

NOR-AREVYAN Oksana Avedikovna, *Cand.Sci. (Soc.)*, Associate Professor of the Institute of Sociology and Regional Studies, South Federal University (160 Pushkinskaya St, Rostov-on-Don, Russia, 344006; noroks@yandex.ru)

SOCIAL CAPITAL OF THE PROFESSION IN THE EVALUATION OF RUSSIAN DOCTORS (on the materials of sociological research in urban megacities)

Abstract. The profession of a doctor is one of the most significant, socially oriented and mass professions, but at the same time it becomes less attractive, and the modern Russian doctor is endowed with features of the precariat, which makes him more vulnerable in the society. Nowadays the profession of a physician becomes a mass job and less attractive due to the fact that this labor is not highly paid. In 2017 the study was conducted in the major Russian megacities (Moscow, Kazan, Rostov-on-Don). Its results showed that residents of megacities did not consider their profession as a successful investment in the future and would recommend with caution this profession to their children, noting its negative image in the Russian society.

Keywords: social capital, physician, prestige of the profession, motivation, family dynasties

ПЕШКОВА Вера Михайловна – кандидат исторических наук, старший научный сотрудник Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН (117218, Россия, г. Москва, ул. Кржижановского, 24/35, корп. 5; pever@mail.ru)

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО МИГРАНТОВ В РОССИИ: СТРУКТУРНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Аннотация. В статье рассматриваются ключевые структурные факторы, определяющие предпринимательскую активность мигрантов в России, а именно основные условия, характеристики и тенденции развития малого и среднего бизнеса (как россиян, так и мигрантов). Анализируются данные российской статистики, результаты международных исследований в области состояния предпринимательства в России в целом, а также место и роль в нем предпринимателей-мигрантов, представляющих страны бывшего Советского Союза (на примере Азербайджана и Кыргызстана).

Ключевые слова: иностранные мигранты, предпринимательство, малый и средний бизнес, индивидуальные предприниматели, мигранты-предприниматели

Практически весь постсоветский период истории России характеризуется международной миграцией, только в 1990-х гг. в миграционном потоке преобладают вынужденные мигранты, а в нулевых подавляющее большинство составляют уже трудовые мигранты. Несмотря на экономические сложности и кризис последних лет, долговременная международная миграция в России в целом сохраняет свой масштаб. Это происходит первую очередь за счет мигрантов из СНГ, численность которых на 1 июня 2017 г. составляет 8,6 млн чел. (86% всех иностранных мигрантов). Среди них преобладают представители Средней Азии и Украины, хотя миграционный вклад последней в 2017 г. несколько снизился. Число трудовых мигрантов или указавших цель своего приезда как «работа по найму» в июне 2017 г. составило 4,2 млн чел., что на 300 тыс. больше, чем в 2016 г., причем 96% из них также составляли представители стран СНГ [Мониторинг экономической... 2017: 22-26].

Таким образом, международная миграция давно стала частью российской реальности и, с одной стороны, существенно влияет на структуру россий-

ской экономики и состояние рынка труда, с другой – структурируется ими. В частности, миграция тесно связана с сегментацией рынка труда и отраслевой специализацией. Мигранты стараются оптимизировать свое пребывание в России, в результате чего их включение в российский рынок труда и в российскую экономику в целом происходит не только через наемный труд, но и через предпринимательскую активность. Так, автосервис, ремонт одежды, мелкооптовая и розничная торговля, общественное питание и т.п. – примеры секторов мигрантской занятости и нередко бизнеса, организованного самими мигрантами.

Предпринимательская активность мигрантов, как и миграция в целом, и в общественно-политическом, и в экспертном дискурсе оценивается неоднозначно. В российском общественном мнении распространено представление, что мигранты-предприниматели вытесняют местное население из определенных экономически привлекательных ниш, а сам бизнес мигрантов принадлежит сфере неформальной экономики, что подразумевает теневые схемы ведения экономической деятельности и даже ее криминализацию. В отечественной науке к настоящему времени проблематика предпринимательства среди мигрантов разработана слабо. Большая часть научного сообщества склонны исследовать предпринимательскую активность мигрантов через призму этнического предпринимательства и этнической экономики, т.е. как этнически маркированную, замкнутую и ориентированную прежде всего на свою этническую группу. Причем между «этнической» и «неформальной» экономикой часто ставится знак равенства. Этническое предпринимательство также рассматривается как форма социально-экономической адаптации мигрантов, которые, попав в иную среду, мобилизуют имеющиеся у них ресурсы и, пытаясь выжить, открывают собственное дело [Радаев 1995; Рязанцев 2000; Рожкова 2009].

И хотя российская власть в целом понимает актуальность вопросов развития малого и среднего бизнеса¹, предпринимательство среди мигрантов на уровне государственных ведомств обсуждается недостаточно. Это отражается в отсутствии полной и точной статистики, а также специальных социологических исследований в этой области.

Исходя из вышесказанного, представляется, что наиболее продуктивным подходом при научном изучении предпринимательства среди мигрантов является многостороннее изучение мигрантских предпринимательских стратегий, складывающихся в результате взаимодействия трех аспектов. Во-первых, это характеристики принимающего общества, а точнее, его структурные возможности, которые включают рынок труда, миграционную политику, законодательство как в сфере миграции, так и предпринимательства (в частности, может ли иностранный гражданин зарегистрировать предприятие), банковскую систему, в первую очередь в сфере кредитования, налоговые правила и т.п. Во-вторых, это групповые, в т.ч. этнические, возможности: социальные сети, позиция сообщества на рынке труда, степень этнической лояльности и т.п. И наконец, персональные ресурсы мигранта: возраст, образование, опыт работы, языковые знания, миграционный опыт, гражданство и т.п. Разные комбинации этих трех аспектов – структурных возможностей, групповых характеристик и персональных ресурсов – и создают разнообразие типов мигрантских предпринимательских стратегий, обуславливают выбор той или иной модели экономического поведения.

¹ Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года. Принята распоряжением Правительства РФ от 02.06.2016. Доступ: <http://government.ru/docs/23354/> (проверено 20.09.2017).

Данный теоретико-методологический подход является основным при реализации проекта «Предпринимательство среди иностранных мигрантов в России: структурные возможности versus “этнические» ресурсы» (2017–2018), поддержанного Российским фондом фундаментальных исследований (РФФИ). В рамках указанного подхода начато изучение предпринимательской активности иностранных мигрантов через выявление и типологизацию их предпринимательских стратегий (на примере предпринимателей – мигрантов из Азербайджана, Кыргызстана и Украины, начинавших свою экономическую карьеру в статусе мигранта в период 1995–2015 гг.).

В данной статье представлены первые результаты проекта.

Начать следует с того, что одним из серьезных ограничений при изучении предпринимательства в целом, и особенно предпринимательства среди мигрантов, является недостаток достоверных статистических данных, что в определенной степени объясняется особенностями процедуры регистрации предприятий, непрозрачностью ведения бизнеса в России. Статистика улавливает лишь гражданство предпринимателя на момент регистрации бизнеса (эта информация фиксируется в Едином государственном реестре юридических лиц). Однако предприятие не всегда принадлежит лицу, зарегистрировавшему его на свое имя.

В самом общем виде оценить уровень самостоятельной занятости россиян и, соответственно, примерную долю предпринимателей позволяют данные Федеральной службы государственной статистики. Занятых в «работе на собственном предприятии, в собственном деле» Росстат определяет как работающих не по найму. Эта группа объединяет работодателей, самостоятельно занятых лиц, членов производственных кооперативов, помогающих на семейном предприятии. Согласно данным Росстата, на начало 2016 г. работающих не по найму насчитывалось 5,2 млн чел., или 7,2% всех занятых в экономике в возрасте 15–72 лет. Из них примерно пятую часть составляют работодатели (931 тыс. чел.)¹.

Наблюдается определенная гендерная диспропорция: мужчин среди работающих не по найму чуть больше (3 008 тыс. чел., или 57,8%), чем женщин (2 243 тыс. чел., или 43%). Среди работодателей доля мужчин еще выше – 67,3% (627 тыс. чел.) против 32,7% женщин (304 тыс. чел.), причем это соотношение остается практически неизменным с 2010 г. Отраслевое распределение выглядит следующим образом: выше всего доля работающих не по найму в сельском хозяйстве, охоте и лесном хозяйстве; далее идет оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, бытовых изделий и предметов личного пользования; транспорт и связь; строительство и предоставление прочих услуг, наконец, обрабатывающие производства².

Кроме Росстата, с августа 2016 г. статистика предпринимательства ведется специально созданным Налоговой службой РФ Единым реестром субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП). Она формируется на основании отчетности субъектов малого бизнеса и отличается от данных Росстата. По материалам реестра, в октябре 2017 г. в России насчитывается около 5,8 млн субъектов малого и среднего предпринимательства (юридических лиц и индивидуальных предпринимателей), где заняты немногим более 15,6 млн чел. Около 1,8 млн предприятий находятся в Центральном федеральном округе. Согласно Единому реестру, большинство субъектов малого и среднего предприниматель-

¹ *Рабочая сила, занятость и безработица в России (по результатам выборочных обследований рабочей силы). 2016: статистический сборник.* М.: Росстат. 2016. С. 273–293.

² Там же. С. 104.

ства России составляют микропредприятия¹: около 2,5 млн (90,6%) юридических лиц и 3 млн (99%) индивидуальных предпринимателей, где заняты около 5 млн чел.

По данным Единого государственного реестра юридических лиц, в октябре 2017 г. в РФ насчитывалось 3,8 млн индивидуальных предпринимателей – граждан РФ, из них чуть более 1 млн – в ЦФО. Анализ динамики предпринимательской активности показывает, что в нулевых годах происходит постепенное снижение доли занятых в отраслях сферы материального производства – промышленности, сельском хозяйстве и на транспорте, но растет занятость в торговле и коммерческой деятельности [Безбородова 2013]. По итогам 2014 г. среди малых предприятий немногим более 50% представляют в сумме оптовая (39,7%) и розничная торговля, ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования (12,5%); десятая часть – строительство, 10,8% – операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг; 4,2% – транспорт и связь. Предприятия обрабатывающих производств по удельному весу занимают 6-е место в обороте малых предприятий (9,3%) и 2-е место – в обороте средних предприятий (22,9%) [Пигунова 2016].

Число иностранцев, зарегистрировавших индивидуальные предприятия, составляет 55 575 чел., из них 15 917 чел. – в ЦФО². По данным «Коммерсантъ КАРТОТЕКА», обобщающим статистику Единого государственного реестра регистрации юридических лиц, начиная с 2002 г. происходит постепенный, но стабильный рост числа индивидуальных предприятий, аффилированных с гражданами бывшего Советского Союза: если в 2002 г. таковых было 17 160, то в 2017 – уже 25 241. Максимальное число индивидуальных предприятий, принадлежащих к данной категории, приходится на наиболее стабильные в экономическом плане годы: в 2007 г. – 29 105, в 2012 – 34 026. Первый спад, соответственно, приходится на экономический кризис 2008 г., когда число индивидуальных предприятий составляло 24 340. Следующий серьезный спад датируется 2014 г., когда число ИП, аффилированных с гражданами бывшего Советского Союза, составило 14 193, сократившись более чем в 2 раза по сравнению с 2012 г. С точки зрения межстранового распределения отдающими странами – лидерами по числу индивидуальных предпринимателей, зарегистрированных в России, можно назвать Казахстан, Украину, Армению, Азербайджан, Таджикистан. Однако динамика изменения числа ИП выходцев из перечисленных стран очень неоднородна. Так, если число ИП, аффилированных с гражданами Казахстана, серьезно колеблется: с 2002 г. (15 838) по 2012 г. оно постепенно росло (пик приходится на 2006–2007 гг., 25 463 и 25 088 соответственно, и 2012 г. – 250 66), после чего начался резкий спад – до 967 ИП в 2017 г., то число ИП, аффилированных с гражданами Азербайджана, Таджикистана и Украины, за тот же период демонстрирует постоянный рост, без резких спадов и подъемов.

Одним из наиболее обоснованных лонгитюдных научных проектов, где представлены исследовательские данные по предпринимательству в России, является проект Глобального мониторинга предпринимательства (*Global Entrepreneurship Monitor – GEM*), проводимый в нескольких десятках стран мира [Верховская, Дорохина 2012]. Россия принимает участие в мониторинге с 2006 г. В рамках

¹ Согласно Федеральному закону от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», к микропредприятиям относятся предприятия, где заняты до 15 чел.; к малым – от 16 до 100 чел., их доход составляет до 800 млн. руб.; а к средним – от 101 до 250 чел., а доход может достигать 2 млрд руб.

² *Вестник государственной регистрации*. Доступ: http://www.vestnik-gosreg.ru/info_ip/?tab=commonAll&citizenship=3 (проверено 31.12.2017).

мониторинга предпринимательство понимается как процесс, охватывающий все стадии жизненного цикла бизнеса. При этом выделяются добровольные и вынужденные предприниматели, или предприниматели «по необходимости», число которых растет в кризисные годы: в 2014 г. зафиксирована наибольшая доля вынужденных предпринимателей (39,0%), в 2016 г. их доля снизилась до 31% [Верховская и др. 2016: 33].

Мониторинг подтверждает наличие гендерной диспропорции в предпринимательской активности: в России, как, впрочем, и в большинстве стран – участниц проекта, мужчины больше вовлечены в предпринимательство. В течение последних 10 лет российские мужчины чаще создают новый бизнес, тогда как женщины в основном представлены в устоявшемся бизнесе. Средний возраст российского предпринимателя составляет 39 лет, раннего предпринимателя – 36 лет, устоявшегося предпринимателя – 43 года. Среди бизнесменов преобладают люди с незаконченным высшим или высшим образованием [Верховская и др. 2016: 38]. По секторальному распределению новых предприятий в России преобладает потребительский сектор (50% всех ранних предпринимателей).

В целом, согласно мониторингу, на протяжении многих лет уровень предпринимательских намерений в России является самым низким среди стран – участниц проекта. Например, в 2016 г. значение этого показателя составляло от 2,1% (без опыта предпринимательства) до 5,0% (среди которых половина – действующие предприниматели), тогда как среднее значение для стран с развивающейся экономикой находилось на уровне не меньше 20% [Верховская и др. 2016: 20]. Россия занимала 67-е место среди 69 по числу людей, вовлеченных в создание новых компаний и управление ими. Предпринимательский профиль России серьезно отличается от профилей развитых и развивающихся стран. По уровню предпринимательской активности Россия соответствует развитым странам, а по показателям предпринимательских устремлений – ближе к развивающимся. Причины непопулярности предпринимательства в России объясняются не только структурой экономики и предложением рабочих мест крупными компаниями, но и негативной оценкой частью населения возможностей для организации своего дела [Верховская и др. 2016: 54].

Мониторинг показывает, что предпринимательская активность мигрантов формируется под влиянием экономического и предпринимательского климата принимающей страны. Эта активность также обусловливается миграционной политикой страны приема, сроком пребывания и планами на будущее самих иностранных граждан. В то же время мигрантов-предпринимателей в европейских исследованиях часто предлагается рассматривать через призму того, какую роль предпринимательство играет в инкорпорации мигрантов в стране приема [Мукомель 2016: 412-413]. В связи с этим в фокус внимания попадают этнокультурные и религиозные особенности мигрантов, а также история миграции представителей той или иной страны и то, какую роль эти характеристики в сочетании с условиями принимающей страны играют в инкорпорации мигрантов. Так, одно из последних исследований предпринимателей-мигрантов, проведенное Организацией экономического сотрудничества и развития в 2010 г., показало, что их поведение определяется конкретной политикой кредитных ограничений, продолжительностью проживания в принимающей стране, а также наличием разрешительных документов, например визы [Migrant Entrepreneurship... 2010].

Помимо уровня экономического развития, предпринимательских практик, миграционной политики конкретной страны приема, вероятность участия в предпринимательской активности определяется и индивидуальными харак-

теристиками мигрантов. Согласно исследованию ОЭСР, предприниматель-мигрант, так же как и предприниматель из числа местных жителей, – это чаще всего мужчина среднего возраста с достаточно высоким уровнем образования и квалификации. Мигранты, имеющие свое дело, обладают более длительным опытом проживания в принимающей стране, более образованы и квалифицированы, чем трудовые мигранты, и заняты в самых разных профессиях и секторах, включая и неэтнические сферы. Среди мигрантов доля самозанятых, как правило, выше, чем среди местных жителей, а вероятность организации собственного бизнеса повышается, если у мигранта есть опыт самозанятости в стране исхода. Размер предприятий мигрантов несколько меньше, чем у местных, хотя в среднем и те и другие имеют менее 50 работников [Migrant Entrepreneurship... 2010]. Принципиальный вывод исследования ОЭСР состоит в том, что предпринимательство для значительной части мигрантов является стратегией, позволяющей избежать необходимости трудоустройства на низкооплачиваемую и низкостатусную работу в принимающей стране, дискриминации и сложностей, характерных для поиска работы по найму.

В связи с тем, что в современной России масштабные научные количественные исследования предпринимательской активности мигрантов крайне немногочисленны, сложно делать обобщения, сопоставимые с результатами западных обследований.

Согласно данным мониторинга 2012 г., в который был включен блок по исследованию мигрантов-предпринимателей, в России среди мигрантов несколько больше ранних предпринимателей, чем среди не-мигрантов (7,4% против 4% соответственно). В отличие от других стран, включенных в мониторинг, в России мигранты (24%) реже вынужденно приходят в бизнес, чем не-мигранты (38%). В то же время мигранты более оптимистичны при оценке своих знаний, опыта и внешних условий для начала собственного дела, чем не-мигранты (90% против 80% и 58% против 34% соответственно). Так же, как и в других странах – участницах мониторинга, большая часть предприятий мигрантов ориентированы на предоставление услуг не только землякам, но и населению России в целом [Верховская, Дорохина 2012: 38-40].

Что касается конкретных мигрантских сообществ, в российских исследованиях в фокусе внимания часто оказываются представители одних и тех же этнических групп, в частности предприниматели-азербайджанцы. Согласно наблюдениям А. Снисаренко, азербайджанская община Санкт-Петербурга в 1990-е гг. представляла собой классический пример использования этничности как экономического и социального ресурса: большинство предприятий формировались по принципу круговой поруки, на основе родственных и соседских связей [Снисаренко]. Основным внешним структурным фактором, обуславливающим поведение азербайджанских предпринимателей, являлось негативное отношение большинства горожан к азербайджанской общине. Еще одним немаловажным фактором была неоднородность азербайджанской миграции в Санкт-Петербург – наличие нескольких волн, различавшихся социальным составом и причинами миграции. В предпринимательской деятельности наиболее активно участвовали мигранты 2-й волны (конца 1970-х – начала 1980-х гг.), состоящей из приглашенных рабочих, и 3-й волны (первой половины 1990-х гг.), носящей экономический характер [Снисаренко].

Поддержка со стороны родственников, земляков, друзей и знакомых является одним из принципов ведения предпринимательской деятельности азербайджанцев и в Ярославской обл. Однако со временем зависимость бизнесменов с миграционным бэкграундом от прежних родственных и земляческих сетей ослабевает. Материалы исследований, проведенных в Ярославской обл., пока-

зывают, что среди азербайджанцев-предпринимателей, чей стаж проживания в регионе составляет более 10 лет, значимо возрастает доля тех, кто ориентируется исключительно на собственные силы.

Отраслевая специализация большинства предпринимателей-азербайджанцев в целом соответствует общероссийской: на 1-м месте идет оптовая и розничная торговля, затем транспортные услуги и строительство, а далее — общественное питание. При этом особенностью предпринимательства азербайджанцев в Ярославской обл. является, с одной стороны, вынужденный характер ведения коммерческой деятельности, а с другой — «инициативная экономическая стратегия поведения среди определенной части представителей азербайджанской диаспоры, абсолютно не детерминированная внешними обстоятельствами» [Гаджигасанова 2013: 152].

Предварительный анализ развития предпринимательства среди мигрантов из Кыргызстана, выполненный в рамках проекта «Предпринимательство среди иностранных мигрантов в России: структурные возможности versus “этнические» ресурсы»», позволяет сделать следующие наблюдения. Зарождение предпринимательства среди киргизов в России приходится на середину 1990-х — начало нулевых годов, когда появляются отдельные предприниматели, занимающиеся в первую очередь мелкооптовой куплей-продажей. Часть их составляли граждане бывшего Советского Союза, которых нельзя считать мигрантами в прямом смысле слова, а часть — первые трудовые мигранты. С середины нулевых годов трудовая миграция из Кыргызстана становится все более массовой, в этот период происходит накопление группового предпринимательского опыта, появляются первые небольшие производства, в первую очередь в сфере пошива одежды («самопошив»). Своего рода предпринимательский бум среди мигрантов из Кыргызстана происходит в 2010-х гг., именно в это время появляются предприятия, организованные киргизами и ориентированные на киргизов, а также других мигрантов, преимущественно из Средней Азии. К настоящему времени отраслевая специализация предприятий, принадлежащих киргизам, может быть охарактеризована следующим образом. Во-первых, в сфере производства — это пошив одежды и производство некоторых строительных материалов. Несмотря на то что работниками таких производств в основном являются киргизы, данная сфера ориентирована на все население России. Во-вторых, сфера услуг, которая может быть ориентирована как преимущественно на «своих» (кафе, агентства недвижимости, медицинские центры, перевозки), так и на все население (парикмахерские, салоны красоты, автомастерские, продуктовые магазины и т.п.).

По экспертным оценкам, максимальная доля предпринимателей-киргизов составляет не более 10% всех киргизов, работающих в России. Основные групповые предпринимательские стратегии — через наемный труд и приобретение новых навыков и компетенций к открытию собственного дела либо от мелкооптовой купли-продажи — к производству. Одна из основных индивидуальных предпринимательских стратегий — совмещение предпринимательства и работы по найму, а также попытки организации нескольких фирм одновременно.

В заключение следует подчеркнуть, что предпринимательскую активность мигрантов невозможно объяснить одними «этническими ресурсами». Только комплексный анализ предпринимательских стратегий мигрантов, направленный на выявление как этнических, так и внеэтнических факторов, в первую очередь структурных условий в сфере предпринимательства в конкретной принимающей стране, обуславливающих выбор той или иной модели экономического поведения, позволит преодолеть односторонний взгляд на

предпринимательство мигрантов и разработать рекомендации по превращению его из проблемы в значимый ресурс для экономического развития страны.

Список литературы

Безбородова Т.М. 2013. Трудовые мигранты в малом и среднем бизнесе в России. — *Вестник Омского университета*. Сер. Экономика. № 2. С. 13-18.

Верховская О.Р., Дорохина М.В. 2012. *Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства»*. Россия 2012. СПб: Высшая школа менеджмента. 56 с.

Верховская О.Р., Александрова Е.А., Богатырева К.А., Дзелепова М.В., Шмелева Э.В. 2016. *Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства»*. Россия 2016/2017. СПб: Высшая школа менеджмента. 65 с.

Гаджигасанова Н.С. 2013. Особенности функционирования этнического предпринимательства в условиях регионального центра (на примере г. Ярославля). — *Вестник Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова*. Сер. Гуманитарные науки. № 4. С. 149-153.

Мониторинг экономической ситуации в России: Тенденции и вызовы социально-экономического развития (под ред. В.С. Гуревича, С.М. Дробышевского, П.А. Кадочникова, А.В. Колесникова, В.А. Мау, С.Г. Синельникова-Мурылева). 2017. № 12(50). Июнь. 27 с.

Мукомель В.И. 2016. Адаптация и интеграция мигрантов: методологические подходы к оценке результативности и роль принимающего общества. — *Россия реформирующаяся: ежегодник: сборник научных статей* (отв. ред. М.К. Горшков). М.: Новый хронограф. Вып. 14. С. 411-467.

Пигунова М.В. 2016. О перспективах развития малого и среднего предпринимательства в обрабатывающей промышленности. — *Интернет-журнал «Науковедение»*. Т. 8. № 1(2016).

Радаев В.В. 1995. Этническое предпринимательство: мировой опыт и Россия. — *Полис. Политические исследования*. № 5. С. 79-87.

Рожкова Л.В. 2009. Предпринимательство как способ социальной адаптации этнических мигрантов. — *Известия высших учебных заведений. Поволжский регион*. Сер. Гуманитарные науки. № 1(9). С. 131-141.

Рязанцев С.В. 2000. Этническое предпринимательство как форма адаптации мигрантов. — *Общественные науки и современность*. № 5. С. 73-86.

Снисаренко А. Этническое предпринимательство в большом городе современной России (на материалах исследования азербайджанской общины С.-Петербурга). Доступ: <http://www.narcom.ru/publ/info/522> (проверено 26.10.2017).

Migrant Entrepreneurship in OECD Countries and Its Contribution to Employment 2010. URL: http://www.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/open-for-business_9789264095830-en (accessed 22.09.2017).

Статья написана в рамках реализации проекта «Предпринимательство среди иностранных мигрантов в России: структурные возможности versus "этнические" ресурсы», который финансируется РФФИ (грант № 17-03-00834).

PESHKOVA Vera Mikhailovna, *Cand.Sci. (Hist.), Senior Researcher, Sociological Institute – branch of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology, Russian Academy of Sciences (bld. 5, 24/35 Krzhizhanovskogo St, Moscow, Russia, 117218; pever@mail.ru)*

MIGRANT ENTREPRENEURSHIP IN RUSSIA: STRUCTURAL CAPABILITIES

Abstract. *The article considers the key structural factors determining the entrepreneurial activity of migrants in Russia, namely the main conditions, characteristics and development trends of small and medium-size entrepreneurship (both Russian and migrants'). The article represents the data of Russian statistics, as well as the results of international studies on the state of entrepreneurship in Russia as a whole, as well as the place and role of migrant entrepreneurs representing mainly the countries of the former Soviet Union. These data are also supplemented by the first results of the project «Entrepreneurship among International Migrants in Russia: Structural Capabilities versus Ethnic resources» (2017–2018), conducted under the Russian Foundation for Basic Research. In the conclusion, the author underlines that only ethnic resources cannot explain the entrepreneurship of migrants. Only a comprehensive analysis of migrant entrepreneurship strategies (by the example of migrant entrepreneurs from Azerbaijan, Kyrgyzstan) aimed at identifying both ethnic and non-ethnic factors, especially the structural conditions for entrepreneurship in a particular host country, which determine the choice of a particular model of economic behavior, will help overcoming a one-sided view on the entrepreneurship of migrants.*

Keywords: *international migrants, entrepreneurship, small and medium-size entrepreneurship, individual entrepreneurs, migrants' entrepreneurship*