

РОЛЬ УКРАЇНСЬКИХ ТОРГОВЦІВ І ПІДПРИЄМЦІВ, КОНСОЛІДОВАНИХ У СУКІП (СОЮЗ УКРАЇНСЬКИХ КУПЦІВ І ПІДПРИЄМЦІВ) У ФОРМУВАННІ ІДЕОЛОГІЇ УКРАЇНСЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО НАЦІОНАЛІЗМУ

Надія Євстахіївна Кульчицька
Чортківський навчально-науковий
інститут підприємництва і бізнесу
Україна; кандидат економічних наук,
доцент

Ігор Посіда
Чортківський навчально-науковий
інститут підприємництва і бізнесу
Україна; студент Чортківського
навчально-наукового інституту
підприємництва і бізнесу ЗУНУ, м.
Чортків, Україна, спеціальність
«Фінанси, банківська справа та
страхування»

Анотація. В тезах з'ясовується місце СУКіП у формуванні ідеології українського економічного націоналізму серед українського населення. Здійснюється характеристика дій СУКіП, спрямованих на реалізацію постулатів ідеології українського економічного націоналізму.

Союз українських купців і промисловців (СУКіП) була наймасовішою організацією українських підприємців на території Галичини. Час її найбільшої активності припадає на 30-ті рр., в той час СУКіП очолив Я.Скопляк.

СУКіП розвиває ідею стосовно необхідності українізації міст. Реалізація даного завдання мала б стати різновидом пасивного спротиву українців асиміляційній політиці Другої Речі Посполитої та посприяти національному збереженню: «ми мусимо... вrostи в міський ґрунт..., бо інакше здійснюване виключно сусідськими руками упромисловлення, стане для нас національним лихом, принесе нам... винародовлення і зубожіння [1, с. 227].

Впровадження ідеї українізації міст призвело б до автоматичного вирішення проблеми соціальної неструктурованості нації. За словами Я.Скопляка, «нами мусить проводити ідея створити сильний, патріотичний,

свідомий своїх завдань третій стан – міщанство...» [1, с.40-41]. Українізація міст, здійснювана шляхом економічної інтеграції до них, за задумом лідерів СУКіП, також активізувала б розвиток національної торгово-промислової сфери, руйнуючи переважаючі позиції в них євреїв і поляків та підсилюючи тим самим українську націю.

Представники СУКіП ставили мету вирішити ще одне завдання: зупинити визиск українського села іноетнічним середовищем, замінивши «чужого» посередника між ним і містом на «свого». Для реалізації поставлених завдань СУКіП мав пробудити підприємницьку ініціативу в глибинах землеробської свідомості селянської нації. Тому одним із завдань новоствореного часопису організації («Торговля і Промисел») визначено «...перевиховати душу «самостійного» грецького на душу свідомого й зорганізованого купця» [2].

Головним засобом реалізації соціально-економічної ідеї нації розглядалося досягнення високого рівня національної солідарності: кожен повинен купувати тільки у «своїх» і лише продукцію українського виробництва. Пропагандою гасла «свій до свого по своє» починалися і закінчувалися більшість регіональних та загальних зборів СУКіП [2]. Даний клич поширювався у двох контекстах: як самореклама підприємців серед української громадськості і як заклик до національної самоорганізації їх самих шляхом замикання всіх економічних операцій на представниках власної нації, виключивши будь-яку іноетнічну посередницьку присутність [1, с. 3].

Реалізація клича «свій до свого» нашою була на проблему ринкової конкурентоздатності українського підприємця. Окреслилася також проблема співвідношення національної й економічної раціональності. Українські товари у більшості випадках виявилися дорожчими за єврейські. Ця обставина загострилася в умовах економічної кризи першої половини 1930-х рр., коли подекуди було просто неможливо жертвувати матеріальним інтересом заради національного: «...у нинішніх важких часах і найбільш свідомий селянин шукає аби дешево купити і готов забути наш клич «свій до свого по своє» [2].

Також, у середовищі СУКіП функціонувала тенденція до солідарної матеріальної допомоги українським початківцям у сфері підприємництва.

На відповідні цілі керівництво 1932 р. навіть постановило створити спеціальний фонд допомоги [1, с. 31].

СУКіП на загальних зборах 1932 р. рекомендував своїм членам приймати на роботу лише представників своєї нації з метою збільшення чисельності українців у торгово-промисловій сфері [1, с. 31].

Висновки. Таким чином, східногалицькі воєводства виступили плацдармом, де відбувалася консолідація представників індивідуальної підприємницької ініціативи, які репрезентували принципи економічного аспекту українського націоналізму. Дані процеси набрали зорганізованого характеру і координувалися в Союз українських купців і підприємців.

Ключові слова

професійні організації, ідеологія, український націоналізм.

Список літератури

1. Несторович В.Т. Українські купці і промисловці в Західній Україні, 1920 – 1945. Торонто – Чикаго, 1977.
2. Загальні Збори Союзу Українських Купців і Промисловців у Львові. URL: <https://lia.lvivcenter.org/uk/organizations/suk/>