УДК 339.194

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ "ЧЕРНОГО РЫНКА" ПРИ СОЦИАЛИЗМЕ И РЫНКА КОНТРАФАКТА В НОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Мамедова Лейла Эльдар гызы, к.э.н., доцент,
заведующий кафедры управления СП

Польский Валерий Дмитриевич, к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный морской
технический университет» (СПбГМТУ)

Аннотация. В статье затронут вопрос о роли дефицита товаров и услуг в становлении и развитии «черного» рынка при социализме и денежного дефицита, лежащего в основе зарождения и развития рынка контрафактной продукции в современных условиях; проведен сравнительный анализ указанных рынков.

Ключевые слова: новая экономика, производство, ценообразование, технологии, рынок контрафактной продукции, «черный рынок», денежный дефицит, социализм.

ANALYSIS OF THE BLACK MARKET DEVELOPMENT DURING SOCIALISM AND OF THE COUNTERFEIT MARKET IN NEW ECONOMY.

Mamedova L. E.
Polskiy V. D.

Abstract. The article is dedicated to the the role of goods and servises deficite at the phase of establishment and development of the black market during socialism and of the money deficite being background of birth and development of countefeit production in modern economy. The analysis of the aforementioned markets is conducted.

Key words: new economy, production, pricing, technologies, counterfeit products market, black market, cash deficit, socialism.

Большинство людей, родившихся и выросших при социализме, не понаслышке знают, что такое дефицит товаров и услуг. Был даже придуман особый термин советского новояза- «где достал?» - вопрошали друг у друга

потребители при виде дефицита. Не купил в магазине или заказал в интернете, а именно достал!

Новые поколения потребителей, родившиеся после начала рыночных преобразований не знают, что такое товарный дефицит, но хорошо понимают и чувствуют дефицит покупательной способности, нехватку денег и особенно в условиях многолетнего падения реальных доходов населения.

Проанализируем и сопоставим становление и развитие этих рынков.

Для того, чтобы «черный рынок» при социализме имел право на существование, необходимо соблюдать как минимум два предварительных условия. Первое. Товаропроизводитель обладает нелегальной возможностью производить и продавать товар на «черном» рынке, такая практическая возможность появляется в конце 50-х—начале 60-х годов, в то время, когда тоталитарная система начала разваливаться. Второе: покупатели дефицитной продукции не опасаются уголовного преследования за приобретение товаров на «черном» рынке (исключение составляла нелегальная купля-продажа иностранной валюты).

Если два этих предварительных условия выполняются, тогда только и можно говорить о развитии «черного рынка» при социализме. Итак, государство, исходя из лучших побуждений и заботы о потребителе, устанавливает фиксированную предельную цену, следствием которой выступает дефицит товарной продукции, как разница между большим объемом спроса и маленьким объемом предложения. Не забудем, при этом, что объем спроса - это то количество дефицитного товара, которое потребитель должен был найти в свободной продаже в магазине. Следовательно, «черный рынок» при социализме является прямым результатом использования государством фиксированной цены ниже равновесной. Такая цена с неизбежностью порождает товарный голод, в условиях которого потребитель самостоятельно готов платить цену выше равновесной, (хотя таковая отсутствует в экономике), но в рамках своего платежеспособного спроса. Потребитель платит цену «черного» рынка, которая одновременно является ценой спроса. Это важно подчеркнуть, ибо рост или снижение доходов двигает линию спроса и регулирует цену спроса. Поэтому высокая цена «черного» рынка укладывается в цену спроса и не может рассматриваться как цена принуждения, ибо не существует цены «черного» рынка выше, чем уровень доходов.

В этом смысле цена «черного рынка» при дефиците внешне похожа на высокую цену, устанавливаемую монополией, но главное отличие между ними

в том, что ценообразование в условиях монополии не основывается на дефиците.

На «черном» рынке можно выделить два основных сегмента: цеховой сегмент и сегмент рынка государственной торговли.

Цеховой сегмент «черного» рынка представлял собой едва ли не важнейшую составляющую теневой экономики. Дело в том, что за счет своей гибкости и эластичности, способности быстро и эффективно приспосабливаться к изменяющимся условиям спроса, теневая экономика перекачивала, миллиарды рублей. По оценкам и расчетам НИЭИ при Госплане СССР общий объем теневых товаров и услуг, полученных населением страны в конце 80-х годов составил сумму 20-22 млрд рублей, а общий объем незаконных доходов, полученных в этой сфере, союзный Госкомстат оценивал в 56.6 млрд рублей. [1,с.83]

В сфере экономики нелегального производства товаров и услуг было занято около 10 % экономически активной части населения Советского Союза

Второй сегмент «черного» рынка –государственная торговля, это простой ответ на главный вопрос «Как увеличить объем прибыли «черного» рынка, не подвергая себя дополнительным издержкам и рискам?» Целевая функция фирмы- желание получить максимум прибыли - проявляется через возможность украсть у государства часть продукции, которая должна продаваться по фиксированной цене и продать ее по цене «черного» рынка.

Таким образом, прибыль «черного» рынка возрастает прямо пропорционально сокращению объема продаж по фиксированной государством цене.

В то же самое время сегмент «черного» рынка в сфере государственной торговли был заточен только на перераспределение части объема продукции в пользу теневых оборотов и не производил никаких дополнительных объемов. Если цеховики способствовали снижению социальной напряженности, приближая объем продаж к равновесному, то теневики в государственной торговле усиливали социальную напряженность и неравенство, уводя значительные объемы от продажи по фиксированной государством цене в сторону «черного» рынка, теневики фактически паразитировали на объеме продаж в государственной торговле.

Причем динамика хищений была очень существенной. По расчетным данным Министерства внутренних дел Союза ССР в статистическом ежегоднике «Народное хозяйство СССР в 1990» году отмечалось, что в 1986 году хищениями социалистической собственности и должностными

преступлениями был нанесен ущерб в 463 млн рублей, в 1989 уже 674 млн. руб., а в 1990 - 878 млн. рублей [2]

Можно утверждать, что теневая экономика дефицита существовала во многом за счет государственных ресурсов через организацию каналов прямого хищения материальных ресурсов государственных предприятий. Тем самым происходило некое перетекание и перераспределение ресурсов из государственного и колхозно-кооперативного сектора в теневой.

По данным исследований видного советского экономиста Т. Корягиной в начале 1960-х годов годовая стоимость нелегально произведенных товаров и услуг составила 5 млрд рублей, а уже в 1989 году достигла 90 млрд руб. Темпы роста теневой экономики поражают воображение: экономика СССР в целом за тридцатилетие выросла в 3.6 раза, а теневая экономика в 14 раз! [3, с 117]

Если в 1973 году в СССР доля теневого сектора равнялась примерно 3% ВВП, в 1990 году - 10-11%, то уже в 1993 -27% от ВВП. [4, с.155]

По оценкам Т. Корягиной рост числа занятых в рамках нелегального сектора составил от 6 млн. в 1960 году до 30 млн. чел в 1989 [3, с.116]

Если анализировать сегодняшний рынок контрафактной продукции, который изначально выстраивался как сегмент рынка для «бедных», то прежде всего это подделка логотипов и внешнего вида товаров, когда в производстве продукции используются товарные знаки, лейблы, стикеры известных фирм, но при этом не решены вопросы авторских прав, патентов или лицензий. Сюда же можно отнести и практику нарушения технологии производства товаров, на которых присутствует атрибутика мировых брендов. Само наличие контрафакта или фейка в экономике и торговле предполагает, что покупателю предлагается подделка, а последний сознательно идет на такую покупку.

И если основным двигателем «черного» рынка при социализме можно считать всеобъемлющий товарный дефицит, то в основе рынка контрафактной продукции лежит обратная сторона товарного дефицита или его модификация - дефицит платежеспособного спроса населения.

Именно спрос, как желание купить товар и быть «как все», но при этом формирующийся при низких денежных доходах населения, порождает желание людей всеми способами оставаться в пределах достигнутого уровня потребления и формирует феномен «высокий спрос- низкие доходы». Люди хотят потреблять как раньше и готовы любыми способами сохранить этот уровень даже при помощи добровольного отказа от высокого стандарта качества и добровольного ухода в контрафакт.

Оценить объем рынка контрафактных товаров не представляется возможным, тем не менее в соответствии с данными Высшей школы экономики объем незаконного оборота продукции во всех формах в 2015 году оценивался в 2.5 трлн рублей, что соответствует 9% общего оборота розничной торговли. [5.с.363]

В рамках данной статьи анализу подвергается такой сегмент контрафактного рынка, который не связан с простой перепродажей конфиската. Данный сегмент не выступает прямым конкурентом стандартного товара из-за разных ценовых уровней и поэтому прекрасно уживается с рынком стандарта. Источники происхождения этих товаров могут быть самые разнообразные: от серого импорта готовых товаров до собственного производства товаров из фальсифицированного сырья, материалов или технологий.

Что же позволяет столь разные по происхождению товары отнести к одному рыночному сегменту? Ответ прост: низкий уровень цены продажи. Потребителю с низкими доходами, испытывающему дефицит денег, абсолютно все равно каковы источники происхождения товаров.

Очевидно, не требует особых доказательств утверждение о том, что сегмент контрафактного рынка может существовать только за пределами объема равновесия. Теория позволяет предположить, что покупательский спрос на контрафактном рынке возникает при цене хотя бы на 1 руб. меньше, чем цена стандарта.

В цене отражаются многие эффекты построенного общества потребления:

--потреблять много и разнообразно;

--уровень потребления должен быть «не хуже, чем у других»

--как отзвук эффекта престижного спроса;

--изо всех сил сохранять уже достигнутый уровень потребления, при уменьшении доходов и согласившись со снижением качества товаров.

На контрафактном рынке эффект «цена-показатель качества» продолжает оказывать прямое воздействие на поведение потребителя. Покупатель этого товара прекрасно осведомлен об уровне качества конкретного товара и продажная цена укладывается в рамки соотношения «цена-качество». Тем самым, эффект «цена-показатель качества» подвергается жесткому воздействию со стороны контрафактных товаров. [6, с.7-9]

Минимальные издержки производства и кажущаяся легкость зарабатывания высоких прибылей при реализации контрафактных товаров, сомнительный уровень качества--все это оказывает весьма болезненное и

разлагающее воздействие на производство, издержки и уровень качества стандартного товара (понижающее воздействие).

В то же самое время, высокий уровень качества стандартного товара и условия его реализации оказывают положительное влияние на контрафактный рынок (повышающее воздействие).

Дальнейшее развитие и укрепление рынка контрафактной продукции приводит к деградации и снижению адекватного потребления. Происходит стагнация покупательских предпочтений, основанная на снижении реальных доходов потребителя и срабатывает механизм привыкания к определенному потреблению, заданному уровнем жизни. Нет необходимости стремиться к потреблению более качественных, удобных и модных товаров.

Также как и на рынке стандартного товара, где спрос обладает воспитательной функцией и воздействует на формирование покупательского вкуса и предпочтений, также и рынок контрафактной продукции формирует свои вкусы и предпочтения и подпитывает зависимость потребителя от рынка контрафакта.

Здесь есть еще одно не бесспорное суждение. Если «низшим» называется товар, спрос на который падает с ростом дохода потребителя при неизменных ценах, то следует задаться вопросами: как рост дохода потребителя воздействует на формирование «низших» товаров на контрафактном рынке? Можно ли на товар контрафактного спроса накладывать матрицу «нормального» и «низшего» товара?

С одной стороны, изменение дохода является важнейшим фактором самого деления товаров на «нормальные» и «низшие». Если спрос на нормальный товар растет с ростом дохода, то при падении реальных доходов он переключается на «низшие» товары и чем длительнее это положение, тем быстрее покупатель начинает воспринимать «низшие» товары, как «нормальные». С другой стороны, можно предположить, что зависимость потребителя от конъюнктуры рынка контрафактных товаров и привыкание к нему приводит к тому, что с ростом дохода спрос на «низшие» товары может не падать в среднесрочном временном интервале. И чем более длительным является временной интервал в течение которого доходы потребителя не растут, тем глубже потребитель привыкает к потреблению «низших» товаров и тем сложнее ему вырваться из под влияния потребления низших стандартов, даже если его доходы обозначили положительную динамику.

Можно обозначить еще один аспект проблемы. Дело в том, что в условиях чудовищных различий между бедностью и богатством, падения как

номинальных, так и реальных доходов, цены на контрафактном рынке создают иллюзию доступности модных и брендовых товаров для немалой части населения страны.

Численность населения России с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума по данным Федеральной службы государственной статистики за 2019 год составила величину 18.1 млн. чел. При этом величина прожиточного минимума за месяц в этом же году была равна 10.890 рублей. А дефицит денежного дохода населения достиг 721,6 млрд. руб. [7] Что касается оценки социально-экономического значения рынка контрафактной продукции в экономической и социальной жизни России в целом, то:

Во - первых, надо признать, что некоторое не очень значительное число потребителей не пользуется услугами данного рынка вследствие достаточно высоких доходов.

Во – вторых, значительная доля российских потребителей покупает товары и услуги на этих рынках и оценивает их скорее положительно.

В - третьих, еще одна немалая часть граждан России, которая даже по официальной статистике живет на уровне или ниже черты бедности, не в состоянии обходиться без товаров с рынка контрафактной продукции и оценивает такие рынки как абсолютно положительные.

Следовательно, надо признать, что рынок контрафактной продукции играет в целом важную социально- экономическую роль и способствует удовлетворению покупательского спроса. Таким образом, несмотря на разную и противоположную систему координат (планомерность, одно партийность, коммунистическая идеология с одной стороны, и стихийность, многопартийность и идеология государственно –монополистического капитализма, с другой) можно сделать вывод о том, что в основании теневого сектора экономики лежат разные ипостаси дефицита - товарного в первом, и денежного во втором.

Рынок контрафактной продукции, порожденный высоким спросом при низкой покупательной способности, плавно занимает теневой сектор социалистической экономики и является продолжением и прямым наследником «черного» рынка.

Список литературы

- 1.Кормишкина Л. А. Теневая экономика (институциональный подход): учеб. пособие для вузов / Л. А. Кормишкина, О. М. Лизина. – Саранск : Изд-во Мордов. ун-та, 2009.
- 2.Народное хозяйство СССР в 1990 г. Статистический ежегодник. Правонарушения. <http://istmat.info/node/464>
- 3.Корягина Т. Теневая экономика в СССР// Вопросы экономики. 1990. №3.
- 4.Неустроева Н.Н. Теневая деятельность - особый экономический институт общества/ ЭКО.-2008.-№ 9.-с.150-157.
- 5.Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Исследовательский проект «Основные формы незаконного оборота продукции на потребительских рынках России и меры противодействия».М,2016
[//http://www.rusbrand.com/files/2016/hse_2016_illegal_traffic.doc](http://www.rusbrand.com/files/2016/hse_2016_illegal_traffic.doc)
- 6.Галазова Т.Э. Теоретическая характеристика рынка контрафактных товаров // TERRA EKONOMICUS, Южный федеральный Университет (Ростов на Дону), том 7, №3-2, 2009, с7-9 <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskaya-harakteristika-rynka-kontrafaktnyh-tovarov>
7. <https://rosstat.gov.ru/folder/13723>