

Игорь Барин

ИСТОРИЯ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Игорь Баринов

История российского предпринимательства

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=51564288

История российского предпринимательства / Игорь Баринов :

ПРИНТЛЕТО; Москва; 2019

ISBN 978-5-6043195-4-3

Аннотация

Выпускник исторического факультета МГУ, кандидат исторических наук, сотрудник РАН. Представитель Германно-балтийского генеалогического общества в России. Автор четырех книг («Лангаммеры: история одного немецкого рода», «Табу и мифы Третьего рейха», «Направление – Украина», «Альфред Розенберг: жизнь как миф») и более 100 публикаций в разных странах мира: Германии, Польше, Украине, Молдавии, Эстонии и в Китае.

На счету Игоря Баринова около 20 исторических, краеведческих и туристических проектов, крупнейшими из которых являются проект по регулированию межэтнических конфликтов в современном мире (выполнено в РАН) и организация изучения семейной истории по российским архивам для Германно-балтийского общества (Дармштадт, Германия).

Ученый написал ряд статей по истории русской революции для научно-популярного интернет-ресурса «1917. День заднем». Игорь Баринов является профессиональным генеалогом и проводил исследования и тематические экскурсии в 32 странах. Значительную часть жизни автор посвятил изучению истории России и Восточной Европы. В рамках сотрудничества с Институтом Гердера по изучению восточноевропейской истории в Марбурге работал над проектами «Немецкое меньшинство на Украине в ходе оккупации в 1942–1943 гг.» и «Офицеры немецкого происхождения в царской армии в годы Первой мировой войны». Занимался исследованием межнациональных отношений на Балканах, работая в Бирмингемском университете (Великобритания).

«История российского предпринимательства» началась с серии статей о зарождении и развитии отдельных сфер бизнеса. Получив отклик от читателей, друзей и партнеров, автор решил продолжить исследование, которое растянулось на несколько лет. Результатом работы стали публикации, которые представлены в этой книге.

Содержание

Российское предпринимательство: история и особенности	8
Купечество во власти стереотипов	9
Громкие имена	11
Старые традиции и новые стандарты	20
Новая эпоха	25
Предприниматели уходят в подполье	30
Возрождение российского предпринимательства	38
Импорт и продажа чая	43
Появление чая на Руси и его распространение	44
Кяхта – чайная столица России	47
Начало чайного предпринимательства в России	52
Династия Перловых	54
Династия Боткиных	58
Чайная компания Губкина	63
Товарищество Кузнецова	68
Фирма Высоцких	70
Кондитерское производство	83
«Кандиторское искусство»: русские пироги и европейские сладости	84
Компания Абрикосова	91

Фабрика Сиу	100
Товарищество Эйнем	107
Битва трёх гигантов	112
Табачный бизнес	123
«Дьявольское изобретение» и доходная статья бюджета	124
Государственная монополия и откуп	127
Табачная культура	130
Начало табачной промышленности в России	134
Фабрика Жукова	135
Папиросы	140
Фирма «Габай»	144
Торговый дом «Пигит и компания»	153
Дукат и Ява	161
Алкогольный бизнес	164
Русская водка: что мы о ней знаем	165
Спиртные напитки средневековой Руси	167
Кабаки, целовальники и откупная система	168
Конец ознакомительного фрагмента.	173

Игорь Баринов

История российского предпринимательства

Игорь Баринов при поддержке Target Global

От лица всей команды Target Global поздравляем вас с наступающим 2020 годом! Желаем вам и вашим родным и близким добра, здоровья и удачи, а мы сделаем все возможное для того, чтобы новости от Target Global доставляли вам в новом году лишь приятные эмоции.

Уходящий год был удачным для нас. Переоценка нашего фонда ранних стадий Target Global Early Stage Fund I превысила 2x на инвестированный капитал. Такие компании нашего Target Global Mobility 2.0 Fund как Choco и Klarx привлекли следующие раунды финансирования по оценкам, более чем в два раза превосходящим оценки при инвестициях Target.

Мы видим все больше серийных предпринимателей, которые обращаются к нам за инвестициями для своих компаний как в первый, так и последующие разы. Это очень важный фактор для нас, так как он показывает, что наиболее успешным предпринимателям комфортно работать с нами как с фондом, и они видят ценность в работе именно с нами.

В 2020 году исполняется 30 лет с момента принятия судьбоносного для всего предпринимательства в России закона «О предприятиях и предпринимательской деятельности», который снова сделал эту деятельность легальной в нашей стране. Совместно с кандидатом исторических наук Игорем Бариновым к этой дате мы подготовили для вас книгу об истории предпринимательства в России – о первой попытке русского капитализма. Мы работали над этой книгой более двух лет и теперь готовы представить ее вам.

Желаем вам продуктивного и счастливого наступающего Нового Года, а также приятного чтения в новогодние праздники!

Команда Target Global

Российское предпринимательство: история и особенности



Купечество во власти стереотипов

Российское предпринимательство имеет давнюю историю и при этом всегда отличалось своеобразием. С одной стороны, долгое время страна не вступала на путь модернизации, и предпринимательство ограничивалось торговыми операциями. Вплоть до последней четверти XIX века в России не существовало слоя фабрикантов, банкиров, медиамагнатов. Это было одной из причин того, что российский предприниматель стал ассоциироваться со стереотипом купца – выходца из малограмотной патриархальной среды, суеверного и неготового к переменам. Этот образ во многом был закреплён пьесами русского драматурга Александра Островского, прежде всего, хорошо известной по школьной программе «Грозой».

С другой стороны, до указанного времени общественная мысль и художественная литература в России по большей части были дворянскими. В их представлении купцы были «подлым» (то есть низким) сословием. Подобное мнение сохранялось и в ту пору, когда дворянские имения уже перестали быть основой российской экономики. Переход экономических рычагов в руки новой элиты наиболее рельефно описал Антон Чехов, выходец из семьи мелкого предпринимателя. В своей известной пьесе «Вишнёвый сад» автор показывает, как бизнесмен Ермолай Лопухин становится вла-

дельцем имения, в котором ещё его дед был крепостным. Стремясь воплотить свой проект по строительству элитного дачного посёлка, Лопухин вырубает сад, который аллегорически представляет старую, дворянскую Россию.

В отличие от помещиков и придворных, предпринимателям нередко приходилось пробивать себе дорогу из низов. Как писал Фёдор Шаляпин, вчерашний крестьянин, приезжая в город, «продаёт пирожки на Хитровом рынке, там же ночует с бродягами, мёрзнет, голодает, но всегда весел и надеется на будущее. А там глянь – у него уже и лавочка или заводик. А потом он уже первой гильдии купец». Среди наиболее известных предпринимателей, прошедших подобный путь – банкир и золотопромышленник, богатейший человек дореволюционной России Николай Второв и крупнейший книгоиздатель своего времени Иван Сытин.

Долгое время среди предпринимателей действительно сохранялись старые, ещё купеческие традиции. Пионеры фабричного и банковского дела были людьми не слишком образованными, не признавали письменных договоров – просто били по рукам и давали честное слово. Нередко сделки заключались за обильным угощением и чаем – если человек в ходе переговоров не выпивал пару самоваров, то считалось, что его намерения несерьёзные.

Громкие имена

Постепенно ситуация начала меняться: встречались уже в первоклассных ресторанах, ходили в театры. Излюбленным местом встреч крупных бизнес-игроков стал ресторан «Славянский базар» на Никольской улице.

При поддержке железнодорожного магната Саввы Мамонтова в Москве начал функционировать Художественный театр (будущий МХАТ). Свои сцены открыли для москвичей купцы Корш и Солодовников, а Бахрушины организовали целый Театральный музей. Стремясь развивать свой бизнес, предприниматели начали получать европейское образование. Так, владельцы ткацких фабрик Щукины обучались в Германии и Франции, хлопковый фабрикант Савва Морозов – в Англии (в Кембридже и Манчестере).



В этом здании располагался воспетый Чеховым и Куприным ресторан премиум-класса «Славянский базар». Сегодня здесь расположен куда более демократичный KFC. Современный адрес: Никольская ул., 17 стр. 1

Стремление российских предпринимателей к общемировому уровню ведения дел и соответствующей культуре не могли не отразиться на облике российских городов. Так, на рубеже XIX–XX веков в центре Москвы, на Старой площади, появился первый бизнес-кластер современного образца, включавший деловые и торговые центры, гостиницы и кафе, транспортную и информационную инфраструктуру

Инициатором строительства «Боярского двора» выступил Савва Морозов, ему же принадлежала большая часть постройки. Выходец из большой старообрядческой семьи, Морозов уже в двадцать четыре года стал управляющим семейного бизнеса – Никольской мануфактуры, лидера текстильного рынка России и самого динамично развивающегося предприятия отрасли. Что примечательно, сырьё мануфактуры было внутривосрийским, а не импортным. Помимо этого, Морозов, дипломированный химик, занимался научными исследованиями (интерес к ним проявлял создатель периодической таблицы Дмитрий Менделеев), общественной деятельностью и благотворительностью.



Здание бизнес-центра «Боярский двор» (строительство завершено в 1903 году). Первые три этажа занимали офисы, на последних двух располагалась одноимённая гостиница. Здание, в котором в советское время размещался ЦК

КПСС, а в наши дни – администрация президента РФ, считается жемчужиной русского модерна. За этот проект архитектор Фёдор Шехтель получил звание академика. Современный адрес: Старая площадь, д. 8

По заказу промышленника Николая Второва в качестве ответа «Боярскому двору» там же, на Старой площади, был построен самый продвинутый по тем временам бизнес-центр.

Второв родился в Сибири и был потомственным предпринимателем. Вместе со своим отцом, Александром Второвым-старшим, он перебрался в Москву, где зарегистрировал паевое товарищество. Второвы торговали всем, из чего можно было извлечь прибыль (текстиль, чай, меха). Полученные деньги Николай Второв вкладывал в золотопромышленные компании и банковское дело. По версии журнала «Forbes», в 1914 году Второв стал богатейшим бизнесменом России: его личное состояние оценивалось в 31 миллион долларов (порядка полумиллиарда долларов по современному курсу).



Комплекс «Деловой двор». Построен в 1911–1913 годах. В советское время в здании располагались государственные структуры (в частности, Высший совет народного хозяйства и Наркомат тяжёлой промышленности). В наши дни, как и до революции, здесь располагаются различные офисы. Со-

временный адрес: Славянская площадь, д. 2/5

Наряду с этим Второв интересовался различными промышленными новшествами. Так, в годы Первой мировой войны он открыл первый в России завод электросталей, вокруг которого впоследствии вырос целый город – Электросталь. Увлекавшийся автомобилями, Второв также участвовал в организации завода АМО (будущий ЗИЛ). К моменту революции Второв был владельцем огромного промышленного концерна, в который входили металлургические, вагоностроительные, угледобывающие, химические и кожевенные производства. По самым скромным оценкам, годовая прибыль концерна доходила до 100 миллионов рублей (около 10 % денежного выражения золотого запаса страны).

«Деловой двор» должен был не только символизировать мощь второвской империи, но и распространять новую бизнес-культуру. Рядом со своим центром Второв открыл одноимённую гостиницу. Роскошная обстановка и ресторан премиум-класса дополнялась лифтами и электрическим освещением. В гостинице была организована небывалая для того времени услуга – автомобильный трансфер для гостей (шофёры встречали их прямо на вокзалах).

Судьба обоих предпринимателей сложилась трагически. Савва Морозов был втянут в политические интриги (он сочувствовал большевикам и поддерживал их значительными

денежными суммами) и в мае 1905 года его нашли мёртвым. Официальной версией было самоубийство, но свидетели говорили и о спланированном убийстве. Николай Второв продолжал работать в своём бизнес-центре и после революции. В мае 1918 года он был застрелен в собственном кабинете – убийство осталось нераскрытым. На похоронах Второва его рабочие несли венок «Великому организатору промышленности». В Электростали предпринимателю в наши дни был установлен памятник.

Купцы Елисеевы открыли в обеих столицах первые в своём роде продуктовые супермаркеты экстра-класса. История этой династии может стать образцом предпринимательского успеха и таланта. Предок Елисеевых, ярославский крестьянин, получил вольную от помещика за удачно приготовленный ягодный десерт. Перебравшись в Петербург, он начинал семейное дело с уличной торговли ягодами, затем открыл первую лавочку. Накопив капитал, Елисеевы стали главными российскими оптовиками: их имя ассоциировалось с качеством и порядочностью.



Московский магазин Елисеевых. Торжественно открыт в первые дни 1901 года. Разместившийся в бывшем особняке дворян Козицких, магазин стал первым московским гастрономом современного типа. Помимо торговых залов в нём бы-

ла своя пекарня, коптильня, цех по обжарке кофе, а также большой алкогольный отдел. Современный адрес: Тверская ул., 14

Иногда купцы даже спасали французские винодельческие районы, в неурожайные годы скупая у них всю продукцию. Для доставки европейских продуктов Елисеевы имели собственные суда. Главной специализацией семьи со временем стали деликатесы – шампанские вина и икру они поставляли в том числе и к царскому столу. Примечательно, что Елисеевы были первыми, кто познакомил москвичей с таким продуктом, как трюфели. После революции семейство Елисеевых оказалось в эмиграции, а их магазины превратились в советские государственные универмаги.

Старые традиции и новые стандарты

Значительное место в жизни предпринимателей занимало меценатство и благотворительность. По словам бытописателя московского купечества Петра Боборыкина, предприниматели «начали поддерживать своими деньгами умственные и художественные интересы, заводили галереи, учреждать стипендии и делают покровителями школ и училищ, писателей и поэтов». Как покровитель искусств был известен текстильный фабрикант Николай Рябушинский. Имея свою долю в семейном бизнесе, он занимался коллекционированием живописи, а также выступал куратором выставок современного искусства. Под эгидой Рябушинского в 1906–1909 годах печатался журнал «Золотое руно», где публиковались ведущие авторы Серебряного века. Благодаря своему увлечению Рябушинский настолько хорошо разбирался в искусстве, что в эмиграции открыл свою сеть антикварных магазинов.

Известной на всю Россию была московская галерея Павла Третьякова, ещё при жизни основателя названная в его честь. Третьяков, начав свою предпринимательскую карьеру в торговле, открыл на заработанные деньги несколько бумажных фабрик, а затем успешно занимался банковским делом. Непревзойдённая коллекция русской живописи принесла Третьякову не только звание академика Академии художеств и почётное гражданство Москвы, но и всеобщее по-

читание. Предприниматель умер задолго до революции, однако в знак уважения к его заслугам в советское время галерею, носившую его имя, не стали переименовывать.





Построенное в 1906 году на деньги Ермакова, училище до сих пор используется по назначению – в нём располагается технический колледж МЭИ. Современный адрес: Пречистенская набережная, 11

Многие предприниматели заботились о народном образовании и здравоохранении. Так, Флор Ермаков, владелец бумажных и шерстяных производств, построил техническое училище на Пречистенской Набережной.

Конкурент Ермакова в сфере бумажной промышленности Кузьма Солдатёнков выступил организатором общедоступной больницы (в наши дни – известная клиническая больница имени Боткина). Свой вклад в московскую благотворительность внёс и Иван Медведников, один из первых российских банкиров. Ещё в 1837 году, живя в Иркутске, он ор-

ганизовал заёмный банк, который принимал вклады от всех сословий и выдавал населению кредиты. На полученные в результате банковской деятельности средства купец поддерживал работу образовательных учреждений Иркутска. Перебравшись в Москву, Медведников учредил стипендии для студентов и организовал детскую больницу. В 1905 году, уже после смерти мецената, на его деньги была открыта одна из лучших в городе гимназий (в наши дни – гимназия № 1529). В общей сложности Медведников передал на благотворительность 5 миллионов рублей – громадную по тем временам сумму, сравнимую со стоимостью целого квартала доходных домов в центре Петербурга.

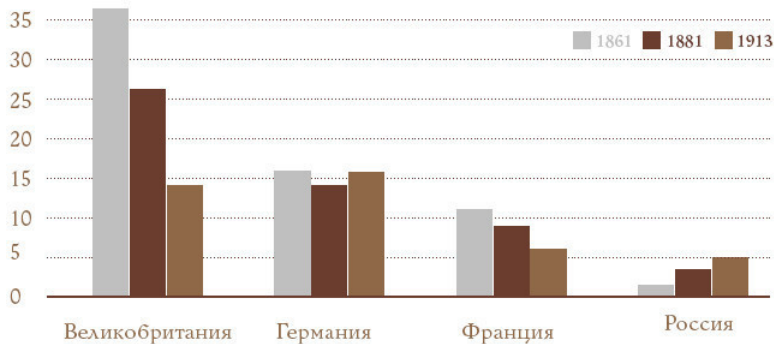
Характерной чертой дореволюционного предпринимательства была также повышенная корпоративная ответственность. Известно, что на производстве Саввы Морозова в Никольском рабочие получали высококачественное медицинское обслуживание, для их отдыха был устроен парк и открыты библиотеки. Николай Путилов, изобретатель новаторской технологии производства металлического проката и владелец одного из крупнейших в России металлургических заводов, построил для своих сотрудников общежития и организовал систему страхования. Была устроена выплата пенсий по возрасту и инвалидности, предоставлялась возможность взять беспроцентные кредиты, организовывались кассы взаимопомощи. Система отличалась чёткостью и упорядоченностью (государственный аналог в это время только

развивался). В этом смысле собственное благополучие российских предприниматели связывали с благополучием своей страны, своих сотрудников и своих сограждан.

Новая эпоха

По данным статистики, перед Первой мировой войной и революцией Россия, хотя и отставала от развитых экономик, начинала сокращать этот разрыв. Так, страна занимала 1 место в мире по промышленному росту, 1 место по экспорту зерновых культур (30 % от мирового уровня), 4 место по выработке стали.

Доля мирового промышленного производства, в %



Хотя аграрная Россия ещё уступала ведущим мировым производителям, российская промышленность показывала на их фоне уверенный рост

К началу революции в стране фактически сформирова-

лась национальная буржуазия, наиболее яркие представители которой были потомками выходцев из народа, а не из дворянского сословия.

Революция и гражданская война резко остановили развитие отечественного предпринимательства. В годы военного коммунизма (1918–1920) предпринимательство было объявлено вне закона, предприятия и их имущество конфискованы.

В результате к 1920 году производство уменьшилось в пять раз по отношению к уровню 1913 года. Из-за того, что встала промышленность, нечем было обмениваться с селом, и сельскохозяйственную продукцию изымали силовыми методами в ходе продовольственной развёрстки. В результате село вернулось к полунатуральному хозяйству. Частные СМИ и банки в 1918–1919 годах были ликвидированы, добыча полезных ископаемых поставлена под полный госконтроль. В это время более ста тысяч предпринимателей погибли или покинули страну.

Примечательно, что в указанное время тюрьмы были переполнены не политическими противниками режима, а рабочими и крестьянами, которые от безысходности были вынуждены воровать и заниматься спекуляцией. Именно в период Гражданской войны у самого понятия «спекуляция», которая являлась одной из разновидностей торговой деятельности, появилась специфическая общественно-политическая нагрузка, придававшая ей антигосударственное зна-

чение.

Подобная ситуация заставила советское правительство задуматься об оздоровлении экономики. На этом фоне в середине 1921 года были приняты первые постановления, обозначившие начало «новой экономической политики» – НЭПа. Они допускали, хотя и в ограниченном виде, частное предпринимательство. Так, в июле 1921 года законодательно разрешили открывать торговые точки и ввели упрощённый порядок регистрации юрлиц в области мелкой промышленности. Право вести предпринимательскую деятельность было закреплено постановлением ВЦИКа в ноябре 1922 года, практически одновременно с образованием СССР. С 1923 года вступила в силу практика заключения договоров на использование производственных мощностей иностранными инвесторами.

В годы НЭПа советское предпринимательство фактически концентрировалось вокруг сферы обслуживания и производства товаров широкого потребления. Хотя крупная промышленность, банки и добыча полезных ископаемых по-прежнему оставались в руках государства, по поводу дальнейшего экономического развития страны в партийном руководстве шли острые дискуссии. Среди партийных экономистов возникали опасения, что продолжение НЭПа неминуемо будет означать возрождение буржуазии и возвращение к капитализму как форме государственной экономики.

Своеобразной попыткой найти компромисс между рын-

ком и командной экономикой стала потребительская кооперация. Тем не менее она быстро продемонстрировала свою неконкурентоспособность с частной торговлей. Так, кооперативные предприятия страдали от «затоваривания», когда на складах скапливались отпущенные государством промышленные товары, которые не пользовались спросом у населения. Это происходило из-за того, что советская промышленность всё ещё была слаба и не могла предложить сельскому населению необходимые изделия, чтобы получить взамен сельскохозяйственную продукцию.

В ходе НЭПа произошёл стремительный возврат к частной собственности. Уже к концу 1924 года частные лица имели в своём распоряжении больше половины средств производства и без малого 60 % освоенных земель. В обиход советских граждан вошло понятие «нэпман» – так обозначали новую советскую буржуазию.

Слабость советской промышленности давала широкий простор для деятельности нэпманов. Известен случай харьковского предпринимателя Бориса Майзнера. Заработав первоначальный капитал на валютных операциях, Майзнер открыл предприятие по производству головных уборов и вскоре насыщал весь местный рынок дамскими шляпками и мужскими кепками.



Открытые и отреставрированные в последние годы вывески времён НЭПа: булочная по адресу Маросейка, д. 1/13, и хлебопекарня в доме 15 по Пречистенке. В 1920-е годы спрос москвичей на хлебобулочные изделия на 90 % удовлетворяли частные предприятия

Предприниматели уходят в подполье

В итоге из-за конкуренции с частным сектором денег от реализации товаров государственного производства поступало в государственную казну всё меньше и меньше, а крестьяне не собирались продавать продукты по установленной государством низкой цене. В результате в городах возникал дефицит продовольствия. Кроме того, в страну не поступала валюта, главным источником которой, как и до революции, был хлебный экспорт. Под угрозой срыва оказалась вся программа индустриализации СССР.

Помимо этого, серьёзные трения шли в политическом руководстве. У фактического руководителя страны Сталина, по сути, было два варианта: либо капитулировать и полностью пересмотреть экономические основы государства, либо задушить частные инициативы. В итоге в конце 1920-х годов НЭП был свёрнут: ему на смену пришло жестокое подавление экономической самостоятельности на селе (более известное как коллективизация) и вытеснение частного капитала из производства, выразившееся в создании системы плановой экономики. Теперь производилось не то, что было реально востребовано, а то, что диктовалось нуждами промышленного развития. На производство также влияли элементы аппаратно-политической борьбы и особенности государственного снабжения.

Наряду с этим, в октябре 1931 года была полностью запрещена частная торговля, а с началом индустриализации все промышленные мощности перешли под контроль государства. Единственной формой легального предпринимательства осталась работа артельных хозяйств, где кустарь, изготавливая какие-то товары за счёт своего личного труда (наём на работу был также запрещён) мог получать определённую прибыль в коммерческом смысле.

Чтобы окончательно лишить частное предпринимательство ресурсов, государство произвело довольно интересный манёвр. Как показала практика, «закручивание гаек» на селе не спасло ситуацию. Во многом это было обусловлено конъюнктурой мирового рынка – во время Великой депрессии 1929–1933 годов цена на зерно постоянно падала. Тем не менее хлебозаготовки продолжались, и в районах, оставшихся без зерна, начался голод. Его последствия были наиболее ужасающими для Поволжья, Сибири, Украины и Казахстана. В это время (1931) были открыты магазины Всесоюзного объединения по торговле с иностранцами, более известного как Торгсин, где любые товары могли купить не только гости из-за рубежа (за валюту), но и советские граждане, имевшие ценности. Постоянный дефицит способствовал тому, что по итогам 1932 года в распоряжении Торгсина оказалась 21 тонна золота – без малого половина государственной промышленной добычи того времени. Уже в следующем, 1933 году золота поступило 45 тонн – почти столько же, сколько было

добыто. Всего же за время своего функционирования (1931–1936) Торгсин принял 99 тонн золота, из них 35 составили царские золотые монеты. Когда последние ценности на нужды промышленности были получены у населения, государство остановило расчёты по бонам и расчётным книжкам Торгсина.

СПЕКУЛЯНТ
ЗАБІЙЩИЙ
ВРАГ!





Официальная пропаганда осуждала «нетрудовые доходы»

Таким образом, российское предпринимательство фактически прекратило своё существование к середине 1930-

х годов, исчезли возможности для его повторного возникновения. Его гибель закрепляли три статьи УК РСФСР: 153 («Частнопредпринимательская деятельность и коммерческое посредничество», до трёх лет с конфискацией имущества), 154 («Спекуляция», до двух лет с конфискацией имущества), а наиболее суровой была статья 88 («Валютные операции»), которая, помимо полной конфискации имущества, подразумевала тюремное заключение до десяти лет.

Подобные законодательные меры были напрямую связаны с положением коммунистической партии, поскольку появление класса предпринимателей было прямой угрозой её монополии на власть и распределение благ. В этом смысле неудивительно, что ни предложение Георгия Маленкова (председатель Совета Министров в 1953–1955 годах) увеличить цены на закупки и снизить налог для сельхозпроизводителей, ни проект Алексея Косыгина (на той же должности в 1964–1980 годах) по переводу промышленных предприятий на хозрасчёт не встретили одобрения у партийной элиты.

Вместе с тем, неожиданные последствия дала сама система плановой экономики. Поскольку её неизменным спутником был тотальный дефицит товаров широкого потребления, лица, имевшие отношение к администрации предприятий или системе распределения, использовали слабые стороны системы в свою пользу. Так, рабочие, отработывая сверхурочную смену в рамках «социалистического соревнования», даже не подозревали, что по бумагам вся произве-

дённая за смену продукция зачастую шла как брак, а по факту позже реализовывалась по коммерческой цене. Таким образом в СССР формировался тонкий слой так называемых «цеховиков», нелегальных предпринимателей. В советское время, когда невозможно было разменять или продать квартиру, съехаться или разъехаться людям помогали маклеры, которые подбирали необходимые варианты. После распада Советского Союза из касты маклеров вышли первые риелторы.

Не менее активной была предпринимательская деятельность снабженцев. Представители различных учреждений Госснаба ездили по стране и параллельно выясняли, где не хватает того или иного товара. Затем они договаривались с предприятиями на местах и за определённый бонус сводили людей друг с другом, сообщая, где не хватает того или иного сырья или товара, либо, наоборот, где его в данный момент переизбыток. Таким образом директора предприятий могли вести полукоммерческие операции друг с другом. На этом фоне в крупных советских городах стали появляться своеобразные товарно-сырьевые биржи, где условный вагон стекла менялся на вагон дерева. Подобная биржа существовала и в Москве, в районе Карачаровского путепровода. Фактически это была игра на грани закона, однако выгоды от неё полностью покрывали риски. При этом услугами чёрного рынка активно пользовались добропорядочные советские граждане, а его функционирование обыгрывали в своих лентах зна-

менитые кинорежиссёры того времени. Классический образ «типичного снабженца» был создан на советском экране актёром Владимиром Басовым – юркий тип, легко заводящий нужные знакомства и контакты, который всегда оказывается в нужное время в нужном месте и знает, чем заинтересовать любого потенциального клиента.

Возрождение российского предпринимательства

В этом смысле либерализация советского законодательства в области предпринимательства, которая произошла с началом перестройки, юридически оформила то, что уже давно существовало на практике. Как известно, первыми стали Постановление «Об индивидуальной трудовой деятельности» от 19 ноября 1986 года и Закон «О кооперации в СССР» от 26 мая 1988 года, принятые Верховным Советом СССР. За ними последовал Закон «О предприятиях и предпринимательской деятельности», принятый 25 декабря 1990 года. В нём было чётко прописано, что предпринимательство являет собой «инициативную самостоятельную деятельность граждан и их объединений, направленную на получение прибыли» (статья 1, пункт 1). Если постановление 1986 года не разрешало использование наёмного труда, то закон 1990 года уже позволял делать это. При этом уголовная статья, ограничивавшая валютные операции, была окончательно отменена лишь 1 июля 1994 года федеральным законом РФ. Предпринимательство стало снова законным и началась новая история России.

КУЛЬТУРНО ТОРГОВАТЬ -



ПОЧЕТНЫЙ ТРУД!

**ХОЗЯЙСТВУЙ
УМЕЛО!**



RAYKOL.DNS

**КРЕСТЬЯНКА!
БУДЬ ГОТОВА**

**УЙТИ ОТ СТАРОЙ
ЖИЗНИ К НОВОЙ**



**ВЫЖИВИ
ЗАВЕТЫ
МАМЫ**



СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ
СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ
СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ

В ТУСНИК НЕ МОЖЕШЬ
СМОТРЕТЬ НА НЕЕ

СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ
СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ
СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ

СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ
СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ
СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ

СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ
СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ
СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ

СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ
СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ
СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ

СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ
СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ
СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ

СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ
СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ
СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ

СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ
СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ
СЛУШАЮЩИЕ СЛУШАЮТ

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО



**ЗАКОН ОБ ОБЩИХ
НАЧАЛАХ МЕСТНОГО
САМОУПРАВЛЕНИЯ
И МЕСТНОГО
ХОЗЯЙСТВА В СССР**

1990 г.

Импорт и продажа чая



Появление чая на Руси и его распространение

Во всём мире чай традиционно связывается не столько со странами Востока, сколько с Россией. Даже в Англии, которая известна своей чайной культурой, чай с лимоном называется «русским». Вместе с тем в России этот напиток имеет не столь давнюю историю, как можно было бы предположить. Впервые о чае на Руси узнали в 1567 году, когда казачий атаман Ялышев, служивший послом в Китае, привёз Ивану Грозному подарок от китайского императора – небольшую коробочку высушенных листьев для заваривания. Однако царь Иван не вдохновился напитком, и на следующие семьдесят лет о нём забыли.

В 1638 году посол Василий Старков привёз в Москву ко двору Михаила Фёдоровича подарок от монгольского Алтын-хана – более 60 кг чая. В этот раз царь оценил заграничную диковинку, признав в нём «питие доброе». Первым пропагандистом чая стал следующий царь, Алексей Михайлович, которому напиток помогал от желудочных болей. Чай начал постепенно входить в придворный обиход: его пили в основном бояре (родовая аристократия), иногда дворяне (выслужившие себе чины и звания). Позже к ним добавились богатые купцы. Чай везли издалека, его путь из Китая мог занимать до полутора лет, поставки были нерегулярными, и

оттого стоил он очень дорого – небольшая коробочка чая могла стоить 25 рублей (в сто раз дороже икры!), что по сегодняшним деньгам составляет примерно 100 тысяч рублей.

Первые попытки наладить постоянный импорт чайного листа состоялись в 1689 году, когда был заключён Нерчинский договор между Российским государством и китайской Империей Цин, которому предшествовала многолетняя кровопролитная война за пограничные территории по Амуру. Поскольку у русской стороны не было китайского переводчика, а китайцы не владели русским, переговоры велись на латыни. Чтобы скрепить добрые намерения друг друга, Россия и Китай договорились обмениваться товарами – русскую пушнину на китайский чай. К 1720-м годам привоз чая в Россию составлял 3 тысячи пудов (порядка 50 тонн) в год. Чтобы способствовать развитию взаимоотношений, русское и китайское правительство в 1727 году заключили новый договор в Кяхте, по которому вводилась беспошлинная торговля. Это сразу же отразилось на чае: его импорт вырос за следующие десять лет в десять раз, составляя уже 30 тысяч пудов (около 500 тонн) в год – немалые объёмы для того времени. Кяхта, небольшой посёлок в Забайкалье на границе с Китаем, превратился в главный перевалочный пункт чаеоторговли и фактически чайную столицу России. Город, расположенный в двухстах километрах к юго-западу от бурятской столицы Улан-Удэ, существует и в наши дни – в нём расположены таможенные структуры на границе с Монголией.



Кяхта в начале XX в.

Кяхта – чайная столица России

С Кяхтой был связан целый пласт своеобразной культуры и традиций ведения бизнеса. В Кяхте сформировался особый, кяхтинский язык, служивший для взаимопонимания русских и китайских контрагентов. Самая известная фраза на кяхтинском – «моя твоя не понимай» – распространилась с торговыми караванами по всей России. К слову, аналогичным явлением был северорусский русеннорск (смесь русского с норвежским) со своей знаменитой фразой «шпрех по твоя», то есть «говорю на твоём языке». Другими характерными выражениями на кяхтинском были «нихэлаошау няобу» («нехоршее небо», то есть плохая погода), «дуоя гусы» («твоя кушай», приглашение к столу) и «дуоя тцаи мал-мала худаеси», что означало «мне кажется, что тот чай, который ты мне предлагаешь, не отличается высоким качеством». Долгое время именно кяхтинский считался в Китае русским и изучался чиновниками. Русский язык также обогатился за счёт китайского. К примеру, известная категория чайного качества – байховый – произошла от китайского «бай хоа» (белая ресница), названия ворсинок на внутренней поверхности дорогого чайного листа.

В кяхтинском языке существовал и свой профессиональный сленг, непонятный никому, кроме чаоторговцев. Вот некоторые слова из их лексикона: «цдыбик» (корзина с чаем

весом 30–45 кг, обшитая кожей), «бунта» (пирамида, в которую складывались цыбики), «фактура» (большой ящик чая, где содержался продукт разного качества). На заре чайного импорта дела велись так: в Кяхту приходил китайский караван с чаем, рабочие разгружали цыбики и фактуры, а затем приказчики встречались за чашкой чая и начинали обсуждать цены покупки и продажи.

Главная проблема заключалась в том, что верить приходилось на слово: если протыкать цыбики щипцами и проверять содержимое китайцы ещё соглашались, то фактуры открывать не позволяли. Задача русских купцов была максимально сбить цену на фактуру, чтобы при случае суметь «отбить» некачественный чай за счёт более хорошего. Мелкие предприниматели покупали товар на свой страх и риск, только богатые дилеры могли позволить себе взять сразу большую партию и рассортировать её. Разумеется, ситуация была неравноценной, однако до открытия в 1869 году Суэцкого канала сухопутный путь через Сибирь был единственным для поставок чая в Россию, и китайцы, которые продавали чай не только в Россию, а вообще всем своим соседям, в данном случае могли диктовать русским свои условия.

Изначально народ относился к чаю прохладно, воспринимая его скорее как лекарство и предпочитая квас или сбитень. Этот момент был подмечен Пушкиным в его романе «Капитанская дочка». Описывая события крестьянского восстания 1773–1774 годов, автор сталкивает на постоялом

дворе главного героя, молодого офицера Гринёва, и будущего предводителя восстания Емельяна Пугачёва:

«Я поднёс ему чашку чаю; он отведал и поморщился. «Ваше благородие, сделайте мне такую милость, – прикажите поднести стакан вина; чай не наше казацкое питьё».

Однако со временем напиток распробовали, и он занял прочное место в повседневном обиходе. Если в 1749 году его было закуплено русской стороной на 4 тысячи рублей (примерно 12 миллионов рублей, переводя на сегодняшние деньги), то в 1799 году – на 400 тысяч рублей (соответственно, 1,2 миллиарда современных), то есть ввоз возрос стократно. За пятьдесят предреволюционных лет (1867–1917 гг.) ввоз чая вырос в пять с половиной раз – с 0,76 до 4,5 миллиона пудов в год (или, переводя в тонны, с 12,3 тысячи до 68,1 тысячи тонн).

Популярность напитка среди небогатых слоёв населения способствовала появлению обширного «серого» рынка чая. В городах его развитию способствовали официанты в дешёвых трактирах, которые сливали чай из заварочных чайников вместе с лимонными корками, ссыпали туда пепел от сигар и перепродавали скупщикам. Те просеивали эти отходы, подкрашивали свекольным соком, добавляли немного свежего чая и пускали в продажу. Изготовлением контрафактного чая занимались целые районы. Среди наиболее извест-

ных можно назвать Рогожскую слободу в Москве (сейчас это район станции метро «Площадь Ильича») или село Копорье под Петербургом (местные крестьяне подмешивали в спитой чай высушенные травы и листья деревьев). В Москве про такой чай говорили, что через него город видно (жидкий и прозрачный), а в Питере его называли «белые ночи». Дороговизна настоящего чая отразилась в пословице «Кяхтинский чай да муромский калач – завтракает богач».

Существовал и чёрный чайный рынок. Основными артериями контрабанды были традиционные караванные пути из Китая в Сибирь и из Китая в Среднюю Азию. В первом случае купцы нелегально пересекали границу и уходили в Саянские горы, откуда потом спускались на равнину и распространяли товар. Во втором случае караван шёл не на север, а на запад, в Кашгарию, куда съезжались перекупщики, которые затем везли чай в Семипалатинск и Омск. Уже оттуда он попадал во внутренние районы России.

Что касалось индийских и цейлонских чаёв, которые шли из Европы (главным образом из Англии), то разгрузка шла через финские порты, и контрабандой занимались уже местные жители. По оценкам исследователей, до трети всего чайного рынка России середины XIX века можно было рассматривать как контрафакт. Во второй половине XIX и в особенности в начале XX века в правительстве активно обсуждались проекты государственной чайной монополии, однако всякий раз выявлялась сложность реализации подобной ме-

ры. Даже опытные специалисты не могли точно определить, где и как чай поступает в страну, как сортируется и фасуется.

Тем временем потребление чая с каждым десятилетием только возрастало. Согласно статистике, в 1860-х оно составляло 0,4 фунта (или 180 г) на душу населения в год, в 1890-х – уже 0,8 фунта (360 г), а перед революцией перевалило за 1 фунт (450 г). Если не брать в расчёт Англию, потреблявшую до 7 фунтов чая (больше 3 кг!) в год на человека, то Россия лидировала по чайному потреблению в континентальной Европе: так, в Германии этот показатель составлял 0,15 фунта (около 68 г), в Австрии и Франции – по 0,08 фунта (около 36 г) в год. Получалось, что один русский в год выпивал чаю, как двенадцать французов или шесть немцев.

Начало чайного предпринимательства в России

Вместе с тем для России был характерен резкий дисбаланс сторону этого напитка. Так, кофе в России практически не употребляли (показатель не дотягивал и до отметки 0,2 фунта, или 90 грамм на человека в год), тогда как в Австрии статистика определяла его потребление в 2,75 фунта (1,25 кг), в Германии – 6,3 фунта, во Франции – 7 (соответственно, в каждом случае около 3 кг), а в США – 10 фунтов (больше 4,5 кг!) на человека в год. Вплоть до революции кофе подавали только в некоторых местах (тогда как чай наливали везде – от дешёвых закусочных до ресторанов), и он шёл в паре не с чаем, а с шоколадом и какао. Если чай производили отдельные фабрики, то кофе обжаривали в тех же цехах, что и начинку для шоколада или печенья.



Реклама кофе кондитерской фабрики «Сиу» (в настоящее время – «Большевик»), начало XX века

На чайном рынке были свои известные имена, тогда как кофе всегда шёл под маркой кондитерских фабрик, таких как «Сиу» или «Эйнем». Массовое потребление кофе в России и открытие больших производств связано уже с советской и даже постсоветской эпохой.

Династия Перловых

Первые предприниматели, строившие свой бизнес исключительно на чае и торговле, стали появляться ещё в XVIII веке. Так, в 1787 году Алексей Перлов, выходец из Рогожской слободы, в отличие от своих соседей решил торговать настоящим чаем и открыл на Красной площади первую лавку. Бизнес перешёл по наследству его сыну Василию, который сделал ставку на доступность напитка. По его указанию цены на розничную торговлю были снижены, при этом покупатель мог брать не фасованный продукт, а столько, сколько захочет. Стремясь популяризировать чаепитие, Перлов придумал интересный рекламный ход. Так, он первым стал насыпать чай в жестяные коробочки с надписями вроде «Если чай не пьёшь – откуда силы?»



Василий Перлов – основатель семейной фирмы

Незадолго до смерти в 1869 году Василий Алексеевич разделил разросшееся семейное предприятие между *двумя* сыновьями – старшим Семёном (1821–1879) и младшим Сергеем (1835–1911). Первый впоследствии завещал дело своим сыновьям – Василию и Николаю Семёновичам. Так появились две разные фирмы с одной и той же фамилией – «В.

Перлов и сыновья» (молодые Перловы по-прежнему использовали название компании деда, уже являвшееся брендом) и «С. Перлов», которую открыл Сергей Васильевич.

Тем не менее Василий и Николай Семёновичи оказались не такими способными коммерсантами, как прежнее поколение Перловых. Старый бренд приносил им порядка 1,2 миллиона рублей (около 1,5 миллиарда современными) оборота в год. Напротив, оборот их дяди, Сергея Васильевича, более опытного предпринимателя, имевшего до сорока магазинов по всей стране, достигал 2,5 миллиона рублей (порядка 3 миллиардов современных рублей). Это способствовало разладу между родственниками, с которым связана одна любопытная история. В 1896 году на коронационные торжества царя Николая II в Москву должен был приехать китайский посол Ли Хуньчжан. У Сергея Васильевича Перлова возникла идея пригласить посла жить в свой особняк на Мясницкой улице, чтобы заодно договориться с ним о выгодных поставках товара.



Тот самый «чайный домик» на Мясницкой. Современный адрес: Москва, Мясницкая ул., 19.

По заказу купца дом в срочном порядке был перестроен и оформлен в китайском стиле. Василий и Николай же просто развесили у себя китайские фонарики и шелковые гардины с надписями. По иронии судьбы китайцы перепутали две фирмы и поехали жить к племянникам и конкурентам Сергея Васильевича. Поначалу тот досадовал, однако в итоге оказался в выигрыше: москвичи потянулись в экзотически оформленный дом за товаром.

Династия Боткиных

Другой известной семьёй частотворцев были Боткины. Их предок, Пётр Боткин, торговец тканями, приехал в Москву из провинциального Торопца. В 1801 году он основал небольшую чайную фирму, которую затем унаследовал один из его сыновей, Пётр Петрович. Про него говорили, что он мог оперировать сложнейшими цифрами из бухгалтерских книг, помня каждый ноль, и определял сорт чая, растерев щепотку между пальцами. Понимая, что китайского чая на рынке переизбыток, молодой Боткин в 1852 году открыл представительство своей компании в Лондоне и смог предлагать русскому покупателю индийский и цейлонский чай напрямую. К работе Пётр Петрович привлёк своего брата, Дмитрия Петровича, со временем полностью передав ему бу-мажную работу, сосредоточившись на переговорах с поставщиками и расширении розничной сети.



Сергей Перлов – наиболее известный и успешный представитель семьи...



...и его продукция

Полученные от реализации чая деньги Боткины решили вложить в сахарную промышленность. Дело в том, что вплоть до начала XIX века сахар в России был исключительно привозным и стоил очень дорого. Так, в XVIII веке цены на сахар колебались в районе 50 копеек за килограмм, что было эквивалентно 200 килограммам зерна. В переводе на современные деньги это составляет от полутора до двух тысяч рублей (в 2017 году средняя розничная цена сахара в России составляла 37 рублей за килограмм). По большей части его заменяли мёдом (отсюда появился обычай добавлять мёд в чай), особо ценился «чай с позолотой» (с добавлением рома). Технологии получения сахара из свёклы находились

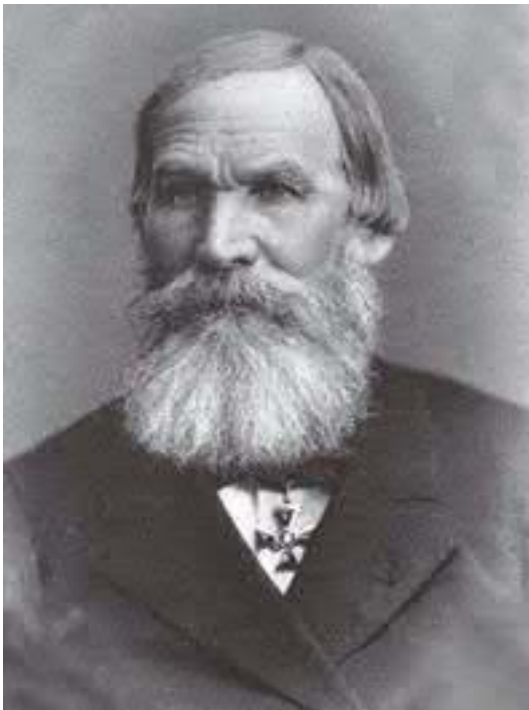
в процессе становления, и сама отрасль развивалась очень медленно. С 1882 года Боткины стали скупать разорившиеся имения в районе Белгорода, начав с участка в 711 десятин (775 га). За двадцать лет общая площадь угодий увеличилась в пятнадцать раз, составив более 10,5 тысячи десятин (11,6 тыс. га). Приобретя в собственность старый завод, который перерабатывал лишь 0,15 тонны свёклы в сутки, Боткины поставили новое оборудование, которое стало давать результат в 1,2 тонны в сутки. В итоге владельцы получали до миллиона пудов (16,3 тыс. тонн) сахара в год, что в денежном эквиваленте давало не менее 3 миллионов рублей (около 3,5 миллиарда современными) в год.

Увлёкшись сахарным производством, Боткины действовали в ущерб чайному производству – своему основному бизнесу. В результате в конце XIX века при обороте фирмы в 3 миллиона рублей (около 3,5 миллиарда современных) чистая прибыль Боткиных составляла всего 325 тысяч (около 35 миллионов на современные деньги). К 1915 году при обороте уже в 1,8 миллиона рублей (около 2,1 миллиарда современных) она с трудом достигла 11 тысяч рублей чистой прибыли (соответственно, 13,2 миллиона современных). Ещё до начала революции Боткины продали все свои активы, что впоследствии позволило им жить в эмиграции. Свою роль сыграло и то, что большинство членов семьи уже работало в других сферах. Так, один из сыновей основателя, Сергей Петрович Боткин, стал известным на всю Россию врачом-те-

рапевтом. Медицинскую династию продолжили его сыновья, Сергей Сергеевич и Евгений Сергеевич Боткины, ставшие придворными врачами династии Романовых, причём Евгений Боткин был расстрелян вместе с царской семьёй летом 1918 года.

Чайная компания Губкина

Ярким примером успешных предпринимателей на российском чайном рынке была семья Губкиных-Кузнецовых. Основатель семейного дела, уроженец Кунгура Алексей Губкин (1816–1883), первоначально занимался вместе с отцом перевозкой товаров из-за Урала и обратно. В 1840 году кунгурские купцы отрядили молодого человека в Кяхту, где он стал их представителем. Там Губкин познакомился с чайной торговлей и открыл свою небольшую фирму, которая обменивала русские товары на китайский чай. В то время рынок ещё не делился на чёрный, зелёный и другие сорта, определяющим был страновой принцип (китайский, индийский, цейлонский чай). Накопив первоначальный капитал, Губкин приобрёл несколько чайных плантаций в Китае и наладил маршрут доставки чая в Европейскую Россию.



Алексей Губкин – основатель чайной компании своего имени

Вплотную столкнувшись с контрафактом и недобросовестными поставщиками, Губкин разработал систему нормировки соответствия «цена – качество». В её основе лежал многолетний опыт предпринимателя, которому приходилось иметь дело с чаем самого разного качества в разных районах

России. Корреспонденты Губкина периодически сообщали ему, что у них продаётся и по какой цене, как высчитываются цены, какой сорт чая пользуется популярностью в их регионе. На основе этих данных Губкин предложил общие условия реализации чая. Они сразу же были утверждены властями, которые до этого теряли значительную часть чайных поступлений в казну из-за «серого рынка» с одной стороны и сложности регламентации официальных продаж – с другой.



Склад фирмы Кузнецова...

Пользуясь большим авторитетом, Губкин выступал своего рода главным арбитром: торговать чаем не начинали, пока он не оглашал текущие расценки и порядок продаж. Также по его требованию из Китая и Монголии в Кяхту стали присылать чайные пробники, по которым купцы затем заказывали товар. Таким образом деятельность купца положила конец фактурной торговле чаем и мошенничеству в ходе его фасовки в цыбики. Для выработки оптимальной рыночной стратегии Губкин посылал своих агентов в разные регионы Сибири и Китая, чтобы те собирали информацию, какие сорта чая наиболее популярны, появились ли новые, как их упаковывают и перевозят. Понимая, что сухопутный путь становится всё более накладным, Губкин выступил в качестве организатора первых морских путей доставки чая.



...и реклама его чая

Начиная с 1879 года пароходы стали курсировать по маршрутам Шанхай – Нагасаки – Владивосток и Кантон – Аден – Одесса. В результате чай стал вывозиться непосредственно из портов самого Китая, что лишило местных торговцев возможности влиять на отгрузку товара и косвенно затруднять логистику чая по России. Заслуги Губкина на поприще чаоторговли были отмечены чином действительного статского советника (такой имели только министры и губернаторы).

Товарищество Кузнецова

После смерти Губкина дело перешло к его внуку, Александру Кузнецову (1856–1895), который организовал на основе старого торгового дома товарищество. Оно занималось одновременно импортными операциями и производством готового к употреблению чая. С именем Кузнецова были связаны несколько важных явлений в российской чаеоторговле. Именно он предложил ввести штраф за отсутствие пломб на чайных бандеролях, по которым можно было вести контроль качества (это предложение было оформлено как закон уже после смерти купца). В фирме Кузнецова были выработаны нормы санитарии при фасовке и развешивании чая, ставшие затем повсеместными. Кроме того, Кузнецов одним из первых начал штамповать упакованный чай датой производства.

Стратегическую ставку купец сделал на массовость продукта: с его именем было связано появление общедоступного недорогого чая в бумажных пакетах. Ассортимент кузнецовской фирмы был широким: его торговые агенты закупали необходимые сорта прямо на месте через отделения фирмы в Коломбо, Калькутте и Джакарте. Чтобы обобщить предыдущий опыт чаеоторговли, по заказу Кузнецова осуществлялись научно-исследовательские разработки в этой области. В частности, он финансировал написание первой в своём роде энциклопедии «Чай и чайная торговля в России и других го-

сударствах» (1892). Перед революцией оборот наследников Кузнецова составлял 10 миллионов рублей (около 12 миллиардов современных), чистая прибыль в разное время достигала от одного до двух миллионов рублей (примерно соответствует 1,2–2,5 миллиарда современных рублей).

Фирма Высоцких

Кузнецовская компания, постепенно оттесняя Перловых и Боткиных, долгое время держала пальму первенства в чайном бизнесе. Это продолжалось до прихода на рынок династии Высоцких. Её основатель, Вольф Высоцкий (1824–1904), родился в бедной еврейской семье и изначально должен был стать раввином.

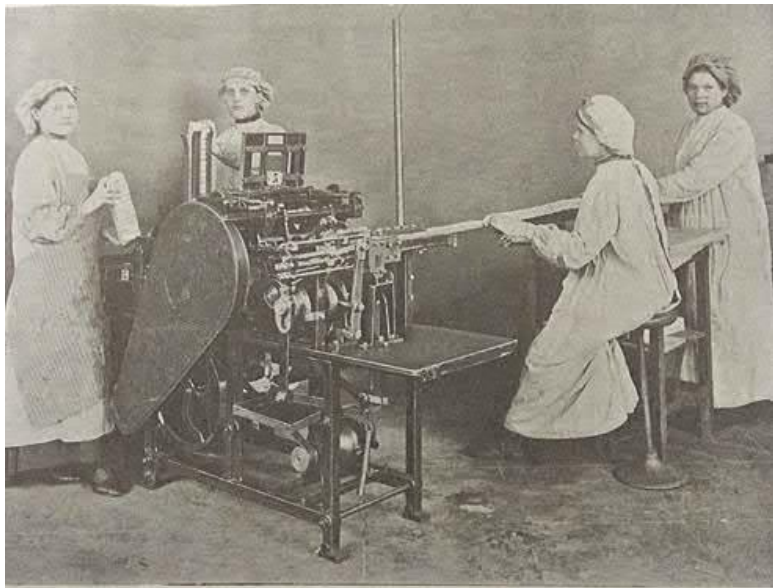


Вульф Высоцкий – основатель самой успешной российской чайной компании

Однако после окончания обучения он занялся торговлей и в 1858 году переехал в Москву, где начал заниматься операциями с зерном (тогда оно составляло основу стратегического экспорта России).

В Москве, традиционной купеческой столице России, где

ни одна сделка не обходилась без самовара, Высоцкий заинтересовался чайной торговлей. Долгое время он кропотливо наращивал клиентскую базу, прежде чем в 1888 году зарегистрировать торговый дом. Начав с 10 тысяч рублей (12 миллионов современных), десять лет спустя фирма Высоцких вышла на оборот уже в 1,5 миллиона рублей (1,8 миллиарда современных).



Обклеивание чайных бандеролей на фабрике Высоцкого, начало XX века

Ещё через десять лет он стал составлять 6 миллионов рублей (соответственно, 7,2 миллиарда современных). Если в 1900 году чистая прибыль Высоцких составляла 400 тысяч рублей (порядка 0,5 миллиарда современных), то к 1910 году – 1,4 миллиона рублей (1,75 миллиарда современных), а к 1917 году превышала 5 миллионов рублей (6 миллиардов современных). Основной капитал к этому моменту достиг 10 миллионов рублей (соответственно, 12 миллиардов), а владельцы получили почётное звание поставщиков Двора Его Императорского величества.



Особняк Высоцких в районе Чистых прудов, одно из мест встреч московской финансовой и интеллектуальной элиты начала XX века. В советское время – районный Дом пионеров. Современный адрес: Москва, Огородная Слобода, 6

Любопытно, что деятельность фирмы способствовала популяризации чая среди евреев. Уже в 1920-е годы в Тель-Авиве Ахад-Гаам, лидер политического сионизма, долгие годы возглавлявший лондонский офис компании Высоцких, и Хаим Бялик, один из первых классиков литературы на иврите, сидели в тени с полотенцами на шеях и пили чай из блюдец, как когда-то в России.



Лицевой вид упаковки чая Высоцких, начало XX века

В чём же был секрет успешности фирмы Высоцких? С одной стороны, она отличалась глубокой семейственностью —

в бизнес не допускали никого со стороны. Долями в компании владели сын Вульфа Высоцкого Давид и зятя хозяина, а пайщиками становились многочисленные внуки основателя.



Чайные дегустаторы за работой

Именно семейные связи со многими известными и состоятельными людьми позволяли Высоцким постоянно наращивать обороты фирмы. Вот лишь несколько примеров. Внучка Вульфа Высоцкого, Розалия Гоц, была замужем за директором Русского торгово-промышленного банка Матвеем Познером (внук его брата Александра – известный тележур-

налист Владимир Познер). Другая внучка, Ида Высоцкая, к которой безуспешно сватался будущий нобелевский лауреат, поэт Борис Пастернак, вышла за банкира Эммануила Фельдзера. Внук, Илья Гавронский, был женат на сестре политика Осипа Минора, будущего главы Московской городской думы.



Приготовление чайной смеси, начало XX века

Наряду с этим Высоцкие активно изучали приёмы конкурентов и внедряли новые идеи. Зная, что Кузнецовы рассыпают чай в металлические коробочки, Высоцкие стали делать аналогичные в виде подарочных сундучков. Вслед за Боткиными компания Высоцких открыла своё представи-

тельство в лондонском Сити, чтобы всегда иметь оперативную информацию о происходящем на мировом чайном рынке. Для улучшения качества товара Высоцкие стали приглашать профессиональных дегустаторов, способных распознать мельчайшие оттенки вкуса и запаха чая. Подобным специалистам щедро платили: за сезон (1–3 месяца) можно было заработать до 10 тысяч рублей (12 миллионов рублей современными).

Если другие фирмы в основном ориентировались на конкретный китайский или индийский чай, Высоцкие начали предлагать потребителю собственные оригинальные смеси.

Элементы рецептуры собирались через представительства фирмы в тех регионах, где чай был традиционным предметом потребления (как в Англии или Средней Азии).

К началу революции Боткины, как уже говорилось, продали свой бизнес. Перловы находились в долгах, не имея возможности погасить кредит. В ходе русско-японской войны 1904–1905 годов экспорт чая оказался крайне затруднён, и обе перловские фирмы стали закупать его при посредничестве Великобритании, которая наращивала своё влияние в азиатских портах. Англичане установили правило, что чай можно закупать только на китайские серебряные монеты, а те, в свою очередь, только на фунты стерлингов. Невозможность располагать большими суммами в фунтах заставляла Перловых и других чаоторговцев брать кредиты в Лондоне, Гонконге и Банке Индии, которых к моменту революции на-

копилось до 100 тысяч фунтов (почти миллион царских рублей, или более миллиарда современных). Капитал других, более мелких фирм, не поднимался выше 500 тысяч рублей. Двумя основными игроками чайного рынка России были Кузнецовы и Высоцкие. Каждая из компаний контролировала в разное время по 35–40 % рынка. В какой-то момент Высоцкие начали перевешивать, что породило поговорку «В России чай Высоцкого, а сахар Бродского» (по имени еврейской семьи сахарных фабрикантов, имевшей сравнимую долю в своём сегменте).

События 1917 года положили конец чайному предпринимательству старой России. Чаеоторговцы лишились своих предприятий, которые были национализированы. Большинство из них потеряло все свои активы, часть оказалась в эмиграции. Так, часть семьи Боткиных существовала на деньги от реализации антиквариата, который долгое время собирала. Другие приобретали профессии заново – к примеру, сын царского лейб-медика Евгения Боткина, Глеб, стал известным американским книжным дизайнером. В эмиграции оказалась и часть семьи Перловых, их судьба остаётся неясной. Другие Перловы остались и быстро сделались советскими гражданами. Владелец самой крупной семейной фирмы, Сергей Васильевич Перлов, умер ещё до революции, а его вдова оставалась жить в уже национализированном новой властью доме.

В знаменитом «китайском домике» на Мясницкой начал

работать чайный магазин № 1. Когда после распада Советского Союза правнучка Сергея Васильевича Перлова решила возродить семейную фирму, ей пришлось всё начинать с нуля, чего нельзя сказать о Высоцких. К моменту революции значительная часть их активов уже находилась за рубежом. Перенеся производство чая в Палестину, они возродили семейный бренд, который в наши дни под немного изменённым названием («Wissotzky Tea») занимает три четверти чайного рынка современного Израиля.



Т-ВО ЧАЙНОЙ ТОРГОВЛИ
ЧАЙ В.В.ВЫСОЦКИЙ & К^о

МОСКВА



РАЗВЪСКИ:
въ МОСКВѢ,
С-ПЕТЕРБУРГѢ,
ОДЕССѢ,
ЧЕЛЯБИНСКѢ
и въ
КОКАНДѢ.

«Кондиторское искусство»: русские пироги и европейские сладости

История кондитерского производства в России началась достаточно поздно, в ходе царствования царя Петра Великого. До него сладости изготавливали по большей части дома и для себя. Сахар стал попадать в Россию, как и в Европу, с Востока, и был очень дорог. В основном его заменяли мёдом или фруктовой патокой. Продукцию для дальнейшей реализации изготавливали только для знатных особ: боярин или дворянин заказывал кушанья в слободе пекарей. Память об этом осталась в названиях московских улиц. Например, на Басманной жили пекари изготавливавшие особый сладковатый белый хлеб с выдавленным на нём узором – басман. Единственные, кого можно было условно отнести к общедоступным кондитерам, были пирожники – пекари, которые специализировались на изготовлении всевозможных пирогов. Тем не менее их сладкий ассортимент ограничивался пирогами с засахаренными сезонными ягодами: летом, в основном, земляникой и смородиной, осенью и зимой – брусникой.

С Л О В А Р Ъ
П О В А Р Е Н Н Ы Й,
П Р И С П Ъ Ш И Н И Ч Ъ Й, К А Н Д И Т О Р С К И Й
И
Д И С Т И Л Л А Т О Р С К И Й,



Часть Вторая.

Д. до О В.

М О С К В А,

Въ Университетской Типографіи,
у Хр. Ридигера и Хр. Казудіа.

1795.

ПОВАРЬ КРОРОЛЕВСКІИ

ИЛИ

НОВАЯ ПОВАРНЯ,

ПРИСПЫШНАЯ И КАНДИТЕРСКАЯ

ДЛЯ ВСЪХЪ СОСТОЯНІИ;

СЪ ПОКАЗАНІЕМЪ

СЕРВИРОВАНІА СТОЛА ОТЪ 20 ДО

60^м И БОЛЬШЕ БЛЮДЪ

И

НАСТАВЛЕНІЕМЪ ДЛЯ ПРИУГОТОВ-

ЛЕНІА РАЗНЫХЪ СИДЕНІИ.

ЧАСТЬ ПЕРВАЯ.

Сочиненная на Французскомъ языкѣ и
переведенная съ послѣдняго изданія.

МОСКВА,

Въ Типографіи С. Селивановскаго.

1816.

Изданія по кондитерству, конец XVIII – начало XIX века

Развитие кондитерского искусства получило осязаемый стимул в ходе петровских реформ. Тогда в Россию начали попадать новые рецепты, прибывать мастера. Изначально изготовление сладостей было прерогативой кофеев, предлагавших довольно ограниченный набор вариантов. По большей части это были бисквиты и печенье из шоколадного теста или просто горячий шоколад с корицей и сахаром. Неудивительно, что традиция домашней готовки сохранялась и временами преобладала. В XVIII – начале XIX века одними из наиболее популярных изданий были книги по «кондитерскому», как тогда говорили, искусству.

Долгое время на кондитерском рынке безраздельно властвовали французы и немцы. Так, популярностью в Петербурге пользовалась кофейня Вольфа и Беранже и кондитерская Иоганна Излера. Знакомые со вкусами европейской публики, они предлагали российским потребителям глазированные фрукты, цукерброды (засахаренные печенья), различные желе и джемы. Москва в этом плане была куда более консервативна и продолжала есть пироги, варенья и пастилу. У французских и немецких заведений долгое время не было серьёзных конкурентов. Сценка с булочником, открывающим утром свою пекарню, чтобы предложить посетителям свежий товар, была запечатлена Пушкиным в «Евгении Онегине»:

Проснулся утра шум приятный.

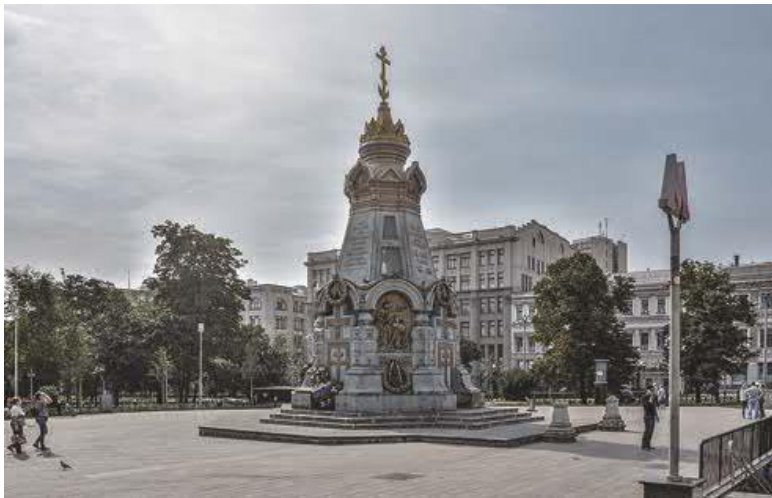
*Открыты ставни; трубный дым
Столбом восходит голубым,
И хлебник, немец аккуратный,
В бумажном колпаке, не раз
Уж отворял свой васисдас.*

Постепенно стали появляться и собственно русские производства. Изначально они были маленькими – эпоха больших производств была впереди – и обслуживали отдельных частных заказчиков, некоторые государственные и церковные учреждения, трактиры. В Москве у Ильинских ворот существовала биржа кондитеров, куда стекались мастера. Там к ним подходили владельцы производств, чтобы договориться о найме.



Ильинские ворота. Открытка начала XX века

Большинство специалистов были выходцами из вчерашних крепостных, выкупившихся на волю, или других низших слоёв. Чтобы получить хоть какое-то реноме и впоследствии найти хорошую работу в ресторане, им приходилось соглашаться на кабальные условия. Так, заработная плата составляла всего 8-15 рублей в месяц (по сегодняшнему курсу примерно 20–30 тысяч рублей). Жить порой приходилось прямо в цехах, а после завершения рабочего дня хозяин мог не выпустить с фабрики.



Площадь Ильинские Ворота, наши дни. На втором плане виден комплекс зданий Администрации президента на Старой площади. Старая Китайгородская стена была снесена в 1930-е годы в ходе сталинской реконструкции Москвы

Техника кондитерского производства в то время была примитивной – большинство операций производилось вручную, и процесс работы был очень утомительным. За малейшую провинность мастера штрафовали, а могли и выгнать. Владельцы производств, в свою очередь, знали, что из-за отсутствия больших фабрик работать кондитерам негде и могли диктовать персоналу любые условия.

Компания Абрикосова

Примерно в таком виде рынок увидел Степан Николаев, пензенский крестьянин, крепостной дворян Левашёвых. Он был одарённым кондитером и сам придумывал рецепты новых блюд. Видя его талант, Левашёвы отпускали его «на оброк» в Москву. Эта своеобразная форма ренты заключалась в том, что крепостной отдавал барину не саму продукцию, а часть дохода от её реализации. Так поступал и Николаев. Сначала он торговал с лотка, потом начал брать частные заказы. Каждый год он ездил из Москвы на родину, чтобы расплачиваться с хозяевами. Накопив достаточно денег, Николаев выкупил себя и свою семью из крепостной зависимости и в 1811 году переехал в Москву окончательно, чтобы открыть семейный бизнес. В том же году в Семёновской слободе (сейчас это район станции метро Семёновская) он зарегистрировал свой торговый дом. После того как его предприятие начало работать, он на всякий случай снабжал полицию абрикосовой пастилой, из-за чего в участке его стали называть «абрикосовым». В 1814 году сыновья Степана, Иван и Василий, унаследовавшие семейное дело, официально приняли фамилию Абрикосовы.

С самого начала Абрикосовы начали внедрять принципиально новые образцы ведения бизнеса. Многие хозяева делали сами, не скупившись на оплату труда рабочих, использо-

вали нестандартные семейные рецепты. В результате в 1820 году их оборот составлял уже 8 тысяч рублей (примерно 16 миллионов современных), а за следующие десять лет увеличился вдвое. Для расширения бизнеса Иван Степанович взял большой кредит (5 тысяч рублей, примерно 10 миллионов современными), однако в условиях растущей конкуренции не смог по нему рассчитаться. В 1841 году Абрикосовы были объявлены банкротами и вынуждены были перейти из купеческого в мещанское сословие.

Сын Ивана Степановича, Алексей Иванович, студент коммерческой академии, который должен был впоследствии стать наследником семейного дела, был вынужден фактически начать всё с нуля. Чтобы заработать первоначальный капитал и снова учредить семейную фирму, он поступил подручным к немецкому коммерсанту Ивану Гофману за 5 рублей в месяц (примерно 9 тысяч современными). Гофман занимался оптовой торговлей сахаром и, конечно, знал Абрикосовых. Видя усердие молодого человека, хозяин доверил ему бухгалтерию, а затем ввёл Алексея в свой круг. Там он познакомился с дочерью табачного фабриканта Александра Мусатова, юной Агриппиной, и вскоре попросил её руки. Отец изначально был не в восторге от этого союза, однако Гофман убедил его, что Абрикосов – перспективный молодой человек, а затем помог Алексею получить кредит на развитие бизнеса. Желая помочь мужу, Агриппина вложила в семейное дело деньги, полученные в качестве приданого.

Фирма Абрикосовых вновь начала свою работу в 1852 году. В распоряжении владельца тогда были несколько станков, пара десятков рабочих и одна лошадь. Бухгалтерию приходилось вести самому, жена следила за работой цехов, дети помогали упаковывать продукцию. Школа, которую Абрикосов прошёл, работая у Гофмана, определила успех его предприятия. Чтобы не повторить судьбу своих родителей, Алексей Иванович разработал целую бизнес-стратегию. Её ответственность заключалась в сочетании его менеджерского таланта (умелая оценка рисков, построение финансового плана), механизации производства (он первым стал внедрять паровые машины и конвейеры) и предпринимательской находчивости. Так, чтобы не тратиться на специалистов по выведению грызунов (мыши и крысы доставляли множество хлопот кондитерам), Абрикосов стал платить работникам по 10 копеек за пойманного зверька, и вскоре проблема была решена.



Старое здание главного корпуса фабрики Абрикосовых. В наши дни оно встроено в комплекс современных цехов. Современный адрес: Москва, Малая Красносельская ул., 7

Помня, как тяжело было его деду, Алексей Иванович вёл себя гибко по отношению к персоналу. Каждый год рабочим шла прибавка к жалованию, за выслугу лет им полагались премии и медали. Сотрудники имели право приобретать готовую продукцию предприятия за 10 % её стоимости (это делалось, чтобы избежать воровства). Для персонала были организованы две полноценные столовые (мужская и женская), где к обеду для укрепления организма подавалось вино. Абрикосовские рабочие жили в своём общежитии, где были маленькие комнаты на 1–2 человек и большие комнаты для се-

мейных (позднее общежитие было даже электрифицировано). При этом на производстве царила строжайшая дисциплина. Так, курить можно было в строго отведённых местах, за пьянство и антисанитарию следовало увольнение. Много внимания Абрикосов уделял пиару своего бизнеса. Активно занимаясь общественной работой (прежде всего в качестве купеческого старшины Москвы), он завязывал новые контакты среди коммерсантов и представителей госструктур, продвигая свою продукцию.



Портрет А. И. Абрикосова
Михаил Шемякин, 1902 г.

В 1873 году компания Абрикосова, в которой работало уже сто двадцать человек, изготовляла 30 тысяч пудов (более 500 тонн) продукции в год. Старых площадей не хвата-

ло, и в 1879 году владелец приобрёл четыре гектара земли в районе бывшего Красного села. Там и была построена новая фабрика, которая в 1899 году получила престижный статус «поставщика Двора Его Императорского Величества». В это время у Абрикосовых работало уже 1 300 рабочих, которые, помимо прочего, выпускали 53 тысяч пудов (около 900 тонн) конфет и 45 тысяч пудов (около 750 тонн) варенья в год. Оборот бизнеса достигал 1,5 миллиона рублей (2,25 миллиарда современными).





Фабрика Сиу (впоследствии «Большевик»). Современный адрес: Москва, Ленинградский проспект, 15

По мере появления первых кондитерских фабрик старое соперничество русских предпринимателей с французами и немцами приняло новые формы. Практически одновременно с Абрикосовыми в Москве открыли бизнес французы Сиу и немец Эйнем.



Адольф и Евгения Сиу – основатели семейного дела

Фабрика Сиу

В 1853 году в Москву приехала супружеская пара из Франции – Адольф и Евгения Сиу (Sioux). Первоначально они хотели открыть бизнес по производству парфюмерии – классической французской продукции, однако поняли, что пока не располагают необходимыми средствами и решили начать с кондитерского производства. В это время в кондитерской Сиу работали только сами супруги и пара рабочих. Тогда никто и не думал, что через тридцать лет это будет одна из самых больших и известных кондитерских фабрик России.

расширять бизнес и в 1884 году открыли на Петербургском шоссе фабрику, оснащённую по последнему слову техники.

Фабрика Сиу была оборудована паровыми и газогенераторными двигателями. Хозяева возвели на территории производства собственную маленькую электростанцию, которая питала не только здания, но и уличные фонари рядом. На фабрике функционировало двадцать цехов, каждый из которых выдавал собственную продукцию. Отношение к персоналу было очень придирчивым: к Сиу можно было попасть только по рекомендации. Молодых, ещё не очень опытных рабочих ставили в шоколадный или варенный цех – следить за автоматическими машинами. Более квалифицированных отправляли в кофейный, осуществлять обжарку зёрен. Опытные работницы занимались самым тонким делом: заливали начинку в тончайшие вафли и складывали их специальной лопаточкой. За процессом наблюдали французские специалисты – инженеры-технологи, шоколатье, дегустаторы. Каждый день вся спецодежда стиралась в заводской прачечной.



Первая обёртка печенья «Юбилейное»

Особой специализацией Сиу были карамель и печенье. Фабрика первой в России начала делать продукцию, которую мы сейчас называем ирисками. Сливочная карамель была известна по всей стране, и впоследствии эти изделия других фабрик всё равно называли «сиу». Особой любовью покупателей пользовались выпускаемые фабрикой карамельки с ликёром. Ассортимент печенья традиционно был очень

большим и считался гордостью производства. Когда доходы фирмы уже стали значительными, в память об увлечении отца его сыновья организовали в рамках своей компании небольшой цех, занимавшийся выпуском парфюмерии и мыла. Со временем «Сыновья Сиу» стали писаться просто «С. Сиу» – это и стало названием фирмы.

В феврале 1913 года, когда в России отмечалось 300-летие правящей династии Романовых, Сиу представили новый сорт печенья, которое было торжественно названо «Юбилейное». Оно произвело такой эффект своим внешним видом и рецептурой, что уже в мае того же года Сиу, оборот которых достиг 2 миллионов рублей (2,4 миллиарда по нынешнему курсу), получили статус «поставщика Двора Его Императорского Величества». Печенье, пережившее монархию и Советский Союз, производится наследниками старой фабрики и в наши дни.





Фердинанд Эйнем (слева) и Юлиус Хойе (справа) отцы-основатели компании «Эйнем»

Товарищество Эйнем

История «Товарищества Эйнем» началась в 1850 году, когда в Москву из Вюртемберга приехал молодой предприниматель Фердинанд фон Эйнем. Сначала он занялся торговлей сахаром, а после начала Крымской войны получил выгодный господряд на поставку в армию варенья и сахарного сиропа. Полученные деньги позволили Эйнему открыть собственное ателье по производству шоколадных конфет. Позднее к нему присоединился земляк, Юлиус Хойе, которого Эйнем *увлёк* идеей организовать шоколадную фабрику. Скопив достаточно денег, в 1867 году партнёры приобрели участок земли на Москве-реке, зарегистрировали своё производство и начали строительство корпусов.



В отличие от Абрикосова и Сиу, фирма «Эйнем» изначально специализировалась на производстве шоколада. Немецкое происхождение владельцев помогало им выгодно приобретать сырьё (какао-бобы и сахарный тростник) у своих комиссионеров в Берлине без посредников.

На фабрике Эйнема была установлена самая высокая зарплата среди московских кондитерских производств, при этом каждый год она индексировалась. Проработавшим двадцать пять лет назначалась пенсия в полном размере зарплаты – уникальный случай для рабочих специальностей. Для сотрудников фабрики были организованы общежитие, боль-

ница, столовые, библиотека и драмкружок.



Кафе Сиу находилось в пассаже Джамгаровых (Кузнецкий Мост, 12, где граффити), а кафе Абрикосовых – в пассаже

Солодовникова (Кузнецкий Мост, 8, на фото – справа). На его месте сейчас новое здание ЦУМа

Эйнем не дожил до успеха своего начинания. Из уважения к нему Хойе после смерти компаньона оставил его фамилию в названии фирмы, не добавляя свою. Фабрика заработала летом 1871 года, ежегодно выпуская силами 160 рабочих 192 тонны шоколадных изделий. Общий оборот, составлявший в 1873 году 300 тысяч рублей (450 миллионов современных), через десять лет, в 1884 году, достиг 700 тысяч рублей (соответственно около миллиарда), а ещё через десять перевалил за 1,7 миллиона рублей (порядка 2,5 миллиарда современных). В 1900 году у Хойса трудилась уже без малого тысяча рабочих, а общая выручка фабрики составила 2,8 миллиона рублей (примерно 3,4 миллиарда современных). В 1914 году, когда «Эйнем» уже получил звание «поставщика Двора Его Императорского Величества», на предприятии работало 2 800 человек, а оборот достиг гигантской суммы в 8 миллионов рублей (порядка 10 миллиардов современных), сделав «Эйнем» крупнейшим производителем России. Для сравнения: у Абрикосова и Сиу оборот был вдвое меньше, достигнув к 1916 году 4 миллионов рублей (порядка 5 миллиардов современных) у каждого.

25-5-4

КОФЕ ЭЙНЕМЪ



ПРОДАЖА ВЕЗДЪ

МАГАЗИНЫ
ТВА ЭЙНЕМЪ:

- 1) ПЕТРОВКА.
- 2) У ИЛЬИНСКИХЪ ВОРОТЪ.
- 3) ВЕРХНІЕ ТОРГОВЫЕ РЯДЫ.
- 4) АРБАТЬ.
- 5) У МЯСНИЦКИХЪ ВОРОТЪ.



ТОВАРИЩЕСТВО

ЭЙНЕМЪ

МОСКВА.

ПЛАНЪ
МОСКОВСКИХЪ
ТЕАТРОВЪ.

Издано Товариществомъ ЭЙНЕМЪ
Москва, Ва. Мясницк. Ворота

Битва трёх гигантов

Вначале XX века между тремя гигантами рынка – Абрикосовыми, Сиу и Хойсами – происходила настоящая борьба. Дело осложнялось тем, что все производства располагались в Москве. Петербург, город чиновников и военных, оставался в стороне. В столице, в отличие от Москвы, были сосредоточены более «серьёзные» заводы – металлургические и оборонные (патронные, пушечные). Заводские районы располагались на окраинах города: северо-востоке (Выборгская сторона) и юго-западе (Обводный канал, Нарвская застава). В Москве же предприятия можно было встретить на каждом шагу, не только в историческом рабочем районе – Пресне – но и в Замоскворечье, в Хамовниках, на Бутырке. В Москве, крупнейшем торгово-промышленном центре Европейской России, откуда продукция расходилась по всей огромной империи, было удобно развивать потребительский сектор. Именно поэтому стал широко известен московский ситец (Трёхгорная мануфактура на Пресне), московское пиво (Хамовнический пивзавод), московская парфюмерия (фабрика Брокара в районе Бутырской улицы). То же самое касалось и сладостей. Не случайно кондитерская фабрика в Петербурге (на тот момент уже Ленинграде), названная в честь Надежды Крупской, супруги Ленина, появилась лишь в 1938 году.

СТИХОТВОРЕНИЯ
А. В. Кольцова.

ИЗДАНИЕ
Т-ва А. СІУ и К^о.

ДѢТСКОЕ

МЫЛО

А. Сіу и К^о.

ДѢТСКОЕ мыло приготовлено
спеціально для самой чист-
ной кожи, оно гарантировано
совершенно нежиряно.



Фирменный автомобиль компании «Сиу», развозящий мороженое. Фото опубликовано в 1905 году

Чтобы привлечь клиентов, фирмы придумывали самые разные ходы и соревновались в остроумии и находчивости. На этот счёт можно привести массу примеров. Так, зная, что Хойе и Сиу занимаются производством кофе и соперничают в этой сфере, Абрикосов договорился с чайным магнатом Константином Поповым (их жёны были родными сёстрами), чтобы их фирмы стали аффилированными друг с другом. Свояки Абрикосов и Попов учредили паевое товарищество, где Попову принадлежал 41 пай на сумму 205 тысяч

руб. (246 миллионов современных), а сыновья Алексея Ивановича – Александр, Алексей, Георгий и Николай – вместе имели 79 паёв на общую сумму 395 тысяч рублей (около 475 миллионов современных).



На этой открытке из серии «Москва будущего» предсказано появление монорельса и строительство гостиницы «Россия»

Родственные связи позволяли Попову пользоваться мощностями и имуществом Абрикосовых, а Абрикосовым – точно так же пользоваться возможностями Поповых. Под слоганом «Что же за чай без печенья» они открыли совместное кафе на Кузнецком мосту прямо под окнами фирменной кондитерской Сиу.

Зная, что «Эйнем» выпускает театральные программы со своей рекламой, Сиу сделали ставку на простой народ, печатая сборники стихов крестьянских поэтов. В обоих случаях реклама достигала цели: театралы были не прочь после спектакля зайти на чашку кофе в фирменное кафе «Эйнема», а крестьяне, приезжавшие за промышленными товарами в город, узнавали про существование фабрики, рассказывали о ней дома и становились её покупателями, а иногда и сотрудниками.

Кроме того, Сиу не ограничивались печатной рекламой. По Москве ездили их фирменные фургончики, предлагавшие прохожим мороженое и сладости.

Соревновались фабриканты и в дизайне упаковки своего товара. Так, Абрикосов учредил на своём предприятии специальный цех, занимавшийся разработкой внешнего вида товара. Начальником цеха стал художник-импрессионист Михаил Шемякин, внук Алексея Ивановича.

«Эйнем» пошёл ещё дальше: для оформления своей продукции компания приглашала таких именитых мастеров, как Врубель и Билибин. В 1914 году неизвестный автор по заказу фирмы выполнил знаменитую серию открыток «Москва будущего».

Наряду с этим по заказу «Эйнема» композитор Карл Фельдман написал ряд фортепианных пьес, таких как «Шоколадный вальс» и «Кекс-галоп», к нотам которых при покупке прилагались пробные образцы новых изделий фирмы.

Бывали примеры и не очень удачных решений. Однажды «Эйнем» выпустил торт с названием «Полюби меня». Сотрудники Абрикосова и Сиу повадились ходить в фирменные магазины «Эйнема» и говорить продавщицам: «Полюби меня затри рубля». Неудивительно, что торт вскоре перестали выпускать.

Возраставшая конкуренция заставляла придумывать всё новые формы продукции. Любопытно, что некоторые кондитерские изделия, к которым мы привыкли, появились уже до революции. Так, компания Абрикосова стала первой выпускать прообраз Киндер-сюрприза. Шоколадные яйца были традиционным немецким пасхальным лакомством. Теперь же в них стали класть игрушки или маленькие открытки.



Аппарат по продаже сладостей фирмы «Эйнем», примерно 1910 год

Другой сферой были рождественские подарки. До революции Новый год не отмечался – это был обычный день, в который взрослые собирались и устраивали вечеринки. Отмечать Новый год как государственный праздник взамен

Рождества стали при советской власти, в 1935 году. Тогда же была возрождена ёлка, которая после революции была запрещена как буржуазный пережиток. Детские подарки в до-революционной России традиционно не были специализированными: родители сами дарили ребёнку какую-то вещь или сладости. Абрикосов подумал, что может организовать и занять нишу сладких рождественских подарков. Традиционный для советского детского магазина шоколадный Дед Мороз в фольге появился именно на абрикосовской фабрике.

Популярным было и конфетное ассорти «Ералаш». Это слово, означавшее «смесь», взял для одного из своих рассказов Максим Горький, любивший конфеты Абрикосова, а впоследствии так был назван детский киножурнал. Фирма Сиу начала вкладывать в коробки конфет сюрпризы – пазлы для детей и открытки с артистами и историческими персонажами для взрослых. Новатором выступил «Эйнем». По договорённости с магазинами фирма устанавливала в них мини-автоматы по продаже сладостей. Каждая конфета или шоколадка стоила 10 копеек (120 современных рублей), что, конечно, было гораздо дороже обычной стоимости. Однако расчёт на маленьких покупателей, которые подходили к диковинке по многу раз, оправдался.

К моменту революции три указанных компании – «Эйнем», «Абрикосов» и «Сиу» – контролировали большую часть российского рынка. Их магазины раскинулись от Европы до Дальнего Востока. Успешно функционировавший биз-

нес позволил потомкам первых Абрикосовых пробовать себя в других сферах жизни. Среди них были инженеры, юристы, дипломаты, артисты. Внук и полный тёзка Алексея Ивановича Абрикосова стал медиком и руководил вскрытием тел Ленина и других советских вождей. Его сын – Нобелевский лауреат, физик Алексей Алексеевич Абрикосов. Некоторые Абрикосовы попытались возродить кондитерское дело предков уже в наши дни.

Те же, кто стремился продолжить семейный бизнес, вынуждены были эмигрировать. После революции страну покинули Шарль Сиу, сын основателя одноимённой фабрики, и Вольдемар Хойе, сын владельца «Эйнема». Каждый вернулся на свою историческую родину – Францию и Германию. Они увезли с собой часть своих капиталов и вели в Европе тихую жизнь, уже ничем не напоминая кондитерских королей России.

Предприятия компаний были национализированы в 1918–1920 годы. Фабрика Абрикосова стала Бабаевской (по фамилии революционера Бабаева, который руководил местным советом). О старой семейной традиции напоминает петербургское кафе «Абрикосовъ» на Невском, открытое в 1990 году на том месте, где в XIX веке Абрикосовы держали свою кондитерскую. Фабрика Сиу превратилась в «Большевика». Помня о первенстве «Эйнема», новая власть сначала переименовала его в «Государственную кондитерскую фабрику № 1», а затем в «Красный Октябрь». При этом, вспоми-

ная о любви покупателей к продукции компаний, на обёртках ещё долгое время писали «бывший Абрикосов», «бывший Сиу» и «бывший Эйнем».

ШОКОЛАДЪ



РУССКИХЪ ДОСЛОВИЦЪ

Для милыхъ друзей и о-
реша въ утѣхъ.

СОЦІЕТЪ «ЭНЕМЪ» въ МОСКВѢ

ТОВАРИЩЪ «ЭНЕМЪ» въ МОСКВѢ

ПАРОВОЙ ФАБРИКЪ

Динель

Москва

ШОКОЛАДЪ



РУССКИХЪ ДОСЛОВИЦЪ

Мыло оубо, да поше бѣло.

СОЦІЕТЪ «ЭНЕМЪ» въ МОСКВѢ

ТОВАРИЩЪ «ЭНЕМЪ» въ МОСКВѢ

ПАРОВОЙ ФАБРИКЪ

Динель

Москва

ШОКОЛАДЪ



РУССКИХЪ ДОСЛОВИЦЪ

За дружескаими поговори-
ца, въ оубо въ поймаюца.

СОЦІЕТЪ «ЭНЕМЪ» въ МОСКВѢ

ТОВАРИЩЪ «ЭНЕМЪ» въ МОСКВѢ

ПАРОВОЙ ФАБРИКЪ

Динель

Москва

ШОКОЛАДЪ



РУССКИХЪ ДОСЛОВИЦЪ

Воску билаеца перемѣла.

СОЦІЕТЪ «ЭНЕМЪ» въ МОСКВѢ

ТОВАРИЩЪ «ЭНЕМЪ» въ МОСКВѢ

ПАРОВОЙ ФАБРИКЪ

Динель

Москва

Табачный бизнес



«Дьявольское изобретение» и доходная статья бюджета

Когда на Руси появился табак, точно неизвестно. Считается, что это произошло не раньше середины XVI века. Первыми его привезли с собой английские купцы, в то время активно торговавшие с Российским государством. Их русские коллеги быстро распробовали диковинное зелье. Росту популярности табака способствовало то, что его рассматривали как лекарство: считалось, что вдыхание табачного дыма помогает от желудочных, зубных и головных болей.

Ко второй четверти XVII века табакокурение уже было распространено в крупных русских городах. Курили везде: дома и в трактире, на улицах и даже в церкви. Последнее вызвало гнев патриарха, который пожаловался царю Михаилу Фёдоровичу. Главный довод церкви состоял в том, что курение – это дьявольское изобретение, которое отвлекает христианина от благочестивых мыслей. Царь, сам не любивший курильщиков, своим указом в 1634 году под страхом смертной казни запретил иностранцам торговать табаком. Тех русских, кто осмеливался его курить, били кнутом и ссылали в Сибирь. Телесные наказания и увольнение со службы ожидали и чиновников, которые брали взятку за освобождение «табачника». Кроме того, за недоносительство был установлен крупный штраф – 10 рублей (примерно 50 тысяч современ-

менных).

Несмотря на такие суровые меры, табак не исчез из русской жизни. Многие знатные вельможи и придворные тайком покуривали. Поговаривали, что баловался табаком и сам царь Алексей Михайлович. Его сын, будущий император Пётр I, начал курить с юных лет и проявлял значительный интерес к табаку. Знаковой датой для российских курильщиков стало 16 апреля 1698 года. Находясь в Лондоне и остро нуждаясь в валюте для модернизации страны, царь Пётр продал маркизу Кармартену монопольное право семилетнего импорта табака и табачных принадлежностей в Россию. Сумма сделки составила астрономические по тем временам 400 тысяч серебряных рублей (более миллиарда современных). Специально для Кармартена таможенная пошлина была снижена с 40 до 4 копеек (соответственно с 2 000 до 200 рублей современными) за килограмм. По договорённости с правительством Кармартен обязывался ежегодно поставлять 3 300 тонн табака и дополнительно предоставлять для личных нужд царя ещё полтонны табака в год.

В ту пору Англия была главным поставщиком табака в Европу. В основном его выращивали в американских колониях английской короны – Массачусетсе, Мэриленде и Виргинии. Табачные изделия в этих регионах производят до сих пор, поэтому попробовать виргинский табак, который привозили в Россию при Петре, можно и сейчас. Для распространения табакокурения Пётр завёл при кабаках специальные ку-

рительные комнаты. Примечательно, что церковные иерархи продолжали сопротивляться распространению табака. Церковь по-прежнему считала его дурным развлечением, вдохновлённым дьяволом: ведь разве христианское это дело – извергать из себя клубы дыма? Неудивительно, что один из главных табачных дилеров петровского времени, Матвей Богданов, был даже отлучён от Церкви.

Зная любовь своих подданных к табаку, царь сделал его продажу доходной статьёй бюджета. О стратегическом характере табака говорило то, что за его реализацией следил Преображенский приказ (спецслужбы того времени). В Архангельске, Пскове, Новгороде, Великих Луках, Смоленске, Калуге, Брянске и Белгороде были организованы таможенные заставы, следившие за своевременной уплатой пошлин и боровшиеся с контрафактом. Уже в то время перекупщики, желавшие нажиться на табачном спросе, покупали большие партии табака и пересыпали его толчёными древесными листьями.

Государственная монополия и откуп

Сначала это привело к введению государственной монополии на торговлю табаком. Тем не менее правительство быстро столкнулось с трудностью реализации табачных изделий на огромной территории страны. В результате, как и в случае со спиртным, табачная торговля в 1716 году была отдана на откуп. Откупщики по всей стране получали от государства партии табака за фиксированную месячную плату и реализовывали ее в розницу по более высоким ценам. Десять лет спустя ситуация переменилась. Взошедший на престол в 1727 году внук и тёзка Петра Великого, Пётр II, повелел отменить откупную систему. Новый царь, сам заядлый курильщик, первым в истории России ввёл фиксированный акциз на табак – 3 копейки (150 современных рублей) с килограмма и разрешил его свободную продажу.



Дворец Шувалова в Петербурге, построенный на «табачные» доходы. Современный адрес: Малая Садовая ул., 1

Долгое время все были довольны: в бюджет поступали деньги, а люди выращивали и продавали табак. В основном в России той поры был популярен малороссийский (украинский) табак: его привозили из нынешних Черниговской и Полтавской областей, где климат был мягче, и земля лучше. Ситуация изменилась с воцарением дочери Петра I, Елизаветы. Желая угодить своим фаворитам, в 1749 году она вернула табачный откуп и сделала их генеральными откупщиками. Наиболее известным среди них был президент Академии художеств, покровитель Ломоносова и сооснователь Московского университета Иван Шувалов. Получая государственный подряд на торговлю табаком, он осуществлял ежегодный платёж на сумму 70 тысяч рублей (порядка 250 миллионов современных), а остальные сотни тысяч рублей оставались в его личном распоряжении. О благосостоянии Шувалова, достигнутом на торговле табаком, можно судить по его особняку в самом центре Петербурга. Он был построен в 1755 году в классическом барочном стиле и из-за своих размеров порой даже именовался дворцом.

Позже выяснилось, что, продавая табак, Шувалов разбавлял его песком, что ещё больше увеличивало его доходы. Впоследствии за свои махинации Шувалов на некоторое время был удалён от двора и выехал за границу, однако спустя некоторое время вернулся и даже был пожалован обер-камергером и академиком.

Табачная культура

В 1762 году на российский престол вступила императрица Екатерина, с именем которой связана ещё одна знаковая табачная дата. 31 июля 1762 года по указу императрицы табачный откуп отменялся и возвращалась свободная продажа. Для распространения табака уже в следующем году Екатерина даровала тем, кто заведёт табачную плантацию, десятилетнее право беспошлинной торговли внутри страны и привилегию табачного экспорта. В правление Екатерины табак приносил в казну не менее миллиона рублей ежегодно (или 3 миллиарда, если оценивать в современных рублях). Сама царица не курила, а нюхала табак, причём делала это всегда левой рукой. Она объясняла это тем, что правую всё время протягивает для поцелуя и считает неприличным «всех душисть своим табаком».

Неизвестно, была ли связана мода на нюхательный табак с пристрастием императрицы, однако во второй половине XVIII века в России табак больше нюхали, чем курили. В высшем обществе на этом фоне возникла целая табачная культура. Так, табакерка могла много сказать о владельце и его пристрастиях. Знаком высшего расположения императрицы считалось получить в подарок изящную коробочку для табака с вензелем или даже доброжелательной фразой. Впоследствии табакерки превратились в настоящее произведе-

дение искусства, представляя собой смесь табачного аксессуара и музыкальной шкатулки. Подобная табакерка была описана в знаменитой сказке Владимира Одоевского «Горюшок в табакерке»:

«Папенька поставил на стол табакерку.

– Поди-ка сюда, Миша, посмотри-ка, – сказал он.

Миша был послушный мальчик, тотчас оставил игрушки и подошёл к папеньке. Да уж и было чего посмотреть! Какая прекрасная табакерка! Пестренькая, из черепахи... Вдруг, невидимо где, заиграла музыка. Откуда слышна эта музыка, Миша не мог понять; он ходил и к дверям, – не из другой ли комнаты? И к часам – не в часах ли? и к бюро, и к горке; прислушивался то в том, то в другом месте; смотрел и под стол... Наконец, Миша уверился, что музыка точно играла в табакерке».

Способ брать табак из табакерки говорил об отношении человека, и со временем сформировался целый язык жестов и намёков. Если табак брали осторожно двумя пальцам, то это означало, что сделанное ранее предложение принимается, если резко – то человек как бы говорил, что должен ещё подумать. Иногда в табакерках даже передавали любовные послания. Поскольку женщины тоже активно нюхали табак, то, одалживаясь им, можно было незаметно забрать записку. Любопытно, что в то время среди дворян курение табака

не было распространено, а порой и вовсе считалось уделом низших слоёв общества.

Собственная табачная культура существовала и в простонародье, где нюхательный табак также нашёл широкое распространение. Там табакерки были куда более простыми и чаще всего изготавливались из дерева. Отсюда пошли народные поговорки «ни за понюшку табака» (то есть из-за сущей ерунды) и «сыт, пьян и нос в табаке», означающей высшую степень достатка. В отличие от высшего света, простые люди любили жевать табак и, конечно, курить его. Характерный для русских сказок образ сметливого и хитрого солдата никогда не обходился без трубки и кисета с табаком.

Годы шли, привычки менялись, и в начале XIX века нюхание табака уже считалось признаком неряшливости. Череда русско-турецких войн способствовала знакомству русских с турецким табаком. Он заметно отличался от привычного американского желтоватым цветом и гораздо большей крепостью. Вместе с ним в Россию пришли и чубуки – турецкие курительные трубки. Самыми *лучшими* считались черешневые чубуки с янтарным мундштуком. Описывая кабинет Евгения Онегина, Пушкин начинал именно с трубки:

*Янтарь на трубках Цареграда,
Фарфор и бронза на столе,
И, чувств изнеженных отрада,
Духи в граненом хрустале;
Гребенки, пилочки стальные,*

*Прямые ножницы, кривые
И щетки тридцати родов
И для ногтей, и для зубов.*

Способствовал новой моде император Александр I, для которого специально заказывались трубки метровой длины. С той поры чубук и оттоманка (плоский диван с подушками) стал обязательным атрибутом дворянина. На волне интереса к Востоку в знатные дома стали проникать и кальяны. Мало кто знает, что служивший в Персии Александр Грибоедов, наряду со своей знаменитой пьесой «Горе от ума», оставил потомкам инструкцию, как правильно курить кальян.

подали кальянъ, чай съ кардамономъ. На головахъ несли огромные серебряные подносы съ конфетами; нѣсколько подносовъ со множествомъ сластей поставили передъ нами. Сардарю прислуживали на колѣнахъ. Конфекты совсѣмъ для меня новаго рода, однако пре-вкусныя; я около нихъ постарался.

Из письма Грибоедова другу, февраль 1819 год, Ереван

Начало табачной промышленности в России

Как ни странно, при подобной любви к табаку своей табачной промышленности в России долгое время не было. Попытки организовать первые фабрики по переработке табака предпринимались ещё Петром Великим, однако недостаток опыта не позволил им работать эффективно. Воодушевившись сделкой с Кармартемом, Пётр заказал у англичан табачные семена и в 1716 году организовал опытное производство на Украине. Однако царь переоценил свои возможности: никто не знал, как правильно выращивать табак и обрабатывать его. Небольшой заводик с трудом вырабатывал несколько сотен килограммов трубочного табака в год. В итоге Пётр потерял интерес к табачному производству и это сказалось на дальнейшем развитии отрасли. На протяжении всего XVIII века табачные изделия изготавливались кустарно, на дому. Нередко курильщики сами делали себе табак по вкусу, перетирая большие листья и добавляя эфирные масла и ароматические приправы.

Фабрика Жукова

Первые небольшие предприятия стали появляться в русских городах в начале XIX века. Они продолжали изготавливать трубочный и нюхательный табак, а также начали делать вошедшие в то время в моду сигары. Именно с этим периодом связано имя первого табачного магната – Василия Григорьевича Жукова (1800–1882). Он родился в Порхове (сейчас это Псковская область) в семье мещанина и вырос в крайней бедности. Подростком Жуков работал рассыльным в муниципалитете, затем слугой у главы родного города. В 1822 году он приехал в Петербург, где по рекомендации знакомого устроился на табачную фабрику. Видя усердие молодого сотрудника, хозяин предприятия выдал ему кредит в 300 рублей (примерно 500 тысяч современных) на открытие собственного бизнеса. Чтобы побыстрее рассчитаться с кредитором, молодой предприниматель продавал табак солдатам и офицерам расположенных вокруг столицы военных лагерей. Поскольку лишних денег у него не было, Жуков каждый день обходил их пешком, проделывая иногда путь в пятьдесят километров.

Рассчитавшись со старым хозяином, Жуков в 1825 году записался в купцы 3-й гильдии и снял небольшой офис в Гостином дворе. Сначала он осторожничал, покупая от 8 до 30 килограммов сырья в месяц и отслеживая котировки на

рынке – какой табак можно купить дешевле и где. Помимо этого, Жукова особо интересовали конфликты поставщиков и дистрибьюторов. Нередко поставщики, в значительной мере иностранцы, видя спрос на табак в столице, стремились завысить цену, о которой они с русскими дистрибьюторами договорились до этого. Те отказывались и сразу же сообщали своим коллегам, что с этим поставщиком не стоит иметь дела. Тогда поставщики оставались с партией нераспроданного товара. В этот момент появлялся Жуков и предлагал по сходной цене взять «неликвид». Таким образом, занимаясь торговлей, он накопил первоначальный капитал для открытия собственного производства.

Уже в 1830 году Жуков был купцом 1-й гильдии и владельцем собственной фабрики. Теперь каждый месяц он закупал от 16 до 60 тонн сырья. На предприятии Жукова действовала военная дисциплина. Так, оно было разделено на четырнадцать цехов, каждый из которых выполнял строго свою функцию, целиком же это работало в виде конвейера. В каждом цеху находились старшие по смене, которые фиксировали, кто сколько сделал. Кроме того, Жуков организовал для рабочих общежитие, больницу и столовую, чтобы они могли не отлучаться с производства.

Жуковская фабрика выпускала табак всего двух видов: 1 – го сорта по цене 7,5 рубля за килограмм (примерно 20 тысяч современных) и 2-го сорта по цене 5 рублей за килограмм (примерно 15 тысяч современных). Несмотря на скромность

выбора, оба сорта пользовались бешеным спросом. Секрет Жукова был в том, что он подмешивал в традиционный американский табак турецкие и персидские сорта в разных пропорциях, добиваясь нового вкуса и аромата (потом так стали делать все табачные производители). Фирменные магазины Жукова когда-то работали в Петербурге, где была его фабрика, и в других городах, в том числе в Москве.

Дошло до того, что фамилия заменило само слово, и нередко можно было слышать выражения «настоящий жуков» или «трубка с Жуковым». Популярность жуковской продукции была воспета Пушкиным:

*С хвалёным Жуковым табачный торг завести
И снискивать в труде себе барыш и честь...*

Поэт, как известно, тоже был большим любителем трубочного табака и отоваривался в жуковских магазинах.



Василий Жуков, первый табачный король России

Как бы странно это ни звучало, но в магазинах продавали всего те самые два вида табака, которые выпускала фабрика – шириной ассортимента табачная торговля в то время не блистала.

Уже живя в Петербурге, Жуков не забывал о родном Порхове. На его средства там были открыты детские приюты и богадельни. Опытный предприниматель, Жуков организовал в Порхове несколько фабрик, занимавшихся переработ-

кой местного льна. Таким образом он зарабатывал сам, одновременно создавая рабочие места для земляков. Пользуясь своим именем, Жуков также открыл на родине мыловаренный завод. Зная о качестве жуковского табака, потребители с таким же энтузиазмом начали покупать его мыло.

В *лучите* годы на фабрике Жукова трудилось пятьсот человек, которые выпускали в год 200 тонн курительного табака. Уже пожилым человеком Жуков отошёл от дел и жил в Петербурге до самой смерти. Дом Жукова, который находился на месте современного дома № 2 по переулку Джамбула (бывший Леш-туков), к сожалению, был уничтожен в ходе бомбардировок во время блокады. Состояние фабриканта превышало 20 миллионов рублей (миллиард долларов по современному курсу). На эти деньги его четырнадцать детей безбедно жили в дальнейшем. Об их детях, внуках Жукова, и других потомках ничего не известно.

Своеобразное содействие Жукову оказывал император Николай I. Не куривший сам и не терпевший курильщиков, царь в 1848 году полностью запретил курение табака в общественных местах, поэтому удобнее было купить упаковку табака у Жукова и потом раскурить её дома. Этот запрет действовал почти двадцать лет, пока сын Николая, Александр II, не отменил его.

Папиросы

Вместе с тем жуковская эпоха постепенно начала уходить в прошлое. Виной тому стало появление и быстрое распространение в России папирос. Эта разновидность табачных изделий появилась в 1830-е годы у британских и турецких солдат. Не имея возможности нормально раскурить трубку в походе или на марше, они начали набивать табаком бумажные гильзы от патронов. В России папиросы были известны с 1844 года под названием «бумажных сигар». Изначально их делали на дому.



Биржевая площадь в центре Москвы, 1909 год



Тот же вид в наши дни

В Петербурге свой бизнес организовал бывший камердинер князя Барятинского, француз Морнэ, который выпускал сорт «Мэрилендские лёгкие» по копейке (примерно 30 современных рублей) штука. Затем появились так называемые «заказные» папиросы. Внешне они ничем не отличались от фабричных, однако в этом случае покупатель мог прийти в табачную лавку со своим табаком и попросить сделать с ним папиросы. Это стоило от 40 до 80 копеек (примерно 1 200-2 400 современных рублей) за сотню. Дешевизна таких папирос объяснялась тем, что лавочники стали ставить у себя набивочные машинки, за которыми сидели молодые девушки (так в России появилась профессия папиросницы).

Курение папирос буквально ворвалось в общественную

жизнь. В отличие от трубок и сигар, это был куда более демократичный товар. Новый император Александр II, большой любитель сигар, в 1865 году вновь разрешил курить на улице. Единственным запретным местом был тротуар вокруг Зимнего дворца. Городское пространство стало обрастать новыми атрибутами. Так, в людных местах (на площадях, вокзалах, в торговых рядах) появились первые урны. Общественный транспорт – конки и трамваи – были оборудованы ящиками с надписью «Для окурков».

Со временем папиросы полностью вытеснили трубочный и нюхательный табак, который теперь считался чем-то старомодным. Многие известные люди были большими любителями папирос. Так, Достоевский, когда писал свои романы, курил одну папиросу за другой, запивая их остывшим чаем. Пачка папирос была непременным атрибутом рабочего стола последнего царя из династии Романовых, Николая II. Специально для него был сделан курительный столик в виде круглой столешницы с тремя ножками из стилизованных винтовок Мосина, однако государь курил везде и всюду, даже за обеденным столом, выкуривая в день полторы пачки.



Папиросы «Десерт» – вероятно, самая популярная из недорогих марок начала XX века

Фирма «Габай»

Для производства папирос в основном стал использоваться крепкий турецкий табак. Из-за этого самые известные имена в русской табачной промышленности были караимскими. Караимы, малочисленный и уникальный народ, представляли собой потомков тюркоязычных племён, принявших иудаизм. Традиционно они жили на южном берегу Крыма и были хорошо знакомы с выращиванием и производством табака. Крым долгое время находился в зоне влияния Турции, а после того, как в 1783 году он был присоединён к России, вместе с ним в империю вошла и развитая табачная культура.



Николай II курит на прогулке

В 1864 году в Москву приехала супружеская пара крымских караимов – Самуил (1826–1879) и Анна (1839–1929) Габай. Они открыли маленькую мастерскую, где сначала работало всего двое человек. Через тридцать лет сын основателей и наследник бизнеса Иосиф Габай управлял уже огромной фабрикой, где трудилось пятьсот человек, производивших в год 60 миллионов папирос. Капитал Габаев в то время превышал миллион рублей (1,5 миллиарда современных).



Реклама фирмы Габай, начало XX века

С развитием фирмы связан любопытный сюжет. Чтобы

меньше зависеть от импортного табака, Иосиф Габай заказывал у специалистов исследования на табачную тему. В них отмечалось, что выращивать табак гораздо легче и прибыльнее, чем огурцы и помидоры, к тому же фабрика Габаев охотно бы покупала его у фермеров. В этом Габаю помогал закон от 14 мая 1882 года. С целью получения дополнительной прибыли от табачной промышленности правительство запретило прямую торговлю табаком. До этого производитель табачного листа мог продавать его непосредственно потребителю, и государство таким образом теряло доход. Теперь же все производители были обязаны продавать табак фабрикам, которые платили государству установленный акциз со своей продукции. Эта мера, с точки зрения властей, была оправданной: табачные акцизы в конце XIX века приносили в казну до 100 миллионов рублей в год (в современных рублях – 150 миллиардов). Благодаря сочетанию агитации и буквы закона, Габай смог удовлетворять свои потребности за счёт отечественного табака и расширить производство.



Обложка одного из таких агитационных изданий

Желая привлечь клиентов, Габай экспериментировал с

различными табачными смесями. Однажды ему на глаза попался до этого малоизвестный боснийский сорт под названием «Герцеговина Флёр». Его своеобразный насыщенный аромат настолько понравился Габаю, что он решил сделать его жемчужиной своего производства, сыграв на редкости балканского табака. Оставалось придумать новым папиросам название, однако после долгих раздумий менеджерам ничего не пришло в голову – новый продукт так и выпустили под ботаническим названием табака. Папиросы, несмотря на свою дороговизну (они стоили в четыре раза дороже, чем обычный габаевский табак) быстро полюбились курильщикам и стали символом хорошего вкуса.

Пожалуй, наиболее известным ценителем этих папирос был Иосиф Сталин.



Молодой Сталин курит папиросу



Пачка «Герцеговины Флёр» фабрики Габая, начало XX века

С этими папиросами связан известный миф о том, что Сталин крошил их в свою трубку. Однако папиросный табак слишком мелко нарезан и плохо загорается в трубке, поэтому Сталин курил папиросы обычным способом. Кроме того, известно, что он предпочитал английский трубочный табак Edgeworth, который курил из английской же трубки Dunhill.

Успех «Герцеговины Флёр» вдохновил Габая выпустить ещё один, вероятно, самый известный бренд фирмы. В 1912 году был представлен новый сорт папирос – «Ява». Они бы-

ли сделаны из экзотического для России индонезийского табака, из которого в Европе обычно делали сигары. Именно этот бренд пережил и саму фабрику, и Российскую империю, и впоследствии Советский Союз. Он выпускается и в наши дни.



Пачка первых папирос бренда Ява, начало XX века

Торговый дом «Пигит и компания»

Среди тех, кто работал на фабрике Габая, был ещё один караим, Илья Пигит (1851–1915). Начав простым рабочим, он дорос до директора предприятия, а затем ушёл из компании, чтобы открыть собственное дело – Торговый дом «Пигит и компания».

Конец XIX века был очень удачным временем для табачного производства. Возросший интерес к папиросам как недорогому и демократичному изделию отразился в статистике: если до 1891 года их производство в России колебалось на уровне 3,5 миллиарда штук в год, то в 1898 году эта цифра возросла до 6,7 миллиарда, а в 1908 году – до 15 миллиардов штук в год. Разбиравшийся в сортах табака и хорошо знавший рынок Пигит быстро набрал обороты. В основном он делал ставку на выпуск дешёвых сортов табака и махорки, рассчитанных на массовый спрос. Тем не менее у Пигита не было оборудования для производства папирос, которое было у Габаев. Чтобы расширить бизнес, Пигит решил объединиться со своими земляками – братьями Абрамом (1860–1936) и Иосифом (1861–1923) Катък.



Илья Пигит с женой Верой

Братья Катык, тоже крымские караимы, занимали другую нишу табачного рынка, а именно производство гильз. В то время курильщики покупали не только готовые папиросы, но и пустые бумажные обёртки, которые можно было набить табаком по вкусу.

Фирму Катык роднила с производителем коньяка Николаем Шустовым агрессивная реклама. Продвигая свой товар, братья стремились создать устойчивую ассоциацию «Катык = лучший». Примечательно, что в рекламе табака и табачных

принадлежностей до революции использовались детские образы, что в наши дни уже немыслимо.



Гимназист использует «самые гигиеничные гильзы Катма...»

В 1891 году Пигит и Катък совершили слияние своих фирм, открыв новую табачную фабрику. Перед этим совладельцы долго думали, как назвать новое предприятие, и в итоге выбрали имя «Дукат». Это была игра слов: дукатом традиционно называли большую золотую медаль, при этом название обыгрывало фамилии Катък и третьего компаньона – Шабтая Дувана.



...а внук рекомендует деду папиросы Габая

В работе новой фабрики Пигит вновь делал ставку на массовость и широкий охват. Фирма имела огромную сеть розничной торговли по всей империи – от Варшавы до Ташкента. Сильной стороной торгового дома была его семейственность: работу фирменных магазинов курировала жена Пигита, Вера, а исполнительным директором был её брат, Борис Катлама. Времена Жукова давно прошли – у Пигита рабочие, число которых достигало восьмисот, получали полный социальный пакет, работали по нормированному графику и получали надбавки за выработку. Работать на «Дукате» было очень престижно – зарплата опытного мастера достигала 200 рублей в месяц (около 300 тысяч современных). Капитал торгового дома достиг 1,5 миллиона рублей (около 2 миллиардов рублей).





На старинной фотографии – гильзовая фабрика и главный офис торгового дома Каты к. Сегодня по адресу Воронцовская ул., 35б располагается пивной ресторан

После смерти владельца компании Ильи Пигита в ноябре 1915 года его наследником стал племянник (сын его брата Садука) Давид Пигит. Годы Первой мировой войны стали временем подъёма «Дуката»: фирма получила армейский заказ на производство 524 миллионов папирос и 50 тонн табака на общую сумму 3,8 миллиона рублей (порядка 5 миллиардов современных), однако произошла революция. Габай и Пигит, *будучи* королями рынка в России, не стремились переводить прибыль за границу, и все их активы были сосредоточены внутри страны.



Корпуса «Дуката» (современный адрес: ул. Гашека, 4), вписанные в современный бизнес-центр, названный в память о фабрике «Дукат Плейс»



Упаковочный цех «Дуката», 1907 год

Дукат и Ява

Петом 1918 года обе фабрики были национализированы.

«Дукат» сохранил своё название, а фабрика Габая стала «Явой», по имени своего известного бренда. Давид Пигит оставил табачную отрасль и стал работать администратором в сфере книгоиздания. Иосифа Габая, как опытного менеджера, новая власть назначила директором его же бывшего производства. Оба они умерли своей смертью ещё в 1920-е годы.

В своём новом качестве старые фабрики продолжали работать на протяжении всего советского периода, сохраняя прежние традиции и рецептуру. Уже в наши дни «Дукат» был поглощён концерном Japan Tobacco International, а «Ява» была приобретена другим гигантом – British-American Tobacco. От былой империи Пигита остались лишь старые корпуса его фабрики во дворах Садового Кольца. Здания фабрики Габая в начале Петербургского (сейчас Ленинградского) проспекта были снесены летом 2010 года, и о ней уже ничего не напоминает. При этом большинство импортных сигарет, продающихся сейчас в России, содержит ту же смесь крепких и лёгких сортов табака, которую русские табачные фабриканты использовали ещё до революции.

РЕКОМЕНДУЮТСЯ
ТАБАКИ И ПАПИРОСЫ
Высшего Качества.



ТАБАЧНОЙ
ФАБРИКИ
ТОРГОВОГО ДОМА

отъ 48 коп. до 6 руб. за фунтъ.
Н.К. ПОПОВА, вдовы **С.Ф. Поповой** и К^о
въ **МОСКВѢ.**

КУРИТЕ ЛУЧШІЯ ПАПИРОСЫ!

ФАБРИКА
"ДУКАТЪ"

ВЪ МОСКВѢ.



Алкогольный бизнес



Русская водка: что мы о ней знаем

В 1978 году Международный арбитражный суд в Гааге рассматривал необычное дело. Истец, правительство Польши, призывал к ответу советское правительство за неправомерное использование бренда «водка». По утверждению польской стороны, этот напиток появился в середине XVI века на польских землях и поэтому первенство в его коммерческой реализации следовало закрепить за Польшей.

В Советском Союзе, для которого экспорт водки имел стратегическое значение (прежде всего это касалось известного бренда «Столичная»), эта претензия вызвала серьёзную озабоченность. Для подготовки экспертной оценки был приглашён историк кулинарии Вильям Похлёбкин. Работая в архивах, он обнаружил документы, из которых следовало, что производство спиртных напитков началось на Руси на век раньше, чем в Польше, и к середине XVI века русская водка имела большое распространение. Международный арбитраж счёл доводы советской стороны убедительными и в 1982 году решил спор в пользу СССР.

Известный специалист, Похлёбкин был прав относительно первенства России в производстве водки, но при этом и он ошибался, относя начало спиртового производства к середине XV века, в то время как оно началось существенно раньше. В это время (если точнее, то в 1477 году) был при-

нят первый русский закон о государственной монополии на производство спирта. По времени он совпал с централизацией Российского государства вокруг Москвы. Этот факт не отменял того, что спиртные напитки производили на Руси и раньше. Так, известно, что напитки на основе смеси спирта с водой употребляли на Урале уже в середине XIV века. Тем не менее ни самого названия «водка», ни канонического рецепта её изготовления долгое время не существовало.

Спиртные напитки средневековой Руси

Доподлинно неизвестно, когда на Руси начали дистиллировать (то есть перегонять) спирт. Скорее всего, технология спиртового производства пришла из Европы через Литву не ранее начала XIV века. Европейцы же узнали об этом процессе ещё в XIII веке от арабов (само слово «алкоголь» – арабского происхождения). Понятие «вино» в то время имело куда более широкое значение, чем сегодня: говоря «вино», чаще всего подразумевали «спирт», который мог быть как виноградным, так и зерновым. Из-за этого вплоть до середины XIX века водку в России именовали «зелёным» или «хлебным» вином.

В Средневековье на Руси не существовало никаких ограничений на производство спирта – его мог производить кто угодно. Сама технология была далека от совершенства: то, что производилось тогда, сейчас бы назвали скорее спиртовыми настойками. Долгое время не существовало разделения на лекарственные и питьевые настойки, и нередко за спиртным шли к аптекарям (история повторяется в наши дни).

Кабаки, целовальники и откупная система

Употребление некачественных спиртных напитков вызвало озабоченность правительства. Царь Иван Грозный первым из русских государей ввёл ограничение на употребление спиртосодержащих жидкостей (их позволялось пить только по большим праздникам), а для реализации алкоголя учредил сеть государственных предприятий – кабаков, где отпускали напитки, прошедшие контроль качества. Заведовать кабаками сажали так называемых целовальников – они назывались так, поскольку при вступлении в должность целовали крест и клялись, что не будут разбавлять напитки и обсчитывать посетителей. Качество алкоголя в это время действительно улучшилось, и им даже могли выдавать часть жалования служившим людям. По свидетельству иностранцев, особенно популярными и вкусными были коричневая и малиновая настойки. Немецкому послу Адаму Олеарию запомнилось, как царь Михаил Фёдорович угощал дипмиссию различными «водками», на закуску предлагались пряники и маринованные вишни.

Тем не менее идея продажи алкоголя по фиксированной госцене долго не просуществовала. Расширение страны и сопутствовавшие этому постоянные войны требовали стабильного источника пополнения казны. Им и стала продажа

спиртных напитков. В самом начале XVII века, при царе Борисе Годунове, произошли первые попытки введения винного откупа. Окончательно откупная система была принята в 1663 году. Она заключалась в том, что государство каждые четыре года разыгрывало тендер для передачи реализации спиртных напитков в частные руки. Победитель конкурса обязывался платить в казну ежемесячно определённую сумму, а все доходы сверх неё оставались у предпринимателя.

С формальной точки зрения, государство оказывалось как бы не при делах. Изготовленная на государственном предприятии продукция поступала на казённый же склад. Для реализации алкоголя в конкретной местности государство назначало дистрибьютора (откупщика). Подобных откупщиков по всей стране были тысячи, они могли вестись и отдельно взятым кабаком, и районом, и городом. Каждый месяц подобные дистрибьюторы вносили в казну назначенный правительством фиксированный платёж, за что получали право распоряжаться той партией продукции, которую государство передавало им для реализации. Отдельно взятый откупщик устанавливал свою цену на продажу алкоголя в розничной сети, перевозил товар, впоследствии также мог хранить его у себя. Коллизия заключалась в том, что если потребитель получал разбавленный или некачественный напиток, за это по идее отвечал откупщик, а не государство, поскольку до того, как товар передали откупщику, он проходил контроль качества. Алкогольное производство также оставалось в ве-

дении правительства и не могло принадлежать откупщику, который был лишь распространителем.

Стоит ли говорить, насколько несовершенной и даже порочной была подобная практика. Как это часто бывает, тендеры выигрывали аффилированные лица, которые находились в сговоре с чиновниками. Накручивая цены, они одновременно разбавляли напитки, насколько это было возможно. Посетители сетовали, что в государевом кабаке «рот дерёт – хмель не берёт», и издевательски называли предлагавшееся им пойло «царской мадерой» (по названию дорогого креплёного вина, которое пили при дворе), однако за неимением лучшего продолжали ходить в государственные заведения.

Государственная политика производства спиртного и его продажи была крайне противоречивой. С одной стороны, власти стремились отслеживать потребление алкоголя, чтобы избежать повального пьянства. В XVIII–XIX веках было произведено много экспериментов в этой сфере. Государство пыталось продавать алкоголь то в конкретных заведениях общепита (трактирах и кабаках), то хотя бы не за пределами городов. Подданным то запрещали производить алкоголь на продажу, то разрешали, но с ограничением по крепости. Правительство несколько раз пыталось упразднить институт откупа и ввести прямую монополию на продажу спиртного, но на огромной территории эта мера выходила неэффективной. Периодически поднимались ввозные пошлины на алко-

голь, однако это приводило к появлению алкогольных суррогатов внутри страны.

С другой стороны, казне постоянно требовался приток денег, а продажа спиртных напитков была самым лёгким их источником. Это предопределило конфликт целовальников и откупщиков. Первые были своего рода государственными чиновниками, стоявшими под присягой, при этом целовальником мог стать далеко не каждый, а только проверенный и честный человек, которому позволялось в рамках поощрения получать небольшой навар с продажи (никто не был против, если они продадут девять рюмок, а десятую пустят мимо кассы). Вторые могли заниматься бизнесом, совершенно не связанным с алкоголем, а продажу спиртного брать в нагрузку, как дополнительный источник дохода. В результате откупщики составляли серьёзную конкуренцию целовальникам, фактически оставляя их без дохода и лишая их деятельность смысла. Последним приходилось искать побочные заработки. Как можно видеть из фольклора, стойка целовальника нередко выступала в роли ломбарда, там же можно было за сходную цену приобрести оружие или нанять исполнителя для какого-то тёмного дела. Всё это способствовало криминализации питейной отрасли.

Тем не менее с точки зрения государства откупная система оправдывала себя. Так, по состоянию на 1781 год она давала 10 миллионов рублей (или 20 миллиардов рублей, переводя на современные деньги). В начале XIX века в бюджет

поступало уже около 12 миллионов рублей (соответственно, 24 миллиарда современных). В разные годы «пьяные деньги» составляли от четверти до трети поступлений в госбюджет. В конце XIX века доходы от спиртного шли уже на сотни миллионов: 230 миллионов (276 миллиардов современных) в 1885 году, 390 миллионов (468 миллиардов современных) в 1898 году. В 1908 году сумма достигла рекордных 750 миллионов рублей (900 миллиардов современных).

Чувствуя свою важность, откупщики сформировали серьёзное лобби, которое блокировало любые попытки изменить существовавшую систему. Упразднить институт откупа не удалось ни Елизавете Петровне в середине XVIII века (она пыталась передать контроль над производством и отпуском спирта исключительно дворянам), ни Николаю Первому в 1820-е годы (он рассматривал проект прямой реализации спиртного государственными органами без посредничества откупщиков). Винному откупу особенно покровительствовали Екатерина Великая и её сын Павел Первый. Так, в 1765 году царица повелела вернуть откупщикам все привилегии, отобранные её предшественницей. Павел в 1799 году издал указ, согласно которому откупщики могли не только отпускать спиртные напитки, но и производить и хранить их самостоятельно.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

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

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