

Культурные и идеологические факторы регионализации

О.А. Устюгова

**Менталитет дальневосточного купечества
во второй половине XIX века****The mentality of the Far-Eastern merchants
in the second half of the XIX's century**

В своей статье «Менталитет дальневосточного купечества во второй половине XIX века» О.А. Устюгова рассматривает как экономические условия, в которых формировался предпринимательский менталитет дальневосточного купечества, так и его основные черты: жизненные ценности купцов, их деловую этику, коммерческий стиль, а также отношение к своим работникам, клиентам и конкурентам.

◆
The article of Olga A. Ustyugova is devoted to the problem of the mentality of the Far-Eastern merchants in the second half of the XIX's century. The author considers not only the economic circumstances of forming the merchants' mentality in the Russian Far East, but also its main features: vital values, commercial style and business ethics.

Термин «менталитет» не имеет общепринятого определения в исторической науке. На наш взгляд, наиболее удачным является определение, данное Б.Н. Мироновым в его монографии «Социальная история России периода империи (XVIII – начало XX в.)». Под менталитетом он понимает заложенные воспитанием и культурными традициями социально-психологические стереотипы, ценностные ориентации, значимые представления и взгляды, принадлежащие той или иной социально-культурной общности, сословию или социальной группе¹.

В пореформенное время появилось новое поколение предпринимателей с менталитетом, который можно назвать буржуазным. Предпринимательский менталитет характеризуется рядом особых черт, прежде всего специфической трудовой этикой. Традиционно выделяют два идеальных типа трудовой этики: потребительский (минималистский) и буржуазный (максималистский). Первый тип нацелен на удовлетворение скромных потребностей индивида и его семьи, а второй ориентирует на достижение максимально возможного результата, на максимальную прибыль. Таким образом, потребность накопительства, обогащения, получения прибыли является главной потребностью предпринимателей, из которой исходят не только их основные жизненные принципы, но и деловая этика, характер ведения бизнеса, т.е. их ком-

¹ Миронов Б.Н. Социальная история России периода империи (XVIII – начало XX в.). - СПб., 2000. - 2-е изд. - Т. 1. - С. 327.

мерческий стиль. Возможность самовыражения через приложение к предпринимательству своих сил и капиталов, интерес к своему делу были для купцов наивысшей ценностью¹.

У купечества отдельных регионов появлялись особенности и существовали отличия, которые определялись историей формирования, экономики края, происхождением и источниками пополнения купечества, его численностью, социальным и национальным составом. Формирование предпринимательского менталитета дальневосточных предпринимателей происходило под влиянием ряда внешних и внутренних факторов, как общих для всего российского купечества, так и специфичных, имеющих значение только для купечества данного региона².

В процессах формирования буржуазного сознания и предпринимательского менталитета в Западной Европе и России можно найти много общего. Однако особенности российского самодержавия, придерживавшегося в экономике политики этатизма, обширность территорий, национально-конфессиональные особенности, геополитическое положение привели к формированию в России в конце XIX века иной предпринимательской этики. Предпринимательский менталитет, подобный менталитету западной буржуазии, с высокой степенью социальной ответственности с упором на честность, трудолюбие и бережливость, к началу XX в. в России только начал формироваться³.

Поздний приход капиталистических отношений в Россию во многом предопределил российские особенности буржуазного сознания: традиционные моральные принципы, монархизм, патриархальность и православие⁴. Западный протестантизм, став идеологическим и нравственным основанием процесса накопления капиталов, сыграл значительную роль в формировании буржуазных отношений, в то время как православием обогащение не поощрялось. В России некое подобие протестантизма проявилось в старообрядчестве⁵.

Принято считать, что западные предприниматели превосходили отечественных по деловым качествам. Слабую активность и недостаточную готовность российских предпринимателей к риску можно объяснить следующим образом: при характерной для аграрного строя высокой доле крестьянского хозяйства и кустарных промыслов не возникало массовой покупательной способности на промышленные изделия в том размере, в каком она с самого на-

¹ Миронов Б.Н. Социальная история России. - Т. 1. - С. 347-348, Т. 2. - С. 305; Старцев А.В., Гончаров Ю.М. История предпринимательства в Сибири (XVII – начало XX в.). - Барнаул, 1999. - С. 137-138; Зомбарт В. Буржуа. Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. М.: Наука, 1994. - С. 131.

² Карманов А.В. Особенности формирования предпринимательского менталитета западносибирского купечества в XIX в. // Исторический опыт хозяйственного и культурного освоения Западной Сибири. Четвертые научные чтения памяти проф. А.П. Бородавкина. - Барнаул, 2003. - Кн. II. - С. 205-206.

³ Карманов А.В. Особенности формирования предпринимательского менталитета... - С. 204.

⁴ Миронов Б.Н. Социальная история России... - Т. 2. - С. 323-324.

⁵ Старцев А.В., Гончаров Ю.М. История предпринимательства в Сибири... - С. 141-142.

чала существовала на Западе. Бизнесмены вели себя в соответствии с потребностями рынка: там, где не существует растущего спроса, нет и повышенной готовности к инвестициям. К тому же для оборота одинаковой по величине массы товаров в России требовались более значительные капиталы, чем в западных странах¹. В России значение торговой буржуазии было относительно выше, чем в индустриальных странах Запада, особенно в менее развитых в промышленном отношении районах, таких как Север, Сибирь, Дальний Восток.²

Многие особенности развития дальневосточного предпринимательства определялись высоким риском вкладывания капитала, обусловленным отдаленностью, слабой заселенностью и неосвоенностью этого региона России³. Так же, как и в соседней Сибири, нехватка собственных финансовых средств, неразвитость кредитной системы приводили к сдерживанию развития капиталистического предпринимательского сознания. Вместе с тем объективно более сложные по сравнению с Европейской Россией условия для ведения частного предпринимательства сформировали у местного купечества более смелый, активный и предприимчивый характер, чем у их российских коллег⁴.

Большое значение в экономике региона имел иностранный капитал. Коренной русской буржуазии не меньше, чем иностранной, были свойственны и активная погоня за прибылью, и предпринимательская инициатива в получении прибавочной стоимости, но именно это лишало ее стимулов проникать в новые отрасли и районы, которые требовали относительно более высоких капитальных вложений. Наоборот, те же отрасли и районы были достаточно привлекательны для иностранных капиталистов, так как давали более высокую прибыль по сравнению с нормальным уровнем средней прибыли на их родине. Иностранные предприниматели часто принимали российское подданство, поскольку это позволяло им занимать более солидное место в обществе, получать высокие чины, звания, что способствовало успешному ведению бизнеса⁵.

Необходимым условием для осуществления предпринимательской деятельности является наличие свободных средств, т.е.

¹ Хеллер К. Отечественное и иностранное предпринимательство в России XIX – начале XX века // Отечественная история. - 1998. - №4. - С. 56-57.

² Гиндин И.Ф. Русская буржуазия в период капитализма, ее развитие и особенности // История СССР. - 1963. - № 2. - С. 65-66.

³ Моисеева Л.А. Предпринимательство на Дальнем Востоке России: общие особенности развития в конце XIX – начале XX века // Дальний Восток России: основные аспекты исторического развития во второй половине XIX – начале XX века (Вторые Крушановские чтения, 2001 г.). - Владивосток, 2003. - С. 88.

⁴ Карманов А.В. Особенности формирования предпринимательского менталитета... - С. 205.

⁵ Гиндин И.Ф. Русская буржуазия в период капитализма... - С. 66-67; История Дальнего Востока СССР в эпоху феодализма и капитализма (XVII в. – февраль 1917 г.). М., 1990. С. 280; Молчанова Е.Г. Социокультурная характеристика немецкой диаспоры на Дальнем Востоке России во второй половине XIX – начале XX вв. // Миграционные процессы на Дальнем Востоке (с древнейших времен до начала XX века). Мат. между. науч. конф. (Благовещенск, 17-18 мая 2004 г.). Благовещенск, 2004. ... - С. 207.

начального капитала. Источники обогащения были разнообразны, широко применялись методы первоначального накопления, среди которых доминировали торговля, ростовщичество, спекуляция, неэквивалентный обмен¹. Основным источником обогащения были торгово-ростовщические операции на основе неэквивалентного обмена в торговле пушниной. Купцы (А.Ф. Плюсин, Я.Л. Семенов и др.) снабжали охотников и их семьи в течение года порохом, чаем, солью в долг под будущую добычу, что позволяло держать добытчиков в кабале, переводя долги от отца к сыну².

В 1860-е гг. сформировался слой бывших приказчиков и служащих, которым удалось набраться опыта торговой деятельности и скопить капитал. В этом качестве начинали свою деятельность первый николаевский купец-первогильдеец Д.М. Есипов, владивостокский 1-й гильдии купец Я.Л. Семенов, купец 2-й гильдии В.П. Бабинцев (глава владивостокского отделения торгового дома "Чурин и К^о") и др. Было немало случаев прямого ограбления приказчиками своих хозяев. Избежать ответственности им позволяли условия деятельности в далеком крае, где все списывалось за счет бездорожья, стихии, разбоя. Так, приказчик А.Ф. Плюсин дважды приходил в Николаевск с товарами верхнеудинского купца И. Фролова. Познакомившись с местными условиями, разграбил и потопил баржу с товарами хозяина, а затем начал самостоятельное дело. Впоследствии А.Ф. Плюсин стал основателем крупнейшей торговой фирмы г. Хабаровска³.

Личные связи, знакомства, удачные браки также способствовали накоплению капитала. Отставной лейтенант флота Г.И. Зотов упрочил свое материальное положение благодаря выгодному браку с единственной дочерью николаевского 1-й гильдии купца А.Е. Иванова. Дочери М.Г. Шевелева Маргарита и Ангелина стали женами сыновей купца М.И. Янковского⁴.

Стремление к быстрому обогащению приводило к использованию широкого арсенала методов нечестной торговли. Довольно часто, желая получить максимальную прибыль, прибегали к обману покупателей, торгуя некачественным товаром и завышая цены⁵. Вот как об этом писал Н.Н. Пржевальский: «Все товары самого низкого качества, потому что как из России, так и из-за границы стараются сбыть сюда самую дрянь, которая не идет с рук дома, существующие на них цены безобразно высоки и посто-

¹ История Дальнего Востока СССР... - С. 282.

² Троицкая Н.А. Формирование и деятельность крупной буржуазии на русском Дальнем Востоке (1861-1904). Дис. ...канд. ист. наук. Томск, 1989. - С. 80.

³ Троицкая Н.А. Формирование и деятельность крупной буржуазии... - С. 83.

⁴ Троицкая Н.А. Формирование и деятельность крупной буржуазии... - С. 84-85.

⁵ Старцев А.В., Гончаров Ю.М. История предпринимательства в Сибири... - С. 135-137; Карманов А.В. Особенности формирования предпринимательского менталитета... - С. 202-203; Пржевальский Н. Путешествие в Усурийском крае. 1867 – 1868 гг. - Владивосток, 1990. - С. 62-64, 156-157; Максимов С. На восток. Поездка на Амур. Дорожные заметки и воспоминания С. Максимова. - СПб., 1871. - С. 183; Ядринцев Н.М. Сибирь как колония. - СПб., 1882. - С. 251-252; Грумм-Гржимайло Г.Е. Описание Амурской области. - СПб., 1894. - С. 604-605 и др.

янно увеличиваются по мере того, как товар уже на исходе или остается только у одного купца. ...Такими-то спекуляциями и наживают себе деньги все аферисты, которые являются сюда нищими, а через несколько лет уже ворочают большими капиталами. Они сами открыто говорят, что "если на один рубль нельзя заработать в год три, то не стоит денег брать в руки"..."¹.

Даже в начале 1890-х гг. цены на местном рынке были в два – три раза выше, чем в Европейской России². В этой связи характерно высказывание управляющего Контрольной палатой В.И. Капустина в ходе дискуссии о причинах дороговизны в Приморской и Амурской областях на проходившем в 1892 г. III Хабаровском съезде: «Потребитель на Амуре пока беден, а бедные потребители всегда переплачивают. Торговля всегда берет большой процент там, где можно, и это очень естественно, потому что капитал не благодетель»³. Поскольку целью предпринимателя является получение максимальной прибыли, решающее значение для него имеет не качество товаров, а их «способность к сбыту»⁴.

Однако высокий уровень цен определялся многими причинами: стоимостью доставки товаров, условиями кредита, сравнительной медленностью оборота капитала, незначительностью местного населения, мизерностью его спроса и пр. По мнению А.В. Даттана, торговые издержки здесь были слишком велики сравнительно со сбытом, большую часть наценки «съедали» накладные расходы. Финансовый риск здесь был выше, чем в Европейской России, но выше была и прибыль, иначе никто не стал бы заниматься столь трудоемким и долговременным бизнесом, требовавшим от предпринимателя больших лишений, внимания и энергии⁵.

Местные жители часто покупали товары в кредит, что создавало дополнительный риск для предпринимателей. «Вообще владивостокский покупатель не из важных. Это или чиновник, или офицер, получающий сравнительно небольшое содержание и живущий не по средствам. Когда стоят тихоокеанская или иностранная эскадры, тогда становится выгодной и розничная продажа: денег у офицеров много и они покупают все за наличные»⁶. Вложенный в кредиты не всегда надежным покупателем капитал приходилось изымать из внутреннего оборота фирм⁷.

И все же предприниматели старались идти навстречу клиентам, прислушиваться к их нуждам, завоевывая тем самым их доверие. Согласно правилам, составленным руководством фирмы

¹ Пржевальский Н. Путешествие в Уссурийском крае... - С. 63-64, 156-157.

² Кириллов А. Географическо-статистический словарь Амурской и Приморской областей, с включением некоторых пунктов сопредельных с нами стран. - Благовещенск, 1894. - С. 340-341.

³ Труды III Хабаровского съезда 1892 г. - Хабаровка, 1895. - С. 51-52.

⁴ Зомбарт В. Буржуа. Этюды по истории... - С. 139-140.

⁵ Даттан А.В. Исторический очерк развития Приамурской торговли. М., 1897. - С. 14, С. 24-25; Деег Л. Кунст и Альберс Владивосток. История немецкого торгового дома на российском Дальнем Востоке (1864–1924 гг.). - Владивосток, 2002. - С. 80.

⁶ М.Г. Гребенщиков Путевые заметки и воспоминания по Дальнему Востоку. - СПб., 1887. - С. 73-74.

⁷ Деег Л. Кунст и Альберс Владивосток... - С. 124.

«Кунст и Альберс» для филиалов, торговать следовало, не повышая цен в течение всего года, прежде всего зимой, когда не было подвоза, и некоторые товары подходили к концу. Для большинства немцев, прибывших на российский Дальний Восток из Германии, была характерна замкнутость и корпоративность. Они всячески старались сохранить свою национальную культурно-лингвистическую среду, держались обособленно и общались между собой на родном языке. Однако свою обособленность немецкие предприниматели и служащие их фирм компенсировали обходительным, вежливым и предупредительным отношением к своим клиентам¹.

Коммерческая стратегия китайских торговцев основывалась на снижении накладных расходов: торговые расходы самых крупных китайских фирм не превышали 8% от суммы оборота, а у русских фирм они составляли от 14 до 18%. Если китайцы продавали свои товары с наценкой в 10%, то русские при таких же накладных расходах вообще не получали прибыли².

Азиатские, русские и немецкие коммерсанты осуществляли и различные градостроительные стратегии. Для китайцев и корейцев, контролировавших мелкий опт и розницу, была характерна организация временных рынков и незначительные инвестиции в недвижимость. Не чувствуя враждебности окружающей среды, русские предприниматели не ставили себе целью создание единого торгового пространства, добивались наибольшего охвата городской территории: офисные постройки располагались в жилых районах, складские и торговые помещения – в арендованных в деловых кварталах помещениях. Наиболее крупная русская фирма «И. Я. Чурин и К^о» ориентировалась на обслуживание среднеобеспеченных обывателей, а немецкая «Кунст и Альберс» – на образованную и обеспеченную элиту (офицерство и администрацию). Фирма «Кунст и Альберс» строила свои универмаги в самых престижных местах города, позиционируя их как зоны «престижного потребления», и задавала высокий уровень комфорта не только внутреннего, но и прилегающего к магазинам пространства (устройство брусчатой мостовой, нарядные витрины с экзотическими товарами, водоотводы, электрификация)³.

Важной составляющей коммерческого стиля была кадровая политика, поскольку отношение к персоналу и регламентация его деятельности во многом обеспечивали успешное функционирование торгового предприятия. В этом отношении в качестве примера можно привести немецкий торговый дом «Кунст и Альберс». Молодые коммерсанты обычно нанимались фирмой в Гамбурге на три года. Неженатым сотрудникам предоставлялось питание и жилье за счет фирмы. Младшие жили по двое в полно-

¹ Деег Л. Кунст и Альберс Владивосток... - С. 144, 208; Молчанова Е.Г. Социокультурная характеристика немецкой диаспоры... - С. 207, 208.

² Даттан А.В. Исторический очерк развития... - С. 79-80.

³ Иванова А.П. Архитектура торговых комплексов Дальнего Востока второй половины XIX – начала XX вв. (на примере фирм «Кунст и Альберс», «И.Я. Чурин и К^о»). Автореф. дис. ...канд. архитектуры. - Хабаровск, 2007. - С. 10-11.

стью меблированных комнатах, старшие или более опытные – поодиночке. Как правило, по истечении трех лет контракт продлевали еще на два года, по прошествии пяти лет служащие, при отсутствии нареканий, получали право на вознаграждение, которое с лихвой покрывало расходы на обратную дорогу. Те же, кто по истечении срока первого контракта подписывали с фирмой новый, обычно получали несколько месяцев отпуска на родине, причем им выплачивалась вперед часть жалованья и полностью оплачивались расходы на проезд туда и обратно. Служащие, занимавшие руководящие посты, получали, кроме жалованья, небольшую долю в прибылях или обороте своих филиалов, отделов или даже всей фирмы¹.

В общей столовой холостые служащие завтракали, обедали и ужинали вместе с владельцем фирмы и его супругой. Напитки также шли за счет фирмы, за обедом подавали красное вино и пиво, к ужину – пиво и водку. К обеду повара-китайцы готовили суп, мясное второе блюдо и сладкое, в пять часов делался типично английский перерыв на чай, а в семь часов вечера, по окончании работы, подавали холодные или горячие закуски. По возможности такой же распорядок соблюдался в филиалах².

Проживание сотрудников на территории торгового комплекса, включавшего в себя не только магазин, но и постройки складского, офисного, жилого характера, позволяло высшему менеджменту держать под контролем своих подчиненных круглосуточно, что практически исключало внутренние злоупотребления. Такая «прозрачность» жизни позволяла создать исключительно производительную систему труда, при которой интересы фирмы объявлялись высшей ценностью. Фирма делала все возможное, чтобы разнообразить небольшой досуг своих работников и держать их одновременно на расстоянии от заведений портовых и гарнизонных городов, которые могли нанести ущерб их здоровью, нравственности или финансам. Во Владивостоке специально для этой цели было построено здание с кегельбаном, в котором официально разместился певческий союз, а неофициально – клуб служащих фирмы. Это был своего рода культурный центр для проживавших здесь немцев³.

Однако комфортабельные условия работы и жизни были привилегией высшего менеджмента торговых компаний, в то время как мелкие служащие проводили весь рабочий день в тесных, темных, сырых комнатах, не отвечающих санитарно-гигиеническим нормам. Складские, конторские и фасовочные помещения, размещенные в цокольных и подвальных этажах, были лишены естественного света, железные наружные лестницы, ведущие на высоту 4 – 5 этажей, не отвечали правилам безопасности⁴.

¹ Деег Л. Кунст и Альберс Владивосток... - С. 128, 147-148.

² Деег Л. Кунст и Альберс Владивосток... - С. 148.

³ Иванова А.П. Архитектура торговых комплексов... - С. 8-9; Деег Л. Кунст и Альберс Владивосток... - С. 148-149; Молчанова Е.Г. Социокультурная характеристика немецкой диаспоры... - С. 208.

⁴ Иванова А.П. Архитектура торговых комплексов... - С. 8-9.

Таким образом, на рубеже веков определились основные особенности менталитета торгового предпринимательства региона. Наиболее активные купцы в достаточно сложных экономических условиях благодаря своему трудолюбию, опыту и знаниям смогли закрепиться на рынке региона и внести значительный вклад в его экономическое развитие. На начальном этапе использование хищнических методов накопления капитала было, по-видимому, неизбежным злом, необходимым для «коммерческого выживания» предпринимателей.

