

Плавмагазин

Михаил
Агапов

Летом на Обском севере у каждого села можно увидеть пришвартованное к пирсу или уткнувшееся носом в берег судно, до самого мостика загруженное коробками с холодильниками, мебелью, плитами пеноплекса, пластиковыми окнами и велосипедами. Впервые оказавшись внутри такого судна, я словно перенесся в начало 1990-х: больше всего его чрево напоминало типичный для тех лет коммерческий магазин (*комок*), предлагавший в тесном, ограниченном, как правило, подвальном пространстве неограниченный ассортимент товаров. На разделенных узким проходом, упирающихся в невысокий потолок прилавках было буквально все: бытовая химия, инструменты, строительные материалы, сантехника, одежда, кошачий и собачий корм; в соседнем отсеке – овощи и фрукты, посуда, кондитерские изделия, холодильник с мороженым; посреди всех отсеков грудились холодильники, стиральные машины и микроволновки. Над прилавками висело объявление «Подберем под вас и матрас, и унитаза». Так выглядит типичный обский плавучий магазин, именуемый так же плавмагазином, плавником или плавиком (далее – ПМ).



Михаил Геннадьевич Агапов (р. 1974) – социальный антрополог, сотрудник Лаборатории исторической географии и регионалистики Тюменского государственного университета.



Плавмагазин. Село Мужи, Шурышкарский район Ямало-Ненецкого автономного округа. Фотография автора, июнь 2019 года.



«Золотой век» ПМ пришелся на середину 1990-х – начало 2000-х, когда платежеспособность и потребительский спрос местного населения уже заметно возросли, но слабая транспортная инфраструктура еще не могла обеспечить поступление товаров с «большой земли» в требуемом объеме. В этих условиях ПМ оказались чрезвычайно прибыльным бизнесом. Им занялись предприниматели из портовых городов южной части Обского бассейна – Тобольска, Тюмени, Омска, Томска. Все начинали, как правило, с одного ПМ, который приобретался или арендовался. Наиболее востребованными были так называемые «немки» – суда типа ПМ-600 и ПМ-700, построенные в ГДР на судостроительных заводах «Edgar André» в Магдебурге и «Rosslauer Schiffswerft» в Росслау в 1969–1974 годах. Те, кто не мог приобрести типовые ПМ, переделывали под них суда типа СТ (самходный теплоход), ГТМ (грузовой теплоход малый), «Колхозница» (малое грузовое судно), прогулочные теплоходы и баржи. Приобретение собственного ПМ считалось выгодным вложением средств.

Вместе с тем плавмагазинный бизнес был сопряжен с высоким риском. Рассказы предпринимателей об истории *своего дела на реке* похожи на вестерны, с такими типичными для них сюжетами, как открытие новых путей сообщения, первоначальное неприятие приезжих торговцев местными жителями, войны с бандитами и борьба с конкурентами, установление отношений с местными властями и так далее. Большинство владельцев ПМ со временем заняли узкие ниши (например занялись продажей исключительно строительных материалов), лишь немногие смогли создать собственные судоходные компании, включающие пять–семь ПМ и корабли-подвозчики. Сегодня ПМ – это уже уходящая натура. Их число заметно сократилось к середине 2010-х, когда наземные пути сообщения дотянулись до большинства населенных пунктов Средней и Нижней Оби, в какие-то из которых пришли крупные торговые сети. В настоящее время на Оби насчитываются, по разным данным, от десяти до пятнадцати ПМ, что составляет до половины всех ПМ, зарегистрированных в России. Кроме Сибири (Обь, Енисей), ПМ работают на реках европейской части страны (Волга) и Дальнего Востока (Лена, Амур).

Обские ПМ открывают навигацию в начале мая, как только с реки начинает сходить лед, двигаются, буквально упираясь носом в льдины, и завершают навигацию в конце октября, когда лед начинает вытеснять их из акватории. Для северных поселков прибытие первого и отбытие последнего плавмагазина являются значимыми событиями, маркирующими смену времен года. Стремясь охватить как можно больше населенных пунктов, ПМ передвигаются по часто труднопроходимым «бо-

ковым рекам» и протокам. Рабочая зона обских ПМ делится на два района: «Река» и «Губа». Из-за постоянных штормов навигация в «Губе» крайне сложна. Речники часто называют Обскую губу морем. Все типовые ПМ и перестроенные под них суда относятся к типу речных или озерных, вследствие чего не имеют права выходить в Обскую губу. Официально губа открыта только для морских судов и судов смешанного плавания «река–море», однако на практике там работают и ПМ.

МИХАИЛ АГАПОВ

ПЛАВМАГАЗИН

Для северных поселков прибытие первого и отбытие последнего плавмагазина являются значимыми событиями, маркирующими смену времен года.

Районы «Река» и «Губа» называются также «кругами», поскольку в каждом из них ПМ ходят по кругам, охватывающим в зависимости от типа ПМ и наличия или отсутствия у него подвозки товаров от трех до десяти населенных пунктов. Небольшие ПМ, работающие, как правило, без подвозки, делают в сезон один–три круга. ПМ крупных компаний с отлаженной системой подвозки товаров ходят по своим кругам в течение всего сезона, заходя в каждое включенное в круг село в среднем один раз в семь–десять дней и торгуя там от одного до трех дней. Крупные компании ПМ имеют достаточно разветвленные и протяженные сети поставок, регулярность которых обеспечивается специальными судами-подвозчиками (сухогрузными теплоходами), курсирующими между базовым портом (Тобольск, Томск, Омск) и рабочими зонами ПМ. Подвозка товаров производится также авто- и железнодорожным транспортом через расположенные в непосредственной близости от рабочей зоны ПМ пункты (для «Реки» это поселок Приобье Ханты-Мансийского автономного округа, для «Губы» – город Лабытнанги Ямало-Ненецкого автономного округа).

Будучи заинтересованными в сбыте всех своих товаров, владельцы ПМ предпочитают торговать по предварительным заказам, которые оформляются через сайты (группы в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники» и/или официальные сайты – такие, как, например, *флоттомск.рф*). Крупные компании ПМ представляют на своих сайтах широкий ассортимент товаров, объединенных в группы: бытовая и цифровая техника, мебель, окна, строительные материалы и инструменты, текстиль, товары для спорта, хозтовары. Типовые ПМ – настоящие супермаркеты на воде. Крупные компании ПМ также успешно участвуют в конкурсах и реализациях тендерных подрядов в рамках



северного завода. Компании, состоящие из одного–двух ПМ, обычно специализируются на торговле двумя–тремя видами товаров. Все ПМ торгуют свежими овощами и фруктами.

Хотя в поселках всегда есть высокий спрос на алкоголь и сигареты, крупные компании ПМ их не реализуют. Дело заключается не только в том, что продажа алкоголя разрешается лишь в стационарных точках. Внушительные транспортные расходы заставляют владельцев ПМ *«работать оборотами»*. Поэтому ПМ загружаются товарами, которые пользуются стабильным спросом; продаются по *«хорошей»* цене; компактны и просты в транспортировке. С этой точки зрения алкоголь оказывается невыгодным товаром, проигрывая в первую очередь бытовой и цифровой технике – лидирующей группе товаров средних и крупных ПМ. Кроме того, наличие на борту алкоголя провоцирует экипаж на запойное пьянство, а местных жителей – на конфликт с экипажем из-за постоянных требований продать алкоголь в долг.

Внутреннее пространство ПМ разделено на две части: «верх» и «низ». «Верх» – это отделы ПМ, расположенные в надстройке (на несерийных ПМ – в переделанных каютах), «низ» – отделы ПМ, расположенные в трюмной части судна. Обычно «внизу» размещаются продуктовые отделы («заморозка», «овощи и фрукты») и собственно места хранения продуктов, а «наверху» – все остальные отделы («бакалея», «одежда», «бытовая химия», «бытовая техника», «мебель», «инструменты», «охота и рыбалка»).

Экипажи ПМ делятся на судоводительскую и коммерческую команды. Первая формируется из профессиональных речников и возглавляется капитаном, в ее составе на матросских должностях часто работают студенты-речники. Вторая команда состоит из продавцов-консультантов и грузчиков, она подчиняется директору ПМ. Вопросы передвижения судна обсуждаются совместно директором и капитаном, при этом решающий голос принадлежит капитану. Позиции капитанов и директоров ПМ престижны и высокооплачиваемы. На должности сотрудников ПМ среднего и низшего звена чаще всего трудоустраиваются люди, оказавшиеся в сложной жизненной ситуации. Работа на ПМ дает возможность сбежать от домашних проблем, сэкономить средства (обе команды находятся на полном довольствии судовладельца) или даже извлечь выгоду (сдать свою квартиру на время отсутствия). Дополнительный заработок продавцам дает реализация «левого» товара, завышение стоимости товаров, подработка в селах (например сборка и установка мебели, подключение и настройка бытовой и цифровой техники). Свои «серые» заработки есть и у судоводителей (продажа солянки, как правило, разбавленной; «левые» закупки рыбы и так да-

лее). Вместе с тем тяжелые условия работы и проживания (общие небольшие каюты по четыре–шесть человек) являются причиной значительной *текучки* продавцов-консультантов.

Общим для всех обитателей ПМ является тезис о привлекательности *«кораблядской жизни»*. При этом смысловое поле данного понятия чрезвычайно широко: для разных людей оно включает в себя такие аспекты как пьянство, сексуальные приключения (половой состав обеих команд смешанный, среди продавцов преобладают женщины), *«северная романтика»* и тому подобное. Следует заметить, что, хотя на работу на ПМ нанимаются люди буквально со всех концов страны, представителей индигенных народов на ПМ нет. Это объясняется как неготовностью последних оставлять свои занятия на *«земле»* на весь летний период, так и недоверием со стороны директоров ПМ, считающих ненцев и хантов *ненадежными работниками*.

ПМ работают не только на *завоз*, но и на *вывоз*. В настоящее время *вывоз* составляет прежде всего металлолом. Его регулярно вывозят суда-подвозчики и в конце навигации сами ПМ. Металлолом скупается у местного населения или подбирается как *бесхозный*. В 1990-е ПМ брали у местного населения рыбу на *реализацию в счет оплаты*. Однако такие схемы перестали работать уже в 2000-е. Сейчас рыба составляет второй по значимости после металлолома объект обратного вывоза ПМ. Обратно вывозятся и нереализованные товары, которые затем хранятся на складах до следующей навигации.

Главными конкурентами ПМ считаются поселковые магазины, однако на практике между ними складывается своеобразный симбиоз. Дело в том, что летом северные поселки заметно пустеют. Непродуктовые отделы поселковых магазинов на лето обычно закрываются – ПМ фактически замещают их. Несмотря на рост цен на ГСМ, водный транспорт все еще остается самым дешевым средством доставки товаров, в том числе всегда востребованных на Севере фруктов, овощей и *«скоропорт»*. Заметим, если «русское» население северных поселков, как правило, закупает предметы *«сельской роскоши»* (мебель, бытовую технику) зимой в местных стационарных магазинах, то представители коренного населения приобретают товары той же группы обычно летом на ПМ. Некоторые ПМ принимают заказы на изготовление индивидуальной мебели. В наиболее отдаленных северных поселках едва ли не вся *«сельская роскошь»* приобретается на ПМ.

Бассейны крупных рек часто являются естественной, а в случае отдаленных северных территорий зачастую и единственной наземной, транспортной инфраструктурой, обеспечивающей функционирование локальных систем мобильностей. Следует заметить, что на севере реки служат путями сообщения не толь-



ко в летнее, но и в зимнее время, когда по ним прокладываются снеголедовые дороги (*автозимники, зимники, «ледники»*). Однако не стоит преувеличивать естественность водно-транспортных локальных систем. Как в летнее, так и в зимнее время реки превращаются в пути сообщения только благодаря целому комплексу масштабных работ, обеспечивающих судоходные/автодорожные условия. С одной стороны, работа ПМ опирается на уже существующую транспортную инфраструктуру (причалы, система радио- и телесвязи, система навигационных знаков и так далее), с другой стороны, постоянно развивая свои торговые сети, в том числе и за пределами хорошо освоенных районов, ПМ создают новые устойчивые маршруты, взаимосвязи между поставщиками и потребителями, отдельными поселками. Таким образом, неформальные агенты способствуют расширению формальной инфраструктуры, дотягивая ее до наиболее удаленных северных населенных пунктов.