

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 339.3(477)

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЯРМАРКОВОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ: РЕТРОСПЕКТИВНИЙ ПОГЛЯД

TENDENCIES OF UKRAINIAN FAIR TRADE DEVELOPMENT: RETROSPECTIVE VIEW

Боднарчук Т.Л.

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри економіки підприємства,
Кам'янець-Подільський національний університет
імені Івана Огієнка

Свідер О.П.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства,
Кам'янець-Подільський національний університет
імені Івана Огієнка

У статті розкрито специфіку еволюції ярмаркової торгівлі на теренах України у XIX – на початку XX ст. Висвітлено характерні риси та особливості торгів. Дано аналіз динаміки та структури торговельних операцій на провідних вітчизняних ярмарках означеного історичного періоду. Охарактеризовано роль ярмаркування у розвитку торговельного підприємництва.

Ключові слова: внутрішня торгівля, ярмарки, торги, ярмаркова торгівля, торговельне підприємство, товарооборот.

В статье раскрыта специфика эволюции ярмарочной торговли на территории Украины в XIX – начале XX вв. Освещены характерные черты и особенности торгов. Проведен анализ динамики и структуры торговых операций на ведущих отечественных ярмарках указанного исторического периода. Охарактеризована роль ярмарки в развитии торгового предпринимательства.

Ключевые слова: внутренняя торговля, ярмарки, торги, ярмарочная торговля, торговое предпринимательство, товарооборот.

In the article the specifics of the fair trade evolution in the territory of Ukraine in XIX – early XX centuries is revealed. The main features and peculiarities of the auctions are illustrated. The analysis of dynamics and structure of trading operations at the leading national fairs of the specified historical period is given. The role of fairing in the trade entrepreneurship development is described.

Key words: domestic trade, fairs, auctions, fair trade, trade entrepreneurship, trade turnover.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливиринауковими чи практичними завданнями. Сьогодні в умовах жорсткої конкуренції підприємці акцентують увагу на застосуванні цілого арсеналу маркетингових заходів для збереження й розширення свого ринкового сегменту, налагодження системи тісних і довірчих зв'язків зі споживачами, посилення позитивного підприємницького іміджу та престижу власної торговельної марки тощо. Серед усіх заходів комунікаційної політики не втрача-

ють своєї актуальності та практичної значущості ярмарки. Більше того, поряд із класичними формами організації торгів у сфері сучасного бізнесу привертає увагу новий напрям розвитку ярмаркової торгівлі – Інтернет-ярмарки. Віртуалізація торговельної діяльності створює низку переваг для вітчизняного підприємця, таких як нівелювання просторово-часового чинника у взаємодії, економічність, широкі рекламні можливості, охоплення значної цільової аудиторії, автоматизація ділової співпраці, швидка реак-

ція на споживчі запити тощо. Водночас практичну значимість має звернення й до історії розвитку ярмаркової діяльності, яка підтверджує її роль як форми стимулювання національного економічного розвитку. З цього погляду досить цікавим видається період ХІХ – початку ХХ ст., коли на теренах України, що входила до складу Російської імперії, активно розвивалися елементи ринкових форм господарювання, у тому числі інститут ярмаркування, який еволюціонував від дрібнотоварного торгу до великого торговельного осередку підприємницької взаємодії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Проблема тика історичної еволюції ярмаркової торгівлі в Україні розкрита в наукових доробках учених-економістів ХІХ–ХХ ст., таких як І. Аксаков, І. Гуржій, В. Денисов, І. Канделакі, Я. Забело та ін. На сучасному етапі окремі аспекти генези та еволюції ярмаркування на різних етапах українського державотворення знаходять належне наукове обґрунтування у працях таких учених, як Н. Супрун, О. Кудласевич, М. Герасько, Р. Міговк, А. Фелонюк, Ю. Земський, О. Герасименко та ін.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті – розкрити тенденції розвитку ярмаркової торгівлі на теренах України у ХІХ – на початку ХХ ст. та обґрунтувати специфіку її впливу на вітчизняне підприємництво.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Важливим чинником розвитку вітчизняного підприємництва у ХІХ – на початку ХХ ст. були ярмарки. Як зазначає І. Аксаков, вітчизняні ярмарки являли собою «ланцюг гуртових чи оптових ярмарків на Україні, що слідує одна за одною протягом року, належать до однієї системи та відвідуються, головним чином, одними й тими ж торговцями» [1, с. 1]. Це були центри стихійної торгівлі, де укладалися найкрупніші торговельні договори (часто за участю іноземних гуртових покупців), демонструвалися технічні новаторства, зав'язувалися ділові контакти, створювалися акціонерні підприємства. Ярмарки були своєрідними артеріями в розподілі товаропотоку на внутрішньому ринку, сприяли розвитку постійної торгівлі; зумовлювали проникнення товарно-грошових відносин у феодално-натуральні господарства поміщиків; були місцем збуту промислової продукції та закупівлі аграрної сировини [2, с. 79–80]. Якщо в країнах Західної Європи ярмарки у формі торгів віджили себе ще у ХVІІІ ст. і набули вигляду аукціонів та розрахункових палат, то в Російській імперії даний інститут мав значну економічну силу ще на початку ХХ ст.

У Російській імперії ярмарки проходили за підтримки та під контролем державних органів. Їх проведення було можливе лише за наявності відповідних дозволів: губернського керівництва, якщо тривалість торгу складала сім днів; зем-

ських управ, якщо ярмарки організовувалися на два тижні; Міністерства внутрішніх справ і фінансів у разі значної тривалості торгів [3, с. 2]. За участь у ярмарках були встановлені відповідні збори, розміри яких визначали міські та сільські управи. Зокрема, торги тривалістю менше двох тижнів проходили без сплати будь-яких платежів, решта сплачували збори 10–100 руб. з учасника [4, с. 5]. Проте ярмарки мали й низку привілеїв, наприклад у місцях лавкової та магазинної торгівлі заборонялося продавати колоніальні та мануфактурні товари, але це не стосувалося торгів, де вихідці будь-яких соціальних станів могли вільно збувати будь-який товар.

У 1807 р. відповідними положеннями Торгового статуту всі ярмарки Російської імперії поділялися на дві групи: головні, до яких були віднесені великоросійські, та звичайні. Пізніше до групи головних торгів були приєднані й інші – з товарооборотом 5 млн. руб. [3, с. 3–4]. Зокрема, серед українських ярмарків до цієї групи потрапили найбільші харківські (Хрещенський, Покровський, Троїцький та Успенський), полтавські (Ільїнський, Маслянський та Вознесенський) та київський (Стрітенський) ярмарки. У цілому серед усіх регіонів Російської імперії українські губернії відігравали найбільшу роль у розвитку ярмаркової торгівлі. За офіційними даними, на початок ХІХ ст. найбільше торгів у всій країні зосереджувалося саме у Харківській (425) та Полтавській (372) губерніях [1, с. 5]. Та ж тенденція спостерігалася до середини ХІХ ст. Зокрема, у 1817 р. із 64 російських великих ярмарків 26, тобто 40,6%, припадало на українську територію. У 1858 р. в Російській імперії відбувалося уже 4 930 ярмарків, з яких на Україну припадало 1 953, знову ж таки майже 40% [2, с. 84]. Переважно це були дрібні торги з оборотом до 5 тис. руб., лише незначна їх кількість проводила операції на суму 1–5 млн. руб. [2, с. 90]. Така тенденція була зумовлена відсутністю постійних місць торгівлі, особливо у сільській місцевості, неспекулятивним та безпосередницьким характером дрібного торгу. Переважна більшість українських ярмарків була змішаного типу, проте розвивалися й спеціалізовані ярмарки (вовняні, кінні, з продажу худоби, шкіряні, зі збуту хмелю тощо).

У перші десятиліття ХІХ ст. в українських губерніях нараховувалося більше 2 тис. дрібних та великих ярмарків, до 50-х років ХІХ ст. їхня кількість знизилася на 16,7% (табл. 1).

Як видно з таблиці, у 1858 р. відмітним є значне зниження кількості ярмарків у Волинській, Київській та Подільській губерніях, натомість суттєво зріс показник щодо Катеринославської, Харківської та Херсонської губерній, що, ймовірно, було пов'язане із загальним поживленням підприємництва та формуванням окремих спеціалізованих промислово-торговельних районів на означених територіях. Водночас відбувається нарощування товарообороту ярмар-

Таблиця 1

Динаміка кількості ярмарків на території України у 1817 та 1858 рр.

Губернія	1817	1858	Приріст, %
Волинська	714	149	-79,1
Катеринославська	228	384	68,4
Київська	216	125	-42,1
Подільська	250	56	-77,6
Полтавська	332	389	17,2
Харківська	343	469	36,7
Чернігівська	163	207	27,0
Херсонська	34	88	158,8
Таврійська	66	86	30,3
Всього	2346	1953	-16,7

Джерело: складено автором на основі [2, с. 85–86]

кової торгівлі. За даними І. Аксакова, у 1854 р. загальний товарооборот на 10 провідних українських ярмарках становив 196 млн. руб. [1, с. 47]. У 1863 р. сумарний обсяг привозу та продажу на вітчизняних ярмарках сягнув 198,8 млн. руб., що становило 33% від загальноімперського показника. У 1894 р. обсяг операцій ярмаркової торгівлі лише Правобережної та Лівобережної України становив 172,7 млн. руб. (16,7%) [5, с. 109]. Найбільшими оборотами ярмаркова торгівля відзначалася саме у третій чверті XIX ст.

У пореформений період поступова концентрація виробництва, нарощування внутрішнього та зовнішнього товарообороту, розвиток транспортної та комерційної інфраструктури, зокрема поява низки торговельних товариств та кооперативів, сприяли зниженню інтересу до ярмаркової торгівлі з боку крупних гуртових покупців та експортерів. Ярмарки почали втрачати своє першочергове значення як форми товарообміну: одні торги просто зникли, інші стали механізмом розподілу внутрішньоторговельних потоків та користуватися попитом переважно з боку сільського населення. Лише деякі оптові ярмарки з розвитком мережі залізниць розширилися, перетворившись на міжрайонні та всеросійські торгові пункти.

У зв'язку з розвитком стаціонарної та постійної торгівлі питома вага ярмарків у структурі торгівлі суттєво знизилася і становила на початок XX ст. 6–7% [5, с. 108]. У цілому відмітним є зростання як кількості ярмарків, так і товарообороту. Зокрема, у кінці XIX – на початку XX ст. в Російській імперії нараховувалося 16 тис. ярмарків із загальним оборотом 1 млрд. руб., що становило 8 руб. на одного жителя та 62,5 тис. руб. на одну ярмарку. При цьому на український регіон припадало 3 тис. ярмарків, тобто більше 18% [4, с. 4]. Як і на початку досліджуваного періоду, більшість із цих ярмарків (87%) були дрібними сільськогосподарськими, близько 12% – середнього розміру із оборотом 10–100 тис. руб. і лише менше 1% – великі оптові ярмарки з товарооборотом до 1 млн. руб.

У 1908–1910 рр. на українські ярмарки було завезено та реалізовано продукції на суму 70 млн. руб. (майже 30% від загального обороту на російських ярмарках) [6, с. 33, 50, 141, 212]. Суттєво зростає й кількість великих та дрібних ярмарків, зокрема на початок XX ст. лише в Харківській губернії їх налічувалося близько 890, у Полтавській – більше 255, у Таврійській – більше 100 [7, с. 43]. Ця тенденція пояснюється стрімким розвитком вітчизняної промисловості та може бути підтверджена тим фактом, що в переліку ярмаркової продукції більше 50% припадало на товари мануфактур.

На початку XX ст. великі українські ярмарки перетворилися на своєрідні бізнес-центри, де проводилися зібрання та з'їзди акціонерів-промисловців, приймалися рішення щодо створення та ліквідації підприємств, товариств тощо. До кінця XIX – початку XX ст. ярмаркова торгівля еволюціонувала в напрямі розвитку західноєвропейських форм торгівлі – за зразками, каталогами та записами. Такі форми укладання торговельних операцій були характерні для київських, подільських, волинських, харківських ярмарків.

Серед українських торгів найбільше економічне значення мали саме харківські, чому сприяли відповідні умови господарського розвитку: багате зернове та скотарське господарство притягувало до себе центри обробної та переробної промисловості, а нарощування виробництва зумовлювало пошук ярмарків. Зазвичай науковці виділяють чотири основних ярмарки у Харківській губернії: Хрещенський, Успенський, Покровський та Троїцький. На нашу думку, до цієї групи слід додати і Введенський ярмарок, також відмітний значним товарооборотом, який проводився у м. Суми Харківської губернії. Крім того, даний регіон протягом досліджуваного періоду був серед лідерів за кількістю дрібних селянських торгів.

У перші десятиліття XIX ст. відбувається деякий спад ярмаркової торгівлі у Харкові як через нерозвинену мережу залізниць, так і скорочення

вівчарства, продукти якого становили основу торговельних операцій на Троїцькому ярмарку. У 1842 р. торговельний оборот на харківських ярмарках становив 20,5 млн. руб., у 1846 р. – 25,1 млн. руб., при цьому тут реалізовувалося близько 90% продукції вітчизняного виробництва (головним чином, мануфактурні вироби) і лише 10% імпортних товарів [8, с. 74]. Значне зростання обсягів торговельних операцій спостерігалось вже з початку 50-х років XIX ст. Зокрема, у 1854 р. на основні харківські ярмарки було привезено товару на суму 24,4 млн. руб., а продано – на суму 11,2 млн. руб., при цьому залишок нереалізованого товару становив майже 46% привозу (табл. 2). Як видно, за період 1846–1854 рр. товарооборот харківських ярмарків зріс майже на 46%, при цьому половина товарообороту припадала на Хрещенський ярмарок, а найменшу частку у загальній структурі становив товарооборот Троїцького торгу, напевно, у силу його вузької спеціалізації.

Троїцький ярмарок був головним центром торгівлі вовною, інші – реалізовували різноманітні групи товарів, зокрема бавовняні, вовняні, шовкові, ювелірні, галантерейні, шкіряні та металеві вироби, цукор, худобу тощо (табл. 3). Як видно з таблиці, загальний товарооборот на чотирьох харківських ярмарках по основних товарних групах у кінці 60-х – на початку 70-х років XIX ст. становив майже 50 млн. руб., при цьому найвищий показник відмітний щодо Хрещенського (21 млн. руб.) та Покровського (майже 15 млн. руб.) ярмарків. У товарній структурі ярмаркової торгівлі Хрещенського та Покровського торгів домінували вовняні, бавовняні, льняні, конопляні, шкіряні вироби та цукор (60–80% усього вітчизняного привозу та 68–78% вивозу); Успенського – вовняні, бавовняні, льняні та конопляні вироби (відповідно 48% та 44%); Троїцького – вовна (відповідно 77% та 89%). Із погляду залишків нереалізованої продукції найбільш успішним був Троїцький ярмарок, знову ж таки в силу його спеціалізації: обсяг проданої продукції становив 62,6% від вартості загального привозу на ярмарок. Щодо інших ярмарків, то на Хрещенському та Покровському ярмарках було реалізовано 43,5% привезених товарів (у вартісному вимірі), на Успенському – лише 39,5%.

Харківські ярмарки були досить популярними, зокрема, уже в 60-х рр. XIX ст. сюди з'їжджалося більше 50 тис. купців, торговців, комерсантів. Своєї значної ролі у вітчизняній ярмарковій торгівлі харківські торги не втратили й у кінці досліджуваного періоду, про що свідчать показники товарообороту. У кінці XIX – на початку XX ст. в середньому в рік на харківські ярмарки завозили продукції на суму 100 млн. руб., а продавали на суму 54 млн. руб. [4, с. 5]. Зокрема, у 1906–1910 рр. середньорічний товарооборот Покровського ярмарку за основними групами товарів склав 23 млн. руб., Хрещенського – більше 10 млн. руб., Успенського – майже 9 млн. руб., Троїцького – більше 7 млн. руб. (табл. 4).

Як видно з таблиці, на початку XX ст. дещо змінюється вагомість окремих ярмарків. Порівняно з періодом 60–70-х років XIX ст. вдвічі знизився товарооборот Хрещенського ярмарку, проте суттєво зріс показник щодо Покровського (на 53,3%) та Успенського (на 30%) ярмарків. Товарооборот Троїцького ярмарку залишився незмінним, проте, як видно, його роль як спеціалізованого центру торгівлі вовною знизилася, натомість у структурі торгівлі суттєво зросла питома вага мануфактурної продукції. Та ж тенденція відмітна й щодо інших ярмарків.

Протягом досліджуваного періоду вагому роль у вітчизняній ярмарковій торгівлі відігравали ярмарки Полтавської губернії, зокрема, Ільїнський у Полтаві, Маслянський та Вознесенський у Ромнах. За власними підрахунками І. Аксакова, товарооборот полтавських ярмарків уже в 1854 р. становив 68 млн. руб., у тому числі Ільїнського – 48 млн. руб., роменських – 20 млн. руб. [1, с. 47]. Проте, за даними державної статистики, показники були суттєво меншими. Зокрема, за період 1846–1854 рр. товарооборот Маслянського ярмарку сягнув 5,5 млн. руб., а Вознесенського – 4,3 млн. руб. [1, с. 102]. За обсягом товарообороту найбільшим був Ільїнський ярмарок, зокрема у 60-х роках XIX ст. у деякі роки сюди було завезено та продано продукції на 48 млн. руб. (табл. 5).

У структурі ярмаркової торгівлі 2/3 становила продукція вітчизняного виробництва і лише 1/3 – імпортні товари. У вітчизняній товарній групі лідируючі позиції належали вовняним, бавовняним, суконним та хутряним виробам. Зокрема,

Таблиця 2

Середній товарооборот харківських ярмарків за період 1843–1854 рр., млн. руб.

Назва ярмарку	Обсяг привозу	Обсяг вивозу
Хрещенський	12,2	6,2
Успенський	5,5	1,8
Покровський	3,4	1,4
Троїцький	1,2	1,2
Введенський	2,1	0,6
Всього	24,4	11,2

Джерело: складено автором на основі [1, с. 56, 149]

Таблиця 3

Середній товарооборот харківських ярмарків
за основними товарними групами (1868–1872 рр.)

Товарна група	Привезено, млн. руб.				Продано, млн. руб.			
	Хрещенська	Успенська	Покровська (за 1869 – 1872)	Троїцька	Хрещенська	Успенська	Покровська (за 1869 – 1872)	Троїцька
Товари вітчизняного виробництва								
Бавовняні, льняні та конопляні вироби	2,32	1,00	5,08	0,44	1,12	0,37	2,41	0,05
Вовняні вироби, вовна	3,19	1,20		3,44	1,47	0,41		2,50
Шовкові	1,03	0,51		0,08	0,56	0,17		0,03
Золоті та срібні	0,26	-	0,12	-	0,13	-	0,04	-
Галантерейні	0,51	0,38	0,55	-	0,25	0,14	0,22	-
Шкіряні	1,67	0,26	0,72	-	1,06	0,12	0,45	-
Залізні	0,97	0,54	0,56	0,08	0,63	0,23	0,17	0,05
Мідні	0,17	0,12	0,15	-	0,09	0,05	0,06	-
Хутряні	0,22	-	0,33	-	0,11	-	0,17	-
Цукор	1,92	0,59	1,02	0,10	1,04	0,27	0,61	0,06
Бакалійні вироби	0,34	-	0,37	-	0,21	-	0,15	-
Коні	0,05	-	-	0,35	0,02	-	-	0,12
Риба	-	-	0,06	-	-	-	0,03	-
Віск, свічки	-	0,01	0,08	-	-	0,01	0,07	-
Всього вітчизняних товарів	12,65	4,61	9,76	4,49	6,69	1,77	4,38	2,81
Товари іноземного виробництва								
Вовняні, шовкові та прості матерії	0,78	0,19	0,34	-	0,40	0,08	0,01	-
Чай	0,24	0,16	0,16	-	0,16	0,10	0,08	-
Всього іноземних товарів	1,02	0,35	0,50	-	0,56	0,18	0,09	-
Всього товарів	13,67	4,96	10,26	4,49	7,25	1,96	4,47	2,81

Джерело: складено автором на основі: Движение ярмарочной торговли в России за последние пять лет (1868-1872 г.). Санкт-Петербург : тип. М-ва вн. дел, 1873. С. 12, 14, 16, 18.

Таблиця 4

Середній товарооборот на харківських ярмарках у 1906-1910 рр., млн. руб.

Найменування товару	Троїцький	Успенський	Покровський	Хрещенський
Мануфактурні вироби	4,0–5,0	6,0–7,0	7,0–8,0	6,5–7,5
Галантерея	0,4–0,45	0,5–0,6	0,7–0,8	0,5–0,55
Вовна	0,8 – 0,9	0,6–0,7	0,8–0,9	0,4–0,5
Взуття та шкіра	0,3 – 0,35	0,45–0,5	1,0–1,2	0,6–0,7
Хутро	–	–	0,8–1,0	0,6
Бакалія	0,2–0,25	0,3	1,0–1,3	0,45
Гастрономія	0,1	–	0,25	0,1
Скляні	0,2	–	0,3–0,4	0,1–0,15
Чай	0,1	0,1	1,5–2,0	0,2
Цукор	0,25	0,3	4,0–5,0	0,2–0,25
Вина	0,1	0,1	3,0–3,5	0,15
Залізні вироби	0,35	0,45–0,5	2,0–2,5	0,25
Сировина (волося, щетина, сало, шкіра, овчина)	0,4–0,6	–	0,6–0,8	1,2

Джерело: складено автором на основі [3, с. 43]

Таблиця 5

Динаміка товарообороту Львівського ярмарку у 60-х роках XIX ст.

Рік	Привезено, млн. руб.	Продано, млн. руб.
1864	27,9	17,8
1865	27,6	20,3
1866	20,7	12,7
1867	20,8	12,6
В середньому за рік	24,25	15,85

Джерело: складено автором на основі [3, с. 12]

Таблиця 6

**Середньорічний торговельний оборот ярмарків у м. Ромни
у кінці 60-х на початку 70-х рр. XIX ст.**

Групи товарів	Маслянський за 1868 – 1872 рр.		Вознесенський за 1868 – 1871 рр.	
	Привезено, тис. руб.	Продано, тис. руб.	Привезено, тис. руб.	Продано, тис. руб.
Бавовняні вироби	694,4	376,4	683,6	254,9
Вовняні вироби	428	271	312,8	171,7
Сукно	763	414,5	687,6	228,7
Льняні та конопляні вироби	186	125,9	95,5	59,2
Шовкові вироби	669,2	392,4	490,2	212,1
Ювелірні вироби	161,9	90,9	1397,2	286,1
Галантерея	273,2	154,2	313,1	100,7
Цукор	94,6	79,5	72,2	63,7
Бакалійні вироби	604,4	392,6	399,8	181,6
Всього вітчизняних товарів	5026,8	2869,5	5367,4	2024,8
Іноземні товари (галантерея)	237,3	140,4	336,9	185,6
Всього	5264,1	3009,9	5704,3	2210,4

Джерело: складено автором на основі [3, с. 24, 26]

за період 1868–1872 рр. товарооборот бавовняних виробів зріс із 8 млн. руб. до 12 млн. руб., вовняних – із 0,4 млн. руб. до 2,8 млн., суконних – з 1,9 млн. руб. до 4 млн. руб., хутряних – з 1,3 млн. руб. до 3 млн. руб. За п'ять років середньорічний продаж льняних виробів становив 380 тис. руб., шовкових – 633 тис. руб., золотих – 255 тис. руб., галантерейних – 406 тис., залізних – 344 тис. руб., цукру – 210 тис. руб., бакалійних – 240 тис. руб. хімічних виробів – 108 тис. руб. [3, с. 11]. Протягом означеного періоду на ярмарок було привезено іноземної продукції лише на 2 млн. руб., тобто в 10 разів менше, ніж вітчизняних товарів, з яких продано лише 50%. Серед іноземних товарів лідирує вовна – її товарооборот за 5 років зріс зі 152 тис. руб. до 500 тис. руб. [3, с. 12].

Поряд з Львівським ярмарком значимими у Полтавській губернії були Маслянський та Вознесенський у м. Ромни, приблизно рівні за обсягами товарообороту (табл. 6).

Зокрема, у 1868–1872 рр. середньорічний обсяг ввозу та вивозу Маслянського ярмарку становив більше 8 млн. руб., при цьому у струк-

турі торгівлі найбільшу питому вагу становили бавовняні, вовняні, сукняні, шовкові та бакалійні вироби. У 1868–1871 рр. середньорічний товарооборот Вознесенського ярмарку становив 7,9 млн. руб., при цьому найбільшу частку у структурі торгівлі займали ювелірні, бавовняні, сукняні та шовкові вироби. Знову ж таки практично 95% усього привозу становила вітчизняна продукція.

У 1882 р. у Полтавській губернії нараховувалося у цілому 1 030 ярмарків, з яких лише Львівський та торги у Ромнах були оптовими центрами торгівлі, решта – дрібними ярмарками, де селяни реалізовували сільськогосподарську продукцію та кустарні вироби [9, с. 7]. Серед таких ярмарків слід виокремити лубенські, роль яких особливо зросла у другій половині XIX ст. (табл. 7). Їхній товарооборот був досить незначним, наприклад у 1888–1890-х роках у середньому становив 400 тис. руб., проте сюди привозили товари як з усієї Полтавської, так і Чернігівської, Харківської та Київської губерній, зокрема таку продукцію, як: дошки, вози, сільськогосподарський інвентар та інструменти,

Таблиця 7

Торговельний оборот селянських ярмарків м. Лубни Полтавської губернії за 1888–1890 рр.

Назва ярмарків	Привезено, тис. руб.	Продано, тис. руб.
Преображенський	80,4	62,8
Троїцький	68,9	50,8
Покровський	40,0	29,2
Маслянський	36,7	21,3
Спиридонівський	8,7	5,3
Всього	234,7	169,4

Джерело: складено автором на основі [9, с. 7]

меблі, дерев'яний, фаянсовий та скляний посуд, гончарні вироби, селянський одяг, книги, ікони, мед, хліб, сіно, коні, худоба, сало, овочі та фрукти, віск, риба тощо.

Домінуючі позиції у торгівлі зберігали й київські ярмарки, зокрема Стрітенський та Хрещенський. Середній товарооборот Стрітенського ярмарку в 1835–1844 рр. становив 800 тис. руб., у 1845–1854 рр. – уже 2 млн. руб., а в 1855–1860 рр. – 2,6 млн. руб., тобто фактично за 25 років зріс у три рази [2, с. 106–107]. Тут реалізовувалася не лише роздрібна торгівля, але й укладалися гуртові угоди на продаж різних груп товарів, завдяки чому ярмарок наблизився до західноєвропейського зразка – до форми розрахункових палат і бірж. Хрещенський ярмарок спеціалізувався на торгівлі цукром. Зокрема, у 1868–1872 рр. середній оборот цукрової торгівлі становив більше 4,7 млн. руб. [3, с. 29]. Серед київських спеціалізованих торгів важливо вказати й житомирський хмільний ярмарок, уперше організований у 1908 р. для потреб південно-західного хмільництва. Уже в перші десятиліття ХХ ст. тут ярмаркові обороти сягали 100 тис. руб. [3, с. 51].

Вагома роль належала ярмаркам півдня України, зокрема Троїцькому (Кривий Ріг), Макіївському (Макіївка), Георгієвському (Єлисаветград), Покровському (Каховка), Покровському (Вознесенськ), Петропавлівському (Катеринослав), які були центрами продажу великої рогатої худоби, хліба, вина та іншої продукції. Зокрема, на Георгієвському ярмарку торгували бавовняними, вовняними, льняними, шовковими, конопляними, ювелірними виробами, галантереєю, бакалією, лісоматеріалами, худобою, кіньми тощо. У 1854 р. товарооборот ярмарку становив 3,5 млн. руб., до 60–70-х років ХІХ ст. показник зріс на 60% (у 1865 р. – 5,6 млн. руб., у 1871 р. – 5 млн. руб.) [1, с. 49; 3, с. 32]. Покровський ярмарок Херсонської губернії спеціалізувався на торгівлі бавовняними, льняними, конопляними,

вовняними, шкіряними, залізними виробами, рогатою худобою, кіньми, хлібом. У 1868 р. товарооборот ярмарку становив майже 2,6 млн. руб., а до 1871 р. зріс майже на 58% [3, с. 37]. Каховський ярмарок Таврійської губернії був центром продажу мануфактурних виробів, бакалії, галантереї, продукції миловаріння, сала, смоли, тютюну тощо. Сюди приїжджали купці з Одеси, Херсона, Сімферополя, Миколаєва, Керчі тощо. У 60-х роках ХІХ ст. товарооборот ярмарку коливався уже в межах 2–3,5 млн. руб. На Петропавлівський ярмарок у Катеринослав за три роки (1868–1870 рр.) було привезено в середньому товару на 1 683 тис. руб., а продано – на 1050,8 тис. руб. [3, с. 43]. У структурі торгівлі домінували ювелірні та шкіряні вироби, іспанська вовна, галантерея та бакалія. Серед другорядних ярмарків важливо згадати Петропавлівський у Подільській губернії та Хрестовоздвиженський у Чернігівській губернії, де реалізовувалася велика кількість мануфактурної та галантерейної продукції, а також худоби, коней, хутра, залізних виробів тощо.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, аналіз історичного аспекту ярмаркової торгівлі показав її значимість як генератора торговельної діяльності та механізму імплементації у вітчизняне господарське середовище низки ринкових інститутів (акціонерного підприємництва, системи кредитних та орендних відносин, аукціонного, контрактного та біржового торгу тощо). Великі оптові ярмарки до кінця ХІХ ст. стали провідними спеціалізованими центрами підприємницької взаємодії, сприяли інтенсифікації зовнішньоторговельних відносин та модернізації внутрішньогосподарського середовища. В умовах децентралізації та розвитку постійної торгівлі зберігалася значна роль і дрібних ярмарків, насамперед як механізму нівелювання підприємницької інерційності селянства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аксаков И. Исследование о торговле на украинских ярмарках. СПб., 1858. 395 с.
2. Гуржій І.О. Розвиток товарного виробництва і торгівлі на Україні (з кінця XVIII століття до 1861 року). Київ, 1962. 206 с.
3. Движение ярмарочной торговли в России за последние пять лет (1868–1872 г.). Санкт-Петербург: тип. М-ва вн. дел, 1873. 75 с.
4. Денисов В.И. Ярмарки. Санкт-Петербург: тип. В.Ф. Киршбаума (отд-ние), 1911. 139 с.
5. Гуржій І.О. Україна в системі всеросійського ринку 60–90-х років XIX ст. Київ, 1968. 192 с.
6. Статистико-экономические очерки областей, губерний и городов России. Киев, 1913. 482 с.
7. Канделаки И. Роль ярмарок в русской торговле. СПб., 1914. 60 с.
8. Сборник статистических сведений о России, издаваемый Статистическим отделением Императорского русского географического общества: в 3-х кн. Кн. 2. СПб., 1854. 322 с.
9. Забело Я.П. Опыт исследования украинских крестьянских ярмарок: Описание Лубенской Покровской ярмарки 28 сент. – 2 окт. 1891 г. Полтава: Типо-лит. И.А. Дохмана, 1892. 34 с.