

НАЦИОНАЛЕН ПАЗАР ПРЕДИ НАЦИОНАЛНАТА ДЪРЖАВА. ИМА ЛИ БЪЛГАРСКИ НАЦИОНАЛЕН ПАЗАР ПРЕДИ ОСВОБОЖДЕНИЕТО ОТ 1878 Г.?

Иван РУСЕВ

Abstract: *The article presents arguments in support of the claim that there was a process of integration on the Bulgarian national market even before the Liberation of 1878 and that this process was more and more noticeable in the 1840s, 1850s, 1860s, and 1870s. The research methodology is based on data from the business history of the Bulgarian Revival, including my own explorations on the emergence of commercial companies as a manifestation of commercial modernity in the Bulgarian economic area during the era as well as on the trade networks established by them. The two largest companies, “Evlogiy and Hristo Georgievi” and “Hristo P. Tapchileshtov”, stand out as de facto legitimizers of the Bulgarian national market in the 1850s, 1860s, and 1870s. They represent two important Bulgarian national economic institutions, a state before the state in the economic sphere. Other larger or not so large commercial companies and the trade networks established by them also contributed to the process of integration of the Bulgarian national market: “Robevi Brothers”, “Geshovi Brothers”, “Komsievi Brothers”, “Karaminkovi Brothers”, “Papazoglu Brothers”, “N. Minchoolu & E. Selveli and friends”, “Stanchio Arnaudov and son”, “Georgi Hadjidraganov”, “The Commercial Company in Kotel” and others. The article provides summary information about these companies, about their trade networks in the Bulgarian lands and abroad, about the movements of their capital, etc.*

The article compares the similar national processes in the economic and political development of Austria-Hungary and the Ottoman Empire in the nineteenth century. According to a study published in 2012 (Schulze & Wolf, 2012), in late nineteenth-century Austria-Hungary there was an asymmetric intra-imperial integration, which led to the emergence of national markets within the various ethno-linguistic communities of the country. The same process took place in the Ottoman Empire earlier, already in the first half and the middle of the same century, under specific conditions facilitating the integration of separate national markets, including the formation of the Bulgarian market. In the third quarter of the nineteenth century,

the Bulgarian Revival elite – economic, cultural, and political – gradually developed the idea of a Bulgarian national market and initiated some original projects within this market.

Another approach in studying the topic is also possible – tracking and comparing the movement of prices of major types of goods in smaller or larger areas of the Balkans and the Ottoman Empire, including the Bulgarian ethnic territory during this period. There is no doubt that serious future efforts on the part of a wider circle of researchers are needed, but this cannot happen if the discussion is not opened, if the topic of the emergence of the Bulgarian national market has not been drawn to attention. This article aims to provoke the interest of researchers on the topic.

Key words: Bulgarian national market, Bulgarian National Revival Period, commercial companies, trade networks, movement of prices

JEL: N13, N23, N73, N93

Въведение

Отговорът на зададения в заглавието въпрос изисква най-напред да се обърнем към икономическата теория. Трябва да сме наясно що е „национален пазар“ и едва тогава да уточняваме детайлите покрай възникването на който и да е от националните пазари по света. Да, но икономическата теория подминава подобен отговор, като се ограничава с даването на малко пояснения покрай историческата еволюция на пазара: при натуралната размяна пазар няма; той възниква със стоково-паричните отношения; негова характерна особеност е конкуренцията; има различни видове пазари: национален (вътрешен), външен, регионален, международен и пр. (Vladimirova, 2011; Encyclopedia of economics, 1984, pp. 158-160). Срещаме се с поредния случай, в който има разминаване между различните подходи в стопанската история. Темата за възникването и характеристиките на националния пазар определено е в ползрението на историците – стопански историци, но не е толкова важна за икономистите.

Логично е да се приеме, че всяка национална държава в ново и най-ново време има свой собствен национален пазар. Но как стоят нещата в империите, особено в тези, които през последните векове се разпадат и „дават живот“ на самообособили се национални държави? Може ли да се твърди, че техните национални пазари възникват едва в момента на установяването на новата държавност или стопанските процеси изпреварват политическите и по свой начин също предопределят по-късното прекрояване на границите? Конкретната поставена тук цел е да се даде отговор на въпроса: има ли български национален па-

зар преди Освобождението от 1878 г., т.е. във времето, когато българите в преобладаващата си част като нация все още живеят в Османската империя?

Не е обилна досегашната научна литература по тези проблеми, касаещи другите европейски народи и държави, но не липсват приносни изследвания, на които можем да се позовем в търсене на подходящите паралели. Така например, в публикация на Макс-Щефан Шулце (Max-Stephan Schulze) и Николаус Волф (Nikolaus Wolf) в сп. „Economic History Review“, посветена на икономическия национализъм и икономическа интеграция в Австро-Унгария в края на XIX в. се твърди, че по онова време в тази голяма централно-европейска империя съжителстват две на пръв поглед изключващи се тенденции: „имперската стабилност“ на вътрешния пазар, породена от индустриализацията на държавата и от изграждането и разширяването на нейната железопътна мрежа още до средата на века, някак странно се съчетава и последва от „асиметрична интеграция на пазара“, „оформена чрез засилване на вътрешноимперските конфликти за националност, които предвещават разпадането на империята“. Иначе казано, регионите в Австро-Унгария с еднакъв етно-лингвистичен състав на своето население (чехи, германци, поляци, унгарци) показват значително по-малки ценови разлики вътре в тях, отколкото са разликите между отделните региони с различен етнически състав, което е показател за вътрешно-регионалното консолидиране на пазарите, респективно за изграждането на различни национални пазари в тази многонационална империя. „Националните пристрастия“ изиграват ключова роля за това. Изследователите сочат, че асиметричната вътрешноимперска интеграция датира от края на 80-те и началото на 90-те години на XIX в. нататък (приблизително по същото време нарастват и националните политически конфликти в държавата) и доказват това свое твърдение с проследяването на цените на зърнените храни. И още нещо интересно: от средата на 80-те години все по-важна в Австро-Унгария става ролята на „етнически базирани форми на социално-икономическа организация каквито са търговските кооперации“; формирането на етно-езикови мрежи в империята довежда до намаляване на информационните разходи сред членовете на мрежата, до формирането на общи предпочитания и съответно до намаляване степента на ефективен обмен с членове, които не са в мрежа. Нарасналите търговски разходи между мрежите на различните етнически общности систематично насочва търговията към собствената общност. В края на XIX в. вътрешноимперският национализъм в Австро-Унгария става все по-осезаем, като „самоинтегрираните национални общности“ се осмеляват да не допускат „другите“ и така предвещават разпада на Хабсбургската империя поколение по-късно (Schulze & Wolf, 2012).

По-различен е пътът на Испания в хода на формирането на нейния национален пазар. Това се случва в течение на няколко века (XVII–XIX в.) чрез ре-

форми и икономическа политика, които водят до премахването на вътрешните граници и до еволюирането на Испания към протонационална държава. Важна роля в този процес имат външните фактори, конкретно конкуренцията между Великобритания и Франция за икономическо доминиране на Иберийския полуостров. Испания успява да преодолее силните външни влияния и да консолидира своя национален пазар, но не без помощта на търговските и стопански мрежи, изградени на етнически принцип: мрежите на каталунски търговци, на наварските търговци и на свързаните с Навара френски мигранти предприемачи (Sarrión, 2016). Очевидно тези етнически особености в стопанското развитие на Испания са изключително устойчиви във времето, тъй като и днес сме свидетели на тенденции на сепаратизъм в държавата.

С настоящата статия ще се опитам да докажа, че има процес на интеграция и консолидиране на българския национален пазар още преди Освобождението от 1878 г. и че този процес е все по-ясно осезаем през 40-те, 50-те, 60-те и 70-те години на XIX в. Методиката на изследването се базира на данни от бизнес историята на Българското възрождане, включително и на мои собствени проучвания, за появата на търговските дружества (фирмите) като проява на търговската модерност в българската стопанска среда през епохата, за изградените от тях търговски мрежи. Естествено, възможен е и друг подход – проследяване и съпоставяне движението на цените на основни видове стоки в по-малки или по-обширни зони на Балканите и в Османската империя, включително и в българската етническа територия през посочения период. Няма съмнение, ще са нужни сериозни бъдещи усилия на по-широк кръг изследователи, но това няма как да се случи, ако не се отвори дискусиата, ако не се насочи интересът към темата за зараждането на българския национален пазар. Считаю, че това е една от значимите теми в българската стопанска история.

Възможният подход към емпиричния материал

В предишна моя публикация вече изказах тезата, че българският национален пазар, който е резултат от стопанските и културните процеси в българските земи през епохата на Възраждането, се оформя през втората и третата четвърт на XIX в. посредством мрежите от партньори, посредници и клиенти, изградени от новосъздадените тогава големи български търговски къщи – „Евлогий и Христо Георгиеви“, „Христо П. Тъпчилещов“, „Братя Робев“, „Братя Гешови“, „Братя Комсиеви“, „Братя Караминкови“ и др. Открояват се двете най-крупни фирми – „Евлогий и Христо Георгиеви“ и „Христо П. Тъпчилещов“, които реално легитимират българския национален пазар през 50-те, 60-те и 70-те години на XIX в. – т.е. сами по себе си те представляват две значими български нацио-

нални икономически институции, държава преди държавата в стопанската сфера (Roussev, 2017, p. 38).

В следващата таблица с конкретна, обобщена информация за двете фирми искам да потвърдя и доразвия тази теза.

Таблица 1.

**Мрежа от партньори и посредници на крупни
български търговски къщи през 40-те – 70-те години на XIX в.**

	„Христо П. Тъпчилещов“	„Евлогий и Христо Георгиеви“ (Пулиеви–Георгиеви)
Период на дейност	Създаване: 15 март 1851 г. Наблюдаван период: до 1875 г.	Създаване: 1 януари 1839 г. Наблюдаван период: до 1878 г.
Предмет на дейност	търговия, откупуване на данъци, доставки на храни, комисионерство, банкерство	търговия, комисионерство, кредитиране и банкерство, борсови спекулации и др.
Движение на капитала	1858 г.: 4 774 686 гр.; 1875 г.: 11 242 214,75 гр.	1839 г.: 145 000 гр. (=122 000 влашки гр.); 1878 г.: 11 631 000 влашки гр.
Селища от търговската мрежа в българските земи	Калофер, Свищов, Русе, Варна, Търново, Пловдив, Казанлък, Бургас, Ст. Загора, Карлово, Сливен и др.	Фирмата изграждат „свой собствен пазар в пазара“. Тя е в делови контакти с 400–500 търговци и производители на север и на юг от р. Дунав. Само в българските земи контактува с близо 200 търговци и комисионери.
Главни центрове и държави от търговската мрежа извън българските земи	Цариград, Марсилия, Виена, Лондон, Манчестър, Париж, Триест, Одеса, Браила, Галац, Фокшан, Крайова, Измаил; Влашко (Румъния), Молдова, Русия, Англия, Франция, Австрия и Италия.	Букурещ, Браила, Цариград, Марсилия, Ливорно, Лондон, Виена и други европейски градове; Влашко (Румъния), Франция, Англия, Испания, Русия (включително и Сибир), Предна Азия.
Източници на информация	Арх. документи; Nachov, 1990; Cohen, 1975; Davidova, 1996 ; Davidova, 1998; Davidova, 1998a; Roussev, 2015, pp. 489-496.	Kosev, Dikulesku, & Paskaleva, 1965, pp. 314-338; Cohen, 1974, p. 97; Glushkov, 1982; Roussev, 2015, pp. 505-522.

Без съмнение, няма други структури, действащи в българските земи в средата на XIX в., които да са изградили по-големи стопански мрежи от фирмите „Евлогий и Христо Георгиеви“ и „Христо П. Тъпчилещов“ и да са успели да свържат в по-голяма степен българския производител, търговец, предприемач с големите търговски центрове в Османската империя, на Балканите и в Европа.

Конкретните данни от архивните източници ще уплътнят картината на търговските мрежи в българските земи през 40-те – 70-те години на XIX в., респективно ще ни дадат по-точна представа за процеса на формирането и консолидирането на българския национален пазар през този период. Едно много добро начинание в тази посока е научният проект „Мрежи и механизми на влияние в регионалната икономика. Балканска и европейска контекстуализация на архивното наследство на братя Евлоги и Христо Георгиеви“, който през 2020 г. завършва своя първи етап. В следващата таблица представям обобщена информация за изградени мрежи от партньори и посредници на фирмата на братя Пулиеви – Георгиеви през първата половина на 40-те години на XIX в. по данни от търговската ѝ кореспонденция, любезно предоставена ми от проф. д-р Пламен Митев, член на екипа на проекта. Предстои публичното оповестяване на тази информация на сайта на проекта.

Таблица 2.

**Мрежа от партньори и посредници на фирмата
на братя Пулиеви – Георгиеви през първата половина
на 40-те години на XIX в. по данни от търговската ѝ кореспонденция**

	Данни, обработени от д-р Ал. Златанов по т.нар. „Карловски тефтер“ (за 1839 г.)¹	Данни, обработени от проф. д-р Пламен Митев по кореспонденция на фирмата от 1844 г.
Период на кореспонденцията	10 април 1839 г. – 29 декември 1839 г.	4 февруари 1844 г. – 26 юни 1844 г.
Подател(автор)/местонахождение	Евлоги Георгиев/Букурещ	Христо Георгиев/Букурещ
Адресат - местонахождение	Карлово, Зимница, Свищов, Александрия (Влашко), Галац, Плоещ, Гюргево, Браила	Карлово, Зимница, Свищов, Галац, Плоещ, Гюргево, Ловеч, Русе
Местонахождение на споменатите в кореспонденцията лица	Карлово, Зимница, Свищов, Русчук (Русе), Галац, Брашов, Плоещ, Мараш, Троян, Крайова, Гюргево, Зимнич	Букурещ, Свищов, Галац, Карлово, Русе, Зимница
Тематика на кореспонденцията	Търговия, стоки (ориз, дрехи, прежда, чай, гайтан и др.), сметки, цени, полици, превоз, уговорки за среща, жалби, мито, аманети.	Търговия, стоки (ориз, ямурлуци, възък, прежда, етрополски мешини, памук, сахтиян, кожи, вълна, аба, каплами, гайтан и др.), пари, сметки (хесап), цени, полици, гюмрук, мющерия, аманети, карантина.

¹ Общински исторически музей (ОИМ)–Карлово, Инв. номер 113.

Представената в таблицата информация е особено приносна с това, че се отнася до началния период в дейността на фирмата Пулиеви – Георгиеви (началото на 40-те години на XIX в.) и очертава началните посоки (пътищата) на нейната търговска комуникация. Като опорни точки на тази комуникация в българските земи се открояват „родното“ за Пулиеви – Георгиеви Карлово, селищата на север от Балкана Троян и Ловеч и дунавските градове Свищов и Русчук (Русе), свързани с търговски центрове на север от р. Дунав, където фирмата вече има своя кантора. Данните от архивните документи много ясно очертават и трафика на видовете стоки от и към „Българско“. Допълването на тази информация с данни за следващите години ще покаже как се разраства дейността на фирмата, респективно как се разширява нейната търговска мрежа, която все по-отчетливо ще добива национални измерения. В периода 1858–1863 г. търговският обхват на Пулиеви – Георгиеви вече включва 20 възлови селища, предимно в териториите, населени с българи: Сливен, Хасково, Узунджово, Стара Загора, Чирпан, Пловдив, Пазарджик, Свищов, Русе, Етрополе, Троян, Карнаре, Ловеч, Търново, Кара су, Ниш, Серес, Одрин, Цариград и др. (Naydenov, 2017; Dobrev, 2020, p. 98).

По същия модел, но с конкретни данни от архивните документи могат да се проследят и очертаят търговските мрежи, изградени в българските земи и от други крупни (а и не толкова крупни) български търговски фирми със седалище в столицата Цариград („Братя Комсиеви“, „Братя Караминкови“ и др.) и с предмет на дейност както в Османската империя, така и в чужбина като „Братя Гешови“ („Гешоглу & Райнов“), „Братя Робев“, „Братя Папазоглу“ и др. Така например, „Братя Гешови“ възниква като семейна фирма, чийто родоначалник (Иван) е от Карлово, преселил се през 1828 г. със синовете си в Пловдив, за да разгърне впоследствие мащабна търговска дейност с клонове и кантори във Виена, Цариград и Манчестър. Във връзка с търговската си дейност (износ на розово масло, обработени кожи, аби, памук, ориз, гайтани; внос на манифактурни стоки, мед (бакър), стоки на лукса и др.), фирмата изгражда широка мрежа от посредници и партньори в българските земи, главно на юг, но и на север от Балкана: Пловдив, Сливен, Пазарджик, Карлово, Битоля, Брацигово, Пирот, Одрин, Търново, Ловеч и др. (Roussev, 2015, pp. 498-501). Фирмата на „Братя Робев“ – най-големият търговец в югозападните територии и в Македония, е със собствени представителства в Европа през по-голямата част от XIX в., но и в постоянна връзка с търговци и фирми от другите краища на българските земи: Лом (братя Владови), Свищов (Н. Д. Станчогу и установеният в Брашов свищовлия Димитър Т. Каракашов), Русе (братя Хаджипеткович, Лука Кличиян, Петър Сп. Златов), Пловдив (Михалаки и Димитър Гюмюшгердан през 70-те

години, фирмите на И. Станчев, Н. Филипович и Г. Ставров, Хаджиантоноглу и др.), Самоков (братя Хаджигюрови), Казанлък („Братя Папазоглу“), Цариград (фирмата на брата на Сотир – Михаил Кецкаров, „Христо П. Тъчилещов“, „Братя Гешови“, Бракалови и други представители на българската общност в османската столица) (Paskaleva, 1962, pp. 73-77; Roussev, 2015, pp. 501-505).

В следващата таблица е представена обобщена информация за две от българските търговски къщи от средата на XIX в., които също достигат до големите пазари на Османската империя и Европа, но които до последно остават по-тясно свързани със своите първоначални седалища, Търново и Габрово, основни търговски центрове в българските земи на север от Стара планина. Това са търновската фирма „Хаджи Минчо и Селвели“ и габровската „Станчо Арnaudов и син“.

Таблица 3.

**Мрежа от партньори и посредници на български търговски къщи
през 40-те – 60-те години на XIX в., установени в градове
на север от Стара планина**

	„Хаджи Минчо и Селвели“ („Хаджи Минчо хаджи Цачев и дружие“, „Н. Минчоолу & Е. Селвели и дружие“)	„Станчо Арnaudов и син“
Период на дейност	Създаване: 1841 г. Съществува: до 1866 г.	Създаване: 1852 г. Съществува: до 1864 г.
Седалище на кантората/ канторите	Търново, Виена, Цариград	Габрово, Цариград
Предмет на дейност	Търговия: фирмата внася манифактурни стоки (обикновен памучен плат, басми, хасета, памучни прежди, вълнени платове, готови мъжки и дамски модни дрехи, ризи, одеяла, конци, шалове и др.), железни, месингови и други изделия, колониални стоки, а изнася зърнени храни, вълна, сурова коприна, мас, мед, четина, различни видове кожи от домашни и дивечови животни и др. стоки.	Търговия: фирмата изнася местни произведения (червиш, пастърма, пашкули, бубено семе, коприна, розово масло, зърнени храни, кожи и др.), а внася желязо, мед (бакър), стомана, прежди, подправки, лекарства и др. Извършва банкови операции: търговия с пари (сарафлък), лихварство.
Движение на капитала	През 1860–1861 г. капиталът на фирмата нараства на 1 153 960 гр., при чиста печалба от 743 960 гр.	В края на 1855 г. балансът на дружеството е изравнен на 638 803 гр. През 1861 г. получава кредити

		от фирмата „Мезера“ от Марсилия и от „Гешоглу & Райнов“ от Виена.
Селища от търговската мрежа в българските земи	Русе, Свищов, Видин, Лом, Плевен, Враца, Ловеч, Севлиево, Габрово, Стара Загора, Ямбол, Търговище, Сливен и др.; Търгува на Узунджовския и Ескиджумайския панаири; Ползва посредничеството на фирми и търговци от Свищов, Русе, Габрово, Търговище, Варна.	Пловдив, Бургас, Сливен („Петър Данчов и син“), Казанлък, Карлово, Калоян, Шипка, Стара Загора, Варна, Свищов (братя А. Крестич, Л., К. и Г. Николови, Цв. Радославов и др.), Търново (братя Карагьозови и др.), Севлиево, Плевен, Ловеч (братя Попович), Дряново, Троян, Трявна, Рахово, Елена, Лом, Горна Оряховица и др.
Главни центрове и държави от търговската мрежа извън българските земи	Австрия (Виена, Триест, Пеща и др.), Англия (Лондон и Манчестър), Влашко (Браила, Галац, Гюргево), Сърбия (Белград), Русия (Одеса), Цариград и др.	Лондон, Марсилия (фирма „Мезера“), Милано („Павези и Менини“), Бергамо, Виена („Братя Гешови“), Цариград („Христо П. Тъпчилещов“ и др.), Одрин.
Източници на информация	Арх. документи; Paskaleva, 1956; Atanasova, 2004; Atanasova, Sv 2014; Chapkanova-Staneva, 2004; Roussev, 2015, pp. 420-423.	Tsonchev, 1996, p. 391; Stefanova, 1987, p. 95; Roussev, 2015, pp. 433-443.

Видно е, че и двете фирми, макар с кантори в Търново/Габрово, Цариград (а „Хаджи Минчо и Селвели“ и във Виена), разгръщат своите търговски мрежи в немалка част от българските етнически територии както на север от Балкана (Русе, Свищов, Видин, Лом, Ловеч и др.), така и на юг (Пловдив, Сливен, подбалканските градове, Узунджовския панаир). С подобни впечатляващи мащаби са производствено-търговските дейности и на други две семейни фирми от същия период, на които в последно време бяха посветени научни изследвания – произхождащите от Котел Холевич и Русович от Арбанаси. През 60-те години на XIX в. търговската мрежа на Холевич включва следните селища в българските земи: Котел и Котленско, Балчик, Каварна, Варна, Х. Пазарджик (дн. гр. Добрич), Тулча, Кара су, Дуранлар (дн. с. Белгун, Каварненска община, Добричка област), Делнебейкьой (дн. с. Септемврийци, Каварненска община, Добричка област), Джумая (дн. гр. Търговище), Осман пазар (дн. гр. Омуртаг, Търговищка област), Сливен, Ямбол, Бургас, Одрин и др. (Dobrev, 2020, pp. 99-100). През същото десетилетие дейността на Русович обхваща поне 29 селища, голямата част от които са също в българските земи. Освен родното Арбанаси, в търговската мрежа на фирмата попадат още: Търново, Бяла, Раховица, Варна, Х.

Пазарджик (дн. гр. Добрич), Разград, Джумая (дн. гр. Търговище), Севлиево, Ловеч, Стара Загора, Казанлък, София, Плевен, Русе, Свищов, Серес, Цариград и др. (Goranchev, 2018; Dobrev, 2020, pp. 100-101).

И ако „Хаджи Минчо и Селвели“ и „Станчо Арnaudов и син“ трябва да бъдат отнесени към големите български търговски къщи на епохата (това личи по немалкия капитал, с който разполагат и по широкоспектърната търговия, към която се стремят), то интересно е да проследим търговските мрежи на по-скромни фирми с регионално ориентирано търговско поведение. В следващата таблица изцяло на базата на архивна информация представям две именно такива дружества, установени в градове на юг от Стара планина, по-конкретно в един от най-развитите стопански райони тук – Сливенско-Котленския: сливенската фирма „Георги Хаджидраганов“ (1853–1875) и търговските дружества на котленеца Симеон Койнов през втората половина на XIX в.

Таблица 4.

**Мрежа от партньори и посредници на български търговски къщи
през 50-те – 90-те години на XIX в., установени в градове
на юг от Стара планина**

	„Георги Хаджидраганов“	„Содружие в Котел“ и търговските дружества на Симеон Койнов от Котел
Период на дейност	Наблюдаван период: 1853–1875 г.	Наблюдаван период: 1850–1897 г.
Седалище на кантората/ канторите	Сливен, Стара Загора	Котел, Балчик
Предмет на дейност	Търговия с вълнени платове, вълна, гайтан, жито, грозде, лой, вино и ракия, зърно и зърнени храни. Занимава се с лихварство.	Търговия с вълнени платове, вълна, хайвер, риба, бакалски стоки, жито, брашно, картофи, дрехи, гайтан, конци, оръжие. Занимава се с лихварство, търговия с полици и акции.
Движение на капитала	1854 г.: 103 000 гр. 1855 г.: 176 987 гр. 1870 г.: 47 561 гр.	1866 г. – закупува платове (ямурлуци) за 92 220 гр.
Селища от търговската мрежа в българските земи	Сливен, Котел, Жеравна, Градец, Ичера, Ямбол, Карнобат, Бургас, Стара Загора, Казанлък, Калофер, Карлово, Клисурса, Пловдив, Узунджово, Търново, Русе, Ловеч, Враца.	Котел, Сливен, Жеравна, Градец, Ичера, Медвен, Търново, Русе, Горна Оряховица, Осман Пазар (дн. гр. Омуртаг), Елена, Разград, Шумен, Варна, Балчик.
Главни центрове и държави от търгов-	В Османската империя (Одрин, Цариград, Измир, Синоп, То-	В Османската империя (Цариград), Букурещ, Браила.

ската мрежа извън българските земи	кат), Влашко (Фокшан – дн. гр. Фокшани в Румъния), Босна, Грузия.	
Източници на информация	Арх. документи; Roussev, 1996, pp. 74-83.	Арх. документи; Roussev, 1996, pp. 150-158.

Търговската мрежа на дружествата на котленеца Симеон Койнов първоначално обхваща селищата на Сливенско-Котленския район (Жеравна, Градец, Ичера, Медвен), за да се разшири впоследствие на север и североизток към Добруджа, където от средата на XIX в. котленци (овчари, абаджии, търговци) осъществяват все по-голяма стопанска дейност. Но не може да не направи впечатление, че търговската мрежа на Койнов, подобно на Холевич, излиза и извън този „типично котленски” периметър, достигайки до Елена, Горна Оряховица, Търново, Разград, Шумен. Още по-широк е търговският обхват на сливенското дружество „Георги Хаджидраганов“, включващ близки, но и доста отдалечените от Сливен български градове на юг и на север от Стара планина: Ямбол, Карнобат, Бургас, Стара Загора, Казанлък, Калофер, Карлово, Клисурса, Пловдив, Търново, Русе, Ловеч, Враца.

Възможните изводи

Изложението дотук ни насочва към някои основни изводи.

1) Има ясно изразен процес на интегриране на български национален пазар още в годините преди Освобождението и изграждането на самостоятелната българска държавност (1878 г.). И тъй като това е процес, несвързан с конкретен политически акт, не е редно да се опитваме да посочим конкретна дата, от която българският пазар става факт и конкретни граници, в които той се маркира. Българският пазар е следствие от стопанските и културни процеси, които протичат в българското общество през Възраждането и се разпростира върху земите с преобладаващо българско население – територията в рамките на класическите провинции Мизия (по-известна в бележките на пътешествениците и в докладите на консулите през епохата като „България“), Тракия и Македония, в които общите език, култура и традиции способстват по-тясното стопанско (главно търговско) общуване. До средата на XIX в. важни икономически средища, които имат консолидираща за българския пазар функция, са няколкото големи, ежегодно провеждани, включени в целогодишен цикъл панаири – тези в Узунджово, Сливен, Ески-Джумая (дн. гр. Търговище), Черна вода (дн. гр. в Румъния), Татар-Пазарджик, Неврокоп (дн. гр. Гоце Делчев) и Сяр (дн. гр. Серес в Гърция). Процесът на консолидиране на пазара става по-ясно изявен през 40-те години на XIX в. и продължава през третата четвърт на века. Важно значение за това изиграват търговските мрежи на българските фирми, създадени по онова

време. Основна е ролята на двете най-крупни дружества „Евлогий и Христо Георгиеви“ и „Христо П. Тъпчилещов“ – две значими български национални стопански институции, държава преди държавата в стопанската сфера. Принос в процеса имат и другите големи фирми („Братя Робев“, „Братя Гешови“, „Братя Комсиеви“, „Братя Караминкови“, „Братя Папазоглу“ и др.), а дори и по-скромните като капитал и стокооборот, защото повечето от тях все отчетливо се стремят към национален обхват на своята търговска дейност. Пречка за стопанската интеграция на българските земи са лошата инфраструктура и трудните комуникации, а стимулиращ ефект имат някои водещи производства (подотрасли) и свързаната с тях търговия – овцевъдството, зърнопроизводството, кожарството, в особена степен абаджийството и гайтанджийството. Регионалната специализация и профилирането в конкретни производства и търговия на българските етнически територии, все по-ясно открити през очертавания период, са също характерни белези на процеса на интегрирането на българския национален пазар още преди Освобождението от 1878 г., който процес продължава и в първите години след това.

2) Търговските и съдружеските отношения на българските търговци с представители на другите етноси (турци, гърци, арменци, евреи и пр.) по примера на „Сливенското винарско дружество“ от 1867 г. (Roussev, 1996, pp. 219-224), на свищовския търговец Цвятко Радославов (Drumeva, 2017, pp. 366-369), а и на много други, не променя констатацията за наличието на процес на интегриране на български национален пазар в средата и през третата четвърт на XIX в. Тази характерна особеност на балканската търговия ще се запази дори след появата на националните държави в региона и с нея ще трябва да се съобразява законодателят в тези държави, макар че не винаги ще успява. Българският модел в това отношение е с положителен знак. Ще дам следния пример. В чл. 11 на първия „Търговския закон на Княжество Сърбия“, обнародван на 26 януари 1860 г., е залегнало изискването „све книги треба да се воде на сръбском ѝезику“ (Collection of laws, 1877, p. 350). В първия български Търговски закон, приет на 29 май 1897 г., а влязъл в сила от 1 януари 1898 г. такова ограничение няма (Svrakov, 2019, pp. 114-115), не защото е неволно пропуснато², а защото законодателят се стреми да стимулира търговската дейност, която само без пречки и предразсъдъци ще е в състояние да увеличава националното богатство.

² В чл. 32 на обнародвания през 1861 г. „Всеобщ немски търговски закон“, послужил за първообраз на първия български Търговски закон, педантичният немски законодател изисква при счетоводните записвания „да се използва някой от живите езици и неговата писменост“ (Svrakov, 2019, p. 78).

3) Направената в статията на Шулце и Волф констатация за наличие на асиметрична вътрешноимперска интеграция в Австро-Унгария, довела до появата на национални пазари, обособили се в края на XIX в. в различните етнолингвистични общности на държавата (Schulze & Wolf, 2012) намира своя паралел в Османската империя, респективно в българските земи, но няколко десетилетия по-рано. Нужно е обаче да се направи следното уточнение – за разлика от империята на Хабсбургите, в империята на султана „имперската стабилност“ на вътрешния пазар е много по-слабо изявена и поради това по-слабо възпрепятства процесите на интегриране на националните пазари, какъвто е българският, поне по две причини: по-трудно случилата се (или неслучилата се) индустриализация и по-лошата инфраструктура³. Изграждането на железопътна мрежа в Османската империя започва едва през третата четвърт на XIX в. и облекченията за търговията, до които води тя, едва ли могат да бъдат алтернатива на предимствата на търговската дейност в границите на отделна нация в империята. Има и още една важна, обективна пречка за „имперската стабилност“ на османския пазар – множеството политически и стопански кризи, причинени от поредицата войни, конфликти, преселения във връзка с „Източния въпрос“ през XVIII и XIX в., също водят до усещането за един териториално обширен, но всъщност твърде разнороден пазар на Османската империя през този период.

Вземайки отново повод от статията на Шулце и Волф, по-конкретно от тяхното твърдение, че „националните пристрастия“ изиграват ключова роля за формирането на отделни национални пазари в една империя, можем да дадем още доводи в подкрепа на твърдението, че интегрирането на българския национален пазар започва с началото на 40-те години на XIX в. Това е времето, когато се изявяват двете най-важни движения, спомогнали за консолидирането на българската нация въобще – църковно-националното движение, оглавено от българската общност в столицата Цариград и движението за новобългарска просвета и култура с появата именно през 30-те и 40-те години на века на първите

³ Поради лошата пътна инфраструктура в империята сливенските търговци и фирми през XIX в. все по-често използват Бургаското пристанище за превозване на стоки до столицата Цариград. От същото се ползва и Държавната текстилна фабрика в града. Така например, през 1847 г. в османската столица е доставено по море от Англия оборудване за фабриката, но тъй като сандъците с машините са много големи и не могат да бъдат транспортирани по суша до Сливен, на началника на митницата в Цариград е наредено да ги натовари на кораб и да ги прекара по море до Бургас, а оттам по суша до Сливен. (Roussev, 1995, p. 23). Макар и по-добър вариант за транспорт на стоки и пътници, пристанищата по Западното Черноморие също остават в много лошо състояние и въпреки наличието на идеи за тяхното модернизиране от страна на местните и централни власти, това така и не се случва до 1878 г. (Roussev, 2012, pp. 462-466).

светски училища, взаимни и класни, мъжки и девически в редица български градове. А отмяната на монополите и либерализирането на търговията със зърнени храни в Османската империя довежда до истински „търговски бум“ на Балканите и по Западното Черноморие през 40-те години на XIX в. и въвлеча в тази оживена търговия немалко представители на българската нация. Именно търговският подем на това десетилетие води до урбанизация и нарастване на българския етнос в големите търговски и пристанищни центрове като Варна (Roussev, 2012, pp. 401-404). Както вече бе посочено, това е времето, когато се появяват и нараства броят на българските търговски дружества – паралелът в „българска среда“ на онези „етнически базирани търговски кооперации“ в Австро-Унгария, които от средата на 80-те години на същия век ще играят основна роля за формирането на националните пазари в Хабсбургската империя.

4) Ако изключим понякога твърде произволната употреба на понятието „български национален пазар през Възраждането“ особено в научната и учебническа литература от недалечното минало, трябва да отбележим, че има сериозни публикации, които макар да нямат за цел да дискутират въпроса има или няма български пазар преди 1878 г., се опитват да го изследват в неговите количествени параметри. Имам предвид монографията на Мартин Иванов за брутния вътрешен продукт на България през 1870–1945 г. (Ivanov, 2012), неговата най-нова книга за българските текстилни занаяти и прерастването им във фабрична индустрия през 1800–1912⁴, а и ред още публикации на други автори, посветени на българската стопанска история през XIX в.

5) Темата за „националния пазар“ е не толкова от икономическо, колкото от политикономическо естество. Икономистите насочват вниманието си върху икономическите показатели – например, както вече стана въпрос, върху синхронното движение на цените в дадена територия през определен период от време: има или няма такова синхронно движение на цените е показател за това в каква степен е постигната интеграцията на даден пазар, национален или регионален. Тук представихме и друг подход, базиращ се на резултатите от бизнес

⁴ Авторът беше така любезен да ме запознае с ръкописа на новата си монография и аз с интерес ще очаквам поява от печат на това приносно изследване. В подкрепа на изказаната в тази статия теза могат да послужат убедителните доказателства на Мартин Иванов за „процфтяване на българската възрожденска протоиндустрия от 20-те до началото на 70-те години на XIX в.“ – т.е. във време, когато „бедната периферия“ на Европа, в това число и голямата част на османския пазар, са обхванати от всеобща деиндустриализация. Считам, че подобна асинхронност в пазарните процеси е още едно убедително доказателство за формиране на български национален пазар преди 1878 г.

историята. Но считам, че стопанският историк трябва да отчита и още нещо: как се мисли пазарът в едно общество, кое се приема за „свое“ и кое за „чуждо“. През третата четвърт на XIX в. българският възрожденски елит – стопански, културен, политически, все по-настойчиво изгражда идеята за български национален пазар, иницирайки конкретни проекти в рамките на този пазар. Могат да се дадат немалко примери, но тук аз ще се огранича с посочването на две стопански инициативи от национален мащаб, дело на Георги Ст. Раковски и д-р Иван Богоров. През 1860 г. чрез „Позив“, публикуван във в. „Дунавски лебед“, Раковски призовава своите сънародници да съставят „едно търговско българско дружество“, което „ще принесе най-голяма полза Отечеству нашему; ще го избави от чужденци, ...а най-паче [най-вече] ще прекъсне ход в България на Гърците“ (Rakovski, 1860; Petkov, 2017). Да припомним, че по онова време, макар и да имат своя национална държава, немалка част от гръцката нация продължава да живее в границите на Османската империя, където съжителства с българската. Призивът на Раковски е за създаване на българска стопанска структура, която да защитава интересите на българския пазар от посредничеството на гръцките търговци в търговията с Европа, което оскъпява вноса, а поевтинява произведенията на българите, респективно отнема от българското богатство.

Другият проект, също насочващ към това, че през 60-те години на XIX в. вече се мисли за български национален пазар, е дело на д-р Иван Богоров. Става въпрос за неговата идея да се прокара железница от Пловдив до Бургас, представена подробно в книгата му „Съдружество за памучна фабрика в Пловдив...“ през 1865 г. Трасето на жп линията, както и нейните връзки и разклонения, описани от Богоров, много добре обхващат най-развитите стопански центрове в южните и източни предели на българските етнически територии и излизат извън тях само доколкото да отведат до Цариград (освен столица на империята това е градът, който приютява немалка част от българския стопански елит през епохата) и до Солун. Предвижда се линията да преминава през „Пловдив, Чирпан, Ески-Заара (дн. гр. Стара Загора), Ени-Заара (дн. гр. Нова Загора), Сливен и Ямбол, Карнобат, Айтос и Бургас“, откъдето по море може да се пътува до Варна и Цариград (Bogorov, 1865, р. 69). И Богоров продължава със следните обстойни пояснения: „тая линия има от страните си наблизко пет шест часа: Котел, Казанлък, Т. Пазарджик, дестина големи села в Пловдивска област, и най-близо панаир Узунджово и Хаскьой (дн. гр. Хасково), заминува през най-плодоносните места, сближава около 500 хиляди жители, без да предположим, че може да простре и едно крило железен път от Чирпан, Узунджово и Хаскьой до Едрене (Одрин, дн. гр. Едирне в Турция)“; „тъй, един железен път, който с време може да ся съедини с Варно-Русенската железница през Проводия (дн. гр.

Провадия), още и да ся простри през Т. Пазарджик, Самоков, Дупница и Сяр (дн. гр. Серес в Гърция) до Солун, ще преминува през една от най-плодоносните страни в Империя Отоманска..." (Bogorov, 1865, pp. 69-70). Няма съмнение, тази „плодоносна“ страна е България, в която едва по-късно инфраструктурният проект на д-р Иван Богоров ще бъде реализиран.

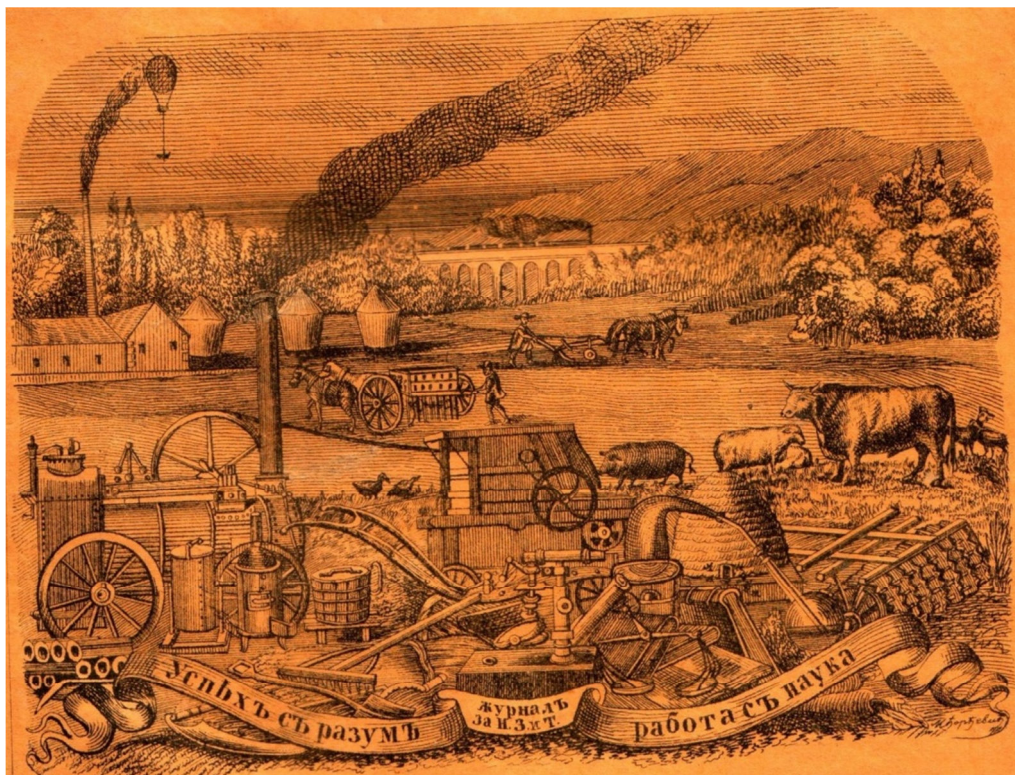
Темата за интеграцията на българския национален пазар през Възраждането тясно се преплита с една друга тема, тази за стопанския национализъм на българите през епохата, каквито идеи безспорно битуват в българското обществено пространство в последните десетилетия преди Освобождението (Penchev, 2016). Не са рядкост дописките в българския възрожденски периодичен печат от онова време, които свидетелстват за предпочитанията на българите да развиват редовна или сезонна стопанска дейност в българските етнически територии. В една от тях, поместена във в-к „Право“ през 1873 г. се съобщава, че занаятчиите керемидчии от южностранджанския град Лозенград (дн. гр. Къркларели в Р. Турция) от Гергьовден до Димитровден кръстосват българските земи, за да произвеждат и продават керемиди за строителството. В дописката е ясно очертан периметърът на действие на лозенградчани: „Всяка година като остане една или две недели до Гергьов ден, из Лозенград излиза едно голямо множество человети, които остхождат в други области на печала. Тези человети ся отправят повичето към собственна България да тръсят тези печала. Като хванем от бреговете на Черно Море и от устието на Дунава на всякъде из България, между Балкана и Дунава чак до пределите на Сърбия, все ще намериш лете работниците от Лозенград. Тези работници ся занимават със занаятието керемидчилик. В всички или на близо до по главните градове са направени керемидхани. Така: във Варна, Провадия, Кюстенджа, Тулча, Силистра, Тутракан, Русчук, Шомен, Търново, Разград, Котел и при всички други градове имат отворени по една или две керемидхани..." (Т.М.М., 1873)⁵. Макар че Лозенград е съвсем близо до османската столица Цариград, както и до малоазийските области на империята, където не по-малко би се търсила продукцията на лозенградските керемидчии, то те предпочитат да произвеждат и продават своята стока из „Българско“, та дори ако трябва да пропътуват по-далечните разстояния до Варна, Кюстенджа (дн. гр. Констанца в Румъния), Тулча, Силистра, Русе или Търново.

6) Като стопанско и социално явление на Новото време, пазарът е тясно свързан и стимулиран от развитието на модерната търговия, а в българска среда търговската модернизация се случва именно през Възраждането, все по-

⁵ Към дописката във в-к „Право“ ме насочи доц. д-р Християн Атанасов, за което му благодаря!

откримо през последните няколко десетилетия преди 1878 г. (Roussev, 2015). Резултатите от предишна моя публикация (Roussev, 2017) очертават разпространението на модерната стопанска култура на българската нация във времето на нейното най-силно проявление през възрожденската епоха (третата четвърт на XIX в.) в няколко основни центрове и райони, а именно: сред българската общност в столицата на Османската империя – Цариград (Иstanbul), в подбалканските селища (Калофер, Клисурса, Сопот, Казанлък, Копривщица, Панагюрище, Карлово), Централна Северна България (главно Габрово и Търново), Сливенско-Котленския район (Сливен, Котел, Жеравна, Градец, Медвен), крайдунавските селища (Русе, Свищов, Лом, Силистра, Тулча), в някои от центровете на българската диаспора във Влашко, Молдова и Бесарабия (Букурещ, Крайова, Браила, Галац, Гюргево, Яш, Болград, Фокшан). На картата на българската стопанска модернизация през Възраждането други райони са представени само частично с отделни свои градски центрове: Южна България (Стара Загора и Пловдив), Югозападна България (Самоков и София), Североизточните територии и Черноморието (Варна, Шумен и Бургас), а има и райони, които напълно липсват на тази карта: Северозападна България, Македония, югоизточните територии, голямата част на Добруджа. Тази констатация за различното разпространение на модерната стопанска култура на българите през Възраждането намира ясни и точни обяснения, които бяха дадени още в тази предишна публикация (Roussev, 2017, pp. 51-53), но при все това не трябва да се изключват районите, в които отсъства или почти отсъства търговската модерност, тъй като те също гравитират, макар и по-бавно, към формирация се през третата четвърт на XIX в. български национален пазар.

Сигурен съм, че някои ще приемат моите доводи за съществуването на български национален пазар още през 40-те – 70-те години на XIX в. Други ще са готови да ги оспорят. Но само бъдещите усилия за попълване на „белите петна на незнанието“ с конкретна информация от архивните документи по модела на проекта за мрежите и механизмите на влияние на братя Евлоги и Христо Георгиеви или за други български стопански дейци от Възраждането ще ни отведат до верния отговор. Българската стопанска история като наука е длъжна да го даде.



Фигура 1. Стопанският просперитет на българските земи в представите на д-р Иван Богоров. Илюстрация от заглавната корица на неговото сп. „Журнал за наука, занаят и търговия“ (Пловдив, 1862 г.)



Фигура 2. Основни търговски центрове, около които се интегрира българският национален пазар преди 1878 г.

REFERENCES:

- Atanasova, Sv 2004, 'Company stamps of the trading house "Nikola Minchoolu and Evstati Selveli and company"' from the second half of the 19th century", in *Fairs, markets, and market-places in the Bulgarian lands. Reports from the National Scientific Conference held in Targovishte on November 17, 2003*, V. Turnovo: Faber, pp. 186-192. [Атанасова, Св 2004, „Фирмени печати на търговска къща „Никола Минчоолу и Евстати Селвели и дружие“ от втората половина на XIX в.”, в: *Панаури, пазари, тържища в българските земи. Доклади и съобщения от Национална научна конференция, проведена в Търговище на 17 ноември 2003 г.*, В. Търново: Фабер, 2004, с. 186-192].
- Atanasova, Sv 2014, *The Turnovo commercial companies during the National Revival Period. Models of economic behaviour*. V. Turnovo: Faber. [Атанасова, Св

2014, *Търновските търговски дружества през Възраждането. Модели за стопанско поведение*. В. Търново: Фабер].

Bogorov, I 1865, *Association for a cotton factory in Plovdiv*, Plovdiv: Edition of the The Directorate of the Association. [Богоров, И 1865, *Съдружество за памучна фабрика в Пловдив*. Пловдив: издадено от Дирекцията на Съдружеството].

Chapkanova-Staneva, Sv 2004, "The Turnovo merchant h. Never x. Dimov", in *Fairs, markets, and market-places in the Bulgarian lands. Reports from the National Scientific Conference held in Targovishte on November 17, 2003*, V. Turnovo: Faber, pp. 193-200. [Чепканова-Станева, Св 2004, „Търновският търговец х. Николи х. Димов“, в: *Панаири, пазари, тържища в българските земи. Доклади и съобщения от Национална научна конференция, проведена в Търговище на 17 ноември 2003 г.*, В. Търново: Фабер, 2004, с. 193-200].

Cohen, D 1974, "Des relations commerciales entre les Principautés roumaines et les terres bulgares au cours des années 40–70 du XX^e siècle", *Bulgarian Historical Review*, no. 3, pp. 70-99.

Cohen, D 1975, 'The banking activity of the commercial house "Evlogi and Hristo Georgievi" in the Bulgarian lands until the Liberation', *Istoricheski pregled*, no. 6, pp. 63-74. [Коев, Д. Б. 1975, „Банкерската дейност на къщата „Евлоги и Христо Георгиеви“ в българските земи до Освобождението“, *Исторически преглед*, № 6, с. 63-74].

Collection of laws and regulations of the Principality of Serbia, 1877, Belgrade: State printing house. [Зборник закона и уредаба у Княжеству Србији, 1877, У Београду: Држабне штампарије].

Davidova, E 1996, «Dossier commercial de la famille Tapchilestov – les trois fils Nicolas, Stojan et Petko (1851–1895)», *Bulgarian Historical Review*, no. 3–4, pp. 130-147.

Davidova, E 1998, 'Trade without bankruptcy. From the commercial correspondence of Hristo Tapchileshtov with Evlogi and Hristo Georgievi (1847–1874)', in Drosneva, E (ed), *The donors Evlogiy and Hristo Georgievi*, Sofiya: Sofya University publishing house 'Sveti Kliment Ohridski', pp. 31-63. [Давидова, Евг 1998, „Земане-даване без мюхлюзлук. Из търговската кореспонденция на Христо Тъпчилещов с Евлоги и Христо Георгиеви (1847–1874 г.)“, в: Дроснева, Е (съст.), *Дарителите Евлогий и Христо Георгиеви*. София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, с. 31-63].

Davidova, E 1998a, 'The Brothers Hristo and Nikola Tapchileshtovi – economic and social activities during the Bulgarian National Revival Period', PhD Thesis, Sofiya: Bulgarian Academy of Sciences. [Давидова, Е 1998, „Братята Христо и Никола Тъпчилещови – стопанска и обществена дейност през Българското възраждане“, Дисертация за присъждане на ОНС „доктор“, София: БАН].

- Dobrev, P 2020, 'Similar models, different scales – economic networks of Georgievi, Holveitch and Rusovitch during the 1860s.', in: Mitev, P (ed.), *Philanthropy and entrepreneurship in the Balkans during the 19th century*. Sofiya: Sofiya University Press, pp. 93-102. [Добрев, П 2020, „Сходни модели, различни мащаби – икономическите мрежи на Георгиеви, Холевич и Русович през 60-те години на XIX в.“, в: Митев, П (съст.), *Дарителство и предприемачество на Балканите през XIX в.*, София: УИ „Св. Климент Охридски“, с. 93-102].
- Drumeva, M 2017, 'The economic life on the Bulgarian lands, reflected in commercial activities of Tsvyatko Radoslavov (50–70's of the 19th Century).', *Proceedings of the Centre for Economic History Research, Vol. II. The Diversity of Bulgarian Economic Development through the Ages*, Varna: CSII, pp. 356-374. [Друмева, М 2017, „Стопанският живот по българските земи, отразен в търговската дейност на Цвятко Радославов (50–70-те години на XIX в.)“, *Известия на Центъра за стопанско-исторически изследвания. Т. II. Разнообразието в българското стопанско-историческо развитие*. Варна: ЦСИИ, с. 35-54].
- Encyclopedia of economics*, 1984, Т. II, Sofiya: Nauka i izkustvo. [*Икономическа енциклопедия*, 1984, Т. II, София: Наука и изкуство].
- Glushkov, Hr 1982, *Evlogiy and Hristo Georgievi. Life and activity*. Sofiya. [Глушков, Хр 1982, *Евлоги и Христо Георгиеви. Живот и дейност*. София].
- Goranchev, V 2018, 'The Business Correspondence between the Representatives of the Rusovich Family from Arbanassi in the Period January – March 1868', *Proceedings of the Centre for economic history research. Vol. III. Institutions and Economic Development of the Bulgarian Lands through the Ages*, Varna: CSII, pp. 285-311. [Горанчев, В 2018, „Стопанска кореспонденция между представителите на рода Русович от Арбанаси в периода януари – март 1868 г.“, *Proceedings of the Centre for economic history research. Vol. III. Институциите и българското стопанско развитие през вековете*, Varna: CSII, pp. 285-311].
- Ivanov, M 2012, *The gross domestic product of Bulgaria 1870–1945*, Sofiya: Ciela. [Иванов, М 2012, *Брутният вътрешен продукт на България 1870–1945 г.*, София: Ciela].
- Kosev, D, Dikulesku, Vl & Paskaleva, V, 1965, 'About the situation and economic activity of the Bulgarian emigration in Wallachia in the 19th century (until the Russo-Turkish War of 1877–1878).', in: *Bulgarian-Romanian relations through the centuries*, Vol. I, Sofiya, pp. 285-371. [Косев, Д, Дикулеску, Вл & Паскалева, В, 1965, „За положението и стопанската дейност на българската емиграция във Влашко през XIX в. (до Руско-турската война 1877–1878 г.)“, в: *Българо-румънски връзки и отношения през вековете*. Т. I, София, с. 285-371].

Nachov, N 1990, *Hristo P. Tapchileshtov, Life and its public activity*, 2nd edn, Sofiya. [Начов, Н 1990, Христо П. Тъпчилещов, Живот и неговата обществена дейност. Второ издание, София].

Naydenov, I 2017, 'Commercial Entrepreneurship during the Bulgarian National Revival Period: the Case of Pulievi Brothers (1839–1868)', *Proceedings of the Centre for economic history research. Vol. II. The Diversity of Bulgarian Economic Development through the Ages*, Varna: CSII, pp. 343-355. [Найденев, И 2017, „Търговското предприемачество през епохата на Възраждането: Примерът на братя Пулиеви (1839–1868)”, *Известия на Центъра за стопанско-исторически изследвания. Т. II. Разнообразието в българското стопанско-историческо развитие*. Варна: ЦСИИ, с. 343-355].

Paskaleva, V 1956, 'The economic penetration of Austria in our country from the 1830s to the Crimean War', *Istoricheski pregled*, Year XII, no. 2, pp. 23-48. [Паскалева, В 1956, „Икономическото проникване на Австрия у нас от тридесетте години на XIX в. до Кримската война.”, *Исторически преглед*, Г. XII, кн. 2, с. 23-48].

Paskaleva, V 1962, 'About the history of Macedonia's trade relations with Central Europe in the 19th century.', *Proceedings of the Institute of History*, Vol. XI, pp. 51-82. [Паскалева, В 1962, „Към историята на търговските връзки на Македония със Средна Европа през XIX в.”, *Известия на Института за история*. Т. XI, с. 51-82].

Penchev, P 2016, 'Defining economic nationalism on the basis of the 19th century Bulgarian experience', in Faucci, R, Giocoli, N & Marchionatti, R (eds), *History of economic ideas*, XXIV/2016/1, Pisa – Roma: Fabrizio Serra editore, pp. 83-103.

Petkov, P 2017, 'The economic development of Bulgarians as seen through the documentary heritage of Georgi St. Rakovski', *Proceedings of the Centre for economic history research. Vol. II. The Diversity of Bulgarian Economic Development through the Ages*, Varna: CSII, pp. 55-71. [Петков, П 2017, „Стопанското развитие на българите в документалното наследство на Георги Ст. Раковски.”, *Известия на Центъра за стопанско-исторически изследвания. Т. II. Разнообразието в българското стопанско-историческо развитие*. Варна: ЦСИИ, с. 55-71].

Rakovski, G 1860, 'Call for establishments of a Bulgarian commercial company in the main places in Europe, from where Bulgarian traders export various goods', *Dunavski lebed*, Year I, no. 3, 29 September 1860. [Раковски, Г 1860, „Позив за учреждения на едно търговско българско дружество по главния места в Европа, отде български търговци извозват разни стоки.”, *Дунавски лебед*, Год. I, № 3 от 29 септ. 1860 г.].

- Roussev, I 1995, 'The role of the port of Bourgas and Bourgas city for the development of Sliven trade during the National Revival Period', *Arhiv za poselishtni prouchvaniya*, Year IV, no. 2, pp. 17-34. [Русев, И 1995, „Ролята на Бургаското пристанище и Бургас за развитието на сливенската търговия през Възраждането.“, *Архив за поселищни проучвания*. (Университетско издателство „Св. св. Кирил и Методий“ – Велико Търново), Година четвърта (1995), № 2, с. 17-34].
- Roussev, I 1996, *Companies and manufactures in the Sliven-Kotlen region during the National Revival*, Veliko Turnovo: 'Faber' Publishing house. [Русев, И 1996, *Фирми и манифактури в Сливенско-Котленския район през Възраждането*. В. Търново: Изд. „Фабер“].
- Roussev, I 2012, 'Varna in the Late Middle Ages and the National Revival Period (from the end of 14th C. to 1878).', in Roussev, I & Pletnirov, V 2012, *History of Varna. Vol. II (7th C. – 1878)*. Varna: Slavena, pp. 303-591. [Русев, И 2012, „Варна през Късното Средновековие и Възраждането (края на XIV в. – 1878 г.).“, в: Русев, И & Плетньов, В 2012, *История на Варна. Т. II (VII в. – 1878 г.)*. Варна: Изд. „Славена“, с. 303-591].
- Roussev, I 2015, *The commercial modernity of the Bulgarian revival as a culture and practice. Research and sources*. Veliko Turnovo: 'Rovita' Rovita Publishing house. [Русев, И 2015, *Търговската модерност на Българското възраждане като култура и практика. Изследване и извори*. В. Търново: Изд. „Ровита“].
- Roussev, I 2017, 'Diversity in the Spread of Modern Economic Culture among Bulgarians during the Bulgarian National Revival period (18th – 19th Centuries)', *Proceedings of the Centre for economic history research. Vol. II. The Diversity of Bulgarian Economic Development through the Ages*, Varna: CSII, pp. 35-54. [Русев, И 2017, „Разнообразие в разпространението на модерната стопанска култура на българите през Възраждането (XVIII–XIX в.).“, *Известия на Центъра за стопанско-исторически изследвания. Т. II. Разнообразието в българското стопанско-историческо развитие*. Варна: ЦСИИ, с. 35-54].
- Sarrión, Gu P 2016, *The Emergence of a National Market in Spain, 1650–1800: Trade Networks, Foreign Powers, and the State*. London: Bloomsbury Academic.
- Schulze, M-St & Wolf, N 2012, 'Economic nationalism and economic integration: the Austro-Hungarian Empire in the late nineteenth century', *Economic History Review*, 65, no. 2, pp. 652-673.
- Stefanova, M-T 1987, 'Economic activity of the Gabrovo commercial house "Stancho Arnaudov and son" in 1860–1861.', *Godishnik na muzeite ot Severna Bulgaria*, no. XIII, pp. 95-105. [Стефанова, М.-Т. 1987, „Стопанска дейност на Габровската търговска къща „Станчо Арнаудов и син“ през 1860–1861 г.“, *Годишник на музеите от Северна България (ГМСБ)*, кн. XIII, с. 95-105].

Svrakov, A 2019, *Development of the accounting legislation in Bulgaria from the Liberation to the present day*, Sofiya: ИК 'Trud i pravo'. [Свраков, А 2019, *Развитие на счетоводното законодателство в България от Освобождението до наши дни*. София: ИК „Труд и право“].

T.M.M. 1873, 'The tile-maker from Lozengrad', *Pravo*, 11 May, no 9. [Т.М.М. 1873, „Лозенградският керемидчия“, *Право*, 11 май, бр. 9].

Tsonchev, P 1996, *From the economic past of Gabrovo. Monographic research*, 2nd edn, Gabrovo. [Цончев, П 1996, *Из стопанското минало на Габрово. Монографични изследвания*. Второ издание, Габрово].

Vladimirova, Y 2011, 'Market and Commerce', in: *Basic terms used in the learning process. T. I. Economics*, Sofiya: Publishing complex of the UNWE, pp. 92-93. [Владимиорова, Й 2011. Пазар и търговия. В: *Основни термини използвани в учебния процес. Т. I. Икономика*, София: Издателски комплекс УНСС, с. 92-93].

Correspondence address:

Ivan Roussev – Professor, D.Sc.

University of Economics – Varna,

Department of Management

77, Kniaz Boris I Blvd. 9002 Varna

Tel.: (+ 359) 886 866175

E-mail: ivroussev@ue-varna.bg

Web of Science ResearcherID AAN-4300-2020

<https://publons.com/researcher/3613237/ivan-roussev/>

<https://orcid.org/0000-0002-7143-7651>