

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

На правах рукописи



003052 103

ИВЛЕВА ИРИНА ВЛАДИМИРОВНА

**ФЕНОМЕН МЕЛКОЙ ТОРГОВЛИ  
В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ  
ТРАНСФОРМАЦИЙ В РОССИИ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Специальность 22.00.03 – экономическая социология и демография

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата социологических наук

Санкт-Петербург  
2006

23

Работа выполнена на кафедре сравнительной социологии  
Санкт-Петербургского государственного университета

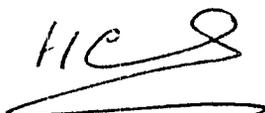
- Научный руководитель: доктор социологических наук, профессор  
Скворцов Николай Генрихович
- Официальные оппоненты: доктор социологических наук, профессор  
Веселов Юрий Витальевич
- кандидат экономических наук  
Эйпшиц Елена Вениаминовна
- Ведущая организация: Санкт-Петербургский государственный  
университет экономики и финансов

Защита состоится «23» января 2007 г. в «18» часов на заседании диссертационного совета Д.212.232.13 по защите диссертаций на соискание ученой степени доктора наук при Санкт-Петербургском государственном университете по адресу: 193060, Санкт-Петербург, ул. Смольного, 1/3, 9-й подъезд, факультет социологии СПбГУ, ауд. 324.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке имени А.М. Горького Санкт-Петербургского государственного университета (Университетская наб., 7/9).

Автореферат разослан «21» декабря 2006 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета,  
кандидат социологических наук



Н.В. Соколов

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

### **Актуальность темы исследования**

Имплантиция институтов капитализма на российскую почву привела к радикальным изменениям общественного устройства и повседневности. Так как на сегодняшний момент уже сложились основные контуры постсоциалистической структуры России и есть определенные признаки инкультурации рыночных форм поведения и мировоззрения, можно говорить о завершении переходного периода.

Вместе с тем дальнейшее ускоренное протекание реформ, их глубокое влияние на различные стороны жизни людей указывает на необходимость опережающего научного осмысления процессов трансформации. Именно поэтому актуальным и интересным в научном отношении является изучение распространения моделей предпринимательского поведения и мышления в сфере мелкой уличной торговли, распространение которой является следствием унаследованной от социализма экономики дефицита.

Исследование, имеющее на первый взгляд явную экономическую направленность, тем не менее, позволяет увидеть, как происходит освоение социокультурных ценностей рынка и как осуществляется, в частности, поиск баланса между стремлением к богатству и материальной выгоде и поддержанием социальных отношений.

Кроме того, анализ причин распространения уличной торговли и взаимодействий мелких торговцев с покупателями в отношении распределения и потребления раскрывает круг вопросов, связанных с изменением повседневной жизни в постсоциалистический период. С одной стороны, наблюдается много позитивных изменений, а с другой – имеются и определенные проблемы. Они касаются регулирования уличной торговли (с чем в первую очередь приходится иметь дело региональным властям), а также обеспечения доступными качественными товарами потребителей и конкурентной борьбы между различными форматами в розничной торговле. Все это делает выбранную тему актуальной как с практической, так и с исследовательской точек зрения.

### **Степень научной разработанности проблемы**

Формирование уличных рынков и бурное развитие торговли в постсоциалистическое время стало привлекать исследовательский интерес ученых в области общественных наук лишь в конце 90-х годов. Правда, первый шаг в этом направлении был сделан уже в 1992 г. английским этнологом К. Ханном, обратившим внимание на открытые рынки в Венгрии.

Интерес со стороны этнологов вовсе не случаен. Исследования мелкой торговли в развивающихся странах относятся к традиционному предмету таких дисциплин, как этнология, социальная антропология и социология

развития. Здесь следует упомянуть разработки К. Гирца, П. Боханана, Г. Далтона, Х. Шрадера, Х.-Д. Эверса, К. Мейассу и др., детально занимавшихся данной тематикой.

Если говорить об исследованиях мелких торговцев и открытых рынков в постсоциалистических странах, то здесь прежде всего следует отметить работы Э. Шика, К. Уоллес и М. Кайзера, которые непосредственно затрагивают проблему адаптации к рыночной экономике в постсоциалистических странах. Они также подчеркивают, что исследование мелких торговцев и рынков не в меньшей степени, чем изучение системных изменений в промышленности, способствуют пониманию общественных трансформаций. Вместе с тем нужно иметь в виду, что исследования вышеуказанных авторов проводились в Центральной Европе и Средней Азии.

Из российских авторов, занимавшихся данной тематикой, можно отметить работы О.Е. Бредниковой, В.И. Дятлова, В.И. Ильина, О.В. Карпенко, О.В. Паченкова и В.Н. Титова. В то же время на сегодняшний день была сделана только одна попытка оценки общей ситуации с мелкой торговлей в разных российских городах в исследовании А.А. Яковлева и его коллег, имеющем, однако, сильный экономический уклон. Вопрос о возможности сравнительного анализа данных из других стран пока что вообще не ставился.

В данном диссертационном исследовании предлагаются некоторые обобщения в отношении социологических, социокультурных и социально-экономических сторон феномена уличной торговли, а также разрабатывается основа для сравнительного исследования.

### **Теоретико-методологические основы диссертации**

Теоретико-методологические основания диссертационного исследования представляют предметно-ориентированные теории среднего уровня из сферы экономической социологии и антропологии («дилемма торговца» и др.), а также подходы из области исследования постсоциалистических трансформаций. Кроме того, автор учитывает в своей работе более ранние социально-исторические исследования В. Зомбарта и Ф. Броделя, уделивших определенное внимание проблеме мелкой торговли и рынков.

### **Информационная база исследования**

- В качестве первичных данных выступают:
  - Результаты качественного эмпирического исследования, проводившегося автором на рынках в Санкт-Петербурге и Ленинградской области с апреля по сентябрь 2003 года. Основные методы исследования – экспертные интервью с торговцами, наблюдение.
  - Фотодокументы за 1998-2005 гг.
- В качестве вторичных источников послужили:

- Материалы публикаций о мелкорозничной торговле и малом бизнесе за период с 1998 по 2005 гг. в интернете и прессе;
- Результаты количественных исследований известных российских центров (ВЦИОМ, Левада-Центр, ФОМ, Romir-Monitoring).

**Объект исследования** – торговцы, работающие на рынках Санкт-Петербурга и Ленинградской области, а также их предприятия.

**Предмет исследования** – процесс развития малого торгового бизнеса в условиях постсоциалистических трансформаций (организация и функционирование торговых предприятий), структура социально-профессиональных отношений, в которую обычно включены торговцы, и образ жизни представителей торговой среды.

### **Цели и задачи исследования**

**Цель исследования** состоит в изучении динамики изменений, имевших место в мелкой торговле на протяжении социально-экономических трансформаций, а также в исследовании основных форм проявления и преодоления дилеммы торговца в российском контексте.

### **Основные задачи**

Для достижения поставленной цели в диссертационном исследовании решаются следующие задачи:

- 1) Определить основные мотивы и паттерны делового поведения торговцев.
- 2) Установить характер и способы взаимодействия внутри торгово-рыночного сообщества.
- 3) Проанализировать структуру отношений торговцев с покупателями, поставщиками, чиновниками.
- 4) Определить роль социального и экономического капиталов в деятельности уличных торговцев.
- 5) Выявить способы решения торговцами проблемы рентабельности их предприятий.
- 6) Проанализировать на примере делового поведения торговцев и принципах функционирования их предприятий основные черты в образе жизни типичного представителя торговой среды.
- 7) Выявить новейшие тенденции и перспективы развития в сфере мелкой торговли.

### **Положения, выносимые на защиту**

1) Масштабная уличная экономика, представляющая собой наследие времен устойчивого дефицита, играла на протяжении первых десяти лет трансформации решающую роль в повседневном жизнеобеспечении рядового населения, а также способствовала смягчению проблемы бедности и стабилизации социальной структуры.

2) Широкое распространение мелкой торговли является побочным следствием реформ и явлением переходного периода, поскольку на сегодняшний день рынки и лоточная торговля стали утрачивать свои позиции. Но так как проблема бедности не решена, уличная торговля будет оставаться значимой как для тех, кто в ней занят, так и для менее обеспеченных категорий покупателей. Поэтому попытки ее активного оттеснения со стороны властей представляются преждевременными.

3) Одна из причин того, почему мелкая уличная торговля отходит на периферию, связана с недостаточной выраженностью предпринимательской идентичности у торговцев и противоречивыми отношениями с властями. Это в свою очередь объясняется тем, что они с самого начала в своей деятельности больше руководствовались рациональностью выживания и не стремились к консолидации и представлению своих предпринимательских интересов перед институтами власти.

4) Исследование образа жизни российских торговцев подтверждает, что основными способами социальной адаптации к рынку являются модели „выживания“ и „предпринимательства“. В то же время можно говорить о том, что рациональность выживания нередко сливается с формирующимся стремлением к постоянному наращиванию прибыли. Поэтому имеет смысл также вести речь о некоей промежуточной модели, связанной с поддержанием устойчивого положения предприятия, улучшением потребления, но без претензий на расширение торговли.

5) Концепция „дилеммы торговца“, разработанная в ходе исследований в Юго-Восточной Азии, может быть применена к анализу проблемы мелкой торговли в России, поскольку она обладает высоким эвристическим потенциалом.

#### **Научная новизна диссертационного исследования**

1) Обоснована целесообразность применения в отечественных условиях социально-экономических и экономико-антропологических подходов к исследованию проблемы мелкой торговли.

2) Впервые в отечественной социологии на российском эмпирическом материале апробирована концепция „дилеммы торговца“.

3) Осуществлен анализ функционирования мелких торговых предприятий в динамике.

4) В связи с жесткой фрагментацией бизнеса на малый, средний и крупный установлено преобладание у мелких торговцев ориентации на обеспечение устойчивого положения предприятий, не подразумевающего их дальнейшего роста.

#### **Практическая значимость работы**

Основные положения диссертации могут быть использованы при разработке курсов и спецкурсов по экономической социологии и антропологии, сравнительной социологии. Результаты проведенного

исследования также могут иметь прикладное значение как рекомендации и прогнозы, способствующие более точной оценке проблем в мелкой уличной торговле.

#### **Апробация результатов исследования**

Диссертация неоднократно обсуждалась на коллоквиуме по проблемам трансформаций в Восточной Европе и в мастерской по качественным социологическим исследованиям в ун-те Магдебурга (Германия) на протяжении 2003-2005 гг., а также на кафедре сравнительной социологии факультета социологии Санкт-Петербургского государственного университета в 2006 году. Основные положения и выводы диссертации отражены в публикациях автора и были представлены в докладах на следующих научных мероприятиях:

- Семинар по проблемам трансформаций в Восточной Европе «Трансформирующиеся общества в процессах европеизации и глобализации» (Магдебург, 27 мая 2005 г.);

- Международная конференция «Общественные трансформации как тип социального изменения» (Магдебург, 14-15 мая 2004 г.).

#### **Структура работы**

Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложения.

### **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Во **Введении** обоснована актуальность темы, определены цели и задачи исследования, предмет, объект, теоретико-методологическая база, отражены научная новизна и практическая значимость работы.

В **первой главе «Феномен торговли в прошлом и настоящем»** представлены основные подходы к изучению проблемы мелкой торговли.

В первом параграфе первой главы **«Социально-исторические исследования»** делается обзор работ, посвященных возникновению и развитию торговли и в большей или меньшей степени предопределивших характер последующих исследований о торговцах и рынках в общественных науках.

Хотя, как известно, торговля появляется на более поздних этапах развития культуры, небольшие локальные городские рынки существуют с незапамятных времен (Ф. Бродель). Так, например, Аристотель прорабатывал в рамках своей концепции человеческого сообщества вопрос о торговле и ценах и проводил различие между торговлей, направленной на поддержание существования и самодостаточности, и коммерческой торговлей, которую он воспринимал как противоестественную (К. Полянши).

Изначально торговля возникает как обмен между представителями различных племен, в то время как внутриплеменная торговля была под запретом. И в более позднее время торговыми операциями и коммерцией

чаще занимались чужеземцы и чужеземные купцы, переезжавшие в одну страну из другой и называвшиеся „нациями“ (Э. Хобсбаум). По этой причине некоторые исследователи подчеркивали, что иностранец практически всегда является торговцем (Г. Зиммель) и что существуют даже народы, имеющие предрасположенность к торговой профессии (В. Зомбарт). Со временем, однако, стало очевидно, что торговлей наряду с чужеземцами все больше начинают заниматься и местные жители, утрачивающие – например, в силу скудости природных условий (Я.П. Гарелин, И.А. Голышев) – традиционные источники заработка.

Вместе с тем существенным является тот факт, что торговля вообще впервые приобретает широкое распространение одновременно с процессами развития капитализма (Ф. Бродель, В. Зомбарт). Несмотря на то, что торговцы пытаются все более рационально вести свои предприятия (используют бухгалтерский учет и формализованные методы ценообразования), простейшие формы мелкой торговли сохраняются во многих странах мира и проявляют при этом удивительную жизнестойкость. Это обстоятельство наталкивает на предположение о том, что она является либо универсальным элементом развитых цивилизаций, либо свидетельствует об определенных чертах (нео)традиционализма.

Во втором параграфе первой главы **«Подходы социальной антропологии и социологии развития к изучению современной мелкой торговли»** обсуждаются основные направления исследований полуархаических видов торговли, а также концепции, предлагающие те или иные объяснения ее существования.

Одна часть работ посвящена анализу мелкой торговли как стратегии выживания и формы неформальной занятости населения стран „третьего мира“. В этом случае исследователи, как правило, опираются на концепцию неформального сектора, которая, несмотря на ее недостатки, остается достаточно влиятельной. Другие авторы (К. Гирц, Г. Стаут, В. Бенхольдт-Томсен, Х.-Д. Эверс, Х. Шрадер) разрабатывают подходы, совмещающие достоинства различных теорий. Некоторые работы посвящены анализу отдельных, недостаточно изученных, аспектов торговли (торг, структура и динамика рынков).

На основе эмпирических данных проводится различие между двумя типами торговцев: первые ориентированы на поддержание выживания, вторые – на максимизацию прибыли. Однако нужно отметить, что в социальной антропологии и социологии развития наблюдается явный перевес исследований о первой категории торговцев (В. Бенхольдт-Томсен, Г. Буххольт, У. Май, Р. Корфф и др.). В рамках указанных дисциплин были также сформулированы предметно-ориентированные теории среднего уровня – „торговые меньшинства/диаспоры“ и „дилемма торговца“.

В концепции торговых меньшинств главное внимание уделяется дискриминации иностранных торговцев в принимающем обществе. Сталкиваясь с ксенофобией и отчуждением, они формируют в разных странах социальные сети и группы торговцев по этническому и религиозному признаку. При этом торговые меньшинства реагируют на внешний мир не только адаптивно: они в состоянии действовать стратегически (А. Козн).

В теории торговых меньшинств главное внимание направлено на узкий аспект в организации торговли, связанный с влиянием этнического происхождения и не дающий целостного объяснения проблем торговцев. К тому же для авторов, пользующихся этой теорией, характерно делать оценки из перспективы, внешней по отношению к субъектам действия, и концентрироваться скорее на рассмотрении крупной торговли.

В качестве реакции на теорию «торговых меньшинств» возникла идея о «дилемме торговца», которая была сформулирована в результате полевых исследований мелкой торговли на фоне процессов модернизации в Юго-Восточной Азии. Отправным пунктом в этой теоретической концепции служит перспектива инсайдера. Согласно ее главной посылке торговцы оперируют в двух ценностных сферах, а именно: „моральной экономике“ и „рыночной экономике“ с присущими им диаметрально противоположными предписаниями к действию, в результате чего они регулярно оказываются перед трудным выбором - дилеммой.

Так, любой торговец должен постоянно решать для себя вопрос о том, стоит ли ему пренебречь ценовыми ожиданиями покупателей и другими сковывающими социальными обязательствами и вместо этого стремиться к максимизации прибыли или, наоборот, отказаться от увеличения дохода в пользу социальных отношений. К предпосылкам, способствующим возникновению дилеммы торговца, относятся процессы общественной модернизации и трансформации, которые нередко приводят к обнищанию широких слоев населения. Чтобы избежать дилеммы или хотя бы уменьшить возникающие в связи с ней проблемы, торговцы ищут различные пути ее преодоления, которые все же оказываются не вполне удовлетворительными.

Дилемма торговца представляет собой эвристическую концепцию, на которую возможно опираться при дальнейшем анализе социально-экономического поведения торговцев и их образа жизни в России, где глубокие процессы трансформации тоже привели к существенному расширению мелкой торговли и возникновению бедности.

В третьем параграфе первой главы «**Дискуссия о мелкой торговле в постсоциалистических странах**» рассматриваются основные аспекты изучения проблемы торговли на постсоветском пространстве и в бывших социалистических странах, а также адаптируются к российской реальности понятия и подходы социальной антропологии и социологии развития, использованные в отношении развивающихся стран.

В постсоциалистических странах можно условно выделить три направления исследований о мелкой торговле:

1. Изучение торговых меньшинств и этнических экономик.
2. Исследование социокультурных и социоэкономических аспектов повседневной адаптации к рыночной экономике и капитализму.
3. Изучение деятельности торговцев на основе предпринимательских подходов.

Теории торговых меньшинств и этнических экономик, которые сосредоточивают свое внимание на торговой деятельности иностранцев и возникающем между ними сетевом взаимодействии и взаимоотношениях с принимающим обществом, нашли свое отражение в разных исследованиях отечественных социологов (О.Е. Бредникова, В.И. Дятлов, О.В. Карпенко, О.В. Паченков, А.Н. Снисаренко). В этих работах речь шла прежде всего о торговцах азербайджанского и китайского происхождения в Восточно-европейской части России и в Сибири.

Но не менее важным, с социологической точки зрения, является осуществляющееся ныне изменение социально-экономического поведения и образов жизни, формирующихся при переходе к новому типу общества. В этом смысле торговля как раз представляет собой сферу, где можно зафиксировать формирование новых жизненных установок и способов поведения (И.В. Ивлева, В.Н. Титов, О. Жилкин).

При этом у мелких торговцев тоже четко выделяются два разных способа адаптации к рынку: если одни репрезентируют модель выживания, то другие действуют скорее в соответствии с моделью предпринимательства (В.И. Ильин, М.А. Ильина).

Таким образом, проблема торговли непосредственно пересекается с исследованиями предпринимательства. Хотя литература на эту тему в России представляется довольно обширной, авторы работ чаще рассматривают предпринимателей в общем, почти не уделяя внимания отдельным отраслям предпринимательства. В результате упускается тот факт, что мелкие предприниматели в сфере торговли, строительства и Hi-Tech существенно отличаются друг от друга по образу жизни, образованию и другим характеристикам.

Подчеркивая сохранение торгово-посреднической структуры малого бизнеса и имиджа мелких предпринимателей как „лавочников“, отечественные исследователи довольно редко обращаются к изучению торговцев в качестве предпринимателей.

Анализируя проблему предпринимательства, автор опирается в своей работе на систематизированный венгерскими социологами классический предпринимательский и современный „подход рынка труда“ (labour market approach), позволяющий интерпретировать результаты исследований о мелких предпринимателях в условиях постсоциализма (А. Рона-Тас).

Чтобы категориально очертить поле исследования из социологии развития также заимствуется понятие „уличной экономики“ (Г. Стаут), родственное „базарной экономике“ К. Гирца. Под уличной экономикой понимаются различные формы так называемой уличной „нецивилизованной“ торговли и ремесла (неорганизованная торговля около станций метро и дорог, рынки, лотки, киоски, закусочные и т.п.). Выбор данного понятия представляется более оправданным в сравнении с близкими ему категориями „рынка“, „неформальной экономики“, „частного сектора“, потому что с его помощью очерчивается особое исследовательское поле и сфера, игравшая важную роль в повседневной жизни постсоциалистических стран.

Определение исследовательского поля „уличной экономики“ позволяет анализировать ее как институт, укорененный в социокультурном контексте и представляющий собой одно из ярких наследий времен социализма. Формирование данного института объясняется, с одной стороны, устойчивым дефицитом и систематическим пренебрежением элементарными потребностями населения, а, с другой - необходимостью адаптации людей к резко изменившимся условиям жизни.

Вместе с тем поведение самих торговцев рассматривается в диссертации сквозь призму концепции „дилеммы торговца“, возможности применения которой в отечественных условиях предварительно оговариваются в третьем параграфе. С этой целью уточняется понятие „моральной экономики“, ключевое в концепции „дилеммы торговца“. Это делается путем обобщения более ранних исследований по данной теме (Э. Томпсон, Дж. Скотт, Г. Элwert) и сопоставления моральной экономики с рыночной.

В конечном итоге под „моральной экономикой“ в работе понимаются такие формы и способы хозяйствования, которые основаны на нормах реципрокности, принципах самодостаточного существования и общего блага.

В четвертом параграфе первой главы **«Методы исследования и обработки эмпирических данных»** описаны методы сбора и анализа полевых материалов, а также характеризуются данные, составившие информационную базу диссертационного исследования.

Во второй главе **«Структурные проблемы в существовании торговца: обобщающий анализ эмпирического материала»** представлены результаты сравнительного анализа способов преодоления различных трудностей, возникающих в деятельности торговцев на начальном этапе. Среди мотивов открытия собственного торгового дела у информантов поначалу однозначно доминировало стремление к обеспечению выживания.

В первом параграфе второй главы **«Открытие своего дела в мелкорозничной уличной торговле»** последовательно рассматриваются стратегии, используемые в мелкой торговле при поиске финансирования, ассортимента, удобного местоположения.

Стартовый капитал торговцев генерируется, как правило, самостоятельно и через социальные сети. Хотя в последние годы появились возможности банковского кредитования, они используются пока что недостаточно широко. Во время исследования такие случаи были зафиксированы только в Ленинградской области, где на сегодняшний день существуют группы предпринимателей, получающих при условии их взаимного поручительства низкопроцентную ссуду от фонда „Фора“. Дополнительно к этому на многих рынках имеются неформальные кредитные отношения, играющие не менее важную роль.

Положение дел с товарным снабжением за годы трансформации подверглось сильным изменениям. При выборе ассортимента в начале 90-х гг. торговцы оказывались в довольно узких рамках. Некоторые информанты имели доступ к вещам, изготовлявшимся на их бывшем месте работы, другие сами занимались мелким ремесленным производством или регулярно выезжали за рубеж. В последние годы количество поездок за границу сократилось, и их география стала все чаще определяться наличием мелкооптовых рынков и торговых баз в Москве и Петербурге. Кроме того, изменились отчасти и отношения с самими поставщиками. Это объясняется расширением возможностей торговцев-предпринимателей (большее количество профессиональной информации, предоставление товарных кредитов, поставки от различных фирм прямо на рынок и т.п.).

Точно так же иным стало положение дел с обеспечением выгодного местоположения торговых точек. Это объясняется объединением рынков и торгово-розничных зон в некую целостную систему. Общая ситуация с поиском торговых мест в Петербурге и Ленинградской области описывается на примере нескольких рынков.

Во втором параграфе второй главы **«Стабилизация торгового предприятия: ценообразование, способы сбыта товаров и формирование постоянной клиентуры»** обсуждаются способы установления цен и формирования клиентуры в уличной торговле. В этой связи особое внимание уделяется обычаю торга, разносторонним образом влияющему на отношения с покупателями и практику торговли. В связи с этим обычаем в уличной торговле используются гибкие цены.

На основе анализа эмпирических данных во втором параграфе выделяются два типа торговцев: *социально участвующие (чувствительные)* и *экономически мыслящие*. Для первых характерно использовать персонализированные способы определения цены (чувствительность по отношению к различным типам покупателей, индивидуальный подход, скидки для бедных). Экономически мыслящие торговцы, напротив, склонны использовать формализованные методы определения цены (избегание торга, одинаковые скидки для разных покупателей). В качестве основных детерминант ценообразования выступают не только экономические

факторы (расходы, спрос и предложение), но и социальные (бедность, ориентация на принцип взаимности), а также социокультурные факторы (ритуализованный характер рыночных сделок купли-продажи).

Помимо конфликтов, обусловленных тем, что в мелкой торговле то и дело сталкиваются с откровенным обманом (сбыт бракованных вещей и просроченных продуктов), нередко возникают споры из-за стоимости товаров. Несмотря на то, что цены на рынках относительно низки, между торговцами и покупателями регулярно возникают разногласия по поводу их приемлемости. Причем торг дает возможность привести к согласию разные ценовые представления.

Но в таком случае торговец оказывается перед дилеммой. Так как основная масса потребителей вследствие бедности не имеет высокой покупательной способности, она может приобретать в основном недорогие товары. Но каким образом можно обеспечить одновременно собственный заработок и низкие цены для потребителей? Анализ полевого материала позволяет говорить о следующих способах преодоления дилеммы, возникающей при установлении цены: 1. продажа недорогих низкосортных товаров с целью привлечения большего количества покупателей, являющихся менее обеспеченными; 2. сбыт относительно качественных дорогих товаров с целью минимизации конфликтов с покупателями из-за брака, приводящий в качестве следствия к формированию довольно узкой, но обеспеченной клиентуры; 3. одновременная продажа более качественных и менее качественных товаров. Каждое из этих решений имеет свои достоинства и недостатки, но все же не является вполне удовлетворительным.

Поскольку в маленьком городе торговец чаще сталкивается на рынке с друзьями, соседями и пр., то дилемма при установлении цены проявляется здесь в более явном виде. Вместе с тем это не означает, что в большом городе отношения с покупателями полностью анонимизированы и что по этой причине здесь невозможно выстроить постоянную клиентуру. На небольших петербургских рынках торговцы тоже имеют постоянных покупателей. Но способами формирования клиентуры являются не столько скидки, сколько выполнение особых заказов для покупателей и в целом поддержание доступных ("разумных") цен на товары, служащих своеобразным маркером существующей ситуации на рынке и создающих общую благоприятную атмосферу и доверие в локальной общности.

В третьем параграфе второй главы «Развитие проблемы налогов: в условиях постоянной нестабильности» автор подробно останавливается на анализе практики налогообложения и взаимодействия торговцев с налоговыми служащими. При этом сначала описываются формы торговли в континууме между формальностью и неформальностью. Далее внимание уделяется организации и осуществлению контроля в Петербурге и Ленинградской области.

Как показывают результаты исследования, в большом городе существуют довольно жесткие условия для ведения торгового бизнеса, в то время как на обследованном рынке в Ленинградской области имел место относительно мягкий режим проверок, который в то же время вызывал неудовлетворенность законопослушных предпринимателей и приводил к скрытому противостоянию с торговцами, действующими на неформальной и полупформальной основе. На этом основании можно предположить существенные отличия в практике налоговых органов в разных городах и районах России. При этом очевидной является нескоординированность усилий различных проверяющих инстанций. Недостаточная эффективность в работе налоговых служащих объясняется также использованием нерегулярных выборочных проверок торговцев при полном отсутствии сплошного контроля. При этом общей проблемой является наличие определенных элементов стигматизации (облавы милиции и налоговой службы, превышение полномочий со стороны их сотрудников).

Нерационально организованный репрессивный контроль и вытекающая отсюда неурегулированность отношений с государством ставит торговцев перед дилеммой оплаты налогов. Полное или частичное уклонение от уплаты налогов, как это может показаться, способствует увеличению торговой прибыли. Но на практике оно связано с большими экономическими рисками и бесправностью. При честной оплате налогов торговцы-предприниматели, естественно, теряют определенную часть своей прибыли, но при этом все равно остаются незащищенными от прессинга недобросовестных чиновников и сотрудников администрации рынка. Проблематичные отношения с государством в значительной степени перекрывают возможность расширения торговли и ведут к упрочению практик, основанных на произволе, вымогательстве и коррупции.

В третьей главе «К динамике уличной экономики как переходного явления: обобщающий анализ эмпирического материала» рассматривается более поздняя фаза в развитии уличных торговых предприятий. Анализируются характер и причины постоянных изменений в мелкой торговле.

В первом параграфе третьей главы „Изменения в организации мелкой торговли: пусковые моменты инноваций и инновационный потенциал“ обсуждаются основные факторы, определяющие необходимость преобразования торговых предприятий. Как правило, это государственное регулирование, собственные просчеты владельцев предприятий при организации торговли, конкуренция, стремление к реализации новых возможностей. Наиболее частыми в уличной торговле являются такие преобразования, как смена ассортимента и местоположения торговой точки.

Хотя некоторые информанты, по их словам, психологически всегда готовы перейти на другую группу товаров из-за колебаний спроса и

предложения, подобного рода изменения далеко не всем из них даются с легкостью, потому что смена ассортимента нередко подразумевает замену поставщиков и формирование новой клиентуры. По этой причине многие представители торговли пытаются выбирать ассортимент, всегда пользующийся спросом, или выставляют на продажу сразу несколько разных видов товаров.

Наличие удобного местоположения на рынке в свою очередь является одним из важнейших факторов успеха в торговле. Поскольку за годы реформ сложились устойчивые торговые ниши и сегменты, а в настоящий момент рынка все больше оттесняются на периферию, многие предприниматели утрачивают свои места. Помимо этого, в уличной торговле порой возникают ситуации, когда торговец сам под давлением конкуренции оставляет прежнее торговое место. При этом шансы занять выгодное местоположение в сегодняшних условиях не слишком велики. В начале и середине 90-х гг. существовало больше возможностей. Поэтому многие предприимчивые люди надеялись достичь успеха в торговле путем миграции в Россию из ближнего и дальнего зарубежья. Таким образом, их предприятия претерпевали кардинальные перемены.

В то же время постоянная нехватка финансовых средств, откровенная бедность и использование вследствие этого самых простейших подручных средств придавала многим предприятиям в мелкой торговле налет архаизма. Этим объясняется развитие особого инновационного потенциала торговцев, базирующегося преимущественно на использовании социального и человеческого капитала.

Во втором параграфе третьей главы **„Формирование собственной концепции дела: от выживания к расширению торговли“** были охарактеризованы основные модели российской мелкой торговли. Исследование торговцев и их предприятий указывает на наличие нескольких типов рациональности и идейных концепций дела. Многие торговцы действуют в соответствии с моделью „выживания“. Лучший пример такой модели торговли демонстрирует деятельность старушек, регулярно продающих мелкий товар с рук, и торговцев по случаю. Их главной целью является не максимизация прибыли, а получение дополнительного дохода, продиктованное стремлением к поддержанию сносного существования (идея пропитания). Такая торговля, как правило, окупается, хотя торговцы изначально не стремятся к увеличению масштабов сбыта. Кроме того, они не склонны к оптимизации торговой деятельности (отсутствие бухгалтерского учета, низкая интенсивность труда). Вместо этого в их деятельности значительно чаще проявляются элементы иррационализма (например, вера в суеверия)

Современный бухгалтерский учет и рационализация деятельности, проявляющиеся в оценке рисков, просчете рентабельности и

целенаправленном формировании клиентуры, в значительно большей степени характеризуют предпринимательскую модель, при которой торговец обычно имеет экономический стиль мышления с присущей ему идеей роста. Вместе с тем нужно отметить, что в российской мелкой торговле данная цель не всегда ставится с самого начала, а вызревает постепенно: когда владельцу торгового предприятия удастся обеспечить существование своей семьи, успешно выполняя функцию товарного снабжения, он начинает давать работу и жизненное содержание другим людям. В таком случае предприятие работает практически без перерывов.

В то же время наиболее распространенной в мелкой торговле является некая промежуточная модель с ориентацией на устойчивость. Многие торговцы раскрывают свой потенциал лишь шаг за шагом. Когда удается достигнуть некоторой стабильности, предприятие останавливается в своем развитии. Причем поддержание устойчивого положения предприятия без претензий на расширение торговли в сложившихся условиях нередко становится осознанной конечной целью. Модель устойчивого предприятия отражает некий сплав между рациональностью выживания и одновременным желанием выйти за рамки проблем существования, которое отчасти реализуется, но заметного расширения торговли не происходит в силу нехватки материальных и человеческих ресурсов.

Расширение торговли обычно связано с наймом продавцов, что в свою очередь обосновывается стремлением к повышению эффективности предприятия (отсутствие простоев и покрытие постоянно текущих расходов). Несмотря на определенную свободу в принятии решений, свободного времени у предпринимателей в действительности оказывается немного. Это связано с тем, что торговые расходы, в любом случае подлежащие оплате, вынуждают к увеличению интенсивности труда.

Однако использование труда наемных работников оправдывается лишь в том случае, если имеется солидный товарооборот и владельцу предприятия удается поддерживать отношения доверия с персоналом. В противном случае недостаточно высокая зарплата продавцов, плохие условия труда становятся поводом для обмана хозяев и покупателей за счет завышения цен, обвеса и т.п. В то же время нужно отметить, что при найме работников все же важен не только вопрос оплаты труда, который далеко не всегда удается решить удовлетворительно, но и проблема формирования взаимного доверия.

Отказ от найма продавцов, очевидно, представляет собой одно из решений возникающей перед торговцем дилеммы. Другие решения этой дилеммы - краткосрочный и среднесрочный найм. Когда владельцу предприятия удастся наладить устойчивые отношения с продавцами, это не в последнюю очередь объясняется существенными тратами на выплату зарплат. Т.е. ради поддержания отношений торговец должен поступиться

определенной частью своей прибыли. В противном случае конфликты возникают чаще и отношения нарушаются.

Вместе с тем нужно иметь в виду, что, помимо потребности и стремления предпринимателя расширить свое дело, на сегодняшний день существуют объективные условия, препятствующие этому. С одной стороны, это государственное регулирование, направленное на ликвидацию различных видов „нецивилизованной“ торговли, с другой - значительное снижение привлекательности мелкого торгового бизнеса, который связан с трудностями и приносит все меньше дохода.

Результаты данного исследования во многом согласуются с утверждением о сходстве мелких предпринимателей с обычными наемными служащими и о сегментации бизнеса на малый, средний и крупный, при которой переход на более высокий уровень фактически закрыт (А. Рона-Тас). Ликвидация рынков и усиление прессинга в отношении мелкой торговли не только снижает мотивацию акторов, но и нередко вынуждает их полностью прекратить предпринимательскую деятельность.

В третьем параграфе третьей главы „**Новейшие тенденции развития**“ описаны изменения, имевшие место в уличной торговле в ходе трансформаций. По сравнению с производством сфера торговли в советский период находилась в особенно запущенном состоянии. Хронические проблемы быта, находившие свое выражение в серьезном нарушении товарного снабжения, в начале 90-х гг. стали принимать угрожающий характер. И это одна из причин, почему экономические реформы на начальном этапе получили однозначную поддержку населения. На протяжении пятнадцати лет трансформаций институт уличной экономики фактически позволял снизить безработицу и уровень бедности, способствуя тем самым стабилизации социальной структуры общества.

В развитии института уличной экономики можно выделить несколько этапов, отражающих изменения на уровне повседневности: 1. Возникновение первых торговых кооперативов и возрождение некоторых рынков (1987-1991); 2. Широкое распространение мелкой торговли, преодоление товарного дефицита и институционализация устройств уличной торговли (1992-1995); 3. Начало преобразований внутри уличной экономики (1996-1998); 4. Спад в мелкой уличной торговле и развитие альтернативных форм розничной торговли (1999-2002); 5. Нарастание конкурентной борьбы между современными формами торговли и уличной экономикой с постепенным оттеснением последней (2003-2006).

Через сопоставление мелкой торговли при социализме и в постсоциалистический период можно установить определенные изменения в повседневной жизни. Структуры повседневности отражают при этом жизненные стили российского общества, устойчивость/неустойчивость социального порядка и его конкретные проблемные пункты. Проблемы

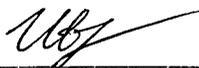
повседневной жизни при социализме объясняются как негативным влиянием директивного управления, так и попытками ее чрезмерной идеологизации. Наряду с официальной легитимацией частной торговли в прошедшем десятилетии ее распространение привело к тому, что люди стали лучше понимать преимущества и недостатки этой деятельности. Отношение к мелким торговцам по сравнению с советским временем стало значительно более терпимым, т.е. произошла некоторая деидеологизация этой части повседневной жизни, хотя и негативные установки не исчезли совсем. Так, отношения с государством по-прежнему остаются напряженными.

В **Заключении** подведены общие итоги диссертационного исследования, представлены основные выводы.

В **Приложение** включены список опрошенных информантов, расшифровка знаков в транскрипции интервью, а также фотодокументы.

По теме диссертации автором опубликованы следующие работы:

1. Aufstieg und Transformation der Straßenökonomie in Russland: Sozioökonomische Erfahrungen im Zuge der postsozialistischen Entwicklung // Transformation als Typ sozialen Wandels. Münster: Lit, 2005. S. 215-228. (На нем. яз.).
2. Петербургские торговцы: пример стратегии преодоления бедности в российском мегаполисе // Петербург в зеркале социологии. Журнал социологии и социальной антропологии. Т. VI. Спецвыпуск. 2003. С. 284-304.
3. Street Traders in St Petersburg // Everyday Economy in Russia, Poland and Latvia. Södertörn Academic Studies-16. Stockholm: Almqvist & Wiksell International, 2003. P. 129-145. (в соавторстве с О.В. Паченковым). (На англ. яз.).
4. Уличный рынок: среда петербургских торговцев // Невидимые грани социальной реальности. Вып. 9. СПб: ЦНСИ, 2001. С. 83-96.
5. Проблемы изучения рынка // Материалы 11-ой международной конференции молодых ученых "Человек. Природа. Общество. Актуальные проблемы". СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2001. - С. 602-604.



---

Отпечатано с готового оригинал-макета в ЦНИТ «АСТЕРИОН»  
Заказ № 358. Подписано в печать 14.12.2006 г. Бумага офсетная.

Формат 60x84<sup>1</sup>/<sub>16</sub> Объем 1,25 п. л. Тираж 100 экз.

Санкт-Петербург, 191015, а/я 83,

тел. /факс (812) 275-73-00, 275-53-92, тел. 970-35-70

[www.asterion.ru](http://www.asterion.ru)

E-mail: [asterion@asterion.ru](mailto:asterion@asterion.ru)