості, як здатності до самостійних активних дій у різ-

них сферах громадського життя, призводить до того, що її суть розкривається через нові форми діяльності, спрямовані на якісне перетворення застарілих методів організації праці, виробництва, управління й інших суспільних явищ, що гальмують ефективний розвиток життя суспільства.

Таким чином, заповзятливість являє собою самостійні, активні дії, спрямовані на реалізацію суспільно необхідної мети. Заповзятливість часто асоціюється з неординарністю, конструктивністю, здатністю до творчих дій, сміливістю починань, готовністю взяти на себе відповідальність за нестандартні рішення. Вона містить у собі винахідливість, вміння вчасно внести оригінальну пропозицію. Заповзятливість проявляється у виборі нового шляху, що не окреслений вищестоящим керівником, або у виборі інших засобів для досягнення поставленої мети. У цьому сенсі заповзятливість пов'язана з порушенням звичного порядку, з пошуком нового рішення для виконання покладеного завдання або з подоланням труднощів. Якщо виконавці діють на основі вказівки або вже сталого способу дій, то це прояв дисциплінованості. Якщо ж ці дії являють собою модифікацію даної вказівки або вибір іншого шляху для досягнення потрібної суспільно значимої мети, то це вже заповзятливість.

Не кожна соціальна заповзятливість – явище тільки позитивне. Буває заповзятливість і необґрунтована, і асоціальна. Визначення на практиці соціальної значимості тієї або іншої заповзятливості – завдання непросте. Але критерій корисності конкретної заповзятливості укладений у ступені її відповідності соціально значущим процесам.

Соціальні функції заповзятливості різноманітні. Вона є і засобом соціалізації особистості, і розвитку її соціально значимих якостей, і однією з умов стабільного функціонування й розвитку сучасного суспільства, і способом впровадження в громадське життя прогресивних соціальних технологій, самоорганізації соціальної активності.

Таких заповзятливих підприємців в Україні було достатньо. Прикладом цього може бути знаменита фірма Яхненків-Смиренків.

Справжній розквіт і славу фірма Яхненків і Симиренків здобула в середині XIX ст., коли почала вкладати свої кошти у цукрову промисловість. Саме в цей час у суспільстві прокинувся великий інтерес до цукроваріння. Це був період «цукроманії», коли всі класи суспільства прямо або опосередковано були в нього втягнуті. Найяскравіше згаданий переворот позначився на Київських контрактах. У салонах, у театрі, на балах, під час контрактів ні про що інше не говорили, крім як про цукроварні та буряки [2]. Наділені від природи діяльною натурою Яхненки-Симиренки не могли залишитись осторонь такої вигідної справи. Спочатку вони взялися до цього у звичній для себе ролі торговців, придбавши на цукроварні гр. Бобринського 10 тис. пудів цукру-рафінаду по 28 крб за пуд. Цукор збували через власні магазини Одеси, Севастополя і Миколаєва по 38–40 крб. Від «цукрової операції» фірма отримала близько 100 тис. прибутку [3, с. 251]. Отриманий прибуток від продажу цукру був значимим, але братися за його виробництво все ж побоювалися, незважаючи на те, що повсякденне життя доводило значну вигідність цукроваріння. Ініціатива заснування цукрового заводу належала новому поколінню підприємців роду Симиренків, а саме Платону Федоровичу, який, закінчивши кращий на той час пансіонат Золотова в Одесі, а згодом отримавши інженерну освіту у Парижі, долучився до справ фірми. Перебуваючи якось у Смілі, він познайомився зі службовцем цукрового заводу гр. Бобринського, а пізніше відомим підприємцем М. Я. Сетгофером. Володіючи у той час капіталом у 600 тис. крб, асигнаціями (170 тис. крб сріблом), Яхненки-Симиренки взяли, нарешті, в оренду землю поміщиків Березовських і розпочали будівництво Ташлицького цукрового заводу [3, с. 255]. Умови оренди були такими: термін оренди становив десять років і три місяці з орендною платою по 1700 крб сріблом щорічно за 40 дес. землі. Поміщик зобов'язувався щорічно засівати близько 150 дес. буряками і продавати їх заводу по 57 коп. за берковець вагою 10,5 пудів. За цією угодою Яхненки і Симиренки прикупили 225 дес. лісу на зруб по 35 крб 71,5 коп. за кожен сажень і право наймати 30-х робітників

із селян без жодного втручання поміщика. З цієї угоди добре видно, як вигідно купецький капітал, використовуючи кризовий стан поміщицьких господарств, експлуатував дворян, призначаючи надто низькі ціни. Завод було збудовано за останнім словом техніки з французькою технологією виробництва. З Франції було завезено обладнання, запрошено 30 спеціалістів цукровиробництва. Упродовж 1843 р. фірма запустила у виробництво перший не тільки в Україні, а й у цілій імперії паровий пісково-рафінадний завод [2, т. 1, с. 146].

Будівництво заводу, його експлуатація і вдосконалення протягом орендованого часу обійшлося власникам у 120 тис. крб. Не зумівши вчасно його викупити, як це зазначалося в угоді, Березовський втратив право на завод, і він став повною власністю фірми. На завод був запрошений відомий петербурзький рафінер Мейер. Протягом 20 років він виконував обов'язки директора заводу і довів виробництво цукру до такого стану, що він за своєю якістю не поступався кращим зарубіжним і вітчизняним зразкам. У цілому, за перші два роки на затрачений на виробництво капітал у 600 тис. було отримано 800 тис. крб прибутку.

Ташлицький цукрорафінадний завод збільшував своє виробництво і ставав конкурентом смілянському заводу гр. Бобринського у період купівлі цукрового піску, ціни на який почали різко зростати. Це захопило поміщиків удосконалювати цукровиробництво. Родовиті поміщики гр. Сангушко, Браницькі, спостерігаючи за матеріальним злетом братів Яхненків і Сими-ренків, почали переводити свої заводи на парове виробництво. Таким чином, вільно чи не вільно, фірма, створивши конкурентне середовище, дала новий поштовх цукровій промисловості, яка розвивалася до того по інерції. З 1843 р. спостерігається різке зростання кількості цукрових заводів на Київщині. Так, протягом 1843–1847 рр. їх кількість зросла з 20 до 56. Водночас Київщина була попереду за виробництвом цукру, вартість якого зросла із 87354 крб у 1842 р. до 3583759 крб упродовж 1847 р. І якщо середньорічний виробіток в імперії становив 18245 тис. крб, то на Київщині він був 53,5 тис. крб [2, с. 158, 160, 166]. Тобто заводи тут були суто комерційного

типу, як великі підприємства, що продукували на ринок. Прикладів заповзятливості підприємців того часу було безліч. Феномен Харитоненка, Бобринського, Терещенка, Бродського та інших є підтвердженням цього факта.

Отже, ті риси, які зароджувалися у вітчизняного підприємця наприкінці ХІХ – на початку ХХ ст., сьогодні є затребувані та необхідні в умовах переходу до ринкових відносин. Заповзятливість – це необхідна складова бізнесу, оскільки допомагає випередити конкурентів, утримувати лідерство, завоювати нові ринки, а також, як підтверджує логіка розвитку, підвищити ефективність процесів виробництва, фізичного розподілу, менеджменту й інших процесів, а отже, підвищити функціональність будь-якого підприємства в цілому. Про-

суваючись сьогодні у напрямі розвитку ринкових відносин в Україні, слід чітко засвоїти, що недооцінка такої риси як заповзятливість, і це підтверджує історична практика, може призвести до великих витрат.

ЛІТЕРАТУРА

1. Рябушинский В. П. Купечество московское / Рябушинский В. П. // Былое. – 1991. – № 1–3. – С. 88.
2. Воблий К. Г. Нариси з історії російсько-української цукробурякової промисловості / Воблий К. Г. – К. : [б. в.], 1928. – Т. 1. – 569 с.
3. Клебановский П. Воспоминания о фирме братьев Яхненко и Самиренко / Клебановский П. // Киевская Старина. – 1896. – Т. 52. – С. 251.