

УДК 339.5:339.9

## ДІЛОВІ МЕРЕЖІ У ТРАНСКОРДОННОМУ ПРОСТОРІ ТА ЇХНІ МОЖЛИВІ ВАРІАНТИ

**Всеволод Черторижський**

*Інститут регіональних досліджень НАН України,  
вул. Козельницька, 4, м. Львів, Україна, 79026, тел.: (032)270-71-45,  
e-mail: irr-re@mail.lviv.ua*

Розглянуто деякі питання формування торговельних відносин у транскордонному просторі, можливі варіанти мережевих транскордонних взаємозв'язків (транскордонних підприємств), діяльність акторів на західному транскордонному ринку.

Ключові слова: транскордонний ринок, транскордонний простір, варіанти транскордонних взаємозв'язків.

Прикордонні ринки почали створювати або відновлювати майже по всьому периметру кордонів з середини 80-х років ХХ ст. Наприкінці 80-х та початку 90-х років ХХ ст. основну частку у прикордонній торгівлі становив бартер. Однак важелем, який забезпечив швидкий розвиток прикордонної торгівлі, стає так звана «народна торгівля» – постачання дрібних партій товарів туристичними каналами поза митницею.

Різні ділянки українсько-польського кордону володіли і володіють різним ступенем «толерантності прикордонних служб» та «прозорістю» суспільних зв'язків: одні перетинаються лише через митниці, а інші – поза митним контролем. До того ж, кожна ділянка кордону мала певні ступені свободи, які також змінювалися протягом часу.

У середині 90-х рр. державні підходи до розуміння, що ж саме вважати прикордонною торгівлею, були деякою мірою досліджені. Це або «торгівля великими партіями, у малих масштабах, в містах і селах, прикордонних смугах, або ж торгівля між громадянами двох країн безпосередньо на прикордонних ринках». Однак, це майже не дало змоги статистичним службам досліджувати транскордонну торгівлю та розміщувати інформацію про прикордонну торгівлю в статистичних збірниках. Найближча щодо порівняння інформація про прикордонну торгівлю з'явилась вже наприкінці 90-х років ХХ ст.

Так довго очікувана свобода зовнішньоекономічної діяльності дала поштовх початку активного розвитку «човникового» бізнесу<sup>1</sup>, який виник на переплетенні соціально-економічних мереж. Мережевий підхід<sup>2</sup> часто

<sup>1</sup> «Човникова торгівля» – дрібнооптова маятникова торгівля. В українському науковому дискурсі склався відповідний термін «човниковий бізнес».

<sup>2</sup> Ділові мережі [business networks] – сукупність стійких множинних зв'язків між формально незалежними учасниками ринку.

використовують економісти і соціологи для вивчення соціально-економічних практик, передусім у суспільствах з транзитивною (перехідною) економікою. Міграції (з різними часовими періодами постійного проживання) стали засобом отримання доходу, а також чинником соціальної мобільності задіяних у них громадян обох держав. Своєю чергою, засобом для початку цього «транскордонного підприємництва» стануть різні соціальні зв'язки.

Швидкий старт і у подальшому «розкрутка» такого своєрідного транскордонного підприємництва багато в чому залежать від рівня та характеру задоволення адаптаційних потреб. У суспільстві по той бік кордону «наш вітчизняний» мігрант гостро потребує певних статусів.

Серед них :

- громадянство, вид на проживання, прописка або реєстрація, дозвіл на роботу тощо;

- особиста безпека (здебільшого, від свого ж транскордонного рекету);

- зв'язки (входження в складне павутиння зв'язків, мереж та відносин у сприймаючому суспільстві - безперечна запорука ділового успіху, завоювання соціального статусу);

- інформація, яку отримують зі свого кола, або з більш офіційних джерел: рекламних агентств, які здійснюють свою діяльність одночасно, наприклад, у Польщі та в Україні.

Необхідно підкреслити, що задоволення перелічених потреб необхідне, щоб забезпечити міграційний трафік такими можливостями: від прийняття рішення їхати до облаштування на новому місці; створення умов для ефективної економічної діяльності; підтримання відносин з батьківщиною (грошові перекази та підтримка родини до можливості бути похованим у своїй землі); забезпечення соціокультурних та побутових проблем (від необхідності вивчити мову, звичаї, норми, манери поведінки, стиль одягу тощо приймаючого суспільства до збереження і власної ідентичності, звичаїв, норм, традицій.

Здебільшого досвід засвідчив, що домогтися вирішення цих складних завдань індивідуальними зусиллями «човника-мігранта» неможливо. Формальні і неформальні мігрантські мережі та спільноти допомагають цим особам адаптуватися до соціально-економічного транскордонного простору, а також до прикордоння іншої держави, задовольняють попит мігрантів щодо їхніх базових потреб: безпеки, інформації, зв'язку, інфраструктури забезпечення проживання та діяльності.

Для розуміння сучасного транскордонного ринку та економічної ситуації у транскордонному просторі важливо прийняти і те, що правила можуть бути як формальними, так і неформальними, легальними або нелегальними. Також слід брати до уваги те, що транснаціональні концепції акцентують увагу на економічну діяльність, яка проходить на кордонах держав і здебільшого орієнтована на «іноземних сусідів» та, окрім того, може мати взаємодоповнюючу природу.

Отже, під транскордонним ринком у нашому випадку розуміємо інституційно сформований транскордонний простір, структуру якого становлять

транснаціональні організації і трансмігранти. Їхні стійкі зв'язки, доступ до важливої для них інформації, а також ресурси (по обидва боки кордону), які вони успішно використовують, організаційне поле якого формується формальними і неформальними інститутами (неформальними практиками, правилами і контролем за виконанням контрактів), що застосовують ці організації та мігранти (човники). Транскордонний ринок формує асиметричну взаємозалежність прикордонних регіонів по обидва боки кордону, яка виникає завдяки активній транскордонній торгівлі і неформальним практикам, що пов'язані з його обслуговуванням.

Модифікацій, варіантів початку побудови або вбудовування в транскордонні ринки – безліч. Однак не всі вони легальні або здійснюють їх не у межах законодавства. Представимо деякі з них, які безпосередньо діють у межах законодавства. Звичайно, ці варіанти не можливо ідентично відтворити акторам транскордонного ринку, проте можливо, що вони дещо схожі на практики, що застосовують на західному кордоні України.

*Варіант «самодіяльний».* Сьогодні малопоширений, однак його часто використовували раніше, коли підприємцеві необхідно було самому знайти та узгодити (зав'язати) контакти, організувати трансакції. Для цього «човник» повинен познайомитися з посередниками (наприклад, у нашому випадку польськими, білоруськими, російськими представниками бізнесу), вибудувати і знову ж узгодити найзручніший, відносно безпечний транспортний шлях.

Зрештою, намагаючись збути партії товару швидше та мінімізувати податкові витрати, вони вибудовують мережу підставних підприємців-торговців. Звичайно, цей варіант більш тривалий і ризикований. Підприємницькі ризики значно нижчі у наступному варіанті мережевої організації.

*Варіант «колективний».* Стосується більшою мірою маятникових мігрантів з Кавказу, КНР, Туреччини, Молдови та інших країн, коли групи торговців формуються, наприклад, для цілей вибудовування каналу збуту деякої, здебільшого турецької та китайської продукції та інших фірм. У такий спосіб, наприклад, китайська фірма нібито винаймає торгових представників, добираючи їх із безробітних претендентів. Зрозуміло, що цей варіант не дає його акторам можливостей значного та швидкого прибутку.

У тому випадку, якщо підприємець орієнтований на вищий рівень доходу і більш цивілізований варіант бізнесу, він може звернутися до посередника (відповідно, за додаткову плату).

Варіант «через посередника». Пошуком мережевих контактів займається стороння особа, яка має подібні ресурси. Після того, як посередник зводить майбутніх акторів мережі та отримує певну винагороду, він, зазвичай, з цих взаємодій вибуває. На західному транскордонному ринку діє значна кількість різноманітних посередників. Це і фірми, які займаються вантажними перевезеннями, бізнес яких побудований на тому, що вони допомагають зібрати

та організувати групу туристів так званих перевізників («кемел» або «цеглина»), які зможуть перевезти товар через кордон без комерційних митних зборів<sup>3</sup>.

Наведемо, для прикладу, розповідь одного з таких підприємців, власника пристойної машини, сучасних засобів зв'язку та інших атрибутів процвітаючого за місцевими мірками бізнесмена. Кілька років тому він тяжко працював, тягав баули вагою 30–50 кг, а сьогодні на нього працюють декілька людей. Прибуток його цілком влаштовує. Він є своєрідним керуючим та співвласником вантажоперевізної фірми, в штаті якої: керівник; менеджери, які здійснюють основну роботу з організації, доставки вантажу і керівництво тимчасовими вантажниками; водій машини, що зустрічає вантаж на українській території. У цій конторі, крім робочої сили, є й інші важливі ресурси: офіс, склад (100 м<sup>3</sup> або більше), транспорт, гроші, та найважливіше - напрацьована роками репутація.

Також, це можуть бути і різні актори, що підшукують партнерів, товари, послуги, що мають різні властивості. Цей варіант дає змогу економити час, дає деякі гарантії, надає дещо ширші можливості у пошуку потрібних людей, які, зазвичай, значною мірою залежать від посередника та його зв'язків.

*Варіант «службове становище».* Як і попередній, він допомагає створювати бізнес цивілізованіше, що зумовлено специфікою соціальних зв'язків, соціального капіталу, накопиченого акторами офіційної зовнішньоекономічної діяльності. Капітал доволі різноманітний: бізнес-контакти, особисте знайомство із чиновниками, керівниками (в тому числі й колишніми), державних та приватних підприємств, певне знання культури, норм, етикету, правил поведінки.

Адже, класичним прикладом може слугувати актор, освіта і фах якого дали змогу йому досконало опанувати мови, наприклад, англійську та польську. Вперше він виїхав за кордон ще до лібералізації зовнішньоекономічної діяльності, мета поїздки – службове відрядження. Вже тоді почали закладатися майбутні ділові зв'язки, широкі корисні неформальні контакти. Станом на сьогодні, у кращому випадку, у нього кілька видів бізнесу, в тому числі експорт техніки (можливо користованої), імпорт продуктів харчування. Варто зазначити, що важливим напрямком його діяльності стає допомога підприємцям з обох боків кордону в знаходженні партнерів, в оформленні документів, іншими словами - консалтингова діяльність, завдяки якій у нього стабільний дохід.

Зв'язки з керівниками підприємств, чиновниками дають змогу одержувати конкурентні переваги, великі замовлення. Знання звичаїв сприяє водночас подоланню недовіри, властиву щодо підприємницької діяльності. Також варто наголосити, що цей варіант часто пов'язаний з наявністю найважливішого комунікаційного ресурсу, необхідного для створення соціальних зв'язків: знання декількох мов.

Можна виокремити і *варіант «коло посвячених»*, характерний як для «човникарства», так і для відносно великого бізнесу – як для польських, так і

<sup>3</sup> «Цеглина» – підставна особа у «човниковому бізнесі», яка здійснює переправлення вантажів через кордон (в деяких регіонах використовують інший термін – «кемел»).

для українських акторів. Цей альтернативний доволі важливий, оскільки ілюструє, як в процесі соціалізації відбувається формування «новачків» ринку, які вдало застосовують створені правила, норми і практики і в такий спосіб останні вкорінюються. Цей тип діє у випадку, якщо майбутній підприємець спочатку попрацював як підставна особа, помічник, тобто актор-виконавець діючої мережі, проте згодом вписався у неї як повноправний учасник, створивши власну подібну структуру.

Доволі часто фірми, які займаються переправлянням вантажу через кордон, створюють колишні наймані працівники цього бізнесу. Аналогічно, підставний підприємець на ринку, зазвичай, пробує себе як комерсант, що перевозить товар через кордон. Чи залишиться він «підставним», чи стане діяти на свій страх і ризик – залежить від безлічі обставин, проте входження в мережу полегшуються його знання неписаних законів, практик і норм поведінки, а також зв'язками, які він отримує під час таких поїздок.

Також звернемо увагу і на доволі розповсюджену нелегальну та кримінальну транскордонну торгівлю, яка зумовлює до високого рівня корупції. Вона також має безліч варіантів, здебільшого – це пошук контрабандистами нових форм і методів переправки товару через кордон, оригінальність яких не перестає дивувати правоохоронні органи. Для прикладу наведемо декілька випадків: перехопили три літальні апарати різних модифікацій, якими переправляли цигарки через кордон. На українсько-словацькому кордоні знайшли тунель, який слугував транспортною артерією для переміщення сигарет, інших підакцизних товарів, а також людей. Обладнання тунелю на високому рівні (його стіни оброблено пластиком, підсилено сталевим армуванням), всередині їздить саморобний поїзд. Словаки заявляють, що протягом двох років тунелем на їхню територію могли переправити до 20 тисяч блоків цигарок вартістю 50 млн дол. США.

За останні 20 років транскордонне «човникарство» постійно розширюється, стає все більш організованим, а товар, ввезений цими каналами, стає більш якісним. Як вже було зазначено вище, після декількох років, багато «човників» (з обох боків) накопичило капітал і взялося за більш ресурсомісткий та дохідний бізнес. Дехто відкрив стаціонарні торгові точки (з продажу меблів, сантехніки, будматеріалів, продуктів харчування, одягу та взуття). Виїжджаючи, наприклад, до Польщі за товаром, підприємці все частіше вдавалися до послуг банків; виїжджаючи в Україну, не везли самі, а зверталися до фірм-перевізників. Деякі з них диверсифікувалися, зайнялися дрібним виробництвом (наприклад, металопластикових вікон, меблів), переробкою сільськогосподарської продукції тощо. Проте є й ті, кому пощастило менше; залишилися і колишні дрібні «човники», які реалізують свій товар (зазвичай, найнижчої якості) на відкритих ринках.

Аналіз дій підприємців на транскордонному ринку дає змогу виокремити низку давно відомих і вживаних ними ділових стратегій. У великому бізнесі найпоширеніші стратегія диверсифікації та змішана ділова стратегія, середній

бізнес частіше застосовує стратегію модернізації, дрібний змушений вдаватися до стратегії виживання.

Отже, перелічимо виявлені ресурси, необхідні щодо підтримки транскордонного ринку та мережі. Вони можуть бути «дійсними» для будь-якого з варіантів початку будівництва.

По-перше, це знання мови і звичаїв (місцевої культури спілкування), правил.

По-друге, комерційна доцільність (вигідність, зручність, надійність), через яку мережі створюють, і перебудовують.

По-третє, особливо важливим ресурсом мережевих взаємодій є довіра. Встановлюють її по-різному, проте навіть під час першої зустрічі можна почути декларації щодо чесності партнерів.

По-четверте, ділові транскордонні мережі не залишаються незмінними і головним вектором змін залишається вдосконалення бізнесу (пропонованих послуг, номенклатури товарів, методів їхнього просування), в процесі цього транскордонні бізнес-практики поступово стають все більш комфортнішими.

Таким чином, ділові мережі вибудовуються спочатку для вирішення головної проблеми - проблеми комунікацій. Поступово, з часом переростають в інститути, які, своєю чергою, вирішують вже іншу основну проблему – проблему легітимації (а згодом, ймовірно, й легалізації) порядків, створення спільних для транскордонного ринку принципів і механізмів, соціалізації його «новачків». На транскордонному ринку виникають особливі, притаманні лише йому, постійно діючі норми і правила гри та контролю, які для інших регіонів можуть бути неприйнятними.

Зазначимо, що сучасне ринкове, індивідуалістичне прикордонне суспільство не тільки схильне приймати етнічну і культурну різноманітність торгівлі, але й часто здатне підтримувати та успішно розвивати ці види ринку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Давыденко Л. Н. Трансграничное сотрудничество: экономические и институциональные основы : пособие/ Л. Н. Давыденко, А. И. Литвинюк. – Минск : БГПУ, 2006. – 207 с.
2. Радаєв В. В. Соціологія ринків: до формування нового напрямку / В. В. Радаєв. – М. : ГУ-ВШЕ, 2003. – С. 70.
3. Рона-Тасс А. Устойчивость социальных сетей в посткоммунистической трансформации Восточной Европы / А. Рона-Тасс // Неформальная экономика. – С. 396–411.
4. За матеріалами газети «Урядовий кур'єр». Електронний ресурс: <http://ukurier.gov.ua/uk/articles/geniyi-vid-kontrabandi/>.
5. Яровой Г. О. Регионализм и трансграничное сотрудничество в Европе / Г. О. Яровой. – СПб. : Норма, 2009.
6. Harbison, S. Family structure and family strategy in migration decision making, in: De Jong, G.F., and R.W. Gardner (eds.) Migration Decision Making. Multidisciplinary Approaches to Microlevel Studies in Developed and Developing Countries. – N.Y. : Pergamon Press, 1981.
7. Light I. Ethnicity and Business Enterprise, in: Stolarik, Mark and Murray Friedman (eds.) Making It in America. – Toronto : Associated University Press, 1985.

Стаття надійшла до редколегії 15.02.2013

Прийнята до друку 25.02.2013

**BUSINESS NETWORKS IN TRANSBORDER SPACE AND ITS POSSIBLE VARIANTS****Vsevolod Chertoryzhskiy**

*Institute of Regional Research of the NAS of Ukraine,  
4, Kozelnytska Str., Lviv, Ukraine, 79026, tel. (032)270-71-45,  
e-mail: irr-re@mail.lviv.ua*

The paper considers some of the issues in the formation of trade relations in transborder context, the possibilities of network transborder relationships (transborder ventures), the activities of actors in the western transborder market.

*Key words:* transborder market, transborder space, the variants of transborder relationship.

**ДЕЛОВЫЕ СЕТИ В ТРАНСГРАНИЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ И ИХНИЕ  
ВОЗМОЖНЫЕ ВАРИАНТЫ****Всеволод Черторижский**

*Институт региональных исследований НАН Украины,  
ул. Козельницкая, 4, г. Львов, Украина, 79026, тел. (032)270-71-45,  
e-mail: irr-re@mail.lviv.ua*

В статье рассмотрены некоторые вопросы формирования торговых отношений в трансграничном пространстве, возможные варианты сетевых трансграничных взаимосвязей (трансграничных предприятий), деятельность актеров на западном трансграничном рынке.

*Ключевые слова:* трансграничный рынок, трансграничное пространство, варианты трансграничной взаимосвязи.