

ЗАПАДНО-СИБИРСКИЕ И СТЕПНЫЕ ПОКУПАТЕЛИ ЛОГИНОВСКОЙ СПИЧКИ (1908 ГОД)

Среди традиционных товаров массового спроса в городах и селах Западной Сибири конца XIX – начала XX в. числился и относительно новый – безопасная спичка, производство которой в России было освоено в 80-е гг. Ею торговали как торговцы мелочники, так и крупные розничники и оптовики. В отличие от многих других товаров широкого потребления спичку не приходилось везти издалека. Справочник «Фабрики и заводы всей России» (Киев, 1913), безусловно, неполный, зафиксировал спичечные фабрики в губерниях Тобольской – 2, Томской – 2, Пермской – 5, Вятской – 9, а также в Акмолинской области – 1 [1. Стб. 421, 425, 427, 428].

Одним из крупнейших производителей спички на Урале и в Сибири была фирма Василия Логинова, в разное время имевшая предприятия в Екатеринбурге, Томске и Тюмени. В историко-краеведческой литературе Логиновым посвящено несколько небольших более или менее содержательных работ Е. Бирюкова, В. П. Микитюка, И. Щегловой и др. [2; 3; 4. С. 31–33].

В Государственном архиве Свердловской области отложился фонд логиновской фирмы, содержащий переписку покупателей, вояжеров с правлением. Наиболее часто встречаются письма, сопровождающие денежные документы (обычно банковские переводные билеты), с запросом цены (обычно телеграммы), заказами, реже – с извещением о поручении платежа третьему лицу. Документы эти, датированные апрелем-ноябрем 1908 г., представляют несомненный интерес. Во-первых, они проливают свет на состояние спичечного рынка в Западной Сибири и Казахской степи, организацию торговли спичкой, способы расчетов (условия, сроки, скидки и проч.) и транспортировки товара. Во-вторых, являются своеобразным «текстом», раскрывающим деловые и личностные качества Логиновых и их контрагентов. Цель данной работы состоит в реконструкции взаимоотношений Логинова и его покупателей, характеристике их предпринимательских качеств.

Географически сфера сбыта логиновской спички охватывала практически всю Западную Сибирь и отчасти Казахскую степь. Наиболее крупными были покупки для городов, лежащих на

железной дороге. Омичи, курганцы и семипалатинцы за апрель-ноябрь 1908 г. закупили 3–4 и более тысяч ящиков товара. Торговцы из Каинска, Петропавловска, Барнаула, Новониколаевска, Тюмени – более 2 тыс. ящиков. До 1,5 тыс. ящиков спичек было закуплено для Барнаула и Бийска.

Крупные обороты с Логиновыми в указанный период имели несколько фирм. Значительные покупки выделяли Сибирскую компанию: 2,5 тыс. ящиков партиями для Омска, по 300 ящиков для Исиль-Куля, Чанов и Татарской, 100 – для Колонии и 500 для Новониколаевска¹. Годовая потребность фирмы определялась в 30–40 тыс. ящиков². Товарищество А. Ф. Второва сделало покупку партиями в 1 и 0,5 тыс. на Барнаул и 1,5 тыс. ящиков на Бийск³. Семипалатинец С. Ф. Плещеев купил 1 тыс. и 1,5 тыс. ящиков⁴. Около 1,5 тыс. ящиков спички было куплено участниками курганской фирмы Колесников и Кочуров, частью совместно, частью же отдельно – уже после ее распада⁵. Более 1 тыс. ящиков партиями приобрели Овсянниковы и Ганшин на Петропавловск⁶.

Стандартизация товара, его заменяемый характер делали излишними поездки покупателей за спичкой в Екатеринбург и Тюмень. По документам указанных месяцев 1908 г. известны лишь единичные случаи покупки логиновской спички в Ирбите. Товар, как правило, высылался продавцом по запросу покупателей в основном пароходами Товарпара (8 случаев), Плотниковых (3 случая), Любимова (2 случая), Колмакова и Корниловых (по 1 случаю) и железной дорогой (4 случая)⁷.

¹ ГАСО. Ф. 23. Оп. 1. Д. 3. Л. 207; Д. 6. Л. 163 об., 164 об., 177, 181, 203.

² Там же. Д. 6. Л. 164 об.

³ Там же. Д. 1. Л. 19.

⁴ Там же. Д. 2. Л. 149; Д. 3. Л. 179.

⁵ Там же. Д. 1. Л. 62; Д. 2. Л. 80; Д. 3. Л. 110; Д. 5. Л. 82; Д. 6. Л. 163. На фирменном бланке значилось: «Оптово-розничная торговля бакалейными, мануфактурными и прочими товарами в Кургане. Тобольская губ. Троицкая улица, дом Колесникова».

⁶ Там же. Д. 1. Л. 91; Д. 3. Л. 53, 172; Д. 5. Л. 104, 110; Д. 6. Л. 163 об.

⁷ Частоту использования тех или иных возможностей транспортировки товара, к сожалению, устано-

Анализ способов расчетов логиновских контрагентов показывает абсолютное преобладание расчетов с помощью переводных билетов Сибирского торгового (15 случаев), Волжско-Камского (13 случаев), Государственного банков и казначейств (по 5 случаев), а также Русского торгово-промышленного и Северного банков. Сопроводительные письма обычно содержали указание: «в покрытие счета», «на урегулирование счета», «в уплату по счетам» и т. п. Лишь в одном случае встречается распоряжение «кредитовать наш счет» (Колесников и Кочуров, Курган), еще в одном – предложение отправить спичку «сколько возможно», а также «записать кредит нашего у Вас счета» (братья Волковы, Каинск), что прямо указывает на наличие условных текущих счетов у контрагентов⁸.

В целом из 23 такого рода формулировок лишь 3 (братья Баландины, Петропавловск; П. А. Грибков, Каинский у., К. И. Девятериков, Тарский у.) указания на счет не содержали («за купленные у вас спички»)⁹.

В 7 случаях для оплаты купленной спички использовался наложенный платеж. Им воспользовались А. С. Иванов, братья Веревкины (Омск), Ф. А. Щеглов (Чаны), И. М. Рудаков (Исиль-Куль), Ш. Л. Мухамедьярова (Петропавловск), И. Н. Кожевников (Усть-Каменогорск)¹⁰. В некоторых случаях практиковался задаток в виде переводного билета, а остальная причитающаяся с покупателя сумма предлагалась наложенным платежом (Е. Аверьянов – Семипалатинск, Верный; И. С. Дьяков – Джаркент; А. С. Хомутов – Новониколаевск; И. В. Бычков – Каинский у.)¹¹. Наконец, случилось, что покупатели оставляли выбор формы расчета за продавцом. «Следующие за товар деньги благоволите по своему усмотрению: наложенным платежом или счетом», – писал в Екатеринбург уже упомянутый Ф. А. Щеглов. «Расчет учиню, как укажете», – обращалась к Логиновым Е. Ф. Кетова (Лебяжья)¹².

В октябре-ноябре 1908 г., обеспокоенные усилившейся конкуренцией со стороны других производителей спички, Логиновы направили по Транссибу своего представителя Постникова. Вояжер оформил целый ряд договоров трех типов. Первый – договоры об оплате в определенный срок после поставки. Обычно речь шла о 30 днях (Ивановы – Омск, И. А. Левако, братья Волковы – Каинск, Ф. Г. Кочуров – Курган, Ов-

сянниковы и Ганшин – Петропавловск); о двух месяцах договорились с Ф. А. Щегловым, о 10 днях при оплате наличными – с Лопатиными, И. Г. Казанцевым из Петропавловска¹³. Второй тип договора предполагал поэтапный расчет с уплатой первой половины суммы наличными, в том числе в виде задатка, второй – по дубликату банка или 3-месячному векселю (Сибирская Компания, Ф. Г. Соловьев, Е. А. Жернаков из Новониколаевска)¹⁴.

Наконец, к третьему типу могут быть отнесены договоры об оплате наличными в течение 10 дней по прибытии товара (Лопатины, И. Г. Казанцев из Петропавловска)¹⁵.

К этому последнему типу примыкают сделки Ф. Г. Кочурова (Курганский у.), Шадринных (Усть-Чарышская) и Второвых без участия вояжера с указанием на то, что «деньги будут уплачены между нами», т. е. наличными¹⁶.

Наличие более или менее постоянных контрагентских отношений между отдельными сибирскими торговцами делало возможными и расчеты с участием третьих лиц. Так, В. Л. Жернаков (Тюмень) выслал Логиновым банковский переводной билет на 1 тыс. руб. «за счет Павла Ивановича Дудикова» (Тарский у.)¹⁷. Новониколаевский торговец А. С. Хомутов просил часть заказанных спичек (100 ящиков) «передать за мой счет Сергинско-Уфалейскому заводу»¹⁸.

Об участии в операциях других контрагентов Логиновых свидетельствуют и документы крупного семипалатинского торговца С. Ф. Плещеева. В мае 1908 г. тарские покупатели М. Ахунов и Магдеев¹⁹ сообщали Логиновым, что часть их долга (в размере скидки с ящика, не предоставленной Логиновыми) заплатит Плещеев²⁰. В данном случае можно лишь подозревать участие последнего в спичечных операциях тарских торговцев. Зато второй факт прямо указывает на такое участие. В июне 1908 г. сам С. Ф. Плещеев телеграммой сообщал Логиновым, что его клиенты, в частности Шаихов²¹, не могут оплатить квитанций до Ботовской ярмарки. И только в октябре: «Рахим

вить не удастся – лишь в отдельных случаях известно, кто и как перевозил купленную спичку покупателю.

⁸ ГАСО. Ф. 23. Оп. 1. Д. 1. Л. 62; Д. 2. Л. 29; Д. 3. Л. 34.

⁹ Там же. Д. 2. Л. 19, 44; Д. 3. Л. 96.

¹⁰ Там же. Д. 1. Л. 57; Д. 2. Л. 67; Д. 3. Л. 33, 36, 260; Д. 6. Л. 163, 190.

¹¹ Там же. Д. 1. Л. 5, 48; Д. 3. Л. 244; Д. 5. Л. 19.

¹² Там же. Д. 2. Л. 206; Д. 3. Л. 134.

¹³ Там же. Д. 6. Л. 162 – 162 об., 164 об., 175, 181.

¹⁴ Там же. Л. 163–164, 177.

¹⁵ Там же. Л. 163.

¹⁶ Там же. Д. 1. Л. 19; Д. 2. Л. 77, 249.

¹⁷ Там же. Д. 1. Л. 50.

¹⁸ Там же. Ф. 23. Оп. 1. Д. 3. Л. 243.

¹⁹ М. Н. Ахунов и Магдеев в 1908 г. учредили Торговый дом. См.: Там же. Д. 2. Л. 5.

²⁰ Там же. Л. 12.

²¹ Вероятно, речь идет о Сагди Шаихе Рахиме Ш. Торговал скотом, мануфактурой в Семипалатинске, Зайсане, Сарканде и Чугучаке. См.: ЦИАМ. Ф. 342. Оп. 2. Д. 194. Л. 31 об. – 32; Д. 211. Л. 238 об. – 239; Д. 594. Л. 16; Ф. 774. Оп. 1. Д. 20. Л. 23–29.

Шаихов... все квитанции выкупил»²². Здесь довольно очевидным представляется поручительство Плещеева, купившего товар в кредит под реализацию для Шаихова и других, несколько затянувших платежи.

Реализовывалась купленная спичка поразному. Очевидно, оптово-посреднический характер носили покупки таких крупных покупателей, как Второвы и Овсянниковы и Ганшин. Бийск являлся форпостом монгольской торговли, Петропавловск играл аналогичную роль в отношении Казахской степи [5. С. 53].

Мелкопартионной и розничной торговлей занимались тоболяки Голев и Лебедев, приобретенные у Логиновых 600 ящиков спички²³. Наличие в их предприятии пароходства дает основания предполагать операции со спичкой на Севере [6. С. 76]. На широкую мелкопартионную торговлю братьев Волковых (Омск, Каинск), закупивших в апреле-ноябре 1908 г. 730 ящиков товара²⁴, указывает их текущий счет в омском отделении Государственного банка²⁵. Судя по объемам закупок аналогичную торговлю в Каинске вели И. А. Левако (купил у Логиновых около 700 ящиков) и Н. В. Шкроев (более 500 ящиков)²⁶. В Кургане подобным же образом, видимо, оперировал С. Г. Каменских (500 ящиков)²⁷.

Омский делец Н. М. Глизман, фигурировавший в различных городских справочниках как представитель АО «Василий Логинов» [7. С. 228], известен как продавец спички местным мелочным торговцам, в частности другому клиенту Логиновых – омским купцам братьям Вережкиным²⁸.

Наконец целый ряд клиентов Логиновых сбывали спичку преимущественно в розницу. Это крупный маслоторговец М. Я. Мариупольский (Чаны), С. П. и И. С. Кармацкие (Петухово, Гольшманово), иногда заказывавшие товар не ящиками, а пачками²⁹, Е. Ф. Кетова (Лебяжье, Мокроусовское Ялуторовского у.)³⁰, Ахунов и Магдеев (Тара). Очевидно, розницей торговали и такие купцы, как П. Т. Харламов (Курган),

²² ГАСО. Ф. 23. Оп. 1. Д. 2. Л. 149, 180; Д. 5. Л. 150.

²³ Там же. Д. 1. Л. 35; Д. 6. Л. 75.

²⁴ Там же. Д. 1. Л. 20; Д. 3. Л. 34; Д. 6. Л. 166.

²⁵ ГАОО. Ф. 26. Оп. 1. Д. 50. Л. 89 об. – 94 об.

²⁶ ГАСО. Ф. 23. Оп. 1. Д. 2. Л. 96; Д. 3. Л. 250, 255; Д. 6. Л. 163 об., 169.

²⁷ Там же. Д. 2. Л. 81; Д. 3. Л. 122; Д. 6. Л. 166.

²⁸ Там же. Ф. 23. Оп. 1. Д. 3. Л. 36.

²⁹ Там же. Д. 1. Л. 105.

³⁰ Е. Ф. Кетова вела мануфактурную и другую торговлю в Ишимском, Ялуторовском у. Известно, что мануфактуру закупала, в частности, у «Никольской мануфактуры Саввы Морозова Сын и Ко». См. о ней: ЦИАМ. Ф. 342. Оп. 2. Д. 144. Л. 182 об. – 183; Д. 177. Л. 134 об. – 135; Д. 598. Л. 209; Д. 1133. Л. 10; Д. 1680, Л. 46 об. – 47.

А. С. Хомутов (Новониколаевск) и др. В розницу сбывалась спичка и Сибирской компанией – А. Шиша говорил о практике продажи товаров широкого потребления Сибирской компанией сдатчикам масла [8. С. 10]. Это свидетельство хорошо коррелирует с указанными дробными партиями спички, приобретенными компанией на станции железной дороги.

Сопроводительные письма [9. С. 378] и телеграммы в силу их лаконизма редко содержали информацию, прямо характеризующую состояние рынка и деловые качества предпринимателей. Удалось выявить лишь 37 таких документов. В большинстве случаев речь шла о конкуренции, скидках, возможности кредита, и, в первую очередь, о цене, к которой в конечном счете сводились практически все «отступления от жанра» сопроводительных документов и телеграфных запросов.

Наличие на рынке разных производителей спички – Ворожцова, Камендровского, Сапожникова и др. порождало конкуренцию, с одной стороны, позволявшую сибирским торговцам выбирать выгодные варианты, с другой – подерживавшую их требовательность к фабрикантам. Типичными были письма Логиновым Н. М. Глизмана и Ф. А. Щеглова. «Фабриканты Камендровский, Сапожников и Ворожцов Вятский предлагают спички франко Тюмень 8-70 и 8-75. Не желая прерывать начатое дело с Вами, покорнейше прошу телеграфировать цену спичек франко Омск при расчете в течение месяца» (Н. М. Глизман)³¹. «К Вашему сведению честь имею сообщить, на днях в Сибирь от фабрики спичек Волкова предлагают спички, которые будут стоить дешевле Ваших на 25 коп., а потому покорнейше прошу все спички поставить подешевле»³² (Ф. А. Щеглов). Еще один характерный пример давления на фабрикантов находим в письме омского купца И. Е. Терехова: «Ввиду того, что спички Камендровского сильно понизили, поэтому телеграфировал – заказ уничтожаю, что сим и подтверждаю, так что если найдете возможным уступить, то тогда прошу сообщить цену»³³.

Цена, естественно, была центральным пунктом взаимоотношений покупателей с продавцом. При ее определении Логиновым предлагалось: 1) обратить внимание на конкуренцию и сложившиеся цены на местных рынках (Е. Ф. Кетова: «Цену поставьте недорого за наличные деньги, т. к. в Кургане мои конкуренты торгуют по 8 р. 50 к. за ящик хотя других фабрик, Ваши же спички мне стоили до сих пор 8 р. 93 к.»³⁴; Овсянниковы и Ганшин:

³¹ ГАСО. Ф. 23. Оп. 1. Д. 1. Л. 39.

³² Там же. Л. 260.

³³ Там же. Д. 2. Л. 185.

³⁴ Там же. Д. 6. Л. 101.

«...только имея означенную скидку есть возможность торговать Вашими спичками, если же нет, то ваши цены неподходящие в сравнении с другими фирмами»³⁵; Волковы: «Цены на спички в Каинске в настоящее время 9 руб. 10 коп. Нам же спички ваши стоят тоже 9 руб. 10 коп., а потому покорнейше просим, не найдете ли вы возможным сделать скидку, т. к. работать без пользы не интересно; такие цены стоят на спички Волкова и Сапожникова и уже более месяца»³⁶); 2) учесть перспективу дальнейшего сотрудничества и значительные объемы закупок (Н. М. Глизман: «...не желая прерывать начатое дело с Вами»³⁷; братья Шадрины: «Желая быть вашими покупателями надеемся...»³⁸; братья Хейфец из Мариинска: «Так как при нашей торговле можно сбыть в течение года от 800 до 1 000 ящиков, просим сделать нам соответствующую уступку»³⁹; М. Я. Мариупольский: «Цены прошу поставить на спички такие, которые дали бы мне возможность быть Вашим постоянным покупателем»⁴⁰).

Таким образом, из практиковавшихся в торговом мире скидок в логиновской торговле налицо требования рабата, т. е. скидок, с дисконтом (учетом) и декортом (скидок при порче товара) не связанных. Отсутствие дисконта следует объяснить слабо налаженной системой коммерческого кредита покупателей. Как отмечалось выше, отсрочка платежей обычно не превышала 1 месяца. Кроме того, встречаются ссылки как на оговоренную контрагентами скидку (наследники С. П. Кармацкого М. А. Порошина с сыновьями, Петухово⁴¹; Волковы, Омск⁴²), так и инициативные заявления покупателей об удержании скидки (В. П. Харламов, Курган: «...думаю, что Вы не обидитесь, так как в августе цена была на спички Волкова 8-50»⁴³; С. Г. Каменских, Курган: «75 руб. не дослал, надеясь на скидку»⁴⁴; С. Ф. Плещеев, Семипалатинск, сообщал об оплате товара «со скидкой 4 % за излишне поставленную цену»⁴⁵).

Переговоры о ценах были наиболее эмоционально окрашенной частью контрагентских отношений. Характерно, что сама цена в корреспонденции покупателей приобретала разнообразные свойства: 1) «умеренная», «не дорого», «подешевле» (наследники С. П. Кармацкого М. А. Порошина с сыновьями, Петухово; два-

ды Е. Ф. Кетова, Лебяжья; Ф. А. Щеглов, Чаны)⁴⁶; 2) «денежная», «правильная» (видимо, позволяющая торговать с прибылью, – Л. М. Глизман, Тара; Шадрины, Усть-Чарышская)⁴⁷; 3) «решительная», «крайняя», «окончательная» (окончательная, видимо, после нескольких попыток убедить продавца ее снизить – П. Т. Варламов, Курган; Н. В. Шкроев и И. А. Левако, Каинск; Е. Г. Ходосова, ст. Шумиха)⁴⁸.

Очевидно, за этими разными отношениями вокруг цены стоят и разные режимы деловой активности. Умеренность цены, интересовавшая в первую очередь мелких торговцев, была особенно важна для мелочной торговли в небольших населенных пунктах с более или менее устоявшимся спросом. Требование цены «крайней» было сопряжено с менее упорядоченным ритмом торговли и могло сопровождаться требованием скорой высылки товара. «Отправить немедленно, считая крайнюю цену», – телеграфировал И. А. Левако⁴⁹.

Другим важнейшим вопросом взаимоотношений Логиновых с покупателями были сроки исполнения заказов. Широкое распространение получили точно датированные распоряжения покупателей об отправке партий спички (Сибирская компания; Второвы, Бийск, Барнаул; П. И. Дудиков, с. Такмыкское Тарского у.; братья Вережкины, Омск; А. С. Хомутов и Ф. Г. Соловьев, Новониколаевск; Овсянниковы и Ганшин, Петропавловск; Ф. Г. Кочуров, Курган)⁵⁰. В то же время наряду с заранее планирующимся поступлением товара часто встречались и экстренные распоряжения. «Выслать немедленно», «шлите немедленно», «высылкой прошу не замедлить», «отправкой прошу поспешить» (наследники С. П. Кармацкого М. А. Порошина с сыновьями, Петухово – дважды; Колесников и Кочуров, Курган – дважды; И. С. Кармацкий, Петухово; М. Я. Мариупольский, Чаны; Е. Ф. Кетова, Лебяжья – дважды; И. А. Левако, Каинск; А. С. Хомутов, Новониколаевск)⁵¹, «сейчас нужно, посылайте» (Ф. М. Дмитриев, Исиль-Куль)⁵²; «отправить по возможности скорее» (Ф. А. Щеглов, Чаны; братья Вережкины, Омск; Коншин, Тара)⁵³. Характерно письмо Н. Джалилова из Джаркента: «Поскорее отправьте мой заказ, почему до сих

³⁵ ГАСО. Ф. 23. Оп. 1. Д. 5. Л. 108.

³⁶ Там же. Л. 44.

³⁷ Там же. Д. 1. Л. 39.

³⁸ Там же. Д. 3. Л. 249.

³⁹ Там же. Л. 245.

⁴⁰ Там же. Д. 6. Л. 135.

⁴¹ Там же. Д. 1. Л. 105.

⁴² Там же. Д. 1. Л. 20; Д. 5. Л. 41.

⁴³ Там же. Д. 6. Л. 327.

⁴⁴ Там же. Д. 2 Л. 81; Д. 3. Л. 122.

⁴⁵ Там же. Д. 2. Л. 149.

⁴⁶ Там же. Д. 1. Л. 105; Д. 3. Л. 134, 260; Д. 6. Л. 101.

⁴⁷ Там же. Д. 3. Л. 58, 249.

⁴⁸ Там же. Д. 1. Л. 149; Д. 2. Л. 190; Д. 3. Л. 146; Д. 5. Л. 212.

⁴⁹ Там же. Д. 3. Л. 146.

⁵⁰ Там же. Д. 1. Л. 19, 45; Д. 3. Л. 33, 36, 243, 244; Д. 6. Л. 163–164, 203–204.

⁵¹ Там же. Л. 105; Д. 2. Л. 80, 94, 120, 132; Д. 3. Л. 112, 134, 146; Д. 6. Л. 101.

⁵² Там же. Д. 3. Л. 98.

⁵³ Там же. Д. 1. Л. 152; Д. 3. Л. 36, 130.

пор не высылаете счета, время идет, будьте добры отправить мой товар, так как у меня в торговле не остается и коробки спичек»⁵⁴.

Известным компенсатором недостатка прямой информации об особенностях спичечной торговли служит анализ внешнего вида, способов оформления деловой переписки. Большинство покупателей, не говоря о самих Логиновых, использовали для писем фирменные бланки с указанием адреса, иногда характера торговли, номера банковского счета. Некоторые бланки имели заготовки текста, набранные типографским либо гектографическим способом так, что оставалось внести в этот текст лишь конкретные условия сделки (платежа). Так были оформлены письма Ф. С. Афонина, братьев Волковых, Товарпара, Н. В. Шкроева⁵⁵. С этими документами контрастируют письма мелких торговцев А. С. Иванова, Ахунова и Магдеева и других, написанные на обычных листах бумаги или почтовых карточках с явным перебором орфографических и стилистических ошибок, причудливой каллиграфии. Почерк авторов большинства корреспонденций каллиграфический, хотя значительная часть писем написана небрежно. Орфография и пунктуация страдают в подавляющем большинстве случаев.

Качество телеграфных сообщений также было различным. Необходимый лаконизм, как правило, выдерживался: «Почем СИБИКО»⁵⁶, «7 027 выкуплены 8 790 не пришел. Мухамедьярова»⁵⁷. Однако встречалось и излишнее многословие, свойственное, впрочем, тогдашней деловой практике в целом, отмеченное даже в служебной переписке Государственного банка [10. С. 69]: «Какой ценой можете продать тысячу ящиков спички франко Тюмень личный расчет. Михаил Кротов»⁵⁸; «Камендровский приехал Ташкент усиленно принимает большие заказы всем двух месяцев срока если ваша цена подойдет сделаю вам заказ теперь телеграфируйте. Календарев»⁵⁹.

Ярко характеризуют спичечную торговлю, к сожалению, немногочисленные письма и телеграммы вояжера Логиновых Постникова с мест, раскрывающие особенности деловых отношений фирмы с покупателями.

Совершивший поездку по Транссибу на восток, до Красноярска, Постников бегло, но выразительно описывает свои впечатления. Сообщает о чрезвычайных происшествиях⁶⁰, ха-

рактеризующих быт коммивояжеров, «блуждающих по Сибири»⁶¹, говорит о встречах с другими коммерческими агентами, сообщает слухи о массовых неплатежах в Восточной Сибири⁶², упадке кредитоспособности некоторых покупателей Логиновых⁶³. Но главной темой писем, конечно, являются новые контракты.

«Теперь одно заботит меня, что-то будет в Ишиме. Распорядился я отправить товара много, просто голова кругом, сумею ли я его утилизировать на благородные приятельские места; ну, что будет, как-нибудь, авось да небось, буду сначала подходить с черного крыльца, быть может, по старой памяти не выгонят и не поступят со мной, как губернатор с евреями»⁶⁴. «Придется кланяться», – добавлял Постников телеграммой⁶⁵.

«Главноуполномоченный Сибирской Компании над всеми здесь конторами Константин Петрович Коряг, прекраснейший человек, – сообщал вояжер из Новониколаевска. – Долго мы с ним беседовали; он хочет для (не ясно. – А. К.) отделений купить одной (не ясно. – А. К.) годичную потребность от 30 до 40 тысяч ящиков начиная выбирать 1-го Января. Но этот вопрос оставили до его приезда к нам в Екатеринбург открытым, а за это время (не ясно. – А. К.) заберут во всех отделениях справки. Твердо убежден, что у нас эта комбинация с ними состоит; он у меня сейчас крепко добивается цены на будущий год, но я от этого уклонился, полагаю всегда мы с ними сойдемся»⁶⁶.

Личные отношения со старыми клиентами были достаточно близкими. «Г. И. Казанцев уговаривает дня два погостить здесь, – писал Постников из Петропавловска. – (...) предлагает мне меховое одеяло, пимы и собственный с своих плеч род шубы киргизский чапан, словом здесь добрые люди и с голоду не заморят, да кроме того и оденут с ног до головы»⁶⁷.

Однако даже с постоянными покупателями заключить договоры о продаже удавалось не всегда. «Здесь рынок заполнен спичками Камендровского, Кадуровой и Волкова, почти имеют все торговцы...» – сообщал вояжер из Омска⁶⁸. Поиски «приятельских мест» в Ишиме, видимо, не имели успеха. Постников, имея в виду цену, телеграфировал оттуда: «Выговаривают прошлогоднюю. Что выйдет, пока не из-

⁵⁴ Там же. Д. 3. Л. 95.

⁵⁵ Там же. Д. 1. Л. 6, 20, 53, 66; Д. 2. Л. 33; Д. 3. Л. 250.

⁵⁶ Там же. Д. 6. Л. 208.

⁵⁷ Там же. Д. 1. Л. 109.

⁵⁸ Там же. Л. 65.

⁵⁹ Там же. Д. 6. Л. 103 об.

⁶⁰ «Сейчас в поезде обокрали одну даму на 280 руб. со всем ручным саквояжем». См.: Там же.

Л. 175. Об эпидемии чумы в районе Петропавловска – см.: Там же. Л. 148.

⁶¹ Там же. Л. 149.

⁶² Там же. Л. 161 об.

⁶³ Там же. Л. 161, 174.

⁶⁴ Там же. Л. 149.

⁶⁵ Там же. Л. 154.

⁶⁶ Там же. Л. 164 об. – 165.

⁶⁷ Там же. Л. 149 об.

⁶⁸ Там же. Л. 177.

вестно»⁶⁹. «Запрашивают Волкова (фабрикант-конкурент Логиновых. – А. К.). Пока не решают. Мучают»⁷⁰. О переговорах с одним из постоянных покупателей: «Кутыревыми очень трудно. Буду ухаживать»⁷¹.

Стремление использовать личные отношения, старые связи, маленькие хитрости и «обходные маневры», борьба вокруг цены, но борьба осторожная, с задней мыслью о допустимом компромиссе, в определенных случаях известная твердость или, напротив, готовность «кланяться» – таким предстает образ продавца – образ фирмы Логиновых и ее вояжера Постникова.

Покупатель спички находился в положении прямо противоположном. Избалованный конкуренцией, он мог отказаться от предложения продавца («Суриков И. Т. у меня спички не купил, потому что он купил спички у Бровцына»⁷²), позволить себе не заботиться личной встречей с вояжером («в конторе М. Мариупольского никого не застал, т. к. сын его уехал в с. Оудино, где имеется главное ихнее жильё, а посему переговорить, предложить и продать спички для них было некому»⁷³), заставляя его «кланяться». Нередким, впрочем, было и традиционное гостеприимство, и, во всяком случае, почтительное отношение к продавцу. Наряду с вышеприведенным примером приема Постникова Г. И. Казанцевым характерно, что ишимские Кутыревы, так и не купившие товар вояжера, сочли своим долгом сообщить Логиновым: «В настоящее время спичку имеем, в ярмарку, вероятно, купим. С почтением к Вам имеем быть Товарищество «Бр. А. и Ив. Кутыревы»⁷⁴. Повсеместно принятое обращение «М. Г.!» («Милостивые государи!» – А. К.), просьбы «покорнейшие», выражение почтения («с совершенным почтением», «с почтением к Вам» и т. п.) в конце писем – неизменный элемент деловой переписки. Лишь редкие задержки отправки требуемого товара или расчетов меняли тон корреспонденций: от «...исполнением нашей покорнейшей просьбы очень обяжете»⁷⁵ до «...если не будут высланы, то благоволите немедленно уведомить нас, т. к. нам необходимо будет заказать от других фирм»⁷⁶.

Мелочная по своей сути спичечная торговля в Западной Сибири и Казахской степи, торговля товаром, производившимся на Урале и в Сибири, заменяемым, с высокой скоростью оборота порождала определенную систему отношений. Ее характерными чертами были: 1) закупки то-

вара непосредственно у производителя по письменным запросам; 2) редкие личные контакты с ним; 3) относительная неразвитость кредита (в сравнении с мануфактурной торговлей, например), его краткосрочный (до 3 мес.) характер; 4) относительно простая система расчетов, «сложные узлы», которой связаны с перекрестными расчетами некоторых покупателей; 5) развитие как розничных, так и мелко-партионных продаж при отсутствии четкой иерархии, выстраиванию которой препятствовала доступность выхода непосредственно на производителя даже для не крупного розничного торговца; 6) известный «демократизм», выразившийся и в конкуренции производителей-продавцов, и в том, что спичку у них наравне закупали крупные фирмы и мелкие торговцы и, наконец, в демократичности самого потребителя. Пятый и шестой из указанных признаков были в значительной мере свойственны ввозной торговле товарами народного потребления в Западной Сибири и Казахской степи в целом.

Список литературы

1. *Фабрики* и заводы всей России. Сведения о 31.523 фабриках и заводах. Киев, 1913.
2. *Бирюков Е.* «Шведские» лучше шведских // *Былое*. 1998. № 7.
3. *Микитюк В. П.* Логинов Василий Иванович // Екатеринбург: Энцикл. Екатеринбург, 2002.
4. *Предпринимательство* на Урале. История и современность. Екатеринбург, 1995.
5. *Докладная* записка Петропавловской городской управы по вопросу о проведении железнодорожной линии Петропавловск – Кокчетав – Акмолинск – Спасский завод. СПб., 1912.
6. *Баикатова З. В.* Голев Дмитрий Иванович // *Краткая энциклопедия по истории купечества и коммерции Сибири*: В 4 т. Новосибирск, 1994. Т. 1, кн. 2.
7. *Весь Омск*. Справочник-указатель на 1912 год. Омск, 1912.
8. *Шиша А.* Роль иностранного капитала в экономической жизни Сибири. Новониколаевск, 1922.
9. *Коммерческая энциклопедия* М. Ротшильда в полной переделке сообразно потребностям русских предпринимателей и с добавлением 6 новых русских отделов / Под ред. С. С. Григорьева. Настольная справочная книга по всем отраслям коммерческих знаний. СПб., 1901. Т. 2.
10. *Киселев А. Г.* Инструкции и циркуляры Государственного банка как источник (конец XIX – начало XX в.) // *Источники по истории Западной Сибири*: Материалы научн. конф. Сургут, 2003. Ч. 2.

⁶⁹ ГАСО. Ф. 23. Оп. 1. Д. 6. Л. 166.

⁷⁰ Там же. Л. 147.

⁷¹ Там же. Л. 153.

⁷² Там же. Л. 165.

⁷³ Там же. Л. 149.

⁷⁴ Там же. Л. 106.

⁷⁵ Там же. Д. 2. Л. 103.

⁷⁶ Там же. Д. 3. Л. 169.