

ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ

Материалы научного семинара

«История предпринимательства в регионах России:
теоретико-методологические подходы к исследованию»

Тулский научный вестник. Серия История. Языкознание. 2022. Вып. 4 (12). С. 6–15.
Tula Scientific Bulletin. History. Linguistics. 2022. Issue 4 (12). P. 6–15.

Научная статья

УДК 94(470) : 930

<https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-6-15>

КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ КУПЦОВ И ИХ СЛУЖАЩИХ: РОССИЙСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XIX – НАЧАЛА XX В. В РУСЛЕ «НОВОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ИСТОРИИ»¹

**Инга Владимировна
Маслова**

Елабужский институт (филиал) Казанского
(Приволжского) федерального университета,
Елабуга, Россия, imaslovainga@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0003-0914-0707>

Аннотация. В статье проведено исследование истории купечества Российской империи второй половины XIX – начала XX в. с применением методологии новой социальной истории, что позволило выявить связь между индивидуальной рациональностью в деятельности отдельных коммерсантов и коллективной идентичностью предпринимательства в целом. Целью исследования стало изучение исторических сюжетов взаимоотношений купцов со своими служащими (на материалах династии елабужских купцов Стахеевых), в которых проявлялась бы индивидуальная идентичность предпринимателя. В исторических нарративах действия предпринимателей, предпринятые под воздействием их внутренних мотивов, переплетаются с объективными факторами социальной среды. Проведение исследований в проблемном поле новой социальной истории позволило расширить типы использованных источников и включить в их число фотодокументы и вещественные свидетельства эпохи, отложившихся в фондах музеев Российской Федерации. Законодательство второй половины XIX в. четко очерчивало границы трудовой деятельности приказчиков, но купцы нередко избирали индивидуальную траекторию построения деловых отношений со своими служащими. Имевшие место в среде предпринимательства факты социальной поддержки приказчиков были исключительно инициативой самого купца и служат примером индивидуальной рациональности, выходящей за сложившиеся в предпринимательской среде рамки групповой профессиональной идентичности. Свидетельством креативной роли субъективности купечества в построении социальных практик взаимодействия со своими служащими являются практики, направленные на формирование корпоративной культуры фирмы. К факторам, влиявшим на развитие корпоративного духа в купеческих фирмах, мы относим приёмы и размеры оплаты труда, наличие системы социальных гарантий, возможность карьерного роста и набор мероприятий, направленных на сплочение коллектива.

Ключевые слова: Новая социальная история, Российская империя XIX- начала XX в., Вятская губерния, Елабуга, купечество, приказчики, Стахеевы.

Для цитирования: Маслова И. В. Коммуникативные практики купцов и их служащих: российское предпринимательство второй половины XIX – начала XX в. в русле «новой социальной истории» // Тульский научный вестник. Серия История. Языкознание. 2022. Вып. 4 (12). С. 6–15. <https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-6-15>.

Сведения об авторе: И. В. Маслова – доцент, доктор исторических наук, профессор кафедры всеобщей и отечественной истории, Елабужский институт (филиал) Казанского (Приволжского) федерального университета, 423600, Россия, г. Елабуга, Казанская ул., д. 89.

© Маслова И. В., 2022



Scientific Article
UDC 94(470) : 930
<https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-6-15>

**COMMUNICATIVE PRACTICES OF MERCHANTS AND THEIR EMPLOYEES:
RUSSIAN ENTREPRENEURSHIP IN THE SECOND HALF OF THE
19TH – EARLY 20TH CENTURIES IN LINE WITH
THE “NEW SOCIAL HISTORY”¹**

Inga V. Maslova

Yelabuga Institute of Kazan (Volga Region)
Federal University,
Yelabuga, Russia, imaslovainga@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0003-0914-0707>

Abstract. The article studies the history of the merchants of the Russian Empire in the second half of the 19th – early 20th centuries using the new social history methodology, which makes it possible to reveal connections between individual rationality in the activities of individual merchants and the collective identity of entrepreneurship as a whole. The aim of the research is to study the historical plots of the relations between merchants and their employees (based on Stakheevs (Yelabuga merchants' dynasty) materials), which express entrepreneur's individual identity. In historical narratives, the actions of entrepreneurs taken under the influence of their internal motives interlace with objective factors of the social environment. A study in the field of new social history made it possible to widen the types of sources used to include photographic documents and material evidence of the era, deposited in the collections of Russian museums. Legislation of the second half of the 19th century clearly delineated the boundaries of the clerks' work, but merchants often chose an individual trajectory for building business relations with their employees. The social support given to the clerks in the business environment was solely the merchant's own initiative and is an example of individual rationality that goes beyond the business environment's group professional identity. Practices aimed at shaping the firm's corporate culture are evidence of the creative role of merchant subjectivity in the construction of social practices for interaction with its employees. Among the factors that influenced the development of corporate spirit in merchant firms, the author includes methods and rates of wages, the existence of a social security system, career opportunities and a set of team-building activities.

Keywords: New social history, Russian Empire of the 19th – early 20th century, Vyatka province, Yelabuga, merchants, clerks, the Stakheevs.

For citation: Maslova, IV 2022, 'Communicative Practices of Merchants and Their Employees: Russian Entrepreneurship in the Second Half of the 19th – early 20th Centuries in Line with the “New Social History”', *Tula Scientific Bulletin. History. Linguistics*, issue 4 (12), pp. 6–15, <http://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-6-15> (in Russ.)

Information about the Author: *Inga V. Maslova* – Associate Professor, Doctor of Science (History), Professor of Chair of General and Russian History, Yelabuga Institute of Kazan (Volga Region) Federal University, 89 Kazanskaya St., Yelabuga, 423600, Russia.



Введение

Новая парадигма социальной истории, получившая развитие в конце XX в. перемещала исследовательский фокус на анализ жизни людей с учетом их социальных связей и традиций, сформировавшихся культурных практик. Общество представало как целостная, динамично развивающаяся система, являвшаяся логичным результатом деятельности предшествовавших поколений, но при этом обуславливавшая модели поведения действовавшим субъектам. Одновременно эти субъекты оказывали влияние как на настоящие, так и на будущие поколения людей [16; 19].

Субъектом исторического действия является человек (социальная группа), в котором тесно переплетаются две грани социальности:

- с одной стороны человек выступает культурно-историческим субъектом, жизнь которого определяется рамками исторически сложившихся культурных практик;

- с другой человек - это социально-исторический субъект, в котором нашли воплощение социальные взаимосвязи, возникающие в процессе коммуникации характерные для современной ему эпохи.

Применительно к изучению истории купечества мы можем заметить, что вместо изучения гомогенной корпоративной идентичности предпринимательской среды, исследователю приходится сталкиваться с нередко проявляющейся конкуренцией интересов в этой среде. Одним из примеров, где интересы корпоративной идентичности купечества сталкиваются с индивидуальной рациональностью конкретного купца, служит система выстраивания коммуникации со своими служащими. Несмотря на наличие законодательно установленных правил деловой коммуникации купца и его служащих, во многих фирмах формировалась особая этика взаимоотношений с приказчиками, управляющими, поверенными.

Материалы и методы

Обращаясь к историографии вопроса, отметим, что в методологическом ключе новой социальной истории построены исследования по истории купечества В. П. Бойко, Е. В. Бурлуцкой, Ю. М. Гончарова, А. И. Османова и других ученых [5; 2; 11; 17]. В поле зрения историков попадали и нашли научный анализ образ жизни и менталитет, трудовая повседневность и этика ведения бизнеса купечества. Но при исследовании этих направлений купец как социально-исторический субъект вписывался в среду равных себе, т.е. предпринимателей, фабрикантов, владельцев торговых домов. Вместе с тем важной гранью деловой коммуникации купечества всегда были отношения с их служащими (приказчиками, управляющими, поверенными). Заметим, что предметом нашего исследования не является история приказчиков как социальной страты, мы сосредоточились на изучении системы взаимоотношений купцов и их служащих, что позволит определить содержание и эволюцию ценностей в деловой этике, выявить какие социальные процессы могли влиять на них, и какое влияние эти ценности оказывали на социальные процессы и явления. Приказчики как социальная прослойка изучались в работах К. А. Абдрахманова, М. Ю. Бирюкова, Д. С. Боброва, Н. А. Кореевой. Исследователи обращали внимание принципы оформления трудовых договоров, условия труда и отдыха, различия в трудовой повседневности приказчиков торговых и промышленных заведений [1; 3; 4; 15].

Целью нашего исследования является изучение исторических сюжетов взаимоотношений купцов со своими служащими, в которых проявлялась бы индивидуальная идентичность предпринимателя. Исследование построено на основе анализа коммуникативных практик крупной купеческой династии Стахеевых, представители которой были приписаны купцам 1-й гильдии города Елабуги, Вятской губернии, но осуществляли предпринимательскую деятельность по всей Российской империи. Подчеркнем, что выявление специфики в поведении акторов предпринимательской

среды возможно при условии осознания характерных черт коллективной идентичности этого социального слоя в целом.

Результаты

Важнейшей характеристикой трудовой повседневности российских коммерсантов второй половины XIX в. является система трудовых отношений между купцами и их приказчиками, включающая правовые аспекты заключения трудовых контрактов, виды юридической ответственности приказчиков, систему коммуникативных практик между хозяином и служащим, условия труда и отдыха.

В российской практике предпринимательской деятельности второй половины XIX – начала XX в. можно условно выделить несколько групп деловых людей, использующих различные подходы к найму служащих на работу. Крупные столичные и губернские коммерсанты и промышленники использовали практику внешнего рекрутинга, набирая служащих по объявлениям и среди лиц, ищущих работу. Региональное купечество, сохранявшее приверженность традиции семейного бизнеса, старалось набирать служащих из числа своих земляков, знакомых, т.е. одним из основных критериев в подборе персонала были надежность и честность, что обеспечивалось личным знакомством с семьей будущего служащего.

Российские законы предусматривали деление приказчиков на два класса. К первому классу относились приказчики, которые отвечали за полную торговую операцию, от момента покупки товара до его реализации. Из числа приказчиков первого класса формировался высший персонал: управляющие, поверенные, заведующие (директора) гостиницей, магазином, предприятием. Подавляющее большинство торговых служащих, ресторанных и трактирных сидельцев были приказчиками второго класса [20]. Законодательство предусматривало заключение договоров найма при приеме приказчиков на работу, в которых, оговаривался срок службы, жалование или «рядная плата» условия предоставления (или не предоставления) жилья [21]. Законодательный посыл о том, что условия найма зависят «от взаимного их с хозяевами условия» подчеркивал, что речь не о партнерах, а о хозяине и наемных работниках, что отражалось в коммуникативных практиках.

Подобные договора, сохранившиеся в архивах, являются важным истопником. Но нередко хозяин, особенно если речь шла о провинциальном купце принимал на работу обедневшего дальнего родственника или знакомого по устному договору. В этом случае наниматель и нанимающийся работник могли рассчитывать только на порядочность со стороны каждого из них, т.к. в случае возникновения трудового спора не имели доказательной базы для суда. Исковые случаи нарушения договоров найма приказчиков, отражались в судебной практике Правительствующего сената по торговым делам и так же являются важным источником по исследуемой проблеме [12].

Приказчиками могли становиться и «члены семейства, записанные в сословное купеческое свидетельство, выданное на имя начальника семейства» [21]. В этом случае закон не предусматривал составления договора о найме.

Рачительный купец был заинтересован в том, чтобы его торговые заведения работали постоянно, поэтому приказчик большую часть суток должен был находиться на службе (в лавке, магазине или выезжал по коммерческим делам хозяина). Именно поэтому купцы старались иметь приказчиков (особенно второго класса) «на холостом положении», то есть без жен и детей. Это не означало, что все приказчики были неженатыми, часто их семьи оставались в деревне или селе. Такая практика была особенно распространённой если речь шла о службе приказчиком в столичном или губернском городе, где жить с семьей было довольно дорого [10, с. 28]. В этом случае служба была своеобразным отхожим промыслом. В небольших уездных городах, каким был, например, Елабуга в Вятской губернии, на службу в приказчики нанимались

горожане средней руки, имея в этом же городе семью, дом, хозяйство. И в том и другом случае все хозяйственные дела семьи брала на себя супруга, предоставляю мужу возможность исправно выполнять служебные обязанности. В уездных городах так же встречалась практика службы на холостом положении. Приказчики жили все вместе при торговом складе или лавке, или в отдельном доме (прообраз общежития). Порядок в доме поддерживала прислуга, для приготовления пищи нанимали кухарку. Например, в 1896 г. торговому дому «Григория Стахеева сыновья» в Елабуге на пересечении главных торговых улиц принадлежала усадьба, состоявшая из двух каменных и одного деревянного дома. Пять квартир, расположенных в этих строениях, использовались для расселения приказчиков. В одной из квартир жил, как указано в документе «приказчик винной торговли» с семьей (жена, четверо детей и прислуга), а в другой квартире жили сразу 15 мужчин, которые занимали в торговом доме разные должности: служащие, приказчики, конторщики, управляющие [23, л. 176].

Провинциальные купцы старались формировать в своих фирмах корпоративный дух, который складывался из нескольких факторов:

во-первых, достойной и справедливой оплаты труда;

во-вторых, из наличия определенных социальных гарантий, которые могли выражаться в предоставлении выходных дней, материальной поддержке семей, оплаты обучения и т.д.

в-третьих, в возможности социального и карьерного роста служащих;

в-четвертых, в организации корпоративных мероприятий, направленных на формирование единого духа компании.

Яркие примеры проявления индивидуальной рациональности отдельных купцов прослеживаются в вопросах оплаты труда приказчикам. Сохраняя средний в общероссийском масштабе уровень заработной платы приказчиков, купец мог заметно увеличить оплату отдельным из них в благодарность за долголетнюю службу, личную преданность фирме и т.д.

Положение приказчиков не раз становилось предметом обсуждения на страницах периодических изданий. Предметом критики как правило был размер жалования приказчиков, который составлял в среднем 200 руб. в год., а «что касается приказчика, получающего 500 рублей, то у «солидного» купца такой, вероятно, один, для «выставки» [7]. Как отмечалось выше оплата труда приказчиков зависела от воли их хозяина. Рачительный купец, заботившийся о процветании своего коммерческого дела, проявлял заботу о своих приказчиках, но при этом был очень требователен к ним.

В стабильных торговых компаниях и династиях формировалась особая система администрирования и социальной поддержки служащих. В коммерческих предприятиях елабужских купцов Стахеевых сложилась практика определения жалования, в зависимости от класса и стажа работы приказчика и объемов торговли, осуществляемой в торговом заведении, где он служил. Приказчик первого класса, работавший в магазине с годовым оборотом в 4 тыс. руб. получал жалование 200 руб., в том случае если стаж работы составлял более 5 лет, при тех же стартовых условиях жалование повышалось до 300 руб. в год. Приказчик первого класса М. Я. Назаров, руководивший торговлей магазина с оборотом в 400 тыс. руб. получал годовое жалование в 600 руб. [24, л. 130б, 125, 225].

На общероссийском уровне чаще всего поднимался вопрос о предоставлении приказчикам еженедельных выходных и отдыха в праздничные дни. Учитывая характер предоставляемых услуг – удовлетворение потребностей покупателей в различных товарах, приказчикам приходилось работать без выходных, с 6 – 8 часов утра до 8 – 10 часов вечера. Как сообщает Александр Колычев – автор небольшого исследования

о приказчиках, написанного в начале XX в. «в Казани не найдется и 10 хозяев, которые предоставляли приказчикам добровольно отдых в праздничные дни» [14, с. 24].

Вопрос о необходимости отдыха приказчиков в праздничные в Елабуге стал предметом дискуссии на страницах газеты «Волжский вестник». Корреспондент газеты отмечал, что подавляющее большинство приказчиков работают без выходных и только служащие трех торговых домов («Григория Стахеева сыновья», «Товарищество П. К. Ушков и К^о» и «Ф. П. Гирбасов с сыновьями и К^о») имеют возможность проводить праздники в кругу семьи [9].

Согласно данным Первой всеобщей переписи населения количество жителей Казани составляло 131 508 чел., а количество жителей Елабуги – 9776 чел., т.е. в 13 раз меньше, соответственно и количество предпринимателей здесь было значительно меньше [18, с. 8-9]. Но при этом 3 фирмы предоставляли отдых в праздничные дни своим приказчикам, в Казани меньше 10. А если учесть, что согласно данным вышеупомянутого А. Колычева во многих городах России приказчики вообще не имели выходных дней, то ситуация с уездной Елабугой является скорее исключением из правил, особенно если учесть, что торговые обороты трех названных купеческих фирмы оставляли более 2/3 городских оборотов. Что же толкало елабужских купцов выходить за рамки коллективной идентичности торгового сословия в системе отношений со своими служащими? В первую очередь именно практика набора служащих из числа земляков. При этом купец осознавал, что его авторитет в среде городского общества, во многом зависит от его отношения с приказчиками, которые составляли часть этого общества. Широко распространенная в Российской империи практика оказания благотворительной помощи дополнялась в купеческой среде практикой оказания социальной поддержки своих служащих. Приказчики елабужских купцов Стахеевых пользовались льготами при покупке товаров в торговых точках фирмы. Они могли брать в лавке или магазине продукты под запись в специальной книге, при этом сумма долга не вычиталась из жалования. А на Рождественской или Пасхальной неделе за верную службу хозяева «прощали долг». Стахеевы оплачивали обучение детям своих служащих в учебных заведениях города (Реальном училище, Женской гимназии, Епархиальном женском училище).

Купцы были заинтересованы в стабильности состава своих служащих и их долголетней службе. Чаще всего поступив в купеческую фирму в качестве «мальчика» (ученика приказчика) в 10-12 лет сыновья мещан и крестьян старались закрепиться в ней и уже к 16-17 годам поднимались по социальному лифту до должности приказчика второго класса. Долгая и безупречная служба у предприимчивого купца, позволяла приказчикам получить практический навык ведения коммерческого дела и даже самим записаться в купечество. Так, в 1888 г. в составе гласных елабужской городской думы было 25 купцов, а из них 7 недавно вышли из приказчиков [8]. Показательным примером является судьба стахеевского служащего Прокопия Батолина, родившегося в семье государственных крестьян и в 17 лет поступившего на службу к И. Г. Стахееву. Спустя полтора года Прокопий уже служит в Петербургском отделении торгового дома «И. Г. Стахеев и сыновья», а затем становится деловым партнером одного из крупнейших представителей династии Ивана Ивановича Стахеева [13].

На авторитет купеческой фирмы влияли и мероприятия, направленные на формирование единой корпоративной культуры. Визуальным свидетельством корпоративной культуры являются корпоративные групповые портреты, которые давали наглядное представление о масштабе фирмы, подчеркивали сплоченность участников коллектива. В фондах Музея елабужского купечества Елабужского института КФУ хранится корпоративное групповое фото приказчиков торгового дома «И. Г. Стахеев», датирующиеся 10 марта 1907 г. - годом учреждения семейной фирмы. Фотография включает 65 погрудных портретов приказчиков торгового дома, размещённых

вокруг портрета его учредителя И. Г. Стахеева. В левом верхнем углу фото надпись: «Служащие торгового дома», а в центре надпись с названием торгового дома: «И. Г. Стахеев». Корпоративность прослеживается во включение в официальную фотографию – двух пейзажных изображений: вид ул. Спасской и здания главной конторы торгового дома, и вида на Елабугу со стороны реки Кама - главной торговой судоходной и торговой артерии края [22]. Такой корпоративный бизнес портрет, в декорированном багете черного дерева получил каждый изображенный на ней служащий торгового дома в год его учреждения. Конечно, подобное фото стало украшением дома каждого приказчика Стахеевых и способствовало росту имиджа фирмы в глазах ее служащих и их близких. В деятельности торговых домов Стахеевых прослеживались и элементы тимбилдинга, то есть организации общения коллектива служащих в неформальной обстановке: на пикниках и праздниках. В фондах Музея Елабужского государственного и художественного музея заповедника сохранились два групповых портрета приказчиков Стахеевых на отдыхе, сделанных на природе в летнее и зимнее время. Визуальный анализ фотоизображений позволяет сделать вывод, что фирмах Стахеевых присутствовал определенный дресс-код в одежде. В зимнее время все приказчики одеты в темные длиннополые двубортные сюртуки из толстого сукна, а летом легкие сюртуки с жилетом и рубашкой.

Вещественным атрибутом корпоративной культуры в фирмах Стахеевых является наличие визитных карточек с указанием фамилии и имени, и должности, занимаемой в фирме. Примером может служить визитная карточка Якова Александровича Ветлужских, доверенного торгового дома «И. Г. Стахеев» [6].

Заключение

Подводя итоги отметим, что исследование купечества Российской империи второй половины XIX – начала XX в. с применением методологии новой социальной истории позволяет выявить связь между индивидуальной рациональностью в деятельности отдельных коммерсантов и коллективной идентичностью предпринимательства в целом. А это означает, что в исторических нарративах действия предпринимателей, предпринятые под воздействием их внутренних мотивов, переплетаются с объективными факторами социальной среды. Проведение исследований в проблемном поле новой социальной истории предполагает расширение типов использованных источников и включение в их число фотодокументов и вещественных свидетельств эпохи, отложившихся в фондах музеев Российской Федерации. Законодательство второй половины XIX в. четко очерчивало границы трудовой деятельности приказчиков, но купцы нередко избирали индивидуальную траекторию построения деловых отношений со своими служащими. Законодательство не предусматривало социальных выплат или иной формы социальной поддержки со стороны купцов в адрес приказчиков больших, чем записано в договоре найма. Поэтому имевшие место в среде предпринимательства факты социальной поддержки приказчиков были исключительно инициативой самого купца и служат примером индивидуальной рациональности, выходящей за сложившиеся в предпринимательской среде рамки коллективной идентичности. Свидетельством креативной роли субъективности купечества в построении социальных практик взаимодействия со своими служащими являются практики, направленные на формирование корпоративной культуры фирмы. К факторам, влиявшим на формирование корпоративного духа в купеческих фирмах, мы относим приёмы и размеры оплаты труда, наличие системы социальных гарантий, возможность карьерного роста и набор мероприятий, направленных на сплочение коллектива.

Примечания

1. Статья подготовлена по итогам работы научного семинара «История предпринимательства в регионах России: теоретико-методологические подходы к исследованию» в рамках деятельности Центра исследований истории предпринимательства регионов России (Институт российской истории РАН, Елабужский институт (филиал) КФУ).

Список источников и литературы

1. *Абдрахманов К. А.* Особенности деловых отношений купцов и приказчиков в условиях приграничной провинции на примере Оренбургской губернии второй половины XIX – начала XX в. // *История повседневности.* 2019. № 3 (11). С. 116–129.
2. *Банникова (Бурлуцкая) Е. В.* Повседневная жизнь уральского купечества в первой половине XIX века. Оренбург: РЦРО, 2010. 206 с.
3. *Бирюков М. Ю.* Персонал торговых заведений Российской империи в начале XX в. (на примере Курской губернии) // *Via in tempore. История. Политология.* 2013. № 8 (151). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/personal-torgovyh-zavedeniy-rossiyskoy-imperii-v-nachale-xx-v-na-primere-kurskoj-gubernii> (дата обращения: 24.10.2022).
4. *Бобров Д. С.* Институт приказчиков в системе управления территорией Верхнего Приобья в первой половине XVIII в. // *Известия Алтайского гос. ун-та.* 2013. № 4 (80). С.114–118.
5. *Бойко В. П.* Купечество Западной Сибири в конце XVIII – XIX в.: очерки социальной, отраслевой, бытовой и ментальной истории. Томск: Изд-во Томск. ун-та, 2007. 307 с.
6. *Визитная каточка Я. А. Ветлужских* // Семейный архив Т. Янчевской.
7. *Волжский вестник.* 1882. 14 дек.
8. *Волжский вестник.* 1888. 14 янв.
9. *Волжский вестник.* 1894. 9 (21) авг.
10. *Гетманов В. Г., Немиров А. Ю.* Судьба московских купцов Стриженовых, 1813 – 1917 гг. М.: НИЯУ МИФИ, 2019. 136 с.
11. *Гончаров Ю. М.* Очерки повседневной жизни горожан Сибири второй половины XIX – начала XX в. Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2014. 348 с.
12. *Гребнер В. Ф.* Практика 4-го Департамента и второго общего собрания Правительствующего сената по торговым делам, 1899-1896 гг. / сост. В. Гребнер. СПб.: Тип. М.М. Стасюлевича, 1896. Ч. 2. 446 с.
13. *Кашапова Е. А.* Провинциальные черты в облике предпринимателя и финансиста П. П. Батолина (1878–1939). Взгляд современников // *Социокультурное пространство российской провинции: историческая память и национальная идентичность* : сб. науч. материалов IX Стахеевский чтений (21-22 ноября 2019 г.). Елабуга, 2019. С. 105–110.
14. *Кольчев А. А.* Приказчики и их нужды. Ярославль: Северное эхо, 1905. 59 с.
15. *Корева Н. А.* «Обязуюсь находится у него в услужении в должности приказчика»: оформление трудовых отношений между купцами и приказчиками в первой половине XIX в. (по материалам Казанской губернии) // *Из истории и культуры народов Среднего Поволжья.* 2018. № 8. С. 115–133.
16. *Лепти Б.* Общество как единое целое: о трех формах анализа социальной целостности // *Одиссей: Человек в истории.* 1996: Ремесло историка на исходе XX века. М., 1996. С. 148–164.
17. *Османов А. И.* Социокультурные аспекты формирования петербургского купечества в XIX веке // *Известия РГПУ им. А. И. Герцена.* 2006. № 16. С. 115–127.
18. *Первая всеобщая перепись населения Российской империи 1897 года.* Вып. 2: Население городов по переписи 28-го января 1897 года. СПб.: Изд. Центр. стат. ком. М-ва вн. дел., 1897. 42 с.
19. *Репина Л. П.* Историческая наука на рубеже XX – XXI вв.: социальные теории и историографическая практика. М.: Кругъ, 2011. 560 с.
20. *Собрание законов Российской империи (СЗ РИ).* Т. 11. Ч. 2: Устав торговый. Кн. 1. Ст. 258–259.

21. СЗ РИ. Т. 11. Ч. 2: Устав торговый. Кн. 1. Ст. 8.
22. Фото приказчики торгового дома «И.Г. Стахеев» // Фонды музея елабужского купечества. МЕК ЕИ ГИК МБ № 1.
23. Центральный государственный архив Удмуртской республики (ЦГАУР). Ф. Р-1655. Оп. 8. Д. 13. Л. 176.
24. Центральный государственный архив Кировской области (ЦГАКО). Ф. 176. Оп. 1. Д. 3394. Л. 13 об., 125, 225.

References

1. 1.Abrakhmanov, KA 2019, 'Osobennosti delovykh otnosheniy kuptsov i prikazchikov v usloviyakh prigranichnoy provintsii na primere Orenburgskoy gubernii vtoroy poloviny XIX – nachala XX v.' (Features of business relations between merchants and sales in the conditions of frontier province on the example of the Orenburg province in the second half of the XIX – early XX centuries), *Istoriya pousednevnosti*, no. 3 (11). pp.116–129. (In Russ.)
2. Bannikova (Burlutskaya), EV 2010, *Pousednevnyaya zhizn uralskogo kupechestva v pervoy polovine XIX veka* (Daily life of the Ural merchants in the first half of the 19th century), RTSRO publ, Orenburg. (In Russ.)
3. Biryukov, MYu 2013, 'Personal torgovykh zavedeniy Rossiiskoy imperii v nachale XX v. (na primere Kurskoy gubernii)' (The staff of trade establishments of the Russian Empire at the beginning of the 20th century (on the example of the Kursk province)), *Via in tempore. Istoriya. Politologiya*. no.8 (151), viewed 24 October 2022, <https://cyberleninka.ru/article/n/personal-torgovykh-zavedeniy-rossiyskoy-imperii-v-nachale-xx-v-na-primere-kurskoy-gubernii>. (In Russ.)
4. Bobrov, DS 2013, 'Institut prikazchikov v sisteme upravleniya territoriyey Verkhnego Priobya v pervoy polovine XVIII v' (Fortressclerk's Institution in the System of Administration in Verkhnee Priobie in the First Half of 18th Century), *Izvestiya AltGU*, no. 4 (80). pp.114–118. (In Russ.)
5. Boyko, VP 2007, *Kupechestvo Zapadnoy Sibiri v kontse XVIII – XIX v.: ocherki sotsialnoy, otraslevoiy, bytovoy i mentalnoy istorii* (Merchants of Western Siberia at the end of the 18th - 19th centuries: essays on social, sectoral, household and mental history.), Iz-vo Tom. un-ta publ, Tomsk. (In Russ.)
6. Vizitnaya katochka Ya.A. Vetluzhskikh (Ya. A. Vetluzhsky business card), *Semeynyy arkhiv T. Yanchevskoy*. (In Russ.)
7. 1882, *Volzhskiy vestnik*, 14 December. (In Russ.)
8. 1888, *Volzhskiy vestnik*, 14 January. (In Russ.)
9. 1894, *Volzhskiy vestnik*, no. 9(21), August. (In Russ.)
10. Getmanov, VG & Nemirov, AYu 2019, *Sudba moskovskikh kuptsov Strizhenovykh, 1813 – 1917 gg.* (The fate of the Moscow merchants Strizhenovs, 1813 – 1917), NIYaU MIFI publ, Moscow. (In Russ.)
11. Goncharov, YuM 2014, *Ocherki pousednevnoy zhizni gorozhan Sibiri vtoroy poloviny XIX - nachala XX v.* (Essays on the everyday life of Siberian townspeople in the second half of the 19th – early 20th centuries), Izd-vo AltGU publ, Barnaul. (In Russ.)
12. Grebner, VF 1896, *Praktika 4-go Departamenta i vtorogo obshchego sobraniya Pravitelstvuyushchego senata po torgovym delam, 1899 – 1896 gg.* (Practice of the 4th Department and the second general meeting of the Governing Senate for Commercial Affairs, 1899 – 1896.), Vol. 2, collect. V. Grebner, Tip. M. M. Stasyulevicha publ, St. Petersburg. (In Russ.)
13. Kashapova, EA 2019, 'Provintsialnyye cherty v oblike predprinimatelya i finansista P.P. Batolina (1878 – 1939) Vzglyad sovremennikov' (Provincial features in the P. Batolin's, an entrepreneur and financier, image (1878 – 1939). Contemporaries' view), *IX Stakheevskie chteniya*. 21-22November 2019, Elabuga, pp.133–137. (In Russ.)
14. Kolychev, AA 1905, *Prikazchiki i ikh nuzhdy* (Clerks and their needs.). Severnoe echo publ, Yaroslavl. (In Russ.)
15. Koreeva, NA 2018, «Obyazuyus nakhoditsya u nego v usluzhenii v dolzhnosti prikazchika»: oformleniye trudovykh otnosheniy mezhdru kuptsam i prikazchikami v pervoy polovine XIX v. (Po materialam Kazanskoy gubernii) ("I undertake to be in his service as a clerk": registration

- of labor relations between merchants and clerks in the first half of the 19th century. (According to the Kazan province materials)), *Iz istorii i kultury narodov Srednego Povolzhya.*, no. 8, pp. 115–132. (In Russ.)
16. Lepetit, B 1996, 'Obshchestvo kak yedinoye tseloye: o trekh formakh analiza sotsial'noy tselostnosti' (Society as a whole: about three forms of analysis of social integrity), *Odissei. Chelovek v istorii*, Moscow, pp.148–164. (In Russ.)
 17. Osmanov, AI 2006, Sotsiokulturnye aspekty formirovaniya peterburgskogo kupechestva v XIX veke (Sociocultural aspects of the formation of the St. Petersburg merchants in the 19th century), *Izvestiya RGPU im. A. I. Gertsena*, no. 16. pp. 115–127. (In Russ.)
 18. *Pervaya vseobshchaya perepis naseleniya Rossiiskoy imperii 1897 goda. Naselenie gorodov po perepisi 28-go yanvaryaya 1897 goda* (The first general census of the population of the Russian Empire in 1897. Population of cities according to the January 28, 1897 census)), no. 2 Izd. Tsentr. Stat. komitetom M-va vn. Del publ, St. Petersburg. (In Russ.)
 19. Repina, LP 2022, *Istoricheskaya nauka na rubezhe XX – XXI vv.: sotsialnyye teorii i istoriograficheskaya praktika* (Historical Science at the Turn of the 20th – 21st Centuries: Social Theories and Historiographic Practice), Krug publ, Moscow. (In Russ.)
 20. Sobraniye zakonov Rossiyskoy imperii (SZ RI) (Collection of laws of the Russian Empire). Vol.11. P.2. Ustav torgovyi (Commercial code). Vol. 1. pp. 258–259. (In Russ.)
 21. SZ RI. Vol.11. P.2. Ustav torgovyi (Commercial code). Vol.1. p. 8. (In Russ.)
 22. Foto prikazchiki torgovogo doma «I.G. Stakheyev» (Photo of clerks of the trading house “I.G. Stakheev”). *Fondy muzeya yelabuzhskogo kupechestva*.
 23. Tsentralnyy gosudarstvennyy arkhiv Kirovskoy oblasti (TSGAKO) (Central State Archive of the Udmurt Republic, fund R-1655, inventory 8, file 13, sheet 176. (In Russ.)
 24. TSGAKO, fund 176, inventory 1, file 3394, sheet 13 page back 125, 225. (In Russ.)

Статья поступила в редакцию: 02.12.2022
Одобрена после рецензирования: 23.12.2022
Принята к публикации: 27.12.2022

The article was submitted: 02.12.2022
Approved after reviewing: 23.12.2022
Accepted for publication: 27.12.2022