



*Абдрахманов К. А.* Чайная торговля в Российской империи в середине XIX века / К. А. Абдрахманов // Научный диалог. — 2022. — Т. 11. — № 9. — С. 253—281. — DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-9-253-281.

Abdrakhmanov, K. A. (2022). Tea Trade in Russian Empire in Middle of 19<sup>th</sup> Century. *Nauchnyi dialog*, 11(9): 00-00. DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-9-00-00. (In Russ.).



Журнал включен в Перечень ВАК

DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-9-00-00

## Чайная торговля в Российской империи в середине XIX века

**Абдрахманов Константин Алексеевич**  
orcid.org/0000-0001-9469-7694  
кандидат исторических наук, доцент,  
кафедра истории России  
kostya.abdrakhmanov@mail.ru

Оренбургский государственный  
педагогический университет  
(Оренбург, Россия)

## Tea Trade in Russian Empire in Middle of 19<sup>th</sup> Century

**Konstantin A. Abdrakhmanov**  
orcid.org/0000-0001-9469-7694  
PhD in History, Associate Professor,  
Department of History of Russia  
kostya.abdrakhmanov@mail.ru

Orenburg State Pedagogical University  
(Orenburg, Russia)

© Абдрахманов К. А., 2022



## ОРИГИНАЛЬНЫЕ СТАТЬИ

### Аннотация:

Исследуется деловая активность купцов середины XIX века, выбравших торговлю чаем в качестве основной сферы своих инвестиций. Анализ российской чайной торговли середины XIX столетия в контексте ее организационной специфики весьма ограниченно представлен в отечественной историографии, что подтверждает новизну данного научного исследования. Рассмотрены ключевые моменты организации торговых операций с китайцами в Кяхте. Представлен и проанализирован спектр проблем, характерный для предпринимательской практики чаоторговцев этой эпохи. Сделан акцент на торговле контрабандным чаем и производстве его суррогатных версий как главных препятствиях на пути продуктивной работы чайного рынка в интересах купечества и государства. Отмечается, что торговлю незаконным товаром вели коллеги по цеху, не умевшие либо не желавшие получать прибыль честным путем, а само маргинальное явление было настолько массовым, что самостоятельно ликвидировать нелегальный рынок купцы не могли. Как следствие, для решения многих вопросов купцам приходилось взаимодействовать с различными структурами власти страны. Показано, что дистанционный формат взаимодействия крупных предпринимателей со своими торговыми агентами в Кяхте имел определенные неудобства и приносил хозяевам чайного дела прибыль значительно меньшую, чем было возможно.

### Ключевые слова:

Кяхта; торговля чаем; трудовая повседневность; купечество; контрабанда; фальсификация; напиток; торговля с Китаем.

## ORIGINAL ARTICLES

### Abstract:

The business activity of merchants of the middle of the 19th century, who chose the tea trade as the main area of their investments, is investigated. The analysis of the Russian tea trade in the middle of the 19<sup>th</sup> century in the context of its organizational specifics is very limitedly presented in Russian historiography, which confirms the novelty of this scientific study. The key moments of the organization of trade operations with the Chinese in Kyakhta are considered. The range of problems typical for the entrepreneurial practice of tea merchants of this era is presented and analyzed. Emphasis is placed on the trade in smuggled tea and the production of its surrogate versions as the main obstacles to the productive work of the tea market in the interests of the merchants and the state. It is noted that the trade in illegal goods was carried out by colleagues who did not know how or did not want to make a profit in an honest way, and the marginal phenomenon itself was so massive that the merchants could not liquidate the illegal market on their own. As a result, in order to resolve many issues, merchants had to interact with various structures of the country's authorities. It is shown that the remote format of interaction between large entrepreneurs and their sales agents in Kyakhta had certain inconveniences and brought profits to tea business owners much less than the possible maximum.

### Key words:

Kyakhta; tea trade; working day; merchants; smuggling; falsification; drink; trade with China.



## Чайная торговля в Российской империи в середине XIX века

© Абдрахманов К. А., 2022

### 1. Введение = Introduction

Вопросы предпринимательской деятельности отдельных социальных групп, национальных объединений и профессиональных сообществ поднимаются в настоящее время в многочисленных научных трудах. Осуществляемая в данный момент переориентация экономики России на рынки государств Азиатско-Тихоокеанского региона делает актуальным анализ внешнеторгового опыта предпринимателей дореволюционной эпохи. Цель данной научной работы предполагает детальное изучение особенностей труда коммерсантов в сфере чайной торговли 40—50-х годов XIX века.

Выбранный для исследования отрезок времени интересен тем, что в середине XIX века, несмотря на значительные объемы российско-китайской торговли, экономические контакты двух государств двигались по пути регресса. Эта негативная тенденция получила особенно яркое отражение в сфере российского импорта, ориентированного на одну ключевую позицию — чай. По наблюдению сотрудника министерства иностранных дел Н. И. Любимова, «чай поглотил все прочие предметы отпуска со стороны китайцев» [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 47, л. 5—5 об.], хотя еще в начале XIX столетия «главная торговля со стороны китайцев состояла в разных мануфактурных произведениях» [Там же, л. 4 об.]. Масштаб проблемы подчеркивает внимание к ситуации со стороны высших имперских сановников. Еще в 1820 году известный политический деятель М. М. Сперанский определил отрицательный курс российско-китайских деловых контактов. «Шелковые материи уже кончились; китайка тоже почти кончается, остается чай, чай и чай», — писал о сужении номенклатуры китайского ввоза М. М. Сперанский [цит. по: Силин, 1947, с. 189]. Словом *китайка* в России называли различные ткани с примесью бумаги [Мишакова, 2013, с. 47].

Кроме отсутствия интереса у китайской стороны к поставкам в Россию предметов, помимо чая, в профессиональной деятельности отечественных коммерсантов существовал целый ряд отрицательных тенденций, оказывавших влияние на доходность и комфорт бизнеса. Значительно усложняли часторговцам ведение дел контрабанда и производство суррогатного чая, достигшие в середине XIX века колоссальных размеров.



## 2. Материал, методы, обзор = Material, Methods, Review

Исследование отражает характерные особенности трудового быта купцов-чаоторговцев в 40-е — 50-е годы XIX века. Для воссоздания достоверной картины деловой активности участников чайного рынка России использовались служебные письма Н. И. Любимова, составленные в этот промежуток времени. Николай Иванович Любимов занимал ряд руководящих должностей в Азиатском департаменте министерства иностранных дел во второй трети XIX века [Веселовский, 1909, с. 2—4]. Сопровождая в 1840 году Российскойскую духовную миссию в Пекин в качестве пристава и посетив в 1845 году Чугучак и Кульджу под видом фридрихсгамского купца 2-й гильдии Н. И. Хорошева, имперский чиновник хорошо ознакомился с уникальными деталями российско-китайской чайной торговли [Там же, с. 3]. Т. Куроянаги сообщил о ценности сведений, собранных Н. И. Любимовым за время торгово-дипломатических миссий: «Его приключения дают специалистам много материалов по истории Азии и российских дипломатических отношений с Китаем» [Куроянаги, 2021, с. 34]. За время своего нахождения в Кяхте Н. И. Любимов смог детально рассмотреть проблемы, сопутствовавшие организации чайного бизнеса отечественными купцами, и предложил решения многих из них. Составленные им путевые дневники находятся на хранении в Российском государственном историческом архиве (РГИА). Данные эго-материалы легли в основу настоящей статьи. Кроме этого, корпус источников представлен работами современников исследуемой эпохи [Веселовский, 1909, с. 2—4; Куропаткин, 1879, с. 48; Небольсин, 1856, с. 19; Субботин, 1892, с. 44—47, 103—106; Трусевич, 1882, с. 229—230] и неопубликованными материалами личного происхождения, созданными представителями купечества, непосредственно участвовавшими в торговле чаем [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 54, л. 2—11 об.; ф. 796, оп. 448, д. 60, л. 1—157].

Вопросы российско-китайских торговых отношений XVIII—XIX веков достаточно широко представлены в отечественной и зарубежной историографии [Ермолаев, 2011, с. 22—27; Лю Цзайци, 2010, с. 58—63; Шкунов, 2017, с. 139—145; Шпалтаков, 2014, с. 128—132]. Особое внимание исследователей традиционно уделяется Кяхте в контексте организации экономических связей России и Китая [Мишакова, 2013, с. 46—50; Попова, 2013, с. 28—36]. Такие негативные элементы коммерческой деятельности чаоторговцев, как нелегальный привоз напитка и продажа суррогатного чая в конце XIX — начале XX веков, были описаны Г. А. Жолобовой [Жолобова, 2013, с. 123—134]. Отдельные проблемы делового быта занятых в чайной торговле казанских купцов представлены в статье Н. А. Кореевой [Кореева, 2020, с. 58—71]. Анализ имеющейся литературы позволил убедиться в крайне ограниченном количестве материалов, сосредоточенных на трудовой спе-



цифике предпринимателей-чаоторговцев дореволюционной эпохи. Предлагаемая работа в некоторой степени заполнит существующий историографический пробел и, возможно, положит начало циклу исследований, посвященных различным аспектам (семья, досуг, труд) повседневной жизни купечества, выбравшего чайный бизнес основным источником своих доходов.

Определение трудового процесса в качестве одного из основных аспектов жизнедеятельности людей принадлежит представителям философского знания. Отечественные философы видели в постоянном труде человеческих масс источник формирования международного рынка. По мнению исследователей, «сам *мировой рынок* существует только посредством ежедневной повседневной деятельности людей, создающих, продающих и покупающих товары в разных странах» [Любутин и др., 2005, с. 55]. К. Н. Любутин, Д. В. Пивоваров и Л. П. Буева говорят о материальной, предметно-практической деятельности как обязательных условиях существования субъекта-человека [Любутин и др., 1993, с. 141; Буева, 2007, с. 123]. Представленный методологический инструментарий был привлечен для изучения особенностей предпринимательских практик купцов, занятых в чайной торговле в середине XIX века.

### 3. Результаты и обсуждение = Results and Discussion

#### 3.1. Закупка чая: организация, особенности, проблемы

Ключевой особенностью делового обмена российских купцов с китайскими поставщиками чая в первой половине XIX века был меновой характер торговых сделок. В качестве «валюты» для приобретения чая российская сторона предлагала изделия легкой промышленности (текстиль, кожа) и мех пушных животных. В перечень отечественных пушных товаров входили «лисицы, выдры, выхухоли, горностаи, песцы, рыси» и даже кошачий мех [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 47, л. 7—7 об.]. Кроме этого, у китайских предпринимателей пользовались спросом юфть, сафьян, козышкура, рога сайгаков и изюбрей, хлеб [Там же, л. 7об. — 8].

В сфере чайной торговли через Кяхту, начиная с 40-х годов XIX века, каждый год открывался периодом российско-китайских торговых сделок. Этот сложный в организационном плане процесс получил название *расторжка* и являлся основным этапом делового обмена российских и китайских коммерсантов. Менее масштабная торговая деятельность началась в Кяхте еще до официального открытия расторжки. Основной задачей этого мероприятия было определение количества и номенклатуры сортов привезенного чая, подтверждение качества напитка. Н. И. Любимов отметил, что делегации из торгующих в Кяхте российских купцов необходимо было «чаем определить сорты по доброте и вкусу, какими ценами принимать их за



наши товары» [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 1, л. 64]. Пока длилась разработка условий обмена, согласование взаимовыгодной ценовой политики на текущий сезон, «китайцам показывают образцы русских товаров, также и китайцы отдают на рассмотрение нашим купцам пришедшие чаи каждой фамилии, для определения достоинства» [Там же]. Процедура расчета стоимости российской продукции по отношению к определенным сортам китайского чая обычно сопровождалась различного рода трудностями. Отечественным коммерсантам предстояло тщательно провести экспертизу привезенного чая и после этого, «не уронив ценности русских товаров», предложить китайским партнерам привлекательную стоимость покупки [Там же, л. 65]. Для исключения неэквивалентного обмена и, соответственно, потери прибыли российским предпринимателям, которые были членами комиссии, необходимо было добросовестно выполнять свои обязанности, так как далеко не весь чай был хорошего качества. Например, отдельные сорта напитка (около 5) в обязательном порядке запрещалось выменивать «прежде рассмотрения и сортировки» [Там же]. К напиткам низкой категории, которые классифицировались как *обыкновенные*, или *ординарные*, принадлежал чай, доставлявшийся торговцами, проживавшими в провинции Шаньси. В силу этого недорогие сорта такого чая в первой половине XIX века было принято ошибочно называть *сансинскими* [Субботин, 1892, с. 45]. Позже название перестало употребляться в деловых документах, так как стало известно, что в указанной провинции чай не производился, а торговавшие им коммерсанты приобретали товар в других регионах Китая. Характерной особенностью напитка был слабый красноватый оттенок [Там же].

Сорта высшей категории обозначались как *фамильные*. Расфасованный в специальные транспортные контейнеры — цибики — первосортный чай маркировался клеймами известных китайских торговых династий [Там же]. Такой чай имел янтарно-малиновый цвет и «вкус более мягкий и полный» [Там же, с. 46]. Самый лучший фамильный цветочный чай поставляли на российский рынок в XIX веке фирмы «Мыюкона и Шитычуана». «Рангом» ниже считалась продукция предприятий Ван-Сун-Чо, Тянь-Сун-Чо и Юнь-Чен-Чень. Замыкали линейку первосортного чая такие поставщики, как Юньхуко, Юсончо и Кафачен [Там же]. Наряду с сортами черного чая завозили некоторое количество зеленого. Однако этот напиток, представленный на российском рынке всего тремя сортами, не пользовался среди местного населения большой популярностью [Там же, с. 47]. Для точного определения качества напитка и правильной «конвертации» в чай своих товаров российские коммерсанты должны были обладать определенными знаниями о привозной продукции. Для выявления порченого товара от купцов требовалось понимать условия хранения напитка и иметь



сведения о времени нахождения товара в пути к месту обмена. Чтобы не понести убытки, избежать наложения штрафа и не дискредитировать себя приобретением и дальнейшим распространением суррогатного чая, коммерсантам-чаеоторговцам нужно было уметь по цвету, запаху и структуре листьев находить в элитных сортах примеси дешевых аналогов или неорганические добавки, применяемые для увеличения веса.

К вышесказанному необходимо добавить, что атмосфера взаимного недоверия между китайцами и россиянами, регулярные попытки обмана с обеих сторон постоянно сопровождали повседневный труд отечественных предпринимателей, занятых в чайной торговле. Эту специфику российско-китайской торговли через Кяхту отметил автор второй половины XIX века Х. И. Трусевич: «Одна черта, много вредившая торговле, была обща обоим народам, — это обман» [Трусевич, 1882, с. 230]. «Китайцы впрочем всегда превосходили в этом отношении русских», — считал современник событий [Там же]. Советский исследователь Е. П. Силин также указал, что деловая активность китайцев «далеко не была честной. Почти каждый торгующий китаец старался, ради лишнего рубля, обмануть своего покупателя, прежде всего — русского» [Силин, 1947, с. 108]. В отличие от Х. И. Трусевича Е. П. Силин был убежден, что российские коммерсанты практиковали не менее изощренные способы обмана своих зарубежных коллег. «Однако и русские купцы в умении обмануть немного уступали китайцам», — указано в работе историка [Там же]. По словам московского купца 1-й гильдии С. Лепешкина, он имел представление об уловках, «которые употреблялись китайцами для утайки истинного количества товаров, находившихся в их юргах, и действительной их потребности в наших товарах» [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 54, л. 5]. К сожалению, мы не владем данными о конкретных примерах противоправных действий российских и китайских предпринимателей, применяемых ими в кяхтинском торге. Однако варианты обмана имперских пограничных властей, распространенные у кокандских купцов, пересекавших Семипалатинскую таможню, позволяют представить влияние такой девиации на условия чайной торговли. Для того чтобы уменьшить количество напитка в транспортной таре и при этом сохранить продажный вес товара, азиатские коммерсанты действовали по следующей схеме: привозили чай только в больших — полуторных ящиках, затем «разнимавши таковой надвое» получали уже две емкости для напитка, которые снабжали дополнительными внутренними перегородками. Это позволяло сократить полезный объем для сыпучего продукта, но при этом абсолютно не сказывалось на весе товара [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 52, л. 28]. В результате покупатель приобретал за хорошие деньги ящик стандартного веса (32—40 кг), но уже с меньшим содержанием ценного груза.



Сложность заключения торговых сделок состояла и в том, что согласно указу императора Павла I «О кяхтинском тарифе», изданному в марте 1800 года, торговля китайцев и россиян утверждалась исключительно на меновой основе [РГИА, ф. 21, оп. 12, д. 4, л. 1—1 об.]. Такая ситуация сохранялась вплоть до 1855 года, когда правительство одобрило расчет деньгами в российско-китайских торговых сделках [Кореева, 2020, с. 63]. До этого времени надлежало «торг китайский производить меной, а на деньги не только ничего не покупать, но и не продавать под опасением тяжкого штрафа», — было сказано в правилах о торговле [Цит. по: Силин, 1947, с. 101]. Отсутствие унификации в номенклатуре отечественных товаров провоцировало конкуренцию среди торговавших в Кяхте российских купцов. Изделия мануфактурной промышленности, известные «добро-тою, видом и дешевизною» [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 1, л. 66], поставляли российские чаоторговцы из центральных районов империи, прежде всего московские коммерсанты. На мехе пушного зверя специализировались местные сибирские купцы, в основном приезжавшие из Иркутска. Абсолютно разные по характеру, способам и срокам хранения предметы подвозились купцами на кяхтинский торг в разное время. Так, «мягкая рухлядь с Якутской ярмарки и из других мест Сибири» поступала в ноябре, декабре, а «некоторые в генваре» [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 1. л. 65], то есть заранее, еще в конце предшествующего расторжке года, когда китайские коммерсанты уже находились в Кяхте и ждали согласования цен. Ткани, кожи, предметы роскоши доставлялись несколько позже — в первые месяцы нового года. До подвоза всех наименований российской продукции невозможно было составить положение о торге на новый сезон и начать выменивать чай. Имеющийся в распоряжении источник четко указывает на последствия разных сроков доставки российских товаров: «причина же отдаления времени оной (расторжки. — *К. А.*) происходит от соперничества на Кяхте между торгующими фабричными изделиями и сибирскими произведениями» [Там же, л. 66 об.].

В такой ситуации прибывавшие в Кяхту заблаговременно сибирские купцы оказывались в очень невыгодном положении и вынуждены были нести убытки, потому что залежавшаяся пушнина утрачивала свои свойства и уже не выглядела столь привлекательной для китайцев. О снижении ценности меха в зависимости от срока хранения сказано в архивном материале: «китайцы тогда только дорожат ею (пушниной. — *К. А.*), когда выменяв заблаговременно успеют для скорейшего сбыта отправить на ярмарки, особенно к белому месяцу в Калган; в позднюю же расторжку китайцы неохотно выменивают мягкую рухлядь потому, что она, подвергаясь в весеннее и летнее время скорой порче, мало у них сбывается и должна лежать до





следующего года» [Там же]. В результате торговцам пушниной приходилось либо отпускать китайцам товар по сильно сниженным ценам, либо, не желая работать в убыток, законсервировать меха до следующего года и попытаться продать их под видом свежей продукции. К примеру, в 1841 году расторжка затянулась и пик торговых сделок пришелся на март. В результате «понесен был большой убыток от белки», потому что из привезенных 4 миллионов шкурок «променено же только один миллион штук» [Там же, л. 70].

Китайская сторона также становилась инициатором сдвига временных рамок менового торга вправо. В 1841 году китайские торговцы поставили 70 тыс. мест чая только к 20 февраля. «Такая необычайно поздняя доставка чаев произошла от нового, затруднительного пути по горам», — объяснили ситуацию поставщики [Там же, л. 67]. Далее логичным будет объяснить специфику фасовки чая, поступавшего в Кяхту, для точного понимания привозимых объемов. Китайцы привозили напиток, упакованный в так называемые места или ящики, которые делились на две категории в зависимости от размеров и веса. Ящики квадратной формы были рассчитаны на упаковку 2—2,5 пудов (32—40 кг) чая [Субботин, 1892, с. 47]. Большие по объему продолговатые или полуторные вмещали от 3 до 3,5 пудов (49—57 кг) [Там же]. Средний объем поставок в 40-е годы XIX века квадратных ящиков составлял около 70 тыс. штук, а полуторных — не более 30 тыс. [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 47, 8 об.]. Стоит сказать и по поводу алгоритма ценообразования. В 1842 году закупочная цена напитка в Фуцзяни составляла 16 лан за ящик (1 лан — 2 руб. 15 коп. серебром), то есть внутри Китая одно место чая обходилось поставщикам в 34 руб. 40 коп. серебром. В Кяхте российским купцам приходилось платить за тот же объем примерно 23 лана (49 руб. 45 коп. серебром, или 173 руб. ассигнациями). Доставленный на Нижегородскую ярмарку чай продавался уже по 525 руб. ассигнациями за ящик [Там же, л. 24].

Из-за поздней поставки китайцами чая в зимне-весеннюю кампанию 1841 года стороны не смогли согласовать актуальное положение «на размен товаров». Опасаясь возможных убытков, российские чаоторговцы, ответственные за разработку нормативного документа, приняли решение приобретать в этом году только проверенный первосортный фамильный чай. При этом регламентировал цены и определял порядок торговли документ, утвержденный во время прошлогоднего торга [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 1, л. 67 об.]. Конечно, китайским купцам было невыгодно отдавать один только лучший чай, оставляя нераспроданным его дешевые варианты, но задержка обмена также грозила им серьезным материальным ущербом. Поэтому еще до официального старта расторжки иностранные коммерсанты сбыли 25 тыс. мест чая, «получив от русских вельвет, плис, сукно среднее, мерлушку бухарскую и украинскую, лисицу корсак, кошку и некоторые



другие товары, а также и всё бывшее количество товаров Американской компании, состоящих из бобров и другой мелкой рухляди» [Там же, л. 68].

Кроме этого, фиксировались прецеденты, когда российские коммерсанты, даже после согласования основных нюансов и получения необходимых разрешений, все равно не торопились приступать к торговле. Источник объясняет такое поведение стремлением предпринимателей не допустить переизбытка чая внутри России, потому что преобладание предложения над спросом неминуемо привело бы к резкому снижению цен на их основной товар. Осторожный купец «задерживал расторжку из опасения большим выменом и вывозом чаев уронить цены на ярмарке и в Москве», — сказано о предусмотрительности торговцев [Там же, 69 об.]. Для лучшего понимания тревог коммерсантов по поводу перенасыщения чайного рынка следует сказать, что феномен российской торговли этим напитком в первой половине XIX века заключался в системе получения прибыли чаевладельцев. Эта сфера коммерческой деятельности функционировала так, что отечественные купцы увеличивали капиталы не за счет выгодной международной торговли, а благодаря высоким ценам на чай внутри империи. Российская продукция обычно сбывалась китайцам либо по равнозначному в отношении к чаю коэффициенту, либо по курсу гораздо ниже реальной цены. Архивный материал содержит исчерпывающее описание феномена чайной торговли дореформенного периода: «Последствием также всех этих печальных явлений, то что купцы наши, уронивши до такой степени цены на свои товары, все расчеты свои принуждены уже основывать не на промене своих товаров китайцам, а на выгоднейшем сбыте выменянного от китайцев чая на Нижегородской ярмарке; следовательно, другими словами весь расчет их основан не на китайцах, а на своих на русских, на потребителей чая внутри России» [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 47, л. 22 об. — 23]. Соответственно, если объемы поступления чая позволяли держать высокие цены, то продавцы получали неплохие доходы, даже несмотря на невыгодный закупочный курс. В случае падения цены на напиток владельцы этого бизнеса могли разориться.

Для того чтобы не сильно продешевить при покупке чая, не опоздать с доставкой товара на российские ярмарки, определить оптимальный для успешной реализации объем напитка и т. д., от купцов требовалось умение собирать и обрабатывать сведения о конъюнктуре рынка, гастрономических предпочтениях обывателей и погодных явлениях. В исследовании современного историка М. В. Мальцевой грамотная работа с информацией представлена как один из важнейших факторов делового успеха торговых людей. «Помимо конкретных сведений, купцы собирали информацию о различных обстоятельствах, которые так или иначе могли оказать влияние на ход тор-



говли», — так исследователь подчеркивает присутствие интеллектуально-аналитической деятельности в повседневной трудовой практике коммерсантов [Мальцева, 2019, с. 75]. Имеющиеся у нас материалы дают возможность утверждать, что крупные предприниматели-чаеоторговцы в отличие от своих менее успешных коллег обладали необходимыми компетенциями и каналами поступления информации. Речь идет о расторжке 1841 года, когда некоторые торговцы среднего уровня не решались начать обмен с китайцами, тогда как «главные покупатели чаев, из коих с нынешнего (1841. — К. А.) года московские купцы братья Шестовы начали производить торговлю на Кяхте, вероятно, имеют сведения о привозе чаев и обстоятельствах бывающей расторжки» [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 1, л. 69 об.].

Действия китайских чиновников также могли стать причиной нарушения торговых планов российских купцов. Н. И. Любимов обозначил 1841 год как «плачевный для наших кяхтинских купцов», потому что целый kaleidoscope негативных факторов обусловил позднее начало и чрезвычайно раннее завершение расторжки [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 47, л. 24]. Начавшись, как уже было отмечено, в 20-х числах февраля, торговля завершилась 2 марта. Инициировало форс-мажор следующее событие: «Джаргухай (судья, управляющий всеми делами в Маймачене) узнав о значительном повышении цены на русские товары, и к тому же, как сказывают, неудовлетворенный в каких-то своих требованиях китайцами, запретив мену до сбавки цены, три дня не отпускал их к русским, а потом дозволивши ходить в малых числах в торговую слободу, запретил выменивать выше прошлогодних цен товары» [Там же, д. 1, л. 68 об. — 69]. Видимо, *дзаргучи*, как правильно назывался судейский чиновник в Маймачене, рассчитывал на материальную благодарность со стороны соплеменников, а, не получив ее или разочаровавшись в размере подарка, применил административный ресурс для достижения цели. Китайским купцам оставалось только принять обстоятельства, так как власть *дзаргучи* в пределах города была практически абсолютной [Попова, 2013, с. 30]. Вообще активное вмешательство в торговые дела как своих соотечественников, так и приезжих купцов, практиковавшееся правителями и чиновниками, являлось отличительной чертой азиатских сообществ XIX века. Российский военный и политический деятель А. Н. Куропаткин, возглавивший в 1876 году посольство к правителю Кашгара Якуб-беку, стал свидетелем тяжелого положения местных и заграничных коммерсантов, торговавших в городах региона. Руководитель российского посольства отметил, что «Якуб-бек смотрел на торговлю, как на свою личную монополию», приобретал у купцов товары «по назначенным им же ценам», а определенная часть имущества «поступала к нему, по обычаю, в виде подарков» [Куропаткин, 1879, с. 48].



Позднее завершение торговых дел в Кяхте оборачивалось для купцов увеличением транспортных расходов при перевозке чая на рынки Москвы и Нижнего Новгорода. В весеннее время значительно возрастала стоимость услуг извозчиков, находившихся в Кяхте и ожидавших момента отправки товаров. О проблемах транспортировки из-за продления времени торга повествует текст документа: «Срок отправления на Нижегородскую ярмарку чаев, которые до сего времени в прежние годы были уже в пути, наехавшие ямщики, проживающие здесь при дорогих кормах более двух месяцев и требующие высоких цен на провоз» [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 1, л. 69]. Один из основоположников истории повседневности М. Блок считал, что в эпоху, предшествующую промышленному перевороту, недостаток корма для верховых и вьючных животных являлся основной причиной снижения поездок на дальние расстояния в зимнее время. «Сезонные перерывы в связях возникали не столько из-за непогоды, сколько из-за отсутствия корма», — писал французский историк [Блок, 1973, с. 118]. Письменное свидетельство представителя когорты чаоторговцев С. Лепешкина подтверждает негативные последствия переноса времени торга для бизнеса. Предприниматель в 1847 году писал, что покупка напитка «теперь производится не в октябре и ноябре месяцах, но в феврале и марте. От сего отправка чаев из Кяхты делается в самое неудобное и дорогое для привоза товаров время, то есть по прекращении уже дешевого зимнего пути и во время разлива рек, подвергающего товары опасности» [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 54, л. 7—7 об.]. Объем финансового ущерба коммерсантов от роста цен на транспортные услуги можно представить, обратившись к цифрам: в конце марта — начале апреля 1841 года отправка пуда чая из Кяхты в Иркутск обходилась в 5 руб., переправка дальше до Томска повышала стоимость пятикратно — до 25 руб., а за весь путь от Кяхты до Нижнего Новгорода купцы платили не менее 40 руб. с пуда [Там же, д. 1, л. 71]. Если же чай успевали отправить в феврале, то дорога до Нижнего Новгорода обходилась примерно в 23 руб. за пуд, а провоз до Москвы незначительно увеличивал затраты и составлял 25 руб. [Там же].

Рассматривая подобные факты, можно понять, что деловые операции российских купцов в Кяхте, ориентированные на приобретение чая, не отличались стабильностью и не гарантировали получение хорошей прибыли. Повседневные трудовые будни предпринимателей протекали в условиях, когда постоянно присутствовал риск обмана со стороны как своих, так и зарубежных коллег. Природно-климатический и геолого-географический факторы, а в ряде случаев корыстный интерес китайских чиновников могли сдвинуть сроки торгового предприятия, тем самым не дав чаоторговцам воспользоваться относительно удобной и недорогой зимней дорогой для доставки про-



дукции на внутривосский рынок. Московский купец 1-й гильдии Семен Лепешкин в 1847 году охарактеризовал трудоемкость чайной торговли через Кяхту, сказав, что купечество в этом сегменте коммерции подвергается «в выгодах наших разным случайностям, которые год от году более и более затрудняют наши собственные обороты» [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 54, л. 4].

### **3.2. Владельцы чайного бизнеса и их доверенные представители в Кяхте. Особенности деловых отношений**

Своеобразной чертой чайной торговли, усложнявшей купцам ведение дел, был отказ крупнейших предпринимателей из центра России и Сибири от прямых контактов с китайцами. За деловые операции непосредственно в Кяхте отвечали доверенные лица чайных магнатов, а реальные собственники товара постоянно проживали в Москве, Нижнем Новгороде, Иркутске и других городах империи. В силу большой удаленности Кяхты от основных рынков оптово-розничного сбыта чая богатые купцы практически не посещали с инспекцией приграничный центр российско-китайской торговли. О незначительном числе коммерсантов, лично приобретающих товар у китайцев, оставил наблюдение Н. И. Любимов в 1842 году: «Из 60 домов, производящих теперь торговлю с Китаем, едва ли найдется домов 15, которые бы сами производили торговлю, и из тех большая часть сибирские купцы, торгующие на гораздо меньшую сумму нежели великороссийские...» [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 47, л. 20—20 об.]. По сведениям Департамента внешней торговли, относящимся к началу 50-х годов XIX века, для занятых чайной торговлей предпринимателей был характерен разброс по разным регионам страны, то есть в России не было территории, где компактно проживала бы значительная группа купцов, объединенных одним направлением коммерции. «Кяхтинские торговцы в числе более 70 человек рассеянных по всему государству...», — сказано об этом явлении в материалах архива [Там же, д. 60, л. 42]. В представленном тексте видится самоустранение от полного контроля за рядом этапов (выбор приоритетных предметов обмена, приобретение напитка у китайцев, его доставка к местам оптового и розничного сбыта) чайной торговли той самой категории коммерсантов, деятельность которых обеспечивала чаем наиболее населенную часть России.

В осуществлении российско-китайских деловых связей через посредников сотрудник Азиатского департамента министерства иностранных дел Н. И. Любимов видел причину стагнации торговых отношений двух стран и источник убытков крупных чаоторговцев. «За тем, по моему мнению, один также из важных недостатков сей торговли — это то, что она производится не самими хозяевами, а большею частью комиссионерами, получающими известные проценты за выменянные от китайцев товары», — обращал



внимание на неэффективность работы посредников Н. И. Любимов [Там же, л. 19 об. — 20]. Представитель внешнеполитического ведомства ясно понимал ситуацию, возникшую в кяхтинском торге 40-х годов XIX века. Дистанционный формат ведения дел не только сокращал доходы организаторов бизнеса, но и делал их вторичным звеном процесса, отвечающим только за сбыт чая внутри империи. Решение ценового вопроса, определение объемов закупки напитка, согласование сроков начала торговли, выбор приоритетных позиций товара для мены и проверка качества чая были сосредоточены в руках доверенных представителей. Московский городской Голова, купец 1-й гильдии С. Лепешкин был возмущен злоупотреблениями «проживающих на Кяхте комиссионеров, составляющих касту диктаторов, не всегда беспристрастных», недобросовестная деятельность которых порождала «важные неудобства» [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 54, л. 5 об.].

Располагая такой автономностью, комиссионеры прежде всего ориентировались на улучшение своего материального положения, отодвигая интересы хозяев на второй план. Чтобы получить хоть какую-нибудь прибыль в собственный бюджет, посредники шли навстречу китайцам, сбывая товар большими партиями по самым низким ценам. Читаем у того же Н. И. Любимова: задача комиссионеров «состоит только в том, чтобы <...> выменять ящиков чая, и так как гораздо легче дать для этого больше своего товара (им не принадлежащего), нежели выдерживать цену на оный» [Там же, л. 20]. В результате такого подхода «хозяева могут понести значительные убытки, тогда как комиссионеры, напротив, получить значительные бырыши» [Там же, л. 22 об.]. Сходное отношение к хозяйским деньгам и имуществу вообще было свойственно торговым агентам и купеческим приказчикам, то есть лицам, получившим возможность распоряжаться чужой собственностью без строгой отчетности за результат операций. Историк и путешественник XIX века П. И. Небольсин упоминает аналогичное поведение купеческих приказчиков, самостоятельно торговавших в городах Средней Азии до присоединения региона к Российской империи. Автор обратил внимание на то, что от вернувшегося из заграницы сотрудника коммерсанты не требовали подробного финансового отчета и радовались, если он «выручил на рубль полтину барыша» [Небольсин, 1856, с. 19]. Вместе с тем приказчик мог более выгодно реализовать предприятие или, наоборот, сбывать товары в убыток, лишиться имущества, а потом взять деньги в долг для отчета перед нанимателем. «Может быть, доверенное лицо уронило кредит хозяина, может быть, оно добыло рубль на рубль, но от него не требуют ни книг, ни записок и верят во всем на слово», — рассказал об отношении наемных управленцев к своим обязанностям П. И. Небольсин [Там же]. Также автор вывел главную причину



подобной халатности: «Приказчику нет настоящей надобности работать головой за чужого человека» [Там же]. Хорошо понимая специфику чайной торговли через Кяхту первой половины XIX века, Н. И. Любимов дал отрицательную оценку системе посредничества: «Коммиссионерство на тех основаниях, на коих оно теперь существует — есть вообще дело вредное для нашей торговли. Между коммиссионерами есть конечно люди почтенные и заслуживающие доверия, но выгоды их не связаны с общими выгодами торговли» [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 47, л. 22—22 об.].

Получается, что лидеры этой коммерческой отрасли осознавали необходимость личного участия в закупках чая, но все равно продолжали вести дела удаленно. М. Блок, рассуждая о государствах Европы феодальной эпохи, писал, что при отсутствии средств коммуникации, способных обеспечить своевременность получения информации и дающих возможность оперативно решать деловые задачи, положительный результат достигался только благодаря личным контактам [Блок, 1973, с. 118]. Следовательно, сложившаяся в чайном бизнесе неблагоприятная для ведущих предпринимателей финансовая ситуация могла разрешиться при непосредственном участии в сделках с китайцами заинтересованных лиц.

Предпочтение российскими коммерсантами дистанционного формата торговли с Китаем можно объяснить рядом причин объективного и субъективного характера. Объективным фактором, заставлявшим чаоторговцев доверять свое дело посредникам, являлся долгий и опасный путь до Кяхты по малонаселенным землям Урала и Сибири. В первой половине XIX века разбой на дорогах был привычным явлением для отдаленных от центра империи регионов. В качестве примера угрозы жизни для путешествовавших торговцев можно привести случай, датированный 1802 годом. Недалеко от города Каинск Томской губернии (современный Куйбышев Новосибирской области) купеческий «поверенный» с целью присвоения чужого имущества убил своего нанимателя и их ямщика обухом топора [Путешествие в Америку, 1810, с. 13]. Чтобы избежать наказания, преступник сымитировал нападение разбойников, но все равно попал под подозрение и был разоблачен [Там же, с. 13—14]. Субъективным мотивом отказа купцов от личных контактов с китайскими поставщиками, скорее всего, являлся достаточно высокий уровень доходов в этом сегменте, не дающий импульс к радикальному изменению отработанной схемы ведения дел.

Несмотря на набор разноплановых трудностей, сопровождающих любое предприятие, объемы продаж чая внутри России были достаточно велики, что позволяло купцам не только покрывать все расходы, связанные с неравноценным обменом товара, выплатой процентов коммиссионерам и перевозкой напитка, но и входить в элиту российского делового сообще-



ства. Например, экономист XIX века В. П. Безобразов, описывая повседневную жизнь Нижегородской ярмарки, причислял чаоторговцев к наиболее состоятельной категории отечественных предпринимателей. Ученый указывал, что «(...кяхтинские торговцы и московские чайные и другие амбарщики, не ведающие розничного торга), в качестве высшей аристократии Макарьевской ярмарки, обедают не иначе как в 5—6 часов, у фешенебельного Никиты, — где собираются все иностранцы (большею частью Немцы и Петербуржцы) и обедают не иначе как с шампанским и трюфелями...» [Безобразов, 1865, с. 21].

### 3.3. Контрабанда чая

Отдельно стоит сказать о такой незаконной деятельности, наносившей серьезный материальный ущерб коммерсантам, как торговля контрабандным чаем. Ценовая доступность нелегально доставленного напитка делала его крайне популярным среди большой массы небогатого населения Российской империи: «Контрабандный чай пользовался спросом в силу того, что он был дешевле того чая, который был ввезен легально» [Халиуллин, 2019, с. 195]. Контрабанду завозили через европейскую границу России из Австрии, Польши и Финляндии. В 1851—1852 годах цветочный чай из Кяхты продавался на рынках Санкт-Петербурга по цене от 2 руб. 60 коп. до 3 руб. 50 коп. серебром за фунт [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 59, л. 13]. Доставка лучших сортов цветочного чая из Кяхты до Москвы обходилась торговцам в 1 р. 70 к. сер. за фунт [Там же, д. 60, л. 3]. Так как предприниматели, «вознаграждая убытки, понесенные ими на променянные китайцам фабричные изделия, принуждены продавать этот чай вдвое и даже едва ли не втрое дороже» [Там же], то окончательная цена напитка не устраивала большую часть потребителей. Розничная стоимость контрабандного чая, провезенного через европейскую границу России, была ниже примерно в два раза, чем цена напитка, доставлявшегося из Кяхты. В связи с уклонением от уплаты пошлин и гораздо меньшими транспортными расходами занятие нелегальным промыслом коммерсанты имели возможность отпускать чай по ценам ниже среднерыночного курса. Объемы только выявленного таможенными властями контрабандного чая, направлявшегося в Россию через европейскую границу, в начале 50-х годов XIX века были весьма велики, что позволяет вести речь о серьезности ущерба для легального бизнеса. В обозначенное время поступило следующее количество контрабанды: 1850 год — 1473 пуда 36 фунтов; 1851 — 2620 пудов 9 фунтов; 1852 — 2484 пудов 11 фунтов [Там же, л. 45 об.]. Ведомость о поставках чая в период с 1839 по 1848 годы содержит приписку: «С 1849 года по всем заметному влиянию контрабанды начинаются колебания в делах кяхтинской торговли» [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 47, л. 9].





Доставленный нелегально напиток имел преимущество перед законно распространяемым чаем в ценовом отношении, но проигрывал по показателям качества, «так как контрабандисты закупались более дешевыми чаями и не следили за качеством его перевозки» [Халиуллин, 2019, с. 195]. В свою очередь забота о сохранении достоинств напитка была сродни искусству и требовала от предпринимателей определенных профессиональных знаний. Одним из ключевых показателей высокого качества продукта был насыщенный стойкий аромат чайных листьев, сохраняющийся даже после длительной перевозки. Для предотвращения потери аромата необходимо было герметизировать транспортировочные деревянные ящики, вставляя вдоль стенок, крышки и днища «тончайшие свинцовые листы», обернутые бумагой [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 60, л. 29 об. — 30]. Со знанием дела следовало подходить к выбору древесины для ящиков. Смолистое хвойное дерево никогда не использовалось ценившими свою репутацию и ответственно подходившими к бизнесу коммерсантами при изготовлении ящиков, потому что чай мог впитать в себя посторонний запах и утратить товарный вид, а следовательно, потерять в цене или стать полностью непригодным к употреблению. В соответствии с технологией хранения и перевозки напитка, в России ящики собирались в основном из липового леса [Там же, л. 40 об.]. Китайцы плотно утрамбовывали чай в ящики из камыша, а внутренний защитный слой, предохранявший напиток от попадания пыли, влаги и препятствовавший выветриванию аромата, состоял из нескольких слоев «мягкой желтоватой» бумаги и бамбуковых листьев [Стахеев, 1870, с. 12].

Работая над защитой своих интересов, некоторые часторговцы предлагали проекты, призванные как минимум сократить объемы поставок контрабандного чая, а как максимум полностью ликвидировать нелегальную деятельность. В 1844 году кяхтинский купец Н. С. Пиленков направил в министерство финансов записку, в которой излагал целесообразность подтверждения оригинальности и легального происхождения продукта путем наложения на упаковку казенных бандеролей. Предприниматель детально описал механизм маркировки напитка, выбрал приоритетные для «обандероливания» сорта чая и определил размер налога за казенные бандероли: «байховый чай, отпускаемый в цельных местах или цибиках за пломбами таможен кяхтинской и других Азиатских (таможен. — К. А.), по вывозе его из-за Байкала и других мест, продавать в розницу по фунту, полуфунту, четверти фунта и осьмушке, не иначе как с наложением бандеролей, подобно продаже табаку, исключая из сего чай зеленый и кирпичный, потому что зеленого чая выменивается незначительное количество, а кирпичный не может быть подделываем в России. Полагая взыскивать за каждый бандероль с фунта 4 коп., с полуфунта 2 коп., с четверти фунта 1 коп., с осьмушки ½



коп. сер.» [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 60, л. 8—8 об.]. Рассчитывая на понимание со стороны высших чиновников, Н. С. Пиленков подчеркнул, что предложенная им процедура не только принесет выгоду профильным коммерсантам, но и обеспечит бюджет государства дополнительными налоговыми поступлениями. «Пиленков находит, что продажа чая с бандеролями во всей России могла бы приносить казне дохода до 240 тыс. р. сер. ежегодно», — оценили предложение купца в финансовом ведомстве [Там же, л. 8 об.].

Однако предприниматель не нашел сторонников в своей сословной среде. Инициатива Пиленкова спровоцировала внутрикорпоративный конфликт купечества среднего достатка и наиболее состоятельных чайных магнатов. Контролировавшие большую часть рынка московские чаоторговцы, наоборот, прогнозировали отрицательный эффект от внедрения новой системы борьбы с контрабандой и фальсификацией. Они были уверены, что такой метод не только усложнит и без того трудоемкую сферу торговли, понизит доходность бизнеса, но и приведет к росту различных злоупотреблений. В министерстве финансов ознакомились с опасениями лидеров чайного рынка России: «Торгующие в Москве главные чайные торговцы, на рассмотрение которых предлагаем был проект Пиленкова отозвались, что наложение бандеролей послужило бы к совершенному стеснению чайной торговли, уменьшив сбыт чая по крайней мере на половину, за устранением возможности продавать оный по мелочам; что чай от развески потерял бы отличительное свое достоинство — аромат, для сохранения которого признано необходимым содержать чай в свинце и сверх того в ящиках, закупориваемых китайцами герметически; что потребители лишились бы средств узнавать в обандероленных картузах качество покупаемого ими чая, а некоторые из торговцев получили бы соблазн продавать низшие сорта чая за высшие. Посему московские купцы находили предложение Пиленкова совершенно неудобноисполнимым и наложение на чай бандеролей совершенно невозможным» [Там же, л. 9—9 об.].

Таким образом, отказ доминировавших в отрасли коммерсантов от поддержки идеи Н. С. Пиленкова не позволил согласовать проект с государством и на некоторое время отсрочил запуск процесса расфасовки чая по опломбированным бандеролью картузам. Тем не менее насыщенная необходимость противодействия контрабанде и торговле суррогатным напитком заставила министерство финансов и иностранных дел в конце 40-х — начале 50-х годов XIX века приступить к обсуждению вариантов системы «обандероливания» чая. В дальнейшем инновационные идеи купца Пиленкова послужили катализатором интеллектуальной активности других предпринимателей, направленной на защиту интересов легальной чайной торговли. В записке Н. И. Любимова «О внешних препятствиях к развитию кяхтинской



торговли», составленной в начале 50-х годов XIX века, говорится о желании ряда купцов получить от правительства одобрение механизма наложения бандеролей на упаковки чая. «Затем предложения об учреждении бандеролей для розничной продажи чая возобновлены были купцами Прянишниковым в представленном им в министерство финансов проекте об учреждении компании для вывоза китайских чаев за границу и Басниным в записке его о движении кяхтинской торговли и о мерах к ее поддержанию», — отмечен интерес коммерсантов к замыслу Н. С. Пиленкова [Там же, л. 10].

С течением времени стремление наладить розничную продажу чая в запечатанном виде обретало все большую популярность у делового сообщества. В 1851 году в министерство финансов поступила записка «кяхтинских купцов Решетникова и Носкова о необходимости наложения бандеролей на картузы для розничной продажи чая учредить повсеместно во всей России», причем «эта мера признана полезно и прочими, торгующими на Кяхте купцами» [Там же, л. 22—22 об.]. О серьезности своих намерений чаоторговцы заявили министру финансов империи Ф. П. Вронченко во время его визита на Нижегородскую ярмарку в 1851 году [Там же, л. 22 об.].

Так как большая часть московских предпринимателей являлась противниками обязательной расфасовки чая по картузам и наложения на них казенных бандеролей, правительство, желая избежать конфронтации со «столпами» чайного рынка, отказалось от введения этой спорной системы. К рассмотрению проекта вернулись только в конце 80-х годов XIX века [Жолобова, 2013, с. 123—124].

Тем не менее объемы нелегальной торговли чаем в рассматриваемый период представляли реальную угрозу финансовым показателям участников рынка и лишали доходов бюджет страны, поэтому как сибирское, так и общеимперское руководство продолжало разработку стратегии по борьбе с контрабандой. В начале 50-х годов XIX века канцелярия генерал-губернатора Восточной Сибири Н. Н. Муравьева рассматривала довольно радикальный проект, предусматривающий высылку из Кяхты людей, не занятых в торговой деятельности. Составленный городскими властями Кяхты и таможенной службой документ предполагал «запретить проживание в Кяхтинской торговой слободе всем лицам, которые не докажут, что они остаются там для дела и услуг по торговым отношениям или по делам службы» [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 60, л. 104 об.]. При реализации замысла городской контингент должны были составить лица, занятые исключительно чайной торговлей, и люди, несущие чиновничье-административную или военную службу. В сущности, эта мера была призвана сократить численность горожан, позволив надзорным ведомствам более оперативно вести работу по выявлению контрабандистов. Некоторые именитые купцы



к тому времени успели выйти из чайного бизнеса, но за годы активности успели обзавестись в Кяхте недвижимостью и перевезли туда домочадцев.

Чтобы не стать категорией *persona non grata*, бывшие чаоторговцы поспешили оспорить положение до его утверждения. Документы архива сохранили просьбу купца Трапезникова: «Почетный гражданин иркутский 1 гильдии купец Трапезников, протестуя против сего ходатайства в просьбе к директору таможни, между прочим объяснил, что было бы крайне несправедливо и несоответственно с правами собственности высылать из Кяхты тех лиц, которые производили прежде торговлю, но потом по разным обстоятельствам оную прекратили и ныне проживают в Кяхте с семействами в собственных домах своих» [Там же, л. 105 об.]. Письмо Трапезникова и жалобы прочих купцов запустили череду консультаций с участием кяхтинского градоначальника, генерал-губернатора Восточной Сибири, министерства финансов и внутренних дел. В результате принятия демократичной версии положения критерием допуска к проживанию в Кяхте стало наличие объектов недвижимости: «В кяхтинской торговой слободе имеют право проживать постоянно: все вообще имеющие в слободе недвижимую собственность», а также «семейства всех сих лиц и состоящая при них прислуга» [Там же, л. 106—106об.].

Реакция предпринимателей на неблагоприятные моменты профессиональной деятельности коррелирует с представлением о «домашней» повседневности, высказанной А. Щюцем. Понятие «дом» в работе австрийского социолога подразумевает не жилую площадь, а трактуется гораздо шире, обретая размеры привычной для индивида среды обитания, состоящей «из маленьких и привычных элементов, которые нам дороги» [Щюц, 2004, с. 551]. Исследователь указал, что в ежедневную обыденность, безусловно, проникают «новые ситуации и неожиданные события», но «дома даже отклонения от повседневной рутины управляются способами, с помощью которых люди обычно справляются с экстраординарными ситуациями» [Там же]. В данном случае повседневный труд чаоторговцев протекал в границах осознанно выбранного ими, а потому понятного сегмента бизнеса, что позволяло купцам успешно преодолевать периоды кризиса и реагировать на перемены в зависимости от их характера.

#### **3.4. Фальсификация чая**

Еще одним противозаконным явлением, серьезно усложнявшим труд чаоторговцев, была фальсификация дорогого напитка. Процесс производства и распространения суррогата стал настолько масштабным и, соответственно, вредоносным для казны и легальной торговли, что борьба с ним началась за несколько десятилетий до рассматриваемого периода. Далее стоит подробнее рассказать о технологии изготовления контрафактного чая. В XIX веке



были известны несколько «рецептов» создания подделки. Наиболее широкое распространение с начала XIX века получила продажа так называемого *капорского* чая. Родиной этого напитка был город Копорье, а сырьем служила трава кипрей. Более чем доступная стоимость сделала этот продукт очень востребованным среди малообеспеченных слоев населения. Пуд (16,38 кг) капорской травы в чистом виде продавался за 2—3 руб., тогда как стоимость фунта (453 гр) первосортного китайского чая доходила в Санкт-Петербурге до 3 руб. 50 коп. серебром [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 59, л. 13]. Закупив у крестьян оптом чай из кипрея, нечестные предприниматели добавляли его в оригинальный напиток, и от продажи такой смеси «получали огромные барыши» [Там же, д. 60, л. 110]. Ощукая финансовые убытки и беспокоясь за деловой имидж, кяхтинские чаоторговцы и представители Российско-Американской компании направили в 1815 году правительству жалобы на нелегальную деятельность. Стараясь патерналистскими методами поддержать представителей законного бизнеса, руководство страны начало борьбу с суррогатом, его изготовителями и распространителями. В записке Н. И. Любимова начала 50-х годов XIX века упоминается история борьбы с контрафактом: «генерал от артиллерии граф Аракчеев объявил в 1816 году Высочайшее повеление вовсе запретить сбор травы из коей готовится капорский чай, а торговцев у коих он будет найден в примеси или чистом виде, подвергать денежному взысканию и опубликовать в газетах как людей незаслуживающих общего доверия» [Там же, л. 111].

Однако прибыль, получаемая от продажи поддельного чая, была настолько велика, что риск денежного взыскания и потеря авторитета абсолютно не останавливали купцов, ведущих нелегальный промысел. Как констатировал Н. И. Любимов, «зло не только не прекращалось, но еще усиливалось» [Там же, л. 111 об.]. С 1842 года министерство внутренних дел активизировало работу по выявлению подобных злоупотреблений за пределами Санкт-Петербурга и Москвы. Собранные факты привели к неутешительным выводам: «Из донесений командированных чиновников, обнаруживших разные злоупотребления в чайной торговле, обманы, хитрости и уловки неблагонамеренных купцов и промышленников, между прочим оказалось, что подделка чая, распространившись повсеместно, достигла даже сибирских губерний» [Там же, л. 112—112 об.]. Сложность борьбы с производителями контрафактного чая заключалась в том, что даже после уличения какого-либо купца в распространении поддельной продукции привлечь его к ответственности было крайне проблематично. Разбиравшиеся в нюансах имперской уголовной системы «торговцы в случаях открытия у них поддельного чая не сознаются в преступлении, объявляя только, что купили чай в этом виде у других» [Там же, л. 116 об.].



Иногда особо самоуверенные коммерсанты вообще прикидывались дилетантами и заверяли правоохранителей, что «будто бы не умеют отличить капорский чай от китайского, в следствие чего и освобождаются от всякого взыскания» [Там же]. Н. И. Любимов прекрасно понимал всю абсурдность такой ситуации: «... невозможно допустить, чтобы чайный торговец не знал капорского чая и не умел отличить его от китайского», — недоумевал представитель министерства иностранных дел [Там же].

Возможность получать постоянную, притом высокую прибыль при минимальных затратах на закупку товара побуждала купцов проводить все более изощренные манипуляции с весом напитка. К примесям растительного происхождения (а, кроме кипрея, в оригинальный напиток добавляли пятилистник, веронику, березовые и рябиновые почки [Там же, л. 110]) зачастую подмешивали песок и металлические опилки [Субботин, 1892, с. 103]. В дореволюционной работе А. П. Субботина рассказывается о предпринимателе (имя и фамилия не указаны), который «подмешивал в чай обломки гвоздей и другие железные мелочи» [Там же]. Применение твердых непищевых добавок решало две задачи: увеличивался вес товара, и при заваривании настой получался более темного цвета, что в глазах неискушенного потребителя добавляло напитку ценности. Автор объяснил успех у низших сословий России суррогатной продукции отсутствием представления о вкусе первосортного чая. По его словам, малообеспеченное население «не в состоянии покупать хороший чай, при том не понимает в нем вкуса, главное — был бы темный цвет» [Там же]. Ориентацию бедных обывателей на цену и цвет напитка подтверждает объем торговли указанного выше предпринимателя, доходивший до 200 пудов в год. Причем такой способ обмана клиентов почти не представлял угрозу для их здоровья, так как неорганические добавки из-за своей тяжести оседали после заварки на дне посуды и не попадали в организм человека.

В середине XIX века практиковалась и менее грубая форма подделки чая, заключающаяся в добавлении к первосортному чаю более дешевых сортов. Московский генерал-губернатор А. А. Закревский в ноябре 1853 года сообщал в министерство финансов о явлении, которое имеет отношение к фальсификации чая. По словам высокопоставленного чиновника, прибывшие из ряда внутренних губерний империи небогатые коммерсанты скупали у московских купцов крупные партии кирпичного чая, «который, как известно, не употребляется во внутренних губерниях» [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 60, л. 139 об.]. После беседы с неуказанным представителем московской чайной элиты, лично принимавшим участие в сделках с приезжими, А. А. Закревский пришел к выводу, что оптовые партии кирпичного чая нужны провинциальным купцам «по всей вероятности для подмеси



в байховые чаи, которые при настоящей дороговизне своей недоступны для потребителей, привыкших к дешевым чаям» [Там же, л. 140].

Стараясь устоять в конкурентной борьбе при ограниченных материальных возможностях и регулярно получать солидную прибыль, мелкие и средние чаоторговцы использовали нелегальные способы достижения цели и тем самым наносили ущерб своим более состоятельным коллегам из официального сектора чайного бизнеса. Источники подтверждают, что именно выходцы из купеческого сословия являлись движущей силой нелегального чайного рынка, наполненного контрабандой и фальсификатом. В 1834 году во время рейда по торговым местам, специализировавшимся на продаже чая, полиция выявила «в С. Петербурге несколько лавок и чайных магазинов, в которых найдено чая с примесью капорской травы и чистого капорского до 200 пудов» [Там же, л. 111 об.]. Замешаны в противоправной деятельности были известные в городе чаоторговцы и представители местного самоуправления: «Виновные в обмане, в том числе Градской Глава и несколько известных оптовых чайных торговцев были преданы суду и строго наказаны» [Там же]. Следующий документ показывает огромный интерес купечества к обогащению незаконным путем: «Траву собирают крестьяне, но не крестьяне соблазняют купцов к покупке ее и подмеси в чай, а наоборот, торгующие чаем заказывают крестьянам эту траву чрез особых посредников, раздавая даже задатки» [Там же, л. 115]. Понимая, что коммерческий интерес нечестных предпринимателей, помноженный на возможность легко избежать наказания, обеспечивали жизнеспособность нелегального рынка, Н. И. Любимов предлагал все силы правоохранителей направить на борьбу с главными получателями благ: «Для искоренения существующих злоупотреблений, надлежит все преследование обратить на купцов, делающих подмеси в чай» [Там же, л. 116]. Как можно видеть, далеко не все коммерсанты строго следовали букве закона, потому что непреодолимое желание снизить трудозатраты и капиталовложения на организацию дела подталкивало их совершать правонарушения экономического характера.

Другим видом контрафактной продукции был *спитый*, то есть уже один раз заваренный чай, которому предприимчивые торговцы давали «вторую жизнь». В 1842 году министерство внутренних дел установило, что, «кроме капорской травы, в китайский чай подмешивается высушенный спитый чай, собираемый в трактирах, харчевнях и постоялых дворах» [Там же, д. 60, л. 112 об.]. Схема вывода на рынок столь экзотического суррогата выглядела следующим образом: трактирные слуги (половые) собирали в своих заведениях использованный чай, не брезгуя при этом извлекать его из ям, предназначенных для пищевых отходов и прочего мусора, далее «вторсырье» поступало к производителям, которые придавали про-



дукту товарный вид, и на конечном этапе в дело вступали распространители, ответственные за сбыт контрафакта [Субботин, 1892, с. 104]. Торговцев поддельным товаром интересовала не краткосрочная прибыль, а длительная работа нелегального предприятия. Чтобы избежать разоблачения, нечестные коммерсанты разработали многоэтапную технологию маскировки вторичного чая под оригинальный напиток. На первом подготовительном этапе размокшие некондиционного вида чайные листья избавляли от посторонних пищевых примесей (хлебные крошки, осколки костей и т. д.), попавших туда грязи и мусора, после чего тщательно просушивали. Затем полученную массу наделяли характерным вяжущим вкусом, для чего использовали различные дубильные вещества. Третья ступень подразумевала обретение чаем естественного темного цвета. Для этого сухие и профильтрованные листья подкрашивали веществами, которые были в наличии: жженым сахаром, желтым купоросом, иногда могли использовать графит или сажу [Там же]. Завершал фальсификацию процесс получения чаем стойкого и приятного запаха в результате его расфасовки по ящикам, пропитанным ароматными маслами. Отсюда можно сделать вывод о том, что у нарушителей закона жажда наживы превалировала над порядочностью, так как они абсолютно не заботились о здоровье клиентов, применяя в работе над суррогатом вредные химические вещества.

Обретя хорошо знакомый потребителю внешний вид, поддельный товар развозился по трактирам и ресторанам, распространялся в розницу или сбывался оптом [Там же, с. 5]. Качество изготовления суррата было настолько высоко, что торговцы-мошенники могли не только разбавлять этой смесью натуральный продукт, но продавали подделку в чистом виде, заверяя клиентов в подлинности товара.

#### **4. Заключение = Conclusions**

Чайная торговля середины XIX века являлась довольно трудоемким видом коммерческого предприятия. Московский чаеоторговец С. Лепешкин в 1847 году высказался о сложности работы на чайном рынке, определив эту сферу предпринимательства в качестве «трудной и отдаленной» [РГИА, ф. 796, оп. 448, д. 54, л. 4 об.]. По версии коммерсанта, успеха в деле кяхтинского торгога могли добиться только сторонники осторожных и взвешенных решений, а люди, «которые привыкли действовать, так сказать, слепо и без той отчетливой обдуманности», наоборот, рисковали лишиться всего [Там же]. Прделанная исследовательская работа позволяет сказать, что современник событий и непосредственный участник чайного бизнеса справедливо оценил специфику этого направления предпринимательской деятельности.





Коммерческая деятельность чаоторговцев 40—50-х годов XIX века сопровождалась рядом серьезных затруднений. Значительные неудобства представлял осознанно выбранный крупнейшими чайными магнатами, проживавшими в Москве и Нижнем Новгороде, дистанционный формат закупки напитка в Кяхте. Не желая надолго покидать свой дом и отправляться в опасное путешествие к российско-китайской границе, крупные коммерсанты были вынуждены доверять свои товары менее богатым купцам-комиссионерам, получающим определенный процент от сделок с китайцами. Находясь непосредственно на месте торга и, следовательно, ориентируясь на обстоятельства каждой конкретной расторжки, такие агенты заботились в первую очередь о собственной прибыли, а потому отдавали китайцам чужие товары по заниженной стоимости, забирая при этом свой процент в полном объеме.

Удар по финансам порядочных коммерсантов и государственному бюджету наносили контрабанда напитка и торговля его поддельными версиями. Для компенсации издержек, доставленных неравноценным обменом с китайцами, чаоторговцы чувствительно повышали стоимость чая в розницу. В силу дороговизны настоящий китайский чай был малодоступен для большей части населения России, поэтому нелегально доставленный и суррогатный напиток всегда находил своих покупателей.

Действовавшие в этом сегменте бизнеса предприниматели обладали набором профессиональных знаний, умений и навыков. Купцы разбирались в сортах привозимого китайцами чая, понимали соответствие веса, оттенка и запаха определенному сорту и могли отличить оригинальный напиток от фальсификата. Промышлявшие продажей собранного по харчевням уже один раз заваренного чая недобросовестные купцы были наделены некоторыми познаниями в области естественных наук — химии и ботаники, которые применяли в процессе производства вторичного продукта. Правительство Российской империи старалось поддержать легальный сегмент чайного бизнеса, осуществляя работу по борьбе с незаконной торговлей, но проблема контрабанды и фальсификации чая в рассматриваемый период не была решена.

### **Источники и принятые сокращения**

1. *Безобразов В. П.* Очерки Нижегородской ярмарки / В. П. Безобразов. — Москва : Университетская типография Катков и К<sup>о</sup>, 1865. — 170 с.
2. *Веселовский Н. И.* Поездка Н. И. Любимова в Чугучак и Кульджу в 1845 году под видом купца Хорошева / Н. И. Веселовский. — Санкт-Петербург : Типография Министерства путей сообщения, 1909. — 52 с.
3. *Давыдов Г. И.* Двукратное путешествие в Америку морских офицеров Хвостова и Давыдова, писанное сим последним [в 2-х частях] : Часть 1 / Г. И. Давыдов. — Санкт-Петербург : Печатано в Морской типографии, 1810. — 287 с.



4. *Куропаткин А. Н.* Кашгария. Историко-географический очерк страны, ее военные силы, промышленность и торговля / А. Н. Куропаткин. — Санкт-Петербург : Типография В. С. Балашева, 1879. — 435 с.

5. *Небольсин П. И.* Очерки торговли России со странами Средней Азии, Хивой, Бухарой и Кокандом (со стороны Оренбургской линии) / П. И. Небольсин. — Санкт-Петербург : [б. и.], 1856. — 375 с.

6. РГИА — *Российской* государственный исторический архив. Ф. 21 (Департамент таможенных сборов Министерства финансов). Оп. 12, Д. 4, Л. 1—1 об. ; Ф. 796 (Канцелярия Синода). Оп. 448, Д. 1. Л. 64—71 ; Ф. 796. Оп. 448, Д. 47. Л. 4—24 об. ; Ф. 796. Оп. 448, Д. 52. Л. 28 ; Ф. 796. Оп. 448, Д. 54. Л. 2—11 об. ; Ф. 796. Оп. 448, Д. 59. Л. 13 ; Ф. 796. Оп. 448, Д. 60. Л. 1—157.

7. *Стахеев Д. И.* От Китая до Москвы : история ящика чаю : очерки / Д. И. Стахеев. — Санкт-Петербург ; Москва : Издание М. О. Вольфа, 1870. — 194 с.

8. *Субботин А. П.* Чай и чайная торговля в России и других государствах : производство, потребление и распределение чая / А. П. Субботин. — Санкт-Петербург : А. Г. Кузнецов, 1892. — 706 с.

9. *Трусевич Х. И.* Посольские и торговые сношения России с Китаем (до XIX века) / Х. И. Трусевич. — Москва : Типография Т. Малинского, 1882. — 306 с.

### Литература

1. *Блок М.* Апология истории или ремесло историка / М. Блок. — Москва : Наука, 1973. — 230 с.

2. *Буева Л. П.* Человеческая субъективность / Л. П. Буева // Вестник Российского философского общества. — 2007. — № 4 (44). — С. 122—129.

3. *Ермолаев А. Н.* Морская торговля Российско-американской компании с Китаем в 1848—1863 гг. / А. Н. Ермолаев // Вестник Дальневосточного отделения Российской академии наук. — 2011. — № 1 (155). — С. 22—27.

4. *Жолобова Г. А.* «Операция обандероливания» в российском механизме правового регулирования чайной торговли на рубеже XIX—XX вв. / Г. А. Жолобова // Актуальные проблемы российского права. — 2013. — № 2 (27). — С. 123—134.

5. *Кореева Н. А.* Казанское купечество в системе чаеоторговли в середине XIX века (по материалам товарной книги купца Е. Леденцова) / Н. А. Кореева // Из истории и культуры народов Среднего Поволжья. — 2020. — Т. 2. — № 10. — С. 58—71.

6. *Куроянаги Т.* Дипломатическая функция Российской духовной миссии в Пекине во время Первой опиумной войны / Т. Куроянаги // Восточная Азия : факты и аналитика. — 2021. — № 2. — С. 32—43. — DOI: 10.24412/2686-7702-2021-2-32-43.

7. *Лю Цзайци.* Чайная торговля между Россией и Китаем / Лю Цзайци // Мир Евразии. — 2010. — № 3 (10). — С. 58—63.

8. *Любутин К. Н.* Историчность повседневности : от феодализма к капитализму / К. Н. Любутин, П. Н. Кондрашов // Научный ежегодник института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. — 2005. — № 6. — С. 49—77.

9. *Любутин К. Н.* Диалектика субъекта и объекта / К. Н. Любутин, Д. В. Пивоваров. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 1993. — 416 с. — ISBN 5-7525-0287-X.

10. *Мальцева М. В.* Профессиональные знания и умения «совершенного купца» и их реализация в деловой активности великоустюгской купеческой семьи Булдаковых



в конце XVIII — начале XIX в. / М. В. Мальцева // Вестник Московского университета. Серия 8 : история. — 2019. — № 3. — С. 69—81.

11. Мишакова О. Э. Кяхта : от караванной торговли до порто-франко. Из истории торговых отношений России и Китая в XVIII — первой половине XIX вв. / О. Э. Мишакова // Вестник Бурятского государственного университета. — 2011. — № 7. — С. 46—50.

12. Попова И. Ф. Торговля России и Китая через Кяхту и Маймачен / И. Ф. Попова // MONGOLICA. — 2013. — Т. 11. — С. 28—36.

13. Силин Е. П. Кяхта в XVIII веке. Из истории русско-китайской торговли / Е. П. Силин. — Иркутск : Иркутское областное издательство, 1947. — 204 с.

14. Халиуллин А. М. Контрабанда и фальсификация в сфере чайной торговли Российской империи в XIX в. / А. М. Халиуллин // Шаг в историческую науку. Материалы XIX всероссийской научно-практической конференции молодых ученых. — Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2019. — С. 195—197. — ISBN 978-5-7186-1182-3.

15. Шкунов В. Н. Синьцзян в системе российско-китайской торговли в XIX в. / В. Н. Шкунов // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. — 2017. — Т. 19. — № 3. — С. 139—145.

16. Шпалтаков В. П. Торговля России с Западным Китаем в первой половине XIX века / В. П. Шпалтаков // Россия и Китай : история и перспективы сотрудничества. Материалы IV международной научно-практической конференции Ответственные редакторы : Д. В. Буяров, Д. В. Кузнецов. — Благовещенск : Благовещенский государственный педагогический университет, 2014. — Выпуск 4. — С. 128—132.

17. Щюц А. Избранное: Мир, светящийся смыслом / А. Щюц. — Москва : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2004. — 1056 с. — ISBN 5-8243-0513-7.

### Material resources

Bezobrazov, V. P. (1865). *Essays of the Nizhny Novgorod Fair*. Moscow: University Printing house of Skating Rinks and Co. 170 p. (In Russ.).

Davydov, G. I. (1810). *A two-time trip to America of naval officers Khvostov and Davydov, written by the latter [in 2 parts], 1*. St. Petersburg: Printed in the Marine Printing House. 287 p. (In Russ.).

Kuropatkin, A. N. (1879). *Kashgaria. Historical and geographical sketch of the country, its military forces, industry and trade*. St. Petersburg: V. S. Balashev's Printing House. 435 p. (In Russ.).

Nebolsin, P. I. (1856). *Sketches of Russia's trade with the countries of Central Asia, Khiva, Bukhara and Kokand (from the Orenburg line)*. St. Petersburg: [b. i.]. 375 p. (In Russ.).

*Russian State Historical Archive. F. 21 (Department of Customs Duties of the Ministry of Finance). Op. 12, d. 4, l. 1—1 vol.; F. 796 (Office of the Synod). Op. 448, d. 1. L. 64—71; F. 796. Op. 448, D. 47. l. 4—24 vol.; F. 796. Op. 448, D. 52. L. 28; F. 796. Op. 448, D. 54. L. 2—11 vol.; F. 796. Op. 448, D. 59. L. 13; F. 796. Op. 448, D. 60. L. 1—157.* (In Russ.).

Staheev, D. I. (1870). *From China to Moscow: the history of a box of tea: essays*. St. Petersburg; Moscow: Edition of M. O. Wolf. 194 p. (In Russ.).

Subbotin, A. P. (1892). *Tea and tea trade in Russia and other countries: production, consumption and distribution of tea*. St. Petersburg: A. G. Kuznetsov. 706 p. (In Russ.).



- Trusevich, H. I. (1882). *Embassy and trade relations of Russia with China (before the XIX century)*. Moscow: T. Malinsky Printing House. 306 p. (In Russ.).
- Veselovsky, N. I. (1909). *Lyubimov's trip to Chuguchak and Kuldzha in 1845 under the guise of merchant Khoroshev*. St. Petersburg: Printing House of the Ministry of Railways. 52 p. (In Russ.).

## References

- Blok, M. (1973). *The apology of history or the craft of a historian*. Moscow: Nauka. 230 p. (In Russ.).
- Bueva, L. P. (2007). Human subjectivity. *Bulletin of the Russian Philosophical Society*, 4 (44): 122—129. (In Russ.).
- Ermolaev, A. N. (2011). Maritime trade of the Russian-American Company with China in 1848—1863. *Bulletin of the Far Eastern Branch of the Russian Academy of Sciences*, 1 (155): 22—27. (In Russ.).
- Khaliullin, A. M. (2019). Smuggling and falsification in the tea trade of the Russian Empire in the XIX century. In: *Step into historical science. Materials of the XIX All-Russian scientific and practical conference of young scientists*. Yekaterinburg: Ural State Pedagogical University. 195—197. ISBN 978-5-7186-1182-3. (In Russ.).
- Koreeva, N. A. (2020). Kazan merchants in the tea trading system in the middle of the XIX century (based on the materials of the commodity book of merchant E. Ledentsov). *From the history and culture of the peoples of the Middle Volga region*, 2 (10): 58—71. (In Russ.).
- Kuroyanagi, T. (2021). The diplomatic function of the Russian Ecclesiastical Mission in Beijing during the First Opium War. *East Asia: facts and Analytics*, 2: 32—43. DOI: 10.24412/2686-7702-2021-2-32-43. (In Russ.).
- Liu Zaiqi. (2010). Tea trade between Russia and China. *The World of Eurasia*, 3 (10): 58—63. (In Russ.).
- Lyubutin, K. N., Kondrashov, P. N. (2005). Historicity of everyday life: from feudalism to capitalism. *Scientific Yearbook of the Institute of Philosophy and Law of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences*, 6: 49—77. (In Russ.).
- Lyubutin, K. N., Pivovarov, D. V. (1993). *Dialectics of subject and object*. Yekaterinburg: Ural University Publishing House. 416 p. ISBN 5-7525-0287-X. (In Russ.).
- Maltseva, M. V. (2019). Professional knowledge and skills of the “perfect merchant” and their implementation in the business activity of the Velikoustyug merchant family Buldakov at the end of the XVIII — beginning of the XIX century. *Bulletin of the Moscow University. Episode 8: History*, 3: 69—81. (In Russ.).
- Mishakova, O. E. (2011). Kyakhta: from caravan trade to Porto Franco. From the history of trade relations between Russia and China in the XVIII — first half of the XIX centuries. *Bulletin of the Buryat State University*, 7: 46—50. (In Russ.).
- Popova, I. F. (2013). Trade of Russia and China through Kyakhta and Maymachen. *MONGOLICA*, 11: 28—36. (In Russ.).
- Shchyuts, A. (2004). *Favorites: A world glowing with meaning*. Moscow: Russian Political Encyclopedia (ROSSPEN). 1056 p. ISBN 5-8243-0513-7. (In Russ.).
- Shkunov, V. N. (2017). Xinjiang in the system of Russian-Chinese trade in the XIX century. *Proceedings of the Samara Scientific Center of the Russian Academy of Sciences*, 19 (3): 139—145. (In Russ.).



- Shpaltakov, V. P. (2014). Trade of Russia with Western China in the first half of the XIX century. In: *Russia and China: history and prospects of cooperation. Materials of the IV International Scientific and Practical Conference Responsible, 4*. Blagoveshchensk: Blagoveshchensk State Pedagogical University. 128—132. (In Russ.).
- Silin, E. P. (1947). *Kyakhta in the XVIII century. From the history of Russian-Chinese trade*. Irkutsk: Irkutsk Regional Publishing House. 204 p. (In Russ.).
- Zholobova, G. A. (2013). “The operation of vanderolivaniya” in the Russian mechanism of legal regulation of tea trade at the turn of the XIX—XX centuries. *Actual problems of Russian law*, 2 (27): 123—134. (In Russ.).

*Статья поступила в редакцию 11.08.2022,  
одобрена после рецензирования 10.10.2022,  
подготовлена к публикации 24.11.2022.*