

ВЪЗРОЖДЕНСКОТО ТЪРГОВСКО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В СВЕТЛИНАТА НА НОВАТА ИКОНОМИЧЕСКА СОЦИОЛОГИЯ¹

Ивайло НАЙДЕНОВ

Received: 27.09.2021

Available online: 1.12.2021

***Abstract:** Social networks, social capital and trust are fundamental concepts in the new economic sociology. At the same time, they provide the opportunity for analysis of uniform information contained in the personal and business correspondence of entrepreneurs during the Bulgarian National Revival period. The primary sources for the proposed study are published and mostly unpublished documents stored at the Bulgarian Historical Archive in the National Library in Sofia and in the Scientific Archive of the Bulgarian Academy of Sciences.*

Hristo, Nikola and Ivan T. Pulievi managed to establish social network in Ottoman Bulgaria, while their relatives Evlogi and Hristo Georgievi expand their contacts and scope of activity in Romania, in London, Manchester, Marseilles, etc. Georgievi's ability to expand their web, to find new markets and commodities was very important prerequisite for their success. The available primary sources clearly show that the economic activity is socially embedded. Some basic moral norms (for instance honesty) played an important role in the way of thinking and behavior of the mentioned entrepreneurs. The Pulievi brothers, their nephews Evlogi and Hristo Georgievi, and their outside agents, managed to earn the names of honest merchants, thus attracting the "friends" they needed.

Relationships between relatives and partners, as well as contacts with other contractors, vary from friendly to tense and sometimes hostile. If we take into account all the above mentioned aspects, we could acquire a detailed notion of the essence of commercial entrepreneurship during the Revival period.

Key words: Bulgarian National Revival period, commercial entrepreneurship, new economic sociology, social networks, social capital, trust

JEL: N73; N83; B55

¹ Настоящият текст е разработен във връзка с работата по проект „Мрежи и механизми на влияние в регионалната икономика. Балканска и европейска контекстуализация на архивното наследство на братя Евлоги и Христо Георгиеви“, финансиран от Фонд „Научни изследвания“, договор КН-06-ОПР05/2 от 17 декември 2018 г.

Една от активно изследваните теми в българската историография е тази, посветена на възрожденските търговци и техните фирми. В последните години се появиха любопитни публикации, посветени на търговски къщи и индивидуални търговци, на техните практики и мрежи, на модерността в дейността им, на ролята на доверието в отношенията между предприемачите и пр. (Janeva, 2006, pp. 77-91; Razhdavichka, 2006; Razhdavichka-Kiessling, 2010, pp. 123-137; Davidova, 2013; Atanasova, 2014, 2016; Roussev, 2015; Goranchev, 2018, pp. 197-273).

Натрупаното към момента знание, както и наличният изворов материал, позволяват посочената проблематика да се погледне през призмата на новата икономическа социология. Може би заявеният изследователски подход би обогатил представата ни за търговското предприемачество в български му вид през XIX в.? (за предприемачеството през епохата на Възраждането вж. също: Roussev, 2020a, pp. 39-47).

В своето изложение изхождам от виждането, че икономическото действие е социално ориентирано. Важни са моралните съображения, които мотивират стопанските актьори; ценностите, които те споделят и от които се ръководят в своите стопански и лични дела, и пр. Тъй като икономическите действия са вплетени в мрежа от социални отношения, при които се създават очаквания за реципрочност и взаимни задължения, ще бъде поставен акцент върху три ключови категории, които са взаимносвързани - социални/предприемачески мрежи, социален капитал и доверие.

Използван е публикуван и най-вече непубликуван изворов материал, относно се до средата и втората половина на XIX в. (вж. също: Lebada & Dobre, 1996; Vasileva, 2019). В случая става дума за търговска и лична кореспонденция, излязла из под порето на стопански дейци като братя Евлоги и Христо Георгиеви, техните роднини Пулиеви, както и лицата, които работели за посочените видни карловци (Стефан Василев, Петър Печов, Иван Джиджев)².

1. Няколко думи за новата икономическа социология

Преди да обърна внимание на търговското предприемачество през епохата на Възраждането, е уместно да акцентирам върху някои от по-важните достижения на новата икономическа социология (Chavdarova, 1999, pp. 7-21; Chavdarova, 2016).

В посочения контекст особено важно е виждането на Макс Вебер (1864–1920) за икономическото поведение. То е социално обусловено, тъй като е ориентирано спрямо действията на другите хора. Икономическите действия на индивиди, които са ориентирани един към друг, изграждат икономически отношения. Въпросните

² Български исторически архив при Националната библиотека „Св. св. Кирил и Методий“ (БИА – НБКМ), Ф. 183 (братя Христо и Никола Т. Пулиеви; Ф. 7 (Братя Евлоги и Христо Георгиеви Недеви); Научен архив на Българската академия на науките (НА – БАН), Ф. 34К (Евлоги и Христо Георгиеви), оп. 1.

стопански деяния могат да имат различна форма – сътрудничество, конкуренция, конфликт и т. н. (вж. подробно: Nonchev, 2017, pp. 10-22).

В новата икономическа социология заслужават особено внимание следните постулати: индивидуалното икономическо поведение в много случаи се мотивира от морални съображения, които произтичат от колективно споделяни ценности; икономическите действия са вплетени в мрежа от социални отношения, които създават очаквания за реципрочност и взаимни задължения. Тяхното неспазване обуславя санкции, което от своя страна води до съобразяване на индивидуалното поведение с подобни заплахи и се ориентира към избягването им (Nonchev, 2017, pp. 49-50).

Едно от основните понятия в новата икономическа социология е това за социалния капитал. Според Джеймс Коулман (1926–1995) социалният капитал представлява колективно благо, което се генерира благодарение на социалните отношения в групата. Същият автор посочва три форми на социален капитал: първата е свързаната с взаимните задължения и очаквания на членовете на групата; втората се отнася до информационните канали, достъпни само на вътрешните участници в групата; третата е свързана със споделените групови норми, които трябва да се съблюдават от нейните участници (Nonchev, 2017, p. 55).

От особено значение за формирането и запазването на социалния капитал е доверието между членовете на групата. Доверието създава сигурност на очакванията за поведението на членовете на групата, за изпълнение на поети ангажименти, за честност, лоялност и съпричастност. Междудличностното доверие се превръща в средство за намаляване на риска и несигурността (Nonchev, 2017, p. 55).

Обект на анализ в настоящата публикация са търговците-предприемачи. Важен аспект от дейността им е създаването и поддържането на социални мрежи, поради което предприемачеството би могло да се характеризира като „мрежова дейност“ (Вж. Dentchev, Kris Vander Velpen, Edgar Izquierdo, 2013, p. 104).

Откриването на пазарни възможности от предприемачите в голяма степен зависи от възможността за разширяването на социалните мрежи, от включването на повече участници в тях и не на последно място – от евтината обмяна на информация между участниците в мрежите (Geloso, 2015).

Ще видим, че в годините братя Евлоги и Христо Георгиеви и техните роднини и помощници Пулиеви (доколкото им е възможно) участват в изграждането на една впечатляваща по своя характер мрежа на север и на юг от р. Дунав. Контакти, които по-сетне се простират в Лондон, Марсилия, Ливорно и пр. именно благодарение на неуморните усилия на Евлоги и Христо Георгиеви. Навярно разширяването на социалната/предприемаческа мрежа, съчетано с други фактори, е в основата на успехите, които карловци постигат на търговското поприще.

2. Примерът на карловците Пулиеви и Георгиеви (30-те-70-те години на XIX в.)

Братя Пулиеви и техните сродници Георгиеви спадат към хората, склонни да поемат риск, за да извлекат финансова изгода. Те се отличават с комбинативност, будност и амбиция – все качества, важни за разгръщането на бизнес-начинания в българските земи и в Дунавските княжества (дн. Румъния).

Братя Георгиеви започват своите предприемачески дела под крилото на сродниците си Христо, Никола и Иван Т. Пулиеви, чиито баща Тодор е прозрял в началото на XIX в. възможностите за печалба, които търговията на далечни разстояния предоставя. Виждаме, че по-сетне Евлоги и Христо Георгиеви тръгват по утъпкания път на своите сродници Пулиеви, но от един момент насетне задминават своите учители в изкуството на търговията (Naydenov, 2017).

Важен за Евлоги и Христо Георгиеви е моментът, в който Евлоги подписва дружествен договор със своите вуйчовци Христо и Никола Т. Пулиеви. Чрез него е създадена търговската къща „Пулиеви-Георгиеви” (1 януари 1839 г.). В началото на 40-те години на XIX в. Георгиеви се установяват в Галац и в Букурещ, а братя Пулиеви „усядат” трайно в Карлово, откъдето изпращат необходимите стоки до своите сродници. Благодарение на подходящата стопанска конюнктура братя Георгиеви успяват успешно да пласират занаятчийските и земеделски изделия, което намира израз в солидни печалби. След Кримската война (1853–1856) дейността им става още по-мощна и печеливша (Naydenov, 2017, pp. 144-339).

Запазената изворова база показва, че между двата бряга на река Дунав работят едри, средни и дребни български предприемачи, които изграждат свои мрежи и се намират в йерархична зависимост по между си³. Сред тях изпъкват братя Георгиеви, които поддържат връзка с 400–500 производители и търговци на север и на юг от Дунава.

Трябва да се има предвид, че в българските земи важна е ролята на Пулиеви за изграждането и поддържането на социална/предприемаческа мрежа, чрез която се закупуват и превозват стоки за Букурещ и Галац (подробно вж. Naydenov, 2017, pp. 144-339; Dobrev, 2020, pp. 93-102; Roussev, 2020b, pp. 71-74). Христо и Никола Т. Пулиеви установяват и поддържат контакти с лица в повече селища (около 30 селища в Мизия, Тракия, както и Серес в Македония) в периода до Кримската война (1853-1856). Във времето след 1856 г., когато „свиват” периметъра на своята дейност, те имат „приятели” в около 20 селища в посочените региони (подробно вж. Naydenov, 2017, pp. 144-339). В някои селища представителите на карловската фамилия

³ Национална библиотека „Св. св. Кирил и Методий” – Български исторически архив (НБКМ – БИА), Ф. 7, Ф. 183; Научен архив – Българска академия на науките (НА – БАН), Ф. 34К, оп. 1, а.е. 341-347.

поддържат дълготрайни връзки с местни търговци (напр. Хино Панчов в Етрополе или Боро Ненович и Христо Попович в Свищов и т.н.). В други случаи контактите били инцидентни, свързани с определен повод (препращането на стоки и пари, набавянето на информация и пр.) (подробно вж. Naydenov, 2017).

В периода от края на 30-те години до Кримската война (1853–1856) братя Георгиеви успели да изградят своя мрежа от посредници в българските земи. В някои отношения тя се прекрива с тази на сродниците им Пулиевци, но не напълно, поради което е необходимо да се споменат нейните възлови пунктове. Дълготрайни са контактите със свищовците Христо Попович, Боро Ненович и Димитър Начович. Не толкова активни са кореспондентските връзки с русенци (братя Хаджипеткови напр.), но и те присъстват в някаква степен. Следват контрагентите в Северна България – напр. братя Джамбазовци в Тулча, Илия Стефанов в Търново, Тодор Кунчов в Ловеч и др. На юг от Балкана регулярно се поддържат контакти с роднините в Карлово, но и с партньори от редица други селища. От друга страна Георгиеви имали свое доверено лице, което посещавало Узунджовския панаир, за да пазари стоки (Пенчо Георгиев). Подобни функции за Пулиевци и Георгиеви изпълнявали посочените вече Стефан Попвасилев, Петър Печов и Иван Джиджев. С течение на времето Евлоги и Христо Георгиеви започнали да поддържат интензивни контакти с Христо П. Тъпчилещов, базиран в Истанбул, както и с видни представители на виенската българска колония⁴ (Гешовци, братя Паница и пр.) (Вж. също: Paskaleva, 1966, pp. 61-63).

Не по-малко любопитни са онези локации и лица на север от р. Дунав, които влезли в ползването на братя Георгиеви. Внимателният преглед на наличната документация показва, че двамата карловци били във връзка с много българи, които се установили да живеят във Влашко и Молдова. Става въпрос за занаятчии и дребни търговци (бакали), които били снабдявани със стоки от Евлоги и Христо Георгиеви. Разбира се срещаме имената на някои видни представители на българското търговско съсловие отвъд Дунава – например Д. Каракашов в Брашов, Яни Хр. Стоянов в Зимнич, Никола Минчов в Плоещ и мн. др.⁵ (вж. също: Paskaleva, 1966, pp. 61-62).

Прави впечатление, че след Кримската война насетне мрежата на Георгиеви се разширява. Двамата карловци продължават да поддържат връзка с предприемачи, базирани в българските земи (Русе, Свищов, Варна, Търново, Карлово, където е техният роднина Никола Т. Пулиев и др. селища)⁶. Същевременно не само се запазват, но се и разширяват търговските връзки с партньори (българи и

⁴ НА – БАН, Ф. 34К, оп. 1, а.е. 347-351.

⁵ Пак там, а.е. 341-347.

⁶ НА – БАН, Ф. 34К, оп. 1, а.е. 341-347.

румъни) в редица румънски селища (Плоещ, Гюргево, Улмени, Браила, Крайова, Буда, Зимнич, Брашов, Търговище, Питещи, Александрия и пр.)⁷. Като дейни посредници и приятели на Георгиеви заслужават да се посочат Павлаки Джорджеску и Григоре Щефанеску от Питещи и Скарлат Михаилеску от Търговище (Paskaleva, 1966, pp. 64-65).

Същевременно се появяват сведения за поддържането на връзки с гръцки търговци във Великобритания – напр. П. Теологу в Манчестър⁸. Съществува и кратка кореспонденция с Мавро Валиери в Лондон. Правят впечатление връзките с френски контрагенти – напр. Мавру Василиу в периода 1861–1864 г. Георгиеви работят и с комисионната фирма „Лафон & Лабатю” от Марсилия и т.н. (подробно вж. Lebada & Dobre, 1996, pp. 211-222).

Списъкът с контрагенти на братя Пулиев и сродниците им Георгиеви в Българско и в Дунавските княжества може да бъде продължен до безкрайност, но това не е необходимо. По-важно и интересно е да се вникне в комуникацията и отношенията между видните карловци и техните партньори.

Братя Христо, Никола и Иван Т. Пулиев и техните агенти привличат „приятели”, анализирайки сведенията, които им предоставят техните сродници и партньори. Въз основа на добитата информация преценяват на кого могат да имат доверие и на кого – не. От някои писма особено силно личи, че обръщали сериозно внимание на честността/почтеността, на честното име на дадения човек⁹. В този ред на мисли би могло да се посочи, че през лятото на 1858 г. Стефан Василев пише на Христо Георгиев във връзка с покупката на кожи. Помощ за осъществяване на сделката може да окаже „Г. Христу Д. Тошкович калоферец, брат на в Одеса Г. Стефана Д. Тошковича и ветх [стар – поясн. мое. – И.Н.] приятел на Нашите [Пулиев – поясн. мое. – И.Н.] в Карлово, както и на Г-на Евлогия” [Евлоги Георгиев – поясн. мое. – И.Н.]¹⁰. Освен това Стефан Д. Тошкович е характеризирани като „добър и верен приятел”¹¹, т.е. такъв, на когото може да се гласува доверие.

Особено ярко личи стремежът на Пулиев да спазват дадената дума и да не се отмятат от поетия ангажимент в началото на 1853 г. По това време табашкият еснаф в Етрополе е искал да се отметне от направена вече договорка за покупка на стока. Пулиев са категорични, че това е твърде „срамно нещо”¹².

От запазените писма на братя Евлоги и Христо Георгиеви прозира старание

⁷ Вж. напр. НА – БАН, Ф. 34 К, оп. 1, а.е. 350.

⁸ Пак там, л. 160, 235.

⁹ НБКМ – БИА, Ф. 183, оп. 1, а.е. 28, л. 88.

¹⁰ НБКМ – БИА, Ф. 7, а.е. 218, л. 68-69.

¹¹ Пак там.

¹² НБКМ – БИА, Ф. 183, оп. 1, а.е. 31, л. 103-104.

да се спазват основни морални постулати като честност/почтеност, вярност, отговорност, стремеж да се държи на дадената дума. Все норми, спазването, на които води до акумулирането на доверие сред потенциалните партньори/клиенти. Доверието е ключов фактор за установяването и поддържането на дълготрайни бизнес връзки. Създали си името на честни търговци Евлоги и Христо Георгиеви се възползват от този ценен актив, като привличат към своята мрежа хора, от чиято помощ/ експертиза се нуждаят. С течение на времето двамата братя се превърнали в най-богатите и влиятелни българи, които били търсени от свои и чужди за финансова и всякаква друга помощ. С други думи казано те били патрон за много стопански дейци по двата бряга на река Дунав¹³. Умението да се оценяват и привличат доверени хора към дадената социална/ предприемаческа мрежа може да се оцени като ключов фактор, спомогнал за израстването на Георгиеви като крупни търговци.

Наред с обилните сведения, касаещи търгуваните стоки, финансови операции и пр. важни от гледна точка на стопанския историк данни в кореспонденцията присъства информация за чисто човешки чувства и взаимоотношения.

През есента на 1852 г. Христо Георгиев си позволява да смъмри Иван Т. Пулиев за това че си е позволил да пише по-строго на „тежкия“ цариградски търговец Христо П. Тъпчилещов. Балкапанският търговец не е доволен от сметката, която Иван му е изпратил във връзка с осъществена сделка, поради което последният е посъветван да изготви нов документ. Христо Георгиев посочва във връзка с появилото се недоразумение: „... Г. Тъпчилещов виждам ми се оплаква твърде многу от писанните ви, и са види чи му сте писали строго, което не трябваше тъй да направите, от истина аз ви писах да му речете потребните за тази разлика, но сос политика малку, са пишат такива работи“¹⁴. Личи големият опит, натрупан от Христо Георгиев. Свикнал да общува и работи с български и чуждестранни търговци, той се е научил да „тушира“ подобни недоразумения, бидейки по-дипломатичен и премерен. За разлика от него, Иван Т. Пулиев е бил човек с особен характер, който си е позволил да държи по-особен (строг) тон на известния търговец, родом от Калофер.

Прави впечатление, че не винаги отношенията на Георгиеви със сродниците Пулиевци били гладки. В случаите, когато братя Христо и Никола Т. Пулиевци не изпълнявали акуратно и/или навреме заповедите на сродниците си, били критикувани понякога твърде остро особено след Кримската война (1853–1856) (вж. подробности у: Naydenov, 2017, pp. 381–426). Така например във връзка с оправдание, че нямат отговор от „приятел“ в Заара (Стара Загора), Христо Георгиев

¹³ Вж. множеството преписи на писма, запазени в копирните им книги за кореспонденция (НА – БАН, Ф. 34 К, оп. 1, а.е. 341–352 и др.).

¹⁴ БАН – НА, Ф. 34 К, оп.1, а.е. 346, с. 385–386.

„гълчи” своите сродници и партньори в Карлово по следния начин: „За бадемите ми умръзна веки да слушам чи ощи ответ [т.е. отговор – поясн. мое – И. Н.] немате от Заара, кату чи Заара е Америка ...”¹⁵. Сравнението с Америка прави особено впечатление. Очевидно предприемаческата дейност и мисленето на братя Георгиеви имат такъв размах, че далеч надхвърлят българското етническо пространство и мисленето на местното население.

Още по-любопитни са отношенията между Георгиеви и Иван Т. Пулиев. Представителят на Пулиевата фамилия считал, че е ощетен финансово от Евлоги, поради което отношенията по между им дълги години били изпълнени с недоверие, взаимни нападки и скандали (Naydenov, 2017, pp. 406-411). Нещо повече - по време на Кримската война Иван имал идея да се установи в Серес или в Истанбул, за да представлява търговската къща „Пулиев-Георгиеви“, но инициативата му била отхвърлена от Георгиеви. Последните считали, че тя не е целесъобразна в сложната военно-временна обстановка. Очевидно по това време Иван имал и разногласия с по-големия си брат Никола Т. Пулиев (Naydenov, 2017, pp. 411-414), което иде да покаже, че сериозна роля върху стопанската активност на предприемачите са оказвали междуличностните им отношения. Макар основани на роднински връзки, те не винаги били гладки, а понякога се основавали на конкуренция и конфликти.

В някои писма Георгиеви изразяват своето недоволство от работата на други свои контрагенти. Например в началото на 1854 г. личи разочарованието на Христо Георгиев, че нищо от неговите стоки не е продадено във Влашко. Другаде изразява съжалението си, че е станала грешка с изпратена ракия, която била по-малко количество, а и нейният градус бил по-нисък от обявеното. Христо Георгиев категорично заявява на своите „приятели“, че трябва да проверят от къде се появява недоразумението и да предприемат строги мерки за неговото преодоляване¹⁶.

Социалните мрежи, социалният капитал и доверието представляват основополагащи концепции в новата икономическа социология. Същевременно те се явяват полезен „помощник“ за анализирането на еднообразната информация, съдържаща се в личната и бизнес кореспонденция на възрожденските предприемачи, която е особено обилна за периода 50-те – 70-те години на XIX в. Наличната преписка свидетелства категорично, че стопанската дейност е социална обусловена. С течение на времето братя Пулиев, техните племенници Георгиеви и помощниците им, успяват да си спечелят имената на честни търговци, с което успяват да привлекат на своя страна „приятели“, от които се нуждаят. Някои

¹⁵ НБКМ – БИА, Ф. 183, оп. 1, а.е. 7, л. 298, 300.

¹⁶ Множество подобни примери могат да бъдат открити в: НА – БАН, Ф. 34 К, оп. 1, а.е. 347.

основни морални норми (напр. честност) играели важна роля в мисленето и поведението на посочените предприемачи. Отношенията между тях варират от приятелски до обтегнати и понякога враждебни. Ако държим сметка за всички посочени обстоятелства, бихме могли да добием детайлна представа за същината на търговското предприемачество през възрожденската епоха.

REFERENCES:

- Atanasova, Sv 2014, *Commercial companies from Turnovo during the Bulgarian national revival period. Models of economic development*. Veliko Turnovo: Faber. [Атанасова, Св 2014, *Търновските търговски дружества през Възраждането. Модели за стопанско развитие*. Велико Търново: Издателство Фабер].
- Atanasova, Sv 2016, *Arbanassi. Trade and trade relations in the period between the 17th-19th centuries*. Veliko Turnovo: Faber. [Атанасова, Св 2016, *Арбанаси. Търговия и търговски връзки през XVII–XIX век*. Велико Търново: Фабер].
- Chavdarova T 1999, Introduction, in Chavdarova T (ed.) 1999, *Economy and sociology: American economic sociology since 1970 (Antology)*. Sofia: Lik, 1999, pp. 7-21 [Чавдарова, Т 1999, Въведение, в: Чавдарова, Т (съст. и науч. ред.) *Икономика и социология: американската икономическа социология след 1970 (Антология)*. София: Лик, с. 7-21].
- Chavdarova, T 2016, *New Economic Sociology. Network Analysis and Neoinstitutionalism*. [Чавдарова, Т 2016, *Нова икономическа социология. Мрежови анализ и неоинституционализъм*. София: Изток-Запад].
- Davidova, E 2013, *Balkan Transitions to Modernity and Nation-States: Through the Eyes of Three Generations of Merchants (1780s–1890s)*. Leiden – Boston: Brill.
- Dentchev, N, Velpen, K, Izquierdo, E 2013, *How to breed Gazellas. Creating business for growth*. Wolters Kluwer Belgium.
- Dobrev, P 2020, 'Similar models, different scales – economic networks of Georgievi, Holevitch and Rusovitch during the 1860s.' in Mitev, P (ed.), *Philanthropy and entrepreneurship in the Balkans during the 19th century*. Sofia: Sofia 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].
- Geloso, V 2015, Deirdre McCloskey, Kirznerian Growth and the Role of Social Networks, *Economic Affairs*, vol. 35, no. 3, pp. 453-463.
- Goranchev, V 2018, *The National Revival Family Rusovich from Arbanassi. Family History, Public and Economic Activity*. Veliko Turnovo: Ivis. [Горанчев, В 2018, *Възрожденският род Русович от Арбанаси. Родова история, обществена и*

stopанска дейност. Велико Търново: Ивис, 2018].

Ianeva, S 2006, 'The commercial practices and protoindustrial activities of Hacı Hristo Rachkov, a Bulgarian trader at the end of the eighteenth to the beginning of the nineteenth century', *Oriente Moderno* 25 (86), 2006, no. 1, pp. 77-92.

Lebada F & Dobre A 1996, 'Rolul fraților Gheorghiev în comerțul franco-englez al Țărilor Române', *Hrisovul, Buletin al Facultății de arhivistică*, Serie Nouă, 1996, no. 2, pp. 211-222.

Naydenov I 2017, *Pulievi's entrepreneurial activity between tradition and modernity (commercial practices and strategies during the Bulgarian National Revival period)*, Unpublished PhD Thesis, Sofia University "St. Kliment Ohridski", Sofia. [Найденев, И 2017, *Предприемаческата дейност на братя Пулиевци между традицията и модерността (търговски практики и стратегии през епохата на Възраждането)*. Дисертация. Исторически факултет, СУ „Св. Климент Охридски“. София].

Nonchev A 2017, 'Emergence and development of economic sociology', in Nonchev 2017, et al. *Economic Sociology*. Sofia: UNSS Press, pp. 10-41. [Нончев, А 2017, „Възникване и развитие на икономическата социология“, в Нончев, А и колектив *Икономическа социология*. София: Издателски комплекс на УНСС, с.10-41].

Paskaleva V 1966, 'Archival fund "Evlogi and Hristo Georgievi" in the Archive of BAS during the period 1840-1878', *Proceedings of the Scientific Archive*, vol. III, 1966, pp. 57-75. [Паскалева, В 1966, „Архивен фонд „Евлоги и Христо Георгиеви“ в Архива на БАН за периода 1840-1878 г.“, *Известия на Научния архив*, кн. III, 1966, с. 57-75.]

Razhdavichka E 2006, 'Trust: Way or Limit to Gain Commercial Success', viewed 26 September 2021, <http://www.bulgc18.com/roads/bg/Evelyna.htm> [Ръждавичка, Е 2006, „Доверието – път или граница за постигане на търговски успех“] Viewed 26 September 2021, <http://www.bulgc18.com/roads/bg/Evelyna.htm>.

Razhdavichka-Kiessling E 2010, 'Merchant's most precious asset: trust and reputation in the Greek correspondence of Constantine Fotinov', *Etudes balkaniques*, no. 4, pp. 123-137.

Roussev I 2015, *The Commercial Modernization during the Bulgarian National Revival period (18th – 19th) centuries as a culture and as a practice*. Veliko Turnovo: Rovita. [Русев, И 2015, *Търговската модерност на Българското възраждане като култура и практика. Изследване и извори*. Велико Търново: Ровита].

Roussev I 2020a, 'Entrepreneurship during the Bulgarian National Revival period. Some ideas for comprehensive research on the topic', in Mitev, P (ed.) 2020, *Philantropy and entrepreneurship in the Balkans during the 19th century*. Sofia: Sofia University Press, pp. 39-47. [Русев, И 2020а, „Предприемачеството през епохата на Българското възраждане (XVIII–XIX в.). Някои идеи за обхванато изследване по

темата“, в Митев, П (съст.) 2020, *Дарителство и предприемачество на Балканите през XIX в.* София: УИ „Св. Климент Охридски“, с. 39-47].

Roussev, I 2020b, National Market before the National State: Was there a Bulgarian National Market before the Liberation of 1878?, *Proceedings of Centre for Economic History Research*, vol. V, pp. 68-91. [Русев, И 2020b, „Национален пазар преди национална държава. Има ли български национален пазар преди Освобождението от 1878 г.?“, *Известия на Центъра за стопанско исторически изследвания*, Т. 5, с. 68-91].

Vasileva, V 2019, *Inventory of the documents about the economic history of Bulgaria stored at the Bulgarian Historical Archive of the National Library “St. st Cyril and Methodius”*. Volume I (1648–1879). Sofia: National Library “St. St. Cyril and Methodius”. [Василева, В (съст.) 2019, *Опис на документите за стопанската история на България, запазени в Българския исторически архив на Националната библиотека „Св. св. Кирил и Методий“*. Част първа (1648–1879). София: Националната библиотека „Св. св. Кирил и Методий“].

Correspondence address:

Ivaylo Naydenov – Assistant Professor, PhD

Institute for Historical Studies,

Bulgarian Academy of Sciences

53, Shipchenski prohod, bl.17,1113 Sofia

E-mail: ivo_ngdek@abv.bg

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8784-8300>

Web of Science Researcher ID: AAW-3278-2021

РИНЦ Spin-код автора: 7928-1730