

12881

ЗАДАЧИ И ОРГАНИЗАЦИЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННЫХЪ
МУЗЕЕВЪ.

19300

(Къ вопросу о порядке устройства торгово-промышленныхъ музеевъ при коммерческихъ училищахъ).

Содержание:

ГЛАВА I-я. Общий взглядъ на значеніе и задачи торгово-промышленныхъ музеевъ.

ГЛАВА II-я. Школьные музеи. — Коммерческий институтъ въ Антверпенѣ. Школа высшихъ коммерческихъ знаній въ Парижѣ. — Высшая коммерческая школа въ Парижѣ. — Коммерческая школа въ Марселе. — Коммерческое училище въ Гаврѣ. — Высшая коммерческая школа въ Лилѣ. Высшая коммерческая школа въ Бордо. — Институтъ коммерческихъ знаній въ Парижѣ. — Высшая коммерческая школа текстильного искусства въ Вервѣ. — Школа практическаго садоводства въ Монпельѣ. — Практическая школа полеводства въ Льежѣ. — Практическая школа садоводства въ Версалѣ. — Вѣнскай торговай академія.

ГЛАВА III-я. Общественные торгово-промышленные музеи: Брюссельскій, Франкфуртскій, Льежскій. — Областные музеи во Франціи. Туринскій, Вѣнскій, Штутгартскій, Гамбургскій, Антверпенскій, Стокгольмскій, Дрезденскій, Будапештскій, Имперскій Лондонскій, Миланскій, Лиссабонскій, Оттоманскій.

ГЛАВА IV-я. Сравненіе школьныхъ и общественныхъ торгово-промышленныхъ музеевъ. Проектъ торгового музея при одесскомъ коммерческомъ училищѣ по основаніямъ общественно-государственныхъ музеевъ. — Преимущества проектируемой организаціи предъ школьнной.

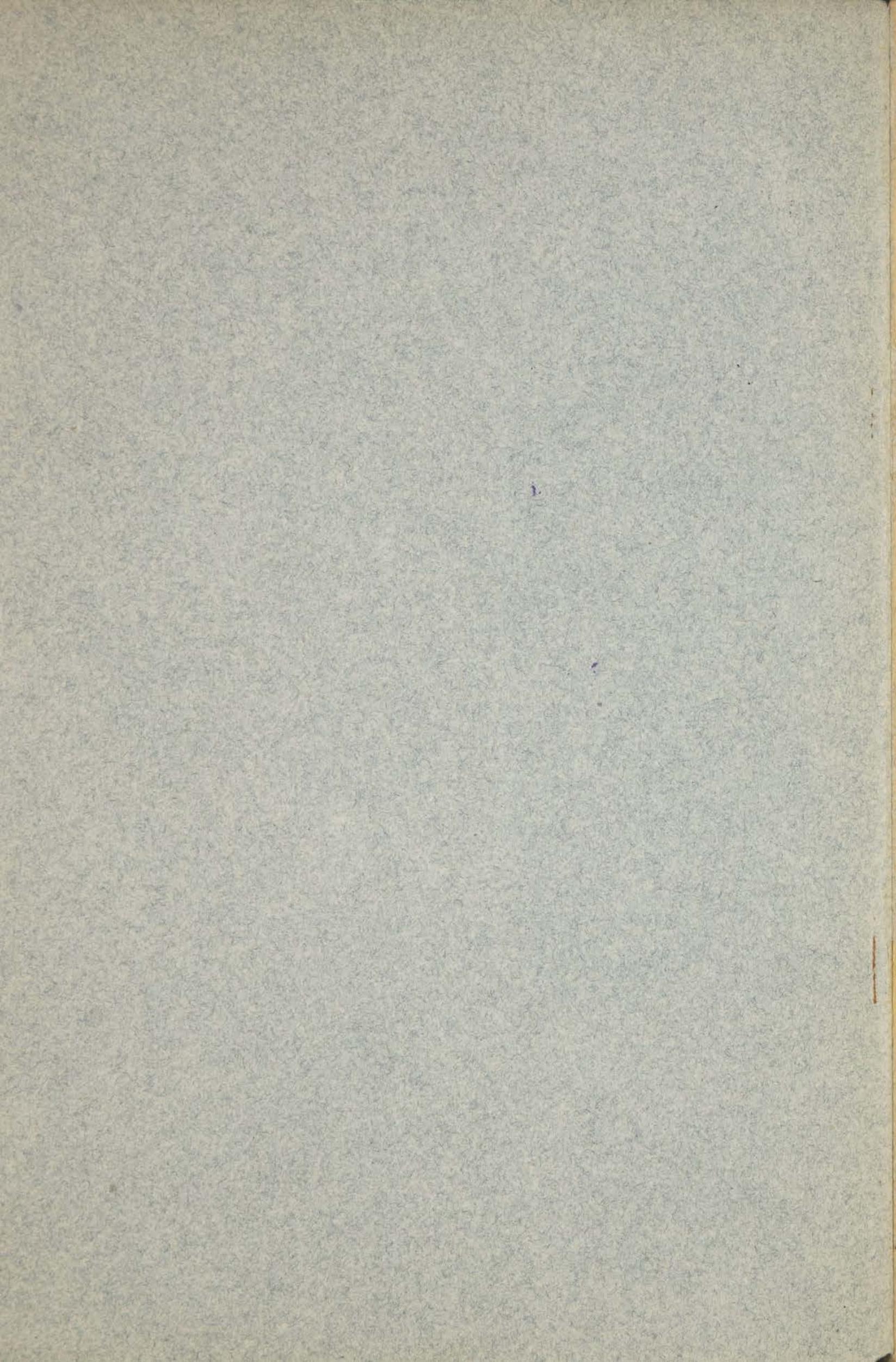
И. Боровскій.

ОДЕССА,

Типографія и Хромолитографія Е. И. Фесенко.
Ришельевская ул., соб. д. № 47.

1901.





12881

19300.

ЗАДАЧИ И ОРГАНИЗАЦІЯ



ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННЫХЪ МУЗЕЕВЪ.

(Къ вопросу о порядкѣ устройства торгово-промышленныхъ музеевъ при коммерческихъ училищахъ).

Содержаніе :

ГЛАВА I-я. Общій взглядъ на значеніе и задачи торгово-промышленныхъ музеевъ.

ГЛАВА II-я. Школьные музеи. — Коммерческий институтъ въ Антверпенѣ. — Школа высшихъ коммерческихъ знаній въ Парижѣ. — Высшая коммерческая школа въ Парижѣ. — Коммерческая школа въ Марселѣ. — Коммерческое училище въ Гаврѣ. — Высшая коммерческая школа въ Лилѣ. — Высшая коммерческая школа въ Бордо. — Институтъ коммерческихъ знаній въ Парижѣ. — Высшая коммерческая школа текстильного искусства въ Вервѣ. — Школа практическаго садоводства въ Монпельѣ. — Практическая школа полеводства въ Льежѣ. — Практическая школа садоводства въ Версалѣ. — Вѣнская торговая академія.

ГЛАВА III-я. Общественные торгово-промышленные музеи: Брюссельскій, Франкфуртскій, Льежскій. — Областные музеи во Франціи. Туинскій, Вѣнскій, Штутгартскій, Гамбургскій, Антверпенскій, Стокгольмскій, Дрезденскій, Будапештскій, Имперскій Лондонскій, Миланскій, Лиссабонскій, Оттоманскій.

ГЛАВА IV-я. Сравненіе школьніхъ и общественныхъ торгово-промышленныхъ музеевъ. — Проектъ торгового музея при одесскомъ коммерческомъ училищѣ по основаніямъ общественно-государственныхъ музеевъ. — Преимущества проектируемой организаціи предъ школьнной.

И. Боровскій.



ODESSA,

Типографія и Хромолітографія Е. И. Фесенко. Ришельевская ул., соб. д. № 47.

1901.



↖

77320

Дозволено цензурою. Одесса, 8-го Ноября 1900 г.

Задачи и организація торгово-промышленныхъ музеевъ.

(Къ вопросу о порядкѣ устройства торгово-промышленныхъ музеевъ при коммерческихъ училищахъ).

I.

Торгово-промышленные музеи, въ смыслѣ « коллекцій образцовъ, находящихся всегда на уровнѣ новѣйшаго положенія торговаго дѣла» (Губеръ), представляютъ собою учрежденіе сравнительно новое; возникновеніе его относится всего къ началу восьмидесятыхъ годовъ истекающаго столѣтія. Тѣмъ не менѣе, это юное насажденіе на почвѣ экономической жизни современныхъ культурныхъ государствъ уже въ короткій промежутокъ времени успѣло повсюду пустить глубокіе корни, дать пышные побѣги, раскинуть свои вѣтви на огромныя пространства и принести обильные, благодѣтельные плоды. Благодаря своему неоспоримому жизненному значенію, торгово-промышленные музеи повсюду встрѣчаютъ къ себѣ живѣйшее сочувствіе, пользуются повсемѣстнымъ покровительствомъ со стороны правительствъ и обществъ, съ каждымъ днемъ все болѣе и болѣе развиваются какъ въ количественномъ, такъ и въ качественномъ отношеніяхъ. Имѣя въ виду въ дальнѣйшемъ изложеніи остановиться

ближе на характеристику задачъ, преслѣдуемыхъ музеями, и всѣхъ средствъ, которыми располагаютъ они для осуществленія этихъ задачъ, мы находимъ не безполезнымъ привести здѣсь нѣсколько краткихъ примѣровъ, которые теперь же могутъ дать читателю наглядное понятіе о томъ, чѣмъ интересуются музеи, къ чему направляютъ они свою разнообразную дѣятельность, и чего они могутъ достигать и дѣйствительно достигаютъ въ развитіи торгово-промышленныхъ оборотовъ.

Нѣсколько лѣтъ тому назадъ Австрія подверглась кризису въ сбыте на отдаленныхъ рынкахъ (въ Австраліи) музикальныхъ инструментовъ, производствомъ которыхъ были заняты цѣлые десятки тысячъ рабочихъ рукъ. Вѣнскій музей тотчасъ пришелъ на помощь промышленникамъ въ ихъ неожиданныхъ затрудненіяхъ: онъ поспѣшилъ обратиться къ австрійскимъ консуламъ сообщить свѣдѣнія о причинахъ упадка въ названной отрасли торговли, прислать образцы инструментовъ, имѣющихъ въ данной мѣстности хорошій сбытъ и высказать свои соображенія въ интересахъ улучшенія этого вида промышленного производства. Важнѣйшими фирмами по инструментальной промышленности были немедленно приняты радикальныя мѣры къ измѣненіямъ въ технику производства, торговля оживилась, и дирекція музея въ скоромъ времени получила цѣлый рядъ благодарностей за сдѣланные совѣты и указанія.

Британскія фабрики обуви экспортировали въ Тринидадъ значительное количество башмаковъ, приготовленныхъ по модели англійской ноги. Не взирая на плохой сбытъ товара, Англія продолжала

отправлять на свой рынокъ обувь, не справляясь съ его мѣстными вкусами и потребностями. Скоро этотъ рынокъ былъ навсегда завоеванъ австрійца-ми, которые, благодаря заботамъ и указаніямъ Вѣнскаго-же Музея, догадались посыпать жителямъ Тринидада специальную обувь, приготовленную по особой колодкѣ, соотвѣтственно своеобразному строенію совершенно плоской ихъ ноги. Слѣдующій слу-чай имѣть мѣсто въ Россіи: Президентъ Англій-ской Торговой Палаты пишетъ: «Много лѣтъ назадъ Англія ввозила большое число кумачныхъ головныхъ платковъ въ Россію, имѣвшихъ не квадратную, а удлиненную форму. Русскія покупательницы, покрывавшія этими платками свои головы, часто заявляли, что онѣ предпочитали бы имѣть квадратные платки. Желаніе ихъ немедленно было доведено до свѣдѣнія Ланкашира. Но ланкаширскіе фабриканты считали себя лучшими судьями въ этомъ дѣлѣ, тѣмъ болѣе, что съ перемѣною формы платка требовалось перемѣнить и машины, произ-водившія его; русскія женщины продолжали про-клинать свой головной уборъ, пока ихъ горе не превратилось въ радость, благодаря вмѣшательству нѣмецкаго промышленника: ихъ головы и теперь покрыты также кумачными платками, но увы, эти платки привозятся въ Россію уже не изъ Ланка-шира. «Однимъ словомъ, продолжаетъ Вильямсъ, австрійцы побивають насъ на обуви, нѣмцы на матеріяхъ, и въ результатѣ чуть не двѣ трети нашихъ торговыхъ оборотовъ ускользаютъ подъ носомъ, благодаря болѣе знающимъ и болѣе свѣдущимъ иностранцамъ». (Янжулъ).

Въ 1893 году, въ разгарѣ таможенной войны

между Францией и Швейцарией, Венский музей не упустил случая воспользоваться всевозможными мерами к тому, чтобы возможно-большая часть французского экспорта, направляемого в Швейцарию, перешла в руки австрийских промышленниковъ. На помощь музею были призваны все австрийские консулы в Швейцарии, которые быстро и энергически стали содействовать сближению важнейшихъ австрийскихъ фирмъ съ швейцарскими импортерами; благодаря ихъ заботамъ и настойчивости, немедленно послѣдовало распоряжение о понижении тарифа на желѣзныхъ дорогахъ по направленію къ Швейцарии, разосланы по всемъ торговымъ центрамъ Швейцарии прейс-куранты и каталоги, открыта выставка австрийскихъ продуктовъ въ Цюрихѣ и проч. Результатомъ этихъ решительныхъ и быстрыхъ меръ было то, что Франция сразу утратила, можетъ быть, навсегда большую часть своихъ потребителей и заказчиковъ въ Швейцарии. «Прогрессъ Германии за послѣдніе двадцать лѣтъ», говоритъ въ своемъ отчетѣ американский консулъ въ Хемницѣ, Монаганъ, является въ глазахъ наблюдателя не только изумительнымъ, но прямо невѣроятнымъ: старанія его торговыхъ экспортныхъ союзовъ, энергія, умѣніе, съ какимъ Германия идетъ навстрѣчу желаніямъ другихъ націй въ торговыхъ сдѣлкахъ—все это дѣлаетъ ее государствомъ могущественнымъ, цвѣтущимъ и прогрессирующимъ». (*Rapport, Malissart*).

Всѣ предыдущіе примѣры ясно даютъ намъ понять, что первая и важнейшая задача торговаго музея каждого государства или города, вдохновляющая и поддерживающая его во всѣхъ мѣрахъ и всѣхъ случаяхъ его дѣятельности, состоитъ въ уси-

леніи, въ подъемъ торгово-промышленныхъ національныхъ оборотовъ, путемъ развитія и распространенія профессионально-техническихъ знаній, понимаемыхъ въ широкомъ и всестороннемъ значеніи слова. Музей чутко отзывается на каждый запросъ, на каждое явленіе экономической жизни страны, подвергаетъ быстрому и тщательному изслѣдованію все, что можетъ вызвать упадокъ этой жизни или содѣйствовать ея оживленію и развитію, съ живѣйшимъ интересомъ разсматриваетъ всѣ стороны въ области коммерческаго образованія и такимъ образомъ твердо и высоко несетъ свое просвѣтительное знамя на пользу родины, на защиту важныхъ общественныхъ интересовъ своей страны. Онъ снабжаетъ торговыя школы коллекціями товаровъ, для лучшей практической постановки обученія юношества, избирающаго своимъ поприщемъ жизни торгово-промышленную дѣятельность, онъ всесторонне изучаетъ заказчика и потребителя всѣхъ національныхъ своихъ товаровъ, даетъ своему промышленнику разумные совѣты и указанія, какъ улучшить производство, какъ, когда и гдѣ выгоднѣе сбыть свои продукты, чѣмъ завоевать рынокъ, какъ одолѣть и вытѣснить съ него своего соперника и проч. «Хорошо было намъ, англичанамъ», говоритъ Эрнестъ Вильямсъ, «прежде вести торговое дѣло по старой системѣ, спокойно дома ожидая покупателя, который приходилъ и покупалъ у насть весь запасъ заготовленного товара, но теперь, когда всемірный рынокъ сталъ ареной ожесточенной борьбы всѣхъ промышленныхъ государствъ, мы необходимо должны измѣнить свою промышленную политику и выступить на состязаніе съ своимъ

грознымъ соперникомъ—немцами не иначе, какъ вооруживъ себя тѣми-же мощными средствами защиты и нападенія, которыя составляютъ главную силу и нашего соперника, каковы—изслѣдованіе и знаніе. Глубокій знатокъ вопроса, о которомъ идетъ рѣчъ, профессоръ Ив. Янжулъ, отдавая полную справедливость плодотворной дѣятельности торговыхъ музеевъ въ государствахъ Западной Европы и рекомендую русскому Правительству озабочиться учрежденіемъ такихъ-же музеевъ въ нашемъ отечествѣ, говоритъ: «если знаніе не сама сила, то оно во всякомъ случаѣ указываетъ путь къ силѣ. Таковъ главнѣйшій рычагъ,двигающій всякую страну къ торговому и вообще экономическому преуспѣянію, и горе той, которая объ этомъ двигателѣ забываетъ». (Торговые музеи, Янжулъ).

Другой русскій ученый, К. Веберъ, дѣлясь со своими читателями на страницахъ «Вѣстн. Европы» тѣми впечатлѣніями, какія онъ вынесъ при неоднократномъ посѣщеніи заграничныхъ промышленныхъ музеевъ, заканчиваетъ свою статью слѣдующими знаменательными строками: «Возвратясь въ Петербургъ, я случайно узналъ, что и у насъ въ столицѣ существуетъ «Таможенный Торговый Музей».... я поспѣшилъ розыскать музей, числящійся на Васильевскомъ Островѣ. Придя въ часъ, назначенный для посѣщенія (11 час. дня), я попытался отворить входную дверь; она оказалась запертою; пришлось прибѣгнуть къ пуговкѣ электрическаго звонка. Плохо одѣтый сторожъ отворилъ мнѣ дверь. Я спросилъ: открыть-ли музей для публики. «Для публики?»— переспросилъ меня, недоумѣвая, сторожъ; потомъ, видимо что-то припомнивъ, отвѣтилъ: «точно

такъ-съ». Получивъ утвердительный отвѣтъ, я сталъ подыматься по лѣстницѣ, и вдругъ слышу голосъ: «Господинъ, позвольте плату за входъ». Тутъ я вспомнилъ, что я дома, и что нась подобными вещами даромъ не балуютъ. Узнавъ по объявленію, что во всѣ дни платы за входъ по 20 коп., а по четвергамъ 1 рубль, а это былъ какъ-разъ четвергъ, я уплатилъ 1 рубль; «За что-же, спрашиваю, по четвергамъ таможенное вѣдомство береть по рублю за входъ?» Да вотъ, изволите видѣть, при основаніи этого музея было положено читать по четвергамъ лекціи по товаровѣдѣнію господамъ таможеннымъ чиновникамъ; на этомъ основаніи за входъ назначено по рублю. «Въ которомъ-же часу начнется лекція?» Да лекціи-то эти такъ съ самаго начала и остались только въ предположеніи, ихъ никогда и не читали; ну, а по рублю по четвергамъ взыскиваемъ, значитъ, по предписанію“. Получивъ такое объясненіе, я потребовалъ общ?й каталогъ; оказалось, что никакого каталога нѣть, «да и вѣщей то тамъ не много», добавилъ служитель. Съ тяжелымъ чувствомъ я вышелъ изъ этихъ хоромъ; тутъ только мнѣ стало ясно, чѣмъ особенно сильны западные соперники наши, чѣмъ онѣ побѣждаютъ насъ въ области промышленности и торговли. «Заграничные промышленные музеи, «Вѣстникъ Европы», Апрѣль 1895 г., стр. 631 — 2».

Такимъ образомъ, занимающій нась вопросъ принадлежить, очевидно, къ разряду тѣхъ, которые заслуживаютъ серьезнаго вниманія Для нась этотъ вопросъ представляетъ въ настоящее время сугубый интересъ, въ виду предположеній Попечительнаго Совѣта въ ближайшемъ будущемъ приступить

къ учрежденію товарнаго музея при Одесскомъ Коммерческомъ училищѣ, къ устройству помѣщенія и снабженію его надлежащими товарными коллекціями. Идя всегда съ полной благожелательностію на встречу всѣмъ существеннымъ нуждамъ училища и будучи озабоченъ мыслію о лучшей постановкѣ названного новаго учрежденія, Попечительный Совѣтъ въ маѣ сего года поручилъ намъ осмотрѣть школьные товарные музеи въ важнѣйшихъ центратахъ коммерческаго образования Западной Европы, ознакомиться съ ихъ организаціей и съ постановкой преподаванія специальныхъ коммерческихъ дисциплинъ въ связи съ изученіемъ всѣхъ ихъ товарныхъ коллекцій. Въ настоящей запискѣ мы имѣемъ въ виду остановить вниманіе Попечительного Совѣта на тѣхъ результатахъ, къ какимъ привело насъ непосредственное ознакомленіе съ торгово-промышленными музеями въ нѣкоторыхъ городахъ Германіи, Бельгіи, Франціи и Австріи. Считаемъ нужнымъ оговориться здѣсь, что мы, при выполненіи возложенной на насъ командировкѣ, позволили себѣ выйти изъ границъ предположенной программы и ввести въ кругъ нашихъ изслѣдованій такія учрежденія, которые не имѣютъ непосредственного отношенія къ организаціи школьнаго дѣла, какъ оно поставлено въ настоящее время въ заграничныхъ коммерческихъ училищахъ. Первоначально мы предполагали ограничиться изученіемъ только торговыхъ музеевъ, имѣющихся при учебныхъ заведеніяхъ, но посѣщеніе въ Брюсселѣ и въ Вѣнѣ государственныхъ торгово-промышленныхъ музеевъ и ближайшій обзоръ всѣхъ такихъ же музеевъ на всемірной парижской выставкѣ внушили намъ такія соображенія.

нія и выводы о желательной постановкѣ торговаго музея при нашемъ училищѣ, которыя существенно измѣнили планъ дальнѣйшихъ нашихъ занятій. Торгово-промышленные музеи общественнаго характера съ этой поры стали для насъ предметомъ несравненно болѣе живаго интереса, нежели музеи при коммерческихъ учебныхъ заведеніяхъ. Скажемъ больше: съ послѣдними мы старались познакомиться поближе только для того, чтобы показать, какъ не должны быть организуемы торговые школьные музеи. Остановимся прежде всего на нихъ.

II.

Школьные торговые музеи.

Излагаемъ обзоръ музеевъ въ порядкѣ посѣщенія нами коммерческихъ училищъ.

А) *Коммерческий Институтъ въ Антверпенѣ* (высшее учебное заведеніе). Основаніе музея относится къ тому же времени, когда впервые учрежденъ общественный торговый музей въ Брюсселѣ, т. е. къ 1881 г. Въ музѣи ни систематического каталога, ни исторической записки о времени поступленія тѣхъ или иныхъ образцовъ товаровъ, а равно и отчета о способахъ пріобрѣтенія коллекцій не имѣется; только благодаря образцовой любезности почтеннаго директора, M-r Grangaignage, который сопровождалъ насъ во все время посѣщенія нами училища и который лично давалъ объясненія, мы получили свѣдѣнія по всѣмъ интересующимъ насъ

вопросамъ. Въ маѣ 1881 г., съ открытиемъ въ Брюсселѣ Государственного Торговаго Музея, были впервые доставлены изъ разныхъ странъ консулами образцы товаровъ, съ надлежащими свѣдѣніями о нихъ; Директоръ Музея тотчасъ предложилъ коммерческому училищу въ Антверпенѣ учредить школьный музей, пославъ ему и дубликаты всѣхъ образцовъ, и копіи консульскихъ донесеній. Не много позже бельгійскіе консула, исполняя разныя порученія Брюссельского Музея, въ смыслѣ доставки продуктовъ заграничныхъ рынковъ и сообщенія всѣхъ свѣдѣній, могущихъ интересовать бельгійскихъ промышленниковъ, стали одновременно съ этимъ, по распоряженію торговой палаты, направлять непосредственно Коммерческому Институту все то, что препровождалось и въ Брюссель. Многіе изъ предметовъ, находящихся въ Музеѣ, присланы въ даръ разными торгово-промышленными фирмами. Только самая незначительная часть товаровъ музея куплена за деньги. Первоначальный порядокъ устройства Торговаго Музея въ Институтѣ даетъ основаніе думать, что Дирекція Брюссельскаго Музея, посылая въ Антверпенѣ не только дубликаты образцовъ, но и копіи донесеній бельгійскихъ консуловъ съ характеристикой бытовыхъ сторонъ тѣхъ рынковъ сбыта и тѣхъ центровъ промышленного производства, откуда они корреспондировали, руководилась мыслію содѣйствовать учрежденію Торговаго Музея и въ Антверпенѣ на тѣхъ-же торгово-практическихъ началахъ, на какихъ основанъ Государственный Промышленный Музей въ Брюсселѣ. Но богатый и разнообразный матеріалъ, поступивъ въ распоряженіе школы, сразу

утрачиваетъ свой жизненный характеръ и получаетъ строго-учебный, школьный отпечатокъ. Коллекціи распределены здѣсь не по государствамъ и рынкамъ, не по родамъ товаровъ, а по царствамъ природы—

а) продукты животнаго міра: предметы моря и морского дна—*губки, раковины, рыбій жиръ* и проч., потомъ—*шелковичный червь*, исторія производства шелка, *шелковыя ткани; рогъ, зубы, клыки* и продукты производства—*гребни, пуговицы; кожа животныхъ* и вырабатываемые изъ нея продукты—*перчатки, сапоги; сало* и продукты—*олеинъ, сахаринъ, маргаринъ; конскій волосъ и щетина*—продукты производства; *воскъ, сало*, продукты производства—*свѣчи*; и т. п.; б) Предметы растительного царства: растительныя красильныя вещества; *древесная кора* и продукты производства: *пробка*—съ подробной исторіей ея практическаго примѣненія въ торговлѣ и въ жизни; *ленъ* въ сыромъ видѣ и въ разнообразныхъ формахъ дальнѣйшей его обработки; зерновые продукты—*птиница, рожь, овесъ, ячмень* (въ ряду ихъ мы находимъ образцы русскаго зерна); огородныя овощи—*картофель, фасоль, горохъ*; колоніальные продукты—*какао, кофе, перецъ, масло горчичное, миндалевое, провансское*; в) предметы ископаемаго міра: *нефть* и продукты ея перегонки; *железо* и разныя формы его обработка; *кирничъ, черепица*—ихъ виды и продукты ихъ производства; *кристаллы, фарфоръ, фаянсъ, уголь, графитъ, сода, соль* и проч.

Разнообразныя и содержательныя сообщенія консуловъ, повидимому, не пользуются здѣсь должнымъ вниманіемъ и не оставляютъ замкнутыхъ слѣдовъ въ изложеніи специальныхъ коммерческихъ наукъ. Здѣсь коллекціи товаровъ въ глазахъ представителей школы получають такой же характеръ, какъ модели, рисунки, чертежи, гербаріи и другія коллекціи при изученіи естественной исторіи, гдѣ она преподается; онъ служать лишь объектомъ нагляднаго ознакомленія учащихся съ тѣмъ, о чёмъ

трактуютъ коммерческія дисциплины—товаровѣдѣніе, статистика, коммерція, экономическая, или торгово-промышленная географія и проч. Для того, чтобы предыдущія строки не могли показаться читателю характеристикой вопроса, о которомъ идетъ рѣчь, голословной или недостаточно обоснованной на фактическихъ данныхъ, мы позволимъ себѣ привести здѣсь для образца одну изъ лекцій по курсу товаровѣдѣнія, составленному г. преподавателемъ названаго предмета на основаніи чтеній ближайшаго учебнаго года.

„*Produits du r  gne vegetal*“. Для тѣхъ, кто не изучалъ ботаники, лекторъ находитъ нужнымъ остановиться сначала на уясненіи терминовъ, часто употребляемыхъ въ его чтеніяхъ. Затѣмъ, изложивъ общія понятія о корнеплодахъ, приступаетъ къ анализу продуктовъ растительного царства.

1) *Картофель*. Для настъ картофель представляется въ видѣ клубня. Это главная часть растенія, имѣющая болѣе или менѣе круглую форму, которую мы и называемъ *клубнемъ*. Собственно это не плодъ картофеля, потому что самыѣ плоды растенія крайне вреденъ, въ смыслѣ питательнаго вещества,—онъ ядовитъ. Картофель принадлежитъ, какъ главный видъ, къ семейству *пасленовыхъ* (*Solanum tuberosum*). Мы потому употребляемъ латинскія названія, что они приняты во всѣхъ странахъ свѣта. Обыкновенныя, употребляемыя въ житейскомъ обиходѣ названія могутъ измѣняться въ каждой данной мѣстности, а латинскій терминъ каждымъ культурнымъ человѣкомъ будетъ понять повсемѣстно. Картофель въ разныхъ странахъ имѣетъ особенные названія *potatves* (*anglais*) *aardopel* (*hollandais*) *cartoffel* (*allemand*). Посадивъ картофель, мы видимъ, что весною выростаетъ стебель, который развивается во множество развѣтвленій и который съ теченіемъ времени, мало по малу созрѣвая, цвѣтеть желтымъ и краснымъ цветами. Круглые зеленые плоды, появляющіеся на верху стебля, содержать въ себѣ пасленокъ. Это показываетъ, что картофель не есть корень этого растенія, потому что картофель въ себѣ этого пасленка не содержитъ. Если мы

посмотримъ, что дѣлается подъ землею, то мы увидимъ развѣтвленія, а еще глубже корни, — какъ и въ другихъ растеніяхъ. Кромѣ того на этихъ развѣтвленіяхъ мы видимъ маленькие бугорки или клубни. Эти подземные стебли и эти бугорки достигаютъ довольно значительной величины и по томъ погибаютъ. На этихъ стебелькахъ въ нѣкоторомъ разстояніи другъ отъ друга находятся глазки, или почки, и между этими почками образуется маленькое утолщеніе. Вѣтвь, которая соединяетъ эти утолщенія, постепенно уменьшается. Разсматривая ближе это растеніе, встрѣчаемъ такие сорта картофеля, на которыхъ эти маленькия утолщенія имѣютъ форму глазка. Глазки постепенно вслѣдствіе утолщенія главнаго стебля переносятся на периферію. Изъ этихъ глазковъ и выходятъ отростки при температурѣ, доходящей до 12° тепла. Чтобы получить какъ можно больше картофеля, стараются сильнѣе углубить стебель и еще сверху образуютъ родъ холмика, чтобы стебель былъ какъ можно болѣе въ землѣ. Стебель, посаженный въ землю, желтѣеть и всѣ отростки сохраняются въ бодромъ состояніи до тѣхъ только поръ, пока не начинаютъ увеличиваться въ объемѣ. Въ послѣднемъ случаѣ это уже служитъ показателемъ болѣзни растенія. Крахмаль весь сосредоточивается въ клубнѣ. Если разрѣзать клубень на столько кусковъ, сколько есть глазковъ, то можно получить отростокъ отъ каждого глазка, и изъ такого отдѣльного отростка выходитъ новое растеніе. Если картофель на рынкѣ стоитъ на низкой цѣнѣ, то берутъ мелкій картофель и закапываютъ въ землю; но для посадки можно брать и не большіе куски его, но только такие, изъ которыхъ каждый содержитъ въ себѣ хотя одинъ такой глазокъ. Картофель принадлежитъ къ категоріи весьма распространенныхъ домашнихъ растеній; онъ въ послѣднее время достигаетъ громаднаго употребленія и дѣлается существенною потребностію человѣка. Между тѣмъ, стоило большаго труда, чтобы это растеніе мало по малу вошло въ употребленіе. Въ началѣ не умѣли надлежащимъ образомъ пользоваться имъ, и кромѣ вреда ничего не получали отъ его употребленія. Многіе ъли плоды картофеля, отчего происходили страшныя желудочные заболѣванія; другіе приготавляли пищу изъ картофеля, не снявъ

предварительно съ него кожи. Parmantier, энергический распространитель картофеля въ Европѣ, устраивалъ цѣлые празднества, на которые приглашалъ представителей наукъ и искусствъ; на пиршествахъ, въ честь этого растенія, подавались блюда, приготовленныя исключительно изъ одного картофеля. Всѣ участники этихъ празднствъ находили кушанія превосходными и мало-по-малу картофель приобрѣлъ на рынкахъ пищевыхъ продуктовъ не только права гражданства, но и привилегіи почетнаго члена въ ихъ разнообразномъ кругу. Картофель бываетъ не одинаковъ и по формѣ, и по величинѣ, и по цвету. Большею частью онъ бываетъ блѣднаго цвета, т. е. наружная ея кожица часто отличается желтовато-коричневымъ или сѣроватымъ, рѣже розовымъ или лиловымъ оттенкомъ. Впрочемъ, окраска эта бываетъ только на наружной кожице; самое-же мясо картофеля всегда имѣетъ блѣдый или блѣдо-желтый цветъ; при этомъ, чѣмъ болѣе мясо мучнисто, тѣмъ оно блѣдѣ. Желтый картофель предпочитаютъ для ёды, такъ какъ онъ болѣе разсыпчатъ. Величина и форма картофеля также бываетъ весьма разнообразна; форма бываетъ то плоская, то удлиненная, то овальная, то цилиндрическая, то иногда имѣеть видъ корнишона, нерѣдко встрѣчается форма роговидная; картофель, подъ названиемъ „Козій рогъ“, представляеть собою наиболѣе тонкій сортъ его. Теперь остановимся нѣсколько на химическомъ составѣ картофеля. Эти данные очень интересны. Нѣкоторые составные элементы картофеля мало питательны, поелику содержать въ себѣ уголь, крахмаль, немного жира и очень мало азотистыхъ веществъ. По анализу, сдѣланному Кенигомъ, который составляетъ среднее изъ 224 анализовъ, картофель содержитъ: 75,1% воды, 2,3% альбумину, 2% жирныхъ веществъ, 4% растительныхъ крахмалистыхъ целлулозъ, 10% крахмалистыхъ веществъ; 96% состоять изъ воды и крахмала. На 100 частей сухихъ веществъ приходится 83,8 крахмалистыхъ. Огромное количество крахмала, заключающагося въ картофель, объясняетъ достаточно ту выдающуюся роль, какую онъ играетъ въ промышленности при добываніи крахмала и при добываніи искусственного спирта, всегда, впрочемъ, имѣющаго плохой, непріятный вкусъ. Существуютъ

въ ботаникѣ безчисленныя разновидности картофеля; тѣмъ не менѣе всѣ виды его обладаютъ въ сущности одними и тѣми-же свойствами. Однако, къ столу предпочтается одинъ видъ — это картофель бѣлый, средней величины съ тонкой кожицей, пріятнаго не водянистаго вкуса. Также въ домашнемъ обиходѣ отдаютъ предпочтеніе тѣмъ сортамъ, которые лучше сохраняются. Всѣмъ известно, что картофель бываетъ часто подверженъ разнымъ болѣзнямъ. Очень плохо, если на немъ появляются черныя пятна, въ которыхъ развиваются грибки, способствующія развитію въ немъ разныхъ болѣзней. Само собою разумѣется, что для добыванія крахмала избирается предпочтительнѣе картофель, изобилующій содержаниемъ крахмала, что легко узнается во время варки его въ кипяткѣ, при чёмъ сортъ картофеля съ богатымъ содержаниемъ крахмала будетъ разсыпаться, какъ песокъ. Въ интересахъ добыванія лучшаго качества и большаго количества крахмала сажаютъ обыкновенно поздній сортъ картофеля, но скоро въ то-же время поспѣвающій. Картофель выкапываютъ изъ земли въ началѣ осени и немедленно складываютъ въ большія кучи; его всегда нужно держать въ тѣни; въ противномъ случаѣ, подвергаясь вліянію солнечныхъ лучей, онъ принимаетъ зеленый цвѣтъ, съ которымъ связывается измѣненіе въ химическомъ составѣ, характеризуемое появлениемъ въ немъ пасленковъ, при чёмъ картофель становится совершенно негоднымъ для употребленія въ пищу, по своей крайней ядовитости. Температура погребовъ, служащихъ для ссыпки и храненія картофеля, должна быть, по возможности, низка, но ни въ коемъ случаѣ никогда не должна спускаться ниже 0, такъ какъ картофель можетъ при этомъ промерзть, а перерезшій картофель снова утрачиваетъ свои полезныя качества, въ смыслѣ пищеваго продукта. Мы не перечисляемъ подробно всѣхъ существующихъ названій этого растенія, потому что для этого потребовалось-бы допустить въ наши чтенія такія подробности, которыя я не признаю существенно необходимыми для васъ. Относительно производства картофеля, весьма полезно отмѣтить слѣдующія данные по послѣдней статистикѣ: Германія, со стороны производства картофеля, занимаетъ первое мѣсто и производить 27000

мил. кил.; Россія производить 15000 мил. кил.; потомъ слѣдуетъ: Австрія, Венгрія и Бельгія 13000 мил. кил., Франція 11000, Соединенные Штаты 6000 мил. кил., Англія 3780 мил. кил., Ирландія 3000; Бельгія почти столько-же; Голландія 2900 мил. кил. Другія-же страны производятъ картофель, но въ количествахъ много уступающихъ вышеприведеннымъ".

Въ курсѣ «Коммерції» (*Recueil de renseignements commerciaux*) мы также мало встрѣчаемъ свѣдѣній, поставленныхъ въ связь съ изученіемъ товарнаго музея, и совершенно отсутствуютъ какія-бы то ни было данныя, которыя уясняли-бы читателю шансы и условія успѣшнаго сбыта или распространенія даннаго товара. Такъ въ музѣѣ имѣются разные образцы упаковки товаровъ. Въ названномъ курсѣ перечисляются лишь формы этой упаковки, какими принято пользоваться для сохраненія товара во время перемѣщенія на тотъ или другой рынокъ сбыта товара. Напримѣръ, при транспортированіи сахара въ Роттердамъ, Амстердамъ, и вообще въ Голландію изъ отдаленныхъ рынковъ примѣняются слѣдующіе виды упаковки: 1) изъ Явы — цибики (*canastres*), Суринама, въ Гвіанѣ,—бочки, 3) изъ Гаваны — ящики, 4) изъ Бразиліи — бочки и мѣшки, 5) Манильи, Бенгаліи и Сіама — цыновки, 6) изъ Кубы, въ Ост-Индіи — бочки и проч.

Изложимъ еще для образца, въ краткомъ извлечениі, лекцію по экономической географіи.

„Японія“. Японія представляетъ изъ себя архипелагъ изъ многихъ острововъ, отдѣленныхъ отъ материка японскимъ моремъ. Сравнительная отдаленность отъ материка той или другой группы. Изъ нихъ четыре представляютъ для Японіи особенное значеніе; наименованіе ихъ. Въ 1872 г. Японія принуждена была уступить Россіи о. Сахалинъ, взамънъ безплодныхъ Ку-

рильскихъ острововъ; въ 1895 г Китай уступилъ Японіи о. о. Формозу и Пекадорскій архипелагъ. Поверхность Японіи; народонаселеніе (40,718,677); особенно плотно населены берега; важнѣйшіе города Японіи лежатъ болѣшею частью на берегу моря или на недалекомъ разстояніи отъ береговой линіи: наименованіе важныхъ городовъ; ихъ населеніе. Административное дѣленіе Японіи — 47 департаментовъ или префектуръ. Японія принадлежитъ къ разряду гористыхъ странъ; описание горъ, ихъ топографія, рѣки, озера, форма береговъ— заливы; насколько послѣдніе доступны для торговыхъ судовъ. Климатъ страны. Подробное описание климатическихъ особенностей разныхъ пунктовъ Японіи. Добывающая промышленность. 1) Горная промышленность; эксплоатациія ея органами государственными и частными лицами; при чемъ въ послѣднее время замѣчается все большее и большее преобладаніе въ этой промышленности частной предпріимчивости. Добываніе золота, серебра, подробное разсмотрѣніе всѣхъ другихъ видовъ добываемыхъ металловъ. Добываніе угля; размѣры этой промышленности, рынки, куда отправляется японскій уголь, добываніе соли. 2) Царство растительное. Предметы, служащіе для питанія; виноградъ, обрабатываніе земли, производство риса, экспортъ риса высшаго качества, ввозъ низшихъ сортовъ, хлѣбные злаки, картофель. Другіе предметы растительного происхожденія: шелковичный червь, хлопокъ, джутъ, масличныя зерна, индиго, лакъ, лѣса; предметы фармацевтическіе. 3) Царство животное. Шерсть, рыболовство. Фабричное производство. Существуетъ много заводовъ для промывки риса, пивоваренные заводы по образцу европейскихъ, винодѣліе, сахарные заводы, хлопчато-бумажные издѣлія. Дальнѣйшій обзоръ всѣхъ видовъ промышленности въ Японіи. Пути сообщенія. Развитіе желѣзнодорожной сѣти. Телеграфъ. Телефонъ. Японскіе порты, открытые для иностранной торговли. Предметы вывоза и ввоза. При изученіи страны статистическія данныя даются, какъ дополненіе къ географическимъ свѣдѣніямъ, при чемъ преподаватель отъ учащихся не требуетъ затверживанія цифры, а лишь останавливаетъ вниманіе ихъ на статистическихъ данныхъ, представляющихъ особо важный торгово - промышленный интересъ.

Товарный Музей Института размѣщенъ въ шкафахъ и ящикахъ, подъ стекломъ, внизу и на трехъярусныхъ галлереяхъ одного обширнаго, свѣтлаго зала, высота котораго равняется трехъ-этажному зданію. Такимъ образомъ, если каждый ярусъ представить въ видѣ отдѣльнаго помѣщенія, то музей, по своему огромному количеству образцовъ, занимаетъ безконечные ряды шкафовъ, расположенныхъ вдоль стѣнъ четырехъ весьма просторныхъ залъ. Въ верхнемъ ярусѣ помѣщены дубликаты образцовъ, показываемыхъ слушателямъ во время лекцій, такъ и образцы уже устарѣвшіе, а равно и модели товаровъ, потерявшихъ практическое значеніе въ современной торговлѣ. Аудиторіей же для чтенія лекцій по специальнымъ коммерческимъ предметамъ служить особое помѣщеніе, устроенное въ видѣ обширнаго амфитеатра, освѣщенаго сверху. Сюда же, по надобности, приносятся тѣ или иные образцы товарнаго музея, соотвѣтственно предмету лекціи.

Б) *Школа высшихъ коммерческихъ знаній въ Парижѣ.* (L'ecole des hotes études commercial, à Paris, Chambre de commerce). Коммерческое училище, помѣщающееся въ д. № 108, Boulevard malecherbes, занимаетъ огромное зданіе съ длинными узкими коридорами, устланными большими каменными плитами, что придаетъ всему зданію, по первому впечатлѣнію, суровый казарменный видъ. Вдоль этихъ коридоровъ тянутся нескончаемыми рядами небольшіе низенькие шкафики, высотою до двухъ аршинъ, наполненные разными образцами богатаго, по своему численному составу, товарнаго школьнаго музея. Не весь, однако, музей расположенъ

въ такихъ неприглядныхъ помѣщеніяхъ; есть небольшой залъ съ спеціальною надписью на входной двери — *musée marschandises*; онъ установленъ большими шкафами съ стеклянными витринами, въ которыхъ виднѣются товарныя модели, принадлежащія къ разнымъ царствамъ природы. Кромѣ того такія же видныя, большія витрины съ товарными образцами украшаютъ и залъ педагогической конференціи. Такимъ образомъ, музей высшей парижской коммерческой школы, собственно говоря, не имѣеть спеціального помѣщенія, гдѣ были бы сосредоточены всѣ богатыя его коллекціи. При отсутствіи той классификаціи, какая, по преимуществу, принята въ учебныхъ заведеніяхъ Западной Европы, съ основаніемъ дѣленія по тремъ царствамъ природы, по чрезвычайному разнообразію и многочисленности предметовъ,— наконецъ, по разбросанности помѣщенія, наблюдателю музея, близко не изучившему его во всѣхъ отношеніяхъ, было бы совершеннаю невозможностію отыскать ту или другую группу, если бы не оказывалъ ему въ этомъ случаѣ желаемаго содѣйствія имѣющійся при школѣ каталогъ музея, который даетъ точныя указанія мѣстонахожденія каждого предмета и который вмѣстѣ съ тѣмъ представляетъ собою образецъ оригинальной классификаціи музея столько же по мѣстамъ его расположенія, сколько по содержанію его, или по роду его образцовъ. Всѣ предметы занумерованы и распадаются на двѣ большія группы—1) на образцы, находящіеся внѣ витринъ, 2) образцы, помѣщенные въ витринахъ или въ лабораторіи. На второй страницѣ читаемъ: *Explications des signes: 1) H. V. indique que l'echantillon est*

hors vitrine; 2) Lindique que l'echan. est dans le laboratoire. Впрочемъ, и эти знаки мало помогаютъ посѣтителю съ каталогомъ въ рукахъ ориентироваться въ длинныхъ полутемныхъ катакомбахъ училища, поелику самыи каталогъ придерживается все-таки систематического перечня, по роду образцовъ, но съ указаніемъ въ соотвѣтствующей каждому предмету графѣ — въ какой витринѣ или въ какомъ районѣ надо искать тотъ или другой предметъ данной группы; самые же предметы группы нерѣдко разбросаны въ разныхъ пунктахъ музея. Гдѣ читаются лекціи по специальнымъ предметамъ коммерческаго курса, связаннымъ съ изученіемъ товарнаго музея? Образцы товаровъ, по данному намъ объясненію, не вынимаются изъ своихъ постоянныхъ помѣщеній и не уносятся въ залъ — амфитеатръ, предназначенный для аудиторіи воспитанниковъ, но, по прочтеніи лекцій, показываются слушателямъ, которые подходятъ къ тому шкафу или той витринѣ, гдѣ находятся требуемые предметы; «это обеспечиваетъ сохранность и строго установленный порядокъ въ размѣщеніи всѣхъ образцовъ музея». Но едва-ли, намъ думается, это удобно со стороны педагогической. Изложимъ по группамъ содержаніе музея:

1) драгоценные камни: а) ящикъ съ брилліантами, б) ящикъ — съ другими драгоценными камнями; в) ящикъ съ кварцами аметистовъ. 2) Сгораемая твердая тѣла: а) графитъ, б) торфъ, в) каменный уголь англійскій, шотландскій; г) антрацитъ; д) древесный уголь; е) коксъ, ж) брикетъ и проч. 3) Сгораемые жидкости — петролеумъ разныхъ видовъ; 4) Производные сгораемые продукты: а) Парафинъ, б) вазелинъ, в) коксъ изъ петролеума, г) нафталинъ и проч. 5) Продукты химическіе: А) Простыя вещества а) спра разныхъ видовъ; б) соль

и ея виды, Б) *Кислоты*: азотистая кислота, сульфурная, хлористая; В) Щелочи: а) *поташъ* и его виды, *сода* разныхъ видовъ и т. п. Г) Различные химические продукты: а) *глина*, б) *каучукъ*, в) *стекло*, г) *бумага* и *картонъ*, д) *гумми-арабикъ*, е) *фосфоръ*, ж) *резина* и т. п. Далѣе слѣдуютъ: 6) Продукты удобренія и улучшенія почвы. 7) Летучія и благовонныя масла, виды ихъ, 8) *Смола*, различные ея виды, 9) *Смолистая камедь* съ ея разновидностями, 10) Вещества красильныя растительного и животнаго происхожденія. 11) Матеріалы строительныя—*камни* для построекъ и камни для орнаментовъ, *кирпичъ*, *цементы* и *бетоны*, *гипсъ*, *дерево* и его разновидности. 12) Металлы и различные его виды. 13) Жирныя вещества растительного происхожденія. 14) Мыло и его различные виды, 15) *Свѣчи* и ихъ виды. 16) Продукты фармацевтическіе. 17) *Табакъ*; его виды и продукты производства. 18) *Кофе* и его виды; 19) *Чай*; виды его. 20) *Какао*, его виды. 21) Прянности, виды. 22) *Стекло* и *хрусталь*. 23) Продукты гончарнаго искусства; виды ихъ. 24) *Кости*, *рогъ*, *черепаха*, *клыки*. 25) *Шерсть*, *конскій волосъ*, виды ихъ, продукты производства. 26) *Шелкъ*, исторія его происхожденія, шелковичный червь, *коконъ*, *тутовое дерево*. 27) *Руно*, продукты производства. 28) *Ленъ*, виды его, русскій ленъ, льняная мытая нитка. 29) Прядильные и ткацкіе продукты; — *пенька*, и ея виды, *хлопокъ* съ его видами. 30) *Ткани*, съ ихъ многочисленными разновидностями. 31) Пищевые продукты: *мука*, *крахмалъ*. 32) Зерно, тѣсто, *сахаръ*. 33) *Напитки*.

Для характеристики преподаванія спеціальныхъ предметовъ, каковы *Etudes de Marschandises*, экономическая геогр. и др., имѣющихъ ближайшее отношение къ изученію Торговаго Музея, остановимся хотя въ краткомъ извлечениі на двухъ лекціяхъ изъ курсовъ, читанныхъ въ 1897/8 и 1898/9 г.г.

„Шелковичный червь, производящій шелкъ, въ видѣ нитевиднаго выдѣленія, принадлежитъ къ разряду гусеницъ, известныхъ подъ именемъ шелкопрядовъ. Онъ развивается изъ яичекъ, которыя несетъ бабочка. Гусеница, выходящая

изъ яичка, кормится листьями тутового дерева. По достижении зрѣлости, червь начинаетъ выматывать изъ себя нити, образуя вокругъ себя коконъ и постепенно превращаясь внутри его въ куколку, затѣмъ бабочку, которая снова несетъ яички. Уходъ за яичками; болѣзни грены и яичка—пебрина и флятчидетца. Борьба съ болѣзнями грены. Кормленіе и уходъ за шелковичнымъ червемъ, уходъ за кокономъ. Достоинства кокона, хороший коконъ даетъ достаточно тонкаго шелка, свободно разматывается, на ощупь твердъ и упругъ. Пороки кокона: рыхлость, ржавость, пятнистость, составъ кокона-фибронъ, шелковый клей, серецинъ, пигментъ, слизь, роговидное вещество. Вскрытие кокона. Разматываніе кокона на специальныхъ заведеніяхъ, шелкомотатель. Коконы сортируются по длинѣ нитки (хороший коконъ даетъ свыше 450 саженей нити), а также по тонкости и ровнотѣ нити. Порядокъ разматыванія нити и дѣленіе ея на различные сорта. Определеніе цѣнности мотковъ по вѣсу, при чёмъ огромную важность представляетъ количество содержащейся въ нихъ влаги, ибо шелкъ весьма гигроскопиченъ. Виды шелка. Страны, въ которыхъ развивается шелководство.

Въ томъ же видѣ ведеть свой разсказъ и слѣдующая лекція о «Ржи».

„Рожь принадлежитъ къ разряду злаковыхъ растеній; это растеніе любить почву не влажную, болѣе песчаную и даже каменистую. Слѣдовательно, развитіе этого растенія, по преимуществу, принадлежитъ тѣмъ мѣстностямъ, гдѣ плохо культивируется пшеница, требующая тучнаго, влажнаго чернозема. Рожь особенно распространена въ средней полосѣ Россіи, но встрѣчается также въ Швеціи и въ Норвегіи; есть она и въ государствахъ, лежащихъ у Дуная; въ Америкѣ рожь, по преимуществу, распространена въ Соединенныхъ Штатахъ. Важнѣйшіе отличительные признаки ея всѣмъ известны; зерно ея длиннѣе и острѣе, нежели зерно пшеницы; оно отчасти напоминаетъ собою гвоздь сапожника. Рожь никогда не бываетъ бѣлаго цвѣта, цвѣтъ ея обыкновенный—это соединеніе рыжаго съ зеленоватымъ; послѣдній составляетъ весьма характерный отливъ ея. Мука, получаемая

изъ ржи, не имѣть той бѣлизны, какъ пшеничная; хлѣбъ, испеченный изъ муки, бываетъ желтаго цвѣта. Ржаной хлѣбъ тяжелѣе, тверже, менѣе удобоваримъ; онъ употребляется, по преимуществу, крестьянами, въ деревняхъ, гдѣ, на вольномъ воздухѣ, онъ свободно переваривается и скоро насыщаетъ. Нерѣдко ржаная мука смѣшивается съ пшеничной для приготовленія хлѣба, извѣстнаго въ продажѣ подъ именемъ *rain-bis*. Можно въ продажѣ встрѣтить часто хлѣбъ, приготовляемый изъ ржаной муки, не очищенный отъ отрубей. Значеніе промышленное ржи общеизвѣстно; кромѣ употребленія ея людьми въ пищу, въ видѣ ржанаго хлѣба, рожь имѣть въ промышленности огромное значеніе, въ смыслѣ дисциплирующаго средства, при производствѣ можевельной водки. Но во всякомъ случаѣ цѣна ржи на рынкахъ бываетъ обыкновенно гораздо ниже пшеницы, которая считается полезнѣе ржи, по сравнительно большему количеству содержащагося въ ней крахмала; пшеница, слѣдовательно, можетъ дать больше алкоголя. Количество ржи, появляющейся ежегодно на всемирномъ рынке и колебаніе цѣнъ, особенно въ послѣднее десятилѣтіе... Независимо отъ того, что Франція получаетъ большое количество ржи извнѣ, она производить также ее и сама. Рожь считается доброкачественной, когда вѣсъ ея достигаетъ 8 гектолитровъ. Самый лучшій сортъ ржи признается тотъ, который имѣетъ кругловатое или широкое зерно; зерно низкихъ сортовъ всегда узко и плоско. Качество ржи опредѣляется также по вкусу и запаху. При опредѣленіи доброкачественности ржаного зерна, всегда имѣютъ въ виду весьма распространенную специальную болѣзнь, извѣстную подъ названіемъ *Ergot*; она производить иногда жестокія опустошенія на поляхъ, подвергающихся продолжительнымъ и обильнымъ дождямъ, которые нерѣдко бываютъ, напримѣръ, въ Швеціи и Норвегіи, эта болѣзнь—*спорынья*—обнаруживается появленіемъ на зернѣ маленькаго грибка, который скоро овладѣваетъ имъ, грызетъ его и развивается неимовѣрно быстро; одновременно съ этимъ на поверхности колоса замѣчается остроконечный наростъ, который и называется *ergot*; грибки эти съ наростомъ очень ядовиты, и, при значительномъ употребленіи, могутъ производить эпидемиче-

скія болѣзни. На рынкахъ рожь, зараженная спорыней, легко распознается хлѣботорговцами, по явственнымъ характернымъ признакамъ. На европейскихъ рынкахъ встрѣчаются многочисленныя разновидности ржи; наибольшею известностю пользуются сорта ржи — дунайскіе, средней Россіи и Соединенныхъ Штатовъ. Рожь Соединенныхъ Штатовъ особенно хорошо сохраняется; эта рожь привозится въ Европу изъ Нью-Йорка; она бываетъ двухъ сортовъ: 1) Рожь — *State* 2) Рожь — *Westerne*. Первая считается лучшою, поелику она чище; она приближается къ нашей французской ржи, известной въ продажѣ подъ названіемъ *Champagne*. Рожь дунайская и русская употребляется для промышленности; ее теперь хорошо сохраняютъ, а также хорошо очищаютъ отъ черныхъ зеренъ, которыя составляли раньше ея существенный недостатокъ".

В) *Высшая коммерческая школа въ Парижѣ.* (L'ecole superieur de commerce de Paris, 79, avenue de la Republique; Chambre de commerce de Paris). Во время нашего посѣщенія большая часть обширнаго зданія, занимаемаго школою, была недоступна осмотру, по случаю обычнаго лѣтняго ремонта. Товарный Музей былъ перенесенъ въ другое временное помѣщеніе, гдѣ шкафы и ящики съ коллекціями размѣщены, какъ попало, безъ всякаго порядка. Часть его отправлена на всемирную выставку, гдѣ собственно мы и познакомились съ его организацией. Трудно, при этихъ условіяхъ, судить о составѣ Музея по сравненію съ предшествующимъ Музеемъ «Школы высшихъ коммерческихъ знаній» со стороны численности, полноты и богатства его коллекцій; но система расположенія послѣднихъ близко подходитъ къ той, которую мы видѣли въ предыдущемъ очеркѣ; находимъ, поэтому, излишнимъ обременять вниманіе читателя перечнемъ группъ товаровъ, находящихся въ Музеѣ. Такое же сходство

замѣчается въ парижскихъ школахъ и со стороны преподаванія специальныхъ коммерческихъ наукъ; тѣмъ не менѣе считаемъ не лишнимъ, для нагляднаго ознакомленія читателя съ характеромъ преподаванія школы, остановить вниманіе его на слѣдующемъ небольшомъ извлечениіи изъ курса товаровѣдѣнія *Marchandises et technologie* послѣдняго учебнаго года.

„Шоколадъ“. Шоколадъ это очень питательное ароматическое тѣсто, имѣющее весьма пріятный вкусъ; оно содержитъ большое количество сахара, который въ значительной степени маскируетъ природную его горечь. Собственно говоря, шоколадъ долженъ приготавляться изъ какао, который предварительно очищаются отъ коры, поджариваются и превращаются въ порошокъ съ сахаромъ. Этотъ натуральный, приготовленный такимъ образомъ продуктъ, называется *шоколадъ здоровья*. Между тѣмъ, мы нерѣдко встрѣчаемъ въ продажѣ цѣлую категорію шоколадовъ, къ которымъ примѣшиваются или вещества ароматическая, въ родѣ ванили или цвѣточныхъ эссенцій, или же вещества лѣкарственныя, которыя возвышаютъ его цѣну и дѣлаютъ его пригоднымъ къ различнымъ терапевтическимъ примѣненіямъ. На рынкахъ эти сорта шоколада встрѣчаются рѣдко и цѣнятся гораздо дороже, нежели шоколадъ здоровья; они представляютъ собою специальные аптечные продукты и долго останавливаются на нихъ здѣсь мы находимъ совершенно излишнимъ. Достоинство шоколада опредѣляется прежде всего качествомъ какао, такъ какъ сахаръ придаетъ ему только сладость; такимъ образомъ, можно имѣть нормальный шоколадъ безъ всякихъ постороннихъ примѣсей совершенно различной цѣнности, начиная отъ цѣны обыкновенной и до увеличенной въ три раза, въ зависимости отъ достоинства какао, изъ которого онъ приготовленъ. Въ низшихъ сортахъ шоколада обыкновенно употребляется какао или попорченное, или же низкаго достоинства. Потребитель прекрасно знаетъ, что нельзя за 1 франкъ имѣть шоколадъ того качества, который стоитъ 1, 50 сантимовъ или 2 франка фунтъ. Значитъ, можно сдѣлать основательный выводъ, что необходимо избирать для приго-

товленія самые дорогіе сорта какао, чтобы предлагать покупателю пріятное и полезное тѣсто, доброкачественное и по цвету, и по вкусу, и чтобы пріобрѣсти репутацію хорошаго шоколаднаго фабриканта. Теперь разсмотримъ, какъ обыкновенно его приготавляютъ. Бобы какао прежде всего раскладываются на столахъ, хорошо осматриваются и тщательно выбрасываются тѣ изъ нихъ, которые испорчены или недозрѣли; тѣ и другіе равно могутъ сообщить шоколаду дурной вкусъ. Послѣ этого поджариваются ихъ въ закрытыхъ цилиндрахъ, или въ такихъ шаровидныхъ барабанахъ, въ какихъ принято пережаривать кофе. Нужно при этомъ имѣть въ виду, что бобы какао ни въ какомъ случаѣ не поджариваются такъ сильно, какъ кофе. Достаточно, чтобы кожица сдѣлалась только рыжеватою; при сильномъ же нагреваніи жирная вещества легко отдѣляются отъ бобовъ и улетучиваются. Поджаренное какао сохраняетъ свой прежній видъ и имѣетъ близкое сходство съ продуктомъ въ сыромъ видѣ. Единственная разница между какао въ сыромъ видѣ и какао пережареннымъ заключается въ особенномъ металлическомъ звукѣ, какой получается при подбрасываніи на столѣ сухихъ, пережаренныхъ бобовъ; кроме того въ сухихъ бобахъ кожица легко отдѣляется сама собою, стоитъ только немного помолотить ихъ. Самое ядро не мѣняетъ своего вида, оно отъ пережариванія дѣлается только немного лоснищимся; при очисткѣ какао необходимо отдѣлять въ мясе его часть полезную отъ бесполезной; нужно снять кожицу, которая покрываетъ бобъ, затѣмъ верхнюю кору, которая не имѣетъ другой цѣны, какъ только горючее вещество; наконецъ, мы находимъ зародыши, похожіе на сапожный гвоздь и которые имѣютъ горькій вкусъ. Затѣмъ какао помѣщаются въ машины, гдѣ посредствомъ душниковъ уничтожаются маленькия кожицы и гдѣ зародыши падаютъ въ одну сторону, а нужные питательные вещества въ другую. Очень часто просвѣянное какао встрѣчается въ продажѣ подъ названіемъ „*какао порошокъ*“; лучше остерегаться отъ покупки этого порошка, такъ какъ часто подъ нимъ скрывается поддѣлка. При выжиманіи какао между желѣзными пластинками, жировыя части его выдѣляются; изъ нихъ вырабатываются бѣлый жиръ, называемый масломъ изъ какао. Это до-

бываніе масла въ промышленности доходитъ до 20%. Часто случается встрѣчать, что, вмѣсто дорого стоящаго масла изъ какао, замѣняютъ другими продуктами менѣе цѣнными, напримѣръ, *свѣчнымъ саломъ* и такимъ образомъ находять возможнымъ продавать его очень дешево. Есть еще въ продажѣ подъ именемъ „*какао въ порошкѣ*“ какао, совершенно лишенное масла и тщательно отфильтрованное. Этотъ сортъ какао имѣеть до 3% углекислого калія, и его слѣдуетъ именовать какао углекислое, или какао растворимое. Собственно онъ растворяется нисколько не легче всякаго другаго сорта, но называется такъ потому, что онъ лучше пѣнится (Эмульсія). Чтобы приготовить шоколадъ, нужно взять извѣстную часть просеяннаго и провѣяннаго какао, затѣмъ — опредѣленную порцію сахара, истолочь все вмѣстѣ посредствомъ вертикальныхъ жерновъ, которые вертятся на вѣсовой доскѣ; потомъ подогрѣваютъ: добытое тѣсто должно быть мягкое, это его исключительный характеръ; оно должно во рту таять. Если сильно подогрѣвать тѣсто, жиръ постепенно улетучивается, получается болѣе твердое тѣсто, извѣстное въ продажѣ, въ видѣ плитокъ за маркой фабриканта. Плитки кладутъ въ оловянные листы для того, чтобы шоколадъ сохранилъ свой специфическій запахъ. Хорошо приготовленный и высокаго качества шоколадъ имѣеть коричневый видъ; вкусъ его всегда ароматный безъ всякой горечи. Въ разрѣзѣ онъ обыкновенно коричнево-сѣроватаго цвѣта съ фіолетовымъ матовымъ оттенкомъ. При нагрѣваніи въ кипяткѣ онъ не слишкомъ густѣеть; въ противномъ случаѣ это служило бы признакомъ присутствія крахмала или муки, которые подмѣшиваются при фальсификації. Наконецъ, хороший шоколадъ не долженъ оставлять никакихъ осадковъ въ посудѣ, въ которой его варятъ, ибо остатки эти не что иное, какъ минеральная нечистоты. Можно разнообразить виды шоколада, не измѣня его достоинства и цѣльности, тѣми или иными качествами примѣшиваляемаго сахара. Вотъ къ чему привели анализы: — въ шоколадѣ французскаго и бельгійскаго приготовленія содержится не менѣе 50% сахара; значитъ въ немъ какао до 40%; остальное масло изъ какао. При такихъ условіяхъ можно сдѣлать его тѣмъ дешевле, чѣмъ значительнѣе пропорція

сахара. Но чтобы воспретить фабрикантамъ примѣшивать слишкомъ много сахара, правительство Франціи и Бельгіи постановило, чтобы въ шоколадѣ было *не менѣе* 35% чистаго тѣста изъ какао, Въ сортахъ мелкаго, очень дорогошоколада чистаго тѣста какао бываетъ до 50%. Строгость бельгійского правительства имѣла весьма благопріятныя послѣдствія для промышленности, въ смыслѣ улучшенія, а вмѣстѣ съ тѣмъ и въ смыслѣ развитія даннаго производства. Иностранны, зная, что фальсификація невозможна въ Бельгіи, даютъ фабрикантамъ крупные заказы. Конкуренція велика, цѣны низки; барыши сокращены до крайнихъ предѣловъ”.

«Въ отдѣлѣ всемірной выставки по техническому и коммерческому образованію» намъ привелось также осмотрѣть много и другихъ товарныхъ и промышленныхъ музеевъ, принадлежащихъ школамъ разныхъ категорій и разныхъ государствъ; назовемъ важнѣйшіе изъ нихъ: 1) по спеціально коммерческому образованію: а) торговый музей коммерческой школы въ *Марсель*; б) музей при коммерческомъ училищѣ въ *Гаврѣ*; при музей находятся фотографическіе снимки зданія училища, помѣщеніе музея, описание и каталогъ послѣдняго; краткій отчетъ о состояніи училища, о его учебно-вспомогательныхъ учрежденіяхъ; в) музей высшей коммерческой школы въ г. *Лиль* (въ департаментѣ того же имени); музей не великъ; изъ приложенаго краткаго описанія музея нельзя видѣть его полнаго состава въ самомъ училищѣ; г) музей высшей коммерческой школы въ г. *Бордо*, въ департаментѣ *Жиронды*; въ немъ особенно богато обставленъ отдѣлъ по винодѣлію, составляющему главнѣйшую отрасль торговли города съ Америкой и Африкой; при музей имѣются фотографіи, описание училища, отчетъ директора; д) музей института

коммерческихъ знаній въ Парижѣ, avenue Wagram, 153; музей по составу не великъ; отчета и описаній нѣтъ. Обзоръ всѣхъ названныхъ музеевъ приводить къ выводу, что въ огромномъ большинствѣ предпочитается систематизація коллекцій по тремъ царствамъ природы; рѣже встрѣчается раздѣленіе ихъ по категоріямъ и родамъ товаровъ, какъ мы видѣли въ высшихъ коммерческихъ училищахъ Парижа. Есть основаніе, поэтому, думать, что при изученіи образцовъ товаровъ, товаровѣдѣніе въ этихъ школахъ также удерживаетъ за собою характеръ чтеній по естествовѣдѣнію. 2) По промышленному и техническому образованію назовемъ слѣдующіе музеи: а) музей *d'école superieur de textiles*, Ville de Verviers (Вервье—бельгійскій городъ на границѣ съ Германіей; замѣчателенъ своею суконною промышленностію, производство которой простирается на десятки 'милліоновъ рублей); музей представляетъ разнообразную коллекцію ткацкихъ станковъ и всѣхъ принадлежностей текстильного искусства; б) *école pratique Horticulture*; отдѣлъ садоводства; Монпелье, въ департаментѣ Геро, близъ Средиземнаго моря. Музей раздѣляется на двѣ главныя группы: а) образцы плодовъ—яблокъ, грушъ, абрикосовъ и проч. разныхъ ягодъ садовыхъ; коллекціи приготовлены изъ папье-маше, изъ камня, изъ мрамора; нѣкоторыя представлены въ видѣ рельефовъ на большихъ картонныхъ таблицахъ; здѣсь выставлены разные продукты производства—вареніе, конфекты, сухіе плоды; б) образцы шелковичнаго червя, коконовъ, тутового дерева; машины и всѣ принадлежности, относящіяся къ производству шелка; образцы шелковыхъ издѣлій; в) *école pratique*

agriculture въ Льежѣ, или—что то же—Лютихѣ, въ Бельгіи, на рѣкѣ Маасѣ; коллекціи музея распадаются: 1) На образцы всѣхъ продуктовъ удобренія почвы. 2) На образцы полевыхъ злаковъ—стебли, зерна. 3) На модели и коллекціи вредныхъ насѣко-мыхъ—враговъ полеводства; средства борьбы съ ними. 4) На модели орудій полеводства; г) *école pratique horticulture*, въ Версалѣ. Музей представляетъ богатую коллекцію цвѣтовъ, декоративныхъ растеній, моделей оранжерей, чертежей, распланировки садовъ и т. п. Многіе изъ перечисленныхъ музеевъ, по богатству и разнообразію специальныхъ коллекцій, стоять несравненно выше соответствующихъ отдельловъ въ торговыхъ музеяхъ при коммерческихъ учебныхъ заведеніяхъ; что же касается музеевъ по сельскому хозяйству—по птицеводству, по молочному хозяйству и т. п., то они могутъ быть поставлены въ сравненіе только съ грандіознымъ отдельломъ общественнаго государственного брюссельскаго музея. Каталоги всѣхъ названныхъ музеевъ, описание, отчеты, фотографіи — во всякомъ случаѣ могутъ быть полезны при учрежденіи торгово-промышленныхъ музеевъ въ коммерческихъ училищахъ.

Г) *Вѣнская торговая академія*, (Wiener Handels Akademie, Wien, 12, Akademiestrasse) занимаетъ богатое обширное зданіе въ центральной лучшей части Вѣны. Второй этажъ фасадной стороны корпуса почти весь занятъ двумя огромными залами, въ которыхъ помѣщенъ многочисленный по своему составу, образцовый по внѣшнему благоустройству, содержащий въ замѣчательной чистотѣ и опрятности, торгово-промышленный академиче-

скій музей. При музѣ имѣется обстоятельный каталогъ (Katalog des Waren-museums) въ который входятъ: а) историческія свѣдѣнія объ учебномъ заведеніи— его основаніе, его постепенное развитіе, учрежденіе при немъ товарного музея; б) показатель всѣхъ учрежденій и фирмъ, оказавшихъ содѣйствіе при учрежденіи музея и поддерживающихъ послѣдній новыми товарными коллекціями и образцами; в) систематической обзоръ всѣхъ товарныхъ коллекцій музея; г) нумерация ихъ въ порядкѣ систематического распределенія; д) алфавитный указатель всѣхъ предметовъ, находящихся въ музѣ. Кромѣ того, при каталогѣ помѣщено графическое изображеніе музея, съ подробнымъ изложеніемъ плана размѣщенія всѣхъ шкафовъ и витринъ, обозначенныхъ нумеромъ класса, къ которому относится данная группа товаровъ и съ надписью соотвѣтствующаго содержанія, что находится въ шкафѣ или витринѣ. Съ такимъ каталогомъ трудно потеряться даже постороннему посѣтителю, не смотря на массу предметовъ музея, на разнообразіе его состава. Всѣ предметы распадаются на два большихъ отдѣла: 1) *Продукты неорганические*; 2) *продукты органические*. Послѣднемъ систематическому порядку каталога:

Неорганические продукты: 1-я группа: *драгоценные камни* и материаалы для скульптуры. 1) *Брилліантъ* (образцы 15 большихъ брилліантовъ — въ ящикахъ); 2) *Имитациіи брилліанта* (16 образцовъ — въ ящикахъ); 3) *рубинъ* въ натуральномъ и отшлифованномъ видѣ; 4) *Сафиръ*—шлифованный; 5) *Аквамаринъ* разныхъ оттенковъ; 6) *Опалъ*; 7) *Топазъ*; 8) *Малахитъ*; 9) *Мраморъ* всѣхъ существующихъ видовъ и цвѣтовъ; 10) *Алебастръ*; 11) *Гранитъ* и т. п., всего въ этой группѣ 169 коллекцій. 2-я группа: орудія и средства *шлифовки и полировки*

(170—233). 3-я группа металловъ: а) *благородные металлы*, б) *желѣзные* и желѣзные товары; желѣзо въ сыромъ и обработанномъ видѣ; кузнечное желѣзо; *сталь*; разные товары изъ стали и желѣза; *мѣдь*, *свинецъ*, *цинкъ* и другіе металлы (233—762). 4-я группа: *Кабели* металлические и виды его — телеграфные, телефонные и проч. (—770); 5-я группа: *Графитъ*; 6-я группа — *стекло*, *фарфоръ*; большія зеркальныя стекла — бѣлые и цвѣтныя (—937); 7-я группа: *Химические продукты* (—973); 8-я группа: Неорганическія *красильные вещества* (—1111). 2) Органическіе продукты: 1) Груши 9—12. *Пищевые вещества*. Зерновые и размельченные продукты; образцы *пшеницы*, *ржи*, *овса*. *Рисъ*, *манісъ*; ихъ виды; стручковыя овощи — *бобы*, *фасоль*. *Крахмалъ*; виды его; продукты для выработки *сахару* (—1880). 13-я группа. *Пищевые усилительные* продукты: *Кофе* и суррогаты; виды кофе; *чай*; *какао* (—2192). 14-я группа: различные *фрукты* (въ консервахъ и въ моделяхъ) (—2345). 16-я группа: *Аптекарские* продукты; 17-я группа: Сѣмена *кормовыхъ травъ*. 18-я группа. *Масла* и растительные *жиры*. 20-я группа. *Благовонныя масла* (—2751). 21-я группа: *Каучукъ*, *гуттаперча*, *опіумъ* и проч.; гумми — *бальзамы* и *экстракты*. 23-я группа: Растительныя красильныя вещества (—2954). 24-я группа: *Волокнистые* вещества; материалы для выработки пуговицъ. 25-я группа: *Ленъ*; *пенька*; *джутъ*: другія рѣдкія растительныя волокна (—3693). 30-я группа: *Шерсть* овечья прядильная, шерсть другихъ животныхъ; искусственная шерсть (—3928). 31-я группа: *Шелкъ*; его виды; шелковая пряжа и ткани (—4867). 35-я группа: *Дерево*; *пробковая* масса (—5741). 37-я группа: *Кожа*; виды ея; продукты производства. 38-я группа: *Мѣха*; ихъ виды. 39-я группа: *Перья* для украшений (—6166). 40-я группа: *Черепаха*; *рога*; *зубы*; *китовый усъ*. Продукты производства. 41-я группа: *Клей*, *желатинъ*, *яйца*. 42-я группа: Средство удобренія почвы. 43-я группа; *Воскъ* — растительный и животный (—6373) 44-я группа: *Асфальтъ*; *нефть* (въ твердомъ видѣ); *парафинъ* и проч. 45-я группа: *Мыло* и *свѣчи*. 46-я группа. *Смоляные продукты* и искусственные красильныя вещества (—6587).

Такимъ образомъ, музей распадается на 46

группъ, въ которыхъ находится въ настоящее время 6587 названій товаровъ. Если принять во вниманіе, что въ музѣ нерѣдко однимъ нумеромъ обозначена цѣлая коллекція однородныхъ предметовъ и притомъ имѣюшихъ большую цѣнность, какъ, напримѣръ, № 1 отмѣчено 16 шт. крупныхъ брилліантовъ, то само собою станетъ яснымъ, что и количество предметовъ, заключающихся въ музѣ весьма значительно и далеко превышаетъ цифру, которую обозначено число названій, и стоимость его, по цѣнности всѣхъ его коллекцій, должна простираться до весьма почтенныхъ размѣровъ. Это богатство музея тѣмъ болѣе заслуживаетъ вниманія, что онъ основанъ въ 1886 г. и, слѣдовательно, существуетъ всего 15 лѣтъ. Положенная въ основу его руково-дящая идея, какъ выражено въ объяснительной замѣткѣ, предпосыпаемой его каталогу, — содѣйствовать систематическому наглядному ознакомленію учащихся со всѣмъ товарнымъ материаломъ, обращающимся въ торговлѣ, была, очевидно, оцѣнена, по справедливости, не только представителями школы, но и всѣми членами обширнаго коммерче-скаго міра; послѣдніе поняли всю важность изуче-нія музея въ системѣ коммерческаго образованія и не замедлили прийти училищу на помощь въ дѣлѣ его устройства на прочныхъ солидныхъ началахъ. Музей и теперь пополняется новыми и новыми образцами изъ разныхъ сторонъ и учрежденій. Слѣ-дующая лекція *по товаровѣдѣнію*. (*Warenkunde und mechanische technologie*) знакомить читателя съ ха-рактеромъ преподаванія специальнаго предмета, близко стоящаго къ изученію предметовъ товар-наго музея.

„Мыло и свечи“ (Seifen und Kerzen). „Мылами въ промышленномъ производствѣ обыкновенно называются щелочные соли жирныхъ кислотъ съ такими специальными свойствами, которые и даютъ имъ широкое распространеніе въ практической жизни, при мытьѣ. Встрѣчающіеся въ употребленіи сорта мыла бываютъ большею частію натріевыя и каліевыя соли— пальмитиновой, олеиновой, стеариновой кислоты глицериды этихъ кислотъ мы обыкновенно встрѣчаемъ въ натуральныхъ жирахъ—кислоты линолеиновой и лавровой. О жировыхъ отложеніяхъ, образуемыхъ въ нѣкоторыхъ тканяхъ животныхъ организмовъ и въ растеніяхъ. Добываніе жира изъ животныхъ тканей посредствомъ топленія. Жидкая и твердая консистенція жировъ. Химическій составъ жидкихъ жировъ. Химическій составъ твердыхъ жировъ. Матеріаломъ для производства мыла служать твердые, жирные масла животнаго и растительнаго происхожденія, и щелочи. Изъ нихъ кокосовое, оливковое, хлопчатниковое, миндалевое, льняное, рапсовое, пальмовое масла принадлежать къ растительнымъ; а изъ животныхъ жировъ наибольшее употребленіе имѣютъ бараній, говяжій, свинной, лошадиный, рыбій и китовый. Нерѣдко при производствѣ мыла пользуются жиромъ, получаемымъ при промываніи шерсти и отбросами при рафинированіи растительныхъ маслъ. Отъ свойства жира, какъ матеріала для мыловаренія, зависитъ какъ количество щелочи въ фабрикуемомъ мылѣ, такъ и самыя достоинства послѣдняго. Разновидности мыла: а) твердые мыла. Они раздѣляются на три группы — клеевые, эшвегерскія и ядовыя. Клеевые могутъ быть гладкія и мраморные. Особенности тѣхъ и другихъ. Особенности, по составу, эшвегерскихъ сортовъ. Ядовыя мыла и ихъ особенности; 2) Мягкія мыла. Матеріалъ для приготовленія мягкихъ сортовъ—растительные масла—конопляное, маковое, льняное и проч.; характеристическая особенности мягкихъ мылъ. 3) Туалетныя мыла. Способъ приготовленія ихъ. Различные сорта и особенности каждого изъ нихъ; 4) Медицинскія мыла, или врачебныя. Составные химическія части ихъ; характерные признаки. Приспособленія и аппараты, употребляемые мыловаренными заводами, при производствѣ мыла: 1) Зольники, или котлы,

для приготовлениѧ щелока; 2) мыловаренныѧ котлы; 3) формы для отливки мыла. Устройство и обстановка мыловаренныѧ заводовъ, фабрикующихъ высшie сорта туалетнаго мыла. Машины и аппараты, примѣняемые къ послѣднему производству. *Стеариновое производство.* Стеаринъ получается также изъ жировъ и маслъ. Чаще всего для добыванія его служатъ пальмовое масло и жиры—бычачій и бараній. Процессъ обмыливанія производится нагрѣваніемъ шаромъ при посредствѣ известковаго молока (14% жженной извести на сало). Дальнѣйшій процессъ, заключающійся въ удаленіи жидкой олеиновой кислоты, выжиманіемъ въ гидравлическихъ пресахъ. Процессъ обмыливанія безъ извести. Разложеніе жировъ путемъ нагрѣванія съ сѣрной кислотой. Очищеніе массы посредствомъ перегонки.“

Изложеннымъ очеркомъ организаціи школьнаго торгово-промышленныхъ музеевъ и постановки преподаванія одной изъ важнѣйшихъ коммерческихъ дисциплинъ, имѣющихъ ближайшую связь съ изученіемъ всего матеріала музеевъ, мы имѣли въ виду показать читателю, насколько коммерческая школа озабочена дать юношеству, подготавляющему себя къ торгово-промышленной профессіи, всѣ средства научно, серьезно и въ то же время наглядно ознакомиться съ возможно большимъ кругомъ предметовъ, играющихъ ту или другую видную роль въ торговомъ всемирномъ оборотѣ. Изучая товаровѣдѣніе, при посредствѣ разнообразныхъ коллекцій торgovаго музея, учащіеся ближайшимъ образомъ знакомятся съ вицѣшними отличительными признаками каждого рода товаровъ, съ ихъ внутреннимъ химическимъ составомъ, со способомъ и мѣстомъ добыванія однихъ предметовъ, съ техническимъ производствомъ и фабричною обработкою другихъ, — съ

ихъ коммерческими достоинствами и недостатками, съ ихъ рыночною цѣнностію, съ отличительными особенностями настоящаго, неподдѣльного продукта или фальсифицированного и проч. и проч., и такимъ образомъ, они постепенно пріобрѣтаютъ основательныя познанія по технологіи разнообразнаго и богатаго товарнаго матеріала, обращающагося на всемірномъ рынкѣ. Другія спеціальныя дисциплины въ системѣ коммерческаго образованія вооружаютъ будущаго промышленнаго дѣятеля огромнымъ запасомъ новыхъ, не менѣе важныхъ знаній, отвѣчающихъ существеннымъ потребностямъ, какія будутъ предъявлены ему жизнію, съ первыхъ шаговъ вступленія на поприще практической дѣятельности. Такъ: ученіе о правѣ знакомить его съ важнѣйшими юридическими основами; поелику торговые законы, существенно важные для торговца, часто имѣютъ связь съ гражданскими нормами, видоизмѣненными по особенностямъ торговаго оборота, то раньше изученія торговыхъ законовъ, онъ знакомится съ гражданскими законами (главнымъ образомъ съ имущественнымъ правомъ); далѣе: прежде нежели онъ вступить въ торговый міръ, ему необходимо выяснить свое юридическое положеніе въ этомъ мірѣ, свои отношенія къ лицамъ, съ которыми ему придется сталкиваться по торговлѣ, по предметамъ торговли и торговымъ сдѣлкамъ; для этого онъ изучаетъ *торговое право*: Такъ какъ торговля ведется не только на сушѣ, но и на морѣ, то онъ изучаетъ важнѣйшія нормы морскаго торговаго права. Торговля немыслима безъ кредита и орудій платежа. Къ послѣднимъ принадлежитъ вексель; поэтому ему нужно ознаком-

миться съ элементарными основами вексельного права. Въ виду того, что въ послѣднее время торговля получила всемірный характеръ и торговцы связаны между собою торговыми узами, онъ долженъ знать норму того положенія, которое онъ можетъ занять по operaціямъ торговли въ странахъ, лежащихъ виѣ границъ его отечества, о путяхъ сообщенія для торговыхъ оборотовъ и т. п. Свѣдѣнія эти онъ почерпаетъ изъ международного торговаго права и проч. Бухгалтерія и коммерція имѣютъ своею задачею ознакомить его съ веденіемъ торговыхъ книгъ по разнымъ формамъ и съ важнѣйшими торговыми обычаями главныхъ всемірныхъ рынковъ, знаніе кеторыхъ имѣеть важное практическое значеніе, при совершениіи тѣхъ или иныхъ торговыхъ сдѣлокъ. Для выполненія помянутой задачи совершаются имъ на школьной скамьѣ разныя фиктивныя торговыя сношенія; по мѣрѣ совершенія сдѣлокъ, онъ составляетъ и всѣ относящіеся къ нимъ торговые документы; подводить повѣрочные балансы; заключаетъ торговыя книги и т. д. Экономическая географія даетъ ему разностороннія свѣдѣнія географическія и статистическія о производительности добывающей и обрабатывающей данной страны, о средствахъ, какими пользуется страна въ міровой торговлѣ, о степени участія данной страны въ торговыхъ оборотахъ на всемірномъ рынке и проч. Говоря короче: всѣ специальные дисциплины, введенныя нынѣ въ систему коммерческаго образования, заняты главнымъ образомъ двумя предметами — *изслѣдованиемъ товара и изслѣдованиемъ юридическихъ правъ, обязанностей и отношений торговца.* Спрашивается: исчерпываютъ-ли названныя дисциплины,

при существующей постановкѣ преподаванія, весь кругъ тѣхъ коммерческихъ знаній, которыми долженъ обладать воспитанникъ коммерческой школы, какъ будущій негоціантъ или промышленникъ? Нѣтъ. Въ развитіи всемірныхъ торговыхъ оборотовъ не послѣднюю роль играетъ еще одинъ, по существу, весьма важный факторъ, который заслуживаетъ серьезнаго вниманія и игнорированіе котораго всегда сопровождается весьма чувствительными потерями въ торговыхъ міровыхъ сношеніяхъ, часто не смотря и на техническое совершенство въ производствѣ рыночныхъ продуктовъ, и на точное, умѣлое выполненіе торговцами всѣхъ юридическихъ нормъ, опредѣляющихъ ихъ личныя права и всестороннія ихъ отношенія къ вещамъ, лицамъ и учрежденіямъ, съ которыми они входятъ въ то или иное соприкосновеніе въ своихъ разнообразныхъ торговыхъ operaціяхъ. Такимъ важнымъ факторомъ въ развитіи торгового процесса слѣдуетъ признать *потребителя товаровъ*, т. е. *представителей и агентовъ* того всемірного рынка, на которомъ обращается все торговое производство. Но этому важному фактору не дано мѣста и въ программѣ изученія школьніхъ торговыхъ музеевъ, и въ программѣ специальніхъ предметовъ современного коммерческаго образования. Изученію этого важнаго фактора торговли посвящены государственные и общественные торгово-промышленные музеи, къ краткому обзору которыхъ мы нынѣ и переходимъ.



III.

Государственные и общественные торгово-промышленные музеи.

Торгово-промышленные музеи, имѣющіе общественный и государственный характеръ, со стороны инициативы учрежденія и источниковъ содержанія, раздѣляются на три категоріи. Къ первой принадлежать тѣ, которые учреждены правительствомъ и содержатся исключительно на счетъ государства; ко второй тѣ, которые возникли по частной инициативѣ и покрываютъ всѣ издержки по своему содержанію отчасти средствами частныхъ предпринимателей, отчасти ежегодными субсидіями, назначенными отъ Правительствъ; къ третьей относятся тѣ музеи, которые какъ своимъ возникновеніемъ, такъ и материальнымъ обезпеченіемъ по всѣмъ сторонамъ дѣятельности ихъ обязаны только частной предпріимчивости.

По основнымъ задачамъ, которыя преслѣдуются музеями, они представляютъ собою совершенно однородное явленіе—поддерживать международныя отношенія, путемъ тщательного изслѣдованія иностранныхъ рынковъ, въ интересахъ безпрерывнаго и лучшаго преуспѣянія національной торговли и промышленности. Эти же задачи составляютъ ихъ существенную особенность, при сравненіи съ товарными школьными музеями, единственная цѣль которыхъ по общепринятымъ нынѣ взглядамъ на нихъ и по установленвшемуся порядку ихъ устройства, состоить въ сообщеніи учащимся наглядно практическіхъ свѣдѣній по важнѣйшимъ продуктамъ всемирнаго рынка. Малиссаръ, въ своемъ отчетѣ гово-

ритъ объ этомъ: «Школьные музеи, какъ прикладныя учрежденія при коммерческихъ школахъ, имъютъ своимъ назначеніемъ сообщить только болѣе плодотворныя и болѣе практическія познанія, освоивая (*familiarisant*) учащихся съ главнѣйшими предметами коммерціи. Поэтому, ихъ не должно смѣшивать съ торгово-промышленными музеями въ строгомъ значеніи слова, поелику послѣднія имъютъ въ виду облегчить промышленникамъ страны сношенія интернаціональныя, представляя ихъ наблюденію коллекціи продуктовъ, находящихся въ данное время въ дѣйствительномъ торговомъ оборотѣ. Для школьніхъ музеевъ—зnanie, это главный и можно сказать единственный интересъ, который господствуетъ надъ всѣми другими сторонами въ дѣлѣ устройства музеевъ и въ дѣлѣ ихъ изученія. Большею частію, слѣдовательно, *образцы этихъ музеевъ могутъ, безъ всяко го неудобства, оставаться безъ обновления и быть сохраняемы на значительные періоды времени.*» (Rapport, Malissar, p. 34).

По содержанію своему, т. е. по тѣмъ коллекціямъ, которыя входятъ въ составъ выставки торгово-промышленныхъ музеевъ, послѣднія бываютъ двухъ видовъ: одни содержать въ себѣ товары иностранныхъ рынковъ, другие—продукты внутренняго производства; есть, впрочемъ, музеи смѣшанного типа.

A) *Коммерческий музей въ Брюсселе.* (Musée commercial de Bruxelles, rue de Augustins, 17); открытъ отъ $9\frac{1}{2}$ ч. утра до 2—4 ч. дня ежедневно). Музей есть исключительно государственное учрежденіе, состоящее въ вѣдѣніи министерства иностранныхъ дѣлъ. Официальное открытие его послѣдовало въ

1881 г. распоряженіемъ бельгійского правительства, по ходатайству торговой палаты, которая уже въ это время располагала разнообразнымъ и богатымъ матеріаломъ иностранной торговли и промышленности, собраннымъ бельгійскими консулами въ коммерческихъ центрахъ всего міра. Еще въ шестидесятыхъ годахъ, слѣдя специальнымъ инструкціямъ правительства, бельгійские консулы начали присыпать въ Брюссель образцы товаровъ, имѣющихъ большой сбыть на чужеземныхъ рынкахъ, сообщая при этомъ всѣ нужные свѣдѣнія о цѣнахъ, о ходкости товаровъ, о способахъ ихъ упаковки и т. п. По мѣрѣ усовершенствованія товара или вообще по мѣрѣ тѣхъ или иныхъ перемѣнъ въ производствѣ его, соотвѣтственно вкусамъ и требованіямъ покупателя, тѣ же консулы отправляли своему правительству новые и новые образцы такимъ образомъ, что въ каждое время товарная коллекція брюссельской торговой палаты стояла на уровнѣ современного состоянія рынка той страны, откуда получались товарные образцы. Находя полезнымъ, въ интересахъ развитія національной промышленности, сдѣлать какъ всѣ свѣдѣнія о чужеземныхъ рынкахъ, сообщаемыя консулами, такъ и коллекціи препровождаемыхъ ими товаровъ достояніемъ народнымъ, общедоступнымъ для всѣхъ заинтересованныхъ въ торговыхъ операціяхъ промышленниковъ, правительство основало публичное государственное учрежденіе Musée commercial, куда и предписало бельгійскимъ консуламъ направлять все то, что раньше было препровождаемо ими въ торговую палату. Изложенная исторія возникновенія музея ясно указываетъ и ту задачу, которая легла въ

основу самаго учреждения — покровительствовать и содействовать развитию внешней бельгийской торговли путем широкого распространения среди национальныхъ негоціантовъ и промышленниковъ важныхъ и наглядныхъ свѣдѣній о торговыхъ дѣлахъ въ чужеземныхъ государствахъ.

Средства, коими располагаетъ музей для выполнения своей задачи, сводятся къ слѣдующему: 1) *Коллекціи образцовъ иностранныхъ товаровъ*; 2) различные органы справокъ и свѣдѣній относительно внешней торговли; 3) документы и объявленія о важныхъ подрядахъ, предлагаемыхъ другими государствами; 4) залъ для чтенія; 5) изданіе специального еженедѣльного органа, содержащаго въ себѣ всѣ новости, могущія интересовать представителей коммерческаго міра.

Брюссельскій музей представляетъ собою, собственно говоря, первое и старѣйшее изъ однородныхъ учрежденій и послужилъ, спустя не много времени по своемъ открытіи, образцомъ для многихъ другихъ подобныхъ учрежденій во Франціи, въ Германи, въ Австріи, въ Италіи и проч. Въ виду этого будеть небезынтересно остановиться нѣсколько подробнѣе на тѣхъ органахъ, которые входятъ въ составъ его общей организаціи.

а) *Коллекціи*. Всѣ образцы товаровъ, находящихся на выставкѣ музея, собраны и доставлены, какъ мы видѣли, официальными чиновниками Бельгіи, большею частію, консулами. Въ основаніи такого установившагося порядка подбора и обновленія образцовъ лежитъ та совершенно вѣрная мысль, что коллекціи, въ глазахъ всѣхъ бельгійскихъ промышленниковъ, приобрѣтаютъ важность

и цѣнность абсолютнаго безпристрастія, чего онъ никогда не могли бы имѣть, если бы были присылаемы частными лицами, для которыхъ почему-либо могло быть болѣе интереснымъ и выгоднымъ препровождать тѣ, а не иные товары, и часто во вредъ предпріимчивости бельгійскаго промышленника. Чтобы возбуждать и поддерживать въ послѣднемъ духъ предпріимчивости, чтобы сильнѣе и лучше привлекать его къ установленію прямыхъ и энергическихъ сношеній съ чужеземными рынками, музей долженъ бдительно и неуклонно слѣдить, чтобы сообщаемыя свѣдѣнія объ иностранной торговлѣ были всегда достойны безусловнаго довѣрія и чтобы они были свободны отъ малѣйшей печати пропаганды, въ пользу того или другаго торговаго иностраннаго дома. Въ прежнее время музей поручалъ извѣстному числу консуловъ, находящихся въ важнѣйшихъ коммерческихъ центрахъ, собирать полныя коллекціи наиболѣе значительныхъ продуктовъ, обращающихся на рынкахъ экспорта и импорта подлежащаго ихъ вѣдѣнію района; но эта система скоро обнаружила всѣ свои слабыя стороны и была совершенно оставлена; при всей добросовѣстности и исполнительности, правительственные агенты не могли отвѣтить всѣмъ требованіямъ музея съ тою тщательностю, какая требовалась интересами самого дѣла; агенту приходилось разомъ готовлять огромную коллекцію самыхъ разнообразныхъ предметовъ рынка, производить детальныя изслѣдованія о каждомъ изъ этихъ предметовъ, давать послѣднія и точныя свѣдѣнія о цѣнахъ продуктовъ и ихъ ходкости на рынкѣ и т. д. Само-собою разумѣется,

что и подборъ коллекцій нерѣдко при этомъ носилъ характеръ случайности, не отвѣчая существеннымъ задачамъ музея, который находилъ въ нихъ значительную часть ненужныхъ, не интересныхъ вещей; такъ равно отчеты и донесенія агентовъ не имѣли той полноты и обстоятельности, которыя требовались для интересовъ рѣшительной и быстрой предпріимчивости бельгійского промышленника. Какъ на образецъ такой обширной программы, укажемъ на циркуляръ министра иностранныхъ дѣлъ къ агентамъ бельгійской службы, 14 ноября 1885 г., съ вопросами, по которымъ долженъ быть представленъ консулъскій отчетъ:

1) Представить взглядъ на состояніе торговли даннаго района и общій обзоръ всего, что касается Бельгіи — съ одной стороны ввоза, а съ другой — вывоза; 2) подтвердить свои соображенія цифрами и статистическими данными, съ указаніемъ мѣстныхъ условій, объясняющихъ эти данные; 3) указать тѣ изъ бельгійскихъ продуктовъ, которые въ отчетномъ году потеряли или выиграли на мѣстномъ рынкѣ; 4) перечислить бельгійскіе продукты, которые могли-бы имѣть хорошій сбытъ въ данной мѣстности и указать всѣ способы, какими можно обеспечить этотъ сбытъ; 5) дать надлежащія объясненія, почему на данномъ рынке отдается предпочтеніе чужеземному товару предъ однороднымъ бельгійскимъ; 6) обозначить цѣны на товары, въ поставкѣ которыхъ соперничаетъ съ Бельгіей другое государство и какое именно; 7) прислать образцы всѣхъ этихъ товаровъ для наглядного ознакомленія съ ними бельгійскихъ промышленниковъ на тотъ конецъ, чтобы послѣдніе могли составить

точное понятіе о необходимыхъ усовершенствованияхъ въ производствѣ однородныхъ національныхъ продуктовъ для успешной конкуренціи съ чужеземными поставщиками. При этомъ рекомендуется агентамъ пріобрѣтать образцы безъ денежной затраты или, въ случаѣ неизбѣжныхъ затратъ, представлять правительству смѣту, для покупки предметовъ, ознакомленіе съ которыми возбуждаетъ важный государственный интересъ; 8) сообщить образцы и способы упаковки; 9) назвать мѣстные наиболѣе выдающіеся торговые иностранные дома; 10) сообщить фрахтъ для Антверпена, Остенца, Ганзейскихъ городовъ и главныхъ портовъ Голландіи, Англіи, Франціи и Италіи; 11) прислать «*pro-forma*» счеты: 1) по закупкѣ главныхъ экспортныхъ продуктовъ консульского округа, 2) по продажѣ главныхъ бельгійскихъ продуктовъ, или продуктовъ, ввозимыхъ въ его округъ изъ другихъ странъ; 12) Агентъ не долженъ пренебрегать ничѣмъ, что служить къ упроченію сбыта и потребленія бельгійскихъ продуктовъ; 13) онъ не долженъ бояться давать мелкія подробности или повторять прежніе отчеты».

Въ послѣднее время администрація музея держится совершенно иного образа дѣйствій. Она посыпаетъ агенту инструкцію о подборѣ той или иной коллекціи товаровъ и сообщеніи надлежащихъ справокъ и разъясненій только по мѣрѣ дѣйствительной въ нихъ надобности, по заявленіямъ бельгійского промышленника, которому въ этомъ случаѣ, какъ лицу наиболѣе заинтересованному, она представляетъ и самую редакцію вопросовъ, предлагаемыхъ агенту; порученія, такимъ образомъ, всегда

обуславливаются интересами дня, отличаются строгою практичностью и по своимъ размѣрамъ не превышаютъ тѣхъ средствъ, которыми располагаетъ консулъ для точного, тщательного и своевременного выполненія ихъ. Коллекціи музея раздѣляются на три большія категоріи: 1) образцы продуктовъ экспорта; 2) образцы продуктовъ ввоза; 3) образцы упаковки.

1) Коллекція предметовъ экспорта представляетъ собою продукты, проданные другими государствами на томъ или другомъ иностранномъ рынкѣ. Задача коллекціи состоитъ въ томъ, чтобы дать понять бельгійскому промышленнику, какие именно продукты и какія торговые страны пользуются на данномъ рынке преимущественнымъ вниманіемъ, что даетъ основаніе для соображенія національного негоціанта, можетъ ли онъ конкурировать въ данномъ районѣ съ своими соперниками и что онъ долженъ предпринять въ усовершенствованіи своего предпріятія, чтобы вытѣснить соперника и завладѣть рынкомъ. Въ виду этого каждый предметъ выставки снабженъ ярлыкомъ, дающимъ посетителю точныя и ясныя свѣдѣнія относительно цѣны, а часто и степени распространенія его въ данной мѣстности. Напримѣръ: полный сѣрий костюмъ для мужчины, производства австрійского, купленъ въ Вѣнѣ за 27 франковъ; продается въ Александріи (въ Египтѣ) 42—50 франковъ, присланъ консуломъ въ ноябрѣ 1899 года. 2) Бамбуковые корзины, производства въ Токіо, цѣна на мѣстѣ 33 фр. 30 сант. за дюжину; имѣютъ хороший сбытъ на востокѣ, особенно въ Китай. 3) Присланные бельгійскимъ консуломъ въ Испаніи образцы разныхъ

сортовъ бумаги отмѣчены ярлыкомъ съ слѣдующимъ объясненіемъ: 26 сортовъ выставленной здѣсь бумаги въ Испаніи имѣютъ очень прочный сбыть; изъ нихъ картонъ, производимый испанскими фабриками, сбывается по 40 фр. за 100 килограммъ; бельгійская почтовая бумага не пользуется такимъ бойкимъ требованіемъ, какъ представленные образцы французскихъ и нѣмецкихъ фабрикъ; сортъ бумаги (такой-то), употребляемый, по преимуществу, редакціями газетъ, доставляется, главнымъ образомъ, Германіей, но съ выгодою и съ успѣхомъ можетъ быть экспортируемъ въ Испанію и нашими бельгійскими бумажными фабриками. Музей обращаетъ особенное вниманіе фабрикантовъ на бумагу образцовъ подъ № 324, имѣющую въ Испаніи огромный сбыть; она всего больше примѣняется при упаковкѣ въ ящикахъ винограда; бумага № 325 употребляется на обертку лимоновъ и апельсиновъ; слѣдующій—326 № особенно требуется испанскими сапожниками, употребляющими его при производствѣ обуви для перекладыванія между подошвами. Требованіе этой бумаги достигаетъ до 40 тысячъ кипъ въ годъ. При этомъ указываются благонадежные испанскіе импортеры, съ которыми бельгійскій негоціантъ можетъ съ выгодою войти въ торговыя сдѣлки.

4) Подъ №№ 86 и 87 выставлены шали; на ярлыкъ слѣдующія объясненія: «Шаль (Schawis), которыми арабы обертываютъ себѣ голову и шею; товаръ доставляется германскими промышленниками въ ящикахъ по 400 штукъ въ каждомъ всевозможныхъ яркихъ цвѣтовъ, узоровъ и разной величины, отъ 50 до 150 квадратныхъ сантиметровъ. Образецъ № 86 стоитъ здѣсь 4,30 франковъ, № 87

поплотнѣе—8,80 франковъ за штуку. Главное требованіе на этотъ товаръ является здѣсь въ сентябрѣ; общее требованіе выражается въ размѣрѣ 10—15 тысячъ шалей въ годъ. Затѣмъ слѣдуетъ перечень германскихъ фирмъ, доставляющихъ шали, условій платы» (Веберъ). Вообще въ этихъ ярлыкахъ посѣтитель находитъ объясненія, поражающія своею полнотою и обстоятельностію: свѣдѣнія относительно производства товаровъ, ихъ цѣны, важности значенія ихъ въ торговомъ обращеніи, способовъ упаковки, условій фрахта и уплаты, расходовъ транспорта, таможенныхъ пошлинъ, равнымъ образомъ различныя спеціальныя указанія относительно потребностей, привычекъ и вкусовъ клиентовъ и причинъ, почему тотъ или другой товаръ пользуется на рынкѣ преимущественнымъ вниманіемъ покупателей; все это даетъ бельгійскому негоціанту ясное понятіе, можетъ-ли онъ самъ явиться на рынокъ поставщикомъ того или другого товара.

2) Коллекція продуктовъ импорта представляетъ собою собраніе сырыхъ продуктовъ и пищевыхъ веществъ, которые бельгійскому торговцу было-бы интересно и выгодно пріобрѣтать на мѣстахъ самого производства. Пріобрѣтеніе этихъ продуктовъ не изъ первыхъ рукъ признается невыгоднымъ не только потому, что увеличиваетъ цѣну товара, въ пользу рынка-посредника, но, что еще важнѣе, совершенно упраздняетъ обратный путь (*le fret de retour*), способъ ввоза товаровъ въ страну, въ видѣ баласта, способъ крайне выгодный и неизбѣжный, при установлениі продолжительныхъ и важныхъ экспортныхъ оборотовъ Бельгіи съ отдаленными

рынками міра. Коллекціи и этой категоріи снабжены въ каталогѣ, отчасти въ ярлыкахъ, позднѣйшими консульскими донесеніями; такъ, на каждой выставкѣ зерновыхъ продуктовъ, волокнистыхъ веществъ, пеньки, льна обозначено, откуда данный продуктъ, какъ великъ урожай послѣдняго года, чѣмъ отличается отъ продукта прошлогодняго урожая, по какой цѣнѣ и какое количество бельгійскій негociантъ можетъ пріобрѣсти его того или иного сорта, расходы транспорта его отъ мѣста производства до извѣстнаго порта Бельгіи, при чьемъ посредствѣ удобнѣе и выгоднѣе его пріобрѣсти, сравнительныя качества даннаго сорта въ ряду другихъ образцовъ и т. п. Такимъ образомъ выставленныя коллекціи даютъ полную и наглядную картину всѣхъ сырыхъ продуктовъ, потребныхъ для перерабатывающей промышленности Бельгіи со всѣми детальными свѣдѣніями, гдѣ, когда и какъ съ наибольшею выгодою можетъ пріобрѣтать ихъ заинтересованный бельгійскій промышленникъ.

3) Коллекція образцовъ упаковки. Она имѣеть своимъ назначеніемъ показать бельгійскому экспортёру, какъ слѣдуетъ упаковывать товаръ (*emballer et faire la toilette*), принимая въ расчетъ климатъ страны назначенія товара, способы перемѣщенія его и требованія заказчика или покупателя. Коллекціи образцовъ упаковки, не представляющихъ ничего особенного со стороны формы или способа употребленія ихъ, все же сопровождаются необходимыми указаніями относительно рода тюковъ или ящиковъ, ихъ размѣра, вѣса и т. п.

Въ настоящее время въ музѣѣ находится свыше 23 тысячъ образцовъ, которые распределены

на 44 группы и размѣщены въ обширныхъ, свѣтлыхъ залахъ огромнаго трехъэтажнаго дома, пріобрѣтеннаго и приспособленнаго къ нуждамъ учрежденія на средства бельгійскаго купечества. Болѣе грубые, сырые, необработанные товары расположены въ первомъ этажѣ; затѣмъ, въ среднемъ этажѣ выставлены товары, по преимуществу, фабричнаго производства; верхній этажъ заключаетъ въ себѣ коллекціи художественныхъ издѣлій, отчасти кустарнаго, отчасти фабричнаго производства. Всѣ товарные образцы музея разгруппированы по родамъ производства и по странамъ свѣта. Первая изъ этихъ системъ представляеть для бельгійскаго промышленника то удобство, что въ одномъ отдѣленіи онъ находитъ всѣ образцы, касающіеся его спеціальности. Классификація же географическая облегчаетъ его въ случаяхъ необходимости отыскать негоціанта, о которомъ онъ желаетъ получить свѣдѣнія и съ которымъ желаетъ войти въ торговыя сдѣлки, какъ относительно продуктовъ промышленности бельгійской, ввозимыхъ въ данную страну, такъ и продуктовъ мѣстнаго района, экспортируемыхъ оттуда въ разные бельгійскіе порты.

По мѣрѣ возможности обрѣзки или дубликаты товаровъ музеемъ выдаются бесплатно бельгійскимъ негоціантамъ. Издание каталога, который вполнѣ отвѣчалъ-бы современнымъ требованіямъ заинтересованныхъ лицъ, представляеть одну изъ главныхъ трудностей въ организаціи коммерческаго музея. Въ отличие отъ другихъ музеевъ, какъ, напримѣръ, музеи искусствъ и наукъ, торговый музей долженъ постоянно пополнять свои коллекціи новыми и новыми образцами для того, чтобы въ

каждый данный моментъ представить самую точную картину о потребностяхъ и средствахъ иностранныхъ рынковъ. Понятно, что бельгійскій промышленникъ только въ томъ случаѣ можетъ съ пользою для своего предпріятія утилизировать свѣдѣнія каталога, когда послѣдній подвергается безпрерывно тѣмъ-же дополненіямъ и перемѣнамъ, какъ и самыя товарныя коллекціи. Поэтому, администрація періодически издаетъ каталогъ, въ видѣ дополненій, обнимающихъ, въ моментъ появленія его въ продажѣ, всѣ новыя коллекціи, получаемыя музеемъ. Сверхъ этого, бюллетень коммерческаго музея публикуетъ еженедѣльно всѣ свѣдѣнія, касающіяся вновь поступившихъ образцовъ. Каждая часть каталога обыкновенно заканчивается таблицей продуктовъ, названія которыхъ расположены сначала въ алфавитномъ порядкѣ, потомъ въ порядкѣ странъ и спеціальностей. Негоціантъ сразу находитъ здѣсь указаніе рынка, занимающагося интересующими его предметами; въ то же время, при названіи страны, которую онъ хочетъ изучить, онъ легко находитъ и страницы, посвященные различнымъ сортамъ товаровъ, какіе производятся и расходуются въ ней.

2) *Справочное бюро, касающееся внешней торговли.* Каждый посѣтитель, который желаетъ получить тѣ или другія свѣдѣнія, относительно выставленныхъ коллекцій, а равно вообще по вопросамъ внешней торговли и другихъ отраслей иностранного коммерческаго производства, приглашается въ это бюро, которое сообщаетъ ему всѣ свѣдѣнія, находящіяся въ его распоряженіи. Сверхъ этого, бюро всегда озабочено пополненіемъ такихъ справокъ и торговыхъ изслѣдований, въ которыхъ чувствуется

недостатокъ; оно внимательно выслушиваетъ него-
ціанта, заявляющаго о желательности тѣхъ или
иныхъ новыхъ образцовъ, и охотно исполняетъ
его указанія въ томъ предположеніи, что какъ
требуемыя справки, такъ и новыя модели могутъ
представить не частный, а болѣе широкій, обще-
ственный интересъ. Подобно коллекціямъ музея, и
всѣ разъясненія, касающіяся ихъ, распределены по
извѣстнымъ группамъ, соотвѣтственно родамъ тор-
говыхъ продуктовъ. Тѣ изъ нихъ, которыя были
собраны по требованію частного лица, присоединя-
ются къ общему сборнику послѣ того, какъ они
были сообщены заинтересованному. Такимъ обра-
зомъ, постепенно развивается архивъ музея, обога-
щаясь ежедневно новыми и новыми свѣдѣніями,
касающимися внѣшней торговли, и благодаря этому
въ каждое время онъ находитъ возможнымъ въ
большинствѣ случаевъ давать надлежащіе совѣты,
указанія, разъясненія и справки всѣмъ, обращаю-
щимся къ нему съ тѣми или иными вопросами.
Чтобы понять и оцѣнить важность этого учреж-
денія при коммерческомъ музѣ, укажемъ на одинъ
случай, приведенный въ интересномъ очеркѣ о
заграничныхъ промышленныхъ музеяхъ русскимъ
ученымъ, Веберомъ, который былъ и свидѣтелемъ
этого случая. «Въ моемъ присутствіи какой-то мел-
кій фабриканть наводилъ справки о стоимости
фрахта и какимъ способомъ ему лучше доставить
товаръ. Указавъ ему гавани, изъ которыхъ парус-
ныя суда совершаютъ свои постоянныя рейсы,
служащій попросилъ его немного обождать. По-
рывшись нѣсколько минутъ въ текущихъ бумагахъ,
онъ сообщилъ ему: «вы можете воспользоваться

такимъ-то пароходомъ, такой-то компаніи, зашедшими случайно къ намъ и отходящими черезъ 5 дней; въ этомъ случаѣ вашъ товаръ прибудетъ на мѣсто двумя недѣлями раньше» («Вѣст. Европы» Апр. 625).

3) *Иностранные подряды и торги.* Главная задача этого органа музея состоитъ въ томъ, чтобы публикаціи о предположенныхъ подрядахъ и торгахъ были распространены въ возможно кратчайшій срокъ. Государственные чиновники виѣшней службы адресуютъ непосредственно въ музей сметы, оценки, условія подряда, образцы товаровъ, относящіеся къ торгамъ и могущіе заинтересовать бельгійскаго негоціанта, время исполненія подряда, открытаго въ районѣ, подлежащемъ его вѣдѣнію и проч. Въ самый день полученія этихъ документовъ, администрація музея посыпаетъ объявленія въ «Moniteur belge» и въ главные журналы страны. Помѣщеніе въ журналахъ этихъ объявлений не сопровождается никакими затратами со стороны музея, поелику оно зависитъ отъ любезности редакцій журналовъ, которымъ предоставляется право выскажаться, нужно ихъ печатать или нѣтъ. Тѣ же самыя объявленія помѣщаются и въ еженедѣльномъ «Bulletin de Musée».

4) *Залъ для чтенія.* Читающая публика находитъ здѣсь большое количество иностранныхъ журналовъ, посвященныхъ, по преимуществу, вопросамъ промышленности и торговли. Можно также въ этой читальнѣ найти разнообразныя коммерческія справки по богатой коллекціи адресныхъ книгъ главныхъ странъ свѣта; встречаются здѣсь и специальные изслѣдованія по вопросамъ политической экономіи и промышленной техники.

5) *Бюллетень коммерческаго музея*, состоящій въ еженедѣльной публикаціи слѣдующихъ свѣдѣній: 1) назначенія, перемѣщенія или увольненія, произведенныя въ составѣ бельгійскаго консульскаго института; 2) обѣззы, предпринятые въ Бельгіи тѣми или другими консулами; 3) всякаго рода коммерческія справки, не вошедшія въ составъ «Консульскаго сборника», — именно — разъясненія, представляющія особый интересъ, извлеченія и разборъ статей, помѣщенныхъ въ иностраннныхъ журналахъ; 4) предложенія разныхъ дѣлъ и операций, представляющихъ интересъ для бельгійскаго негоціанта или по важности иностраннаго торгового дома, отъ котораго исходятъ предложенія, или по роду самыхъ продуктовъ. Эти объявленія, вообще весьма сжатыя, приглашаютъ заинтересованныхъ явиться въ коммерческій музей за полученіемъ точныхъ разъясненій, которые часто имѣютъ болѣе или менѣе конфиденціальный характеръ; 5) Перемѣны, произведенныя въ тарифахъ иностраннѣхъ таможень; 6) перечень статей наиболѣе интересныхъ, помѣщенныхъ во многихъ журналахъ, имѣющихся въ читальнѣ музея. Этотъ перечень освобождаетъ абоната отъ бесполезныхъ посыпеній лекторіи музея, позволяя ему у себя на дому составить понятіе, есть ли въ журналахъ, полученныхъ музеемъ, такія статьи, которые могутъ его интересовать; 7) каталогъ новыхъ товарныхъ коллекцій; 8) бюллетень торговъ и подрядовъ бельгійскихъ и иностраннѣхъ.

6) *Органъ справокъ относительно бельгійской промышленности*. Этотъ органъ учрежденъ въ 1893 году, съ цѣлью удовлетворить требованіямъ нужныхъ справокъ, число которыхъ возрастаетъ все болѣе и

болѣе. Иностранные и бельгійскіе негоціанты безпрестанно обращаются къ музею за указаніями, относительно продуктовъ, которые они желали бы купить или продать.

Музей предоставляетъ право національнымъ промышленникамъ бесплатно помѣщать въ этомъ органѣ свои каталоги, проспекты, прейс-куранты, равнымъ образомъ и всѣ свѣдѣнія, которыя они находятъ полезнымъ публиковать по разнымъ вопросамъ своей спеціальности — о важности ихъ фабричныхъ издѣлій, о достоинствахъ послѣднихъ, о болѣе важныхъ или замѣчательныхъ работахъ, которыя они исполнили.

7) *Бюро справокъ относительно эмиграціи.* Это важное бюро, поставившее своею задачею собирать и доводить до свѣдѣнія заинтересованныхъ лицъ всѣ данные, благопріятныя и неблагопріятныя, относительно условій эмиграціи въ страны Новаго свѣта, основано министерствомъ иностранныхъ дѣлъ и подчинено вѣдѣнію дирекціи музея. Для того, чтобы дать болѣе широкое распространеніе этого рода свѣдѣніямъ, правительство основало въ главныхъ мѣстахъ провинціи отдѣленія — бюро, гдѣ публика приглашается собирать точныя указанія и документы, относящіеся къ эмиграціи. Документы эти доставляются департаментомъ иностранныхъ дѣлъ, который передаетъ ихъ музею тотчасъ, какъ только получаетъ ихъ отъ консуловъ. Такое же бюро по эмиграціи, касающееся исключительно провинціи бельгійской, Брабанта, присоединено къ коммерческому музею, въ виду благопріятнаго мѣстонахожденія музея въ Брюсселѣ, въ центрѣ столицы и въ близкомъ разстояніи отъ двухъ главныхъ вокзаловъ.

Несомнѣнная польза для разнаго рода практическихъ предпріятій сосредоточить въ одномъ учрежденіи возможно большее число справочныхъ органовъ, находящихся въ вѣдѣніи одного опредѣленного служебнаго персонала, понудила правительство учредить въ музѣ, кромѣ указанныхъ, еще нѣсколько другихъ важныхъ бюро, которыя выполняютъ легко и удобно многія полезныя справки, какими снабжаетъ ихъ, собственно говоря, тотъ же коммерческій музей, каковы, напримѣръ, а) бюро справокъ относительно бельгійскихъ подрядовъ и стоимости транспорта товаровъ и таможеннаго тарифа; эти два бюро находятся въ вѣдѣніи министерства желѣзныхъ дорогъ, почты и телеграфовъ; б) бюро справокъ по секціи сельскаго хозяйства, подчиненное министерству земледѣлія, промышленности и публичныхъ работъ.

8) *Бюро бельгійскихъ подрядовъ.* Оно сообщаетъ интересующимся всѣ необходимыя справки по предмету подрядовъ въ столицѣ, въ провинціи и предложеныхъ значительными частными обществами. Смѣты, оцѣнки, условія и даже модели не особенно громоздкихъ предметовъ находятся въ музѣ и могутъ быть осмотрѣны посѣтителями. Кромѣ того, здѣсь можно получать, за особую плату, воспроизведенія, копіи плановъ и предложеній, равно какъ и смѣты различныхъ министерскихъ департаментовъ. Раньше, до учрежденія при музѣ этого бюро, промышленники, въ каждомъ отдельномъ случаѣ, должны были для полученія необходимыхъ свѣдѣній обращаться къ служащимъ того или другаго департамента, что представляло для обѣихъ сторонъ немалыя стѣсненія. Централизація всѣхъ относя-

шихся къ этому дѣлу документовъ въ коммерческомъ музѣ представляемъ огромную выгоду для правительства, привлекая возможно большее число конкурентовъ-подрядчиковъ для участія въ важныхъ и цѣнныхъ торгахъ.

9) *Бюро свѣдѣній, специально относящихся къ транспорту товаровъ и таможенному тарифу.* Задача этого органа музея сводится къ тому, чтобы своевременно и точно давать публикѣ свѣдѣнія: 1) о цѣнахъ и условіяхъ транспорта товаровъ по желѣзной дорогѣ и водою по всѣмъ направленіямъ; 2) о пароходахъ и судахъ какъ бельгійскихъ, отправляющихся въ другія страны съ портовъ Бельгіи, такъ и о службахъ навигаціи иностранныхъ; 3) о правахъ и главныхъ положеніяхъ таможень при входѣ и въвозѣ товаровъ въ различные страны; 4) о часахъ отхода и прибытія желѣзнодорожныхъ поѣздовъ, что позволяетъ негоціанту точно опредѣлить время правильного перемѣщенія товаровъ по желѣзной дорогѣ. Для того, чтобы удовлетворить, не теряя времени и съ возможною точностью, такъ необходимою въ этихъ случаяхъ, всѣмъ требованіямъ и запросамъ лицъ, адресующихся въ музей, бюро отвѣтаетъ немедленно желающимъ не только лично при посѣщеніи ими музея, но и письменно въ формѣ установленныхъ меморандумовъ, такъ какъ оно непосредственно получаетъ отъ разныхъ администрацій и компаний желѣзныхъ дорогъ бельгійскихъ и иностранныхъ точныя свѣдѣнія.

10) *Музей сельского хозяйства.* Бельгія въ послѣдніе годы переживаетъ, какъ и другія европейскія государства, значительный земледѣльческій кризисъ, съ которымъ связано возвышение цѣнъ на

зерновые продукты. Чтобы, по мѣрѣ возможности, уменьшить дѣйствіе этого экономического общественного затрудненія, бельгійское правительство съ нѣкотораго времени употребляетъ всѣ зависящія отъ него средства для поднятія и развитія другихъ отраслей промышленности страны, которыя бы могли быть утилизированы съ болѣе легкими и выгодными условіями, нежели производство зерна. Справедливость требуетъ отмѣтить, что стремленія правительства не остаются безъ должныхъ результатовъ; въ послѣднее время культура фабричного и заводскаго производства, садоводство и огородничество, выращивание скота, птицеводство и молочные скопы сдѣлали весьма значительные успѣхи. Названное отдѣленіе музея, основанное въ 1894 г., поставило для себя главнѣйшую заботою содѣйствовать оживленію экспорта продуктовъ молочныхъ фермъ и птицеводства. Негоціанты, интересующіеся этимъ отдѣленіемъ, находятъ здѣсь образцы овощей, фруктовъ, образцы домашней птицы, яицъ и друг. предметы, наиболѣе требуемые главными заграничными рынками; кроме того, они знакомятся здѣсь съ лучшими способами упаковки, а равно и со всѣми свѣдѣніями о специальныхъ условіяхъ, выполненіе которыхъ необходимо по требованіямъ рынка, куда направляется товаръ. Овощи и птицы, препарированныя соответственно обычаямъ даннаго чужеземнаго рынка, и другіе продукты, которые не могутъ быть сохранямы долгое время въ натуральномъ видѣ, воспроизведены или въ видѣ чучель, или въ видѣ моделей, или, наконецъ, въ видѣ консервовъ.

11) *Бюро свѣдѣній о посѣтителяхъ музея.* Если легко составить точное понятіе, основанное на статистическихъ данныхъ, о тѣхъ результатахъ, какихъ достигаютъ своею дѣятельностію коммерческіе музеи, совершающіе самыя торговыя сдѣлки, то музею, который ограничивается во всѣхъ своихъ операціяхъ указаніемъ промышленнику и негоціанту лишь наиболѣе надежныхъ и вѣрныхъ путей къ подъему ихъ предпріимчивости, выяснить эти результаты не только трудно, но и положительно невозможно; а такимъ именно и является коммерческій брюссельскій музей. Каждый негоціантъ, озабоченный установить, по возможности, продолжительныя и выгодныя отношенія съ опредѣленнымъ иностраннѣмъ рынкомъ, считаетъ для себя болѣе полезнымъ сохранять въ тайнѣ все, касающееся его торговыkhъ операцій, чтобы не возбудить въ комъ-либо желанія конкурировать съ нимъ. Музей, такимъ образомъ, бываетъ освѣдомленъ о результатахъ всѣхъ своихъ указаній только въ тѣхъ исключительныхъ случаяхъ, когда предпріятія, начатыя по совѣтамъ и объясненіямъ музея, привели негоціанта къ благопріятному и полному окончанію. Однако, есть одинъ показатель, позволяющій до извѣстной степени оцѣнить всѣ услуги, даваемыя музеемъ дѣятелямъ торговли и индустріи бельгійской, — онъ состоить въ твердо установленвшемся обычая публики ежеминутно обращаться за всѣми справками, которыя находятся въ распоряженіи музея. Статистика ежедневныхъ посѣтителей даетъ по этому вопросу весьма внушительныя данныя, не оставляющія ни малѣйшаго сомнѣнія, что музей постепенно развивается, цѣнится обществомъ, и

дѣятельность его приносить государству и его экономическому преуспѣянію несомнѣнную услугу.

Слѣдующія цифры даютъ читателю наглядное понятіе о постепенномъ возрастаніи дѣятельности учрежденія: въ 1884 г. посѣтителей было—13,567, въ 1885 г.—14,867; въ 1886 г.—16,842; въ 1887 г.—17,187; въ 1888 г.—18,732; въ 1889 г.—23,203; въ 1890 г.—24,801; въ 1893 г.—38,124; въ послѣдніе годы эта цифра возвышается до 45 тысячъ.

Содержаніе музея, не считая жалованья личному персоналу его и расходовъ по устройству и ремонту помѣщенія, равняется 20,000 франковъ въ годъ.

Б) Ближайшимъ подражаніемъ брюссельского музея является *коммерческий музей* (*Musée commercial*) во *Франкфуртъ-на-Майнѣ*. Онъ основанъ въ 1885 году Торговой Палатой, отъ которой получаетъ и субсидію, въ значительной мѣрѣ обеспечивающую его содержаніе. Подобно брюссельскому музею, онъ также не принимаетъ на себя никакихъ коммерческихъ сдѣлокъ. Цѣль его—содѣйствовать подъему торговыхъ оборотовъ страны съ государствами новаго свѣта, показывая промышленникамъ и негоціантамъ германскимъ образцы мануфактурныхъ издѣлій, проданныхъ въ тѣхъ государствахъ конкурирующими націями, равнымъ образомъ и сырье продукты, которые для Германіи было-бы интересно получать непосредственно изъ самыхъ мѣстностей ихъ производства.

Сверхъ коллекцій, собранныхъ агентами и консулами Имперіи и снабженныхъ точными и обстоятельными объясненіями, относительно цѣнъ

товаровъ, количества и качества ихъ производства, упаковки, различныхъ расходовъ и проч., музей располагаетъ также другими важными вспомогательными учрежденіями для пропаганды практическихъ коммерческихъ знаній среди дѣятелей торговаго міра, — а именно — бюро для справокъ и заломъ для чтенія съ богатымъ подборомъ журналовъ, газетъ и сочиненій, посвященныхъ разработкѣ торговыхъ и политico-экономическихъ вопросовъ.

Есть, однако, и особенности рассматриваемаго музея, въ отличіе отъ брюссельскаго. Одна изъ нихъ состоить въ томъ, что музей, при помощи специального своего бюро, сообщаетъ публикѣ детальныя свѣдѣнія, относительно дипломовъ за изобрѣтенія, выдаваемыя какъ правительствомъ германскимъ, такъ и за-границею; вторую-же особенность его составляетъ то, что промышленники франкфуртскаго района могутъ помѣщать на выставкѣ музея произведенія своихъ, мѣстныхъ, фабрикацій. Дирекція, впрочемъ, всегда оставляетъ за собою право принимать или отказывать на предложенія лицъ, представляющихъ свои продукты.

Коммерческій Франкфуртскій музей помѣщается въ зданіи биржи и занимаетъ галлерею, которою окружены огромный биржевой залъ. Посѣтители платятъ за каждый отдельный входъ 50 пфенниговъ.

3) Сюда же можетъ быть отнесенъ *коммерческий музей въ Льежѣ*. Онъ состоитъ изъ двухъ секцій: 1) секціи импорта, которая заключаетъ въ себѣ образцы съѣстныхъ припасовъ и сырыхъ продуктовъ, а также полуобработанныхъ товаровъ иностранного производства; 2) секціи экспорта, пред-

ставляющей коллекціи образцовъ промышленныхъ предметовъ, проданныхъ чужеземными поставщиками заграницей; она имѣеть цѣлью дать наглядное указаніе бельгійскому промышленнику, могутъ ли подобныя издѣлія быть производимы въ районѣ Льежа. Образцы, непосредственно присланые заморскимиnegoціантами, выставляются бесплатно, съ именемъ экспоната.

Музей Льежа не совершаеть никакихъ коммерческихъ сдѣлокъ. До послѣдняго времени онъ помѣщался въ зданіи прежней префектуры, на улицѣ Феронстрѣ, принадлежащемъ городу. Въ настоящее время Торговая Палата, которая и основала музей въ 1886 году, и которая даетъ значительную субсидію на его содержаніе, озабочена перевести его въ помѣщеніе, болѣе отвѣчающее его важному общественному назначенію.

4) Къ этой-же категоріи слѣдуетъ отнести многіе *областные коммерческие музеи во Франціи*, въ основу которыхъ положены главнѣйшіе элементы организации брюссельского музея. Собственно, Франція не имѣеть центрального торгово-промышленного музея на такихъ широкихъ солидныхъ основаніяхъ, какъ музеи другихъ государствъ западной Европы, если не считать таковымъ «Musée commercial de la Bourse de commerce de Paris». Это незначительное учрежденіе основано недавно обществомъ парижскихъ коммерсантовъ. Денежная субсидія, о которой общество ходатайствовало предъ министерствомъ торговли для учрежденія и устройства этого музея, не была разрѣшена правительствомъ. Правда, музей имѣеть уже достаточно разнообразную коллекцію французскихъ и иностранныхъ товаровъ, а также

залъ для чтенія и справокъ. Учрежденіе функционируетъ, главнымъ образомъ, въ видѣ посредничества по продажѣ и покупкѣ продуктовъ, представленныхъ ему на комиссію. Ставить его въ параллель съ брюссельскимъ коммерческимъ музеемъ было бы забавной и праздной ироніей. Но вопросъ объ учрежденіи въ Парижѣ солиднаго центральнаго торгово-промышленнаго музея уже давно составляетъ предметъ заботъ и вниманія правительства, и можна надѣяться, что въ скоромъ времени онъ будетъ проведенъ въ сферу дѣйствительной жизни. Министръ торговли еще въ 1883 году 11-го Сентября вошелъ въ торговыя парижскія палаты съ особымъ циркуляромъ, въ которомъ онъ предлагаетъ немедленно подвергнуть всестороннему обсужденію вопросъ о благовременности открытия центральнаго коммерческаго музея во французской республикѣ. Въ ноябрѣ того же года собрана была специальная комиссія по данному дѣлу и не замедлила представить проектъ всѣхъ мѣръ, необходимыхъ для основанія центральнаго музея и его областныхъ отдѣленій. Докладъ, представленный 15 марта 1884 года помянутой комиссией на имя министра торговли, заключалъ въ себѣ, кромѣ объяснительныхъ записокъ и «Проектъ организаціи коммерческихъ музеевъ во Франціи», который и послужилъ главнымъ основаніемъ для учрежденія музеевъ, появившихся спустя не много времени въ разныхъ мѣстахъ французской республики. Программа этихъ областныхъ музеевъ во многихъ отношеніяхъ близко подходитъ къ программѣ брюссельского коммерческаго музея. Расходы по содержанію музеевъ пополняются мѣстными учрежденіями—торговыми палатами, промыш-

ленными обществами, разными торговыми синдикатами или городами, которые содѣйствовали основанию музея и которые, поэтому, считаются ихъ хозяевами и собственниками. Находящіяся въ этихъ музеяхъ коллекціи образцовъ предметовъ импортной, или экспортной торговли разныхъ чужеземныхъ рынковъ, доставленныхъ имъ большею частью министерствомъ торговли, часто ограничиваются такими продуктами, которые представляютъ специальный мѣстный интересъ. Нѣкоторые музеи помѣщаются на выставкахъ и образцы продуктовъ полеводства и мѣстной промышленности. Коммерческие музеи, открытые во Франціи и Алжирѣ, утверждены министерствомъ торговли. Они находятся въ слѣдующихъ мѣстностяхъ: Лилль, Эльбекъ—(въ департаментѣ Нижней Сены, на рѣкѣ Сенѣ), Руанъ, Алансонъ, Амьенъ, Ангулемъ, Авиньонъ, Дункехинъ, С. Назарѣ, Филиппвилль и въ другихъ городахъ.

Многія торговые палаты, заграницею, какъ, напримѣръ, французская палата въ Сантъ Яго, Шарлеруа и др., выставляютъ коллекціи образцовъ французскихъ товаровъ, имѣющія своимъ назначениемъ содѣйствовать оживленію въ сбыте национальныхъ продуктовъ.

Большая часть областныхъ французскихъ музеевъ была помѣщена на всемірной выставкѣ въ секціи технического образования съ отчетами и фотографіями.

5) *Музей коммерческий въ Туринѣ, въ Италии*, часть котораго фигурировала также на Парижской выставкѣ 1900 года. По своей организаціи музей также мало отличается отъ музея брюссельского. Онъ

основанъ въ 1884 г. министерствомъ торговли и промышленности. Въ немъ помѣщены коллекціи продуктовъ импорта и экспорта иностранныхъ государствъ, а также бюро справокъ и библіотека для чтенія. Образцы музея большею частью собраны и доставлены музею дипломатическими агентами и консулами, торговыми итальянскими палатами заграницею, и въ нѣкоторыхъ случаяхъ, правда, рѣдко имѣвшихъ мѣсто въ дѣйствительности, частными лицами.

6) По многимъ существеннымъ совпаденіямъ съ организаціей брюссельского музея, необходимо отнести къ той же группѣ и знаменитый своею плодотворной и разносторонней дѣятельностію на пользу развитія австро-венгерской промышленности и торговли *Вѣнскій государственный торговый музей.* (Kaiserlich—Königlich Oesterreichisches Handelmuseum). Въ своеемъ настоящемъ видѣ онъ существуетъ всего 13 лѣтъ; но первоначальная исторія его возникновенія относится къ первой половинѣ семидесятыхъ годовъ. Еще въ 1874 году частное коммерческое общество, при незначительной денежной поддержкѣ со стороны государства, основало въ Вѣнѣ «Восточный музей», поставившій для себя задачею поддерживать развитіе торговыхъ сношеній австро-венгерской монархіи съ соѣдними государствами Европы, лежащими на востокѣ, и съ восточной Азіей. Географическое положеніе особенно благопріятствовало Австріи въ установлениіи связей съ Балканскимъ полуостровомъ и съ Турціей, что хорошо объясняетъ и принятую на себя музеемъ опредѣленную задачу. Организація его вполнѣ отвѣчала намѣченнымъ цѣлямъ и прежде всего вырази-

лась въ подборѣ и выставкѣ коллекцій этнографическихъ, промышленныхъ издѣлій художественной индустріи и сырыхъ матеріаловъ Востока, а также въ выставкѣ образцовъ товаровъ европейскихъ, проданныхъ на тѣхъ же рынкахъ. Въ 1887 г. этотъ музей, преслѣдовавшій ограниченную задачу сношенія съ Востокомъ, былъ преобразованъ въ музей торгово-промышленный въ широкомъ значеніи слова; сохранивъ отъ восточного музея наслѣдіе, въ видѣ коллекцій этнографическихъ и промышленныхъ предметовъ восточной индустріи, онъ вмѣстѣ съ этимъ расширилъ свою программу выставкою образцовъ товаровъ импорта и экспорта, собранныхъ во всѣхъ частяхъ свѣта. Коллекціи эти доставлены агентами дипломатического института и австро-венгерскими консулами, а также корреспондентами, получающими отъ музея опредѣленный гонораръ, и другими лицами, находящимися въ распоряженіи Общества на главныхъ чужеземныхъ рынкахъ. Кромѣ коллекцій образцовъ, музей располагаетъ другими учрежденіями и пріемами для распространенія коммерческого образованія, которыя обращаютъ на себя особенное вниманіе. Они состоятъ въ слѣдующемъ:

1) Залъ для чтенія и библіотека, въ составѣ которой, кромѣ журналовъ австрійскихъ и иностранныхъ, занимающихся разработкой вопросовъ промышленно-экономической жизни, находится весьма разнообразный подборъ брошюръ и монографій по предметамъ торговли и промышленности.

2) *Издание журналовъ*, какъ, напримѣръ, *Das handels Museum*; еженедѣльное изданіе, которое имѣть огромный кругъ читателей между негоціантами и

промышленниками монархіи; въ своихъ прибавленіяхъ онъ публикуетъ донесенія австро-венгерскихъ консуловъ; *Oesterreichische Monatsschrift für der Orient*; мѣсячный журналъ, дающій свѣдѣнія этнографической, географической и промышленныхъ, касающіяся странъ Востока; *Export Jahrbouch*, обозрѣніе за истекшій годъ всѣхъ операций вънѣшней торговли Австро-Венгрии; *Zoll-Compas*; годовая публикація тарифовъ таможенныхъ въ странахъ, съ которыми Имперія входитъ въ торговыя сношенія. Въ 1894 г. музей издалъ подъ названіемъ «*Orientalische Tepische*» весьма интересный альбомъ, украшенный многочисленными художественными рисунками, относящимися къ производству ковровыхъ изделий на Востокѣ.

3) *Бюро справокъ* относительно вънѣшней торговли, казенныхъ подрядовъ, таможенныхъ пошлинъ и разныхъ расходовъ, связанныхъ съ перемѣщеніемъ товаровъ. Сюда-же относится и справочное бюро, учрежденное торговой вѣнской палатой въ 1886 г., которое также имѣеть своею задачею приходить на помощь въ дѣлѣ развитія экспортной австрійской торговли. Оно выполняетъ слѣдующія службы: а) снабжаетъ австрійскіе торговые дома точными свѣдѣніями о состоятельности иностраннѣхъ коммерческихъ фирмъ; б) даетъ публикѣ документальныя и своевременные указанія о банкротствахъ, произошедшихъ въ торговыхъ сферахъ странъ заморскихъ и восточныхъ; в) указываетъ иностраннѣхъ адвокатовъ, для взысканія запоздалыхъ платежей и вообще для веденія тяжебныхъ процессовъ въ тѣхъ мѣстахъ, где объявлены банкротства; г) неуклонно и зорко слѣдить за образомъ дѣйствій и за ходомъ всѣхъ торговыхъ операций въ извѣст-

ныхъ категоріяхъ коммерческихъ домовъ на иностранномъ рынке. Свѣдѣнія по вопросамъ о состоятельности и кредитоспособности обыкновенно сообщаются сначала Коммерческой Палатѣ совершенно конфиденціально чиновниками австрійского консульского института, и негоціанты уплачиваютъ Палатѣ известный гонораръ за справки, которыя передаются имъ также конфиденціально.

4) Музей организуетъ періодически въ Вѣнѣ и въ разныхъ районахъ провинціи коммісії и конференції, для обсужденія вопросовъ экономическихъ, коммерческихъ и географическихъ. Сюда же нужно отнести и часто употребляемый музеемъ обычай— устраивать публичныя лекціи по предметамъ, представляющимъ важный современный интересъ для представителей торгово-промышленного міра. Такъ, 20 Сентября, 1899 года въ Вѣнѣ предъ обширной аудиторіей, состоявшей, главнымъ образомъ, изъ австрійского купечества, прочитана была лекція, посвященная изслѣдованію Россіи, какъ важного рынка для экспортной торговли Австріи секретаремъ австрійского промышленного ферейна, докторомъ Кобатчемъ, послѣ совершенной въ томъ же году при его участіи, въ составѣ 30 членовъ австрійского музея, торгово-промышленной экспедиціи въ разные торговые пункты нашего отечества.

5) Музей быстро устраиваетъ временные выставки образцовъ національныхъ издѣлій и продуктовъ, а также, при выставкахъ, и бюро со всевозможными указаніями, разъясненіями и справками въ тѣхъ странахъ, гдѣ, по его разсчету, можно имѣть шансы на значительный сбытъ австрійскихъ товаровъ. Такъ въ 1892 году, какъ мы

видѣли въ началѣ нашей статьи, пользуясь момен-
томъ нарушенныхъ политическихъ отношеній между
Франціей и Швейцаріей изъ-за таможенного столк-
новенія, вѣнскій музей не замедлилъ съ своей сто-
роны сдѣлать все, чтобы обратить въ свою пользу
этотъ разрывъ помянутыхъ государствъ и ознаком-
ить Швейцарію со всѣми преимуществами полу-
чать товары не изъ Франціи, а изъ рукъ австрій-
ского промышленника и негоціанта.

б) Выставки товарныхъ коллекцій музея быва-
ютъ открыты для публики только въ извѣстные
періоды времени. Музей весьма часто тотъ или
другой значительный отдѣлъ посыпаетъ въ *центры
австрійской промышленности*, которые могутъ специ-
ально интересоваться предметами даннаго отдѣла.
Такими пунктами являются, по преимуществу, тѣ,
откуда поступаютъ требованія новыхъ коллекцій
или указанія и разъясненія относительно образ-
цовъ, которыми слѣдовало-бы дополнить коллекціи,
уже находящіяся въ музѣ. Кромѣ того, музей не-
редко устраиваетъ временные выставки неподалеку
отъ коммерческихъ или профессиональныхъ школъ
внутри страны. Эти выставки, въ видѣ художе-
ственныхъ моделей, рисунковъ или образцовъ раз-
ныхъ издѣлій, какъ, напримѣръ, мебели, фарфора,
фаянса, кристалла, бронзы и другихъ иностранн-
ыхъ произведеній, замѣчательныхъ или по своей
художественной формѣ, или по законченности от-
дѣлки или исполненія,—могутъ служить средствомъ
воспитанія въ учащихся изящнаго вкуса, а также
для развитія ихъ ловкости въ ручномъ трудѣ. Но
задача музея въ этомъ случаѣ не ограничивается
только одними воспитательными интересами. Какъ

руководители школы, такъ промышленники и фабричные мастера, посѣщающіе выставку, приглашаются имитировать выставленные художественные образцы, и такимъ образомъ вносить въ практику производства возможно-лучшія, тонкія усовершенствованія.

7) Но въ ряду всѣхъ учрежденій, которыми располагаетъ вѣнскій торговый музей, для выполненія принятой на себя важной государственной задачи, въ смыслѣ возможнаго содѣйствія къ подъему международныхъ сношеній, въ интересахъ развитія національной торговли и промышленности, безспорно, самое видное мѣсто принадлежитъ замѣчательному *институту агентуры*. Онъ учрежденъ для ближайшаго изслѣдованія чужеземнаго рынка, путемъ устройства коллективныхъ торговыхъ экспедицій, командировокъ отдельныхъ коммивояжеровъ, учрежденія наблюдательныхъ органовъ, постоянно обитающихъ въ разныхъ мѣстахъ изучаемаго рынка и. т. п. Чтобы составить себѣ понятіе о характерѣ и главныхъ функцияхъ этого важнаго, плодотворнаго по своей дѣятельности, учрежденія вѣнскаго музея, мы на минуту остановимся на нѣкоторыхъ сообщеніяхъ профессора Янжула, помѣщенныхъ имъ въ «Экономическомъ Обозрѣніи», іюль, 1900 г. въ интересномъ очеркѣ подъ заглавіемъ «Австрійская торгово-промышленная экспедиція въ Россію», — очеркѣ, составленномъ авторомъ на основаніи официального доклада торгово-промышленному обществу членомъ экспедиціи, секретаремъ названного общества, г. Кобатчемъ. Названная экспедиція, въ составѣ 30 человѣкъ, прибыла къ русской границѣ 25 мая 1899 г. и вернулась въ Вѣну 16 іюня; слѣдовательно,

продолжалась три недѣли. За это время она успѣла побывать въ *Лодзи*, гдѣ осматривала обширную мануфактуру Шейблера, Дессермента, Генслера и др.; въ *Варшавѣ*, привлекшой ея вниманіе фабрикою машиностроительною и вагонною Лильпона и Рау; — и Жирадовской мануфактурой, о которой въ своемъ докладѣ г. Кобатчъ даетъ восторженный отзывъ, какъ обѣ учрежденіи, для котораго не опасна никакая иностранная конкуренція, при его годовомъ оборотѣ въ 8,000,000 руб. и при весьма значительномъ размѣрѣ переработываемаго матеріала — льна, потребляемаго фабрикою до 150,000 пудовъ въ годъ, съ расходомъ 1,500,000 руб. на однихъ рабочихъ, число которыхъ достигаетъ въ настоящее время до 8,500 человѣкъ; въ *Ригѣ*, въ которой она побывала на нѣсколькихъ фабрикахъ и въ которой, благодаря нѣмецкому характеру города, «она почувствовала себя, какъ дома»; въ *Петербургѣ*, заинтересовавшемъ ее фабрикою акціонернаго металлургического общества, а также фабриками — бумажной Небе и кожевенного производства Брусицына; въ *Москвѣ*, гдѣ съ интересомъ она осмотрѣла шелковую фабрику Сапожниковыхъ, экипажную фабрику Арбатскаго, обойную фабрику Кротова и обширную фабрику Жиро: въ *Кievѣ*, гдѣ она посѣтила сахарный заводъ и механическій, приготовляющій машины для сахарныхъ заводовъ; и наконецъ, въ *Одессѣ*, внушившей ей особенно теплые симпатіи знакомствомъ съ крупными представителями торговаго міра и многими полезными для нея советами и указаніями мѣстнаго жителя, ея соотечественника, Г. Шварцкопфа, близко знающаго Россію и весь внутренній механизмъ русской

производительности и русской торговли. Изъ частыхъ собесѣданій съ ея помянутымъ землякомъ выяснились весьма важные и интересные для нея вопросы о важности организаціи постоянной торговой агентуры въ Россіи, для развитія экспорта австрійской промышленности, о значеніи, такъ называемой, экспортной академіи и торговаго образованія для коммивояжеровъ и купеческихъ атташе при консульствахъ и посольствахъ, о необходимыхъ измѣненіяхъ въ формахъ консульскихъ донесеній, о желѣзнодорожныхъ и водяныхъ тарифахъ Австріи, въ сравненіи съ другими конкурирующими государствами и т. д. Изобразивъ въ яркихъ чертахъ картину современного состоянія экономической жизни Россіи, въ особенности въ нѣкоторыхъ отрасляхъ ея промышленной дѣятельности, гдѣ, по преимуществу, выразилась ея производительная сила, ея промышленная культура, какъ, напримѣръ, обработка волокнистыхъ веществъ, полотняная промышленность, обработка шерсти, машиностроительное дѣло, огромное производство желѣза и угля, какъ условіе всѣхъ дальнѣйшихъ промышленныхъ успѣховъ Россіи, членъ экспедиціи, Кобатчъ, переходитъ къ обзору огромнаго ввоза въ наше отчество различныхъ иностранныхъ товаровъ, простиравшихся въ 1898 г. до колоссальной стоимости на 560,000,000 руб., главными поставщиками котораго являются Германія (180 мил.), Англія (100 мил.), Соединенные Штаты (50 мил.), и на четвертомъ мѣстѣ Австро-Венгрія на ряду съ Франціей — по 20 мил. Ясно, съ одной стороны, что потребности Россіи далеко превышаютъ развитіе ея производительности, и съ другой, что для

Австрійской предпріимчивости предстоить здѣсь еще широкое поле дѣятельности, если она на русскомъ рынкеъ пожелаетъ дѣйствовать съ тѣмъ-же умѣніемъ и съ той энергией, какъ и другіе ея европейскіе соперники. Что-же Австрія могла-бы давать русскому рынку? Дамскія платья, наряды и предметы украшеній до сего времени находятся въ рукахъ нѣмцевъ; между тѣмъ товары этого рода австрійского производства не ниже, а положительно выше германскихъ и сравнительно дешевле; russkie любятъ хорошо поѣсть и попить; можно думать, что они оцѣнили-бы по достоинству прекрасные австрійскіе напитки — пиво, вино, минеральныя воды, если-бы австрійцы повели дѣло экспорта умно и энергично, и проч. Въ общемъ результатѣ Г. Кобатчъ приходитъ къ слѣдующимъ двумъ главнымъ положеніемъ: 1) Кто хочетъ понимать поэта, тотъ долженъ, какъ говорить поговорка, посѣтить страну поэта; то же самое приложимо къ знакомству съ культурой, экономическими отношеніями страны и ихъ оцѣнкой; чтобы хорошо торговаться въ чужой странѣ, нужно ее хорошо изучить; 2) краткимъ евангеліемъ каждого разумнаго негоціанта должно служить правило продавать первостепенные по качеству товары, блюсти маленькую пользу, самую тщательную добросовѣстность въ исполненіи договора, не допускать ни малѣйшей разницы между образцомъ и доставляемымъ товаромъ, и при этихъ существенныхъ условіяхъ настойчиво и терпѣливо стремиться къ развитію большихъ и большихъ торговыхъ оборотовъ. Нужно замѣтить, что названная экспедиція не была первымъ опытомъ Австріи въ смыслѣ изученія Россіи, какъ важнаго

желательного рынка для австрійского экспорта. Еще въ апрѣлѣ 1897 г. Музей командировалъ одного изъ своихъ членовъ, Юлія Бема, въ разныя мѣста Россіи для изученія торговыхъ обычаевъ и характера русскаго купца. Извлекаемъ изъ отчета Бема наиболѣе интересныя данныя. Кто и каковъ русскій купецъ? По своей натурѣ онъ мелкій торговецъ, ловкій и сноровистый съ своимъ покупателемъ; къ оптовой торговлѣ онъ не имѣеть ни склонности, ни нужнаго развитія. Онъ и не подозрѣваетъ, сколько долженъ учиться и какъ много обязанъ знать современный купецъ въ Европѣ, чтобы удовлетворить своимъ задачамъ. О какихъ-либо расчетахъ и соображеніяхъ на широкую ногу--о курсѣ, о веденіи книгъ онъ большею частію не имѣеть никакого представлениія. Для совершенія торговыхъ сдѣлокъ съ русскимъ купцомъ требуется особенная осмотрительность и сноровка. Поэтому, въ виду организаціи института комми-вояжеровъ, Бемъ отнюдь не совѣтуетъ посыпать въ Россію агентовъ неопытныхъ и въ своеімъ усердіи слишкомъ поспѣшныхъ молодыхъ людей. Россія представляеть опасную почву для малоосмотрительныхъ продавцевъ, и удовольствія, которымъ въ ней посвящаютъ очень много времени и часто ночи, легко могутъ дать поводъ молодымъ людямъ перейти должностную границу сдержанности и благоразумія. Наилучшимъ торговымъ агентомъ въ Россіи долженъ почитаться мужчина среднихъ лѣтъ, очень здоровый и жизнерадостный. Русскіе и живущіе въ Россіи иностранцы любятъ хорошо и обильно покушать: коньякъ, водка, чай, огромное потребленіе папиросъ и долгое вечернее разсиживаніе въ веселой companіи составляютъ

элементы, которымъ агентъ, желающій успѣшно вести свои коммерческія сдѣлки, долженъ умѣть удовлетворять. Еще съ давнихъ временъ русскій купецъ любить всякую сдѣлку «спрыснуть» и приглашеніе на невинную чашку «чаю» обыкновенно изображаетъ собою разнообразнѣйшее лукулловское объяденіе и выпиваніе. Въ русскомъ ресторанѣ, такъ называемомъ, трактирѣ, большою частью и совершаются всякия сдѣлки, и настоящаго *русскаго*, собственно говоря, купца чаще можно найти въ трактирѣ, нежели въ его конторѣ. Уклониться или отказаться отъ предложения выпить «чайку» значитъ нанести русскому оскорблѣніе; кто-же съ нимъ бражничаетъ, къ тому онъ становится расположень, и кто этимъ способомъ заслужить любовь, того ужъ конкурентъ не легко вытѣснить, хотя бы предлагалъ товаръ за болѣе дешевую цѣну. Въ дальнѣйшей характеристикѣ русскаго торговаго человѣка, онъ даетъ въ заключеніе слѣдующее интересное о немъ мнѣніе: «руsskій человѣкъ консервативенъ въ своихъ торговыхъ отношеніяхъ, и трудно вытѣснить, поэтому, его прежняго поставщика; но затѣмъ, разъ это удалось, можно разсчитывать на него, какъ на вѣрнаго и постояннаго покупателя. Разумѣется, надо запастись выдержкой и терпѣніемъ и не ожидать въ трудномъ дѣлѣ скораго выигрыша. Въ выводахъ своихъ Бемъ приходитъ къ тому, что «стоить подумать и поработать, какъ наиболѣе получить мѣсто на огромномъ русскомъ рынке», что необходимо австрійскимъ промышленникамъ и негоціантамъ сообща заняться вопросомъ пріобрѣтенія совмѣстными усилиями русскаго рынка, тща-

тельно изучая его потребности, обычаи, вкусъ (торговые музеи, Янжулъ). Вѣнскій музей управляется извѣстнымъ кругомъ представителей купеческаго общества, состоящимъ изъ членовъ-основателей, членовъ дѣйствительныхъ, почетныхъ членовъ и членовъ-корреспондентовъ. Къ этому государственному учрежденію, въ виду его плодотворной дѣятельности, само правительство относится съ явнымъ сочувствіемъ. Такъ, при общемъ бюджетѣ въ годъ по содержанію музея 52—54 тысячи флориновъ, одна правительственная субсидія простирается до 40 тысячъ флориновъ.

Директоръ музея утверждается императоромъ австрійскимъ, по представленіи министра торговли; его права и обязанности точно опредѣлены регламентомъ, выработаннымъ комитетомъ общества, и, по разсмотрѣніи, утверждены тѣмъ же министромъ. Къ музею прикомандированъ особый чиновникъ министерства торговли съ определеннымъ назначениемъ сообщать свѣдѣнія относительно таможенныхъ тарифовъ и послѣднихъ отчетовъ по коммерческимъ оборотамъ страны.

2) Ко второй категоріи общественныхъ музеевъ принадлежать тѣ, которые содѣйствуютъ развитію торговыхъ оборотовъ страны путемъ постоянныхъ выставокъ исключительно своихъ національныхъ произведеній. Сюда относятся:

а) *Export Musterlager* въ Штутгартѣ. Онъ представляетъ собою постоянную выставку вюртембергскихъ продуктовъ, назначеніе которой состоитъ въ сообщеніи иностраннымъ покупателямъ и важнымъ германскимъ экспортнымъ домамъ всѣхъ нужныхъ свѣдѣній, относительно всѣхъ родовъ то-

варовъ, которые могутъ быть доставлены вюртембергскими производителями. Онъ основанъ обществомъ промышленниковъ и негоціантовъ въ 1882 г. и долженъ быть разматриваемъ, какъ типъ агентуры германской экспортной торговли. Члены *Musterlager'a*, число которыхъ въ настоящее время опредѣляется цифрою 450, платятъ извѣстную годовую плату (25 марокъ) за право располагать однимъ квадратнымъ метромъ для выставки своихъ образцовъ, прейсъ-курантовъ, проспектовъ и проч. Тѣ изъ нихъ, которые пожелали-бы имѣть въ своемъ распоряженіи болѣе значительное помѣщеніе для своего отдѣла, взносятъ соотвѣтственную дополнительную плату. Кромѣ того, *Musterlager* удерживаетъ въ свою пользу отъ 2 до 5%, смотря по роду товаровъ и по важности торговыхъ оборотовъ, за каждую коммерческую сдѣлку, совершенную негоціантомъ съ иностраннымъ покупателемъ при его посредствѣ.

Дирекція музея зорко слѣдить, чтобы выставленные товары показывались только дѣйствительнымъ покупателямъ, а не тѣмъ посѣтителямъ, которые, подъ видомъ торговой сдѣлки, имѣютъ скрытую цѣль развѣдать всѣ условія продажи, испытать всѣ качества товаровъ, для болѣе удобной и успѣшной конкуренціи. Музей, кромѣ того, энергически заботится, чтобы кстати и благовременно были обновляемы образцы выставки и чтобы въ каждый данный моментъ онъ представлялъ собою коллекцію наиболѣе новѣйшихъ и совершеннѣйшихъ продуктовъ, какие промышленникъ или негоціантъ можетъ предложить покупателю. Если требуется товаръ, принадлежащий къ категоріи тѣхъ,

которые выставлены и другими членами, то покупателю даются всѣ необходимыя справки, находящіяся въ распоряженіи музея, относительно торгового дома, которому принадлежитъ избранный товаръ изъ группы однородныхъ; при этомъ покупатель имѣетъ полную возможность сравнивать произведенія различныхъ фабрикацій и по тщательномъ испытаніи избирать тѣ, которыя болѣе отвѣчаютъ его требованіямъ и вкусу.

б) По образцу *Musterlager'a* въ 1885 г. основанъ также частнымъ обществомъ германскихъ промышленниковъ и негоціантовъ, безъ всякаго участія со стороны правительства, *Musterlager* въ Гамбургѣ. Члены его пользуются правомъ бесплатнаго помѣщенія на его выставкахъ своихъ товарныхъ коллекцій, но зато должны уплачивать комиссіонныя за каждую торговую сдѣлку, которая заключена ими съ покупателемъ при посредствѣ музея. Послѣдній для развитія и оживленія внѣшней германской торговли основалъ сначала во всѣхъ значительныхъ коммерческихъ центрахъ Европы агентства съ передвижными выставками товарныхъ образцовъ; но большинство этихъ агентствъ скоро прекратило свое существованіе, вслѣдствіе совершенной скучности ихъ торговыхъ операций. Остались лишь немногія агентуры въ слѣдующихъ мѣстахъ: въ Бремѣ, Антверпенѣ, Бѣлградѣ, Софіи, Рущукѣ, Салоникахъ, Аѳинахъ и Бейрутѣ. Членамъ *Musterlager'a* предоставлено право обращаться въ потребныхъ случаяхъ къ содѣйствію названныхъ агентуръ, входить съ ними въ прямыя сношенія и при ихъ посредствѣ совершать заграницей торговыя сдѣлки такъ же, какъ совершаются онѣ въ самомъ Гамбургѣ.

Что касается иностранныхъ покупателей, то они не несутъ никакихъ расходовъ за посредничество Export Musterlager'a. Фактуры, которыя имъ передаются при заключеніи сдѣлки, не обременяются никакими комиссионными начетами и онъ безусловно вычисляются такъ же, какъ если-бы покупатели получали ихъ изъ рукъ самого промышленника или негоціанта. При этомъ музей безвозмездно наблюдаетъ за точностю и аккуратностю выполненія заказовъ, которые ему довѣрены. Одинъ изъ его служащихъ внимательно изслѣдуетъ товаръ предъ отправлениемъ; товары не особенной важности онъ группируетъ и отдѣляетъ отъ другихъ, для сокращенія транспортныхъ расходовъ. Однако, заказы выполняются всегда на отвѣтственность и рискъ фабрикантовъ, и Export Musterlager не отвѣчаетъ ни за сохранность отправляемаго продукта, ни за исправность покупателя въ уплатѣ за проданный товаръ. Правда, Export Musterlager безъ разрѣшенія фабриканта, которому принадлежитъ требуемый товаръ, отправляетъ иностранному негоціанту сдѣланный заказъ не ранѣе того времени, какъ получены или деньги въ уплату стоимости товара и всѣхъ расходовъ по пересылкѣ и страхованию его, или установленный переводъ на одно изъ мѣстныхъ кредитныхъ учрежденій. Благодаря такому образу дѣйствій, твердо установившемуся въ практикѣ музея, послѣдній никогда не терпитъ денежныхъ потерь по совершенію торговыхъ операций.

Чтобы привлечь къ себѣ возможно большій кругъ иностранныхъ, въ особенности заморскихъ покупателей, чтобы склонить ихъ къ постояннымъ сношеніямъ и торговымъ сдѣлкамъ, музей всѣми

мѣрами старается предупредить всякую надобность для покупателя посѣщать другія подобныя музею торговыя учрежденія. Въ этихъ цѣляхъ онъ представляетъ вниманію покупателя коллекціи всевозможныхъ товаровъ, которыя позволяли бы послѣднему найти въ одномъ мѣстѣ все, что ему потребуется. Эта предусмотрительность понудила общее собраніе 4-го Іюля 1884 года расширить первоначальную программу учрежденія и помѣщать, на ряду съ произведеніями національной индустріи, образцы иностраннѣхъ товаровъ, которые не производятся на вюртембергскихъ фабрикахъ.

Иностранные экспонаты уплачиваютъ за мѣсто въ музѣй для своихъ выставокъ двойную премію— 50 марокъ въ годъ; кромѣ того, они платятъ музею комиссионные % за сдѣланные, при его участіи, торговыя сдѣлки.

Благодаря своей энергической дѣятельности, своевременнымъ объявленіямъ, корреспонденціямъ, частой разсылкѣ образцовъ и каталоговъ, музей не перестаетъ пользоваться всеобщимъ вниманіемъ торгового круга и привлекаетъ съ каждымъ годомъ все большее и большее число клиентовъ. Ежегодно издается и разсылается интересующимся болѣе 9000 экземпляровъ каталога, редактированного на пяти европейскихъ языкахъ—нѣмецкомъ, французскомъ, англійскомъ, итальянскомъ и испанскомъ. Число заказовъ, полученныхъ музеемъ въ годъ открытия, равнялось всего 90; въ 1883 году оно достигло уже 760; въ 1890 году было уже 1571; въ 1893 г. возвысилось до 2,000 слишкомъ. Эти цифры показываютъ, что учрежденіе развивается постепенно и достигаетъ полезныхъ результатовъ.

Расходы по содержанію служебнаго персонала, по найму, ремонту помѣщенія, по устройству мебели и проч.; возвышаются, въ среднемъ, до 25,000 марокъ въ годъ. Но они легко покрываются членскими взносами и комиссіонными преміями. Излишекъ, который всегда образуется за покрытіемъ расходовъ, употребляется для развитія средствъ пропаганды музея, для восполненія издержекъ, связанныхъ съ частыми командировками коммивояжеровъ, которые, между прочимъ, имѣютъ цѣлью привлечь новыхъ членовъ общества и расширить клиентуру учрежденія.

В) *Коммерческий городской музей въ Антверпенѣ* (Musée commercial de la ville d'Auvers), состоящій изъ постоянной выставки продуктовъ бельгійской промышленности и бюро разныхъ справокъ и коммерческихъ свѣдѣній. Онъ основанъ въ 1886 году по иниціативѣ городского Антверпенскаго общественаго управления, въ интересахъ развитія національной индустріи, путемъ рекламы, въ видѣ выставки образцовъ бельгійскихъ произведеній; музей, впрочемъ, допускаетъ приемъ коллекцій и иностранныхъ негоціантовъ. Расходы его покрываются отчасти субсидіей, которую онъ получаетъ ежегодно отъ города, отчасти пожертвованіями и взносами отъ заинтересованныхъ лицъ изъ провинціи. Коллекціи помѣщаются въ музѣѣ бесплатно. Никакихъ комиссій и никакихъ торговыхъ сдѣлокъ музей на себя не принимаетъ.

Г) Сюда же относится *Стокгольмскій музей*, известный подъ именемъ «Главнаго общества шведскаго экспорта въ Стокгольмъ». Это общество основано въ 1887 г.; задача его состоитъ въ томъ, чтобы

изыскивать и изслѣдовать новые и наиболѣе важные рынки заграницею для сбыта товаровъ и продуктовъ производства шведскихъ негоціантовъ. Этотъ музей, собственно говоря, есть государственное учрежденіе. Огромная часть его расходовъ по содержанію служебнаго персонала и ремонту дароваго помѣщенія покрывается ежегодною субсидіей, которая въ послѣдніе годы колеблется отъ 35 до 50 тысячъ кронъ. Члены, въ составѣ приблизительно 500 человѣкъ, платятъ за право помѣщенія товаровъ 10 кронъ и годовую премію, сверхъ этого, 20 кронъ. За совершенныя торговыя сдѣлки между покупателемъ и торговцемъ-членомъ музея, послѣдній никакой комиссіонной преміи не взимаетъ. Музей помѣщается въ центрѣ города, вблизи главнаго желѣзнодорожнаго вокзала.

Средства, коими музей располагаетъ для осуществленія своихъ задачъ, сводятся къ слѣдующему:

1) *Сообщать своевременно и аккуратно всѣ свѣдѣнія, какія требуются членами его, относительно цѣны извѣстныхъ товаровъ заграницей, условій кредита, расходовъ транспорта и проч.*

2) *Командировать заграницу опытныхъ коммерческихъ агентовъ, въ цѣляхъ изученія разныхъ чужеземныхъ рынковъ, указывать шведскимъ негоціантамъ роды національныхъ товаровъ, которые могли-бы тамъ пользоваться преимущественнымъ вниманіемъ и сводить своихъ фабрикантовъ и торговцевъ въ прямыя сношенія съ иностранными покупателями. За свое посредничество въ совершении торговыхъ сдѣлокъ на заграничномъ рынкѣ агенты, при заключеніи фрахта, учитываютъ въ*

свою пользу извѣстный процентъ, соразмѣрно важности коммиссій.

3) Устраивать *депо* или небольшія временные шведскія выставки на заграничныхъ рынкахъ, съ представительствомъ агента, по назначенію общества.

4) Стремиться къ основанію въ Стокгольмѣ центрального государственного музея, въ которомъ тѣми же агентами были-бы собираемы коллекціи товарныхъ образцовъ, какъ въ брюссельскомъ музѣ. Чтобы члены могли легко изучить образцы выставки и имитировать ихъ на своихъ фабрикахъ и заводахъ, дирекція можетъ посыпать ихъ тѣмъ промышленникамъ, которые будутъ за ними обращаться въ музей.

5) Публиковать донесенія агентовъ, а равно всѣхъ шведскихъ торговыхъ консуловъ.

6) Издавать иллюстрированные каталоги экспортныхъ продуктовъ шведской промышленности. Огромное число экземпляровъ этого каталога, редактированного на многихъ языкахъ, распространено между иностранными негоціантами, благодаря заботамъ шведскихъ агентовъ и консуловъ. Общество всегда поддерживаетъ дѣятельныя сношенія по вопросамъ внешней торговли съ дипломатическими агентами и консулами Швеціи и Норвегіи за-границею.

Д) Къ этой группѣ слѣдуетъ отнести и *экспортный ферейнъ въ Дрезденѣ*, во многихъ чертахъ, по своей программѣ, отличающійся отъ подобныхъ другихъ учрежденій германского экспорта. Онъ представляетъ собою постоянную выставку саксонскихъ товаровъ, снаженныхыхъ такимъ-же способомъ, какъ и музей въ Штутгартѣ, т. е. помѣщеніемъ

въ немъ произведеній саксонской промышленности, принадлежащихъ національнымъ негоціантамъ, какъ членамъ названаго ферейна. Члены эти взносятъ на содержаніе музея опредѣленную годовую плату и сверхъ этого извѣстный $\%$, за комиссіи по совершенію торговыхъ сдѣлокъ съ посредничествомъ ферейна. Но въ то время, какъ дѣятельность штутгартскаго музея, собственно, сосредоточена въ центральномъ учрежденіи, саксонскій музей отдаетъ предпочтительное значеніе дѣятельности своихъ агентовъ, оперирующихъ за-границей, какъ посредствомъ временныхъ и передвижныхъ выставокъ, такъ и безъ нихъ. Число этихъ агентствъ довольно значительно: оно простирается до 89, изъ коихъ 41 приходится на коммерческие центры въ Европѣ, а 48 на другія части свѣта. Учрежденіе этихъ филиальныхъ агентствъ исходить изъ того-же принципа, который такъ характерно выразилъ, какъ мы видѣли, членъ австрійской экспедиціи, Г. Кобатчъ,— «чтобы хорошо торговать въ данной странѣ, нужно хорошо ее изучить»; дрезденскій музей разсуждаетъ такъ же: «чтобы сбывать свои товары на иностранныхъ рынкахъ, не слѣдуетъ ожидать, пока клиентъ прійдетъ къ намъ отыскивать фабриканта; необходимо, чтобы мы искали его всюду ишли навстрѣчу его потребностей и желаній». Еще одной чертой рассматриваемый музей существенно отличается отъ штутгартскаго Послѣдній придаетъ преимущественный интересъ тому, чтобы большія иностранныя торговыя фирмы посыпали Вюртенбергъ и выбирали то, что имъ нужно, принимая при этомъ на себя посредничество въ торговыхъ сдѣлкахъ, по уполномочію своихъ членовъ-промыш-

ленниковъ; дрезденскій ферейнъ всѣми средствами стремится, чтобы поставить покупателя въ ближайшія и прямыя отношенія съ фабрикантами, и непосредственное сближеніе ихъ не только облегчаетъ заключеніе торговыхъ сдѣлокъ, но часто, съ точки зрењія внѣшняго сбыта, содѣйствуетъ закрѣпленію продолжительныхъ коммерческихъ сношеній. Покупатель можетъ точно условиться съ поставщикомъ относительно крайней цѣны товаровъ, взвѣсить важность промышленного учрежденія, качествъ его производства, въ то время, какъ фабриканть, хорошо узнавшій своего покупателя — его требованія, вкусы, мнѣнія о желательности тѣхъ или иныхъ перемѣнъ и усовершенствованій въ производствѣ продуктовъ, размѣры его periodическихъ дальнѣйшихъ заказовъ, можетъ безъ колебанія рѣшиться на нѣкоторыя жертвы, связанныя съ техническими перемѣнами производства, чтобы сообразоватьсь съ малѣйшими указаніями и даже прихотями своего интереснаго клиента.

Для извѣстныхъ родовъ саксонскихъ товаровъ признается неудобнымъ выставлять въ конторахъ иностранныхъ рынковъ образцы, какъ, напримѣръ, новости текстильного искусства съ послѣдними модными рисунками. Представители большихъ мануфактурныхъ чужеземныхъ фирмъ вообще предпочитаютъ покупать этого рода издѣлія не тамъ, гдѣ одновременно могутъ наблюдать и другіе заказчики-конкуренты, но у частнаго агента, чтобы въ свою очередь имѣть возможность предложить для распространенія своимъ посредникамъ-negoціантамъ рисунки, которыхъ не успѣла еще видѣть публика, до открытия новаго сезона. Эти фирмы

часто входятъ непосредственно съ фабрикантами въ соглашениі, относительно права монополіи тѣхъ рисунковъ, которые они сами выбрали для своихъ складовъ. Сверхъ коллекцій товаровъ внутренняго производства, музей имѣетъ въ настоящее время и отдѣленіе образцовъ иностранныхъ товаровъ, ввозимыхъ на рынки, съ которыми онъ желаетъ войти въ торговыя сношенія, другими конкурирующими государствами, а также образцы сырыхъ продуктовъ иностранного производства, которые могутъ быть полезны для Германіи. Эти иностранныя коллекціи доставляются музею агентами, членами германского консульского института и специальными корреспондентами общества. Расходы, которыми сопровождаются покупки и транспортъ образцовъ, затребованныхъ ферейномъ у консуловъ, возвращаются музеемъ министерству иностранныхъ дѣлъ.

Отдѣленіе иностранныхъ образцовъ, по установленвшемуся правилу, доступно только для однихъ членовъ общества; но въ исключительныхъ случаяхъ дирекція измѣняетъ этому правилу и разрѣшаетъ посѣщать его лицамъ, не представляющимъ ничего угрожающаго интересамъ національныхъ промышленниковъ. Дирекція уполномочена также дѣлать покупки сырыхъ или фабричныхъ продуктовъ иностранного производства, за счетъ одного или нѣсколькихъ членовъ общества. Музей нерѣдко организуетъ агентуры для изученія отдаленныхъ рынковъ сбыта не только въ видѣ отдѣльныхъ комми-вояжеровъ или представительствъ, но и въ видѣ коллективныхъ экспедицій; такъ, въ 1892 г. она посыпала торговую экспедицію въ южную Аме-

рику, а въ 1894 г. на югъ Африки, чтобы изучить тамъ на мѣстѣ главные центры сбыта товаровъ и пріобрѣтать новыхъ и новыхъ заказчиковъ. Насколько музей считаетъ эту отрасль своей дѣятельности важною и полезною, можно видѣть уже изъ того, что въ теченіе 8 лѣтъ — 1887—1895 г.г., онъ истратилъ на этотъ предметъ сумму въ 330 тысячъ марокъ. Первая экспедиція въ 1887 г. изслѣдовала въ торговомъ отношеніи государства южной Америки: Венецуэлу, Колумбію, Эквадоръ, Перу, Боливію и Чили. Въ 1899 г. третье путешествіе снова было посвящено Америкѣ, при чемъ изучены Мексика, Канада, Вестъ-Индія, Куба, Бразилія, Урагвай и Аргентина. Восьмая экспедиція въ 1895 г. посѣтила государства южной Африки, въ виду того огромнаго интереса, какой представляеть африканскій рынокъ для всемірной торговли и въ особенности для германской промышленности, съ успѣхомъ конкурирующей индустріи англійской.

Дрезденскій музей въ настоящее время имѣть 491 члена. Число заказовъ, полученныхъ имъ отъ заграничныхъ негоціантовъ, достигаетъ значительной цифры: въ 1892 г. уже было 2150 на сумму 1,390,600 марокъ, въ 1893 г. — 2,680 на сумму 1,675,800 марокъ; въ послѣдніе годы оно увеличилось вдвое. Дирекція въ своемъ годовомъ отчетѣ за истекшій годъ дѣлаетъ замѣчаніе, что указываемыя цифры не могутъ быть принимаемы за точное указаніе размѣровъ всѣхъ операций, совершенныхъ музеемъ, потому что въ огромномъ большинствѣ случаевъ саксонскіе промышленники, вступившиe при содѣйствіи музея, въ непосредственныя сношения съ чужеземными рынками, продолжаютъ вести

далнѣйшія торговыя сдѣлки самостоятельно, не поставляя въ извѣстность дирекцію музея о результатахъ торговыхъ оборотовъ, которымъ начало положилъ тотъ же музей. Музеи разсмотрѣнной группы, въ отличіе отъ брюссельского и другихъ, основанныхъ по образцу послѣдняго, отдаютъ предпочтеніе на своихъ выставкахъ коллекціямъ товаровъ національной промышленности, допуская лишь помѣщеніе на нихъ товаровъ чужеземныхъ частію для удобства посѣтителя-покупателя, который можетъ взять въ одномъ мѣстѣ все, что ему требуется, не заходя въ другія учрежденія, частію для имитациіи иностраннѣхъ образцовъ мастерами германской индустріи. Но есть еще одна группа музеевъ, относящихся къ типу смѣшанныхъ учрежденій, въ которыхъ пользуются равнымъ вниманіемъ и произведенія національныя, и продукты чужеземного производства. Сюда относятся:

А) *Будапештскій коммерческій музей*, состоящій изъ постоянной выставки какъ товаровъ венгерскихъ, такъ и произведеній иностранной индустріи. Первая имѣеть цѣлью рекламировать экспортную промышленность Венгріи; вторая, въ составѣ которой главное мѣсто принадлежить японскому фарфору, англійской мебели, издѣліямъ фаянсовыхъ фабрикъ Турціи и Индіи, словомъ, произведеніямъ художественной изящной индустріи, предназначена служить, какъ и въ музеяхъ второй группы, моделью для усовершенствованія венгерской фабричной техники.

Музей основанъ въ 1887 г. и помѣщается пока въ зданіи, устроенному для національной венгерской выставки 1885 г. Онъ поддерживается субси-

діей со стороны государственного казначейства; члены служебного персонала пользуются правами государственной службы и утверждаются въ своихъ должностяхъ министромъ торговли. Экспонаты венгерскіе, помѣщающіе въ немъ свои товарныя коллекціи, взносятъ опредѣленную годовую плату, въ размѣрѣ 10 флориновъ, за право располагать въ витринахъ его однимъ квадратнымъ метромъ; тѣ же негоціанты, которые пожелали бы имѣть для своихъ образцовъ болѣе обширное помѣщеніе на выставкѣ, платятъ соотвѣтственную занимаемой поверхности витринъ дополнительную премію въ пользу музея. За посредничество, которое нерѣдко принимаетъ на себя музей въ совершениіи сдѣлокъ между венгерскимъ промышленникомъ и покупателемъ, установлена также извѣстная комиссіонная плата, размѣръ которой, однако, подверженъ значительнымъ колебаніямъ въ зависимости отъ рода и важности торговыхъ сдѣлокъ. Такъ за operaціи, касающіяся товаровъ бойкаго сбыта, какъ, напримѣръ, сахаръ, алкоголь и другіе, цѣна которыхъ принята за норму данного времени на рынкѣ конкуренціи, комиссіонная премія не возвышается, обыкновенно, болѣе $\frac{1}{2}\%$, между тѣмъ какъ за сдѣлки по предметамъ роскоши, какъ, напримѣръ, маіоликъ, галантерейные товары и проч., которые часто представляютъ огромную прибыль торговцу, эта премія иногда подымается до 10%. Выборъ коллекцій на выставкѣ предоставляется самому хозяину заарендованной витрины; онъ раскладываетъ и разставляетъ ихъ по своему усмотрѣнію, онъ мѣняетъ или обновляетъ ихъ, когда находитъ для себя это удобнымъ или полезнымъ.

Какъ скоро покупатель является въ музей съ извѣстнымъ требованіемъ товара, ему дирекція безпристрастно показываетъ образцы однороднаго товара, принадлежащіе многимъ венгерскимъ промышленникамъ. Покупатель сравниваетъ эти образцы, узнаетъ условія продажи, цѣну, назначенную за товаръ тою или другою фирмой, и такимъ образомъ решаетъ вопросъ, къ кому именно изъ экспонатовъ слѣдуетъ обратиться за заключеніемъ торговой сдѣлки. Когда заказъ сдѣланъ въ музей, то онъ немедленно передается письменно тому фабриканту, которому принадлежитъ выбранный товаръ, и тогда уже промышленникъ, безъ новаго посредничества музея, устанавливаетъ покупателю всѣ условія платежа и отправленія сдѣланнаго заказа. Собственно говоря, музей принимаетъ только для выставки образцы; но часто случается, что венгерскіе негоціанты присылаютъ ему товары или на храненіе, или на комиссію; продажа въ этихъ случаяхъ производится по счету и по взнесеніи платы покупателемъ раньше, нежели товаръ выпущенъ изъ музея. Послѣдній не допускаетъ ни въ коемъ случаѣ продажи товара подъ кредитъ и не подвергаетъ себя никакому коммерческому риску.

Въ противоположность порядку, принятому Гамбургскимъ и Штутгартскимъ музеями, Будапештскій коммерческій музей широко открываетъ свои двери всѣмъ посѣтителямъ, желающимъ ознакомиться со всѣми коллекціями выставленныхъ товаровъ.

Въ центрѣ музея находится залъ, нерѣдко занимаемый временными выставками цвѣтовъ, плодовъ, принадлежностей пчеловодства и проч. Сверхъ

этого, здѣсь въ разное время поперемѣнно бываютъ и другія періодическія выставки; такъ, въ 1888 г. была выставка сыровъ; въ 1889 году—выставка всѣхъ принадлежностей желѣзнодорожнаго состава; въ 1890 году—выставка кожъ сыромятенныхъ и другихъ подобныхъ продуктовъ; въ 1891 году—продуктовъ гончарнаго производства; въ 1894 году—международная выставка машинъ съ электрическимъ двигателемъ.

Топографическое положеніе музея, посреди *du Bois de la Ville* и вдали отъ центра города, несомнѣнно вліяетъ на число посѣтителей музея. Число, простирающееся лѣтомъ въ ясную, хорошую погоду до 700 въ день, нерѣдко падаетъ до 15 во время зимы, особенно въ ненастные дни. Въ среднемъ же нужно считать число визитеровъ — въ теченіе зимы 50 и—лѣта 300 въ день.

Прекрасно организованное бюро коммерческихъ справокъ составляетъ очень важное отдѣленіе музея; оно помѣщается въ центрѣ города и имѣеть богатую разнообразную библіотеку. Музей издаетъ еженедѣльный журналъ въ 4000 экземпляровъ, который разсылается бесплатно всѣмъ интересующимся. Въ немъ въ 1894 году, по приказанію министра торговли, помѣщенъ обстоятельный обзоръ современной венгерской индустріи; это, собственно, сборникъ адресовъ болѣе значительныхъ торговыхъ и промышленныхъ венгерскихъ домовъ, числомъ 1200. Онъ редактированъ на французскомъ языкѣ. Бюджетъ музея равняется 43,000 флорин., изъ которыхъ 23 тыс. были покрыты музеемъ въ 1892 г. посредствомъ займа отъ экспонатовъ, комиссионныхъ пре-

мій и изъ другихъ источниковъ. Остальныє, около 20 тыс. флориновъ, были покрыты, въ видѣ пособія, го- сударственнымъ казначействомъ. Сверхъ этого музей несетъ еще расходъ въ 10 тысячъ флориновъ по содержанію справочнаго бюро, которое не имѣетъ денежныхъ источниковъ, и въ 50,000 флориновъ по устройству и содержанію філіальныхъ конторъ музея, въ числѣ 13, которыя до сего времени опе- рируютъ: въ Венгріи—въ Фіумѣ, въ Босніи—Гер- цеговинѣ, въ Сараевѣ, въ Тульчѣ, въ Баніалукѣ и Мостарѣ, въ Сербіи,—Бѣлградѣ, въ Румыніи—Бука- рестѣ; въ Болгаріи—Софіи, Филиппополѣ и Ру- щукѣ; въ Турціи—Константинополѣ и въ Салони- кахъ. Права агентовъ, представителей этихъ філій, совершенно такія же, какъ и центральнаго учреж- денія, и комиссіонныя, которыя взимаетъ буда- пештскій коммерческій музей за совершенныя при его посредничествѣ сдѣлки, взимаются и регули- руются въ своихъ размѣрахъ, смотря по важности сдѣлки, и всѣми мѣстными агентами центральнаго музея. Цифра годовыхъ торговыхъ оборотовъ, со- вершенныхъ агентами заграницей, простирается до 1,000,000 флориновъ.

Музею предоставлено право въ потребныхъ случаяхъ непосредственно сноситься съ представи- телями венгерскаго дипломатического корпуса и консулами; кромѣ того, торговыя палаты, админи- страція желѣзныхъ дорогъ, пароходныя компаніи и всѣ другія предпріятія, находящіяся въ вѣдѣніи одного изъ министерствъ государства, должны сообщать музею, по мѣрѣ возможности, всѣ справки, указа- нія и разъясненія, которыя музей признаетъ по- лезнымъ въ интересахъ развитія національной

промышленности, приводить, путемъ публикацій, во всеобщую извѣстность.

Какъ центральный коммерческій музей, такъ и всѣ его отдѣленія periodически подвергаются ревизіи, производимой государственными чиновниками, по назначенію отъ министра торговли.

Недавно въ Будапештѣ еще открылось общество венгерской торговли, съ основнымъ капиталомъ въ 1,000,000 флориновъ; правительство заинтересовано въ этомъ учрежденіи въ размѣрѣ 10%, вложивъ въ него государственныхъ денегъ въ размѣрѣ 100,000 флориновъ. Его слѣдуетъ рассматривать, какъ дополнительный органъ того-же музея, поелику цѣль общества также содѣйствовать подъему экспорта венгерской промышленности, а также и развитію импорта извѣстныхъ товаровъ большаго оборота изъ первыхъ рукъ, которые раньше Венгрия получала при посредствѣ Австріи. Главныя операции этого общества состоять въ слѣдующемъ: упаковка, поручительства, сообщенія о венгерскихъ казенныхъ подрядахъ или о торгахъ, предложенныхъ восточными государствами и проч. Коммерческій музей въ концѣ 1893 г. вошелъ съ новымъ обществомъ въ соглашеніе, въ силу котораго общество совершаеть всѣ свои операции за-границею, при посредствѣ агента музея, какъ-бы операциіи въ равной степени принадлежащія обоимъ учрежденіямъ. Можно думать, что въ скоромъ времени они сойдутся во всѣхъ сферахъ своей дѣятельности и объединятъ ее въ одномъ общемъ учрежденіи.

Б) *Имперскій лондонскій институтъ*, начало которому положено въ 1887 г., а фактическое открытие котораго послѣдовало въ 1892 году, въ присутствіи

королевы Викторіи, въ грандіозномъ зданіи, стоимостію до $3\frac{1}{2}$ миллионовъ рублей. Расходы по сооруженію зданія и по всѣмъ деталямъ организаціи музея были покрыты доброхотными пожертвованіями, по подпискѣ въ предѣлахъ всѣхъ владѣній Великобританіи. Собственно англійское правительство не принимало никакого участія въ устройствѣ названного учрежденія въ видѣ субсидіи или государственного кредита; но были крупныя пожертвованія, со стороны отдельныхъ колоній, въ ряду которыхъ принадлежитъ первое мѣсто правительству Канады, давшему по подпискѣ 20 тысячъ фунтовъ стерлинговъ изъ государственныхъ средствъ. Расходы-же по содержанію учрежденія и служебнаго персонала покрываются членскими взносами, достигающими значительныхъ размѣровъ, такъ какъ число членовъ въ настоящее время превышаетъ 7.000.

Главная задача, преслѣдуемая музеемъ, направлена къ тому, чтобы рекламировать производительные силы имперіи и поддерживать дѣятельныя сношенія между метрополіей послѣдней и ея обширными колоніями. Музей состоять прежде всего изъ постоянной выставки сырыхъ и обработанныхъ продуктовъ англійскихъ колоній, а также и товаровъ, которые доставляются въ колоніи посторонними государствами. Почти всѣ отдѣленія организованы и обставлены заинтересованными колоніями, что сообщаетъ музею чрезвычайно интересный и оригинальный видъ, напоминая колоніальныя секціи всемірной выставки въ Парижѣ. Кромѣ этого, въ зданіи института весьма часто устраиваются временные выставки, по преимуществу, англійскихъ

продуктовъ. Институтъ не принимаетъ на себя никакого посредничества въ совершениі торговыхъ сдѣлокъ.

Кромѣ коллекцій товарныхъ образцовъ, въ институтѣ находимъ библіотеку, съ огромнымъ составомъ журналовъ и спеціальныхъ сочиненій, посвященныхъ политико - экономическимъ вопросамъ, залъ для чтенія, залъ конференціи, бюро коммерческихъ справокъ, спеціальный залъ для корреспонденціи, курительный залъ, столовая и буфетъ, залъ для концертовъ и обширная комната для билліардовъ. Институтъ представляетъ огромную разницу, по сравненію съ существующими коммерческими музеями на континентѣ Европы, со стороны его отношеній къ публикѣ, какъ общественное учрежденіе: въ то время, когда всѣ европейскіе музеи широко открываютъ двери заинтересованнымъ посѣтителямъ, институтъ строго сохраняетъ за собою характеръ частнаго, можно сказать, секретнаго учрежденія; онъ доступенъ только членамъ; правда, публикѣ разрѣшается входить въ музей съ особаго разрѣшенія одинъ разъ въ недѣлю, и при томъ на 2 часа.

При институтѣ издается весьма важный органъ, дающій разнообразныя свѣдѣнія объ экономическомъ состояніи англійскихъ колоній. Въ настоящее время решенье вопросъ объ учрежденіи при институтѣ особаго бюро для научныхъ и практическихъ изслѣдованій малоизвѣстныхъ колоніальныхъ продуктовъ, съ цѣлію точнаго опредѣленія цѣнности и качествъ предметовъ торговли и промышленности.

Результаты этихъ изслѣдованій будутъ помѣщаемы въ листкѣ объявленій, чтобы сдѣлать из-

вѣстными всей публикѣ тѣ полезные предметы, которыми англійскія колоніи могутъ снабжать европейскіе рынки въ изобилії.

В) *Коммерческие музеи въ Миланѣ и въ Палермо* на равныхъ началахъ и при взаимной поддержкѣ основаны въ 1884 г. и въ 1890 г.: они основаны городскими управлѣніями Милана и Палермо; находятся въ завѣдываніи торговыхъ палатъ. Программа ихъ смѣшанная; въ нихъ выставлены коллекціи товаровъ образцовъ, собранныхъ на заграничныхъ рынкахъ чужеземнаго производства, и коллекціи продуктовъ итальянской промышленности; здѣсь же находимъ и образцы предметовъ роскоши, модъ, послѣднихъ новостей всякаго рода. Музеи никакихъ торговыхъ комиссій не исполняютъ.

Группа товаровъ иностранныхъ имѣеть цѣлью содѣйствовать подъему торговаго международнаго оборота, а отдѣль итальянскихъ товаровъ и послѣднихъ модъ и новостей имѣеть своимъ назначеніемъ поддерживать духъ предпріимчивости внутренней коммерціи и развивать въ національныхъ промышленникахъ стремленіе къ дальнѣйшимъ успѣхамъ въ разныхъ отрасляхъ итальянской индустріи.

Миланскій музей пользуется материальной поддержкой со стороны государства, размѣръ которой въ послѣдніе годы колеблется между 9 и 10 тысячами франковъ; музей-же въ *Палермо* никакой правительственной субсидіи не получаетъ.

Въ интересахъ болѣе широкаго развитія своихъ операций, миланскій музей посыпаетъ своихъ агентовъ на важные чужеземные рынки съ образцами итальянскихъ продуктовъ, которые, по его предпо-

ложенію, могутъ имѣть на нихъ хорошій сбытъ. Агенты дѣятельно пропагандируютъ заграницей распространеніе довѣренныхъ имъ товаровъ и даютъ частыя донесенія о мѣстахъ, которыя они успѣли посѣтить и о результатахъ, какихъ они достигли здѣсь своею торговой экспедиціей.

Г) *Коммерческие музеи португальские въ Лиссабонѣ и въ Порто* основаны по высочайшему повелѣнію 24 декабря 1883 г.; они субсидируются португальскимъ правительствомъ. Лиссабонскій музей занимаетъ совершенно неудобное помѣщеніе, удаленное отъ столицы въ Белемѣ, въ зданіяхъ, принадлежащихъ бывшему монастырю іеронилитовъ. Коммерческій-же музей въ Порто, находящійся также въ весьма отдаленномъ разстояніи отъ города, помѣщенъ въ прекрасномъ зданіи „Palais Cristal“ и занимаетъ значительныя его части.

Цѣль музеевъ слѣдующая: 1) содѣйствовать развитію португальской торговли, посредствомъ выставки разнообразныхъ торговыхъ продуктовъ национального и чужеземнаго производства;

2) Объявлять фабрикантамъ и торговцамъ о средствахъ наиболѣе выгоднаго приобрѣтенія необходимыхъ для нихъ материаловъ и продуктовъ. Ди-рекція оставляетъ за собою право принимать или отказывать коллекціямъ товаровъ, которые имъ представляются. Экспонаты ничего не платятъ за помѣщеніе, занимаемое ихъ товаромъ въ витринахъ музея. По общему признанію дѣятельность музеевъ не безплодна, и вліяніе ея очевидно сказывается на движениіи торговыхъ оборотовъ государства.

Д) *Оттоманский коммерческий музей, въ Константинополѣ*, преслѣдующій цѣль содѣйствовать

усовершенствованію національной индустріи и развитію международныхъ торговыхъ сношеній Турціи съ другими государствами. Онъ основанъ по частной ініціативѣ въ 1891 г. и состоитъ въ вѣдѣніи и подъ покровительствомъ министра торговли и публичныхъ работъ, но субсидіи не получаетъ, ни отъ государства, ни отъ города. Музей имѣеть два главныхъ отдѣла: первый состоитъ изъ разнообразныхъ богатыхъ коллекцій образцовъ національныхъ произведеній, какъ, напримѣръ, бродери, шелковыя матеріи, ковры, портьеры и продукты полеводства и садоводства; другой-же отдѣлъ составленъ изъ образцовъ иностранныхъ товаровъ, въ ряду которыхъ мы встрѣчаемъ много предметовъ художественной, изящной промышленности, какъ, напримѣръ, наиболѣе важныя издѣлія японскихъ кустарей и европейской индустріи.

При музѣ Константинопольскомъ имѣются такія-же вспомогательныя учрежденія, какія встрѣчаются и въ другихъ европейскихъ музеяхъ, а именно: библіотека для чтенія, читальный залъ, справочное бюро, изданіе или бюллетень коммерческихъ новостей съ адресами важнѣйшихъ торговыхъ домовъ заграницей, гдѣ поддерживаются Турцией коммерческія сношенія, прейс-куранты товаровъ и проч.

Средства, необходимыя музею для покрытія текущихъ расходовъ, образуются изъ платы, вносимой экспонатами за помѣщеніе, занимаемое ими въ музѣ коллекціями товаровъ, равнымъ образомъ изъ ежегодныхъ взносовъ, въ размѣрѣ 46 франковъ, отъ негоціантовъ и промышленниковъ, пользующихся правомъ обращаться за разнаго рода справка-

ми въ бюро коммерческихъ свѣдѣній—относительно цѣнъ извѣстныхъ товаровъ, о состоятельности за-граничныхъ и національныхъ коммерческихъ фирмъ и по другимъ вопросамъ, касающимся торговли и промышленности.

Всѣ поступающіе въ музей заказы, на основа-
ніи образцовъ, выставленныхъ въ его витринахъ,
безъ замедленія передаются экспонату. Если по-
слѣдній живеть не въ Константинополѣ, то торговая
сдѣлка совершается при посредствѣ маклера, со-
стоящаго при музѣѣ. Въ этомъ послѣднемъ случаѣ
экспонатъ долженъ уплатить музею установленную
коммисіонную премію, соотвѣтственно роду товара
и важности сдѣлки.

Е) *Постоянная торгово-промышленная американская выставка въ Нью-Йоркѣ*, основанная по ініціативѣ
общества промышленниковъ и негоціантовъ 1 мая
1894 года, съ цѣлію содѣйствовать подъему торго-
выхъ сношеній между Соединенными Штатами и
другими государствами, по преимуществу, Америки.
Она раздѣляется на три отдѣла: къ первому при-
надлежать коллекціи товарныхъ образцовъ ино-
странныхъ рынка; ко второму—образцы произведеній
вообще американской мануфактуры; къ третьему—
образцы также иностранныхъ товаровъ, представ-
ляющихъ интересъ исключительно для промыш-
ленности Соединенныхъ Штатовъ. Первая группа
составлена, главнымъ образомъ, изъ сырыхъ про-
дуктовъ центральной Америки, южной Америки и
европейскихъ колоній въ Америкѣ; она указываетъ,
какіе товары могутъ имѣть здѣсь хорошій сбытъ,
экспортируемые Соединенными Штатами. Вмѣстѣ

съ этимъ данный отдѣль даетъ американскимъ капиталистамъ и промышленникамъ важныя указанія о натуральныхъ богатствахъ южныхъ странъ, съ цѣлію привлечь ихъ къ эмигрированію туда для эксплоатациі туземныхъ богатствъ. Отдѣль занимаетъ огромное пространство въ 40 тысячъ квадратныхъ футовъ. Здѣсь наняли также часть помѣщенія Мексика и другія сосѣднія государства для постоянныхъ выставокъ чужеземныхъ предметовъ, которые ихъ интересуютъ.

Отдѣль произведеній американской мануфактуры содержть въ себѣ экспортныя произведенія промышленности Соединенныхъ Штатовъ, которыя національные промышленники желаютъ сдѣлать наиболѣе извѣстными заграничнымъ покупателямъ. Специальный отдѣль государства Соединенныхъ Штатовъ сформированъ изъ коллекцій товаровъ европейского производства, распространяемыхъ на рынкахъ центральной и южной Америки; ближайшее ознакомленіе съ ними даетъ американскому промышленнику необходимыя наглядныя указанія въ постановкѣ технического производства такихъ-же товаровъ на національныхъ фабрикахъ и заводахъ, для болѣе успешной борьбы съ другими поставщиками этихъ же рынковъ.

При музѣ имѣются библіотека, залъ для чтенія, бюро коммерческихъ справокъ, а также переводчики, обладающіе практическимъ знаніемъ языковъ главныхъ коммерческихъ государствъ всего міра. Музей не принимаетъ на себя никакихъ коммерческихъ сдѣлокъ; единственнымъ источникомъ

матеріальнихъ средствуъ его служить арендная плата, взимаемая имъ съ экспонатовъ за то помѣщеніе, которымъ они пользуются въ витринахъ для своихъ товарныхъ коллекцій.

IV.

На основаніи всѣхъ изложенныхъ данныхъ, сопоставленіе школьныхъ и общественныхъ музеевъ, со стороны ихъ организаціи и задачъ, которыя положены въ основу всей дѣятельности ихъ, приводить къ слѣдующимъ результатамъ.

1) Въ школьныхъ музеяхъ главную, можно сказать, единственную цѣль изученія товарныхъ коллекцій составляетъ знаніе, *какъ знаніе*, независимо отъ тѣхъ или другихъ практическихъ интересовъ, какими должно быть оправдано это знаніе; въ музеяхъ-же общественныхъ на первый планъ выдвигаются жизненные, практическія задачи, а именно развитіе производительности страны и возможное улучшеніе ея промышленного производства, путемъ подъема и усиленія ея торговыхъ международныхъ сношеній.

2) Въ связи съ этимъ, коллекціи торговыхъ школьныхъ музеевъ группируются по отдѣламъ, специальнно отвѣчающимъ удобствамъ и требованиямъ научнаго обозрѣнія ихъ; здѣсь онъ раздѣляются на продукты органическіе и неорганическіе, или на предметы происхожденія трехъ царствъ природы: царства животнаго, растительнаго и минеральнаго; основаніемъ-же классификаціи товарныхъ образцовъ общественныхъ музеевъ всегда служать или географическое указаніе рынка,

гдѣ производится и куда сбываются товаръ, или родъ товаровъ, или то и другое вмѣстѣ, т. е. коллекціи этихъ музеевъ распредѣляются по странамъ свѣта и по родамъ товаровъ.

3) Предметомъ изученія въ музеяхъ школьніхъ служатъ только самые товары, какъ объектъ тор-говли,—ихъ происхожденіе, внѣшніе признаки, внут-ренній химическій составъ, орудія, средства и про-цессы производства фабричныхъ продуктовъ, ихъ торговыя достоинства и недостатки, признаки фаль-сификаціи товаровъ и проч., другими словами: школьній музей рассматриваетъ вопросъ, что такое данный товаръ и каковъ онъ съ точки зренія техническаго производства, т. е. какимъ онъ долженъ быть, чтобы отвѣтить всѣмъ абсолютнымъ требованіямъ техники; въ изученіи же коллекцій общественнаго музея предметомъ ближайшаго вниманія и интереса является рынокъ, куда сбываются товаръ, потреб-ности, вкусъ, нерѣдко прихоти и даже предразсудки по-купателя; въ противоположность школьному музею, музей общественный говорить — не тотъ товаръ хорошъ, который стоитъ на высотѣ своего абсолютнаго техническаго совершенства, а тотъ, который вполнѣ согласованъ со всѣми мельчайшими желаніями и тре-бованіями заказчика-покупателя; первый разсма-триваетъ товаръ, какъ предметъ потребленія, ко-торый при всякой обстановкѣ долженъ найти себѣ сбыть, разъ его производство и качество, какъ предполагается, удовлетворяютъ нуждамъ икс-потребителя; музей же общественный побуж-даетъ промышленника и негоціанта энергически искать всюду этого потребителя, всесторонне изу-чать его, идти на встрѣчу всему, что составляетъ

его обычай, наклонности и вкусы; обращаясь къ сравненіямъ, мы можемъ сказать, что школьный музей—это препарированное чучело лошади зоологического кабинета, служащее только *средствомъ нагляднаго обученія*—что такое лошадь, какіе ея признаки въ отличіе отъ другихъ видовъ животнаго царства и проч.; общественно торговый же музей—это само натуральное, живое, часто своенравное существо, служащее для перемѣщенія горца—всадника по труднымъ и опаснымъ тропинкамъ среди исполинскихъ горъ, утесовъ и скалъ. Послѣднему, чтобы пользоваться силою этого животнаго, необходимо прежде изучить его характеръ, приспособить его ко всѣмъ трудностямъ мѣстныхъ путей, если онъ не желаетъ подвергаться опасности — слетѣть куда-нибудь въ пропасть и свернуть себѣ шею. Основной девизъ общественнаго музея прекрасно выраженъ раньше приведенными словами члена торгово-промышленной вѣнской экспедиціи Г. Кобатча—«чтобы хорошо торговать въ данной странѣ, нужно хорошо и всесторонне ее изучить». Поэтому, каждый общественный музей долженъ быль бы начертать на своихъ дверяхъ эпиграфъ: „*не трудно производить товаръ, трудно сбыть его*“ варьируя известное изреченіе одного французского писателя, который говоритъ: «не хитрая вещь сдѣлать (написать) книгу, а вещь хитрая съ нею раздѣлаться». (*Ce n'est pas une grande chose de faire un livre, la chose est de s'en defaire*).

Насколько эта сторона важна въ развитіи торговыхъ международныхъ оборотовъ, можно видѣть уже изъ примѣровъ, приведенныхъ нами въ началѣ нашей статьи. Не только существенныя

прямые нужды и потребности известного круга потребителей, но и прихоти, даже предразсудки ихъ должны быть предусмотрены разумнымъ производителемъ; очень часто имъютъ роковое влияніе на ходъ торговыхъ сношеній такія оригинальныя, прихотливыя особенности потребителя, которыхъ, безъ ближайшаго и непосредственного ознакомленія съ нимъ, не могутъ быть предугаданы самою тщательною, совершенѣйшею техникою производства того или другаго товара. Извѣстно, напримѣръ, что немецкіе фабриканты нерѣдко сбываются на рынкахъ центральной Америки огромныя партии фарфоровой и стекляной посуды съ поразительной быстротой, благодаря, главнымъ образомъ, тому, что помѣщаются на нихъ изображенія популярныхъ въ данную минуту лицъ—общественныхъ деятелей, местныхъ знаменитыхъ актрисъ, адвокатовъ и т. п., пользуясь для этого фотографіями, которые своевременно присылаются музею агентами и консулами. Наоборотъ, не такъ давно была забракована въ Турціи англійская посуда съ изображеніемъ крестоносца, ненавистнымъ для понятій и взора послѣдователя магометовой религіи. Та же судьба постигла и колossalную партию англійскихъ булавокъ и иголокъ, отправленную китайцамъ, которые не стали покупать этотъ товаръ только потому, что онъ былъ упакованъ въ бумагу чернаго цвета; а послѣдній, какъ и цветъ зеленый, почитается у китайцевъ признакомъ горя и несчастія. По той же причинѣ потерпѣль тамъ полное фіаско и календарь на китайскомъ языкѣ, приготовленный на зеленої бумагѣ одной услугливой англійской книгоиздательской фирмой. Даже американскіе янки, по-

читающіе выгоду и прибыль главнымъ догматомъ своего обиходнаго евангелія, нерѣдко обнаруживають прихоти, ничего общаго не имѣющія съ интересами дѣловыхъ отношеній. Привыкши писать на скоропищущихъ машинахъ, они съ полнымъ пренебреженіемъ относятся къ тѣмъ торговымъ европейскимъ фирмамъ, которыя вздумаютъ вступить съ ними въ письменныя сношенія прежнимъ обыкновеннымъ способомъ письма; или — выработавъ навыкъ, при рекламированіи предпріятій, обращаться къ шумнымъ, кричащимъ выраженіямъ и словамъ, они съ крайнимъ сомнѣніемъ относятся къ тѣмъ объявленіямъ, циркулярамъ и анонсамъ, которые обходятся безъ сильныхъ словъ, безъ превосходныхъ степеней. Короче: выражаясь словами профессора Губера, «музеи, поставившіе для себя задачею изученіе всемірнаго рынка, способны произвести волшебную эволюцію въ развитіи торговыхъ оборотовъ».

4) Школьные музеи, въ интересахъ возможно большаго расширенія круга научныхъ изслѣдованій, не ограничиваются въ подборѣ своихъ коллекцій тѣми родами товаровъ, которые представляютъ преимущественный интересъ для данной мѣстности со стороны ея экспортной или импортной торговли, и весьма часто помѣщаются въ своихъ витринахъ образцы продуктовъ или такихъ, которые не имѣютъ никакой торговой важности въ предѣлахъ даннаго района, или такихъ, которые утратили всякое значеніе въ современной торговой практикѣ; «знаніе — не кладь, за спиною не виситъ», вотъ девизъ, которому служитъ школа, нагружая своихъ питомцевъ такимъ балластомъ знанія, который можетъ

остаться безъ надлежащаго примѣненія на всемъ пути будущей коммерческой ихъ карьеры. Поэтому, и Малиссаръ, характеризуя задачи школьного музея, думаетъ, что онъ правъ, когда говоритъ въ своемъ отчетѣ: «коллекціи школьнаго музеевъ не требуютъ частыхъ обновленій, и, безъ всякихъ неудобствъ, могутъ быть сохранямы для учащихся въ теченіе многихъ лѣтъ». (*Rapport, Malissar, p. 34*). Составъ же товарныхъ коллекцій торговыхъ общественныхъ музеевъ всегда формируется изъ такихъ предметовъ торговли, которые представляютъ особую важность въ глазахъ негоціантовъ и промышленниковъ даннаго района; продукты чужеземнаго производства или служать для нихъ нагляднымъ показателемъ, съ чѣмъ они должны конкурировать на иностранномъ рынке, куда предполагается экспортировать товаръ внутренняго производства, или знакомятъ ихъ съ продуктами, въ которыхъ нуждается ихъ страна и которые желательно получать изъ первыхъ рукъ, безъ посредства третьяго рынка; національные же товары, выставляемые въ витринахъ музеевъ, составляютъ предметъ рекламы, распространенія и пропаганды въ тѣхъ или иныхъ иностраннаго государствахъ.

5) Школьные музеи, само собою понятно, какъ учрежденія, не возбуждающія особаго общественнаго живаго интереса, обставляются или на счетъ случайныхъ пожертвованій, или благодаря любезнымъ подаяніямъ со стороны музеевъ общественныхъ, отправляющихъ сюда какъ лишніе дублеты товаровъ, такъ и всякий устарѣвшій, не нужный хламъ; или, наконецъ, путемъ затраты готовыхъ средствъ на покупку тѣхъ или иныхъ товаровъ;

общественные-же музеи не только не расходуютъ своихъ средствъ на пріобрѣтеніе коллекцій, но весьма часто имѣютъ даже значительный доходъ отъ негоціантовъ и промышленниковъ, покупающихъ у нихъ право помѣщать въ витринахъ свои товары и взносящихъ опредѣленную годовую плату за пользованіе всѣми свѣдѣніями, какими располагаетъ торгово-промышленный музей со всѣми его обычными вспомогательными учрежденіями.

6) Наконецъ, школьные торговые музеи, въ связи съ преподаваніемъ въ коммерческой школѣ товаровѣдѣнія, служатъ органомъ развитія коммерческихъ знаній только въ замкнутой средѣ учащихся, какъ будущихъ дѣятелей въ сферѣ торгово-промышленной жизни, гдѣ придется имъ многое перезабыть, многому переучиваться; общественные же торгово-промышленные музеи, привлекая жизненнымъ строемъ всѣхъ своихъ органовъ всеобщія симпатіи и вниманіе, являются мощнымъ и благодѣтельнымъ органомъ безгранично широкой пропаганды коммерческихъ знаній не только въ кругу негоціантовъ и промышленниковъ, но и въ обширной средѣ лицъ и учрежденій, въ рукахъ которыхъ находятся всѣ производительныя силы страны, поелику эти негоціанты и промышленники неизбѣжно должны входить съ ними въ прямая и ближайшія торговыя сношенія. Такимъ образомъ, музеи неизбѣжно становятся просвѣтительными центрами для развитія экономической жизни всего государственного населенія.

Переходя, въ заключеніе настоящей статьи, къ вопросу о томъ, какому изъ двухъ разсмотрѣнныхъ типовъ торговыхъ музеевъ дать предпочтеніе,

при устройствѣ торговаго-же музея въ одесскомъ коммерческомъ училищѣ, мы считаемъ нужнымъ сказать здѣсь нѣсколько словъ, что такое коммерческое училище, съ точки зрѣнія государственныхъ интересовъ, общественныхъ задачъ, и съ точки зрѣнія тѣхъ средствъ, коими оно стремится обеспечить возможно-лучшее осуществленіе своихъ существенныхъ задачъ. Еще въ 1851 году одесское купечество, ходатайствуя объ учрежденіи на средства купеческаго общества специального въ краѣ училища, опредѣленно указало ту цѣль, которая легла въ основаніе всего учрежденія «доставлять коммерческое образованіе дѣтямъ торгового сословія, что могло-бы имѣть сильное влияніе на развитіе торговли и промышленности здѣшняго края и въ Бессарабіи». Ясно, что коммерческая школа, не уклоняясь отъ обще-педагогической государственной задачи — давать своимъ питомцамъ серьезное, законченное *общее образованіе*, воспитывать просвѣщенныхъ культурныхъ промышленниковъ-гражданъ, въ то же время всегда должна быть разматриваема, какъ учрежденіе профессиональное, принявшее на себя специальная практическія цѣли — подготовлять молодыхъ людей къ успешному выполненію всѣхъ обязанностей, въ сферѣ торгово-промышленной дѣятельности и, такимъ образомъ, содѣйствовать развитію національной экономической жизни. Въ связи съ этимъ, все вниманіе школы, въ организаціи учебнаго дѣла, направлено къ тому, чтобы привести въ ближайшую связь теоретическую, научную подготовку молодыхъ людей съ тѣми практическими требованиями, какія могутъ быть предъявлены имъ въ разныхъ учрежденіяхъ, гдѣ этимъ молодымъ

людямъ придется, по выходѣ изъ училища, совершать первые шаги своей коммерческой дѣятельности. Такъ: въ интересахъ наиболѣе раціональной постановки одного изъ важнѣйшихъ специальныхъ коммерческихъ предметовъ—*коммерціи и бухгалтеріи*, училище неоднократно возбуждало вопросъ о разрѣшеніи какъ воспитанникамъ выпускнаго класса, такъ и получившимъ дипломы объ окончаніи курса, посѣщать мѣстныя торговыя фирмы и кредитныя учрежденія; здѣсь названные юноши могли бы нѣкоторое время посвящать себя практическимъ занятіямъ въ той отрасли торгово-промышленнаго дѣла, которую они предполагаютъ избрать родомъ своей службы; для той-же учебно-практической цѣли воспитанники изучаютъ и ведутъ въ старшихъ классахъ коммерческія книги, совершаютъ фиктивныя торговыя сдѣлки, штудируютъ, подъ руководствомъ преподавателя, годовые отчеты, издаваемые тѣми или другими кредитными учрежденіями и проч. При изученіи математики, по преимуществу, обращается вниманіе на тѣ вопросы, которые имѣютъ частое примѣненіе въ торгово-промышленной практикѣ; равнымъ образомъ, въ изученіи иностранныхъ языковъ главнымъ центромъ вниманія служитъ торговая корреспонденція, къ усвоенію которой, собственно говоря, приоровляется и весь курсъ новыхъ языковъ, начиная съ младшихъ классовъ, гдѣ, попутно съ изученіемъ грамматики и обще-литературнаго языка, учащіеся усваиваютъ достаточный запасъ словъ и выраженій для обычнаго *торгового* разговора; затѣмъ въ старшихъ классахъ знакомятся съ оборотами торговой терминологіи, систематически знакомятся съ

образцами торговыхъ коммерческихъ писемъ по специальнymъ сборникамъ и по подлиннымъ письмамъ, подъ руководствомъ преподавателей упражняются въ составленіи разныхъ примѣрныхъ корреспонденцій по той или иной области торгово-промышленного обихода и т. п. Словомъ, все учебное дѣло поставлено въ коммерческой школѣ такъ, что ни на одну минуту не выпускаются ею изъ виду тѣ профессиональныя цѣли и требованія, которымъ должны отвѣтить учащіеся, по оставленіи ими школьной скамьи.

Въ виду такого строго-практическаго характера коммерческой школы, со всей ея учебной организацией, мы рѣшительно склоняемся на сторону устройства при Одесскомъ Коммерческомъ училищѣ торгово-промышленного музея, по образцу государственно-общественныхъ музеевъ, а не школьныхъ, относя существующую постановку послѣднихъ, въ связи съ преподаваніемъ товаровѣдѣнія въ школахъ З. Европы, къ сферѣ роковыхъ и существенныхъ недоразумѣній. Въ ряду специальныхъ дисциплинъ коммерческаго образованія, первое мѣсто, безспорно, должно принадлежать товаровѣдѣнію, въ связи съ изученіемъ коллекцій товарныхъ образцовъ музея, и лишать этотъ важный предметъ жизненнаго значенія, ставить въ исключительныя неблагопріятныя учебно-педагогическія условія, по сравненію съ другими специальными предметами, замыкать его въ бездушныя схоластическія рамки, намъ представляется вопіющею, преступною несправедливостію. Торговые школьные музеи, при настоящей ихъ организаціи и односторонне-теоретическомъ характерѣ ихъ, изслѣдованія — это, поис-

тинѣ, какъ выражается одинъ германскій писатель, «Кладбище съ нѣмыми памятниками». Коллекціи ихъ— это не вещи, играющія доминирующую роль въ процессахъ мощныхъ торговыхъ оборотовъ, а лишь символы вещей, нерѣдко лишенные всякаго смысла и жизненно-практической цѣнности. Изученіе ихъ въ помянутомъ специальному предметѣ сохраняетъ за собою тотъ-же отвлеченный, общій характеръ, который можетъ быть примѣнимъ и ко всякой другой школѣ, свободной отъ профессиональныхъ задачъ, какія должны всегда оставаться для коммерческой школы строго обязательными.

За симъ, мы позволяемъ себѣ предложить проектъ организаціи при коммерческомъ училищѣ музея на нижеслѣдующихъ основаніяхъ:

1) Учреждаемый при коммерческомъ училищѣ музей предназначается для ближайшаго и нагляднаго ознакомленія учащихся съ современнымъ состояніемъ торговли и промышленности на югѣ Россіи. Вмѣстѣ съ этимъ музей для той-же цѣли можетъ служить полезнымъ органомъ для представителей всего южно-русского торгово-экономического общества.

2) Коллекціи музея комплектуются изъ образцовъ, по преимуществу, такихъ продуктовъ торговли и промышленности, которые представляютъ особо важный интересъ для южно-русскихъ неготіантовъ и промышленниковъ.

3) Помѣщенные въ витринахъ музея товары распадаются на три главныхъ отдѣла: а) товары иностранныхъ рынковъ, б) товары внутренняго производства, в) коллекціи образцовъ упаковокъ.

Первая коллекція подраздѣляется на двѣ группы: а) къ одной принадлежать продукты, обращаю-щіеся на томъ или иномъ чужеземномъ рынкѣ виѣшняго производства, однородные съ тѣми, кото-рые съ успѣхомъ могутъ быть экспортируемы югомъ Россіи на иностранный рынокъ; они имѣютъ задачею служить образцомъ и показателемъ, съ чѣмъ русскому промышленнику приходится соперничать на всемирномъ рынке и какія усовершенствованія ему необходимо предпринять, въ интересахъ болѣе успѣшнаго распространенія своего товара; группа эта обозначается названіемъ — *секція экспортныхъ товаровъ музея*; ко второй—относятся товары также виѣшняго производства, въ которыхъ чувствуется недостатокъ на русскомъ рынке и которые желательно пріобрѣтать изъ первыхъ рукъ безъ потерь, неизбѣжно связанныхъ съ полученіемъ импортнаго товара при посредствѣ чужеземнаго третьяго рынка. Группа эта носить название *секція импортныхъ товаровъ музея*. Коллекціи первой и второй группы размѣщаются въ порядкѣ странъ свѣта и родовъ товаровъ. Въ составъ втораго отдѣла входятъ об-разцы товаровъ мѣстнаго національнаго производ-ства, рекламируемыхъ музеемъ, при посредствѣ всѣхъ своихъ вспомогательныхъ органовъ, на со-сѣднихъ и отдаленныхъ иностранныхъ рынкахъ. «Это — отдѣлъ товаровъ русскаго производства». Къ третьей группѣ относятся «Коллекціи образцовъ упаковки»; коллекція имѣеть въ виду ознакомить уча-щихся, а также русскихъ негоціантовъ и промыш-ленниковъ съ существующими формами упаковки, въ связи съ родомъ товаровъ, климатическими условіями путей и направленія экспортируемаго

продукта, съ тѣми или иными способами передвижения товаровъ и проч.

4) Коллекціи образцовъ иностранныхъ товаровъ формируются при посредствѣ чиновъ русскаго посольства и консульства заграницей, по распоряженію правительства, предъ которымъ одесскому купечеству надлежитъ ходатайствовать по данному вопросу теперь-же, до учрежденія музея; тѣ же коллекціи могутъ быть представлены и заинтересованными южно-русскими промышленниками и негоціантами, входящими въ частыя торговыя сношения со многими иностранными купеческими фирмами.

5) При музѣ учреждается институтъ агентовъ и комм-вояжеровъ, по преимуществу, изъ воспитанниковъ одесскаго коммерческаго училища, какъ лицъ, стоящихъ близко къ интересамъ и условіямъ мѣстной коммерческой жизни и снаряжаются, по мѣрѣ средствъ, торговыя экспедиціи для изслѣдованія чужеземныхъ рынковъ, представляющихъ югу Россіи важный интересъ, для развитія международныхъ торговыхъ сношеній.

6) Музей организуетъ справочное бюро съ изданіемъ въ извѣстные періодические сроки торговыхъ бюллетеней, для распространенія въ коммерческой средѣ свѣдѣній, связанныхъ съ движениемъ южно-русской торговли и промышленности. При бюро учреждается коммерческая библиотека и читальня. Какъ справочное бюро, такъ и читальня составляютъ учрежденіе въ равной степени доступное и публикѣ, и учащимся старшихъ возрастовъ училища. Послѣднимъ, по мѣрѣ надобности, всѣ современные интересныя свѣдѣнія излагаются препо-

давателями, при изученіи специальныхъ коммерческихъ дисциплинъ — каковы товаровѣдѣніе, экономическая географія, коммерція и т. п.

7) Будучи не только учрежденіемъ учебнымъ, но и общественнымъ, музей допускаетъ пріемъ въ число своихъ членовъ изъ лицъ, не принадлежащихъ къ служебному персоналу училища, но связанныхъ съ интересами торгово - экономической жизни Юга-Россіи, каковы, напримѣръ, мѣстные негоціанты, промышленники, землевладѣльцы и вообще представители всѣхъ отраслей сельского хозяйства и т. п.

8) Музей устанавливаетъ для своихъ членовъ извѣстную годовую плату за право посѣщать всѣ отдѣленія его и пользоваться интересующими ихъ свѣдѣніями, какія находятся въ распоряженіи музея. Равнымъ образомъ, устанавливается плата, размѣръ которой опредѣляется особою инструкціей, за каждую отдѣльную справку, съ которою обращаются къ администраціи музея, лично или письменно, постороннія лица, не принадлежащія къ составу членовъ музея.

9) Музей состоить въ ближайшемъ вѣдѣніи правленія, состоящаго изъ предсѣдателя и четырехъ почетныхъ членовъ, въ лицѣ существующаго попечительного совѣта коммерческаго училища.

10) За цѣлостію и сохранностію всего имущества, принадлежащаго музею, наблюдаетъ лаборантъ, установленный нынѣ дѣйствующимъ положеніемъ коммерческаго училища. Читальня-же и справочное бюро съ выполнениемъ всѣхъ надлежащихъ объясненій и справокъ, выдаваемыхъ преподавателямъ училища и публикѣ, возлагаются на отвѣтствен-

ность особаго лица съ специальнымъ коммерческимъ образованіемъ и притомъ съ солиднымъ практическимъ опытомъ, въ сферѣ коммерческихъ операций и торговыхъ сношеній.

11) Расходы по содержанію музея покрываются частными пожертвованіями, членскими ежегодными взносами, преміями за отдельные случаи справокъ и объясненій, выдаваемыхъ музеемъ постороннимъ лицамъ, и другими ресурсами, какие могутъ образоваться отъ тѣхъ или иныхъ предпріятій музея, какъ, напримѣръ, публичныя лекціи, на основаніи или по поводу консульскихъ донесеній, сообщеній агентовъ, торговыхъ экспедицій и проч., а также по вопросамъ сельского хозяйства и вообще южно-русской промышленности.

12) Музей помѣщается при училищѣ, въ особой части зданія, специально для него приспособленной; съ дальнѣйшимъ развитіемъ музея и расширеніемъ его торговыхъ сношеній и операций, какъ болѣе крупныя коллекціи товаровъ, такъ и всѣ органы справочнаго бюро съ библіотекой и читальней, могутъ быть перенесены въ зданіе купеческой биржи, куда, по надобности, учащіеся старшихъ возрастовъ экскурсируютъ въ сопровожденіи преподавателя того или другаго специального коммерческаго предмета.

Преимущества предлагаемой организаціи тор-гово-промышленнаго музея при коммерческомъ училищѣ на проэтируемыхъ началахъ предъ школьнай сводятся къ слѣдующему:

1) Проэтируемый музей ставить учащихся лицомъ къ лицу съ жизнію и вносить много новыхъ жизненныхъ элементовъ въ содержаніе, въ

изложеніе, въ характерѣ важнѣйшихъ коммерческихъ наукъ.

2) Онъ представляетъ собою учрежденіе высокаго интереса не только для учебнаго заведенія, но и для обширнаго круга представителей торгово-экономической дѣятельности всего южнаго края Россіи. Привлекая же къ себѣ вниманіе и симпатіи общества, онъ имѣеть шансы расчитывать на всякое содѣйствіе, со стороны заинтересованныхъ, по устройству, оборудованію и обновленію его послѣдними современными образцами товаровъ и прудуктовъ, находящихся въ торговомъ всемирномъ оборотѣ; тогда какъ музей, устроенный на началахъ школьнай организаціи, ляжетъ на всегда, съ момента основанія его, тяжелымъ бременемъ исключительно на средства попечительного совѣта училища.

3) Онъ не расходуетъ безплодно ни средствъ своихъ на пріобрѣтеніе мало-интересныхъ коллекцій товаровъ, ни времени и вниманія учащихся на усвоеніе знаній, не представляющихъ живой, ближайшей связи съ будущей ихъ практикой, въ сфере торговыхъ мѣстныхъ интересовъ, подбирая коллекціи образцовъ и сообщая по нимъ учащимся разныя коммерческія свѣдѣнія только съ такимъ экономическимъ расчетомъ, чтобы и материалъ музея и преподаваніе специальныхъ наукъ были согласованы главнымъ образомъ съ дѣйствительными потребностями торгово-промышленной жизни даннаго географическаго района.

4) Онъ расширяетъ будущую каррьеру воспитанниковъ училища, незамѣтно подготавляя ихъ къ умѣлому выполненію обязанностей въ роли агентовъ, комми-вояжеровъ и т. п.

5) Музей служить весьма важнымъ просвѣтильнымъ органомъ не только для учащагося юношества, для будущихъ коммерсантовъ, но и для обширнаго круга мѣстныхъ негоціантовъ, промышленниковъ и сельскихъ хозяевъ. Эта сторона представляеть для нась особую важность, въ виду настойчивыхъ мѣръ министерства, направленныхъ къ размноженію и развитію «Обществъ распространенія коммерческихъ знаній». Проектируемая организація представляеть въ высокой степени благодарную почву и въ смыслѣ сплоченія въ одинъ солидарный кругъ дѣятелей экономической жизни южнаго района, и въ смыслѣ неисчерпаемаго материала, могущаго живо интересовать всѣхъ его членовъ и благодѣтельно влиять на подъемъ сельско-хозяйственной культуры всей торгово-промышленной техники нашей новороссійской окраины.

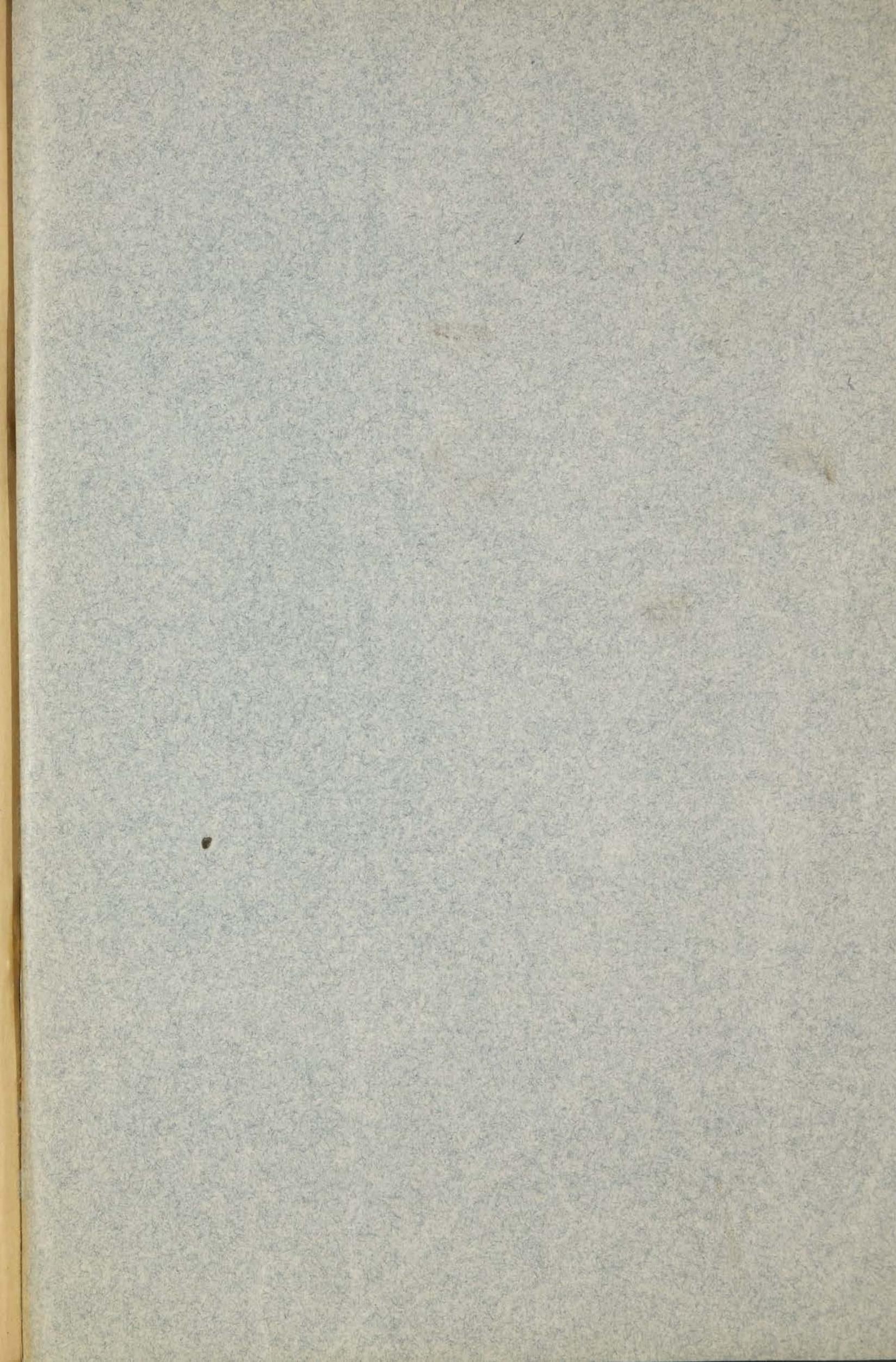
6) Наконецъ, есть еще одно важное преимущество проектируемой системы торгово-промышленнаго музея предъ школьной общепринятой организаціей. Отвѣчая всѣмъ требованіямъ школы, какъ учебно-вспомогательный органъ, при изученіи специальныхъ коммерческихъ дисциплинъ, музей въ то же время принимаетъ на себя высокую государственную задачу—въ смыслѣ всесторонняго и тщательнаго изслѣдованія чужеземныхъ рынковъ, въ смыслѣ развитія и оживленія международныхъ нашихъ торговыхъ сношеній, въ смыслѣ подъема всей внѣшней южно-русской торговли и промышленности, строго согласованной съ нуждами, вкусами и желаніями нашихъ иностранныхъ покупателей. Еще на этихъ дняхъ намъ довелось выслушать отъ лица одного значительного органа русской прессы

горькія и вмѣстѣ съ тѣмъ справедливыя сътovanія на то, какъ много теряетъ русская промышленность отъ совершенного незнакомства съ потребностями тѣхъ государствъ, съ которыми намъ было бы интересно и важно установить долгія и прочныя торговыя сношенія. Въ № «Нов. Вр.», отъ 24 октября сего года, читаемъ въ корреспонденціи изъ южной Персіи: «на потребности и вкусы персидского рынка наши коммерсанты сплошь и рядомъ не обращаютъ никакого вниманія и отправляютъ товары въ Персію прямо наугадъ. Въ Іездѣ напримѣръ, на рынкахъ котораго появляется значительное количество русского сахара, послѣднему предпочитають персы марсельскій только потому, что русскій сахаръ очень крѣпокъ, или, какъ говорятъ персы, не скоро обращается въ воду. Вѣроятно, большаго убытка не понесли-бы наши сахарозаводчики, если-бы стали отправлять сахаръ, подходящій ко вкусамъ персовъ, т. е. рыхлѣе. Русскія свѣчи, появившись на рынкахъ Персіи, скоро сошли со сцены главнымъ образомъ потому, что не были приспособлены къ употребляющимся здѣсь подсвѣчникамъ, въ стойку которыхъ должна хорониться вся свѣча. Персы, хотя и были довольны качествомъ русскихъ свѣчъ, считали для себя все-таки невыгоднымъ заводить новые подсвѣчники для нихъ. Наши коммерсанты, не имѣя постоянныхъ торговыхъ связей и представителя русскихъ интересовъ на югѣ Персіи, примиряются съ неудачами, постигающими ихъ товары, но часто не знаютъ даже, почему это произошло и ограничиваются вкоренившимся убѣженіемъ, что англичанамъ и другимъ иностранцамъ выгоднѣе доставлять свои товары на рынки южной

Персії. Разстояніе не играетъ здѣсь значенія. Во всякомъ случаѣ Россія ближе къ югу Персіи, чѣмъ Бельгія, Франція, Швейцарія, или даже Швеція, товары которыхъ распространены въ большемъ количествѣ, чѣмъ русскіе, или даже занимаютъ первое мѣсто, какъ, напримѣръ, марсельскій сахаръ. Значить, дѣло не въ разстояніи, *a въ чёмъ-то другомъ*. («Нов. Бр.» 1900 г. 24 октября). А мы полагаемъ, что причина здѣсь одна—незнаніе потребностей страны. Само собою разумѣется, что подобныя скорбныя явленія стали-бы совершенно невозможными въ движениіи торговыхъ оборотовъ Россіи на всемирномъ рынкѣ, если-бы русскій коммерсантъ еще на школьной скамьѣ постепенно проникался убѣженіемъ, такъ характерно выраженнымъ Г. Кобатчевъ: «чтобы хорошо торговать въ какой-либо странѣ, необходимо хорошо ее изучить».

Осуществивши-же, при посредствѣ проэтируемаго музея, путемъ строго-практической подготовки учащагося юношества, такую важную педагогическую миссію, коммерческое училище только тогда съ гордостію можетъ сказать купечеству, что оно успѣло оправдать всѣ надежды, какими общество было воодушевляемо, учреждая школу и говоря, въ своемъ приговорѣ 1851 г., что она «должна оказать сильное вліяніе на подъемъ торговли и промышленности въ предѣлахъ Новороссійскаго края и Бессарабіи».





Цѣна 80 коп.

16

