РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК

ИНСТИТУТ ЭТНОЛОГИИ И АНТРОПОЛОГИИ

ИССЛЕДОВАНИЯ ПО ПРИКЛАДНОЙ И НЕОТЛОЖНОЙ ЭТНОЛОГИИ

№ 190

РОССИЙСКАЯ КНИЖНАЯ ПАЛАТА
2007 год
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ЭКЗЕМПЛЯР

Л.В. ОСТАПЕНКО

ТЕХНОЛОГИИ АДАПТАЦИИ К ПОСТСОВЕТСКИМ РЕАЛИЯМ. РУССКИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ В НОВОМ ЗАРУБЕЖЬЕ

Москва
2006

ИССЛЕДОВАНИЯ
ПО ПРИКЛАДНОЙ
И НЕОТЛОЖНОЙ
ЭТНОЛОГИИ

№ 190

Л.В. ОСТАПЕНКО

ТЕХНОЛОГИИ АДАПТАЦИИ К ПОСТСОВЕТСКИМ РЕАЛИЯМ. РУССКИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ В НОВОМ ЗАРУБЕЖЬЕ

Москва
2006

ISBN 5-201-13758-x (50)

© Серия «Исследования по прикладной и неотложной этнологии»
Института этнологии и антропологии РАН. Документ № 190.

Редакционная группа:
В. А. Тишков (отв.ред.)
Н. А. Лопуленко
М. Ю. Мартынова

Материалы серии отражают точку зрения авторов и могут не совпадать с позицией редакционной группы

При использовании ссылка на материалы обязательна

По вопросам приобретения материалов обращаться по адресу:
119334, Москва, Ленинский проспект, д.32 а.
Институт этнологии и антропологии РАН
тел. 938-00-19, 938-07-12
E-mail: INFO@IEA.RAS.RU
fax: (7-095) 938-06-00

Документ № 190

Л.В. ОСТАПЕНКО
ТЕХНОЛОГИИ АДАПТАЦИИ К ПОСТСОВЕТСКИМ РЕАЛИЯМ. РУССКИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ В НОВОМ ЗАРУБЕЖЬЕ

Издание осуществлено в рамках Программы фундаментальных исследований Президиума РАН по проекту «Технологии системных и региональных адаптаций к социально-экономическим и этнокультурным трансформациям».

Об авторе

ОСТАПЕНКО Любовь Викторовна – кандидат исторических наук, старший научный сотрудник Центра по изучению межэтнических отношений Института этнологии и антропологии РАН. Область профессиональных интересов – этносоциальные аспекты трудовой занятости и социальной стратификации. Автор более 80 научных работ, в том числе монографии «Русские в Молдавии. Миграция или адаптация?». М., 1998 (в соавторстве).

About the Author

OSTAPENKO, Lyubov Viktorovna – Candidate of History and a senior research worker at the Centre of Inter-Ethnical Relations Researches of the Russian Academy of Sciences. Main interests: ethno-social aspects of labour employment and social stratification. She is author of more than 80 scientific publications, including “Russians in Moldavia: migration or adaptation?”(in the co-authorship).

Summary

OSTAPENKO L.V. TECHNOLOGIES OF ADAPTATION TO THE POSTSOVIET REALITIES. RUSSIAN BUSINESSMEN IN NEW ABROAD

The report is offered the analysis of research results of problems of Russian entrepreneurs who are living in the countries of the «New Abroad». The research has been carried out according to the general theme of adaptation of the population to post-soviet realities.

Глобальные трансформации, происшедшие на постсоветском пространстве после распада Советского Союза и перехода к новой социально-экономической системе, поставили всех бывших советских граждан перед необходимостью так или иначе приспосабливаться к изменившимся условиям. В числе различных адаптационных стратегий важное место занимают ориентации людей на занятие предпринимательской деятельностью, которая в условиях экономического кризиса, сопровождающего переходный период, дает реальную возможность человеку не только повысить свой материальный уровень, но и укрепить социальные позиции. Для этнических меньшинств участие в предпринимательстве приобретает особое значение, т. к. может помочь в решении, наряду с социально-экономическими проблемами, этнокультурных и этнополитических вопросов.

В данной статье речь пойдет о русских предпринимателях, живущих в странах нового зарубежья. Процессы становления и развития предпринимательской деятельности русских в иноэтничной среде представляют интерес как сами по себе, так и с точки зрения выживания всего русского населения в резко изменившихся после суверенизации республик социально-экономических и этнополитических условиях. Следует отметить, что накануне распада Союза социальный статус русских в большинстве бывших союзных республик был довольно высоким. Среди граждан русской национальности весомый процент составляли горожане, люди с дипломами высших и средних специальных учебных заведений, работники медицины, образования, науки, а также инженерно-технические специалисты и хозяйственные руководители.

Процесс суверенизации республик привел к тому, что во многих случаях их русское население было поставлено в более жесткие рамки, нежели титульное. Кардинальные перемены в этнополитической ситуации, выражавшиеся в заметном повышении роли языка и культуры титульных этносов, их социально-экономических позиций, особенно в первой половине 1990-х гг., способствовали определенной дестабилизации положения русских, сокращению представительства людей русской национальности в органах власти и государственных структурах. Вопрос их трудовой занятости обострился и в результате серьезного кризиса в промышленном производстве, в т. ч. в машиностроении (многие предприятия были закрыты, а их работники уволены), где, благодаря сохраняющейся межэтнической трудовой специализации, концентрировалась значительная часть русских. В этих условиях переход в частную сферу деятельности мог обеспечить русскому населению не только получение работы и более или менее приличных заработков, но и социальный рост, восстановление прежних социальных позиций.

Изучение «русского предпринимательства» видится важным и в плане выработки более эффективной политики российского руководства по отношению к соотечественникам за рубежом, а также с позиций новых независимых государств, нуждающихся в укреплении своей экономики и межэтнического согласия и стремящихся к построению открытого гражданского общества.

Несмотря на свою значимость, данный вопрос пока еще слабо освещен в научной литературе. Хотя многие авторы понимают термин «этническое предпринимательство» достаточно широко (как «…специфический способ организации и ведения бизнеса этнических меньшинств в инонациональной для них среде»[1]), в большинстве работ, посвященных этой теме, речь идет преимущественно об этнических меньшинствах России, в т. ч. недавних мигрантах, которые организуют свой бизнес за пределами исторической родины в основном с целью получения доходов не только для себя, но и для своей этнической общины и родственников, оставшихся дома (азербайджанцы, молдаване, украинцы, таджики, вьетнамцы и т. п.)[2]. В книге А.А. Сусоколова «Культура и обмен. Введение в экономическую антропологию» предлагается ряд характеристик этнического предпринимательства. Наряду с другими индикаторами названы, например, и такие, как связи с теневой экономикой, криминальны-

ми структурами, опора на поддержку местных властей, предпочитающих иметь дело с неполноправным населением, что облегчает получение нелегальных доходов и т. д.[3]

Деятельность русских предпринимателей, живущих в бывших союзных республиках, далеко не во всем подпадает под разработанные в литературе критерии, тем не менее, русские бизнесмены в той или иной мере выделяются на фоне республиканского бизнеса использованием особых методов ведения своего дела (например, широкие, давно налаженные связи с русскими партнерами в других странах СНГ и Балтии), комплектованием штата сотрудников преимущественно из людей своей этнической принадлежности, широким использованием на работе русского языка и, в определенной степени, продолжением отраслевых традиций, свойственных русскому населению в прошлом. Однако нередко они и ущемляются в своих деловых интересах по сравнению с предпринимателями титульной национальности.

Изучение проблем «русского предпринимательства» в странах нового зарубежья было начато сотрудниками ЦИМО Института этнологии и антропологии РАН в 2000-м году и продолжалось до последнего времени. Авторы старались, прежде всего, выяснить такие принципиальные вопросы: как способствует занятие предпринимательством повышению адаптационного потенциала русских, живущих в иноэтничной среде, укреплению их социально-экономических позиций, росту этнической толерантности (в сравнении с остальным русским населением), каковы перспективы развития «русского бизнеса» в странах нового зарубежья, каковы его ориентации на Россию и страну проживания.

Важным аспектом исследования был региональный, т. к. страны ближнего зарубежья отличаются не только особенностями социально-экономических и этнополитических условий, но и статусом самих русских. В ракурсе нашей темы принципиальное значение имел вопрос о том, какое влияние на процесс адаптации русских к условиям жизни в новых суверенных республиках оказывает местная этнополитическая ситуация.

Исследование проводилось среди столичных жителей трех стран нового зарубежья, заметно отличающихся друг от друга – Украины, Молдавии и Киргизии. В выборку вошли как люди, занятые бизнесом[4], так и представители прочего взрослого русского населения (общий объем выборки составил более 700 чел., половина из которых – предприниматели). Украина была выбрана в качестве республики с относительно высокими социально-экономическими показателями и менее острой этнополитической ситуацией. Экономика Молдавии и Киргизии существеннее пострадала от кризиса, а местные русские – от кадровых чисток. Русские Молдавии отличались еще и тем, что в советский период стояли на довольно высоких социально-культурных позициях как по сравнению с молдаванами, так и русским населением многих других союзных республик, в том числе Киргизии. В Киргизии, находящейся в сфере влияния восточной культуры и в то же время активно перенимающей многие западные стандарты жизни, положение местных русских имело свою специфику.

Основными методами исследования, помимо массового анкетного опроса, были углубленные интервью, в т. ч. с представителями титульной национальности, занятыми бизнесом, анализ документов Советов и съездов предпринимателей, законодательных актов, касающихся вопросов предпринимательской деятельности, материалов прессы, разнообразных документальных и статистических материалов, в т.ч. последних переписей населения и т. п.

У ИСТОКОВ «РУССКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Особенности «вхождения в рынок»

Процесс становления «русского бизнеса» в республиках имел на своем пути немало сложностей. Прежде всего, следует отметить, что он был обусловлен не только социально-экономическими факторами и настроем людей на участие в рыночной

экономике, их социально-психологическими характеристиками, как у представителей титульного народа, но и этнополитической ситуацией в республиках.

На начальном этапе рыночных преобразований, в период чековой приватизации русские смотрели на реформы более настороженно, нежели титульные народы. Согласно данным, приведенным в книге Ю.В. Арутюняна «Трансформация постсоветских наций», во многих бывших союзных республиках, в т. ч. в Эстонии, Грузии и Молдавии в период утверждения частной собственности ее авторитет был более высок у титульных народов в сравнении с местными русскими. Только в Узбекистане «общинное» сознание в большей мере было свойственно узбекам[5].

Благодаря имеющимся у нас материалам этносоциологических опросов в Молдавии за ряд лет, представляется возможным проследить динамику мнений молдаван и русских о рыночных реформах в республике. Так, в Кишиневе в начале 1990-х гг. положительно восприняли переход республики к рыночной экономике 61 % молдаван и 43 % русских, а отрицательно – соответственно 10 % и 39 %. С течением времени болезненность переходного периода, многочисленные изъяны и недоработки при проведении реформ ощутили и молдаване. За последующие 10 лет, не приведших реформаторов ни к каким особым успехам, доля позитивных ответов сократилась у молдаван до 51 %, у русских – до 38 %. Как видно, разница в доле сторонников реформирования у молдаван и русских, несколько уменьшившись, сохранилась.

Поддерживая саму идею реформ, многие оказались неудовлетворенными итогами их осуществления в республиках, и в этом отношении русские проявили еще больше пессимизма. Правда, в разных республиках ситуация существенно отличалась. По данным опроса начала 2000-х гг., были довольны результатами рыночных преобразований 22 % молдаван и вдвое меньше (10 %) русских Молдавии. В Киргизии дистанция между киргизами и русским оказалась также весьма заметной – 44 % киргизов с позитивными оценками против 23 % русских. На Украине же различия в этом отношении были гораздо слабее – поддержали реформаторов 39 % украинцев и 31 % русских.

Отношение русских к реформам обусловливалось как объективными, так и субъективными факторами. К числу объективных следует отнести, прежде всего, существующие в республиках возможности участия русского населения в предпринимательской деятельности, в т. ч. на начальном этапе ее формирования – в период приватизации государственного имущества.

Например, в Молдавии элементы этнического неравенства были заложены в самой процедуре приватизации: в основе стоимости выдававшихся гражданам бон народного достояния (аналог российского ваучера) лежал трудовой стаж человека, приобретенный им только на территории Молдавии. Благодаря этому немало русских, приехавших в республику даже до ее суверенизации, находилось в худшем положении, чем ее уроженцы – молдаване. В Киргизии определенные преимущества в приватизации имели сельские жители, доля которых среди русских была значительно ниже, чем киргизов. Только на Украине права русских не были задеты официально. Но там, как и в Молдавии, и Киргизии, заметную роль при распределении государственной собственности играл такой фактор, как близость к власти, что было явно «на руку» представителям титульных народов, значительно доминировавших во властных структурах. Только в середине 1990-х гг. с началом денежной приватизации шансы русских получить свой кусок бывшего государственного «пирога» стали выравниваться.

Однако и в последующие годы ситуация, сложившаяся в республиках, вынуждала многих русских считать, что их интересы в сфере предпринимательской деятельности продолжают ущемляться, а возможности заняться бизнесом и удержаться в этой сфере слабее, чем у представителей титульного народа. Причем в этом отношении высвечивались значительные региональные различия (табл. 1).

Таблица 1

Мнения русских о влиянии этнической принадлежности на равенство шансов заняться предпринимательской деятельности в республиках проживания (%)

Варианты ответов	Украина		Молдавия		Киргизия	
	все русское население	русские предприниматели	все русское население	русские предприниматели	все русское население	русские предприниматели
Условия равны	64	82	18	16	25	42
У лиц титульной национальности условия лучше	16	8	64	77	50	33
У русских условия лучше	1	1	1	0	5	1
Затруднились ответить	19	8	18	7	20	24
Итого	100	100	100	100	100	100

Если русские Украины в своем большинстве не видели особых преимуществ в сфере бизнеса у украинцев, то в Киргизии возможности участия русского населения в предпринимательстве оценивались гораздо негативнее. Особенно же серьезные проблемы наблюдались в Молдавии, где почти 80 % русских предпринимателей жаловались на якобы имеющие место привилегии молдаванам.

К началу XXI в. ситуация в Молдавии и Киргизии явно начала исправляться. Наконец заработали механизмы рыночной экономики, обеспечивающие доминирование в сфере бизнеса социально-экономических интересов над всеми остальными, в т. ч. и этническими. Рыночные структуры стали предоставлять этническим меньшинствам гораздо больше прав и свобод, нежели государственные. Доля русских, сомневающихся в равных возможностях с представителями титульного населения организовать и вести свое дело в республиках проживания, снизилась. Так, согласно данным опроса жителей Кишинева и Бишкека 2004–2005 гг., уже только 25 % русских Молдавии и 10 % молдаван, а в Киргизии – 38 % русских и 13 % киргизов считали, что титульные народы их республик имеют более благоприятные условия для занятия предпринимательством в сравнении с русскими..

Несмотря на определенный прогресс, еще, как видно, далеко не все русские были удовлетворены положением, сложившимся в частной сфере республик их проживания. Сохраняющееся неравенство русские респонденты объясняли преобладанием в органах власти, среди государственных чиновников, дающих разрешение на открытие частных фирм и ведение предпринимательской деятельности, людей титульной национальности, отдающих явное предпочтение представителям своего народа. Во время интервью русские говорили, например, что для занятий бизнесом нужны связи в верхах, а у русских их нет, что русские имеют возможность работать только в только в менее прибыльных сферах, в малом и среднем бизнесе, в то время как крупный бизнес – прерогатива предпринимателей из среды титульного этноса, работающих под опекой государственных чиновников и т. п.

Немало претензий высказывалось русскими предпринимателями по поводу постоянных проверок и штрафов со стороны государственных органов. Если открыть свое дело в республиках после начала денежной приватизации стало проще, то продержаться «на плаву» мог далеко не каждый, и именно в этот период давал о себе знать этнический фактор. Помимо того, что русским приходилось переводить все документацию на государственный язык, что требовало дополнительных усилий и затрат, их бизнес подвергался более частым инспекциям со стороны самых различных государственных структур, начиная от пожарной и санитарной служб и кончая налоговой полицией, которые старались найти в их деятельности любые по-

грешности, чтобы наложить за это значительные штрафы.

Трудности вхождения в рынок русских, живущих в странах нового зарубежья, были связаны и с особенностями их профессионально-отраслевой структуры, в т. ч. с концентрацией в течение многих десятилетий русского занятого населения бывших союзных республик на крупных государственных индустриальных предприятиях, особенно в ВПК, с хорошими заработками и комфортными условиями труда, что «выгодно» отличало их от представителей многих титульных народов, сосредотачивавшихся в не столь высоко оплачиваемых и технически слабее развитых отраслях. Это не только способствовало сохранению в менталитете русских приоритета государственной формы собственности, но и фактически отдаляло их от тех сфер деятельности (торговля, обслуживание), где переход предприятий в частные руки шел особенно интенсивно.

Таким образом, в ряде постсоветских стран сформировалась парадоксальная ситуация, когда рыночные реформы, при которых важнейшим критерием ценности работника должны были бы стать его знания, опыт, деловые качества, а не национальность или родственные связи, шире поддерживались не русскими, а представителями титульных этносов.

Можно сказать, что формирование «русского бизнеса» в странах нового зарубежья происходило в довольно противоречивых условиях. С одной стороны, снижение материального уровня, безработица, падение социального статуса и общественного престижа, определенные ущемления по этническому признаку на государственных предприятиях толкали русских к переходу в частную сферу деятельности, труд в которой мог бы вернуть им утраченные позиции. С другой стороны, немалый ряд объективных и субъективных факторов существенно тормозил этот процесс. Однако, несмотря на все сложности объективного и субъективного свойства, русские начали создавать свой бизнес в республиках практически в первые годы становления в них рыночных отношений.

Начало формирования «русского бизнеса». Отраслевая специализация

Следует отметить, что «русское предпринимательство» формировалось во временных рамках, не совсем совпадающих с общереспубликанскими. Казалось бы естественным, что чем раньше в той или иной республике был осуществлен переход к рыночной экономике и началось развитие частной сферы деятельности, тем солиднее должен был бы быть и трудовой стаж местных русских предпринимателей. Однако для представителей не титульного населения, в частности русских, факторами, влияющими на сроки и масштабы их включения в негосударственную сферу, выступали не только социально-экономические, но и этнополитические и этноязыковые. Хотя Киргизия и Молдавия шли по рыночному пути более быстрыми темпами, нежели Украина, тем не менее, основная масса опрошенных русских предпринимателей начала создавать здесь свой бизнес позже (табл. 2). По данным статистики, в 1996 г. доля занятых в частном секторе составляла в Киргизии 65,9 %, в Молдавии – 60,8 %, а на Украине – всего 27,1 %[6]. Соотношение же русских предпринимателей со стажем деятельности более 10 лет в этих республиках выглядело диаметрально противоположным.

Таблица 2

Время начала предпринимательской деятельности (%)

Варианты ответов	*Украина*	*Молдавия*	*Киргизия*
1–2 года назад	13	15	34
3–5 лет назад	29	43	42
6–10 лет назад	40	32	19
Более 10 лет назад	17	10	5
Итого	100	100	100

На Украине, где положение русского населения было сравнительно благополучным, а его участие в реформах более свободным, где русские имели относительно высокий уровень жизни, позволяющий им начать собственное дело, где не было серьезных проблем с освоением государственного языка (из-за его близости к русскому) отмечалась и значительная доля тех, кто основал здесь свой бизнес уже в конце 1980-х – начале 1990-х гг. В Молдавии и Киргизии в начальный период реформирования ситуация была более сложной. Резко разросшийся после суверенизации республик бюрократический аппарат, состоявший практически полностью из лиц титульной национальности, тормозил процесс становления русского предпринимательства, как и уже упоминавшиеся особенности в процессе приватизации. Немаловажную роль сыграли и значительные изменения в материальных условиях жизни русского населения Молдавии и Киргизии, в т. ч. лишение работы значительного числа русских, занятых в пришедшей в упадок индустриальной сфере, а также слабое знание русскими государственного языка.

Тот факт, что наиболее молодым выглядел «русский бизнес» Киргизии, можно объяснить и особенностями положения местных русских, их профессионально-отраслевой специализации. Русское население и раньше имело здесь весьма слабое представительство во власти и соответственно оставалось довольно далеко от участия в разделе республиканской собственности. Определенное значение имела и ярко выраженная отраслевая специализация русских и киргизов, благодаря которой русские относительно слабее, нежели киргизы, участвовали в отраслях торговли и посредничества.

Занятие предпринимательством послужило сильным толчком к профессионально-отраслевой переориентации русских. С начала перестройки многие русские предприниматели достаточно успешно стали осваивать те профессии и занятия, которые были «не типичны» для русских в годы советской власти, прежде всего, торговлю. Как известно, в прошлом русское купечество представляло собой довольно солидный и влиятельный слой населения. После революции значительная часть русского трудоспособного населения была направлена в индустриальные отрасли, ставшие для многих «традиционными», сферы же торговли и сервиса оставались в компетенции представителей других этнических общностей Союза.

Переход к рыночной экономике возродил многие прежние трудовые навыки русского населения. Согласно материалам нашего исследования, в торговле была занята наиболее заметная часть русских предпринимателей (от четверти в Молдавии и на Украине до трети в Киргизии). Индустриальные отрасли по этому показателю опустились на второе место. Около пятой части русских предпринимателей работало на предприятиях сервиса и услуг, а в Киргизии – примерно столько же занималось посредничеством. Каждый десятый был занят в сфере информационных систем. Подобное распределение в целом соответствовало отраслевой структуре всего населения исследуемых стран, занятого во внегосударственном секторе, со всеми ее региональными особенностями.

Между тем, индустриальная специализация все же оставалась более притягательной для русских бизнесменов, нежели для людей титульной национальности, что особенно заметно проявилось в Киргизии. Согласно данным статистики, индустриальные отрасли в этой республике были в целом менее массовыми, чем в Молдавии и, тем более, на Украине. Однако среди русских предпринимателей Бишкека, доля занятых в индустрии оказалась в той или иной мере выше в сравнении и с Молдавией и Украиной. Это обстоятельство было обусловлено не только приверженностью русских к своим традиционным видам деятельности, хотя именно в сфере индустриального производства, где русские издавна чувствовали себя достаточно уверенно, им было легче переключиться на работу в условиях рынка. Здесь проявилось и влияние прежнего отраслевого разделения труда между русскими и киргизами. Местные русские предприниматели, пытаясь освоить

сферу торговли и посредничества, столкнулись с довольно серьезной конкуренцией со стороны киргизов, значительно доминировавших ранее в этих отраслях.

Можно сказать, что отраслевой состав русских предпринимателей в новое время стал больше зависеть от хозяйственной структуры республик, чем от трудовой специализации титульного населения, которая в советский период в значительной мере определяла индустриальный характер занятости местных русских[7]. В частном секторе экономики начал господствовать иной принцип формирования отраслевой структуры работников, менее связанный с особенностями межэтнического разделения труда – получение наиболее высокой прибыли. Это заставило русских предпринимателей частично «изменить» своим традиционным сферам деятельности, многие из которых в период экономического кризиса и отраслевой перестройки экономики пришли в упадок, и искать другое место для более выгодного приложения своих капиталов и сил. Тем не менее, определенный след прошлой специализации в той или иной мере сохранился и на нынешнем отраслевом составе русских предпринимателей.

Мотивы предпринимательской деятельности

Серьезные проблемы, сопровождающие процесс включения русских в новые рыночные структуры, негативное отношение многих представителей русского населения к рынку вообще заметно отразились на мотивах обращения русских к предпринимательству. Согласно данным опроса, примерно треть русских предпринимателей воспринимала свою деятельность как вынужденную (табл. 3). Столько же отмечали, что занялись ею и под влиянием необходимости, и по желанию. Только желаемой она представлялась уже меньшей части респондентов – в основном бизнесменам экономически более благополучной Украины, слабее обремененных проблемами выживания, поисками куска хлеба, чем их коллеги в Киргизии и Молдавии. Наибольший же процент тех, для которых данное занятие стало «навязанным» жизненными обстоятельствами, оказался в Киргизии. У русских Молдавии довольно часто желание и необходимость сочетались друг с другом (табл. 3).

Ответы на данный вопрос перекликались с ответами русских о мотивах занятия предпринимательской деятельностью. Большинство, независимо от места жительства, среди причин, подтолкнувших их к предпринимательству, назвали материальные – повысить уровень жизни или просто выжить (табл. 4). Гораздо меньшее число голосов было отдано социально-психологическим факторам, таким, как желание реализовать свои идеи и способности, получить самостоятельность, занять более высокое положение в обществе. Еще меньшая доля русских предпринимателей указала на такие социально-амбициозные аспекты, как стремление доказать деловые качества русских, их конкурентоспособность, желание добиться власти, лидерства. Важно отметить, что лишь весьма незначительная часть русских собиралась использовать предпринимательскую деятельность для того, чтобы реализовать свои миграционные ориентации.

Таблица 3

Отношение русских предпринимателей к выбору своего занятия (%)

Был ли для Вас выбор занятия предпринимательством желаемым или вынужденным?	*Украина*	*Молдавия*	*Киргизия*
Желаемым	34	28	26
Вынужденным	30	32	36
И желаемым, и вынужденным одновременно	31	40	30
Затруднились ответить	4	0	8
Итого	100	100	100

Таблица 4

Мотивация предпринимательской деятельности (%)

Почему Вы занялись предпринимательской деятельностью?	***Украина***	***Молдавия***	***Киргизия***
Чтобы улучшить материальное положение	64	55	66
Чтобы реализовать свои идеи, способности	27	22	17
Чтобы хоть как-то выжить	24	26	33
Чтобы получить самостоятельность	19	11	15
Чтобы занять более престижное положение	16	18	7
Чтобы доказать конкурентоспособность русских	0	10	2
Чтобы добиться лидерства, власти	2	6	4
Чтобы скопить средства для отъезда из республики	2	2	0
Затруднились ответить	0	0	5

Примечание: Итог не составляет 100 %, поскольку респондент мог выбрать несколько вариантов ответа на данный вопрос.

Несмотря на сходство мотивов занятия предпринимательством, высказанных людьми, живущими в разных республиках, в их мотивационной структуре можно было обнаружить и немало различий, в т. ч. отвечающих тем особенностям этнополитической и социально-экономической ситуации, которые были характерны для той или иной республики. Так, русские Киргизии чаще руководствовались материальными стимулами. Среди них оказалось особенно много тех, для кого занятие предпринимательством было необходимо для физического выживания. Очевидно, что с этим была связана и сравнительно повышенная здесь доля «вынужденного» предпринимательства.

В мотивационной структуре русских Украины, наряду с материальными, заметную роль играли и социально-психологические факторы, в т. ч. желание самореализации. Мнения русских предпринимателей Молдавии отличались более заметной этнополитической окраской. Каждый десятый респондент выбрал это занятие, помимо прочих причин, для того, чтобы доказать конкурентоспособность русских. На Украине подобный мотив вообще не фигурировал, а в Киргизии его отметило всего 2 %. Почти пятая часть русских предпринимателей Молдавии стремилась посредством участия в предпринимательской деятельности добиться более высокого положения в обществе. Этот показатель вдвое превышал аналогичный в Киргизии. А доля желающих достичь лидерства, власти в Молдавии была значительнее и по сравнению с Украиной.

Подобное отношение русских предпринимателей Молдавии к своей деятельности во многом обусловливались их прошлыми довольно высокими социально-экономическими позициями, которые они во многом утратили в период суверенизации республики. Имея повышенные запросы, солидный трудовой потенциал, желая восстановить утраченный статус, русские бизнесмены Молдавии ставили перед собой и более претенциозные задачи.

Подбор «команды»

Определенные региональные особенности проявились и в принципах подбора русскими предпринимателями своей команды, компаньонов, с которыми они собирались вместе работать. Примерно четверть респондентов начинали свою предпринимательскую деятельность в одиночестве. Чаще такой ответ был характерен для русских Молдавии, реже – для русских Украины (табл. 5).

Таблица 5

Состав компаньонов по бизнесу в начале предпринимательской деятельности русских (%)

С кем начинали предпринимательскую деятельность?	*Украина*	*Молдавия*	*Киргизия*
Один	26	31	28
С родственниками	17	17	34
С друзьями	54	51	37
С другими людьми	3	1	1
Итого	100	100	100
В том числе:			
только с русскими	27	52	51
с русскими и людьми титульной национальности	53	17	33
с русскими и людьми других национальностей	20	30	15
затруднились ответить	0	1	1
Итого	100	100	100

В большинстве же случаев во всех республиках русские предприниматели опирались на друзей. Правда, русские Киргизии нередко отдавали предпочтение и своим родственникам. Видимо, в этом проявилось влияние культуры местного киргизского населения, ориентированной на приоритет родственных, клановых связей.

Показательно, что в Молдавии и Киргизии в отличие от Украины заметную роль играл и этнический фактор. Более половины русских предпринимателей и Киргизии, и Молдавии начинали свое дело совместно с представителями своей национальности. Причем предприниматели Молдавии проявили наиболее ярко выраженную дистанцированность от представителей титульного населения, беря себе в «напарники» если уж не русских, то украинцев, евреев, гагаузов, болгар, но не молдаван. В Киргизии русские бизнесмены имели деловых партнеров и среди лиц титульной национальности, что в определенной мере можно связать с их желанием обеспечить более благоприятные условия для развития своих предприятий в стране с преимущественно моноэтничным правлением. В Молдавии, очевидно, подобный «брак по расчету» был менее выгоден.

Среди предпринимателей Украины в отличие от Молдавии и Киргизии доля «интернационалистов» была гораздо солиднее. Свыше 70 % русских бизнесменов начинали здесь свой бизнес совместно с украинцами и людьми других национальностей. Тем не менее, и здесь более чем у пятой части русских предпринимателей состав команды был преимущественно русским.

Основным принципом подбора партнеров по бизнесу на Украине выступали, прежде всего, деловые способности людей (почти 70 % выборов). Эти качества занимали первые места по числу выборов и у русских предпринимателей Молдавии и Киргизии. Однако в двух последних республиках они оказались достаточно важными для меньшего круга лиц, особенно в Киргизии. Такие социально значимые черты, как преданность общему делу, общность интересов, опять же в большей мере привлекали предпринимателей Украины и Молдавии, среди которых их выбрала примерно треть респондентов, в Киргизии же доля отдавших им предпочтение оказалась вдвое ниже (табл. 6). В то же время для многих русских Киргизии было важно, чтобы их партнеры обладали связями с «нужными» людьми (здесь этот фактор даже доминировал над таким показателем, как преданность общим интересам).

Принципиально важно, что, хотя, как уже отмечалось, многие начинали свое дело с командой из представителей своей национальности, сам по себе национальный признак редко выступал основным принципом выбора соратников по бизнесу даже в Молдавии и Киргизии. Можно пред-

положить, что при достаточной численности русских в столичном населении республик предпринимателям не составляло особого труда выбрать среди них тех, кто подходил бы им и по другим параметрам.

Таблица 6

Принципы подбора «команды» (%)

По каким принципам Вы подбирали себе «команду?»	***Украина***		***Молдавия***		***Киргизия***	
	доля	*ранг*	*доля*	*ранг*	*доля*	*ранг*
По деловым качествам	69	1	54	1	42	1
По преданности общим интересам	36	2	42	2	17	4
В зависимости от их связей с «нужными» людьми	22	3	18	3	29	2
По родственному признаку	3	4	2	5	19	3
По национальной принадлежности	0	6	4	4	2	5
Другой вариант	2	5	1	6	1	6
Затруднились ответить	5	–	9	–	10	–

Примечание: Итог не составляет 100 %, поскольку респондент мог выбрать несколько вариантов ответа на данный вопрос.

В целом можно сказать, что при подборе команды русские предприниматели Украины придерживались в основном западных стандартов. При поиске компаньонов они ориентировались, прежде всего, на социально-культурные параметры. Среди них, как было видно, оказалась весьма высокой доля людей, для которых предпринимательство было средством не только повышения материального достатка, но и обретения самостоятельности, возможности проявить свои способности, осуществить новые идеи и т. п. Все это обусловливалось особенностями социально-экономических и этнополитических условий жизни на Украине, социально-имущественными позициями местных русских.

В Молдавии ситуация была заметно другой. Для выживания и достижения успехов русским была необходима здесь несколько иная стратегия и тактика поведения, иные социальные и политические ориентиры. Для местных русских предпринимателей достаточно важной являлась этническая солидарность, преданность общим интересам. Их деятельность служила целям, как повышения собственного материального достатка, так и роста престижа русских в республике.

Русским Киргизии, успешно «вписавшимся» в рыночную экономику республики, «не удалось» дистанцироваться от местных традиций, жизненных понятий и стандартов поведения. Как и киргизы, русские предприниматели здесь более широко ориентировались на родственные отношения. Весьма значимыми для них выступали связи с «нужными людьми», что весьма высоко ценилось киргизами.

Как видно, для достижения определенных социально-экономических успехов в республиках своего проживания (а слой предпринимателей можно считать достаточно успешным) русским пришлось в гораздо большей степени, чем это было при советской власти, «подстраиваться» под местные условия жизни, принимать местные «правила игры». И тот факт, что становление «русского бизнеса» в республиках состоялось, говорит о «гибкости» русских, способности их адаптироваться к различной среде, к республиканским особенностям трансформационных процессов, адекватно отвечать на их запросы.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОЗИЦИИ РУССКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В РЕАЛЬНОСТИ И В САМООЦЕНКАХ

Место и роль в республиканском бизнесе

В нашем распоряжении, к сожалению, нет достаточно полных сведений официальной статистики о национальном составе предпринимателей в исследуемых странах, кроме Киргизии. Поэтому мы вынуждены оперировать в основном материалами этносоциологических исследований и косвенными данными.

Опираясь на результаты этносоциологических опросов, можно заключить, что к середине 1990-х гг., когда стали видны первые итоги приватизации и перехода к рыночной экономике, доля предпринимателей среди русских и лиц титульной национальности в исследуемых странах нового зарубежья уже существенно не различалась. Итоги переписи населения Республики Кыргызстан 1999 г. зафиксировали довольно слабые этнические расхождения в относительной величине предпринимательского слоя. В составе русского и киргизского городского населения удельный вес предпринимателей был соответственно равен 8,5 % и 9 %. Среди всех предпринимателей в городах республики насчитывалось более 30 % представителей русской национальности, что несколько превышало долю русских в городском населении (27 %)[8].

В списках делегатов 1-го съезда предпринимателей Киргизии (2000 г.) насчитывалось примерно 15 % участников предположительно русской национальности (судя по именам и фамилиям), а в составе делегации из Бишкека – около половины (напомним, что доля русских в населении республики, по данным переписи 1999 г., была равна 12,5 %, а Бишкека – 33 %). Показательно, что среди приглашенных на съезд руководителей региональных и отраслевых отделов поддержки предпринимательству, т. е. людей, стоящих «над» предпринимателями, русских насчитывалось уже значительно меньше – всего 2 %[9].

Судя по материалам сборника «Кто есть кто в Молдове?» за 2000 г., содержащего сведения о наиболее выдающихся деятелях политики, экономики, общественной, научной и культурной жизни республики, представительство людей предположительно русской национальности среди бизнесменов также оказалось довольно солидным. Так, если среди работников государственной администрации доля русских составляла 3 %, среди государственных и общественных деятелей – 6 %, деятелей науки и культуры, а также менеджеров предприятий и организаций – по 9 %, то среди бизнес-элиты – 20 % (при доле русских в населении республики – 12 %)[10].

В конце 1990-х гг. предприниматели русской национальности Республики Молдова объединились в Гильдию русских предпринимателей, одной из важнейших задач которой стояла не только защита интересов ее членов, но и проведение большой общественной работы, в т. ч. широкая благотворительная деятельность.

О представительности слоя предпринимателей среди русского населения Украины судить гораздо сложнее. По именам и фамилиям местных жителей трудно определить их этническую принадлежность. Но, опираясь на материалы этносоциологических опросов, можно сказать, что относительная массовость данной группы среди русского населения Украины была примерно такой же, как и в других исследованных республиках.

Так, данные этносоциологических исследований начала 2000-х гг. показали, что примерно каждый пятый столичный житель русской национальности Украины, Молдавии и Киргизии в той или иной мере занимался какой-либо предпринимательской деятельностью. В Кишиневе доля таковых составляла 19 %, в Киеве – 24 %, в Бишкеке – 22 %. В эту группу вошли, наряду с людьми, для которых предпринимательская деятельность была единственным занятием, и т. н., полупредприниматели, т. е.

люди, совмещавшие предпринимательство, иногда эпизодическое, с другой работой.

С точки зрения положения русских в республиках, принципиальное значение имеет вопрос об уровне их представительства в составе различных групп республиканского бизнеса. Согласно имеющимся в нашем распоряжении материалам, русские предприниматели Молдавии и Киргизии, несмотря на их частые жалобы по поводу притеснения властей, находились далеко не на самых низших позициях. В сборнике «Кто есть в Молдове?» русские встречаются среди представителей крупного и среднего бизнеса в 24 % случаев, а среди индивидуальных предпринимателей – только в 12 %. В Киргизии русские также сумели занять в сфере бизнеса довольно прочное положение. Так, среди участников уже упоминавшегося 1-го Съезда предпринимателей республики, представляющих крупный и средний бизнес, доля предположительно этнических русских была равна 17–18 %, среди же индивидуальных работников она снижалась до 6 %.

Проведенные интервью с местными русскими бизнесменами Украины показали, что они, осознавая специфику своего положения в республике, довольно высоко оценивали свои позиции в республиканском бизнесе. Так, треть из них считала, что под контролем русских находится более половины всего бизнеса Украины, и еще пятая часть отметила верность данного суждения по отношению к Восточной Украине. Не согласных с этим мнением оказалось всего 13 % (остальные затруднились ответить).

О том, что оценки предпринимателей своей деятельности в республиках были в ряде случаев весьма амбициозны, можно судить и по их представлениям о пользе своего труда с точки зрения общереспубликанских интересов (табл. 7).

В целом во всех трех республиках доля предпринимателей, считающих, что их бизнес значим для всей республики, района или города, была выше доли тех, кто видел его смысл только в материальном обеспечении собственной семьи. Заслуживают внимания повышенные оценки своего труда со стороны русских Молдавии, отличающихся в целом довольно пессимистичным жизненным настроем, среди которых почти 40 % отметили пользу своей деятельности для всей республики. Даже предприниматели Украины смотрели на свой труд не столь радужно. В то же время по сравнению с Украиной в Молдавии оказалось довольно сильным расслоение внутри русских предпринимателей по оценкам значимости своей работы. Наряду с относительно большой численностью людей, оценивающих свой вклад в республиканскую экономику без лишней скромности, здесь было и немало тех (около трети), кто считал, что их предпринимательская деятельность полезна лишь для узкого круга лиц.

Таблица 7

Оценка русскими предпринимателями уровня общественной значимости своей деятельности (%)

Предпринимательская деятельность приносит пользу:	***Украина***	***Молдавия***	***Киргизия***
Всей республике	33	39	24
Городу, району	30	22	19
Только узкому кругу лиц (семье, родственникам)	22	30	37
Затруднились ответить	15	9	20
Итого	100	100	100

На Украине мнения предпринимателей распределились практически поровну между самыми высокими (республиканский уровень значимости) и средними оценками (уровень района, города). Доля отметивших ответ: «для узкого круга» лиц была наименьшей по сравнению и с Молдавией, и с Киргизией.

Русские Киргизии отличались относительно самой многочисленной группой

предпринимателей, считавших свою деятельность значимой только для себя, своих близких и друзей. О пользе своего бизнеса для всей республики говорило лишь 24 % русских предпринимателей республики, что было в полтора раза ниже, чем в Молдавии и на Украине.

Подобные республиканские особенности во многом обусловливались спецификой социального состава самих предпринимателей. Естественно, что владельцы и руководители крупных и средних предприятий и организаций, каковых было сравнительно больше на Украине, чаще оценивали пользу своего бизнеса на республиканском уровне, нежели индивидуальные предприниматели, которых было особенно много именно в Киргизии. В Молдавии состав предпринимателей отличался большей пестротой, чему в определенной мере соответствовали и их представления об уровне общественной значимости своей деятельности. Можно предположить также, что мнения русских предпринимателей Молдавии формировались и под влиянием их недовольства сложившейся в республике этнополитической ситуацией. Одни из них могли несколько преувеличивать свой вклад в жизнь республики, тем самым как бы утверждая свои высокие позиции в ней, другие, напротив, испытывая чувство антагонизма к новой власти, нежелание с ней сотрудничать, – преуменьшали его.

О роли русских в республиканском бизнесе в определенной мере можно судить по результатам экспертного опроса, проведенного среди предпринимателей титульной национальности, хотя подобные оценки, конечно, весьма субъективны. Так, молдаване и киргизы в основном видели в русских своих серьезных конкурентов. По словам ряда молдавских экспертов, «русские владеют всей экономикой Молдовы и эксплуатируют румын», «в руках русских сосредоточено 80 % частного капитала Молдовы», «почти все частные фирмы напрямую или через подставных лиц принадлежат русским» и т. п. Некоторые бизнесмены-киргизы отмечали, что русские нередко «выигрывают» у киргизов за счет таких качеств и способностей, которые не свойственны представителям титульного народа, – напористость, динамичность, быстрота реакции, склонность к инновациям, умение обходить закон. На Украине занятые предпринимательством украинцы, напротив, преуменьшали значение «русского предпринимательства», считая, что его не существует вообще. Просто есть многочисленные кампании и фирмы, действующие под эгидой России и российского бизнеса, в составе которых работают на только русские, но и люди других национальностей. Тем не менее, успехи отдельных представителей русского населения Украины в сфере предпринимательской деятельности не отрицал никто.

Социально-экономические позиции в самооценках русских предпринимателей

Несмотря на то, что и представители титульного населения, и сами русские предприниматели считали свою роль в республиканской экономике достаточно значимой, в оценках, которые они высказывали по поводу своих нынешних социально-экономических позиций в республиках, проявилось гораздо больше сдержанности и скептицизма.

Определяя свое место на шкалах власти, богатства и престижа, русские предприниматели идентифицировали себя преимущественно с группами людей, стоящими на двух низших ступенях из пяти предложенных. Обращала на себя внимание их особая дистанцированность от сферы управления. Даже на Украине более половины русских бизнесменов, по их мнению, или вообще не имели никакой власти, или эту власть считали минимальной. Многие местные русские предприниматели сетовали на целенаправленное отстранение русских не только от сферы государственного управления, но от общественно-политической деятельности вообще. «Если же нормальный человек, чего-то добившийся в жизни, начинает заниматься политикой, он тут же попадает в зону повышенного внимания спецслужб. У меня каждый раз возникают проблемы с государственными органами Украины, как только я начинаю интересоваться общественными

и политическими процессами. И не только у меня», – жаловался один из них[11].

В Киргизии доля предпринимателей, отнесших себя к двум низшим стратам на шкале власти, превышала 60 %, а в Молдавии – 80 %. При этом следует иметь в виду, что предприниматели, в силу особенностей своей трудовой деятельности, не могли не выполнять тех или иных руководящих функций, однако, видимо, этого было недостаточно для того, чтобы они могли почувствовать в своих руках реальную власть. Особенно ярко подобная ситуация проявилась в Молдавии, где, несмотря на то, что половина респондентов представляла собой владельцев и руководителей различных предприятий и организаций, в т. ч. сравнительно крупных, лишь примерно каждый пятый отнес себя к категории людей с более или менее высокими властными полномочиями.

Основной причиной существования подобных представлений было всевластие в постсоветских странах, в т. ч. и в России, коррумпированного чиновничества, милиции и криминала. В таких условиях подавляющее большинство предпринимателей, исключая лишь некоторых олигархов, не могло чувствовать себя людьми, имеющими возможность принимать те или иные серьезные решения, «не оглядываясь» на кого-то еще. И особенно это касалось стран нового зарубежья с выраженным доминированием во властных структурах и органах правопорядка представителей титульного этноса.

Насильственное отторжение русских от сферы государственного управления было одной из стратегических задач национальных элит. Русские предприниматели, владеющие немалыми капиталами, сумевшие создать себе положительный имидж в республиках своего проживания и за их пределами, пользующиеся определенным престижем (судя по самооценкам) в обществе, были особенно неугодными пришедшим к власти представителям этнического большинства, «угрожая» их лидерству, претендуя на ведущую роль в экономике и политике.

Таблица 8

Представления русских предпринимателей о своих позициях на шкалах власти, богатства и престижа (%)

Позиции	***Украина***		***Молдавия***		***Киргизия***	
	население	*предприниматели*	*население*	*предприниматели*	*население*	*предприниматели*
Позиции на шкале власти						
Низший уровень (отсутствие власти)	42	22	61	52	50	45
Между низшим и средним	30	32	26	29	22	17
Средний уровень	26	33	11	18	22	25
Между средним и высшим	1	13	2	1	3	6
Высший уровень (большая власть)	0	0	0	0	1	7
Итого	100	100	100	100	100	100
Индекс	0,85	1,37	0,52	0,68	0,79	1,13
Позиции на шкале богатства						
Низший уровень (самые бедные)	9	3	19	6	30	4
Между низшим и средним	47	26	47	48	37	35
Средний	43	49	33	41	26	44
Между средним и высшим	1	22	1	5	4	11
Высший уровень (самые богатые)	0	0	0	0	2	6
Итого	100	100	100	100	100	100
Индекс	1,36	1,88	1,16	1,45	1,09	1,80
Позиции на шкале престижа						

Низший уровень (отсутствие престижа)	8	7	22	17	26	11
Между низшим и средним	32	22	37	32	33	28
Средний	53	43	34	39	31	41
Между средним и высшим	4	27	6	12	4	10
Высший уровень (высокий престиж)	2	1	1	0	2	8
Итого	100	100	100	100	100	100
Индекс	1,58	1,93	1,27	1,46	1,15	1,72

Примечание: Индекс рассчитывался по формуле: A(0)+B(1)+C(2)+D(3)+E(4) : N,
где A – доля респондентов, поставивших себя на первую (низшую) позицию,
B – доля респондентов, поставивших себя на вторую позицию,
C – доля респондентов, поставивших себя на третью позицию,
D – доля респондентов, поставивших себя на четвертую позицию,
E – доля респондентов, поставивших себя на пятую (высшую) позицию,
N – доля ответивших на данный вопрос.

Как видно, в оценках русских предпринимателей своих позиций на шкале власти проявились заметные региональные особенности. Наиболее удаленными от сферы управления ощущали себя русские предприниматели Молдавии в силу особенностей сложившейся там этнополитической ситуации. В то же время обращает на себя внимание относительно солидная доля русских предпринимателей, позиционирующих себя в качестве людей, близких к властным функциям, среди респондентов Киргизии. Если в номинациях «богатство» и «престиж» относительная численность русских предпринимателей республики, поставивших себя на две высшие ступеньки, была ниже, чем у русских предпринимателей Украины, то на шкале власти доля отметивших эти позиции оказалась такой же. Возможно, подобная ситуация явилась результатом более продуманной и дальновидной политики республиканского руководства республики Кыргызстан, реально оценивающего роль «русских кадров» в настоящем и будущем республики и намеренно «приближающих» к власти некоторых представителей местного русского бизнеса.

На фоне массовых представлений русских о своей удаленности от власти их мнения об уровне материальной обеспеченности выглядели гораздо оптимистичнее. Показательно, что в оценках своего материального положения предпринимателями из разных республик проявилось немалое сходство. Вероятно, влияние региональных особенностей на возможности достижения частью русского населения высокого экономического статуса было не столь существенным, как на приобщение к власти. Следует иметь в виду и относительную общность в уровнях образовательной и профессиональной подготовки, отраслевом составе, материальном положении в годы советской власти русских, живших в этих республиках, что не могло не отразиться на их экономических позициях и в новое время.

Тем не менее, различия между предпринимателями Украины, Молдавии и Киргизии существовали и в номинации «богатство», затрагивая в основном высшие и низшие страты, в то время как относительная численность идентифицирующих себя со средней категорией – наиболее многочисленной, во всех трех республиках была примерно равной. Можно сказать, что наименее зажиточными представляли себя русские предприниматели Молдавии. Здесь отмечалась и наибольшая дистанция между двумя крайними группами предпринимателей (наиболее богатыми и самыми бедными). Хотя и в других республиках было отмечено то или иное преобладание малообеспеченных групп над богатыми, но в этой оно было особенно впечатляющим. Если на Украине доля предпринимателей, отнесших себя к двум низшим категориям, была лишь чуть больше тех, кто поставил себя на две высшие ступеньки (29 % и 22 %), то в Киргизии эта разница составляла уже более 2 раз, а в Молдавии достигала 10 раз «в пользу бедных».

Обращаясь к ответам предпринимателей об их позициях на шкале престижа, отметим еще одну общую черту в представлениях русских, живущих в разных республиках. Низкие оценки ими своего положения во власти повсеместно сочетались с достаточно массовым мнением о

том высоком общественном признании, которым, по их мнению, они пользуются в республиках. Свой престиж многие оценивали даже более высоко, нежели уровень зажиточности. Позитивное восприятие русскими своего общественного статуса можно назвать принципиально важным, ведь для многих русских, занимавших до распада Союза весьма весомые социальные позиции и в одночасье оказавшихся в положении этнического меньшинства, «людей второго сорта», не нужных «своим» республикам, восстановление престижа было не менее актуальным, чем достижение материальных благ.

Даже среди русских предпринимателей Молдавии доля людей, поставивших себя на две высшие ступеньки на шкале престижа, повышалась до 12 %, в то время как подобные позиции на шкале власти и богатства отметили здесь буквально единицы (1 % и 5 %). В Киргизии почти пятая часть предпринимателей принадлежала, по их мнению, к высоко престижным группам, хотя было и немало тех, кто отнес себя к двум низшим стратам. Особенно же оптимистично оценивали свой общественный статус русские предприниматели Украины. Если сопоставить индексы, рассчитанные по всем трем шкалам и по всем группам респондентов, то можно заметить, что самую значительную величину имел индекс, отражающий оценки русских предпринимателей Украины их позиций на шкале престижа.

На основе рассмотренных выше данных можно попытаться обрисовать некоторые типичные черты русских предпринимателей (согласно их самооценкам) из разных республик. Так, русские предприниматели Украины – это в основном люди, хотя и отстраненные от власти, но владеющие солидным капиталом, пользующиеся более или менее высоким престижем в обществе. «Русский» бизнес в Молдавии характеризуется не только удаленностью от власти, но и не слишком высоким материальным уровнем, что, тем не менее, сочетается с относительно массовыми представлениями русских предпринимателей о своей общественной значимости. Основной особенностью русских «деловых людей» Республики Кыргызстан можно назвать наличие в их составе небольшого, но консолидированного слоя тех, кто заметно выделялся среди остальной массы предпринимателей высокими самооценками позиций, как на шкале власти, так и на шкале богатства и престижа.

Как и можно было предположить, мнения о своих социально-экономических позициях у предпринимателей повсеместно были выше, нежели у прочего русского населения. Наиболее близки к «народу» оказались русские предприниматели Молдавии, что четко прослеживалось по всем трем шкалам, и было связано, главным образом, с низкими самооценками самих предпринимателей.

На Украине, где, с одной стороны, социально-экономические показатели жизни большинства русского населения были сравнительно неплохими, но, с другой, существовали и более широкие возможности для некоторой наиболее мобильной части русских «выделиться» из общей массы людей, добиться значительного социально-экономического роста, отрыв предпринимателей от прочего русского населения был солиднее. Разница в относительной численности тех, кто поставил себя на две высшие позиции на всех трех шкалах, среди русских предпринимателей Украины и среди респондентов из среды прочего русского населения достигала десяти раз.

Заметно расходились самооценки предпринимателей и представителей прочего русского населения и в Киргизии. Однако следует отметить, что на Украине подобные различия между населением и предпринимателями становились достаточно заметными лишь на уровне высших страт, именно здесь предприниматели выделялись на фоне более или менее благополучного остального русского населения. В Киргизии же, напротив, довольно солидная дистанция между этими группами респондентов проходила по уровню представительности в низших слоях, особенно на шкале богатства и престижа, где сосредоточивалась значительная часть русского населения и заметно меньшая доля предпринимателей. Высокий статус русских предпринимателей в этой республике весьма сильно диссонировал с тяжелым положением подавляющего большинства русских.

АДАПТАЦИОННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ РУССКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ И НЕКОТОРЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ «РУССКОГО БИЗНЕСА»

Оптимисты и пессимисты

Особую значимость с точки зрения задач нашего исследования имели полученные в ходе опроса данные о том, как оценивают русские предприниматели и представители прочего русского населения разных республик свою нынешнюю жизнь, удовлетворены ли они теми или иными ее сторонами, что может служить одним из показателей уровня их адаптации к постсоветским реалиям.

Исследование показало, что региональные различия в адаптационном потенциале, как всего русского населения, так и предпринимателей, оказались весьма значительными (табл. 9). По доле положительных оценок своей жизни заметно лидировали русские предприниматели Украины. Довольно высокими адаптационными возможностями обладали и представители русского бизнеса Киргизии. В Молдавии русские ощущали себя заметно ущербнее. Примерно так же соотносились ответы и прочего русского населения, живущего в этих республиках.

Итоги опроса весьма убедительно показали, что русские предприниматели выглядели в той или иной мере более приспособленными к новым условиям, чем люди, далекие от бизнеса. Особенно заметной дистанция между этими группами русских была в Киргизии, в то время как в Молдавии и на Украине она выглядела не столь резкой. В то же время данный вывод был правомерен только по отношению к населению одной и той же республики. Если же сравнить адаптационный потенциал русских предпринимателей и прочего русского населения разных республик, то можно заметить, что социально-статусные характеристик в ряде случаев по силе своего влияния уступали региональным. Так, например, у русских предпринимателей Молдавии уровень фрустрированности нередко был выше, чем у не занятых бизнесом русских Украины. Это имело место, преимущественно, в тех сферах жизни, которые в той или иной мере были связаны с этнополитической ситуацией (удовлетворенность возможностями получения образования для русскоязычного населения, межэтническими отношениями и т. п.). При этом в социально-экономической сфере представители «русского бизнеса» Молдавии чувствовали себя гораздо увереннее русских жителей Украины, не связанных с предпринимательской деятельностью, имея более высокий уровень удовлетворенности работой и материальным положением. Однако, как видно, их общее отношение к жизни и ориентации на миграцию в большей мере формировались под влиянием не столько материальных факторов, сколько того ощущения этнической ущемленности, неравенства, которые они стали испытывать в республике своего проживания после ее суверенизации.

Важно отметить и следующую закономерность. Если для людей, не занятых предпринимательской деятельностью, серьезным тормозом в процессе их адаптации к постсоветским реалиям выступала низкая удовлетворенность материальным положением, то предпринимателей уже больше волновали социально-культурные аспекты жизни, такие как условия жизни в городе (Украина), характер межэтнических отношений (Молдавия), вопросы получения образования (Молдавия, Киргизия). Эта закономерность представляется достаточно важной с точки зрения возможного участия русских предпринимателей, уже не столь обремененных проблемами собственного выживания и материального обогащения, в решении общих вопросов улучшения жизни в городе, что еще раз говорит в пользу их более широких адаптационных возможностей.

Позитивным фактором в процессе адаптации русского населения стран ближнего зарубежья к постсоветским условиям можно назвать и более или менее терпимое отношение людей к трудностям современной жизни. Основная часть русских, как предпринимателей, так и не занятых в сфере бизнеса, на вопрос о том, как им живет-

ся, ответила «жить трудно, но терпеть можно». По мнению почти 40 % русских предпринимателей Украины и около трети Киргизии, «все не так плохо, а скоро будет еще лучше». Только русские Молдавии, в особенности не занятые предпринимательской деятельностью, отличались сравнительно высоким уровнем фрустрации, чаще выбирая ответ «терпеть наше бедственное положение совершенно невозможно».

В связи с вопросами адаптационного поведения русских нельзя не обратить внимание на их взаимоотношения с представителями титульного населения. Русские, благожелательно настроенные на межэтнические контакты, знающие язык титульного населения, естественно, имеют больше шансов на адаптацию, нежели те, кто намеренно дистанцирует себя от окружающих. Судя по данным опроса, различия между русскими бизнесменами и прочим русским населением в этом случае оказались минимальными, в то время как региональные особенности вновь проявились достаточно контрастно (табл. 10).

Таблица 9

Показатели адаптации русских к новым условиям жизни

Варианты ответов	***Население***			***Предприниматели***		
	Украина	*Молдавия*	*Киргизия*	*Украина*	*Молдавия*	*Киргизия*
Оценка условий жизни в городе проживания (индексы)	+0,37	–0,93	–0,38	+0,83	–0,64	+0,75
Удовлетворенность материальным положением (индексы)	–0,45	–1,54	–1,39	+1,29	+0,23	+0,97
Удовлетворенность работой (индексы)	+0,33	–0,31	–0,28	+1,38	+0,51	+0,92
Удовлетворенность межнациональными отношениями (индексы)	+1,62	–0,40	+0,12	+1,89	–0,57	+1,35
Удовлетворенность возможностями получения образования (индексы)	+1,23	–1,20	–0,09	+1,44	–1,48	+0,37
Оценка своей нынешней жизни в целом (%)						
Все не так плохо, а скоро будет еще лучше	22	5	15	38	6	30
Жить трудно, но терпеть можно	64	41	38	53	58	31
Терпеть такое бедственное положение совершенно невозможно	10	46	25	6	24	9
Затруднились ответить	4	8	22	3	12	30
Итого	100	100	100	100	100	100
Ориентация на миграцию (%)						
Собираются уехать	4	27	28	4	26	24
Не собираются уезжать	77	15	31	48	26	31
Пока не решили	18	57	41	48	47	44
Итого	100	100	100	100	100	100

Как известно, характер взаимоотношений между людьми разной этнической принадлежности складывается под воздействием целого комплекса разнообразных факторов. В числе достаточно значимых можно назвать показатели, связанные с различиями в культурно-антропологическом плане, с наличием и широтой контактов в отдельных сферах жизни, в т. ч. трудовой, со статусными позициями контактирующих этнических общностей и т. д. Среди трех исследуемых республик наиболее благоприятной ситуацией для формирования позитивных межэтнических отношений отличалась Украина, наименее – Киргизия, где русские и киргизы не только значительно отличаются друг от друга по культуре и внешнему облику, но и заметно рассредоточены по разным хозяйственным отраслям и разным предприятиям.

Таблица 10

Межэтнические контакты и значимость этнической принадлежности (%)

Варианты ответов	Украина		Молдавия		Киргизия	
	русское население	*русские предприниматели*	*русское население*	*русские предприниматели*	*русское население*	*русские предприниматели*
В той или иной мере знают язык титульного народа	78	89	31	38	19	27
Плохо знают или совсем не знают язык титульного народа	22	11	69	62	81	73
Считают, что национальность в браке не имеет значения	77	75	59	57	22	18
Предпочитают в браке человека своей национальности	3	2	17	24	32	32
Считают, что любые средства хороши для защиты своего народа	13	15	22	34	31	22
Всегда помнят о своей национальности	23	23	27	46	39	32
Редко вспоминают о своей национальности	40	38	21	15	26	42

Отмеченные особенности отразились и на ответах респондентов. Русские Киева проявили намного более высокий уровень этнической толерантности, нежели русские Бишкека. Русские жители Кишинева в данном случае занимали промежуточную позицию, хотя иногда взгляды местных русских предпринимателей выглядели более жесткими, чем у русских бизнесменов Киргизии и тем более Украины, например, по вопросу о защите интересов людей своей этнической принадлежности. Для русских предпринимателей Молдавии выступала более актуализированной и их этническая принадлежность.

Все эти данные свидетельствуют о том, что сам по себе факт включения русских в новые рыночные структуры в качестве ведущих действующих лиц, т. е. их определенный статусный рост, особенно не повлиял ни на повышение их этнической толерантности, ни на подъем этнического самосознания. В то же время в разных республиках ситуация была неоднозначной. Если представляющие «бизнес-элиту» русские Молдавии отличались несколько более выраженными ориентациями на свою этничность и этнические интересы по сравнению с прочим русским населением, то русские предприниматели Киргизии, напротив, на фоне местных русских, не занятых бизнесом, выглядели более лояльными по отношению к титульному народу, собственная этничность значила для них меньше. Еще раз отметим, что все названные особенности продуцировались не только различиями в социально-экономических и этнополитических условиях жизни русских в разных республиках, но и спецификой их социально-профессионального соста-

ва, структурой самого предпринимательского слоя.

Пожалуй, единственным показателем из перечисленных, который объединял русских предпринимателей разных республик в плане развития их межэтнических контактов, был более высокий уровень их языковой компетенции по сравнению с прочим русским населения. Можно с уверенностью констатировать, что знание языка титульного народа становится все более значимым условием социально-имущественного роста этнических меньшинств, что раньше относилось к русскому языку. Хотя в частном секторе необходимость использования государственного языка гораздо слабее, чем в государственном, тем не менее, как видно, для успешного развития предпринимательской деятельности русских этот аспект достаточно значим. И в этом отношении предпринимательство все же можно считать определенным фактором, сближающим этнические общности.

Русские предприниматели о своем будущем

Характерной чертой «классического» капиталиста, человека, занимающегося предпринимательством, является стремление постоянно расширять свое дело, способствовать его развитию в пространстве и во времени, передавая потомкам. К сожалению, пока это определение не совсем относится к русским бизнесменам, живущим в исследуемых республиках. Как показали материалы опроса, для многих русских предпринимателей их нынешний бизнес представляет собой относительно временное занятие, необходимое лишь для того, чтобы выжить и более или менее нормально существовать в нынешней ситуации. Хотя подавляющее большинство респондентов во всех республиках на момент опроса не собирались «сворачивать» свое дело, все же для немалой их части перспективы дальнейшей деятельности представлялись туманными (табл. 11).

Таблица 11

Оценка перспектив предпринимательской деятельности (%)

Как Вы оцениваете перспективы своей предпринимательской деятельности?	*Украина*	*Молдавия*	*Киргизия*
Бизнес будет расширяться	47	14	27
Останется на нынешнем уровне	10	7	25
Ждет банкротство	14	25	14
Пока трудно сказать	29	54	34
Итого	100	100	–

Только среди русских предпринимателей Украины оказалось сравнительно много (около половины) тех, кто высказал уверенность в дальнейшем расширении и укреплении своего бизнеса в этой республике. В Киргизии подобного мнения придерживалось уже почти вдвое, а в Молдавии – втрое меньше предпринимателей. Русские Киргизии отличались большей относительной численностью людей, считавших, что в их бизнесе не произойдет особых изменений, а в Молдавии тех, кто опасался банкротства. Более половины предпринимателей Молдавии и более трети Киргизии не смогли дать определенного ответа на вопрос о перспективах своей деятельности в республике проживания.

Как видно, среди русских предпринимателей Украины и Киргизии господствовали более оптимистичные настроения, нежели в Молдавии. Подобные республиканские различия можно объяснить, прежде всего, разной этнополитической ситуацией в республиках, неодинаковой социально-экономической политикой государств, в т. ч. по развитию малого и среднего бизнеса, различиями в материальном уровне самих предпринимателей. Не последнюю роль играл и социальный состав людей, занятых предпринимательством. Владельцы и руководители крупных и средних предприятий в целом реже, нежели мелких, опасались банкротства, а индивидуальные предприниматели в большинстве случаев

считали, что в их бизнесе не произойдет особых изменений.

С развитием своего дела многие предприниматели связывали и перемены в собственном социально-экономическом положении. Однако представления об этом не были четко взаимосвязаны. Далеко не все те, кто ожидал расширения бизнеса, надеялись повысить и свои социально-экономические позиции. Большинство и предпринимателей, и представителей прочего русского населения на вопрос о том, вырастет ли их социально-экономический статус в течение ближайших лет, ответили или отрицательно, или затруднились ответить (табл. 12).

Таблица 12

Представления о возможных изменениях социально-экономического статуса в ближайшие годы (%)

Варианты ответов	Украина		Молдавия		Киргизия	
	русское население	*предприниматели*	*русское население*	*предприниматели*	*русское население*	*предприниматели*
Рассчитывают стать богаче	13	33	7	15	24	38
Рассчитывают занять более престижное положение в обществе	6	9	5	2	15	16
Рассчитывают, что станут обладать б∴льшей властью	2	5	0	3	7	6
Ни на что из перечисленного не рассчитывают	39	21	68	55	44	28
Затруднились ответить	49	35	23	37	10	34

Примечание: Итог не составляет 100 %, поскольку респондент мог выбрать несколько вариантов ответа на данный вопрос.

Самая высокая доля негативных ответов приходилась, как и можно было предположить, на русских Молдавии. Здесь лишь пятая часть предпринимателей и около 10 % представителей прочего русского населения надеялись на какие-либо благоприятные перемены в своем социально-экономическом положении. На Украине оптимистов оказалось уже заметно больше – более трети предпринимателей и около пятой части прочих русских горожан. Особенно же радужно оценили свои жизненные перспективы респонденты Киргизии – более 40 % местных русских предпринимателей верили в позитивные сдвиги в своем социально-экономическом статусе, а среди представителей прочего русского населения – почти треть. Важно отметить, что во всех республиках, включая Молдавию, русские предприниматели чувствовали себя более уверенно, нежели люди, не связанные с бизнесом.

Среди тех, кто рассчитывал на улучшение социально-экономических позиций, большинство надеялось повысить свой материальный уровень. Показательно, что в Киргизии не только немалая доля русских бизнесменов (около 40 %), но и почти четверть представителей прочего русского населения надеялись в скором времени пополнить свои капиталы, в отличие от русских Молдавии и Украины, более трезво смотрящих в будущее. Респонденты Киргизии чаще чувствовали уверенность и в возможностях роста своего общественного престижа.

В то же время очень слабую надежду возлагали предприниматели всех исследуемых республик, не говоря уже о прочем русском населении, на рост своего участия в управлении. Можно сказать, что не только в настоящее время, но и в перспективе уровень представительства русских, в т. ч. из наиболее «продвинутого» в социально-экономическом отношении слоя – пред-

принимателей, во властных структурах останется относительно низким. Политика подобного отстранения от власти людей достаточно состоятельных, пользующихся уважением в обществе, вряд ли может способствовать эффективному развитию республик, построению в них открытого гражданского общества.

В связи с этим особый интерес вызывает, на наш взгляд, вопрос об отношении русских предпринимателей к продолжению начатого ими бизнеса их детьми. Оказалось, что даже в благополучной Украине лишь половина респондентов поддержала идею долгосрочного развития здесь своего дела. Меньше же всего сторонников подобный вариант получил в Молдавии – всего 22 % «за» и почти 60 % – «против». В Киргизии, где, казалось бы, положение русских предпринимателей и отношение к ним на всех уровнях, по их же собственному мнению, более или менее приемлемо, связывать будущее своих детей с жизнью в этой республике, даже в роли представителей местного бизнеса, хотело бы не более четверти (табл. 13).

Очевидно, что занятие бизнесом воспринимается многими русскими предпринимателями стран нового зарубежья как достаточно выгодное и полезное, но все же далеко не идеальное. И, если сами русские предприниматели в силу тех или иных причин готовы работать в этой сфере деятельности, то для своих детей они предпочли бы какой-либо иной вариант трудоустройства и, возможно, за пределами данной республики.

Таблица 13

Отношение русских предпринимателей к перспективам развития семейного бизнеса в республиках своего проживания (%)

Варианты ответов	*Украина*	*Молдавия*	*Киргизия*
Положительно относятся к тому, чтобы их дети продолжили семейное дело	50	22	24
Отрицательно относятся к тому, чтобы их дети продолжили семейное дело	18	59	51
Затруднились ответить	32	19	25
Итого	100	100	100

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении хотелось бы еще раз отметить ряд общих моментов и попытаться ответить на некоторые вопросы, поставленные в начале статьи.

Прежде всего, подчеркнем, что участие русских, живущих в странах нового зарубежья, в предпринимательской деятельности, несмотря на определенные препоны и сложности объективного и субъективного характера, в т. ч. элементы определенной этнической дискриминации, оказалось относительно массовым, а их участие в республиканском бизнесе – достаточно представительным. Можно предположить, что во многом именно экстремальные условия жизни, в которые попали русские ряда стран нового зарубежья, активизировали их предпринимательские наклонности. Оказавшись «выброшенными» из государственных структур, потеряв не только престижные, высокооплачиваемые должности, но и просто средства к существованию, и в то же время сохранив высокие социально-культурные запросы, русские видели в предпринимательстве один из немногих путей выхода из создавшейся ситуации.

Можно сказать, что, несмотря на доминирование титульных народов из-за их многочисленности, как в государственных, так и в частных структурах, в т. ч. среди предпринимателей, роль русских в республиканском бизнесе довольно заметна. Данный вывод представляется особенно важным на фоне данных о сравнительно невысоком участии в сфере предпринимательской деятельности русских, живущих в

крупных городах России, в т. ч. в Москве. Так, согласно материалам Всероссийской переписи населения 2002 г., среди представителей 14 наиболее крупных этнических групп Москвы русские занимали последнее место по доле людей, работающих не по найму, т. е. имеющих свое дело (среди всего занятого населения соответствующих национальностей в возрасте 15–64 лет)[12]. Видимо, основываясь на этих фактах, некоторые экономисты и политики России позволяют себе делать заключения о том, что сознание русских ущербно и экономически непродуктивно. Однако наши данные об опыте русского предпринимательства за пределами России явно опровергают подобное мнение.

Занятие предпринимательской деятельностью, которое стало возможным лишь благодаря переходу республик к рыночной экономике, против чего первоначально возражали многие русские, дало возможность ряду представителей местного русского населения заметно продвинуться по социальной лестнице, повысить свой материальный уровень, расширить свои адаптационные возможности, тем самым выделившись на фоне остального русского населения. В то же время многие проблемы, озаботившие большинство русских, живущих в странах нового зарубежья в постсоветский период, остались актуальными и для русских предпринимателей. Как и русские, далекие от предпринимательства, русские бизнесмены ощущали свою удаленность от власти, в ряде случаев страдали от ущемленности своих прав и интересов, в качестве представителей этнических меньшинств, испытывали неверие в будущее, в успешное развитие своего дела в республиках проживания. Другими словами, переход в новый социальный слой в целом способствовал решению многих социально-экономических проблем русских, но не решил этнокультурных и этнополитических. Поэтому далеко не все русские бизнесмены чувствовали себя в республиках своего проживания достаточно уверенно и комфортно, особенно в Молдавии. Но и среди русских предпринимателей Украины лишь чуть более трети, оценивая свою нынешнюю жизнь, дали оптимистичный ответ «все не так плохо, а скоро будет еще лучше».

Как и жизнь русских, не связанных с бизнесом, положение русских предпринимателей, живущих в разных республиках, их взгляды и оценки, характер поведения во многом определялись региональными особенностями. Причем в условиях суверенизации республик влияние этих особенностей на местных граждан русской национальности, в т. ч. предпринимателей, ощущалось сильнее, чем в советский период, когда позиции русского населения в значительной мере определялись политикой центральной власти. Судя по данным опроса, наиболее благополучным можно назвать положение русских предпринимателей Украины, где условия жизни русского населения сравнительно благоприятнее, экономика стабильнее, где русским было проще добиться успехов, как в материальном, так и в социальном плане.

В Киргизии на фоне массовой бедности некоторая часть (хотя и весьма небольшая) русских, как среди предпринимателей, так и прочего населения, сумела достичь (судя по самооценкам) сравнительно высоких жизненных показателей. На мнения местных русских жителей не мог не оказать стимулирующего влияния и общий позитивный настрой в республике, формируемый представителями титульной национальности, которые с большим энтузиазмом восприняли рыночные реформы, в т. ч. переход к частной собственности. Немаловажное значение имело и сохранение во многих сферах жизни этой республики русского языка.

В Молдавии на фоне серьезного экономического спада и сложной этнополитической ситуации возможности социально-экономического роста были открыты лишь для очень незначительной части граждан (в основном для румын) и даже среди русских предпринимателей доля наиболее «успешных» оказалась сравнительно невысокой. Несмотря на то, что по относительной численности «русский бизнес» Молдавии в целом не уступал аналогичным группам в Киргизии и на Украине, уровень социальной фрустрированности здесь был выше. Нередко обиды русских за понесенные в

процессе суверенизации потери мешали им позитивно воспринимать успехи, достигнутые в постсоветские годы. В то же время, вполне вероятно, что сравнительно тяжелое положение русских Молдавии стало одним из факторов, стимулирующих особую сплоченность и более решительный настрой русских предпринимателей этой республики. Хотя для того, чтобы удачно «вписаться» в рыночную структуру, представителям местного русского населения потребовалось гораздо больше усилий и мужества.

Итоги нашего исследования, к сожалению, не позволяют сделать достаточно оптимистичный прогноз по поводу развития «русского бизнеса» в странах нового зарубежья, но и о «затухании» там русского предпринимательства говорить тоже не приходится. В данный переходный период очень многое зависит от конкретной ситуации в республиках, от отношений русских предпринимателей с республиканским и местным руководством, СМИ, предпринимателями из среды титульного этноса, от поддержки со стороны России и т. п. В рамках данной статьи мы не можем коснуться всех названных вопросов, но надеемся сделать это в дальнейшем.

ПРИМЕЧАНИЯ

[1] *Снисаренко А.* Этническое предпринимательство в большом городе современной России (на материалах исследования азербайджанской общины С.- Петербурга) // Неформальная экономика. М., 1999. С. 139.

[2] См., например, *Бредникова О, Паченков О.* Этничность «этнической экономики» и социальные сети мигрантов // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 2; *Дятлов В.И.* Современные торговые меньшинства: фактор стабильности или конфликта? (Китайцы и кавказцы в Иркутске). М., 2000; *Наумов А.* Хофстидово измерение России (влияние национальной культуры на управление бизнесом) // Менеджмент. 1996. № 3; *Радаев В.А.* Этническое предпринимательство: Мировой опыт и Россия // Политические исследования. 1993. № 5 и др.

[3] *Сусоколов А.А.* Культура и обмен. Введение в экономическую антропологию. М., 2006. С. 222–224.

[4] К предпринимателям были отнесены владельцы крупных, средних и мелких предприятий, фирм и организаций, работающие на них, а также люди, занятые индивидуально-трудовой деятельностью (репетиторством, частным извозом и т. п.), для которых предпринимательство служило основным источником дохода.

[5] *Арутюнян Ю.В.* Трансформация постсоветских наций. М., 2003. С. 14–15.

[6] Содружество Независимых Государств в 1996 г. Статистический справочник. М., 1997. С. 51.

[7] Русские. Этносоциологические очерки. М., 1992. С. 90.

[8] Основные итоги первой национальной переписи населения Кыргызской Республики 1999 г. Бишкек, 2000. С. 26.

[9] Материалы 1-го съезда предпринимателей Кыргызской Республики. Бишкек, 2000.

[10] Кто есть кто в Молдове. Статистический ежегодник. Кишинев, 2000.

[11] Независимая газета. 31 мая 2000 г.

[12] Гастарбайтерство. Факторы выталкивания и притяжения. М., 2006. С. 255.