

DOI: 10.19181/snsp.2021.9.4.8615

Эволюция «этнического» бизнеса в России: сравнительный анализ предпринимательства мигрантов из Азербайджана и Кыргызстана

В. М. Пешкова¹

¹Институт социологии ФНИСЦ РАН.
109544, Россия, Москва, ул. Большая Андроньевская, д. 5, стр. 1

Для цитирования: Пешкова В. М. Эволюция «этнического» бизнеса в России: сравнительный анализ предпринимательства мигрантов из Азербайджана и Кыргызстана // Социологическая наука и социальная практика. 2021. Т. 9, № 4. С. 205–220. DOI: 10.19181/snsp.2021.9.4.8615

Аннотация. В статье представлены итоги сравнительного анализа предпринимательской активности мигрантов из Азербайджана и Кыргызстана в Москве и Московской области, создававших бизнес в период с 1990-х по середину 2010-х гг. Исследование выполнено на анализе данных 58 интервью с предпринимателями и представителями общественных организаций и журналистами, а также опроса предпринимателей киргизского происхождения, проведённых в 2017–2019 гг. В основе анализа сравнение таких факторов и характеристик предпринимательства и мигрантов, как: структурные возможности и ограничения; мотивация к занятию предпринимательством; особенности формирования стартового капитала, состав партнёров, персонала и потребительской аудитории; типы предпринимательских стратегий; роль этничности и этнической принадлежности, а также сетей, в основе которых связи с родственниками, земляками и соотечественниками. Делается вывод, что для описания идеального типа предпринимательства мигрантов из Азербайджана более всего подходит концепт «посредническое меньшинство», мигрантов из Кыргызстана – «этническая экономика». Однако деловая активность мигрантов не ограничивается этими типами. Особенности предпринимательства мигрантов из разных регионов, разнообразие конкретных предпринимательских стратегий рождаются на пересечении взаимовлияния миграционной истории, социально-демографических характеристик и различных социально-экономических, политических и локальных контекстов в разные исторические периоды.

Ключевые слова: мигранты; предприниматели; предпринимательство; «этнический» бизнес; Азербайджан; Кыргызстан; Россия

Постановка исследовательской задачи

Международная миграция является актуальной проблемой практически на протяжении всей постсоветской истории России. При этом в общественно-политическом и научном дискурсе внимание фокусируется преимущественно на мигрантах как наемных работниках [8; 13]. В то время как в международной и во многих национальных повестках дня предпринимательство мигрантов занимает одно из ключевых мест [33]. Считается, что предпринимательство мигрантов вносит огромный вклад в устойчивое развитие как принимающих, так и отправляющих стран [19; 23; 28; 29; 33].

Исследования предпринимательства¹ российского населения, тем более деловой активности мигрантов, осложняются отсутствием единообразных и сравнимых статистических данных, часто меняющимся законодательством и исполнительной практикой. Однако постоянно пополняющийся список государственных мер по поддержке малого и среднего предпринимательства² свидетельствует об актуальности данного вопроса для развития страны. В связи с этим цель данной статьи состоит в том, чтобы проанализировать развитие предпринимательства иностранных мигрантов на примере мигрантов из Азербайджана и Кыргызстана на протяжении постсоветского периода России, выявить его особенности и этапы развития.

История изучения и основные теоретико-методологические подходы

Научному интересу к предпринимательству мигрантов более ста лет. Однако масштабное активное изучение этой проблематики начинается в последней трети XX в., когда и были сформированы основные теоретико-методологические подходы. Установочным для большинства подходов является предположение о том, что предпринимательство мигрантов существенно отличается от такового у не мигрантов. Эти отличия обычно выявляются на основе анализа структурных факторов, а также групповых и индивидуальных характеристик мигрантов, создающих возможности / барьеры и / или недостатки / препятствия, которые по отдельности или в комбинации и определяют особенности предпринимательства мигрантов [29; 30; 31; 34].

Структурные возможности, определяемые также разными характеристиками мигрантов как на групповом, так и на индивидуальном уровнях, различаются в зависимости от национального, регионального и местного контекстов [20; 28]. Разнообразие конкретных предпринимательских стратегий складывается именно вследствие взаимодействия персональных ресурсов со структурными возможностями и групповыми ресурсами мигрантского сообщества [24]. Одна из аналитических рамок, также учитывающая разные уровни мигрантского предпринимательства в комплексе, вводит такие понятия, как «контексты выхода» (мотивация, человеческий капитал, финансовые / материальные ресурсы мигрантов) и «контексты приёма» (миграционная политика, отношение общества к мигрантам, деятельность этнических сообществ и т. п.) [26].

¹ Вслед за Федеральной службой государственной статистики РФ под предпринимателями предлагается понимать работающих не по найму или занятых в «работе на собственном предприятии, в собственном деле» [9].

² В частности, национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» (см. сайт правительства России: <http://government.ru/rugovclassifier/864/main/>), «Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в РФ до 2030 года» (см. сайт правительства России: <http://government.ru/docs/23354/>) и др.

Комплексный анализ особенностей предпринимательства, позволяющий учесть как структурные возможности, так и групповые и индивидуальные характеристики мигрантов, часто осуществляется с помощью категорий капитала и ресурсов. Выделяются, как правило, три формы капитала: финансовый, или доступ к финансовым ресурсам и их мобилизация; человеческий капитал, или такие персональные ресурсы, как образование, трудовой и миграционный опыт, знание бизнеса и финансов и т. п.; социальный капитал, или принадлежность к определённой группе и связанные с ней самые разные солидарности [17; 18; 31]. Иногда также выделяется культурный капитал, или ресурсы, связанные с историческими и культурными традициями [31].

К ключевым ресурсам предпринимателей-мигрантов, отличающих их от предпринимателей не мигрантов, относят так называемые этнические (семейные, дружеские и земляческие) сети [14; 30; 34]. Семейные связи, наряду с семейным доверием и поддержкой, составляют социальный капитал мигранта, который вместе с земляческими сетями помогает преодолеть различные недостатки в условиях ограниченных возможностей принимающей страны [14]. Важным источником социального капитала мигрантов также являются «ограниченная солидарность» и «принудительное доверие», встроенные в эти этнические социальные структуры [27].

В целом различия в подходах на основе анализа этнических ресурсов проходят по линии интерпретации их природы, места и роли в предпринимательстве мигрантов. Одни понимают их как примордиальную характеристику и используют как аргумент для классификации любого предпринимательства мигрантов как этнического бизнеса. Другие считают, что тот или иной ресурс становится этническим в определённых социально-экономических контекстах, в разных индивидуальных и групповых предпринимательских стратегиях.

Но несмотря на различия, определение предпринимательства мигрантов в первую очередь как «этнического» бизнеса остаётся одной из доминирующих теоретико-методологических установок. Наиболее известны теории посреднических меньшинств, этнической экономики и анклавной экономики. Первая делает акцент на посреднической роли предпринимателей-мигрантов – как с точки зрения взаимодействия с местным обществом и другими меньшинствами мигрантов, так и с точки зрения занятия экономических ниш, оставленных другими предпринимателями [16; 31]. Ключевое положение теории этнической экономики состоит в том, что предприниматели создают рабочие места в первую очередь для «своих» (родственников и соотечественников) на основе общеразделяемой этнической принадлежности [21; 22; 25; 34]. Частным случаем теории этнической экономики является теория этнического анклава, которая фокусируется на пространственной концентрации мигрантов и на кластеризации принадлежащих им предприятий [27].

В отечественной социальной науке предпринимательство мигрантов слабо изучено, хотя бы в силу новизны данного явления. Но и в существующих работах оно чаще всего рассматривается преимущественно через призму «этнического

предпринимательства» и «этнической экономики». Можно выделить несколько основных направлений исследований: «этнического разделения труда» [3; 7 и др.]; предпринимательства как формы социально-экономической адаптации мигрантов [10; 11 и др.]; особенностей предпринимательской активности отдельных этнических и мигрантских сообществ в России [2; 4; 12 и др.]. Исключением является исследование О. Е. Бредниковой и О. В. Паченкова, которые показывают, что этническая солидарность в среде мигрантов ситуативна и ограничена соображениями рациональности [1].

Таким образом, в большинстве отечественных работ неэтнические аспекты предпринимательской активности мигрантов практически не исследуются. Однако, как демонстрируют многочисленные зарубежные работы и российская реальность, это явление намного сложнее и разнообразнее, особенно принимая во внимание то, что за тридцатилетнюю историю современной России серьёзной трансформации подверглись социально-политическая и миграционная ситуация и, соответственно, предпринимательские стратегии мигрантов. В связи с этим наиболее продуктивным теоретико-методологическим подходом может быть анализ явления, учитывающий как социально-экономические и исторические условия конкретной среды, где происходит развитие деловой активности мигрантов, так и характеристики мигрантских сообществ, в том числе место и роль этничности – как на индивидуальном, так и на групповом уровне.

Методика анализа и данные

Исследование основывается на сравнительном анализе деловой активности мигрантов из Азербайджана и Кыргызстана в Москве и Московской области, создававших свой бизнес в период с 1990-х по середину 2010-х гг. Выбор Москвы и Московской области объясняется тем, что благодаря социально-экономической ситуации и возможностям рынка труда столичный регион является одним из главных центров притяжения как внутренних, так и внешних мигрантов. Часть предпринимателей в настоящее время, имея российское гражданство, формально не являются мигрантами, но важно то, что они начинали предпринимательскую карьеру в статусе мигрантов.

Выбор мигрантов из Азербайджана и Кыргызстана для сравнительного анализа обусловлен несколькими факторами. Среди как трудовых мигрантов, так и переехавших на постоянное место жительства преобладают граждане бывшего СССР, особенно стран Средней Азии и Закавказья [15]. Однако миграция из Азербайджана и Кыргызстана имеет разную историю и динамику. Если активная миграция из Азербайджана начинается на заре 1990-х гг., то из Кыргызстана – примерно в середине 2000-х гг. Данные переписей населения показывают, что в начале 2000-х гг. в России проживало примерно 621 тыс. (в Москве и Московской области 110 тыс.) азербайджанцев с российским

гражданством, а в 2010 г. — около 603 тыс. (в Москве и Московской области около 76 тыс. человек). К сожалению, нет актуальных данных о численности азербайджанцев с российским паспортом, но с учётом того, что на 1 августа 2019 г. насчитывалось около 710 тыс. граждан Азербайджана [6; с. 40], можно предположить, что в настоящее время в России находится не менее 1,5 млн азербайджанцев, а по некоторым экспертным оценкам — не менее 3,5 млн. По данным переписи 2002 г. зафиксировано около 32 тыс. российских граждан киргизской национальности (в Москве и Московской области 4,7 тыс.), а в 2010 г. — около 103 тыс. (в Москве и Московской области около 23,5 тыс.). В настоящее время в стране свыше миллиона киргизов (в Москве не менее 200 тыс.): 732 тыс. граждан Кыргызстана [6; с. 40] и 350 тыс. граждан России.

Азербайджан и Кыргызстан входят в топ стран СНГ — получателей личных денежных переводов из России, что свидетельствует не только о большой численности, но и об экономической активности мигрантов из этих стран [15]. Наконец, после вхождения Кыргызстана в Евразийский экономический союз в 2015 г. правила пребывания и осуществления трудовой деятельности на территории России для мигрантов из этой страны и Азербайджана различаются. Таким образом, сравнение мигрантов из этих двух государств позволит уловить разнообразие постсоветской миграции — как по социально-демографическому и культурному составу миграционных волн, так и по её особенностям в разные социально-экономически периоды, что также позволит рассмотреть взаимовлияние структурных возможностей и характеристик мигрантов на особенности их предпринимательской активности.

Статья основана на анализе 58 глубинных полуструктурированных интервью: 8 с представителями общественных организаций и журналистами и 50 с предпринимателями. Отбор информантов проходил методом «снежного кома». Анализ глубинных интервью позволяет понять изучаемое явление с точки зрения самих социальных акторов, исследовать интерпретацию предпринимательских стратегий в разных ситуациях и контекстах. Интервью дополнены материалами опроса предпринимателей киргизского происхождения (выборка — 201 человек), проведённого в 2018 г.

Результаты исследования

Структурные возможности и ограничения

Какие факторы, по мнению участников исследования, создают или ограничивают возможности предпринимательской активности? Во-первых, общая социально-экономическая ситуация, причём не только в России, но и в мире. Введение свободных цен, либерализация торговли и приватизация, составившие суть экономических реформ 1990-х гг., повлекли за собой коллапс социалистической

экономики, спад отечественного производства, безработицу и падение уровня жизни, в то время как рыночная экономика и соответствующие ей рынок труда и инфраструктура только начали формироваться. Именно на этот период приходится активная миграция из Азербайджана в Россию, особенно в Московский регион. По рассказам информантов, предпринимателей азербайджанского происхождения, даже имея высшее образование и профессиональный опыт устроиться на наёмную работу было сложно, в то время как многие ниши свободной торговли, точнее — перепродажи, оказались доступными.

В отличие от миграции из Азербайджана, активная миграция из Кыргызстана начинается в 2000-е гг., на которые пришлись стабилизация рыночной экономической системы, рост экономики и благосостояния населения. В связи с этим большинство предпринимателей киргизского происхождения начинали адаптацию к московским рыночным и экономическим условиям с наёмного труда, затем набирались опыта и открывали своё дело, как правило — в той же сфере, где был получен опыт наёмного работника. Рост числа киргизских трудовых мигрантов привёл к накоплению их группового как материального, так и символического капитала, благодаря чему произошёл качественный скачок от наёмного труда к предпринимательской активности, от купли-продажи — к производству, но минимум на десять лет позднее, чем у мигрантов из Азербайджана.

К определяющим предпринимательскую активность внешним факторам участники исследования также относят изменение социально-экономической и политической ситуации в отправляющей стране. Так, например, экономическая стабилизация в Азербайджане в середине 2000-х гг. способствовала снижению количества иммигрантов, в том числе предпринимателей. Благодаря вступлению Кыргызстана в Евразийский экономический союз в 2015 г. произошла отмена патентов, упрощены многие таможенные процедуры, активизировались торговые связи между странами, что, по мнению одного из экспертов, придало не только ощущение уверенности всем киргизским мигрантам, но и способствовало развитию предпринимательской активности, в том числе транснациональной.

Следующий структурный фактор — комплекс условий, непосредственно определяющих предпринимательство. Это, прежде всего, недоступность, по мнению большинства опрошенных, банковских кредитов, что приводит к спросу на услуги микрокредитных организаций, создаваемых в первую очередь соотечественниками, а также к воспроизводству земляческих сетей поддержки. Предприниматели азербайджанского происхождения к особым ограничивающим условиям относят изменения в сфере регулирования торговли, в частности, — экспансию федеральных торговых сетей и постоянно меняющиеся правила размещения в Москве и области торговых точек и крупных оптово-розничных рынков.

Отсутствие российского гражданства, а также владение или невладение русским языком — также очень важные факторы. Большинство участников исследования имеют российское гражданство. Но есть и предприниматели, кто, признавая значимость наличия российского паспорта в целом, не считает

это не только обязательным условием для создания и развития бизнеса, но и условием, хотя бы облегчающим ведение бизнеса. Материалы исследования также подтверждают наблюдения многих зарубежных авторов о роли владения местным языком как одного из ключевых групповых и индивидуальных ресурсов, открывающих возможности в принимающей стране в целом и при создании бизнеса в частности [14; 17]. По мнению киргизских экспертов, именно благодаря более высокому, по сравнению с мигрантами из Узбекистана и Таджикистана, уровню владения русским языком мигранты из Кыргызстана являются более успешными на российском рынке труда и в качестве наёмных работников, и в качестве предпринимателей.

Этничность, по мнению участников исследования, не относится к факторам, определяющим успех или неуспех предпринимательской деятельности. В то же время практически у каждого мигранта есть история, показывающая, что этничность может играть, в зависимости от контекста, как отрицательную, так и положительную роль. Для большинства наиболее травмирующим последствием актуализации этнической принадлежности во взаимодействии с принимающим населением является дискриминация или, как минимум, предубеждение как со стороны обывателей, так и проверяющих или контролирующих органов. Положительная, с точки зрения наших информантов, роль этничности состоит в особенном национальном характере и традициях, которые отличают их от других народов, а также благоприятствуют активному развитию предпринимательства. Например, азербайджанцев характеризует объясняемая как культурно-историческими, так и примордиальными факторами «торговая жилка»; а киргизов – выносливость, трудолюбие, терпеливость, целеустремлённость, солидарность.

Мотивация к занятию предпринимательством

Взаимовлияние структурных, групповых и персональных факторов позволяет также раскрыть анализ мотиваций к занятию бизнесом. Согласно данным интервью, для большинства предпринимателей организация своего дела в 1990-е гг. стала вынужденным действием. Данный фактор был особенно актуален для мигрантов из Азербайджана, наиболее массово приехавших в Москву и область именно в этот период. Адаптация к социально-экономическим условиям свободного рынка облегчалась опытом и навыками, приобретёнными благодаря неформальной экономической активности во время СССР. В мотивации мигрантов из Азербайджана, которые вступали в предпринимательскую активность в начале 2000-х гг., появляется стремление к независимости, к освоению новых возможностей. Часть из них также начали бизнес в эти годы «по приглашению» своих родственников и земляков в качестве партнёров или помощников тех, кто освоился и развил своё дело в 1990-е гг. А ближе к 2010-м гг. подросли дети мигрантов, чей выбор идти или не идти в самозанятость частично определялся размером и успешностью бизнеса отцов.

В мотивации предпринимателей киргизского происхождения, большая часть которых начинали бизнес имея опыт наёмного работника, преобладает желание повысить свой социальный и материальный статус. На решение о самозанятости тех, кто начинал деловую карьеру особенно в середине 2010-х гг., заметно повлияли пример других предпринимателей родом из Кыргызстана, реклама престижности предпринимательской активности в обществе в целом, а также рост числа курсов и тренингов по личностному росту. Поэтому не случайно, что именно на волне этого спроса появляется первая киргизская бизнес-платформа «Табарман», чья деятельность направлена на бизнес-обучение и поддержку стартапов соотечественников.

Стартовый капитал

Наличие капитала, под которым понимаются не только финансы, но и любые другие ресурсы (например, навыки и знания, миграционный опыт, поддержка близких и т. п.), является очень важным фактором успешности бизнеса на любом этапе, но особое значение он имеет в начале организации своего дела. За постсоветскую историю социально-экономическая ситуация в России менялась не один раз и, соответственно, менялись структурные условия, влияющие на особенности формирования первоначального капитала мигрантов-предпринимателей. Свободный рынок 1990-х гг., включавший бартер и торговлю «под реализацию», объясняет, почему первые предприниматели, особенно предприниматели из Азербайджана, создавали бизнес практически без финансовых ресурсов. Развитие банковской системы в целом мало это изменило, но по другой причине – большая часть начинающих предпринимателей и из Азербайджана, и из Кыргызстана не имели доступа к банковским кредитам либо из-за отсутствия российского гражданства, либо из-за высоких процентов. Это, в частности, привело к появлению рынка посреднических финансовых услуг, предоставляемых, например, микрокредитными организациями, созданными своими же соотечественниками. Какое-то время существовал российский банк, учреждённый государственным банком Азербайджана, одна из целей которого состояла в «поддержке азербайджанского бизнеса». Но основным источником формирования стартового капитала у предпринимателей как киргизского, так и азербайджанского происхождения является помощь «своих» – родственников и земляков, которая зачастую становится единственным ресурсом в условиях ограниченных возможностей принимающей страны.

Партнёры и персонал

По многочисленным исследованиям, ключевая особенность предпринимательства мигрантов состоит в привлечении в качестве партнёров и сотрудников родственников и соотечественников. Исходя из этого, ряд авторов определяют данное предпринимательство как этническое [14; 22; 27; 31]. Какова ситуация

у предпринимателей киргизского и азербайджанского происхождения? Бизнес многих мигрантов из Кыргызстана и Азербайджана можно назвать семейным, поскольку партнёрами, а зачастую и сотрудниками являются родственники. По данным опроса, у трети киргизских предпринимателей партнёрами являются близкие или дальние родственники и ещё у каждого пятого — друзья или земляки. В случае с азербайджанцами основными партнёрами являются в первую очередь ближние или дальние родственники и затем земляки — как лично знакомые по Азербайджану, так и те, с кем знакомятся в миграции.

Состав персонала отличается чуть большим разнообразием, но в целом он также характеризуется заметной долей соотечественников. По данным опроса киргизских предпринимателей, большинство их сотрудников составляют родственники, друзья и земляки или соотечественники, а также мигранты из стран СНГ и российских регионов. У предпринимателей азербайджанского происхождения, наряду с соотечественниками, более значительную, чем у киргизских предпринимателей, долю персонала составляют мигранты из Средней Азии и российских регионов.

Механизм формирования и расширения связей с соотечественниками, а также их роль меняются в зависимости от контекста. По словам эксперта, представляющего одну из азербайджанских общественных организаций, мигранты начала 2000-х гг. большей частью имели низкий уровень владения русским языком и практически нулевой первоначальный капитал и были вынуждены, приезжая в незнакомую страну и город, адаптироваться через понятные им каналы коммуникации с родственниками либо земляками. Предприниматели же следующего десятилетия более образованы, обладают большими материальными ресурсами и, соответственно, имеют больше возможностей и взаимодействуют не только с соотечественниками.

Объяснения, почему же все-таки партнёрами и сотрудниками оказываются «свои», имеют как рациональные, или экономические, так и эмоциональные аргументы. Одна из важных рациональных причин работы со «своими» — минимизация расходов. Как правило, у «своего» приезжего основная задача — заработать, поэтому они более ответственны и менее требовательны, чем «местные». В основе доверия к земляку также не только эмоция от общей этнической принадлежности, но и вполне рациональный принцип взаимного контроля с помощью родственных и земляческих сетей.

Но родственные или земляческие связи сами по себе не гарантируют эффективного для предпринимательской активности взаимодействия. По мере накопления предпринимательского опыта и адаптации к жизни в мегаполисе возможности выбора партнёров и сотрудников увеличиваются, и когда требуется выполнить специализированную квалифицированную работу на первый план выходит подбор партнёров и персонала не по принципу «свои», а исходя из компетенций.

Потребительская аудитория

Если среди партнёров и сотрудников, как правило, преобладают «свои», то потребительская аудитория демонстрирует большее разнообразие. В зависимости от того, на каких клиентов ориентирован бизнес мигрантов, можно выделить три условные предпринимательские стратегии. Первая стратегия охватывает предпринимательскую активность, которая ориентирована на создание различных услуг для «своих». Представляется, что только эту стратегию, ориентированную на «своих» на всех уровнях (как персонал, так и клиентов), можно назвать этнической. Например, у мигрантов из Кыргызстана её активное формирование приходится на 2010-е гг. — как ответ на массовую трудовую миграцию и накопление ими групповых и личных ресурсов. Часть этого бизнеса долгое время была востребована и другими трудовыми мигрантами, преимущественно из Средней Азии. У предпринимателей азербайджанского происхождения появление и развитие бизнеса, ориентированного преимущественно на «своих», скорее всего, приходится на 1990-е гг., в настоящее же время такой бизнес практически не востребован.

Вторая стратегия строится вокруг услуг как для «своих», так и для остальных жителей мегаполиса и области. Среди них можно назвать некоторые азербайджанские кафе и магазины азербайджанских продуктов, киргизские медицинские центры и спортивные клубы. В некоторых случаях эта стратегия является промежуточной, свидетельствующей о накоплении предпринимателем ресурсов, что позволяет ему перейти на следующий этап развития бизнеса.

Наконец, часть предпринимательской активности ориентирована на всех жителей мегаполиса и области. Хотя большинство персонала фирм составляют «свои», их отраслевой профиль позволяет удовлетворять спрос всего населения. Подобная стратегия расширения бизнеса характерна для фирм киргизских предпринимателей, занимающихся швейным производством и торговлей швейными изделиями, производством и продажей строительных материалов, ремонтными и отделочными работами, работой в салонах красоты и парикмахерских. Бизнес, созданный предпринимателями азербайджанского происхождения, ориентирован преимущественно на всех местных жителей, поскольку с самого начала своего развития представлен самыми разными услугами в сфере торговли и, позднее, в производстве (швейном, строительном и т. п.).

В целом отраслевая специализация большинства предпринимателей как киргизского, так и азербайджанского происхождения соответствует общероссийской специализации малого и среднего предпринимательства, где преобладает потребительский сектор. На первом месте идёт розничная и (мелко) оптовая торговля, причём среди киргизских предпринимателей заметную долю составляет сетевой маркетинг. Среди азербайджанских предпринимателей на втором месте строительство и услуги, среди киргизских — различные услуги населению (парикмахерские, салоны красоты, ателье и т. п.). На третьем (и у тех, и у других) — общественное питание.

Этапы развития «этнического» бизнеса

На основании анализа взаимовлияния рассмотренных выше факторов можно выделить этапы развития предпринимательства мигрантов.

В развитии «азербайджанского» бизнеса выделено четыре этапа. *Нулевой* приходится на эпоху позднего социализма, когда ещё в 1960–1980-е гг. на советских базарах складывается «довольно многочисленный и очень заметный слой выходцев с Кавказа», обслуживавших доставку и перепродажу фруктов, овощей и цветов [5, с. 102]. Благодаря опыту и связям, приобретённым в этот период, часть азербайджанских предпринимателей легко встроились в свободный рынок России после распада СССР.

Первый этап охватывает все 1990-е гг. до начала или, возможно, до середины 2000-х гг. Именно на него приходится самая масштабная миграция из Азербайджана. Деловые навыки и опыт мигрантов в это время формируются одновременно с зарождением современной экономической системы и складыванием рынка труда, где они заняли наиболее доступную с точки зрения входа нишу розничной и оптовой торговли. Мигранты из всего Советского Союза, и особенно из Азербайджана, сыграли важную роль в так называемых этнических рынках, а те, в свою очередь, — в экономическом развитии России, в адаптации мигрантов [5, с. 110]. В этот период также появляется бизнес, ориентированный на «своих», в первую очередь в сфере общественного питания, посреднических и транспортных услуг. *Второй этап* включает период примерно с середины 2000-х и по начало 2010-х гг. На фоне стабилизации политической, социально-экономической и законодательной ситуации в России многие предприниматели азербайджанского происхождения, с помощью накопленных в предыдущий период групповых и персональных ресурсов, расширяют свою экономическую деятельность, уходя, например, из торговли в производство, переориентируясь на общую торговую и посредническую деятельность. *Третий этап* (первая половина 2010-х гг. по настоящее время) совпадает с установлением современной налоговой системы и введением государственных мер в сфере регулирования и поддержки малого и среднего предпринимательства. Это привело к модернизации и дальнейшему развитию бизнеса некоторых предпринимателей азербайджанского происхождения. В то же время финансовый кризис 2014–2015 гг. и расширение федеральных торговых сетей нанесли урон бизнесу в сфере торговли продуктами и товарами первой необходимости, заметная доля в которой ещё с 1990-х гг. была у азербайджанских предпринимателей. В целом, несмотря на то что азербайджанцы, мигранты и бывшие мигранты, по мнению участников исследований, представлены разными профессиями в разных видах экономической деятельности, большинство (около 70–80%) являются предпринимателями, занятыми, в первую очередь, в сфере торговли. В связи со всем сказанным для описания идеального типа предпринимательства мигрантов из Азербайджана более всего подходит концепт «посредническое меньшинство».

В развитии предпринимательства мигрантов из Кыргызстана выделяются три этапа. *Первый этап* охватывает 1990-е гг. и начало нулевых. Немногочисленные киргизские предприниматели, начинавшие в это время, не имели опыта деловой активности и, как и предприниматели родом из Азербайджана, были заняты преимущественно в мелкооптовой и оптовой торговле. Начало *второго этапа*, примерно в первые годы нового тысячелетия, совпадает с началом активной трудовой миграции из Кыргызстана. Происходит постепенное накопление трудового и миграционного индивидуального и группового опыта, появляются первые производства. Но в целом среди мигрантов преобладает стратегия вкладывать заработанные в миграции деньги не в бизнес, а в удовлетворение потребностей семьи на родине. На *третьем этапе*, который начался на рубеже десятых годов XXI в., наблюдается количественный и качественный скачок в развитии предпринимательства мигрантов из Кыргызстана, в том числе «этнического» бизнеса. Основные предпринимательские стратегии этого периода: открытие своего дела в той же экономической сфере, где был занят в качестве наёмного работника; расширение списка услуг как для «своих», так и для остального населения; переход от предоставления услуг к производству. В настоящее время, по экспертным оценкам, в предпринимательскую активность в Москве и Московской области вовлечены не более 7–10% выходцев из Кыргызстана. Ведущий, идеальный тип предпринимательства мигрантов из Кыргызстана — «этническая экономика».

Заключение

Конечно, рассмотренная выше типология развития бизнеса, организованного мигрантами, условна, но в то же время позволяет показать основные особенности предпринимательства мигрантов, а также сходства и различия между «киргизским» и «азербайджанским» бизнесом. Общим является влияние комплекса структурных возможностей и ограничений, которые на разных этапах социально-экономического и политического развития России создают разные контексты для предпринимательства. Общей оказывается роль сетей, состоящих из родственников, земляков и соотечественников, как ключевого ресурса в организации и развитии деловой активности мигрантов, особенно на начальном этапе становления бизнеса. Общими также являются основные предпринимательские стратегии. Уникальность и особенности предпринимательства рождаются на пересечении взаимовлияния миграционной истории и социально-демографических характеристики мигрантов и того или иного контекста, который создают или актуализируют те или иные конкретные предпринимательские стратегии.

Список литературы (см. References)

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Пешкова Вера Михайловна — кандидат исторических наук, старший научный сотрудник, Институт социологии ФНИСЦ РАН, Москва, Россия.

E-mail: pever@mail.ru

AuthorID РИНЦ: 204349

Дата поступления в редакцию: 28.09.2021. Принята к печати: 15.11.2021.

DOI: 10.19181/snsp.2021.9.4.8615

Evolution of “Ethnic” Business in Russia: Comparative Analysis of Entrepreneurship of Migrants from Azerbaijan and Kyrgyzstan

Vera M. Peshkova¹

¹Institute of Sociology of FCTAS RAS.

5, b.1, Bol'shaja Andron'evskaja str., Moscow, Russia, 109544

For citation: Peshkova V. M. (2021). Evolution of “ethnic” business in Russia: comparative analysis of entrepreneurship of migrants from Azerbaijan and Kyrgyzstan. *Sociologicheskaja nauka I social'naja praktika*. Vol. 9, № 4. P. 205–220. DOI: 10.19181/snsp.2021.9.4.8615

Abstract. The article presents the results of a comparative analysis of the entrepreneurial activity of migrants from Azerbaijan and Kyrgyzstan in Moscow and the Moscow region who have created a business in the period from the 1990s to the mid-2010s. The study was carried out on the analysis of 58 interviews with entrepreneurs and representatives of public organizations and journalists, as well as a survey of entrepreneurs of Kyrgyz origin conducted in 2017-2019. The comparison is based on the analysis of the factors and characteristics such as structural opportunities and limitations; motivation to engage in entrepreneurship; features of the formation of start-up capital, the composition of partners, personnel and consumer audience; types of entrepreneurial strategies; the role of ethnicity and ethnic identity, as well as networks based on ties with relatives, fellow countrymen and compatriots. It is concluded that the concept of “middleman minority” is most suitable for describing the ideal type of entrepreneurship of migrants from Azerbaijan, and “ethnic economy” for migrants from Kyrgyzstan. However, the business activity of migrants is not limited to these types. The peculiarities of entrepreneurship of migrants, a variety of specific entrepreneurial strategies are born at the intersection of the mutual influence of migration history, socio-demographic characteristics and various socio-economic, political and local contexts in different historical periods.

Keywords: migrants-entrepreneurs; entrepreneurship; “ethnic” business; Azerbaijan; Kyrgyzstan; Russia

REFERENCES

1. Brednikova O. E., Pachenkov O. V. (2002). Etnichnost' «etnicheskoj ekonomiki» i sotsial'nye seti migrantov. [Ethnicity of “ethnic” economy and migrants' social networks]. *Economic Sociology. Ekonomicheskaja sotsiologiya*. Vol. 3, № 2. P. 74–81. (In Russ.).

2. Gadzhiganova N. (2013). Osobennosti funktsionirovaniya etnicheskogo predprinimatel'stva v usloviyah regional'nogo tsentra (na primere Yaroslavl'ya). [Features of the functioning of ethnic entrepreneurship in a regional center (on the example of the city of Yaroslavl)]. *Vestnik Yaroslavskogo gosudarstvennogo universiteta im. P. G. Demidova. Ser. Gumanitarnye nauki*. №. 4. P. 149–153. (In Russ.).
3. Dmitriev A. V., Pyaduhov G. A. (2005). Etnicheskie gruppy migrantov i konflikty v anklavnykh rynkakh truda. [Ethnic groups of migrants and conflicts in enclave labor markets]. *Sotsiologicheskoe issledovaniya*. № 8. P. 90–100. (In Russ.).
4. Dyatlov V. I. (2000). *Sovremennye torgovye men'shinstva: faktor stabil'nosti ili konflikta? (Kitajtsy i kavkaztsy v Irkutske)*. [Modern trading minorities: a factor of stability or conflict? (Chinese and Caucasians in Irkutsk)]. M. : «Natalis» publ. (In Russ.). 190 p.
5. Dyatlov V. I. (2017). Postsovetskie rynki pod otkrytym nebom: novyy fenomen ili prodolzhenie traditsii? [Post-Soviet open-air markets: a new phenomenon or a continuation of a tradition?] *Sibirskie istoricheskie issledovaniya*. № 1. P. 99–118. (In Russ.).
6. *Ezhemesyachnyj monitoring sotsial'no-ekonomicheskogo polozheniya i samochuvstviya naseleniya: 2015 – avgusta 2019*. [Monthly monitoring of the socio-economic situation and well-being of the population: 2015 – August 2019]. Ed. by T. Maleva. 2019. (In Russ.).
7. Kuznetsov I. M., Mukomel' V. I. (2007). Formirovanie etnicheskikh nish v rossijskoj ekonomike: istoriya voprosa. [Formation of ethnic niches in the Russian economy: history of the issue]. *Neprikosnovennyj zapas: debaty o politike i kul'ture*. № 1. P. 175–184. (In Russ.).
8. Mukomel' V. I. Migratsionnye processy v Rossii 1985–2015. [Migration processes in Russia 1985–2015]. *Sajt proekta Poslednie 30*. URL: <http://last30.ru/issue/migration/research/> (data obrashcheniya: 20.09.2021). (In Russ.).
9. *Rabochaya sila, zanyatost' i bezrabotitsa v Rossii (po rezul'tatam vyborochnykh obsledovaniy rabochej sily)*. (2020). [Labor force, employment and unemployment in Russia (based on the results of sample labor force surveys)]. Stat.sb. M. : Rosstat publ. 145 p. (In Russ.).
10. Radaev V. V. (1995). Etnicheskoe predprinimatel'stvo: mirovoj opyt i Rossiya. [Ethnic entrepreneurship: world experience and Russia]. *Polis. Politicheskie issledovaniya*. № 5. P. 79–87. (In Russ.).
11. Ryazantsev S. V. (2000). Etnicheskoe predprinimatel'stvo kak forma adaptatsii migrantov. [Ethnic entrepreneurship as a form of adaptation of migrants]. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*. № 5. P. 73–86. (In Russ.).
12. Snisarenko A. *Etnicheskoe predprinimatel'stvo v bol'shom gorode sovremennoj Rossii (na materialah issledovaniya azerbajdzhanskoj obshchiny S.-Peterburga)*. [Ethnic entrepreneurship in the big city of modern Russia (based on research materials of the Azerbaijani community of St. Petersburg)]. URL: <http://www.narcom.ru/publ/info/522> (data obrashcheniya: 28.08.2021). (In Russ.).
13. Trudovaya migratsiya na postsovetskom prostranstve: trendy, problemy, vozmozhnosti regulirovaniya. (2017). [Labor migration in the post-Soviet space: trends, problems, opportunities for regulation]. Ed. by I. V. Frolovoj. Ufa : Mir pechati publ. (In Russ.).
14. Waldinger R., Aldrich H. E., Ward R. (2008). Etnicheskie predprinimateli. [Ethnic Entrepreneurs]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*. Vol. 9, № 5. P. 30–55. (In Russ.).
15. Shcherbakova E. (2020). Migratsiya v Rossii itogi pervogo polugodiya 2020 goda. [Migration in Russia results of the first half of 2020]. *Demoskop Weekly*. № 871–872. 28 sentyabrya – 11 oktyabrya. (In Russ.).
16. Bonacich E. A. (1973). Theory of middleman minorities. *American Sociological Review*. Vol. 38. № 5. P. 583–594.

17. Cederberg M., Villares-Varela M. (2018). Ethnic entrepreneurship and the question of agency: the role of different forms of capital, and the relevance of social class. *Journal of Ethnic and Migration Studies*. Vol. 45. № 1. P. 115–132. DOI: <https://10.1080/1369183X.2018.1459521>.
18. Ilhan-Nas T., Sahin K., Cilingir Z. (2011). International ethnic entrepreneurship: Antecedents, outcomes and environmental context. *International Business Review*. Vol. 20. № 6. P. 614–626. DOI: 10.1016/j.ibusrev.2011.02.011.
19. Immigration and entrepreneurship in the United States. *NBER Working Paper*. № 27778. September 2020.
20. Kloosterman R., Rath J. (2001). Immigrant entrepreneurs in advanced economies: mixed embeddedness further explored. *Journal of Ethnic and Migration Studies*. Vol. 27. № 2. P. 189–201.
21. Light I., Gold S. (2000). *Ethnic Economies*. San Diego: Academic Press.
22. Light I., Karageorgis S. (1994). The ethnic economy. *Handbook of Economic Sociology*. Neil Smelser and Richard Swedberg (eds). New York: Russell Sage Foundation, P. 647–71.
23. Naudé W., Siegel M., Marchand K. (2015). Migration, entrepreneurship and development: a critical review august. *IZA DP*. № 9284.
24. Oliveira C.R. (2007). Understanding the diversity of immigrant entrepreneurial strategies. *Handbook of Research on Ethnic Minority Entrepreneurship: A Co-Evolutionary View on Resource Management*. Leo-Paul Dana (ed.). Edward Edgar Publishing Inc.; P. 61–83.
25. Pécoud A. (2010). What is ethnic in an ethnic economy? *International Review of Sociology*. Vol. 20. № 1. P. 59–76.
26. Portes A., Zhou M. (1992). Gaining the Upper Hand: Economic mobility among immigrant and domestic minorities. *Ethnic and Racial Studies*. Vol. 15. P. 491–522.
27. Portes A., Jensen L. (1987). What's an ethnic enclave? The case for conceptual clarity. *American Sociological Review*. Vol. 52. P. 768–771.
28. Rath J. (2006). *Enterprenership among migrants and returnees: creating new opportunities*. International Symposium on international migration and development Turin, Italy, 28-30 June 2006. UN/POP/MIG/SYMP/2006/05.
29. Rath J., Swagerman A. (2016). Promoting ethnic entrepreneurship in European cities: sometimes ambitious, mostly absent, rarely addressing structural features. *International Migration*. Vol. 54. Is. 1. P. 152–166. <http://doi.10.1111/imig.12215>.
30. Solano G. (2015). Transnational vs. domestic immigrant entrepreneurs: a comparative literature analysis of the use of personal skills and social networks. *American Journal of Entrepreneurship*. Vol. 8. № 2. P. 1–21.
31. Thierry V. (2007). Ethnic entrepreneurship: a theoretical framework. *Handbook of research on ethnic minority entrepreneurship: a co-evolutionary view on resource management*. Leo-Paul Dana (ed.). Edward Edgar Publishing Inc.; P. 30–41.
32. *World Migration report 2020*. Geneva: International Organization for Migration (IOM), 2019.
33. Zhou M. (2004). Revisiting ethnic entrepreneurship: convergencies, controversies, and conceptual advancements. *International Migration Review*. Vol. 38. Iss. 3. P. 1040–1074. DOI: 10.1111/j.1747-7379.2004.tb00228.x.

ЛИТЕРАТУРА НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

1. Бредникова О. Е., Паченков О. В. Этничность «этнической экономики» и социальные сети мигрантов // *Экономическая социология*. 2002. Т. 3, № 2. С. 74–81.

2. *Гаджигасанова Н. С.* Особенности функционирования этнического предпринимательства в условиях регионального центра (на примере г. Ярославля) // Вестник Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова. Сер. Гуманитарные науки. 2013. № 4. С. 149–153.
3. *Дмитриев А. В., Пядухов Г. А.* Этнические группы мигрантов и конфликты в анклавных рынках труда // Социологические исследования. 2005. № 8. С. 90–100.
4. *Дятлов В. И.* Современные торговые меньшинства: фактор стабильности или конфликта? (Китайцы и кавказцы в Иркутске). М. : «Наталис», 2000. 190 с.
5. *Дятлов В. И.* Постсоветские рынки под открытым небом: новый феномен или продолжение традиции? // Сибирские исторические исследования. 2017. № 1. С. 99–118. DOI: 10.17223/2312461X/15/7.
6. Ежемесячный мониторинг социально-экономического положения и самочувствия населения: 2015 г. – август 2019 г. / Под ред. Т. Малевой. Рос. акад. народ. хоз-ва и гос. службы при Президенте Российской Федерации; 2019.
7. *Кузнецов И. М., Мукомель В. И.* Формирование этнических ниш в российской экономике: история вопроса // Неприкосновенный запас: дебаты о политике и культуре. 2007. № 1. С. 175–184.
8. *Мукомель В. И.* Миграционные процессы в России 1985–2015 // Последние 30: [сайт]. URL: <http://last30.ru/issue/migration/research/> (дата обращения: 20.09.2021).
9. Рабочая сила, занятость и безработица в России (по результатам выборочных обследований рабочей силы). 2020. Стат.сб. / Росстат. М., 2020. 145 с.
10. *Радаев В. В.* Этническое предпринимательство: мировой опыт и Россия // Политические исследования. 1995. № 5. С. 79–87.
11. *Рязанцев С. В.* Этническое предпринимательство как форма адаптации мигрантов // Общественные науки и современность. 2000. № 5. С. 73–86.
12. *Снисаренко А.* Этническое предпринимательство в большом городе современной России (на материалах исследования азербайджанской общины С.-Петербурга). URL: <http://www.narcom.ru/publ/info/522> (дата обращения: 28.08.2021).
13. Трудовая миграция на постсоветском пространстве: тренды, проблемы, возможности регулирования: Сборник материалов Междунар. науч.-практ. конф. (г. Уфа, 5–6 апреля 2017 г.) / под общ. ред. И. В. Фроловой. Уфа: Мир печати, 2017. 235 с.
14. *Уолдинггер Р., Олдрич Х., Уорд Р.* Этнические предприниматели Экономическая социология. 2008. Т. 9, № 5. С. 30–55.
15. *Шербакова Е.* Миграция в России итоги первого полугодия 2020 года // Демоскоп Weekly. 2020. № 871–872. 28 сентября–11 октября.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Peshkova Vera Mikhailovna, Candidate of History, Senior Researcher,
Institute of Sociology of FCTAS RAS, Moscow, Russia.
E-mail: pever@mail.ru
ORCID ID: 0000-0003-3530-922X
Scopus AuthorID: 56610131200

The article was submitted on September 28, 2021. Accepted on November 15, 2021.