

«ЧЕЛНОЧНЫЙ» БИЗНЕС. КРАТКАЯ ИСТОРИЯ ВОПРОСА И ЕГО ОСОБЕННОСТИ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

Евгения Порецкина
Социологический институт РАН

Немного об истории «челночного» бизнеса.

Переход к системе рыночных отношений в России повлек за собой перемены во всех областях жизни ее жителей. Для кого-то эти перемены стали трагедией, для кого-то открыли новые возможности применения своих способностей. Начали появляться целые группы людей, которые осваивали новые сферы деятельности. Одной из таких групп стали люди, регулярно занимающиеся перевозкой товаров из-за границы с целью их дальнейшей перепродажи, которых впоследствии стали называть «челноками». Появление этой группы было вызвано целым рядом факторов: безработицей (или скрытой безработицей) во многих отраслях промышленности и, в особенности, на предприятиях ВПК, задержками зарплаты и отсутствием больших оборотных средств для создания собственного полноценного бизнеса. Кроме этого, предпосылками для развития «челночного» бизнеса стал тотальный товарный дефицит, неудовлетворенный спрос на потребительские товары, слабое развитие инфраструктуры рыночной торговли, политика на укрепление курса рубля, делавшая выгодным импорт потребительских товаров¹.

«Челночный» бизнес был признан многими специалистами самым масштабным и знаковым экономическим феноменом в экономике России середины 90-х. С тех пор это явление претерпело существенные изменения, хотя по данным Института международных экономических и политических исследований РАН (2002г.) «челночным» бизнесом в стране занимаются свыше 5 млн. человек, которые ежегодно добавляют 12-15 % к официальному внешнеторговому обороту России, что составляет порядка 20-25 млрд. долларов.²

Способствовало появлению этой группы и падение «железного занавеса», относительное открытие границ: упростилось получение загранпаспортов, были отменены выездные визы, получить въездную визу в некоторые страны стало намного легче. Кроме того, на товары, ввозимые в страну физическими лицами, долгое время не распространялись таможенные пошлины. Восстановить в точности объемы перевозок и товарные обороты «челночного» бизнеса за все эти годы нереально, но основной результат был отмечен всеми: за несколько лет был заполнен вакуум потребительского рынка. Не менее выгодным этот вид бизнеса оказался для стран, куда ездили «челноки»: такого рода экспортные прибыли для любого государства складываются в огромные суммы, сопоставимые с результатами деятельности корпораций.

В начале своего зарождения «челночная» торговля была едва ли не основным способом ввоза в страну целых групп товаров. И хотя совершенно очевидно, что закупка больших партий товара с экономической точки зрения куда более рациональна, нежели регулярные «шоп-туры» нескольких сотен «челноков», тем не менее, «челночный» бизнес продолжает существовать до сих пор.

Если рассматривать историю вопроса, то одной из первых стран, в которой были опробованы (во всяком случае, жителями Москвы и Петербурга) подобные товарно-денежные операции, стала Польша. В самом начале 90-х представители самых разных профессий, жители как приграничных

районов, так и мегаполисов, вдруг оказавшиеся без стабильных средств к существованию, испробовали себя на «польских вояжах». Вначале товарообмен носил «бартерный» характер: в Польшу везлись всевозможные доступные в России товары, которые являлись или дефицитными на польском рынке, или стоили в Польше намного дороже. На вырученные деньги покупался недорогой польский товар, который затем реализовывался в России через кооперативные ларьки и магазинчики. Подобные действия объяснялись тем, что в то время ни в России, ни в Польше нельзя было свободно приобрести валюту, а рубль не был конвертируем. Везли в Россию в основном одежду, парфюмерию, изделия из кожи, бижутерию, позже — продукты питания. География поездок понемногу расширялась, появлялись зачатки специализации: кто-то ездил за золотом в Польшу, кто-то в Венгрию за льняным трикотажем; состояния делались на жевательной резинке, пластмассовой посуде, памперсах. Энергичные, инициативные предприниматели часто действовали по интуиции, стихийно, на практике осваивая рыночные отношения. Выбор страны, в которой осуществлялся «челночный бизнес», зависел прежде всего от географического места жительства «челнока». Так, например, в исследовании «Челнок как жизненная стратегия» описывается ситуация в Иркутской области, где объектом «челноков» стала Манчжурия (Китай)³.

Тогда же, в начале 90-х в России стала появляться соответствующая инфраструктура: в большом количестве стали возникать турфирмы, организующие «шоп-туры» в разные страны; авиакомпании начали организовывать для «челноков» пассажирские чартерные рейсы; всюду расцвела система карго-перевозок; начали стихийно создаваться, а затем и юридически оформляться вещевые рынки — торговые площадки для массовой «челночной» торговли на стадионах, в парках, на промышленных пустырях. Самые крупные рознично-оптовые рынки сложились именно в первой половине 90-х годов. Так, по данным Госкомстата оценка оборота импортного ширпотреба на вещевых рынках страны за 2000 г. составляла семь млрд. долларов. Только годовой оборот «рынка в Лужниках» — одного из крупнейших не только в Москве, но и в России — оценивался в 2 млрд. долларов. Весь оборот «челночной» отрасли оценивался в 10 млрд. долларов — около трети всего российского импорта. Это оборот сопоставим с объемом реализации таких естественных монополий, как «Газпром» (12,4 млрд. долларов) и РАО «ЕЭС» (10 млрд. долларов) и больше, чем экспорт таких прибыльных отраслей российской экономики, как алюминиевая, лесная и рыбная, вместе взятых.⁴

В 2004 г. мелкооптовые рынки по-прежнему являлись одним из важных каналов реализации потребительских товаров с оборотом более 44 млрд. долларов, причем более половины этой суммы составляла продажа непродовольственных товаров, которые традиционно ассоциируются с так называемой «челночной торговлей»⁵.

Предприниматели из небольших городов ездили на «затаривание» не за границу, а в ближайший региональный центр или в Москву. Сложилась система перевалочных пунктов — оптовой торговли для внутреннего (т.е. внутрироссийского, а иногда внутриэсэговского) «челночества». Крупней-

1 А.Яковлев, В.Голикова, Н.Капралов. Непотопляемый челнок или Секреты успешного выживания «нецивилизованных форматов» в розничной торговле. Исследование Высшей школы экономики. <http://www.ecsoc.ru/db/msg/16334>

2 Москва. Великий челночный путь. 2002-11-12. Людмила Бутузова; Московские Новости. <http://www.cotton.ru/cgi-bin/vestnik/article.pl?id=11823>

3 Олег Жилкин. «Челнок» как жизненная стратегия. <http://www.babr.ru/index.php?pt=news&event=v1&IDE=24633>

4 И.Хреников. Нерыночная «рыночная» экономика. Сегодня. Экономика. # 15, 23 Января 2001 г.

5 А.Яковлев, В.Голикова, Н.Капралов. Непотопляемый челнок или Секреты успешного выживания «нецивилизованных форматов» в розничной торговле. см.выше

шими перевалочными пунктами являлись самые большие города — Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск и др. Крупные оптово-розничные базы возникли и в приграничных городах (Калининград, Дальний Восток, ряд городов СНГ).

В начале «челночной» эпохи каждый участник таких отношений рисковал встретиться с криминалом как в процессе транспортировки товара, так и в процессе его продажи. За счет «челночной» торговли кормился не только криминал, но и милиция, и местные власти, и многочисленные контролирующие организации. Затем отношения структурировались, и криминал стал «работать» с более крупным элементом системы — руководством рынков. В частности, некоторые группировки приобрели официальный статус, превратившись в охранные. В среднем 10% оборота торговой точки каждый месяц уходило на взятки и поборы. Постепенно установились «правила игры»: помимо официального сбора за право торговли (в рублях через кассу) стал централизованно взиматься в несколько раз больший, неофициальный сбор в долларах («черным налом»). И до сих пор «черные» деньги частично идут на урегулирование разного рода вопросов с всевозможными, официальными и не вполне, контролирующими структурами.⁶

Сколько зарабатывали «челноки» в середине 90-х, сказать невозможно: все деньги находились в обороте. Но в Москве, например, они могли тратить «на жизнь» по 500-1500 долларов ежемесячно, а прибыль могла достигать до 400 процентов. Более успешные «челноки» переставали сами стоять на рынках и нанимали реализаторов, которые получали в среднем по 10 долларов в день. Разбогатевшие реализаторы так же, как и «челноки», иногда укрупнялись до фирм (АОЗТ, ТОО, ИЧП — ныне ИП) и имели по несколько торговых точек с наемными продавцами. «В 1995 году картина на рынках была следующей, — рассказывают ветераны «челночества», — 80% стояло собственно «челноков», 10% мест представляли раскрутившиеся фирмы-реализаторы, работающие с оптовыми импортерами, а еще 10% торговли приходилось на продукцию российского легального и подпольного производства, снабженную импортными лычками».⁷

Время выдвигало новые условия выживания и развития «челночного бизнеса». Для данной группы условием дальнейшего существования стал переход на оптовые закупки. Постепенно, к началу 90-х, внимание предпринимателей переключилось с Восточной Европы на Турцию. Сначала туда ездили по железной дороге, а далее автобусом из Болгарии, потом Аэрофлот ввел регулярные чартерные рейсы в Стамбул. После Турции началось освоение и других рынков — Арабских Эмиратов, Италии, Греции и Китая. Значительным облегчением было то, что с частичным разрешением валютных операций можно было покупать валюту прямо в России и «челноки» обычно везли с собой крупные суммы наличных денег (толстые пачки, на сленге называемые «котлетами»). На зарубежных оптовых рынках закупался самый дешевый товар, как правило, брали несколько наименований товара малыми партиями, так как предугадать спрос было крайне сложно. При успешном исходе можно было превратить сто долларов в тысячу. Однако чаще всего часть товара «зависала».

В самом начале схема поведения и действия за рубежом была довольно простой и универсальной для всех стран: по приезду необходимо было найти рынок, максимально выгодно продать товар (если таковой имелся), присмотреть товар для себя, при необходимости организовать его карго-отправку, без происшествий вернуться в автобус или гостиницу и ждать отправления назад. Поиск рынка был не слишком сложным делом: или кто-то в группе «туристов» знал его расположение, или дорогу показывали местные жители. Все остальное — дело везения и личной сноровки. О везении

говорят многие бывшие «челноки», а ныне предприниматели — пропавшие грузы, воровство, потеря денег и документов, рэкет за границей и в России и многие другие, сопутствующие этому виду бизнеса «страшилки», часто встречаются в их воспоминаниях. О закупке крупных партий товара или системной конкуренции в то время речь не шла — на большие партии не было капиталов, а «рынок» был настолько широк, что места хватало всем.⁸

Следующим этапом при освоении новых стран-«продавцов» стал поиск оптовых рынков и производств. В каждой из перечисленных стран подход к приезжим оптовым покупателям был разным. В Турции и ОАЭ расположение рынков и оптовых магазинов можно было узнать в гостинице или у таксистов, в Италии и Греции сами производители с определенного момента стали информировать приезжих о местах своего расположения. Позднее, когда в России появились фирмы, специализирующиеся на «шоп-турах», они сами стали организовывать поездки по производствам и крупным рынкам, давать информацию о правилах вывоза товара и т.п. Настоящий расцвет «челночества» начался с 1993-94 годов. По различным оценкам, в середине 90-х в России насчитывалось от двух до трех миллионов человек, основной сферой деятельности которых стал «челночный бизнес».⁹ Имеются и другие цифры: в России в середине 90-х годов «челночный бизнес» на всех его стадиях — от закупки товаров за рубежом до их продажи на вещевых рынках — давал работу для 10 млн. человек¹⁰. Постепенно от нелегальных форм экономической деятельности «челночество» стало переходить к формально структурированным моделям экономического поведения.

Кризис 1998 г. означал для большинства «челночных» предпринимателей колоссальные потери и разорение, так же, впрочем, как и для их зарубежных партнеров. Количество «челноков» резко сократилось, по некоторым оценкам, до 40% пришлось уйти из бизнеса¹¹. Так, в феврале 1999 г. объем неорганизованной торговли был равен 0,8 млрд. долларов. Согласно данным ГТК и Госкомстата РФ, объемы «челночной» торговли со странами дальнего зарубежья равнялись 1,1 млрд. долларов (сокращение на 56,8%), а со странами ближнего зарубежья — 0,4 млрд. долларов (сокращение на 37,2%). «Челноки» за два месяца импортировали товаров на сумму 1,3 млрд. долларов (снижение на 55,2%), а экспортировали — на 0,2 млрд. долларов (снижение на 19,8%).¹²

Однако кризис лишь приостановил на время развитие этого вида бизнеса: возникла более резкая социальная дифференциация (разорившиеся и выстоявшие). Частично произошла переориентация участников бизнеса, смещение активности на внутренние рынки и приспособление к новым условиям. Уже осенью 2003 г. в Минэкономразвития подсчитали, что почти треть всего импорта страны приходится на «физические лица», большинство из которых ввозят в Россию товары легкой промышленности. По данным этого ведомства, убыток для бюджета России от неуплаты пошлин «челноками» составляет около 10 млрд. долларов ежегодно.¹³

По данным «Российской газеты», на октябрь 2004 год челночный бизнес являлся единственным источником дохода для 15 миллионов человек. По другим данным обороты в «челночной» торговле примерно следующие: 2,4 млрд. долларов в месяц по Москве (минимальная прибыль 10 процентов от оборота) и 22,5 млрд. долларов в месяц по Рос-

6 Сергей Майоров. Челноки. http://magazines.russ.ru/oz/2002/7/2002_07_49.html

7 И.Хренников. Нерыночная «рыночная» экономика. Сегодня. Экономика. №12, 23 января 2001 г.

8 Сергей Майоров. Челноки. http://magazines.russ.ru/oz/2002/7/2002_07_49.html

9 И.Хренников. Нерыночная «рыночная» экономика. // Сегодня. Экономика. №12, 23 января 2001 г.

10 А.Яковлев, В.Голикова, Н.Капранова. Непотопляемый челнок или Секреты успешного выживания «нецивилизованных форматов» в розничной торговле. См. выше

11 М.Попов. От челнока до теплохода. // Бизнес-журнал. 2003. № 15, 20 августа.

12 Банки и биржи сегодня, 21.04.1999

13 Вадим Гвоздецкий. «Челноков» заставят поделиться. // «Новые Известия» 13.02.04, Приложение НИ.

сии. Рынок при этом ежегодно возрастает на 15-20 процентов. «Челночный» бизнес создает приблизительно 210 тысяч рабочих мест в Москве и около шести с половиной миллионов рабочих мест в России.¹⁴

Косвенную оценку количества «челноков» могут дать опубликованные данные исследования Фонда «Общественное мнение» в начале 2005 г.¹⁵ ФОМ опросил 1500 россиян в 44 регионах с целью выяснения их отношения к челночной торговле и представителям этой профессии. Согласно полученным данным, 4% респондентов сообщили, что лично занимались или занимаются «челночной» торговлей, еще 17% отметили, что торговали их родственники или знакомые. Каждый пятый заявил, что при определенных обстоятельствах стал бы заниматься «челночным» бизнесом. Среди положительных последствий явления участники опроса назвали решение проблемы товарного дефицита; возможность для россиян заработать; общее развитие экономики. Негативными сторонами «челночной» торговли респонденты назвали избыток импортных товаров в продаже; распространение некачественной продукции; отсутствие законности и порядка.

Попытки таможенного контроля «челночного» бизнеса.

За все годы с начала «челночной» торговли правительство неоднократно пыталось как-то урегулировать эту проблему. В очередной раз такая попытка была предпринята 1 января 2004 года с введением нового Таможенного Кодекса. Дело в том, что «перемещение товаров через границу физическими лицами для личного пользования» — проблема старая и злободневная. Известно, что действующие в этой сфере таможенные правила позволяют легально уклоняться от уплаты таможенных платежей. Новое положение Таможенного Кодекса гласило, что отныне ввозить товары весом до 50 кг и стоимостью до 1000 долларов беспошлинно можно будет только при личном присутствии «челнока». Грузы же тяжелее 50 кг и дороже 1000 долларов будут считаться товарными партиями и облагаться НДС и пошлинами по общим правилам. До этого было возможно беспошлинно ввозить товары весом до 50 кг и стоимостью не выше 1000 долларов без личного присутствия, что делало возможным неконтролируемый ввоз мелких коммерческих партий под видом товаров для личного пользования. Для того, чтобы воспользоваться данной схемой, не требовалось присутствия на таможенном терминале всех «туристов». Один человек мог беспошлинно везти хоть несколько тонн груза, если у него были доверенности от достаточного количества частных предпринимателей.

Безусловно, провоз товара мелкими партиями был экономически целесообразен, так как существенно сокращал размер таможенных платежей. Как считают таможенники, крупные компании приспособились разбивать товар на партии до 50 кг и ввозить его по «липовым» доверенностям. По их мнению, особенно существенную экономию на таможенных платежах имели фирмы, занимающиеся ввозом легких и дорогих товаров (например, шуб или сотовых телефонов, размеры импорта которых достигают по самым скромным оценкам 70-80%).¹⁶

Попытки как-то упорядочить «челночную торговлю» связаны прежде всего с тем, что количество людей, занимающихся «челночным бизнесом» непосредственно или его обеспечением в России, достаточно велико. Однако масштаб этого явления трудно оценить, ни одно из официальных ведомств не может назвать хотя бы приблизительные цифры. Начальник управления методологии налогообложения физических

лиц Государственной налоговой службы России Макс Сокол считает, что пока этого не знает никто. Хотя кое-какие цифры встречаются: так, по данным Государственного таможенного комитета еще в 1996 г., мимо государственной казны в итоге деятельности «челноков» ежегодно проходило 62 миллиарда рублей.¹⁷

Введением нового Таможенного кодекса таможенная «война» с челноками не была закончена. 1 ноября 2005 г. представители ФТС России сообщили, что им удалось согласовать с Минфином России, Минэкономразвития России и Министерством по антимонопольной политике новые нормы беспошлинного ввоза товаров. С 25 февраля 2006 г. вступили в силу очередные изменения в таможенном законодательстве, которые сократили норму беспошлинного ввоза товаров в Россию на одного человека. До этого, согласно Таможенному кодексу, физические лица без уплаты таможенных пошлин могли ввозить товары на сумму до 65 тыс. рублей и дополнительно постановлением Правительства РФ было оговорено, что делать это они могут один раз в неделю, и что вес ввозимого не должен превышать 50 кг. В феврале в Таможенный кодекс была внесена поправка, снижающая порог стоимости беспошлинного ввоза товаров с 65 тыс. до 30 тыс. рублей. Кроме того, изменилась «допустимая периодичность пересечения таможенной границы России туристом, перемещающим товары для личного пользования, которые облагаются совокупным таможенным платежом». Если раньше это можно было делать хоть еженедельно, то теперь периодичность пересечения границы для беспошлинного ввоза составляет не более одного раза в месяц. Предполагалось, что новые правила коснутся миллионов российских шоп-туристов, особенно проживающих в пограничных районах, а также турфирм, организующих «челночные» туры и мелких компаний-импортеров. При этом назывались следующие цифры: из общего количества выезжающих за рубеж россиян 3,7% совершают шоп-туры¹⁸. Чаще других россиян выезжают за рубеж петербуржцы (55,4%), при этом в основном — на несколько дней (17,4%).

Причина таможенных нововведений была все та же: утверждение, что именно из-за вышеупомянутых категорий федеральный бюджет ежегодно недополучает сотни миллионов рублей, а потребители покупают некачественные и даже опасные для здоровья и жизни товары. В результате последнего постановления таможня, которая уже давно считает деятельность «челночников» «серым импортом», предположила приравнять их к участникам внешнеэкономической деятельности — юридическим лицам¹⁹.

Однако, вопреки многочисленным предсказаниям, конец «челночного» бизнеса не наступил. Новый указ 2006 г. «челноки» смогли обойти точно так же, как обходили предыдущий, вступивший в силу в 2004: несмотря на официальное разрешение выездов лишь раз в месяц, практически ничего не изменилось, только незначительно увеличились неформальные выплаты на границе. Подводить итоги еще рано, но уже можно сказать, что в марте 2006 г. года таможенные сборы в этой отрасли оказались почти на треть меньше, чем за этот месяц в 2005 году, хотя количество людей, законно пересекших границу, даже увеличилось.²⁰

Сейчас в прессе появились сообщения о дальнейших действиях Таможенного комитета, направленных на пресечение «челночной» торговли. В частности, планируется еще больше ограничить стоимость беспошлинно ввозимого товара — до 500 долларов (при этом сумма валюты, вывозимой без подтверждения, все время увеличивается). При этом сложности возникнут с людьми, которым по работе прихо-

14 Сергей Майоров. Челноки. http://magazines.russ.ru/oz/2002/7/2002_07_49.html

15 Россияне дали оценку «челнокам» и челночному бизнесу - исследование Фонда «Общественное мнение». 07.07.2005. <http://bizhelp.ru/index.php?page=252&details=&item=2940>

16 Галина Анисимова. «Челночному» бизнесу вынесен приговор. <http://old.samara.ru/paper/56/4373/77736/>

17 Ситуация вокруг «челночного» бизнеса в России, НСН по материалам газеты «Известия» от 27.7.96 Национальная служба новостей.

18 Елена Грибанова. Деловой Петербург. Материалы сайта 30.01.2006

19 Там же; «Коммерсантъ», 02.11.2005.

20 <http://www.buh-u.ru/portal/content/view/62363/172/> Центр поддержки бизнеса Унисервис. 25 апреля 2006 г.

дится пересекать границу чаще раза в месяц, так как понятие «вещи, предназначенные для личного пользования», весьма расплывчато и может трактоваться весьма субъективно. Одно ясно — Таможенный комитет будет стараться вводить все новые и новые ограничения, а «челноки» будут придумывать новые ухищрения для того, чтобы их обойти.

«Челночный» бизнес в Петербурге.

Несколько особняком в списке стран для «челночного бизнеса» стоит Финляндия. Конечно, питерскими «челноками» охвачены все вышеупомянутые страны, но Финляндия, в силу своего географического положения, остается «вотчиной» прежде всего жителей Санкт-Петербурга и мелких приграничных городов Ленобласти и Северо-Запада (Выборга и т.д.) Среди «туристов», следующих на «шоп-автобусах» из Петербурга в Хельсинки, очень редко встречаются не местные «туристы». Этому есть несколько объяснений. Во-первых, Финляндия — единственная из развитых капиталистических стран, имеющих непосредственную границу с Россией, и сложность получения финской визы не сравнима, например, с отметкой в паспорте в аэропорту Стамбула. Дальность этой страны для остальных россиян, весьма недешево местная инфраструктура (транспорт, гостиницы, питание) позволяют лишь жителям Петербурга и окрестностей использовать Финляндию в качестве объекта для краткосрочных «челночных» поездок. Кроме того, еще в советские времена финские товары всегда считались высококачественными, а турпоездки туда — одними из самых престижных и недостижимых. Однако ситуация изменилась в годы расцвета туристического бизнеса — если в конце 1980-х гг. в Ленинграде существовало лишь одно Центральное Бюро путешествий, то уже в начале 1998 г. на рынке действовало больше трехсот туристических фирм и агентств.²¹ По статистике петербуржцы выезжают за рубеж чаще других россиян (55,4%), при этом в основном это краткосрочные поездки, на несколько дней (17,4%).²²

Сейчас Финляндия традиционно занимает первые места в рейтинге турпоездок жителей Петербурга, особенно в связи с упрощением получения финских виз: для получения визы в Финляндию не требуется приглашения, достаточно в анкете в графе «цель поездки» написать «шопинг и отдых» и перечислить пару-другую известных мест. Многие фирмы предлагают краткосрочные туры в соседнюю страну, которые, благодаря своей относительной дешевизне, быстро завоевали популярность у петербуржцев. В самом начале такие поездки рассматривались как «выезд на Запад», где отдых в аквапарках сочетался с прогулками по магазинам. Однако одновременно с этим часть предприимчивых петербуржцев стала опробовать поездки в Финляндию, как выход на очередной товарный рынок. В самом начале этого периода (с 1993 г.) во многих финских городах стихийно сложились так называемые «красные площади», где россияне иногда прямо с автобусов торговали матрешками, самоварами и жостовскими подносами в открытую, а водкой и сигаретами — из-под полы. «Челноки» со стажем вспоминают время, когда ввоз алкоголя и сигарет в страну был практически не ограничен. Через три года после начала массовых поездок в Финляндию количество ввозимого спиртного оказалось настолько велико, что резко снизился оборот алкогольной продукции в системе финских магазинов розничной продажи ALKO. Правительству Финляндии пришлось принять решение об ограничении максимально разрешенного к ввозу иностранцами спиртного и сигарет.

Стоимость однодневного тура на большом автобусе в Хельсинки или Лаппеенранту составляет от 360 до 450 рублей (в зависимости от сезона). В настоящее время в страну разрешено ввозить один блок сигарет, а алкогольную продукцию — лишь при поездке на срок более 72 часов. Несмотря на это, сигаретный бизнес до сих пор приносит небольшой

доход: в Петербурге на рознично-оптовой базе один блок популярных у финнов сигарет L&M стоит 140 рублей, один литр отечественной водки — от 80 до 100 рублей. В Финляндии и то и другое уходит по 10-15 евро. Поэтому «челноки» каждый раз обязательно везут с собой «наборы» (как они их называют), благо таможенный досмотр финны проводят не всегда, а в крайнем случае контрабандный товар можно просто оставить в специально отведенных корзинах на границе (до проведения досмотра). Финские таможенники пробуют бороться с этой мелкой контрабандой и другими путями — например, отметками в паспорте о времени пребывания в стране, но «челноки» упорно идут на риск из-за желания заработать хоть что-то.

По приезду в Финляндию избавиться от контрабандного груза тоже не так просто. Самые популярные места продажи в столице хорошо известны местной полиции, там установлены видеокамеры наблюдения, и вполне реально попасть в очередную облаву. Специальные «гражданские» патрули даже внешне выглядят как бездомные, и на их хитрость иногда попадаются невнимательные продавцы, особенно женщины. Кстати, они составляют, по приблизительным данным, 70-80% всех «челноков». У финнов также широко развито доносительство, так что купивший алкоголь у «туриста» финн может тут же по мобильному телефону вызвать полицию.²³ В последнее время сигареты и алкоголь централизованно скупаются перекупщиками чуть дешевле прямо в автобусах, освобождая «туристов» от поиска покупателей. У перекупщиков имеются свои постоянные каналы сбыта; многие бары в глубинке Финляндии продают сигареты и алкоголь из России.

Сигаретный бизнес — это, конечно, сопутствующий элемент «челночного бизнеса». Основные товары, за которыми ездят «челноки» в соседнюю Финляндию, это различные хозяйственные товары, бытовая химия, чай, кофе, бывшая в употреблении техника, секонд-хэнд и т.д. Объем ввозимого товара и количество людей, занятых в «челночном бизнесе», неизвестны даже примерно. Как правило, подавляющее большинство «челноков» — женщины среднего возраста. Назвать этот бизнес весьма выгодным нельзя, физически он достаточно тяжел, однако при этом позволяет получать хоть и не постоянный, но реальный доход, превышающий прожиточный минимум и при этом иметь свободный режим работы, вести активный образ жизни. Превалирующее количество женщин среди «челноков», возможно, объясняется как раз тем фактом, что этот вид бизнеса связан с постоянным хождением по магазинам, выбором товаров, что является, в основном, женской прерогативой.

И.: Вот вообще этот бизнес достаточно выгодный? Как вы его оцениваете? Р.: Как бизнес?... Ну, конечно, озолотиться нельзя, потому что очень много вещей зависает. Вот зимних — вот сейчас убрала на зиму уже. Это, конечно, вложение денег какое-то. Все равно рано или поздно уйдет. У меня нет как бы такой статистики, потому что много вещей зависает просто. И.: А вот женщины, что с вами ездят, как они? С семьями тоже? Мне хочется понять, почему люди ездят, так как это тяжело, в общем-то, и не очень выгодно. Таскаться с мешками, ночь не спать... Р.: Ну, да, физически тяжело. (...) Ну, в основном, вот ездят от 50 и выше. Кто не устроился на работу, вот они взяли какое-то место на рынке, и они ездят. Молодых мало очень. И.: Вот приезжают ваши микрашки — все тетьки в возрасте? Р.: Да. Все тетьки, да. И.: Неужели здесь что-то полегче не найти? Ну, сколько на этом можно заработать? Ну, 500 евро в месяц, мне кажется, максимум? Р.: Да ну, думаю, и этого не выходит. Не знаю, может быть, выходит. Как-то вот у рыночников. ... Ну, не знаю, может быть, вот от семьи уехать, убежать, от быта... Как-то вот так. (Ж., 32 года)²⁴

²³ Риск - петербургское дело. <http://300online.ru/articles4/3585.html>
²⁴ Здесь и далее приводятся цитаты из интервью, сделанных в рамках исследования «Бум» посредников и неформальные отношения в бизнес-сфере и повседневной жизни». Совместный проект ЦНСИ с Институтом Джефферсона (США), финансовая поддержка Института Джефферсона, май-сентябрь 2005 г.

²¹ Сто дорог, № 5, 1999.

²² Елена Грибанова. Деловой Петербург. Материалы сайта 30.01.2006

Схема перевозки «челноков» простая: существует масса туристических и псевдотуристических фирм, которые регулярно перемещают группы «челноков» в Финляндию и обратно. Причем для организации такой фирмы, по словам самих участников этого процесса, не надо никаких специальных документов: арендуется автобус, набирается группа среди знакомых, на лобовое стекло ставится звучное название фирмы и всё.

Р.: Те, кто ездил раньше гидами, они сейчас сами берут автобусы. То есть они даже не фирмы. Вот точно так же мы с тобой можем взять автобус и пустить его туда. Просто арендовать автобус. И.: А водителей тогда как выбирают? Р.: А водители от транспортной компании, которые занимаются перевозками. И.: А много таких фирм, которые только на бумаге, так сказать? Р.: Неофициальных? Они вообще не зарегистрированы как таковые. Вот я говорю, мы можем с тобой — ты и я решили и наняли. И.: То есть их вообще нет? (...) Р.: То есть мы можем взять сами автобус и назвать его как-нибудь красиво. И всё, и набирать народ, и ехать в Хельсинки. Фирма не регистрируется. Как правило, документы идут от перевозчика, насколько я знаю, я, конечно, не очень хорошо знакома с этим вопросом — то есть, есть перевозчик и вот у этого перевозчика есть все документы на эту деятельность. Лицензии и всё. Официальных фирм штуки четыре, наверное, которые работают, я так думаю. (Ж, 45 лет)

Ежедневно, в зависимости от сезона, от площади Восстания в Петербурге в Финляндию могут отправляться до 12 таких автобусов (это не считая обычных турпоездов). Автобусы арендуются официально, стоимость аренды фиксированная, но, как правило, шоферы на таких рейсах тоже занимаются каким-то небольшим дополнительным бизнесом — что-то покупают в Финляндии для перепродажи. К сожалению, иногда желание заработать заставляет забывать о безопасности — случается, что водители проводят по две ночи подряд в пути, а требование о наличии водителя-дублера (как на рейсовых автобусах) все чаще игнорируется. Недаром в начале лета 2005 г. водитель такого «челночного» автобуса заснул за рулем около города Котки, при этом в аварии не обошлось без жертв и погиб сам водитель.

Возвращение из Финляндии и прохождение границы также связано для таких «челночных» автобусов с нелегальными действиями. Чтобы избежать тщательного досмотра багажа, его перевеса, «челноки» зачастую скидываются на небольшую взятку для проверяющих таможенников. Существует даже такса для таких взятки — 1% с продуктов и 2-3% с хозяйственных товаров отдаются «на проход границы». С «челночных» микроавтобусов, как правило, берется 20 евро.

И.: То есть это каждый раз происходит какой-то контакт с этими таможенниками? Р.: Конечно. Они же задерживают автобус каждый раз. И.: Вызывают этого гида и с ней разговаривают? Р.: Да. И гид соответственно собирает деньги им. И.: Но это не всегда? Р.: Всегда. Конечно. Ну, если только уже вообще пустой автобус идет. То есть, ну как товары / И.: / Но я много раз ехала, но я никогда не видела! Р.: Ты просто не знаешь. Что с тебя брать, ты же ничего не везешь. А если ты везешь, предположим, 10 Fairу, ну, пускай пять сушилок, три гладильные доски. То есть ты набираешь. И еще везешь секонд-хэнд. На продукты, по-моему, один процент от суммы, на которую ты купил, отдают на проход границы. С хозгруппы три или два процента от стоимости. Если купила на 100 евро, то есть два процента от этой суммы ты должна дать на проход границы. И.: Это так и называется «на проход границы»? Р.: Да. Это то, что отдается таможенникам. И.: Но надо знать, кому давать. Или все берут? Р.: Кто тебя досматривает, тому и даешь. Ну, опять же, ты можешь дать и легко пройдешь, а у меня могут не взять, потому что как-то... Тут сложно. Но, как правило, вопрос — сколько дашь. Проход границы зависит от — ну, единственное, если СОБР стоит, то при СОБ-

Ре они не берут. Там уж как тебе повезет. А так все зависит от суммы, которую ты отстегиваешь. И.: А это всегда так было или сейчас как-то иначе стало? Р.: Всегда. Ну, ты знаешь, раньше, когда мы ездили в Тури, они брали, но не так много. Ну, то есть, вот насколько я помню, мы всегда хорошо затаренные ехали, мы давали банку кофе, рыба там, допустим. Ну, вот такое что-то. И.: Натурой. Р.: Сейчас такого нет. Только деньги. (Ж, 45 лет)

Таким образом, функции турфирмы в случае однодневных поездок сводятся к двум вещам: аренде автобуса и предоставлению руководителя группы. Руководитель группы при однодневном туризме — это не обычный гид-групповод, а человек, знающий специфику пересечения границы, отслеживающий тех, кто едет с товаром, собирающий деньги «на переход границы» и умеющий договориться с таможеней.

Из отчета по включенному наблюдению во время одной из «челночных» поездок в Лаппеенранту:

Л. (гид) очень спешила к концу первой смены, потому что «вторая не очень удачная», поторапливала всех в приграничных магазинах и при получении инвойсов: «Мы очень сильно опаздываем, но я буду слезно просить девочек нас принять». У некоторых был перевес, с них Л. собирала деньги. «Проход через границу — денежное дело. Вы все люди взрослые и понимаете, что за красивые глаза я через границу не хожу. Сейчас я пройду по рядам и соберу «дань за 12 лет»». В разговоре с нами:

Л: Как все-таки важно брать телефоны у таможенников! В: А что, дают? Л: А что им не давать-то? Дают. Если везешь нелегально больше, чем можно, звонишь заранее и договариваешься. Я всегда еду под кого-то. В: Всегда легко проходит? Л: Ну, не всегда. Все же живые люди: у кого-то ребенок болеет, кому-то на учебу деньги нужны. Вот перед первым сентября ставки растут. А еще перед праздниками дарим подарки».

Как правило, руководитель также имеет свой бизнес в Петербурге, или возит товары для кого-то на заказ. На «челночных» микроавтобусах, где нет руководителя, эту функцию, как правило, берет на себя сам водитель.

Р.: (...) (у нас был перевес и) 20 евро бумажкой на таможне шофер наш вместе с декларацией отдал. Ну, он знает, кому давать, кому нет. Как бы проходило это. И.: А, он раньше ездил как дальнобойщик и поэтому это знает? Но 20 евро — так мало, и они взяли 20 евро? Р.: Да. Ну, это ставка как бы — с микрока 20 евро выходит. А с больших автобусов — процент. Ну, это гиды и себе берут, мне кажется. Там с продуктов как-то они высчитывают один процент, а с вещей — два. И я думаю, что гиды себе чуть-чуть берут... Не знаю. (Ж, 32 года)

Вообще стиль поведения, взаимоотношения между членами таких мини-групп — отдельная, очень интересная тема и предмет для более подробного исследования. Как правило, личностный фактор имеет здесь основное значение: недаром есть предпочтительные фирмы (вернее руководители групп), которые всячески опекают своих «туристов», а есть аутсайдеры, во время поездок с которыми могут произойти любые неожиданности (включая кражу багажа). Если хороший руководитель переходит в другую фирму, за ним тянутся и все его клиенты. Состав мини-групп также складывается со временем: люди предпочитают ездить в компании со своими проверенными знакомыми, так как многое в таких поездках держится на честности участников, их доверии друг к другу.

Вот выдержка из отчета по включенному наблюдению во время одной из «челночных» поездок в мини-группе на микроавтобусе:

«Все «челноки» самостоятельно набирают товар в магазине, сами пробивают свой товар в кассе. После этого пишут с другой стороны чека свою фамилию. Все чеки собираются вместе и на кого-то одного из членов группы (как

правило на гуда, но не всегда) оформляется «такс фри» на общую сумму. Позже (обычно в автобусе по пути домой) высчитывается процент скидки и эта сумма (в евро) раздается каждому сразу же. Это называется «посчитаться». (...) Общую сумму «такс фри» потом на границе получает тот, на кого был оформлен чек (т.е. он возвращает себе всё, что раздал). Меня поразило, что раздающий деньги выдает все до последнего цента, например, если это 1 евро 5 центов, то эти 5 центов будут выданы. Во всем, что касается «рабочих» денег, «челноки» проявляют поразительную щепетильность. (...) Такое отношение к деньгам сохраняется при всех расчетах: деньги за проживание, за купленную «общую» еду собираются до цента, суммы не округляются и не «процоятся».

Большинство официальных туристических фирм также предоставляют услуги по ускоренному оформлению загранпаспортов, так как при такой частоте пересечения границы «челночных» паспортов хватает на полгода-год.

По мнению многих специалистов, если на заре развития приграничной торговли деятельность такого рода была необходимой для сокращения товарного дефицита и, более того, она была своего рода способом выживания населения и механизмом первоначального накопления капитала предпринимателями, то на сегодняшний день она тормозит нормальную внешнеторговую деятельность, приводит к уменьшению налоговых поступлений и к криминализации сферы приграничной торговли. В конечном счете, страдает потребитель, поскольку качество и, самое главное, безопасность таких товаров никто гарантировать не в состоянии.

Можно высказать предположение, что деформированной оказывается и вся социальная структура приграничных территорий. Судя по всему, в последнее время после относительного открытия границ произошло превращение приграничных городов в некие города-посредники, когда виды деятельности и занятости жителей города обусловлены его географическим положением (то есть близостью к границе). Очень часто такая деятельность носит нелегальный, полукриминальный характер.

В статье, посвященной расследованию незаконных пересечений государственной границы Российской Федерации (по материалам Северо-Западного региона России), автор констатирует, что правоохранительные органы все чаще сталкиваются с деятельностью различных структур, занимающихся организацией незаконных пересечений границы РФ гражданами России и третьих стран. Очень много таких нарушений со стороны российских граждан, проживающих в приграничных зонах, в частности, в Санкт-Петербурге и Ленинградской области. Это не только те, кто занимается «челночным» бизнесом, но и те, кто нанимается на сезонные работы, выезжая на территорию скандинавских государств. Как правило, вследствие того, что эти граждане занимаются мелкой контрабандой спиртных напитков, сигарет и т.д., им отказывают в предоставлении виз, заграничных паспортов, но они продолжают выезжать за рубеж по подложным документам. В ходе расследования в последнее время было выявлено множество структур, осуществляющих пособничество в незаконном пересечении границы РФ. Такие структуры ведут свою деятельность под вывеской туристических фирм, предлагающих помощь в трудоустройстве за рубежом, организации сезонных работ, туристических поездок и т. п.²⁵

Ярким примером приграничного города-посредника является город Выборг. Близость российско-финской границы откладывает сильнейший отпечаток на структуру занятости его жителей и в целом на повседневную жизнь города. В основном, деятельность посредников на российско-финской границе не всегда носит криминальный характер, хотя легальной и официальной ее назвать нельзя. Для того, чтобы

обойти заявленные в законе правила о перевозе товаров в размере не более 50 кг, мелкие предприниматели нанимают для пересечения границы людей. Как правило, это жители Выборга, имеющие знакомства в среде таможенников. Дальше схема пересечения границы проста: надо дождаться, когда знакомый таможенник заступит на свою смену (ждут, как правило, недалеко от границы на финской стороне в каком-то кафе), позвонит по мобильному телефону и даст добро на пересечение границы. В этом случае таможенник получает небольшую мзду (гораздо меньше официальной пошлины за перевес груза), посредник также получает свои деньги (около от 10 до 20 евро за переход).

Существует и более простая схема, без участия таможен: достаточно открыть страницу бесплатных объявлений в местной газете и найти раздел «Биржа труда». Несколько столбцов занято объявлениями граждан, предлагающими себя в качестве «пассажира в Финляндию». Причем больше ценятся «пассажиры» со своими автомобилями, с детьми и прочими родственниками.

История возникновения «новой профессии» началась несколько лет назад, когда вышел очередной указ государственного Таможенного комитета, о том, что гражданин имеет право привезти для себя товар массой не более 50 кг или заплатить пошлину в размере 4 евро за каждый лишний килограмм. Поэтому предприимчивые челноки начали нанимать выборгских граждан с финскими визами для перевозки «лишних» килограммов. В то время за пассажирами закрепилось прозвище «колбасник», потому что оптовые партии товаров на финской стороне распределялись на 10-20 автомашин с пассажирами и затем эта «колбаса» следовала в Россию. После этого последовал очередной указ, и таможенная ввела понятие «неделимый груз». Теперь для провоза через границу, например, холодильника стало необходимым в качестве пассажира иметь родственника: родственники везут товар в совместное пользование, при этом вес беспошлинного неделимого груза увеличивается. При этом понятие «родственник» зачастую различалось на каждом из трех таможенных переходов Выборгского района, а иногда зависел даже от смены, в которую проходила таможня.

Впоследствии такие посредники получили прозвище «тушканчиков», видимо, из-за возможности неоднократного пересечения границы даже в течение одного дня. «Тушканчик» получает за пересечение границы, до которой от Выборга 60 километров, 10-12 евро, водитель — 25 евро.²⁶

Р.: А потом получилось — вот когда уже закрутили эту гайку, и я понял, что по большому счету две штуки возить мне не резон. И я стал возить по пять, по шесть вещей за раз. А это уже, скажем, проблема. Проблема какая? Надо было покупать этих тушканчиков, как их называют. Ну, про которых я уже говорил. И.: (смеется) Почему все-таки тушканчиков? Р.: Ну, не знаю, так их и называют — тушканчики. Значит, это стоило сначала 10 евро. А я знаю, что цены очень разные. Некоторые с постоянными работают людьми. На той же «Шайбе» встречаешь людей, которые готовы организовать любую проходку. То есть любое количество груза — контрабас это или это, скажем, бэушные изделия..!

И.: / Проходку — это значит, что у них свои знакомые на таможне? Р.: Да, конечно. Все только через это. Конечно. Потому что я брал в Выборге людей, свою компанию, прямо ехал с ними. Потому что мне не нравились все эти мероприятия на границе, это привлечение внимания со стороны, скажем, этих кинокамер и прочих финских этих ну, правильных дел. (имеются в виду камеры слежения около «Шайбы» — Е.П.) И получалось так, что я договаривался со своими поставщиками, потом звонил им и говорил, что мне надо тогда-то, тогда-то. У нас было оп-

25 Я. С. Величкин. Расследование незаконных пересечений Государственной границы Российской Федерации (по материалам Северо-Западного региона России) Правоведение. 2003, № 1. С. 146 — 153.

26 Как заработать деньги, работая «тушканчиком». В. Кукин. (Идеи домашнего бизнеса). <http://www.homebusiness.ru/ideas/661.htm>

ределенное — два раза в неделю. Вроде сутки через трое. Ну, у них график там есть свой — либо мне нужно выезжать вечером, чтобы попасть на их смену, на этих таможенников. Это знакомые моих вот этих выборжан. Садятся ко мне либо три, либо четыре человека. Двое детей, двое взрослых. Бывало и трое взрослых, трое детей. И: А на детей тоже провозить норму можно? С детства приучают? Р.: Конечно. Ну, может быть, и не можно, но это все проскакивало. И мы едем в Хельсинки, я вместе с ними еду. Иногда они просили меня оставить их где-то в Хамине. И я там решал свои вопросы либо с ними, либо без них. А потом я приезжал к договоренному времени в определенное место, забирал их. Мы останавливались у Сержи там наверху, в этом Райямаркете (**большой магазин-склад на самой границе — Е.П.**). Или либо там сразу встречались, либо они подбегали на своей машине к установленному времени к этому Райямаркету, и звонили они своему человеку и мы ехали, когда он давал команду, на границу, на таможенню. Только так. И: Приходилось иногда ждать? Р.: Иногда ждали. Самое большее — мы ждали часа три, наверное, на «Шайбе». Ну, сидишь и ждешь. (...) И: А ему что-то перепало, этому человеку, который вот помог из таможенни? За это проход? Р.: За проход такса такая — если это явно выпадающая по весу вещь, недельная / И: / Больше 50 килограмм? Р.: Ну, оно все больше 50 килограмм. Но бывали там и по 100 килограмм. Ну, такие громоздкие вещи, которые явно... Огромный какой-нибудь холодильник двухкамерный какой-нибудь. Платили тогда 50 евро. А если это была обыкновенная вещь, вроде все делилось по числу моих пассажиров и на меня в том числе, то тогда за проход платили 20 евро. (...) И: Интересно! И много выборжан кормятся таким образом? Р.: Сто процентов, наверное, выборжан! Кто-то в семье обязательно занимается этим бизнесом. Это бизнес Выборга. (М., 48 лет)

Развитие «челночного» бизнеса сопровождается формированием соответствующей инфраструктуры по его обслуживанию не только в России, но и в Финляндии, несмотря на жесткие финские законы. Так, за последнее время в Финляндии рядом с границей открылось множество оптово-розничных баз, ангаров, с набором товаров, наиболее полно отвечающим запросам «челноков». Цены на них не намного ниже, чем, например, в магазинах Хельсинки, однако владельцы этих складов-магазинов выдают нашим туристам так называемые инвойсы — справки на возврат налогов на добавленную стоимость в размере 17-18%. Так как минимальная стоимость товаров, с которой выдается инвойс — 40 евро, то «челноки» организуются в группы, покупают товары на один чек, о чем было уже рассказано выше. В таких магазинах продавцы говорят по-русски, или являются выходцами из России (примем Финляндией ингерманландцев и финнов из России помогает в обеспечении кадрами этих магазинов). Многие владельцы магазинов в приграничной Финляндии разработали специальную систему поощрения водителей больших автобусов (правда, это существует и в других странах Европы), привозящих им покупателей.

Р.: Водители... Ну, какой-то товар перевозят, конечно. То есть, перевозят то же самое. А водителям платят — ну, у них зарплата, в принципе, небольшая. У них, наверное, евро 25-30 за поездку выходит. Ну, и плюс то, что они в ангары завозят — презенты для водителей. А за секунд-хэндом вот они поехали — плюс секунд-хэнды дают им за то, что они туда едут. Там по 10 евро им, по-моему, дают. В рыбный если завозят, то, как правило, рыбу водителям дают. Рыба, там, икра. За то, что завозят, они тоже имеют. (Ж., 45 лет)

Кроме возникновения особой торговой инфраструктуры в последнее время стала появляться и возможность останавливаться в Финляндии на ночь по ценам значительно ниже официальных. Как правило, такие услуги предоставляют все те же наши бывшие соотечественники — это либо квартиры в городах, либо иные варианты (например, общежитие при детской спортивной школе, несколько комнат в котором от-

дано «челнокам» на микроавтобусах). Конечно, такие места ночлега не афишируются, владельцы их не рекламируют, а информация передается «из уст в уста».

Р.: (...) она вышла за финна замуж, у них типа спортивной школы, и они сколько-то комнат — шесть комнат где-то отдали тем, кто... Ну, там, в основном микрики останавливаются. И: И сколько это стоит? Р.: Ночь стоит первая 9, вторая — 8. Условия нормальные. Два туалета на этаже, три душа. Кухня большая, правда, для всех, конечно. Иногда сложно, когда четыре микрика приезжает, то, конечно, надо крутиться, стол бы побольше. А комнаты на четыре и шесть человек. (...) Есть еще под Ювяскюля, там пять евро. Домик 25 евро, ну, когда едешь вшестером, получается по пять где-то. (Ж., 32 года)

Приспосабливаются финны и к потребностям русских покупателей. Например, при регулярных капитальных ремонтах зданий в Финляндии положено утилизировать (вывозить на свалку) встроенное в квартиры рабочее оборудование: холодильники, стиральные машины, электроплиты. Теперь зачастую, вместо того, чтобы платить за вывоз этих отходов, строители продают старое оборудование по 5-10 евро за единицу российским «покупателям»²⁷. Проблема состоит лишь в том, чтобы все это вывезти в Россию, но тут на помощь и приходят «тушканчики».

Очень популярны среди «челноков» и посещения фабрики сэконд-хэнда под Хельсинки. Первоначально там фасовали товары для финских магазинов сэконд-хэнда благотворительной сети UFF, но последнее время наиболее частыми покупателями на этих фабриках стали питерские «челноки». Товар там продается большими мешками по 150 килограмм и все «челноки» надеются, что им попадет новый товар «с бирками» (сданный на благотворительность каким-то производством или магазином).

Р.: Нет, ну, если у кого-то секунд-хэнд, то они ездят только на фабрику UFF, это под Хельсинки. Мешками этими черными берут. Это фабрика такая. Там такие контейнера большие, там просто кота в мешке покупаешь. Просто финка взвешивает, там 150 килограмм берешь. Там по 0,80 центов за килограмм получается. Это все после хмичистки, у них такого нет, как у нас — пахнет там. И уже потом на улице разбираешь, прямо у них, на улице, там уже кучи одежды валяются. Там бывает, что все в бирках, а бывает, что вообще все дырявое. Я один раз поехала, согласилась. Попала на 50 евро. Потому что наш контейнер — мы на троих взяли 150 килограмм, по 50 килограмм — и такое было! Даже машину вытирать на тряпки стыдно брать. А вот женщина с нами, из нашей шестерки человек — что ни вещь показывает, все с бирками. Мы на троих, а она один контейнер на себя одну взяла. И у нее все попало новое просто. Это просто везение. И больше на фабрику я не стала ездить. (Ж., 32 года)

Привозят автобусы с «челноками» и в различные магазины типа комиссионных, куда местные жители сдают (бесплатно или очень дешево) свои вещи. По воскресеньям во всех городах Финляндии часто устраиваются большие блошиные рынки («кирпсутори»), где все желающие могут продавать свои вещи — последнее время автобусы с «челноками» часто привозят на такие рынки, а иногда там можно встретить и продавцов с «русским» товаром (хотя оптовые партии продавать на таких рынках строгойше запрещено).

Несмотря на чистую экономическую выгоду, которую получает экономика Финляндии от «челночного» бизнеса россиян, многочисленные публикации в прессе создают негативный образ русских, отравляющих своей водкой финнов; некорректных водителей; покупателей, создающих очереди в приграничных магазинах; девушек легкого поведения.

Р.: (...) Кроме того, что наших очень много стало, у них

²⁷ Как заработать деньги, работая «тушканчиком». В. Кукин. (Идеи домашнего бизнеса). <http://www.homebusiness.ru/ideas/661.htm>

появилось больше озлобленности. Как-то штамп русского человека — то есть, это вор, это обманщик. Они приезжают сюда либо торговать телом, либо воровать в магазины, либо спекулировать и так далее. И есть люди, которым это нравится — среди финнов. А большинству это не нравится. Но у них у самих изменилось многое. (М., 48 лет)

В целом, можно сказать, что явление «челночества» можно рассматривать как своеобразную модель инновативного экономического поведения, позволившего адаптироваться части населения к резко изменившимся экономическим условиям жизни страны. Большое количество людей смогло поддержать падающий жизненный уровень своих семей. Нельзя сказать, что адаптация происходила безболезненно: формирование новых повседневных практик требовало зачастую ломки устоявшихся норм поведения, изменялись взаимоотношения в семьях, приходилось преодолевать негативное общественное отношение, утверждаться в новой для себя социальной роли. Люди на практике осваивали новые для них понятия товарно-денежных отношений, спроса и предложения в условиях экономической свободы. Многие люди, начинавшие этот бизнес в 90-е, ушли в профессиональную торговлю, которая стала их новым постоянным способом заработка, их новой основной профессией. Подстроилась под потребности этой группы населения и туристическая инфраструктура — с одной стороны, произошла трансформация предложений, с другой, частичная виртуализация турбизнеса; возникла обслуживающая инфраструктура; сформировались устойчивые неформальные практики.

«Челночный» бизнес Петербург-Финляндия имеет свои отличительные особенности, среди которых в первую очередь следует назвать крайне низкие издержки «челноков» из-за географического расположения Петербурга, позволяющие минимизировать расходы на перевозку товаров в Россию. Организационная простота поездок (по сравнению, например, с Турцией) привлекает в этот бизнес множество индивидуальных (самозанятых) или мелких предпринимателей. Можно сказать, что в настоящее время «челночное движение» оформилось в относительно небольшое стабильное сообщество постоянных участников с устоявшимися практиками. Для части «челноков» — это единственный способ

дохода, другие стали сочетать поездки в Финляндию с каким-то постоянным местом работы (при сменном графике работы это вполне возможно).

Для мелкого «челночного» бизнеса в Финляндии характерна хаотичность и неорганизованность, это в чистом виде индивидуальное занятие. Вероятность возникновения на его основе среднего и крупного бизнеса незначительна, так как нет встречных инициатив со стороны финских предпринимателей (по сравнению, например, с Китаем, Турцией, Италией и др.) Конечно, в торговых отношениях между Россией и Финляндией участвует также множество средних и крупных предприятий, однако эти товаропотоки никак не пересекаются. Еще одним последствием «челночного» бизнеса является трансформация рынка труда на приграничных территориях.

Судя по всему, «челночный» бизнес в Финляндии будет продолжать существовать, несмотря на любые таможенные запреты и ограничения, так как он превратился в образ жизни для тысяч петербуржцев. Данный вид деятельности приносит людям помимо материальных благ еще и моральное удовлетворение, возможность самостоятельно планировать свою экономическую, деловую активность, режим работы, позволяет быть в какой-то степени адекватным современным условиям жизни.

Использованная литература.

- Леонид Бляхер. Через границу: региональные варианты кросскультурного взаимодействия. <http://archipelag.ru/text/n38.htm>
- С.Климова. Челноки: Бегство от нужды или погоня за шансом. Социальная реальность. № 2, 2006. с. 26-42 www.fom.ru
- Татьяна Мельниченко, Альберто Болонини, Роберто Заватта. Российский челночный бизнес. Общая характеристика и взаимосвязь с итальянским рынком. (проблемные исследования) <http://www.nisse.ru/analytics.html?id=chelnoki>
- А.Яковлев, В.Голикова, Н.Капралов. Непотопляемый челнок или Секреты успешного выживания «нецивилизованных форматов» в розничной торговле. Исследование Высшей школы экономики. <http://www.ecsoc.ru/db/msg/16334>
- А.А.Яковлев. «Челночная» торговля в новых условиях: возможные подходы к оценке масштабов. Вопросы статистики. № 4, апрель 2001. http://www.hse.ru/prensa/vopr_statist/20010426.htm