

линкоров находились в строю по 40 лет. Большинство каменных казарм постройки 1906–1914 гг. сохраняются уже около 90 лет и если разрушаются, то не сами, а людьми. Эти цифры приведены не для рассуждений о приоритетности армии и флота или сравнения их необходимости для России накануне 1914 г.

Речь о том, что в оборону страны был сделан большой финансовый вклад, и что не менее важно трудовой и интеллектуальный вклады народа. Данные затраты следует учитывать при исследовании экономической жизни как регионов, так и России в целом.

Т.С. ПУСТОГАЧЕВА

ИЗ ИСТОРИИ ТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В ГОРНОМ АЛТАЕ ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ XIX–НАЧАЛЕ XX ВВ. *

Во второй половине XIX–начале XX вв. сырьевой потенциал Горного Алтая был огромен. Данное обстоятельство стимулировало развитие промышленности в нем. Здесь стали открываться кожевенные, гончарные, воскобойные и другие предприятия. Наметившаяся активизация кустарно-ремесленного производства, развитие товарно-денежных отношений способствовали развитию торговли в Горном Алтае. Обладая немалым предпринимательским опытом, бийское купечество не могло не обратить внимание на Горный Алтай. Русские купцы стали ездить в горы Алтая, начиная с конца XVIII в. Изначально они посещали стойбища инородцев для совершения торговых сделок. В горы они ездили от случая к случаю. Вместе с тем, такие поездки, как правило, были сопряжены со значительными трудностями. Незнание местных законов, обычаев, традиций приносило первопроходцам немало разочарований и убытков.

На первых порах торговля с аборигенами была исключительно меновой. Утвердилась и единица «мены». Так, на Чулышмане ею неизменно была белка. В силу неразвитости денежных отношений бийские купцы вынуждены были вести торговлю в долг. Для того чтобы получить гарантии уплаты долга на местах, купцы заводили знакомства, в первую очередь с местными зайсанами, которые и выступали в роли гарантов. В уплату долгов принималось местное сырье: скот, пушнина, волос, шерсть, орех, то есть тем, что очень дешево ценилось на местах. Как показывала практика, большинство должников не были в состоянии выплатить все долги сразу и просили об отсрочке. Она им предоставлялась, но уже под проценты. Некоторые купцы торговали с местным населением только на скот. Но, приобретая его на свои товары, они заранее договаривались с хозяевами об оставлении купленного скота у них на зимовку. При этом

* Грант РГНФ № 07-01-61102 а/Т.

оговаривалось, что они целиком и полностью отвечают за его сохранность. Приплод, появившийся за зиму от купленного купцом скота, считался его прибылью. Таким образом, к весне в купеческом стаде, допустим овец, вместо 100 купленных животных числилось уже 120–130 голов. Оставался купеческий скот у инородца в течение лета, нагуливая вес на его пастбищах. И только осенью купец забирал значительно увеличившееся стадо. В горный край купцы доставляли нужные орудия труда, предметы потребления: ткани, одежду, мануфактурные и галантерейные изделия, которые очень ценились местными жителями.

При осуществлении торговых сделок русское купечество использовало разнообразные методы. Практиковали их и свои «соплеменные» предприниматели. Взяв на вооружение торговую практику своих русских коллег, они быстро сосредоточили в своих руках солидные капиталы. Среди такого рода предпринимателей особенно выделялись братья Тобочковы, Кульджины и др. Наряду с торговлей, они наживали капиталы, и другими способами, например, Кульджины, на «товаризации» скотоводства. Отмечая эту сторону их деятельности, Л.П. Потапов указывал, что они ежегодно продавали до 200 голов специально откормленного крупного рогатого скота.

С развитием рыночных отношений в сибирский регион все интенсивнее начинают проникать ростки торгового капитализма. Этому в немалой степени способствовала специфика края: неразвитость его экономики, торговли, узость рынка. Но шаг за шагом торговля преодолевает эти препоны. Основным ее видом в сибирском крае становились ярмарки, располагавшиеся на перекрестках дорог, в наиболее многолюдных местах. Таковыми во второй половине XIX в. становятся многие местности Барнаульского, Бийского, Кузнецкого и Томского уездов.

В ярмарочной торговле, в первую очередь, нуждалось сельское население, ибо на них оно могло приобрести себе все необходимое и при этом по более низким ценам. Но ярмарка, будучи благом, для потребителя, была нежелательна конкуренту-торговцу. Ею особенно были недовольны те, кто занимался меновой и развозной торговлей. Но как бы там ни было, основная масса «негоциантов» выступала за ярмарки, потому-то они и собирались в назначенный час, в условленном месте и обговаривали все вопросы проведения той или иной ярмарки. При этом каждый стремился увеличить на ней свой капитал, избежать содействия посредников и противоборства конкурентов.

Открытие и распределение ярмарок проводилось в строго установленном порядке и под контролем губернской гражданской власти. При учреждении новых ярмарок устанавливались твердые сроки их проведения, с учетом предыдущих. «Время начала и продолжения знатнейших ярмарок, а равно следующих непосредственно одна за другою должно быть расположено так, чтобы приезжающие на оные, за окончанием одной ярмарки, могли поспевать на другие» (Российский государственный исторический

архив (РГИА). Ф. 20. Оп. 4. Д. 3382. Л. 26 (об.)). Вследствие этого ярмарки проходили поочередно, сменяя друг друга, образуя небольшие ярмарочные цепочки. Такой порядок их проведения был очень выгоден для торговцев, которые разъезжая с одной ярмарки на другую, достаточно выгодно распродавали на их свои товары, скупая одновременно у населения продукты и предметы сельскохозяйственного производства. В начале XX в. в Бийском уезде сложился ряд ярмарочных цепочек, которые, чередуясь между собой во времени, шли последовательно с окраин к г. Бийску. «Из с. Алтайского торговцы передвигаются в с. Смоленское, где ярмарка начинается 15 ноября, и, наконец, 20 ноября торговым центром является Бийская ярмарка. Село Тоуракское, расположенное в самом центре Алтая может располагать единственным сроком с 3 по 8 ноября, т.е. занять предшествующее время Алтайской ярмарке, начинающейся с 8 ноября. Таким образом, торговля ярмарок, начавшись в самом Алтае, последовательно будет передвигаться к г. Бийску» (Щеглова Так как Ярмарочная торговля Алтайского округа в конце XIX–начале XX вв. / Предприниматели и предпринимательство в Сибири. Барнаул, 1997. С. 91).

Появились ярмарки и в Горном Алтае. Первая из них родилась «меж лавками» русских купцов в Кош-Агаче, у китайской границы, у речки Бураты, ставшая затем известной не только в Монголии, но и Китае. Она «распадалась» на три этапа: первый приходился на начало июня и назывался «Черю кельды» (войско пришло). Он был связан с ежегодным паломничеством ламаистов к священному дереву в урочище Байхач, которых сопровождали монгольские солдаты. В августе проводилась вторая ярмарка под названием «Калан» (продажа в долг). Торговля на этой ярмарке была кредитная, меновая. И третья ярмарка «Шаланга» (рождественская), проходила в декабре (Модоров Н.С. Россия и Горный Алтай: политические, социально-экономические и культурные отношения (XVII–XIX вв.). Горно-Алтайск, 1996. С. 20).

Но, несмотря на существование такого рода ярмарок, главными торговыми местами в Алтайском горном округе во второй половине XIX в. по-прежнему оставались крупные города — Барнаул и Бийск. Именно отсюда товары развозились по различным ярмаркам местного значения.

Достаточно интенсивное развитие торговли в Горном Алтае привело к тому, что здесь к концу XIX в. появляются крупные торговцы, чей годовой оборот достиг 75 тыс. р. На рубеже веков таковых насчитывалось 50 чел. Помимо местных торговцев на ярмарки съезжались купцы, как из «ближних», так и отдаленных мест. Так, в начале XX века на Никольскую ярмарку в с. Улалу постоянно приезжали именитые бийские купцы — Г.Г. Бодунов, И.П. Котельников, Я.И. Окулов (бийчанин, постоянно проживавший в с. Улала).

Анализируя (в плане количества и ассортимента) привозимый и проданный товар, можно сделать однозначный вывод о том, что первоначально на ярмарках Бийского уезда повсеместно преобладала торговля ману-

фактурными товарами. Однако, уже к концу XIX—началу XX вв. картина меняется. Теперь наиболее распространенными видами продаваемых товаров все больше и больше становится продукция сельского хозяйства и местных промыслов, что содействует их более интенсивному развитию с непосредственной ориентацией на рынок. Развитие же товарно-денежных отношений все больше втягивало их в рассматриваемый период в рыночные отношения. Решению проблем, связанных с этим, в немалой степени способствовала и ярмарочная торговля, набиравшая от десятилетия к десятилетию все большую силу. Захватывая все большую и большую территорию края, она содействовала преодолению экономической замкнутости отдельных его районов и региона в целом. Однако со временем, как это известно, из истории других территорий, ярмарочная торговля неизбежно уступает место стационарной торговле. Но алтайский регион, особенно его горная часть, составлял исключение из правил. Отсутствие здесь городов, крупных промышленно-развитых населенных пунктов обусловило то, что ярмарочная торговля продолжала еще долгое время играть немаловажную роль в социально-экономической жизни Горного Алтая.

Н.В. СМЕТЕВА

ВОДОЧНОЕ ПРОИЗВОДСТВО В ВОСТОЧНОЙ СИБИРИ В 1861–1904 ГГ.

Установление акцизной системы взимания питейного налога, сменившей в Восточной Сибири в 1863 г. винные откупа, стало логическим шагом государства в проведении целого ряда буржуазных реформ после отмены крепостного права. Целями установления акцизной системы следует считать: свободу производства спиртных напитков; свободу торговли ими; извлечение дохода казной посредством обложения выкуриваемого спирта (акциз) и мест продажи спиртных напитков (патентный сбор); правительственный надзор за производством и торговлей спиртными напитками (Фридман М.И. Винная монополия: в 2 т. Пг., 1916. Т. 2. С. 62). Акциз — налог с потребления, косвенный налог, составлявший весьма существенную часть доходов бюджета Российской Империи. С введением в действие Положения об акцизе с питей от 4 июля 1861 г., в государстве устанавливалась единая система налогообложения данной отрасли. Продажа крепких напитков была объявлена свободной, при этом с винокуров взимались акцизы, а с оптовых и розничных продавцов питейные сборы. С винокуренных, водочных, пивоваренных заводов и различных питейных заведений взимался патентный сбор. Налог был установлен на производство спиртных напитков частными изготовителями и взимался с них в виде платы за владение определенной аппаратурой (в зависимости от объема кубов) и за каждую единицу емкости готовой продукции. Окончательную цену на готовую продукцию производители назначали сами.