



С.И. Королева

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ТОРГОВЛИ XX ВЕКА В ЛИЦАХ

Монография



Москва
Издательский дом
“НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА”
2016

Светлана Королева

**Становление и развитие
торговли XX века в лицах**

«Научная библиотека»

2016

УДК 339.1-051
ББК 65.42

Королева С. И.

Становление и развитие торговли XX века в лицах /
С. И. Королева — «Научная библиотека», 2016

ISBN 978-5-9908377-6-8

В монографии представлены почти 50 повествований о жизни и делах высоких руководителей торговли, которые стояли у истоков организации торгового дела и влияли на его устройство. Монография предназначена для научных работников, преподавателей ВУЗов, аспирантов, студентов экономических специальностей, а также для всех лиц, интересующихся историей торговли.

УДК 339.1-051

ББК 65.42

ISBN 978-5-9908377-6-8

© Королева С. И., 2016

© Научная библиотека, 2016

Содержание

Предисловие от автора	6
Глава 1. Первые создатели нового типа торгового дела в России	9
1.1. Арчибальд Мерилиз и Эндрю Мюр – Магазин «Мюр и Мерилиз» (современный ЦУМ)	10
1.2. Верхние торговые ряды (современный ГУМ)	14
1.3. Андрей Михайлович Кочуров	17
Конец ознакомительного фрагмента.	19

Светлана Королева
Становление и развитие
торговли XX века в лицах

© Королева С. И. (Текст), 2016

© Издательский дом «НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА», 2016

* * *

Предисловие от автора

Становление и развитие торговли является частью истории нашей страны, одной из основ формирования ее народного хозяйства. И очень важно знать, кто стоял у руля глобальных перемен и организовал внедрение реформ, находил лучшие решения из ряда возможных вариантов.

Наше и последующие поколения забыли о том, какие очереди стояли возле любого мало-мальски приличного магазина. Забыли о тех днях, когда сахар, табак, водку и многое другое продавали по карточкам (и не во время войны, а в самый что ни на есть мирный период «развитого социализма»). Забыли о том, что право купить комплект постельного белья или холодильник имели только ветераны войны, причем тоже по талончику.

Забыли о пресловутой «визитной карточке москвича» – судорожной попытке отсечь от московских и без того полупустых прилавков приезжающих, которые в своих городах и поселках вообще ничего не могли купить.

Но мы, люди XXI в., не вправе судить о прошлом важнейшей сферы жизнеобеспечения населения, одной из составляющих финансовой стабильности государства.

Известно, что вся история цивилизации зиждется на торговле. Наука, производство, изобретения и т. д. – все это в конечном итоге служит обеспечению людей всем необходимым.

Но это все философия. А цель этого повествования – рассказать историю деятельности тех, кто в XX в. кормил, одевал и обувал, снабжал мебелью и автомашинами, посудой и бытовой техникой. Рассказать о том, как на месте грязных и шумных рынков появились современные павильоны и супермаркеты.

Слова «торгаш», «торгашка» – унижительное прозвище людей, занятых в торговле, проявление к ним феноменального презрения. Возможно, некоторые из них этого и заслуживают, но в прежние времена слова «купец», «торговец» были, как бы теперь сказали, престижными, а уж московское купечество славилось не только на всю Россию, но и на весь мир и качеством товаров, и честностью, и благотворительными делами. Очень многие купцы поддерживали революционеров (как потом выяснилось, на собственную же голову). Революционеров вознесли на пьедестал, а купцов многие десятилетия предавали забвению и втоптывали в грязь.

В огромном количестве литературы, которую пришлось «перелопатить» для написания этой книги, слишком часто мелькают словосочетания «партия и правительство», «благодаря мудрому постановлению», «следуя правильным указаниям»... Да, конечно, кто-то руководил всем этим процессом развития советской торговли. Но складывается впечатление, что развивалась она не столько благодаря, сколько вопреки всем этим мудрым указаниям и правильным постановлениям, большинство из которых вопиюще противоречили естественным законам экономики, законам, благодаря которым торговля развивалась с младенческих лет из сообщения людей.

За сто лет изменений произошло парадоксально мало, во всяком случае, в системе управления. Торговля, кстати, не исключение: предприниматели и по сей день – чуть ли не самые бесправные и уязвимые граждане нашего общества. Только помимо государства появился и «частный сектор» – организованная преступность. Нужно обладать большим мужеством, чтобы заниматься торговлей в таких условиях, которые спокойно можно приравнять к боевым.

Социалистическая система управления, плановое ведение экономики, какие бы декларации о народном благе при этом ни провозглашались, были неспособны учитывать насущные интересы людей. И уж тем более трудности и интересы тех, кто осуществлял указания властей в сфере организации торговли. Имена людей, кто в тяжелейших антиэкономических

условиях ведения хозяйства обеспечивал население страны всем необходимым, по большей части канули в лету.

За многочисленными резолюциями коммунистических съездов и пленумов, решениями политбюро редко встретишь фамилии даже крупнейших советских организаторов торговли. За всю почти 80-летнюю историю Советской власти лауреатами ордена Ленина за успехи в работе стали считанные единицы, хотя орденосцев за боевые действия в годы Великой Отечественной войны еще совсем в недавние годы в рядах работников торговли было великое множество.

Более того, человека, награжденного орденом Ленина, впоследствии расстреляли после скорого и не слишком беспристрастного суда: слишком уж знаменитым стал, слишком много «больших людей» возле него кормилось, когда прилавки большинства магазинов Москвы отнюдь не ломались от изобилия товаров, а лишь демонстрировали достаточно скудный минимум. Так что торговля всегда была зоной риска: что при купеческих караванах, которые грабили все, кому не лень, что в нынешние времена бандитов и рэкетиров.

Все течет и многое меняется. Жаль только, что уходят ветераны, а с ними и бесценные сведения о том, как все происходило на самом деле, а не по рапортам и отчетам в центральных газетах. Замолкают голоса живых свидетелей, все меньше и меньше людей помнит о том, например, что ярмарка в Лужниках была открыта весной 1960 г., а не возникла в нынешнем виде 30 лет спустя.

Уместным будет вспомнить слова великого русского писателя П. Я. Чаадаева: «Мы так удивительно шествуем во времени, что по мере движения вперед прожитое пропадает для нас безвозвратно».

Но основным предметом написания является не обзор эволюции с анализом ее преемственности и эффективности. Основной акцент сделан на роли личности в государстве, создании условий для активной предпринимательской деятельности.

В монографии вы найдете 45 повествований о жизни и делах высоких руководителей торговли, которые стояли у истоков организации торгового дела и влияли на его устройство. Некоторых автор знала лично, работала с ними.

Купечество и вообще «торговый люд» испокон веков были практически основными плательщиками налогов, следовательно, предметом самого пристального внимания со стороны государства – любого! И по сей день, кстати, ничего не изменилось, разве что усилилось значение предпринимателей. Конкретные реформы в сфере торговли начались, причем довольно активно, лишь в период «прорубания окна в Европу». Одними пушками это было невозможно сделать.

К концу XIX столетия количество торговых точек в Москве насчитывало 8353. Для города с населением, едва достигшим 800 тысяч, было вполне достаточным количество магазинов, в которых продавались как промышленные, так и продовольственные товары.

В Москве уже достаточно давно существовала крупная торговля – показатель наличия развитого рынка массового спроса. Рядом с маленькими деревянными лавчонками в Москве, особенно в центральных торговых рядах, имелись большие торговые помещения. Владение двумя-пятью такими помещениями было обычным явлением для торговых людей крупного масштаба. В особой рекламе в начале XX в. не нуждался гастроном Г. Елисеева, магазин С. Перлова «Чай» на Мясницкой и другие.

Торговля – комплексный и системообразующий сектор экономики, стратегия развития которого должна обеспечивать баланс целей заинтересованных групп: государство, потребители, производители, предприниматели в торговой сфере.

Работая над этой книгой, автор исходит из того, что читателям важны не столько исторические и экономические факты, сколько люди прошлого, XX в., организующие процесс далеко не простого торгового предпринимательства.

Профессия работника торговли принадлежит к числу наиболее древних занятий человека, уходящих своими корнями в историю общественного разделения труда. С тех пор, как в обществе произошло это разделение, и возникла необходимость обмена различными предметами потребления, появился рынок, потребовались люди, постоянно занятые осуществлением многочисленных сложных процессов торговли, охватывающих массу операций по доставке, хранению и продаже товаров. Современное общество немислимо без людей торговой профессии, удовлетворения материальных потребностей общества через торговлю с помощью ее многочисленных кадров.

Важность труда торговых работников определяется, прежде всего, значением самой торговли в нашей экономике, в решении социальных и экономических задач, связанных с повышением благосостояния и культуры народа.

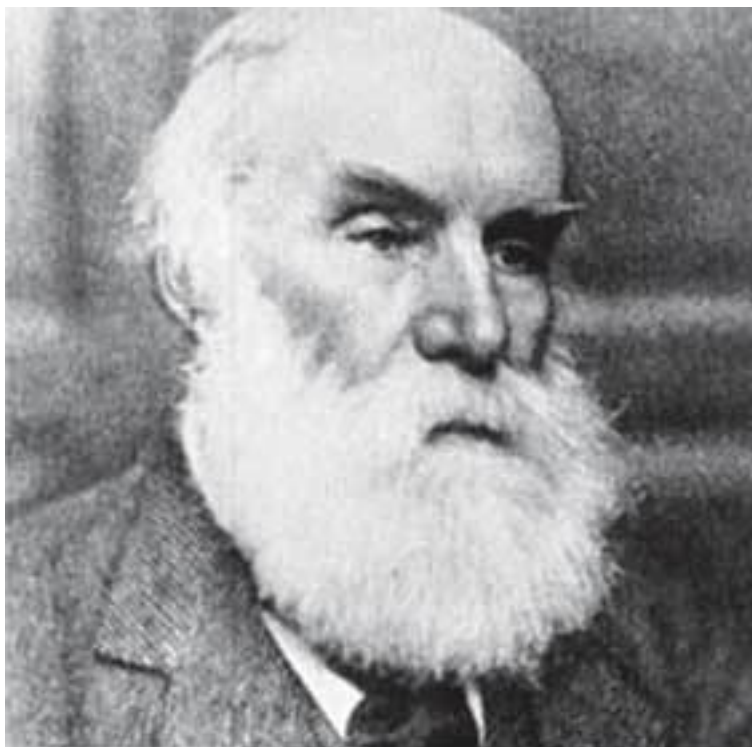
Выполнение всех возложенных на торговлю функций является необходимым условием нормального развития экономики нашей страны.

Глава 1. Первые создатели нового типа торгового дела в России

В конце XIX в. Москва представляла собой крупный мегаполис, по внешнему облику, условиям жизни, количеству населения, промышленному и торговому значению приближающийся ко многим столицам европейских государств. Однако городу было присуще немало своеобразных черт, уходящих корнями в весьма отдаленные времена, которые были свойственны только Москве, например, крупные магазины, которые сохранились до настоящего времени, и которые своим появлением произвели настоящую сенсацию в городе.



1.1. Арчибальд Мерилиз и Эндрю Мюр – Магазин «Мюр и Мерилиз» (современный ЦУМ)



История ЦУМа началась в середине XIX в., когда в Санкт-Петербурге осел коммерсант из Шотландии – Арчибальд Мерилиз (1797–1877). Он прибыл в Россию торговым представителем известной британской фирмы Fisher & Co., затем работал на одну американскую компанию, а потом задумался об организации собственного дела. Вместе с прибывшим на подмогу шурином Эндрю Мюром (1817–1899) А. Мерилиз в 1857 г. основал торговую компанию «Мюр и Мерилиз», а сам вскоре отошел от дел и вернулся на родину. Товарный знак «Мюр и Мерилиз» был зарегистрирован в 1857 г. В 1880-х гг. из Петербурга компания переехала в Москву, где через пять лет открыла оптовый магазин дамских шляп и галантереи на углу Кузнецкого моста и Петровки (в «доме Хомякова»).

Вскоре торговый дом купил здание для большого магазина на Театральной площади. Было решено создать здесь крупный универсальный магазин, наподобие Лондонского «Уайтли» или Парижского «Бон Марше».

Через несколько лет «Мюр и Мерилиз» перешел на розничную торговлю, увеличил ассортимент и стал первым в России универсальным магазином. В апреле 1891 г. по причине низких цен на зерно и неважных урожаев в течение двух лет снижаются и производство, и оптовая торговля. «Мюр и Мерилиз» сворачивают свою оптовую торговлю и целиком переходят на розницу, что гораздо менее рискованно.

Успех розничного магазина подтверждался скоростью, с какой универмаг открывал новые отделы. В розничной торговле кроме шляпок и тканей появилась дамская модная одежда и обувь, мебель, посуда, спортивные товары, ковры и т. п. «Мюр и Мерилиз» стал первым в России универмагом – магазином для людей среднего класса, где можно было купить почти все, кроме продуктов. И это был первый магазин нового типа, не имевший российских аналогов.

Воображение посетителей поражали размах и технические новинки: торговая площадь – 5500 квадратных метров, за прилавками – 1500 приказчиков, с этажа на этаж посетителей доставляют пять лифтов.

Слава московского магазина гремела по всей России: главным ноу-хау «Мюра и Мерилиза» стали невиданные прежде в России иллюстрированные каталоги своих товаров, бесплатно рассылаемые по почте. Любой житель страны мог выписать товар по почте, не платя за доставку, если стоимость покупки превышала 75, а позднее – 25 руб. Такие каталоги издавались четыре раза в год, к началу каждого сезона.

Товары здесь были превосходного качества, продавцы безукоризненно вежливы: когда покупатель был недоволен, товар немедленно заменяли новым. Нанимая заведующих отделами, владельцы магазина не полагались на их умение торговаться, поэтому вводили твердые цены. Кроме твердых цен, новшествами универмага были: обязательство брать назад или менять товар, периодические распродажи, ежедневная доставка товаров во все части города, а также снижение цен за счет увеличения количества продаж.

До 1891 г. на верхнем этаже универмага еще велась оптовая торговля. К концу века общее количество отделов в магазине Мюра и Мерилиза достигло 44, а количество служащих приблизилось к 1000. Это был первый в России большой универмаг, и он остается таковым до сегодняшнего дня.

Европейским (безо всяких иронических кавычек) был в московском «Мюре и Мерилизе» и сервис. В магазине продавался товар только отличного качества. А от набираемых продавцов работодатели, одними из первых внедрившие в России корпоративную максиму «клиент всегда прав», требовали безукоризненной вежливости.

В феврале 1892 г. в магазине произошел сильный пожар, последствия которого однако быстро были ликвидированы. «Помещение было полностью обеспечено автоматически действующими огнетушителями, – писал владелец магазина Эндрю Мюр, – и ущерб товарам, думается, проистекал скорее от них и от воды, подаваемой пожарными машинами, чем от огня». Потери были возмещены страховкой, однако в огне погибли двое пожарных.

Вечером 24 ноября 1900 г, в магазине начался второй пожар. Москва была залита ярко-красным светом на многие версты в округе, а толпы народа стекались из предместий посмотреть на такое событие. И, в отличие от первого пожара, второй спалил здание магазина подчистую, остались лишь стены. Убытки были по тем временам гигантскими – 1,5 млн руб. Тем не менее, новый владелец магазина – бывший управляющий Уолтер Филип, сменивший умершего Мюра, – вспомнил русскую поговорку «не было бы счастья, да несчастье помогло». Он решил возвести на пепелище новое здание магазина, да такое, какого в России еще не видавали. Семиэтажное, оснащенное всеми последними чудесами техники! Словом, настоящий храм торговли.

При строительстве впервые в России был использован железобетон. Хотя магазин не был небоскребом, семиэтажный дом по тем временам считался высоким. Новый способ строительства позволил за счет более тонких стен значительно увеличить торговые площади. Новый магазин был открыт на Рождество в 1908 г. и вызвал огромный интерес благодаря новизне технического оснащения, европейскому комфорту и красоте оформления залов. Эдакая английская готика в самом сердце Белокаменной!

К 1913 г. в магазине было 80 отделов. По уровню товарооборота и оснащению торговых залов «Мюр и Мерилиз» не уступал такому Лондонскому универмагу, как «Харродс».

10 марта 1922 г. в неоготическом здании торжественно открылся Центральный универсальный магазин. Хотя москвичи еще долго по инерции называли любимый магазин по-старому.

В эпоху НЭПа магазин снова расцвел, поражая столичных жителей изобилием невиданных тогда товаров.

А затем началась новая – уже советская – эпоха прославленного магазина. Теперь уже навсегда и неизменно – эпоха ЦУМа.

Новая история ЦУМа началась, естественно, в начале 1990-х гг., уже в новой стране.

Генеральный директор ЦУМа Александр Воскобойников рассказывал о проведенных изменениях: полная замена инженерных коммуникаций, лифтов, эскалаторов, оборудования. Проведена перепланировка помещений, что позволило увеличить торговую площадь на 40 %. Теперь из любой точки открывается полный обзор зала и виден весь ассортимент.

Без преувеличения можно сказать, что «Мюр и Мерилиз» были новаторами системы торговли, и это обстоятельство накладывает определенную ответственность на реальных наследников их дела.



1.2. Верхние торговые ряды (современный ГУМ)



Далеко не каждое предприятие имеет такую долгую и богатую историю, как Верхние торговые ряды (нынешний ГУМ); неотъемлемой части известного всему миру архитектурного ансамбля Красной площади уже свыше 100 лет. Лишь несколько торговых пассажей России вправе гордиться тем, что они созданы более века назад и успешно трудятся и по сей день. ГУМ всегда был и остается крупнейшим универмагом страны.

Среди торговых заведений России конца XIX в. Верхние торговые ряды, построенные на месте старинных торговых помещений в 1890–1893 гг. по проекту известного московского архитектора Александра Померанцева, занимали особое место. Этому крупнейшему торговому пассажи принадлежала важная роль в экономической жизни страны. Пассаж (от французского *passer* – проход, переход) – в архитектуре – тип торгового или делового здания, в котором магазины или конторы размещены ярусами по сторонам широкого прохода с остекленным покрытием. Расположение торговых рядов в самом сердце Москвы, в старинном центре российской торговли предопределило их богатую историю.

Москва, Московия всегда славились торговлей, помогали ее становлению. А то место, которое сейчас занимает ГУМ, – Ветошный проезд и противоположный ряд домов по нему – издавна было бойким торговым центром города. Каменное здание закрывало вид на рой мелких деревянных лавок, которые вечно горели, особенно зимой из-за печурок, какими обогревались нестойкие к морозу приказчики. Но самый большой пожар – в 1812 г., в дни французского нашествия – обошел торговые ряды стороной.

В 1815 г. по проекту архитектора О. И. Бове возводится новое здание Верхних торговых рядов. Занимавшее целый квартал строение было поделено между частными владельцами, их никак не удавалось уговорить хотя бы на капитальный ремонт. Здание рушилось на глазах.

Однако во второй половине XIX в., когда начался бурный рост промышленности и торговли в России, торговые ряды уже не отвечали требованиям времени, масштабам и современным формам торговли. По предложению московского генерал-губернатора вопрос о сносе старых Верхних торговых рядов и строительстве новых был поднят в 1869 г. Почти все владельцы воспротивились, так как еще их отцы и деды владели пятачками самой прибыльной торговой площади, и никто не смел покушаться на землю, исконно принадлежащую им. Владельцы объединились для борьбы. В 1880 г. городская Дума, заручившись поддержкой генерал-губернатора, обязала владельцев лавок создать акционерное общество «Верхние торговые ряды». Разобравшись в правах на землю, акционерное общество, устав которого был утвержден императором Александром III, стало выдавать «квитанции оценки», которые станут потом «акциями». 30 августа 1888 г., после того как 2/3 лавочников подали заявление о своем вступлении в Общество, состоялось официальное открытие Общества. Акционеры избрали совет и правление Общества. Акционерный капитал Общества составил 9 408 400 руб. На эту сумму были выпущены именные акции номиналом 100 руб.

15 ноября 1888 г. правление Общества объявило всероссийский конкурс на лучший проект здания Верхних торговых рядов под девизом: «Московскому купечеству». Первой премии удостоился А. Померанцев.

Главное здание сейчас знает каждый москвич, это нынешний ГУМ (больше всего тогдашних купцов радовал высокий подвал на разгрузочном дворе). Одновременно с Верхними торговыми рядами, по соседству с ними и в едином стиле в конце XIX в. были построены Средние торговые ряды (архитектор Р. Клейн).

Летом 1893 г. не было более популярного уголка для прогулок, чем Верхние торговые ряды. Приходили целыми семьями, осматривали линии под стеклянными крышами. В магазин светило солнце, а когда его не было, светили электрические лампы.

2 декабря 1893 г. состоялось торжественное открытие Верхних торговых рядов, на котором присутствовали великий князь Сергей Александрович и великая княгиня Елизавета Петровна. Они и другие почетные гости осмотрели ряды, выражая удовольствие по сооружению сего грандиозного и изящного здания в столице.

Расположен ГУМ по радиусу: как свидетельствуют документы того времени, длина фасада, выходящего на Красную площадь, – 116 сажен, а выходящего на Ветошный проезд – 122 сажени.

Вся торговая площадь была поделена между торговцами, но уже не на лавки, а на салоны. Они поражали прекрасной мебелью, обилием зеркал и богатой отделкой. В 322 отделах магазина, расположенных на всех трех этажах, в продаже имелись практически все группы промышленных товаров и частично продовольственных товаров. Подвальное помещение использовалось для оптовой торговли. Места в Верхних торговых рядах сдавались наиболее известным фирмам, они «служили центром, притягивающим к себе менее крупные торговые предприятия».

Громадные магазины розничной и оптовой торговли шелковыми и парчовыми тканями имела в Верхних торговых рядах фирма братьев Сапожниковых. В центральном ряду находился часовой магазин Торгового дома М. Калашникова, основанного в 1832 г. В витринах данного магазина покупателям был предоставлен большой выбор часов.

Также широкий ассортимент кондитерских товаров – от мармелада и пастилы до глазированных фруктов – предлагало Фабрично-торговое товарищество «А. Абрикосов и С-я». За высокое качество своих товаров фирма в 1882 г. была удостоена права помещать государственный герб на упаковке. Свои магазины в Верхних торговых рядах имели «Товарищество Прохоровской Трехгорной мануфактуры», «Товарищество Эмиль Циндель», «Жирардовская мануфактура», чья продукция пользовалась широким спросом в России и за границей.

Для привлечения большего числа покупателей торговый пассаж предлагал дополнительные услуги. С этой целью были открыты отделение Международного Московского банка, граверная и ювелирная мастерские, парикмахерская, зубоврачебный кабинет, почтовое отделение и в 1895 г. был открыт ресторан.

В Верхних торговых рядах впервые стали использовать ценники. Ведь в маленьких магазинах продавец сам объявлял покупателю цену. В Верхних торговых рядах главенствовало правило всех универмагов мира – «Покупатель всегда прав». И именно здесь появилась первая отечественная книга жалоб и предложений.

Ряды стали прообразом современных европейских торговых центров, в которых не только торгуют, но и устраивают выставки, концерты. К услугам покупателей были переводчики, носильщики, камера хранения, справочное бюро, гардероб. Для посетителей устраивали концерты, на которые приглашали знаменитых людей.

Но все же Верхние торговые ряды завоевали авторитет своим основным делом – продажей высококачественных товаров, быстрым и внимательным обслуживанием покупателей.

1.3. Андрей Михайлович Кочуров



С его именем связана целая эпоха ГУМа, его взлет, прочный авторитет и непревзойденное лидерство среди торговых организаций страны.

В его кабинет входили с трепетом и благоговением одновременно, потому что требовательность Андрея Михайловича в работе была обязательна ко всем сотрудникам, и никаких исключений здесь быть не могло. И в то же время его безукоризненная честность, невероятная самодисциплина, работоспособность, компетентность в вопросах, которые он решал, были предметом какой-то особой личной гордости работников ГУМа за своего руководителя.

А. М. Кочуров пришел в ГУМ начальником отдела готового платья из Москворецкого универмага, спустя некоторое время возглавил ГУМ. Андрей Михайлович, несмотря на огромный опыт, никогда не стеснялся советоваться с людьми, и это как-то совсем не умаляло его авторитет. А сотрудники, в свою очередь, учились у него профессионализму, доброте, такту. По инициативе и при активном участии А. М. Кочурова было создано объединение социалистических универмагов, которое во многом способствовало росту авторитета самого ГУМа.

У него всегда находилось время на все, даже второстепенные, казалось бы, вопросы. Но таковых у него просто никогда не было. Он всегда старался, чтобы каждый специалист или руководитель подразделения видел перспективу своего профессионального роста, чтобы у людей был моральный стимул трудиться добросовестно, с полной отдачей. Одним словом,

любил людей, видел в них не просто добросовестных исполнителей, но умел разглядеть в людях личность.

Свое название ГУМ получил в 1921 г., когда решением правительства в Москве был создан первый советский универмаг. Необычна история ГУМа. Немногие знают о том, что он был создан по прямому указанию В. И. Ленина. Это было начало создания не только первого советского универмага, но и государственной розничной торговли. Был период, когда страна переходила к новой экономической политике, направленной на быстрое восстановление разрушенного войной народного хозяйства. Организация ГУМа была практически осуществлением ленинского призыва учиться торговать.

Было создано правление магазина, которое координировало работу универмага и осуществляло связь магазина с правительственными органами. В него вошли представители ряда ведомств, в том числе и Московского Совета.

В 1930-е гг. ГУМ реорганизовали, часть его помещений передали различным правительственным учреждениям. В другой части здания разместились магазины ряда торговых организаций Москвы.

В 1953 г. состоялось второе «рождение» ГУМа. За вновь создаваемым универмагом сохранили его прежнее название – Государственный универсальный магазин. Министерству торговли СССР было поручено в самые сжатые сроки капитально реконструировать здание ГУМа с тем, чтобы обеспечить условия для подлинно культурной торговли в универмаге. В строительных работах участвовало 125 подрядных организаций. Свыше 200 предприятий Москвы и других городов страны поставляли материалы и оборудование универмагу. В отдельные дни на работах по реконструкции ГУМа трудилось до 5000 человек, не считая тех, кто непосредственно на заводах и фабриках страны выполнял задания по поставке материалов и оборудования. Менее чем за четыре месяца здание ГУМа переоборудовали. Это была необычная в истории торговли стройка. 24 декабря 1953 г. Государственный универсальный магазин принял своих первых покупателей.

ГУМ популярен не только в нашей стране, но он хорошо известен и далеко за ее пределами. Редкий иностранец, прибывавший в Москву с деловым визитом, в качестве гостя Советского Союза или туриста, не посетил ГУМ и не купил на память о нашей столице сувенир.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.