

ТРУДОВАЯ ПОВСЕДНЕВНОСТЬ ОРЕНБУРГСКОГО ПОРЕФОРМЕННОГО КУПЕЧЕСТВА В СФЕРЕ ЯРМАРОЧНОЙ ТОРГОВЛИ

© 2021

Абдрахманов К.А.

Оренбургский государственный педагогический университет (г. Оренбург, Российская Федерация)

Аннотация. В работе рассмотрена специфика трудового быта оренбургского купечества пореформенной эпохи в области ярмарочной торговли. Проанализированы такие условия данного вида коммерции, как удобство торговых помещений, природно-климатические особенности Оренбуржья, способ доставки товаров до потребителя и атмосфера внутри крупных всероссийских ярмарок. В процессе исследования раскрывается отношение провинциальных предпринимателей периода Великих реформ к сезонной разъездной торговле внутри своего региона. Узость внутреннего рынка, сложность транспортировки товаров гужевым транспортом, непостоянный характер работы ярмарок, лишавший коммерсантов стабильной прибыли, и отсутствие комфортных торговых точек обусловили постепенный отказ оренбургского купечества от внутрорегиональной сезонной торговли. Активное железнодорожное строительство, развернутое по всей империи с 80-х гг. XIX в., приблизило для провинциальных купцов такой центр коммерческой жизни страны, как Нижегородская ярмарка, которую оренбургские предприниматели продолжали посещать и в первые полтора десятилетия XX в. Однако интерес коммерсантов к поездкам на Нижегородскую ярмарку во многом сохранялся благодаря наличию в этом месте всевозможных развлечений и удовольствий, мало доступных у себя дома в силу семейно-супружеских обязательств. Источниковой базой исследования служат материалы архивов Оренбургской и Челябинской областей, отражающие проблемы организации ярмарок в пореформенный период.

Ключевые слова: повседневный труд; купечество; Оренбургская губерния; пореформенный период; ярмарочная торговля; торговые места; Челябинский уезд; ярмарочные помещения; Троицк; разъездная торговля; погодные условия; увеселительные заведения; преступность; проституция.

EVERYDAY BUSINESS ACTIVITY OF ORENBURG POST-REFORM MERCHANTS ENGAGED IN TRADE AT FAIRS

© 2021

Abdrakhmanov K.A.

Orenburg State Pedagogical University (Orenburg, Russian Federation)

Abstract. The paper examines specifics of the business activity of Orenburg merchants during the post-reform era in the area of trade at fairs. The paper analyzes the conditions of this branch of commerce, including how comfortable the premises used for trade were, what features the nature and climate of Orenburg Region had, how the goods reached the consumer and what the internal atmosphere of major All-Russian fairs was. The study reveals the attitude of provincial entrepreneurs of the Great Reform period towards seasonal itinerant trade within their region. The narrowness of the domestic market, the difficulty of transporting goods by horse-drawn transport, the periodic cycle of operation of fairs, which didn't allow merchants to receive profits consistently, and the lack of comfortable retail outlets were the reasons why Orenburg merchants eventually abandoned intraregional seasonal trade. Since the 1880s, active construction of railways began throughout the empire, which made the Nizhny Novgorod Fair one of the centers of the empire's commercial life, more available to the provincial merchants, and Orenburg entrepreneurs continued to visit it in the first decade and a half of the 20th century. However, one of the main reasons why merchants were interested in traveling to the Nizhny Novgorod Fair was the fact that all sorts of entertainment and pleasures were available at the fair, which were more difficult to enjoy at home due to family and marital obligations. The source base of the study consists of documents from the archives of Orenburg and Chelyabinsk Regions that reflect the problems of organizing fairs during the post-reform period.

Keywords: daily work; merchants; Orenburg province; post-reform period; trading at fairs; retail outlets; Chelyabinsk uyezd; fair premises; Troitsk; itinerant trade; weather; entertainment establishments; crime; prostitution.

Изучение специфики повседневного труда коммерсантов в сфере ярмарочной торговли как одной из основных отраслей купеческого предпринимательства представляет несомненный интерес для исследователей. В постоянно изменяющихся условиях современного рынка, когда идет разработка и апробация инновационных бизнес-моделей, а экономика претерпевает различные кризисные явления, обращение к истории и опыту дореволюционного предпринимательства является весьма своевременным и актуальным.

Проблемы ярмарочной торговли в дореволюционное время рассматривали такие ученые, как В.П. Безобразов и М.И. Туган-Барановский [1; 2]. В труде В.П. Безобразова, посвященном Нижегородской ярмарке середины 60-х гг. XIX в., были описаны некоторые детали повседневного трудового быта торгового там купечества. На страницах исследования представлена такая неприглядная сторона ярмарки, как криминальная составляющая: «...были и открытые грабежи посреди улицы, наполненной народом; были и покушения на тайные убийства...» [1, с. 41].

Историк-экономист М.И. Туган-Барановский зафиксировал в своей работе период максимального «спроса» на ярмарочную торговлю в российской деловой среде и определил время ее упадка. «Обороты ярмарочной торговли достигают своего апогея в 1881 г. и уже, без сомнения, никогда не достигнут цифры этого года», – отмечал ученый [2, с. 324]. Автор считал, что регресс этого вида коммерции, наметившийся в последние десятилетия XIX в., говорил о существенном росте экономики страны и переходе предпринимателей к новым формам распространения товаров. «Падение ярмарочной торговли за последнее десятилетие является одним из выдающихся симптомов быстрого экономического роста России», – был убежден М.И. Туган-Барановский [2, с. 324].

В советское время практически не проводилось исследований, подробно отражающих уникальные особенности отдельных отраслей купеческого предпринимательства. В трехтомном труде П.И. Лященко показана эволюция экономики Российского государства на разных этапах исторического развития страны (с древнейших времен до середины XX в.). Советский экономист, анализируя пореформенный период, когда инновационные подходы к организации дела (стационарная всесезонная торговля, открытие универсальных магазинов) еще соседствовали с архаичными формами бизнеса (ярмарки, торговля вразнос), обозначил торговлю на ярмарках как явление, «соответствующее крепостной эпохе» [3, с. 112]. О времени перемещения товаров с одной ярмарки на другую и, соответственно, сроке оборота купеческих капиталов писал В.Н. Яковцевский [4, с. 108].

В современной России интерес научных кругов к истории ярмарочного торгового оборота усилился многократно. В начале XXI в. были опубликованы фундаментальные работы историка Т.К. Щегловой [5; 6]. В.П. Шахеров и Е.Н. Меньшикова подчеркнули ориентацию ярмарок на оптовый сбыт привезенных товаров богатым предпринимателям из других регионов империи [7, с. 113; 8, с. 129]. По мнению В.П. Шахерова, сезонный характер открытия ярмарок и малая продолжительность их работы ускорили оформление стационарной торговли, имевшей «более продолжительные контакты между продавцом и покупателем» [7, с. 113]. Особенности деловой повседневности предпринимателей, торгующих на ярмарках в дореформенный период, рассмотрела Е.В. Банникова [9]. Историк описала проблемы перемещения купеческих товаров на длительные расстояния по неблагоустроенным дорогам России. По мнению автора, основная угроза для имущества и здоровья купцов, везущих товар на ярмарку, заключалась в разбое на дорогах и в качестве самих дорог, причем последнее препятствие представляло даже большую проблему нежели первое [9, с. 147]. Торговля товарами импортного (восточного, азиатского) происхождения на российских ярмарках дореволюционной эпохи проанализирована в статьях И.Ю. Авдакова и В.Н. Шкунова [10; 11]. Несмотря на значительное количество работ, посвященных истории крупнейших российских ярмарок и специфике региональных сезонных торжищ, повседневная трудовая деятельность оренбургского пореформенного купечества, занятого в этой сфере коммерции, еще не получила освещения в отечественной историографии.

В первые десятилетия пореформенной эпохи для купеческого сообщества Оренбургского края ярмарочная торговля оставалась все еще востребованным видом коммерческой деятельности. Городские центры Оренбургской губернии имели регламентированные дни ярмарочного торгового оборота, но съезд коммерсантов, официально состоящих в гильдейском купечестве, на эти мероприятия в указанный период был очень незначителен. Поэтому если в масштабе страны ярмарки традиционно связываются с трудовой деятельностью купечества, то отличительной чертой оренбургских ярмарок являлось преобладание на них выходцев из других сословий. Тем не менее, несмотря на отсутствие среди южноуральских купцов ярмарочного ажиотажа, подготовительные работы, связанные с проведением торгового предприятия, являлись частью повседневной деловой активности оренбургских предпринимателей, вплоть до полной «переквалификации» сезонного торгового оборота в стационарную внутригородскую торговлю.

В целом же Оренбургская губерния в пореформенную эпоху не могла похвастаться наличием крупных ярмарок, сравнимых по масштабу с такими общепериферийными центрами сезонной торговли, как, например, Нижегородская и Ирбитская ярмарки. В регионе получили распространение торжища сельского формата – небольшие по оборотам и малолюдные.

В материалах статистики отмечено: «Ярмарочная торговля сосредоточена преимущественно не в городах, а в уездах, из коих особенно отличаются Челябинский и Троицкий, где население состоит по большей части из крестьян и казаков, которые значительно зажиточнее башкир» [12, с. 100]. О незначительном влиянии ярмарок на темпы экономического развития Челябинска Н.Н. Алеврас писала, что «...внутригородская экономическая ситуация непосредственно не зависела от состояния ярмарок, имевших больше общерегиональное значение...» [13, с. 24].

Подобная ситуация сложилась из-за превращения Уфимской губернии в самостоятельную административно-территориальную единицу в 1865 году. В результате этого на территории вновь образованного региона остались города, в которых традиционно собирались наиболее крупные ярмарки. «Замечательнейшие по торговым оборотам из городских ярмарок: Мензелинская, Бугульминская и Уфимская. Обороты первой, по сложности за 5 лет (1846–1850), простирались ежегодно до 759 111 р. сер., на второй до 460 771 р. на третьей до 123 574 р. сер.», – отметил В.М. Черемшанский [14, с. 379]. По словам автора, ярмарки этих населенных пунктов пользовались спросом и у приезжих иногородних торговцев. «Купечество на эти ярмарки съезжается из Москвы, Казани, Симбирска и некоторых сибирских городов» [14, с. 379–380]. Ярмарки, собиравшиеся в городах, входящих в состав уменьшившейся Оренбургской губернии, не имели столь широкого размаха, а потому были мало известны за пределами региона и, соответственно, практически не интересовали торговых гостей из соседних и удаленных частей России.

Сбыт привозных товаров на ярмарках пореформенного Оренбуржья наиболее активно производился в Челябинском уезде, как самом аграрном районе губернии. Читаем у В.М. Черемшанского: «Из уездов первое место по обширности торговых оборотов на ярмарках занимает Челябинский...» [14, с. 380]. «Из

числа ярмарок, назначенных в городах, собираются только в г. Челябине, в других же съезда не бывает, а в г. Орске нет даже назначенного срока для ярмарки», – констатировали «Списки населенных мест» [12, с. 100].

На землях Челябинского уезда в 1884 г. действовало 38 ярмарок. В городской черте – всего три. Как отметил источник, ярмарок «три: 1-я Никольская весенняя с 8-го по 11-е мая, 2-я Ивановская с 25 по 28 сентября и 3-я Никольская зимняя с 1 по 11 декабря. Последние значительны оборотами хлебом и салом; в другом же отношении весьма незavidны. По трехлетней сложности они приносят городу доход в год 1464 руб. 25 коп. серебром» [15, с. 101–102].

В Троицком уезде собиралось 15 ярмарок, в Верхнеуральском – 8, а в Орском только 3. На территории Оренбургского уезда в 1884 г. не было зафиксировано ни одной ярмарки, «...что объясняется влиянием Оренбурга как главного торгово-промышленного центра губернии и наличием постоянной торговли на базарах» [16, с. 90].

Что касается посещаемости всех местных ярмарок представителями торгового класса, имеющими регистрацию в купеческих списках, то число таковых было весьма несущественным по сравнению с представителями прочих состояний. Например, в Челябинске в период с 22 по 29 сентября каждого года торговля велась на Ивановской ярмарке. В 1871 г. туда прибыли: дворян – 75 чел., купцов – 70 чел., купеческих приказчиков – 95, торгующих по свидетельствам – 42, женщин и крестьян – 1 800, казаков и «азиатцев» – 4 000. Всего 6 082 человека [17, л. 49]. Из представленных показателей видно, что основную массу посетителей Ивановской ярмарки составляли казаки, крестьяне и представители тюркского этноса, причем, скорее всего, кочующие вблизи уезда казахи, а не богатые коммерсанты из Средней Азии. Зачисленные в купечество российские предприниматели составили всего 1,15% от всех прибывших на эту ярмарку в 1871 г.

Описанные обстоятельства являлись причиной того, что у местного купечества отсутствовал интерес к обустройству в пунктах проведения ярмарок надежных и удобных торговых мест, позволяющих коммерсанту с комфортом заниматься профессиональной деятельностью в течение всего времени реализации привезенной продукции.

О недостаточной заинтересованности деловых кругов Челябинска в эффективной организации ярмарочных мероприятий свидетельствуют архивные данные. Так, при подготовке к проведению Никольской ярмарки 1–11 декабря 1866 г. ярмарочный комитет города выдвинул в качестве организаторов двух представителей местного купечества: «челябинских: купца 2-й гильдии Порфирия Степановича Ильиных и купеческого сына Николая Абрамовича Смолина» [18, л. 5].

Изначально на строительство временных торговых лавок планировалось затратить 55 рублей [18, л. 17]. Ответственные за организацию торгового предприятия рассчитывали устроить до 100 балаганов, 20 полков, 15 навесов, 20 сыромятных шестов и до 30 погонных сажень коновязей. В смете работ было прописано: «Окортомить участок из кольев до 800 штук по 1,5 копейки за штуку на 12 рублей всего»; «Заплатить за постройку 100 балаганов по 30 коп. за каждый – 30 руб., 20 полков, 15 навесов,

20 сыромятных шестов по 10 коп. за штуку – 5 руб. 50 коп., и 30 погонных сажень коновязей по 5 коп. за сажень – 1 руб. 50 коп. всего на сумму 37 руб.» [18, л. 19]. Однако «в назначенные 14 и 18 ноября дни торгового... на взятие постройки и сборки временных ярмарочных помещений, желающих никого не нашлось» [18, л. 7]. Представители ярмарочного комитета продублировали процедуру торгов, вторично пригласив всех «...желающих произвести постройку помещений хозяйственным образом», но опять-таки безуспешно [18, л. 7].

Для исправления сложившейся ситуации, грозящей срывом сезонного торгового дела, было решено применить часть строительного материала, оставшегося после предыдущей Ивановской ярмарки, проходившей с 22 по 29 сентября. Но и данная импровизация не смогла полностью спасти положение, так как значительная часть оставшегося после осеннего торгового дела имущества имела сильные повреждения от прошлых монтажных работ и испытала на себе воздействия природного характера, поэтому с трудом могла выдержать вторичное применение. Поэтому для привлечения исполнителей на возведение торговых рядов и лавок заказчикам пришлось пойти на крайние меры, повысив стоимость работ практически в 3,5 раза до 130 рублей. После успешного проведения делового предприятия ярмарочному комитету пришлось выплатить «за кортомку теса челябинским 2-й гильдии купцам: Алексею Мотовилову за 480 штук по 3 коп. за каждую – 14 руб. 40 коп., Петру Мотовилову за 550 штук по 3 коп. – 16 руб. 50 коп., Михаилу Зобнину за 330 штук по 3 коп. – 9 руб. 90 коп., Константину Мотовилову за 800 штук по 4 коп. – 32 руб., также за исколотый на мелкие части тес: купцу 2-й гильдии Константину Мотовилову за 89 штук по 12 коп. – 10 руб. 68 коп. [18, л. 27].

Опираясь на вышесказанное, можно предположить, что недолговечные и неудобные торговые лавки, на состояние которых постоянно жаловались купцы, возникали непосредственно перед началом работы ярмарок и в других городах Оренбуржья. Прочных строений из камня, конструкция которых была бы специально предназначена для продажи и хранения товаров, аналогичных тем, что были построены в Нижнем Новгороде, на ярмарках Оренбургской губернии не существовало. Местные предприниматели, посещавшие Нижегородскую ярмарку, похоже, находились под сильным впечатлением от коммерческой инфраструктуры главного торгового центра империи. Об этом свидетельствует желание нескольких оренбургских купцов построить такие же торговые ряды на месте ветхих строений Гостиного двора в 1865–1867 гг. Оренбургские предприниматели Н. Ладыгин, И. Гусев, Н. Веденский, А. Шошин и Н. Валявин адресовали городской Думе предложение о строительстве в Гостином дворе губернской столицы современных каменных лавок вместо архаичных и небезопасных деревянных строений [19, л. 8]. Представленный коммерсантами проект включал возведение 34 капитальных каменных лавок на месте 40 деревянных. По желанию купцов новые торговые ряды должны были повторять внешний вид лавок Нижегородской ярмарки [19, л. 8].

Множество проблем с возведением ярмарочных помещений возникало тогда, когда строить их приходилось не в городе, селе или даже губернии, а да-

леко за пределами населенных пунктов, предполагающих наличие мест продажи стройматериалов, свободных рабочих рук, пожарной команды и т.д. Например, в 1875 г. аппарат оренбургского генерал-губернатора Н.А. Крыжановского разбирал материалы судебного спора нескольких оренбургских предпринимателей. Данная тяжба получила ход с подачи «оренбургского купца Дойникова», который жаловался на «членов оренбургского городского общественного банка, уездного суда и конкурсного управления, по случаю принятых мер к взысканию с него долгов и объявления его несостоятельным должником» [20, л. 1].

Арефий Кириллович Дойников так обрисовал суть постигших его несчастий: «...ведя на хороших основаниях свою торговлю около 30 лет и собравши от неё прибыли, я принял на себя в 1869 году постройку во внутренней киргизской орде казённых ярмарочных зданий, и при этом подрядил по условию уржумского и малмыжского купцов поставить мне на срок нужное количество леса. Между тем подрядчики эти не только на срок, но даже и после оно не поставили мне и половины нужного количества леса, так что я, боясь и сам невыполнения принятого на себя в казне обязательства, употребил все какие только можно средства для довершения той постройки, и, хотя выполнил оную как следует, но зато понёс огромный ущерб в своём состоянии. Вслед за сим, как на довершение первого несчастья, случилось ещё и второе – это пожар 1870 года, который истребил значительную часть моего имущества» [20, л. 3–3 об.].

Получается, что взяв подряд на строительство ярмарочных торговых мест на удаленной от города территории, предприниматели рисковали не только собственным материальным положением, но и репутацией честного человека. В этих условиях купечество стремилось обезопасить свое финансовое состояние и назначало суммы за услуги подрядчика, значительно превышающие рыночную стоимость работ.

Челябинский исследователь М.И. Альбрут, рассматривая экономические правонарушения в купеческой среде, отметил, что при производстве работ по тендерам, назначаемым органами городского самоуправления или государственным сектором, распространены были подкупы различных чиновников со стороны коммерсантов. «Все выгодные подряды для купцов и недобросовестное их выполнение производились при соучастии и взятках администрации», – указал краевед [21, л. 213].

Стоит упомянуть, что проект купца А. Дойникова был весьма актуален для своего времени, и, в случае успешной реализации, принес бы ему солидный доход и упростил повседневный труд коммерсантов, занятых в сфере ярмарочной торговли в казахской степью. Все потому, что действующая к тому времени во Внутренней орде ярмарка находилась в очень неудобном месте, и деловые круги Оренбурга уже разрабатывали план ее «передислокации». На это торжище в Ахунском хуторе, расположенном на удалении 35-ти верст от ставки хана, оренбургские предприниматели приезжали для приобретения у номадов различных категорий скота – рабочего или мясомолочного, и продукции животноводства. Для сбыта кочевникам купцы привозили «...предметы мануфактуры и хлеб» [22, с. 3].

Опираясь на имеющееся описание этого центра русско-казахской торговли, можно предположить, что все находившиеся на ярмарке коммерсанты стремились как можно скорее справиться делом и покинуть территорию ярмарки. Условия, малоприспособленные для длительного нахождения по торговым делам в Орде, были обусловлены специфическим ландшафтом региона и сложными климатом казахской степи. Историк и краевед А.И. Алекторов писал о сложности нахождения в подобных условиях посетителей и «работников» ярмарки: «...Какими соображениями руководились избравшие эту местность, где нет в достаточном количестве ни воды, ни топлива, – где почва гористая и самая неблагоприятная, где кроме глины нет никаких строительных материалов, – где при малейшем ветре поднимается до такой степени пыль, что в расстоянии одной сажени невозможно различать предметы» [22, с. 3]. Предложенное описание природных явлений на расположенной в степи ярмарке позволяет сделать вывод, что ведущие там дела коммерсанты находились в условиях, негативно влияющих на их психо-эмоциональный настрой и физическое здоровье.

В «Хронике Оренбурга» за 1864 г. говорилось о работе в губернском центре нескольких ярмарок во второй трети XIX в. Источник упоминал о незначительном интересе купцов-гильдейцев к сезонному торгу еще в первой половине XIX в.: «Лет тридцать тому назад, в видах развития внутренней торговли, были учреждены в Оренбурге ярмарки, но они не осуществились и давно уже забыты» [23, с. 21–22]. К середине 60-х гг. XIX столетия идея возрождения оренбургских ярмарок так и не нашла отклика в купеческой среде города. Поскольку эти две ярмарки все еще значились как действующие, то местные коммерсанты периодически вспоминали о них, и даже пытались «реанимировать» торг, но эти намерения так и не были реализованы. В источнике сказано, что попытка в 1864 г. «возобновить ярмарки также оказалась неудачной; в оба назначенные сроки не приехал ни один торговец» [23, с. 22]. Если информация автора «Хроники» источника соответствует действительности, то получается, что «сами учредители сомневались в осуществлении ярмарок, не приготовив никакого помещения для товаров, и дали только случай подшучивать над неудачным учреждением их или возобновлением» [23, с. 22].

Данные об экономической жизни Троицка, относящиеся к середине 60-х гг. XIX в., показывают то, что официально регламентированное время весенне-летней работы городской ярмарки представляло по сути лишь цифры на бумаге. В реальности же ни коммерсанты, ни покупатели на ярмарку не съезжались. «По ходатайству местных жителей в городе учреждена ярмарка с 16 мая по 15 июня, но съезда на нее в действительности никогда не бывает, незначительный съезд торгующих был только в первый год по учреждении ярмарки. Торговля здесь имеет два главные, установившиеся сами собою периода: первый в продолжение всего лета, во время менового торга, и второй в марте месяце, когда прилинейные киргизы, у которых в это время бывает ярмарочный торг, закупают в городе различные товары», – объяснял порядок вещей автор сведений [24, с. 12].

Общее нежелание торгово-экономического сословия Оренбургской губернии вкладывать средства в

разъездную торговлю зафиксировал Р.Г. Игнатьев: «В Верхнеуральске полагается ярмарка с 20 декабря по 1 января, но в сущности ярмарки не бывает; здешние торговцы не только не стараются о ее существовании, но даже против этой ярмарки, рассчитывая не без основания, что ярмарка может дать только единовременные барыши, а за то после остановить торговлю на несколько месяцев...», – поясняет источник [25, с. 120]. Далее автор отметил, что предприниматели Верхнеуральска, полностью отказавшись от ярмарки, сбывают свои товары на действующем в городе базаре: «Впрочем, в замене ярмарки в Верхнеуральске каждое воскресенье бывает базар. В настоящее время базар существует уже и не в одно воскресенье, а начиная с пятницы продолжается три дня» [25, с. 120]. В работе В.Ф. Глуховского сказано, что базарная торговля «по своей сути заполняла промежутки между проведением ярмарок, тем самым поддерживая единый, непрерывно действующий механизм торговли» [26, с. 74].

Отмеченное наращивание срока работы верхнеуральского базара с одного дня до трех можно объяснить ростом интереса купцов к стационарной городской торговле, осуществляющейся независимо от сезонов года и погодных условий. Представленный материал интересен еще и тем, что показывает стремление местных предпринимателей к созданию регулярного действующего источника прибыли в противовес спорадической сезонной торговле с мало-предсказуемым финансовым результатом. Но все же купечество Верхнеуральска продолжало посещать крупные российские ярмарки «Здешние торговцы бывают на Нижегородской ярмарке, в г. Троицке во время азиатской мены, на Мензелинской и Ирбитской ярмарках, откуда получается всякого рода товар для Верхнеуральска и его уезда», – сообщал Р.Г. Игнатьев [25, с. 119]. «Кожи здешней выделки идут в г. Троицк, в киргизскую степь, в Мензелинск, через гг. Уфу и Казань на Нижегородскую ярмарку», – отмечено у того же автора [25, с. 121].

В целом последняя четверть XIX в. стала периодом снижения роли ярмарок в хозяйственно-экономической жизни Российской империи и временем ориентации частного бизнеса на магазинную торговлю внутри городов. В 90-е XIX в. О. Гельмгольц записал, что «...в скором времени ярмарочная торговля в Оренбурге принуждена будет уступить свое место оседлой торговле. С экономическим ростом нашего отечества исчезнут и все русские ярмарки, что случилось со всеми ярмарками в Западной Европе» [27, с. 52]. Также автор определил строительство железных дорог и эксплуатацию рельсового транспорта как факторы упадка разъездной торговли: «Еще в большей степени угрожает ярмарочной торговле строящаяся Сибирская железная дорога, когда посредничество Нижнего явится также излишним» [27, с. 52].

Крупный российский экономист М.И. Туган-Барановский подобным же образом охарактеризовал участие достижений прогресса в снижении экономического значения ярмарок. «Ярмарка отмирает вместе с отмиранием наших старинных бытовых экономических форм – самостоятельного кустарного производства, общины и пр. Все эти формы гибнут от одной основной причины – преобразования условий транспорта и обмена и вытекающего отсюда разви-

тия промышленного капитализма», – заключил ученый [2, с. 324].

Аналогичное заключение было высказано и В.Ф. Глуховским. «В условиях развития железных дорог, телефонной и телеграфной связи торговые сношения между районами промышленного производства, местами складирования товаров и их сбыта могли осуществляться каждодневно, они не приурочивались к табельным дням проведения ярмарок», – определил автор [26, с. 96].

Н.Н. Алеврас также обратила внимание на то, что ближе к концу XIX в. торговля на ярмарках все меньше стала интересовать челябинское купечество, желающее отныне трудиться в стационарных специализированных объектах, дающих возможность заниматься коммерцией круглогодично. «Но к концу [XIX – К.А.] столетия приоритет ярмарочной торговли стал падать. Ведущее значение начинает приобретать стационарная торговля. В городе быстро растет число лавок для торговли», – сделала вывод историк [13, с. 24].

Архаичный гужевой транспорт, традиционно применявшийся для доставки товаров на ярмарки внутри Оренбургской губернии и за пределы региона, доставлял много хлопот для извозчиков и их нанимателей. В ситуации, когда внутри губернская и общероссийская дорожная сеть не давала возможности своевременно и без риска доставки предметы торговли к местам сбыта, наиболее состоятельные оренбургские коммерсанты-промышленники предпочитали возить на ярмарки уже законтрактованные товары по железной дороге за пределы своего региона.

Всю вторую половину XIX столетия самыми востребованным и финансово выгодными являлись поездки провинциальных купцов на ярмарку Нижнего Новгорода. Крупнейший ярмарочный комплекс государства, несмотря на стремительный упадок разъездной сезонной торговли, представлял интерес для купечества даже в первое десятилетие XX в. В первую очередь этому способствовало изменение принципа работы главной ярмарки России, заключавшееся в трансформации обычного, хоть и очень большого торжища в национальный центр деловой активности. В современном экономическом труде об этом процессе говорится: «...теперь это было место, в сущности, где заключались предварительные торговые сделки без товаров» [28, с. 431]. После подобного пересмотра специализации Нижегородской ярмарки купечество со всех регионов страны начало приезжать туда именно для контактов с деловыми партнерами, как давно состоявшимися, так и потенциальными. Подобные встречи предполагали заключения долгосрочных оптовых сделок на крупные суммы. Отныне вместо громоздких подвод с товаром предприниматели возили с собой только наличные средства, расписки, закладные, облигации, векселя, акции фирм и другие ценные бумаги.

Известны оренбургские коммерсанты, получавшие прибыль с Нижегородской ярмарки «удаленным» способом, заключавшемся в приобретении там жилой и торговой недвижимости для последующей сдачи ее в аренду покупателям и продавцам. Например, известный оренбургский предприниматель купец 1-й гильдии А.Г. Хусаинов являлся собственником «обычных номеров для приезжающих» [29, с. 94].

Яркие подробности повседневной деловой жизни Нижегородской ярмарки второй половины XIX – начала XX в., особенности торгово-развлекательной инфраструктуры, проблемы благоустройства территории описаны в работе А.П. Мельникова: «Рядом с более или менее прибранным и выглядывающим почти на европейский лад обширным гостиним двором, с великолепным главным домом в стиле ампир, тут же через канал деревянные дома и домишки, низкопробные трактиры, харчевни и постоялые дворы, вперемешку с дорогими, блещущими роскошью ресторанами, немощные улицы и грязь по колена, тротуары с провалами, ямами, наполненными до краев жидкой грязью» [30, с. 109]. Из представленного отрывка видно, что развлекательно-деловая среда Нижегородской ярмарки могла удовлетворить запросы предпринимателей любых финансовых возможностей.

В 1864 г. ярмарка насчитывала 3 391 лавку. Они совмещали в себе функции рабочего места торговца, его жилого пространства и помещения для приема пищи. А.П. Мельников пишет, что «завтракали богатые торговцы большей частью у себя по лавкам, обедали в ресторанах» [30, с. 118]. Подобное разделение пунктов питания, скорее всего, было связано с желанием купцов своевременно начать рабочий день, так как утренний поход в общепит наверняка занял бы больше времени, чем быстрый перекус в собственной лавке, либо зависело от режима работы трактиров и ресторанов, которые могли еще не открыться к моменту подъема торговых людей.

Заведения, обеспечивающие всех приезжих на ярмарку горячим питанием, конечно же, были рассчитаны на клиентов любых финансовых состояний и социального статуса. К примеру, относившиеся к деловой элите богатые чаеоторговцы из Кяхты и Москвы, по сведениям В.П. Безобразова, «обедают не иначе как в 5–6 часов у фешенебельного Никиты, – где собираются все иностранцы» [1, с. 21]. Застолье, напоминавшее целое пиршество, происходило «...не иначе как с шампанским и трюфелями, хотя и без всякой неправославной скоромной приправы...» [1, с. 21]. Для купцов поскромнее и совсем небогатых предпринимателей работало множество заведений среднего класса и забегаловок самого низшего «ранга» с дурной репутацией.

Обратиться приезжему коммерсанту за отдыхом и за едой действительно было куда. К 1864 г. на ярмарке функционировало: трактиров – 21, харчевен – 51, полухарчевен – 38, питейных выставок – 77, ренсковых погребов – 80, портерных – 4, кондитерских – 4, постоялых дворов – 68 [30, с. 118]. В 1889 г. количественные показатели заведений данного профиля изменились в сторону существенного увеличения. Трактиров было уже 78, ренсковых погребов – 20, буфетов – 11, пивных лавок – 12 [30, с. 183].

Как уже отмечалось выше, многие предприниматели предпочитали ночевать в арендованных лавках вместе со своими товарами. Это было продиктовано как вопросами сохранности имущества, так как в местах большого скопления народа всегда активно промышляли криминальные элементы, так и нередким отсутствием жилых помещений. В.П. Безобразов писал, что над «каждой ярмарочной лавкой в рядах расположены комнаты, в которых живут купцы со свои-

ми служителями. Надо заметить, что свита последних так велика, что мы знаем некоторых значительных москвичей, приезжающих на ярмарку с 30 человеками приказчиков и всяких молодцев» [1, с. 20].

Во время массового прибытия в Нижний Новгород торговцев и потребителей, когда дефицит жилых помещений достигал максимального уровня, купцы вынужденно арендовали самые низкоразрядные комнаты, порой абсолютно не предназначенные для проживания человека. «Жили на ярмарке не только в довольно, надо сказать, тесных помещениях над лавками, ютились в тесноте везде, где можно было приютиться по летнему времени налегке, жили на чердаках, в чуланах, подвалах; гостиниц на ярмарке было мало...» – повествует о таких прецедентах А.П. Мельников [30, с. 84].

Помимо концентрации финансовых потоков, огромного количества всевозможных товаров, привезенных со всех регионов страны, государств Европы и Азии, присутствия торговых агентов крупнейших Российских фирм, Нижегородская ярмарка славилась наличием увеселительных заведений, подходящих для лиц, не заботящихся о своем моральном облике. Купечество, прибывающее туда со всех окраин империи, после завершения официальной части визита расходилось по трактирам и кабакам в поисках запретных удовольствий. Как отметил О.Ю. Абакумов, кроме «деловой части ярмарки существовала и ее неофициальная, теневая сторона, тесно связанная с проходившим коммерческим оборотом» [31, с. 98].

Употребление купцами алкоголя на ярмарках было также чревато потерей бдительности, что, в свою очередь, делало имущество коммерсантов привлекательным для «работников» криминального промысла. Представители преступного мира всегда присутствовали в местах массового скопления людей, товаров и денег. А.П. Мельников описывал криминогенную обстановку на Нижегородской ярмарке так: «Целые шайки темных людей, стекаясь на ярмарку, ютились по густым зарослям тальника по берегам Бетанкуровского канала за собором, по берегам Мещерского озера. Главный притон всякого рода темных людей, бродяг, беспаспортных, беглых из Сибири, был на теперешнем Мочальном острове» [30, с. 109–110]. В статье Ф.Б. Бондаренко также упоминается о притоке на ярмарки подозрительных лиц, промышлявших воровством и мошенничеством. «Присутствие на ярмарке людей, владевших значительными капиталами, привлекало сюда и мошенников всех мастей, которые играли на порочных страстях обывателей», – было сказано в исследовании [32, с. 66]. В ситуации довольно непростой криминогенной обстановки Нижегородской и других российских ярмарок предпринимателям, прибывающим туда по рабочим вопросам, приходилось все время проявлять повышенную бдительность, заботясь о сохранности товаров, денежных средств и прочего личного имущества.

В период действия ярмарки в Нижний Новгород стекались в большом количестве представительницы древнейшей профессии, так как были хорошо осведомлены о порочных желаниях предпринимателей и, самое главное, о наличии у них материальных возможностей для потакания своим страстям. Были отмечены случаи, когда на время действия ярмарок в

места их проведения из городов переносились даже целые публичные дома. Как пишет в своей статье С.Ю. Малышева, служивший «тапером в десятках публичных домов Поволжья и Урала А.И. Шнейдер-Тагилец свидетельствовал, что «несколько раз бывал в Нижегородской и Ирбитской ярмарках и по просьбе хозяек (которые бывают большею частью неграмотные) вел приходно-расходные книги, которые показали следующие цифры: в Нижегородской ярмарке была торговля около 18 тысяч рублей, в Ирбитской около 5 тысяч рублей, следовательно, в течение трех ярмарочных месяцев один дом терпимости торговал около 23 тысяч рублей!» [33, с. 76].

Получается, что крупные ярмарочные торжища продолжали привлекать купцов даже после массового отказа делового мира от этой устаревшей формы ведения дел в пользу стационарной магазинной торговли как наиболее комфортной, всесезонной и легкодоступной для покупателя, а следовательно, более прибыльной сферы бизнеса. Ведь только в таких местах купцам, избавившимся от контроля со стороны жен и других домочадцев, удавалось «отвести душу», отдохнув в компании жриц любви или изрядно принять горячительного, ассортимент которого был, несомненно, очень велик. В подобных условиях как раз ярче всего проявлялось т.н. «самодурство» предпринимателей, в один час бросающих на ветер заработанные с огромным трудом капиталы.

Завершая исследование, можно отметить, что повседневный труд пореформенных оренбургских купцов, занятых в сфере ярмарочной торговли, имел несколько ключевых особенностей. Во-первых, практически во всех городах Оренбургской губернии места организации ярмарок были довольно плохо приспособлены для ведения торгового дела, особенно в осенне-зимний период. Расположенные на них торговые лавки представляли собой примитивную имитацию рабочего места предпринимателя, нацеленного на эффективную деятельность в течение всего светового дня. Помещения, в которых купцам приходилось торговать и хранить товары, были ветхими, сырыми и холодными. В теплый период года гнилые деревянные конструкции могли загореться даже от маленькой искры. Следовательно, вопросы сохранности имущества для коммерсантов являлись первостепенными и отнимали значительную часть ярмарочного времени купцов.

Вращение капиталов на ярмарках городов и уездов Оренбуржья было весьма незначительным, что в свою очередь снижало интерес гильдейского купечества к такой форме торговли. Основной контингент, торгующий на региональных ярмарках, состоял из крестьян, казаков и мещан.

Поездки предпринимателей на ярмарки общероссийского уровня, прежде всего Нижегородскую, продолжились и в первое десятилетие XX века. Но, в отличие от дореформенных лет, сезонные торжища второй половины XIX – начала XX в. интересовали провинциальных купцов по большей части как центры для заключения крупных сделок, площадки для переговоров с деловыми партнерами и, в не меньшей степени, как места отдыха и веселья, потому что выгодные контракты отмечались в ресторанах, трактирах и кабаках в компании кафешантанных певчих, славившихся фривольным поведением, и проституток.

Список литературы:

1. Безобразов В.П. Очерки Нижегородской ярмарки. М.: Университетская типография Катков и К°, 1865. 170 с.
2. Туган-Барановский М.И. Русская фабрика в прошлом и настоящем. Историческое развитие русской фабрики в XIX веке (Серия «Памятники экономической мысли»). М.: Наука, 1997. 735 с.
3. Лященко П.И. История народного хозяйства СССР. Т. II. Капитализм. Издание третье. М.: Государственное издательство политической литературы, 1952. 738 с.
4. Яковцевский В.Н. Купеческий капитал в феодально-крепостнической России. М.: Изд-во АН СССР, 1953. 203 с.
5. Щеглова Т.К. Ярмарки юга Западной Сибири в XIX – начале XX века. Из истории формирования и развития всероссийского рынка. Барнаул: Алтайский гос. ун-т, 2001. 504 с.
6. Щеглова Т.К. Ярмарки Западной Сибири и Степных областей во второй половине XIX века. Из истории российско-азиатской торговли. Барнаул: Изд-во Барнаульского гос. пед. ун-та, 2002. 326 с.
7. Шахеров В.П. Городские ярмарки и формирование межрегиональных экономических связей в Сибири XVIII–XIX вв. // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2003. № 3–4. С. 109–114.
8. Меньшикова Е.Н. Ярмарки в Курской и Воронежской губернии во второй половине XIX – начале XX века как место реализации деловой активности провинциального купечества // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2013. № 5 (31). Ч. I. С. 128–130.
9. Банникова Е.В. «Ехал на ярмарку ухарь-купец...»: ярмарочная торговля в деловой повседневности уральского дореформенного купечества // Торговля, купечество и таможенное дело в России в XVI–XIX вв.: сб. материалов третьей междунар. науч. конф. Коломна: Московский государственный областной социально-гуманитарный институт, 2015. С. 146–153.
10. Авдаков И.Ю. История торговли России со странами Востока на Нижегородской ярмарке // Вестник Института востоковедения РАН. 2019. № 2 (8). С. 203–213.
11. Шкунов В.Н. Сбыт импортных товаров на ярмарках Симбирской губернии в первой половине XIX века // Известия Самарского научного центра РАН. Исторические науки. 2019. № 4 (4). С. 25–29.
12. Списки населенных мест Российской империи, составленные и издаваемые Центральным статистическим комитетом Министерства внутренних дел. Вып. 28: Оренбургская губерния. СПб.: Изд. Центр. стат. ком. Мин. внутр. дел, 1871. 108 с.
13. Алеврас Н.Н. Челябинск в XVIII – начале XX века: социально-демографические процессы // Magistra Vitae: электронный журнал по историческим наукам и археологии. 2000. № 1 (11). С. 20–35.
14. Черемшанский В.М. Описание Оренбургской губернии в хозяйственно-статистическом, этнографическом и промышленном отношении. Уфа: Тип. Оренбургского губ. правления, 1859. 472 с.
15. Орлов А.В. Челябинск // Памятная книжка Оренбургской губернии на 1865 год. Оренбург: Оренбургская губернская типография, 1865. С. 83–102.
16. Шицкова М.А. История книгораспространения в Оренбургской губернии во второй половине XIX – начале XX века. Челябинск: Челябинский государственный институт культуры, 2014. 155 с.

17. Объединенный государственный архив Челябинской области (ОГАЧО). Ф. И-77. Оп. 1. Д. 203.
18. ОГАЧО. Ф. И-77. Оп. 1. Д. 163.
19. Государственный архив Оренбургской области (ГАОО). Ф. 6. Оп. 6. Д. 14132.
20. ГАОО. Ф. 10. Оп. 2. Д. 30.
21. ОГАЧО. Ф. Р-290. Оп. 1. Д. 40.
22. Алекторов А. Очерки Внутренней Киргизской Орды (окончание) // Известия Оренбургского отдела Императорского русского географического общества. Вып. 3. 1894. С. 1–32.
23. Хроника г. Оренбурга за 1864 г. СПб.: Типография товарищества «Общественная польза», 1865. 35 с.
24. Ильин В.Ф. Статистические заметки о городе Троицке // Памятная книжка Оренбургской губернии на 1865 год. Оренбург: Оренб. губ. типография, 1865. С. 1–21.
25. Игнатъев Р.Г. Верхнеуральск // Памятная книжка Оренбургской губернии на 1865 год. Оренбург: Оренб. губ. типография, 1865. С. 103–132.
26. Глуховский В.Ф. История предпринимательства в Оренбуржье (XVIII – начало XX вв.). Оренбург: Издательский центр ОГАУ, 2002. 124 с.
27. Гельмгольц О. Оренбургский меновой двор // Известия Оренбургского отдела Императорского русского географического общества. 1894. Вып. 3. С. 34–53.
28. Экономическая история мира. Европа. Т. 2 / под общ. ред. М.В. Конотопова. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2005. 636 с.
29. Таиров Н.И. Татарские предприниматели на все-российских ярмарках (вторая половина XIX – начало XX вв.) // Ученые записки Казанского государственного университета. Т. 150. Кн. 1. Гуманитарные науки. 2008. С. 92–99.
30. Мельников А.П. Столетие Нижегородской ярмарки. 1817–1917. Очерки бытовой истории нижегородской ярмарки. Н. Новгород: Изд. нижегородского ярмарочного купечества, 1917. 288 с.
31. Абакумов О.Ю. Сексуальные ритмы нижегородской ярмарки // Экономическая психология: прошлое, настоящее, будущее. 2016. № 3–1. С. 98–105.
32. Бондаренко Ф.Б. Ярмарка – культурный феномен в общественном быту горожан Пермской губернии (конец XVIII – первая половина XIX в.) // Емельяновские чтения: мат-лы всерос. науч.-практ. конф. Курган: Курганский государственный университет, 2009. С. 64–66.
33. Малышева С.Ю. Профессионалки, «арфистки», «любительницы»: проститутки в российском провинциальном городе второй половины XIX – начала XX вв. // Клио. 2012. № 3 (63). С. 72–79.

Информация об авторе(-ах):	Information about the author(-s):
Абдрахманов Константин Алексеевич , кандидат исторических наук, старший преподаватель кафедры истории России; Оренбургский государственный педагогический университет (г. Оренбург, Российская Федерация). E-mail: kostya.abdrakhmanov@mail.ru.	Abdrakhmanov Konstantin Alekseevich , candidate of historical sciences, senior lecturer of Russian History Department; Orenburg State Pedagogical University (Orenburg, Russian Federation). E-mail: kostya.abdrakhmanov@mail.ru.

Для цитирования:

Абдрахманов К.А. Трудовая повседневность оренбургского пореформенного купечества в сфере ярмарочной торговли // Самарский научный вестник. 2021. Т. 10, № 1. С. 245–252. DOI: 10.17816/snv2021101210.