

УДК 94(47)08(571.5)  
ББК 63.3(0)5

*Т.А. КИСКИДОСОВА*

**РАЗВИТИЕ ТОРГОВЛИ В ГОРОДАХ  
ЕНИСЕЙСКОЙ ГУБЕРНИИ  
НА СТРАНИЦАХ СИБИРСКИХ ГАЗЕТ  
(вторая половина XIX — начало XX века)**

В статье анализируются материалы периодической печати, освещавшие торговую жизнь в городах Енисейской губернии во второй половине XIX — начале XX в. Газеты при тщательной обработке и строгом сопоставлении с другими источниками позволяют изучить экономическую историю региона в период модернизации.

**Ключевые слова:** город, Енисейская губерния, торговля, газета.

*T. A. KISKIDOSOVA*

**TRADE DEVELOPMENT IN THE CITIES OF YENISEI  
GUBERNIA ON THE PAGES OF SIBERIAN NEWSPAPERS  
(second half of the XIXth — early XXth century)**

The article analyzes the materials of the periodical press, which covered the commercial life in the cities of the Yenisei province in the second half of the 19th and the beginning of the 20th century. Newspapers with careful processing and strict comparison with other sources make it possible to study the economic history of the region during the modernization period.

**Keywords:** city, Yenisei province, trade, newspaper.

В последние годы резко возрос интерес исследователей к такому виду исторического источника как периодическая печать [8; 9; 13]. Информационные возможности сибирских газет, освещающие торговое развитие городов, представляются достаточно значительными. В региональной прессе широко обсуждались разнообразные проблемы торговли.

Материалы о торговой жизни в Енисейской губернии содержатся в различных жанрах газетной периодики: корреспонденциях, заметках, статьях, обзорах, очерках, фельетонах. Обычно сведения о торговле были представлены в заметках, обзорах и корреспонденциях. Наиболее содержательными и информативными материалами были экономические обзоры и очерки. В них подробно освещались проблемы путей сообщения, качество привозных товаров, конкуренция предпринимателей, цены на товары и т.д. Авторами статей и заметок были местные представители интеллигенции и предприниматели: А.И. Кытманов, М.Ф. Кривошапкин, М.П. Миндаровский, С.В. Востротин и др. Все они были очевидцами и непосредственными участниками событий, которым была безразлична экономическая жизнь региона.

Ежегодно купцы приенисейских городов лично производили закупки товаров на Ирбитской ярмарке. Красноярский купец Раззоронов привозил оттуда мужское и женское платье для горожан. Из-за конкуренции различных фирм на Ирбитской ярмарке ему удавалось приобрести товары по сниженным ценам. Примеру Раззоронова последовали другие купцы, закупив дешевые товары. По этому поводу журналист «Енисейского листка» заметил: «Благодаря этому красноярцы будут иметь возможность выбора не в одном, как прежде магазине, а в двух–трех, и главное приобрести за недорогую цену, о чем прежде они не смели и мечтать» [6, 1893, 28 февр.]. Однако деловые поездки не всегда были удачны для купцов. Отправляясь на Ирбитскую ярмарку, они не всегда имели возможность осуществить выгодные сделки. Если торговцам не удавалось закупить новые товары, то цены на прошлогодние товары значительно повышались. Например, ситец, который ранее стоил 10 к., предлагали по 30 к. В 1890 г. произошел казус с продавцами пушнины, купец С-в привез почти всех соболей обратно, так как в Ирбите предлагали меха по ценам ниже себестоимости. Зато местные торговцы привезли с ярмарки в большом количестве раскрашенные кошачьи меха [10, 1890, 13 мая].

Некоторые купцы избегали длительных поездок и ярмарочных закупок, предпочитая получать предварительно заказанные товары из Москвы. Например, в Минусинске торговцы М.Г. Ильминская и Д.И. Лалетин предлагали мануфактурные и галантерейные товары исключительно из московских поставок. Особенно славился магазин Лалетина, расположенный хоть и в неказистом доме, но предлагавший широкий ассортимент товаров, отличавшийся «по достоинству и изяществу при сравнительно низкой цене». Кроме того, в магазине не было грубого обращения к покупателям со стороны продавцов. До проведения железной дороги Лалетин составлял серьезную конкуренцию местным торговцам. Магазин Ильминской, предлагавший мануфактурные и галантерейные товары, не выдержал конкуренции фирмы Гадалова [10, 1890, 22 апр.].

В середине XIX в. в приенисейских городах в основном была развита розничная торговля в небольших размерах. Даже в губернском центре торговля велась в рамках потребления необходимых для одного города. В 1859 г. в Красноярском гостином дворе насчитывалось 58 лавок, не отличавшихся широким ассортиментом товаров. По размеру торговые лавки гостиного двора были небольшие, один торговец занимал по 2–3 лавки. Доход с лавок был невысок, за три года (с 1856 по 1858 г.) получили всего 1545 р. 48 к., с каждой лавки — по 26 р. 64 к. В торговых заведениях гостиного двора предлагали в основном железные вещи и различные мелочные товары, при этом не было ни одного магазина или галантерейной лавки. Обычно красноярские купцы в собственных домах устраивали магазины или лавки и там торговали панскими, галантерей-

ными и другими товарами. Ежегодно увеличилось число лавок и лавочек при частных домах. Не каждый крупный торговец решался перенести торговлю из своего дома в гостинный двор. Для этого предпринимателю требовалось «переменить место торговли, к которому привык и приучил покупателей». Для расширения торговли гораздо удобней было приобрести несколько лавок или магазинов. В то же время очевидец отмечал, что в «красноярских торговых заведениях часто не было расчета, так как торговля была очень малая». Местным торговцам для мелочной торговли было достаточно одной торговой лавки. Немногие купцы выписывали большое количество разнообразных товаров на крупные суммы. Для ведения оптовой торговли или розничной в крупных размерах, развитой в больших российских городах, требовались склады и специальные палатки. Однако в дальнейшем с развитием торговли в Красноярске было решено построить новый гостинный двор с 67 складскими лавками на Старобазарной площади. На постройку двух каменных корпусов для гостинного двора предполагалось потратить около 90 тыс. р. [3, 1859, 4 апр.].

Материалы периодической печати позволяют проследить конкурентную борьбу между предпринимателями. Конкуренция между торговыми заведениями приводила к тому, что крупные торговцы вытесняли мелких. По этому поводу местные торговцы замечали: «У нас в Сибири честной торговли быть не может в силу тех условий, при которых она здесь ведется. Всякое честное отношение в торговле неизбежно выразиться в убыток себе. А кому охота в убыток торговать?». По причине конкуренции крупный торговец активно вел мелочную торговлю. В своем магазине он продавал бархат, сукна, драп, шелк, серебряные и золотые вещи, дорогие меха, чай, сахар, мыло, «шабашковые» сальные свечи и простой в папушах табак. Крупный торговец мог бы специализироваться на каком-нибудь виде торговли, например, ведении чайного дела, но намеренно избегал такого ведения торговли. В Красноярске было много магазинов с мелочной торговлей, и все они работали даже в праздничные дни. Подобные приемы торговли со стороны крупных торговцев часто приводили к разорению мелких предпринимателей [3, 1882, 6 нояб.].

Читателей газет интересовали цены на различные товары в торговых заведениях. В местной прессе регулярно освещались цены на жизненно важные товары. Нередко предприниматели повышали цены на самые необходимые для обывателей привозные товары: сахар, свечи и керосин. Торговцы на Нижегородской ярмарке закупали пуд сахара по 9 р. 90 к. Зимняя перевозка им обходилась по 80 к. с пуда. В магазинах пуд сахара стоил 10 р. 70 к. [3, 1882, 6 нояб.].

Рост цен сказывался в первую очередь на бюджете низших слоев населения. Беднота предпочитала брать товары в долг или в кредит, от такой торговли лавочники получали прибыль. Несмотря на то, что на складах Красноярска в мирное время в достаточном количестве находи-

лись сахар, чай, спички и другие жизненно важные товары, цены на них периодически росли [4, 1900, 28 июля].

В отличие от привозных товаров, продукты питания в городах были относительно недорогими. В 1904 г. в Канске и Красноярске пуд ржаной муки стоил 60 к., крупчатка второго сорта — 2 р. 40 к., пуд гречки — 2 р., ведро квашенной капусты — 50 к., фунт меда — 30 к., фунт мяса 1-го сорта — 11 к., 2-го сорта — 10 к., фунт горчицы — 1 р. 80 к., фунт постного масла — 18 к., фунт сахара — 19 к., пуд соли — 65 к., 100 шт. яиц — 2 р., большая крынка сметаны — 40 к. [2, л. 9; 4, 1904, 12 сент.]. Цены на местные сельскохозяйственные продукты были неодинаковы и нестабильны в приенисейских городах, с продвижением на север они становились выше. В конце XIX в. пуд ржаной муки в Минусинске и Ачинске стоил — 35–40 к., в Енисейске — 65 к., в Туруханске — 1 р. 10 к. и выше [10, 1890, 4 февр., 18 февр.]. Цены зависели от экономической обстановки в стране, своевременности поставок грузов, времени года урожайности и ряда других факторов.

На примере Енисейска можно проследить, как менялись цены на ржаную муку. В конце 1895 г. пуд ржаной муки стоил от 65 до 70 к. С началом навигации цены снижались до 55–60 к. В следующем году в связи с неурожаем хлебов в Красноярском и Минусинском округах, являвшихся основными поставщиками хлеба, ржаная мука в Енисейске подорожала до 70–75 к. [1, л. 8]. В период ледохода на Енисее временно останавливалась перевозка продуктов в Енисейск. Соответственно повышались цены на продукты питания: молоко — с 40 до 65 к. за четверть, десяток яиц — с 40 до 55 к. и т.д. [12, 1916, 12 апр.]. С приходом летних дней на базаре продукты питания дешевели очень медленно. Например, сотня яиц подешевела с 2 р. до 1 р. 50 к. Скупщики разъезжали по деревням и скупали яйца по сравнительно высоким оптовым ценам, надеясь перепродать в городе с прибылью [4, 1902, 29 мая].

Из местных продуктов питания мясо отличалось дешевизной. Гораздо дороже стоили колбаса, ветчина и другие, переработанные из мяса продукты, полученные в местных колбасных. Обыватель отмечал, что в 1892 г. в красноярских магазинах фунт вареной колбасы сомнительного качества стоил 30–35 к., тогда как цена фунта мяса не превышала 3 к. Если на 1 фунт колбасы требовалось 2 фунта мяса без костей, то ее стоимость должна составлять 10 к. Еще большей дороговизной отличалась привозная московская копченая колбаса. Фунт такой колбасы в Красноярске стоил 40 к., в Томске и других российских городах — 25 к. [6, 1892, 20 сент.]. Местные производители отказывались снижать цены на собственную продукцию и учитывать интересы покупателей. В 1898 г. в Канске только одна булочная изготавливала французские булки. Учитывая, что куль крупчатки стоил 15 р., то французские булки продавались по 10 к. за 1 шт. После того как куль подешевел до 8 р. 75 к., булочники

отказались снижать цены на готовую продукцию и булки все равно продолжали продаваться по старой цене [4, 1898, 24 июля].

Важное место в торговой жизни занимали городские базары, рассчитанные на жителей окрестных сел и деревень, стремившихся быть или закупить различные товары. Корреспонденты не оставляли без внимания проблему перекупки товаров на базарах. Перекупка различных продуктов на местных базарах с каждым годом принимала все большие размеры. Часто крестьянам не удавалось довести свои товары до базарной площади. Торговцы обычно успевали их перехватить за городом. В Красноярске район городского кладбища стал местом встречи перекупщиков с сельчанами. По всей вероятности, перекупщики получали хороший доход от перепродажи приобретенных оптом продуктов [4, 1902, 10 июля]. Перекупщики часто вызывали раздражение у городской общественности. В газете «Енисей» была опубликована заметка о перекупщиках: «Эти паразиты являются на базар чуть свет, перекупают у крестьян продукты, а затем дерут с покупателей, сколько пожелают» [4, 1897, 22 авг.].

По циркуляру Министра внутренних дел деревенские жители, прибывшие в город с целью продажи продуктов своего хозяйства или промысла, освобождались от городских сборов. Однако в некоторых случаях с крестьян брали плату за место на базаре. В газете «Енисей» за 1902 г. в заметке был задан вопрос: «Знаете ли вы почему рыба дорога?». Далее автор объяснял причину дороговизны в установлении городского сбора (30 к.) с крестьян, торговавших рыбой своего улова. В итоге 15 торговавших крестьян были вынуждены продать рыбу перекупщикам, что привело к росту цен. Если обыватель покупал с первых рук свежую осетрину по 60 к., то скупщику переплачивал почти в два раза больше [4, 1902, 10 июля]. Городские власти принимали меры по ограничению скупки «жизненно важных припасов». Согласно постановлениям городских дум, запрещалось приобретать оптом продукты питания до 12 ч дня. После установленного времени ограничения частично снимались. Скупать продукты оптом могли только городские жители для собственных нужд [4, 1897, 22 авг.].

Авторы газетных заметок писали о специализации в торговле определенными товарами, получившей распространение к концу XIX в. в енисейских городах. За летний период 1892 г. в Красноярске открылось несколько новых специализированных магазинов. Так, в городе появились такие магазины, как — чайный Собенникова, обувной Раззоронова, торговля швейными машинками Зингера. Настоящий фурор у горожанок произвел открывшийся модный галантерейный магазин Феофановой, она лично закупала товары в Москве [6, 1892, 11 окт.].

Торговля в магазинах заметно оживала в выходные дни. В города приезжали крестьяне даже из самых отдаленных селений. Торговые

заведения были битком набиты покупателями. В некоторых селах магазины были не хуже городских. В отличие от сельских купцов многие городские торговцы старались дорожить своей репутацией и держались честных правил. В отличие от них «деревенский торгаш или сибирский коробейник, скорее всего бывший приказчик, старался скорее набить кошелек, забыв о честных правилах». Этим и объяснялся наплыв сельских покупателей в город [10, 1890, 22 апр.].

Предлагаемые в магазинах товары имели свободную цену, нередко разница была значительной. Коммерсанты сами устанавливали цены, выставляя в витринах и на прилавках магазинов ткани, одежду или обувь. Например, резиновые калоши российско-американского производства I сорта в магазине И. Гадалова стоили 2 р., у Голованова — 2 р. 20 к., у Н. Гадалова — 2 р. 50 к. [6, 1892, 1 июня].

Открытие новых, некрупных магазинов обуви, готового платья, галантерейных и других товаров со временем должно было привести к падению цен на них и значительному удешевлению. Корреспондент «Енисейского листка» писал: «Красноярское купечество зашевелилось. Кто поверил бы три года назад купить в Красноярске триковый костюм за 9–10 р., когда какой-нибудь портной, еле умеющий держать иглу в руках за одну работу берет эти деньги? Нас лично уверяли в единственном тогда магазине Н. Гадалова, что цена 25 р. за осеннее пальто из самого заурядного драпа очень не велика, а наши слова, что ему красная цена — 10–12 р. — за шутку» [6, 1892, 7 марта]. Местные газеты пестрели разнообразными рекламными, предлагавшими приобрести зубной порошок, мыло, крем, какао, готовое платье, велосипед, швейную машину и др.

Распространение получили устраиваемые магазинами распродажи товаров по сниженным ценам, называемые в народе «дешевками». Причины для распродажи были разнообразные: устранение конкурентов, сбыт залежалых товаров, закрытие магазина и т.д. В Красноярске два крупных магазина, принадлежавшие крупному торговцу И. Гадалову, конкурировали с магазином предпринимательницы Т. в продаже винными и бакалейными товарами. Гадалов, желая устранить соперницу, объявил в своем магазине дешевку» [7, 1893, 31 окт.]. Но и местные торговцы не дремали, вслед за «торговым королем» они тоже стали прибегать к распродажам. Скидки в магазинах доходили до 30–50 % [7, 1893, 7 марта].

Нередко торговцы под дешевыми распродажами сбывали залежавшиеся ткани в кусках и в остатках ситцев и материй. Обычно на эту приманку попадались представительницы женского пола. Они раскупали «полежалое» на радость торговцам [10, 1890, 6 мая]. Накануне Фоминой недели начинался сезон всевозможных «дешевок» и распродаж. Хозяева некоторых магазинов украшали витрины и окна объявлениями всех цветов радуги с многообещающими надписями: «большая дешевка», «небывалая дешевка», «просто даром» и т.п. По наблюдениям

обывателей, «купленный дешевый, но гнилой товар на следующий день расползлся» [4, 1899, 14 апр.]. Поводом для «дешевки» могло стать прекращение торговли. Например, в Минусинске Н.П. Пашенных устроил распродажу модной галантереи и других товаров перед закрытием своего магазина [11, 1916, 23 июля].

С началом дешевок торговцы вывешивали плакаты или объявления, информировавшие покупателя о предстоящих скидках. В Канске один местный предприниматель вывесил объявление: «На короткое время открыта торговля! Спешите купить дешево. Брюки суконного трека за 1 р. 50 к., костюм суконный за 6 р. Остальное чуть ли не даром! С почтением, Н. П.». Такое объявление вызвало негодование со стороны обывателей. Многие жители, наученные горьким опытом, не верили в бескорыстность предпринимателей и не надеялись сделать выгодную покупку. «Даже фамилию свою подписать устыдился, — возмущался канский житель, — беззастенчивый «аршинник-дегтяревец». Оцените его бросовое гнилье» [4, 1902, 11 окт.]. Как правило, «дешевки» длились в течение 10 дней. Первые дни они отличались заметным оживлением, особенно со стороны слабого пола. В последующие дни, когда большая часть предложенного товара была скуплена и интерес к распродаже ослабевал, о «дешевках» свидетельствовали только плакаты на окнах магазинов [5, 1913, 18 янв.].

Нередко рекламы о распродаже товаров на деле оказывались обманом. В Красноярске магазин галантерейных и модных товаров проводил своеобразную расценку. Например, предлагалась брошка по цене 4 р. 80 к., в это же время в торговом заведении Староверова в точности такая же стоила всего 1 р. 20 к. Видимо, хозяин галантерейного магазина хотел быстро получить прибыль со своего предприятия [6, 1892, 1 нояб.].

Далеко не всегда «дешевки» приносили прибыль предпринимателям. Для распродажи товаров большое значение имело удачно выбранное время проведения акции. По свидетельству торговцев, в 1912 г. начавшиеся в начале года распродажи товаров, не распроданных в прошлом сезоне, прошли довольно слабо. Неудачно проведенная акция объяснялась общим упадком торговли в городе и безденежьем обывателей после рождественских праздников [12, 1912, 18 янв.].

Предприниматели с целью продвижения торговли активно использовали рекламу. На стенах и витринах торговых заведений и в специально отведенных местах развешивались красочные вывески, объявления, рекламные плакаты. В конце XIX в. с развитием торговли в Красноярске не хватало витрин для расклейки массы объявлений и реклам. Например, только выставленные рекламы или объявления быстро сменялись другими. Иногда одно объявление наклеивалось на другое в тот же день. Таким образом, многие горожане не могли ознакомиться с той или иной рекламой. Городская управа разрешила предпринимателям

устанавливать большее количество витрин с увеличенным форматом [4, 1896, 11 нояб.]. Новшеством стало использование звуковой рекламы в Красноярске. В дверях магазина Дегтярева по Воскресенской улице выставлялся граммофон, включенный на полную мощность. Подобный вид коммерческой рекламы привлек толпы любопытных горожан. Коммерсант посредством звуков граммофона хотел привлечь реальных покупателей [4, 1902, 16 июня].

В торговых заведениях и на базарах покупатель часто сталкивался с недобросовестностью продавца, предложенные продукты питания были либо просроченными, либо плохого качества. В газетах приводилась масса примеров продажи некачественных продуктов. Например, на базарах торговцы часто продавали горькое масло, заплесневелый творог, тухлые яйца, коричневато-синего цвета свинину и т.д. Испорченные продукты могли вызвать тяжелые отравления [4, 1895, 20 янв.]. Торговцы нередко обманывали, обмеривали и обвешивали покупателей. В Канске податной инспектор Пясецкий обязал всех торговцев предоставить в городскую управу для проверки гири. В результате были установлены грубые нарушения: многие клейменные гири и весы были неверны, купцы второй гильдии должны были зарегистрироваться по первой. Некоторые торговцы при одном торговом заведении имели по три склада и торговали без билетов в ущерб казне.

Таким образом, на страницах сибирских газет публиковались материалы, затрагивавшие разнообразные стороны торговой жизни енисейских городов. На основе отрывочных и разрозненных сведений, представленных в газетной периодике, складывается полная и яркая картина развития городской торговли в Енисейской губернии в эпоху модернизации.

#### **Список использованной литературы и источников**

1. Государственный архив Иркутской области. — Ф. 25. — Оп. 18. — Д. 65.
2. Государственный архив Красноярского края. Муниципальное учреждение «Архив города Канска». — Ф. 945 «Д». — Оп. 1. — Д. 69.
3. Енисейские губернские ведомости.
4. Енисей.
5. Енисейская мысль.
6. Енисейский листок.
7. Енисейский справочный листок.
8. Жеравина А. Н. Томск второй половины XIX — начала XX в. (по материалам дореволюционной печати) / А. Н. Жеравина. — Томск : Изд-во Том. ун-та, 2010. — 402 с.
9. Комлева Е. В. «Уголок безжизненный и мрачный»: повседневная жизнь Туруханска по материалам периодических изданий Восточной Сибири второй половины XIX — начала XX в. / Е. В. Комлева // Экономическое развитие Сибири : материалы сибирского исторического форума. — Красноярск : Резонанс, 2016. — С. 112–117.

10. Справочный листок Енисейской губернии.
11. Минусинский вестник.
12. Сибирская мысль
13. Шевцов В. В. Сибирь и сибиряки на страницах губернских ведомостей / В. В. Шевцов // Человек в меняющемся мире. Проблемы идентичности и социальной адаптации в истории современности: методология, методика и практики исследования. — Томск : ТГУ, 2015. — С. 131–142.

### **Информация об авторе**

*Кискидосова Татьяна Александровна* — кандидат исторических наук, заведующий сектором истории, Хакасский научно-исследовательский институт языка, литературы и истории, 655017, г. Абакан, ул. Щетинкина, 23, e-mail: tak\_74@mail.ru.

### **Author**

*Tatyana A. Kiskidosova* — Ph.D. in History, Head of the History Sector, Khakass Research Institute of Language, Literature and History, 23, Shchetinkin St., Abakan, 655017, e-mail: tak\_74@mail.ru.