

**«СОБСТВЕННИКИ БЕЗ СОБСТВЕННОСТИ»:
НЕФОРМАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ
В УСЛОВИЯХ ОТКРЫТОГО РЫНКА***

В статье обсуждаются неформальные практики собственности, под которыми понимаются отношения по поводу собственности между участниками изучаемого бизнеса, не закрепленные формальными нормами. Эмпирическим кейсом, на примере которого рассмотрено соотношение прав собственности де юре и де факто, является открытый (open-air) оптово-розничный «китайский» рынок в Благовещенске, где продаются овощи и фрукты. «Китайский» рынок представляет собой торговое предприятие, объединяющее независимых продавцов путем предоставления места на правах аренды, где преобладают товары китайского производства и торговля ведется преимущественно гражданами КНР (при этом не исключено присутствие граждан и товаров других государств). Интерпретация полученных данных осуществлена в рамках институционального подхода к собственности, который включает в себя рассмотрение субъекта и объекта, систему прав и регулирование отношений собственности. Анализ показал, что «китайские» фирмы играют ключевую роль в организации поставок и продажи овощей и фруктов. Рассмотрены практикуемые неформальные соглашения — отпуск товара под реализацию, в долг, взаимный обмен продукцией и возврат и обмен неликвидной продукции, которые решают многие проблемы полуполюгального положения, что, с одной стороны, помогает избежать некоторых рисков, с другой — создает или повышает другие. Выявлены механизмы гарантии прав собственности (ограничение доступа к закупкам, контроль цен) и инфорсмент (социальный контроль, силовые способы). В целом, неформальный характер собственности предпринимателей из КНР структурирует социальные отношения на открытом рынке и позиции изучаемых акторов, а характер объекта собственности ограничивает юридических собственников в реализации их прав. Исследование проведено методами наблюдения и интервью, использован качественный контент-анализ и элементы акторно-сетевого анализа.

Ключевые слова: институт собственности, формальные и неформальные связи, неформальные практики собственности, «китайский» рынок, торговля овощами и фруктами.

* Работа выполнена в рамках проекта «Экономическая интеграция приграничных рынков: оценка структурных эффектов» (РФФИ No.12-06-00134-а).

Журавская Татьяна Николаевна — младший научный сотрудник Амурской лаборатории экономики и социологии Института экономических исследований Дальневосточного отделения Российской академии наук (АЛЭИС ИЭИ ДВО РАН), старший преподаватель Амурского государственного университета (АмГУ), Благовещенск (wellshy@mail.ru)

Zhuravskaya Tatiana — research fellow, Amur Laboratory For Economics and Social Studies, Economic Research Institute, Far Eastern Branch of the Russian Academy of Sciences, senior lecturer, Amur State University, Blagoveshchensk (wellshy@mail.ru)

Введение

Для переходных обществ характерно развитие обширного неформального сектора. Это связано с очень многими процессами, прежде всего, с высокой степенью неопределенности и неустойчивостью системы. Быстрая приватизация часто связана с возникновением чувства социальной несправедливости, к тому же происходит смена «правил игры», некоторые виды деятельности становятся законными, изменяются социальные гарантии (Барсукова 2000). Обширный неформальный сектор свойственен и для России, где многое определяют отношения, не отражаемые в статистике и отчетности, регулируемые социальными нормами и нормами поведения, в том числе и отношения по поводу собственности.

Еще одна характерная черта постсоветских трансформаций — стремительное развитие мелкой торговли. Вслед за потоками товаров в России увеличивалось число открытых рынков. Происходило заполнение пустующих торговых площадок, заполнялись не оборудованные для торговли места (Ильин 2000). Причем заполнялись и вещевые, и продуктовые рынки, как за счет местного населения, так и за счет временных мигрантов. С начала 2000-х гг. началась планомерная государственная политика ликвидации открытых торговых площадок, ужесточения правил торговли и требований к оформлению предпринимательской деятельности. Однако торговля на рынках все еще остается малопрозрачной и наименее формальной, что во многом объясняется присутствием здесь мигрантов. Так, в городах Сибири и Дальнего Востока возникали этнически маркированные «китайские» рынки, которые просуществовали более 15 лет и не перестали быть «китайскими» даже после ввода в 2007 г. нулевой квоты на иностранных торговцев, запрещающей мигрантам торговать на открытых рынках (Дятлов и др. 2009; Журавская 2012).

Это произошло по нескольким причинам. Во-первых, рынки перенесли в капитальные строения и переименовали в торговые центры, не подпадающие под действие закона. Однако они от этого рынками быть не перестали, а потому, если исходить из определения рынков как «имущественных комплексов, предназначенных для осуществления деятельности по продаже товаров... на основе свободно определяемых... цен и имеющих в своем составе торговые места» (Торговля в России 2009: 242), то сокращение их числа становится не столь очевидным. Во-вторых, фактически «китайские» фирмы, имеющие статусы «ООО» или «ИП», вновь стали оформляться на подставных лиц — граждан РФ и продолжили работать по старой схеме. В 2011 г. только в центре г. Благовещенска Амурской области можно было наблюдать не менее 700 торговцев из КНР, при том, что легально в сфере торговли («продавцы, натурщики и демонстраторы одежды») разрешено было работать менее 50 иностранцам (О приграничном... 2011: 44). Это значит, что официально в области почти *нет торговцев из КНР*.

Кроме того, это означает, что мигранты из КНР формально не могут подтвердить свои права, несмотря на то, что де факто собственниками фирм являются именно они. Однако собственность на бизнес в целом и на товар в частности является одной из ключевых переменных, организующих социальное взаимодействие между акторами (продавцами и покупателями, арендаторами и арендодателями, конкурентами и пр.). Поэтому важным вопросом также становится вопрос о том, как организованы отношения собственности (как передаются права и чем поддерживаются) и что позволяет «китайским» предпринимателям уже много лет оставаться неформальными собственниками своего бизнеса. *Другими словами, что мешает юридическому собственнику фирмы стать фактическим собственником бизнеса и товара?*

Статья состоит из 5 разделов. Вначале мы поясним ключевые определения и обозначим общий подход к интерпретации данных, затем опишем методологию исследования. В третьей части представлена характеристика формальных и неформальных связей на эмпирическом объекте, в четвертой — описаны неформальные практики в отношениях собственности. И, наконец, в пятом разделе мы попытались ответить на поставленный вопрос и интерпретировать полученные данные в рамках предложенной теоретической рамки.

Теоретическая рамка исследования

Собственность — один из традиционных объектов анализа в экономике и праве. Частная собственность, в свою очередь, лежит в основе либеральных идей, часто обсуждается философами и политологами. Ключевая теоретическая концепция в социальных исследованиях заключается в том, что «собственность определяет исключительные права на вещи» (Earle 2000: 39). Однако в действительности собственность определяется через отношения или права субъекта к объекту собственности (экономический аспект), отношения между субъектами по поводу объектов (социологический аспект) и власть субъектов над субъектами, возникающую через право собственности над объектами (политический аспект) (Ibid.: 40–41).

В данной работе мы придерживаемся *институционального подхода* и утверждаем, что собственность представляет собой один из базовых социальных институтов, направленных на удовлетворение социальных потребностей в производстве товаров и услуг и их распределении (Lenski G., Lenski J. 1978; цит. по: Смелзер 1994: 80), который принято относить к экономическим институтам. Важно, что *собственность может быть определена только через категорию отношений*, поскольку собственность возникает только в том случае, когда есть хотя бы два субъекта. Согласно К. Марксу, «изолированный индивид совершенно так же не мог бы иметь собственности на землю, как он не мог бы и говорить» (Маркс, Энгельс 1968: 473).

Согласно определению А. Рива, «владелец владеет собственностью Р, если и только если: 1) имеет право на использование Р, 2) может исключить других из использования Р и 3) может передать права, определенные прави-

лами 1 и 2, по взаимному согласию» (Reeve 1986: 11). Исходя из этого, можно рассматривать различные социальные аспекты собственности в зависимости от того, кто признается субъектом собственности, чем можно владеть, а также как осуществляется поддержка и передача прав.

Традиционно *субъектами собственности* признаются *индивиды*. Однако ни одно общество не дает полного права собственности для всех физических лиц. Так, ограничение прав существует для несовершеннолетних или иностранцев, некоторые и вовсе могут быть лишены любых прав собственности, как это происходит с рабами (e.g. Kopytoff 1982). Собственниками могут быть *коллективы* (см., напр., Остром 2010 (1990): 121–198), *корпорации*, которые одновременно являются и объектами, и субъектами (см. об этом: Bruce, Agiovich 2004: 27), и *государство*.

Социальные, культурные и экономические процессы изменяют набор *объектов*, которые могут быть законной собственностью, но ни одно общество не разрешает иметь в собственности все. Набор этих объектов тесно связан с существующими социальными нормами, которые могут вступать в противоречие с нормами формальными, что проявляется в периоды реформ и в попытках «навязать» идеологию частной собственности в незападных обществах (Espeland 1998). Обычно включение новых объектов в число того, что может быть собственностью, зависит от возможности получения прибыли от того или иного актива. В настоящее время произошел сдвиг от материальных к нематериальным объектам, к числу которых относят патенты, ценные бумаги и др. В целом, вещные права относят к числу *абсолютных прав*, *относительные права* включают в себя права на обязательства, т. е. власть собственника, которую он может использовать по отношению к другим лицам (например, взыскание долга) (Фуруботн, Рихтер 2005: 99–100).

Отношения собственности можно рассматривать как принятую *систему прав собственности*. Р. Капелюшников выделяет два основополагающих определения термина «права собственности»: 1) как определенные санкционированные обществом нормы или «правила игры», которые регулируют отношения между людьми по поводу объектов собственности и 2) как «пучки правомочий», которыми обладает определенный агент (Капелюшников 2004).

В первом случае речь идет об обсуждении целостной системы режима собственности. Наиболее полно данный подход развит в работах Д. Норта, который под «правилами игры» понимает формальные ограничения, неформальные ограничения и санкции (Норт 2004). Формальные правила закреплены законом или контрактами, их поддержку чаще всего обеспечивает государство. В свою очередь, неформальные правила представляют собой традиционные нормы, соблюдение которых контролируется сообществом. Формальные и неформальные нормы могут дополнять друг друга, не совпадать или конкурировать между собой. Наиболее эффективно формальные правила работают, когда они поддерживаются неформальными нормами (Williamson 2000).

Во втором случае обсуждаются отдельные права системы собственности. В частности, в работах Р. Коуза, А. Алчиана и Д. Демсеца обсуждается, что собственность не является неделимой, а представляет собой набор полномочий, или «пучок прав» (e.g. Alchian 1977; Coase 1988; Demsetz 1988). Определение «полного» права собственности было дано А. Оноре и включает в себя 11 прав (Honore 1961).

Регулирование отношений собственности, в частности, поддержка прав, осуществляется государством. Государство, согласно Д. Норту, обеспечивает так называемый легальный инфорсмент прав собственности, гарантируя соблюдение прав, поскольку оно располагает принудительной силой (Норт 1997: гл. 6, 7). Инфорсмент необходим потому, что социальные правила, конструирующие отношения собственности, не являются «самоочевидными и самодостаточными» (Bruce, Ariovich 2004: 29). Нарушения формальной системы прав влечет за собой установленные государством санкции в виде, например, штрафов и иных административных и уголовных взысканий. Однако инфорсмент осуществляется не только посредством формальной поддержки государства. Слабые государства часто не могут обеспечить защиту прав собственности, поэтому их поддержка может осуществляться частными лицами. Ярким примером служит феномен «силового предпринимательства» в постсоветской России, описанный В. Волковым (Волков 1999).

Таким образом, мы попытаемся ответить на поставленный вопрос, используя понятия субъекта и объекта, прав собственности и инфорсмента. В частности, в данном тексте будут обсуждаться **неформальные практики собственности**, под которыми мы понимаем отношения по поводу собственности, не закрепленные формальными нормами, в том числе по поводу признания субъекта собственности и обоснования прав на объекты.

Эмпирическим объектом исследования является этнически маркированный **«китайский» рынок** — торговое предприятие, объединяющее независимых продавцов путем предоставления места на правах аренды, где преобладают товары китайского производства и торговля ведется преимущественно гражданами КНР (при этом не исключено присутствие граждан и товаров других государств). «Китайский» рынок представляет собой объединение внемагазинных форм торговли и обладает большинством признаков, описанных П. Хиллом (Хилл 2004: 517–518). Для «китайского» рынка характерно следующее:

- наличие этнического маркера среди местного населения;
 - торговля осуществляется как в розницу, так и оптом;
 - предприниматели, ведущие торговлю, формально не зависят в своих решениях от других продавцов, не реализуют формальной направленной коллективной стратегии в отношении своих товаров;
 - плавающая ценовая политика, присутствие в установлении цены торга.
- Далее опишем методологию настоящего исследования.

Методология исследования

Исследование проведено в формате case-study. Выбор в пользу этого подхода обусловлен специфичностью самого объекта, т. к. «китайские» рынки невозможно идентифицировать с помощью обычных статистических данных: здесь требуется знание существующих связей и особенностей сложившейся ситуации. «Китайские» рынки и торговые центры сконцентрированы в восточных регионах России, отчетливую местную привязку имеют схемы и стратегии акторов.

В качестве исследовательского кейса выбран случай Амурской области. Как и в других регионах Дальнего Востока, в 1990-е гг. в Амурской области активно развивалась «челночная торговля», чему способствовало отсутствие значимых производств и упадок основных отраслей хозяйства (Рыжова 2005). Немаловажное значение имело и то обстоятельство, что областной центр — Благовещенск — соседствует с китайским городом Хэйхэ, в котором действует приграничная зона «Хуши», где созданы особые условия, направленные на стимулирование «народной торговли» (китайский эквивалент «челночного бизнеса»). Трансграничное положение Благовещенска привело к быстрому заполнению рынка импортными товарами, и закономерно, что в регионе появились «китайские» рынки, а затем и «китайские» торговые центры. В целом, оборот на рынках в регионах Дальнего Востока в середине 1990-х гг. был наибольшим и превышал общероссийский уровень и уровень других субрегионов РФ. При этом в Амурской области в 1999 г. доля оборота на рынках составляла 65,3 %, по этому показателю область уступала лишь двум кавказским республикам — Кабардино-Балкарии (73,0 %) и Ингушетии (68,7 %). Уже к 2006 г. она была на 29, а в 2007 — на 55 месте среди всех регионов. За период с 2007 по 2012 г. число рынков в области сократилось с 78 до 6, а число торговых мест на них — с 10648 до 1121, что связано со сменой статуса открытых рынков — крупнейшие рынки в областном центре сменили статус и переехали в торговые центры как раз в 2007–2008 гг. (Торговля в России 2001: 226–228; Торговля в России 2006: 284–286; Торговля в России 2009: 366–368; Торговля в России 2011: 296–298; Амурский статистический... 2012: 373).

Эмпирическим кейсом исследования выбрана «китайская» плодоовощная база. База обладает всеми признаками открытого рынка, функционирует как «китайская» с конца 1990-х гг. Однако юридически она не имеет статуса розничного рынка и не учитывается как таковая Росстатом. Здесь преимущественно ведется торговля мелким и средним оптом, но продажа в розницу, как и на «китайских» рынках других типов, не исключена. База не была преобразована в торговый центр после 2007 г., практики и схемы ведения бизнеса, характер связей достаточно устойчив. Деятельность базы практически не привлекает внимания местной прессы и общественности, а организация бизнеса в этой сфере наименее прозрачна и мало изучена. «Китайской» базу делает преобладающее число предпринимателей из КНР (70–80 %), что

делает место этнически маркированным в местном сообществе. Кроме того, окончательным аргументом в пользу выбора данного эмпирического объекта послужило наличие «проводника в поле», что обусловило большую, по сравнению с другими объектами, открытость информантов.

Методы сбора данных — интервью и наблюдение, проводились в разные периоды и дополняли друг друга. Были использованы полуструктурированные и неструктурированные интервью и этнографическое наблюдение. Описание информантов и количество интервью представлены в табл. 1.

Таблица 1

Основные данные об интервью

<i>Период сбора</i>	<i>Количество</i>	<i>Характеристика информантов</i>	<i>Примечания</i>
2002–2006	7	Владельцы складов (2), посредники (2), российские предприниматели (3)	Получены Рыжовой Н.П., использованы для реконструкции сетей
2008	9	Предприниматели из КНР (2), предприниматели из других стран (Узбекистан, Таджикистан, Россия) (3), наемные работники (2), самозанятые (2)	Получены при работе над проектом по бизнес-адаптации мигрантов автором
2011–2012	11	Посредники (3), представители сетевых магазинов (3), наемные работники (2), предприниматели из КНР (3)	Получены: 1) при работе над проектом «Агропарк Чигиринский» при участии автора 2) при сборе данных о структуре социальных сетей автором

Транскрипты интервью были проанализированы при помощи программы QDAminer 4.1.8, метод анализа — качественный контент-анализ. Книга кодов включала в себя следующие категории: субъекты и объекты собственности, права собственности, инфорсмент, неформальные практики, обмены. Категории также были разделены на субкатегории, полученные содержательные блоки были проанализированы методами категоризации значений, интерпретации смысла и продуцирования смысла посредством ситуативных приемов (Квале 2003).

Этнографическое наблюдение проводилось автором с 2007 по 2012 г. в форме наблюдения за практиками организации бизнеса на «китайской» базе. Получаемые данные носили неструктурированный характер и фиксировались автором в полевой дневник. Наблюдение проводилось в разные периоды работы базы, полученные данные дополнили результаты анализа интервью.

Характеристика формальных и неформальных связей «китайского» рынка

Плодоовощная «китайская» база в Благовещенске является связующим звеном между китайскими производителями и амурскими потребителями. Схема взаимодействия — русско-китайская сеть. «Производители» находятся на территории КНР, они взаимодействуют с поставщиками продукции в Россию («китайские» предприятия), которые переправляют товар через границу. Поступивший товар оформляется русскими посредниками, которые затем передают товар оптовым продавцам на территории России. Далее товар поступает на плодобазу, где часть его перекупают более мелкие оптовые торговцы (тоже китайцы). Затем, уже на базе местные предприниматели покупают товар для того, чтобы доставить его в магазины. Так действует основной механизм, из которого, конечно, есть исключения. Например, некоторые предприниматели сами возят товар из Китая, но таких единицы. На базе существует некоторое разделение труда: «китайские фирмы» возят продукты из Китая (категория «Китай»), таджики везут не китайские продукты (категория «Европа»), узбеки — перевозят овощи и фрукты в Якутию, армяне — продают на базе продукцию амурских фермеров (категория «колхоз»)* (см. рис. 1). И лишь русские имеют различную занятость (торговля «Китаем» и «Европой», доставка товаров в магазины, работа продавцами), в том числе и случайно обнаруженную в ходе исследования самозанятость. Это разнорабочие, помогающие торговцам и дальнобойщикам перемещать товар за единовременную оплату. Однако такое «этническое» разделение — скорее маркер, нежели реальность: так идентифицируют себя участники бизнеса, а на практике это часто просто семейные предприятия, когда один из членов семьи начинает бизнес в России, а затем к нему приезжают его родственники и друзья.

В сетях задействован еще один вид «китайского бизнеса». Это фирмы, которые выращивают овощи и бахчевые культуры на территории Амурской области. На делянках работают группы рабочих из КНР, затем товар везут на базу для продажи, в холодное время года рабочие уезжают домой. Предприниматели, ведущие такой бизнес, также могут быть включены в процесс доставки товаров из КНР (дополнительно). Такой бизнес, по мнению информантов, наиболее легален, но с 2013 г. стал практически невозможен, поскольку квоты на привлечение сельхозрабочих из КНР в область сократили в 17 раз.

Как показало исследование, на базе среди «китайских» предпринимателей практически нет легально ведущих бизнес. Они, как и раньше, приезжают в качестве туристов по гостевой визе, не дающей право на работу и занятие бизнесом. Об этом свидетельствует, в частности, тот факт, что

* Наименования категорий товаров является общераспространенным в среде предпринимателей и оптовых покупателей.

Экономическая социология собственности

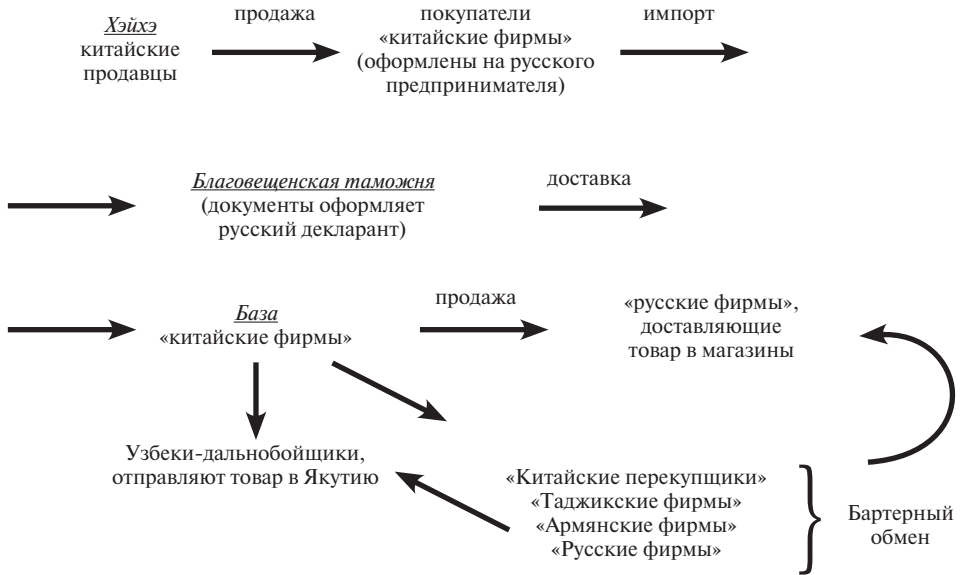


Рис. 1. Основной механизм доставки овощей и фруктов на базу (Благовещенск-Хэйхэ) и взаимодействия продавцов

в случае проверки ФМС мигранты не приходят на базу. Интересно то, что, хотя случаются проверки государственных служб, депортации мигрантов, работающих на базе, крайне редки. Информанты говорят о том, что база находится «под крышей», которая контролирует деятельность фирм, поэтому о «внезапных» проверках мигранты осведомлены заранее.

База является обществом с ограниченной ответственностью, в числе учредителей — русский и китайский предприниматели. Первоначально владельцем был предприниматель из КНР, но позже все было переоформлено на «своего свата русского». Однако выяснить более точно не удалось. «Китайские» фирмы, работающие на базе, также имеют статусы ООО или ИП, однако оформлены они на подставное лицо — на гражданина РФ. При этом юридическим собственником может быть работник фактического владельца фирмы.

При доставке товара через границу «знакомый» (декларант) помогает оформить все документы, пройти таможню, разумеется, за определенную плату. При этом реальный размер «комиссии» на таможе может быть даже не известен хозяину товара. Для того чтобы поставлять товар в магазины, требуются специальные документы, подтверждающие происхождение товаров и их безопасность (сертификаты качества, гигиенические сертификаты и пр.). По большей части, наличие таких документов — «головная боль» тех, кто осуществляет развоз, поэтому необходимые документы часто берут

у других продавцов. В летний период, когда на базу начинают поступать овощи и арбузы, выращенные «китайскими» фермерами, с документами особенно сложно. В этом случае овощи и фрукты часто продают по документам от одного продавца или как поступившие по импорту.

Большая часть фирм на базе работает с начала ее функционирования как «китайской», то есть 12-15 лет. Деятельность же их крайне важна, поскольку это практически единственное место, где оптовые продавцы покупают овощи и фрукты. Продукция местного производства не способна составить конкуренцию импорту, особенно в зимнее время. Местные фермеры могут вырастить далеко не все овощи, фрукты же вообще можно приобрести только на базе. В зимнее время зелень, огурцы и помидоры выращивает лишь одно предприятие, при этом цена всегда значительно выше импортных овощей. Поэтому база — важнейший логистический центр для области и некоторых близких регионов.

Таким образом, основными акторами являются:

- хозяин фирмы — фактический собственник фирмы и товара, «китайский» предприниматель;
- декларант — переправляет товары через границу для хозяина фирмы, является формальным владельцем. Следует упомянуть, что функции декларанта на базе может также выполнять иное подставное лицо (у фирмы может быть другой владелец, не осуществляющий поставку товаров через границу). Это в большей степени характерно для фирм-перекупщиков товаров, встречается реже;
- владелец базы — может формально являться работодателем, неформально предоставляет место в аренду и решает официальные вопросы по поводу пребывания хозяина, заключает формальный договор с декларантом об аренде. Представляет собой не физическое лицо, а фирму (администрация базы);
- партнер — практикуют товарообмен и совместные заказы товаров между собой;
- «помогай» — неформально работает на хозяина фирмы, чаще всего мигрант;
- грузчик — неформально предоставляет разовые услуги хозяину фирмы, работает по неформальной договоренности с владельцем базы;
- посредник — является основным покупателем товаров и осуществляет официальные поставки в магазины;
- наемный продавец — неформально работает на хозяина фирмы, формально заключает договор с декларантом;
- владелец склада — неформально предоставляет места для хранения, формально заключает договор либо с владельцем базы, либо с декларантом;
- покупатель — заключают формальный договор с посредником по доставке, регулирует объемы, цены и качество.

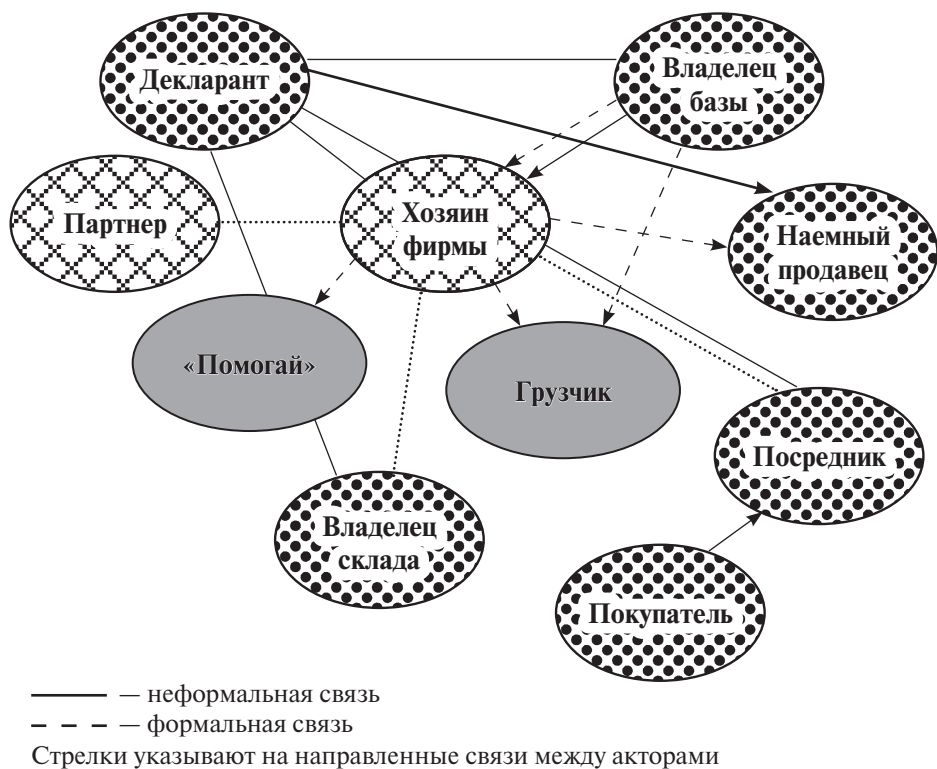


Рис. 2. Характер связи между акторами «китайского» рынка

Наглядно характер связей между основными акторами представлен на рис. 2.

Как видно, владельцы «китайских» фирм практически не имеют формальных связей с другими акторами. Однако это единственный актер, который обладает направленными неформальными связями, т. е. имеет возможность управлять действиями наемных продавцов, «помогаев» и грузчиков. В свою очередь, трое формальных акторов имеют направленные связи, трое таких связей не имеют. Владелец склада, посредник по доставке товаров в магазины и наемный продавец, по сути, являются посредниками в процессе доставки товаров покупателям, за что получают свою комиссию. Мы также видим, что помимо хозяина фирмы, ключевыми в этой схеме являются еще два актора, характеризующиеся большим количеством связей — декларант и владелец базы.

В целом, «китайские» фирмы играют ключевую роль в организации поставок и продажи овощей и фруктов. Однако владельцы фирм на «китайском» рынке не являются юридическими собственниками, а жители города и области при покупке овощей и фруктов из КНР взаимодействуют с офи-

циальными лицами: либо с магазином, гарантирующим соблюдение его прав, либо с базой как целостным объектом при покупке там товаров. Отсутствие формальных прав также ставит их в зависимое положение от владельца (администрации) базы, а также ведет к дополнительным расходам на оплату «комиссии» фирмам, осуществляющим импорт товаров и оформление документации. Неформальный контроль они могут осуществлять лишь над теми, чей статус также неформален (в том числе и над наемными продавцами). Однако с другими ключевыми акторами («декларант», «партнер», «посредник») связи не направлены, т. е. отношения горизонтальны.

Неформальные практики собственности

Чтобы понять, как организованы отношения собственности на микроуровне, мы использовали данные наблюдения. Мы выяснили, что в большинстве случаев участниками бизнесов практикуются неформальные соглашения, которые не подкреплены документами, имеющими законную силу. Опишем наиболее распространенные практики:

1) Отпуск товара под реализацию, в долг. Распространены отношения, когда товар дается под реализацию. При этом кредит может быть значительным (в несколько миллионов рублей) и предоставляться на длительный срок (один-два года). Кредит «под реализацию» никогда не оформляется документально — заемщика просто записывают в специальную тетрадь. Поэтому и бизнес предпочитают вести со старыми знакомыми. В результате таких отношений существенно повышаются риски предпринимателей. Так, дальнбойщики могут просто не вернуться обратно, потому к ним относятся с наибольшими опасениями. Если же «банкротятся» фирмы по доставке, то получить с них деньги за свой товар практически невозможно. Чаще всего за долги забирают машины, что позволяет частично перекрыть убытки.

2) Взаимный обмен продукцией. Чаще всего происходит в случае, когда на базу приезжает крупные покупатели. Для того, кто загружает большой груз для отправки в Якутию или в северные районы области, проще иметь дело с одним партнером, поэтому продавцы просят товар друг у друга, если у них такого нет или есть в недостаточном количестве. Как правило, покупатели «с севера» платят сразу и почти не торгуются, поэтому об обмене не договариваются заранее, надеясь обойтись своими силами. Но когда товар требуется, то, например, необходимый сорт яблок могут собирать у разных предпринимателей, что также не оформляется документально. Сами продавцы чаще договариваются либо о возврате товара, либо об эквивалентном обмене, но могут и просто выкупать то, что им нужно. Обмен продукцией, но в меньшем объеме, характерен и при комплектовании заказа для крупного магазина.

Участники реализуют различные схемы в обменах товарами и отпуске «под реализацию». Типичны две ситуации: покупатель отдает деньги за

товар при следующей покупке товара либо берет товар до определенной суммы, после чего возвращает долг. Следует отметить, что обмен товарами более интенсивен, чем денежный поток. *Это означает, что часть товаров находится в залоге, т. е. собственность на товар не определена или распылена между участниками.*

3) Возврат и обмен неликвидной продукции. Как правило, между продавцом и покупателем, занимающимся доставкой в магазины, существует договоренность о том, сколько продукции можно вернуть назад. Эта практика навязана крупными магазинами. Конкуренция между фирмами-поставщиками достаточно жесткая, поскольку все предлагают идентичный товар одного и того же происхождения практически по одинаковой цене. Поэтому, чтобы попасть на полку в дискаунтер или крупную сеть, необходимы специальные условия договора. До недавнего времени с магазинами также заключалось соглашение о некотором максимальном проценте возврата продукции, но в последнее время сетевые магазины возвращают всю неликвидную продукцию, даже ту, которую просто не успели продать. С «китайскими» же фирмами договоренности иные, процент возврата всегда определяется сразу при покупке, причем он часто зависит от вида продукции. Здесь часто имеет место и обман, поэтому нередко можно наблюдать, как покупатели проверяют практически каждую приобретаемую коробку: визуально оценивают качество, трогают, нюхают.

Что же является гарантом соблюдения прав, в частности, права на доход? Ограничение доступа к самостоятельным закупкам товаров для неграждан Китая является одним из **способов контроля над сложившейся системой отношений**. Осуществлять покупки самостоятельно для российских предпринимателей крайне проблематично из-за языкового барьера, отсутствия доверительных отношений и ограничения доступа к коммерческой информации о качестве и цене товаров. На сам «китайский» рынок также попасть в качестве предпринимателя не так легко, поскольку доступ контролируется администрацией (владельцем базы) и самими предпринимателями: не зная правил игры, невозможно купить товар по реальной цене. Показателен, в этом смысле, случай семейной пары, работающей на базе как одна из фирм. Жена, гражданка России, обеспечивает официальный статус предприятия, муж, гражданин Китая, — поставки продукции на рынок. Это одна из наиболее успешных фирм на базе, осуществляющая, кроме прочего, и доставку товаров в магазины города.

Некоторую **гарантию соблюдения права на доход** обеспечивает механизм контроля цен. Цены устанавливаются согласованно, хотя «свой» покупатель всегда может получить скидку, а человек «со стороны» — купить товар дороже средней цены. Цена товара зависит не только от того, какой была стоимость закупки и перевозки. При задержке паромов и «пум» (судов на воздушной подушке) цены быстро растут, как только товара на базе становится больше — они резко снижаются. Кроме того, зная, что в летние

месяцы спрос на продукцию сильно упадет, цены в мае и начале июня стараются сохранить на максимальном уровне как можно дольше. На «китайской» базе покупателями это воспринимается как сговор и обман продавцов, даже как жадность и жажда наживы. Миф о том, что разница в ценах закупки товара в Китае и продажи в Благовещенске огромна, определяет такое отношение покупателей к поддержке уровня цен, хотя в действительности такой информацией никто не владеет.

Поскольку права собственности неформальны, то и **поддержка прав (информмент)** осуществляется неформально. С одной стороны, это *коллективный социальный контроль* за деятельностью друг друга. Кроме того, что есть некоторый оговоренный минимум цен, существуют и другие социальные нормы, регулирующие отношения собственности. Мы уже говорили, что в число объектов собственности входят неформальные обязательства покупателей или партнеров по бизнесу за переданный им товар. Поэтому причиной конфликта становятся случаи, когда «переманивают» клиентов. Публичному осуждению подвергаются ситуации, когда происходит:

- 1) снижение цены на один и тот же товар для постоянного клиента другой фирмы;
- 2) предоставление более гибких условий кредита, т. е. «отпуск товара под реализацию» на более выгодных условиях (увеличение срока или суммы допустимой задолженности);
- 3) наговоры на другого предпринимателя о его нечестности в расчетах с покупателями («приписывание» лишних сумм, продажа некачественного товара, малый процент приема к возврату испорченного товара);
- 4) продажа товаров клиентам другой фирмы не на базе, а доставка напрямую на склад.

В случае обнаружения подобных действий со стороны конкурентов происходит публичное порицание и открытые конфликты, возможен разрыв установленных ранее связей. Конфликты могут заканчиваться драками и взаимными угрозами. Следует сказать, что рост конкуренции за покупателя в последнее время разрушает эту систему негласных договоров. Непременное правило «Не сманивай чужого клиента!» все чаще дает сбой, а ситуация с продажами на базе все больше становится похожа на традиционный базар, где продавцы, заметив покупателя, начинают выкрикивать или почти в открытую навязывать свои более выгодные условия.

Однако не исключены и *силовые способы гарантии прав собственности*. Мы уже упоминали, что доступ на базу контролирует администрация, она же решает формальные вопросы с представителями властей, извещает мигрантов о приближающихся проверках документов. Но доступ на «китайский» рынок контролируют и неформальные «крыши». Подробнее об этом, по понятным причинам, мало удалось выяснить, однако автору удалось наблюдать случай, когда на базу приехали новые дальнобойщики, чтобы организовать свою доставку в Якутию. Практически сразу начался скандал,

затем драка. Закончилось все приездом неких лиц, которые вмешались в «процесс». В результате (на момент исследования) наладить работу на базе приезжие так и не смогли, хотя официальных барьеров для этого не существует. Силовые способы гарантии прав также используются в случае банкротства кого-то из клиентов. Например, за невыполнение обязательств по оплате взятого под реализацию товара у посредников, доставляющих товары в магазины, отбирают грузовые машины. Далее следуют угрозы личной безопасности, нам известны также случаи избиения. Если партнером является мигрант из Средней Азии, которым, кстати, менее всего доверяют, поскольку они могут просто уехать без выполнения обязательств, давление осуществляется на родителей или других старших родственников. Однако об этом способе нам известно менее всего, поэтому здесь не приводится систематизации подобных практик, мы лишь фиксируем их наличие.

Таким образом, взаимные неформальные соглашения решают многие проблемы полуполюгального положения, что, с одной стороны, помогает избежать некоторых рисков, с другой — создает или повышает другие. Отношения становятся более формальными только за пределами базы — на таможне или при продаже в магазин, внутри же все контролируется личными договоренностями и установленными правилами игры. Взаимная ответственность и доверие, совместная конкуренция, кооперация в процессе доставки — все это помогает преодолеть множество барьеров и превращает отношения во взаимовыгодный симбиоз, без которого организация подобного бизнеса была бы просто невозможна.

«Собственники без собственности»

Фактически, согласно определению А. Рива, предприниматели из КНР имеют право использовать товары, могут исключить других из использования и передают эти права по взаимному согласию, а значит, являются фактическими собственниками. Но этими же правами обладают и юридические собственники фирм. Однако их права ограничены характером объекта собственности.

Объектом собственности «китайских» предпринимателей являются, прежде всего, продаваемые ими *товары*. Характер товара при этом играет определяющую роль. Специфика его в том, что товар (овощи и фрукты) представляет собой скоропортящийся продукт, а подтверждающие документы также имеют ограниченный срок действия. Поскольку права собственности на товар расплывлены, то потребовать оплату товара, данного в долг, может лишь признаваемый на «китайском» рынке собственник товара. Поэтому объектом собственности также являются *неформальные обязательства партнеров по бизнесу*: посредников, перекупщиков и покупателей, взявших товары в долг или по взаимному учету. К числу объектов собственности на правах аренды относятся также *места торговли*, предоставляемые по неформальной договоренности. Это действительно просто

«места», отгороженные друг от друга железной сеткой. Все это определяет характер сложившихся взаимоотношений между декларантом (импортером или юридическим собственником фирмы) и «китайским» предпринимателем. **Получается, что из всего перечисленного можно отнять лишь товар, который есть в наличии, но, не обладая системой отношений с посредниками и покупателями, продать быстро портящийся товар практически невозможно.** По этой же причине между посредником по доставке и продавцом установились взаимозависимые отношения: «китайский» предприниматель не может самостоятельно продавать товары в магазины, поскольку не имеет юридического статуса и не может заключить официальный договор с крупными магазинами, посредник, в свою очередь, не имеет возможности закупать скоропортящиеся товары где-то еще. Таким образом, специфика объекта собственности обуславливает сложившиеся отношения.

Итак, мы показали, что отношения собственности на «китайском» рынке неформальны, а анализ социальных сетей позволил увидеть, как организовано пространство взаимодействий. С помощью эмпирического кейса мы продемонстрировали то, как тесно связаны между собой различные аспекты собственности. С одной стороны, государство контролирует доступ к бизнесу мигрантов через установление ограничений, тем самым ограничивая возможность использования собственности в коммерческих целях. Это, с другой стороны, определяет то, что делают собственники, чтобы реализовать свои права и использовать возможность получения дохода от собственности. И, наконец, характер собственности оказывает прямое влияние на то, как структурируются отношения между участниками бизнеса и какие практики ими реализуются. На наш взгляд, именно изучение того, как на практике складываются взаимоотношения по поводу собственности, и позволяет раскрыть ее природу наиболее полно и обозначить ее социальное значение.

Литература

Амурский статистический ежегодник 2012: Статистический сборник. Амурстат. Б., 2012.

Барсукова С.Ю. Неформальная экономика: причины развития в зеркале мирового опыта // Экономическая социология, 2000, 1(1), с. 13–24.

Волков В.В. Силовое предпринимательство в современной России // Социологические исследования, 1999, 1, с. 56–65.

Дятлов В., Журавская Т., Охотникова А., Перевалова Л., Собенников Е. «Китайские рынки» российских городов — «уходящая натура»? // Трансграничные миграции и принимающее общество: механизмы и практики взаимной адаптации / Дятлов В.И. (ред.). Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2009.

Журавская Т.Н. «Китайский» торговый центр vs. «китайский» рынок: что изменилось со времен запрета на торговлю иностранцев на розничных рынках (На примере Амурской области)? // Политика, 2012, 4, с. 104–123.

- Ильин В. Маркетинг российского базара // Практический маркетинг, 2000, 8. [http://www.cfin.ru/press/practical/2000-08/04.shtml]. Дата доступа: 22.08.2007.
- Капелюшников Р.И. Экономическая теория прав собственности (методология, основные понятия, круг проблем). М.: ИМЭМО РАН, 1991.
- Капелюшников Р. Право собственности (очерк современной теории) // Отечественные записки, 2004, 6 (21). [http://www.strana-oz.ru/2004/6/pravo-sobstvennosti-ocherk-sovremennoy-teorii]. Дата доступа: 13.05.2012.
- Квале С. Исследовательское интервью. М.: Смысл, 2003.
- Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. Т. 46. Ч. I. Изд.-е. М.: Издательство политической литературы, 1968.
- Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Пер. с англ. А.Н. Нестеренко; предисл. и науч. ред. Б.З. Мильнера. М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997.
- Норт Д. Функционирование экономики во времени. Нобелевская лекция (9 декабря 1993 года) // Отечественные записки, 2004, 6 (21). [http://www.strana-oz.ru/2004/6/funkcionirovanie-ekonomiki-vo-vremeni] Дата доступа: 13.05.2012.
- О приграничном сотрудничестве Амурской области с Китаем: Записка. Б.: Амурстат, 2011.
- Остром Э. Управляя общим: эволюция институтов коллективной деятельности / Элинор Остром; пер. с англ. М.: ИРИСЭН, Мысль, 2010. (Elinor Ostrom. Governing the commons: The evolution of institutions for collective action. 1990).
- Рыжова Н.П. Благовещенск — форпост российской империи или зона свободной экономики? // Дятлов В.И., Рязанцев С.В. (ред.) Стабильность и конфликт в российском приграничье. Этнополитические процессы в Сибири и на Кавказ. М., 2005
- Смелзер Н. Социология: пер. с англ. М.: Феникс, 1994.
- Торговля в России: Стат. сб. / Госкомстат России. М., 2001.
- Торговля в России. 2005: Стат. сб./ Росстат. М., 2006.
- Торговля в России. 2009: Стат. сб./ Росстат. М., 2010.
- Торговля в России. 2011: Стат. сб./ Росстат. М., 2011.
- Фуруботн Э.Г., Рихтер Р. Институты и экономическая теория. Достижения новой институциональной экономической теории. Пер. с англ. под ред. В.С. Катькало и Н.П. Дроздовой. СПб.: Издательский дом Санкт-Петербургского государственного университета, 2005.
- Хилл П. Рынки как места торговли // Экономическая теория/под ред. Дж. Итуэлла, М. Милгейта, П. Ньюмена; науч. ред. В.С. Автономова. М.: ИНФРА-М, 2004.
- Alchian A. *Economic forces at work*. Indianapolis, 1977.
- Bruce G. Carruthers and Laura Ariovich. The Sociology of Property Rights, *Annual Review of Sociology*, 2004, 57, pp. 23–46.
- Coase R. *The firm, the market, and the law*. Chicago and London, 1988.
- Demsetz H. *Efficiency, competition, and policy*, Vol. I-II. Oxford, 1988.
- Earle T. Archeology, property, and prehistory, *Annual Review of Sociology*, 2000, 29, pp. 39–60.
- Espeland W. *The Struggle for Water: Politics, Rationality, and Identity in the American Southwest*. Chicago: University of Chicago Press, 1998.

Журавская Т.Н. «Собственники без собственности»: неформальные практики...

Honore A.M. Ownership, *Oxford essays in jurisprudence*, ed. by Guest A.W. Oxford, 1961, pp. 112–128.

Kopytoff I. Slavery, *Annual Review of Anthropology*, 1982, 11, pp. 207–230.

Lenski G., Lenski J. *Human Societies: An Introduction to Macrosociology*. New York et al.: McGraw-Hill Company, 1978 [1970].

Reeve A. *Property*. Atlantic Highlands: Humanities. 1986.

Williamson O. The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead, *Journal of Economic Literature*, 2000, XXXVIII, pp. 595–613.