

«ЭТНИЧЕСКИЕ» РЫНКИ В ГОРОДСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ / “ETHNIC MARKET PLACES” IN URBAN SPACE



Серия «Политология. Религиоведение»

2014. Т. 10. С. 67–83

Онлайн-доступ к журналу:

<http://isu.ru/izvestia>

ИЗВЕСТИЯ

*Иркутского
государственного
университета*

УДК 947.083(571)

«Этническое» предпринимательство во Владивостоке (конец XIX – начало XX в.)¹

Е. И. Нестерова

*Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
Иркутский государственный университет, г. Иркутск*

Аннотация. Данная статья представляет собой попытку анализа этнического предпринимательства во Владивостоке в конце XIX – начале XX в. Особенностью Владивостока является существенная доля иммигрантов в городском населении. В этот период в административном центре Приморской области появились и активно действовали не только немецкие, американские фирмы, но и сформировалась стабильная разветвленная сеть этнических предприятий, основанных выходцами из Китая, Кореи, Японии. Причинами этого послужили: наличие значительного процента мигрантов из сопредельных стран среди городского населения; высокая степень этнической солидарности среди этих мигрантов; торговля и сфера услуг как важнейшие области деятельности восточноазиатских мигрантов; незанятость либо слабая конкуренция в отдельных сегментах рынка. Внимание автора сосредоточено на специфике организации бизнеса мигрантов из стран Восточной Азии. Из всего многообразия проблем автор ограничивает круг рассматриваемых вопросов анализом специфики ведения бизнеса (активное использование низкооплачиваемого труда соотечественников, финансовая и деловая взаимопомощь земляков, перенесение исторически сложившихся на родине способов и методов ведения бизнеса на новую территорию); описанием форм самоорганизации; изучением роли и места национальных коммерческих агентов в этнических группах. При этом отмечается определенная динамика в развитии форм этнического предпринимательства. Этническое предпринимательство, начинавшееся обычно с обслуживания потребностей земляков, в ряде случаев перерастало национальные границы, приобретая черты развитого международного бизнеса, в рамках которого конторы компании открывались в разных странах, товар закупался на рынках Европы, Америки, Азии, доставлялся потребителю судами различных иностранных компаний, причем ассортимент товаров был ориентирован на разные этнические группы. Кроме того, к началу XX в. наблюдается попытка формализации и институционализации «неформальных» ранее этнических объединений торговцев и предпринимателей (через различные общества и надзор коммерческих агентов).

Ключевые слова: мигранты, этническое предпринимательство, торговля, коммерческие агенты, Владивосток.

¹ Статья подготовлена в рамках Программы стратегического развития ИГУ на 2012–2016 гг. Проект Р222-ОУ-037«Этнические рынки» в переселенческом обществе востока России: «место встречи» и взаимной адаптации мигрантов и принимающего общества (рубежи XIX–XX и XX–XXI веков)».

Изучение проблем формирования и функционирования этнического предпринимательства на Дальнем Востоке имеет давнюю историю. Историография вопроса вполне могла бы стать предметом отдельного рассмотрения [1; 4; 12; 14; 16; 20; 22; 29; 33; 35]. Продолжая эту традицию, автор концентрирует свое внимание на процессах адаптации традиционных форм экономической деятельности мигрантов из Восточной Азии к реалиям дальневосточной жизни позднеимперского периода. Это попытка ответить на вопросы: «Каким образом, через какие каналы и при помощи каких механизмов иностранные предприниматели были включены в более широкие сети обмена?»

Пример Владивостока, административного центра Приморской области, интересен тем, что к концу XIX в. почти половину его жителей составляли эмигранты. Большинство горожан не были его уроженцами. Существовало некоторое несоответствие между метафизической идеей города и реальным его бытием. Само название «Владивосток» не оставляет сомнения, что перед нами имперский город, город – военная крепость. Миссия «обладания востоком» впечатана в его судьбу. Отсюда все коннотации – служение, охрана, обеспечение безопасности Российской империи. С другой стороны, Владивосток – торговый центр, город мигрантов. Это отражено как в топонимике городского пространства (Манзовский рынок, Корейская слободка, Миллионка), так и в деятельности городской администрации – на долгие годы ее постоянной головной болью станет необходимость создания китайско-корейского квартала и поиск подходящего для него места¹. По оценке Д. Хабекера, Владивосток для китайцев в России играл ту же роль, что Сан-Франциско в Америке, Ванкувер в Канаде, Сидней в Австралии, являясь культурным, экономическим, административным центром [40, р. 166–167].

В лабиринте дефиниций: необходимое методологическое предуведомление

Немного об аналитическом инструментарии для нашего исследования. Одной из существенных проблем, как справедливо отметил В. И. Дятлов, является слабая разработка терминологического аппарата: «Пока нет более или менее общепринятого, понятного без дополнительных разъяснений названия изучаемых групп» [17, с. 6]. Используются такие дефиниции, как «чужаки», «торговые народы», «торговые меньшинства», «посреднические меньшинства», «этническое предпринимательство», «этнический анклав».

Другая сложность – выработка критериев того, что предметом исследования должны стать меньшинства, занятые преимущественно в торговле и ремеслах, обслуживании. Кроме того, необходимым критерием определения торгового меньшинства является устойчивое существование в качестве общин, наличие развитой общинной инфраструктуры, ярко выраженная внутригрупповая солидарность [17, с. 8].

¹ Интереснейший, но практически не исследованный нашими историками сюжет – восприятие городского пространства эмигрантами. Пионерская работа профессора университета Васэда Ёити Сато «Историческое исследование по градоформированию в центральном районе г. Владивостока (1860–1923 гг.)», к сожалению, не переведена на русский язык.

О. Бредникова и О. Паченков констатируют, что практически все концепции этнической экономики исходят из того, что мигранты в принимающей среде становятся меньшинством. Находясь в этом «ущемленном» положении, они в то же время обладают дополнительными ресурсами, которые принято называть «этническими» [5, с. 47].

А. Портес и Р. Мэннинг разводят понятия «торговое/посредническое меньшинство» и «этнический анклав». Они отмечают, что «появление этнической экономики возможно при наличии трех условий: во-первых, наличие значительного числа иммигрантов, имеющих к моменту миграции определенный бизнес-опыт; во-вторых, наличие источников капитала; и, в-третьих, наличие источников труда» [41, р. 61–62]. Отсутствие двух последних пунктов зачастую не является существенным препятствием, так как трудовой ресурс – это семья либо другие мигранты, а первоначальный капитал подчас настолько невелик, что достаточно индивидуальных накоплений либо объединения скромных финансовых ресурсов нескольких человек. Этническое предприятие платит работнику меньше конкурентов, что становится его ключевым конкурентным преимуществом. Но это лишь одна из многообразных форм компенсации, что понимают и работодатель, и работник. Работодатель включается в решение проблем своих работников, помогает им в чрезвычайных ситуациях, содействует их карьерному росту, иногда помогает начать собственное дело [41, р. 62].

Патерналистские трудовые отношения и сильная групповая солидарность характерны как для этнических анклавов, так и для торговых (посреднических) меньшинств. Однако, по мнению авторов, существуют и различия. Во-первых, иммигрантские анклавы не ограничивают свою деятельность коммерческими и финансовыми операциями, в отличие от «торговых/посреднических меньшинств» специализирующихся в основном на торговом и финансовом посредничестве, а развивают свою деятельность и в производственном секторе (сельское хозяйство, легкая промышленность, а также строительство предприятий и производство продукции) [41, р. 62]. Во-вторых, отношения между этническим бизнесом и бизнесом местных элит проблематичны. Торговые меньшинства, как правило, заполняют незанятые по разным причинам (религиозное неодобрение той или иной деятельности и т. д.) экономические ниши. Роль этнических предприятий амбивалентна: с одной стороны, они часто вступают в прямую конкуренцию с существующими местными фирмами [41, р. 62–63], с другой – могут выступать в качестве субподрядчиков для внешних фирм.

В-третьих, анклав имеет пространственную локализацию, а торговые меньшинства по роду своей деятельности рассеяны среди населения. Хотя они могут иметь районы компактного проживания, их бизнес требует близости к своей клиентуре, а зачастую и проживания среди нее.

Размещение анклавных предприятий, особенно на ранних стадиях, имеет тенденцию к пространственной концентрации. Существуют три причины этого: во-первых, потребность в близости к этническому рынку, который они изначально обслуживают; во-вторых, близость друг к другу, облегчающий обмен

информацией, доступ к кредитам и пр.; в-третьих, близость к этническому рынку труда, от которого зависит благосостояние этих предприятий [41, р. 63].

Таким образом, несмотря на некоторые отличия деятельности торговых меньшинств от деятельности этнических анклавов, об этническом предпринимательстве (как более широкой категории) можно говорить при значительной численности мигрантов, среди которых выделяются заметные этнические группы, строящие свой бизнес с привлечением преимущественно соотечественников, осознанно или имплицитно использующие специфические модели ведения бизнеса.

Владивосток (он же Хайшенвэй, он же Урадзио). Условия этнического предпринимательства

Условие первое – значительная доля мигрантов в городском населении. Согласно переписи 1897 г. во Владивостоке насчитывалось 28 933 жителя. Из них постоянных жителей, состоявших в российском подданстве, было 15 894 человека, иностранцев – 11 028. К этой цифре можно добавить еще несколько тысяч временно проживавших во Владивостоке – как русских подданных, так и иностранных. Местными уроженцами были всего 1 933 человека. Таким образом, подавляющее большинство населения Владивостока имели опыт переселения и адаптации.

Необходимо иметь в виду и сезонный характер миграции. Пик приезда восточноазиатских мигрантов, к примеру, приходился на март-апрель, отъезд домой – на октябрь-ноябрь. Все это означает, что китайское и корейское население было в постоянном движении, что затрудняло возможность учета и контроля [40, р. 294]. Введение билетов для учета китайцев и корейцев в 1885–86 гг. не сильно улучшило ситуацию.

Таблица 1¹

Доля мигрантов в населении некоторых городов Российской империи (1897 г.)

Город	Всего (чел.)	Местных уроженцев (чел.)	Уроженцев иностранных государств (чел.)	% местных уроженцев	% мигрантов	
					уроженцев Российской империи	уроженцев иностранных государств
Москва (без пригор.)	978 537	257 444	13 657	26,31	72,29	1,4
Одесса	403 815	175 866	10 254	43,6	53,86	2,54
Владивосток	28 933	1 933	12 750	6,7	49,3	44
Николаевск	5 684	747	1 387	13,14	62,46	24,40
Хабаровск	14 971	1 729	4 040	11,54	61,47	26,99
Благовещенск	32 834	10 269	3 341	31,28	58,55	10,17

Условие второе. Как видно из табл. 1, Владивосток, Хабаровск, Благовещенск, Николаевск находились в русле общероссийской тенденции, с той

¹ Сост. на основе: 24, с. 2; 25, с. 11; 26, с. 2; 27, с. 96–97.

существенной разницей, что на Дальнем Востоке было слишком мало российских крестьян, способных мигрировать в города. Их роль выполняли китайцы, корейцы, японцы [40, р. 171]. Согласно переписи 1897 г. во Владивостоке проживали представители более 20 иностранных государств, самыми крупными по численности были сообщества выходцев из Китая (9 878), Кореи (1 283), Японии (1 249). Европейцев и американцев было меньше в десятки раз: уроженцев Германии – 40, Дании – 20, Швейцарии – 18, США – 16, Пруссии – 15 [27, с. 58–59].

Таким образом, специфика Дальнего Востока состояла в невиданно высокой доле иностранцев среди мигрантов. Даже в Одессе, с ее самой высокой долей иностранцев в населении городов Европейской России, крупнейшая община зарубежных иммигрантов – немецкая – составляла меньшую долю (от общей численности жителей города), чем самая маленькая из восточно-азиатских общин Владивостока – японская [40, р. 185]. По данным первой Всероссийской переписи населения 1897 г. в Одессе проживало 10 248 немцев (2,5 % всего населения города). Иностранных подданных из них было 3 434 человека (33,5 %) [25, с. 3].

Во Владивостоке по той же переписи доля китайцев-иностранцев составляла 34,14 % – больше трети населения города. Корейцев – иностранных подданных было 4,43 %, с учетом же принявших российское подданство эта доля резко возрастает. Доля подданных Японии – 4,32 %, но и это более чем в два раза превышает долю немцев-иностранцев в Одессе.

Условие третье. Построение представителями этнических групп своего бизнеса с привлечением преимущественно соотечественников, осознанное или имплицитное использование специфических моделей ведения бизнеса.

Как отмечает Т. З. Позняк, торговля «выступала основной сферой предпринимательской активности в дальневосточных городах. Она позволяла получать более высокую прибыль в силу быстрой оборачиваемости капиталов и требовала сравнительно небольшой капитал для начала дела в отличие от промышленности, где для организации дела требовались значительные капиталовложения, которые не всегда окупались также быстро. Конечно, уже и на начальном этапе освоения интерес предпринимателей не ограничивался торговлей. Многие владели сопутствующими предприятиями – речными и морскими судами, мастерскими для их ремонта, вкладывали заработанные на торговле капиталы в золотодобычу, строительство и т. д.» [30, с. 44].

Во Владивостоке формирование торгово-промышленного населения на первых порах шло преимущественно за счет иностранцев (немцев, американцев и численно преобладавших китайцев) [30, с. 44]. В 1882 г. им принадлежало 168 из 240 (70 %) торговых предприятий. В Николаевске этот процент был равен 32,3, в Благовещенске – 6,6, в Хабаровске – 35,2 [30, с. 46].

Розничная торговля во Владивостоке начинается с возникновения рынков, базаров. К. Гирц выделял два типа базаров: «1) постоянный базар, состоящий из торговых кварталов старого города; 2) периодический, который встречается в разных местах – здесь ковры, там зерно – за пределами стен, по четвергам, как часть очень сложного регионального цикла, включающего

различные другие рынки и другие дни недели» [13]. Сразу после возникновения города здесь сразу же появляется базар первого типа, причем его название этнически маркировано – манзовский базар¹. Обратим внимание и на другое замечание Гирца. «Базар – это больше, чем еще одна демонстрация истины о том, что в любом климате люди предпочитают покупать дешево и продавать дорого. Это особая система социальных отношений, сосредоточенная на производстве и потреблении товаров и услуг, т. е. частный случай экономики, – и она, несомненно, заслуживает анализа» [13]. Базары играли исключительную роль в жизни Владивостока, большинство торговцев здесь были китайцы, и именно у них покупали товары большинство горожан.

Подобная организация торговли рождала различные формы коммуникации и социальных связей. Корреспондент газеты «Владивосток» в 1884 г. отмечал, что «...цены в одной лавке не сильно, а иногда и вовсе, не разнятся от цен в другой лавке». Именуя манз «местными жидами», он делает вывод: «...все манзы лавочники в стачке...» [28, с. 3]. Можно предположить, что, несмотря на стремление получить личную выгоду, продавцы регулировали нижний порог цен.

К концу XIX в. магазинная торговля могла уже составить конкуренцию рыночной. В конце 90-х гг. китайский базар во Владивостоке состоял «из 4 корпусов в 2 ряда, в которых 48 номеров лавок, и 3 рядов ларей, числом более 100» [34, с. 468]. В лавках продавались разные товары, в ларях – овощи и другие продукты. «Лавки и лари устроены городом и сдаются им ежегодно в аренду за 30 тыс. рублей с лишком в год» [34, с. 468]. Первоначально базар состоял из китайских фанз, так как большинство торгующих – китайцы, но были и русские торговцы. Базаром в основном пользовалось более бедное население города, имевшее возможность приобрести здесь гораздо дешевле тот же самый товар, что продавался в крупных магазинах.

К сожалению, рассмотрение владивостокских рынков как пространств межкультурного общения, мест формирования социального капитала (П. Бурдьё) и форм клиентелизации (К. Гирц) на сегодняшний день отсутствует.

Важен вопрос о способах формирования товарных запасов иностранными купцами, так как он позволяет выявить специфику их деятельности и взаимоотношений. Товары в Приморскую область попадали двумя путями: морем (через Владивосток и Николаевск) и сухопутным путем (через Иркутск, Забайкалье, а после постройки КВЖД – по русско-маньчжурской границе; причем, по условиям русско-китайского договора 1896 г., товары, вывозившиеся из Китая в Россию по КВЖД, должны были облагаться пошлиной на 1/3 меньшей, чем в портах Китая).

Основная масса товаров прибывала морем. К началу XX в. Владивосток стал крупнейшим русским портом на Тихом океане². В 1900 г. он был связан постоянными рейсами с Одессой, портами Японии, Китая, Кореи, русского Даль-

¹ В 1870–80-х гг. во Владивостоке был один базар, так называемый манзовский, а в начале XX в. – уже четыре: кроме указанного Семеновский, Мальцевский и Суйфунский [30, с. 46].

² Грузооборот порта постоянно рос: в 1905 г. – 147 тыс. т, в 1913 г. – 1 млн 470 тыс. т [9, с. 23].

него Востока [18, с. 52]. В 1907 г. через Владивосток и Николаевск было ввезено товаров из-за границы на 82 млн руб., из России – на 14 млн руб. [32, с. 634].

Лидером по объемам экспорта до 1909 г. (через российские тихоокеанские порты) являлся Китай, позже уступивший эту позицию Германии. Китай экспортировал чай, который транзитом шел в Европейскую Россию; хлеб, живой скот, мясопродукты. Для китайцев, живших в Приамурье, привозили мануфактуру, платье, обувь, рис, будо, бобы, бобовое масло и пряности [32, с. 642–643].

Конкуренцию промышленным товарам из Европейской России (а по сравнению с отдельно взятыми странами привоз из России занимал первое место) составляли немецкие товары. Германия экспортировала на русский Дальний Восток мануфактуру, галантерею, спиртные напитки, сахар, соль, машины, металлические изделия и стекло. Заметную долю местного рынка занимали американские товары: до 1906–07 гг. ввозили машины, керосин, соль, сахар, муку, лес, после – сельскохозяйственные и швейные машины, муку.

В начале XX в. вырос объем торговых операций с Японией и Кореей. Япония до Русско-японской войны ввозила товаров в Приамурье на 3,5 млн руб., в 1906 г. – на 24 млн руб. Из них мануфактуры – на 6 млн, хлеба – на 2,3 млн руб., галантереи – на 1,7 млн руб., чая – на 1,2 млн руб. Кроме того, привозили овощи, фрукты, рис, каменный уголь. Из Кореи в 1906 г. ввезли товаров на 7 млн руб., из них мануфактуры – на 1 млн руб., консервов, овощей, фруктов – на 1 млн руб. [32, с. 642–643].

По всей вероятности, восточноазиатские предприниматели на начальном этапе товары привозили с родины. Со временем делается попытка включиться в общероссийский рынок. В «Сибирском торгово-промышленном календаре» за 1898 г. отмечалось, что в 1896 г. «в городе появилось несколько новых коммерсантов, при посредстве которых главным образом выписывают русские товары китайцы. Все здешние китайские торговцы выписывают русские товары главным образом через одесские комиссионные конторы Климовецкого и Дунаевского, агенты которых проживают во Владивостоке. Ежегодно выписка их достигает солидной цифры» [34, с. 467].

Известный купец Тифонтай в 1896 г. принимает участие во всероссийской ярмарке в Нижнем Новгороде, за что получает диплом 2-го разряда и бронзовую медаль [10, с. 7]. Европейские купцы (Ф. Людорф, Г. Кунст) параллельно с поставками из Европы привозили товары из Японии, Китая, США.

Специфика восточноазиатского предпринимательства во Владивостоке

Таким образом, торговля «национальными» товарами осуществлялась, по крайней мере на первых порах, «национальными» торговцами и предпринимателями. Можно ли, отталкиваясь от этого, говорить об этническом предпринимательстве во Владивостоке? Означает ли, что наличие предпринимателей-иностранцев¹ уже свидетельствует об этническом предпринимательстве?

¹ Традиционные отечественные торговые меньшинства – армяне и евреи – не берутся в расчет, так как армян было очень мало (по переписи 1897 г. 9 человек), а статус Владивостока как города-крепости сильно затруднял, хотя и не исключал полностью, ведение бизнеса евреями [27, с. 60].

Остановимся на специфике восточноазиатского предпринимательства во Владивостоке, ограничив круг рассматриваемых вопросов спецификой ведения бизнеса; формами самоорганизации; ролью национальных коммерческих агентов.

Во второй половине XIX в., несмотря на создание собственного крупного промышленного производства в Китае, основными сферами приложения капитала оставались торговля, ростовщичество, вложение в недвижимость. Эта же тенденция наблюдается и на российском Дальнем Востоке. Именно торговля стала той базой, на которой китайские мигранты (Цзы Фаньта (Тифонтай), Ехаолин, Чжан Тингэ, Хао Шентан и др.), не имевшие ни гроша, сколотили здесь миллионные состояния.

Большинство японских мигрантов были бедными выходцами с о-ва Кюсю и района Нагасаки. Они были заняты в добыче рыбы, строительстве, сфере услуг. «Японцы приезжают сюда в качестве опытных ремесленников, лучшей, но дорогой прислуги, мелких предпринимателей и т. п.» [19, с. 40]. В 1880-х гг. японские купцы во Владивостоке торговали продуктами, приправами, шелковыми и хлопчатобумажными тканями, ассортимент товаров в основном был ориентирован на соотечественников. В начале 90-х гг. XIX в. появились первые японские магазины, количество их с каждым годом росло.

Появляются и достаточно крупные торговые компании 3-го и 2-го разряда. Ю. А. Ветохина, анализируя структуру занятости японского населения, делает вывод, что большую его часть составляли промышленная буржуазия и обслуживающий персонал, что также отличал японскую диаспору от остальных азиатских диаспор [8, с. 193].

Ни японские, ни китайские мигранты у себя на родине не занимались торговлей, а в абсолютном большинстве принадлежали к крестьянскому сословию. Как стала возможна такая переквалификация? Рассмотрим на примере китайского торгового предприятия.

Особенности организации китайской торговли анализировались неоднократно [2; 14; 33; 35]. Обычно исследователи обращают внимание на широкое развитие кооперации (участие всех служащих в прибыли предприятия), кредитование крупными фирмами мелких, стремление максимально быстро обернуть капитал, низкие накладные расходы. Однако редко задается вопрос: «Почему китайские мигранты, вчерашние крестьяне, достаточно легко вписываются в урбанизованное пространство Дальнего Востока, находя себе в нем нишу и успешно конкурируя с русскими и европейскими предпринимателями?».

М. Фридман отмечал: «Большинство людей, покинувших юго-восточный Китай в девятнадцатом столетии, чтобы составить благосостояние за границей, были крестьянами или ремесленниками. В Юго-Восточной Азии многие из них занялись бизнесом, многие стали очень богатыми. Общий экономический успех китайцев за границей не был результатом ведения какого-либо специального бизнеса, развитого в Китае, потому что коммерсанты среди эмигрантов были редки. Процветание многих эмигрантов первого поколения опиралось на их трудолюбие. Крестьянин-китаец вошел в пословицы как труженик» [39, р. 22]. Он констатирует, что привычка китайского эмигранта к регулярной и длительной работе базировалась на дисциплине, выработанной дома.

Но это не единственная причина делового успеха. «Они накопили богатство, потому что по сравнению с людьми, среди которых им предстояло жить, они были опытны (искушены) в обращении с деньгами. Они знали не только как работать самим, но также и как заставить работать их деньги» [39, р. 22]. Китайский крестьянин не хранил деньги под подушкой. Если у него появлялись лишние деньги, он отдавал их в рост. Если у человека появлялось значительное состояние, то он вкладывал его в землю, которая давала, хоть и меньшую, но стабильную прибыль и высокий социальный статус. Достигнув определенного уровня процветания, человек мог вложить деньги в образование и переместиться в другое сословие. Но даже очень маленькие денежные суммы могли принести плоды. За кредитом обращалась к владельцам земли, ростовщикам и торговцам, но ради маленького займа крестьянин мог обратиться к такому же крестьянину; излишки денег ссужали родственникам или соседям. Фридман ссылается на наблюдения английского миссионера Д. Макгована: «Кредиторы в Китае не являются отдельным классом, как, например, в Англии, но здесь дает деньги в рост всякий, у кого они есть. Служанка, скопившая один доллар, уже ищет, кому бы отдать его в рост. Кули, у которого на руках три доллара, пускает их в оборот, отдавая под залог своему приятелю. Можно сказать, что все жители Китайской империи находятся в непрерывном взаимном долгу, и что большая часть населения только и думает о том, как бы справиться со своими долговыми обязательствами перед остальной частью» [39, р. 23].

Е. С. Бурачек, расспрашивая об одном китайце, выяснил, что «денег у него много и он не знает куда девать их. – Отчего не отдает их в купеческий дом? – спросил я. – Оттого, что здесь больших богатых купеческих домов нет, а в Пекин посылать нельзя, потому что он убежал оттуда» [6, с. 49]. Далее Е. С. Бурачек сообщает, что по всему Китаю кроме государственных кредитных бумажных знаков ходят векселя китайских торговых лавок. «Китайские торговые дома всегда принимали вклады за 6 %. Китайцы вообще не любят держать у себя на дому звонкой монеты и, чуть накопится излишек, сейчас же отдают их в купеческий дом и берут векселя. Только ими и поддерживается торговля Китая. Векселя некоторых торговых домов Пекина, Тянь-Дзина и Шанхая ходят по всему Китаю. Этот внутренний кредит весьма замечателен, но, к сожалению, до сих пор остается тайною для Европы» [6, с. 49–50].

Рассуждая о том, как функционировала китайская «практическая школа обращения с деньгами», М. Фридман рассматривает широко распространенные в Китае ассоциации ссуды денег, похожие на простые клубы взаимного кредита. Они давали предпринимательские, организаторские и финансовые навыки.

Таким образом, важной чертой китайского крестьянина, ремесленника являлось активное отношение к деньгам плюс наличие социальных институтов, посредством которых можно было заставить «работать», не без некоторого риска, практически любую сумму денег. Умноженное на китайское трудолюбие и непрехотливость, это и давало высокую конкурентоспособность и в Юго-Восточной Азии, и на Дальнем Востоке, и в Австралии, и в Америке.

«Ну как не порадеть родному человечку»: групповая этническая солидарность

О финансовых навыках японцев у нас нет подобных сведений, но, по мнению Васкевича [7, с. 6], они быстро избавлялись от нужды благодаря своей энергии. Другой причиной успеха он называет групповую солидарность – приезжая на новое место, японцы сразу получали помощь от своих соотечественников, которые объединялись в некие самоуправляемые организации. Как пишет японская исследовательница А. Тамура, «везде, где бы ни появлялись японские эмигранты, в Корее, Китае, на Гавайях, организовывались и национальные общества японцев. Их цели – усиление взаимных связей и создание благоприятных условий жизни японцев за границей» [36, с. 165].

То же самое наблюдалось у китайцев и корейцев. О китайских объединениях, существовавших вне русских поселений, сообщал в 1870 г. архимандрит Палладий [23, с. 369]. Тип описанной им организации в равной степени может быть отнесен и к хуэйгуаню, и к традиционной форме организации промысловых артелей. Их основной задачей было обеспечение наиболее комфортных условий ведения дел, минимизация издержек внутренней конкуренции, по возможности обеспечение монополии на тот или иной вид деятельности, помощь членам общества, решение конфликтных ситуаций между ними, обеспечение коммуникации с русскими (иностранными) властями.

Сведений о китайских организациях в городах гораздо меньше, основной массив информации подобного рода относится к началу XX в. После учреждения в 1904 г. в Китае торговых палат они появляются и на русском Дальнем Востоке. Согласно закону все крупные коммерческие ассоциации должны были быть реорганизованы в торговые палаты. Их главные и простые отделения предписывалось организовать в коммерческих центрах Юго-Восточной Азии, Японии, США. Палаты, в отличие от хуэйгуаней, гунсо, банов¹, взаимосвязаны как на региональном, национальном, так и на международном уровнях. Три торговые палаты – во Владивостоке, Хабаровске, Никольске-Уссурийском – были официально разрешены русской администрацией, остальные (в Шкотово, Благовещенске, Петровке и др.) действовали без разрешения. В. К. Арсеньев указывает, что основание Владивостокского общества взаимопомощи относится к 1881 г., Хабаровского – к 1889 г. [2, с. 238]. Логично предположить, что эти общества возникли как торговые хуэйгуани или гунсо, впоследствии реорганизованные в торговые палаты и признанные русской администрацией.

Примерно к этому же периоду относится появление первых японских объединений. В январе 1892 г. было учреждено «Домэйкай» (общество единомышленников), расширившее свою деятельность в феврале 1893 г. В нем было создано 7 отделов (в каждом был назначен заведующий) – по делам торговых домов, плотников, кузнецов, ресторанов, стажеров и врачей, штука-

¹ Баны – землячества, организованные по принципу ремесленного цеха или землячества торговцев-посредников, маклеров и комиссионеров; хуэйгуани – формирования, в основе которых лежит критерий общности географического происхождения ее членов; гунсо – организации, базирующиеся на общности профессии.

туров и каменщиков, работников прочих профессий. Деятельность отделов охватывала большинство японского населения. «Домэйкай» функционировало как коммерческий клуб, здесь в основном обсуждали различные проблемы экономической деятельности японцев, а постановления представлялись в коммерческое агентство (впоследствии консульство) Японии [36, с. 165]. Спустя два года «Домэйкай» было преобразовано в «Дохокай» (общество соотечественников). Был принят курс на вступление в него всех японцев Владивостока, кроме того, сюда были переданы канцелярские дела коммерческого агентства. С этого момента общество стало функционировать как местная администрация для японских переселенцев [36, с. 165].

В марте 1902 г. «Дохокай» было переименовано в «Кёрюминкай» (общество резидентов), его устав также был пересмотрен, но по-прежнему, согласно ст. 1 устава «Кёрюминкай», принятого в 1902 г., «целью общества является защита общего материального благосостояния подданных Японской империи, проживающих во Владивостоке». Статья 3 определила, что «все японские подданные, проживающие во Владивостоке более трех месяцев, обязаны вступить в члены общества» [36, с. 166].

Члены общества оказывали друг другу поддержку в обустройстве на новом месте, что, безусловно, помогало новичкам быстро освоиться. Не желающие входить в общество не рассматривались как сограждане и не получали никакой помощи от своих соотечественников и представителей японского консульства. По сути, эти общества (всего их в Приамурском крае и Восточной Сибири насчитывалось 12) представляли собой некое государство в государстве, которое жило по своим собственным законам [8, с. 193–194].

Корейцы, «воспитанные на началах групповых организаций», также стремились к объединению в особые сообщества. Одним из первых в 1900 г. в Благовещенске возникло общество «Сек-Чжон-Кон-Сен-Хой» («Благотворительное общество среди трудящихся»); в 1907 г. начало работу общество «Мен-Сен», 6 декабря 1911 г. во Владивостоке состоялось учредительное собрание «Квонопхве» (Общество развития труда). К лету 1914 г. отделения «Квонопхве» были открыты в 13 населенных пунктах Приморской области [11, с. 387–390].

Таким образом, все рассмотренные этнические группы демонстрировали высокий уровень групповой солидарности и способность к самоорганизации, что, безусловно, облегчало процесс адаптации для вновь прибывших и ведение дел для всех остальных.

«Родина слышит, Родина знает»: деятельность иностранных коммерческих агентов

Рассматривая вопрос об этническом предпринимательстве на Дальнем Востоке, представляется важным обратить внимание на появление принципиально нового игрока – коммерческого агента как представителя правительства «материнского» государства.

Фигура коммерческого агента в известном смысле амбивалентна, так как русские власти не воспринимали его как официального представителя того

или иного государства и не наделяли его дипломатическим иммунитетом и привилегиями. Русское правительство, давая разрешение на его создание, подчеркивало его неофициальный характер: «Чтобы агент не имел никакого официального характера, а служил только посредником между японскими подданными и нашими местными властями» [7, с. 12]. Товарищ министра иностранных дел В. Н. Ламздорф писал Приамурскому генерал-губернатору, что русское правительство согласно признать китайского коммерческого агента во Владивостоке «без официального характера для того лишь, чтобы служил посредником по торговым делам между китайцами и местными властями» [АВПРИ. Ф. Тихоокеанский стол. Оп. 487. Д. 809. Л. 17].

Мигранты же редко улавливали разницу между коммерческим агентом и консулом, видя в первом «национального» чиновника, к которому и нужно в первую очередь идти со своими проблемами и бедами.

Первый этап создания представительств относится к 1856–1874 гг., когда в Николаевске-на-Амуре функционировали американское и немецкое коммерческие агентства. Начало следующего периода связано с открытием подобных учреждений во Владивостоке.

Торговые представительства США, Японии, Германии были открыты в 1875–1876 гг. На должность коммерческого агента США был назначен Уильям В. Мортон, фактически выполнявший обязанности консула. Интересы Германии в 1876 г. был уполномочен представлять гамбургский торговец Фридрих Август Людорф, долгое время проживший в Николаевске-на-Амуре. Военный губернатор Приморской области так охарактеризовал его: «...Отлично знаком с нашими обычаями и законами, знает русский язык..., занимал даже должность по выборам городского общества» [21, с. 207]. Е. Г. Молчанова упоминает, что Людорф пробыл в должности коммерческого агента до 1879 г. Однако не совсем ясно, приступил ли он реально к выполнению своих обязанностей, так как, по некоторым данным, к этому времени он вернулся в Германию. Систематическая деятельность как американского, так и немецкого коммерческих агентств во Владивостоке была непродолжительной и окончилась к началу 80-х гг. XIX в.

А вот начавшему работать в июне 1876 г. японскому коммерческому агентству во Владивостоке была суждена долгая жизнь. Оно действовало непрерывно вплоть до начала Русско-японской войны. Первым агентом стал Сэваки Хисато (1822–1878), известный также как Тэдзука Рицудзо. В 1876 г. он приехал во Владивосток в должности коммерческого агента, пробыв на этом посту около двух лет. Тэдзука сосредоточил свое внимание не только на коммерческих и торговых проблемах, но и занялся анализом региональной ситуации в целом. Вплоть до учреждения во Владивостоке поста консула на должности коммерческого агента побывало пять человек. Большинство японских коммерческих агентов являлись сотрудниками МИДа, которые были так или иначе подготовлены для работы в России или с европейцами. Во многом благодаря усилиям владивостокского агентства масштабы торгового обмена значительно выросли.

Немцы и американцы не проявили сильной заинтересованности в существовании своих коммерческих агентств во Владивостоке. Они были временными организациями, зависящими от интересов и деятельности коммерсантов. Соответствующие правительства прибегали к услугам купцов, постоянно находившихся на Амуре, Камчатке, тесно взаимодействовавших с местной русской администрацией, русскими и иностранными предпринимателями, населением, но не назначали туда профессиональных дипломатов или государственных чиновников.

Японией агентство рассматривалось как государственное учреждение. Действия агента заключались не только и не столько в сборе информации, сколько в работе с японскими мигрантами. Вскоре стало ясно, что японское коммерческое агентство не только присвоило себе исполнение функций консульских учреждений¹, но и стало играть роль опорного пункта для японских разведывательных служб [подробнее об этой сфере деятельности коммерческого агентства см. 31, с. 215–228].

Всплеск активности в учреждении коммерческих агентств наблюдается в середине 90-х гг. XIX в. За короткий срок получают разрешение на открытие не консульств, но коммерческих агентств Франция, Китай, США, Бельгия. В 1897 г. Россия дала согласие на учреждение поста китайского коммерческого агента во Владивостоке. На эту должность был назначен чиновник 5-го класса Ли Цзяо.

Пример других стран побудил и Корею инициировать вопрос о назначении во Владивосток своего коммерческого агента. Сама эта идея не вызывала энтузиазма у представителей местной русской администрации. Пограничный комиссар Смирнов писал: «...я сильно восставал здесь против образования должности коммерческого агента во Владивостоке, мотивируя тем, что такому агенту здесь решительно нечего делать по отсутствию торговли с Кореею. <...> И если он найдет себе дело, то обязательно вмешает в него взятки, поборы и разные злоупотребления, как-то и подобает любому корейскому чиновнику» [АВПРИ. Ф. Миссия в Сеуле. Оп. 768 (1902–1904). Д. 210. Л. 18]. Тем не менее осенью 1902 г. российским МИДом было получено письмо корейского министра иностранных дел о назначении коммерческим агентом во Владивосток кенхынского камни² Хуан-у-иона [АВПРИ. Ф. Миссия в Сеуле. Оп. 768 (1902–1904). Д. 210. Л. 3].

Эти чиновники в глазах мигрантов имеют объем полномочий равный, а то и больший по сравнению с полномочиями российской администрации. Они зачастую активно вмешиваются в практику ведения бизнеса, правда, с разной степенью успешности.

Только что назначенный китайский коммерческий агент Ли Цзяо в записке Приамурскому генерал-губернатору С. М. Духовскому сообщал, что он имеет возможность получать сведения из Китая о нравственных качествах китайских купцов, поэтому желательно введение нового порядка выдачи рус-

¹ Функции японских консулов, а следовательно, и коммерческих агентов определялись Императорским указом (от Мейдзи 23 г. – 1890 г. № 30). Подробнее см. [7, с. 12–15].

² После открытия для внешней торговли г. Кенхына корейское правительство в 1889 г. ввело должность камни – чиновника, ведающего торговыми делами.

ских разрешений на торговлю – только при наличии разрешения от китайского коммерческого агента [АВПРИ. Ф. Чиновник по дипломатической части при Приамурском генерал-губернаторе. Оп. 579 (1897–1900). Д. 243. Л. 5–9 об.]. Фактически программа, предложенная Ли Цзяо, обеспечивала ему полномочия, превышающие консульские, не только сосредотачивая в его руках судебные функции, но и обеспечивая известный финансовый контроль за китайским населением. Постановления исполнительного комитета и избрание правления японской организации «Кёрюминкай» утверждал глава коммерческого агентства [36, с. 166]. Таким образом, коммерческое агентство имело решающий голос при ратификации постановлений и выборах в правление.

Несмотря на сходство в положении коммерческих агентов Китая, Кореи и Японии, в их деятельности наблюдались серьезные отличия, связанные, как правило, с характером взаимоотношений коммерческого агента и этнической общины. Появление японского коммерческого агентства приходится на начальный период становления японской диаспоры в Приморье, в связи с этим процессы институционализации происходят под чутким контролем коммерческого агента, чей авторитет неоспорим. Китайский, а тем более корейский коммерческие агенты появляются тогда, когда органы самоуправления и коммерческая элита, играющая в них значимую роль, уже сложились. Это порой вызывает противоречия и конфликты, умаляющие степень влияния коммерческого агента.

Заключение

В конце XIX – начале XX в. во Владивостоке сложилась стабильная и разветвленная сеть этнических предприятий, основанных выходцами из стран Восточной Азии. Причинами этого послужили значительный процент мигрантов из сопредельных стран среди городского населения; высокая степень этнической солидарности среди мигрантов; торговля и сфера услуг как важнейшие области деятельности восточноазиатских мигрантов; незанятость либо слабая конкуренция в определенных сегментах рынка. Часто предпринимательская деятельность мигрантов оказывалась успешной, чему в немалой степени способствовал ее этнический характер. Это выражалось в активном использовании низкооплачиваемого труда соотечественников, финансовой и деловой взаимопомощи земляков, перенесении исторически сложившихся на родине способов и методов ведения бизнеса на новую территорию. Этническое предпринимательство, начинавшееся обычно с обслуживания потребностей земляков, в ряде случаев перерастало национальные границы, приобретая черты развитого международного бизнеса, в рамках которого конторы компании открывались в разных странах, товар закупался на рынках Европы, Америки, Азии, доставлялся потребителю судами различных иностранных компаний, причем ассортимент товаров был ориентирован на разные этнические группы. К началу XX в. наблюдается попытка формализации и институционализации «неформальных» ранее этнических объединений торговцев и предпринимателей (через различные общества и надзор коммерческих агентов).

Список литературы

1. *Алепко А. В.* Зарубежный капитал и предпринимательство на Дальнем Востоке России (конец XVIII в. – 1917 г.) / А. В. Алепко. – Хабаровск : Изд-во Хабаров. краевого краевед. музея, 2001. – 368 с.
2. *Арсеньев В. К.* Китайцы в Уссурийском крае. В страну будущего // В. К. Арсеньев, Ф. Нансен. – М. : Крафт+, 2004. – 352 с.
3. *Белоус Б. С.* Деятельность японских императорских коммерческих агентов и консулов в Приамурском крае (вторая половина XIX – начало XX вв.) / Б. С. Белоус // Вестн. Морского гос. ун-та. Сер. Обществовед. науки. – 2006. – Вып. 11. – С. 310–323.
4. *Белоус Б. С.* Хозяйственная деятельность японских иммигрантов на юге Дальнего Востока России и политика администрации Приамурского края (вторая половина XIX – начало XX вв.) : автореф. дис. ... канд. ист. наук / Б. С. Белоус. – Владивосток, 2007. – 25 с.
5. *Бредникова О.* Этничность «этнической экономики» и социальные сети мигрантов / О. Бредникова, О. Паченков // Этничность и экономика : сб. ст. по материалам Междунар. семинара (Санкт-Петербург, 9–12 сентября 1999). Труды. Вып. 8 / под ред. О. Бредниковой, В. Воронкова, Е. Чикадзе. – СПб. : ЦНСИ, 2000. – С. 47–54.
6. *Бурачек Е. С.* Воспоминания заамурского моряка. До и после Владивостока / Е. С. Бурачек, В. В. Бурачек. – Владивосток : О-во изучения Амур. края, 1999. – 242 с.
7. *Васкевич П.* Очерк быта японцев в Приамурском крае / П. Васкевич. – Верхнеудинск, 1905. – 32 с.
8. *Ветохина Ю. А.* Формирование японской диаспоры на Дальнем Востоке России некоторые особенности / Ю. А. Ветохина // Россия и АТР. – 2006. – № 3. – С. 190–195.
9. Владивосток: сборник исторических документов (1860–1907 гг.). – Владивосток : Примор. кн. изд-во, 1960. – 220 с.
10. Владивосток. – 1896. – № 49. – С. 7.
11. Восток России: миграции и диаспоры в переселенческом обществе. Рубежи XIX–XX и XX–XXI веков / науч. ред. В. И. Дятлов. – Иркутск : Отгиск. – 2011. – 624 с.
12. *Галлямова Л. И.* Японские предприниматели во Владивостоке (1900–1913 гг.) / Л. И. Галлямова // Россия и АТР. – 1992. – № 2. – С. 32–36.
13. *Гириц К.* Базарная экономика: информация и поиск в крестьянском маркетинге [Электронный ресурс] / К. Гириц. – URL: <http://www.old.jourssa.ru/2004/3/6aGirts.pdf>.
14. *Граве В. В.* Китайцы, корейцы и японцы в Приамурье / В. В. Граве // Тр. Амур. экспедиции. – СПб., 1912. – Вып. 11. – 489 с.
15. *Даттан А. В.* Исторический очерк развития приамурской торговли / А. В. Даттан. – М. : Тип. Т. Н. Гаген, 1897. – 127 с.
16. *Деег Л.* Кунст и Альберс. Владивосток. История немецкого торгового дома на российском Дальнем Востоке (1864–1924). – Владивосток : Изд-во Примор. полиграфкомбината, 2002. – 335 с.
17. Дятлов В. И. Торгаши, чужаки или посланные Богом? (Симбиоз, конфликт, интеграция в странах Арабского Востока и Тропической Африки) / В. И. Дятлов. – М. : [б. и.], 1996. – 253 с.
18. *Крушанов А. И.* О развитии торгового мореплавания на русском Дальнем Востоке последней четверти XIX – начале XX вв. / А. И. Крушанов // Материалы по истории Владивостока. – Владивосток : Дальневост. кн. изд-во, 1960. – Кн. 1. – С. 45–61.
19. *Меркулов С. Д.* Вопросы колонизации Приамурского края / С. Д. Меркулов. – Вып. 3. Желтый труд и меры борьбы с наплывом желтой расы в Приамурье. – Владивосток, 1911. – 107 с.

20. *Молчанова Е. Г.* Немецкие предприниматели на российском Дальнем Востоке во второй половине XIX – начале XX вв. : автореф. дис. ... канд. ист. наук / Е. Г. Молчанова. – Владивосток, 2001. – 28 с.
21. *Молчанова Е. Г.* Социокультурная характеристика немецкой диаспоры на Дальнем Востоке России во второй половине XIX – начале XX времен / Е. Г. Молчанова // Миграционные процессы на Дальнем Востоке (с древнейших до начала XX века) : материалы Междунар. науч. конф. (Благовещенск, 17–18 мая 2004 г.). – Благовещенск, 2004. – С. 207–210.
22. *Моргун З. Ф.* Японская диаспора во Владивостоке (страницы истории) / З. Ф. Моргун // Изв. Вост. ин-та ДВГУ. – Владивосток, 1996. – № 3. – С. 90–108.
23. Палладий. Уссурийские маньчзы // Изв. ИРГО, 1871. – Т. 7. – СПб., 1872. – С. 369–377.
24. Первая всеобщая перепись населения Российской империи. – Т. 24. Тетрадь 2. – СПб. : Товарищество художеств. печати, 1904. – 275 с.
25. Первая всеобщая перепись населения Российской империи. – СПб. : Тип. Э. Л. Пороховщиковой, 1904. – Т. 47. – 167 с.
26. Первая всеобщая перепись населения Российской империи. – Т. 72. – Тетрадь 2. – СПб. : Тип. Слово, 1905. – 53 с.
27. Первая всеобщая перепись населения Российской империи. – Т. 76, тетрадь 2. – СПб. : Товарищество худож. печати, 1900. – 99 с.
28. По поводу рыночной торговли // Владивосток. – 1884. – № 11. – С. 3.
29. *Позняк Т.* Иностранцы подданные в городах Дальнего Востока России. Вторая половина XIX – начало XX в. / Т. Позняк. – Владивосток : Дальнаука, 2003. – 316 с.
30. *Позняк Т. З.* Торговая инфраструктура городов юга Дальнего Востока во второй половине XIX века / Т. З. Позняк // Ойкумена. – 2010. – № 2. – С. 36–48.
31. *Полутов А. В.* Деятельность японской разведки во Владивостоке. 1875–1902 гг. / А. В. Полутов // Россия и АТР. – 2011. – № 2. – С. 215–228.
32. Приамурье. Факты, цифры и наблюдения. – М. : [б. и.], 1909. – 941 с.
33. *Романова Г. Н.* Торговая деятельность китайцев на Дальнем Востоке России (конец–начало XX в.) / Г. Н. Романова // Россия и АТР. – 2009. – № 3. – С. 142–151.
34. Сибирский торгово-промышленный календарь. – Томск : Изд. Ф. П. Романова, 1898. – 897 с.
35. *Сорокина Т. Н.* Хозяйственная деятельность китайских подданных на Дальнем Востоке России и политика администрации Приамурского края (конец 19 – начало 20 в.) / Т. Н. Сорокина. – Омск : Ом. гос. ун-т, 1999. – 264 с.
36. Тамура Айка. Общество японцев на Дальнем Востоке России // Вестн. ДВО РАН. – 2006. – № 5. – С. 165–169.
37. *Уфимцев Ю.* Первые японские агенты [Электронный вариант] / Ю. Уфимцев // Конкурент. – 2011. – URL: <http://old.konkurent.ru/print.php?id=2075>.
38. *Brower D. R.* The Russian city between tradition and modernity, 1850–1900. – University of California Press Berkeley and Los Angeles, 1990. – 253 p.
39. *Freedman M.* The Study of Chinese Society. – Taipei : SMC Publishing inc., 1994. – 492 p.
40. *Habecker D. E.* Russian urban administration and the Chinese, Koreans, and Japanese in Vladivostok, 1884–1922. – Dissertation for the degree of Doctor of Philosophy. – University of Maryland. – 2003. – 391 p.
41. *Portes A., Manning R. D.* The Immigrant Enclave: Theory and Empirical Examples // Competitive Ethnic Relations. Orlando, FL: Academic Press, 1986. – P. 47–68.

Ethnic Entrepreneurship in Vladivostok (Late XIX – Early XX Centuries)

E. I. Nesterova

Russian State University for Humanities, Moscow

Irkutsk State University, Irkutsk

Abstract. This article is an attempt to analyze ethnic entrepreneurship in Vladivostok in the late XIX – early XX centuries. A substantial proportion of immigrants in the urban population is a feature of Vladivostok. During this period, not only German, American firms appeared and were active in the administrative center of the Primorskii region, but also a stable extensive network of ethnic-based enterprises coming from China, Korea and Japan formed. The reasons were: the presence of a significant percentage of migrants from neighboring countries in the urban population; a high degree of ethnic solidarity among the workers; trade and services as the most important field of activity of the East Asian migrants; unemployment or lack of competition in certain market segments. The author's attention is focused on the specifics of the business organization of migrants from East Asia. With a variety of issues, the author restricts her analysis to the issues specific of this business arrangement (active use of low-wage labor compatriots, financial and business mutual help of countrymen, shifting historical homeland techniques and methods of doing business in a new territory); description of self-organization forms; the study of the role and place of national sales agents in ethnic groups. In the author's opinion, there is a certain dynamics in the development of forms of ethnic entrepreneurship. Ethnic entrepreneurship usually started to serve the needs of fellow-countrymen and in some cases it was way beyond near national boundaries, taking on the features of international advanced business. In the framework of such business companies opened their offices in different countries, the goods were bought in the markets of Europe, America, and Asia, and shipped to a consumer by various foreign companies, and the range of products was intended to different ethnic groups. In addition, there was an attempt to formalize and institutionalize the earlier «informal» ethnic associations of traders and entrepreneurs (through various communities and supervision of commercial agents) in the early XX century.

Keywords: migrants, ethnic entrepreneurship, trade, commercial agents, Vladivostok.

Нестерова Елена Ивановна

*кандидат исторических наук,
доцент, кафедра истории и теории
культуры, отделение социокультурных
исследований; сотрудник по проекту
«Этнические рынки в городском
пространстве Сибири», лаборатория
исторической и политической демографии
Российский государственный гумани-
тарный университет
125993, ГСП-3, г. Москва, Миусская
площадь, д. 6, корп. 5, каб. 915
тел.: 8(499)2506827
Иркутский государственный университет
664003, Иркутск, ул. К. Маркса, 1, каб. 310
тел.: 8(3952)521551
e-mail: blb1@mail.ru*

Nesterova Elena Ivanovna

*Candidate of Sciences (History),
Associate Professor
Department of Theory and History of Cul-
ture, Branch of Socio-Cultural Studies;
Member of the Project «Ethnic Markets in
the Urban Space of Siberia»,
Laboratory of Historical and Political De-
mography
Russian State University for Humanities
915-6/5, Miusskaya sq., Moscow, GSP-3,
125993
tel.: 8(499)2506827
Irkutsk State University
1-310, K. Marx st., Irkutsk, 664003
tel.: 8(3952)521551
e-mail: blb1@mail.ru*