ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ ДИНАСТИИ РОССИИ

ОПЫТ ПОСТРОЕНИЯ УСПЕШНОЙ КУПЕЧЕСКОЙ ДИНАСТИИ МОРОЗОВЫХ ИЗ Г. БИЙСКА, НА АЛТАЕ

Волокитина М.Е.[36], **Литягина А.В.**[37]

Исследование посвящено предпринимательской династии купцов Морозовых из г. Бийска Алтайского округа конца XIX – начала XX вв., ее становлению, этапам деятельности, факторам успеха. Для написания статьи были использованы ключевые научные издания по теме, а также опубликованные сборники документов. Анализируются сильные и слабые стороны конкретной модели предпринимательства на примере бийской династии торговцев и промышленников Морозовых. Показан вклад купцов в развитие инфраструктуры своего региона. Рассмотрение делового опыта, коммерции и действий по развитию бизнеса конца XIX – начала XX вв. позволило сделать рекомендации для современного регионального предпринимательства, его устойчивости и конкурентоспособности.

Ключевые слова:
предпринимательство, династия, г. Бийск, Алтай, Морозовы, конец XIX – начало XX вв.

[36] **Волокитина Мария Евгеньевна** - студентка 2 курса бакалавриата института гуманитарного образования. Бийский филиал имени В.М. Шукшина Алтайского государственного педагогического университета. 659333, Россия, г. Бийск, ул. Короленко 53, тел.: 89039102290, E-mail: makrakin@yandex.ru

[37] **Литягина Алла Владимировна** - кандидат исторических наук, доцент, доцент Бийского филиала имени В.М. Шукшина Алтайского государственного педагогического университета, тел.8-962-822-0981, E-mail: lit0419@yandex.ru

Введение

Актуальность темы. Изучение опыта региональных предпринимательских династий дореволюционной России, таких как бийские Морозовы, актуально для страны и для современного Алтайского края. Оно позволяет выявить уникальные модели успеха, адаптированные к местным условиям. Этот опыт может быть востребован сегодня для импортозамещения, развития внутреннего туризма, поддержки малого и среднего бизнеса и формирования стратегий регионального развития. Анализ практик благотворительности и социальной ответственности купцов важен для построения партнерских отношений между бизнесом и властью в современных российских городах.

Степень изученности проблемы. По истории российского купечества к настоящему времени проведено уже немало исследований и написано большое количество работ. Выделяются труды А.Н. Бохонова - одного из первых ученых по истории российского предпринимательства, формированию этого сословия и его роли в культурной жизни страны [2; 3]. Исследования В.А. Скубневского, А.В. Старцева и Ю.М. Гончарова заложили основу для системного анализа купеческого сословия и его роли в региональном развитии [7; 11]. В частности, энциклопедический справочник «Предприниматели Алтая» и коллективная монография «Купечество Алтая» являются ключевыми источниками по биографиям и деятельности коммерсантов [8; 9]. Статья А.В. Старцева в энциклопедии «Бийск» дает сжатую, но содержательную характеристику династии Морозовых [9]. Работа А.В. Литягиной позволяет понять институциональный контекст, в котором действовали предприниматели, включая механизмы городского самоуправления [6]. В работе Ю.М. Гончарова и А.В. Литягиной анализируется городская среда и общественная жизнь дореволюционного Бийска [4]. Эти исследования служат надежной основой для настоящей работы, хотя специального изучения династии Морозовых под углом зрения управления и преемственности в них не проводилось. Комплексных исследований, посвященных именно династии Морозовых с позиций менеджмента и преемственности, с выработкой практических рекомендаций для современности, практически нет. Это определяет научную новизну данной работы.

Объект исследования – деятельность предпринимательских династий в дореволюционном Бийске. *Предмет исследования* - предпринимательская деятельность и факторы успеха династии бийских купцов Морозовых. *Цель исследования*: на основе анализа деятельности династии Морозовых выявить специфические региональные предпосылки предпринимательского успеха и разработать рекомендации по их применению в современных условиях Алтайского края. *Задачи исследования*:

1. Проследить эволюцию бизнеса Морозовых от торговли к многоотраслевой деятельности.

2. Проанализировать роль семейных ценностей, образования и социальной ответственности в устойчивости династии.

3. Выявить сильные и слабые стороны предпринимательской модели Морозовых.

4. Разработать практические предложения для современных предпринимателей и органов власти Алтайского края.

Методология исследования. В работе применяются историко-системный метод (для анализа Бийска как целостной системы), историко-генетический метод (для прослеживания этапов развития династии), а также методы анализа и синтеза.

1. Становление предпринимательской династии Морозовых в контексте развития Бийска

Зарождение династии: деятельность основателя Алексея Федоровича Морозова

Экономический подъем и стремительный рост Бийска во второй половине XIX – начале XX вв. был вызван общим благоприятным хозяйственным развитием Сибири, особенно в годы строительства и эксплуатации Великой транссибирской железнодорожной магистрали [7, с. 174-232; 4,

с. 29-56; 12]. Возникла благоприятная среда для появления и расцвета крупных предпринимательских династий, одной из которых стали Морозовы. Основатель династии, Алексей Федорович Морозов (1829–1894), принадлежал к категории государственных крестьян Владимирской губернии, которые, в отличие от помещичьих, обладали большей личной свободой и хозяйственной самостоятельностью, но несли обязанности перед государством [10]. Ранняя смерть родителей закалила его характер. Будучи предприимчивым человеком, он сумел юридически оформить личную свободу, выкупившись из податного состояния до реформы 1861 г., что было сложной, но возможной процедурой для государственных крестьян.

В конце 1850-х гг. супруги Морозовы переехали на Алтай. Алексей Федорович проявил себя как предприниматель-первопроходец, начав рискованную, но высокодоходную торговлю с населением Горного Алтая и Монголии еще до официального разрешения властей. Однако, очевидно, столкнувшись с экстремальными природными условиями – непроходимыми зимними тропами и морозами ниже -50°С на Чуйском тракте – он сделал стратегический вывод о ненадежности этого направления как основы для устойчивого бизнеса и необходимости хозяйственной переориентации [8, с. 72].



Рис. 1. А.Ф. Морозов и Е.Г. Морозова. Из фондов Бийского краеведческого музея

Сколотив первоначальный капитал, Морозов сфокусировался на менее рискованной, но масштабной мануфактурной и галантерейной торговле, создав сеть магазинов в Бийске, Барнауле, Змеиногорске и Кузнецке. К 1877 г. он стал единственным купцом первой гильдии в Бийске, что свидетельствовало о значительном обороте его капитала [10]. Его предпринимательская модель характеризовалась не только коммерческой хваткой, но и глубокой интеграцией в жизнь города. Ярким примером служит его роль в строительстве Троицкого собора. Получив от городской управы доверенность на сбор средств, Морозов использовал свои коммерческие связи, закупая ткани оптом и продавая их в розницу с наценкой, направляя всю прибыль на возведение храма [9, с. 169]. В 1880-е гг., чутко уловив тенденции развития региона, связанные с ростом зернового производства и строительством железной дороги, Алексей Федорович совершил прорыв в хлебной торговле. Понимая критическую важность логистики в Сибири, он создал собственный речной флот, запустив в 1888 г. первый пароход «Первый». К 1893 г. его флот насчитывал уже 4 судна. Вертикальная интеграция была продолжена строительством мельниц по берегам Бии и Оби, что позволило контролировать полный цикл от закупки зерна до продажи муки [9, с. 102].

Таким образом, деятельность Алексея Фёдоровича Морозова заложила фундамент будущей династии, продемонстрировав сочетание рисковых начинаний и стратегического прагматизма, коммерческого таланта и глубокого вовлечения в решение общегородских задач, что в совокупности обеспечило не только рост капитала, но и прочную репутацию в регионе.

Диверсификация бизнеса: от торговли к промышленности и финансовой деятельности

После смерти Алексея Федоровича в 1894 г. управление перешло к его вдове Елене Григорьевне Морозовой (1832-1908). Несмотря на отсутствие школьного образования, она проявила выдающиеся управленческие способности. По наблюдениям современников, сибирячки были более предприимчивые и самостоятельные, чем женщины Европейской части страны. Как отмечал один из сибирских купцов, «умер муж – не погиб промысел, мужем заведенный. Жена-вдова ведет его дальше, с той же энергией и знаниями, какие присущи мужу» [5, с. 131]. Поскольку своих детей у пары не было, Елена Григорьевна привлекла к делу племянников – Михаила и Григория Сычевых. Под их оперативным руководством бизнес не просто сохранился, но и вступил в фазу активной диверсификации и индустриализации. Торговая империя стала превращаться в промышленно-торговый бизнес. Были открыты маслобойное, мукомольное и кирпичное производства, расширена скупка хлеба и розничная торговля пивом [8, с. 74]. Настоящим технологическим прорывом стало основание в 1898 г. Бийского кожевенного завода, оснащенного тремя паровыми котлами, что делало его одним из самых современных предприятий в Западной Сибири. В 1899 г. Елена Григорьевна получила разрешение на строительство первой в Сибири электростанции, что стало символом модернизационного подхода династии [11, с.156].

К началу XX в. империя Морозовых включала 27 торговых предприятий и 5 ключевых промышленных объектов: электростанцию, паровую мельницу, кожевенный завод, пивоварню и маслобойный завод. Личный капитал Елены Григорьевны к концу жизни оценивался в 1 481 500 руб. [8, с. 72]. Эта эволюция от торговца к промышленнику и финансисту, активно использовавшему векселя и долевое участие в других компаниях, демонстрирует классический путь роста регионального капитала в дореволюционной России.

Анализ становления династии Морозовых позволяет сделать вывод о том, что их успех был обусловлен сочетанием стратегического прагматизма, глубокой адаптации к региональным условиям и эффективного управления на разных этапах развития. Основатель династии, Алексей Федорович, продемонстрировал редкую дальновидность, вовремя отказавшись от рискованного направления в пользу создания стабильной торговой сети. Его ключевым достижением стала вертикальная интеграция бизнеса – создание собственного речного флота и мельниц, что позволило контролировать всю цепочку хлебной торговли и преодолеть слабость транспортной системы Сибири.

Принципиальное значение имела также его деятельность, связанная со строительством Троицкого собора. Этот проект выходил далеко за рамки обычной благотворительности, став инструментом формирования репутации, социального капитала и политического влияния. Получив официальную доверенность от городской управы на сбор средств и умело комбинируя коммерческие операции с филантропическими целями, Морозов не просто финансировал возведение храма, а позиционировал себя как ключевую фигуру в решении важнейшей для городского сообщества задачи. Это укрепляло его статус, расширяло сеть доверительных связей с другими купцами и властью, и в конечном счете создавало прочный фундамент общественного доверия, на котором строился весь его дальнейший бизнес.



Рис.2. Троицкий собор в г. Бийске (в 30-е гг. XX в. был разрушен). Из фондов Бийского краеведческого музея.

После смерти Алексея Федоровича Елена Григорьевна Морозова не только сохранила дело, но и совершила рывок, трансформировав торговую империю в многопрофильный промышленный конгломерат через диверсификацию и инвестиции в современные технологии (кожевенный завод, электростанция). Таким образом, путь Морозовых от государственных крестьян до ведущих сибирских промышленников иллюстрирует модель регионального успеха, построенную на стратегическом видении, контроле над логистикой, технологической модернизации и умелом наращивании как экономического, так и социально-символического капитала.

2. Факторы успеха бийских Морозовых: семья, социальная ответственность и управление

Семья, вера и образование: духовный каркас предпринимательства

Устойчивость династии Морозовых опиралась не только на коммерческие таланты, но и на прочную ценностную основу, сформированную семейными традициями и старообрядческой этикой. Принадлежность к старообрядчеству задавала особый деловой кодекс: богатство понималось не как цель, а как Божье благословение за усердный труд («труд во спасение»), что вело к аскетичному образу жизни и постоянному реинвестированию прибыли [11, с.151]. Внутри старообрядческой общины царили круговая порука и высокое доверие, что облегчало Морозовым налаживание деловых связей и доступ к кредитам после переезда на Алтай. Эта же этика предписывала социальную ответственность как духовный долг, объясняя системный характер их благотворительности.

Отсутствие прямых наследников заставило Елену Григорьевну искать институциональное решение. Она создала полное товарищество «Наследники Е.Г. Морозовой» (1908 г.), распределив капитал между шестью племянниками и назначив управляющими самых опытных из них [8, с.72]. Однако эта формальная модель дала сбой после смерти ключевых распорядителей в 1911–1913 гг. Оставшийся управляющий не справился с вызовами Первой мировой войны, что выявило слабость династии: бизнес зависел от личных качеств узкого круга лиц, а созданные управленческие институты оказались слишком хрупкими [6; 8]. Даже то, что некоторые наследники (как Николай Сычев) получили престижное коммерческое образование в Москве, не спасло положение - знаний оказалось недостаточно без отлаженной системы корпоративного управления.

Социальная ответственность как стратегический ресурс регионального предпринимательства

В историографии российского купечества благотворительность традиционно рассматривается либо как акт религиозного благочестия, либо как инструмент формирования сословного престижа. Однако анализ деятельности династии Морозовых позволяет выявить более сложную и прагматичную мотивацию. Их социальные инвестиции представляли собой системную стратегию создания благоприятной институциональной среды для долгосрочного развития бизнеса. В условиях слабости государственных институтов в регионе

такая частная инициатива компенсировала дефицит общественных благ, формируя внешние условия для экономического роста.

Ключевым ограничением для индустриализации в Сибири во второй половине XIX в. был острый дефицит квалифицированных кадров. Система государственного образования не успевала за потребностями растущей экономики. Деятельность Морозовых в этой сфере носила характер целенаправленной подготовки трудовых ресурсов. Финансирование строительства каменного здания для мужского городского училища (1875 г.), крупные пожертвования на женскую прогимназию (1880 г.), а впоследствии - создание низшего ремесленного училища (1915 г.) решали конкретную бизнес-задачу [8, с. 72].



Рис. 3. Пушкинское мужское училище в г. Бийске

Эти учреждения формировали пул грамотных выпускников, владеющих основами математики и письма, что было минимальным требованием для работы конторским служащим, приказчиком или мастеровым на современном предприятии. Таким образом, благотворительность трансформировалась в долгосрочные инвестиции в производительность труда, снижая издержки на поиск и базовое обучение персонала.



Рис. 4. Николаевская женская гимназия. Из фондов Бийского краеведческого музея

В сословном обществе дореволюционной России публичная деятельность и покровительство образованию являлись механизмом социальной легитимации крупного капитала. Занимая пост городского головы (А.Ф. Морозов, 1881-1884 гг.) и руководя ключевыми благотворительными обществами (Е.Г. Морозова в Обществе попечения о начальном образовании), представители династии не только повышали семейный статус, но и включались в процессы принятия общественно значимых решений. Это создавало отношения доверия и взаимности с различными слоями городского населения. Помощь беднейшим ученикам формировала позитивный образ предпринимателя не как эксплуататора, а как «отца города», что снижало социальную напряженность. В результате бизнес Морозовых получал неформальную лицензию на деятельность и лояльность со стороны местного сообщества, что являлось критически важным нематериальным активом в условиях нестабильности.

Дальновидными поступками были и пожертвования на некоторые нужды в других городах. Так, барнаульская городская дума в своем постановлении от 14 октября 1898 г. решила: «пожертвованные потомственной почетной гражданкой бийской 1-й гильдии купчихой Еленой Григорьевной Морозовой капитал в десять тысяч рублей принять и записать на приход в специальные средства амбулаторной лечебницы и обратить в процентные бумаги, а проценты с него, согласно желанию жертвовательницы, расходовать ежегодно исключительно на покупку медикаментов для бесплатной выдаче их неимущим больным» [1, с. 165]. Дума также постановила выразить письменную искреннюю благодарность Е.Г. Морозовой «за сочувственное отношение к нуждам города».

Стратегия Морозовых выходила за рамки филантропии, затрагивая вопросы развития городской инфраструктуры. Их участие в общественной жизни и финансирование социальных объектов способствовали созданию более привлекательной и функциональной городской среды. Это, в свою очередь, стимулировало приток населения, рост покупательной способности и расширение локального рынка - основного потребителя продукции их промышленных предприятий. Деятельность Морозовых по развитию городской инфраструктуры и общественных пространств была частью общего процесса благоустройства Бийска, который активизировался в конце XIX - начале XX в. с развитием городского самоуправления и ростом благосостояния купечества [6]. Их вклады в строительство храмов, учебных заведений и других объектов не только решали частные бизнес-задачи, но и формировали современный облик города, повышая его привлекательность для жизни и ведения коммерции.

Проведенный анализ позволяет утверждать, что феномен успеха династии Морозовых представляет собой уникальный синтез глубоко укорененных ценностных ориентиров и выверенной прагматичной стратегии, адаптированной к специфике сибирского региона. Устойчивость их предпринимательской модели базировалась на комплексе взаимосвязанных факторов, которые можно разделить на внутренние (духовно-этические) и внешние (социально-управленческие). Внутренним стержнем и источником конкурентных преимуществ династии стала старообрядческая этика. Она сформировала прочный культурный код, определивший уникальную деловую хватку Морозовых. Такие принципы, как восприятие труда как духовного служения («труд во спасение»), аскеза в быту и постоянное реинвестирование прибыли, создавали экономию ресурсов и фокусировали энергию на развитии дела. Важнейшим аспектом стала корпоративная солидарность и высокий уровень доверия внутри старообрядческих общин, что выступало в роли неформального института, снижавшего риски и транзакционные издержки в условиях слабой правовой защищенности бизнеса. Эта этическая система также предопределила системный характер благотворительности, превратив ее из эпизодической помощи в осознанную форму социального служения и ответственности.

Социальная деятельность Морозовых была не филантропией в чистом виде, а стратегическим инструментом долгосрочного развития и бизнеса, и территории. Инвестируя в образование (строительство училищ, гимназий, материальная помощь ученикам), они решали ключевую для себя кадровую проблему, готовя грамотных и лояльных сотрудников. Участие в городском самоуправлении и руководство общественными организациями позволяло формировать благоприятную регуляторную и социальную среду, минимизировать конфликты и укреплять репутацию. Таким образом, их вклад в развитие Бийска был инвестицией в человеческий и социальный капитал, влиявшей на устойчивость и прибыльность их собственных предприятий. Это превращало династию в органичную часть городского организма, чьи интересы были переплетены с процветанием всего города.

Прагматичная бизнес-модель, включавшая вертикальную интеграцию, диверсификацию и использование современных

технологий, была идеально приспособлена к вызовам сибирской экономики. Создание собственного флота, сети складов и перерабатывающих заводов позволяло контролировать всю цепочку создания стоимости и нивелировать слабость транспортной инфраструктуры. Однако наиболее показательным и противоречивым аспектом управления стал кризис преемственности. Создание товарищества «Наследники Е.Г. Морозовой» было формально верным шагом для перехода к более сложной корпоративной структуре. Однако на практике эта модель не смогла преодолеть патриархальную зависимость от харизмы и компетенций конкретных лидеров. Смерть ключевых управляющих (И.П. Палабужева и Г.А. Сычева) обнажила отсутствие глубины управленческой команды и отлаженных бюрократических процедур, способных функционировать автономно. Образование, полученное некоторыми наследниками, оказалось недостаточным для создания устойчивой системы, независимой от личностного фактора. Это продемонстрировало разрыв между традиционной семейно-общинной моделью управления, основанной на доверии и личных связях, и требованиями современного корпоративного менеджмента, требующего формализации и распределения ответственности.

3. Уроки для современного малого и среднего бизнеса Алтайского края

Анализ предпринимательской модели Морозовых: сильные и слабые стороны

Сильные стороны:

- Стратегическое видение и диверсификация: умение идентифицировать перспективные рынки (хлебная торговля) и своевременно диверсифицировать риски, инвестируя в перерабатывающую промышленность.

- Вертикальная интеграция: контроль над всей цепочкой создания стоимости — от закупки сырья (склады) до транспортировки (флот) и переработки (заводы).

- Инвестиции в инфраструктуру: строительство не только производственных, но и социальных объектов (школы, электростанция), что укрепляло долгосрочные позиции бизнеса в регионе.

- Социальный капитал: активная благотворительность и общественная деятельность создавали репутацию, лояльность населения и конструктивные отношения с властью.

- Использование локальных преимуществ: максимальное использование географического положения Бийска и ресурсов Алтайского края.

Слабые стороны:

- Зависимость от личности лидера: кризис фирмы «Наследники Е. Г. Морозовой» после смерти ключевых управляющих показал недостаточную устойчивость системы к кадровым потрясениям.

- Слабость формализованных институтов: бизнес сильно зависел от семейных связей и личных договоренностей, что делало его уязвимым в условиях кризиса и смены поколений.

- Высокая зависимость от конъюнктуры: бизнес был чувствителен к государственной политике, войнам и экономическим спадам.

Практические рекомендации по использованию исторического опыта

1. *Стратегия «Глубокой переработки»*: современным предпринимателям Алтайского края следует делать ставку не на экспорт сырья, а на создание перерабатывающих производств с высокой добавленной стоимостью (агропром, продукты здорового питания, биофармацевтика), по примеру Морозовых.

2. *Формирование кластеров*: целесообразно создавать отраслевые кластеры, объединяющие малый, средний и крупный бизнес для кооперации, снижения издержек и совместного выхода на рынки.

3. *Осознанная социальная ответственность*: инвестиции в местные сообщества, поддержка образования, культуры – это не просто благотворительность, а стратегические вложения в формирование благоприятной бизнес-среды и бренда территории.

4. *Развитие корпоративного управления*: для семейного бизнеса критически

важно внедрять современные стандарты управления, четко прописывать права и обязанности наследников, привлекать профессиональных менеджеров, чтобы избежать кризисов преемственности.

5. *Использование бренда «Алтай»*: как Морозовы использовали потенциал региона, так и современные компании должны активно использовать в маркетинге экологический и натуральный бренд Алтайского края.

Исторический опыт династии Морозовых сохраняет высокую практическую ценность для современного предпринимательства Алтайского края, демонстрируя проверенную модель регионального успеха. Стратегический переход Морозовых от торговли сырьём к развитию перерабатывающей промышленности служит прямым ориентиром для современных компаний, указывая на необходимость смещения фокуса с экспорта зерна, мяса или полезных ископаемых на производство готовой продукции с высокой маржой – будь то функциональное питание, экологичная косметика или биофармацевтические препараты. Не менее важен вывод о социальной ответственности как о стратегическом активе. Системная благотворительность Морозовых, направленная на образование и инфраструктуру, была не благотворительностью в чистом виде, а инвестицией в кадры, лояльность населения и благоприятную деловую среду. Сегодня это трансформируется в необходимость осознанного партнёрства бизнеса с местным сообществом, поддержку социальных проектов и формирование сильного территориального бренда «Алтай», который может стать мощным конкурентным преимуществом. Таким образом, синтез сильных и слабых сторон опыта Морозовых даёт чёткую дорожную карту: ставка на глубокую переработку, кооперацию в кластерах, инвестиции в социальный капитал и построение прозрачных управленческих институтов способна обеспечить алтайскому бизнесу не только конкурентоспособность, но и роль драйвера устойчивого развития всего региона.

Заключение

Проведенное исследование позволило комплексно проанализировать историю предпринимательской династии Морозовых в дореволюционном Бийске, выявить ключевые факторы ее успеха и сформулировать практические уроки для современности. Династия прошла классический путь от мелкой торговли к созданию мощного многоотраслевого конгломерата. Их успех был обусловлен умением использовать уникальное географическое положение Бийска, стратегической диверсификацией, переходом к перерабатывающей промышленности, созданием собственной логистики и грамотным использованием товариществ. Особую роль в устойчивости сыграли семейные ценности, подкрепленные старообрядческой этикой, и продуманное планирование преемственности, ярко проявившееся в деятельности Елены Григорьевны. Однако кризис фирмы «Наследники Е.Г. Морозовой» показал уязвимость модели, чрезмерно зависимой от личностного фактора. Важнейшим элементом стала системная благотворительность, являвшаяся стратегическим инвестированием в социальный капитал и развитие города.

Для современного бизнеса Алтайского края исторический опыт Морозовых актуален как никогда. Рекомендации, сформулированные в работе, - ставка на глубокую переработку, создание кластеров, осознанную социальную ответственность, внедрение современных стандартов управления и использование бренда «Алтай», - представляют практическую основу для построения устойчивых и конкурентоспособных предприятий. Таким образом, династия Морозовых оставила уникальную предпринимательскую модель, синтезирующую коммерческий успех, региональную идентичность и социальную ответственность, уроки которой могут и должны быть востребованы в современной экономике региона.

Список использованных источников и литературы

1. Барнаульская городская дума. 1877-1996. Сб. документов. Барнаул:

Управление архивного дела администрации Алтайского края, 1999. 305 с.

2. Боханов А.Н. Коллекционеры и меценаты в России. М., 1989. 192 с.

3. Боханов А.Н. Российское купечество в конце XIX – начале XX вв. // История СССР. 1985. № 4. С. 106-118

4. Гончаров Ю.М., Литягина А.В. Очерки истории города Бийска (вторая половина XIX - начало XX в.). Барнаул: Изд-во «Аз Бука», 2009. 276 с.

5. Гончаров Ю.М. Очерки повседневной жизни горожан Сибири второй половины XIX – начала XX в. Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2014. 348 с.

6. Литягина А.В. Городское самоуправление Западной Сибири в конце XIX - начале XX веков. Бийск, 2001. 168 с.

7. Скубневский В.А., Гончаров Ю.М. Города Западной Сибири во второй половине XIX – начале XX в. Часть I. Население. Экономика. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2003. 360 с.

8. Скубневский В.А., Старцев А.В., Гончаров Ю.М. Предприниматели Алтая, 1861-1917: энцикл. предпринимательства. Барнаул: Демидовский фонд, 1996. 112 с.

9. Скубневский В.А., Старцев А.В., Гончаров Ю.М. Купечество Алтая. Барнаул: Изд-во Алт. гос. ун-та, 2001. 241 с.

10. Старцев А.В. Морозовы // Бийск. Энциклопедия. / гл.ред. К.Г. Колтаков, В.П. Никишаева. Бийск: БПГУ им. В.М. Шукшина, 2009. С. 192.

11. Старцев А.В., Гончаров Ю.М. Предпринимательство в Сибири: исторический опыт (XVII – начало XX вв.). Барнаул: Азбука, 2010. 214 с.

12. Торгово-промышленные предприятия дореволюционного Бийска / сост. А.В. Петров. Бийск: Бийский краеведческий музей, 2020. 178 с.

THE EXPERIENCE OF BUILDING A SUCCESSFUL MOROZOV MERCHANT DYNASTY FROM BIYSK, ALTAI

Maria Volokitina - 2nd year student Bachelor's Institute of Humanities Biysk Branch named after V. M. Shukshin, Altai State Pedagogical University. 659333, Russia, Biysk, Vladimir Korolenko Street 53. Тел.: 89039102290. E-mail: makrakin@yandex.ru

Alla Lityagina - The Candidate of historical Sciences, Associate Professor Biysk Branch named after V. M. Shukshin, Altai State Pedagogical University. 659333, Russia, Biysk, Vladimir Korolenko, Street 53. Тел.8-962-822-0981. E-mail: lit0419@yandex.ru

The study is devoted to the entrepreneurial dynasty of merchants Morozov from Biysk, Altai Region, in the late 19th and early 20th centuries, its formation, stages of activity, and success factors. Key scientific publications on the topic, as well as published collections of documents, were used to write the article. The strengths and weaknesses of a specific business model are analyzed using the example of the Biysk dynasty of merchants and industrialists, the Morozovs. The contribution of merchants to the development of the infrastructure of their region is shown. Consideration of business experience, commerce, and business development activities in the late 19th and early 20th centuries allowed making recommendations for modern regional entrepreneurship, its sustainability and competitiveness.

Keywords:

entrepreneurship, dynasty, Biysk, Altai, Morozov, late 19th – early 20th centuries