

УДК 339.37

**В.С. Колодин,
Гао Ваньцзин,
Ши Чуньбо**

РЕТРОСПЕКТИВНЫЕ АСПЕКТЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

Для того, чтобы успешно заниматься коммерческой деятельностью в настоящее время, достигать намеченных целей в будущем, необходимо знание истоков этой важной в прикладном ракурсе сферы многовековой человеческой деятельности. В статье фрагментарно рассмотрены этапы развития коммерческой деятельности со времен Киевской Руси по настоящее время. Отмечены основные вехи развития коммерции в России, рассмотрены метаморфозы в классификации торговых посредников.

Ключевые слова: российское предпринимательство, купечество, торговля, посредники, рынок, гильдии.

**V.S. Kolodin,
Gao Wantzin,
Shi Chunbo**

THE RETROSPECTIVE ASPECTS OF COMMERCIAL ACTIVITIES IN RUSSIA

In order to successfully engage in commercial activities in now, you can accomplish your goals in the future, the necessary knowledge the origins of this important applied perspective, the scope of the centuries-old humanactivities. In the fragmentary article considers stages of development of commercial activities since the time of Kiev Russia to the present. milestones in the development of Commerce in Russia and the metamorphosis in the classification resellers have been marked.

Keywords: Russian enterprise, merchant, trade, intermediaries, market, Guild.

В истории России первые упоминания о российских предпринимателях появились в 9–10 веках. Люди, которые занимались внешней торговлей, назывались «гостями», а горожан, которые вели торговлю в пределах страны, прозвали – «купцами». Центром почти каждого крупного древнерусского города были рынки, их называли «торг», «торжище». В 9 веке в Киевской Руси, когда

только начали возникать товарно-денежные отношений, стало быстрыми темпами ускоряться развитие торговли. Внутреннюю торговлю старались вести сами производители, без так называемых посредников, внешнюю вели купцы.

Более активно коммерческая деятельность в России стала развиваться с возникновением торговых посредников – прасолов, офеней, коробейников, купцов в 10 веке.

Прасол – посредник, который осуществлял сбор товара прямо от производителей и производил отправку этого товара в нужные торговые или сортировочные пункты. В этих пунктах товар проходил сортировку и его направляли в ещё более крупные распределительные пункты. Следующий пункт - продажа товара. По таким схемам осуществлялись поставки до конечного покупателя таких товаров, как соль, медь, воск, смолы, меха, лён, то есть преимущественно товары природного происхождения, которые не требовали больших трудовых затрат на добычу и переработку, и в большом количестве находились на территории Киевской Руси.

Офеня или коробейник – это торговец, который развозил по территории мелочный товар. Отличие прасола от коробейника заключается в том, что прасол более приближен к производителям продукции, а коробейники более приближены к конечному потребителю, то есть к покупателю.

Купечество – сословие, которое во времена Киевской Руси имело особые привилегии. Купцы занимались торговлей и предпринимательством. Купцы покупали товар не для собственного потребления, а для перепродажи с целью получения прибыли. То есть купцы выступали посредниками между производителем товара или нескольких видов товаров и конечным покупателем.

В 12 веке в крупнейших городах стали появляться первые купеческие объединения, по-другому их называли корпорации. Корпорация – в переводе с латинского «corporatio» обозначает объединение, сообщество, общество, союз, группа лиц, которую объединяют общие профессиональные интересы. В период феодальной раздробленности на Руси, в 12–14 веках, торговля происходила в масштабах отдельных княжеств, впрочем, существовали и между ними торговые связи на основе естественно-географического разделения труда. Одним из самых крупнейших торговых центров в те времена стал Новгород. Он поддерживал торговые отношения с Западной Европой. Около второй половины 14 века торговым центром стала, в северо-восточной Руси, Москва. Огромное значение имела торговля между княжествами в объединении и создании централизованного Русского государства в 15–16 веках.

Внутренней торговлей занимались такие социальные группы как ремесленники, крестьяне, служилые люди, дворяне, бояре, и даже монастыри. На смену еженедельным базарам пришли ежедневные рынки. Повсюду стали появляться гостиные двory. Огромный толчок в своем развитии получили различные формы передвижной торговли. Передвижной торговлей занимались скупщики, прасолы, коробейники. Задерживали развитие внутренней торговли остатки феодальной раздробленности и многочисленные внутренние таможенные пошлины.

В Русском государстве первое, систематизированное торговое законодательство появилось в 1649 году – Соборное Уложение и существовало оно почти 200 лет, до 1832 года.

В 17 веке на Руси мелкие рынки княжеств объединяются в один огромный всероссийский рынок. Москва была центром такого объединенного рынка. Оптовая и розничная торговля проводилась на ярмарках. Налоги с торговли, а также таможенные пошлины и сборы собирались в Большую Казну. В 1653 году появился Торговый устав, что способствовало развитию торговых отношений. Основные положения этого Устава были включены в состав Новоторгового устава 1667 года, который впоследствии определил основные направления таможенной политики Российского государства во второй половине 17 века – в первой половине 18 века. Во второй половине 17 века стали образовываться торговые компании. Расширились и укрепились связи с Индией и Китаем. В 1689 году был заключен очень важный договор с Китаем – «Нерчинский договор», по-другому «Нерчинский трактат». По данному трактату были определены торговые отношения и границы с Китаем. Граница была установлена по реке Аргуни по Становому Хребту к берегу Охотского моря.

Торговая политика Руси поддерживала местных производителей и местных торговцев и ограничивала торговлю иностранных купцов на своей территории.

В 16–17 веках стали появляться привилегированные корпорации гостей, торговых людей суконной и гостиной сотни. Купцов внутри корпораций разделяли на три статьи по имущественному признаку – первостатейные, среднестатейные и третьестатейные.

В 1719 году впервые появился такой термин, как «гильдия» в регламенте Коммерц-коллегии. В 1721 году утверждено обязательное создание гильдий во всех городах. Посадское население разделяли на «регулярных» и «нерегулярных» граждан. «Регулярные» включали в себя две гильдии – первая гильдия включала банкиров, «знатных» купцов, докторов, аптекарей и некоторые категории ремесленников (золотых и серебряных дел мастера и т.д.); вторая гильдия состояла из мелких торговцев и ремесленников. Остальное население, состоящее из чернорабочих, которые осуществляли работу по найму, причислялось к «нерегулярным» гражданам. С конца 18 века посадские люди назывались мещанами, хотя иногда употреблялось название посадские. В 1820–1870 годах посадские люди, названные купечеством, также продолжали разделяться по преимущественному признаку на три гильдии. Между этими гильдиями не было существенных различий сословного характера, но в 1870–1880 годах купеческое сословие подразделено на привилегированное гильдейское купечество в зависимости от располагаемого капитала – три гильдии и остальные граждане – мещане.

Упадок гильдейского купечества пришелся на конец 18 века – начало 19 века. Он проходил постепенно. Одной из главных причин было то, что хорошую и широкую конкуренцию гильдии составили торгующие крепостные крестьяне.

В 1863 году, с развитием капитализма роль гильдий резко снизилась, и третья гильдия была распущена. С 1898 года Гильдейские свидетельства приобретались в добровольном порядке и лишь теми, кто стремился получить по сословные купеческие права.

Вернемся к царствованию Петра I. Благодаря его реформам произошел значительный скачок в развитии торговли в первой половине 18 века. Даже несмотря на то, что Петр I, который считался большим знатоком торгового дела, говорил, что «что из всех дел управления торговля представляет наиболее затруднений».

Во внешней торговой политике Петр I придерживался иностранных веяний и пытался научить русских торговать «сообща», то есть компаниями, как это было принято в иностранных государствах. За это он поощрял русских купцов тем, что отправлял их детей в иностранные государства для того, чтобы там они обучались торговому делу и другим предметам и наукам.

Для развития внутренней торговли Петр I также произвел достаточно много реформ. Например, в 1713 году он даровал право всем людям свободно, независимо от сословий и происхождения, вести торговлю в России. Установил вполне умеренные размеры пошлин и ограничил казенную торговлю, стеснявшую частную промышленность. Также Петром I была создана самая первая биржа, а позднее биржи стали создаваться во всех крупных городах. При биржах учреждались присяжные маклеры, записи которых имели силу судебных протоколов.

В 1717 году была создана Коммерц-коллегия. Коммерц-коллегия являлось центральным государственным учреждением Российской империи. Данной учреждение решала вопросы внешней торговли.

В функции Коммерц-коллегии входило:

- строительство торговых судов, гаваней, маяков, складов и т.п.;
- руководство торговыми консулами за границей, продажей некоторых товаров (пушнины, железа и др.), торговля которыми была монополизирована казной;
- наблюдение за путями сообщения, ярмарками и исполнением таможенных тарифов;
- покровительство созданию купеческих компаний и др.

В 1754 году при Коммерц-коллегии был создан Государственный коммерческий банк.

В Москве во второй половине 18 века стали возникать первые магазины при купеческих домах. В 1797 году было разрешено устраивать торговые лавки при жилых домах. Экономическая политика 18 века осуществлялась по принципу защиты товаров национального производства, при помощи барьеров, ограничивающих внутренний рынок от ввоза иностранных товаров.

Во второй половине 19 века возникли акционерные торговые товарищества, стала развиваться оптовая биржевая торговля.

В конце 19 – начале 20 веков коммерческая деятельность была основным направлением, которым занималось российское купечество. Купечество в то время было одним из почетных сословий российского общества. В этот период

коммерция в России достигла очень высокого уровня, появился своеобразный кодекс чести купца-коммерсанта, который гласил о твердости и нерушимости купеческого слова.

Дальнейший рост торговли пришелся на рубеж 19–20 веков и сконцентрировался в руках монополий. Ярмарки угасали, на смену им пришла магазинная форма торговли, в связи с чем возросла роль банков во внутренней политике государства.

В 1905 году было образовано Министерство торговли и промышленности. Упадок как внешней, так и внутренней торговли пришелся на годы Первой мировой войны. В эти годы сильно сократилось производство товаров, был сильный рост цен, росла спекуляция. Возник продовольственный дефицит, который впоследствии привел к революционной ситуации в России.

Февральская революция и октябрьский переворот 1917 года стерли такое понятие, как частная собственность, а вместе с ней и свободный обмен товарами. В 1918 году после национализации частной собственности была установлена государственная монополия на торговлю важнейшими товарами народного потребления.

С переходом к планово-распределительной экономике и административно-командным методам управления народным хозяйством страны получили развитие три формы внутренней торговли: государственная, кооперативная, колхозная, которые обслуживали городское и сельское население. Государственная и кооперативная торговля совместно образуют «организованный рынок» страны, цены на этом «рынке» устанавливает и контролирует государство. Эпоха централизованного планирования и распределения продлилась 70 лет.

В 90-е годы XX века произошел переход к рыночным экономическим отношениям. Появление частной собственности способствовало развитию и укреплению товарно-денежных отношений. Полный хозрасчет и самофинансирование способствовали появлению нового типа коммерческих отношений между поставщиками и покупателями товаров. Открылся широкий простор коммерческой инициативе, самостоятельности и предприимчивости торговых работников. Без этих качеств в рыночных условиях нельзя успешно осуществлять коммерческую деятельность.

Рыночные отношения вновь стали господствовать в России.

Список использованной литературы

1. Демченко Л.И. Коммерческая деятельность на потребительском рынке / Л.И. Демченко, Ю.С. Лекарева. – Оренбург : Агентство «Пресса», 2008. – 96 с.
2. Осипова Л.В. Основы коммерческой деятельности : учеб. для вузов по экон. специальностям / Л.В. Осипова, И.М. Синяева. – М. : Юнити, 2008. – 623 с.
3. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность : учеб. пособие / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. – М. : Дашков и Ко, 2012. – 500 с.

Информация об авторах

Колодин Виктор Семёнович – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Логистики и коммерции» Байкальского государственного университета, Заслуженный Экономист РФ, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: zharnikovaoa@bgu.ru.

Гао Ваньцзин – магистрант БГУ, Байкальский государственный университет, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: zharnikovaoa@bgu.ru.

Ши Чуньбо – магистрант БГУ, Байкальский государственный университет, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: zharnikovaoa@bgu.ru.

Authors

Kolodin Victor Semenovich – doctor of economical sciences, professor, Head of Department of logistic and commerce, Honored Economist of Russian Federation, Baikal State University, 11, Lenina str., Town of Irkutsk, 664003, e-mail: zharnikovaoa@bgu.ru.

Gao Wantszin – master student, Baikal State University, 11, Lenin str., Town of Irkutsk, 664003, e-mail: zharnikovaoa@bgu.ru.

Shie Chunbo – master student, Baikal State University, 11, Lenin str., Town of Irkutsk, 664003, e-mail: zharnikovaoa@bgu.ru.