

“Челнок” как жизненная стратегия

90-е годы для сибиряков, как и для большинства жителей России, были годами драматических перемен: останавливались предприятия, сворачивали свои программы научно-исследовательские институты, на производствах годами не выплачивали заработную плату, задерживались выплаты в бюджетных сферах, высокая инфляция «съедала» сбережения.

Со сменой производственных отношений менялись взгляды людей на свою роль в жизни общества, происходили значительные перемены в судьбах людей, рушились привычные представления о социальном успехе и респектабельности.

Резкие перемены застали многих людей врасплох. Для части из них перемены связывались с открывающимися возможностями быстрого обогащения, поэтому общий фон ожиданий изначально был оптимистичный. Именно из того типа людей состояли в своем большинстве группы «челноков».



Объектом моего исследования стала группа жителей Иркутской области, занимавшихся в 90-е годы (1993-1998 г.г.) «челночным» бизнесом. Поскольку я работал гидом в туристическом отделе «Коммерческого центра», мне пришлось совершить около пятидесяти краткосрочных выездов в Манчжурию в качестве руководителя групп челноков.

В 1993-1997 годы через центр оформляли поездку в Китай до 80% «челноков», ориентированных на дешевый рынок г. Манчжурия. К 1994 году сформировался круг лиц, систематически совершавших поездки в Китай с коммерческой целью - около 250 человек. После дефолта в августе 1998 г массовые групповые поездки «челноков» резко сократились, однако встречи с некогда постоянными участниками выездов и беседы на

тему их сегодняшних дел натолкнули на мысль составить текст, обобщающий опыт «челночества» в качестве определенного этапа жизни иркутян. Как сегодня воспринимают они приобретенный опыт, удалось ли им развить его в нечто большее, привело ли это, в конечном итоге, к образованию новой идентичности или нет – вот тот круг вопросов, который мне хотелось обрисовать в своем исследовании. К настоящему дню, удалось взять десять интервью, на основании которых написаны тексты четырех кейс-стади, описывающих наиболее типичные истории «челноков».

«Работал в научном институте гидрологом. Зарплаты не хватало на жизнь. Пытался подрабатывать на частной свиноферме рабочим, собирал ягоды, орехи. «Челночным» бизнесом начал заниматься в 1993 году. Продал ягоды, выручил 300 долларов, взял на работе небольшую ссуду на дорогу и поехал в Китай. Поехал от безысходности, практически ничего не зная. Среду воспринял естественно – тогда, ведь, ездили в основном интеллигентные люди. Вскоре понял, что это приносит хорошую прибыль. Работа отошла на второй план. Бросил аспирантуру, но с работы не уволился. В 1998 году оборотный капитал достиг 10 тыс. дол. Стал брать кредиты под 5 % в месяц в валюте. Имел 6 торговых точек. Товар продавал без оформления разрешения на торговлю. После кризиса попал в долги. Свернул бизнес. С долгами рассчитался окончательно только сейчас» (Дмитрий, 42 года, женат, по профессии гидролог, челнок с 6-ти летним стажем, воспитывает дочь).

«В первую поездку в Китай поехал в 1993 году с друзьями детства. Деньги на дорогу (500 долларов) занял у брата жены. Опыта торговли не имел. Привезенный товар дал знакомым на реализацию. После распродажи товара получил 700 % прибыли.

Во вторую поездку поехал со своими деньгами. Первое время пытался совмещать бизнес с основной работой, хотя заказов практически не было. Выплачивалась символическая заработная плата. Через год «доброжелатели» вынудили написать заявление об уходе. Бизнесом занялся из нужды – нужно было как-то семью кормить – у меня двое детей» (Валера, 50 лет, женат, двое детей, по профессии геодезист-картограф, челнок с 10-летним стажем).

Бум «челночного» бизнеса в России пришелся на 1993-1997г.г. Первые «челноки» - это достаточно

уверенные в себе люди, как правило, имеющие высшее образование, сохраняющие за собой рабочие места на своих предприятиях. Для «челнока» была важна сама по себе возможность поездки за границу, где он мог с выгодой для себя приобрести любой товар, обеспечив свою семью всем необходимым, а также сделать «бизнес» на перепродаже китайского кооперативного товара.

Первые поездки в Китай, несмотря на походные трудности, были выгодным и одновременно увеселительным предприятием.

Вместе с тем, для многих торговля была совершенно неизвестным им видом деятельности. Хотя коммерция ассоциировалась в «интеллигентном» обществе со спекуляцией, связывалась с воровством и обманом, тем не менее определенный налет романтизма новой профессии помогал адаптироваться к новым условиям. Именно в торговой деятельности делались быстрые деньги в то время. Торговать стремились если не все, то очень многие. Научные сотрудники вдруг становились брокерами, врач и учитель вставали на вахту в торговом киоске. Интересно, как за столь короткий срок человек резко менял модель своего экономического поведения, а порой и весь сложившийся годами уклад жизни.

Не случайно, что серьезные изменения происходили и в семейно-брачных отношениях челноков. Если бизнесом начинала заниматься жена, то значительно возрастала ее экономическая самостоятельность. Необходимость быстро принимать решения, отражалась на чертах характера женщины: в ней развивались решительность, физическая и психологическая устойчивость, способность к коммуникациям с людьми различных социальных групп и профессий. Женщины составляли около 65% от общего состава групп. Часто случалось так, что в поездках складывались устойчивые пары, совершавшие совместные поездки.

«В 1993 году муж предложил съездить в Китай за товаром. Первая поездка принесла прибыль. Стала ездить 2-3 раза в месяц. Сама продавала товар на рынке. Через год муж предложил разделить капиталы, поскольку считал, что она нерасчетлива и ее поездки изымают много средств из оборота. Это предложение было психологическим потрясением: как это так – мы ведь одна семья? Продолжала ездить, рассчитывая только на свои деньги. В поездке познакомилась с Виктором. Мы стали компаньонами. Я мозг, а он за всем следит. Он и сейчас в качестве кладовщика работает на нашем складе» (Нина, 42 года, замужем, двое детей, по профессии инженер, челочный стаж 10 лет).

В то же время, шел и другой процесс – образование новых брачных союзов, в основе которых лежал, как правило, общий бизнес. Широкое распространение среди челноков приобрела модель семейного распределения ролей, когда женщина совершает поездки, а супруг следит за домом и детьми, занимается реализацией товара. Нередки случаи, когда женщина становилась фактически главой семьи, заменяя в этой роли хуже приспособляющегося к меняющимся условиям жизни мужчину.

«Муж после перестройки не нашел себя «сломался и запил. Пришлось самой кормить всю семью. Муж воровал деньги, отложенные на «бизнес» и пропивал».

«С сестрой у меня отношения испортились. Однажды пришлось отказать ей в просьбе дать денег в долг, объяснив, что все деньги «в деле». Она этого не понимает и обижается. Я пыталась ее на нормальную работу устроить, но она не выдержала нагрузки. Трудно ей деньги зарабатывать, она так не привыкла» (Галина, 46 лет, разведена, двое детей, профессия бухгалтер, челнок 9 лет).

Высокая доходность и быстрый оборот финансовых средств, «затягивал» в бизнес самого неискушенного в торговле новичка. Менялась психология человека. Создавалось впечатление, что наличие больших сумм денег в распоряжении «челнока» действовали на него опьяняюще. «Челнок» вставал на колеса. Две поездки в месяц были обычной нормой. Человек привыкал жить в отрыве от семьи, вынужденно обживая для себя новую среду. Вагон поезда становился его домом, попутчики – друзьями и соседями. Завязывались новые связи между людьми, развивающиеся на протяжении нескольких лет. Дружба, вражда, симпатии, неприятия, конкуренция и взаимовыручка, сложные перипетии семейных отношений - все это было внутренней средой, невидимым содержанием этих поездок. Новая среда по-новому открывала человека, порой с неожиданной для него самой стороны.

Дорожные трудности вынуждали членов группы к максимально большей консолидации независимо от того, нравятся люди друг другу или нет. Приходилось строить отношения и взаимодействовать с людьми различных профессий, возрастов, социального статуса, культуры, образования.

Существовало гендерное разделение ролей в группе. Было принято, что женщины занимаются обеспечением питания и выпивки, мужчины же решают вопросы разгрузки-погрузки багажа. Нарушение заведенного правила

могло повлечь конфликт - отказ мужчин от помощи и даже агрессию. Поскольку в группах преобладали женщины, роль мужчины и его статус в момент поездки был высок.

Особое место занимает отношение «челноков» и китайцев. Результатом встречи двух цивилизаций, двух культур явилась особая преобразованная среда, в которой создавались условия для жизнедеятельности и эффективного взаимовыгодного взаимодействия. «Челнок» был активной единицей этого преобразования. Он покупал, выбирал, оплачивал услуги, мог своим выбором способствовать успеху или неудаче того или иного предприятия. В Китае были свои «русские» рестораны, «свои» лавки, парикмахерские и массажисты. Китай для многих был ареной удовлетворения ущемленного чувства личного достоинства. «Здесь я чувствую себя человеком» - наиболее распространенная среди «челноков» оценка окружающего их в Китае психологического климата. Здесь он был человек с деньгами и эти деньги он платил в гостинице, в ресторане, в лавке, рикше, грузчику, служащему туристической компании, таможеннику – многим сотням, а может быть и тысячам китайцев кормившимся вокруг него.

«Челночный» бизнес способствовал развитию в бывшем советском человеке авантюристических склонностей. Обычной нормой для «челнока» был контрабандный провоз валюты через границу, введение в заблуждение таможи, ночные приключения в заграничном городе, рискованные знакомства, адюльтер.

«Помню, когда ограничения на вывоз валюты был, я в косметичке дно вспорола – туда тысячу положила, еще тысячу в массажную расческу – так шесть тысяч распихала, а двести долларов осталось – не знала куда деть и положила их в визитки. А там таможенники сменились – должна была женщина досматривать, а тут мужик – он сунулся нашел мои двести баксов и говорит, ну что доставай остальное. Я думаю – твоя работа искать, вот и ищи. - Нет, говорю, у меня больше, по забывчивости в визитки доллары положила. Он давай мои вещи перерывать. Взял косметичку, повертел – отложил. Массажную щетку взял – тоже отложил. Не нашел ничего – отправил на личный досмотр. А я на себе некогда не прятала. Так потом вся таможня удивлялась, что ничего нет – оформили двести «баксов» на хранение – я их на обратной дороге забрала, а так бы влетела по-крупному – все бы отобрали и еще штраф двести процентов» (Галина).

Риск был одним из составляющих бизнеса. Нужно было осваивать новые рынки, новую среду, рассчитывать не только на свои силы, но и на удачу. Развивались лидерские качества: способности повлиять на настроения в группе, склонить недостаточно решительных членов группы к принятию невыгодных для себя условий. Высоко ценились коммуникативные способности, позволяющие договориться с таможней, дорожными службами, пограничниками, грузчиками, проводниками.

Преобладающим мотивом заняться «челночным» бизнесом было желание найти альтернативные средства заработка. В «челночный» бизнес приходили целыми «командами» старых дворовых друзей, производственными коллективами, семьями.

Люди с низким и образовательным, культурным и интеллектуальным уровнем, без профессии и социального статуса здесь имели возможность проявить себя, заработать хорошие деньги, начать свое дело

В то же время, риск потерять все был достаточно высок. Вспоминается драматическая история семьи проводников, сдружившихся в поездках в Китай с «челноками» и соблазнившихся возможностью получить быструю прибыль. Они уволились с работы, заняли под проценты деньги и стали «челноками». После ряда неудачных операций попали в долговую кабалу. Чтобы рассчитаться были вынуждены продать свою квартиру и переехать жить к родителям. Вскоре муж, не выдержав жизненных коллизий, оставил семью с двумя детьми.

«Челночество», как своеобразное социальное явление Российской жизни, 90-х годов еще недостаточно изучено. Интерес представляют судьбы занимавшихся «челночным» бизнесом людей, их место в современной экономической и общественной жизни региона.

Динамика процесса:

Ø От нелегальных форм экономической деятельности к формально структурированным моделям экономического поведения

Ø Специализация.

Ø Снижение общего количества участников деятельности в 5-6 раз.

К 1998 году произошло изменения в моральном климате «челноков»: преобладала пессимистическая оценка своих личных перспектив, возможности реализовать свои потребности. Традиционный тост челноков: «За

наше безнадежное дело». Экстремальные внешние условия деятельности, резкие смены государством «правил игры» не способствовали дальнейшему развитию экономической инициативы, логичному развитию форм экономической самостоятельности людей, обретению ими новой идентичности.

«У нас такое государство, что в любой момент могут измениться правила игры. Сегодня - богатый, завтра – нищий». «Стоит высунуться, сразу по шапке получишь – не с той, так с другой стороны». «Сейчас трудно что-то стало. «Карго» в два раза вырос. Еще правительство хочет новшества ввести, чтобы всю вывозимую сумму контролировать и налог с нее брать» (Валера).

В тоже время, те, кто утвердились в бизнесе, уже не считают себя челноками.

«Меня обижает, когда меня «челночкой» называют. Какая я «челночка»? Я – предприниматель, бизнесмен» (Галина).

«Челноческое движение» - был в обиходе начала 90-х годов такой термин, утратив свою массовость, уже к концу десятилетия оформилось в относительно небольшое стабильное сообщество постоянных участников. Многие имеют постоянные площади в престижных торговых местах города, привлекают к бизнесу членов семей, используют наемную рабочую силу. Расширилась география их торговых поездок, изменились условия, сошел на нет «туристический» формат, снизилась авантюристическая составляющая бизнеса. Остался в прошлом мотив «немного подработать», привлекающий массы домохозяек, студентов, учителей.

«Сейчас, смотрю, в бизнесе старики одни остались Лет по 50-55. Как правило, дети магазины держат, а родители за товаром ездят. Раньше вообще народ другой ездил. Почти все с высшим образованием: учителя, врачи. Сейчас люди попроще остались. Да и деньги сейчас другие нужны. Тысяч пятьдесят не меньше. Я так смотрю, поднялись те, кто помоложе был, когда начинал, у кого детей не было, кто все в бизнес вкладывал» (Галина).

За десятилетие изменился облик города. Появились новые рынки, в несколько раз увеличилось количество торговых мест. Навыки, полученные «челноками» за годы «дикого бизнеса», накопленные ими капиталы позволяют им успешно конкурировать на рынке, приспосабливаться к изменяющимся условиям. Для них торговля стала их новым постоянным способом заработка, их новой основной профессией. Несомненно, что этот вид деятельности привлекает их, приносит помимо материальных благ еще и моральное удовлетворение. Возможность самостоятельно планировать свою экономическую, деловую активность, режим работы, соответствие внутреннего ощущения свободы стилю жизни предпринимателя, купца – позволяет им проявить свои способности, в полной мере реализовать свой потенциал, быть адекватным современным социальным условиям жизни. «Работа тяжелая, но, по крайней мере, знаешь, что на себя работаешь» (Валера).

Для части бывших «челноков», торговля занимает равноправное место наряду с основной профессией. Интересен в этом смысле опыт высококвалифицированного врача, имеющего несколько торговых точек в городе, инженера авиазавода, имеющего торговый павильон на оптовом рынке.

Явление «челночества» можно рассматривать как своеобразную модель экономического поведения, позволившего адаптироваться к резко изменившимся экономическим условиям жизни страны. Большое количество людей смогло поддержать падающий жизненный уровень своих семей. Они научились самостоятельному хозяйствованию, умению вкладывать деньги в дело, приносящее прибыль, а не расходовать их исключительно на потребление. Для части из них это послужило первым шагом в деле, ставшем новой профессией. Зачастую происходила ломка устоявшихся норм поведения, изменялись взаимоотношения в семье, приходилось преодолевать негативное общественное отношение, утверждаться в новой для себя социальной роли.

«Я когда, увидела на рынке свою однокурсницу, под прилавок спряталась» (Нина).

В то же время, можно говорить о том, что для многих участников этого бизнеса «челночество» связано со снижением социального уровня, утратой профессиональных навыков, общего уровня культуры. В этом ракурсе «челночество» может рассматриваться в качестве вынужденного обращения людей к архаичным формам экономического поведения. «Челноки» пересекали границы большим восточным караваном, используя «кэмэлов» (специально нанятые люди для беспопытного пересечения границы), груженных «баулами» с товаром. Для «челноков» характерна та же крайняя неприхотливость, та же готовность переносить трудности и риски дальних странствий, что и для бедуинов. Нередко такие караваны охранялись специально нанятыми для этого хорошо вооруженными людьми из милицейских подразделений и солдат внутренних войск.

Вспоминается случай, когда таможенники обнаружили в зоне таможенного контроля человека вооруженного автоматом Калашникова. Задача охраны груза им воспринималась настолько широко, что «туристам» пришлось тушить назревающий конфликт. Истории последнего времени в 2001-2002 г.г. с групповыми расстрелами и грабежами автобусов с челноками в Иркутской области говорят о том, что по рискованности он действительно напоминает военизированные торговые операции восточных караванов. «Челнок» не был настроен на долгосрочные инвестиции с отдаленной перспективой получения прибыли. Капиталистическая этика ему была чужда. Его интересовало одномоментное получение большой и скорой прибыли – «выхлоп». Подсчетом «выхлопа» «челнок» занимался уже на обратной дороге в Иркутск.

Характерно то, что «челнок» целиком брал на себя ответственность за свою жизнь, за благосостояние своих семей, не рассчитывая на помощь государства. Более того, роль последнего, в их представлении, в лучшем варианте – это не создавать дополнительные препятствия для развития предпринимательства.

«Вот-вот закрутят гайки, придумают закон, позволяющий задушить бизнес» (Валера).

Участие в бизнесе способствовало реализации человеком своих предпринимательских качеств, реализовать стремление к экономической самостоятельности, способствовало росту чувства ответственности за свою судьбу, разнообразило варианты возможных жизненных стратегий, позволяло определить для себя новые выборы, обогатить свой жизненный опыт, повысить степень личной свободы. Опыт «челночества» - «глоток свободы, возможность самостоятельно распоряжаться деньгами и планировать свою жизнь» (Дмитрий). Для многих это был первый опыт переосмысления своей жизни в новых для себя экономических категориях.

«Мой научный опыт тоже, ведь, капитал! Можно и в научной сфере делать бизнес» (Дмитрий).

Можно сказать, что «челноки» повлияли на общественное мнение, подняли если не престиж профессии, то уровень общественной терпимости, понимания того, что они выполняют важную социальную функцию и уж, во всяком случае, способны создавать рабочие места для себя и членов своих семей, не претендуя на средства государственных социальных программ.

Бывшие челноки стали неотъемлемой составляющей экономической жизни региона, выполнив, в свое время, роль авангарда торгового предпринимательства. Впрочем, роль этих людей, их дальнейшие судьбы окончательно не определены – как правило, это физически крепкие, экономические активные люди, средний возраст которых 40-50 лет. Будет интересным через несколько лет вернуться к этим сюжетам, чтобы узнать, как сложилась их жизнь, какое влияние они оказали на судьбы своих детей, какое место займут эти люди в будущих сообществах страны, региона.

Автор: Олег Жилкин © Центр независимых социальных исследований ОБЩЕСТВО, ИРКУТСК 👁 9401
26.09.2005, 16:29 📄 938

URL: <https://babr24.com/?ADE=24633> Bytes: 20097 / 20031 [Версия для печати](#)

👍 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

ДРУГИЕ СТАТЬИ В СЮЖЕТЕ: ["БАЙКАЛЬСКАЯ СИБИРЬ: ФРАГМЕНТЫ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КАРТЫ"](#)

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)
- [Джем](#)
- [ВКонтакте](#)
- [Одноклассники](#)

Связаться с редакцией Бабра в Иркутской области:
irkbabr24@gmail.com

Автор текста: **Олег Жилкин.**

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: @babr24_link_bot
Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь
Телеграм: @bur24_link_bot
эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: @irk24_link_bot
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)