

*Т.С. Водотика
(м. Київ)*

**СОЦІАЛЬНА ЦІНА ТА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ:
ПІДПРИЄМНИЦЬКА БЛАГОДІЙНІСТЬ
у другій половині ХІХ ст.**

У статті висвітлюються форми і методи підприємницької благодійності в умовах руйнування цінностей традиційного суспільства та формування системи пріоритетів індустріального. Розкрито проблему становлення соціальної відповідальності підприємництва.

Ключові слова: *благодійність, соціальна відповідальність, соціальна ціна, підприємництво, місто, модернізація, цінності.*

Актуальність теми розвідки лежить у площині необхідності розуміння взаємозалежності бізнесу та суспільства, формування усвідомленої соціальної відповідальності у представників сучасного українського бізнесу. Тема благодійності представників підприємництва до 1917 р. значною мірою була поза увагою істориків. Нині ж інтерес до теми повертається, хоча тональність висвітлення її є досить однобокою.

Відтак, метою студії є проаналізувати ступінь усвідомлення соціальної ціни модернізаційних процесів у містах підросійської України підприємцями та розуміння власної соціальної відповідальності.

Як уже згадувалось вище, тема благодійності є традиційним історіографічним сюжетом. Утім, серед праць як російських, так і українських істориків домінує наголос на позитивному значенні благодійності підприємців та наголос на позитивних рисах цього суспільного тренду тих часів. Тема благодійності створює широке поле для дослідницької діяльності. Російський сегмент історіографії теми представлений археографічними виданнями¹, ґрунтовними публікаціями методологічного спрямування², підручниками³. Українська історіографія не менш різноманітна. Так, різними аспектами благодійності та меценатства займались О.М. Донік, А.В. Нарядько, Ф.Я. Ступак, С.Г. Закірова тощо⁴. Є роботи, присвячені окремим благодійникам⁵, узагальнюючі праці з теми⁶, праці, присвячені регіональному чи етнічному вимірам доброчинності⁷. Попри розмаїття інтерпретацій теми, часто благодійність ототожнюється із соціальною відповідальністю, наголошується на внеску підприємців-благодійників у зменшення соціальної ціни модернізаційних процесів була відчутною.

Ще раз відзначимо, що у дослідженнях зазначеної тематики як російських, так і українських істориків, помітною є ідеалізація підприємців, надмірний акцент на благодійництві. Безперечно, не можна недооцінювати внеску підприємницьких кіл у еволюцію соціокультурного простору, зміни освітнього та

інфраструктурного ландшафту міського середовища міст підросійської України. Свідомі й активні підприємці витрачали значні кошти та не шкодували зусиль для вирішення справді гострих і болючих проблем, породжених руйнуванням традиційного суспільства. Але виходячи з риторики більшості названих робіт, вимальовується справді ідеальний підприємець, який турбувався лише про організацію чергової школи чи лікарні, чи бібліотеки. Інший бік благодійності — кошти, зароблені важкою працею не лише самого підприємця, а і його робітників, часто заплямовані кров'ю робітників, яких задешево вербували на заводи, нехтуючи безпекою, — часто не приймаються до уваги. Це приклад історії «від супротивного» — еволюція риторики від демонізації реакціонерів капіталістів до ідеалізації підприємців як носіїв прогресу.

Проте все частіше дослідники наголошують на прагматичних мотивах благодійності. Характерною і показовою є оцінка благодійницької діяльності родини Терещенків О.М. Доніком: «Терещенки були типовими представниками тогочасної соціально-економічної системи..., посилювали економічну могутність Російської імперії, створювали для неї авторитет..., експлуатували трудящих, примножували свої багатства... Таким чином, вони становили міцну, здорову та стабільну економічну силу суспільства»⁸.

Отже, піонери меценатства та благодійності постають у першу чергу як творці себе, власного багатства логічним, а втім, не менш прийнятним шляхом, — нещадною експлуатацією вчорашніх селян. Багатство стало пропуском у вищі кола суспільства, а благодійність — пунктом життєвої програми. Праця робітника створювала прибуток, мізерний відсоток якого підприємець витрачав на благодійність.

Історична еволюція взаємовідносин підприємництва з суспільством вкладається у схему «благодійність — етика служіння — етика відповідальності». Остання оцінюється як найвища форма етичної свідомості підприємця. Саме етика відповідального бізнесу здатна пом'якшити труднощі перехідних етапів та зменшити соціальну ціну модернізації. Благодійність — перший крок на цьому довгому і складному шляху осмислення себе та своєї місії представниками підприємницького прошарку⁹.

Етика служіння й етика відповідальності співвідносні з традиційною та модерністською парадигмами культур. Діяльність підприємця небездоганна з погляду моралі традиційного суспільства. Але вона органічно вбудована у вищий порядок, зберігається відчуття своєї приналежності йому. Відносини підприємця та його партнерів, клієнтів, найманих працівників будуються за патерналістськими принципами, де міжособистісні відносини можуть бути більш важливими за економічну доцільність та зобов'язують до моральності, а релігійність спонукає до милосердя. Для буржуа «старого стилю» зберігають значення релігійні, моральні, соціальні цінності, відчуття спільності долі зі своїми співвітчизниками. У традиційних суспільствах діяльність підприємця піддається контролю та навіть обмеженням. Особисте збагачення передбачає певні зобов'язання, які, власне, стимулюють благодійництво, меценатство тощо. Традиційна картина світу, за якою людина як їхня складова пов'язана із суспільством як

цілим саме етикою служіння та зобов'язаності, передбачає інкорпорованість підприємництва в соціальне та культурне життя, прагнення проявити себе у соціально значимих сферах — релігійне життя, освіта, культура, наука. Таким чином, в основі етики служіння підприємництва суспільству — космоцентрична традиційна парадигма культури в цілому. Підприємець традиційного суспільства ще може поступитись власними діловими інтересами, побоюючись у душі громадського засудження чи «кари Божої». Тому він витрачає значні суми на церкву, благодійність, приймає фінансову участь у певних громадських ініціативах, вкладає кошти у благоустрій міста, наприклад, фінансує культурні й освітні ініціативи. У кінцевому підсумку, підприємець залежний від суспільства. Якість виробів і прибуток залежить від лояльності та чесності найманих працівників, прихильності місцевої влади, навіть інтересів місцевої громади. Тож ухилитися від чергової пожеготи — великий ризик.

По мірі становлення індустріального суспільства соціальний устрій став розглядатися вже не продовження порядку космічного, а як встановлений людьми порядок, продукт «суспільного договору». Відтак, соціальні статуси та ролі, зобов'язання і закони мають бути оцінені, обговорені й, за необхідності, замінені на більш досконалі. Така парадигма мислення на Заході призвела до заміни етики зобов'язання етикою відповідальності. Остання підкорювала особистість не вічним та беззаперечним цінностям, а ситуативним цілям, інтересам, нормам. Утвердилося уявлення про духовні та моральні цінності як суто інтимну справу. Підприємець діє на свій ризик, приймаючи на себе всю повноту моральної відповідальності за свої вчинки. На першому плані — не особиста моральність, а відповідальність за вчинене. Служіння як етична парадигма зв'язків між особистістю та суспільством стає факультативною, на зміну приходять формальні зв'язки, регульовані етично нейтральними принципами (наприклад, правом). Якщо підприємець традиційного суспільства виробляє і продає ті товари й послуги, які є конче необхідними, то підприємець індустріальної доби багато в чому сам формує попит і сам же його задовольняє. Відносини бізнесу та суспільства розглядаються як контракт, за яким підприємництво виконує певні функції (виробляти товари та послуги, створювати робочі місця).

До середини XIX ст. імперське підприємництво (купецтво) не виходило за межі традиційної станової етики. У цьому контексті й вирішувалось питання про обов'язок перед суспільством та соціальне служіння. По мірі інтенсифікації капіталістичного індустріального розвитку підприємництво претендувало на все більший вплив і включало у сферу своїх ділових інтересів все ширші прошарки населення та соціальні сфери.

Але що більший соціальний резонанс викликала ділова активність, то більшим був опір суспільства. Адже воно залишалось традиційним і сприймало етику служіння як надважливу цінність. Моральний тиск суспільства на купецтво (підприємництво) спонукав його вживати заходів для підвищення свого соціального статусу і престижу. Цей фактор визначив захоплення імперського підприємництва благодійництвом. Це не наслідок особистих філантропічних схильностей, не прояв любові до ближнього, а лише факт ствердження свого

служіння, демонстрація і доказ суспільної користі та значимості приватних капіталів. Сфера служіння була поза сферою професійної діяльності підприємця. Це свідчить про те, що економічні успіхи не сприймалися суспільством як цінність, не вважалися успіхом взагалі. Філантропія та меценатство мали символічний характер, виконуючи роль свого роду повідомлення підприємців суспільству. Його зміст — підприємництво живе із суспільством однаковими настроями, поділяє його тривоги і турботи, готове допомогти й підтримати нужденних, захоплюється тими ж ідеями та має ідентичні цінності¹⁰.

Визначивши загальний тренд, можемо розглянути детальніше мотиви благодійності, які можуть бути найрізноманітнішими.

Значну роль відігравали афективні мотиви, що походили від різних емоційних станів. Частину благодійних акцій можна пояснити слідуванням приписам християнства. Релігійна складова свідомості та бажання потрапити до кращої частини кращого із світів спонукала підприємців виділяти кошти на спорудження храмів та допомогу знедоленим. У переважній більшості, вийшовши з низів, представники буржуазії зберігали традиції та релігійність. Становлення індустріального суспільства ще не надто змінило бажання піклуватися про власну душу шляхом богоугодних справ.

І тим не менш, ціннісні орієнтації підприємництва зазнавали змін. На перший план виходить особистий успіх, потреба в самореалізації, повазі, авторитеті в суспільстві. Відтак, додався мотив домінування та самоствердження. Нова соціальна роль підприємництва вимагала від них таких дій, які б не лише викликали суспільний резонанс, отримували беззаперечне визнання від суспільства, а й відповідали груповим інтересам власне підприємництва. А ці інтереси полягали у прагненні відігравати домінуючу роль у громадському, а згодом і політичному житті суспільства. Комерційний успіх часто підкреслювався розмахом благодійності. Одна з важливих сторін соціалізації особистості — спостереження за поведінкою інших людей. Приклади благодійності одних підприємців були стимулами для інших. Сучасники не раз відмічали, що підприємці ніби конкурували між собою розмахом благодійних акцій.

В ієрархії ціннісних диспозицій до цінностей найвищого рівня відносяться прагнення робити добро, мотив піклування. У сучасній психології мотивації цей тип поведінки прийнято вважати просоціальним. Особливість мотивації цього роду полягає в тому, що вона заснована на усвідомленні суспільного значення своєї діяльності, відчутті обов'язку перед суспільством. І в такій мотивації визначається найвищий сенс благодійності — добровільність, безкорисність, усвідомленість¹¹. Вочевидь, благодійність не усіх підприємців імперської доби досягла цього рівня.

Індивідуальні пожертви, членство в благодійних організаціях були засобом досягнення офіційного й суспільного визнання, підвищення авторитету власного імені та іміджу родини чи з метою реклами. Нерідко участь у добродійній діяльності була формою задоволення пихи й амбіційності ділової людини, а меценатство, колекціонування творів мистецтва мотивувалося бажанням утвердити в очах оточуючих високий стандарт життя, перейняти від придворного

світу атрибути аристократизму¹². Характерним прикладом є спосіб життя родини Харитоненків. У помісті в Наталіївці працювали близько 5 тис. осіб. Господарство було в «зразковому порядку», писав скульптор С.Т. Коненков, який на замовлення Харитоненка місяць працював у Наталіївці: «Життя, як у раю!». І поряд із цим: «Мільйони рублів, зароблені важкою працею гноблених робітників»¹³.

Влада високо цінувала зусилля благодійників як додаткове джерело фінансування державних ініціатив, стимулюючи цей процес відповідними атрибутами (звання, чини, посади, нагороджувалися орденами, членство у штаті Імператорського людинолюбного товариства, Відомства установ імператриці Марії та інших об'єднань, які перебували під опікою царської родини, набували статусу державних службовців тощо).

Як згадує генерал Олександр Мосолов про прийоми часів Миколи II: «Великая княгиня (Мария Павловна) знала свое «ремесло» в совершенстве. ... Ее Рождественские базары в залах Дворянского собрания затмевали все другие благотворительные затеи. Ей удавалось собирать значительные суммы, привлекая на свои приемы лиц богатых, которые по своему рождению и положению в обществе не имели бы доступа в высшие его слои и охотно открывали свои кошельки, чтобы отблагодарить Марию Павловну за гостеприимство...»¹⁴. Безперечно, увага членів царської родини була найкращим стимулом для підприємця.

Розмах благодійності був покликаний до життя не лише бажаннями та мотивами самих підприємців, а й нагальними проблемами. Про це свідчить і те, що у першій половині XIX ст. благодійників було не так і багато, але протягом другої половини століття, а надто після реформ 1860–1870-х рр., кількість жертводавців збільшилась. Помітним явищем другої половини XIX ст. було створення перших благодійних товариств. Це надало благодійній діяльності більш стабільного та постійного характеру, дозволяло акумулювати більше коштів та зберігати анонімність за потреби¹⁵. Якщо до 1861 р. благодійні товариства були лише у восьми містах імперії, то на рубежі XIX–XX ст. мало яке місто не могло похвалитись наявністю місцевого осередку благодійності. Стало «прийнято» думати про долю ближнього, усвідомлювати відповідальність перед суспільством¹⁶.

Сукупність проблем, породжених модернізацією, зростанням міст і великих підприємств, була очевидною. Урбанізація мала своїм логічним наслідком, зокрема, маргіналізацію частини прийшлого сільського населення. Вчорашній селянин не завжди міг знайти себе у місті. А відтак, він поповнював ряди груп ризику — хворих на туберкульоз та інфекційні хвороби, алкоголіків, злочинців тощо¹⁷.

Характерним прикладом є Катеринослав. Між 1887 р. — роком відкриття Брянського заводу, та 1904 р. населення Катеринослава потроїлося — з 47 до 156 тис. На початок XX ст. статистика нараховувала 40 тис. робітників у місті та приміських заводських районах. Різке збільшення кількості населення при нерозвиненій інфраструктурі серйозно погіршило епідемічну ситуацію. Кате-

ринослав потрапив до переліку міст з найвищим рівнем смертності. Мігранти ставали як поширювачами, так і жертвами епідемічних та венеричних хвороб. Наплив населення підвищив рівень злочинності. У 1898–1906 рр. Катеринославська губернія стала другою за кількістю вбивств (після Санкт-Петербурзької) і першою за згвалтуваннями¹⁸.

Особливо непоблажливою урбанізація виявилася до жінок. Як писав один з кореспондентів місцевої газети у 1912 р.: «Екатеринослав, как город с чрезвычайно развитой торговлей и промышленной жизнью, является для многих тысяч бедняков притягательным центром. Сюда стремятся, в буквальном смысле слова, со всех концов необъятной России... Но разумеется Екатеринослав не в состоянии дать кусок хлеба всем чающим здесь его получить и многие, очень многие остаются не у дел»¹⁹.

Поширювалась ситуативна проституція, що зростала при скороченні робочих місць на заводах. Таємні притони розпусти поповнювалися за рахунок жінок, які приходили до міста у пошуках кращої долі, а зрештою опинялися перед дилемою: «либо помирать с голоду где-нибудь в лачуге, нанятой на Чечелевке за последние гроши, либо махнуть на все рукой и послушаться советов разных факторш и комиссионеров гостиниц»²⁰.

Водночас, була свого роду піонером у проявах соціальної відповідальності. Модерні галузі економіки вимагали значних витрат на безпеку та більш-менш гідне становище робітників. Так, витрати промислових підприємців Катеринославської губернії на медичну допомогу працівникам у 1900 р. у середньому по всіх галузях виробництва становили 35% загальноукраїнських витрат промисловців на ці потреби. На медичне обслуговування одного робітника у середньому катеринославські підприємці витрачали 5,21 руб., що у 1,5 раза більше, ніж аналогічний показник по всій Україні — 3,44 руб. А у металообробній галузі промисловості Катеринославської губернії медичні витрати на одного робітника становили 6,44 руб.²¹

На з'їзді гірничопромисловців Півдня Росії у 1881 р. було висунуто ідею створення Товариства допомоги робітникам гірничої галузі, яке почало діяти з 1884 р. Деякі підприємці заключали угоди зі страховими компаніями про страхування своїх робітників у разі нещасних випадків, зменшуючи таким чином частину власних соціальних витрат. Так, завод Гартмана у 1898–1899 рр. мав угоду з Товариством «Росія», а у 1902–1903 рр. — зі страховою компанією «Саламандра»²².

Частина підприємницького прошарку розуміла, що від їх зусиль залежить загальний рівень соціального партнерства. Це мало своїм наслідком зміщення вектора благодійництва у бік розвитку освіти, медичного обслуговування, вирішення проблем благоустрою, дешевого житла та харчування, медичної допомоги незахищеним верствам населення, тобто намагалися застосовувати комплексний підхід. Проблеми міських низів потребували не просто разових пожертв, а щоденної різноманітної роботи, залучення не просто бажаючих допомогти, а часто професійних адміністраторів та організаторів, створення штату лікарів, учителів, побудови відповідної інфраструктури. Масштаб проб-

лем жителів індустріального міста створював широке поле для благодійної діяльності. Врешті, кожен міг долучитись до доброї та корисної справи. Але виділитись із маси бажаючих купити квіточку на благодійному аукціоні було все важче. Відтак, деякі підприємці намагались мислити глибше та давати якомога більше.

Яскравим прикладом у цьому плані була діяльність родин промисловців та землевласників Терещенків і Харитоненків, які жертвували на потреби суспільства мільйони рублів. Насамперед це стосувалося міст, в яких вони зросли як підприємці, — Глухів та Суми. На початку XX ст. завдяки піклуванню цих добродійців міста перетворилися на впорядковані, забезпечені інфраструктурою міста²³.

На посаді директора підприємства Харитоненко швидко усвідомив нові віяння часу. З кінця 1890-х рр. він повернувся обличчям до питань соціальної опіки робітників. Ще за 5 років до обговорення й ухвалення закону від 1 червня 1903 р. про страхування від нещасних випадків, він запровадив на своїх заводах і в маєтках систему страхування від травматизму для робітників і службовців. Це мало забезпечити засоби для існування тим сім'ям, годувальник яких міг постраждати або загинути внаслідок нещасного випадку на виробництві. Якщо сім'я втрачала єдиного годувальника, то вона отримувала право на одноразову страхову виплату в розмірі близько 2 тис. руб. Окрім медичного забезпечення метою діяльності, що об'єднала всіх підприємців незалежно від їхнього етнічного походження, стало поліпшення професійної освіти. З ініціативи П.І. Харитоненка до статуту «Комерційного зібрання» міста Суми в 1902 р. було включено параграф, який зобов'язував членів сплачувати 5% від загального обігу у фонд для заснування комерційного училища, відкриття якого відбулося в 1913 р.²⁴

Маємо підстави говорити про благодійність як форму інвестицій. Мова йде про усвідомлення прямого зв'язку між освіченістю, соціальною захищеністю робітника та якістю його праці. Важливе значення для збільшення обсягів промислового виробництва має створення стабільного колективу працівників, певна турбота про соціальний настрій у робітничому середовищі. Прагматичний бік благодійництва напряду пов'язувався з промисловою діяльністю. Вона стала ознакою еволюції взаємовідносин між підприємцями та робітниками, притаманна новому капіталістичному порядку. Приходило розуміння того, що успіх справи залежав від можливостей робітників, умов їх життя. При підприємствах створювались лікарні, амбулаторії, денні притулки для дітей робітників, стаціонарні їдальні для персоналу, лазні, робітничі клуби, бібліотеки тощо. Окрема увага приділялась питанням робітничого житла. При високотехнологічних підприємствах з кільказмінною працею постала проблема утримання працівників при виробництві. Спеціально для цього наймалися приміщення, велось приватне спорудження гуртожитків.

Турбота про забезпечення працівників високим рівнем загальних і професійних знань, через ускладнення процесів виробництва та технологічного устаткування, зумовлювало створення купецтвом мережі професійних навчальних

закладів. Це вимагало значних витрат, та все ж підтримка науково-технічних кіл, розвиток закладів освіти, випускники яких ставали провідними спеціалістами на підприємствах, став одним з провідних напрямків підприємницької доброчинності. Кошти, скеровані в сферу освіти, розцінювались підприємцями як найцінніша інвестиція²⁵.

Так, наприкінці 90-х рр. XIX ст. — на початку XX ст. у містах засновуються товариства розповсюдження комерційної освіти, які стали тією організаційною формою, з допомогою якої буржуазія фінансувала цей вид освіти. Завдяки організаційним і фінансовим зусиллям переважно купецьких та інших аналогічних об'єднань у багатьох українських містах до 1917 р. функціонувала мережа комерційних училищ та торговельних шкіл. Підтримуючи організаційні заходи наукової інтелігенції, ділові кола сприяли й становленню в той час в Україні вищої спеціальної освіти. Кошти, надані ними, виявились вирішальним чинником при заснуванні на межі XIX–XX ст. Київського політехнічного, Катеринославського гірничого, Харківського й Київського комерційних інститутів. Спеціальна освіта в підприємницькому середовищі стала визнаватися як фактор, що сприяв якісним змінам в управлінні торговельними закладами й промисловими підприємствами²⁶.

Утім, підприємців цікавила не лише профільна освіта. Вони гостріше за інші верстви населення відчували брак хоча б елементарно грамотних людей. Це спонукало підприємців відкривати не лише спеціалізовані навчальні заклади. Наприклад, школа при заводі Гартмана у Луганську в центрі заводської колонії вирішувала завдання навчати робітників та їх дітей. Навчальний заклад мав водопостачання, каналізацію та парове опалення, і навіть дослідницьку оранжерею²⁷.

Для підприємців-іноземців благодійність мала особливий сенс. З одного боку, це підтримка співвітчизників. Така практика мала місце у середовищі єврейських чи грецьких громад. Так, представники роду Маврогордато провадили багатогранну та різноманітну благодійну діяльність, надзвичайно багато зробили для обездолених одноплемінників²⁸. З іншого боку, благодійні заходи свідчили радше про прагнення «натуралізуватись», а не вирішити реальні проблеми міста.

Одним із значних особистих пожертвувань представником національної меншини у 1900 р. було будівництво Матвієм Маврокордато за власний кошт домової церкви при богадільні Грецького благодійного товариства в Одесі²⁹. При храмі передбачалося влаштування фамільного склепу. Побудувати церкву для поховання власних родичів — приклад такої собі «благодійності в собі та для себе», яка не має нічого спільного із соціальною відповідальністю.

Є й протилежні приклади. Маємо на увазі родину Бродських. Саме у випадку з Бродськими доброчинність виявилася найбільш виграшною стратегією соціальної інтеграції та здобуття соціального визнання. Лише на побудову Київського політехнічного інституту імені імператора Олександра II, який було відкрито в серпні 1898 р., Лазар Бродський надав 100 тис. руб. Міцна позиція Бродського в Києві і за його межами у системі комунікації між центром та

периферією залишалася незаперечною аж до його смерті. Канали та можливості спілкування, твердою основою яких залишався нагромаджений (і майже невичерпний) економічний капітал родини та самого городянина-господарника Лазаря Бродського, мали міський, регіональний та міжрегіонально-національний вимір³⁰.

Ілюстрацією розуміння частиною буржуазії необхідності дбати про громадські інтереси вважаються вже хрестоматійні слова Ізраїля Бродського: «Я даю не тому, що мені хочеться давати, а тому, що я розумію, що треба й необхідно давати». Але ці слова радше свідчать про розуміння глибини соціальних протиріч і негараздів, а також про самотність підприємців у прагненні вирішити ці проблеми. Водночас, участь у добродійній діяльності підприємців стала престижною моделлю публічної активності. Втім, кількісні зміни ще не спричинили змін якісних.

Чи вдалось благодійності досягти бажаних результатів? Маємо визначити, якими були ці бажані результати. Коли говорити про цілі самих підприємців, то їх, вочевидь, було досягнуто. Коли говорити про конкретні міста та їх проблеми, то діяльність благодійників, безперечно, допомагала вирішувати чи пом'якшувати ті чи інші проблеми. Коли ж говорити про глобально-історичний вимір, то благодійництво було приречене на невдачу. Адже жоден підприємець, скільки б він не дав на лікарню чи школу для дітей робітників, не може вирішити проблему повністю. А надто коли держава практично не докладає зусиль до того, аби усунути першопричину проблеми. Схожа ситуація і з робітничим питанням. Яким би не було гідним ставлення конкретного підприємця до своїх робітників, якщо закон і суспільство не засудять за несправний паровий котел, через який загинули робітники, десяток інших підприємців, — робітники у своїй масі будуть невдоволені. А відтак, революція буде неминучою.

Чисельність тих, хто вкладав власні кошти у добрі справи та соціальний розвиток суспільства поступово збільшувалася, але ця тенденція лише набирала свого розмаху. Підприємці чітко усвідомлювали характер своєї співпраці з найманими робітниками і всіляко заважали активному втручання держави у ці відносини, залишаючи головні позиції за собою. Зокрема, Н.Ф. фон Дітмар робив багато добрих справ для своїх працівників, але до кінця свого життя стверджував, що, наприклад, тривалість робочого дня — приватна справа підприємця та його робітника³¹. І такі приклади були непоодинокими. Підприємець вважав себе господарем робітника, а усі благородні вчинки з цієї точки зору виглядають як поблажливість та добра воля.

Є різниця між соціальною відповідальністю (медичний заклад при заводі), інвестицією, яку хибно вважають благодійністю (кошти на комерційне училище), та власне благодійністю (гроші на притулок для сиріт). Модернізація не протікала лінійно, перед суспільством поставало багато складних проблем, поступ вимагав сплачувати пристойну ціну за прогрес. Не всі виявились готовими до цього. Вимогою часу був соціально відповідальний підприємець, а не лише благодійник. Відтак, добродійність могла лише пом'якшити негативні

наслідки руйнування традиційного суспільства. Вирішити ж проблеми могло лише соціально відповідальне підприємництво у кооперації з державою. Благодійність не відповідала глибині та складності існуючих проблем.

Маємо зазначити і негативний наслідок доброчинної діяльності підприємців. Відповідна діяльність вела до підвищення очікувань з боку зацікавлених груп населення. Завищені очікування вели до розчарувань та наростання невдоволення, що з часом вилилось у протестні рухи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

¹ Благодетельность и милосердие: Историко-документальное издание. — СПб.: Пики России, 2000. — 248 с.

² Зарубина Н.Н. Этика служения и этика ответственности в культуре русского предпринимательства / Н.Н. Зарубина // Общественные науки и современность. — 2004. — № 1. — С. 96–105; Мельников С.Л. Благодетельная деятельность провинциального купечества во второй половине XIX века в контексте изменения ценностных диспозиций // Вестник Удмуртского университета. История и филология. — 2008. — Вып. 2. — С. 97–108.

³ Костина Е.Ю. История социальной работы: Учебное пособие. — Владивосток: ТИДОТ ДВГУ, 2003. — 110 с.

⁴ Білоусова Л.Г. Династія грецьких купців Петрококіно в економічному і соціокультурному житті Російської імперії (XIX — початок XX ст.) [Текст]: дис... канд. іст. наук: 07.00.02 / Білоусова Лілія Григорівна; Одеський національний ун-т ім. І.І. Мечникова. — Одеса, 2007. — С. 154–160; Благодетельность и милосердие: Историко-документальное издание; Донік О.М. Родина Терещенків в історії доброчинності. — К.: Ін-т історії України НАН України, 2004. — 314 с.; Його ж. Благодійність в Україні (XIX — початок XX ст.) // Український історичний журнал. — 2005. — № 4. — С. 159–177; Закірова С.Г. Внесок підприємницьких верств Донбасу у соціально-економічний розвиток регіону (1861–1914 рр.) [Текст]: дис... канд. іст. наук: 07.00.01 / Закірова Світлана Геннадівна; Східноукраїнський національний ун-т ім. Володимира Даля. — Луганськ, 2006. — 220 арк.; Зарубина Н.Н. Указ. соч. — С. 96–105; Корнієнко В.М. Благодійність в освітянській галузі Харківської губернії (друга половина XIX — початок XX століть) [Текст]: дис... канд. іст. наук: 07.00.01 / Корнієнко Віра Миколаївна; Харківський гуманітарний ун-т «Народна українська академія». — Х., 2005. — 216 арк.

⁵ Донік О.М. Родина Терещенків в історії доброчинності; Ступак Ф.Я. Благодійність та суспільна опіка в Україні (кінець XVIII — початок XX ст.) [Текст]: автореф. дис. ... д-ра іст. наук: 07.00.01 / Ступак Федір Якович; ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький держ. пед. ун-т ім. Г. Сковороди». — Переяслав-Хмельницький, 2010. — 40 с.; Томазов В. Меценати та благодійники з роду Маврогордато // Спеціальні історичні дисципліни. — К., 2012. — № 20. — С. 47–60.

⁶ Донік О.М. Благодійність в Україні (XIX — початок XX ст.). — С. 159–177.

⁷ Закірова С.Г. Вказ. праця; Корнієнко В.М. Вказ. праця; Томазов В. Вказ. праця. — С. 47–60.

⁸ Донік О.М. Родина Терещенків в історії доброчинності. — С. 40.

⁹ Зарубина Н.Н. Указ. соч. — С. 96–105.

¹⁰ Там же.

- ¹¹ Там же.
- ¹² Донік О.М. Благодійність в Україні (XIX — початок XX ст.). — С. 159–177.
- ¹³ Лінднер Р. Підприємці і місто в Україні: 1860–1914 рр. (Індустріалізація й соціальна комунікація на Півдні Російської імперії) / За ред. О.М. Доніка. — К.; Донецьк: ВД «Кальміус», 2009. — С. 233.
- ¹⁴ Мосолов А.А. При дворе последнего Российского императора: Записки начальника Канцелярии Министерства Императорского двора: Николай II. — СПб., 1992. — С. 15.
- ¹⁵ Мельников С.Л. Указ. соч. — С. 97–108.
- ¹⁶ Костина Е.Ю. Указ. соч. — С. 56.
- ¹⁷ Портнова Т. Вихідці з села у великому промисловому місті: на матеріалах Катеринослава кінця XIX — початку XX ст.: есе-urban. Серія он-лайн публікацій Центру міської історії Центрально-Східної Європи. — Серія номер: 8. — Львів, вересень 2010 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.lvivcenter.org/download.php?newsid=1078.
- ¹⁸ Там само.
- ¹⁹ Там само.
- ²⁰ Там само.
- ²¹ Закірова С.Г. Вказ. праця. — С. 140–155
- ²² Шандра І.О. З'їзди гірничопромисловців Півдня Росії: створення та діяльність (1874–1918 рр.): монографія / І.О. Шандра; Держ. закл. Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. — Луганськ: Вид-во ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2011. — С. 189–197.
- ²³ Донік О.М. Благодійність в Україні (XIX — початок XX ст.). — С. 159–177.
- ²⁴ Лінднер Р. Вказ. праця. — С. 255–259.
- ²⁵ Чумак М.М. Купецтво як фактор розвитку промисловості Лівобережної України (60-ті рр. XIX ст. — 1914 р.) [Текст]: дис. ... канд. іст. наук : 07.00.01 / Чумак Михайло Михайлович; Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. — Луганськ, 2009. — С. 110.
- ²⁶ Донік О.М. Благодійність в Україні (XIX — початок XX ст.). — С. 159–177.
- ²⁷ Закірова С.Г. Вказ. праця. — С. 142.
- ²⁸ Білоусова Л.Г. Вказ. праця; Томазов В. Вказ. праця. — С. 47–60.
- ²⁹ Томазов В. Вказ. праця. — С. 47–60.
- ³⁰ Лінднер Р. Вказ. праця. — С. 313.
- ³¹ Чумак М.М. Вказ. праця. — С. 98.

Стаття надійшла до редколегії 02.12.2013.

СОЦИАЛЬНАЯ ЦЕНА И СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ: ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ во второй половине XIX в.

В статье рассматриваются формы и методы предпринимательской благотворительности в условиях процессов разрушения ценностей традиционного общества и формирования системы приоритетов индустриального. Уделено внимание проблеме становления социальной ответственности предпринимательства.

Ключевые слова: *благотворительность, социальная ответственность, социальная цена, город, предпринимательство, модернизация, ценности.*

**SOCIAL PRICE AND SOCIAL ACCOUNTABILITY: ENTREPRENEURIAL CHARITY
IN THE SECOND HALF OF THE NINETEENTH CENTURY**

The article is devoted to the problem of establishing the institute of entrepreneurial charity in the cities after the Great reforms. The process of forming of the social accountability of entrepreneurs is pointed out.

Keywords: *charity, social accountability, entrepreneurs, the city, modernization, the social price.*