

# БИЗНЕС: ОТРАСЛЕВОЕ ИЗМЕРЕНИЕ

## ФАКТОРЫ УСПЕХА КОНДИТЕРСКОГО ДЕЛА КУПЦА АЛЕКСЕЯ ИВАНОВИЧА АБРИКОСОВА

**Карасени Д.И.<sup>2</sup>**

Статья посвящена исследованию предпринимательского успеха кондитера дореволюционной России на примере династии Абрикосовых и её самом ярком представителе - Алексее Ивановиче Абрикосове. В статье исследуется история зарождения династии, путь создания крупнейшей в стране кондитерской фабрики, а также факторы успеха коммерсанта, среди которых знания, капитал, реклама, маркетинговая деятельность, технологические инновации и семейные ценности.

### **Ключевые слова:**

*«шоколадный король», династия Абрикосовых, факторы успеха, купечество, товарищество «А.И. Абрикосова Сыновей», кондитерская фабрика.*

---

<sup>2</sup> **Карасени Диана Иосифовна** - студентка 3 курса направления «Педагогическое образование (профиль: Экономическое образование) Государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. Рабочий телефон - 8 (911) 227-65-23. E-mail: [karaseni-evdokia@mail.ru](mailto:karaseni-evdokia@mail.ru)

**Научный руководитель: Мидлер Елена Александровна** - профессор кафедры экономической теории и экономического образования РГПУ им. А.И. Герцена. E-mail: [midler2005@yandex.ru](mailto:midler2005@yandex.ru)

Среди известных предпринимателей дореволюционной России было много выходцев из крепостных: Пётр Елисеев, основатель торгового дома “Братья Елисеевы”; Пётр Губонин - “дорожный король”; Савва Морозов - текстильный магнат, а также Алексей Абрикосов - “шоколадный король”. В чём же был секрет их успеха? Как крепостные, не имевшие никаких имущественных и личных прав, стали купцами, влияющие на экономическую жизнь страны? Ответы на эти вопросы нам даёт история династии Абрикосовых, и прежде всего, судьба Алексея Ивановича Абрикосова, её самого яркого представителя.

### **Зарождение династии Абрикосовых**

Алексей Иванович Абрикосов родился в 1824 г. в семье купца 3 гильдии. Купечество в Российской империи делилось на 3 гильдии в соответствии с размером имеющегося в распоряжении капитала. За гильдейское свидетельство купцы платили сбор в размере 1,75% активов. А благодаря принадлежности к гильдии они освобождались от подушной подати и рекрутской повинности. Иван Степанович, отец нашего героя, будучи купцом 3 гильдии, имел право вести мелкую торговлю и заниматься ремеслом, а именно производством сладостей и их продажей. К сожалению, бизнес Ивана Абрикосова обанкротился, и будущему “шоколадному королю” пришлось начинать своё дело “с нуля”.

Сама династия Абрикосовых началась в с. Троицком Чембарского уезда Пензенской губернии с крепостного Степана Николаевича. У него было только отчество, так как крепостные фамилии не имели. Степан готовил к барскому столу[3] мармелад, засахаренные фрукты и карамель с различной начинкой, а особенно хорошо ему удавались сливовое варенье и абрикосовая пастила. В московском Зарядье он снимал 4 лавки, через которые торговал сладостями,

произведёнными на селе за лето[4]. В 1804 г. Степан Николаевич смог выкупить себя, свою семью и переехать в Москву. На тот момент ему уже было 64 года[5]. Правовым основанием для вольной крепостному послужил указ от 20 февраля 1803 г. “Об отпуске помещиками своих крестьян на волю по заключении условий, основанных на обоюдном согласии”. Там Степан зарегистрировался купцом 3 гильдии, заявив капитал в 8 000 руб. (9 600 000 современных) ценными бумагами Градскому обществу по купеческой части Семёновской слободы. В Арбатской части Москвы Степан снял квартиру, продолжил производить в Зарядье конфеты, варенье, марципаны и исполнял заказы на разные торжества чиновников, купцов и старост московских приходов. Имелась у новых жителей Москвы и торговая лавка, где можно было купить мармелад, пастилу, сухофрукты, цукаты и выпечку. В 1812 г. Степан передал кондитерское дело и бакалейную лавку старшему 20-летнему сыну Ивану, а в 1818 г. Степан Николаевич умер.

Таким образом, мы видим, что у родоначальника известнейшей кондитерской фамилии дело было небольшим, кустарным. Но потомкам от него досталась уникальная рецептура, клиентура, капитал и освобождение от крепостного гнёта. А всероссийскую славу этому роду суждено будет принести его внуку. В 1814 г. по распоряжению столичной полиции Иван Степанович получил за торговлю фруктами фамилию Абрикосов. “Говорящая” фамилия была выбрана из-за популярного среди москвичей “абрикосового пата” - тугой пастилы, изготовленной из абрикосового теста по секретному рецепту. Иван развивал семейный бизнес в пострадавшей от войны Москве (в 1812 г. гильдейский сбор повысился до 4,75%, а в 1821 г. остановился на 5,25%), и даже так преуспел, что в 1820 г. стал купцом 2 гильдии. В книге объявленных капиталов Семёновской

свободе ежегодно указывал сумму в 8000 руб., что давало ему большие шансы вступить в первую. На пике коммерческого успеха Иван вместе с братом Василием были приглашены на Промышленную выставку 1833 г. в Санкт-Петербурге, созданную по инициативе императора Николая I. Она проходила с большим размахом: были построены торжественные корпуса вблизи Зимнего дворца. Отбор участников производился с тщательной скупулёзностью, поэтому российскую промышленность представляли лучшие предприниматели России. На выставке братья презентовали налаженное производство картофельной патоки, которая использовалась в кондитерском деле взамен сахара. За свои достижения они были удостоены золотого перстня из рук самого императора. Перстень был с гравированной памятной датой и тостом императора “За здоровье трудящихся в пользу Отечества” на дужке кольца.

#### **Начало эры “шоколадного короля”**

В 1824 г. у Ивана Степановича родился сын Алексей, которого впоследствии назовут “шоколадным королём” России. В 11 лет отец отправил его в Московскую практическую академию коммерческих наук. Алексей хорошо учился и демонстрировал блестящий ум, однако в 1838 г. дела Ивана Степановича резко ухудшились из-за роста конкуренции. Выставка 1833 г. дала толчок к развитию русской промышленности, и в южных регионах страны стали открываться мануфактуры, на которых перерабатывалась сахарная свёкла, и в промышленных масштабах производился сахар-рафинад. Таким образом, картофельная патока, которой занимался И.С. Абрикосов, стала вытесняться товарами-заменителями; цены на неё снизились, что привело к его банкротству в 1841 г. Алексея пришлось забрать из академии и определить в торговую комиссионерскую контору немца Гофмана, который торговал “колониальными товарами” [6] из Индии и Китая. 14-летний юноша занимался разной

работой: вёл счета, носил письма на почту, подрабатывал привратником за 5 рублей (6 тыс. современных) [7] в месяц. Работал юноша хорошо, поэтому после смерти главного бухгалтера Гофман назначил Алексея на его место. Будущий предприниматель старался мало тратить, чтобы скопить средства на открытие собственного дела. И уже в 1847 г. (в 23 летнем возрасте!) он смог открыть небольшую “конфетную мастерскую” на Варварке. Причём Гофман всячески поддерживал начинания своего работника: открыл Алексею кредит в банке, делился практическими советами и дал о своём подопечном рекомендацию [8] кондитеру Эйнему (ныне фабрика “Красный Октябрь”), будущему конкуренту Абрикосова. Для Эйнема Алексей Иванович стал главным поставщиком сырья.

Для расширения своего дела требовались значительные денежные средства, поэтому Алексей стал задумываться о женитьбе. Надо понимать, что в то время к вопросу брака подходили прагматично. Для такого важного дела даже обращались к профессиональной свахе, которая была в курсе финансового положения московских купеческих домов и о количестве в каждом из них девушек “на выданье”. А так как за Агришину Александровну Мусатову давали приличное приданое, выбор пал на неё. В 1849 г. Алексей женился на Агришине Мусатовой, дочери хозяина табачной и парфюмерной фабрик [9], а в приданое получил 5 тысяч рублей (6 млн. современных). Все эти деньги были пущены на развитие бизнеса.

В первое время на небольшом кустарном предприятии использовался только ручной труд 24 работников, а Алексей контролировал всё производство: лично каждый день ездил на Болотный базар за свежими ягодами и фруктами, вёл бухгалтерию и строго следил, чтобы продукция изготавливалась по семейному рецепту. И вот уже через несколько лет

производство имело “40 очагов для варения сахарного сиропа и варений, 35 каменных плит для разделки конфет, 5 духовых сушильных печей, 1 ручную машину для тёрки миндаля и 1 для прессовки монд <...>”, которые выпускали более 30 пудов сладостей в год, (~ 491,415 кг), а прибыль достигала 20 тыс. рублей в год (24 млн. современных).

Финансовый успех к предпринимателю пришёл не сразу[11]. Дело в том, что кондитерское производство было низкорентабельным из-за большого количества ручного труда. Однако у Агриппины Александровны была сестра Аграфена, которая была замужем за чайным купцом Поповым. Чайная торговля приносила огромные прибыли. Для сравнения: годовой оборот кондитерского предприятия 1,5 млн. руб. (1,8 млрд. современных), а чайного - 10 млн. руб. (12 млрд. современных). Муж Аграфены Александровны умер в 1872 г., не имея наследников, зато у Абрикосовой их было 22 - 10 мальчиков и 12 девочек! Чтобы прокормить такое большое семейство и не отдавать бизнес в чужие руки, управление было передано Алексею Ивановичу. Уставной капитал товарищества “Поповы К. и С. братья” составлял 1,5 млн. руб. Фирма занималась оптовой продажей чая, розничной торговлей сахара и кофе. Компаньоны имели складские помещения и сети магазинов в Москве, Санкт-Петербурге, Киеве, Варшаве и в ещё 47 городах Российской империи. Кроме того она имела свои представительства в Лондоне, Париже, Нью-Йорке, Вене, Бухаресте, являлась поставщиком Дворов австрийского императора, греческого, бельгийского, шведского, норвежского и румынского королей[12].

Прибыль от чайного дела Абрикосов вложил в новое направление - доходные дома. В 1870 г. он стал владельцем домов № 3,5,6,7,8 по Малому Успенскому переулку, дома 6/5 по Большому Успенскому, домов и флигелей в Лефортово. Занималась

недвижимостью Агриппина Александровна и вполне успешно: общалась с квартирантами, управляла проведением ремонта, перестраивала дома. Прибыль от чайного бизнеса была настолько огромной, что её хватало и на развитие кондитерского дела. Именно участие в чайном бизнесе позволили Алексею Ивановичу добиться дальнейшего размаха.

### **Создание фабрики**

В 1872 г. мастерская Абрикосова была преобразована в фабрику. Она стала крупнейшим московским механизированным предприятием, выпускавшим более 500 тонн продукции в год на сумму 325 тыс. рублей (390 млн. современных). Фабрика была оборудована по последнему слову техники. Так, например, был закуплен паровой двигатель мощностью 12 л.с. Более того, Алексей Иванович ввёл традицию улучшать техническое оснащение фабрики каждые 10 лет. В 1874 году Алексей Иванович принял решение продать паи старшим сыновьям Николаю и Ивану. Он считал, что если они самостоятельно не смогут заработать денег на выкуп паёв, то не будут полезны в коммерческом деле. Эта характеристика Алексея Ивановича позволяет сделать вывод о его личностных качествах. Он человек твёрдых убеждений, не делающий поблажек даже для своих детей.

Для владения фирмой его сыновья учредили компанию “Торговый дом А.И. Абрикосова Сыновей.” В 1878 году, по инициативе Ивана Алексеевича Абрикосова был открыт филиал фабрики в Симферополе для производства дешёвого и качественного сырья. Филиал круглогодично поставляла свежие фрукты в Москву на изготовление пастилы и варенья (в Симферополе имелось садовое хозяйство площадью 1 га). Благодаря симферопольскому филиалу, Абрикосов смог первым применить технологию консервирования, опередив конкурентов - кондитерские фирмы “Эйнем”, “А. Сиу” и “Жорж Борман”. В 1879 г. было куплено 4

га земли в Сокольниках, в загородной части Москвы, куда переведено промышленное предприятия с Успенского переулка. Поначалу эта фабрика производила только яблочную пастилу из крымских яблок, а затем шоколад, карамель и бисквиты. Теперь когда-то малый бизнес стал крупным предприятием, которое стало известно на всю страну, но большие победы были ещё впереди.

Алексей Иванович заботился не только о прибыли, но и о благополучии своих работников. Так, например, при фабрике было построено общежитие для рабочих, предоставлено бесплатное питание и услуги врача, а также подарки на праздники (выдавались отрезки материи на платья для женщин и костюмы для мужчин) и вино к обеду. Работники имели право покупать продукцию фабрики в 10 раз дешевле, чем в магазинах (фунт шоколада "Амато" стоил в магазине 1 руб. 40 коп., а рабочий мог купить его за 14 коп.). Благодаря усилиям Агриппины Александровны при фабрике были открыты детский сад и школа. Это стало огромным шагом в поддержке работающих матерей.

В 1880 г. к управлению фабрикой присоединились ещё трое сыновей Абрикосова - Владимир, Георгий и Алексей, и было учреждено паевое товарищество "А.И.Абрикосов и сыновья" с уставным капиталом 2 млн. рублей (2,4 млрд. современных). В семье Абрикосовых было установлено, что отцовское наследство неделимо. Все паи товарищества были распределены между членами семьи, посторонние к управлению не допускались. Благодаря этому имущественные споры среди наследников не допускались. В 1880-е гг. фирма Абрикосовых вышла на совершенно новый уровень. Их фабрика контролировала 50% продаж кондитерской продукции в России[13]. Кондитерские изделия паевого товарищества "А.И. Абрикосова сыновей" были отмечены на ярмарках и

Всероссийских художественно-промышленных выставках. До начала 20 века им удалось победить в них трижды и завоевать право размещать на этикетках два государственных герба, а их продукция стала лучшей в отрасли.

К началу 1890-х годов фирма Абрикосовых была одним из 5 крупнейших предприятий в Российской империи, а ведь по всей России действовало около 1000 кондитерских предприятий. В 1899 г. обороты фирмы составляли 1,5 млн. руб (1,8 млрд современных), 53 тыс. пудов конфет и карамели (~866 тонн) и 45 тыс. пудов варенья (~737 тонн), а работало на фабрике 1,9 тыс. рабочих. Такому обороту во многом способствовала разветвлённая сеть магазинов. Продукцию фирмы можно было купить: в Москве в Солодовниковском пассаже, в Верхних торговых рядах (ныне ГУМ), на Тверской и на Лубянке; в Санкт-Петербурге на Невском проспекте; в Киеве на Крещатике; в Одессе на Дерибасовской. Более того, в разных регионах были представительства, которые снабжали продукцией крупные магазины и небольшие заведения.

В 1899 г. Алексей Иванович Абрикосов удостоился высшего звания - "Поставщика двора Его Императорского Величества" и чина действительного статского советника, что соответствовало по Табелю о рангах чину генерала и автоматически возводило в дворянство. Однако от дворянства Абрикосов отказался[15], так как был преклонного возраста и считал, что оно ему не нужно. Вслед за отцом от титула отказалась и семья. Последним главой предприятия стал внук Алексея Ивановича - Сергей Николаевич Абрикосов. Он отучился на физико-математическом факультете Московского университета[16]. Не стоит удивляться, что Сергей Николаевич получил не экономическое, а инженерное образование. В семье Абрикосовых считалось полезным изучать различные науки, в том числе, непосредственно с

коммерческим делом не связанные, ведь широкий кругозор способствует новаторскому мышлению и умению видеть задачи бизнеса под разными углами. За годы управления Сергея Николаевича было переоборудовано производство, а в 1917 г. была приобретена фабрика фирмы Тиде, ставшая третьей фабрикой товарищества «А.И. Абrikосова сыновей», так как предприятие на Малом Успенском переулке было закрыто после 1882 г. Перед самой революцией уставной капитал товарищества достиг 4 млн. руб. (4,8 млрд. современных).

С приходом к власти большевиков предприятие Абrikосовых не избежало участи национализации. Сергей Николаевич эмигрировал, где умер в 1940 г. в Париже. Так закончилась история дореволюционного кондитерского паевого товарищества «А.И. Абrikосова сыновей». В 1922 г. фабрика получила новое название в честь московского большевика, рабочего железнодорожного депо Москва-Сортировочная Петра Бабаева, который погиб в борьбе с контрреволюцией в 1920 г. и никакого отношения к пищевой промышленности не имел. Однако ещё несколько лет на этикетках полюбившихся сладостей писали: «Фабрика им. рабочего П.А. Бабаева» с уточнением – «быв. Абrikосова», что гарантировала людям качество продукции.

Интересно, что в условиях репрессий против бывших «имущих классов» среди потомков Абrikосова есть немало прославившихся в СССР. Например, полный тезка Алексей Иванович Абrikосов был патологоанатомом, Героем Социалистического Труда, и участником бальзамирования тел Ленина и Сталина. Мария Алексеевна Абrikосова была главным врачом сборной СССР по академической гребле. Алексей Алексеевич Абrikосов, физик, обладатель Нобелевской премии (2003 г.) и сын Абrikосова патологоанатома. Дмитрий Иванович Абrikосов был последним

послом царской России в Японии и первым в советской России. Анна Ивановна Абrikосова обратилась в католичество и организовала в Москве на своей квартире первую в России женскую монашескую общину доминиканок 3 ордена. Андрей Львович Абrikосов стал знаменитым актёром Вахтанговского театра, народным артистом СССР. Он снялся в таких фильмах как: «Тихий Дон»; «Александр Невский»; «Илья Муромец»; «Иван Грозный». Последний из известных наследников фамилии Дмитрий Петрович Абrikосов в январе 1993 г. зарегистрировал фирму с историческим названием «Товарищество А.И. Абrikосова Сыновей», а в 1997 г. запатентовал торговую марку «Товарищество А.И. Абrikосова Сыновей», однако коммерческого успеха, сравнимого с прошлым достичь не удалось. Сейчас он активно занимается распространением и поддержанием исторического наследия своего рода: выпустил биографические книги, а также учредил медаль памяти Алексея Ивановича Абrikосова.

### **Факторы успеха фирмы «А.И. Абrikосова сыновей»**

Рассмотрим, какие факторы способствовали предпринимательскому успеху кондитера Алексея Ивановича Абrikосова. Выделим 4 основных фактора:

- 1. ЗНАНИЯ**[17]. Благодаря рецептам своего деда, опыту управления фирмой, полученному от отца, знаниям, приобретённым в Практической Академии и на службе у Гофмана, Алексей имел уникальные возможности для развития кондитерского дела. Так, например, работая бухгалтером у немца, Абrikосов придумал составлять трёхгодичный план по обороту фирмы: доход за первый год замораживался на непредвиденные случаи, и только через 3 года эти средства становились чистой прибылью. Этот способ управления помог относительно легко выстоять фирме во время революции 1905-1907 гг. На фабрике заботились об оптимизации издержек, поэтому в период

реновации заранее готовился запас продукции, чтобы обороты предприятия в это время не снижались. Интересен пример применения Алексеем Ивановичем вытягивающей системы: когда в Москве созревала клубника, на симферопольской фабрике варенье из неё прекращали изготавливать, чтобы не допустить перепроизводства. Также Абрикосов тщательно выбирал местоположение фабрик и магазинов. Поэтому фабрика в Сокольниках была построена именно на этом месте ввиду того, что рядом находились вокзал и железная дорога, которые способствовали снижению расходов на логистику, обеспечивали быструю доставку сырья и отправку готовой продукции в другие регионы страны.

**2. КАПИТАЛ.** Накопленные за 9 лет сбережения на службе у немца, значительное приданое жены, а также кредит, который помог получить Гофман, помогли Алексею Ивановичу на первое время развивать бизнес и закрыть вопрос с капиталом. Как мы знаем, дальнейший капитал Абрикосов смог получить благодаря участию в чайном товариществе “Поповы К. и С. братья”, с помощью которого открыл фабрику.

**3. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ.** Абрикосов, как упоминалось выше, ввёл традицию переоснащать фабрику каждые 10 лет, а сами предприятия Алексея Ивановича были оборудованы по последнему слову техники: современное шведское и английское оборудование, электричество, газ. Инновационным было и инженерное оборудование фабрик. Например, в Крыму предприятие состояло из 3-х корпусов, которые были соединены между собой рельсовыми путями. Это было ноу-хау для того времени. В 1882 г. фирма “А.И. Абрикосов и сыновья” запатентовала машину, упрощающую производство мармелада. В начале 1890-х гг. Алексей Иванович открыл при фабрике в Крыму лабораторию, которой руководил

иностранный эксперт по паровому нагреванию фруктов. Здесь был открыт секрет изготовления глазированных фруктов, который до этого был известен лишь французским мастерам. Также этой лабораторией был изобретён способ, при котором некондиционные фрукты превращали в пюре, а оно в свою очередь шло на производство джема и мармелада. Такое технологическое новшество позволяло до минимума сокращать потери сырья. Таким образом, мы видим, что успех определяется инновационными решениями в области организации промышленного процесса.

#### **4. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИННОВАЦИИ, РЕКЛАМА И ДИЗАЙН.**

Алексей Абрикосов прекрасно понимал, что для существенного увеличения продаж одного лишь качества продукции недостаточно, поэтому активно занимался продвижением своего бренда: пятая часть ежегодных доходов уходила на рекламу во всевозможных газетах, афишах, каталогах, буклетах и росписях на фасадах домов. В 1891 г. на рекламу было потрачено 300 тыс. руб., что в пересчёте на современные деньги составляет 360 млн. руб. Посетителей привлекала красивая обложка, поэтому магазины Абрикосова были оформлены с богатым убранством, в котором работал приветливый персонал. Для разработки дизайна упаковки на фабрике Абрикосова работал штат из 30 художников, в том числе знаменитый Виктор Васнецов, под руководством зятя Абрикосова - Фёдора Шемякина. Художники, применяли следующие приёмы[18]:

##### **1. Использование стиля модерн.**

Фабрика “А.И. Абрикосов и сыновья” одной из первых применила в упаковке оформление в стиле модерн. На открытках и жестяных коробочках изображался декор с плавными, изогнутыми элементами. Упаковка Абрикосова считалась чуть ли не произведением искусства, поэтому покупатели её коллекционировали.

Например, дамы хранили бутоньерки из под шоколада, корзиночки и ларцы для конфет, так как могли их использовать для хранения украшений. А чтобы усилить интерес покупателей, в коробочки и баночки для леденцов могли помещать сюрпризы: открытки, фрагменты мозаики, причём фрагмент мозаики мог быть лишь частью серии, и таким образом побуждал покупателя к новой покупке. Такой лояльности к продукции бренда может позавидовать и современный предприниматель.

## **2. Использование изображения детей.**

И снова один из первых Фабрикант Абрикосов использовал в рекламе сюжеты с улыбающимися детьми, что располагало к себе покупателей. Кондитерская фабрика уделяла внимание и образовательному элементу на упаковке. Так, например, выпускались серии конфет: “Бабочки”, “Рыбы”, “Сказки”, “Народы мира”, “Военные баталии”, “Таблица умножения”, “Загадки”, фантики которых школьники коллекционировали, на обёртках размещались частушки, поговорки и пословицы, различные виды спорта.

## **3. Анималистика.**

Прекрасный психолог, знаток своей целевой аудитории, Абрикосов решил для большего привлечения детей изображать на упаковке анималистические сюжеты: цапли на мармеладе “Царском”, зайцы на мармеладе “Лилипут”, утки на конфетах от кашля “Утиные носы”, насекомые, птицы, рыбы и даже животные с других континентов. Ведь реклама от лица вымышленных персонажей отлично привлекает детскую аудиторию, которые верят в сказки и чудеса.

## **4. Целевая аудитория и праздники.**

На фабрике существовало разделение упаковок на целевые аудитории и привязка к праздникам. Например, жестяную коробку в виде сердца мужчины дарили своим возлюбленным, а дети получали

шоколадного Деда Мороза и зайцев на Новый Год. На Пасху предназначались шоколадные зайцы с сюрпризом (прообраз современного “Киндер-Сюрприза”), обёрнутые фольгой с изображением русских народных сюжетов. А для взрослых на них изображались исторические сцены, например, батальные сюжеты 1812 года.

## **5. Отказ от “штамповки”.**

Фабрика Абрикосова выпускала не однообразные упаковки, а их большое разнообразие, учитывая, что ассортимент доходил до 750 наименований. И что, не менее важно, широко рекламировала выпуски новой продукции, устраивала промоакции. Например, к 100-летию А.С. Пушкина всем московским гимназистам бесплатно раздавали шоколадные медальоны с изображением на одной стороне - силуэта поэта и название фабрики - на другой. К Пасхе и юбилею Романовых были выпущены лимитированные наборы в праздничной упаковке. А однажды в 1880 г.у в газетах распространили слух о том, что в одном из магазинов сети Абрикосовых все женщины блондинки, а в другом - брюнетки. На самом деле это было не так, но новых клиентов это привлекло. Тонкий психолог, Алексей Иванович придумал для посетителей с низким достатком продавать сладости в кредит. Чем не современная рассрочка?! Таким образом, фабрике удалось до 1913 г. реализовать ок. 50% товаров в кредит. Такие большие усилия и вложения, безусловно, оправдались. Можно сказать, что Абрикосов предвосхитил не только “Киндер-Сюрпризы”, но и эру экономики впечатлений.

В 1901 г. умерла жена Алексея Ивановича, а в 1904 году и сам Абрикосов. После себя он оставил крупнейший кондитерский концерн, выпускающий первоклассную продукцию, и множество наследников, которые занимались развитием предприятия, а потомки прославились в различных сферах жизни. Таким образом, начавшись со Степана



Николаевича, семейное дело передавалось от отца к сыну, а в развитии бизнеса участвовали все члены семьи. Именно поэтому династия Абрикосовых так долго смогла просуществовать.

### **Благотворительная деятельность**

Надо сказать, что Алексей Иванович большое внимание уделял благотворительности. Так, например, он пожертвовал 1000 рублей (1,2 млн. современных) на строительство психиатрической больницы на Канатчиковой даче. Помогал ополчению во время Крымской войны и семьям солдат после турецкой. Семья Абрикосовых жертвовала свои средства на культурное развитие Москвы. Так, на деньги шести купцов, в составе которых была и чета Абрикосовых, был надстроен третий этаж здания Московской консерватории. Благотворительность была, как и кондитерское дело, семейной, так в разное время домочадцы Абрикосова выступали попечителями шести городских училищ, детской больницы им. В.Е. Морозова, членами Московского общества бесплатных квартир, а женщины выступали попечительницами приютов для бедных.

Агрипина Александровна тоже оставила глубокий след в истории благотворительности Москвы. В 1899 г. она создала родильный приют на шесть мест. Там рожениц принимали бесплатно, а женская и детская смертность составляла всего лишь 1%. В этом заведении работали лучшие врачи и акушеры, которые получали высокое жалованье. Так, например, заведующий бригады акушеров получал 800 руб. в год (960 тыс современных), а обычная акушерка - 650 руб. (780 тыс современных), их было 12! Оно полностью финансировалось за счёт средств Агрипины Александровны. За год через приют проходило более 200 рожениц. Потомки Агрипины Александровны решили подарить Москве в память о ней 100 тыс. руб (120 млн. современных) на строительство роддома и выдвинули три условия: роддом всегда

должен быть бесплатным, открытым для нуждающихся и содержаться за счёт государства. Открылся он в 1906 г., но после революции произошёл ряд крупных изменений. В 1918 г. ему присвоили имя Надежды Крупской, при том, что она детей не имела, а на сегодняшний день ни одно из условий, высказанных потомками, не выполнено. Роддом платный, и соответственно, открыт не для всех нуждающихся и содержится за счёт частных средств. Но стоит сказать, что имя его настоящей вдохновительницы в 1994 г. было возвращено, а в 2016 г. на территории роддома был установлен памятник многодетной матери на деньги народного артиста России Иосифа Матаева. Таким образом, династия кондитеров Абрикосовых, преодолев путь к масштабному успеху длиной в 76 лет, внесла существенный вклад в развитие российского предпринимательства и благотворительности.

### **Заключение**

Подводя итог, можно сказать, что прообраз успешных маркетинговых решений (громкие PR-акции, сегментирование целевой аудитории, качественное и современное оформление упаковки) нам дала история предпринимательской деятельности А.И. Абрикосова. Но эти решения не были бы успешными, если бы не знание бухгалтерского учёта, уникальных рецептур для изготовления сладостей, капитал, полученный в приданое от жены, технологические (рельсы, соединяющие корпуса фабрики; рецепт глазированных фруктов и тд.) и управленческие инновации (размещение фабрик у железнодорожных узлов), а также его личные качества: целеустремлённость, дальновидность, умение верно расставить приоритеты. Отметим, что бизнес-стратегия Абрикосова опередила время в части выстраивания успешной стратегии бизнеса и позиционирования на рынке. Это позволяет говорить о том, что успех в предпринимательской деятельности - это, своего рода, опережение времени. Поэтому

для успеха в бизнесе необходимо следить за трендами в области технологий, менеджмента, маркетинга и упаковки товара.

К сожалению, современные кондитерские фабрики уступают компаниям с иностранным капиталом в затратах на рекламу[2]. В пятёрку по затратам российские компании не входят. Самую большую долю в первом полугодии 2015 г. - 42,08% затрат на рекламу осуществила компания ООО "Mars Inc." (США), далее 17,45% ООО "Mondelez Int.", шестое место занимают "Объединённые кондитеры" с долей 2,91%, а кондитерская фабрика "Славянка" - 0,33% (см. таблицу 1)

Таким образом, современным отечественным компаниям стоит сделать больший упор на узнаваемость своего бренда и увеличить затраты на рекламу. Так, например, применить приёмы А.И. Абрикосова: использовать анималистичные сюжеты в рекламе, проводить PR-акции к всенародно любимым праздникам для привлечения внимания, создавать практичную упаковку, которую можно коллекционировать и использовать в быту. Так покупатель всегда будет помнить об этом бренде.

Таблица 1

Топ - 15 рекламодателей по затратам на рекламу в категории шоколадные изделия за 1 полугодие 2015 г. и их показатели в 1-м полугодии 2014 г.

Рекламодатель	2014/1	2015/1	1Н 2015/1Н 2014
	Доля от категории, %		Изменение бюджета, %
Mars-Russia	52,79%	42,08%	-26%
Mondelez International	14,63%	17,45%	11%
Ferrero	18,25%	16,89%	-14%
Nestle	8,13%	15,08%	73%
Storck	2,92%	3,37%	8%
Объединенные кондитеры	0,55%	2,91%	396%
Perfetti Van Melle	0,65%	0,53%	-24%
Lindt & Sprungli	0,17%	0,41%	130%
Славянка (кондитерская фабрика)	0,95%	0,33%	-67%
X5 Retail Group	0,24%	0,24%	-8%
Karl Fazer	0,01%	0,22%	1879%
Акконд	0,23%	0,14%	-43%
Metro Group	0,15%	0,07%	-53%
Лента	0,03%	0,06%	101%
Rewe Group	0,06%	0,04%	-30%

Цвета выделена совместная реклама шоколадных изделий и торговых организаций.

#### Список источников и литературы

- 1) Абрикосов Д.П. Главные тайны семьи Абрикосовых. 2-изд. испр. и доп. М.: Издательство "Кучково поле", 2023. 400 с.
- 2) Курган А.И. Анализ рынка шоколада и шоколадных изделий, 2019 // Электронный журнал МГИМО МИД России. URL: <https://tiec.mgimo.ru/2019/2019-01/russian-chocolate-market-analysis> (дата обращения: 16.02.2024).
- 3) Шмелёва С. Кондитерские короли из Внуково // Газета "Мой район:

Внуково. 2019. № 2. - URL: [https://aif.ru/my\\_area/vnukovo/konditerskie\\_koroli\\_iz\\_vnukovo\\_v\\_usadbe\\_izvarino\\_zhili\\_kupcy\\_abrikosovy](https://aif.ru/my_area/vnukovo/konditerskie_koroli_iz_vnukovo_v_usadbe_izvarino_zhili_kupcy_abrikosovy) (дата обращения: 16.02.2024).

4) Абрикосов Д.П. Купцы Абрикосовы и Хлудовы. На службе Москве. URL: [https://www.youtube.com/watch?si=IMhedZG\\_iHiEV7-&v=2cE\\_gHZ2Osc&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?si=IMhedZG_iHiEV7-&v=2cE_gHZ2Osc&feature=youtu.be) (дата обращения: 08.02.2024).

5) Кошельникова Д. Дореволюционные «Киндер Сюрпризы»: как развивал свою кондитерскую империю Алексей

Абрикосов. URL: <https://vc.ru/story/14950-abrikosov> (дата обращения: 03.01.2024).

6) Музей Москвы - династия Абрикосовых // Видеохостинг Youtube. URL: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=cBNrcx4goSQ> (дата обращения: 06.02.2023)

7) Белостоцкая Н. Шоколадная империя Абрикосовых: знания, капитал, связи, технологии.

URL: <https://kachestvo.pro/kachestvo-upravleniya/svoy-put/shokoladnaya-imperiya-abrikosovykhznaniya-kapital-svyazi-tekhnologii/> (дата обращения: 08.01.2023).

8) Кондитерская династия Абрикосовых. URL: <https://www.ceo.ru/news/business/legenda/konditerskaya-dinastiya-abrikosovyh> (дата обращения: 05.02.2024).

9) Чумаков В.Ю. Русский капитал: от Демидовых до Нобелей. М.: Издательство “НЦ ЭНАС”, 2008. 336 с.

10) Васильева Е.К., Пернатъев Ю.С. 50 знаменитых бизнесменов XIX - начала XX в. : М.: Издательство “Фолио”, 2004. 510 с.

11) Шаклеина М. Наследник знаменитой кондитерской фамилии - об истории русских сладостей. URL: <https://eda.ru/media/kredo/dmitriy-abrikosov> (дата обращения: 08.02.2024).

12) Сладкая империя. // Живой Журнал. URL: <https://germanyach.livejournal.com/250382.html> (дата обращения: 26.01.2024).

13) Абрикосовы // Универсальная энциклопедия Кирилла и Мефодия. URL: <https://megabook.ru/article/Абрикосовы> (дата обращения: 08.02.2024).

14) Купцы Абрикосовы: история династии из уст потомка// Видеохостинг Youtube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IIIJbcL1reA> (дата обращения: 06.02.2023).

15) Платонов О. 1000 лет русского предпринимательства. Из истории купеческих родов // Современник. 1995. URL: <https://www.universalinternetlibrary.ru/book/2500/2/ogl.shtml> (дата обращения: 26.01.2024).

16) Белостоцкая Н. Управленческий гений Абрикосова: визионер, гуманист, маркетолог. URL: <https://kachestvo.pro/kachestvo-upravleniya/svoy-put/upravlencheskiy-geniy-abrikosova-vizioner-gumanist-marketolog/> (дата обращения: 26.01.2024).

17) Седова Е. Дизайн упаковки как метод продвижения кондитерской империи Абрикосовых. URL: <https://deziign.ru/project/2bdab6becf59403284e227484be30156> (дата обращения: 05.02.2024).

18) Гаков В. Дети «шоколадного короля». URL: <https://kp.vedomosti.ru/article/2017/02/09/676972-abrikosovoe-derevo> (дата обращения: 08.02.2024).

19) Самая сладкая фамилия. История семьи Абрикосовых. // Городской вестник Москвы. 2020. URL: <https://www.mos.ru/news/item/82543073/> (дата обращения: 08.02.2024).

20) Семейное дело Абрикосовых // Живой Журнал. URL: <https://sergeytsvetkov.livejournal.com/285128.html> (дата обращение: 08.02.2024).

21) Товарищество А.И. Абрикосова сыновей // Электронная библиотека старых книг о Москве. URL: <https://www.ssmoroz.ru/brendy/konditery/2/#&gid=1&pid=43> (дата обращение: 08.02.2024).

22) Кондитерский концерт Бабаевский // Официальный сайт ОАО “Бабаевский”. URL: <http://www.alius.ru/old/babaev/history.htm#001> (дата обращение: 08.02.2024).

23) Демиденко Ю. Сладкая империя Абрикосовых. URL: <https://diletant.media/articles/45364137/> (дата обращение: 08.02.2024).

## FACTORS OF THE SUCCESS IN THE CONFECTIONERY BUSINESS OF MERCHANT ALEXEI IVANOVICH ABRIKOSOV

**Karaseni D.I.** - a 3-rd year student of the «Pedagogical education (profile: Economic education)» program at the Herzen State Pedagogical University. Work phone number: 8 (911) - 227 65 23. E-mail: [karaseni-evdokia@mail.ru](mailto:karaseni-evdokia@mail.ru)

**Scientific Supervisor** - Midler Elena Alexandrovna, professor of the department of economic theory and economic education at Herzen State Pedagogical University. E-mail: [midler2005@yandex.ru](mailto:midler2005@yandex.ru)

This article explores the entrepreneurial success of a confectioner in pre-revolutionary Russia using the example of the Abrikosov dynasty and its most prominent representative - Alexei Ivanovich Abrikosov. The article examines the history of the dynasty's origins, the process of creating the country's largest confectionery factory, as well as the factors contributing to the merchant's success, including knowledge, capital, advertising, marketing activities, technological innovations, and family values.

### **Keywords:**

*"Chocolate King", Abrikosov dynasty, factors of success, merchant class, partnership "A.I. Abrikosov Sons", confectionery factory.*