



Т.Н.Журавская

«КИТАЙСКИЙ» ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР VS. «КИТАЙСКИЙ» РЫНОК: ЧТО ИЗМЕНИЛОСЬ СО ВРЕМЕНИ ЗАПРЕТА НА ТОРГОВЛЮ ИНОСТРАНЦЕВ НА РОЗНИЧНЫХ РЫНКАХ НА ПРИМЕРЕ АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ¹

¹ Работа выполнена в рамках проектов «Местные сообщества, местная власть и мигранты в Сибири на рубежах XIX—XX и XX—XXI вв.» (Роснаука, № 14.740.11.0770) и «Экономическая интеграция приграничных рынков: оценка структурных эффектов» (РФФИ, №12-06-00134-а).

Такое впечатление, что в данном месте аномальная зона и существует здесь несколько измерений...

Из комментариев в блоге В. Злочевского

Ключевые слова: политическое решение, иностранная рабочая сила, «этнический рынок»

В результате реформирования экономики, в том числе либерализации внешней торговли, в конце 1980-х — начале 1990-х годов в России появились вещевые рынки (базары), наполненные дешевым импортом. Во многих городах Сибири и Дальнего Востока, возможно, по причине сложившейся миграционной ситуации возникали не просто рынки, а рынки этнически маркированные — «китайские», которые просуществовали почти два десятилетия. Однако с 2007 г. допустимая квота иностранных торговцев на розничных рынках составляет 0%. Потому должны были исчезнуть и все «китайские» рынки.

Артикулированных мотивов введения такой нормы было несколько. Первый (политически популярный) — это высвобождение рабочих мест для местного населения. Второй — переход к более цивилизованным формам торговли и решение совокупности проблем, характерных для «этнических рынков» в России (нарушение санитарных норм, высокая криминальная составляющая, малая прозрачность бизнеса и др.²). Третий — урегулирование ситуации с неучтенным оборотом. Последний мотив вызвал наибольшее количество дискуссий, поскольку для борьбы с теневым оборотом в данном случае предлагалось использовать не экономические методы, а инструменты миграционной политики.

В настоящем исследовании анализируются итоги запрета на торговлю иностранцев на рынках на примере одного из регионов Дальнего Востока — Амурской области. Мы последовательно в соответствии с обозначенными выше мотивами рассмотрим, что произошло после

² См. Дятлов, Кузнецов 2004.

введения нулевой квоты в этом приграничном субъекте РФ, и попытаемся выяснить, привело ли воплощение в жизнь политического решения к достижению ожидаемых результатов. Но вначале коснемся теоретических аспектов проблемы реализации политического решения.

**«Реализация
политического
решения»:
категория
и модели**

Хотя реализация политического решения (policy implementation) является важнейшим (завершающим) этапом политико-управленческого процесса, предметом научного анализа она стала лишь в 1970-е годы. Прежде всего исследователи обратили внимание на тот факт, что даже самые разумные и своевременные решения могут остаться невоплощенными, а изначально декларированные цели подвернуться в ходе реализации существенным метаморфозам. Впоследствии сложились две основные объяснительные модели реализации политических решений: «сверху вниз» (А.Вилдавски, Дж.Л.Прессман, П.Сабатьер и др.)³ и «снизу вверх» (М.Липски, Б.Хьерн, Р.Элмор и др.)³.

³ Подробнее см. Десярев 2004.

Приверженцы первой модели трактуют реализацию решения как процесс взаимодействия между целями, с одной стороны, и шагами, направленными на их достижение, — с другой. В связи с этим огромное значение имеет «отправная точка», или исходные условия, то есть «прежде чем начнется процесс реализации программы... все законодательные вопросы должны быть решены, а фонды выделены»⁴. Немаловажную роль играет также преодоление разногласий между участниками имплементации и эффективная защита денежных фондов. Но даже в этом случае реализация может оказаться неудачной, если избранные средства (действия) не отвечают поставленным целям (например, по причине неверной диагностики ситуации)⁵. Согласно представлениям поборников данной модели, для успешной реализации политического решения необходимы внятные и соответствующие ситуации цели, адекватные этим целям действия, а также четкое распределение ответственности и полномочий между чиновниками-исполнителями. Кроме того, успех имплементации зависит от наличия поддержки как сверху (политики), так и снизу (группы интересов) и состояния среды, которая не должна препятствовать действиям агентов реализации⁶.

⁴ Прессман, Вилдавски 2003: 462.

⁵ Там же: 460—465.

⁶ Sabatier 1994.

Описанная выше модель с ее упором на контроль сверху вызвала резкую критику со стороны части исследовательского сообщества, что привело к появлению альтернативной модели — «снизу вверх». Ее приверженцы фокусируют внимание на действиях исполнителей низовых звеньев — «чиновников уличного уровня» (в терминологии Липски), прежде всего муниципальных служащих, которые «вступают в прямой контакт с гражданами при выполнении своих профессиональных прав и обязанностей»⁷. Именно «уличные бюрократы» вносят ключевой вклад в воплощение политического курса, ибо именно они в конечном итоге определяют, кто станет потребителем социальных благ, а кто будет квалифицирован как преступник или душевнобольной, поэтому сбои в реализации решения могут быть следствием различий в интере-

⁷ Липски 2003: 524.

⁸ Там же: 524—525. сах таких чиновников, несогласующихся линий их поведения и т.д.⁸ Справедливость данного заключения не вызывает сомнений, однако трудно не согласиться и с тем, что лежащий в его основе подход не дает

⁹ Sabatier 1994. ответа на вопрос, как все-таки протекает процесс имплементации и какие конкретно факторы оказывают на него влияние⁹.

Более взвешенной, на наш взгляд, является концепция Дж.Эдвардса-третьего, вобравшая в себя элементы обеих моделей. Исследователь выделяет четыре критических фактора реализации политического решения: коммуникации, ресурсы, предрасположенности (настроения) и бюрократические структуры. Все эти факторы действуют одновременно и накладываются друг на друга. Искажение коммуникаций (при передаче директив или вследствие чрезмерной жесткости таковых), неадекватные ресурсы (дефицит или отсутствие людей, материалов, оборудования, информации и т.д.), негативное отношение исполнителей (если, скажем, изменения ухудшают их положение) и неэффективные бюрократические структуры (прежде всего организационная раздробленность) — каждый из этих факторов, не говоря уже об их сочетании, может способствовать провалу имплементации¹⁰.

¹⁰ Edwards III 1980.

Проблемы реализации политических решений существуют во всех без исключения обществах. Однако для развивающихся стран характерен так называемый разрыв имплементации (implementation gap), то есть очевидное несоответствие между намерениями и результатами. О разрыве имплементации говорят тогда, когда эффект от воплощения в жизнь некоего решения оказывается очень далеким от ожидавшегося или даже прямо противоположным (например, реализация программы по борьбе с бедностью приводит к общему снижению жизненного уровня населения). Принято считать, что такое положение вещей связано со слабой финансовой обеспеченностью развивающихся стран, но исследования показывают, что дело не только в этом. Так, во многих случаях отсутствует преемственность в реализации программ. Каждый новый политик начинает проводить свой собственный курс, игнорируя то, что было сделано его предшественниками. По этой причине многие проекты просто не доводятся до конца. Другая причина — отстранение целевых групп от участия в принятии решений и тем самым лишение бенефициаров чувства включенности в программы. Еще две проблемы, тесно связанные друг с другом, — это поверхностный анализ ситуации и, как следствие, недоучет ряда важных экономических, социальных, культурных и прочих переменных и директивное планирование сверху, исключающее возможность какой-либо корректировки действий даже в случае их явной неадекватности сложившимся обстоятельствам. И, наконец, существенную роль играет коррупция, так как чиновники разворовывают и без того скудные ресурсы этих стран и создают дополнительные барьеры, увеличивающие издержки реализации политических решений¹¹.

¹¹ Makinde 2005.

Исследователи реализации политических решений обычно анализируют программы или стратегии, поскольку, как правило, бывает

сложно проследить эффект внедрения некоей частной нормы. Однако введение запрета на торговлю иностранцев на розничных рынках было призвано решить целый комплекс задач, и с момента вступления его в силу прошло уже достаточно времени. Именно поэтому мы считаем возможным использовать соответствующие аналитические модели и подходы для выявления проблем реализации данного запрета (если таковые имеются) и причин их появления.

**Методология
и эмпирическая
база
исследования**

¹² Об особенностях и границах метода см., напр. Platt 1988; Ragin, Becker 1992.

Исследование проведено в формате case-study¹². Выбор в пользу этого подхода обусловлен специфичностью самого объекта. Этнически маркированные места торговли невозможно идентифицировать с помощью обычных статистических данных. Здесь требуется знание реально существующих связей, особенностей сложившейся ситуации. Кроме того, «китайские» рынки и торговые центры распространены далеко не на всей территории страны; по мнению экспертов, они сконцентрированы в восточных регионах России. Заметно различается и положение на локальных рынках труда, неодинаковы уровни развития бизнеса и конкуренции. Отчетливую местную привязку имеют также сами схемы и стратегии акторов.

¹³ Рыжова 2005.

Как уже упоминалось, в качестве исследовательского кейса был выбран случай Амурской области. Как и во многих других регионах РФ, в 1990-е годы там активно развивалась «челночная» торговля, чему способствовало отсутствие значимых производств и упадок основных отраслей хозяйства¹³. Немаловажное значение имело и то обстоятельство, что областной центр — Благовещенск — соседствует с Хэйхэ, в котором действует приграничная зона «Хуши», где созданы особые условия, направленные на стимулирование «народной торговли» (китайский эквивалент «челночного» бизнеса). Трансграничное положение Благовещенска¹⁴ привело к быстрому заполнению рынка импортными товарами, в областную столицу потянулись покупатели из других городов, а потом и из других регионов. Благовещенск стал «городом-кушом», «воротами» России в Китай¹⁵. Закономерно, что в регионе начали появляться «китайские» рынки, а затем и «китайские» торговые центры.

¹⁴ Кайзер, Бредникова 2004.

¹⁵ Журавская 2009.

Под «китайским» торговым центром здесь понимается торговое предприятие, где граждане КНР продают товары китайского производства. (Разумеется, это не исключает присутствия среди продавцов граждан других государств; речь идет лишь о преобладании торговцев из Китая.) В отличие от «китайских» рынков, подобные объекты (это капитальные строения) юридически имеют статус магазинов, и торговые места в них предоставляются по договору аренды.

¹⁶ <http://www.amur.info/>.

Эмпирической базой исследования послужили наблюдения автора за практиками торговли в 2008—2011 гг. в Благовещенске, данные Росстата, таможенная статистика и материалы сайта информационного агентства «Амур.инфо»¹⁶. В целях проверки полученных результатов в работе использовались также данные по другим регионам, в частности

¹⁷ <http://www.chita.ru/forum/> (раздел

материалы обсуждения темы на форуме сайта «Чита.ру»¹⁷ и интервью с жителями Екатеринбурга.

Высвобождение рабочих мест

«Новости нашего города», пост «Китайские рынки Читы», сентябрь 2011 г.

В структуре занятости жителей Амурской области торговля стабильно занимает первое место — на протяжении вот уже более пяти лет в оптовой и розничной торговле и ремонте бытовых изделий здесь занято около 20% экономически активного населения. Однако уровень оплаты труда работников торговли очень невысок, превышая только уровень оплаты в сельском и лесном хозяйстве (совокупная занятость — 10—13%), а также в текстильной, швейной и химической промышленности (совокупная занятость — около 10%). При этом в розничной торговле заработная плата ниже, чем в среднем по отрасли, и составляет примерно половину средней по области (см. табл. 1).

Таблица 1 Среднемесячная номинальная заработная плата работников торговли (в руб.)

Среднемесячная номинальная заработная плата	2005	2006	2007	2008	2009	2010
В целом по области	9391,8	11110,8	13534,4	16665	19019	21204,4
Оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	5830,5	6831,1	8013,3	10417,6	11308,3	12596,4
Розничная торговля	5171,5	6635,0	7235,6	8614,3	9884,2	11491,1

Источник: Амурская область в цифрах: Краткий статистический сборник. 2011. — Благовещенск.

В случае работы на рынке низкая оплата усугубляется и более тяжелыми условиями труда, особенно в холодное время года, что еще больше снижает привлекательность подобной формы занятости.

NB! Мотивы, по которым россияне приходят работать на рынок, подробно описаны М. и В.Ильиными, В.Титовым, А.Яковлевым, В.Голиковой, Н.Капраловой и В.Фаузером¹⁸. Как показывают проведенные ими исследования, важнейшими среди этих мотивов являются отсутствие других вариантов трудоустройства, низкая заработная плата на прежнем месте работы, невозможность устроиться по специальности, а также желание приобрести первоначальный капитал для развития бизнеса или средства для оплаты учебы, отпуска и т.д., причем многие рассматривают это как временный заработок, способ преодолеть финансовые трудности. Другими

¹⁸ Ильина, Ильин 1998; Титов 1999; Яковлев, Голикова, Капралова 2006; Фаузер 2007.

словами, выбор такой формы занятости носит скорее вынужденный, чем добровольный характер.

¹⁹ Труд и занятость 2008—2010.

Несмотря на наибольшую долю работников отрасли в структуре занятости, спрос на рабочую силу в ней остается высоким. Так, в 2008 г. число заявленных работодателями вакансий в торговле составляло 13 тыс., в 2009 г. — около 12 тыс.¹⁹ Учитывая сложившуюся ситуацию, трудно понять, какими соображениями руководствуются местные власти, утверждающие квоты на привлечение иностранной рабочей силы (ИРС).

²⁰ Чудиновских 2010.

По понятным причинам в составе последней доминируют граждане КНР (свыше 70%). В структуре привлекавшейся в область в 2000—2009 гг. ИРС доля китайцев в торговле варьировала от 2 до 27%, а в общей численности ИРС из КНР — от 11 до 48%. Однако в целом по отрасли доля китайцев никогда не превышала 6% (см. табл. 2). Более того, поскольку при расчете показателя ИРС («всего работало») число иностранных работников на начало года просто суммируется с числом вновь прибывших (без поправки на уехавших), правомерно предположить, что в действительности эта доля еще ниже²⁰.

Таблица 2 Структура и динамика занятости ИРС из КНР в торговле

Год	Всего ИРС (чел.)	ИРС из КНР (чел.)	ИРС из КНР в торговле (чел.)	Доля ИРС из КНР в общей численности ИРС (%)	Доля торговли в структуре привлеченной ИРС из КНР (%)	Среднегодовая численность занятых в торговле (тыс. чел.)	Доля ИРС из КНР в торговле (%)
2000	3759	468	77	2,0	16,5	62,7	0,1
2001	4166	626	98	2,4	15,7	79,5	0,1
2002	6439	2397	1026	15,9	42,8	80,5	1,3
2003	9233	5237	2502	27,1	47,8	81,0	3,1
2004	9120	5907	2268	24,9	38,4	84,5	2,7
2005	13042	8390	2433	18,7	29,0	84,3	2,9
2006	18454	13129	3322	18,0	25,3	83,3	4,0
2007	26671	19452	4863	18,2	25,0	83,8	5,8
2008	31319	23567	4171	13,3	17,7	83,6	5,0
2009	27948	20067	2167	7,8	10,8	77,5	2,8

Составлено и рассчитано по: Миланин Г.Б., Путько Л.А. 2005. *Проблемы занятости и безработицы в Амурской области.* — Благовещенск; *Проблемы занятости и безработицы в Амурской области.* 2008. — Благовещенск; *Амурский статистический ежегодник.* 2010. — Благовещенск.

Как видно из приведенных в *табл. 2* данных, о сколько-нибудь серьезной представленности китайцев среди амурских работников торговли можно говорить лишь начиная с 2002 г., когда был принят закон «О правовом положении иностранных граждан в РФ». В 2003 г. произошел очередной скачок, что, видимо, было связано со вступлением в силу постановления правительства РФ «О порядке выдачи иностранным гражданам и лицам без гражданства разрешения на работу», в котором, в частности, устанавливалось, что работодателем или заказчиком может выступать иностранный гражданин, зарегистрированный в России в качестве предпринимателя. В 2007 г. доля ИРС из КНР в структуре занятости в отрасли достигла своего максимума, а затем начала снижаться.

В 2009 г. и доля, и фактическое число китайцев в торговле сократились по сравнению с 2007 г. более чем в два раза. Примечательно, что одновременно резко выросло количество малых предприятий в торговле (см. *табл. 3*). Параллельное протекание этих двух процессов может свидетельствовать о распространении практики регистрации фирм на подставное лицо²¹. В пользу данного предположения говорит и тот факт, что после принятия упомянутого выше постановления правительства, легализовавшего предпринимательскую деятельность иностранных граждан, число таких предприятий заметно сократилось.

²¹ См. Михайлова, Тюрюканова 2009.

Таблица 3 Динамика числа малых предприятий в торговле

Год	Число малых предприятий
2000	1742
2001	1706
2002	1206
2003	871
2004	831
2005	900
2006	900
2007	1800
2008	2300
2009	2200

Источник: Амурская область в цифрах: Краткий статистический сборник. 2011. — Благовещенск.

Интересно также, что динамика привлечения китайских торговцев слабо связана с долей рынков и ярмарок в розничном товарообороте (см. *табл. 4*). Достигнув наивысшего значения в 1999 г. (65%, что сравнимо с показателями северокавказских республик²²), доля рынков в розничном товарообороте области стала неуклонно снижаться.

²² Торговля в России 2009: 366—368.

Таблица 4 Динамика привлечения торговцев из КНР и доля рынков в розничном товарообороте

Год	Доля торговли в ИРС из КНР (%)	Доля рынков и ярмарок в розничном товарообороте (%)
2000	16,5	60,5
2001	15,7	54,4
2002	42,8	41,0
2003	47,8	34,6
2004	38,4	26,8
2005	29,0	22,6
2006	25,3	20,6
2007	25,0	10,8
2008	17,7	9,7
2009	10,8	10,0

Источник: Амурская область в цифрах: Краткий статистический сборник. 2011. — Благовещенск.

За период с 2006 по 2010 г. число рынков в Амурской области сократилось с 78 до 9, а число торговых мест на рынках — с 10648 до 1262. Более того, несмотря на столь резкое сокращение, далеко не все эти торговые места используются: в 2007 г. на рынках области фактически использовалось лишь 76,4% торговых мест, а в 2008 г. — всего 67,4%²³. Аналогичные тенденции зафиксированы и в других регионах России, что связано как с конкурентным давлением со стороны крупных сетевых ритейлеров, так и с введением законодательных ограничений, призванных стимулировать переход к более цивилизованным формам торговли²⁴.

²³ Там же.

²⁴ См. Радаев, Котельникова 2008.

Заметное сокращение числа рынков, казалось бы, свидетельствует о правильности проводимого курса: торговля постепенно перемещается в магазины. Но в результате этого процесса, похоже, «выдавливаются» не иностранные торговцы, а мелкие предприниматели из числа местных жителей. Весьма показательна в данном отношении история, рассказанная одной из участниц обсуждения проблемы на форуме «Амур.инфо»:

«По мнению гор. администрации мы там стояли незаконно [речь идет о районе Центрального рынка]. Решили нас убрать, поставить других. Полтора месяца — август, сентябрь — предприниматели, не видя своих детей, ночевали уже холодными ночами в палатках, чтобы на их местах не установили „купавы“. Сегодня в этих „купавых“ торгуют вьетнамцы бюстгальтерами, лица кавказских национальностей б.у. телефонами. С улицы Пионерской тоже убрали предпринимателей, в результате 4 года стояли китайцы на наших местах, но при этом их никто не видел. <...> Сегодня нам предлагают торговые места на задворках. В узком

проходе между ТЦ „Россия“ и „Россиянин“. <...> Нам предлагают занять места, где доход будет идти частному лицу. И мы на этих местах будем банкротами стоять в подворотне, окруженные со всех сторон т.центрами с китайцами»²⁵.

²⁵ <http://blogs.amur.info/zlochevsky/1567.html> (Намалю, 29 января 2011).

Разумеется, вопрос о «выдавливании» из отрасли мелких предпринимателей, как и вопрос о регистрации фирм на подставных лиц, требует дополнительного изучения. Но в данном случае нам достаточно зафиксировать эти явления как вполне реальные альтернативы появлению новых рабочих мест в результате введения ограничений на использование ИРС в торговле.

Так или иначе, никакого позитивного воздействия этой меры на рынок труда в Амурской области нам обнаружить не удалось. Более того, «высвобожденные» китайцами рабочие места оказалось неким заполнить, и отрасль испытывает острую нехватку рабочей силы.

Изменение формата торговли

В связи с меняющимся законодательством в Благовещенске были построены два торговых центра — «XL» и «Три кита», куда и переместилась торговля с городского рынка. Но в новые здания переехали не все. Если раньше на рынке торговали и иностранцы, и российские граждане, то новые торговые центры стали только «китайскими» (за исключением цокольного этажа в одном из центров, где разместились офисы и продуктовый магазин). Складывается впечатление, что в подобном преобразовании формата торговли были заинтересованы прежде всего инвесторы из Китая: хотя китайские инвестиции в экономику региона очень невелики, динамика поступления средств говорит сама за себя (см. табл. 5).

Таблица 5 Структура и динамика поступления инвестиций из КНР (тыс. долларов)

	2006	2007	2008	2009	2010
Инвестиции из КНР	2089,4	2902,73	4731,91	7277,09	10149,8
в том числе оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств	900,52	2128,74	145,83	0	100,33
доля от всех инвестиций из КНР	43,1%	73,3%	3,1%	0	1%

Источник: Амурская область в цифрах: Краткий статистический сборник. 2011. — Благовещенск.

Важно и то, что существенно изменилась структура экспорта услуг. Если в период с 2000 по 2006 г. экспорт услуг по коммерческой аренде (предоставлению торговых мест) занимал первое место в общем экспорте услуг, то в 2007 г. его доля резко сократилась в пользу экспорта транспортных услуг. Дело в том, что до 2007 г. услуги по аренде тор-

говых мест на рынке предоставляло муниципальное предприятие, а потом эта сфера перешла в частные руки. В результате уже в 2007 г. поступления от аренды сократились в четыре раза (по сравнению с 2006 г.), а затем и еще в четыре раза²⁶. Это говорит о том, что при переходе к торговым центрам механизм предоставления торговых мест не просто изменился, но и, вопреки ожиданиям, стал менее прозрачным.

²⁶ *Расчитано по: Амурская область 2011.*

В соответствии с определением Росстата, розничный рынок — это «имущественный комплекс, предназначенный для осуществления деятельности по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг) на основе свободно определяемых непосредственно при заключении договоров розничной купли-продажи и договоров бытового подряда цен и имеющий в своем составе торговые места»²⁷. Пользуясь такой формулировкой, довольно сложно провести границу между рынком и нынешними торговыми центрами. Разница, как правило, заключается исключительно в статусе торгового предприятия. А понять, действительно ли торговый объект является торговым центром, или речь идет о все том же рынке, только крытом, можно лишь непосредственно посетив его.

²⁷ *Цит. по: Торговля в России 2009: 242.*

Для того чтобы выяснить, как повлияло на формат торговли перемещение ее в торговые центры, целесообразно воспользоваться известной маркетинговой концепцией «4р» (product, place, price, promotion), согласно которой четыре главных элемента маркетинга (продукт, размещение, цена, продвижение) должны соответствовать ожиданиям и потребностям целевого сегмента²⁸. На наш взгляд, именно сочетание этих компонентов позволяет судить о формате торговли, а вовсе не официальный статус торгового предприятия. Попробуем, опираясь на данную схему, сравнить практики торговли в «китайских» торговых центрах и на «китайских» рынках.

²⁸ *Borden 1964; Engel 1968; Howard 1969; Kotler 1973.*

Продукт. Ассортимент «китайского» торгового центра мало чем отличается от того, что мы привыкли видеть на вещевых рынках. Большая часть отделов специализируется на продаже швейных и текстильных изделий, трикотажа, белья, верхней одежды. Что касается качества товаров, то, как правило, это все тот же китайский ширпотреб сомнительного производства. Наряду со специализированными отделами (товары для детей, нижнее белье, бижутерия, обувь, верхняя одежда), сохранились и смешанные, при этом в похожих отделах много одинаковых товаров. Вместе с тем появились и товары более качественные, даже брендовые — например, PLJST, Li Gao Jeanz, BT boy, HaiLooZi. Имеется также отдел с «национальным колоритом», где продают отделанные вышивкой кимоно и предметы интерьера. Расширился и набор услуг: кафе, ремонт сотовых телефонов, изготовление штор на заказ. Услуги, ранее осуществлявшиеся на рынке (ремонт обуви, изготовление ключей и т.п.), тоже переехали в торговый центр.

Размещение. Под размещением в данном случае понимается весь процесс движения товара от заказа до складирования и доставки покупателю. Как будет показано ниже, товары продолжают поставляться по

«серым» схемам, а продают их все те же торговцы, то есть никаких принципиальных изменений в этом плане не произошло. Стоит отметить, что торговые центры по сути дела взяли на себя функции логистических центров, и именно там теперь делают мелкооптовые закупки внутренние «челноки». Торговые залы, как и на рынке, не отделены от других помещений: товары складываются непосредственно в отделах, там же располагается и «зона отдыха» торговцев. Нет существенных изменений и в уровне обслуживания покупателей: по-прежнему нельзя получить квалифицированную консультацию при покупке, отсутствуют примерочные кабины, не всегда выдаются даже чеки.

Цена. Цены в «китайских» торговых центрах традиционно низкие, однако уже не обязательно самые низкие в городе. Ценовая политика в отношении обычных покупателей и мелких оптовиков разная: партии товара продаются по более низкой цене. Отличительным признаком торговых центров является и торг (что трудно представить себе в магазине), потому торговля в большинстве случаев осуществляется без ценников, как это было на рынке.

Продвижение. Продвижение продукции остается весьма ограниченным. Наиболее распространенные из используемых инструментов:

- призывы продавцов («Детское давай!», «Мужское!», «Трусы, носки посмотри!», «Заходи, карифана, посмотри, нового товара много!» и т.п.);
- вывески («Одни из самых лучших мастеров Китая по ремонту сотовых телефонов ждут Вас. А также в продаже имеются запчасти и оборудование для ремонта сотовых телефонов» или «Телефоны прямо с фабрики!!!»);
- манекены, бюсты, пластиковые ноги;
- распродажи («все по 100 р.», «все по 300 р.»).

Это практически весь арсенал применяемых для продвижения средств, и сами эти средства мало чем отличаются от использовавшихся на рынке.

Таким образом, несмотря на отдельные позитивные сдвиги (появление туалетов, кафе, эскалатора, банкоматов, номеров на секциях, охраны), в торговых центрах все еще слишком много от прежних рынков. Сюда, например, переехала нестационарная торговля обедами и зеленью — обычные тележки, которые перемещаются теперь по проходам между отделами. Все так же нет примерочных, приличных зеркал, кассовых аппаратов и ценников, невозможно получить информацию о происхождении товаров. Практически не встретишь и российских продавцов, исключение — отделы по продаже сотовых телефонов и шуб.

NB! Сходная картина наблюдается и других городах, где «китайские» рынки были преобразованы в торговые центры. Довольно показательно в этом плане высказывание на форуме «Чита.ру» о торговом центре «Ся Ян»: «Обычный магазин с обычными бутиками в центре нашей деревушки. С виду здание — шедевр забайкальской архитек-

²⁹ <http://chita-forum.com/viewtopic.php?f=61&t=177376&start=45>.

туры, а внутри погано»²⁹. Кстати, в той же Чите на освободившиеся места пришли другие мигранты — киргизы («киргизы», как их называют жители города), осуществляющие торговлю на рынках нелегально. Там же, где торговых центров не открыли, например в Биробиджане, многие китайские предприниматели, уйдя с рынков, из бизнеса не устранились, а просто поставили на свое место российских продавцов.

«Китайские» торговые центры обслуживают все тех же покупателей — низкодоходный сегмент потребителей (пенсионеры, студенты, многодетные семьи) и внутренних «челноков», для которых самым важным остается уровень цен, а не особенности выкладки товара или стимулирующие акции. Туда продолжают ходить и те, кто понимает, что товары везде одни, а вот цена в магазине может отличаться на порядок. Потому и формат торговли фактически не изменился — сменилась лишь вывеска.

³⁰ См. Ильина, Ильин 2001; Радаев 2007.

³¹ В англоязычной литературе для обозначения такого рода экономики используются термины «неофициальная», «подпольная», «скрытая»;

Произошедшие трансформации привели к размыванию границ между торговым центром и рынком³⁰. По сути, оказалось, что значение здесь имеет главным образом официальный статус (от которого зависит и статус иностранного торговца), а вовсе не формы торговли. Иными словами, торговля едва ли стала более цивилизованной, но при этом пострадали местные бюджеты, потерявшие часть доходов от предоставления в аренду торговых мест.

Сокращение неучтенного оборота

во французской — «подземная», «неформальная»; в итальянской — «тайная», «подводная»; в немецкой — «теневая»; в российской — «нелегальная», «внезаконная», «подпольная», «криминальная», «неформальная», «теневая» (см. Исправников 1998).

³² Шанин 1999.

³³ Сходную трактовку см., напр. Feige 1990; Гершунни 1999; Радаев 1999; Эверс 2001.

³⁴ Пономаренко 1997.

Неформальная экономика является объектом изучения как минимум четырех наук — экономики, социологии, антропологии и юриспруденции. Немало исследований проведено на стыке дисциплин, в частности, в рамках экономической социологии и экономической антропологии. Сам феномен часто трактуется и определяется по-разному и имеет разные названия³¹. По мнению Т.Шанина, подобная множественность определений не случайна и связана с тем, что речь идет о «частично пересекающихся характеристиках, причем не только экономических»³². Соответственно, неодинаково оценивается и объем неформальной экономики (неформального/неучтенного оборота), поскольку в эту категорию попадают разные явления.

В настоящем исследовании под неучтенным будет пониматься оборот, находящийся вне системы статистического учета или официального наблюдения (как следствие нахождения вне системы государства и формальных правил)³³. Наша задача — попытаться оценить объем неучтенного оборота розничной торговли (предположительно, вклад «челночного» бизнеса). При ее решении мы воспользуемся балансовым методом, основанным на несоответствии макроэкономических параметров³⁴ (в нашем случае — на уровне региона).

Начнем с описания механизма «серого импорта». Сама схема доставки товаров указывает на отсутствие прямой связи между долей ино-

странцев среди рыночных торговцев и объемом неучтенного ввоза. Каналы «серого импорта» Благовещенск—Хэйхэ представляют собой китайско-русскую (русско-китайскую) сеть. Товары провозят подставные лица как предметы личного пользования, то есть без уплаты таможенных пошлин. Участники сети:

- предприниматели (собственники товара) — российские и китайские граждане, имеющие торговый бизнес. Услугами подставных лиц, как правило, пользуются предприниматели из КНР, поскольку административные и иные барьеры на пути к легальной деятельности для многих по-прежнему непреодолимы. Российские «челноки» провозят товар сами, но часто как частные лица, то есть без уплаты пошлин, либо пользуются услугами «кирпичей»;
- «кирпичи» — организаторы перевозки грузов, которые формируют группы российских граждан, осуществляющие переправку товаров, ведут неофициальные переговоры с представителями таможни и т.д.;
- «фонари» — подставные лица, перевозящие товар якобы для личных целей³⁵.

³⁵ См. Рыжова 2003а, 2003б, 2005; Журавская 2011.

Так доставляются одежда, обувь, мелкие бытовые товары — привычный ассортимент вещевого рынка. Несколько другая схема при доставке овощей и фруктов, которые затем продаются на плодоовощных базах (тоже маркированных местным населением как «китайские»). Здесь действуют более крупные игроки, поскольку официальных барьеров существенно больше — и при переправке через границу, и при продаже на территории РФ. Участники сети:

- «производители» — фирмы в Китае, продающие товар фирме-экспортеру, которая, будучи de facto китайской, оформлена на российского предпринимателя;
- фирма-экспортер, которая переправляет товар через границу своими силами или с помощью посредника;
- «декларант» — физическое или юридическое лицо, которое оформляет все необходимые таможенные документы.

Далее товар поступает крупным оптовикам (фирмы тоже оформлены на российских граждан), у которых его покупают более мелкие китайские предприниматели. В рамках данной схемы широко используется также механизм «коллективного заказа»: мелкие предприниматели, собрав деньги на крупную партию товара, подают совместную заявку одной фирме (такие заказы тоже юридически не оформляются)³⁶.

³⁶ Подробнее см. Дятлов и др. 2009.

Принято считать, что доставляемый по «серым» схемам товар реализуется именно на рынках. Статистика учета продаж показывает, что преимущественно на розничных рынках и ярмарках продаются такие категории товаров, как швейные изделия и верхний трикотаж (более 50%), трикотажное белье, кожаная обувь и меховые изделия (более 40%), а также картофель, овощи, фрукты и ягоды (30—40%)³⁷. Для оценки неучтенного оборота нами были выбраны две группы товаров — швейные изделия и трикотаж и кожаная обувь. При расчетах использо-

³⁷ Торговля в России 2009.

валились данные об общем объеме продаж населению товаров соответствующих групп, о межрегиональном ввозе и вывозе, импорте и собственном производстве региона. Результаты расчетов представлены в табл. 6 и 7.

Таблица 6 Неучтенный оборот швейных изделий и трикотажа

Год	Поступило в продажу (млн. руб.)	Неучтенный оборот (млн. руб.)	Доля неорганизованного ввоза (%)
2002	2473,87	2395,45	96,8
2003	1796,31	1699,32	94,6
2004	2307,43	2203,30	95,5
2005	2550,90	2490,52	97,6
2006	3010,70	2896,72	96,2
2007	3313,35	3134,33	94,6
2008	5458,0	4643,16	85,1
2009	5975,0	4849,15	81,2
2010	7599,4	6531,73	86,0

Рассчитано по: Таможенная статистика Амурской области. 2002—2009. — Благовещенск; Амурский статистический ежегодник. 2002—2010. — Благовещенск; Ресурсы, завоз и вывоз потребительских товаров Амурской области. 2002—2010. — Благовещенск.

Таблица 7 Неучтенный оборот кожаной обуви

Год	Поступило в продажу (млн. руб.)	Неучтенный оборот (млн. руб.)	Доля неорганизованного ввоза (%)
2002	760,97	739,5	97,2
2003	832,89	808,2	97,0
2004	981,82	907,1	92,4
2005	1130,52	511,7	45,3
2006	1308,73	239,7	18,3
2007	1415,62	355,5	25,1
2008	1610,00	335,9	20,9
2009	1794,00	758,2	42,3
2010	2033,24	858,7	42,2

Рассчитано по: Таможенная статистика Амурской области. 2002—2009. — Благовещенск; Амурский статистический ежегодник. 2002—2010. — Благовещенск; Ресурсы, завоз и вывоз потребительских товаров Амурской области. 2002—2010. — Благовещенск.

Как видно из приведенных в *табл. 6* данных, доля неучтенного оборота (точнее, неучтенного/неорганизованного ввоза, по сути — вклада «челноков») швейных изделий и трикотажа необычайно высока. С 2005 г. она, правда, стала постепенно снижаться, но в 2010 г. снова выросла. (Вспомним, что в 2010 г. в связи со вступлением России в Таможенный союз были установлены новые правила пересечения границ физическими лицами, сняты ограничения на число поездок в месяц, а допустимый груз увеличился с 35 до 50 кг.) Ситуация с обувью заметно отличается (см. *табл. 7*). Здесь сокращение доли неучтенного оборота в 2005 и 2006 гг. было очень резким, а ее новый рост начался в 2009 г. Примечательно, что в 2007 г., когда иностранцам было запрещено торговать на рынках, доля неучтенного оборота по этой группе товаров даже несколько увеличилась по сравнению с предыдущим годом.

Существенный недостаток использованного нами метода заключается в том, что он не позволяет учесть торговую наценку в структуре оборота. Поэтому мы решили произвести расчет неучтенного оборота в «натуральном выражении», с тем чтобы сравнить результаты обеих оценок (расчет производился только для обуви, так как номенклатура товаров второй группе слишком широка). Полученные цифры оказались весьма неожиданными (см. *табл. 7*).

Таблица 8 Неучтенный оборот кожаной обуви в «натуральном выражении»

Год	Поступило в продажу (тыс. пар)	Неучтенный оборот (тыс. пар)	Доля неорганизованного ввоза (%)
2002	1904	1849,7	97,1
2003	1875	1817,9	97,0
2004	1943	1452,0	74,7
2005	2207	-1316,6	-59,7
2006	2385	-3232,6	-135,5
2007	3004	-3442,8	-114,6
2008	3101	-4445,4	-143,4
2009	3351	-1766,0	-52,7
2010	4065	-14,1	-0,3

Расчитано по: Таможенная статистика Амурской области. 2002—2009. — Благовещенск; Амурский статистический ежегодник. 2002—2010. — Благовещенск; Ресурсы, завоз и вывоз потребительских товаров Амурской области. 2002—2010. — Благовещенск.

Если применительно к 2002—2004 гг. обнаруженная нами доля неучтенного ввоза близка к той, которая выявляется при расчете в денежных единицах, то в 2005 г. часть обуви просто «растворилась» на терри-

тории региона, и так происходило еще на протяжении четырех лет. В 2004 г. официальный импорт обуви в область заметно увеличился и продолжал расти вплоть до 2009 г. Затем началось снижение как официального импорта, так и неучтенного оборота, и в 2010 г. объем ввоза практически совпал с объемом продаж. Однако это не обязательно означает реальное сокращение неформального оборота. Мы произвели еще одну оценку — рассчитали простым делением среднюю цену продажи и импорта. Оказалось, что средняя цена продажи одной пары обуви за период составляла от 400 до 535 рублей (напомним, что речь идет о кожаной обуви), а средняя цена пары по импорту — от 157 до 280 рублей(!). Несмотря на всю условность подобных расчетов, полученные цифры заведомо нереальны — достаточно сравнить их с теми, что зафиксированы официальной статистикой (см. табл. 9). На наш взгляд, это свидетельствует о широком распространении практики занижения таможенной стоимости и «искривленной» отчетности торговых предприятий.

Таблица 9 Средние потребительские цены на отдельные виды обуви (руб. за пару)

<i>Вид товара</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>	<i>2007</i>	<i>2008</i>
Сапоги, ботинки мужские зимние кожаные на утепленной подкладке	1584,67	1685,23	1816,97	1962,15	2107,02	2513,22
Полуботинки, туфли мужские кожаные	1257,22	1306,91	1468,9	1623,48	1683,43	1855,31
Сапоги, женские зимние кожаные на утепленной подкладке	2378,07	2443,06	2583,12	2859,01	3131,29	3413,09
Сапоги, сапожки женские осенние кожаные	1963,01	1969,47	2059,7	2118,51	2245,19	2677,55
Туфли женские модельные кожаные	1267,33	1235,04	1242,02	1319,02	1371,71	1561,8
Ботинки, полуботинки детские дошкольные	333,53	382,65	415,23	461,23	495,07	484,45
Кроссовые туфли для взрослых кожаные	1371,08	1371,08	1379,43	1516,44	1611,68	1764,5

Источник: Торговля в Амурской области. 2006—2009. — Благовещенск.

Важно обратить внимание и на тот факт, что продажная цена превышает цену по импорту в 2—4 раза. Потому отклонение, которое возникло при расчете неформального оборота в деньгах, нельзя интерпретировать как торговую наценку. Так, в 2005 г., когда впервые зафиксирован неофициальный вывоз, неучтенный оборот в деньгах составлял всего 18%, а продажная цена превышала цену по импорту в 3 раза.

Что касается изменения знака неучтенного оборота, когда в область ввозилось в 1,5—2 раза больше обуви, чем поступало в продажу, то здесь возможны два объяснения. Первое — это появление неофициального коридора по переправке обуви в другие регионы. Второе — изменение механизма «серого импорта» и замена мелких партий, провозимых физическими лицами, более крупными «групповыми» поставками, что, в свою очередь, говорит об активизации деятельности посредников, как в случае с ввозом овощей и фруктов.

Разумеется, на основе представленных расчетов нельзя оценить реальный объем неформального оборота, однако они позволяют судить о масштабах явления и характере происходящих изменений. В любом случае приведенные примеры показывают, что *объемы неформального/неучтенного оборота никак не связаны с численностью официально оформленных торговцев, работающих совершенно законно.*

* * *

Поиск простых решений не всегда приводит к ожидаемым результатам. В рассмотренном нами случае неформальные практики оказались сильнее официальных запретов. Если следовать логике модели «сверху вниз», то такой поворот событий обусловлен двумя основными причинами. Во-первых, это постановка не отвечающих ситуации целей (в условиях дефицита рабочей силы странно сокращать квоты там, где занятость непривлекательна для местного населения и спрос на работников стабильно высокий), во-вторых, неадекватность избранных для их достижения средств (прежде всего это касается попытки использовать миграционную политику для борьбы с теневой экономикой). Вместе с тем не вызывает сомнений, что свой вклад в провал имплементации внесли и «чиновники уличного уровня». На это указывает, в частности, тот факт, что жертвами ужесточения законодательства порой становились мелкие предприниматели из числа россиян, а их торговые места занимали нелегально работающие мигранты.

Имел ли в данном случае место разрыв имплементации? На наш взгляд, бесспорно. В результате перехода к нулевой квоте механизмы ведения бизнеса стали менее прозрачными, формат торговли почти не изменился, открывшиеся торговые центры заполнили все те же китайские торговцы, а местные предприниматели не только ничего не выиграли, но, наоборот, попали в ситуацию нечестной конкуренции. Кроме того, пострадал местный бюджет, поскольку существенно сократились его доходы от экспорта услуг.

Конечно, анализ ситуации в одном-единственном регионе страны не позволяет делать выводы об эффективности введения запрета на торговлю иностранцев на розничных рынках в масштабах России в целом. Но опыт Амурской области невольно наводит на мысль: хотели как лучше, а получилось — как получилось...

Библиография

- Амурская область в цифрах: Краткий статистический сборник.** 2011. — Благовещенск.
- Амурский статистический ежегодник.** 2002—2010. — Благовещенск.
- Гершуни Дж.** 1999. Бюджеты времени и неформальная экономическая деятельность // Шанин Т. (ред.) *Неформальная экономика. Россия и мир.* — М.
- Дегтярев А.А.** 2004. *Принятие политических решений.* — М.
- Дятлов В., Кузнецов Р.** 2004. «Шанхай» в центре Иркутска. Экология китайского рынка // *Экономическая социология.* № 4.
- Дятлов В., Журавская Т., Охотникова А., Первалова Л., Собенников Е.** 2009. «Китайские рынки» российских городов — «уходящая натура»? // Дятлов В.И. (ред.) *Трансграничные миграции и принимающее общество: механизмы и практики взаимной адаптации.* — Екатеринбург.
- Журавская Т.Н.** 2009. «Зона свободной торговли»: конкурентная ситуация и деловые стратегии игроков на локальном рынке г. Благовещенска // *Экономическая социология.* № 1.
- Журавская Т.Н.** «Серый импорт» на российско-китайской границе: что нового? // *Экономическая социология.* № 5.
- Ильина М., Ильин В.** 1998. Торговцы городского рынка: штрихи к социальному портрету // *ЭКО.* № 5.
- Ильина М.А., Ильин В.И.** 2001. *Российский базар: Социальная организация и маркетинг.* — Сыктывкар.
- Исправников В.О.** 1998. «Теневая экономика» и перспективы образования среднего класса // *Общественные науки и современность.* № 6.
- Кайзер М., Бредникова О.** 2004. Транснационализм и транслочальность (комментарии к терминологии) // Барнаулина Т., Карпенко О. (ред.) *Миграция и национальное государство.* — СПб.
- Липски М.** 2003 «Уличный» уровень бюрократической системы управления: Важнейшая роль чиновников данного уровня // Шафритц Дж., Хайд А. (ред.) *Классики теории государственного управления: американская школа.* — М.
- Миланин Г.Б., Путько Л.А.** 2005. *Проблемы занятости и безработицы в Амурской области.* — Благовещенск.
- Михайлова Е., Тюрюканова Е.** 2009. Мигранты в розничной торговле: эффект запретов // Витковская Г., Платонова А., Школьников В. (ред.) *Новое миграционное законодательство Российской Федерации: правоприменительная практика.* — М.
- Пономаренко А.Н.** 1997. Подходы к определению параметров «теневой экономики» // *Вопросы статистики.* № 1.
- Прессман Дж. Л., Вильдавски А.** 2003. Реализация программы // Шафритц Дж., Хайд А. (ред.) *Классики теории государственного управления: американская школа.* — М.

Проблемы занятости и безработицы в Амурской области. 2008. — Благовещенск.

Радаев В. 1999. Неформальная экономика и внеконтрактные отношения в российском бизнесе. Подходы к исследованию неформальной экономики // Шанин Т. (ред.) *Неформальная экономика: Россия и мир.* — М.

Радаев В.В. 2007. *Захват российских территорий: новая конкурентная ситуация в розничной торговле.* — М.

Радаев В.В., Котельникова З.В. (ред.) 2008. *Организационные формы и конкурентные стратегии в российской розничной торговле (региональный аспект).* — М.

Ресурсы, завоз и вывоз потребительских товаров Амурской области. 2002—2010. — Благовещенск.

Рыжова Н.П. 2003а. Трансграничный рынок в Благовещенске: формирование новой реальности деловыми сетями «челноков» // *Экономическая социология.* № 5.

Рыжова Н.П. 2003б. Приграничная «народная торговля» в Благовещенске как механизм формирования экономического и социального симбиоза // *Диаспоры.* № 2.

Рыжова Н.П. 2005. 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.

Таможенная статистика Амурской области. 2002—2009. — Благовещенск.

Титов В.Н. 1999. Вещевой рынок как социальный институт // *Общественные науки и современность.* № 6.

Торговля в России. 2009. — М.

Труд и занятость в Амурской области. 2008—2010. — Благовещенск.

Фаузер В.В. 2007. Кто и почему работает на городском рынке // *ЭКО.* № 9.

Чудиновских О.С. 2010. Современное состояние статистики миграции в России: новые возможности и нерешенные проблемы // *Вопросы статистики.* № 6.

Шанин Т. 1999. Эксплоярные структуры и неформальная экономика современной России // Шанин Т. (ред.) *Неформальная экономика: Россия и мир.* — М.

Эверс Х.-Д. 2001. Теневая экономика, нетоварное производство и неформальный сектор: экономическое действие по ту сторону рынка и государства // *Журнал социологии и социальной антропологии.* № 4.

Яковлев А., Голикова В., Капралова Н. 2006. *Открытые рынки и «челночная» торговля в российской экономике: вчера, сегодня, завтра (по материалам эмпирических исследований 2001—2005 гг.).* Пре-принт. — М.

- Borden** N.H. 1964. The Concept of the Marketing Mix // *Journal of Advertising Research*. June.
- Edwards III** G.C. 1980. *Implementing Public Policy*. — Washington.
- Engel** J. F. 1968. *Consumer Behavior*. — N.Y.
- Feige** E. 1990. Defining and Estimating Underground and Informal Economies: The New Institutional Economics Approach // *World Development*. Vol. 18. № 7.
- Howard** J.A. 1969. *The Theory of Buyer Behavior*. — N.Y.
- Kotler** P. 1973. Atmospherics as a Marketing Tool // *Journal of Retailing*. № 4.
- Makinde** T. 2005. Problems of Policy Implementation in Developing Nations: The Nigerian Experience // *The Social Science Journal*. Vol. 11. № 1.
- Platt** J. 1988. What Can Case Study Do? // Burgess R. (ed.) *Studies in Qualitative Methodology*. Vol. 1. — Greenwich.
- Ragin** Ch., Becker H. (eds.) 1992. *What Is a Case: Exploring the Foundations of Social Inquiry*. — Cambridge.
- Sabatier** P. 1994. Top-down and Bottom-up Approaches to Implementation Research // Hill M. (ed.) *Policy Process*. — L.