

РОЛЬ ПРОФЕСІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ТОРГОВЦІВ У ФОРМУВАННІ ІДЕОЛОГІЇ УКРАЇНСЬКОГО НАЦІОНАЛІЗМУ

Висвітлюється роль українських торговців і підприємців, консолідованих у СУКиП (Союз українських купців і підприємців) у формуванні ідеології українського економічного націоналізму у 1920 – 1930-ті рр. З'ясовується місце СУКиП у поширенні даної ідеології серед українського населення. Також здійснюється характеристика дій СУКиП, спрямованих на реалізацію постулатів ідеології українського економічного націоналізму.

Освещается роль украинских торговцев и предпринимателей, консолидированных в СУКиП (Союз украинских купцов и предпринимателей) в формировании идеологии украинского экономического национализма в 1920 – 1930-е гг. Определено место СУКиП в распространении данной идеологии среди украинского населения. Также охарактеризованы действия СУКиП, направленные на реализацию постулатов идеологии украинского экономического национализма.

The article deals with the role of the Ukrainian merchants and entrepreneurs which were instrumental – within the framework of the Union of Ukrainian Merchants and Entrepreneurs (UUME) – to the formation of the ideology of the Ukrainian economic nationalism during the period of the 1920s – 30s. The author identifies the role of the UUME in popularization of this ideology among the Ukrainian community. The paper suggests the characteristics of the UUME's actions aimed at implementing the ideological tenets of the Ukrainian economic nationalism.

Ключові слова: професійні організації, ідеологія, український націоналізм, 1920-1930-ті рр.

Для з'ясування цілісної картини генези й розвитку ідеології українського націоналізму на західноукраїнських землях у міжвоєнний період необхідним є вивчення її економічного компоненту. У даному контексті найменш дослідженим залишається внесок зорганізованої в професійних союзах ініціативи торговців у формуванні ідеологічних концептів українського націоналізму. В сучасній українській історіографії даний аспект залишається майже не вивченим. Мабуть першим, хто проаналізував діяльність українських купців і підприємців на

західноукраїнських землях (ЗУЗ) був діаспорний історик В.Несторович [20]. Проте його книга присвячена історії підприємців-українців, а особливості їх національної ідеології розглядаються лише дотично. Є.Стефанишин у своїй статті висвітлює проблему розвитку українського купецтва у міжвоєнний період на території міста Сокаль [26]. Проблема поєднання економічних і патріотичних мотивів у процесі національної економічної самоорганізації українських підприємців також піднімається у дисертаційному дослідженні О.Вербової [3].

Поразка революції 1917-1920 рр. призвела до того, що проблема української державності залишилася невирішеною. Стабілізація політичної обстановки на ЗУЗ поставила перед українською нацією завдання: виробити легальні методи боротьби за реалізацію національного ідеалу. Однією зі сфер його втілення стало тлумачення економічної діяльності як засобу національної консолідації та самопосилення.

Впровадження національної ідеї в економічний рух українців найчастіше пов'язується з діяльністю кооперації, тоді як сфера індивідуальної приватної ініціативи, не ставши такою масовою та успішною як кооперативний рух, часто залишаються поза увагою вчених. Якщо врахувати, що вперше самоорганізація українців на ідеології економічного націоналізму в міжвоєнний період відбулася саме у даному середовищі, то проблема дослідження процесу становлення і розвитку їх економічної ідеї та її практичного втілення українськими купцями і промисловцями є вочевидь актуальною. Тому своїм завданням у даній статті визначаємо аналіз процесу самоорганізації українських торговців і підприємців на території Галичини у «Міщанському Братстві» та Союзі українських купців, характеристику їх економічної ідеології, що базувалася на засадах національної консолідації, а також з'ясування особливостей процесу об'єднання представників української індивідуальної підприємницької ініціативи у Східній Галичині та на Волині. Модернізаційні процеси в Європі призвели до того, що одним з основних критеріїв оцінки могутності нації почали трактувати її економічну силу. Динамічний прогрес індустріального розвитку більшості країн Західної і Центральної Європи вивів на перший план в її політичному житті бізнес-еліту. На фоні цих соціально-економічних процесів селянський характер української нації спонукав у її середовищі імператив до економічного оновлення: «від знесення панщини в минулому столітті датується початок... економічної діяльності на області вузшої нашої вітчизни. В результаті, добутки за сей час осягнені, зовсім не є пропорціональними до розвою інших народів бувшої Австрії, як Чехів, а хоч би Словінців – чи поляків, а вже нема ніякого порівняння з

державними народами Європи... Поставимо собі за завдання створення свого власного промислу і продукції» [16, с. 5].

Прагнення до соціальної структуризації посилюються під впливом досвіду української революції, яка продемонструвала слабкість селянської нації в умовах ринкових відносин. Ці фактори, припускаємо, вперше найбільш масово усвідомлюються в середовищі нечисельного українського міщанства, яке стало ініціатором національної самоорганізації ремісників, купців і промисловців та основним генератором ідеї соціальної емансипації українців у сфері індивідуальної приватної ініціативи. Як стверджував міщанський часопис «Слово», «брак сильної, свідомої та заможної верстви був одною з причин національної катастрофи... у 1919 р. Тож відбудова українського міщанства стає в теперішній історичній хвилі невідкладним приказом часу» [1, с. 2]. Проте, вважаємо, що потребу соціальної структуризації західних українців у нових умовах розуміли лише освічені одиниці серед українських міщан. Їхні ініціативи не стали б успішними, якби не виклик суспільно-політичних і соціально-економічних реалій.

Одним із головних каталізаторів появи економічного націоналізму українців стала їх дискримінація в Польській державі. Вона відчутно вдарила по міському прошарку української нації, для якого посади вчителя і чиновника слугували основним заробітком [4, арк. 13]. Як пише «Слово», «...коли ворог опанував Західні землі й наскрізь вороже ставився до українського народу і всіх його справ, обмежив молоді доступ до університетів й інших вищих та фахових шкіл, тільки «щасливцям» вдавалося влаштуватися на якійсь посаді» [20, с. 33]. В цій ситуації для тих українців, які проживали в містах, єдиним виходом залишався заробіток у сфері приватного підприємництва.

Паралельно з дискримінаційною політикою Другої Речі Посполитої щодо українців розгортається масовий рух поляків за «освоєння» міст та соціальну емансипацію: «велику увагу поляки прив'язують до наших міст, які стараються цілковито опанувати» [25, с. 1]. Дані ініціативи титульної нації, зважаючи на слабкий економічний розвиток західноукраїнського регіону, здійснювалися в напрямку витіснення євреїв з їх панівних позицій у торгово-промисловій сфері, що призводило до назрівання економічної «війни» двох націй [31, с. 1].

На фоні активізацій польського та єврейського націоналізмів пасивність українців загрожувала їм катастрофічним зубожінням та денационалізацією. Вперше з даною проблемою зіткнулося українське міське населення. Тому для нього польська економічна експансія стала додатковим чинником каталізації ідеології економічного націоналізму: «проти страшної навали, яка сунеться на нас, мусимо протиставити

якнайшвидший опір... Солідарно засвідчим нашу силу... Купуймо лише у своїх, полагоджуймо лише у своїх усі свої справи» [25, с. 1].

Поділ населення ЗУЗ у виробничих процесах за національною ознакою, польсько-українсько-єврейське дистанціювання визначили ситуацію, коли для українців єдиним засобом посилення власних позицій могла стати самоорганізація. Додатковим стимулюючим чинником останньої стало, припускаємо, відчуття психологічного дискомфорту в інонаціональному міському середовищі. Окрім того, відсутність досвіду, незначні капітали зумовили невпевненість українців в їх економічних починаннях. Тому налагодження праці серед «своїх» на засадах колективної взаємодопомоги під гаслом національної ідеї було актуальним завданням.

Отже, український націоналізм в економічній сфері став захисною ідеологією українських купців і підприємців. Комплекс вищезазначених факторів призвів до взаємного дистанціювання поляків, євреїв та українців, позначаючи тим самим їх економічну діяльність домінантою націоналізму.

Таким чином, основними причинами становлення ідеології економічного націоналізму в середовищі українського міського населення на початку 1920-х рр. стали: по-перше, ефект фрустрації від порівняння стрімко прогресуючого західного економічного поступу із власними реаліями, традиційною стагнацією; по-друге, досвід української революції; по-третє, дискримінаційна політика Польської держави; по-четверте, стимулюючий вплив польського руху за соціальну емансипацію; по-п'яте, потреба матеріально слабкої української ініціативи в колективній взаємодопомозі та захисній мобілізуючій ідеології.

З більшістю вище зазначених проблем зіткнулося не тільки міське населення, але і вся українська нація. Проте відповідь на них першими дали саме ті українці, що проживали в містах Галичини. Тим часом кооперативний рух набрав особливо активних обертів у другій половині 1920-х рр. (Ревізійний союз українських кооперативів (РСУК) утворюється 1926 р.). Тоді ж формується і його економічна ідеологія.

Серед українських політичних сил однією з перших ідею націоналізму в соціально-економічній сфері на початку 20-х рр. висловлює Українська народна трудова партія (УНТП): «визвольні змагання народів – це право нашого віку. Визволитися хоче живий нарід не лише політично, але й економічно... Стремить до того, щоби сам нарід себе обслуговував, сам собі виробляв, що йому потрібне. Так само український нарід мусить сам себе обслуговувати» – пише часопис «Свобода» у 1923 р [10, с. 1]. Подібні міркування в громадсько-політичній пресі не були поодинокими [18, с. 1;

25, с. 1]. Проте навіть друкований орган УНТП визнає, що де-факто в 1922-23 рр. працювало лише «Міщанське Братство» [14, с. 2].

Останнє в ті роки виступає головним чинником організації нечисельних українських ремісників, торговців і промисловців у галицьких містах. В середовищі даної організації визріває ідеологія економічного націоналізму. Вона була захисною реакцією на дискримінаційну політику Другої Речі Посполитої. Тим часом єврейська меншина регіону не становила для неї в той час особливого інтересу.

«Міщанське Братство» розглядає одним з головних засобів захисту українського міського населення від політики Польщі практичне втілення гасла «свій до свого»: «не страшні нам будуть погрози, коли цілий український народ, як оден... піде щиро за кличем «свій до свого» [9, с. 2]. В напрямку реалізації даного завдання організація погрожує поіменною критикою всіх зрадників ідеї національної економічної самопомогі [9, с. 2]. Але ключовим засобом економічного виживання та самопосилення нації в несприятливих для неї умовах вважалася реалізація ідеї її соціальної емансипації. Досягнення останнього мало б призвести до політичного посилення автохтонів західноукраїнських земель: «треба нам бути приготованими, що наступати будуть чимраз то більші обмеження..., а в сьому випадку відпорність наша мусить збільшитися з дня на день... Найбільшу відпорність дасть нам цілковита економічна емансипація» [2, с. 2].

З метою практичного втілення даного завдання «Міщанське Братство» ініціює рух за здобуття домінування в містах: «для нас мусить стати найважливішим кличем, щоб міста на українських землях стали суто українськими» [23, с. 2]. Для реалізації відповідних намірів планувалося використати досвід польської ініціативи. Зокрема, першочерговим завданням вважалося проведення відповідної пропаганди серед сільської молоді та її підготовка до життя в місті. А саме: заохочення її до навчання у середніх і вищих навчальних закладах західноукраїнських міст, орієнтація на здобуття торгово-промислових професій, контроль за тим, щоб у процесі інтеграції до міст брали участь лише найбільш освічені та національно свідомі представники нації [11, с. 2]. Згідно з намірами «Міщанського Братства», в більшості міст регіону планувалася організація спеціальних комітетів, метою яких мала стати координація зусиль, спрямованих на процес українізації міст та організацію в них українських професійно-технічних училищ [17, с. 4; 19, с. 1].

Масових рух українців за «підкорення» міст, на думку представників «Міщанського Братства», мав стати засобом подвійного спротиву польській асиміляційній політиці. З одного боку, «відплив» українців до міст частково сприяв би розв'язанню проблеми земельного голоду на селі

зменшивши його перенаселення. Це дало б можливість українським селянам більш успішно протистояти колонізаційній політиці. З другого боку, збільшення чисельності українського населення у містах посилювало б протидію в них колонізаційним процесам [11, с. 1]. У будь-якому випадку, як зазначає дописувач «Слова», освоєння міст – «то є наш фронт супроти неприятеля і ми мусимо його збудувати» [17, с. 4].

Проте успішність процесу українізації міст перебувала у безпосередній залежності від сприятливої економічної кон'юнктури, яка дозволила б працевлаштуватися в них всім бажаючим українцям. У зв'язку з цим, висувається завдання динамічного розвитку українського дрібного бізнесу на теренах західноукраїнських міст [19, с. 2]. Серйозною перешкодою на шляху до втілення відповідного завдання була нестача капіталів. Її пропонується вирішити шляхом організації українців у акційних товариствах [13, с. 2]. З даною проблемою також тісно пов'язана антиалкогольна пропаганда «Міщанського Братства». В умовах нестачі коштів, витрати українців на алкоголь трактувалися національним злочином, оскільки вони йшли на збагачення ворожої Польської держави, позбавляючи націю надзвичайно потрібних дорогоцінних капіталів [24, с. 2].

Реалізація вище зазначених завдань, згідно з ідеологією «Міщанського Братства», призвела б до утворення національно свідомого й економічно сильного міського прошарку українців, який цілком закономірно відстоював би ідею національної державності [29, с. 2]. Соціальна структуризація також мала б призвести до економічного посилення нації, вдосконалення її системи освіти, піднесення рівня національної свідомості та консолідації спільноти [2, с. 2]. У кінцевому результаті дана програма спрямовувалася на реалізацію єдиної мети – самопосилення українців у боротьбі за незалежність: «...лише через створення сильного власного промислу здобудем незалежність економічну, а тим самим і свободу» [2, с. 2].

Втілення відповідних намірів вимагало мобілізації всього українського населення міст. «Міщанське Братство» активізувалося в своїй діяльності на платформі реалізації відповідного завдання. Воно виступає з ініціативою створення Української торгово-промислової палати, здійснюючи одночасно відповідну пропаганду [27, с. 1; 28, с. 2]. У кінцевому результаті, ці зусилля організації привели до утворення 1 листопада 1923 р. Союзу українських купців (СУК). Він відкрив нову сторінку в процесі артикуляції тих ідей, які оцінюємо фокусом індивідуальної приватної ініціативи в концепті економічного націоналізму українців. Дана організація продовжувала розвивати і практично втілювати ідеї економічного аспекту націоналізму «Міщанського Братства».

Згодом СУК трансформується у Союз українських купців і промисловців (СУКіП). Це була наймасовіша організація українських підприємців на території Галичини. Час її найбільшої активності припадає на 30-ті рр., коли СУКіП очолив Я.Скопляк.

СУКіП продовжує розвивати ідею «Міщанського Братства» стосовно необхідності українізації міст. Реалізація даного завдання, на думку його ідеологів, 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 [20, с. 227].

Практичне втілення 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...» [20, с. 40-41]. Українізація міст, здійснювана шляхом економічної інтеграції до них, за задумом лідерів СУКіП, також активізувала б розвиток національної торгово-промислової сфери, руйнуючи домінуючі позиції в них євреїв і поляків та посилюючи тим самим українську націю [21, с. 1].

Артикулюючи ідеї зміни соціальних ролей українців, ідеологи СУКіП мали на меті вирішити ще одну проблему: зупинити визиск українського села іноетнічним середовищем, замінивши «чужого» посередника між ним і містом на «свого» [8, с. 2-3]. 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» гречкосія на душу свідомого й зорганізованого купця» [15, с. 4].

Засоби практичного втілення економічного націоналізму в середовищі індивідуальної приватної ініціативи носили майже виключно несиловий характер. Показово, що терористичні дії проти єврейських підприємців однозначно засуджувалися українським купецьким середовищем: «наше купецтво і наш промисел... не вважає, щоб буком вибивання шиб чи «червоним когутом» можна було досягнути вищий рівень господарської зрілості нації і спекатися жидівського конкурента...» [20, с. 221].

Натомість 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 [30, с. 6;

20, с. 144]. Даний клич поширювався у двох контекстах: як самореклама підприємців серед української громадськості і як заклик до національної автаркійної самоорганізації їх самих шляхом замикання всіх економічних операцій на представниках власної нації, виключивши будь-яку іноетнічну посередницьку присутність [22, с. 3].

Проте реалізація клича «свій до свого» наштовхнулася на проблему ринкової конкурентноздатності українського підприємця. Тим самим окреслилася проблема співвідношення національної й економічної раціональності. Українські товари у багатьох випадках виявлялися дорожчими за єврейські. Ця обставина особливо далася взнаки в умовах економічної кризи першої половини 1930-х рр., коли жертвувати матеріальним інтересом заради національного подекуди було просто неможливо: «...у нинішніх важких часах і найбільш свідомий селянин шукає аби дешево купити і готов забути наш клич «свій до свого по своє» [8, с. 3].

Одним із головних контекстів практичної функціональності економічного націоналізму є сфера міжнаціональних взаємин. У даному разі, порівняно з кооперацією, позиція представників індивідуальної приватної ініціативи виявилася дещо відмінною і особливою. В їх середовищі не спостерігалися відкриті заклики до витіснення інших націй з економічної сфери чи спеціально організовані бойкоти. Діяльність українських підприємців виявилася дуже поміркованою. Сповідування гасла «свій до свого» мало сприяти розвитку національно зорганізованих українських підприємців, що, в свою чергу, призвело б до закономірного поступового витіснення інших націй із домінуючих позицій на ринку Західної України без будь-якого радикального протистояння. Зокрема, стосовно євреїв, В.Несторович зазначає, що «...в дозріванні соціальної будови українського народу... ми очевидно не можемо не рахуватися з тим, що «стан посідання» жидів мусить корчитися» [20, с. 221]. Аналогічні ідеї висловлюються громадсько-політичною пресою і у випадку українсько-польського протистояння в сфері економіки [20, с. 227].

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 [20, с. 31].

Для збільшення чисельності українців у торгово-промисловій сфері СУКіП на загальних зборах 1932 р. рекомендував своїм членам приймати на роботу лише представників своєї нації [20, с. 31]. Посилення конкурентоспроможності українських підприємців у боротьбі з іншими націями представники індивідуальної ініціативи пов'язували зі здобуттям фінансової підтримки розгалуженої мережі сільськогосподарських

кредитних установ. Їх орієнтація виключно на сільський ринок трактувалася купцями як хибна з економічної точки зору і як така, що не відповідає повністю національним інтересам: «наші банки повинні цікавитися купецькими і промисловими кругами... Банки матимуть змогу позбутися однобокого характеру установ хліборобського кредиту і спрямувати кредити у слабо обслужену дотепер торговельну і виробничу ділянку на те, щоби ці ділянки встояли у конкурентній боротьбі зі старими і засібними чужими станицями» [12, с.5].

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 на початку 20-х рр. «Міщанським Братством», а з 1923 р. – СУК.

Поступово відбувалося поширення відповідних тенденцій і на сусідні з Галичиною території Волині. Проте, національна і економічна діяльність українських купців цього воєводства виявилася абсолютно відмінною від галицького сценарію. Кількість українців у торгівельно-промисловій сфері тут була, у порівнянні зі Східною Галичиною, непропорційно малою. Так, у різних місцевостях на території сіл і містечок східногалицьких воєводств кількість українських купців у відсотковому значенні коливалася від 23% до 58% [20, с. 248-251]. На Волині ж їх чисельність ледве досягала 15% [20, с. 125]. При цьому рівень їх національної свідомості був дуже низьким. Далися взнаки економічна відсталість краю та національна політика Польщі. Остання проявилася в тому, що, реалізуючи ідею «сокальського кордону», влада заборонила волинським купцям належати до СУКіП, а також чинила перешкоди створенню волинського аналогу галицької організації українських підприємців [20, с. 39; 6, арк. 40].

Тому прояви економічного націоналізму серед українських купців і промисловців Волині набули рис стихійного руху «знизу», який не знайшов свого закономірного завершення в утворенні єдиної централізованої організації. Відтак на Волині не виникло необхідних передумов для формування ідеологічних концептів економічного націоналізму.

Значна частина українських купців Волинського воєводства підтримала ідею українізації міст. Відповідна пропаганда велася серед автохтонів краю місцевою пресою [6, арк. 40]. Також поширювався клич «свій до свого по своє» [20, с. 124]. У поодиноких випадках представники індивідуальної приватної ініціативи вели організовану боротьбу з єврейською торгівлею. Зокрема, у містах Здолбунів і Острог, де українські

купці змогли самоорганізуватися, ненасильними методами здійснювався бойкот представників єврейської торгівлі [7, арк. 57].

Зважаючи на те, що українські підприємці Волині не змогли зорганізуватися в одній установі, вони часто шукали підтримки з боку політичних партій Галичини, які нелегально долали бар'єри «сокальського кордону». Найбільшою популярністю серед них користувалася ОУН. Під впливом даної організації перебували ряд підприємців Кременецького повіту [5, арк. 35-36]. За даними польської поліції, симпатки ОУН серед українських підприємців Волині більш послідовно дотримувалися гасла «свій до свого». Вони намагалися використати дану організацію для налагодження економічних контактів з українськими підприємцями Галичини [6, арк. 40].

У кінцевому результаті, волинська приватна ініціатива переслідувала ту ж саму мету, що й галицька: «...причинитися до розвою української торгівлі і промислу й поставити нашу націю на твердий економічний ґрунт» [6, арк. 40]. Це посилювало її боротьбу за реалізацію максимального національного ідеалу.

Отже, Галичина стала тереном де розвивалася національна професійна організація представників індивідуальної приватної ініціативи українців. На фоні загальнонаціональної зневіри і розчарування після поразки у визвольній війні, «Міщанське Братство» де-факто сформулювало ідеологію економічного націоналізму. Його практичні ініціативи увінчалися створенням професійної організації українських підприємців Галичини в 1923 р. СУК розвинув ідеологічні постулати «Міщанського Братства» і здійснював їх практичне втілення. Поступово ідеї економічного націоналізму поширилися і серед українських підприємців Волині. Але останні, внаслідок низького рівня національної свідомості, економічної відсталості регіону і політики Польщі не змогли досягти таких успіхів, як члени СУК. Їх націоналізм в економічній сфері характеризувався хаотичністю проявів. Таким чином, професійні організації підприємців Галичини сприяли виробленню ідеологічних концепцій українського націоналізму в економічній сфері, їх поширенню серед українського населення східногалицьких воєводств та торгівельно-ремісничої верстви автохтонів волинського регіону.

1. Біляк С. Виховання ремісничої і торговельної молоді // Слово. – 1922, 22 жовтня. – С. 2.
2. Будуймо великий промисл // Слово. – 1923, 24 червня. – С. 2.
3. Вербова О.С. Західноукраїнське приватне підприємництво міжвоєнного періоду / Автореферат дис. на здобуття наук. ступеня канд. істор. наук. – К., 1998. – 17 с.

4. Державний архів Волинської області (далі – ДАВО), ф. 46, оп. 9-а, спр. 142. – 210 арк.
5. ДАВО, ф. 46, оп. 9-а, спр. 491. – 91 арк.
6. ДАВО, ф. 60, оп. 1, спр. 6. – 206 арк.
7. Державний архів Рівненської області, ф. 33, оп. 4, спр. 84. – 289 арк.
8. До нашої анкети: берімося до діла! // Торговля і промисл. – 1935, 15 січня. – С. 2-3.
9. До самооборони // Слово. – 1923, 15 квітня. – С. 2.
10. Дорога до незалежності // Свобода. – 1923, 25 лютого. – С.1.
11. З села до міста // Слово. – 1923, 25 травня. – С. 1-2.
12. За зв'язок купців і промисловців з банками // Торговля і промисл. – 1935, 15 лютого. – С. 5.
13. За наш великий промисл // Слово. – 1923, 28 липня. – С. 2.
14. За нашу кращу долю // Свобода. – 1923, 18 лютого. – С. 2.
15. Загальні Збори Союзу Українських Купців і Промисловців у Львові // Торговля і промисл. – 1935, 15 лютого. – С.3-5.
16. Закладайте свої власні фабрики // Слово. – 1923, 24 червня. – С. 5.
17. Збільшаймо ряди міщанства // Слово. – 1923, 7 квітня. – С. 4.
18. Ідіть в міста // Свобода. – 1923, 12 серпня. – С. 1.
19. Міщанське свято в Перемишлі // Слово. – 1923, 29 квітня. – С. 1.
20. Несторович В.Т. Українські купці і промисловці в Західній Україні, 1920 – 1945. – Торонто – Чикаго, 1977.
21. Перед Загальними Зборами // Торговля і промисл. – 1935, 1 лютого. – С. 1.
22. Повітова анкета Секції корінників у Львові // Торговля і промисл. – 1935, 15 грудня. – С. 2.
23. Похід на міста // Слово. – 1923, 13 травня. – С. 2.
24. Рефлексії з нагоди звіту міністра фінансів // Слово. – 1923, 10 червня. – С. 2.
25. Серед важкої навали // Свобода. – 1923, 19 серпня. – С. 1.
26. Стефанишин Є. Розвиток торгівлі і промислу в Сокалі і повіті між двома світовими війнами. Надбужанщина – Т.3. – Нью-Йорк.-Париж-Сідней-Торонто, 1994.-с.264-273 // http://www.sokal.lviv.ua/history-ye_stefanyshyn.html. 17.03.2008. 17.00.
27. Українська Промислова й Торговельна Палата // Слово. – 1923, 15 квітня. – С. 1.
28. Українська Торговельна і Промислова Палата // Слово. – 1923, 29 квітня. – С. 2.
29. Чому ремісникам потрібна сильна організація? // Слово. – 1923, 25 лютого. – С. 2.

30. Ще про нашу анкету в Сокалі // Торговля і промисл. – 1935, 15 січня. – С. 6.

Najmrodzki L. Narodowa akcja gospodarcza // Polityka Narodowa. – 1938, №5-6. – S. 374-385.