

УДК 339.562.4:316.334.2

# КОНФИГУРАЦИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ПРИГРАНИЧНОМ РЕГИОНЕ

Т.Н. Журавская

*Журавская Татьяна Николаевна* – младший научный сотрудник, Институт экономических исследований ДВО РАН, ул. Тихоокеанская, 153, Хабаровск, Россия, 680042. Старший преподаватель, Амурский государственный университет, Игнатъевское шоссе, 21, Благовещенск, Россия, 675027. E-mail: wellshy@mail.ru.

На основе методологии акторно-сетевого анализа выявлены конфигурация и динамика неформальных социальных сетей в приграничном регионе. Исследование проведено на примере механизмов и практик импорта овощей и фруктов из Хэйхэ в Благовещенск и способов поддержки отношений на «китайском» рынке в Благовещенске. Показано, что механизм импорта овощей и фруктов в Благовещенск представляет собой неформальную социальную сеть, акторами которой являются «русские» и «китайские» фирмы. Показано, что социальные сети импорта встроены в сети более высокого порядка, обеспечивая овощами и фруктами не только население города, но и области и некоторых регионов (в частности, Якутии). «Китайские» фирмы контролируют потоки движения товаров и денег, что определяет их центральность в выявленных социальных сетях.

*Социальные сети, акторно-сетевой анализ, неформальная экономика, «китайский» рынок, импорт овощей и фруктов, Благовещенск, Хэйхэ.*

DOI: 10.14530/se.2014.3.67-94

## ВВЕДЕНИЕ

Развитие обширного неформального сектора является характерной чертой стран со слаборазвитыми формальными институтами, к которым, в частности, относят страны, переживающие трансформационные процессы в экономике. В постсоветской России примером таких трансформаций стало стремительное развитие мелкой торговли с участием не только местного населения, но и временных мигрантов. В результате в 1990-х гг. неотъемлемым элементом жизни любого российского города стали открытые рынки и базары, на которых продавцы часто не обладали законным правом ведения торговли, правом собственности на свой товар или бизнес. Во многих

городах Сибири и Дальнего Востока возникали этнически маркированные «китайские» рынки, где торговля также осуществлялась неформальным способом. С начала 2000-х гг. началась планомерная государственная политика ликвидации открытых торговых площадок, ужесточения правил торговли и требований к оформлению предпринимательской деятельности. Ужесточение касалось и правил импорта, в том числе импорта продовольственных товаров. Несмотря на это, неформальная торговля на «китайских» рынках не прекращается и по сей день, при этом не только на рынках вещевых, но и на оптово-розничных базах по продаже строительных материалов или овощей.

Одно из распространенных объяснений причин существования неформального сектора дает институциональная теория, согласно которой неформальная экономика возникает по причине высоких транзакционных издержек, связанных с соблюдением закона и иных формальных норм. Это означает, что решение в пользу несоблюдения или игнорирования закона принимается в том случае, если «цена внезаконности» ниже уплаты всех обязательных пошлин и налогов. Следуя этой логике, для мигрантов из КНР несоблюдение закона стоит дешевле, чем выполнение всех формальных требований. При достаточной силе принуждения государства усложнение правил должно, в конечном счете, повысить «цену внезаконности» (создание новых правил влечет за собой дополнительные расходы на создание механизмов их обхода, в том числе оплату комиссии посредникам и административной ренты чиновникам) [см. об этом: 8; 14]. Как уже упоминалось, с конца 1990-х — начала 2000-х гг. в России происходит усложнение и правил торговли, и правил ввоза товаров из-за границы, однако «китайские» предприниматели свою деятельность не прекращают, продолжая существовать вне рамок правового поля, даже после введения в 2007 г. нулевой квоты на иностранных торговцев, запрещающей мигрантам торговать на открытых рынках. В этом заключается «парадокс государственного контроля», описанный А. Портесом: чем больше разрабатывается и вводится новых правил, регулирующих неформальный сектор, тем больше создается благоприятных условий для возникновения неформальных видов деятельности, а чем более надежен аппарат контроля за соблюдением правил, тем более «велика вероятность, что этот аппарат не сможет зафиксировать истинные масштабы» неформальной экономики [17, с. 43–47].

Однако институциональный подход к рынку не дает иных объяснений существования неформальной экономики, за исключением, возможно, концепции «институциональной ловушки», согласно которой ошибочная политика государства приводит к тому, что неэффективный институт препятствует нормальной работе вводимых норм (например, борьба с коррупцией). Но эта концепция утверждает, что «институциональные ловушки» не могут

существовать продолжительное время, поскольку они в целом ведут к неэффективности. К тому же возникновение такой «ловушки» также объясняется посредством транзакционных издержек [см., напр.: 16]. В данной статье предпринята попытка объяснения изучаемого феномена этнически маркированного рынка (базара) и механизмов импорта овощей и фруктов в русле сетевого подхода с применением инструментария акторно-сетевого анализа. Сетевой подход часто противопоставляется институциональному, но граница здесь достаточно условна. В целом сетевой подход позволяет ответить на вопрос – что позволяет участникам рынка адаптироваться к меняющимся условиям и как поддерживаются существующие правила [2]. В конце все, что описано выше, будет рассмотрено на примере «китайского» рынка.

Статья состоит из нескольких разделов. В начале кратко описаны основные положения сетевого подхода к рынку и термины, использованные в тексте. Затем представлено описание методологии исследования, далее – результаты анализа эмпирических данных (акторно-сетевой анализ социальных сетей импорта овощей и фруктов; сети обменов: социальный контроль и поддержка прав собственности), в заключении даны выводы исследования.

## **СЕТЕВОЙ ПОДХОД К АНАЛИЗУ РЫНКА**

Исследование, результаты которого описаны в данной статье, было проведено по методологии акторно-сетевого анализа в русле сетевого подхода, согласно которому рынок может быть представлен как переплетение социальных сетей, под которыми понимается «совокупность устойчивых связей между участниками» [18, с. 146]. Рынки отличаются сложившимися связями, их структурой, но сетевой подход не предполагает жесткой позиции участников в сети. Он основывается на допущении о том, что хозяйственные агенты чаще вступают во взаимодействие с теми, с кем они имели дело ранее, не исключая при этом случайных рыночных связей. Таким образом, сетевой подход пытается преодолеть противоречие представлений об автономности акторов в сети и жесткой детерминированности их поведения самой сетью [7, с. 44–58]. В статье используется два понятия: сетевой подход и концепция социальных сетей. В данном случае сетевой подход – это общий подход к анализу рынка, включающий в том числе и концепцию социальных сетей. Концепция социальных сетей, в свою очередь, описывает само понятие «социальная сеть» и ее элементы (акторы, позиции, связи и пр.).

Применение концепции социальных сетей оказалось продуктивным для изучения неформальной экономики по нескольким причинам. Во-первых, социальные сети представляют собой форму социального капитала, который может быть трансформирован в экономический или культурный

капитал [4; 11]. Исследования в постсоветской России, в частности, показали, что многие использовали свой социальный капитал в виде «связей» для доступа или накопления собственности («теневики» и номенклатура). Кроме того, «в переходных социальных структурах, где институциональные формы обмена и доверия разрушены либо не сформировались, обращение социального капитала осуществляется «неформально», в обход официальной системы норм, а иногда вопреки ей» [5, с. 157]. Во-вторых, социальные сети представляют собой совокупность устойчивых связей между участниками, в рамках которых циркулируют различного рода ресурсы, обеспечивая доступ к ним для участников сети [см., напр.: 13]. В-третьих, социальные сети рассматриваются как способ адаптации, а потому часто помогают объяснить логику включения в сеть, способы поддержки и взаимопомощи [24]. В частности, помощью концепции социальных сетей объясняется феномен этнического предпринимательства, потому как замечено, что преуспевают этнические меньшинства, поддерживающие стабильные сетевые связи, осуществляющие через них коллективную поддержку друг друга [18, с. 146–148].

Социальные сети между экономическими агентами возникают с целью снижения неопределенности и снижения транзакционных издержек, т. е. для локализации рынка. Это означает, что рынок не состоит из бесконечного числа участников, а ограничен территорией и определенной группой агентов [15, с. 132]. Таким образом, межфирменные сети помогают адаптироваться к неопределенности [21] за счет движения внутри сети надежной информации и ресурсов, а также возможностей разрешения конфликтов. «Клеем», скрепляющим сети, является доверие [см., напр.: 1; 22], которое в числе прочего позволяет элиминировать оппортунистическое поведение (за счет риска потерять доверие других акторов).

Основу рынка составляют сети трех типов: формальная сеть (участники рынка объединены как агенты права и действуют в ней в рамках формальных институтов и норм), информационная сеть (обеспечивает акторов надежной информацией, создает барьеры входа для «новичков») и сеть реальных контрактов (строится на основе личных контактов и формирует доверие между участниками) [12, с. 165]. «Построение сети любых отношений начинается с налаживания сети информационной. Чем шире оказывается доступ к информации, тем выше престиж и соответственно шире доступ актора к ресурсам. Вследствие этого для него становится все проще занять выгодную позицию» [12, с. 169]. Формируемое в рамках сетей доверие является основным мотивом при выборе партнеров, а складывающаяся внутри сетей система неформальных норм и отношений эффективно дополняет систему формальных норм [1]. Это также объясняет устойчивость существующих сетевых отношений, поскольку строительство новых сетей обходится дороже.

Отношения внутри сети зависят не только от уровня доверия к партнерам, но также регулируются механизмами социального контроля, например, способны влиять на внеправовое урегулирование конфликтов. Доверие к партнерам также зависит от позиции актора в сети и его репутации. В целом актор может занимать активную и пассивную позицию внутри сети, что сказывается на интенсивности и числе его связей, позволяет ему контролировать большую часть рынка (например, денежные или товарные потоки) [5; 27].

Таким образом, сетевой подход к рынку предполагает анализ конфигурации социальных сетей, позиций акторов и происходящих обменов, норм и правил поведения. При этом принято разделять акторно-сетевой анализ и сетевой подход. Первый представляет собой один из методических подходов к анализу объектов, предлагая широкий спектр инструментов и методов сбора и анализа данных, основанных на математической теории графов. Сетевой подход является исследовательским подходом, основанным на интерпретации структуры сетевых связей, их интенсивности и занимаемых позиций. В данной статье был применен акторно-сетевой анализ как инструмент исследования, а полученные результаты интерпретированы в рамках сетевого подхода к рынку.

Эмпирическим объектом исследования является этнически маркированный «китайский» рынок как место торговли (иными словами, открытый рынок или базар), который не следует отождествлять с термином «рынок» в более широком значении — как поле взаимодействий основных участников процесса купли-продажи, представленное как переплетение социальных сетей, границы которых не обязательно совпадают с физической границей рынка как места торговли. Под «китайским» рынком в тексте понимается торговое предприятие, объединяющее независимых продавцов путем предоставления на правах аренды места, где преобладают товары китайского производства и торговля ведется преимущественно гражданами КНР (при этом не исключено присутствие граждан и товаров других государств). «Китайский» рынок представляет собой объединение внемагазинных форм торговли и обладает большинством признаков открытых рынков как мест торговли [23, с. 517–518]:

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

Схемы доставки товаров на «китайские» рынки — русско-китайская сеть («челноки»), для случая Благовещенска — Хэйхэ такие практики подробно

описаны Н.П. Рыжовой [20], а торговля на таких рынках – автором [9]. Вещевые «китайские» рынки – не единственные места торговли мигрантов из КНР, существуют также нештучные рынки и торговые центры по продаже бытовой техники и электроники, а также оптово-розничные базы по продаже строительных материалов и продовольствия. В Благовещенске такие базы находятся на окраине города, а потому не привлекают особого внимания местных СМИ и общественности. При этом доставка товаров на такие базы не может осуществляться по знакомым схемам «челночного» бизнеса, поскольку провозить продовольствие или строительные материалы в достаточных объемах как товары для личного использования невозможно.

## МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование проведено в формате кейс-стади, поскольку схемы и стратегии акторов имеют отчетливую местную привязку. Эмпирический кейс – «китайская» плодоовощная база, функционирует как «китайская» с конца 1990-х гг. и обладает всеми признаками «китайского» рынка, описанными выше. Методы сбора данных – интервью и наблюдение, проводились в разные периоды и дополняли друг друга. Описание информантов и количество интервью представлены в таблице 1.

*Таблица 1*

**Основные данные об интервью**

Период сбора	Кол-во	Характеристика информантов	Примечания
2002–2006	7	Владельцы складов (2), посредники (2), российские предприниматели (3)	Получены Рыжовой Н.П., использованы для реконструкции сетей
2008	9	Предприниматели из КНР (2), предприниматели из других стран (Узбекистан, Таджикистан, Россия (3), наемные работники (2), самозанятые (2)	Получены при работе над проектом по бизнес-адаптации мигрантов автором
2011–2012	11	Посредники (3), представители сетевых магазинов (3), наемные работники (2), предприниматели из КНР (3)	Получены: 1) при работе над проектом «Агропарк Чигиринский» при участии автора 2) при сборе автором данных о структуре социальных сетей
Итого	27		

*Источник:* составлено автором.

Транскрипты интервью были проанализированы при помощи программы QDAminer 4.1.8, метод анализа – качественный контент-анализ, полу-

ченные содержательные блоки проанализированы методами категоризации значений, интерпретации смысла и продуцирования смысла посредством ситуативных приемов [10].

Этнографическое наблюдение проводилось автором с 2007 по 2012 г. в форме наблюдения за практиками организации бизнеса на «китайской» базе. Получаемые данные носили неструктурированный характер и фиксировались автором в полевой дневник. Наблюдение проводилось в разные периоды работы базы, полученные данные дополнили результаты анализа интервью. Структурированное наблюдение было проведено автором в разные периоды работы базы (весной, летом и зимой) в 2012 г. Наблюдение проводилось в течение недели в апреле, июле и октябре 2012 г. для трех акторов (фактических собственников «китайских» предприятий трех типов), полученные данные были уточнены при помощи интервью.

Материалы наблюдений и интервью были использованы в акторно-сетевом анализе. При построении социальных сетей импорта овощей и фруктов применен алгоритм, предложенный Н.П. Рыжовой для анализа социальных сетей трансграничного рынка:

1. Идентификация акторов, описание их атрибутов / характеристик.
2. Выделение периодов принципиальных изменений в характере связей.
3. Составление матриц, характеризующих связи между акторами.
4. Построение графов, характеризующих типы преобладающих сетевых структур.

5. Расчет показателей свойств сети для каждого периода [20, с. 241–242].

Такой подход позволяет определить позиции акторов и свойства связей. Для выделения периодов в построении сетей доставки использовался анализ нормативно-правовых актов, регламентирующих порядок таможенных процедур. Для построения сетей обмена/движения денежных средств и товаров использованы подходы, описанные Р. Ханеманом и М. Риддлом [26]. Для расчета матриц и свойств сети использованы подходы, описанные Г.В. Градосельской [6]. Визуализация и расчет показателей свойств сети и акторов проводились в программе UCInet 6.501.

## **АКТОРНО-СЕТЕВОЙ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ИМПОРТА ОВОЩЕЙ И ФРУКТОВ**

Плодоовощная «китайская» база в Благовещенске является связующим звеном между китайскими производителями и амурскими потребителями. Схема взаимодействия – русско-китайская (китайско-русская) сеть. «Производители» находятся на территории КНР, они взаимодействуют с поставщиками продукции в Россию («китайские» предприятия), которые пере-

правляют товар через границу. Поступивший товар оформляется русскими посредниками, которые затем передают товар оптовым продавцам на территории России. Далее товар поступает на «китайский» рынок (плодоовощную базу), где часть его перекупают более мелкие оптовые торговцы (тоже китайцы). Затем уже на «китайском» рынке местные предприниматели покупают товар для того, чтобы доставить его в магазины. Так действует основной механизм, из которого, конечно, есть и исключения. Некоторые местные предприниматели сами возят товар из Китая, но таких единицы. На «китайском» рынке работают также «перекупщики», которые возят овощи и фрукты в Якутию и северные районы области, — это мигранты из Узбекистана. Вообще же существует своеобразное разделение труда: «китайские» фирмы возят продукты из Китая (категория «Китай»), «таджикские» фирмы везут некитайские продукты (категория «Европа»), «узбекские» — перевозят овощи и фрукты в Якутию, «азербайджанские» и «армянские» — продают продукцию амурских фермеров (категория «колхоз»)<sup>1</sup>. И лишь граждане России имеют различную занятость (торговля «Китаем» и «Европой», доставка товаров в магазины, работа продавцами), в том числе и случайно обнаруженную в ходе исследования самозанятость (разнорабочие, помогающие торговцам и «дальнобойщикам» перемещать товар за единовременную оплату). Так идентифицируют себя участники бизнеса, а на практике это часто просто семейные предприятия, когда один из членов семьи начинает бизнес в России, а затем к нему приезжают его родственники и друзья, т. е. в данном исследовании такое разделение труда не рассматривается как случай этнического предпринимательства [3].

«Китайские» фирмы, работающие на плодоовощной базе, имеют статус ООО или ИП, однако оформлены они на подставное лицо, чаще всего на гражданина РФ. При этом юридическим собственником может быть работник фактического собственника предприятия. При доставке товара через границу «знакомый» помогает оформить все документы, пройти таможенную, разумеется, за определенную плату. При этом размер «комиссии» может быть даже не известен хозяину товара. Это означает, что «китайские» предприниматели не обладают информацией, необходимой для оценки трансакционных издержек, а потому не могут оценить «цену легальности».

#### *1. Идентификация акторов, описание их атрибутов / характеристик*

Акторами в построенной сети импорта овощей и фруктов являются фирмы, осуществляющие покупку и продажу овощей и фруктов, описание представлено в таблице 2.

<sup>1</sup> Наименование категорий товаров является общераспространенным в среде предпринимателей на рынке и оптовых покупателей.



Таблица 2

**Характеристика акторов социальной сети импорта овощей и фруктов**

№ п/п	Актор	Условное обозначение	Характеристика
1	«Продавец»	Пр	«Китайская» фирма на территории Хэйхэ, осуществляющая продажу товаров импортеру, и «китайская» фирма, осуществляющая продажу товаров на базе в Благовещенске (как правило, работают как одна фирма, в сети обозначены позициями Пр 1–4, поскольку Пр 1, 2 и Пр 3, 4 торгуют разными товарами)
2	«Продавец-перекупщик»	Прп	«Китайская» фирма, осуществляющая продажу в Благовещенске товаров, купленных у более крупных продавцов
3	«Продавец-фермер»	Прф	«Китайская» фирма, осуществляющая продажу овощей, выращенных на территории области
4	«Импортер»	Им	«Российская» фирма, осуществляющая импорт товаров на территорию области
5	«Покупатель»	Пок	«Российские» фирмы, покупающие товар в Благовещенске (это крупные и сетевые магазины (Пок 1) и небольшие магазины и ларьки (Пок 2))
6	«База»	Б	Плодоовощная база в Благовещенске, где осуществляется продажа товаров (в данном случае выступает как отдельный актор в лице администрации базы как юридического лица)
7	«Посредник»	Пос	Фирмы, осуществляющие доставку товаров в магазины (Пос 1), и «узбекские» фирмы, осуществляющие доставку товаров в северные районы и Якутию (Пос 2; до 1999 г. посредниками также являлись и «российские» фирмы)

Источник: составлено автором.

*2. Выделение периодов принципиальных изменений в характере связей между акторами*

Анализ изменения федерального законодательства, которое касалось напрямую или затрагивало правила импорта и таможенных процедур, позволил выделить два этапа в развитии законодательства по регулированию внешней торговли в целом и продовольственными товарами в частности.

Первый этап – 1997–2002 гг.: в это время было принято 12 значимых документов, 10 из них – в период с 1998 по 2000 г. За шесть лет были введены Кодекс об административных нарушениях и Налоговый кодекс, а также закон «О техническом регулировании», которые частично касались вопросов внешней торговли и таможенных правил. Были введены в действие законы о координации международных и внешнеэкономических связей субъектов РФ, меры по защите экономических интересов РФ, а также нормы иностранных инвестиций и экспортного контроля. Что касается внешней торговли продовольственными товарами, то здесь было принято три феде-

ральных закона, также частично затрагивающих эту область: вопросы государственного контроля за качеством и безопасностью зерна, санитарно-эпидемиологического благополучия населения и безопасности пищевых продуктов. В целом, можно сказать, что это период создания защитных механизмов экономики страны, связанных, по нашему мнению, с кризисом 1998 г.

Второй этап – 2003–2009 гг.: принято 8 значимых документов, половина которых (4 из 8) были введены в 2003 г. Этап начался с принятия Таможенного кодекса, в котором были собраны основополагающие нормы таможенного законодательства страны. В этот же период подверглись изменениям 10 федеральных законов, касающихся регулирования ВЭД и других вопросов внешней политики (например, изменения в законе «О беженцах»). В 2003 г. также подверглись корректировке и основы государственного регулирования внешнеторговой деятельности, введены правила валютного регулирования, изменились и были введены новые виды и правила защитных мер при импорте товаров. Можно охарактеризовать этот этап как реорганизацию и закрепление существующих норм по регулированию внешней торговли.

Важно отметить тот факт, что с конца 1990-х гг. законодательство идет по пути все большего усложнения правил ведения ВЭД и ведения внешней торговли в частности (особенно это касается внешней торговли овощами и фруктами). В действие вступают все новые барьеры, которые требуется преодолевать как импортерам, так и экспортерам товаров в РФ. Так, на настоящий момент при импорте овощей и фруктов (при прохождении таможи) требуется оформление (и наличие) следующих документов: сертификата качества, гигиенического сертификата, карантинного сертификата, фитосанитарного сертификата, сертификата соответствия... И это кроме «обычных» таможенных документов, вроде декларации или наличия специальной лицензии. Также устанавливаются все новые виды контроля, что несет за собой дополнительные расходы для импортеров (хранение на таможенном складе, предотгрузочная инспекция товаров и т. д., и т. п.). Импортерам требуется заранее уведомлять таможенные органы о прибытии товаров и заранее проходить государственную регистрацию товаров. Что же касается «разрешительных» и «стимулирующих» мер по развитию внешней торговли, то здесь преференции устанавливаются по большей части для крупных инвесторов и импортеров (так, крайне сложно получить тарифную квоту на импорт, потому как для местных предпринимателей ограничено участие в аукционах). Кроме всего прочего, прохождение таможни при перевозке овощей и фруктов разрешается только в специально оборудованных переходах, перечень которых определяет Правительство РФ.

Анализ документов был дополнен результатами исследования, которое показало, что принципиальные различия в структуре сети и характере взаимодействий произошли после 1998 г., когда из бизнеса ушли российские предприниматели. С 2009 г. начался передел рынка, связанный со сменой приоритетов политического руководства области (вытеснение мелких «китайских» бизнесов, реализация крупных внешнеэкономических проектов по экспорту электроэнергии и нефти в Китай), однако существенных изменений в структуре сети пока не произошло, хотя происходит изменение в позиции некоторых акторов (уход с рынка «узбекских» фирм и их переориентация на торговлю в Благовещенске, попытки «китайских» фирм легализоваться и самостоятельно осуществлять доставку товаров в магазины) (табл. 3). Поскольку пока не ясны перспективы дальнейшего передела власти и рынка, для третьего периода сеть не построена.

Таблица 3

**Периоды принципиальных изменений в характере связей**

№ п/п	Период	Характеристика
1	С начала организации поставок (1992–1994 гг.) до 1999 г. – формирование сетей по доставке товаров	Поставку овощей и фруктов осуществляли российские предприниматели, они же осуществляли поставки в магазины. С «китайскими» предпринимателями взаимодействовали на территории КНР
2	1999–2008 гг. – укрепление связей	После кризиса 1998 г. продажу овощей и фруктов на территории Амурской области стали осуществлять «китайские» предприниматели, поскольку «российские» фирмы как импортеры пострадали от кризиса и вышли из бизнеса. Появились посредники, база была выкуплена крупным предпринимателем из КНР
3	С 2009 г. – передел рынка	Рост конкуренции за покупателей (снижение спроса), как следствие – попытки «китайских» фирм легализоваться и самостоятельно осуществлять поставки в магазины без посредников, переориентация «узбекских» фирм с перевозок на торговлю и уход их на базы в Уссурийске

Источник: составлено автором.

**3. Составление матриц, характеризующих связи между акторами**

Матрицы составлены для первого и второго периода, «1» означает наличие связи, «0» – ее отсутствие (табл. 4 и 5).

Во втором периоде произошло увеличение акторов в сети с 8 до 13 (табл. 5). Это связано с появлением посредников на разных этапах процесса доставки товаров через границу.

Таблица 4

Матрица сетевых взаимодействий сети импорта первого периода

Актор	Актор							
	Пр 1	Пр 2	Им 1	Им 2	Пок 1	Пок 2	Б	Пос 2
Пр 1		0	1	1	0	0	0	0
Пр 2	0		1	1	0	0	0	0
Им 1	1	1		0	1	1	1	1
Им 2	1	1	0		1	1	1	1
Пок 1	0	0	1	1		0	0	0
Пок 2	0	0	1	1	0		0	0
Б	0	0	1	1	0	0		1
Пос 2	0	0	1	1	0	0	1	

Источник: составлено автором.

Таблица 5

Матрица сетевых взаимодействий сети импорта второго периода

Актор	Актор												
	Пр 1	Пр 2	Им 1	Им 2	Пр 3	Пр 4	Прп	Прф	Б	Пос 1	Пос 2	Пок 1	Пок 2
Пр 1		1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Пр 2	1		0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Им 1	1	0		0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
Им 2	0	1	0		0	1	0	0	1	0	0	0	0
Пр 3	1	0	1	0		1	1	1	1	1	1	0	1
Пр 4	0	1	0	1	1		1	1	1	1	1	0	1
Прп	0	0	0	0	1	1		1	1	1	1	0	1
Прф	0	0	0	0	1	1	1		1	1	1	0	1
Б	0	0	1	1	1	1	1	1		0	0	0	0
Пос 1	0	0	0	0	1	1	1	1	0		1	1	0
Пос 2	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1		0	0
Пок 1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0		0
Пок 2	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	

Источник: составлено автором.

#### 4. Построение графов, характеризующих типы преобладающих сетевых структур

На основе матриц были построены ориентированные неизмеренные графы, характеризующие взаимодействия между акторами в сетях импорта овощей и фруктов для каждого периода (рис. 1 и 2).

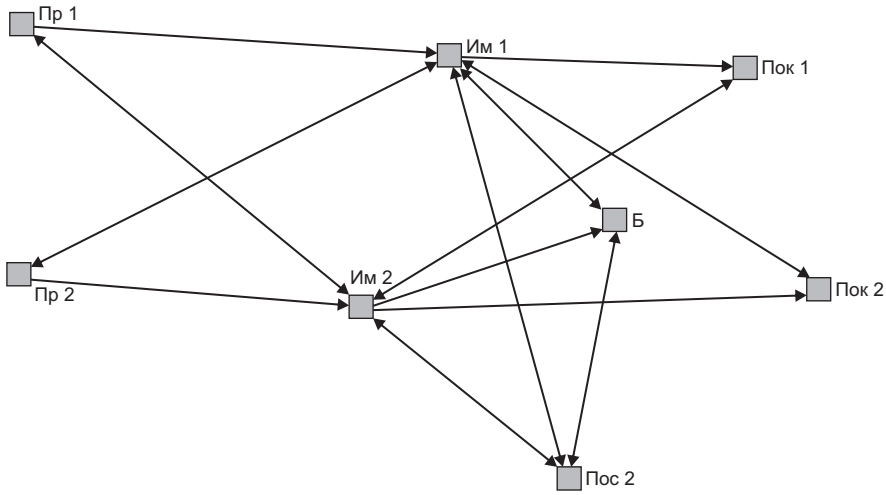


Рис. 1. Сеть доставки товаров первого периода

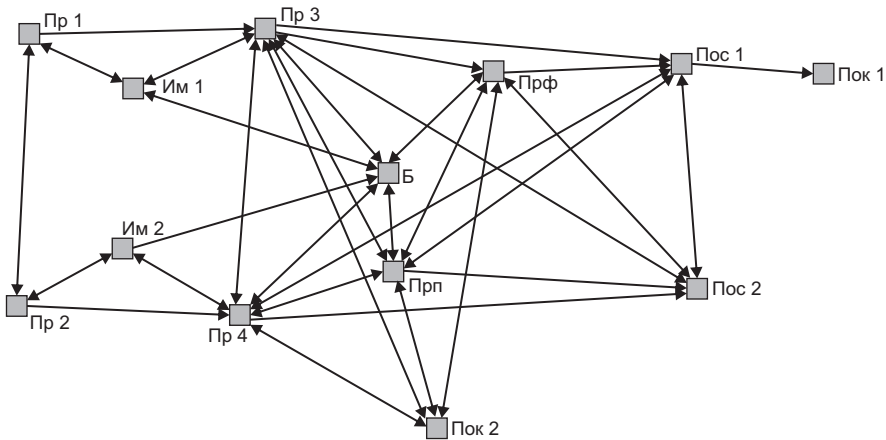


Рис. 2. Сеть доставки товаров второго периода

### 5. Расчет показателей свойств сети

Рассчитаны показатели плотности и центральности сети и центральности акторов [6, с. 67–68]. Плотность связей в ориентированном графе вычисляется по формуле:

$$\Delta = L / g(g - 1),$$

где  $L$  – количество наблюдаемых связей в данном графе или подграфе,  $g$  – количество вершин графа.

Степень центральности актора рассчитывается как сумма его связей в графе. Для того, чтобы можно было сравнить степень центральности акто-

ра между графами разной структуры, рассчитывается стандартизированная оценка центральности (нормированная центральность акторов):

$$C_D(n_i) = \frac{\sum_j x_{ij}}{g-1},$$

где  $C_D(n_i)$  – уровень центральности актора  $n_i$ ,  $\sum_j x_{ij}$  – сумма связей актора.

Чтобы сравнить различные структуры и определить, какая из них обеспечивает наилучшую централизацию акторов, рассчитывается нормированный коэффициент централизации группы:

$$C_D = \frac{\sum_{i=1}^g [C_D(n^*) - C_D(n_i)]}{(g-1)(g-2)},$$

где  $C_D(n_i)$  – степень актора,  $C_D(n^*)$  – максимальная степень центральности актора из всех рассчитанных.

Показатели свойств сети каждого периода приведены в таблице 6.

Таблица 6

**Показатели свойств графов**

Показатель/актор	1992/94–1998	1999–2008
Плотность сети (L)	0,411	0,363
Нормированный коэффициент централизации ( $C_D$ )	0,075	0,030
Нормированная центральность акторов ( $C_D(n_i)$ )		
«Продавец 1»	0,286	0,231
«Продавец 2»	0,286	0,231
«Импортер 1»	0,857	0,231
«Импортер 2»	0,857	0,231
«Продавец 3»	–	0,692
«Продавец 4»	–	0,692
«Продавец-перекупщик»	–	0,538
«Продавец-фермер»	–	0,538
«База»	0,429	0,462
«Посредник 1»	–	0,462
«Посредник 2»	0,429	0,385
«Покупатель 1»	0,286	0,077
«Покупатель 2»	0,286	0,308

Источник: составлено автором.

Как видно, плотность сети во втором периоде снизилась, т. к. увеличение числа связей между акторами менее значимо, чем увеличение числа акторов.

Централизация сети также выше в первом периоде. Фактически до 1999 г. центральными в сети поставок были «импортеры», которые контролировали все основные операции. Во втором периоде наибольшей центральностью обладают «продавцы» (3 и 4), «продавцы-перекупщики» и «продавцы-фермеры», т. е. «китайские» фирмы, осуществляющие торговлю на базе, а «импортеры» стали посредниками в сети доставки товаров. Существенно снизилась центральность актора «покупатель 1» (крупные магазины), поскольку они связаны лишь с «посредниками», осуществляющими доставку товаров. Немного увеличилась центральность «базы», т. е. увеличилось число ее связей с другими акторами, однако центральность этого актора ниже, чем у «продавцов». В целом акторно-сетевой анализ доказывает ключевую роль «китайских» фирм в организации импорта и продажи овощей и фруктов, а также подтверждает тезис о том, что социальные сети позволяют адаптироваться к происходящим изменениям, являясь более гибкой структурой, чем формальная организация.

Кроме того, исследование показало, что владельцы фирм на «китайском» рынке не являются юридическими собственниками фирм и реализуемых ими товаров. Фактически жители города и области при покупке овощей и фруктов из КНР взаимодействуют с официальными акторами: либо с магазином, гарантирующим права покупателей, либо с плодоовощной базой как целостным объектом (юридическим лицом) при покупке там товаров. Таким образом, контур формальной сети и сети реальных контактов не совпадают, что характерно для неформальных рынков, поскольку для преодоления барьеров необходимы неформальные личные связи между участниками. Отсутствие формальных прав ставит «китайских» предпринимателей в зависимое положение от владельца (администрации) базы, а также ведет к дополнительным расходам на оплату «комиссии» фирмам, осуществляющим импорт товаров и оформление документации. Неформальный контроль предприниматели могут осуществлять лишь над теми, чей статус также неформален (в том числе и за наемными продавцами). Однако с другими ключевыми акторами («импортер», «партнер», «посредник») связи ненаправленные и отношения горизонтальны.

## **СЕТИ ОБМЕНОВ: СОЦИАЛЬНЫЙ КОНТРОЛЬ И ПОДДЕРЖКА ПРАВ СОБСТВЕННОСТИ**

Были построены сети обмена товарами и движения денежных средств, характеризующие товарные и денежные потоки во втором периоде, для «китайских» фирм трех типов: «продавец», «продавец-перекупщик», «продавец-фермер» (табл. 7). Сети измеряют интенсивность потоков (т. е. по-

строены измеренные направленные сети), с некоторыми акторами денежные потоки и потоки обмена товаров неэквивалентны, поскольку, как правило, обмен деньгами менее интенсивен, чем обмен товарами. Кроме того, с некоторыми акторами происходит обмен денег на услуги, которые в сети не фиксировались. Характеристика акторов представлена в таблице 7.

Таблица 7

**Характеристика акторов сетей обмена товарами и деньгами**

№ п/п	Актор	Условное обозначение	Характеристика
1	«Продавец»	Пр	«Китайская» фирма, осуществляющая продажу товаров на базе в Благовещенске (Пр 1 и Пр 2)
2	«Продавец-перекупщик»	Прп	«Китайская» фирма, осуществляющая продажу в Благовещенске товаров, купленных у более крупных продавцов
3	«Продавец-фермер»	Прф	«Китайская» фирма, осуществляющая продажу овощей, выращенных на территории области
4	«Импортер»	Им	«Российская» фирма, осуществляющая импорт товаров на территорию области
5	«Покупатель»	Пок	«Российские» фирмы, покупающие товар в Благовещенске (это крупные и сетевые магазины (Пок 1) и небольшие магазины и ларьки (Пок 2))
6	«База»	Б	Флодоовощная база в Благовещенске, где осуществляется продажа товаров
7	«Склад»	С	Фирмы, предоставляющие складские помещения в аренду
8	«Грузчик»	Г	Бригады самозанятых грузчиков, работающие на базе
9	«Посредник»	Пос	Фирмы, осуществляющие доставку товаров в магазины (Пос 1), и фирмы, осуществляющие доставку товаров в северные районы и Якутию (Пос 2)
10	«Посредник-продавец»	Посп	Фирмы, торгующие категорией «Европа» (преимущественно «таджикские», Посп 1) и категорией «колхоз» (преимущественно «армянские», Посп 2)

*Источник:* составлено автором.

Далее были построены матрицы сетевых взаимодействий, характеризующие и денежные потоки (табл. 8, рис. 3), и товарообмен (табл. 9, рис. 4). В данном случае цифры в ячейках матрицы соответствуют количеству взаимодействий (реальных контрактов) в течение наблюдаемого периода, направление связи (т. е. движение от отправителя) следует читать по строкам. Например, актор «Им 1» («импортер») никому не передавал денежных средств за весь период, поэтому в строке отражены нули, однако «Им 1» 6 раз получал деньги от актора «Пр 1» («продавца»).



Таблица 8

**Матрица сетевых взаимодействий движения денежных средств  
(денежные потоки в течение 3 недель)**

Актор	Актор														
	Им 1	Им 2	Пр 1	Пр 2	Прп	Прф	Б	С	Г	Пос 1	Пос 2	Пок 1	Пок 2	Посп 1	Посп 2
Им 1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Им 2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Пр 1	6	0	0	3	0	2	1	1	11	0	0	0	0	5	3
Пр 2	0	5	4	0	0	1	1	1	13	0	0	0	0	6	3
Прп	0	0	6	5	0	3	1	0	0	0	0	0	0	2	1
Прф	0	0	0	0	0	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0
Б	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
С	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Г	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Пос 1	0	0	5	4	0	7	0	1	0	0	0	0	0	4	3
Пос 2	0	0	2	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Пок 1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	0	0
Пок 2	0	0	15	17	14	10	0	0	8	0	0	0	0	13	9
Посп 1	0	0	3	2	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Посп 2	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	2	0

Источник: составлено автором.

Таблица 9

**Матрица сетевых взаимодействий обмена товарами  
(товарные потоки в течение 3 недель)**

Актор	Актор										
	Пр 1	Пр 2	Прп	Прф	Пос 1	Пос 2	Пок 1	Пок 2	Посп 1	Посп 2	
Пр 1	0	12	8	0	18	8	0	23	8	3	
Пр 2	11	0	6	0	14	9	0	19	6	4	
Прп	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Прф	1	0	0	0	4	0	0	10	2	1	
Пос 1	0	0	0	0	0	0	18	0	0	0	
Пос 2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Пок 1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Пок 2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Посп 1	12	11	4	0	18	6	0	17	0	3	
Посп 2	3	5	7	0	12	4	0	10	2	0	

Источник: составлено автором.

Матрицы сетевых взаимодействий отражают только те обмены, которые предполагают передачу товара на эквивалентной или квазиэквивалентной основе (между импортером и продавцом не отражены, т. к. фактически импортер просто посредник, доставляющий товар и получающий за это плату).

На основе матриц сетевых взаимодействий построены ориентированные измеренные (взвешенные) графы, наглядно отражающие интенсивность обменов (рис. 3 и 4).

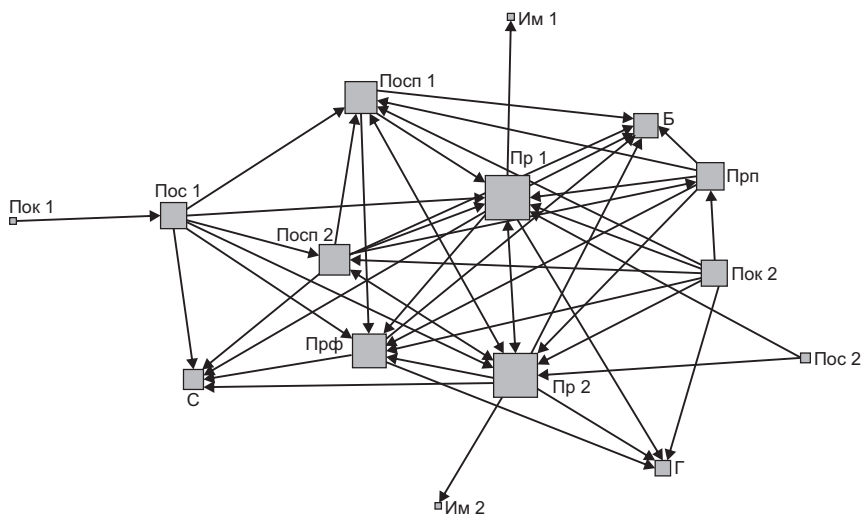


Рис. 3. Социальная сеть движения денежных средств

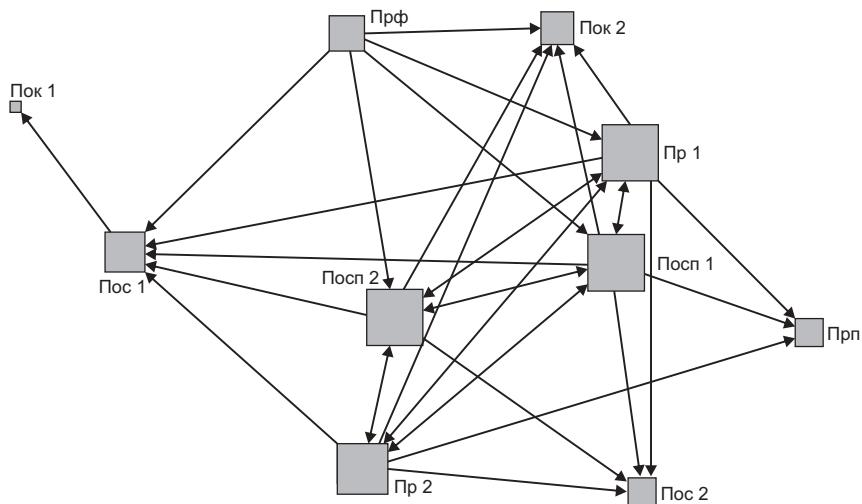


Рис. 4. Социальная сеть обмена товарами

Более крупные вершины графа соответствуют большей степенной входящей центральности.

Поскольку графы являются взвешенными, для них были рассчитаны входящая (In Degree) и исходящая (Out Degree) степень центральности (табл. 10).

Таблица 10

**Центральность акторов сетей обмена товарами и движения денежных средств**

Актор	Центральность акторов в сетях обмена товарами		Центральность акторов в сетях движения денежных средств	
	In Degree	Out Degree	In Degree	Out Degree
Им 1	0	0	6	0
Им 2	0	0	5	0
Пр 1	27	80	36	32
Пр 2	28	69	35	34
Прп	25	0	15	18
Прф	0	18	25	4
Б	0	0	6	0
С	0	0	5	0
Г	0	0	34	0
Пос 1	66	18	11	24
Пос 2	27	0	0	5
Пок 1	18	0	0	11
Пок 2	79	0	0	86
Посп 1	18	71	32	8
Посп 2	11	43	19	7

Источник: составлено автором.

Центральными по входящим потокам товаров являются посредники, осуществляющие доставку товаров в магазины, и покупатели, самостоятельно покупающие товар на базе. Центральными по исходящим потокам товаров являются продавцы («китайские» фирмы) и посредники-продавцы, продающие товары категорий «Европа» и «колхоз». Центральными по входящим потокам в движении денежных средств являются продавцы («китайские» фирмы), грузчики, оказывающие разовые услуги за единовременную оплату, и посредники-продавцы, продающие товар категории «Европа». Центральными по исходящим потокам в движении денежных средств являются также продавцы («китайские» фирмы) и покупатели, самостоятельно осуществляющие покупку товаров на базе, поскольку они закупают более мелкие партии товаров или покупают в розницу, рассчитываясь с продавцами сразу или

при последующей закупке товара. Таким образом, мы видим, что интересующие нас «китайские» фирмы сохраняют центральную позицию в потоках движения денежных средств и исходящем потоке товаров, т. е. контролируют, прежде всего, поток движения денежных средств. Кроме того, как видно, обмен товарами более интенсивен, чем денежный поток. Это означает, что часть товаров находится в залоге, т. е. собственность на товар не определена или расплывлена между акторами. Фактически, согласно определению А. Рива, «китайские» предприниматели имеют право использовать товары, могут исключить других из использования и передают эти права по взаимному согласию, а значит, являются фактическими собственниками [28, р. 11]. Но этими же правами обладают и юридические собственники фирм, но их права ограничены характером объекта собственности.

Объектом собственности предпринимателей из КНР являются, прежде всего, продаваемые ими товары. Характер товара при этом играет определяющую роль. Специфика его в том, что товар (овощи и фрукты) представляет собой скоропортящийся продукт, а подтверждающие документы также имеют ограниченный срок действия. Поскольку права собственности на товар расплывлены, то потребовать оплату товара, данного в долг, может лишь признаваемый на «китайском» рынке собственник товара. Поэтому объектом собственности также являются неформальные обязательства партнеров по бизнесу: посредников, перекупщиков и покупателей, взявших товары в долг или по взаимному учету. К числу объектов собственности на правах аренды относятся также места торговли, предоставляемые по неформальной договоренности. Это действительно просто «места», отгороженные друг от друга железной сеткой. На деревянных поддонах — коробки и сетки, напольные и настольные весы, тележки, калькуляторы и тетрадки. Все это определяет характер сложившихся взаимоотношений между импортером (юридическим собственником фирмы) и «китайским» предпринимателем. Другими словами, что мешает юридическому собственнику отнять успешно и стабильно работающий бизнес у фактического собственника? Получается, что из всего перечисленного можно отнять лишь товар, который есть в наличии, но, не обладая системой отношений с посредниками и покупателями, продать быстро портящийся товар практически невозможно. Таким образом, специфика объекта собственности обуславливает сложившиеся отношения и исключает в них подчиненность. По этой же причине между посредником и продавцом установились взаимозависимые отношения: «китайские» фирмы не могут самостоятельно продавать овощи и фрукты в магазины, поскольку не имеют юридического статуса и не могут заключить официальный договор с крупными магазинами, посредники же, в свою очередь, не имеют возможности закупать необходимые овощи и фрукты где-то еще.

Ограничение доступа к самостоятельным закупкам товаров для не-граждан Китая является одним из способов контроля за сложившейся системой отношений. Осуществлять покупки самостоятельно для российских предпринимателей крайне проблематично из-за языкового барьера, отсутствия доверительных отношений и ограничения доступа к коммерческой информации о качестве и цене товаров. На сам «китайский» рынок попасть в качестве предпринимателя не так легко, поскольку доступ контролируется администрацией (владельцем базы) и самими предпринимателями: не зная правил игры, невозможно купить товар по реальной цене. Случай семейной пары, работающей на рынке как одна из фирм, очень показателен. Жена, гражданка России, обеспечивает официальный статус предприятия, муж, гражданин Китая, — поставки продукции на рынок. Это одна из наиболее успешных фирм на базе, осуществляющая, кроме прочего, и доставку товаров в магазины города. Другими словами, сеть реальных контрактов не совпадает с информационной сетью, что служит барьером входа для других акторов на рынок.

Некоторую гарантию соблюдения права на доход обеспечивает механизм контроля цен. Цены устанавливаются согласованно, хотя «свой» покупатель всегда может получить скидку, а человек «со стороны» — купить товар дороже средней цены. Цена товара зависит не только от того, какой была стоимость закупки и перевозки. При задержке паромов и «пум» (судна на воздушной подушке) цены быстро растут, как только товара на базе становится больше — они резко снижаются. Кроме того, зная, что в летние месяцы спрос на продукцию сильно упадет, цены в мае и начале июня стараются сохранить на максимальном уровне как можно дольше. Здесь, на «китайском» рынке, покупателями и посредниками это воспринимается как сговор и обман, даже как жадность и жажда наживы. Миф о том, что разница в ценах закупки товара в Китае и продажи в Благовещенске огромна, и определяет отношение покупателей, хотя в действительности такой информацией никто не владеет.

Поскольку права собственности неформальны, то и поддержка прав (инфорсмент) осуществляется неформально — это коллективный социальный контроль за деятельностью друг друга. Уже упоминалось, что в число объектов собственности входят неформальные обязательства покупателей или партнеров по бизнесу за переданный им товар. Поэтому причиной конфликта становятся случаи, когда «переманивают» клиентов. Публичному осуждению подвергаются ситуации, когда происходит следующее:

- 1) снижение цены на один и тот же товар для постоянного клиента другой фирмы;
- 2) предоставление более гибких условий кредита, т. е. «отпуск товара под реализацию» на более выгодных условиях (увеличение срока или суммы допустимой задолженности);

3) наговоры на другого предпринимателя о его нечестности в расчетах с покупателями («приписывание» лишних сумм, продажа некачественного товара, малый процент приема к возврату испорченного товара);

4) продажа товаров клиентам другой фирмы не на базе, а доставка напрямую на склад.

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

Не исключены и силовые способы гарантии прав собственности. Доступ на базу контролирует администрация, она же решает формальные вопросы с представителями властей, извещает мигрантов о приближающихся проверках документов. Также доступ на «китайский» рынок контролируют и неформальные «крыши». Об этом, по понятным причинам, мало удалось выяснить, однако автору удалось наблюдать случай, когда на базу приехали новые «дальнобойщики», чтобы организовать свою доставку в Якутию. Практически сразу начался скандал, затем драка. Закончилось все приездом неких лиц, которые вмешались в «процесс». В результате (на момент исследования) наладить работу на базе приезжие так и не смогли, хотя официальных барьеров для этого не существует.

Силовые способы гарантии прав также используются в случае банкротства кого-то из клиентов. Например, за невыполнение обязательств по оплате взятого под реализацию товара у посредников, доставляющих товары в магазины, отбирают грузовые машины. Далее следуют угрозы личной безопасности, нам известны также случаи избиения. Если партнером является мигрант из Средней Азии, которым, кстати, менее всего доверяют, поскольку они могут просто уехать без выполнения обязательств, давление осуществляется на родителей или других старших родственников. Однако об этом способе известно менее всего, поэтому здесь не приводится систематизация подобных практик, а лишь фиксируется их наличие.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данное исследование было направлено на выявление конфигурации и динамики неформальных социальных сетей на примере механизмов и практик импорта овощей и фруктов из Хэйхэ в Благовещенск и способов поддержки

отношений на «китайском» рынке в Благовещенске. Исследование выполнено по методологии акторно-сетевого анализа и интерпретировано в рамках сетевого подхода к анализу рынка. Исследование показало, что механизм импорта овощей и фруктов в Благовещенск представляет собой неформальную социальную сеть, акторами которой являются «русские» и «китайские» фирмы. Однако в продажу овощей вовлечены и другие акторы – «таджикские», «узбекские», «азербайджанские» и «армянские» фирмы, участвующие в обмене товарами и потоках движения денежных средств. Акторно-сетевой анализ позволил выявить конфигурацию таких сетей поставки для двух периодов и показал, что сети отличаются друг от друга характером связей, числом акторов и занимаемыми ими позициями. В целом акторно-сетевой анализ доказывает ключевую роль «китайских» фирм в организации поставок и продажи овощей и фруктов во втором периоде, а также подтверждает тезис о том, что социальные сети позволяют адаптироваться к происходящим изменениям, являясь более гибкой структурой, чем формальная организация. Кроме того, формальная, информационная сеть и сеть реальных контрактов не совпадают между собой, что, с одной стороны, позволяет фирмам адаптироваться к меняющимся рыночным условиям, с другой – контролировать доступ к рынку.

Анализ сетей обмена на «китайском» рынке показал, что «китайские» фирмы сохраняют центральную позицию в потоках движения денежных средств и исходящем потоке товаров, т. е. контролируют, прежде всего, поток движения денежных средств. Более интенсивный обмен товарами означает, что часть товаров находится в залоге. Это, в числе прочего, ограничивает юридических собственников (подставных лиц) в их реальных правах. Социальные сети обменов и поставки овощей существуют не только благодаря сложившимся отношениям доверия между партнерами, но также поддерживаются посредством механизмов социального контроля, в том числе и неформальных силовых способов.

Таким образом, акторно-сетевой анализ основных акторов на «китайском» рынке позволил выявить ключевую роль «китайских» фирм на рынке овощей и фруктов в Благовещенске. Более того, социальные сети импорта встроены в сети более высокого порядка, обеспечивая овощами и фруктами не только население города, но и области и некоторых регионов (в частности, Якутии). «Китайские» фирмы контролируют потоки движения товаров и денег, что и обеспечивает им центральность в выявленных социальных сетях. А потому внешний этнический маркер «китайского» рынка приобретает другой смысл: рынок «китайский» не оттого, что численно преобладают мигранты из КНР, а оттого, что именно они контролируют все основные операции.

В целом сетевой подход к рынку позволил преодолеть противоречия институционального подхода, согласно которому неформальная экономика возникает как реакция на высокие транзакционные издержки, связанные с соблюдением формальных норм. Как показано, ограничение доступа к информации не позволяет адекватно оценить «цену внезаконности». Кроме того, без знания существующих связей и механизмов контроля нельзя объяснить и устойчивость неформальной торговли мигрантов, и провалы формального регулирования. Анализ социальных сетей и оценка позиций акторов показали, что введение новых правил не ведет к формализации торговли, поскольку вводимые ограничения касаются не центральных акторов: новые правила ввоза преодолевают посредники, а запрет на торговлю для мигрантов на открытых рынках — неформальный патронаж владельца базы.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Барсукова С.Ю. Вынужденное доверие сетевого мира // Политические исследования. 2001. № 2. С. 52–60. URL: [http://www.civisbook.ru/files/File/Barsukova\\_2001\\_2.pdf](http://www.civisbook.ru/files/File/Barsukova_2001_2.pdf) (дата обращения: 10.05.2014).
2. Безрукова О.Н. Сети как условие экономического действия // Экономическая социология. 2004. Т. 5. № 3. С. 78–93. URL: <http://ecsoc.hse.ru/2004-5-3/26595347.html> (дата обращения: 28.04.2014).
3. Бредникова О., Паченков О. Этничность «этнической экономики» и социальные сети мигрантов // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 2. С. 74–81. URL: [http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208205032/ecsoc\\_t3\\_n2.pdf](http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208205032/ecsoc_t3_n2.pdf) (дата обращения: 11.06.2014).
4. Бурдые П. Различие: социальная критика суждения // Экономическая социология. 2005. Т. 6. № 3. С. 25–48. URL: [http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204931/ecsoc\\_t6\\_n3.pdf](http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204931/ecsoc_t6_n3.pdf) (дата обращения: 17.05.2014).
5. Градосельская Г.В. Социальные сети: обмен частными трансфертами // Социологический журнал. 1999. № 1/2. С. 156–163. URL: <http://www.nir.ru/sj/sj/sj99-grado.html> (дата обращения: 15.07.2014).
6. Градосельская Г.В. Сетевые измерения в социологии: учеб. пособие. М.: Изд. дом «Новый учебник», 2004. 248 с. URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/19188138> (дата обращения: 21.06.2014).
7. Грановеттер М. Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 3. С. 44–58. URL: [http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208205035/ecsoc\\_t3\\_n3.pdf](http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208205035/ecsoc_t3_n3.pdf) (дата обращения: 23.05.2014).
8. Де Сото Э. Иной путь. Невидимая революция в третьем мире / пер. с англ. Б. Пинскер. М.: Catallaxy, 1995. 320 с. URL: <http://www.vixri.com/d/Ernando%20de%20Soto%20INOJ%20PUT%20Nevidimaja%20revoljucija%20v%20t.pdf> (дата обращения: 11.07.2014).
9. Журавская Т.Н. «Китайский» торговый центр vs. «китайский» рынок: что изменилось со времен запрета на торговлю иностранцев на розничных рынках (на примере Амурской области)? // Политика. 2012. № 4. С. 104–123. URL: [politeia.ru/content/pdf/Politeia\\_Zhuravskaya-2012-4.pdf](http://politeia.ru/content/pdf/Politeia_Zhuravskaya-2012-4.pdf) (дата обращения: 30.06.2014).



10. *Квале С.* Исследовательское интервью. М.: Смысл, 2003. 301 с. URL: <http://socioline.ru/pages/s-kvale-issledovatel'skoe-intervyu> (дата обращения: 15.05.2014).
11. *Коулман Дж.* Капитал социальный и человеческий // *Общественные науки и современность*. 2001. № 3. С. 121–139. URL: <http://ecsosman.hse.ru/data/217/076/1232/011kOULMAN.pdf> (дата обращения: 20.06.2014).
12. *Кузьминов Я.И.* Курс институциональной экономики: институты, сети, трансакционные издержки, контракты: учебник для студентов вузов / Я.И. Кузьминов, К.А. Бендукидзе, М.М. Юдкевич. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006. 442 с. URL: <http://ecsosman.hse.ru/text/19188316> (дата обращения: 10.08.2014).
13. *Леденёва А.В.* Блат и рынок: трансформация блата в постсоветском обществе // *Неформальная экономика. Россия и мир* / под ред. Т. Шанина. М.: Логос, 1999. С. 111–124.
14. *Олейник А.Н.* Институциональная экономика: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2002. 416 с. URL: <http://www.alleng.ru/d/econ/econ280.htm> (дата обращения: 13.06.2014).
15. *Олейник А.Н.* Модель сетевого капитализма // *Вопросы экономики*. 2003. № 8. С. 132–149. URL: <http://nsu.ru/nif/work/oleinik.pdf> (дата обращения: 17.07.2014).
16. *Полтерович В.М.* Институциональные ловушки: есть ли выход? // *Общественные науки и современность*. 2004. № 3. С. 5–16. URL: [http://mpr.aub.uni-muenchen.de/22071/1/MPPRA\\_paper\\_22071.pdf](http://mpr.aub.uni-muenchen.de/22071/1/MPPRA_paper_22071.pdf) (дата обращения: 11.06.2014).
17. *Портес А.* Неформальная экономика и ее парадоксы // *Экономическая социология*. 2003. Т. 4. № 5. С. 34–53. URL: [http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204955/ecsoc\\_t4\\_n5.pdf#page=34](http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204955/ecsoc_t4_n5.pdf#page=34) (дата обращения: 26.05.2014).
18. *Радаев В.В.* Экономическая социология: учеб. пособие для вузов. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005. 603 с. URL: <http://socioline.ru/book/radaev-vv-ekonomicheskaya-sociologiya> (дата обращения: 19.06.2014).
19. *Рыжова Н.П.* Приграничная «народная торговля» в Благовещенске как механизм формирования экономического и социального симбиоза // *Диапоры*. 2003. № 2. С. 88–126.
20. *Рыжова Н.П.* Экономическая интеграция приграничных регионов / отв. ред. акад. РАН Минакир П.А.; Рос. акад. наук, Дальневост. отд-ние, Ин-т экон. исследований. Хабаровск: ИЭИ ДВО РАН, 2013. 348 с.
21. *Старк Д.* Рекомбинированная собственность и рождение восточноевропейского капитализма // *Вопросы экономики*. 1996. № 6. С. 4–24.
22. *Фадеева О.* Межсемейная сеть: механизмы взаимоподдержки в российском селе // *Неформальная экономика. Россия и мир* / под ред. Т. Шанина. М.: Логос, 1999. С. 183–218.
23. *Хилл П.* Рынки как места торговли / *Экономическая теория* / под ред. Дж. Итуэлла, М. Милгейта, П. Ньюмена; науч. ред. В.С. Автономова. М.: ИНФРА-М, 2004. С. 517–524.
24. *Штейнберг И.* Русское чудо: локальные и семейные сети взаимоподдержки и их трансформация // *Неформальная экономика. Россия и мир* / под ред. Т. Шанина. М.: Логос, 1999. С. 227–239.
25. *Burt R.* Models of Network Structure // *Annual Review of Sociology*. 1980. Vol. 6. Pp. 79–141. DOI: 10.1146/annurev.so.06.080180.000455.
26. *Hanneman R.A., Riddle M.* Introduction to Social Network Methods. Riverside, CA: University of California, Riverside. 2005. URL: <http://faculty.ucr.edu/~hanneman> (дата обращения: 14.07.2014).
27. *Jones C., Hesterly W.S., Borgatti S.P.* A General Theory of Network Governance: Exchange Conditions and the Social Mechanisms // *Academy of Management Review*.

1997. Vol. 22. No. 4. Pp. 911–945. URL: <http://www.jstor.org/discover/10.2307/259249?uid=3738936&uid=2&uid=4&sid=21104542362167> (дата обращения: 22.06.2014).

28. Reeve A. Property. Atlantic Highlands. NJ: Humanities Press International. 1986. 204 p.

## CONFIGURATION AND FUNCTIONING OF SOCIAL NETWORKS IN THE BORDER REGION

T.N. Zhuravskaya

*Zhuravskaya Tatiana Nikolaevna* – Junior Research Fellow, Economic Research Institute FEB RAS, 153 Tikhookeanskaya Street, Khabarovsk, Russia, 680042. Assistant Professor, Amur State University, 21 Ignatyevskoe Road, Blagoveshchensk, Russia, 675027. E-mail: wellshy@mail.ru.

Using the methodology of actor-network analysis the author identifies configuration and dynamics of informal social networks in the border region. The study is based on the example of mechanisms and practices of importing fruits and vegetables from Heihe to Blagoveshchensk and relationships methods in the «Chinese» market in Blagoveshchensk. It is shown that the mechanism of fruit and vegetables' import to Blagoveshchensk is an informal social network with «Russian» and «Chinese» firms as actors. However, there are other actors involving in goods' exchange and money flows: «Tajik», «Uzbek», «Azerbaijan» and «Armenian» companies. The analysis is performed for two periods of legislative regulation of foreign trade, each of which differs in the nature of links, number of actors and their positions. The study reveals the fact that social networks of import belong to networks of a higher order and they provide not only the city with fruit and vegetables, but also other regions (in particular, Yakutia). The paper shows that «Chinese» firms control flows of goods and money so they occupy the central position within identified social networks. These networks and control mechanisms keep up the stability of informal trade of migrants and failures of formal regulation.

*Keywords:* social networks, actor-network analysis, informal economy, «Chinese» market, import of fruit and vegetables, Blagoveshchensk, Heihe.

## REFERENCES

1. Barsukova S.Yu. Enforceable Trust in the World of Social Networks. *Politicheskie Issledovaniya – Political Studies*, 2001, no. 2, pp. 52–60. Available at: [http://www.civisbook.ru/files/File/Barsukova\\_2001\\_2.pdf](http://www.civisbook.ru/files/File/Barsukova_2001_2.pdf) (accessed 10 May 2014). (In Russian).

2. Bezrukova O.N. Network as a Condition of the Economic Action. *Ekonomicheskaya Sotsiologiya – Economic Sociology*, 2004, vol. 5, no. 3, pp. 78–93. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2004-5-3/26595347.html> (accessed 28 April 2014). (In Russian).

3. Brednikova O., Pachenkov O. Ethnicity of the «Ethnic Economics» and Social Networks of Migrants. *Ekonomicheskaya Sotsiologiya – Economic Sociology*, 2002, vol. 3, no. 2, pp. 74–81. Available at: [http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208205032/ecsoc\\_t3\\_n2.pdf](http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208205032/ecsoc_t3_n2.pdf) (accessed 11 June 2014). (In Russian).

4. Bourdieu P. Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste. *Ekonomicheskaya Sotsiologiya – Economic Sociology*, 2005, vol. 6, no. 3. Available at: [http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204931/ecsoc\\_t6\\_n3.pdf](http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204931/ecsoc_t6_n3.pdf) (accessed 17 May 2014). (In Russian).

5. Gradoselskaya G.V. Social Networking: Exchange of Private Transfers. *Sotsiologi-*

*cheskiy Zhurnal* [Sociological Journal], 1999, no. 1/2, pp. 156–163. Available at: <http://www.nir.ru/sj/sj/sj99-grado.html> (accessed 15 July 2014). (In Russian).

6. Gradoselskaya G.V. *Network Measurement in Sociology: Textbook*. Moscow, 2004, 248 p. Available at: <http://ecsocman.hse.ru/text/19188138> (accessed 21 June 2014). (In Russian).

7. Granovetter M. Economic Action and Social Structure: the Problem of Embeddedness. *Ekonomicheskaya Sotsiologiya – Economic Sociology*, 2002, vol. 3, no. 3, pp. 44–58. Available at: [http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208205035/ecsoc\\_t3\\_n3.pdf](http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208205035/ecsoc_t3_n3.pdf) (accessed 23 May 2014). (In Russian).

8. De Soto H. *The Other Path. The Invisible Revolution in the Third World*. Translated from English by B. Pinsker. Moscow, 1995, 320 p. Available at: [http://www.vixri.com/d/Ernando%20de%20Soto%20\\_INOJ%20PUT'%20Nevidimaja%20revoljucija%20v%20t.pdf](http://www.vixri.com/d/Ernando%20de%20Soto%20_INOJ%20PUT'%20Nevidimaja%20revoljucija%20v%20t.pdf) (accessed 11 July 2014). (In Russian).

9. Zhuravskaya T.N. «Chinese» Shopping Center vs. «Chinese» Market: What Changed after Ban on Foreign Traders in Retail Markets in Case of the Amur Region. *Politiya* [Polity], 2012, no. 4, pp. 104–123. Available at: [politeia.ru/content/pdf/Politeia\\_Zhuravskaya-2012-4.pdf](http://politeia.ru/content/pdf/Politeia_Zhuravskaya-2012-4.pdf) (accessed 30 June 2014). (In Russian).

10. Kvale S. *Research Interview*. Moscow, 2003, 301 p. Available at: <http://socioline.ru/pages/s-kvale-issledovatel'skoe-intervyu> (accessed 15 May 2014). (In Russian).

11. Koulman J. The Social Capital and Human. *Obshchestvennye Nauki i Sovremennost* [Social Sciences and Modernity], 2001, no. 3, pp. 121–139. Available at: <http://ecsocman.hse.ru/data/217/076/1232/011kOULMAN.pdf> (accessed 20 June 2014). (In Russian).

12. Kuzminov Ya.I., Bendukidze K.A., Yudkevich M.M. *The Rate of Institutional Economics: Institutions, Networks, Transaction Costs, Contracts: A Textbook for University Students*. Moscow: State University – Higher School of Economics, 2006, 442 p. Available at: <http://ecsocman.hse.ru/text/19188316> (accessed 10 August 2014). (In Russian).

13. Ledenyova A.V. Blat and the Market: the Transformation of Blat in Post-Soviet Society. *The Informal Economy. Russia and the World*. Edited by T. Shanin. Moscow, 1999, pp. 111–124. (In Russian).

14. Oleynik A.N. *Institutional Economics: A Training Manual*. Moscow, 2002, 416 p. Available at: <http://www.alleng.ru/d/econ/econ280.htm> (accessed 13 June 2014). (In Russian).

15. Oleynik A.N. The Model of Network Capitalism. *Voprosy Ekonomiki* [Economic Issue], 2003, no. 8, pp. 132–149. Available at: <http://nsu.ru/nif/work/oleinik.pdf> (accessed 17 July 2014). (In Russian).

16. Polterovich V.M. Institutional Traps and Ways out. *Obshchestvennye Nauki i Sovremennost* [Social Sciences and Modernity], 2004, no. 3, pp. 5–16. Available at: [http://mpira.ub.uni-muenchen.de/22071/1/MPRA\\_paper\\_22071.pdf](http://mpira.ub.uni-muenchen.de/22071/1/MPRA_paper_22071.pdf) (accessed 11 June 2014). (In Russian).

17. Portes A. The Informal Economy and its Paradoxes. *Ekonomicheskaya Sotsiologiya – Economic Sociology*, 2003, vol. 4, no. 5, pp. 34–53. Available at: [http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204955/ecsoc\\_t4\\_n5.pdf#page=34](http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204955/ecsoc_t4_n5.pdf#page=34) (accessed 26 May 2014). (In Russian).

18. Radaev V.V. *Economic Sociology: Textbook for Universities*. Moscow: State University – Higher School of Economics, 2005, 603 p. Available at: <http://socioline.ru/book/radaev-vv-ekonomicheskaya-sociologiya> (accessed 19 June 2014). (In Russian).

19. Ryzhova N.P. Cross-Border «People Trade» in Blagoveshchensk as a Form of Chinese-Russian Symbiosis. *Diaspora* [Diasporas], 2003, no. 2, pp. 88–126. (In Russian).

20. Ryzhova N.P. *Economic Integration of Border Regions*. Edited by P.A. Minakir. Khabarovsk: Economic Research Institute FEB RAS, 2013, 348 p. (In Russian).

21. Stark D. Recombinant Property in East European Capitalism. *Voprosy Ekonomiki* [Economic Issue], 1996, no. 6, pp. 4–24. (In Russian).
22. Fadeeva O. Inter-Family Networks: Mechanisms of Mutual Support in the Russian Village. *The Informal Economy. Russia and the World*. Edited by T. Shanin. Moscow, 1999, pp. 183–218. (In Russian).
23. Hill P. Markets as Places of Trade. *Economic Theory*. Edited by J. Eatwell, M. Milgate, P. Newman; Scientific Edition by V.S. Avtonomov. Moscow, 2004, pp. 517–524. (In Russian).
24. Steinberg I. Russian Miracle: Local and Family Networks of Mutual Support and Their Transformation. *The Informal Economy. Russia and the World*. Edited by T. Shanin. Moscow, 1999, pp. 227–239. (In Russian).
25. Burt R. Models of Network Structure. *Annual Review of Sociology*, 1980, vol. 6, pp. 79–141. DOI: 10.1146/annurev.so.06.080180.000455.
26. Hanneman R.A., Riddle M. *Introduction to Social Network Methods*. Riverside, CA: University of California, Riverside, 2005. Available at: <http://faculty.ucr.edu/~hanneman> (accessed 14 July 2014).
27. Jones C., Hesterly W.S., Borgatti S.P. A General Theory of Network Governance: Exchange Conditions and the Social Mechanisms. *Academy of Management Review*, 1997, vol. 22, no. 4, pp. 911–945. Available at: <http://www.jstor.org/discover/10.2307/259249?uid=3738936&uid=2&uid=4&sid=21104542362167> (accessed 22 June 2014).
28. Reeve A. *Property*. Atlantic Highlands, NJ: Humanities Press International, 1986, 204 p.