



Электронная библиотека
Гражданское общество в России

**С. Г. Климова
И. В. Щербакова**

**«Челночество» и государство: этапы
эволюции отношений**

Электронный ресурс

URL: [http://www.civisbook.ru/files/File/Chelnochestvo i gosudarstvo.pdf](http://www.civisbook.ru/files/File/Chelnochestvo_i_gosudarstvo.pdf)

Перепечатка с сайта Института
социологии РАН <http://www.isras.ru/>

URL: <http://www.civisbook.ru>

«ЧЕЛНОЧЕСТВО» И ГОСУДАРСТВО: ЭТАПЫ ЭВОЛЮЦИИ ОТНОШЕНИЙ

Феномен «челночества» был массовым и единовременным в 90-е годы прошлого века. [16, с. 415; 17; 8, с. 26]. Он детерминировался глубоким социально-экономическим кризисом в стране, бедностью большей части населения России. В «челноки» шли люди, имеющие сравнительно высокий уровень образования, «в прошлой жизни» занятые в науке, образовании, производстве [15]. Это значит, что смена рода занятий для большинства из них была радикальной. В свою очередь, смена рода занятий вынуждала их переопределять свою жизненную ситуацию. Важным элементом этого переопределения было освоение правил новой деятельности, а подчас и участие в их создании (неформальных — в процессе коммуникации с различными акторами и формальных, когда удавалось оказывать давление на власти разного уровня). К настоящему времени челночество, хотя и сохранилось как форма самозанятости населения в основном в приграничных регионах, уже не является массовым. Можно сказать, что челночная торговля в России, пройдя несколько этапов эволюции, приобрела устойчивые черты сектора занятости, использующего избыточную рабочую силу.

Условия социального кризиса — естественная «лаборатория», в которой можно проверить как трансформируются (или, напротив, сохраняются) шаблоны поведения, казавшиеся в прошлом стабильными. Остановка огромного числа промышленных предприятий, рост цен, падение и нерегулярность выплат заработной платы, пенсий, детских пособий и т.д. — все это заставило в начале 90-х годов большую часть работоспособного населения искать способы выживания в новых условиях. Когда человек в одночасье переходит из привычных для него деятельностных и ценностно-нормативных рамок в новые, он вынужден размышлять о том, как поступать, чтобы добиться успеха в ситуации, которая грозит многочисленными рисками. «Челноки» должны были узнать или догадаться о множестве деталей своего нового занятия: о маршрутах и ночевках; о том, где, что и почему покупать; как уберечь деньги и товар от грабителей; какие суммы и кому давать в виде взяток и т.д. Потому этот феномен показался нам подходящим для изучения того, как с изменением практик (действий) меняются (или не меня-

ются) идентификационные рамки, смыслы событий, повседневные стратегии.¹

В качестве теоретико-методологического основания исследования нами использована теория фреймов И. Гофмана, которая предназначена для анализа структуры повседневного взаимодействия [3]. Эта теория дает возможность анализировать челночную деятельность как «фабрику социальности», в рамках которой человек осваивает и одновременно создает новые устойчивые практики. Фрейм, в соответствии с теорией И. Гофмана, это конструируемая агентами целостность, прежде всего практик, но вместе с тем смыслов, которые люди в типичных, повторяющихся социальных ситуациях, социальном контексте придают своим действиям и действиям других (вербальным и невербальным). Однако стоит подчеркнуть, что, в отличие от Шютца, Гофман не считает повседневность сконструированной. Он реалист. Иными словами, в теории Гофмана физический мир и общество являются ограничителями индивидуальных представлений. Эти ограничения входят в определение ситуации действующим субъектом (в нашем случае — челноком) в качестве объективных неконструируемых компонентов, а поведение действующего субъекта становится производным от социального порядка. Социальный порядок применительно к челнокам — правила, которые устанавливают более сильные, чем они люди: таможенники, администрация рынков, бандиты, иностранные партнеры.

Ситуация для челноков на протяжении всего периода существования этой формы занятости менялась довольно существенно (усиливался контроль государства; росла конкуренция; рынок насыщался товарами; происходил рост и падение курсов отечественной и иностранной валют и т.д.). Соответственно, челноки должны были постоянно отслеживать динамику ситуации, менять поведение и представления о своей социальной позиции («такой как все», «выигравший», «проигравший»); о контрагентах; о правилах, позволяющих добиться успеха. Такое изменение поведения и представлений Гофман называет рефреймингом, вводя

¹ Эмпирическая база исследования это, в основном, глубинные интервью на целевых выборках с «челноками» и «не-челноками», проведенные в 4-х городах России: Москве, Нижнем Новгороде, Краснодаре и Хабаровске. Всего опрошено 56 респондентов. Выборка сформирована по принципу «доступных случаев», поскольку отсутствуют точные данные о параметрах генеральной совокупности [5]. Отбор информантов производился по единственному критерию — совершению «челночных» поездок. Отбирались те респонденты, для которых челночная торговля была основным занятием достаточно продолжительное время (около трех лет), с тем, чтобы они могли рассказать о разных этапах развития челночной торговли, свидетелями которых они были. Использованы также данные массового опроса, посвященного «челнокам», которые были проведены Фондом «Общественное мнение» 25-26 июня 2005 г. в 100 населенных пунктах и материалы фокус-групп, проведенных в трех городах России (Воронеж, Санкт-Петербург, Москва) в июне 2005 г.

понятие «ситуативная уместность», которое означает правила поведения в контексте. Индивид может вкладывать свой смысл в ситуацию и определять ее как ему хочется, но если действие будет ситуативно неуместным, его смысл разрушится, а индивид заработает санкции. Нельзя судить о соответствии действия норме за пределами ситуативной уместности. Поэтому мы сочли необходимым зафиксировать несколько ключевых этапов в эволюции челночной торговли, границы которых определялись, в основном, тем, как государство меняло правила челночной торговли.

Поначалу (в конце 1980-х годов) работоспособные люди попытались создавать «кооперативы» — как правило, мелкие мастерские по производству товаров массового спроса. Однако очень скоро совместное давление государственных налоговых органов и рэкета привело к массовому разорению кооперативов. Люди поехали за готовыми изделиями в другие страны, и это оказалось делом гораздо более выгодным, чем собственное производство. Российским производителям, в отличие от «челноков», приходилось платить налоги. Поэтому они систематически проигрывали в конкурентной борьбе, даже если предлагали более качественные товары [18]. Специалисты называют такую налоговую систему репрессивной и говорят, что ее следствием стал рост теневой экономики [9, с. 93.]. Вероятно, это действительно так. Мы же в своей истории о «челноках» обратили внимание на то, что в результате такой государственной политики трудоспособные и трудолюбивые люди столкнулись с невозможностью заниматься производственной деятельностью в своих интересах в предлагаемых рамках. Теоретически у них было две возможности: протестовать или искать альтернативную стратегию выживания, уйти. Они выбрали уход. Далее попытаемся понять, почему не был выбран протест.

В развитии челночной торговли в России можно выделить три периода.

Первый — 1987-1994 годы, когда челночная торговля только появилась. Ее отличали следующие особенности:

1. Отсутствие у многих, если не у большинства, первых челноков, денег на покупку товаров за границей. Вместо денег они брали с собой другие товары для продажи (чаще всего туда везли бытовую технику, ювелирные изделия, а оттуда — одежду, парфюмерию, бижутерию).

2. Небольшое число заграничных торговых маршрутов (первыми странами, куда поехали российские «челноки», были Польша, Югославия, несколько позже — Турция.).

3. Малые объемы провозимых товаров — только то, что может привезти с собой один человек. Бывший «челнок», а ныне преуспевающий хозяин магазинов элитной одежды рассказывает, что те, кто торговал

одеждой, и не могли привезти на себе товаров больше, чем на полторы тысячи долларов [14].

4. Высокая рентабельность челночной торговли из-за товарного голода. Журналист А. Ланьков, рассказывая о российских челноках в Южной Корее, говорит о 300-400 процентов прибыли [10]. Примерно о таких же размерах прибыли говорят и наши информаторы.

5. Формирование рынков в провинции и появление особых групп «челноков», которые курсировали между столицей (или портовыми, пограничными городами) и провинцией.

6. Появление в начале 1990-х инфраструктуры торговли: юридически оформленных торговых площадок — вещевых рынков. В Москве первым крупнейшим оптовым рынком стал стадион «Лужники», куда приезжали провинциальные «челноки» за оптовыми покупками. Вначале они ездили существующими регулярными рейсами, но затем стала появляться транспортная инфраструктура — специальные автобусы, которые довозили провинциальных «челноков» до оптовых рынков и обратно.

Государство в этот период относилось к челночной торговле довольно либерально. Оно считало главной задачей обеспечить условия для самозанятости населения, теряющего работу в закрывающихся государственных организациях. Поэтому первое время отсутствовали таможенные пошлины на товары, ввозимые в страну физическими лицами. Они оформлялись как личные вещи туристов. Одновременно существовали довольно высокие пошлины на аналогичные товары, ввозимые юридическими лицами — фирмами-импортерами.

Второй период (1994-1998 гг.) также имел свои особенности:

1. Быстрый рост объемов ввозимых товаров и торговых оборотов благодаря появлению чартерных авиарейсов и карго-фирм, бравших на себя транспортировку грузов и таможенное оформление. В этот период обычными были ситуации, когда «челноки» опереировали сотнями тысяч долларов наличными, не доверяя (и совершенно справедливо) российским банкам.

2. Окончательный переход от бартерных сделок на наличную валюту при покупке товаров на границе.

3. Расширение географии челночных поездок. Началось освоение рынков Китая, Италии, Греции, Объединенных Арабских Эмиратов [11, с. 415].

4. Снижение нормы прибыли из-за постепенного насыщения рынка и роста доли накладных расходов в себестоимости (в том числе из-за необходимости платить взятки чиновникам и ренту рэкетирам).

5. Открытие в региональных центрах перевалочных пунктов — оптовых рынков для внутреннего «челночества».

В этот период государство начинает проявлять живой интерес к этой сфере экономической деятельности, тем более что объемы ввозимых товаров и торговые обороты начинают быстро расти. В 1996 г. беспошлинный ввоз товаров для физических лиц был ограничен 1000 долл. при весе не более 50 кг².

Третий период (после дефолта 1998 г. и по настоящее время) имел такие особенности:

1. Уход из бизнеса разорившихся после дефолта «челноков» (по некоторым оценкам таких было около 40%) [9].

2. Заметное снижение прибыльности челночной торговли примерно до 5%-10% из-за насыщения рынка товарами [13].

3. Социально-имущественная дифференциация в этой сфере занятости. Экономисты в этот период разделяют челноков на три группы: Первая — мелкий «челнок». Обычно выезжает за рубеж с суммой от 2 до 4 тыс. долларов. В последующем сам стоит на рынке и продает свой товар. Сейчас эта категория челноков сохранилась лишь в районах приграничной торговли. Вторая — средний «челнок». Выезжает с большими суммами (до 10 тыс. долларов). Возвращаясь, лишь часть товара везет непосредственно с собой, остальное отправляет с грузовой компанией (карго-перевозчиком). Обычно имеет наемных работников, продающих товар на рынках и работающих за процент от реализации. Также может сдавать товар на реализацию в магазины. Третья — крупный «челнок». Имеет устойчивые контакты с зарубежными поставщиками. Работает преимущественно с образцами, по которым заказывает товар. Не возит больших сумм наличными, так как оплату товара производит через банки. Весь заказанный товар отправляет с грузовыми компаниями. В России сам вообще не торгует и, как правило, имеет ряд собственных торговых точек (включая магазины) [19]. Для этой группы уже не подходит слово «челнок» — это предприниматель, купец. К концу 90-х годов такие люди чаще всего уже имели статус юридического лица, везли товары вагонами, большегрузными автомобилями или пароходами. Зарубежные фабрики стали шить одежду и обувь специально по российским заказам. Постепенно российские предприниматели стали приобретать доли собственности в заграничных фабриках и даже банках.

4. Специализация и монополизация рынка. Один из предпринимателей, специализирующийся на импорте верхней одежды, говорил в интервью корреспонденту «Бизнес-журнала», что этот сегмент (импорт одежды хорошего качества) делят пять-семь компаний, оборот каждой

² Постановление правительства РФ от 18.07.96 г. №808 «О порядке перемещения физическими лицами через таможенную границу РФ товаров, не предназначенных для производственной и иной коммерческой деятельности».

составляет 15-17 млн. долл. в год. Напомним, что вначале этим бизнесом, по его оценкам, занимались сотни людей [14].

5. Функциональное разделение труда в сфере торговли импортными товарами. Сейчас привезенные товары продают либо наемные продавцы, либо «внутренние» челноки — те, кто «челночит» между оптовым складом внешнеторговой фирмы (часто находящимся в другом городе) и рынком (либо своим магазином). Но и этот сегмент самозанятости сужается. Чтобы не отдавать часть прибыли провинциалам, предприниматели стали открывать магазины и набирать в них наемных работников, вместо того, чтобы продавать или отдавать на реализацию товары «внутренним челнокам».

6. Возвращение на рынок отечественных предприятий легкой промышленности (фабрик, цехов — вначале подпольных; индивидуальных мастеров — портных и сапожников).

Государство продолжало усиливать контроль за этой сферой деятельности. Был снижен общий вес беспошлинно ввозимых товаров до 35 кг при общей стоимости не более 65 тыс. рублей³. На самом деле принципиального значения ни вес, ни стоимость товара не имеет. Это — величины, учитываемые при заполнении деклараций и способные нанести ущерб лишь новичкам — одиночкам, не догадавшимся спросить, как нужно правильно пересекать границу с товаром. Потому что крупные импортеры — карго-фирмы или крупные торговые компании, которые якобы от лица мелких собственников грузов берут на себя его перевозку и таможенное оформление, уже давно научились оформлять крупные партии груза как множество мелких. Они запасаются фиктивными доверенностями на микро-партии грузов и потому не платят таможенных пошлин.

Оценки объемов товарооборота в челночной торговле и ее прибыльности очень сильно различаются. Есть данные, что в 2002 г. этот оборот составлял \$22,5 млрд. в месяц по России [11, с. 421.] Результаты исследования, проведенного Институтом анализа предприятий и рынков ГУ ВШЭ, свидетельствуют, что в 2004 г. товарооборот на мелкооптовых рынках России превысил \$44 млрд. Более половины этой суммы приходится на долю челноков. Причем подавляющую часть импортных товаров (от 65 до 90%) они закупают в России [1]. Таким образом, челночная торговля сформировала устойчивые сферы занятости со своим особым социокультурным полем — «коридором» возможностей, позволяющих

³ О внесении изменений в положение о применении единых ставок таможенных пошлин, налогов в отношении товаров, перемещаемых через таможенную границу Российской Федерации физическими лицами для личного пользования, утвержденное постановлением Правительства РФ от 29.11.03 N 718.

индивиду реализовать свои интересы; регулятивными механизмами (формальными и неформальными, устойчивыми и изменчивыми); ценностными представлениями. Одним из важных элементов последних являются обыденные теории о социальной ситуации в стране и о роли государства в их деятельности. Размышляя о государстве и его представителях, челноки могли рассматривать их как структуры и роли, с которыми можно выстраивать либо партнерские, либо конкурентные, либо, как крайний вариант, враждебные отношения. Все эти размышления часто встраиваются в рамку, которую условно можно назвать «интересы России». И беседовавшие с нами челноки, и участники массового опроса, не имевшие опыта челночных поездок, в большинстве негативно оценивают практику челночества для страны и соглашались с тем, что эта практика противоречит интересам России [8]. Участники фокус-групп говорили, что главное условие появления челночного бизнеса — это дезорганизация, хаос, экономический кризис, несостоятельность государства в целом.

«Вообще челноки — это типичное явление, когда государство и экономика распадаются. Я помню в Потсдаме поляки торговали статуями Девы Марии — это тоже челноки по-польски. Сейчас можно встретить поляков, которые занимаются таким бизнесом?» (1-й участник)

«Все предприятия встали, гайдаровская либерализация цен привела к тому, что или умирай, или займись этим бизнесом, другого выхода не было» (3-й участник).

Модели взаимодействия (фреймы) челноков с представителями государственной власти мы анализировали с учетом двух осей. Одна расположена между полюсами «сила» — «слабость», вторая — между «формальность» и «неформальность» (см. схему).

Логическая схема анализа фреймов, определяющих отношения челноков с представителями государственной власти

| Активность/ пассивность предпринимателя | Формальность/неформальность | |
|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| | А) Формальные отношения, в рамках законов | Б) Неформальные отношения |
| 1. Доминирование, действие с позиции силы | 1а. Тип фрейма-доминирование+формальность | 1б. Тип фрейма — доминирование+неформальность |
| 2. Баланс интересов, обмен, компромисс — позиция равных | 2а. Тип фрейма — обмен+формальность | 2б. Тип фрейма — обмен+неформальность |
| 3. Подчинение, зависимость — позиция слабого | 3а. Тип фрейма — подчинение правилам (зависимость+формальность) | 3б. Тип фрейма — Обман (зависимость+неформальность) |

Опишем эти типовые фреймы.

К первому типу можно отнести попытки челноков использовать разные формы давления на власти разного уровня в рамках формальных (1а) либо неформальных (1б) отношений.

Подтип фрейма 1а (сила + формальность) — это коллективные акции, цель которых — навязать госструктурам и госчиновникам свои правила игры посредством санкционированных акций протеста и лоббирования своих интересов через партии, профсоюзы, общественные организации; а также индивидуальные требования по защите прав (через суд). Такие попытки характерны для первого периода челночной торговли. Тогда фиксировались некоторые, более или менее успешные коллективные протестные действия челноков, обращенные к государству. В этот период, когда правила взаимодействия между государственными структурами и «челноками» только складывались, они могли выступать (и иногда действительно выступали) в качестве коллективного субъекта, способного артикулировать, оформить и отстаивать свои интересы. Иногда наши респонденты упоминают о своем профсоюзе. Рассказывают о конфликтах с городскими властями, в которых инициатором протеста выступал профсоюз, и те челноки, которые вполне приняли свою новую роль, и те, для кого торговля осталась чужим занятием. Это значит, что профсоюз торговцев, там, где он существовал, был настолько легальным и влиятельным институтом, что включал в сферу своей деятельности не только «борцов за справедливость», но и «тихонь». Приведем рассказ женщины, которая в момент интервью торговала вещами на Краснодарском рынке, а в прошлой жизни работала инженером-связистом. Она говорит, что «год проплакала» после сокращения, пока решила пойти на рынок. Целью было «просто выжить». Она характеризует себя как «ленивую» и «домашнюю»; как человека, который старается быть в тени. Тем не менее, в коллективном конфликте челноков с городскими властями она принимала участие.

Интервьюер: Приходилось ли Вам участвовать в акциях протеста, организованных людьми, торгующими на вещевых рынках?

Респондент: Да, во всех акциях я участвовала, потому что я член профсоюза. На рынке есть профсоюз, который защищает права предпринимателей, там есть старший, есть юрист. Потому что мы никак не защищены. Покупатель может оформить потребительскую жалобу, а у нас есть юрист, который защищает наши права. А акции протеста были связаны с введением сертификатов. Потому что требовали сертификаты качества, а у нас их не было, так как мы покупали товар на рынке.

И: И чем, как правило, заканчивались такие акции?

Р: В основном находили компромисс. Сертификаты отменяли. Но потом требовали кассовые аппараты. Потом, эти проверки уже замутили. Тоже мы выступали, ходили к администрации. (Краснодар, ж., 56 лет, среднее специальное, замужем, двое детей).

Журналисты, бывшие свидетелями коллективных акций протеста рыночных торговцев (против повышения арендной платы, против вмененного налога, кассовых аппаратов и др.), поспешили объявить их способными к самоорганизации и солидарности [5]. Наверное, потенциал к такой самоорганизации в этом сообществе был, но стабильные и влиятельные институты по защите трудовых прав этой группы работников вряд ли могли создаться. Публикации в прессе и рассказы челноков об акциях протеста, свидетелями которых им пришлось бывать, крайне редко упоминают профсоюз в качестве организатора этих акций протеста. Скорее всего, такие организации были немногочисленными, разрозненными, и существовали непродолжительное время.

Дело в том, что определение своего статуса как вынужденного, временного, не представляющего ценности, не могло стать основой для идентификации с сообществом, даже если наличествовали общие интересы. Объяснение этого мы находим в статье И. Климова о профессиональной идентичности и групповых интересах как факторах солидарного действия. Он пишет, что предпосылками формирования субъекта, способного к солидарному действию, являются: принятие собственного профессионализма в качестве ценности; рефлексия об интересах сообщества и «вписанности» этих интересов в «общее благо» — интересы более широкого сообщества; определение своего места в системе социальной коммуникации, идентификация союзников и контрагентов [7]. Наши данные позволяют утверждать, что перечисленные элементы в размышлениях респондентов если и были, то в неразвитом и фрагментированном виде, и у весьма немногих. Большая часть опрошенных челноков не идентифицировали себя в качестве профессионалов, занимающихся достаточно сложной внешнеэкономической деятельностью, и всячески подчеркивали, что их нынешний статус — вынужденный и временный [8]. Соответственно, другие «челноки» — это «не свое сообщество». Вот достаточно типичное высказывание на эту тему.

Р: Не всегда там попадался контингент интеллектуально развитый. Можно было нецензурные выражения слышать, вот это меня не устраивало. Почему я это бросила: слишком примитивный контингент меня окружал.

И: А мне говорили, что учителя, преподаватели были...

Р: Да были, но их мало было. Допустим, из школы мог ездить учитель, но он это скрывал. Знаю из своего института 4 или 5 человек. Но

это никто не афишировал, потому что это было стыдно (Москва, ж., 44 года, высшее, замужем, двое детей).

Внутрикорпоративные нормы сообщества «челноков» эволюционировали от коллективности (взаимопомощь, совместные акции протеста, кооперация) к индивидуализму и закрытости по мере роста конкуренции.

И: С кем Вы советовались? Для вас это было совсем новое дело?

Р: Друг у друга набирались. Кто-то рядом торговал, делились. Какие-то моменты решала сама: что покупать, в каком количестве.

И: Какой информацией делились те, кто торговал рядом?

Р: Если говорить о начальном этапе, то делились все, информации было много, всякой, все друг другу рассказывали: куда ехать, что покупать, почему продавать, кого опасаться. А потом, конечно, все стало иначе.

И: И когда произошел этот перелом?

Р: Трудно сказать. Пожалуй, примерно год я проработала в ситуации открытости (Москва, ж., 41 г., высшее, замужем, двое детей).

Все эти обстоятельства отнюдь не способствовали налаживанию коммуникаций в сообществе и способности этого сообщества к солидарным действиям по отстаиванию своих интересов в отношениях с государством. Поэтому можно сказать, что действия с позиции силы для установления приемлемых для челноков правил в отношениях с государственными структурами прекратились, толком не начавшись.

Подтип фрейма 1б (сила + неформальность) — неформальное давление, угрозы расправ, теневое лоббирование своих интересов. В интервью с челноками мы довольно редко слышали упоминания о несанкционированных акциях протеста (упоминаются лишь попытки перекрыть улицы). Другие способы неформального давления на чиновников не упоминались ни разу.

И: Приходилось ли Вам участвовать в акциях протеста, которые организуют люди, торгующие на вещевых рынках или слышать о них?

Р: Ну конечно, слышала, даже недавно была. Акция протеста была, потому что очень большую плату взяли за места и людей повыгоняли многих. По-моему, до сих пор ничем не закончилась. Администрация нашего города с этим до сих пор ничего не решила. Хотя пообещали, что ухудшения не будет. Участвовала и когда собралось много частных предпринимателей на площади. Протестовали против того, что в Китай ограничили до одного раза в месяц и меньше 10 кг можно с собой провозить (Хабаровск, ж., 44 года, высшее, разведена, 1 ребенок).

Р: Выходили на Ставропольскую, перекрывали улицу. Это действительно была акция протеста. Тогда, помнится, все были возмущены,

особенно те, у кого уже были свои места на рынке. Мало того, что администрация мало что делает для нас, да и для рынка, так еще эти дополнительные взносы. Тогда эта акция где-то до обеда длилась. Закончилось тем, что администрация не стала вводить дополнительную плату. Но на моей памяти это был только один такой радикальный случай. (Краснодар, ж., 43 года, высшее, разведена, 1 ребенок).

Можно ли назвать попытки перекрыть улицы способом силового давления на власть? С одной стороны, это действительно действия с позиции силы. Но, с другой, они продиктованы отчаянием слабых людей, которые не имеют в своем репертуаре других способов давления. Недаром перекрытия дорог (в отличие, скажем, от судебных разбирательств или забастовок) — это практики давления на власть низкоресурсных групп (вспомним, например, акции протеста пенсионеров против монетизации льгот).

Первый тип фреймов сейчас практически остался в прошлом: ресурсов для формального либо неформального давления у этой категории занятых в настоящее время нет. Видимо, наиболее активные, те, кто могли бы быть лидерами, катализаторами протестных действий, либо вернулись к своим прежним профессиям, либо разбогатели, стали крупными предпринимателями, окончательно перестали считать челноков своим сообществом. Многие наши респонденты осознают свою разрозненность и, соответственно, бессилие, сожалеют об этом, но, похоже, не могут организовать для совместных действий.

Второй тип фреймов, определяющих отношения челноков с чиновниками государственных структур, предполагает позиции равных: баланс интересов, обмен, компромисс. Здесь мы тоже выделили два подтипа.

Подтип фрейма 2а (Обмен + формальность). В этом типе отношений все установленные правила соблюдаются с обеих сторон. Требование прозрачности бизнеса сейчас уже не кажется столь утопическим, как в первое время. Однако и сегодня прозрачность — отличительная черта, скорее, крупного бизнеса, занимающегося внешнеторговыми операциями.

У челноков взаимодействие с государственными органами по типу **«обмен + формальность»**, по идее, это плата за «цивилизацию», удобство и безопасность. И это действительно так, но в дальней перспективе. Те челноки, которые стараются решить сиюминутные проблемы, не склонны придерживаться формальных правил. Те же, кто старается «воспитывать» бесконечную череду проверяющих, в конечном счете оказываются в выигрыше.

Р: *Милиция у нас бывает каждую неделю. Почти всегда одни и те же, практически всех обходят. В основном они любят ходить в выходные,*

когда покупателей много. Зачем им впустую тратить на неделе свое время?

И: А как это происходит?

Р: Многие дают прямо в руки, а я никогда не даю. Говорю, чтобы выписывали штраф, если им что-то не понравится. Иногда приходят из налоговой инспекции, проверяют уплату налогов.

И: А где должны решаться спорные вопросы?

Р: В суде. Составляют протокол — и в суд. Меня один раз так штрафовали, но я в руки не стала давать, пошла к начальнику милиции. Он спросил, отвезти в суд? Дал мне счет какой-то РОВД, я на него перевела деньги — 1,5 тысячи. Я завела журнал, где отмечаю всех проверяющих. Они там расписываются. По закону они могут проверить меня один раз в два года. Когда приходят, показываю им журнал, и они уходят. (Нижний Новгород, ж., 45 лет, высшее, замужем, детей двое).

Похоже, в формализации отношений с представителями властей челноки заинтересованы больше, чем блюстители закона, которые постоянно меняют правила, скрывают новации в них, ищут мелкие нарушения, словом, делают все, чтобы либо взять свою мзду, либо, в крайнем случае, запугать. Наши данные свидетельствуют, что тех, кто доволен прозрачностью своего бизнеса, немного. Прозрачность слишком накладна.

Поэтому более приемлемым оказывается подтип 2б (обмен + неформальность). Неформальность — это обмен услугами или взятка. Создается впечатление, что такой тип отношений между челноками и представителями властей наиболее распространен. Некоторые подчеркивают, что в начальный период челночной торговли мздоимства в таких, как сейчас масштабах, не было.

«Сейчас очень тяжело! Задушили налогами, арендой! Тогда этого не было. Мы работали на себя. А на себя легче спланировать, чем на все государство» (Нижний Новгород, ж., 35 лет, высшее, замужем, 1 ребенок).

Иногда в материалах интервью встречаются предположения, что сложность правил, их частая смена — это вовсе не стремление упорядочить челночную торговлю, а стремление «замутить воду», чтобы было легче брать взятки. Вот, например, типичная история о том, что местные власти заинтересованы в неопределенности отношений пользования торговыми площадями и правил торговли. Соответственно, администрация рынков тоже не хочет (либо не может) определять надолго правила отношений с арендаторами — челноками.

«Мы построили свои места за собственные деньги и все равно мы бесправные, мы никто. Каждый год оформляем договор аренды. Нам не давали квитанции, и все шло черным налом. Платим сумасшедшую

аренду — 5000 рублей в месяц и опять-таки не имеем ни на что права. Не заплатили, и у нас могут это место просто отнять. И документов, подтверждающих, что это наше место, у нас тоже нет» (Краснодар, ж., 52 года, высшее, замужем, 1 ребенок).

Взятка — самая распространенная практика в отношениях с таможенной. Тотальное взяточничество таможенников не вызывает удивления, именно поэтому у них нет ни тени сомнений в том, что ответом на снижение общего веса и стоимости беспошлинно ввозимых товаров должны быть новые уловки, способные нейтрализовать стремление государства получить с челноков свою долю. В зависимости от вида транспорта «нормальными» считаются либо коллективные подношения (в случаях поездок автобусом или поездом), либо индивидуальные (чаще тогда, когда «челноки» летят самолетами).

«Обычно старший, то есть тот, кто ведет группу, договаривался с таможенниками. И определенная сумма собиралась с автобуса и платилась таможенникам. На самолете, конечно, таможня отпадает. А вот на поезде проверяли строго. На каждом вокзале есть таможня» (Краснодар, ж., 56 лет, среднее специальное, замужем, двое детей).

Судя по впечатлениям наших респондентов и журналистов, пробовавших себя в роли челноков, взятки таможенникам — настолько «нормальное» явление, что нарушение этой нормы вызывает искренний гнев служащих таможни.

«У меня «зелени» не нашлось, набрала пятьсот рублей «деревянными». Девуцу-таможенницу от такой наглости аж передернуло. «Я на государственной службе, — закричала она. — Вы понимаете, чем вам это грозит?» С испугу я решила, что посадят прямо сейчас. За взятку. Мне почему-то вернули паспорт... Стой стороны мои напарники отчаянно прикладывали к стеклу доллары, чтобы я догадалась, что надо делать. Юра обреченно доставал за стеклом бумажник. «Возьмите двадцать, пожалуйста», — занижалась я перед государственной службой, чтобы не вводить напарника в лишние расходы. «Вы еще торговаться будете, сразу надо думать. Я тут не частное лицо, а на страже интересов Родины». «Ну, сорок», — канючила я, подталкивая паспорт, где уже покоились две бумажки с портретами американских президентов. Портреты и глазом не успели моргнуть, как оказались в кармане форменного кителя стражницы» [2].

Некоторые челноки подчеркивают, что взятки берет только российская таможня.

«Я была в Италии, Болгарии, Румынии, Турции, и только единственная — российская — таможня унижает, независимо от возраста, образования. Здесь понимаешь, что ты никто» (Краснодар, ж., 55 лет, кандидат сельскохозяйственных наук, замужем, один ребенок).

Еще один государственный институт, с представителями которого, если судить по материалам интервью, у мелких предпринимателей-челноков обычными являются неформальные обменные отношения, — это налоговая инспекция. Судя по рассказам наших информаторов, взятки налоговикам такое же обычное дело, как и взятки таможенникам.

Для третьего типа фреймов, определяющих отношения челноков с чиновниками государственных структур, самым характерным является позиция слабого, зависимого, которую вынужден принимать на себя нынешний челнок. Здесь мы тоже выделили два подтипа.

Подтип За — подчинение правилам (зависимость + формальность). Этот подтип долгое время практически не встречался, но сейчас становится доминирующим, так как внешнеторговые операции переходят к оптовикам, индивидуальные мелкие импортеры никогда не имели власти и денег, достаточных для изменения правил, а ресурс солидарности был утерян, так толком и не сформировавшись. Сейчас они ворчат, но пытаются соблюдать правила торговли; обзаводятся кассовыми аппаратами, ценниками, сертификатами. Непрозрачность и неочевидность функций многочисленных государственных инстанций, проверяющих рынки, превращает эти инстанции, в восприятии челноков, в институционализированный рэкет. Некоторые респонденты полагали, что «прикрепление» той или иной государственной структуры к рынку — это не способ реализации явной функции учреждения, той, для которой она предназначена (например, проверка соблюдения правил гигиены на рынке), а скрытой, латентной («кормление» чиновников). Подчеркнем, что здесь речь идет не о взятках, а о легальных выплатах, которые не воспринимаются челноками как необходимые.

Жалуются на обязательные выплаты чиновникам и хозяевам торговых точек и москвичи, и жители других российских городов. Из большинства этих жалоб следует, что челноки готовы соблюдать правила, пусть и кабальные для них, но эти правила, во-первых, непрозрачны, во-вторых, меняются слишком часто, в-третьих, выглядят несправедливыми. Собственный магазинчик или палатка стоит не на своей земле, поэтому его в любой момент могут отнять; заболеть и получить деньги по больничному листу торговец не может, хотя и платит все налоги, в том числе и в фонд социального страхования; оспорить стоимость аренды тоже практически невозможно.

«Нами руководят законы. Даже при перегоне машин, чем я занимался десять лет, законы поменялись раз десять. То можно было на льготника оформлять машины, потом по-другому. Растаможивание одной и той же машины колебалось от тысячи или пятисот долларов до пяти тысяч. Это государством все менялось. Раньше можно было больше заработать

на машине, так как растаможивание было дешевле. Потом этим стало совсем не интересно заниматься, потому что ничего не получаешь» (Нижний Новгород, м., 44 года, неполное высшее, женат).

«У меня была операция, и я легла в больницу. По идее, я такой же человек, как и на любом другом предприятии: плачу налоги, следовательно, должен быть больничный, а этого попросту нет, хотя у нас и был какой-то профсоюз. По крайней мере, я ведь могу несколько дней на работу не выходить. Нет, эта моя справка не проходит» (Краснодар, Ж., 55 лет, высшее, замужем, 1 ребенок).

Если нет возможности добиться выгодных для себя условий легального ведения бизнеса, в ход идет обман.

Подтип 3б — обман (слабость + неформальность). Как раз это и фиксирует. Обманывают чаще всего таможенников, несмотря на то, что схемы обмана давно и всем известны (провозить вперемешку дорогие и дешевые товары, нанимать «муравьев» и пр.). Сейчас такие хитрости практикуют челноки в районах приграничной торговли. «Владелец» груза может получить 1000-500 руб. за то, что пересек границу и подтвердил свои права на ввозимую (или вносимую) микропартию товара. «Челноков», которые перевозят через границу за небольшую плату чужой товар, называют «муравьи» или «кирпичи», они должны лишь получить на китайской стороне баул и доставить его через границу [6]. Стоимостью товара тоже довольно легко манипулировать. Как правило, все закупленные товары разной стоимости упаковываются вперемешку в одном и том же бауле. Дорогие шубы, обувь, бытовая техника соседствуют с товарами широкого потребления. Поэтому проверить достоверность декларирования всех товаров весьма затруднительно. Конечно, таможенники имеют право потребовать разделить товары на упаковочные места по отдельным видам и наименованиям товаров. И они это делают, если не «договорятся» с перевозчиками.

Один из наших респондентов — хозяин нескольких вещевых рынков, а в прошлом — «челнок», описывает свои хождения по кабинетам чиновников с обреченностью человека, который не в силах изменить абсурдную и непонятную Систему и мечтает лишь о том, чтобы она хотя бы не меняла правила так часто. Поскольку приспособиться к этой системе нет возможности, говорит он, нужно ее обходить.

«У меня есть друзья, которые уехали в Америку, там если человек платит налоги и приносит хоть какую-нибудь копейку, то ему создают всевозможные льготы. Получить разрешение на торговлю в Америке занимает 15 минут, у нас я этим занимаюсь уже месяца 4, оформляя новые и новые бумаги. Пакет документов постоянно меняется, требования тоже, они не согласованы друг с другом. Все эти правила игры

соблюсти невозможно, поэтому и приходится всевозможными способами обходить и обманывать чиновничий аппарат» (м., 44, высшее, женат, детей трое).

Выводы. Встречи с представителями государства у челноков в первый и во второй периоды существования челночной торговли происходили на всех этапах «производственного цикла» — от пересечения границы до торговых операций на рынке. Сейчас, когда отношения с таможенниками взяли на себя крупные фирмы-импортеры, практически весь опыт общения с чиновниками локализован на рынке. За время существования челночной торговли произошла смена доминирующих фреймов во взаимодействии челноков с представителями государства: от некоторых (пусть слабых) попыток диктовать свои правила к подчинению или обману. Эта смена определялась эволюцией контрагентов: упрочением позиций государственных чиновников и потерей материальных ресурсов и ресурсов солидарности у челноков.

Доминирующим типом отношений челноков с государственными чиновниками оказались те, которые мы обозначили как подтипы 2а и 3а (см. схему). Из-за сохраняющегося у предпринимателей недовольства бюрократизацией малого бизнеса и различными выплатами государственным инстанциям эти модели неустойчивы, поэтому сохраняется возможность перехода на неформальные отношения с чиновниками (2б и 3б). Однако доминирует эволюция челночного бизнеса в сторону большей институционализации, в которой оказались заинтересованными не только государственные структуры, но и рядовые граждане — как продавцы, так и покупатели. Стимулом к большей упорядоченности торговли, даже ценой усиления контроля со стороны государства стали различные риски, которым подвергается «челнок» на своем «рабочем месте».

Чиновники — представители государства — остались «чужими» для челноков, поскольку правила, которым они вынуждены подчиняться, представляются им, в большинстве, несправедливыми, непонятными и ненужными. Сейчас диалог между представителями государства и мелкими торговцами — челноками теоретически возможен, если представительство их интересов возьмет на себя влиятельная общественная организация, представляющая интересы малого и среднего бизнеса. Но практически такой диалог маловероятен, поскольку эта социально-профессиональная группа воспринимается сейчас как маргинальная.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алешкина Т. Челноки обрели второе дыхание // Деловой климат. 2005. № 188 (207). <http://www.tks.ru/cgi-bin/text.pl?file=2005100601&id=reviews>

2. Бутузова Л. Великий челночный путь // Московские новости. 2002. Вып. 44. <http://new.mn.ru/issue.php>
3. Гофман И. Анализ фреймов. Эссе об организации повседневного опыта. М.: Институт социологии РАН; Фонд «Общественное мнение», 2004.
4. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. Екатеринбург, 1998.
5. Иванов Д. Челноки вымирают. Кто придет им на смену? // Родная газета. 2004. 2 июля.
6. Карпов В. «Кирпич» на нашу голову // Труд. 2006. 12-18 октября.
7. Климов И.А. Профессиональная идентичность и групповые интересы как факторы солидарного действия // Солидаризация в рабочей среде. М.: ИС РАН, 1998. С. 162-176.
8. Климова С.Г. Челноки: бегство от нужды или погоня за шансом // Социальная реальность. Фонд «Общественное мнение». 2006. № 2. С. 26-41.
9. Косалс Л.Я., Рывкина Р.В. Социология перехода к рынку в России. М.: ИСЭПН РАН, 1998.
10. Ланьков А. Российские «челноки» в Корею // <http://lankov.oriental.ru/d30.shtml>
11. Майоров С. Челноки. Маршруты и привычки // Отечественные записки. 2002. №7.
12. Макеева М. В России появились коробейники. Они будут платить налоги // Иностранец. 1998. 28 октября.
13. Молина М. Приключения в стране «челноков» // Коммерсантъ-Деньги. 2004. 23 ноября.
14. Попов М. От челнока до теплохода // Бизнес-журнал. 2003. 20 августа.
15. Флоринская Ю., Роцина Т. Трудовая миграция из малых городов России: масштабы, направления, социальные эффекты // http://www.rantal.ru/index.php/article/view/355.html?rantal_id=405354bb57f2553c884783c6c6b20cfe
16. Хренников И. В России давно есть средний класс — «челноки» // Портал электронных СМИ для предпринимателей «Деловая пресса» http://www2.businesspress.ru/newspaper/article_mId_44_aId_51458.html
17. Яковлев А., Голикова В., Капранова Н. Непотопляемый челнок // Деловой климат. 2005. №188 (207).
18. Яковлев А.А. Развитие конкуренции и проблемы реструктуризации предприятий (размышления по итогам эмпирических обследований предприятий) // Экономический журнал ВШЭ. 1997. № 1. С. 75-83.
19. Яковлев А.А. «Челночная» торговля в новых условиях: возможные подходы к оценке масштабов // Вопросы статистики 2001. № 4.