

I 571.040

в карт. brak.

УКРАЇНСЬКИЙ СПОЖИВАЧ У МІСТАХ

Реферат сен. Юл. Павличковського

на тему

„Український споживач у містах західних земель і його роля в розвою народнього господарства як основи фізичного й духового відродження нації“
виголошений при отворенні постійної вистави українських промислових виробів у біорах Нар. Торговлі
дня 19. березня 1933.

ЛЬВІВ, 1933.

Накладом „Народної Торговлі“.



З друкарні Видавничої С-ки „Діло“, Львів, Ринок, ч. 10.

Реферат сен. Юл. Павликовського на тему: „Український споживач у містах західних земель і його роля в розвою народного господарства як основи фізичного й духового відродження нації“, виголошений при отворенні постійної вистави українських промислових виробів у бюрах Народної Торговлі.

I.

У рямцях отсього нарису обмежуємося під оглядом **предмету** нашого зацікавлення до **особистого і річевого споживання в домашнім господарстві**, отже до рямок **споживання звичайного**, звязаного з веденням домашнього сгніща, за виїмком питання мешканевого. Споживання, звязане з **особистим господарством**, у першу чергу питання білля, одягу і взуття, а також споживання алькогольних напиктів і тютюну, згідно з повище устійненим предметом наших дослідів не беремо під увагу.

II.

Підметом нашого нарису є **український споживач у містах західних земель**, без огляду на його приналежність до такої чи іншої верстви нашої суспільности. В сумі українських споживачів находимо в першу чергу **постійно** в містах і містечках **осіле міщанство**, а далі **мінливі верстви** українського робітництва, службовиків приватних і державних, духовенство і членів вільних звань (адвокати, інжиніри, лікарі, ветери-

варі і т. д.), а також домашню прислугу, яка постійно допливає до міст і містечок з села.

III.

Щоб устійнити приблизно чисельність українського споживача міст, слід пригадати собі, що около 14 проц. українського народу на західно-українських землях живе в містах і містечках. Мінімальне число українського народу на **нашій національній території** в Польщі в сучасну пору (кінець 1932 року) є поверх 7 міл. душ, що заселяють площу 137.500 кв. км. З уваги на те на мешканців міст припадає кругло 1 міліон душ, розселених у 256 містах і містечках наших земель. В **ідеальній** статистичній пересічі припадає на одно міське скупчення около 4.000 душ. На ділі скупчення бувають іноді і 16 разів сильніші (Львів), а також і вчетверо, а те й іще більше разів слабші (містечка на західних межах Галичини).

Серед справжнього міщанства стрічаємо, на жаль, по нинішній день багато родин, яких у поході віків витиснули на передмістя й окраїни міст; ті родини ведуть життя **напів рільниче**.

Всебічна організація міського елементу в організаціях станових (професійних), культурних і господарських поволі сцементує його внутрі і дає назовні **познаки відродження українського характеру міст**. Господарська організація національна, як усюди, так і по містах,

є садинок трівким підложем, на яким розвивається не тільки особистий добробут зорганізованих, але й матеріальна сила їхніх організацій з вищими національними цілями.

З добробутом росте культурний рівень міського елемента, промощуються шляхи рідної цивілізації.

А все таки характер міст на нашій національній території тільки в незначнім відсотку є виразно український.

Головною причиною того небажаного явища є — поруч інших — у першій мірі **недостачі в господарській організації міського елемента.**

Якби там не було, мусимо — на жаль — що криск стверджувати, що **українське село** — хоч як воно ще далеко від повної зорганізованости на поодиноких ділянках нашого національного життя — все таки випередило місто **безспірно в організації свого господарського життя.**

Безспірний теж факт, що ініціативу і провід, а часто й технічне ведення організацій нашого селянства, давали і дають громадяни, що осіли в містах. Є це явище природне, бо в містах скупчуються люди знання — адже кажуть, що в містах „мозок нації“. Не хочемо спорити з тим мало скромним поглядом. Одначе маємо право спитати „мозок нації“: Чи правдою є, що містам суджена провідна роля у праці над відродженням нації? Очевидно, знаємо згори правильну відповідь на це питання. Вона

зеучить: „Так“. Колиж „так“, то чи шлях до від-
родження нації не веде через поміст відроджен-
ня всіх її верств у селах і містах? Кожний на це
питання відповідь нам: „Це одиноко правиль-
ний шлях“. Дотепер панує між нами ідилічна
згода. Розійдемося аж тут між собою — якщо
не завсіди, то в більшості випадків, — коли
„міщанинові“ (у ширшому розумінні того сло-
ва) поставимо останнє питання: „Чомуж, коли
ви так міркуєте і безпосередньо стрічаєтеся з
„міщанами“, дивитися обоятно на їх **господар-
ську незорганізованість**? Замість короткої від-
повіді почуємо з правила цілий „трактат“ про
неможливість зорганізувати міську верству,
про недостачу людей (а деж „мозок нації“, що
сидить у містах?), про відсутність фондів на
організацію. Це останнє, здається, найбільш
істотне у лявіні слів „трактату“.

Але чи ж на організацію міської верстви
треба „окремих фондів“? **Чи організовані ви-
датки на ведення домашнього господарства,
видатки роблені у міських споживчих коопера-
тивах, а й у приватних українських купців не
могли би становити поважного джерела на роз-
будову нині вже існуючих фірм і тих, що йдуть
під веселковим прапором української націо-
нальної кооперації і тих, що, ведучи приватні
торговельні підприємства, в національній ві-
дсмости своїй обєднані в „Союзі Українських
Купців“?**

Чи організована сила споживання українців по містах не моглаб серед нинішнього безробіття дати **нові варстати праці українцям безробітним, зібрати фонди** — коли йде про кооперацію — на розбудову **рідного промислу**? Чи надвишка з обороту споживчими товарами і в українських міських споживчих кооперативах, і в національно-свідомих купців не становилаб **рідних засобів** на покривання видатків **українських культурних установ**?

Очевидно, що так. Але тут треба поглибити й поширити дотеперішню акцію організації споживача по містах.

IV.

Якже ця організація представляється в сучасній добі?

Подамо дані на 1932-ий рік.

Перед у зорганізуванні торгівлі засобами ведення домашнього господарства веде міська споживча кооперація з її фаховою централею „**Народньою Торговлею**“, як Краєвим Споживчим Союзом.

„Народня Торговля“, основана в 1883 році, має 31 станиць продажі у краю, з яких 26 працює в Галичині, 5 на Волині.

Міська **автономна** споживча кооперація, ісчатки якої сягають 1900-их років. (кооп. „Народній Дім“ із споживчим відділом у Белзі), начислює під цю пору 122 кооператив, з яких 111 зложило свої білянси за 1931 рік, з того 5 чи

пак 3 на Волині. З міських споживчих кооператив 25 має устрій многокранничний, як „Народня Торговля“ — так, що матірніх крамниць на числяємо 122, а філіяльних 38, разом 160 крамниць.

Окрему групу становлять набілові крамниці Краєвого Молочарського Союзу „Маслосоюз“ у числі 28, з яких 25 працює на західних землях, а саме 23 у Галичині і 2 на Волині, решта на Шлеську.

Приватних українських крамниць спож. кольоніяльних є на основі даних „Союзу Українських Купців“ у Львові около 350. У члени „С. У. К.“ вступило досі 86 купців споживч. кольоніяльних, з того 56 зі Львова і 30 з краю. Одначе у самім Львові працює понад сто українських „корінників“.

Крамниці приватних фірм розсіяні по всіх маґже містах нашої землі, де теж міські споживчі кооперативи всіли дотепер zorganizувати около 40 проц. міст.

Міське населення слушно бажало би в українській міській кооперації і в українськiм купецтві бачити фахову безпеку суспільних акцій українського народу.

V.

Якжеж виглядають торги української кооперації й українського купецтва по містах? З ними в першу чергу мусимо запізнатися, щоби розцінити матеріальне положення головного

контрибуента на народні цілі, щоби порівняти дійсність із можливостями українського споживача, щоби, аналізуючи матеріяльну вартість його споживання і протиставляючи її фактичному українському торгові — мати змогу вичити шляхи для розбудови внутрішнього ринку, надати потрібне освітлення модному сьогодні, але — на жаль — доволі беззмістовому ще гаслові „Свій до свого“.

Гасло „Свій до свого“ в кооперації треба розуміти як клич до організації активних членів тут у міській споживчій кооперативі, які ціле запотребування свого домашнього господарства покривалиб у збудованій ними кооперативі. — У відношенні до приватних фірм означає він обовязок українського громадянства користати з українських приватних фірм. В обидвох випадках веде він до громадження богацтв української нації на гаразд її торговельних і промислових кругів, а посередньо на гаразд самоїж нації, якої праця над нею самою, праця, що змагає до здійснення ідеалу нації, мусить коринитися в упсихізованих матеріяльних змаганнях і надбаннях поодиноких її верств.

В 1931/32 році представляються торги ось-як:

„Народня Торговля“ виказує у своїх складах на 6,553.000 зол. торгу — подрібного торгу 3,333.000 зол.

Міська споживча кооперація в 1930 році має 6,484.000 зол. торгу (в тім торгу з членами 3,100.000 зол.).

МС. в 1931 році має дрібного торгу набілом 2,374.000 зол.

Приватні українські купці споживчо-колоніяльної бранжі могли мати в 1931 році торгу приблизно около 5,000.000 зол.

Коли зважити, що в 1931 році торги міської споживчої кооперативи впали на 4.6 міл. зол., то споживчо-колоніяльні торги в українській кооперації та в українським купецтві з кінцем 1931 р. переходять суму 15 міліонів золотих.

VI.

Колиб весь так устійнений нами розг. припадав дійсно на українського споживача (а знаємо, що так не є, бо в українських установах і приватних фірмах купують також споживачі не-українці, — тому слід би застановитися, чи гасло „Свій до свого“ можна і треба реалізувати у 100 проц.!), то статистична пересіч поголовна кидає 15 зол. річного торгу на українського споживача.

Як неповна була наша статистична аналіза, як не велика булаб помилка в наших обчисленнях — кожний мусить відразу спостерегти, як слабо зорганізований український споживач, жсли йде про його взаємини з торговельними

установами українського національного господарства.

Колиб поголовна пересіч була і вдвое більша, то й тоді справа українського організованого споживання булаб іще далека від того, чого вимагає господарське положення нації, далека від тої доцільности, якої вимагає господарське і національне наше середовище.

VII.

Щоби критично розглянути стан зорганізованого споживання у рямках національної економіки, слід устійнити, яку вартість загалом представляє річне споживання українських домашніх господарств під теперішню пору.

Поголовна вартість річного споживання є тепер — коли брати під увагу видатки — чи пак видатки і вартість власних продуктів, зуживаних на ведення домашнього господарства (див. вгорі предмет нашого зацікавлення) — 300 зол. у рік, себто пересічно по 25 зол. у місяць, або по 0.80 зол. денно. Сума вартости річного споживання домашніх господарств українців у містах є около 300 мільонів золотих.

Коли мати на увазі, що українське міщанство є напів рільниче, отже має здебільша споживчі продукти з власних господарств, то мінімальні готівкові видатки на ведення домашнього господарства українського споживача в мі-

стах треба оцінити на поверх 200 мільонів зол. у рік.

Колиж відкинути тільки 1/3 річного торгу української кооперації і приватних споживчочольоніяльних фірм на торг з чужонаціональною кліентелею, то з 15 міль. торгу лишається на українського споживача тільки около 10 міль. зол. річно.

Є це тільки 5 проц. готівкових видатків українських домашніх огнищ у році! Значить: аж 95 проц. свого запотребування покриває український споживач поза національними торговельними підприємствами, що працюють у містах.

Для точности і для справедливої оборони українського споживача в містах треба підкреслити, що поважну скількість споживчих продуктів закупає він просто у селянина на міських базарах або на окреме замовлення. Колиб цей закуп у селян продуцентів оцінити річно на рівновартість 1/4 його готівкових видатків, себто на 50 міль. зол., — лишається все таки непристойне відношення 140 міль. зол. готівкових видатків українського споживача, що не впливають до української торгівлі як кооперативної, так і приватної, яка у взаєминах українського споживача з нею добуває річно около 10 міль. зол. торгу.

140 мільонів до 10 мільонів!

Відношення це — багатомовне!

З українського споживача українське національне господарство в ділянці споживчо-колоніальної торгівлі користає — коли взяти на увагу його готівкові видатки — в 1/15 цих видатків. Аж 14/15 (або 93 проц.!) цих видатків роблені з користю для чужонаціональної торгівлі! Не свідчить це добре про вдумчивість українського споживача, не підкреслює зовсім його господарського патріотизму — підкреслює хіба його патріотизм декляматорський.

Український споживач у містах, навіть той, що на суспільнім полі праці є активний, топче у блуднім колі — перецінює матеріальну спроможність українських установ і приватних фірм у жертвенности на народні цілі, одначе не доцінює власної сили, колиб вона влилася в річище праці рідної національної економіки.

VIII.

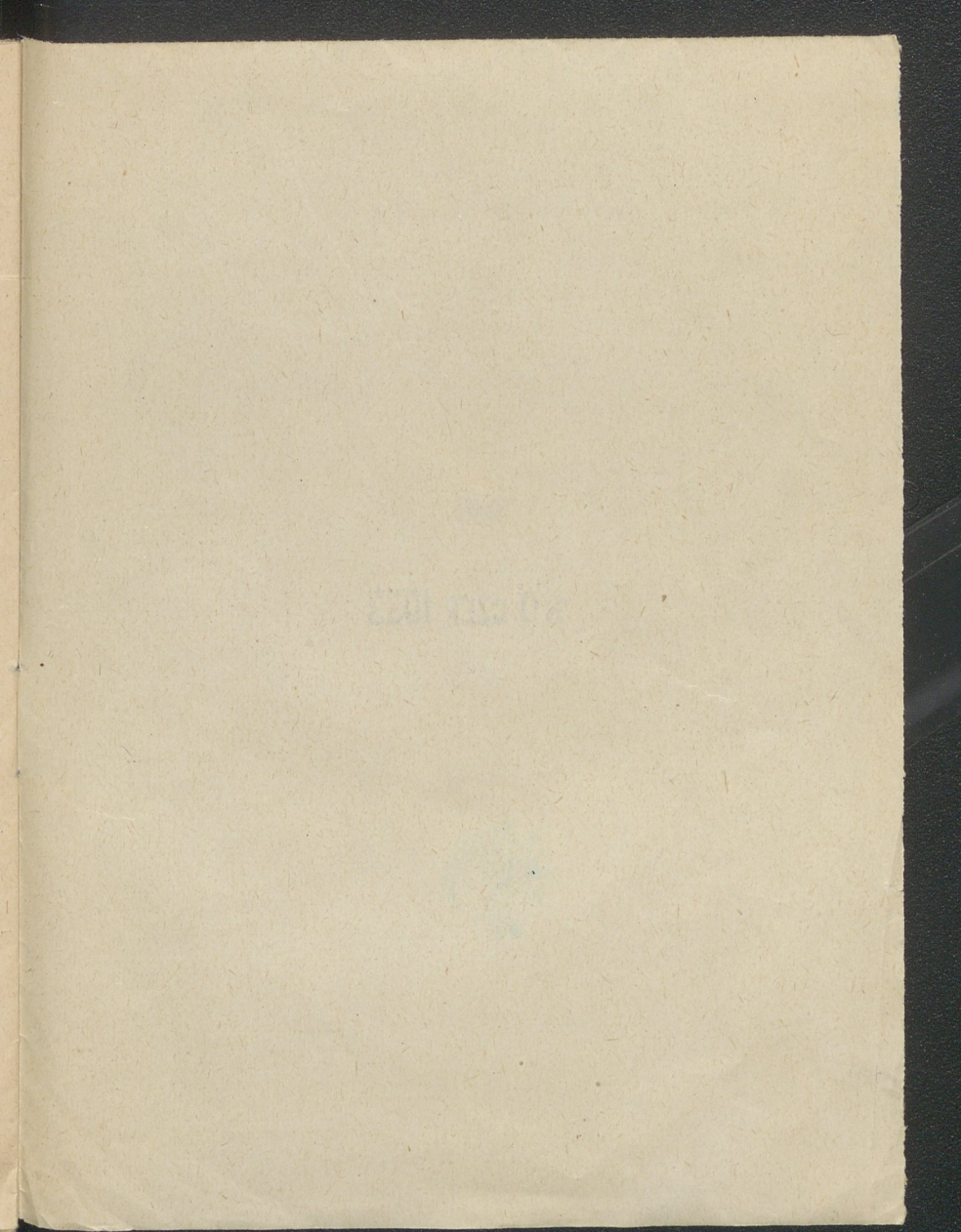
Тому черговим екон.-суспільним і нац. постулятом є **організувати сили споживання українського споживача у містах біля української кооперації й українських споживчо-колоніальних фірм.** Це буде перший ступінь до розбудови українського споживчого промислу і тревалий фундамент фінансування суспільної праці української нації.

Навіть половина готівкових видатків домашніх господарств, скермована до української торгівлі — це вже семикратне скріплення нинішніх наших позицій у рідній торгівлі.

— 0 —



5034/33



5034

30. CZER 1933