

ТОРГОВЕЛЬНІ ЗВИЧАЇ КУПІВЛІ ТА ПРОДАЖУ ТОВАРІВ НА ЯРМАРКАХ УКРАЇНИ В ДРУГІЙ ПОЛОВИНІ ХІХ – НА ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ

У статті розглядаються народні звичаї, пов'язані з торгівлею на традиційному українському ярмарку в другій половині ХІХ – на початку ХХ ст.

Ключові слова: ярмарок, народні звичаї, купівля-продаж, продавець, покупець, товар, ціна.

В статье рассматриваются народные обычаи, связанные с торговлей на традиционной украинской ярмарке во второй половине ХІХ – в начале ХХ века.

Ключевые слова: ярмарка, народные обычаи, традиции, купля-продажа, продавец, покупатель, товар, цена.

Folk customs and traditions connected with trade at the traditional Ukrainian fair in the second half of the ХІХth – beginning of the ХХth centuries are considered in the article.

Keywords: fair, folk customs, buying – selling, seller, buyer, goods, price.

Призначенням традиційного українського ярмарку другої половини ХІХ – початку ХХ ст. було створення умов для купівлі-продажу товарів з метою задоволення матеріальних потреб сільського та міського населення. У зв'язку з цим ярмарок був місцем вияву різноманітних форм звичаєвої культури народу, пов'язаних насамперед з торговельною діяльністю. Певні традиції супроводжували угоди купівлі-продажу чи обміну різними товарами.

Вивчення звичаїв, пов'язаних з торгівлею на традиційному українському ярмарку в другій половині ХІХ – на початку ХХ ст., передбачає висвітлення різноманітних прийомів і ритуалів, до яких вдавалися продавці та покупці безпосередньо на ярмарковій площі задля успішного торгу і вивчення особливостей цінової політики на ярмарку.

Дослідження та фіксація звичаїв на ярмарку під час купівлі-продажу, зокрема ремісничої продукції, здійснено фрагментарно такими етнографами, як М. Сумцов [17], В. Милорадович [11], І. Нечуй-Левицький [2], Д. Яворницький [3; 4; 6]. Описуючи традиції на місцевих ярмарках Лівобережної та Правобережної України, дослідники зосереджували свою увагу насамперед на поведінці учасників торгу, манері їх спілкування, способах визначення та встановлення ціни на товар, а також на традиції торгуватися під час купівлі аби заощадити свої кошти. Систе-

матизація та аналіз ярмаркових звичаїв, які яскраво проявлялися під час торгівлі на українському ярмарку другої половини ХІХ – початку ХХ ст., дозволить розкрити значення ярмарку як місця популяризації народних звичаїв і традицій.

Варто зазначити, що ціни на той чи інший товар не були сталими. Наприклад, ціни на гончарний посуд коливалися залежно від погодних умов. Особливо на ціну гончарних виробів впливали несприятливі погодні умови: коли транспортування товару ставало важчим, гончарі змушені були продавати свої вироби складникам-кулакам за низькими цінами. Вони виручали ледь 4 руб. 50 коп. за сотню, яку можна було продати вроздріб за 7 руб. 50 коп. [7, с. 37].

Максим Горький описав хід торгу за макітру між жінкою та гончарем, який продавав глиняний посуд з Опішні, на ярмарку в містечку Голтві Полтавської губернії. Цей торг був довгим: аби скинути ціну, жінка постійно вигадувала та намагалася знайти якісь вади товару, звертаючи увагу на нерівність форми макітри, її колір, міцність тощо [9, с. 68–69].

Під час торгу між покупцем та продавцем, після того, як вони погоджували ціну, і покупець забирав товар, продавець проводжав його побажаннями. Ось, наприклад, на селянському ярмарку в с. Котівка гончар, продавши свою макітру, бажав: «Нехай вам Бог дає, щоб тая макітра та була у вас завжди повна» [6].

Для продажу товару важливою була спритність та ініціативність продавця. Наприклад, крамар на одному з містечкових ярмарків став очевидцем способу заманювання покупця до товару. Продавець-єврей крутився навколо покупця, потім хапав шапку, накидав її на чоловіка, потім – і кожуха йому на плечі. А сам то збоку, то ззаду, то спереду, то прискакував, то відскакував, обсмикував та обтягував. Після чого повертав чоловіка та приказував, вихваляючи, що немає кращого на світі краму. Десь вихоплював дзеркальце, плював на нього, обтирав рукавом, приказуючи: «А бач, як хороше! На тебе всі люди дивляться» [2]. Така поведінка була традиційною для продавців-євреїв, і це позитивно впливало на хід торгівлі: покупець таки купував товар.

Ефективність торгівлі часто залежала від того, як продавець умів похвалити свій товар, як вправно закликав покупця до свого товару. Гончар вихваляв вироблений ним горщик: «Цей горщик сам тобі зварить борщик! Хочеш купиуй, а хочеш – бий, ярмарок близько!» або, наприклад, продавець кобили: «Подивись, яка добра кобила! День біжить, три дні лежить, море перескочить. Хвоста не змочить!»; продавці солодошів: «Триндинди, коржі з маком, а хоч і з таким, то їж із смаком!», «Налітай, покупець, як не злодій і скупець» [18, с. 330]. Такі примовки можна було чути звідусіль, а хаотична ярмаркова атмосфера спонукала до торгів.

Кравці, продаючи на ярмарках шапки та картузи, пропонували їх покупцеві, обертаючи швидко шапку на лівій руці і побиваючи її палицею [10, с. 12]. По-перше, такі обертальні рухи привертала увагу покупців, а по-друге, – давали змогу продемонструвати товар з усіх боків, показати правильність форми виробу.

Те, яким чином вибирали та оглядали скриню на ярмарку в с. Кошепетівка Катеринославської губернії, описує Л. Орел. Покупці – чоловік та жінка – по кілька разів підходили до скрині, яка їх зацікавила, ретельно її розглядали, особливо звертаючи увагу на залізні завіси (аби вони були міцними), випробовували на дзвінкість замок, а колеса – на пружність та стійкість, і загалом оглядали її зовнішній вигляд, красу розмальовок [13, с. 281–282]. На ярмарку в с. Котівка по-

тенційні покупці скрині висували такі вимоги щодо конструкції виробу: щоб скриня була на чотирьох колесах, щоб усі кутки в неї були скріплені залізними пластинами, щоб всередині був невеличкий прискринок для ниток, голок, наперстків та намиста, щоб спереду були дві залізні петлі для вислого замка. Покупці, обдивившись її ззовні, заглядали всередину, нахилили її то на один бік, то на інший, ставили на ноги. Торг зазвичай розтягувався на дві-три години. Куплена скриня, яку котили ярмарковим майданом її нові власники, привертала до себе увагу ярмарчан. Вони спинялися, оглядали її з усіх боків, милувалися фарбами, хвалили намальовані на ній квіти, бажали майбутній молодій стільки щастя, скільки могла вмістити в собі скриня. Коли господарі прикочували її додому, їх біля воріт зустрічали сусіди, які теж оглядали її з усіх боків, примовляючи: «Оце скриня, так скриня! Тепер тобі, Марійко, сподіватися жениха тільки королевича» [3]. Отже, до вибору скрині на ярмарку ставилися особливо відповідально, адже вона готувалася та підбиралася на посаг дівчині, яка була на виданні, і мала неабияке значення у весільній обрядовості. Покупка та доставка скрині додому була урочистою подією в житті українського селянина.

З особливою увагою підходили і до вибору діжі. Вважалося, що для того, щоб завжди був добрим хліб, потрібно було купувати діжку, а не діжуха. У народі казали: «Діж, то хліба не їж». Щоб визначити «стать», брали пальцями за клепку і казали «діжун», потім за наступну – «діжка», і таким чином перебирали всі клепки, якщо остання клепка буде «діжка», то це – діжка [5; 11, с. 415].

У ярмарковій торгівлі існували такі поняття, як продати «на пропало» і «по-свідомому». Якщо покупець обирав купівлю за першим типом, то він не мав права на повернення товару. Ціна при цьому була нижча. У другому ж випадку покупець міг повернути товар, але в цьому разі він платив вищу ціну. Зазвичай покупець, щоб не повертати товар, уважно його розглядав під час купівлі [18, с. 180–181].

Під час вибору та купівлі товару проявлялися риси вдачі українців. Українець, перш ніж щось купити, дуже ретельно роздивлявся товар, який його зацікавив. Так, за свідченням П. Чубинського, укра-

їнський селянин надзвичайно оригінально випробував косу: «Стукав нею і слухав звук, мацав пальцем лезо по всій довжині, плював на прут коси і клав соломинку: як коса добра, то соломинка обернеться навколо прута». Існували навіть окремі знавці з вибору кіс. За допомогу їм виставляли могорич. Російським купцям, як зазначав той же П. Чубинський, навпаки, не подобався тривалий процес вибору коси. Тому на ярмарку часто можна було стати свідком сцен, коли російський купець кричав на «хохлів» за те, що вони довго «возилися», вибираючи косу. Українець натомість відповідав: «Якого біса розкричався. Авжеж ти приїхав торгувати? Дивись який! Авжеж треба роздивитися попереду, та тоді купувати, щоб не прийшлося потім так, як-от кажуть: бачили очі, що купували: тепер плачте, хоч повилазьте» [14, с. 90]. Також у народі говорили: «Хто купує, той мусить мати сто очей, а хто продає, тільки одне» [15, с. 125]. Досить широке побутування цих прислів'їв є підтвердженням того, що український народ до вибору товару на ярмарку ставився з особливою відповідальністю та ретельністю.

Під час продажу тканин на ярмарку мірою визначення довжини інколи був аршин, так, наприклад аршин полотна коштував злот і п'ять грошей. Селянці-крамарці на ярмарку в Кам'янці-Подільському (відбувся 7 липня, народна назва – «Іванець») замість аршина слугувала рука – від пальців до середини грудей. Проте таке визначення міри було недосконалим. Підтвердженням цього є випадок на тому ж ярмарку: єврей, купуючи шматок полотна, наполягав, щоб полотно під час відмірювання щільно прилягало до тіла продавщиці. Наївна селянка не заперечувала, але завдяки пишним її грудям аршин виходив занадто великим [8, с. 44].

Цікавий спосіб визначення та встановлення ціни за один аршин полотна на початку ХХ ст. був зафіксований на Звенигородщині (Київська губернія). У народному оповіданні про ставлення простого люду до крамарів наведено приклад купівлі у крамаря полотна. Перш ніж купити товар, покупець перебирав до п'яти колодок матерії, вибираючи найгарніше та найміцніше полотно. Уподобавши товар, він запитував ціну, знаючи наперед,

що вона буде удвічі вищою. У відповідь на запропоновану ціну покупець називав удвічі меншу, накинувши 5 коп., усвідомлюючи те, що 5 коп. буде достатнім наваром для продавця. Після отримання взаємної згоди, відбувалася купівля товару. Увесь цей час за торгом спостерігав натовп людей, які надалі купували матерію вже за ціною, погодженою ще з першим покупцем. Покупцю-українцю подобався крамар, який відпускав на кілька вершків більше тканини. Водночас продавець намагався догодити йому, оскільки добре знав, що тоді українець ще не раз прийде купувати саме до нього [1].

З наведеного прикладу придбання тканини на ярмарку стає очевидним той факт, що ціна товару могла змінюватися. У цьому випадку перший покупець встановлював вартість товару, і наступні покупці, бачивши, за яку ціну було придбано крам, наполягали на ній для себе.

Як правило, продавець виставляв ціну вищу за реальну вартість товару. Тому торг на ярмарках завжди був доречним і звичним явищем. Недаремно в народі було поширене прислів'я: «Завжди на ярмарку знайдеш двох дурнів: один дорого просить, другий дешево дає» [16, с. 50].

Траплялися й випадки, коли покупцю вдавалося значно знизити ціну. Тоді торг тривав дуже довго. Так, на ярмарку у Студениці Подільської губернії чоловік з вельми поважним виглядом підходив до продавців, спокійно прицінювався до товарів, пропонував неможливо низьку ціну, відходив, отримавши відмову, потім знов повертався, набавляв півгроша – і так по колу, доки йому не вдавалося таки купити бажане за безцінок [12, с. 69].

Однією з особливостей характеру українців було те, що під час купівлі вони полюбляли поторгуватися. Народні прислів'я є підтвердженням цього: «Чи купив, чи не купив, аби поторгуватися», «Купив не купив, а поторгуватися зумів» [15, с. 125]. На думку М. Сумцова, ця схильність українця зумовлена, з одного боку, обмеженістю у грошових засобах, а з другого, – звичаї торгуватися беруть витоки ще з давніх часів, коли торгові угоди укладалися виключно між людьми з різних племен, незнайомих один з одним і навіть ворогуючих між собою. Під час торгівлі потрібно було не тільки сторгуватися, але й більше дізнатися про осо-

бу продавця чи покупця, його походження та рід діяльності. Під час такого діалогу учасники торгу спілкувалися на віддалені теми, викурюючи не одну люльку, випиваючи багато чаю, і лише час від часу випадково торкалися предмета угоди. Таким чином у момент торгу відбувалося налагодження контакту між його учасниками, що мало позитивно вплинути на результат та умови торгової угоди [17, с. 52–53].

Під час торгу між українцями часто продавець погоджувався на ціну, яку пропонував покупець. У народі казали: «Ну, та карбованець, кажуть не гроші, аби чоловік був хороший: витягайте копійку та й несіть свистуна вашому хлопчикові, нехай же він добре свистить та згадує гончаря Окару» [4].

Ярмарок, як загальноукраїнське традиційне явище, був місцем побутування народних звичаїв, пов'язаних з процесом торгівлі на ярмарковій площі. Народні звичаї другої половини XIX – початку XX ст., що стосувалися купівлі-продажу ремісничої продукції, найбільш яскраво простежувалися на прикладі торгівлі гончарними виробами, які були важливою категорією товарів на ярмарку, зокрема, глиняним посудом – макітрами, горщиками тощо, а також одягом і тканинами (полотном). Традиції продажу одягу містили прийоми примірювання, наприклад, кожуха, шапки чи картуза на покупця. З особливою ретельністю підходили українці до придбання діжки та скрині, які були важливими атрибутами хатнього начиння і мали певне символічне значення. Варті уваги зафіксовані дослідниками факти нестачі вартості товару та маніпулювання ціною покупцем і продавцем.

Важливим для торгу було дати гарну характеристику товару. До цього прийому вдавалися всі продавці, аби привернути увагу покупця. Метою покупця було знайти недоліки в товарі, аби збити ціну на нього. Вартість товару, який виставлявся на продаж, не була сталою. Зазвичай встановлювалася значно завищена ціна, і покупець витрачав чимало часу, аби її збавити. Нова знижена ціна часто ставала остаточною для наступних покупців, які були свідками її зменшення. Окремо варто відзначити той факт, що під час проведення ярмаркових ритуалів купівлі-продажу різних товарів досить чітко виявлялися особливості проведення торгових операцій

українцями. При входженні українців у торгівлю зносини з продавцями інших національностей (євреями, росіянами, циганами) яскраво та колоритно проявлялися риси їхньої ментальності. Простежуючи поведінку українців під час торгівлі на ярмарку, які поставали в ролях покупців та продавців, можна доволі чітко виокремити типові риси характеру, притаманні саме їм: несхильність до надмірного збагачення, що породжувало в низці випадків певну інертність та пасивність у торгівлі; чесність, порядність при веденні торговельних справ; уважність, ретельність, які виявлялися при купівлі товару. Ці риси національного характеру українців, які визначали їхню поведінку під час торговельної діяльності, пов'язані з менталітетом українського народу в цілому.

Джерела та література

1. Архів Інституту рукопису Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського (далі – Архів ІР НБУВ), ф. XXXVI, спр. 142, арк. 125–126. Арх. А. Кримського. Оповідання про звичаї на Звенигородщині. Початок XX ст.
2. Архів ІР НБУВ, ф. I, спр. 46989, арк. 2. Нечуй-Левицький І. Ярмарок (оповідання кравця).
3. Архівні наукові фонди рукописів та фонозаписів Інституту мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського (далі – АНФРФ ІМФЕ), ф. 8. Фонд Д. Яворницького, к. 2, од. зб. 7. «Український простолод в його творчості». Ч. V. Збірка записів оповідального жанру українською мовою, проведених на Дніпропетровщині, Харківщині, Херсонщині, Полтавщині, Київщині, Одещині від В. Котляренка, Г. Кулинич, С. Сердюкова, О. Васильченка, У. Ярмоленко, І. Костюка, Я. Гармаша, П. Лищика та ін. в 1870–1939 рр. (Селянський ярмарок у с. Котівка), арк. 180–180 зв.
4. АНФРФ ІМФЕ, ф. 8. Фонд Д. Яворницького, к. 2, од. зб. 7. «Український простолод в його творчості». Ч. V. Збірка записів оповідального жанру українською мовою, проведених на Дніпропетровщині, Харківщині, Херсонщині, Полтавщині, Київщині, Одещині від В. Котляренка, Г. Кулинич, С. Сердюкова, О. Васильченка, У. Ярмоленко, І. Костюка, Я. Гармаша, П. Лищика та ін. в 1870–1939 рр. (Селянський ярмарок у с. Котівка), арк. 176.
5. АНФРФ ІМФЕ, ф. 16, од. зб. 72, арк. 10. Журнал «Етнограф». № 6. 1923 р. м. Житомир.

6. АНФРФ ІМФЕ, ф. 8. Фонд Д. Яворницького, к. 2, од. зб. 7. «Український простолод в його творчості». Ч. V. Збірка записів оповідального жанру українською мовою, проведених на Дніпропетровщині, Харківщині, Херсонщині, Полтавщині, Київщині, Одещині від В. Котляренка, Г. Кулиничча, С. Сердюкова, О. Васильченка, У. Ярмоленко, І. Костюка, Я. Гармаша, П. Лищика та ін. в 1870–1939 рр. (Селянський ярмарок у с. Котівка), арк. 175.

7. *Василенко В.* Местечко Опошня Зеньковського уезда Полтавской губернии : Статистико-економічний очерк / В. Василенко. – Полтава : Изд. Полтавского губ. стат. комитета, 1889. – 40 с.

8. *Гросуль-Толстий П. Л.* Очерки Юго-Западного края. / П. Л. Гросуль-Толстий – Санкт-Петербург, 1873. – 65 с.

9. *Максим Горький.* Ярмарок в Голтві // *Максим Горький.* Твори : у 16 т. – Київ : Держлітвидав УРСР, 1952. – Т. 2 : Повісті, оповідання, нариси, вірші. 1896–1900. – С. 59–70.

10. Матеріали для дослідження Подольської губернії в статистических і хозяйственных отношениях. Сведения, сообщенные б. Председателем Литиского Мирowego Съезда князем Н. Н. Голицыным. – Каменец-Подольский, 1873. – 226 с.

11. *Милорадович В. П.* Сільський ярмарок в Лубенщині. (З сільського життя) / В. П. Милорадович // Сборник Харьковского

историко-филологического общества. – Харьков : Типография «Печатное Дело», 1909. – Т. XVIII. – С. 412–418.

12. *Мельник К.* Путевые очерки Подолия / К. Мельник // Киевская старина. – 1884. – Т. 10. – № 9. – С. 53–81.

13. *Орел Л.* Ярмарок / Лідія Орел // Українська родина: Родинний і громадський побут : навч.-методичн. посібник для вчителів та викл. народ-ва / [упоряд. Лідія Орел]. – Київ : Вид-во Олени Теліги, 2000. – 422 с.

14. *Павло [Чубинський П.]*. Ярмалок у Борисполі / Павло // Основа. – 1862. – № 7. – С. 89–92.

15. *Пазяк М. М.* Прислів'я та приказки / [упоряд. Пазяк М. М. ; редкол. М. М. Пазяк (голова) та ін.]. – Київ : Наукова думка, 1991. – Кн. 3 : Взаємини між людьми. – 440 с.

16. *Стельмах М. П.* Вибрані твори : у 2 т. / М. П. Стельмах. – Київ : Український письменник, 2003. – Т. 2 : Повісті: Гуси-лебеді летять... – 266 с.

17. *Сумцов Н. Ф.* Продолжительность разговоров до совершения торговых сделок / Н. Ф. Сумцов // Культурные переживания. – Киев : Типография Г. К. Корчак-Новицкого, 1890. – С. 52–53.

18. *Супруненко В. П.* Ми – українці. Енциклопедія українознавства : у 2 кн. / В. П. Супруненко. – Дніпропетровськ : ВАТ «Дніпрокнига», 1999. – Кн. 1. – 412 с.

SUMMARY

The article is devoted to the problem of the fair as a traditional Ukrainian general phenomenon. Traditionally it is known as the site of folk. It is associated with the process of trading. Folk customs include the sale of craftsmen products at Ukrainian fairs in the late nineteenth – early twentieth century. The sale of potteries has been the most usual phenomenon at the fair, including earthenware crockery – a large pot, pots and other things, as well as clothing and fabric (linen). Traditions to sell clothes, such as sheepskin coat, caps and so on, contain fitting techniques. Ukrainians have carefully chosen tubs and boxes as important attributes of household utensils with some symbolic meaning. It is necessary to note that the researchers have documented the facts of price inconstancy and manipulation.

A good description of the goods is an important precondition for a bargain used by all sellers to attract attention of the buyers. The aim of the last one is to find a defect in the article and cut its price. The price of the commodity is not constant. Usually it is too high, and the buyer spends plenty of time trying to decrease it. The reduced price often becomes the final one for customers who have witnessed its decline. We should also note the fact that the fair rituals of different goods sale clearly display the peculiarities of Ukrainian trading. Ukrainian commercial connections with the representatives of other nationalities (Jews, Russians and Gypsies) reflect bright and colorful features of the Ukrainian mentality. Studying the Ukrainians behaviour during the fair by way of example of buyers and sellers one can quite clearly distinguish the typical traits peculiar to them, like the absence of a tendency to over-enrichment, that causes in some cases a certain inertia and passivity in trade; honesty in commercial affairs; attentiveness, diligence, which is proved when buying goods. These features of Ukrainian national character determining behaviour during trading activities are concerned to the mentality of the Ukrainian people as a whole.

Keywords: fair, folk customs, buying – selling, seller, buyer, goods, price.