

ІНТРО

Незалежна Україна живе в умовах частково вільної економіки та більш-менш вільного ринку. Це означає, що з бізнесом, підприємцями та їхніми найнятими працівниками пересічний українець стикається щодня і мало не від народження. Іноді бізнес приносить радість (коли організовує концерт улюбленої групи в улюбленому парку). Іноді — незручності (коли ваша улюблена група інша, а парк — той самий, і ви змушені слухати оце на біс о 01.45, хоча за кілька годин треба вставати). Проте абсолютно точно бізнес посеред тих, хто змушує світ рухатися, хто створює можливості й будує перспективи, працює над щоденним комфортом і вселяє впевненість у завтрашньому дні (бо платить податки, на які існує держава). А також — захищає, воює, відновлює, реінвестує.

...Багато хто звик починати день із кави. Старші люди точно пригадають її смак у 1989 році і шлях до неї. А смак був так собі, із сьогоднішнім не порівняти. Наприклад, була розчинна кава — і то тільки нелегально, «з-під поли», мелена кава вдома — рідкість. Вечорами на початку 1980-х у Києві стояла черга за кавою. У переході під Майданом Незалежності працювала одна з небагатьох на все місто кав'ярень, до того ж там продавався «празький» тортик. Кава по-закарпатськи коштувала 29 копійок, звичайна — 28. У Херсоні теж було не густо з кав'ярнями. Одна з них, «Тавричанка», стояла на розі двох центральних вулиць міста. Мої батьки втікали

ливого і дозволеного. Бізнесу потрібні діалоги та комунікації. І ще — бізнесу потрібно вчитись, інвестувати в імідж, освіту, соціальні проєкти, нехай навіть це буде притулок для котиків, музеї та книжки, а не яхти, літаки, палаци та хутросховища.

Історіями бізнесів у містах України я цікавлюся вже понад десять років. У часи навчання в університеті наприкінці першого десятиліття ХХІ століття мені здавалося геть несправедливим, що підприємців бачили лише як доброчинців. Звідкись же мали взятися гроші на чергову школу для дітей-сиріт чи лікарню для робітників! Так потроху я почала досліджувати різні аспекти історії бізнесу в другій половині ХІХ — на початку ХХ століття. З часом — та досвідом — ставали очевидними паралелі із сучасністю, деякі рішення, прийняті в 1900 році, цілком могли би бути прийняті і в 2009-му. А ставлення суспільства до підприємництва що в 1878-му, що у 2008 році залишалось таким самим — «розбагатів — отже, вкрав!». Та й по всьому. Розуміння схожості моделей взаємин бізнесу і влади, бізнесу й суспільства, бізнесу та найманих працівників спонукало поділитися знаннями. Так із академічних досліджень історії підприємництва в містах підросійської України доби модернізаційних перетворень ХІХ — початку ХХ століття в Інституті історії України НАН України виросло кілька нон-фікшн-текстів. А раптом для когось історія і справді стане трохи *magistrae vitae*?

У цій книжці читач ознайомиться з різними історіями: успіху, помилок, поразок, планування і втрат. Буде великим щастям, якщо вони когось надихнуть, когось зупинять, а комусь стануть дороговказом.

Я хотіла б показати існування довготривалих трендів розвитку бізнесів на території України — попри революції, десятиліття советського режиму й табування підприємництва як виду діяльності.

туди на побачення, залишаючи мене, однорічну, на бабусю й дідуся. Це було зворушливо й романтично, але дорого для молоді родини.

Сьогодні кав'ярні — чи не на кожному кроці. Можна обрати сорт кави, з молоком чи без, якщо з молоком — то рослинним чи тваринним, із сиропом чи цукром, фрешем чи соком або тоніком. Розмаїття кавових напоїв вражає зараз і напевно шокувало б людину з 1989-го. І в кожній кав'ярні можна купити горішки чи шоколадку або ще щось.

А чому в 1989-му кава була розкішшю, а в 2021-му — ні? Відповідь — розвивається бізнес і працює славнозвісна «рука ринку». Є попит на каву, і є свобода, а також можливість відкрити кав'ярню і щоранку вправлятися зі small talk із постійними клієнтами та клієнтками, їхніми собаками і котами — та своїми робочими паперами.

У 1989 році починати бізнес було важко. Доводилося змагатися не лише з монстром радянської влади, а й з гідрою упереджень щодо приватної власності та якості продукції «не від держави».

Родинна історія про Ленінград і тістечка підтверджує це. На Невському проспекті в кафетерій, розташований у державному магазині (інших просто не було), зайшла пані поважного віку, з корінних ленінградців, імовірно, з онучкою. Онучка попросила тістечко, і пані почала питати в продавчині: тістечка від державного виробника чи приватного? З'ясувалося, що тістечка були від приватного виробника, отож пані відмовилася брати їх — при цьому не добирала слів. Цю історію я знаю від батьків, які були в Ленінграді у відрядженні й купили ті тістечка під каву — їм було смачно, хоч і дуже дорого.

Звісно, невидима «рука ринку» вирішує не все. І часто бізнес геть не такий привітний, як бариста, який знає, що ви любите мигдальне молоко в капучино. А ще бізнес — це змагання за прибуток усіма методами, так, недозволеними також, так, за рахунок природи, так, за рахунок архітектурної спадщини, так, за рахунок клієнта. Бізнесу потрібні межі — мож-

Через історії підприємців XIX–XX століть, які певною мірою були успішними на території України, пройдемо шляхами розвитку бізнесу, що приносили успіх, забезпечували стійкість, або — і так буває — канули в небуття.

У цих історіях буде місце і холодному розрахунку, й емоціям. Радість і гордість: збудоване/профінансоване/ініційоване — працює! Дає роботу людям! Он навколо вирости будинки й магазини, бо тут з'явився завод! Буде й гіркота розчарування — надії на допомогу не справдилися, і ось ти на останній межі, за крок від загибелі. Знайдеться місце липкому страхові — прийдуть за тобою і твоїм бізнесом сьогодні чи завтра (і байдуже, чи це рейдери, чи товариші у шкірянках із Надзвичайної комісії)? Буде місце й гордині, ярмарку марнославства та перегонам за черговою нагородою — адже обов'язково треба профінансувати благодійну затію під патронатом великого князя Р., може, дворянство дадуть... Буде і про провину, співчуття, жалість. Часто саме ці емоції спонукали умовного цукрозаводчика фіндувати умовну лікарню — але аж ніяк не почуття соціальної відповідальності.

Зрештою, поглянемо на підприємців як на (спів)творців нових реальностей, нових звичок, нових речей, нових послуг — що у 1880-х, що у 1980-х чи у 2020-х роках. Ці люди нової генерації, які самі себе сформували, змінювали світ довкола себе, при цьому не лише будували промислові підприємства чи створювали потужні фінансові імперії, а й запроваджували традиції меценатства та доброчинності (Терещенки, Микола фон Дітмар, брати Ельворті). Чи не так само чинять сучасні представники бізнесу?

Цей рукопис завершено в листопаді 2021 року, за кілька місяців до повномасштабного вторгнення. І лише зараз (рукопис актуалізований у вересні 2022-го) я розумію, наскільки була недалекоглядна. Не включила історій про війну, яка почала-

ся 2014 року і заскочила Україну, її громадян та, відповідно, її бізнеси зненацька. Якись підприємства евакуювались, якись закрилися. Дехто з власників мусив починати з нуля. В когось вийшло, в когось — не дуже.

Події 24 лютого 2022 року і подальшого періоду вкотре стали визначальним моментом української історії. І вкотре продемонстрували — бізнес не існує окремо ані від української держави, ані від суспільства. А ще з'ясувалося, що підприємництво пройшло чималий шлях від точки *business as usual* до розуміння цінностей державності, єдності, обороноздатності та благополуччя держави. Адже у вільній, захищеній, безпечній і регульованій силою права Україні бізнесу буде найкраще.

Купити книгу на сайті kniga.biz.ua >>>