



ОТЧЕТ

**о результатах исследования
социально-экономических последствий
пандемии COVID-19 для мигрантов
из Центральной Азии, пребывающих
на территории
Российской Федерации**



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development
and Cooperation SDC



IOM
UN MIGRATION

Мнения, выраженные в настоящем отчете, представляют собой точку зрения авторов и не обязательно отражают взгляды Международной организации по миграции (МОМ). Употребляемые обозначения и изложение материала в настоящем отчете не означают выражения со стороны МОМ какого бы то ни было мнения относительно правового статуса той или иной страны, территории, города или района или их властей или относительно делимитации их границ.

МОМ придерживается принципа, согласно которому гуманная и упорядоченная миграция приносит пользу и мигрантам, и обществу. В качестве межправительственной организации МОМ совместно со своими партнерами по международному сообществу осуществляет деятельность, направленную на: оказание помощи в решении оперативных задач в области миграции; разъяснение проблем, связанных с миграцией; поощрение социального и экономического развития посредством миграции; обеспечение уважения человеческого достоинства и благополучия мигрантов.

Данная публикация подготовлена к. э. н. Полетаевым Дмитрием Вячеславовичем, директором Центра миграционных исследований, в рамках регионального проекта Международной организации по миграции «Снижение влияния социально-экономических последствий пандемии COVID-19 на мигрантов и сообщества в государствах Центральной Азии и Российской Федерации», при финансовой поддержке Швейцарского агентства по развитию и сотрудничеству (SDC).

Издатель: Международная организация по миграции
Бюро Международной организации по миграции в Москве
119071, Российская Федерация, Москва, ул. Стасовой, д. 4
Тел.: +7 495 660 77 82
Эл. почта: iommoscow@iom.int
Веб-сайт: <http://moscow.iom.int>

© 2021 год, Международная организация по миграции (МОМ)

Все права защищены. Никакая часть настоящей публикации не может воспроизводиться, закладываться в поисковую систему или передаваться в любой форме или любыми средствами, включая электронные, механические, фотокопировальные, записывающие или иные средства, без получения предварительного письменного разрешения от издателя.

ОТЧЕТ

**о результатах исследования
социально-экономических
последствий пандемии COVID-19
для мигрантов из Центральной Азии,
пребывающих на территории
Российской Федерации**



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development
and Cooperation SDC



IOM
UN MIGRATION

Москва
2021

Содержание

Введение	3
Глоссарий	4
1. Методология	5
1.1. Выборка и методы исследования.....	5
1.2. Ограничения исследования	5
1.3. Описание выборки.....	6
2. Результаты исследования	7
2.1. Социально-демографический профиль.....	7
2.2. Миграция в Российскую Федерацию.....	15
2.3. Денежные переводы и финансовая грамотность.....	25
2.4. Занятость	56
2.4.1. Занятость до миграции	56
2.4.2. Занятость в Российской Федерации	59
2.5. Жизнь в условиях пандемии COVID-19	82
2.6. Жилищные условия	90
2.7. Здоровье	93
2.8. Беременность, роды и репродуктивные планы у женщин-мигрантов	103
2.9. Интеграция и повседневная жизнь.....	105
2.10. Используемые социальные сети и сервисы для связи	118
Выводы	122
Рекомендации	127
Таблицы	130

ВВЕДЕНИЕ

В августе 2020 года представительства МОМ в Российской Федерации, Казахстане, Кыргызстане, Таджикистане, Туркменистане и Узбекистане приступили к реализации регионального проекта «Снижение влияния социально-экономических последствий пандемии COVID-19 на мигрантов и сообщества в Центральной Азии и Российской Федерации».

Целью проекта является снижение влияния социально-экономических последствий пандемии коронавируса на мигрантов и их сообщества и оказание помощи правительствам государств Центральной Азии и Российской Федерации в решении оперативных задач управления миграцией в условиях глобальной пандемии.

Партнерами проекта являются государственные структуры Российской Федерации, Казахстана, Кыргызстана, Таджикистана, Туркменистана, организа-

ции гражданского общества, трудящиеся мигранты, возвращающиеся мигранты, мигранты в уязвимом положении, а также сообщества мигрантов в государствах происхождения и назначения.

Проект согласуется с направлениями Регионального обращения МОМ: Плана стратегической готовности и реагирования МОМ в Центральной Азии и Российской Федерации на COVID-19. Проект способствует достижению общей цели Глобального стратегического плана обеспечения готовности и реагирования МОМ, направленного на прекращение дальнейшего распространения коронавируса и снижение влияния социально-экономических последствий пандемии.

Глоссарий¹

Диаспора

Относится к любому лицу или этническому населению, которое покидает свою традиционную этническую родину и расселяется в других частях света.

Денежные переводы

Деньги, заработанные или полученные негражданами в принимающей стране и переводимые в страну своего происхождения.

Жертва торговли людьми

Человек, являющийся жертвой преступления торговли людьми.

Иностраный гражданин

Лицо, принадлежащее или имеющее гражданство другого государства.

Международная миграция

Перемещение лиц, покидающих страну происхождения или страну обычного проживания с целью постоянного или временного проживания в другой стране. При этом мигранты пересекают международные границы.

Мигрант

На международном уровне не существует общепринятого определения. Обычно считается, что термин «мигрант» охватывает все случаи, когда решение о миграции человек принимает свободно, по причинам «личного удобства» и без вмешательства внешнего принудительного фактора. Этот термин применяется к лицам и членам семьи, переезжающим в другую страну или регион для улучшения своих материальных или социальных условий и улучшения перспектив для себя или своей семьи.

Миграции

Процесс передвижения населения через международную границу либо в пределах страны. Миграция охватывает любой вид перемещений, независимо от их продолжительности, состава и причин; миграция включает передвижение беженцев, перемещенных лиц, выселенных людей и экономических мигрантов.

Трудящийся-мигрант

Лицо, которое будет заниматься, занимается или занималось оплачиваемой деятельностью в государстве, гражданином которого он/она не является (ст. 2(1) Международной конвенции о защите прав всех трудящихся-мигрантов и членов их семей, 1990 г.).

Мигранты, оказавшиеся в затруднительном положении (Stranded migrants)

Граждане третьих стран (без российского гражданства), которые проживают в Российской Федерации не менее трех месяцев подряд и хотят вернуться в свою страну, но не могут этого сделать.

Центральная Азия

В тексте этот термин идентичен термину «Средняя Азия», общепотребимому в прошлом в СССР в расширенном варианте как «республики Средней Азии», и включает такие страны, как Таджикистан, Кыргызстан, Узбекистан и Туркменистан (не включен в исследование). В данном тексте географическое понятие «Центральная Азия» не включает в себя Туркменистан и местности к востоку от четырех упомянутых стран.

¹ См. Справочник по терминологии в области миграции (русско-английский). – М.: MOM. – 2011.
https://publications.iom.int/system/files/pdf/handbook_on_migration_terminology.pdf

1

МЕТОДОЛОГИЯ

1.1. Выборка и методы исследования

Анкетное исследование проводилось в Российской Федерации с 1 ноября по 31 декабря 2020 года. Было опрошено 900 респондентов от 18 до 60 лет, не имеющих российского гражданства или вида на жительства, но имеющих гражданство Таджикистана, Кыргызстана и Узбекистана и работающих в Российской Федерации на момент опроса. Выборка квотировалась по полу, возрасту, опыту проживания в Российской Федерации и стране гражданства респондента.

В общем миграционном потоке в Российскую Федерацию из Таджикистана, Кыргызстана и Узбекистана женщины не составляют половины, но выборка изначально была сконструирована таким образом, чтобы среди опрошенных женщин из каждой из трех стран их было около 50 % для анализа гендерной составляющей всех изучаемых тем опроса. Как показывают российские миграционные исследования, женщины – самая уязвимая группа мигрантов, которым посвящено недостаточно специальных исследований, а официальная российская миграционная статистика не является гендерно чувствительной. С учетом ограниченного числа опрошенных респондентов было принято решение, что половину опрошенных составят мигрантки. Это позволило с более высокой репрезентативностью в разрезе трех российских городов (Москва, Санкт-Петербург и Екатеринбург) изучить такие малообследованные вопросы женской миграции в Российскую Федерацию, как денежные переводы, вопросы женского здоровья и репродуктивного поведения, миграционные намерения и воздействие COVID-19.

Для опроса были выбраны три российских города, имеющих высокую притягательность для мигрантов из Центральной Азии.

Москва – главный миграционный центр в Российской Федерации и самый богатый российский город, имеющий наиболее раз-

витую экономику, из года в год притягивающий наибольшее количество мигрантов, имеющих высокую дифференциацию по полу, возрасту, сферам занятости, уровню заработков и опыту проживания в Российской Федерации. Санкт-Петербург – второй по значимости и уровню притягательности для мигрантов город в Российской Федерации, имеющий богатую миграционную историю. Екатеринбург – главный центр притяжения мигрантов в Уральском регионе, крупный промышленный и административный центр, имеющий постоянный спрос на иностранную рабочую силу. В соответствии с размерами и разным уровнем притягательности этих трех городов для мигрантов в Москве опрашивалась наибольшая доля респондентов (420 чел.), а в Екатеринбурге и Санкт-Петербурге было опрошено по 240 респондентов.

В ходе исследования были взяты 15 глубинных интервью с мигрантами из Таджикистана, Кыргызстана и Узбекистана и семь экспертных интервью с представителями диаспоры, экспертами в сфере миграции в Российской Федерации.

1.2. Ограничения исследования

Исследование охватывало только работающих мигрантов, так как это позволило сосредоточиться на изучении тех ниш рынка труда, которые занимают мигранты из Центральной Азии, их вовлеченности в российскую теневую экономику, их практик в отношении денежных переводов, миграционные намерения и уровень интеграции. Исследование не включало иные группы мигрантов из Центральной Азии (иностранцев студентов, детей-мигрантов, мигрантов пенсионного возраста, безработных и проч.), так как все они имеют жизненные условия и стратегии интеграции и адаптации, значительно отличающиеся от занятых в экономике России мигрантов.

В связи с ограниченностью выборки и для лучшей сравнимости возрастных групп в исследовании выделялись три равно-

ценные по количеству группы: молодежь (18–25 лет), люди средних лет (26–35 лет) и респонденты, уже имеющие значительный жизненный опыт и опыт работы, но еще не достигшие пенсионного возраста (36–60 лет).

Исследование не охватывало мигрантов из Центральной Азии, имеющих помимо гражданства своей страны российское гражданство или вид на жительство в Российской Федерации. Наличие гражданства РФ или вида на жительство РФ значительно изменяет положение мигранта из Центральной Азии на российском рынке труда.

Так как выборка квоцировалась по четырем параметрам (пол, возраст, опыт проживания в Российской Федерации и гражданство респондентов), квоты по другим характеристикам не вводились.

1.3. Описание выборки

Из 900 респондентов в Москве было опрошено 420 респондентов, в Санкт-Петербурге – 240 респондентов и в Екатерин-

бурге 240 респондентов. Среди опрошенных – 310 граждан Таджикистана (34 %), 295 граждан Кыргызстана (33 %) и 294 гражданина Узбекистана (33 %). В выборке 51 % мужчин (460 чел.) и 49 % женщин (440 чел.). Среди опрошенных 32 % респондентов в возрасте от 18 до 25 лет, 35 % в возрасте от 26 до 35 лет и 33 % в возрасте от 36 до 60 лет. Примерно половина выборки (48 %) – мигранты с опытом работы в Российской Федерации 1–2 года (430 чел) и 52 % – с опытом работы 3 года и более (470 чел).

Для достижения максимального разнообразия в одной точке опроса не опрашивалось более одного-двух человек, также нельзя было опрашивать более одного члена в одном домохозяйстве.

Взяты 15 глубинных интервью с мигрантами из Таджикистана, Кыргызстана и Узбекистана и семь экспертных интервью с представителями диаспоры, экспертами в сфере миграции в Российской Федерации.

2

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

2.1. Социально-демографический профиль

Так как выборка заранее квотировалась по возрасту и полу, опрошенные респонденты довольно равномерно (табл. 6) распределены по трем квотировавшимся половозрастным группам (от 18 до 25 лет, от 26 до 35 лет и от 36 до 60 лет). В целом в выборке преобладает молодежь до 30 лет обоюбого пола, составляющая среди мужчин (47 %) и женщин (45 %) почти половину респондентов.

Каждый пятый опрошенный – житель столицы своей родины (табл. 3, рис. 1.1–1.4), но если среди мужчин жителей столицы около 16 %, то среди женщин столичных жительниц около четверти. Около трети опрошенных приехали из крупных городов. Примерно половина опрошенных – жители небольших городов и сельской местности. Среди женщин жителей небольших городов и сельской местности заметно меньше (42 %), чем среди мужчин (52 %).

Рисунок 1.1. Распределение респондентов по типу населенного пункта в месте постоянного проживания (по полу), %

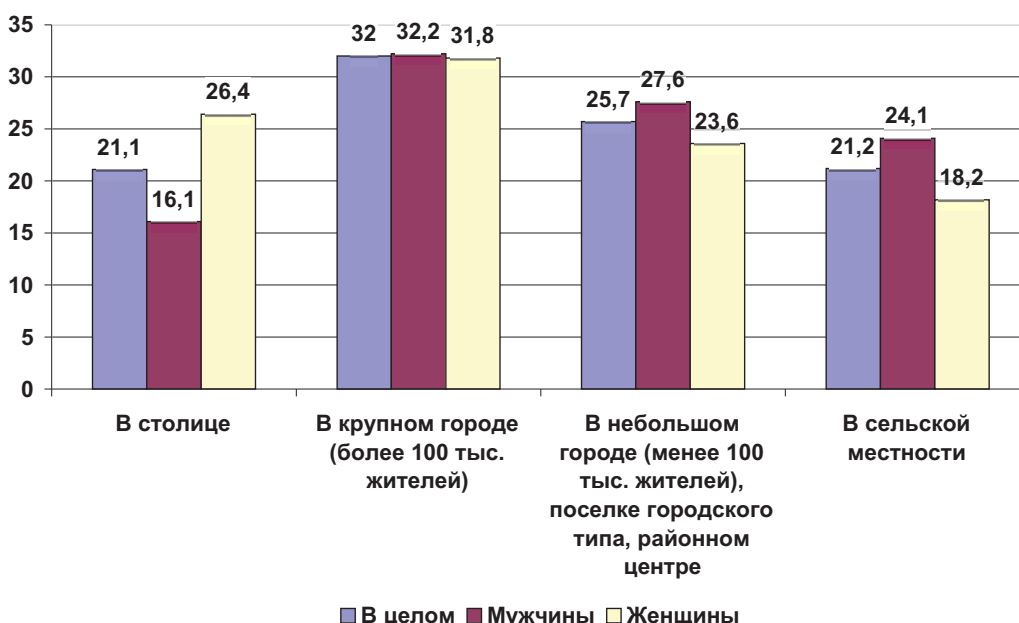


Рисунок 1.2. Распределение респондентов по типу населенного пункта в месте постоянного проживания (по странам), %

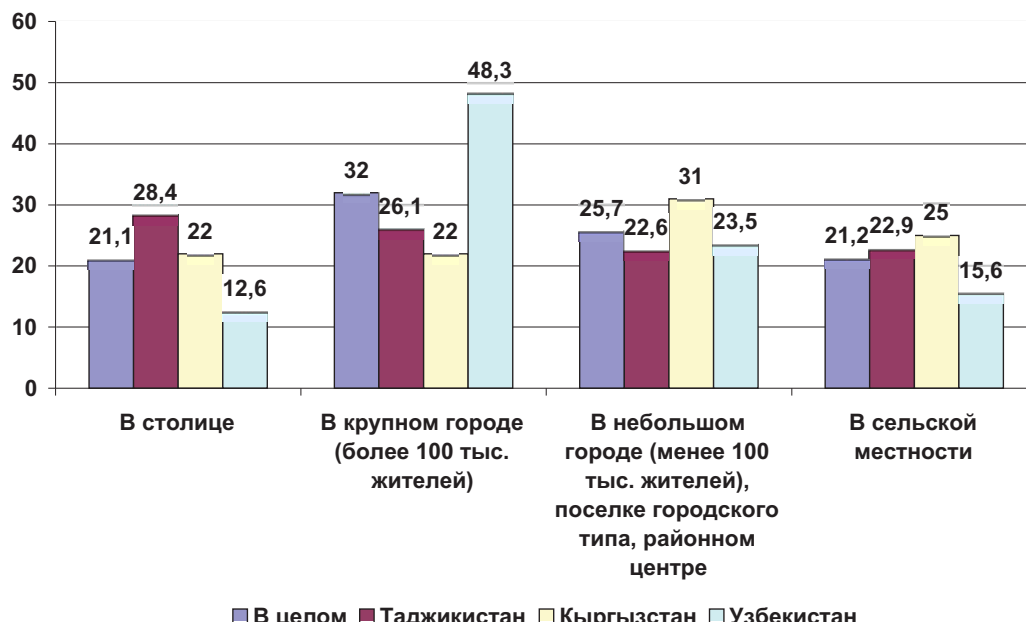


Рисунок 1.3. Распределение респондентов по типу населенного пункта в месте постоянного проживания (мужчины по странам), %

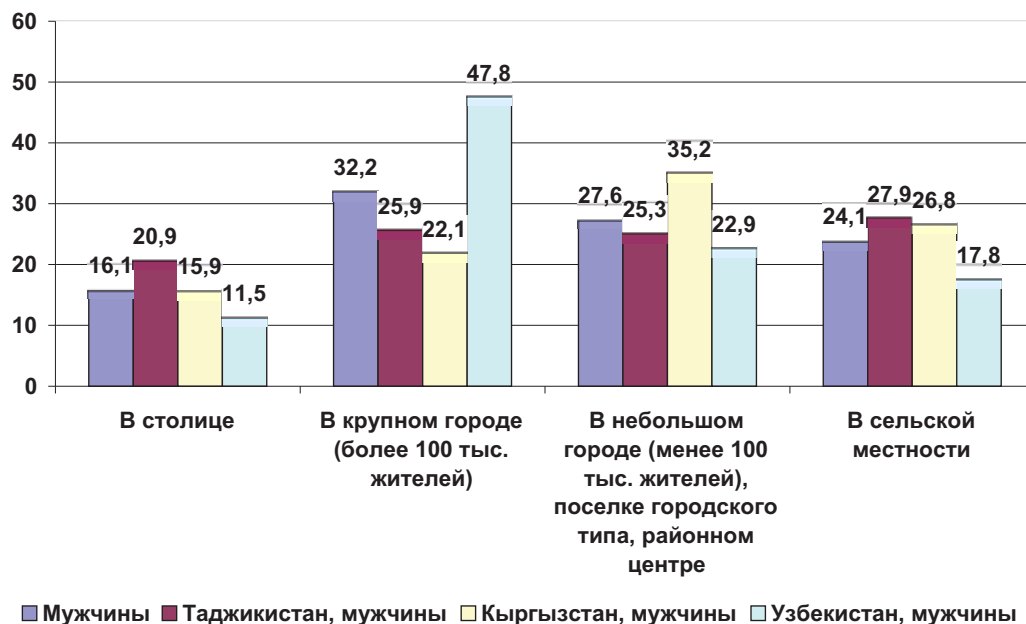


Рисунок 1.4. Распределение респондентов по типу населенного пункта в месте постоянного проживания (женщины по странам), %



Среди опрошенных респондентов (табл. 8, рис. 2.1–2.4) более половины (52 %) состоит в официальном браке, при этом в выборке женатых мужчин больше (57 %), чем замужних женщин (48 %). Это объясняется тем, что среди женщин больше разведенных (14 %), чем среди мужчин (3 %). Разведенные женщины в странах Центральной Азии, чей брак распался в результате трудовой миграции их мужей, часто вынуждены сами выезжать в миграцию, чтобы компенсировать резко упавшие доходы семьи

в условиях утраты основного кормильца – мужчины. Среди состоящих в неофициальном браке (7 % в целом) немного выше процент женщин (9 % против 6 % у мужчин). Около четверти опрошенных респондентов не состоят и не состояли в браке (27 %). Среди ни разу не вступавших в брак женщин (22 %) меньше, чем мужчин (32 %). При этом вдов (5 %) в выборке больше, чем вдовцов (0,2 %), при общей численности вдовых в 2 %.

Рисунок 2.1. Распределение респондентов по семейному положению (по полу), %

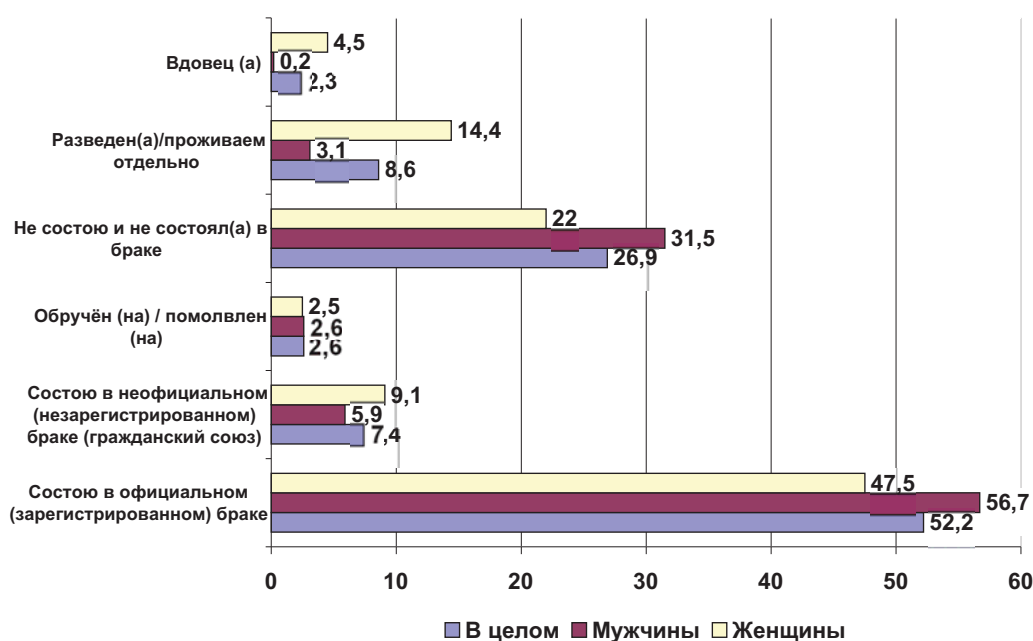


Рисунок 2.2. Распределение респондентов по семейному положению (по странам), %

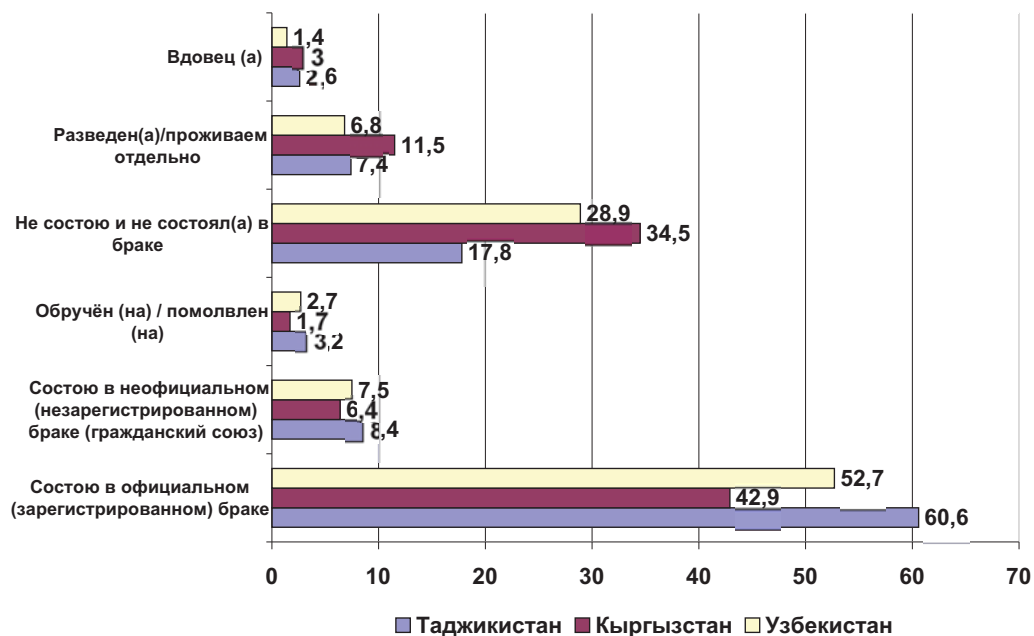


Рисунок 2.3. Распределение респондентов по семейному положению (мужчины по странам), %

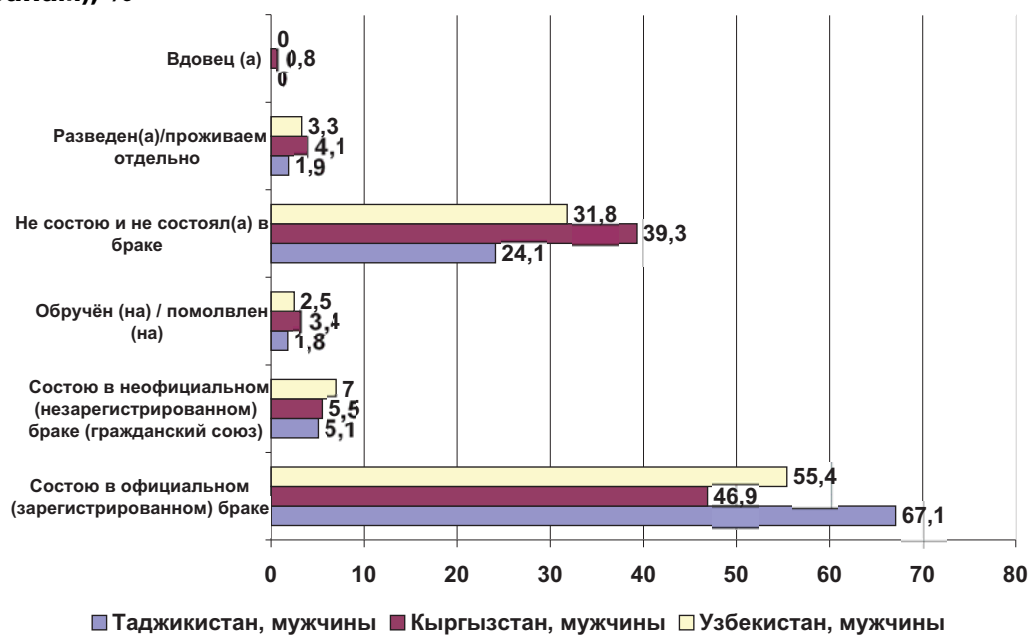
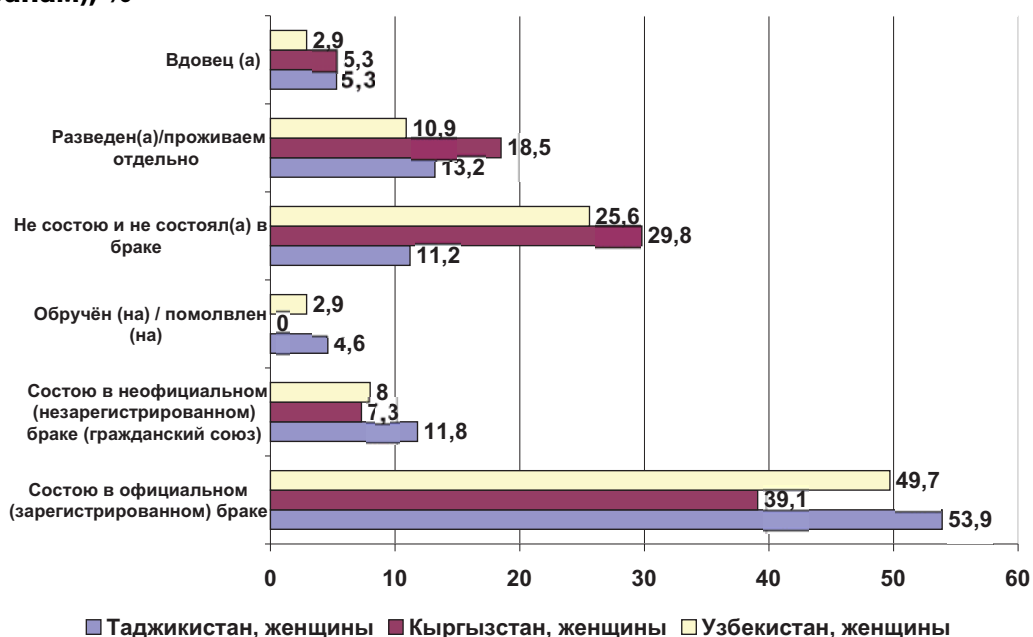


Рисунок 2.4. Распределение респондентов по семейному положению (женщины по странам), %



В целом страны прибытия респондентов почти полностью идентичны со странами их гражданства (табл. 1, 2).

Среди опрошенных респондентов (табл. 9, рис. 3.1–3.4) мало очень бедных людей – только 3 % отметили, что денег им не хватает на самое необходимое (еду, одежду и т. п.), но и людей зажиточных тоже не так уж и много – только около четверти опрошенных (26 %). В основном мигранты из Центральной Азии в Российской Федерации могут покупать всё необходимое, но делать сбережения им не удастся (таких 45 %) или денег им хватает только на самое необхо-

димое (еду, одежду и т. п.) (их 26 %). Наше исследование подтверждает несостоятельность мифа о том, что едут на заработки в основном очень бедные люди. Мигранту, приехавшему на работу, надо иметь с собой небольшую сумму денег для обустройства, оплаты жилья и покупки продуктов до того времени, как он получит первую зарплату. Кроме того, оплата билетов и все сопутствующие поездке траты тоже требуют денег, которые очень бедный человек, не обладающий каким-либо социальным капиталом, не сможет даже занять.

Рисунок 3.1. Распределение респондентов по материальному положению семьи в настоящее время (по полу), %

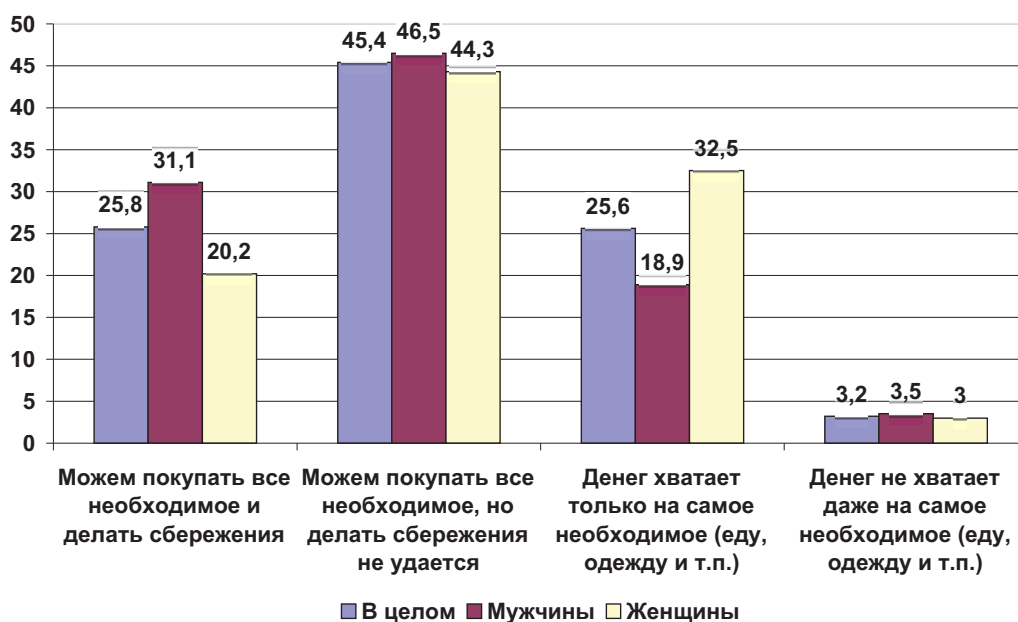


Рисунок 3.2. Распределение респондентов по материальному положению семьи в настоящее время (по странам), %

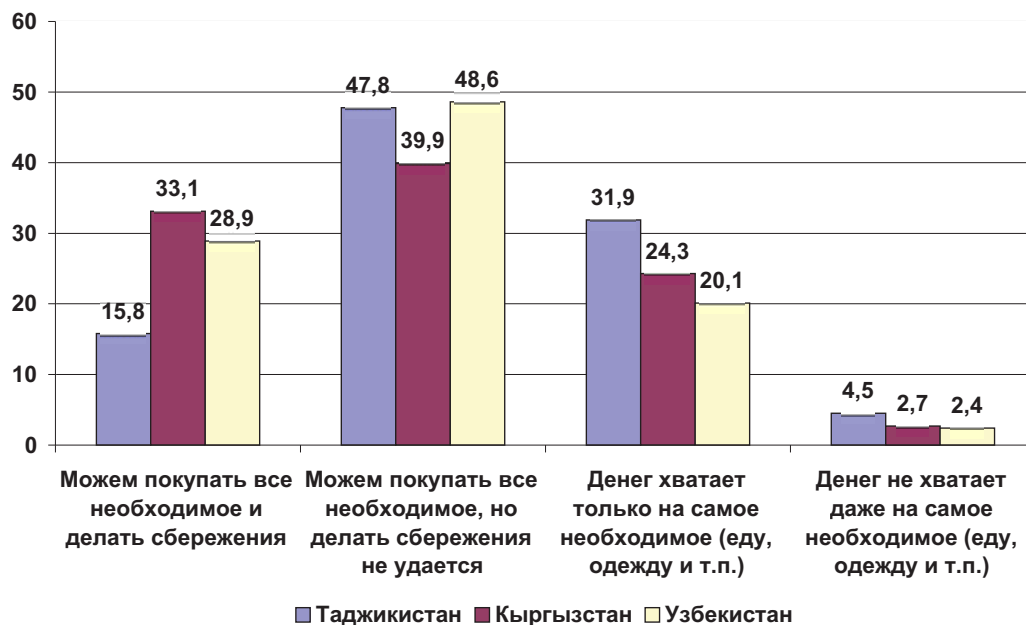


Рисунок 3.3. Распределение респондентов по материальному положению семьи в настоящее время (мужчины по странам), %

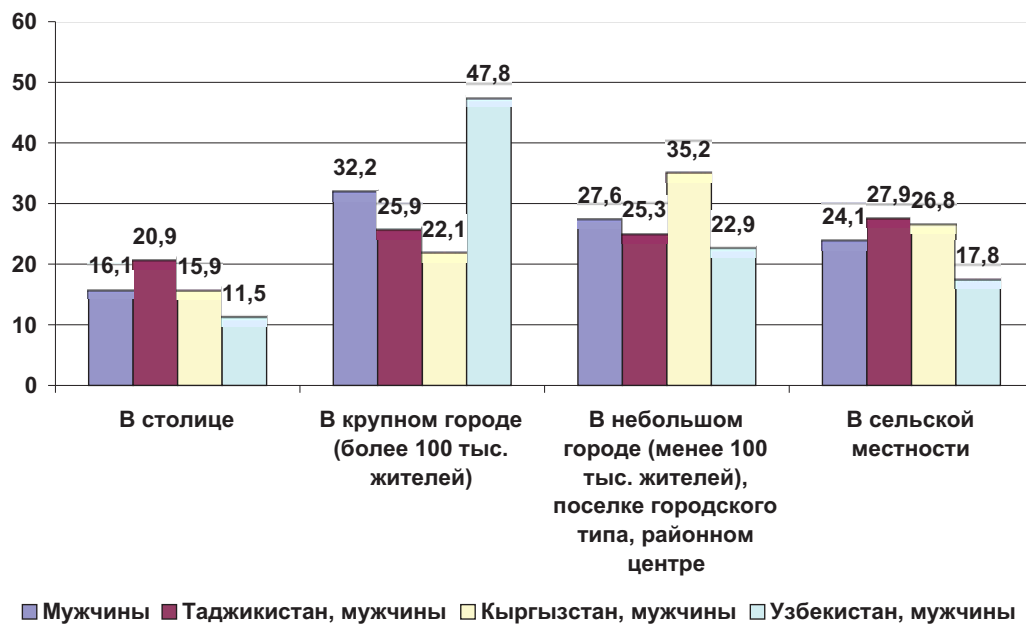


Рисунок 3.4. Распределение респондентов по материальному положению семьи в настоящее время (женщины по странам), %



Среди самых зажиточных мигрантов больше мужчин (31 % против 20 % женщин), а среди малообеспеченных, которым денег хватает только на самое необходимое (еду, одежду и т. п.), наоборот, больше женщин (33 % против 19 % у мужчин). Среди тех, кто может покупать всё необходимое, но делать сбережения не удастся, гендерных различий почти нет (47 % мужчин и 44 % женщин). При анализе распределения по странам заметно, что среди мигрантов из Кыргызстана немного больше зажиточных

респондентов (33 % против 29 % у мигрантов из Узбекистана и 16 % у мигрантов из Таджикистана).

Подавляющее большинство респондентов (89 %, 804 чел. из 900) имеют законченное образование и только каждый десятый (11 %, 96 респондентов) не имеет законченного образования (включая неполное школьное обучение (8–9 классов) – 6 %, начальную школу (3–4 класса средней школы) – 4 % или отсутствие любого обучения – 0,2 %).

Рисунок 4.1. Распределение респондентов по образованию (по полу), %

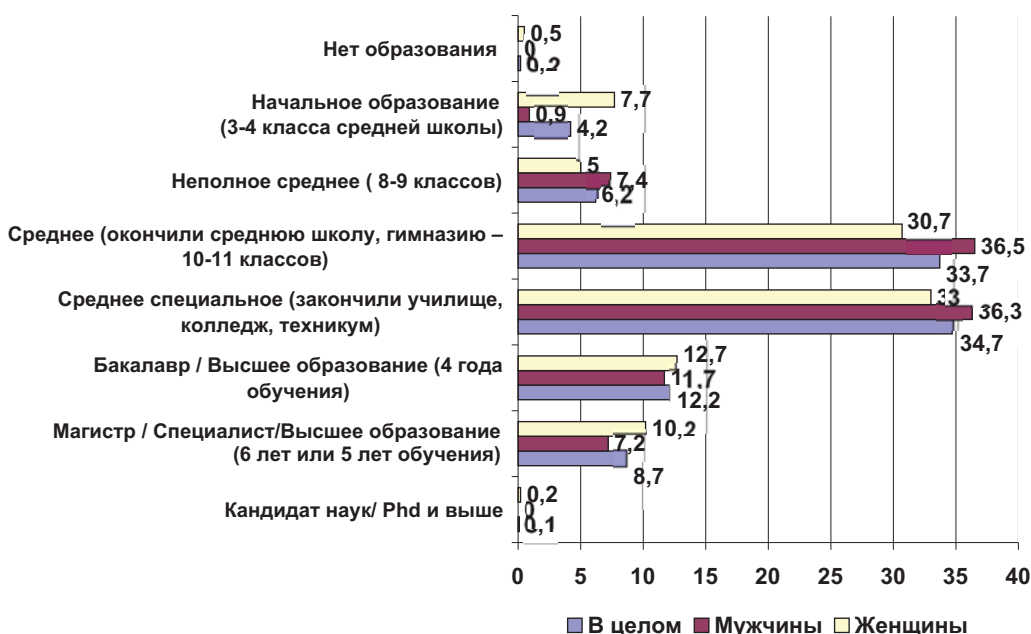


Рисунок 4.2. Распределение респондентов по образованию (по странам), %

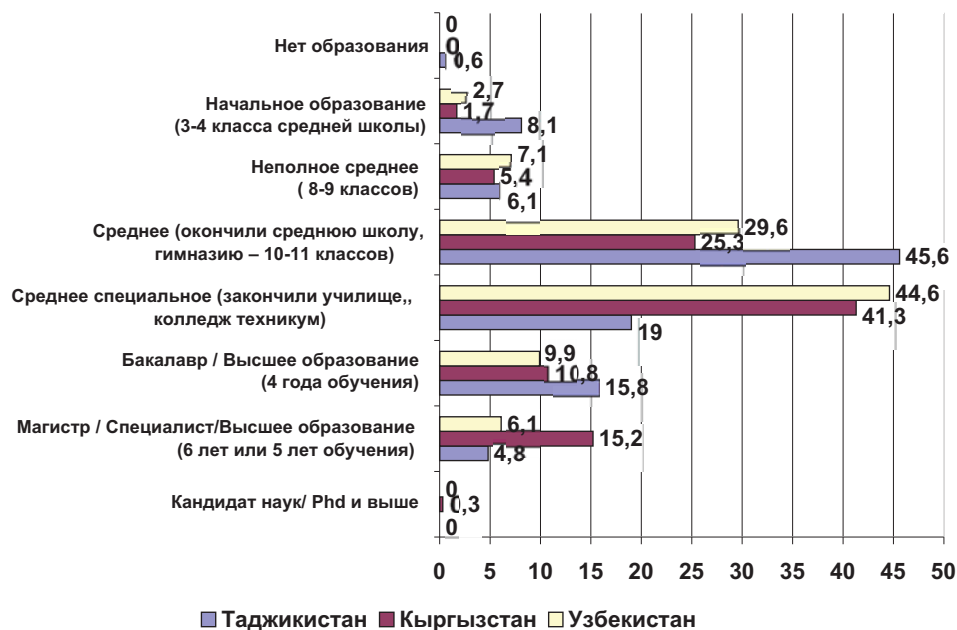


Рисунок 4.3. Распределение респондентов по образованию (мужчины по странам), %



Рисунок 4.4. Распределение респондентов по образованию (женщины по странам), %



Среди окончивших вуз (21 %) чуть менее половины (9 % от выборки в целом) обучались 5–6 лет (степень магистра или специалиста), а остальные (12 % от выборки в целом) обучались 4 года (степень бакалавра) (табл. 7, рис. 4.1–4.4). Женщины из Узбекистана (18 %) и особенно из Кыргызстана (31 %) чаще, чем мужчины из этих стран (соответственно 14 % и 21 %), имеют высшее образование. В выборке только один человек (женщина из Кыргызстана) имеет научную степень кандидата наук.

Больше всего респондентов имеют среднее специальное (35 %) или среднее образование (34 %). Доля имеющих среднее специальное образование почти в два раза выше среди респондентов из Кыргызстана (41 %) и Узбекистана (45 %), чем среди респондентов из Таджикистана (19 %).

Среди имеющих начальное образование выше доля женщин (8 % против 1 % у мужчин), и особенно заметна эта разница у респондентов из Таджикистана, где 15 % обследованных женщин – трудящихся мигрантов имеет 3–4 класса образования в средней школе.

2.2. Миграция в Российскую Федерацию

Основной причиной поездки у мигрантов (табл. 14, рис. 5.1–5.4) являются заработки (у 92 %). Но кроме этой причины, есть

и еще несколько важных целей, главной из которых является приезд к семье или поездка вместе с семьей (18 %). Кроме того, примерно каждый десятый опрошенный (11 %) говорил о такой цели, как устройство личной жизни. Причем этот фактор в целом среди опрошенных одинаково важен как для мужчин (11 %), так и для женщин (11 %), а в случае Таджикистана для мужчин он был даже важнее (10 %), чем для женщин (2 %). Для Кыргызстана и Узбекистана, наоборот, для женщин (соответственно 16 % и 15 %) это было важнее, чем для мужчин (10 % и 12 %). В связи с тем, что молодые и активные мужчины – потенциальные женихи выезжают в трудовую миграцию в Российскую Федерацию, незамужние или разведенные женщины имеют потенциальную возможность найти себе жениха в Российской Федерации и учитывают это при построении планов на выезд в трудовую миграцию. Интересно, что также примерно для каждого десятого опрошенного поездка – это реализация желания получить образование в Российской Федерации или повысить его уровень. Особенного различия по полу по этому вопросу нет – как мужчины (10 %), так и женщины (10 %) видят в поездке в Российскую Федерацию шанс улучшить или получить новые компетенции или получить российское образование, в том числе для будущего оседания в Российской Федерации.

Рисунок 5.1. Распределение респондентов по причинам миграции (по полу), %

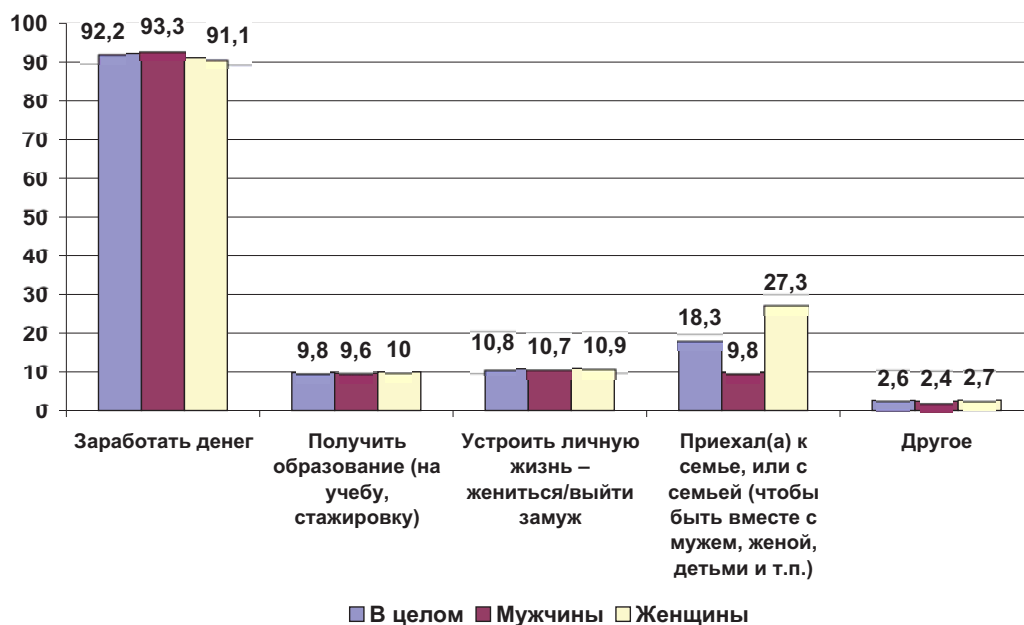


Рисунок 5.2. Распределение респондентов по причинам миграции (по странам), %

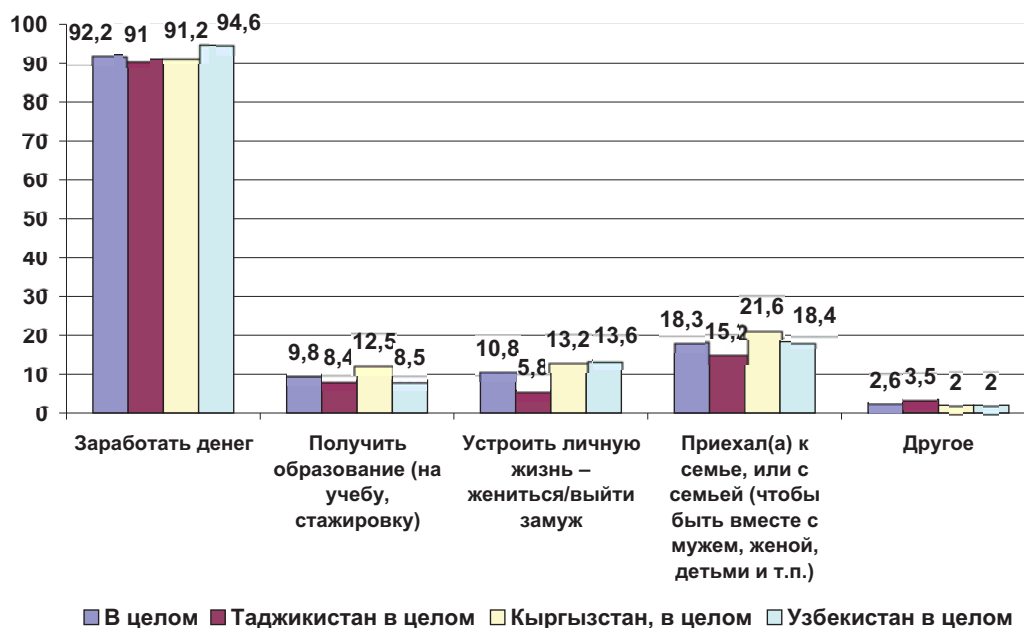


Рисунок 5.3. Распределение респондентов по причинам миграции (мужчины по странам), %

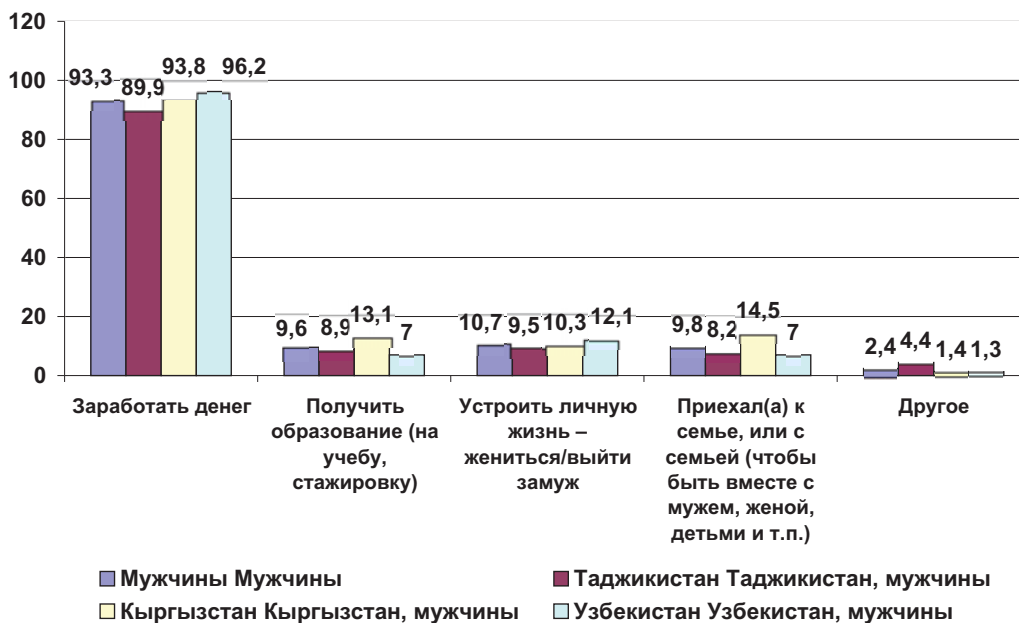
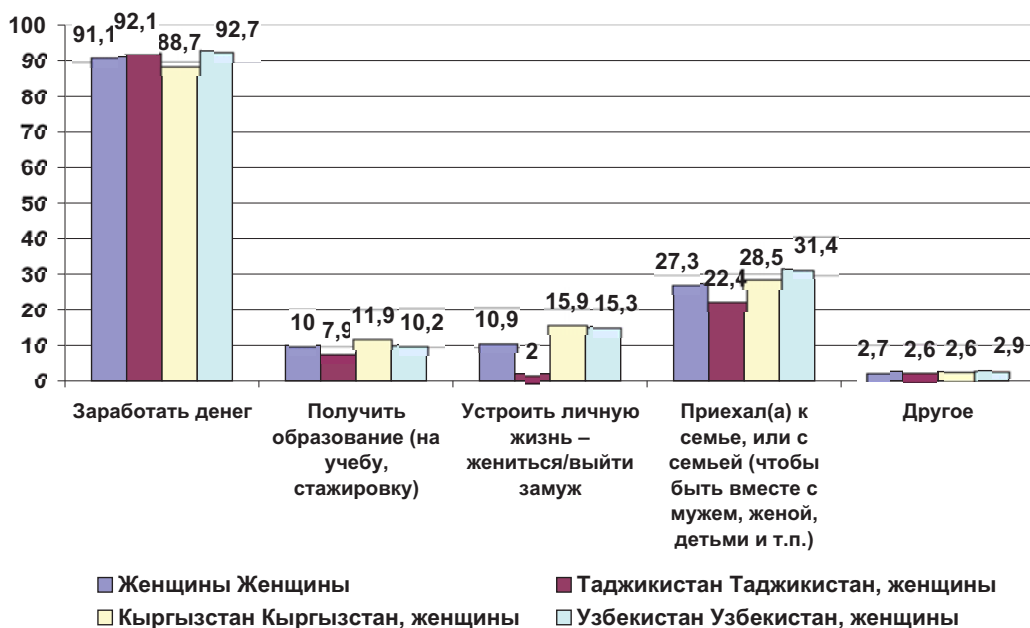


Рисунок 5.4. Распределение респондентов по причинам миграции (женщины по странам), %



Для женщин приезд к семье или поездка вместе с семьей – гораздо более важный фактор (27 %), чем для мужчин (10 %). Этот фактор является наиболее актуальным для женщин-мигрантов из Узбекистана – 31 % из них заявили о его важности, а среди женщин из Кыргызстана об этом говорили 29 %, среди женщин из Таджикистана – 22 %. Это и неудивительно, так как одним из негативных последствий трудовой миграции из Центральной Азии в Российскую Федерацию является возможный распад семей из-за ухода мужа-трудового мигранта из семьи/создания им новой (или второй) семьи в Российской Федерации. Это не просто становится разрушением планов на будущее и большим стрессом для бывших жен, но и зачастую резко снижает уровень жизни разведенных женщин в стране выезда мигрантов, как правило, остающихся с несовершеннолетними детьми без основного кормильца семьи. Это, в свою очередь, подталкивает таких разведенных женщин к трудовой миграции, что видно и

по результатам нашего исследования: среди опрошенных женщин-мигрантов 14 % разведенных женщин против 3 % разведенных мужчин (табл. 8).

Среди источников оплаты поездки (табл. 13, рис. 6.1–6.4) явно выделяются четыре: собственные сбережения (51 %), заем денег у семьи, родственников или друзей на родине (21 %), заем денег у семьи, родственников или друзей в Российской Федерации (10 %) или безвозмездная оплата поездки близкими родственниками (10 %). Такие вынужденные меры, как продажа ценного имущества (машина, мебель, золото) (4 %) или кредит в банке (3 %), не являются значимыми источниками для оплаты за поездку. А такие источники оплаты поездки, как продажа земли, квартиры, заем у частного посредника по трудоустройству, у кадрового агентства по трудоустройству или у неофициального кредитора, не превышают 1 % (каждый источник) от общего числа опрошенных.

Рисунок 6.1. Распределение респондентов по источникам оплаты поездки в Российскую Федерацию в этот приезд (по полу), %

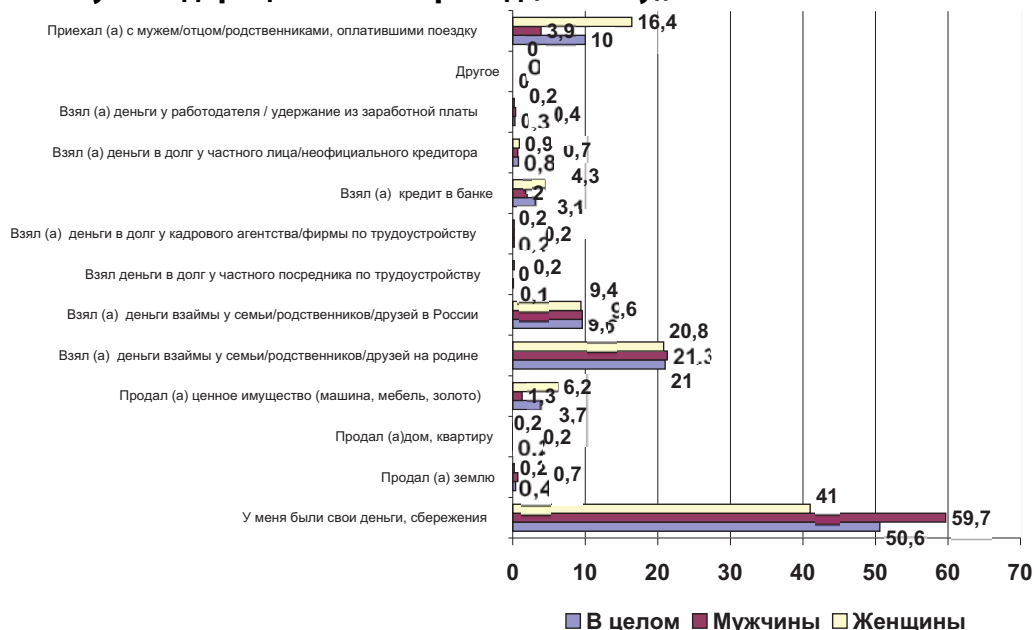


Рисунок 6.2. Распределение респондентов по источникам оплаты поездки в Российскую Федерацию в этот приезд (по странам), %

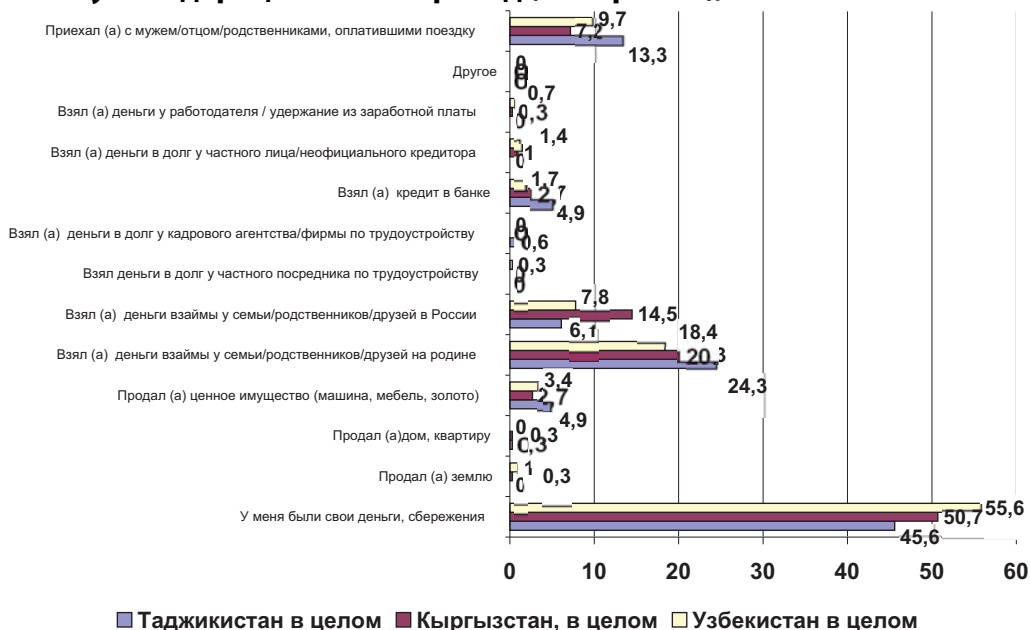


Рисунок 6.3. Распределение респондентов по источникам оплаты поездки в Российскую Федерацию в этот приезд (мужчины по странам), %

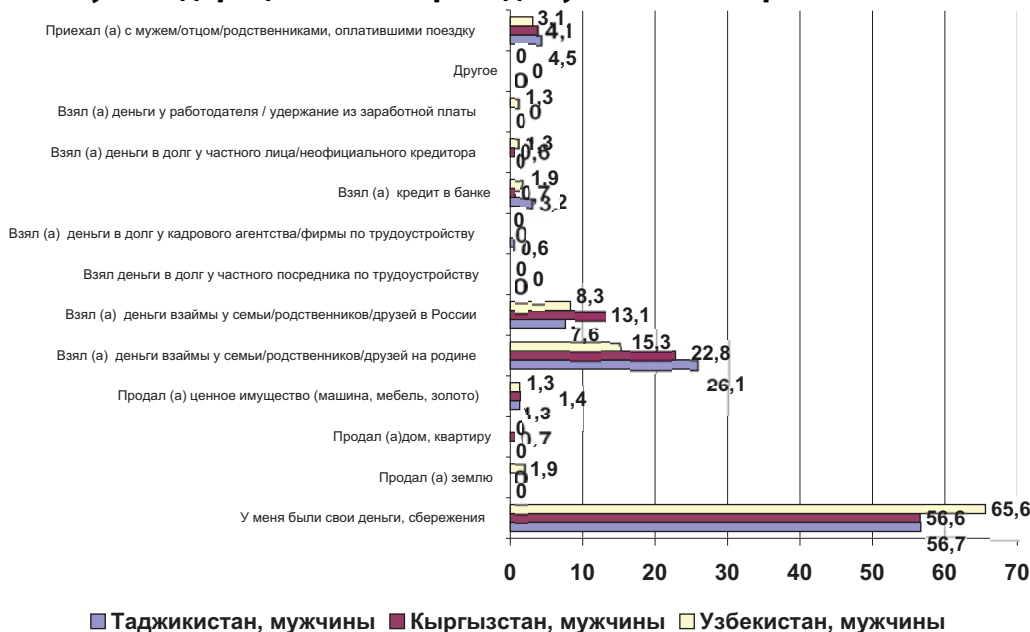
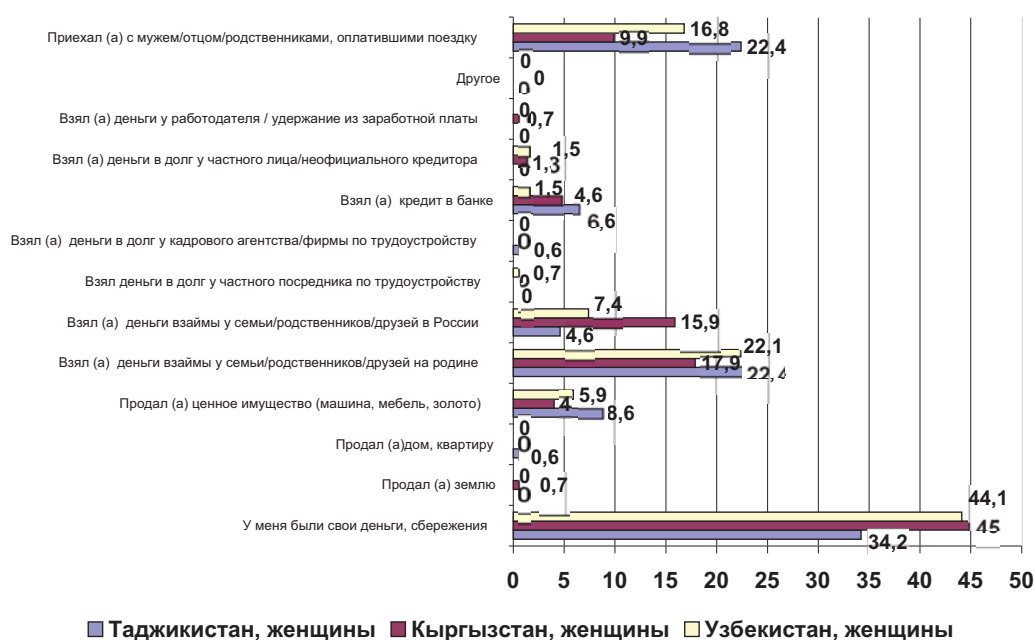


Рисунок 6.4. Распределение респондентов по источникам оплаты поездки в Российскую Федерацию в этот приезд (женщины по странам), %



При выделении гендерной составляющей видно, что 60 % мужчин имели личные сбережения для поездки, тогда как среди женщин таких было 41 %. Женщины преобладают среди тех, кому оплатили поездку родственники (16 % от выборки против 4 % у мужчин), причем чаще всего этот источник оплаты поездки в Российскую Федерацию использовали женщины из Таджикистана (22 %), чем женщины из Узбекистана (17 %) или Кыргызстана (10 %). Кроме того, женщины чаще мужчин прибегают к продаже ценного имущества (6 % против 1 % у мужчин) или кредиту в банке (4 % против 2 % у мужчин), чтобы оплатить поездку.

Таким образом, опора на собственные силы или на родственные (дружеские) связи полностью преобладает среди опрошенных, которые не доверяют сторонним источникам финансирования своей поездки на заработки.

Выезд в трудовую миграцию для трети опрошенных респондентов (табл. 16, рис. 7.1–7.4) – это этап на пути к оседанию в Российской Федерации: более трети из них (35 %) хотели бы остаться в Российской Федерации навсегда.

Я по своей профессии хотела устроиться на работу, так как они предложили мне работу, но сказала, именно с гражданством. Иметь российский паспорт. А у меня еще подружка здесь работает, она

работает тоже в аптечной сфере. Но она имеет паспорт РФ и получает 150 тысяч рублей. Поэтому я очень стараюсь тоже получить гражданство и дальше уже продвигаться.

Из глубинного интервью в Москве. Мигрантка из Кыргызстана, 34 года

Еще треть опрошенных (34 %) выстраивает вокруг трудовой миграции в Российскую Федерацию долгосрочные планы и не планирует в течение нескольких лет возвращаться на родину, хочет длительное время жить и работать в Российской Федерации. Таким образом, почти две трети респондентов принимает трудовую миграцию как свою долгосрочную жизненную стратегию. Еще около четверти респондентов (25 %) намерены приезжать в Российскую Федерацию и зарабатывать, но не строят долгосрочные планы в отношении таких поездок. Тем не менее и они не планируют закончить поездки на заработки в Российскую Федерацию в ближайшем будущем. Тех, кто не хочет больше приезжать в Российскую Федерацию, – 4 %, а тех, кто хочет переехать в другую страну, – 2 %. Таким образом, почти все опрошенные мигранты составляют постоянную составляющую российского рынка труда как минимум в краткосрочной перспективе.

Рисунок 7.1. Распределение респондентов по дальнейшим планам пребывания в Российской Федерации (по полу), %

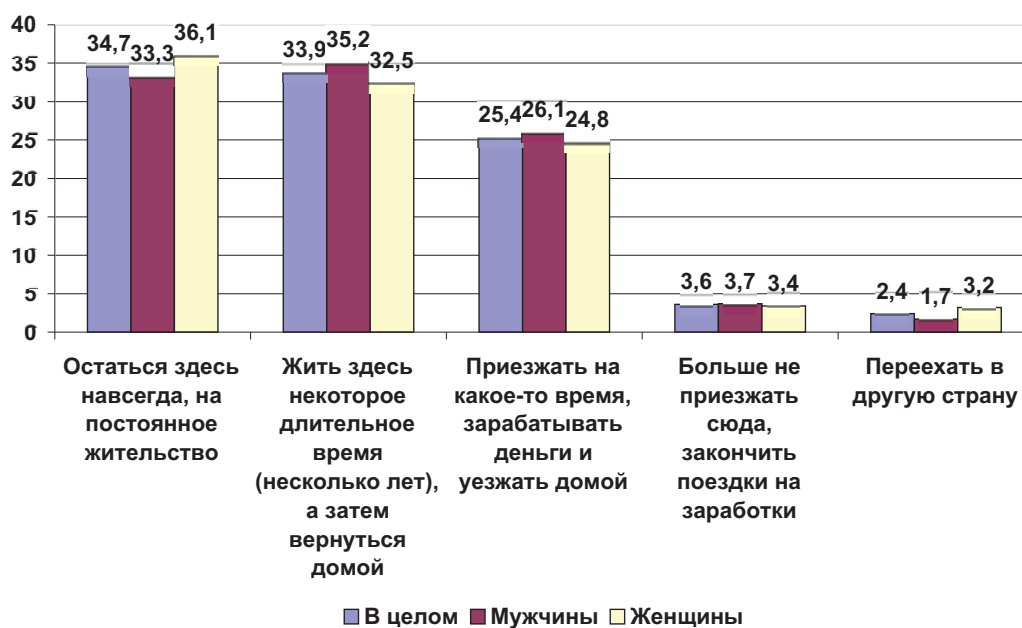


Рисунок 7.2. Распределение респондентов по дальнейшим планам пребывания в Российской Федерации (по странам), %

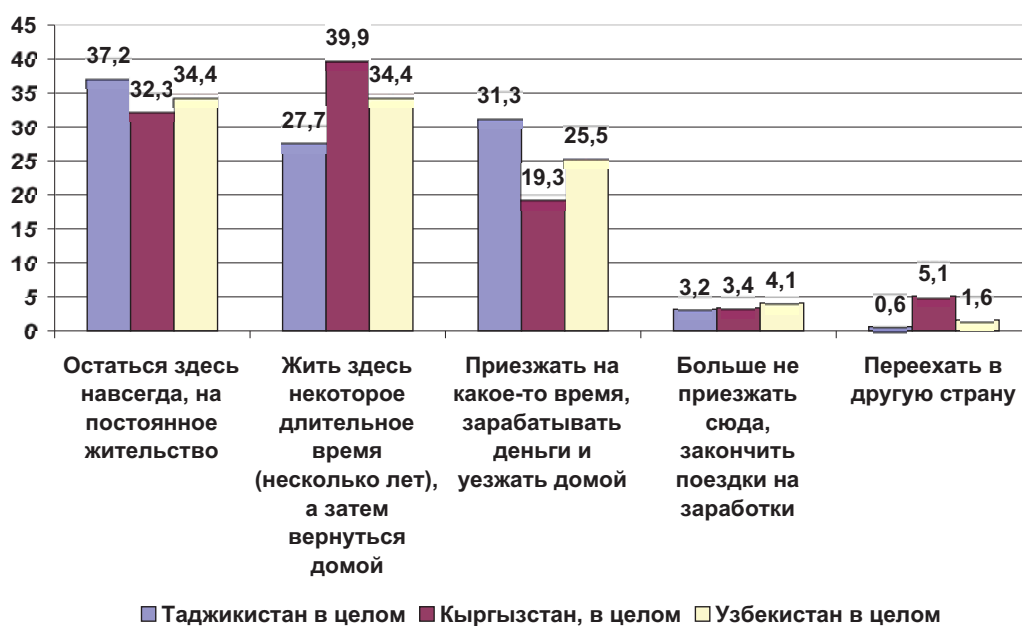
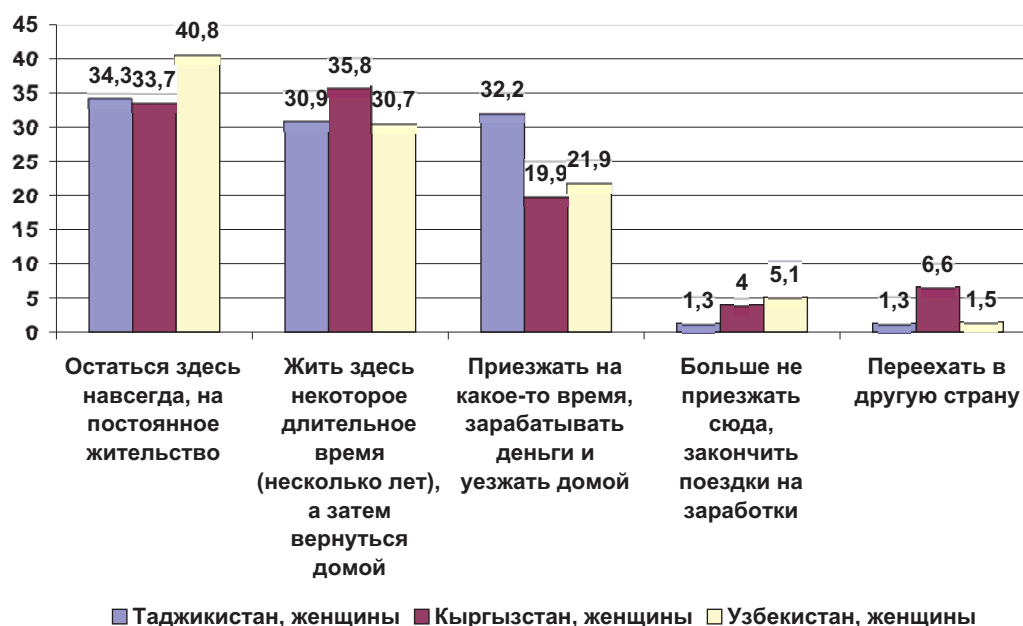


Рисунок 7.3. Распределение респондентов по дальнейшим планам пребывания в Российской Федерации (мужчины по странам), %



Рисунок 7.4. Распределение респондентов по дальнейшим планам пребывания в Российской Федерации (женщины по странам), %



Выборка изначально была сконструирована так, чтобы в ней примерно половина респондентов имела опыт проживания в Российской Федерации до 3 лет и половина – опыт проживания в Российской Федерации более 3 лет (табл. 15), для получения данных, отражающих опыт разного по времени проживания в Российской Федерации, без смещения результатов в сторону только «опытных» мигрантов или только недавно приехавших. Поэтому в выборке 48 % тех, кто имеет опыт проживания в Российской Федерации до 3 лет, и 52 % тех, кто имеет опыт проживания в Российской Федерации более 3 лет.

У недобросовестных работодателей в Российской Федерации существует незаконная практика удержания мигрантов на их рабочих местах, предполагающая изъятие у них паспортов при найме на работу. Если работник захочет уйти с места работы, он не сможет свободно это сделать, так как сначала должен получить свой паспорт у работодателя. В условиях, когда подобные недобросовестные работодатели далеко не всегда заключают с мигрантами трудовые договоры, существуют риски, связанные с насильственным удержанием на

рабочем месте трудящихся мигрантов, это – невыплата заработной платы целиком или частично, переработки и прочее несоблюдение условий устного контракта работодателем и т. д. Вместе с этим работодатель с помощью изъятия паспорта стремится не только поставить себя в главенствующее положение, но и обезопасить себя от внезапного увольнения недокументированного работника, которого не устраивают условия его труда или размер получаемой оплаты. Согласно российскому Уголовному кодексу, это незаконное деяние работодателя подпадает под действие 127 статьи части 2 «использование рабского труда» с «изъятием документов». Ранее эта незаконная практика применялась работодателями достаточно широко, но в связи с введением в 2003 году статьи 127'2 число случаев ее применения резко снизилось, что показывает и наше исследование. Менее чем у 1 % опрошенных мигрантов паспорт был изъят работодателем (табл. 25, рис. 8.1–8.4). Причем наше исследование зафиксировало факты такого изъятия только среди мужчин-мигрантов из Таджикистана и Узбекистана.

Рисунок 8.1. Распределение респондентов по местонахождению их паспорта (по полу), %

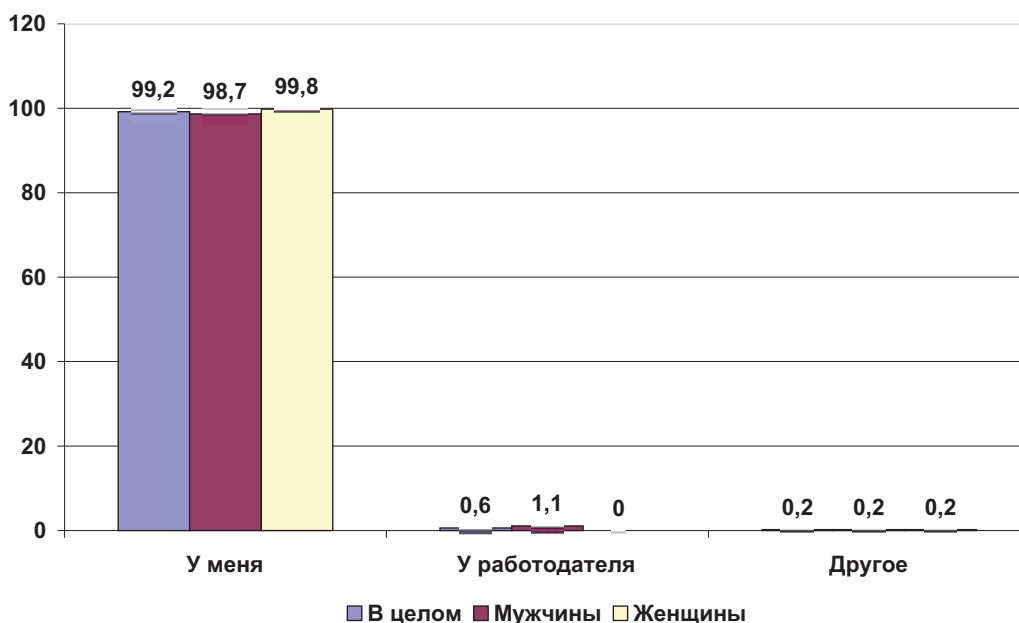


Рисунок 8.2. Распределение респондентов по местонахождению их паспорта (по странам), %

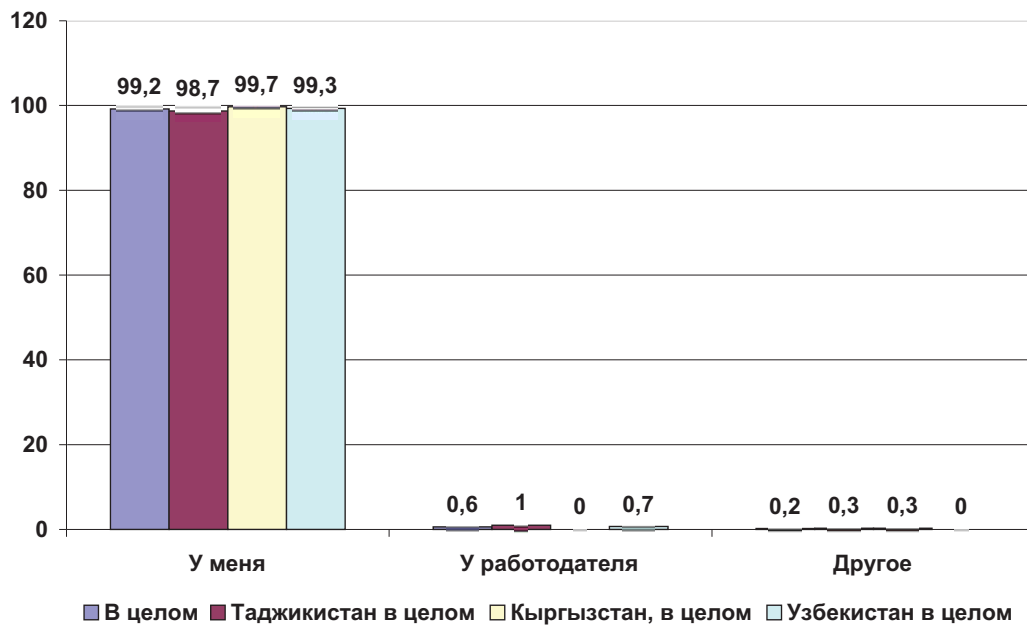


Рисунок 8.3. Распределение респондентов по местонахождению их паспорта (мужчины по странам), %

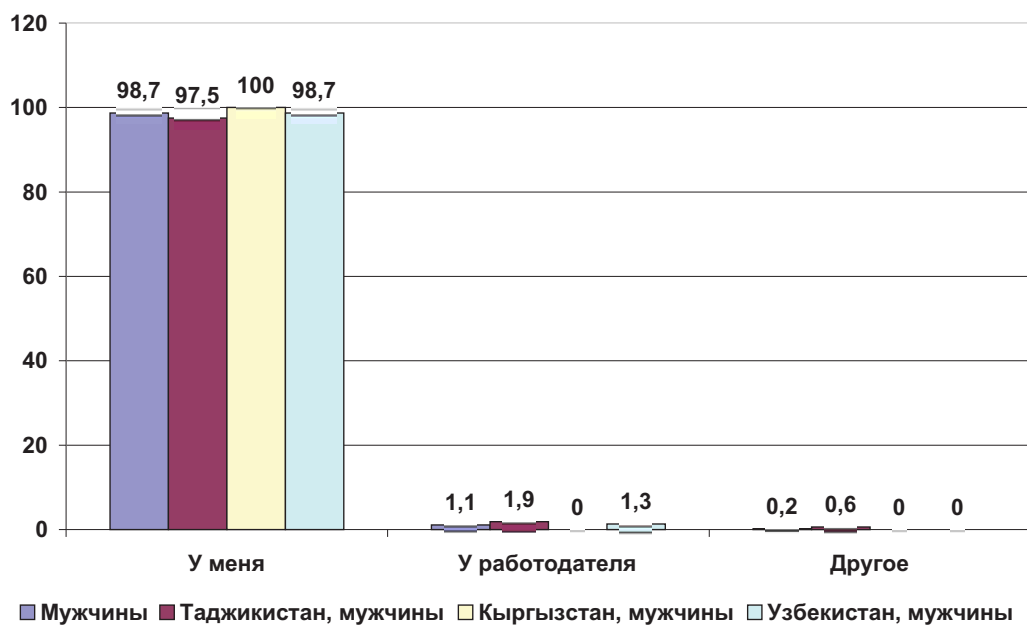
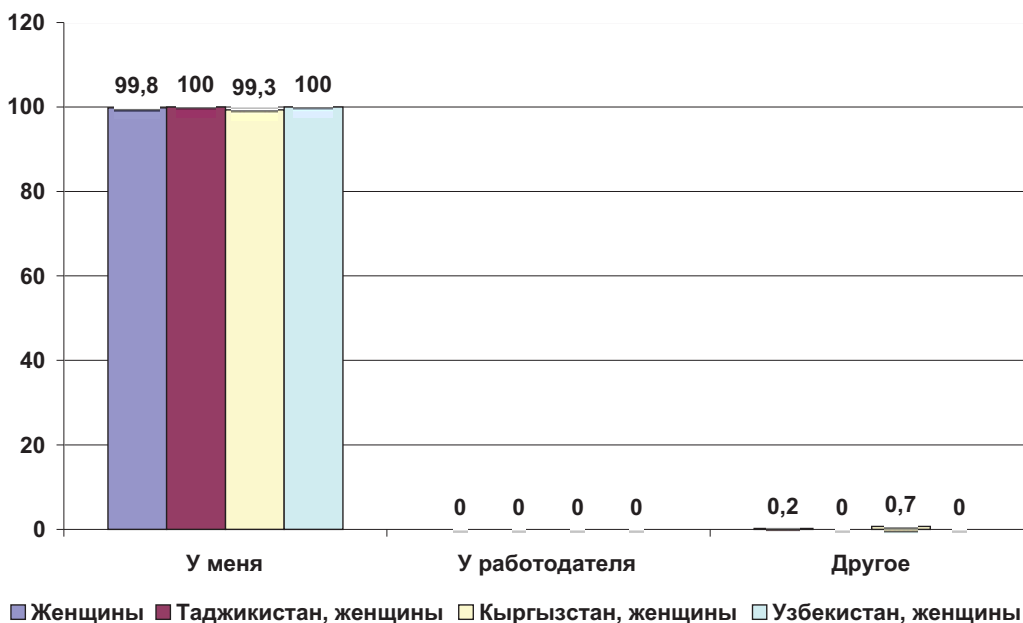


Рисунок 8.4. Распределение респондентов по местонахождению их паспорта (женщины по странам), %



2.3. Денежные переводы и финансовая грамотность

Только 12 % всех опрошенных респондентов не отсылали деньги на родину за

последний год (табл. 36, рис. 9.1–9.4), а 88 % отсылали. Отсылали деньги на родину 90 % респондентов из Таджикистана, 85 % респондентов из Кыргызстана и 87 % респондентов из Узбекистана.

Рисунок 9.1. Распределение респондентов по переводу денег за рубеж за последний год (по полу), %

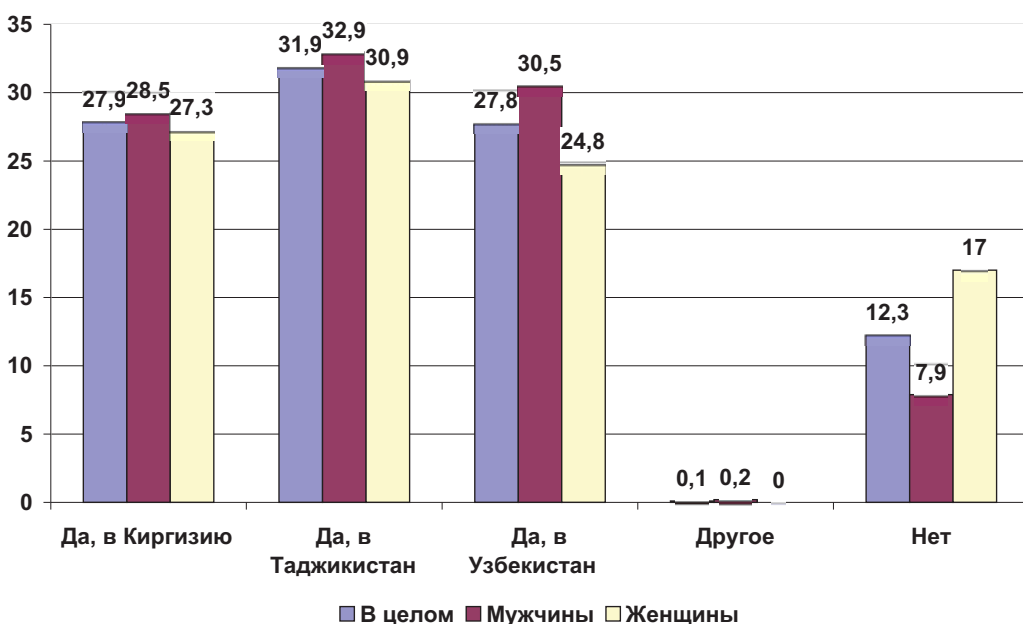


Рисунок 9.2. Распределение респондентов по переводу денег за рубеж за последний год (по странам), %

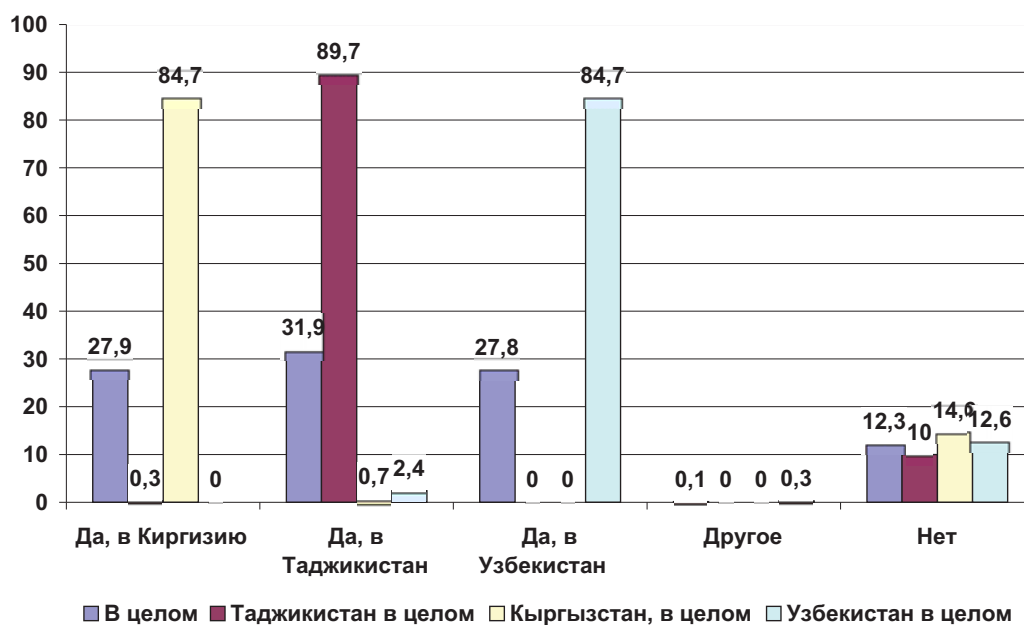


Рисунок 9.3. Распределение респондентов по переводу денег за рубеж за последний год (мужчины по странам), %

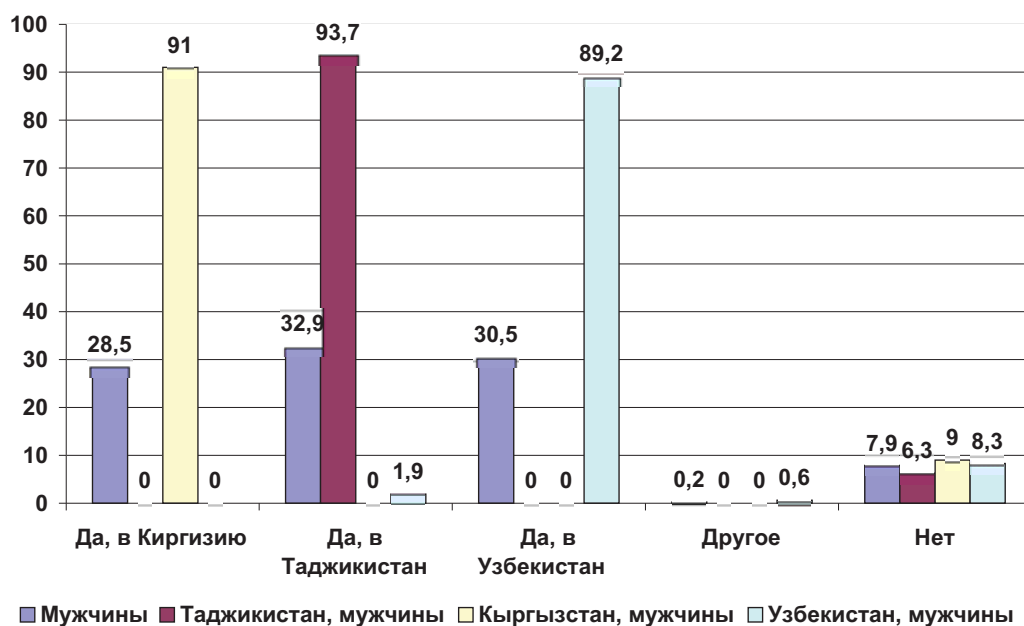
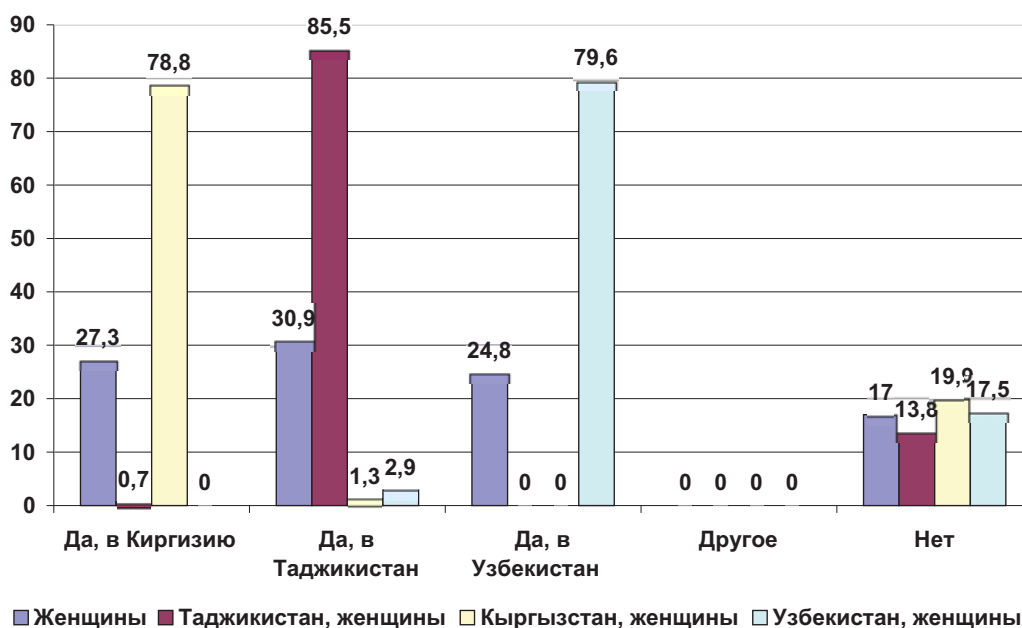


Рисунок 9.4. Распределение респондентов по переводу денег за рубеж за последний год (женщины по странам), %



Главная причина (табл. 40, рис. 10.1–10.4), по которой опрошенные респонденты отсылали деньги на родину, – это регулярная финансовая поддержка семьи (в 87 % случаев). Все остальные причины имеют малую долю среди ответов. Фактически это означает, что стратегия выживания се-

мей опрошенных респондентов на родине строится на постоянном получении финансовой поддержки от них. Единоразовые поводы отправки денег на родину составляют очень малую долю и не являются причиной постоянного пребывания респондентов в Российской Федерации.

Рисунок 10.1. Распределение респондентов по основным причинам перевода денег на родину за последний год (выбор не более чем из трех вариантов) (по полу), %



Рисунок 10.2. Распределение респондентов по основным причинам перевода денег на родину за последний год (выбор не более чем из трех вариантов) (по странам), %

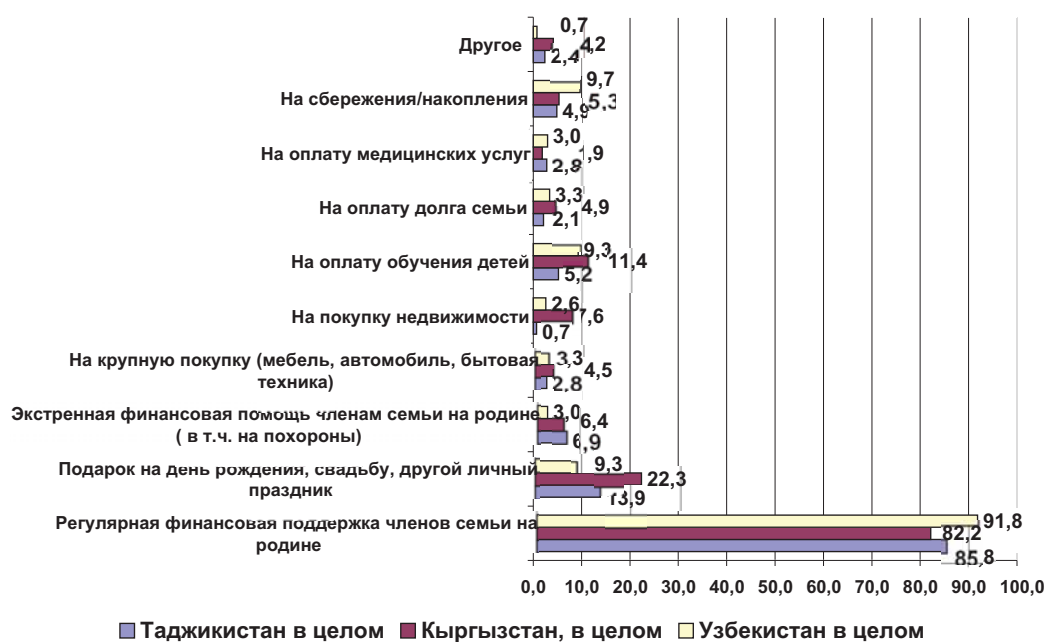


Рисунок 10.3. Распределение респондентов по основным причинам перевода денег на родину за последний год (выбор не более чем из трех вариантов) (мужчины по странам), %

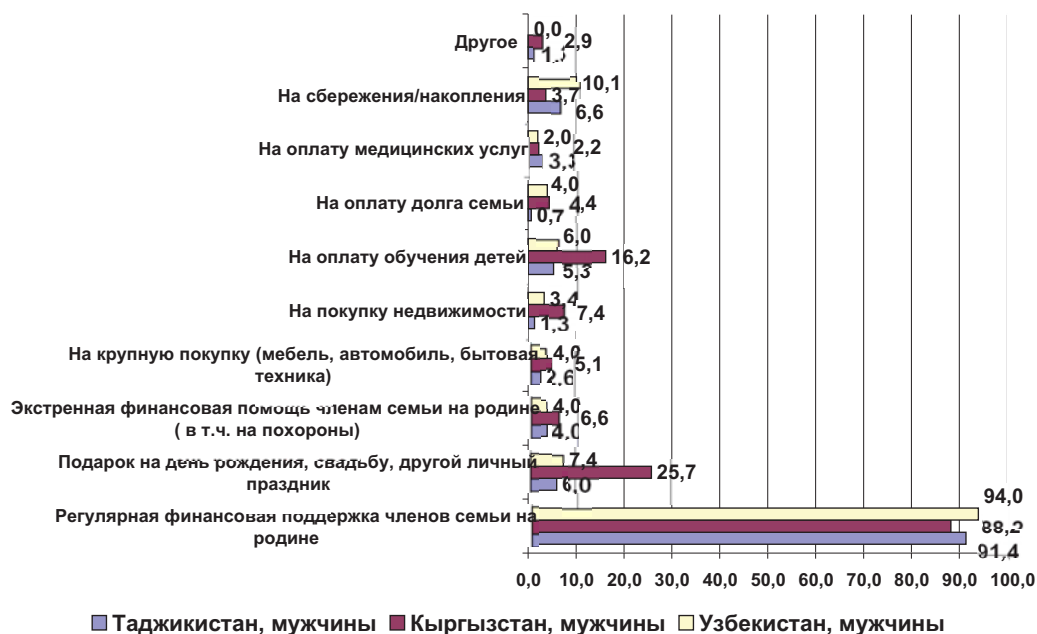


Рисунок 10.4. Распределение респондентов по основным причинам перевода денег на родину за последний год (выбор не более чем из трех вариантов) (женщины по странам), %



Самыми важными поводами из второстепенных можно назвать подарки на свадьбу, день рождения, другой личный праздник (15 %) или оплату обучения детей (9 %). Среди оставшихся причин можно выделить: сбережения, накопления (7 %), экстренную финансовую помощь членам семьи на родине (6 %), покупку недвижимости (4 %), крупные покупки (мебель, автомобиль, бытовая техника) (4 %), оплата долга семьи (3 %), оплата медицинских услуг (3 %).

Среди мужчин отсылка денег на родину для регулярной финансовой поддержки семьи является более значимой причиной (91 %), чем для женщин (81 %). Женщины пересылают деньги на подарки на свадьбу, день рождения, другой личный праздник чаще (18 %), чем мужчины (13 %). По остальным причинам денежных переводов на родину значительных отличий между мужчинами и женщинами нет.

Респонденты не отсылали деньги на родину в 2020 году (табл. 37, рис. 11.1–11.4) в основном из-за недостаточных заработков во время пандемии COVID-19 (так ответили 32 % опрошенных), и так же это не делали

те, у кого нет семьи, которой необходимо посылать деньги (24 %), или у кого временные сложности с жильем или документами (9 %). Не захотели отвечать 10 % опрошенных. Мужчины чаще женщин называли недостаточные заработки (36 % против 29 % у женщин) и отсутствие семьи, которой необходимо посылать деньги (39 % против 17 % у женщин) среди причин, по которым они не отсылают деньги на родину. А женщины чаще упоминали о временных сложностях с жильем или документами (11 % против 6 % у мужчин) как о причине, по которой они не могут отсылать деньги, и чаще не хотели отвечать на этот вопрос (14 % против 3 % у мужчин).

Мужчины немного регулярнее женщин пересылают деньги на родину: 69 % из них пересылают деньги ежемесячно, тогда как среди женщин такой регулярности могут придерживаться 59 %. Женщины чаще пересылают деньги раз в квартал (21 %), чем мужчины (14 %), и немного чаще мужчин меняют регулярность пересылки денег – 12 % из них ответили, что «по-разному» отправляют деньги на родину, а среди мужчин такой ответ дали 8 %.

Рисунок 11.1. Распределение респондентов по причинам, по которым они не переводили деньги за рубеж за последний год (по полу), %

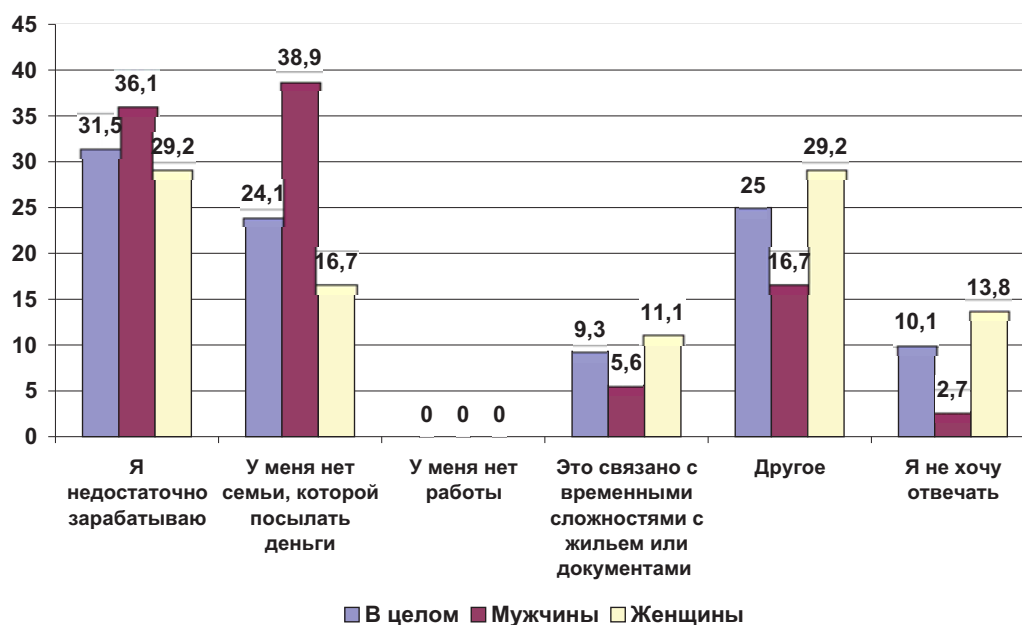


Рисунок 11.2. Распределение респондентов по причинам, по которым они не переводили деньги за рубеж за последний год (по странам), %



Рисунок 11.3. Распределение респондентов по причинам, по которым они не переводили деньги за рубеж за последний год (мужчины по странам), %



Рисунок 11.4. Распределение респондентов по причинам, по которым они не переводили деньги за рубеж за последний год (женщины по странам), %



Чаще всего респонденты отсылают деньги на родину раз в месяц (64 %), чаще (несколько раз в месяц) переводят деньги только 5 % респондентов (табл. 38, рис. 12.1–12.4). Раз в три месяца отсылают деньги 17 % опрошенных мигрантов из Центральной Азии, а раз в год – 4 %. Около 10 % респондентов высылают деньги нерегулярно – это могут быть и переводы несколько раз в месяц, и раз в месяц, и раз

в квартал – всё зависит от заработков. Как видим, в основном родня на родине может рассчитывать на вполне стабильную ежемесячную поддержку от большей части мигрантов из Центральной Азии в Российской Федерации, хотя потеря респондентами работы или изменения на российском рынке труда (например, вызванные пандемией COVID-19) могут внести коррективы в такое расписание пополнения их бюджета.

Рисунок 12.1. Распределение респондентов по частоте денежных переводов за рубеж в среднем за последний год (по полу), %

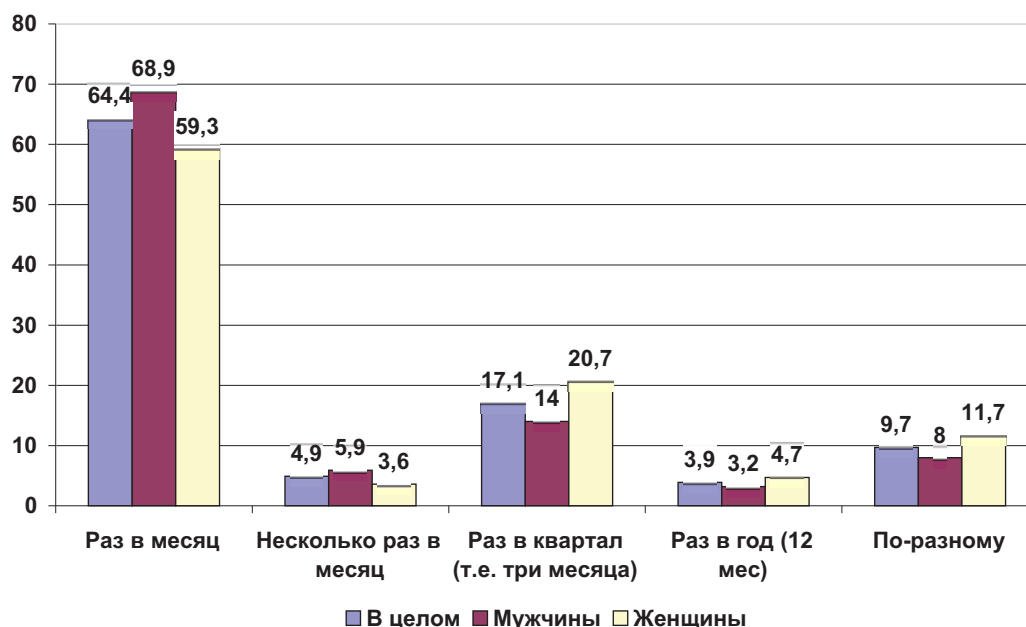


Рисунок 12.2. Распределение респондентов по частоте денежных переводов за рубеж в среднем за последний год (по странам), %

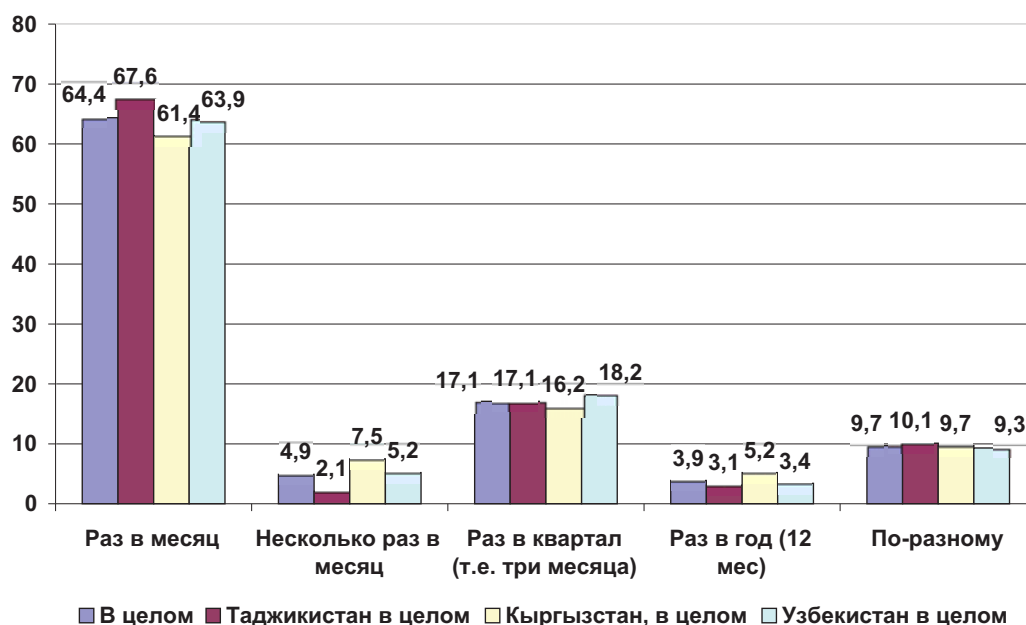


Рисунок 12.3. Распределение респондентов по частоте денежных переводов за рубеж в среднем за последний год (мужчины по странам), %

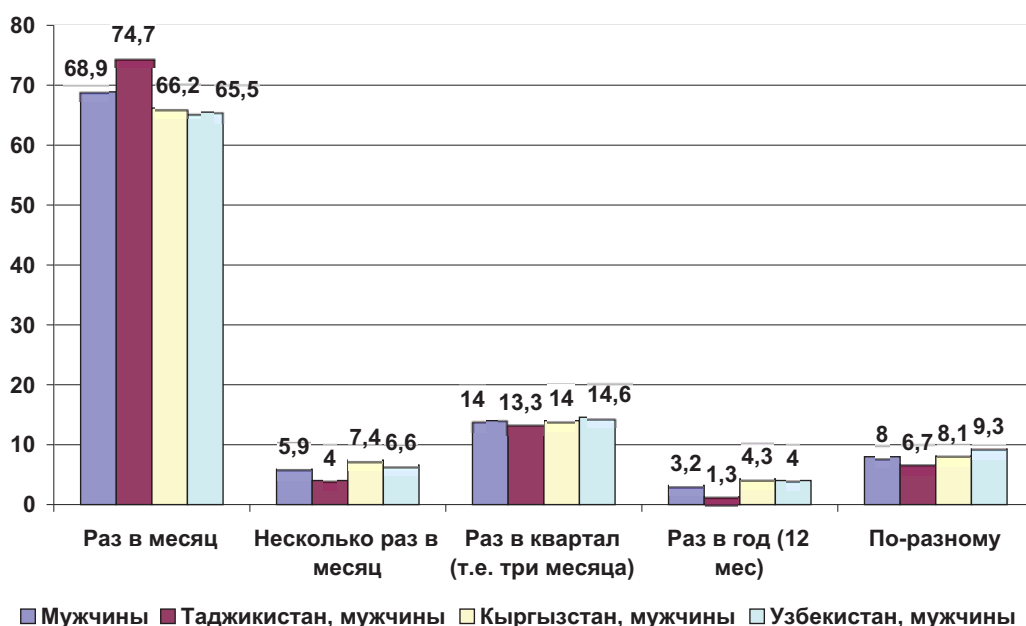
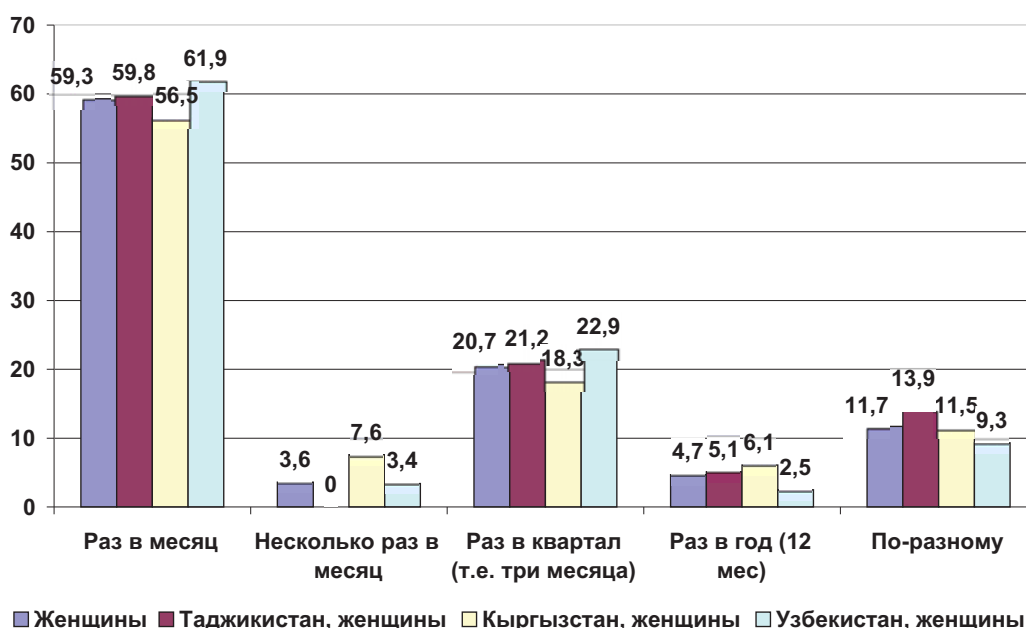


Рисунок 12.4. Распределение респондентов по частоте денежных переводов за рубеж в среднем за последний год (женщины по странам), %



Респонденты далеко не всегда влияют на решение о том, как будут израсходованы деньги их родными на родине (табл. 41, рис. 13.1–13.4): 42 % респондентов отметили, что эти решения принимаются без них. Только 28 % отмечали, что их мнение учитывается при расходе денег семьями на

родине, а 30 % заявили, что их мнение учитывается редко, лишь иногда. Мнение женщин, отсылающих деньги на родину, учитывается немного чаще, чем мужчин: среди женщин 39 % респондентов отметили, что эти решения принимаются без них, а среди мужчин – 44 %.

Рисунок 13.1. Распределение респондентов по влиянию на решение о расходовании пересылаемых ими на родину денег (по полу), %

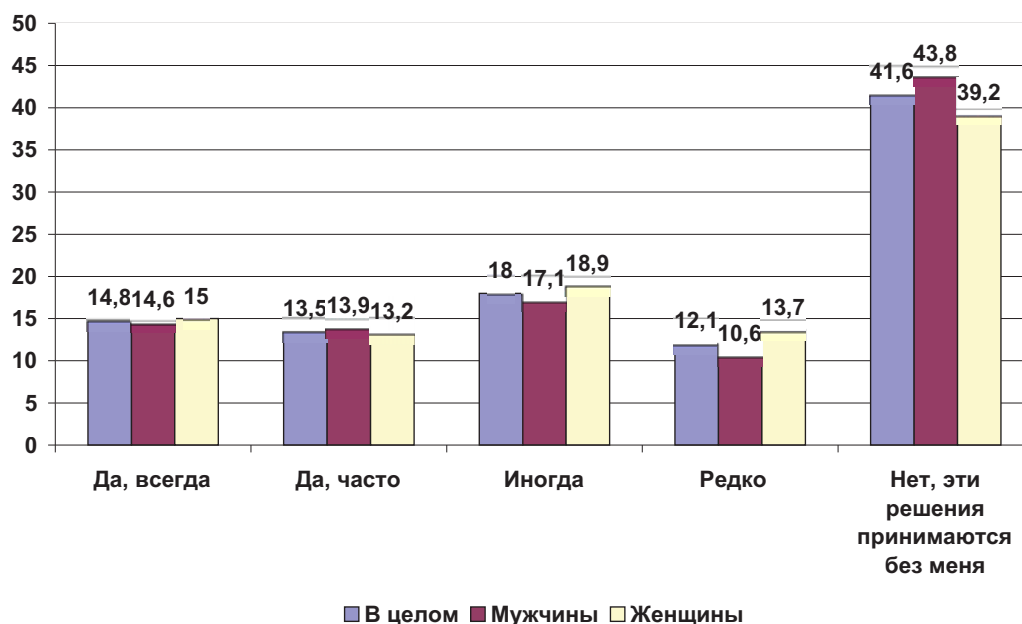


Рисунок 13.2. Распределение респондентов по влиянию на решение о расходовании пересылаемых ими на родину денег (по странам), %

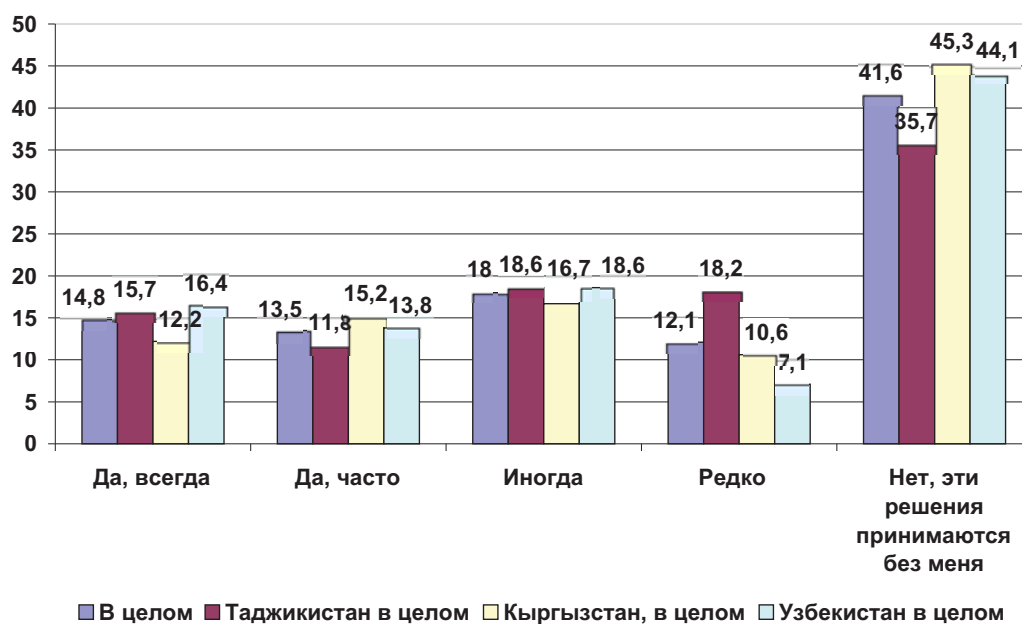


Рисунок 13.3. Распределение респондентов по влиянию на решение о расходовании пересылаемых ими на родину денег (мужчины по странам), %

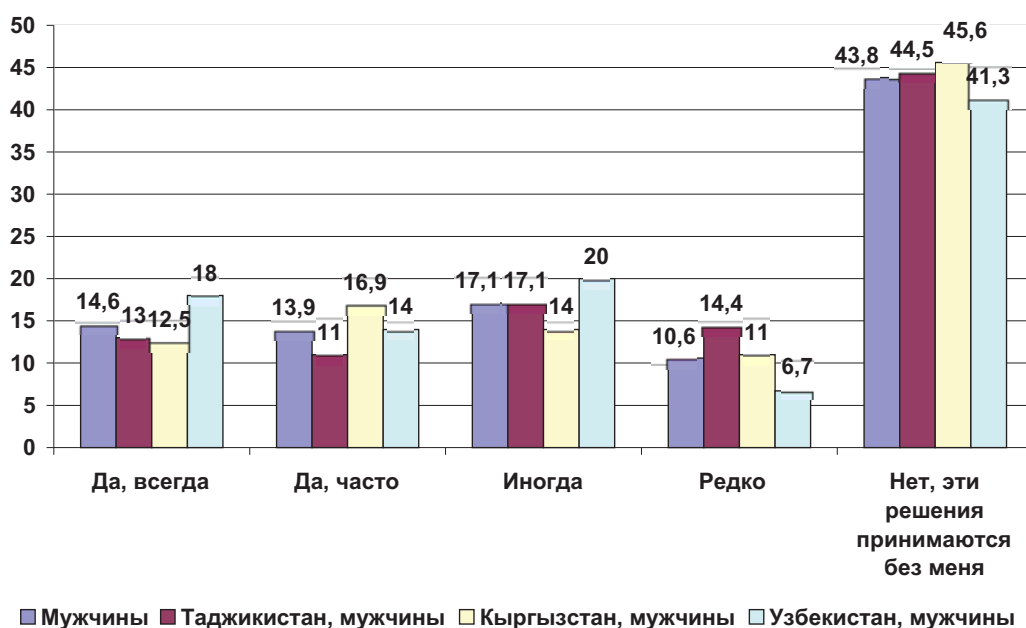
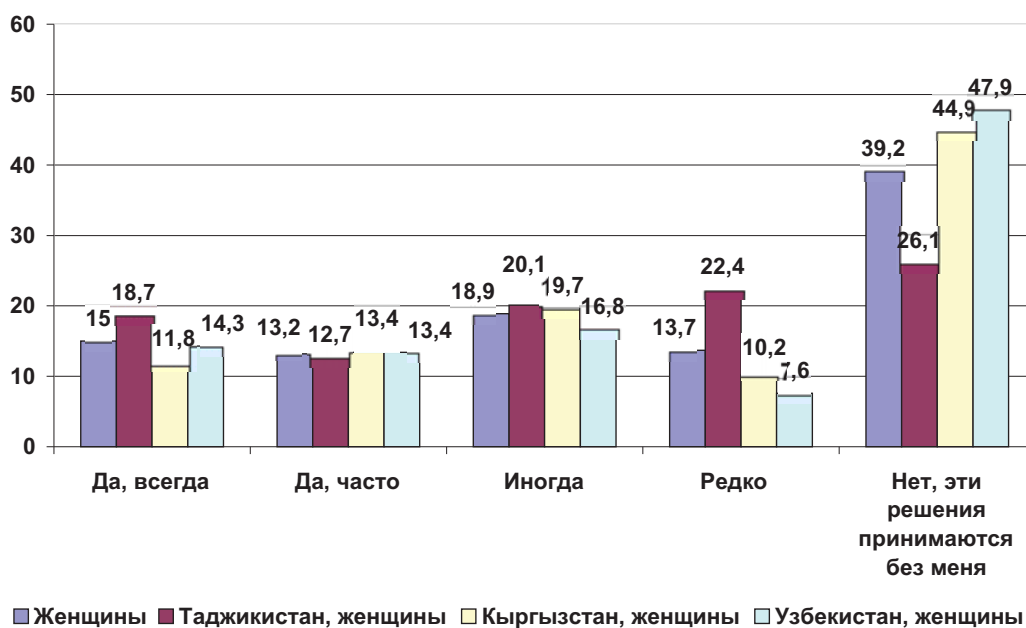


Рисунок 13.4. Распределение респондентов по влиянию на решение о расходовании пересылаемых ими на родину денег (женщины по странам), %



Мигранты из Центральной Азии в Российской Федерации зачастую используют разные способы перевода денег на родину (табл. 42, рис. 14.1–14.4), но самым популярным путем пересылки денег является их отправка через офис платежного оператора (например, «Золотая корона» и т. п.) – об этом заявила половина опрошенных. Треть (34 %) заявила, что использует сайт/мобильное приложение банка, а 27 % – что использует сайт/мобильное прило-

жение платежного оператора (например, «Золотая корона» и т. п.). Из наименее популярных способов перевода денег можно назвать пересылку через офис банка (17 %), передачу наличными через друзей и знакомых (8 %) или перевод через друзей и знакомых с карты на карту (4 %). Предпочитают привозить деньги лично 2 % и менее 1 % передают деньги наличными через посредников.

Рисунок 14.1. Распределение респондентов по предпочитаемому способу перевода денег за рубеж (выбор не более чем из трех вариантов) (по полу), %



Рисунок 14.2. Распределение респондентов по предпочитаемому способу перевода денег за рубеж (выбор не более чем из трех вариантов) (по странам), %



Рисунок 14.3. Распределение респондентов по предпочитаемому способу перевода денег за рубеж (выбор не более чем из трех вариантов) , %

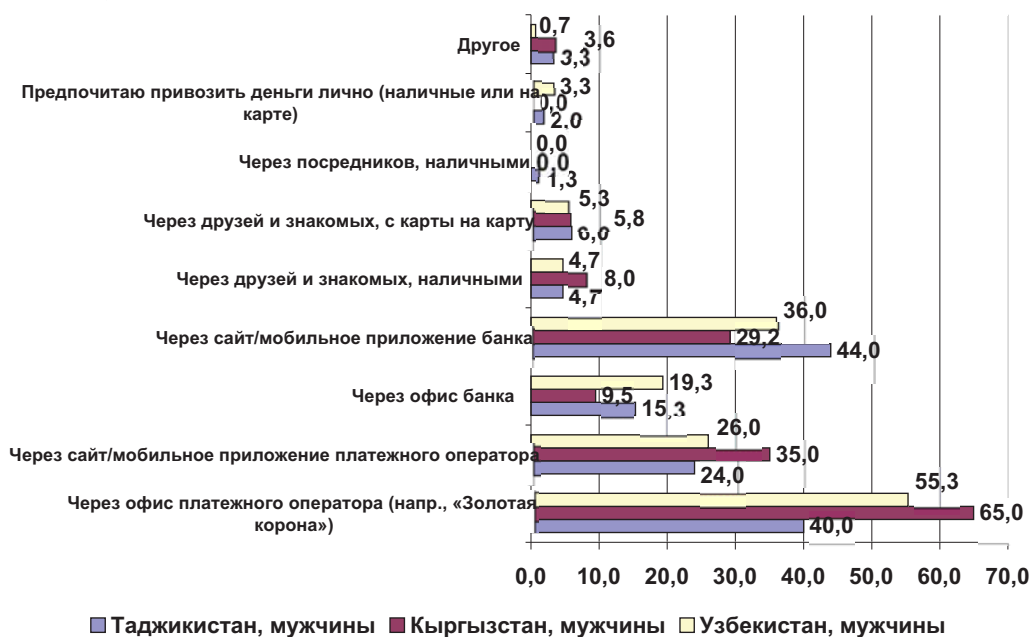
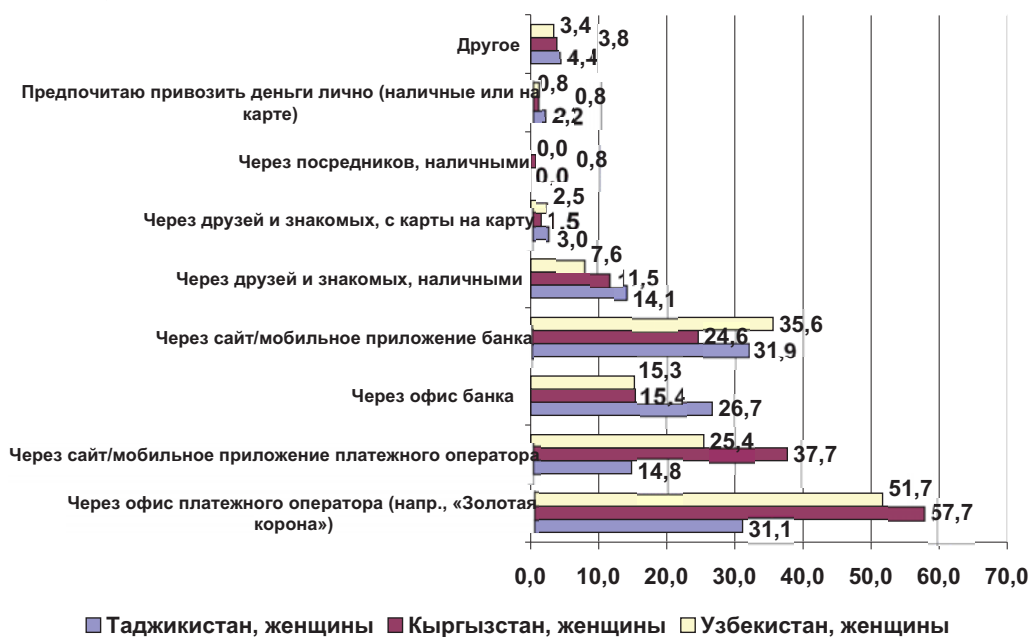


Рисунок 14.4. Распределение респондентов по предпочитаемому способу перевода денег за рубеж (выбор не более чем из трех вариантов) (женщины по странам) , %



Выбор используемого пути перевода денег респондентами (табл. 43, рис. 15.1–15.4) обосновывается прежде всего удобством (59 % респондентов ответили так) и надеж-

ностью (26 %). Быстрота (11 %), привычка (10 %) и дешевизна (9 %) являются не такими значимыми факторами.

Рисунок 15.1. Распределение респондентов по выбору способа пересылки денег за рубеж (выбор не более чем из трех вариантов) (по полу), %

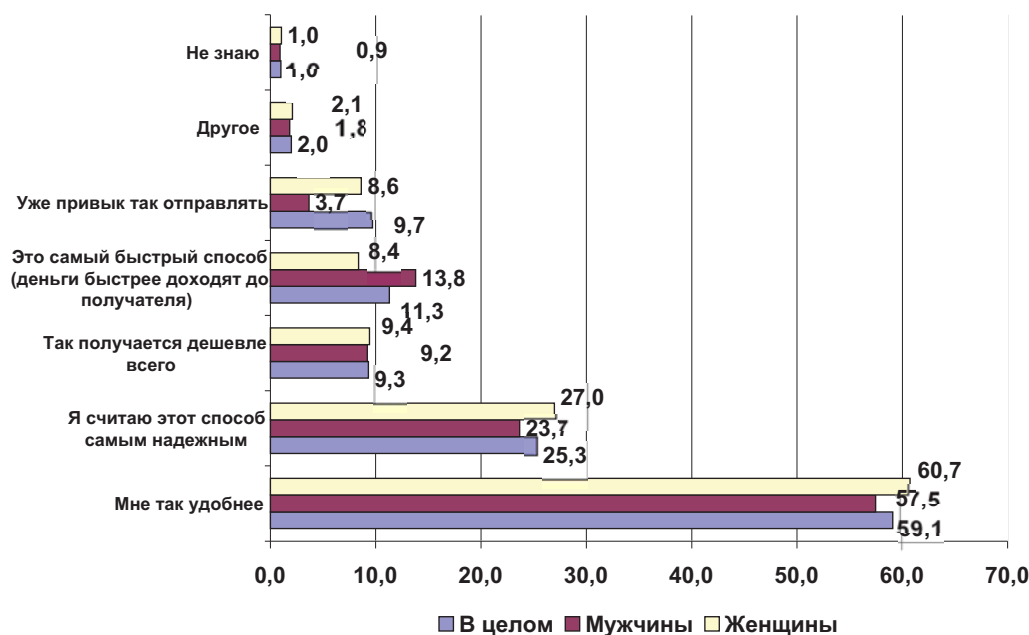


Рисунок 15.2. Распределение респондентов по выбору способа пересылки денег за рубеж (выбор не более чем из трех вариантов) (по странам), %

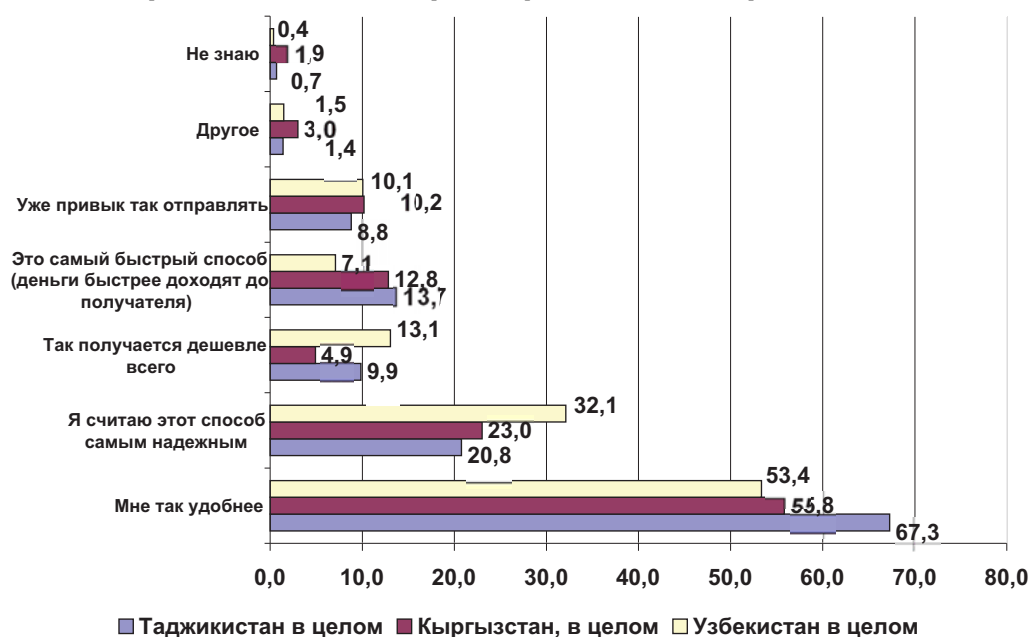


Рисунок 15.3. Распределение респондентов по выбору способа пересылки денег за рубеж (выбор не более чем из трех вариантов) (мужчины по странам), %

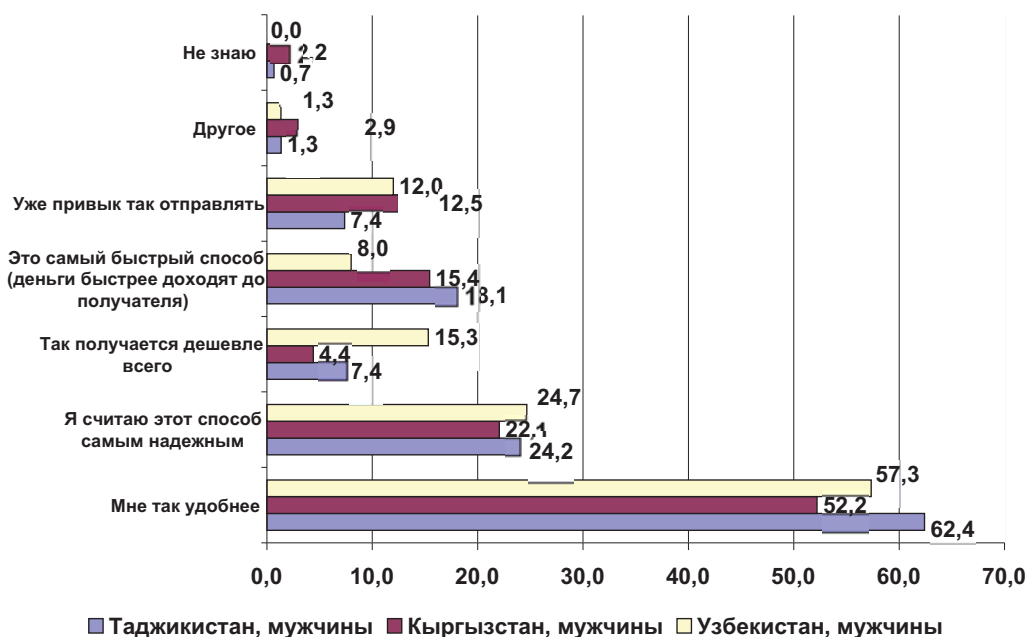
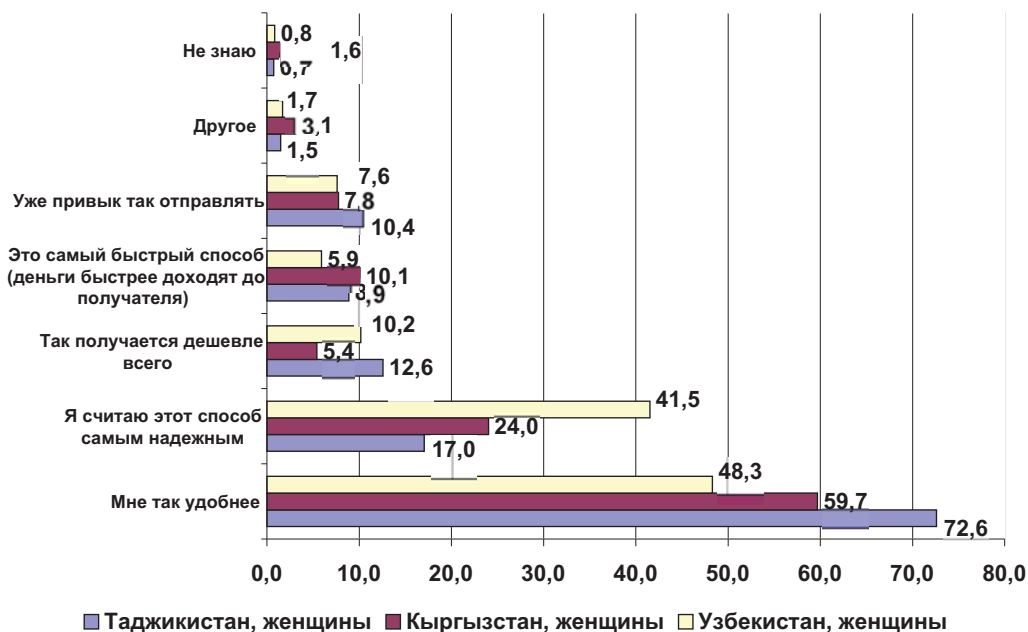


Рисунок 15.4. Распределение респондентов по выбору способа пересылки денег за рубеж (выбор не более чем из трех вариантов) (женщины по странам), %



Для получателей денег (табл. 44, рис. 16.1–16.4), по свидетельству опрошенных мигрантов из Центральной Азии в Российской Федерации, предпочтительным является получение денег в пункте выдачи платежного оператора (81 % опрошенных указали на это). Банковскую (платежную) карту

предпочитают получатели у 20 % опрошенных респондентов, а лично в руки от друзей и знакомых – у 12 %. На мобильный телефон хотят получать переводы получатели у 5 % опрошенных, на электронный кошелек – у 4 %, а лично в руки от посредников – у 1 %.

Рисунок 16.1. Распределение респондентов по способу получения денег, предпочитаемому получателем платежа (выбор не более чем из трех вариантов) (по полу), %

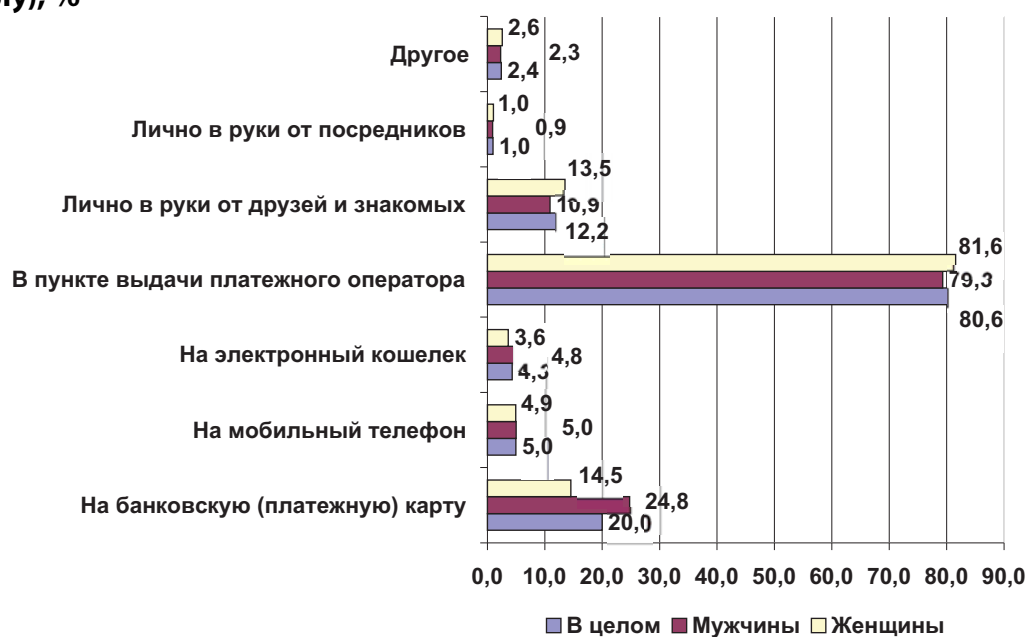


Рисунок 16.2. Распределение респондентов по способу получения денег, предпочитаемому получателем платежа (выбор не более чем из трех вариантов) (по странам), %

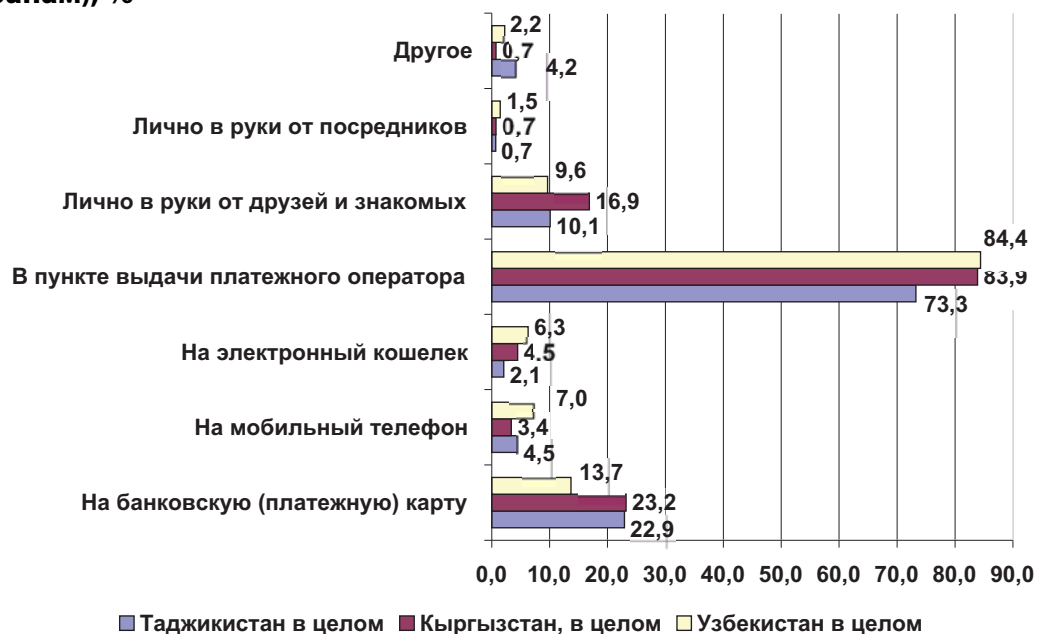


Рисунок 16.3. Распределение респондентов по способу получения денег, предпочитаемому получателем платежа (выбор не более чем из трех вариантов) (мужчины по странам), %

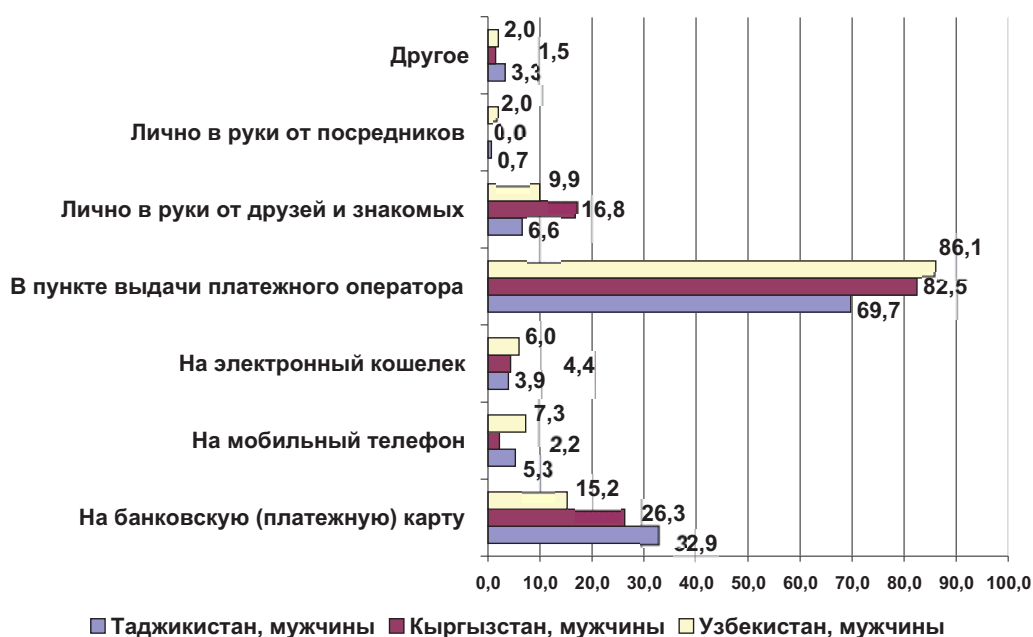
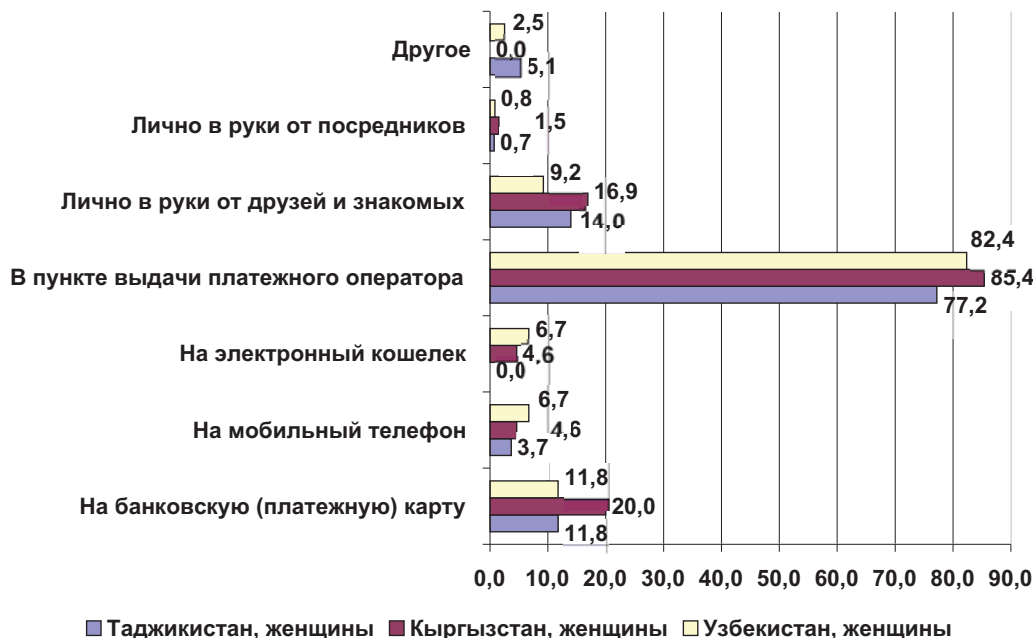


Рисунок 16.4. Распределение респондентов по способу получения денег, предпочитаемому получателем платежа (выбор не более чем из трех вариантов) (женщины по странам), %



Такие предпочтения (табл. 45, рис. 17.1–17.4) при получении денег получателями денежных переводов также обосновываются прежде всего удобством (54 % респондентов ответили так) и надежностью (25 %). Привычка (12 %), быстрота (5 %), и

дешевизна (3 %) являются не такими значимыми факторами.

Исследование показало, что пандемия COVID-19 не оказала серьезного воздействия на предпочтения в выборе способа перевода денег на родину (табл. 47).

Прежними предпочтения остались у 96 % респондентов. Гендерных различий почти нет: изменили из-за пандемии COVID-19 свои предпочтения в выборе способа перевода денег на родину 5 % мужчин и 4 %

женщин. Несколько большими различия были по странам. Сильнее изменились предпочтения у граждан Кыргызстана (в 8 % случаев), чем у граждан Узбекистана (в 4 % случаев) и Таджикистана (в 2 % случаев).

Рисунок 17.1. Распределение респондентов по выбору способа получения денег получателем (по полу), %

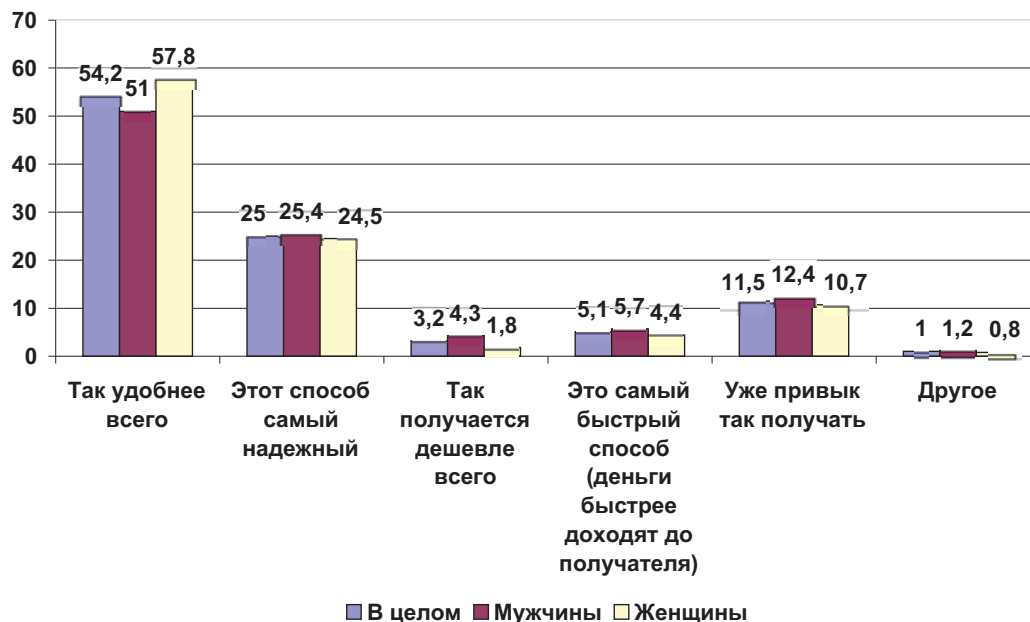


Рисунок 17.2. Распределение респондентов по выбору способа получения денег получателем (по странам), %

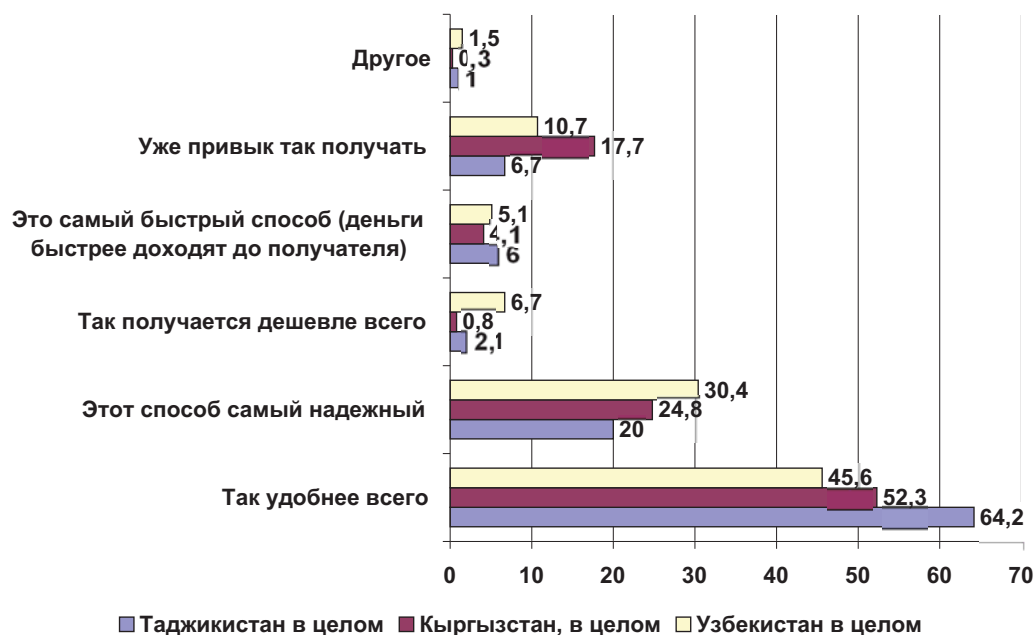


Рисунок 17.3. Распределение респондентов по выбору способа получения денег получателем (мужчины по странам), %

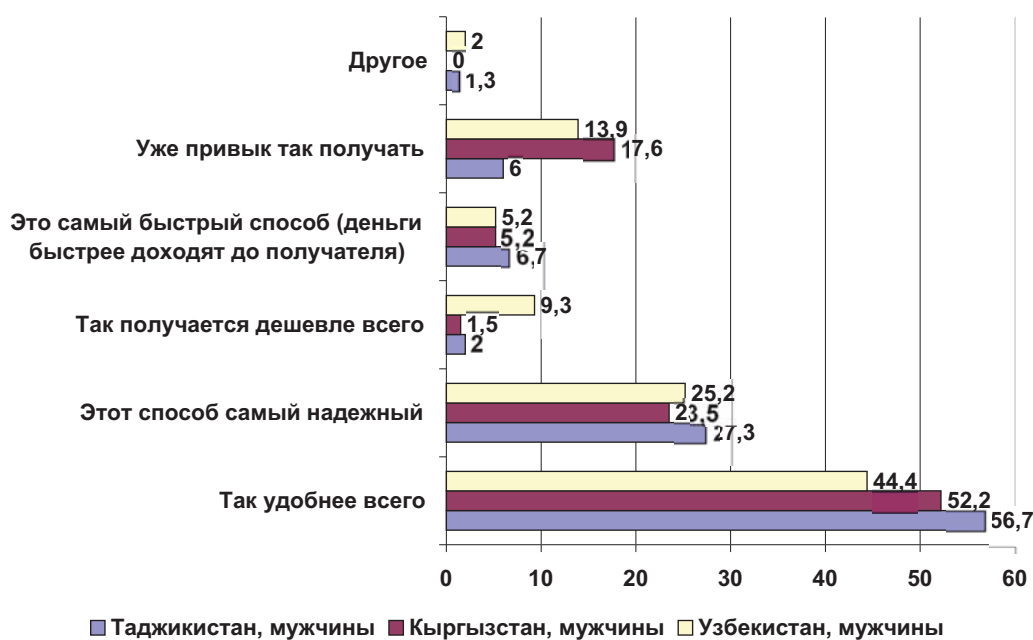
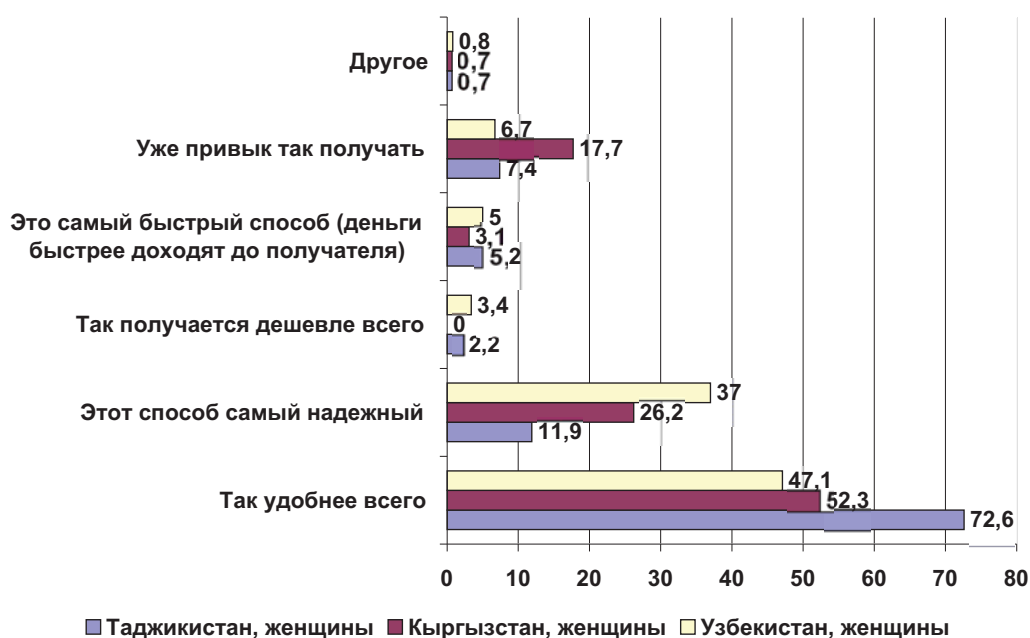


Рисунок 17.4. Распределение респондентов по выбору способа получения денег получателем (женщины по странам), %



В среднем за один раз респонденты отправляли 15 022 рубля (\$ 208). У мужчин эта сумма была выше – 16 795 (\$ 332) про-

тив 12 979 рублей (\$ 180) у женщин (табл. 39, рис. 18.1 –18.4).

Рисунок 18.1. Распределение респондентов по средней сумме, отправляемой за один раз, долларов США

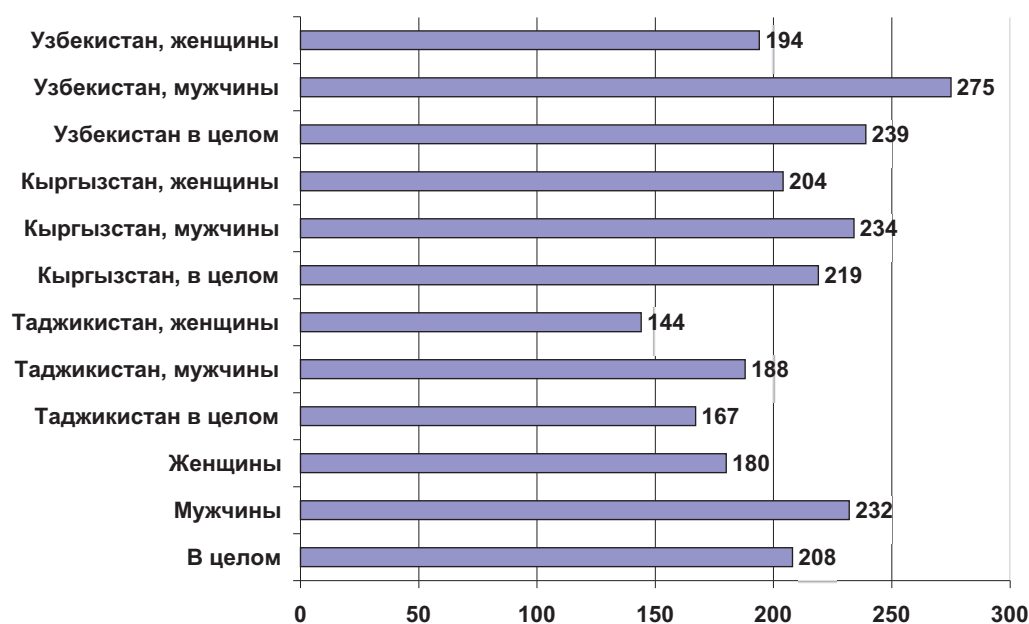


Рисунок 18.2. Распределение респондентов по средней сумме, отправляемой за один раз, рублей

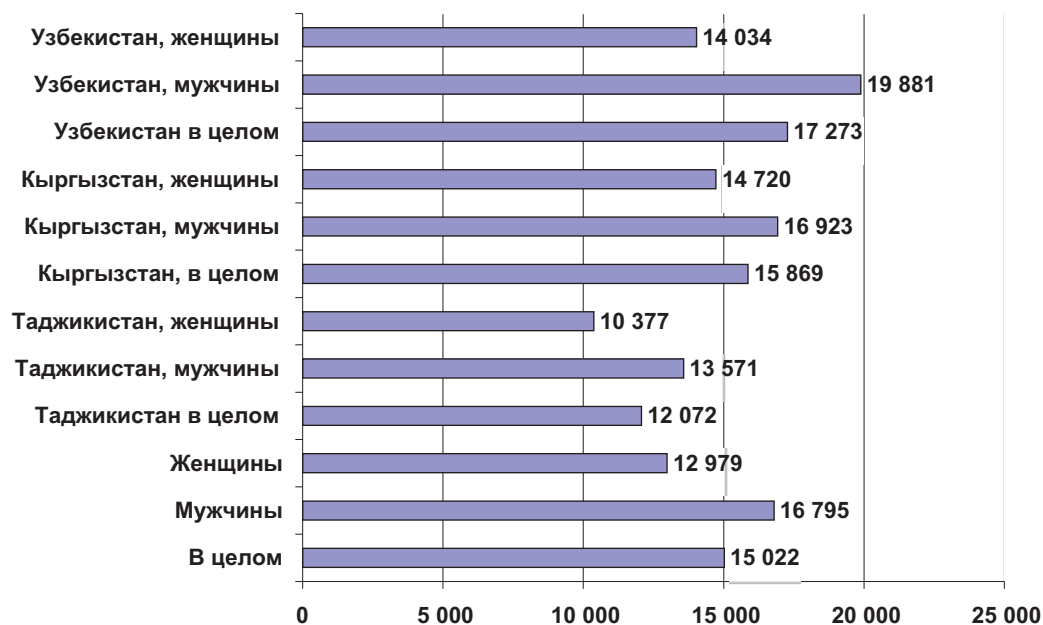


Рисунок 18.3. Распределение респондентов по средней сумме, отправляемой за один месяц, долларов США

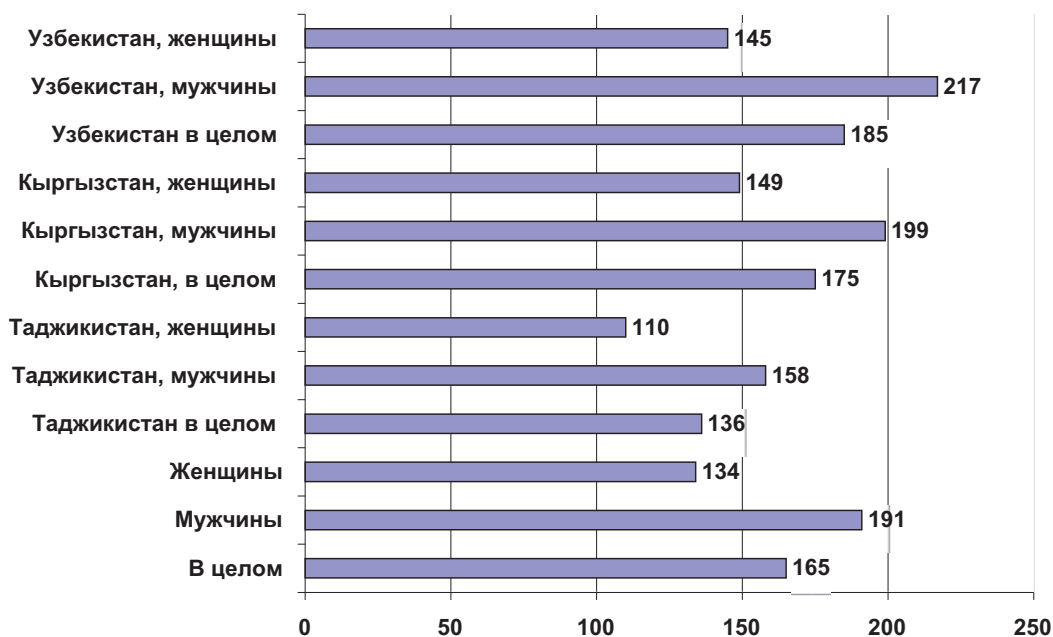
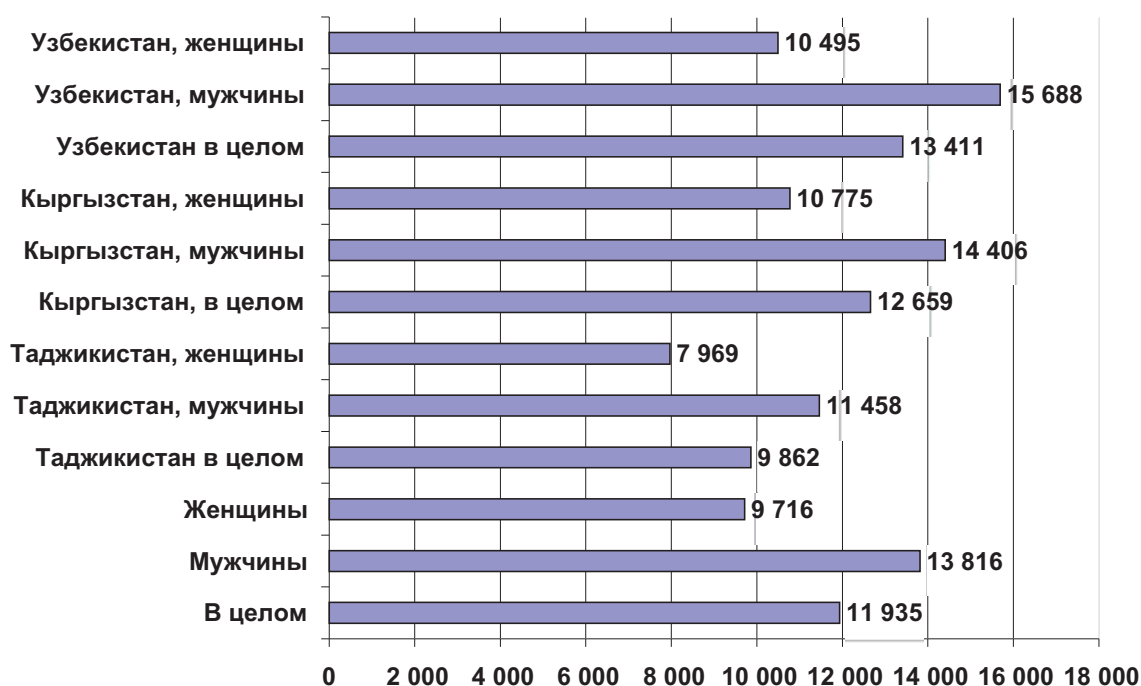


Рисунок 18.4. Распределение респондентов по средней сумме, отправляемой за один месяц, рублей



В среднем за 1 месяц респонденты отправляли 11 935 рублей (\$ 165). У мужчин эта сумма была выше – 13 816 (\$ 191) против 9 716 рублей (\$ 134) у женщин (табл. 39, рис. 18.1–18.4).

Пандемия COVID-19 оказала воздействие на величину пересылаемых респон-

дентами на родину сумм (табл. 46, рис. 19.1–19.4): 38 % в апреле-июне 2020 года пересылали меньше обычного, а 39 % вообще ничего не пересылали. Менее четверти респондентов пересылали такую же сумму, что и всегда (23 %). Женщины во время пандемии COVID-19 реже мужчин снижали

сумму переводов на родину, но среди них было больше тех, кто вообще не смог переводить деньги. Так, меньше обычного стали пересылать средства на родину 35 %

женщин, а среди мужчин таких было 41 %. Не пересылали деньги на родину во время пандемии COVID-19 44 % женщин. А среди мужчин таких было 34 %.

Рисунок 19.1. Распределение респондентов по изменениям при пересылке денег на родину в период пандемии коронавируса в Российской Федерации (по полу), %

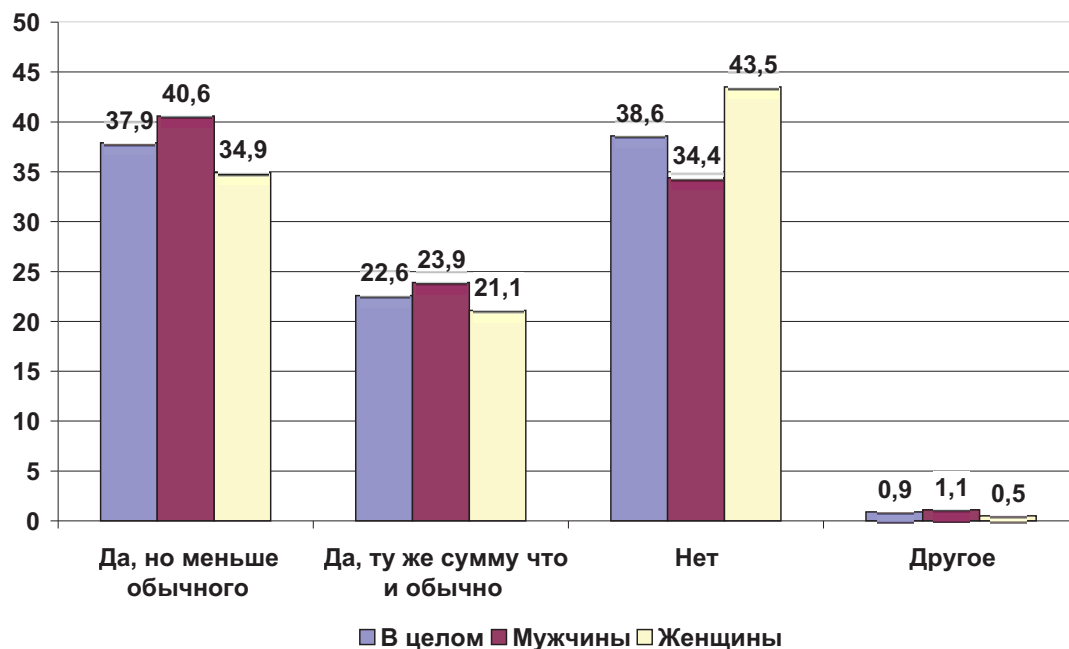


Рисунок 19.2. Распределение респондентов по изменениям при пересылке денег на родину в период пандемии коронавируса в Российской Федерации (по странам), %

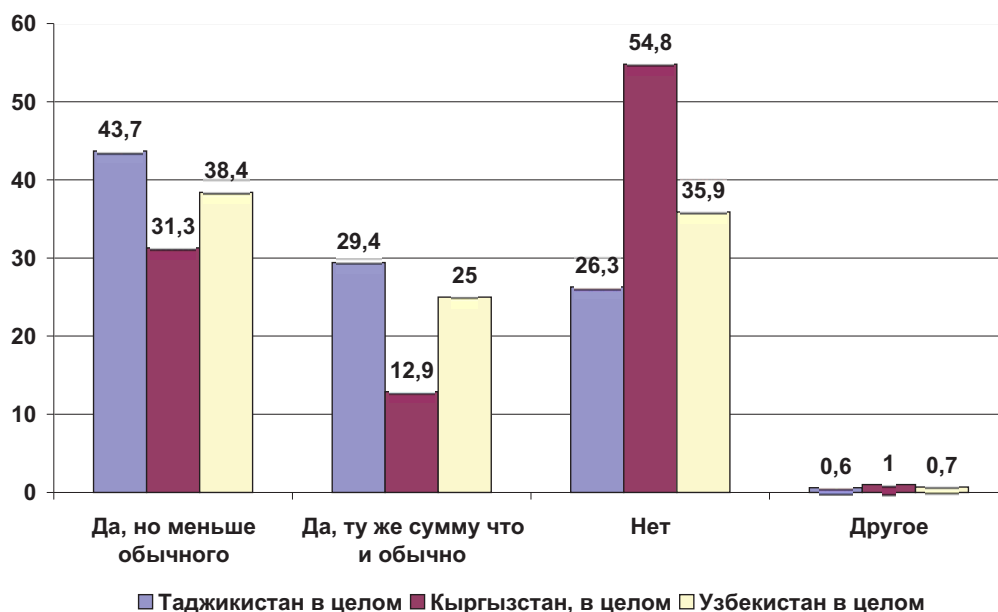


Рисунок 19.3. Распределение респондентов по изменениям при пересылке денег на родину в период пандемии коронавируса в Российской Федерации (мужчины по странам), %

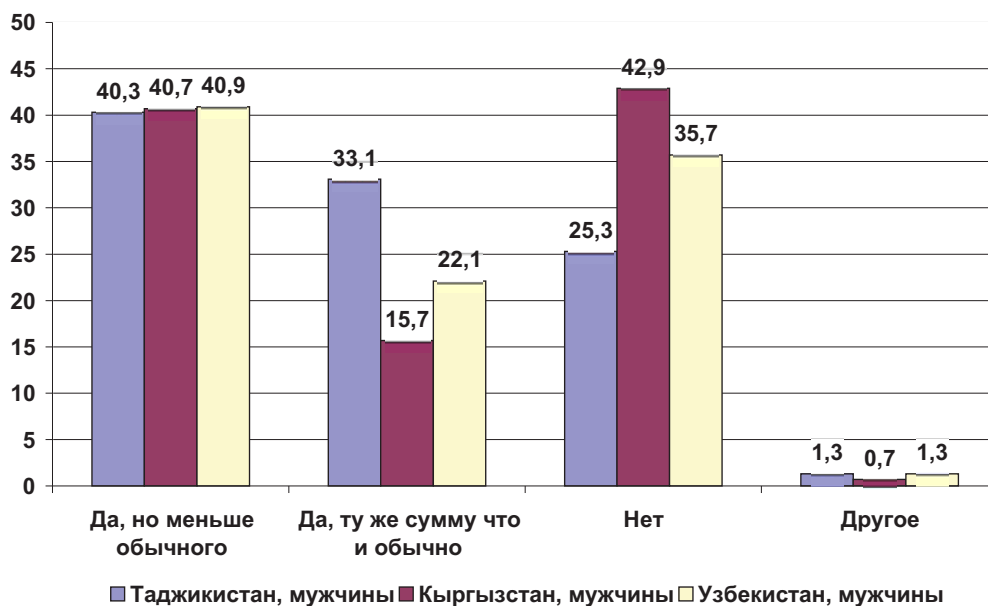
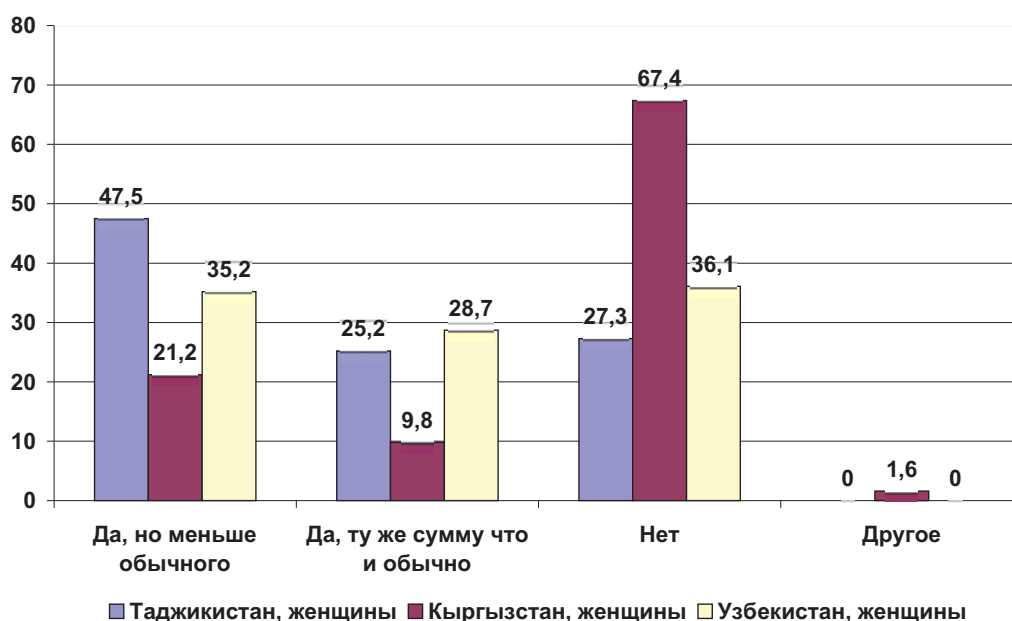


Рисунок 19.4. Распределение респондентов по изменениям при пересылке денег на родину в период пандемии коронавируса в Российской Федерации (женщины по странам), %



В целом по выборке у 84 % опрошенных есть счет в банке, причем у 79 % этот счет – в российском банке и у 3 % – и в российском банке, и на родине (табл. 31, рис. 20.1–20.4). Нет счета в банке у 14 % опрошенных респондентов. Гендерных различий в наличии или отсутствии счета в банке почти нет,

но есть разница между гражданами разных стран Центральной Азии в наличии/отсутствии счета в банке. Так, граждане Кыргызстана чаще остальных имеют счет в банке (91 %), а граждане Узбекистана (81 %) и граждане Таджикистана (80 %) – реже.

Рисунок 20.1. Распределение респондентов по наличию счета в банке (по полу), %

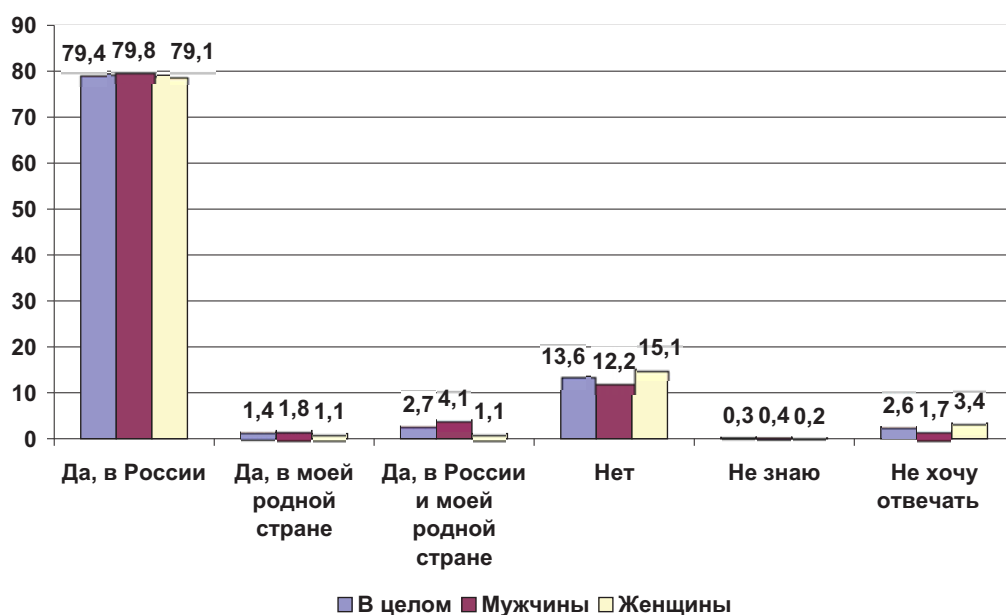


Рисунок 20.2. Распределение респондентов по наличию счета в банке (по странам), %

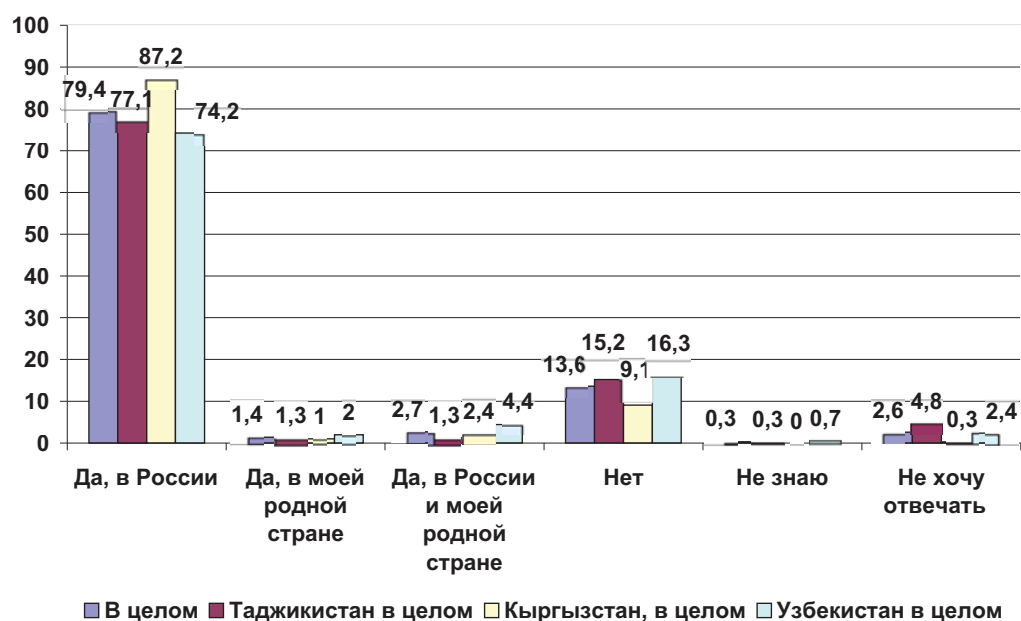


Рисунок 20.3. Распределение респондентов по наличию счета в банке (мужчины по странам), %

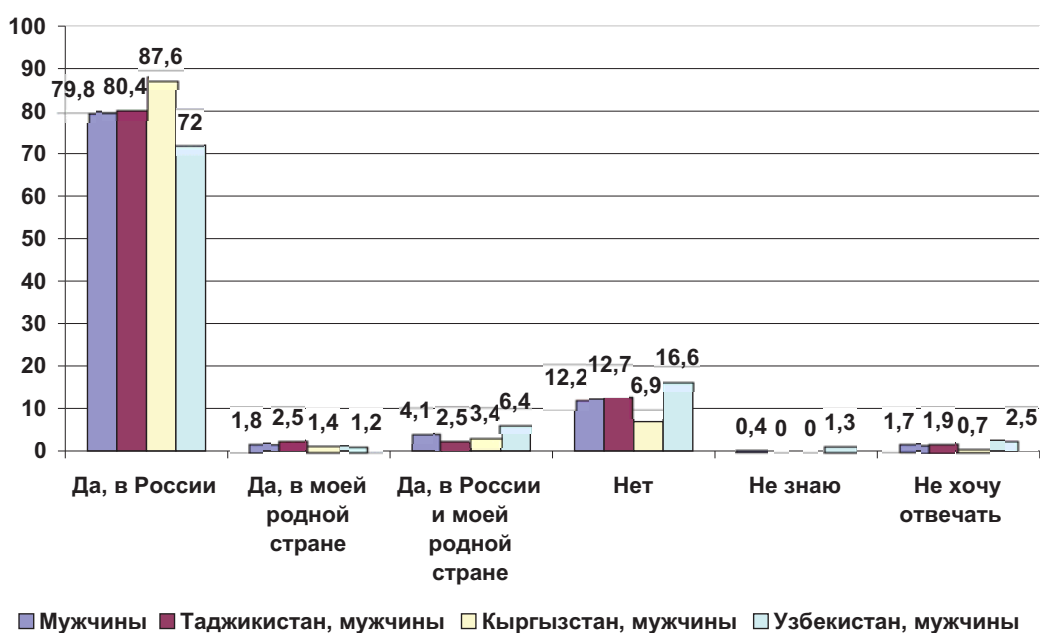


Рисунок 20.4. Распределение респондентов по наличию счета в банке (женщины по странам), %



Банковскую карту имеют 84 % опрошенных мигрантов (табл. 32, рис. 21.1–21.4). Нет банковской карты у 12 % опрошенных респондентов. Гендерные различия в наличии или отсутствии банковской карты есть, хоть и не очень существенные: карты есть у 87 % мужчин и у 81 % женщин. Также есть разница между гражданами разных стран Центральной Азии в наличии/отсутствии банковской карты. Так, граждане Кыргыз-

стана чаще остальных имеют банковскую карту (90 %), а граждане Узбекистана (81 %) и граждане Таджикистана (80 %) – реже. Небольшое превышение количества банковских карт на руках у респондентов над количеством тех, у кого есть счет в банке, объясняется тем, что иногда респонденты используют для своих нужд банковскую карту своего родственника.

Рисунок 21.1. Распределение респондентов по наличию банковской карты (по полу), %

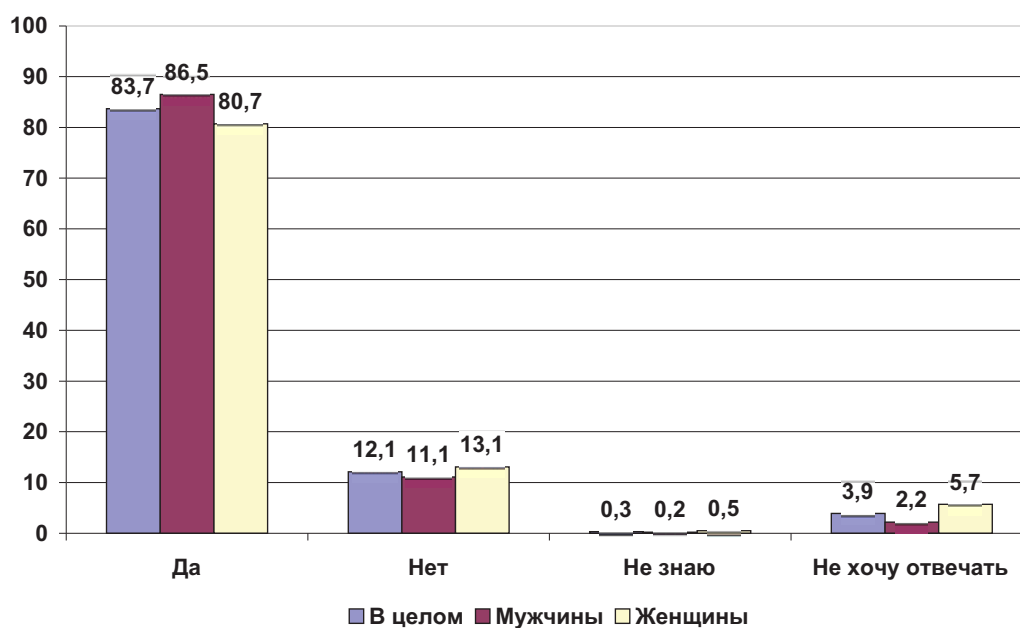


Рисунок 21.2. Распределение респондентов по наличию банковской карты (по странам), %

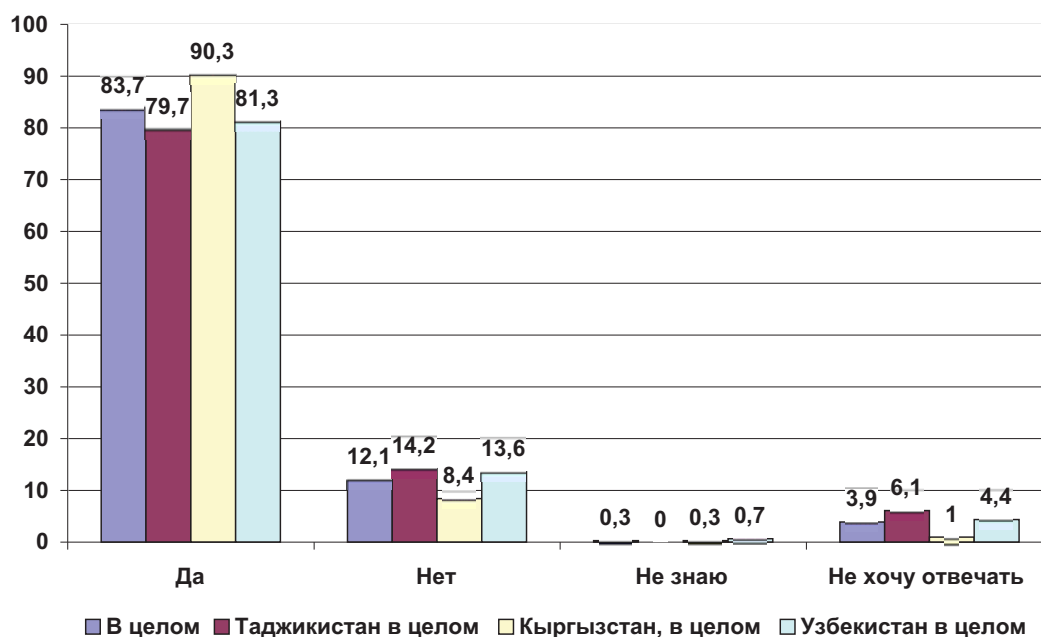


Рисунок 21.3. Распределение респондентов по наличию банковской карты (мужчины по странам), %

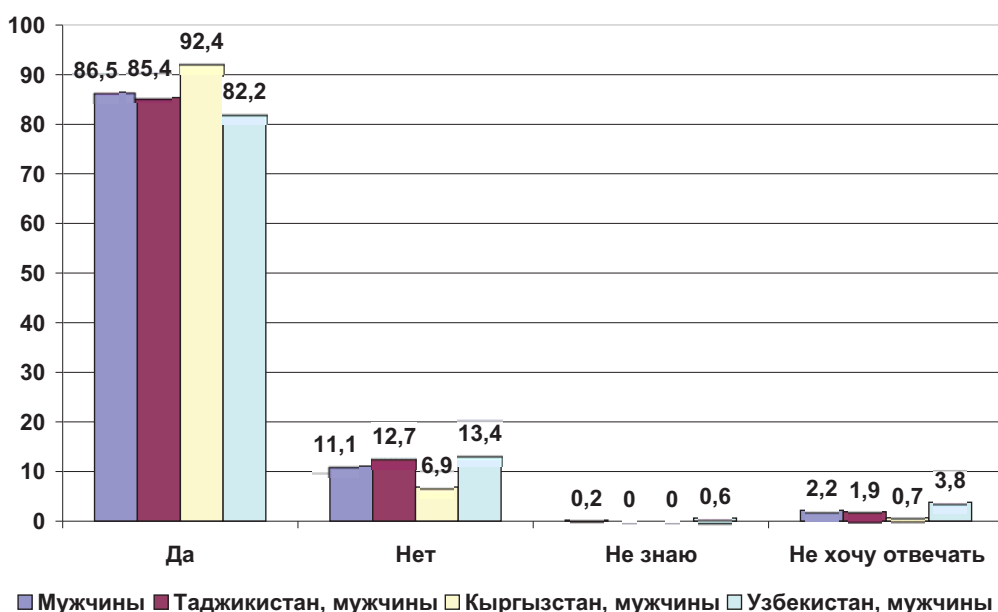
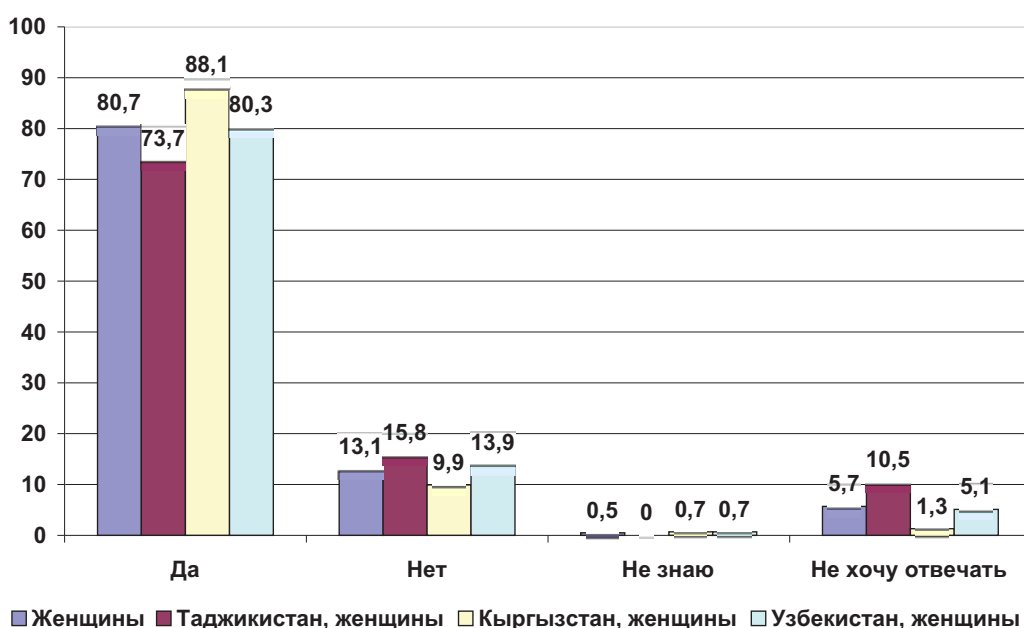


Рисунок 21.4. Распределение респондентов по наличию банковской карты (женщины по странам), %



Платежи, покупки или перевод денег со своего счета в банке или с банковской карты, используя мобильный телефон или Интернет (табл. 33, рис. 22.1–22.4), совершали 80 % опрошенных респондентов. Среди женщин этой услугой пользовались 81 %,

а среди мужчин – 78 %. Граждане Кыргызстана являются более активными пользователями этой услуги (85 %), чем граждане Таджикистана (78 %) или граждане Узбекистана (78 %).

Рисунок 22.1. Распределение респондентов по совершению платежей, покупок или переводу денег со своего счета в банке или с банковской карты, используя мобильный телефон или Интернет за последний год (по полу), %

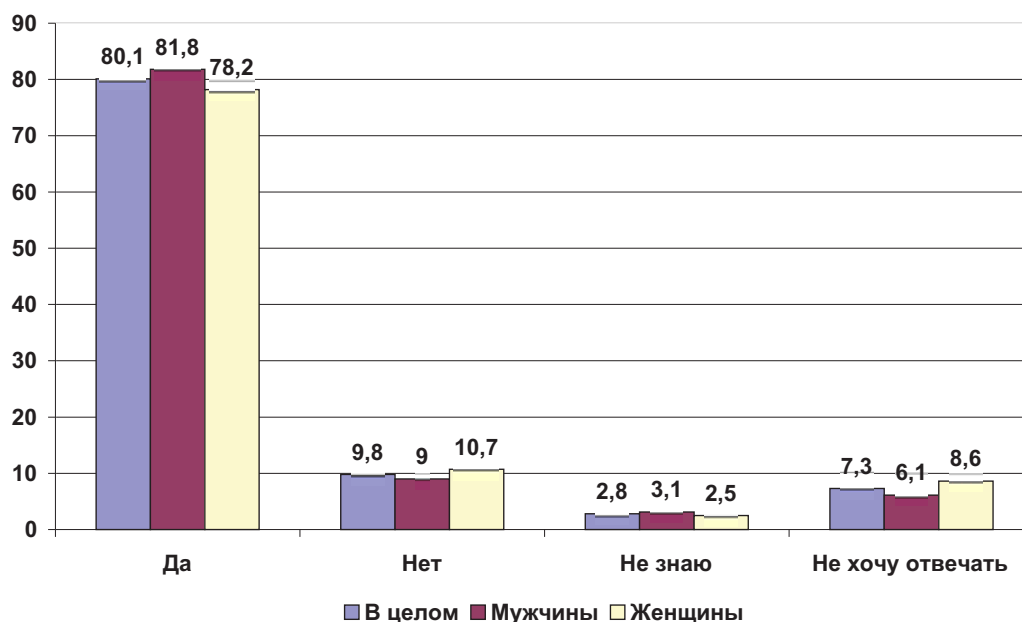


Рисунок 22.2. Распределение респондентов по совершению платежей, покупок или переводу денег со своего счета в банке или с банковской карты, используя мобильный телефон или интернет за последний год (по странам), %

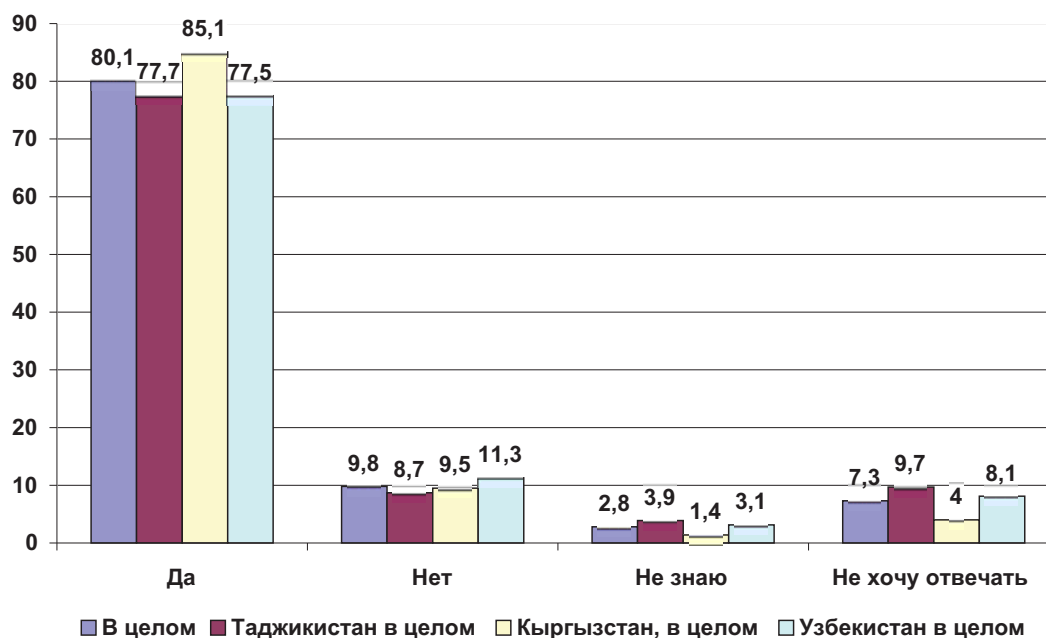


Рисунок 22.3. Распределение респондентов по совершению платежей, покупок или переводу денег со своего счета в банке или с банковской карты, используя мобильный телефон или интернет за последний год (мужчины по странам), %

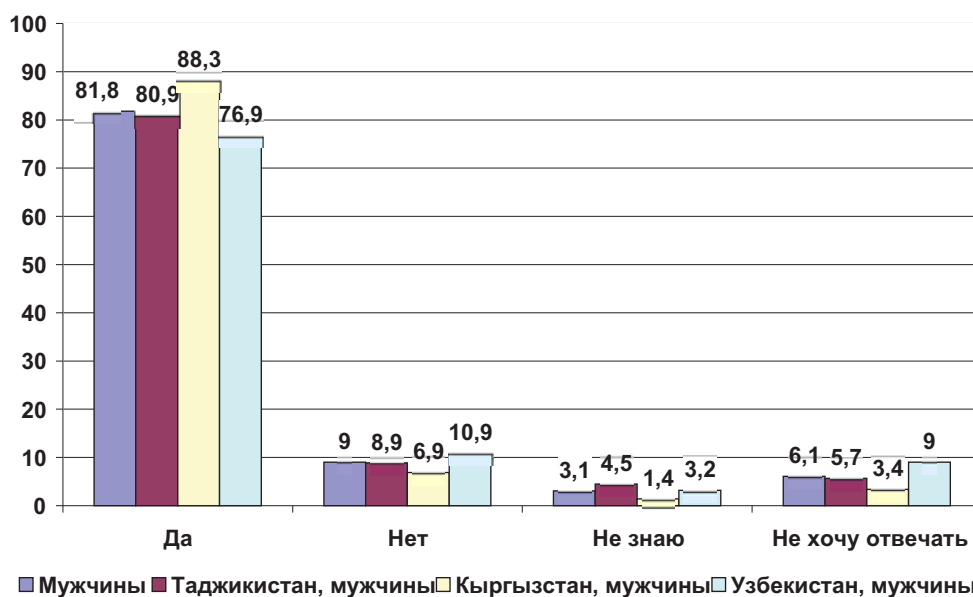
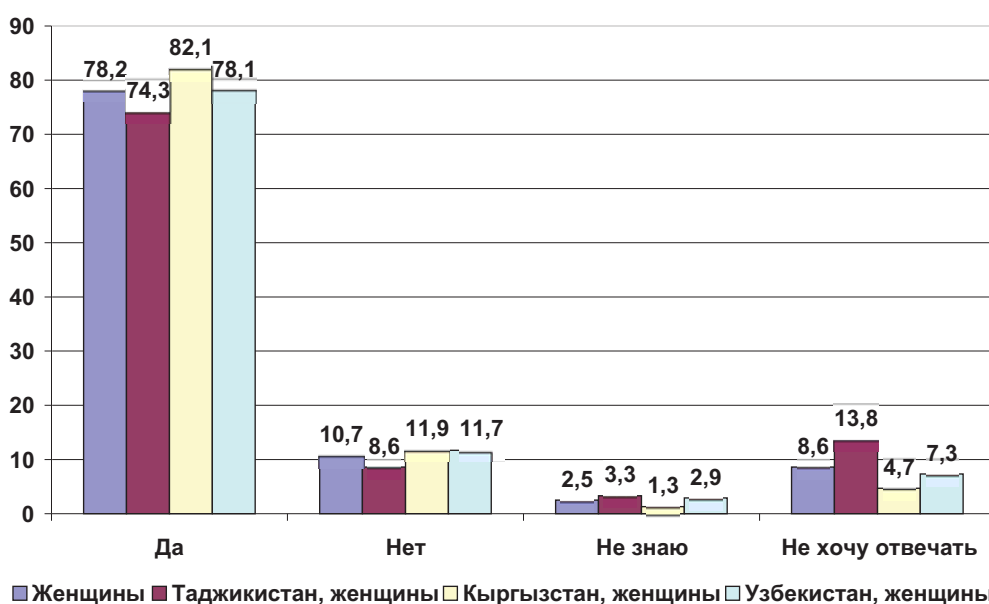


Рисунок 22.4. Распределение респондентов по совершению платежей, покупок или переводу денег со своего счета в банке или с банковской карты, используя мобильный телефон или интернет за последний год (женщины по странам), %



Самостоятельно установить приложение на мобильный телефон (табл. 34, рис. 23.1–23.4) могут 88 % опрошенных респондентов. И мужчины (89 %), и женщины (86

%) умеют делать это почти одинаково, различия по странам по этому навыку тоже минимальны.

Рисунок 23.1. Распределение респондентов по навыкам самостоятельной установки приложений на мобильный телефон (по полу), %

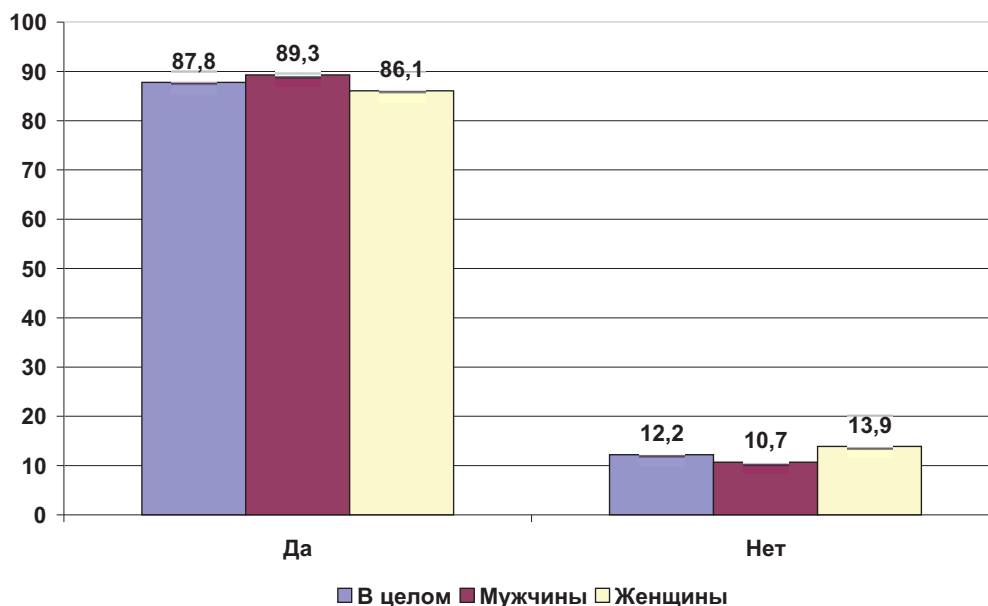


Рисунок 23.2. Распределение респондентов по навыкам самостоятельной установки приложений на мобильный телефон (по странам), %

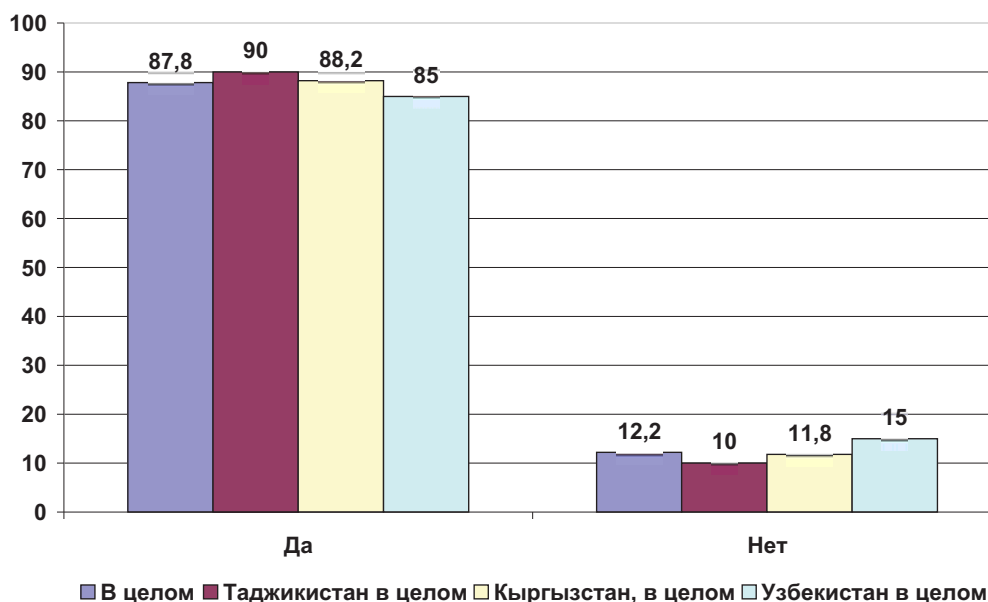


Рисунок 23.3. Распределение респондентов по навыкам самостоятельной установки приложений на мобильный телефон (мужчины по странам), %

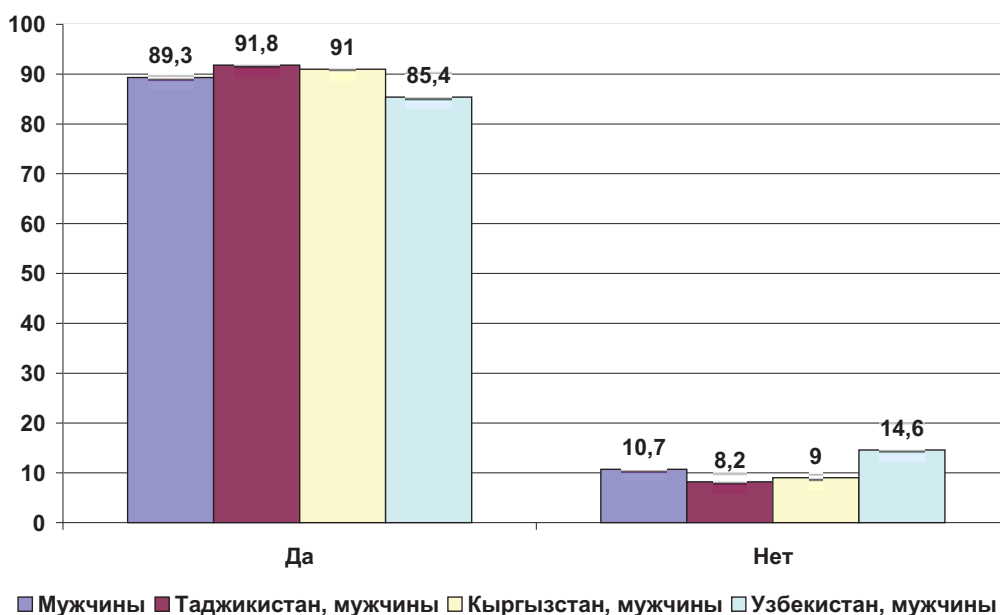
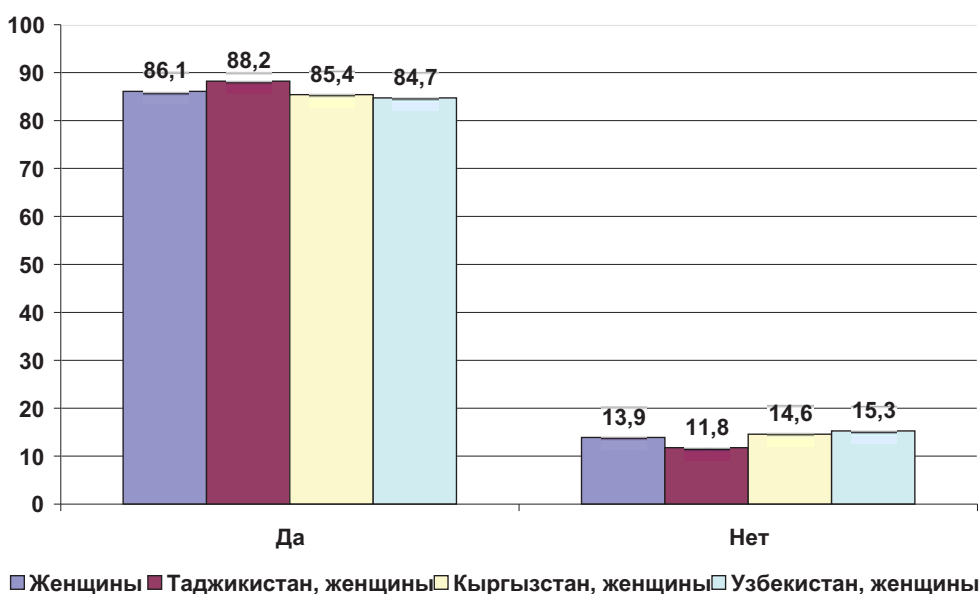


Рисунок 23.4. Распределение респондентов по навыкам самостоятельной установки приложений на мобильный телефон (женщины по странам), %



Финансовую грамотность респондентов нельзя назвать высокой (табл. 35, рис. 24.1–24.4). Только около половины из них правильно ответили на вопрос об общей сумме накоплений при определенной ставке².

² Респонденты должны были ответить на следующий вопрос: Предположим, что на Вашем сберегательном счете есть 100 долларов США, а процентная ставка по вкладу составляет 2 % в год. Сколько Вы сможете накопить за пять лет, если оставите деньги на счете?

Мигранты из Кыргызстана (57 %) чаще мигрантов из Узбекистана (49 %) и Таджикистана (44 %) давали правильный ответ на вопрос, а мужчины из всех стран также показали более высокий уровень финансовой грамотности, чем женщины.

2.4. Занятость

2.4.1. Занятость до миграции

До выезда в Российскую Федерацию работали далеко не все респонденты (табл. 11, рис. 25.1–25.4). В государственной организации работали 12 %, в частной фирме – 26 %, работали на себя 8 %, а случайными заработками (разовые заказы, посуточная заработная плата) жили также 8 %. Таким

образом, работали до выезда в Российскую Федерацию около половины всех опрошенных (54 %). Это были 65 % опрошенных мужчин и 43 % опрошенных женщин. Неоплачиваемой домашней работой были заняты 20 % опрошенных респондентов, в основном это были женщины (33 % против 7 % у мужчин). Безработными до миграции были около 15 % опрошенных, а обучались в вузе, колледже или школе 10 %.

Рисунок 25.1. Распределение респондентов по типу занятости на родине (по полу), %



Рисунок 25.2. Распределение респондентов по типу занятости на родине (по странам), %

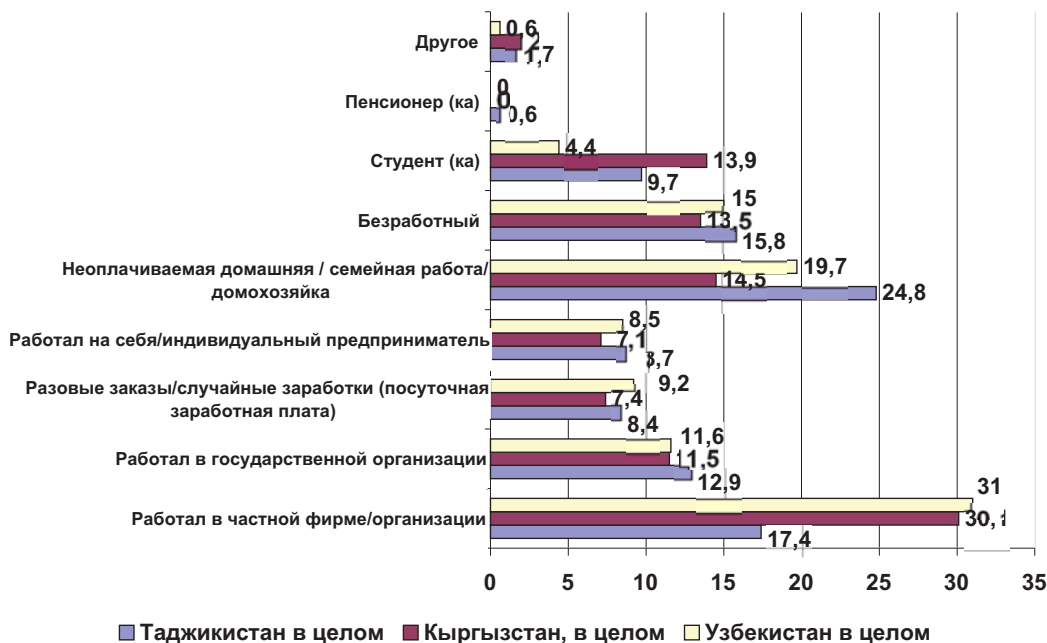


Рисунок 25.3. Распределение респондентов по типу занятости на родине (мужчины по странам), %

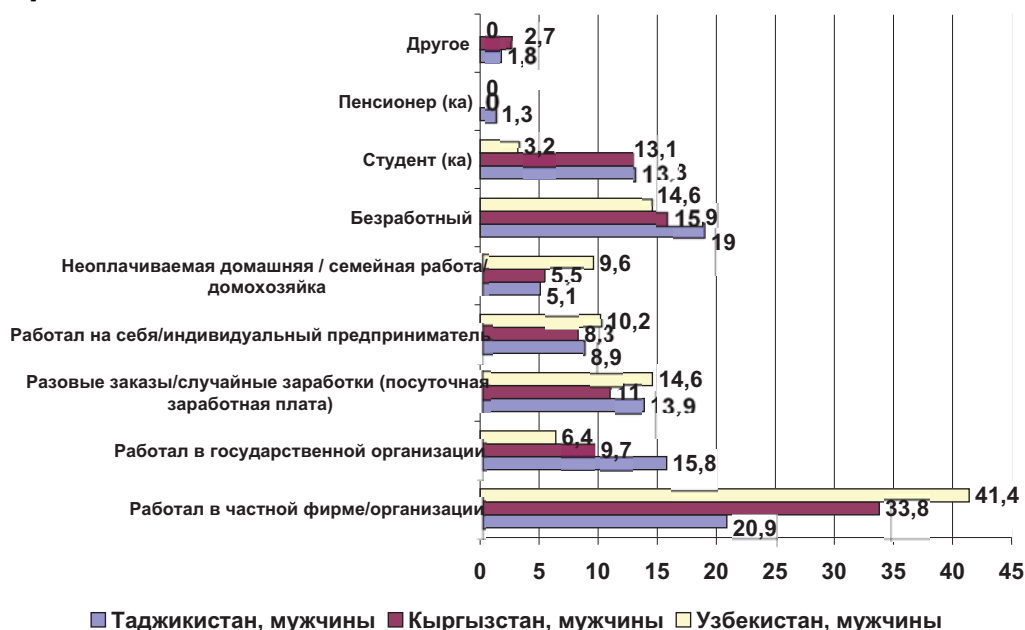


Рисунок 25.4. Распределение респондентов по типу занятости на родине (женщины по странам), %



Можно выделить четыре основных сферы занятости работавших до миграции в Российскую Федерацию респондентов (табл. 12, рис. 26.1–26.4). Это строительство (16 %), оптовая и розничная торговля (15 %), сфера услуг в гостиницах, отелях, общепите и ресторанах (12 %) и прочие услуги, включая стирку (химчистку) одежды, парикмахерские и косметические услуги (12 %). Также можно выделить образование

(8 %), сельское хозяйство (7 %), транспорт (такси, автобус, перевозка товаров) (6 %), здравоохранение (5 %) и производство (5 %).

Среди упомянутых сфер занятости наблюдались серьезные различия по гендерному признаку. Так, строительство было в основном работой для мужчин (26 % против 0,5 % у женщин), равно как и транспорт (10 % против 0 % у женщин), сельское хо-

зайство (9 % против 3 % у женщин) и производство (7 % против 3 % у женщин). А вот оптовая и розничная торговля в основном была занятием женщин (25 % против 8 % у мужчин), наряду со сферой услуг в гостини-

цах, отелях, общепите и ресторанах (17 % против 8 % у мужчин), здравоохранением (11 % против 1 % у мужчин) и образованием (12 % против 5 % у мужчин).

Рисунок 26.1. Распределение респондентов по сфере работы на родине (по полу), %

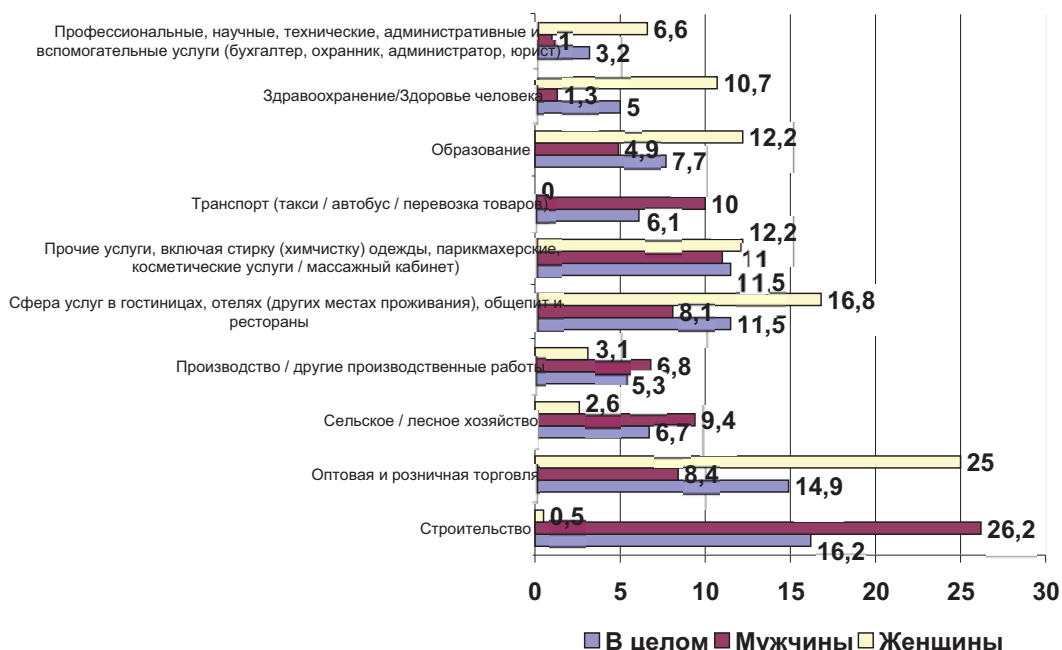


Рисунок 26.2. Распределение респондентов по сфере работы на родине (по странам), %

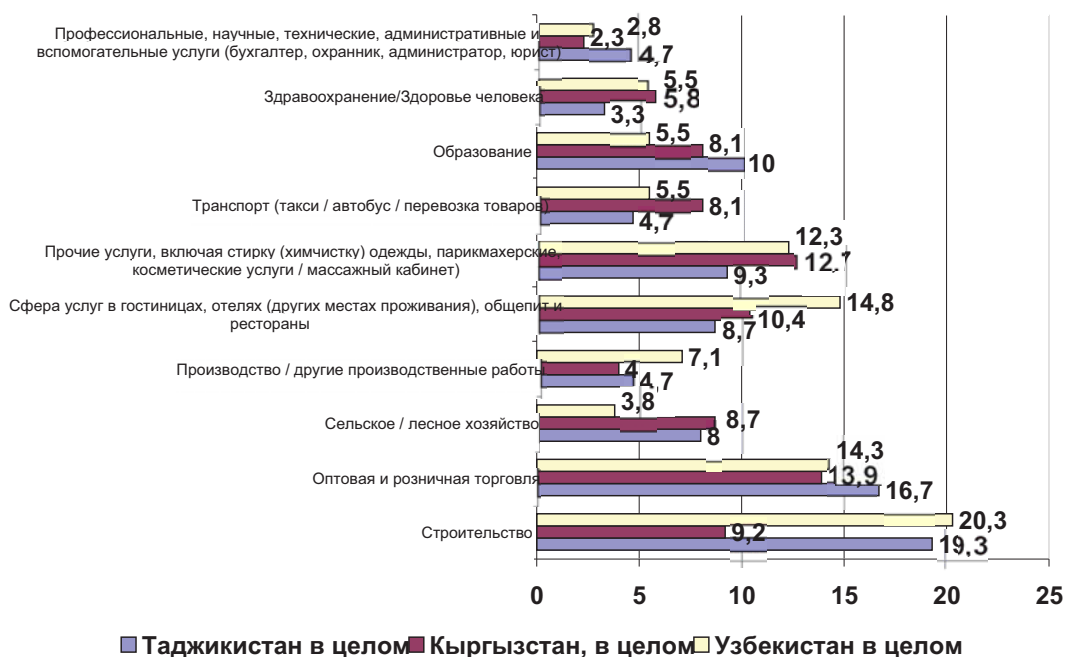


Рисунок 26.3. Распределение респондентов по сфере работы на родине (мужчины по странам), %

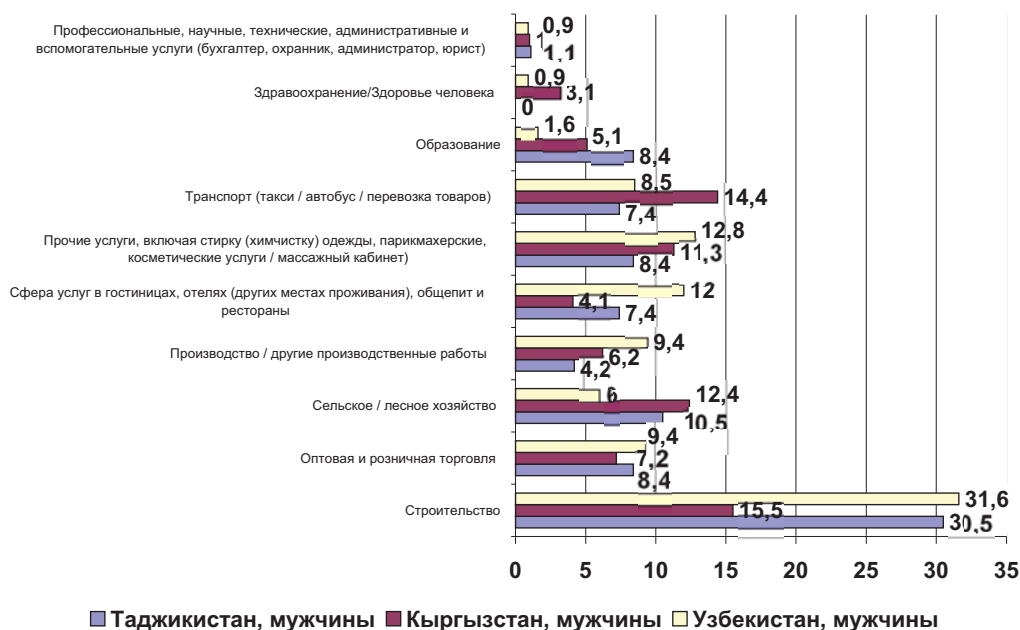


Рисунок 26.4. Распределение респондентов по сфере работы на родине (женщины по странам), %



2.4.2 Занятость в Российской Федерации

Среди опрошенных респондентов 88,8 % трудоустроены на полный рабочий день (работают не менее 40 часов в неделю).

В Москве (4 %) и Екатеринбурге (5 %) работающих неполный рабочий день было опрошено меньше, чем в Санкт-Петербурге (30 %).

Рисунок 27.1. Распределение респондентов по продолжительности выезда на заработки (по полу), %

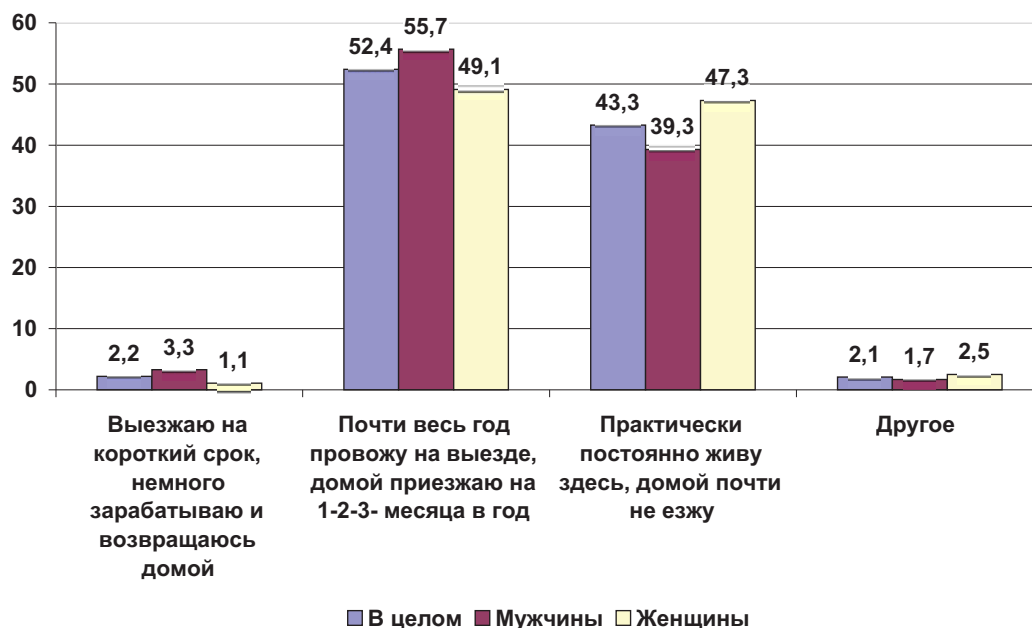


Рисунок 27.2. Распределение респондентов по продолжительности выезда на заработки (по странам), %

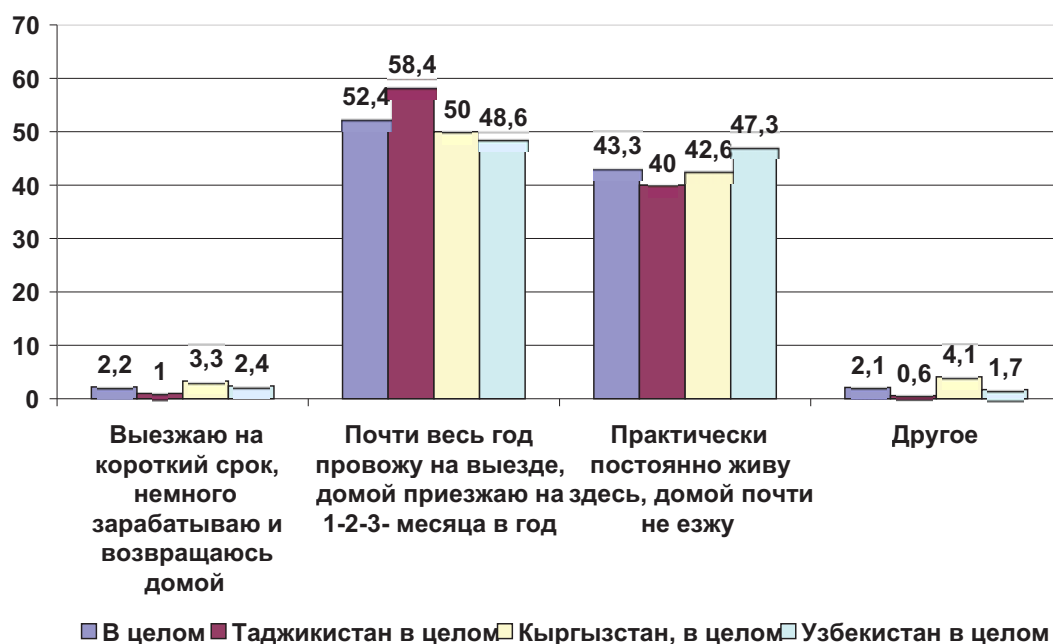
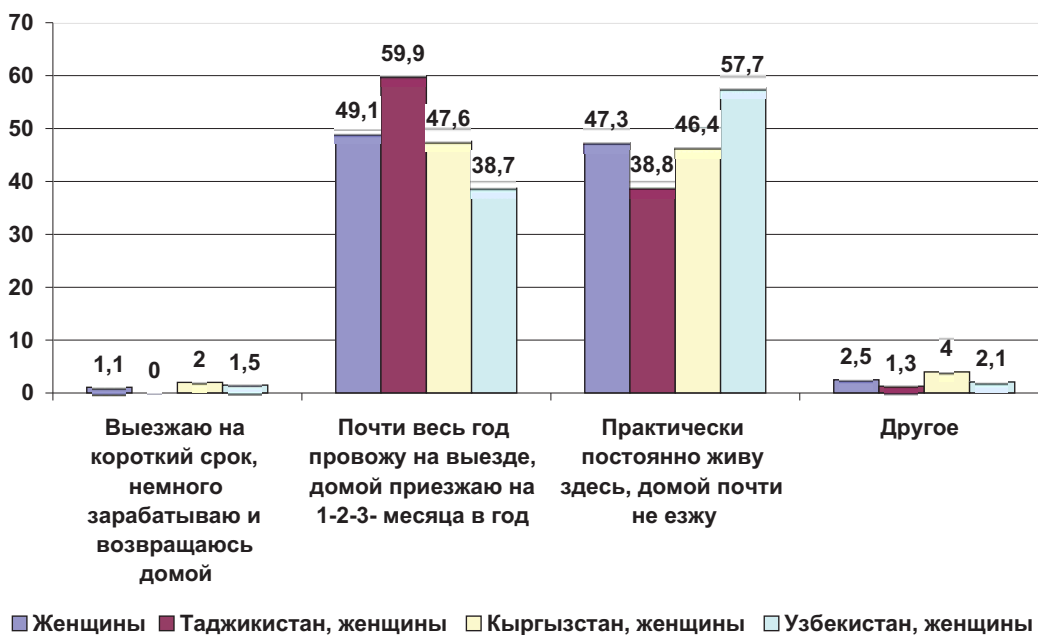


Рисунок 27.3. Распределение респондентов по продолжительности выезда на заработки (мужчины по странам), %



Рисунок 27.4. Распределение респондентов по продолжительности выезда на заработки (женщины по странам), %



Подавляющее большинство опрошенных (96 %) постоянно находятся в Российской Федерации (табл. 17, рис. 27.1–27.4), при этом из них 43 % постоянно живут в Российской Федерации, домой почти не ездят, а остальные выезжают на родину только на несколько месяцев в году. Только 2 % выезжают в Российскую Федерацию на заработки на короткий срок. Это говорит о

постоянной включенности трудящихся мигрантов в экономику России.

Две трети опрошенных мигрантов (табл. 18, рис. 28.1–28.4) работают в организации, на фирме (66 %), 28 % работают по найму у частного лица, а 5 % работают в статусе индивидуального предпринимателя, имеют свой бизнес.

Рисунок 28.1. Распределение респондентов по форме занятости (по полу), %

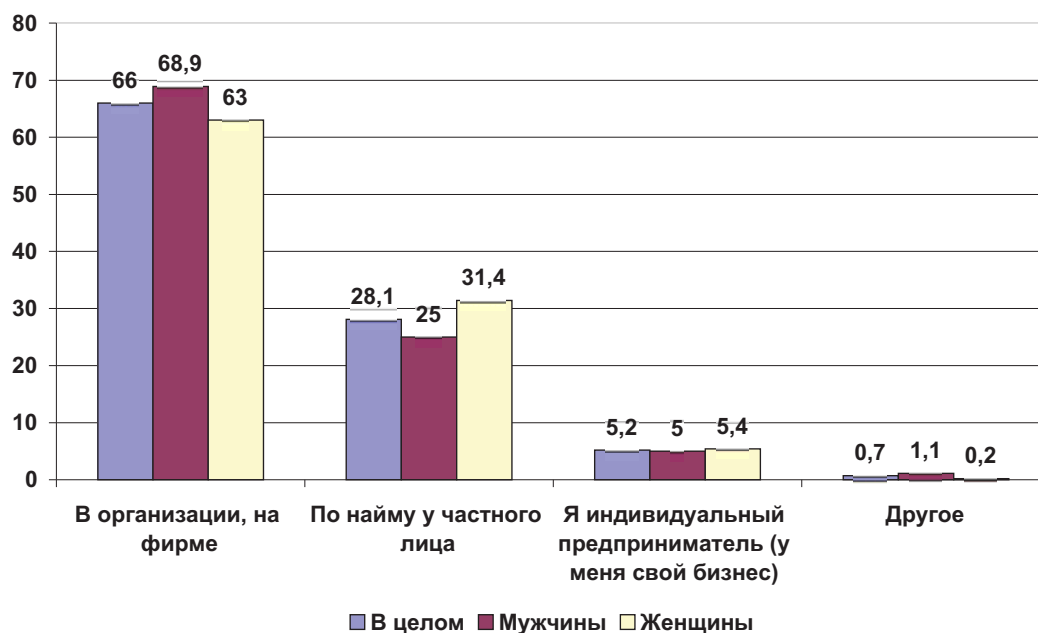


Рисунок 28.2. Распределение респондентов по форме занятости (по странам), %

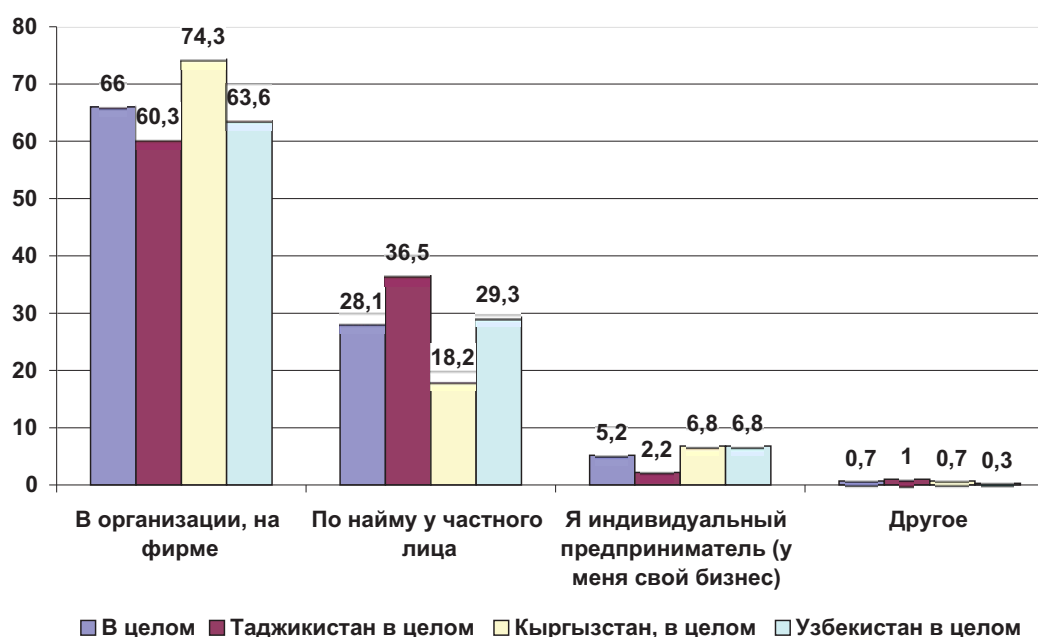
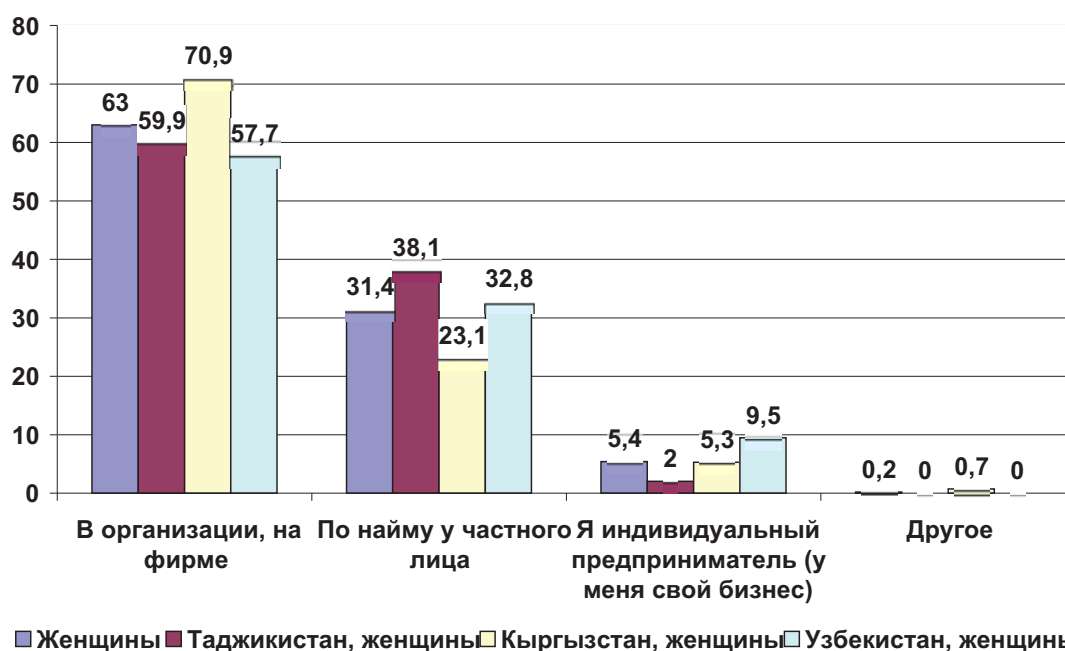


Рисунок 28.3. Распределение респондентов по форме занятости (мужчины по странам), %



Рисунок 28.4. Распределение респондентов по форме занятости (женщины по странам), %



Можно выделить четыре основных сферы, в которых заняты трудовые мигранты из Центральной Азии в Российской Федерации (табл. 19, рис. 29.1–29.4), и это те же сферы, где трудовые мигранты работали на родине, только доля их вовлеченности в сферу услуг стала больше. Это сфера услуг в гостиницах отелях, общепите и

ресторанах (13 %, на родине было 12 %) и прочие услуги, включая стирку (химчистку) одежды, парикмахерские и косметические услуги (23 %, на родине было 12 %), строительство (16 %, как и на родине) и оптовая и розничная торговля (15 %, как и на родине). А вот дифференциация по другим сферам занятости говорит о меньшем использова-

нии имеющих компетенций трудящихся мигрантов, так как их работа относится к сферам менее квалифицированного труда. Так, среди значимых по своей доле сфер занятости можно выделить производство, другие производственные работы (4 %),

жилищно-коммунальное хозяйство (6 %), транспорт (6 %), услуги в частном домохозяйстве (5 %). Занятость в сфере образования снижается до 2 % (с 8 % на родине), а в здравоохранении – до 2 % (с 5 % на родине).

Рисунок 29.1. Распределение респондентов по сфере занятости в Российской Федерации (по полу), %

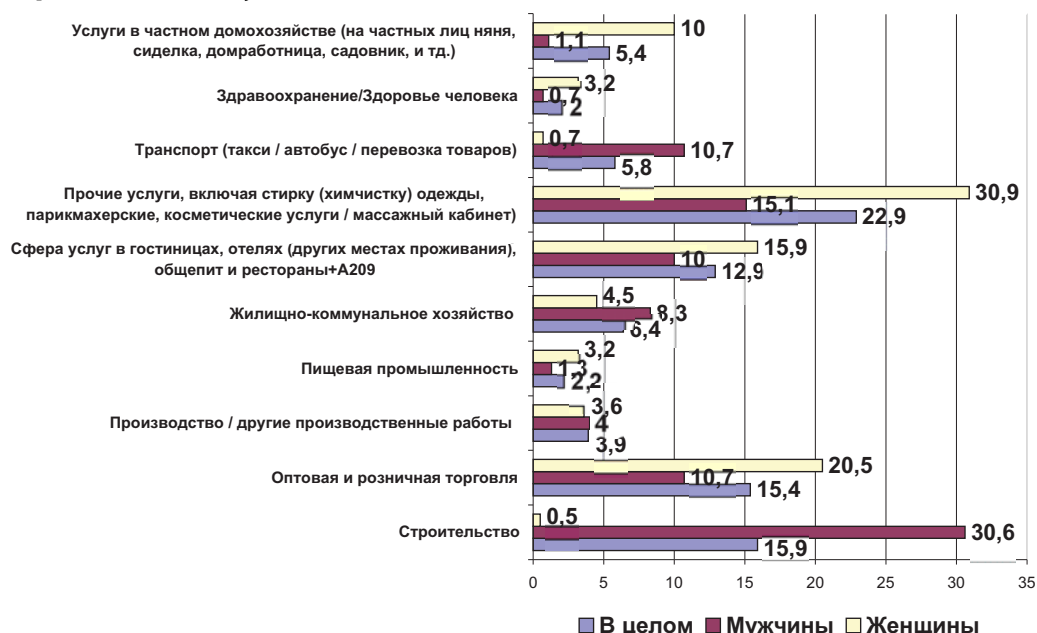


Рисунок 29.2. Распределение респондентов по сфере занятости в Российской Федерации (по странам), %



Рисунок 29.3. Распределение респондентов по сфере занятости в Российской Федерации (мужчины по странам), %



Рисунок 29.4. Распределение респондентов по сфере занятости в Российской Федерации (женщины по странам), %



При анализе в разрезе пола наблюдается резкая дифференциация сфер занятости. Так, в строительстве занято 31 % мужчин и менее 1 % женщин. В основном это мужчины из Узбекистана (38 % от общей выборки по Узбекистану) и Таджикистана (38 % от общей выборки по Таджикистану), а не мужчины из Кыргызстана (14 % от общей выборки по Кыргызстану). В трех других основных сферах занятости мы, наобо-

рот, наблюдаем доминирование женщин. В оптовой и розничной торговле заняты 21 % женщин против 11 % мужчин, в сфере услуг в гостиницах отелях, общепите и ресторанах 16 % против 10 % у мужчин и в прочих услугах, включая стирку (химчистку) одежды, парикмахерские и косметические услуги, – 31 % женщин против 15 % у мужчин. В оптовой и розничной торговле дифференциация по полу особенно заметна среди

граждан Таджикистана (23 % женщин и 13 % мужчин от общей выборки по Таджикистану) и граждан Кыргызстана (24 % женщин и 8 % мужчин от общей выборки по Кыргызстану), и в меньшей степени – среди граждан Узбекистана (14 % женщин и 11 % мужчин от общей выборки по Узбекистану). В сфере услуг в гостиницах отелях, общепите и ресторанах разница в зависимости от пола работников особенно заметна среди граждан Таджикистана (12 % женщин и 4 % мужчин от общей выборки по Таджикиста-

ну) и Узбекистана (20 % женщин и 13 % мужчин от общей выборки по Узбекистану), но менее заметна среди граждан Кыргызстана (16 % женщин и 13 % мужчин от общей выборки по Кыргызстану). В менее значимых по своей доле в общей выборке сферах работы заметны более «мужские» сферы – на транспорте (11 % у мужчин против 1 % у женщин) и в ЖКХ (8 % у мужчин против 5 % у женщин) и более «женская» – домашние работники (10 % у женщин против 1 % у мужчин).

Рисунок 30.1. Распределение респондентов по способу поиска работы в Российской Федерации (по полу), %



Рисунок 30.2. Распределение респондентов по способу поиска работы в Российской Федерации (по странам), %



Рисунок 30.3. Распределение респондентов по способу поиска работы в Российской Федерации (мужчины по странам), %

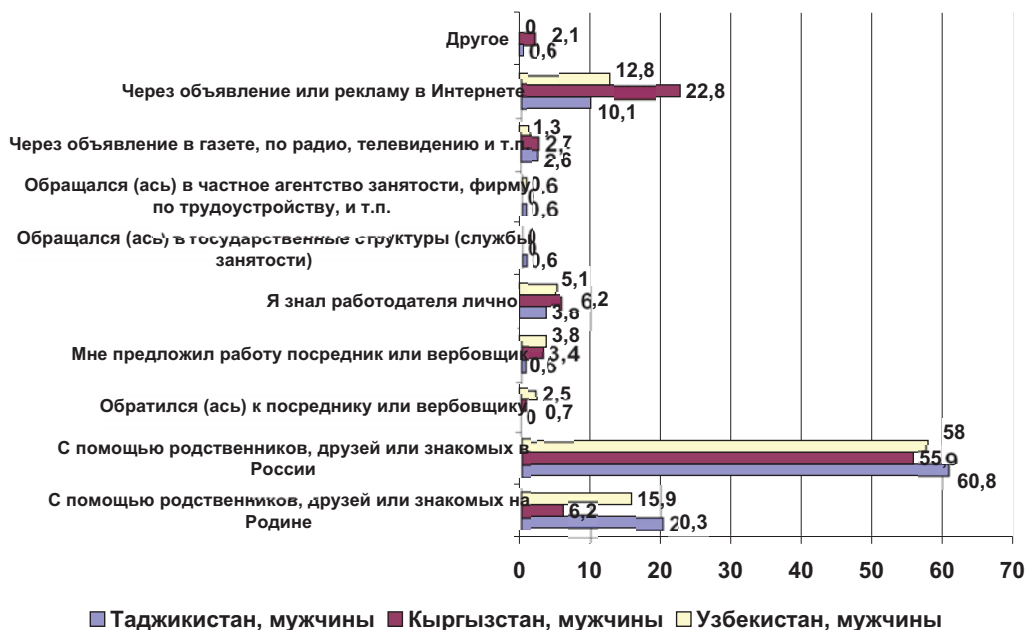
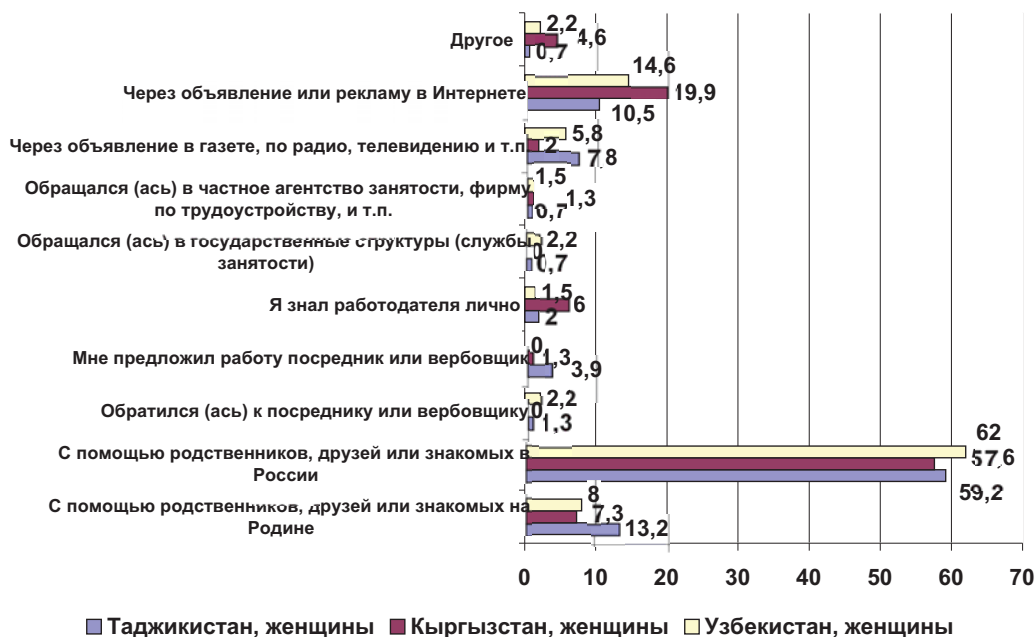


Рисунок 30.4. Распределение респондентов по способу поиска работы в Российской Федерации (женщины по странам), %



Большинство опрошенных респондентов нашли работу через «своих» (табл. 20, рис. 30.1–30.4): 59 % нашли ее с помощью родственников, друзей или знакомых в Российской Федерации и 12 % – с помощью родственников, друзей или знакомых на родине. Среди прочих возможностей поиска работы мигранты из Центральной Азии в Российской Федерации чаще всего используют сеть Интернет: 15 % из них нашли работу через объявление или рекламу в Интернете. Через объявление в газете, по

радио, телевидению нашли работу 4 % респондентов, знали работодателя лично 4 % респондентов и воспользовались предложением работы от посредника или вербовщика 2 %. Сами обратились к посреднику или вербовщику 1 % респондентов, обратились в частное агентство занятости, фирму по трудоустройству 1 % и в государственные структуры по трудоустройству 1 %. Как видно, мигранты из Центральной Азии в Российской Федерации слабо используют специализированные сервисы для поиска

работы, предпочитая личные связи. Кроме того, можно сделать вывод о том, что частные посредники и вербовщики успешно конкурируют на рынке трудоустройства этих мигрантов с официальными структурами, занимающимися трудоустройством, но доля и тех и других на рынке труда ми-

грантов из Центральной Азии очень мала. Такое положение дел может поставить мигрантов в уязвимое положение: когда поиск работы осуществляется неофициальным путем, высок риск найма к недобросовестному работодателю, вовлечение в «теневую» экономику.

Рисунок 31.1. Распределение респондентов по наличию письменного договора с работодателем (по полу), %

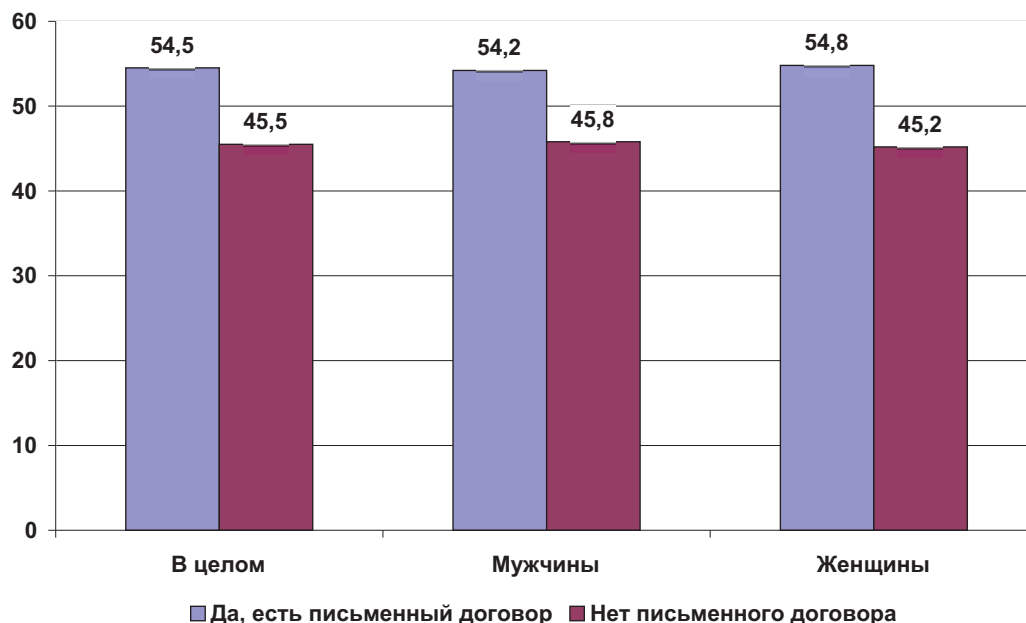


Рисунок 31.2. Распределение респондентов по наличию письменного договора с работодателем (по странам), %

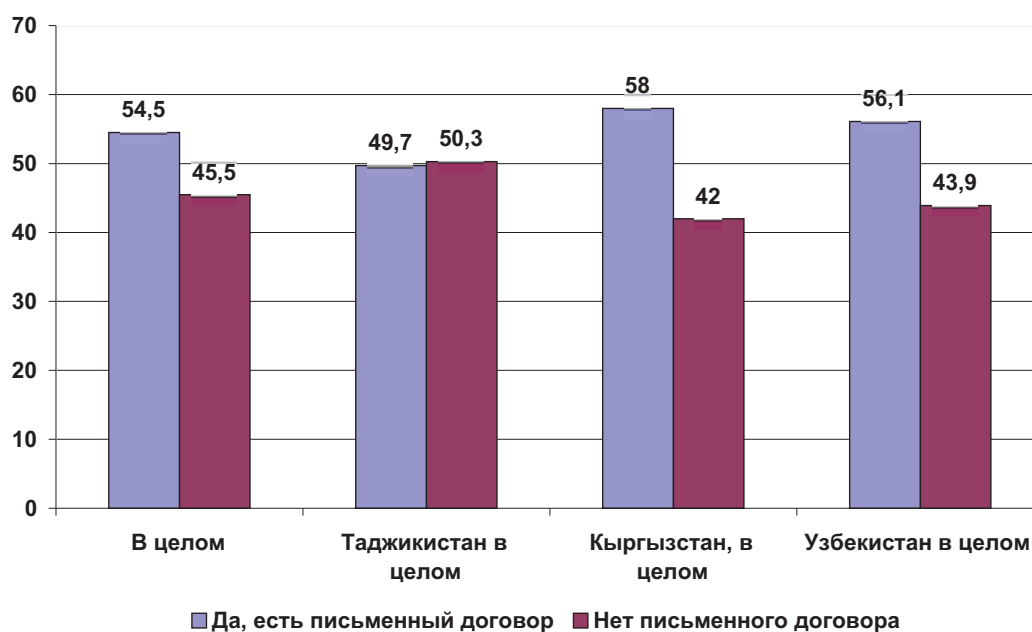


Рисунок 31.3. Распределение респондентов по наличию письменного договора с работодателем (мужчины по странам), %

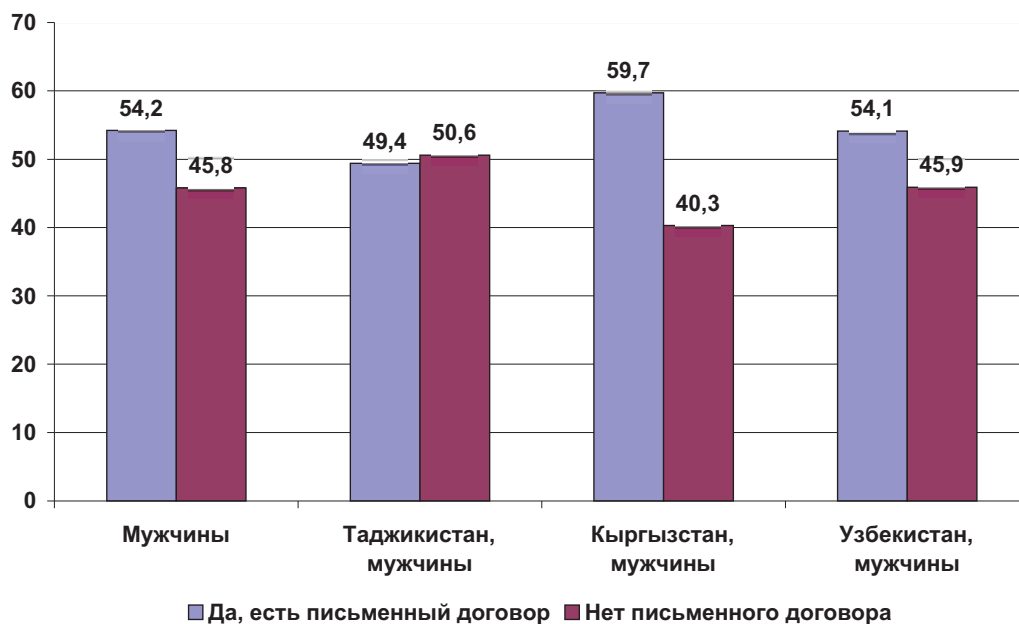
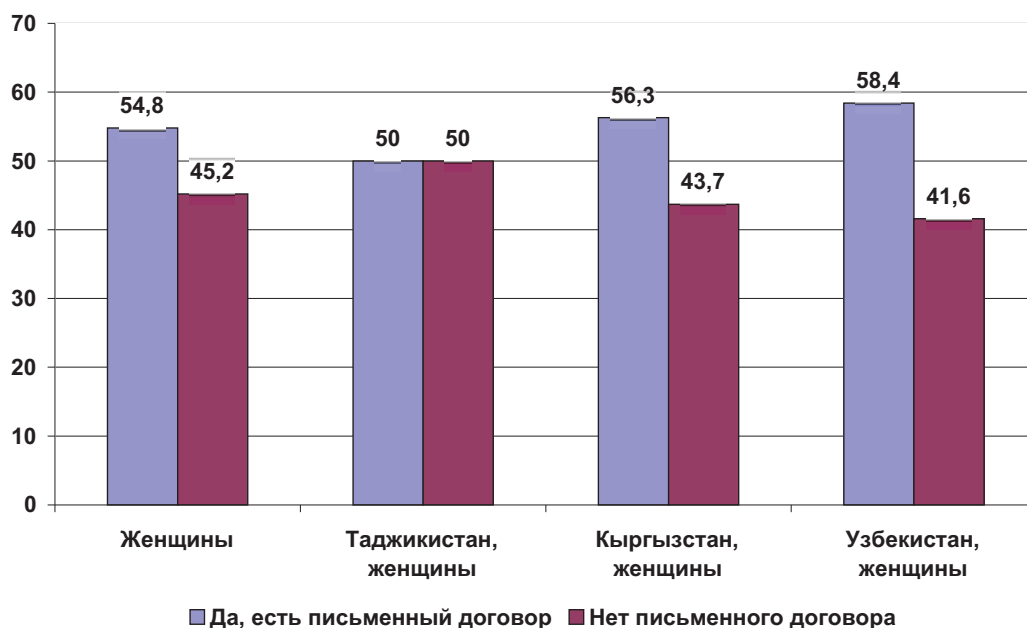


Рисунок 31.4. Распределение респондентов по наличию письменного договора с работодателем (женщины по странам), %



Эти риски реализуются достаточно часто – так, письменный договор (табл. 21, рис. 31.1–31.4) имеют только 55 % опрошенных респондентов. В Москве доля респондентов, занятых без письменного договора,

составляет 52 %, в Екатеринбурге – 43 %, а в Санкт-Петербурге – 37 %. В гендерном разрезе различия по занятости без письменного договора незначительны.

Рисунок 32.1. Распределение респондентов по причинам отсутствия письменного договора с работодателем (по полу), %

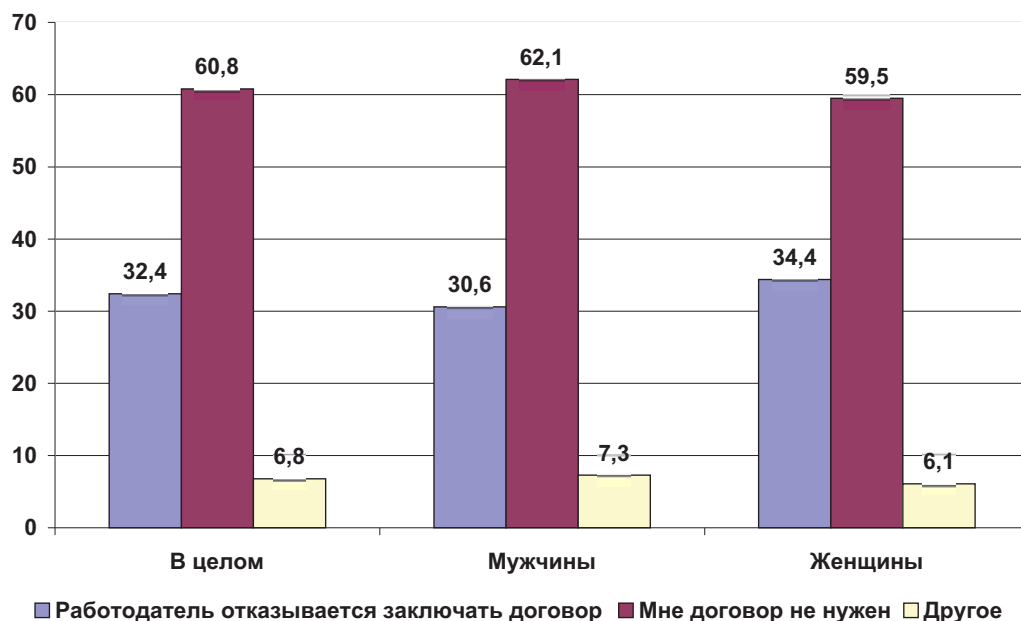


Рисунок 32.2. Распределение респондентов по причинам отсутствия письменного договора с работодателем (по странам), %

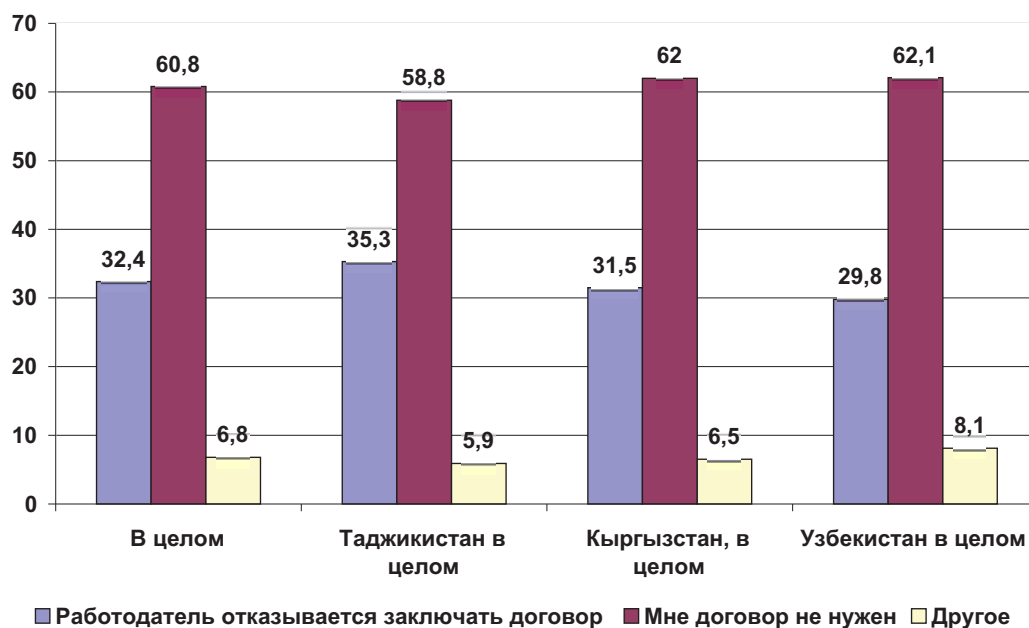


Рисунок 32.3. Распределение респондентов по причинам отсутствия письменного договора с работодателем (мужчины по странам), %

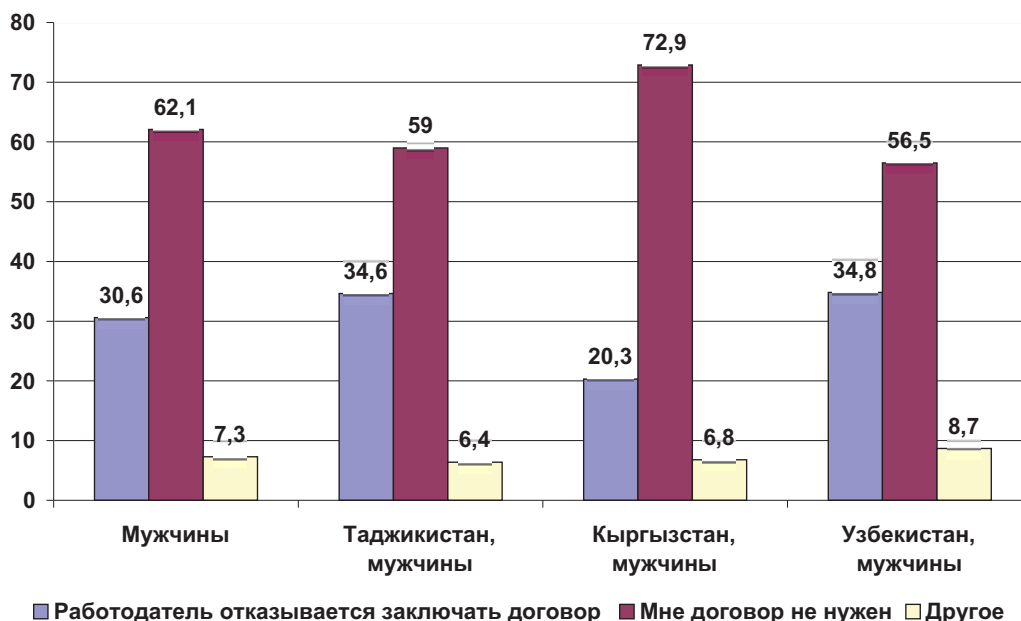
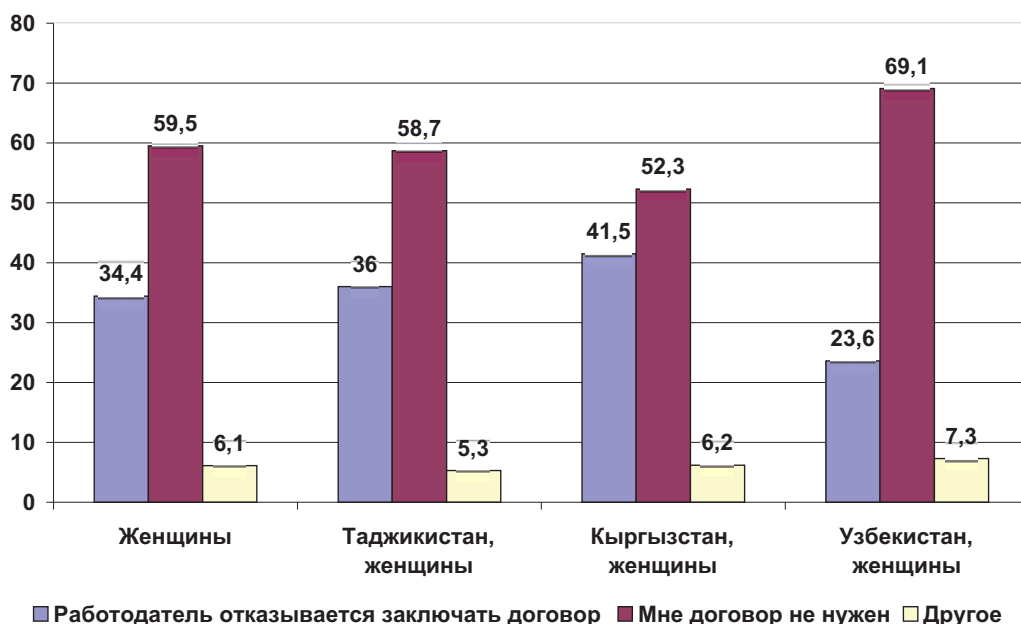


Рисунок 32.4. Распределение респондентов по причинам отсутствия письменного договора с работодателем (женщины по странам), %



Треть тех респондентов, что заняты без письменного договора (33 %), заявили о том, что контракт отказывается заключать работодатель (табл. 22, рис. 32.1–32.4), а 61 % респондентов заявили, что письменный договор им не нужен. Такой правовой нигилизм, образующийся в условиях найма «через своих», ставит мигрантов из Центральной Азии в Российской Федерации в крайне уязвимое положение от работодателя.

Изначально они сказали, что мы составим договор с вами, но уже как год прошел, они ничего не составили. То есть я могу сказать, что, наверное, даже и не числюсь там.

Из глубинного интервью в Москве. Мигрантка из Кыргызстана, 34 года

Рисунок 33.1. Распределение респондентов по форме получения заработной платы (по полу), %

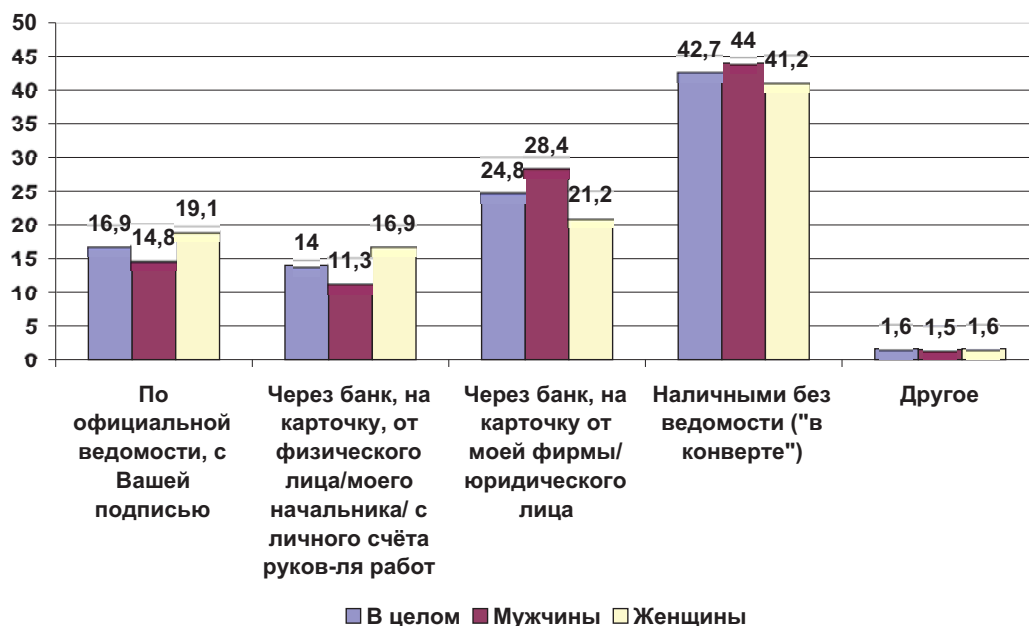


Рисунок 33.2 Распределение респондентов по форме получения заработной платы (по странам), %

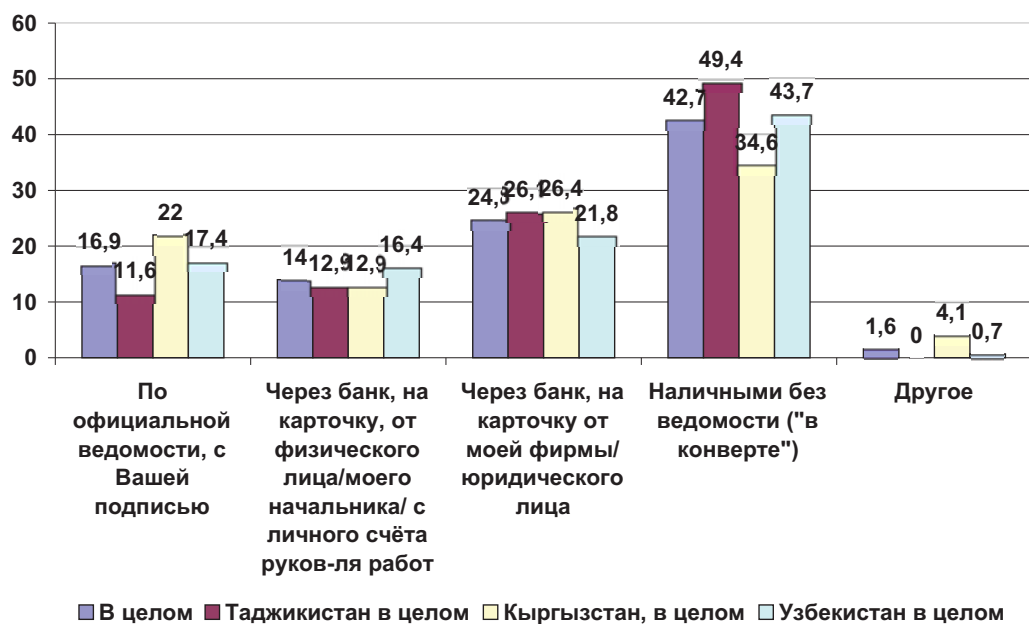


Рисунок 33.3. Распределение респондентов по форме получения заработной платы (мужчины по странам), %

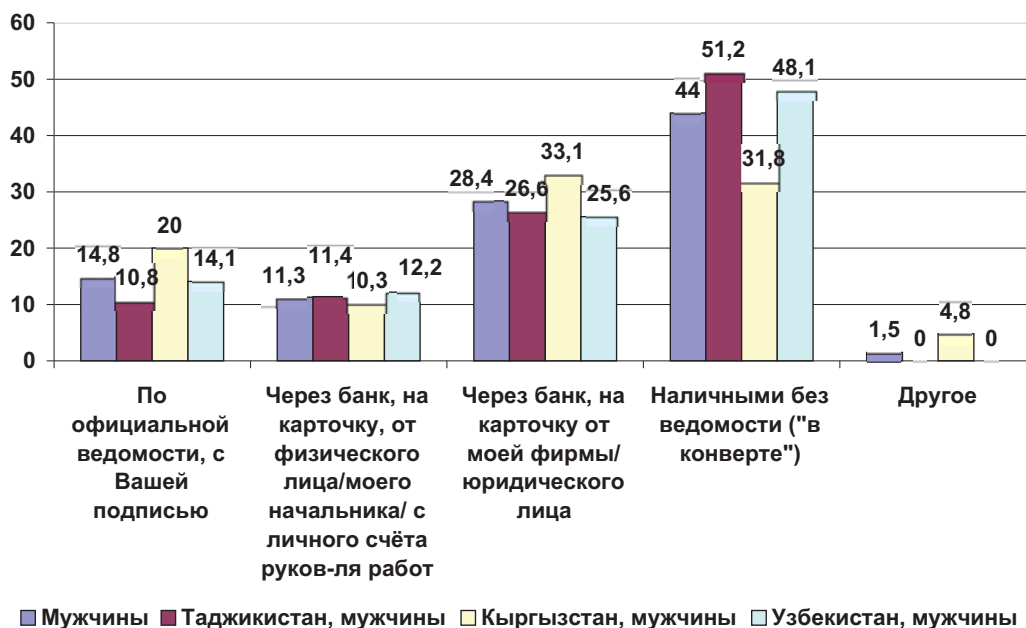
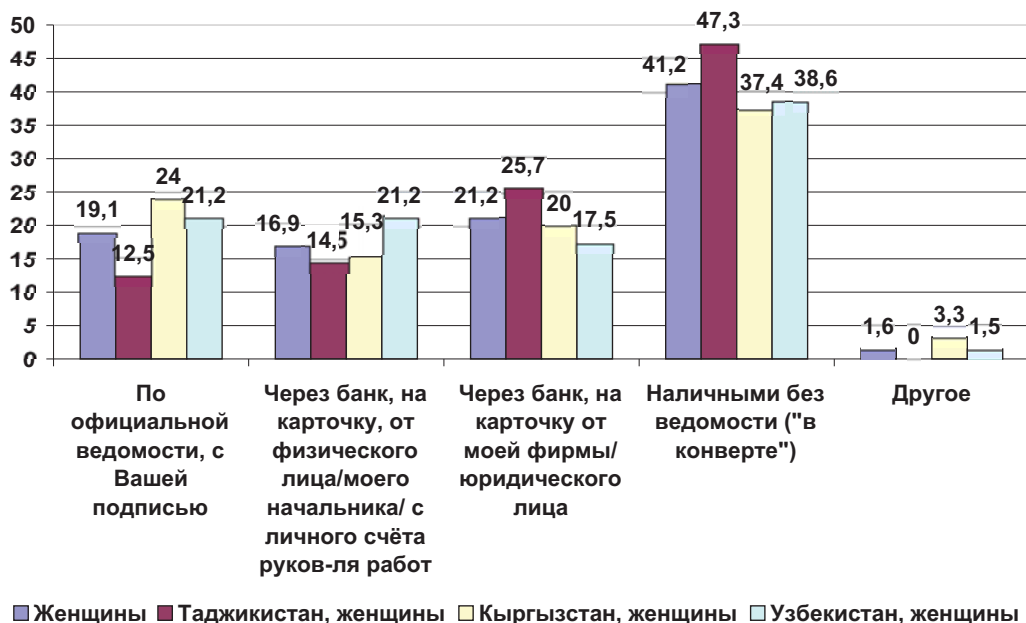


Рисунок 33.4. Распределение респондентов по форме получения заработной платы (женщины по странам), %



При более внимательном рассмотрении оказывается, что доля имеющих легитимные контракты оказывается еще ниже (табл. 27, рис. 33.1–33.4): не 55 %, как думают сами респонденты, а 42 %, как свидетельствует форма выплаты им заработной платы. Только 25 % опрошенных мигрантов получают заработную плату через банк, на банковскую карточку от фирмы, юридического лица и еще 17 % получают заработную плату по официальной ведомости,

под подпись. Это фактически означает, что 13 % опрошенных респондентов имеют на руках письменные контракты, не имеющие юридической силы, так как оплату за свою работу они получают неофициальным путем. Наличными, без ведомости («в конверте») получают заработную плату 43 % опрошенных мигрантов из Центральной Азии, а 14 % получают ее через банк, на карточку от физического лица, начальника, с личного счета руководителя работ.

Рисунок 34.1. Распределение респондентов по типу сослуживцев (по полу), %

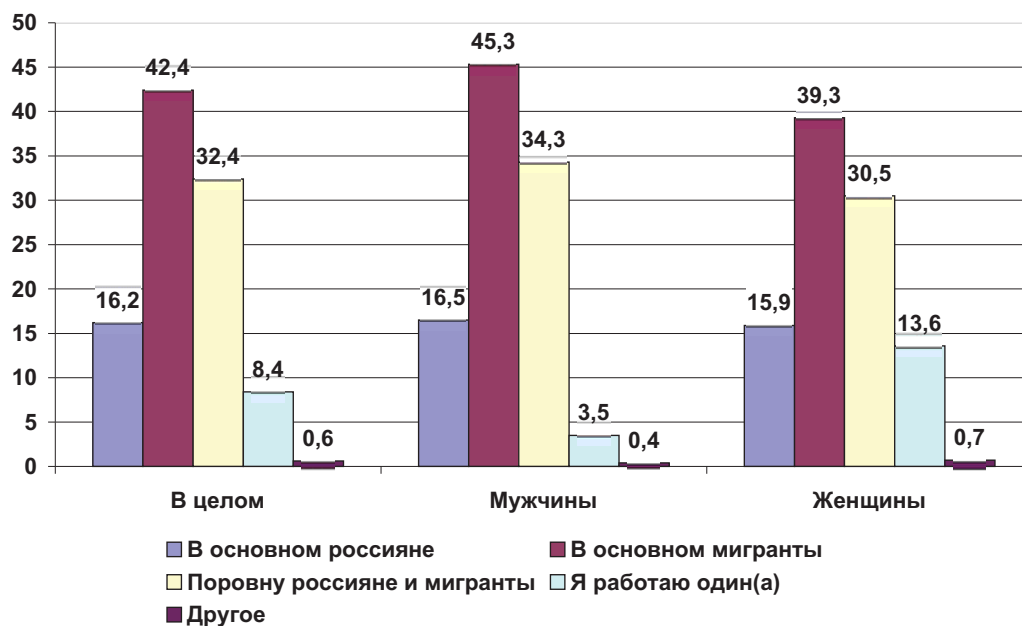


Рисунок 34.2. Распределение респондентов по типу сослуживцев (по странам), %



Рисунок 34.3. Распределение респондентов по типу сослуживцев (мужчины по странам), %

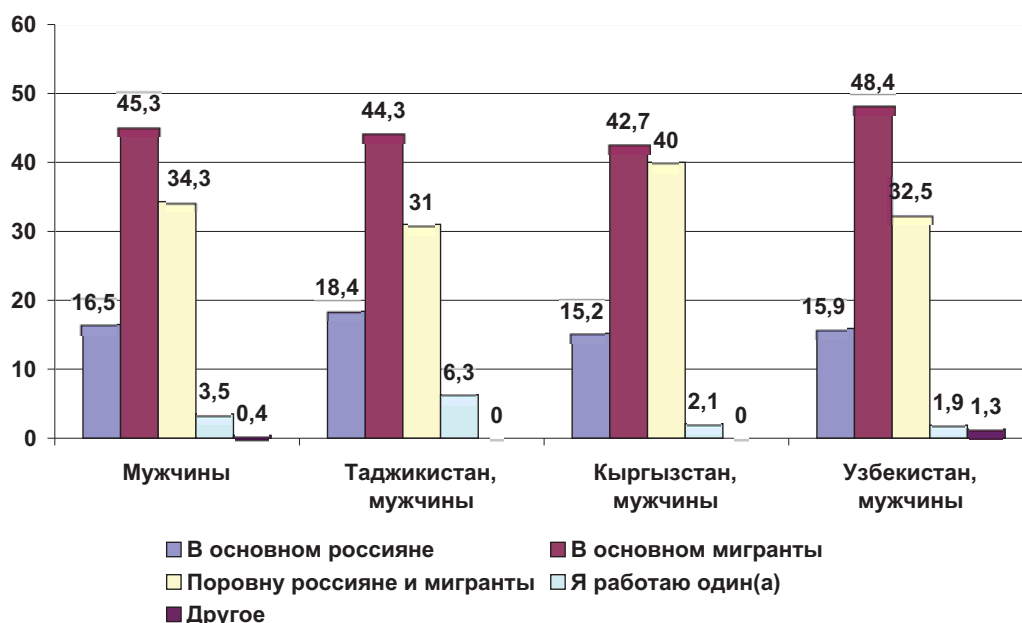
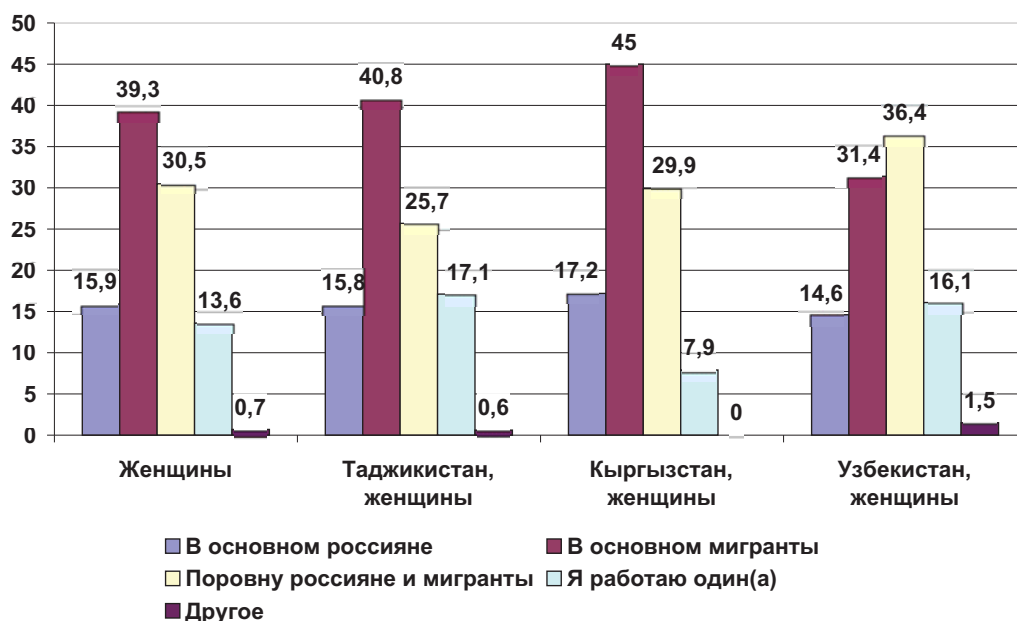


Рисунок 34.4. Распределение респондентов по типу сослуживцев (женщины по странам), %



Мигранты из Центральной Азии не часто работают рядом с россиянами (табл. 23, рис. 34.1–34.4). Так, только 16 % опрошенных респондентов отметили, что рядом с ними работают в основном россияне, а у 32 % рядом работают и мигранты, и россияне (примерно поровну). В основном мигранты являются сослуживцами у 42 % опрошенных, а 8 % работают одни, без сослуживцев. Гендерные различия по этому вопросу не

очень значительные, за исключением тех, кто работает в одиночку: среди таких работников женщин-мигрантов из Центральной Азии значительно больше (14 %), чем мужчин (4 %). В немалой степени этот перевес сформирован большей вовлеченностью в «сферу заботы», так как обычно домашние работники работают одни, без сослуживцев.

Рисунок 35.1. Распределение респондентов по мнению о конкуренции за их рабочее место (по полу), %

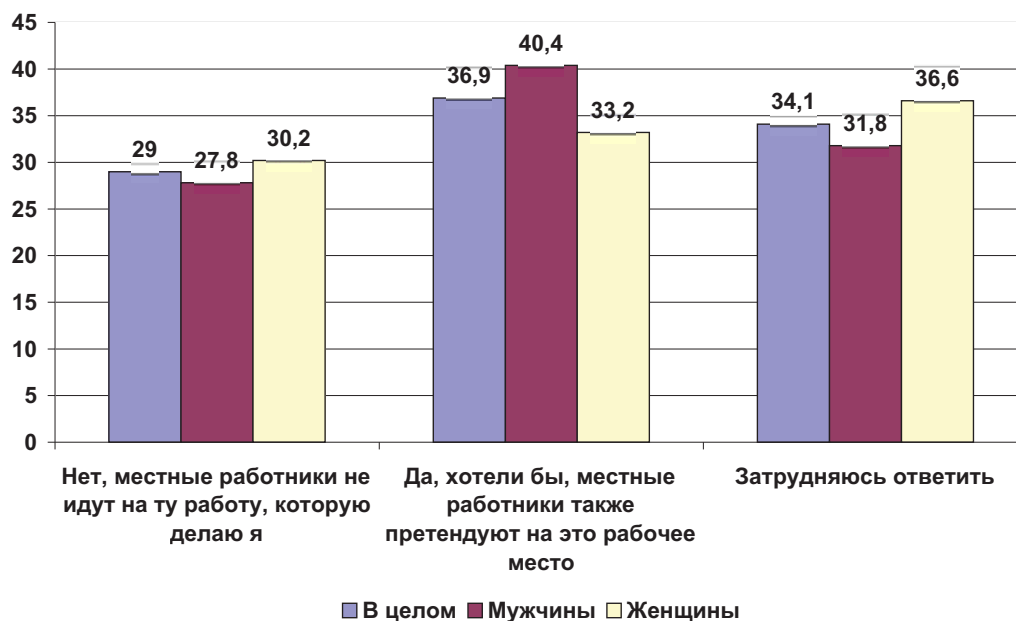


Рисунок 35.2. Распределение респондентов по мнению о конкуренции за их рабочее место (по странам), %

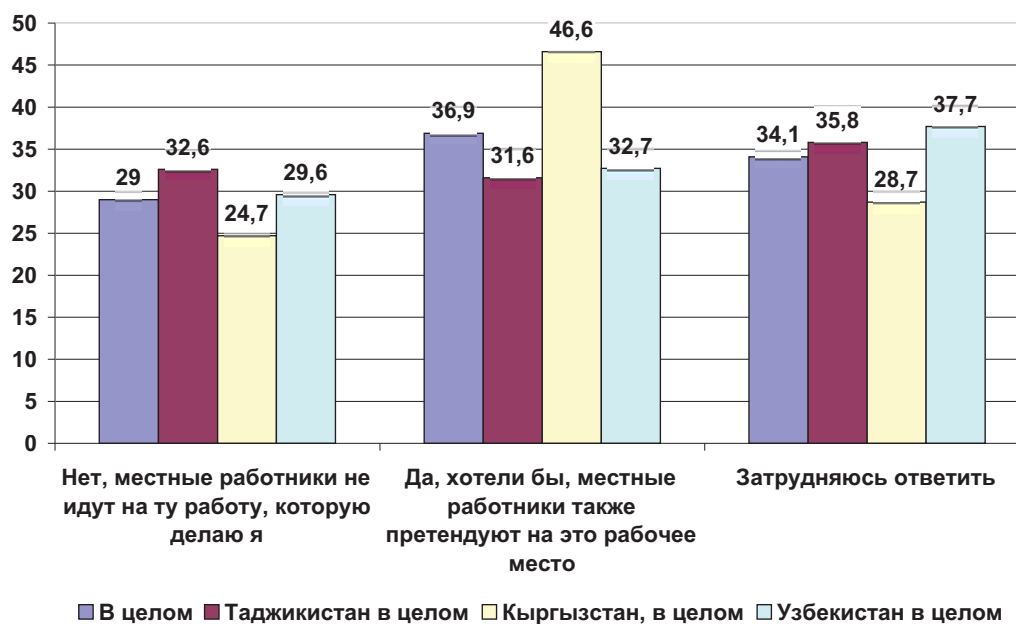
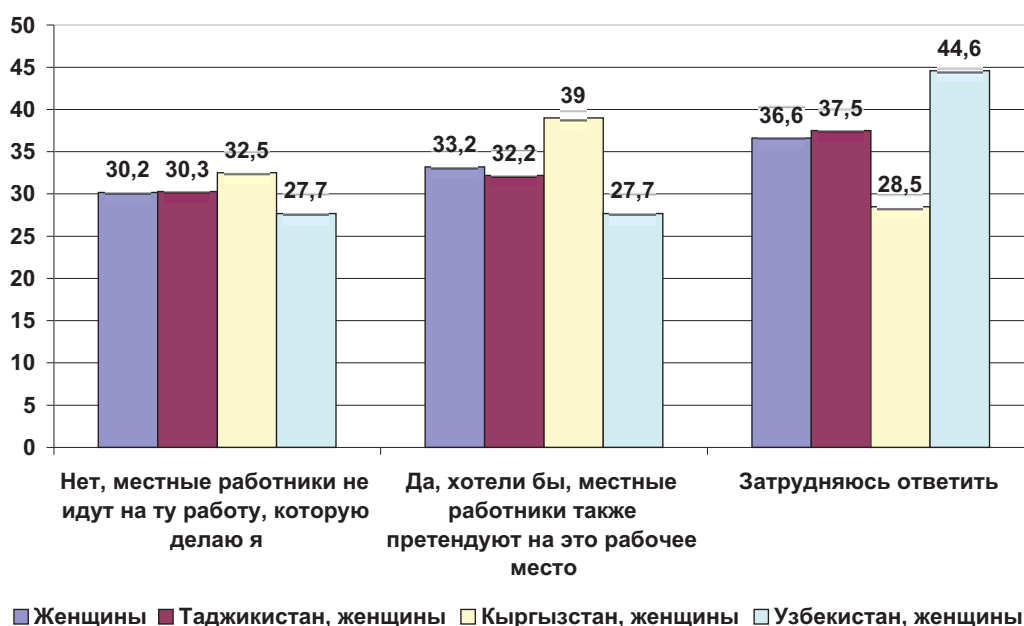


Рисунок 35.3. Распределение респондентов по мнению о конкуренции за их рабочее место (мужчины по странам), %



Рисунок 35.4. Распределение респондентов по мнению о конкуренции за их рабочее место (женщины по странам), %



Немногим более трети опрошенных (37 %) считают, что местные работники могли бы претендовать на их рабочее место (табл. 24, рис. 35.1–35.4), 29 % считают, что местные работники не захотят выполнять ту работу, которую делают они, а еще треть (34 %) затруднились ответить на этот вопрос.

Эти ответы подтверждают тот тезис, что мигранты из Центральной Азии зачастую работают в уже сформировавшихся «мигрантских» нишах российской экономики, где низок уровень конкуренции с местными российскими работниками.

Рисунок 36.1. Распределение респондентов по среднемесячной оплате труда в среднем за год, рублей

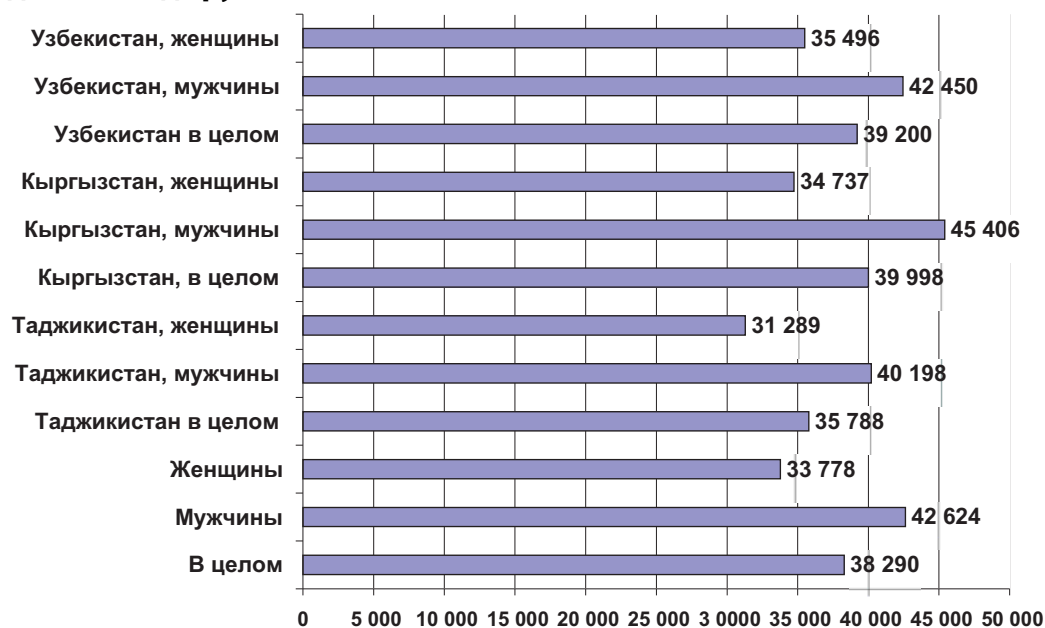
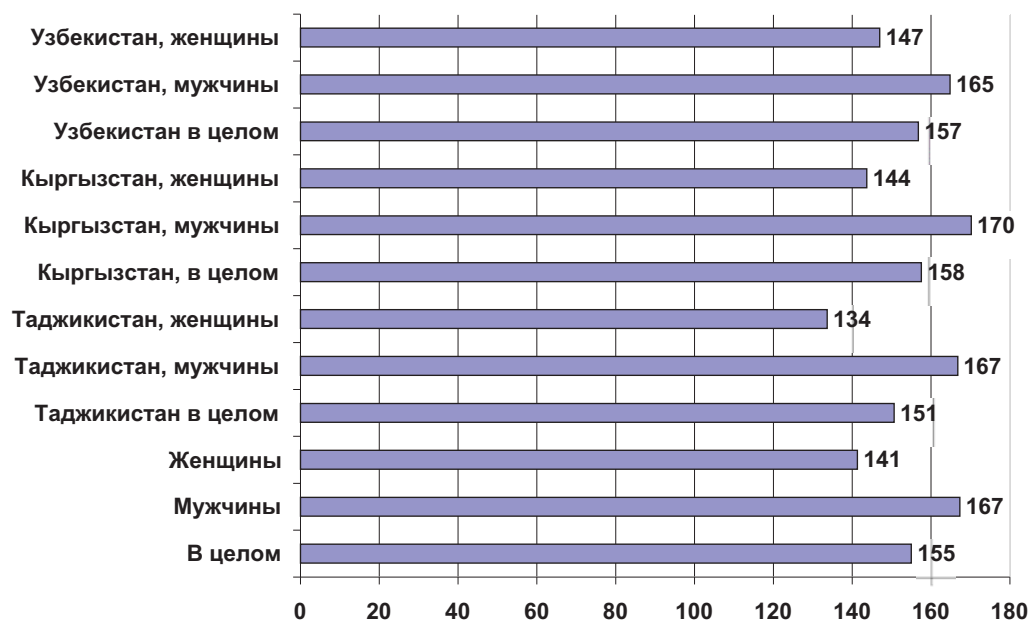
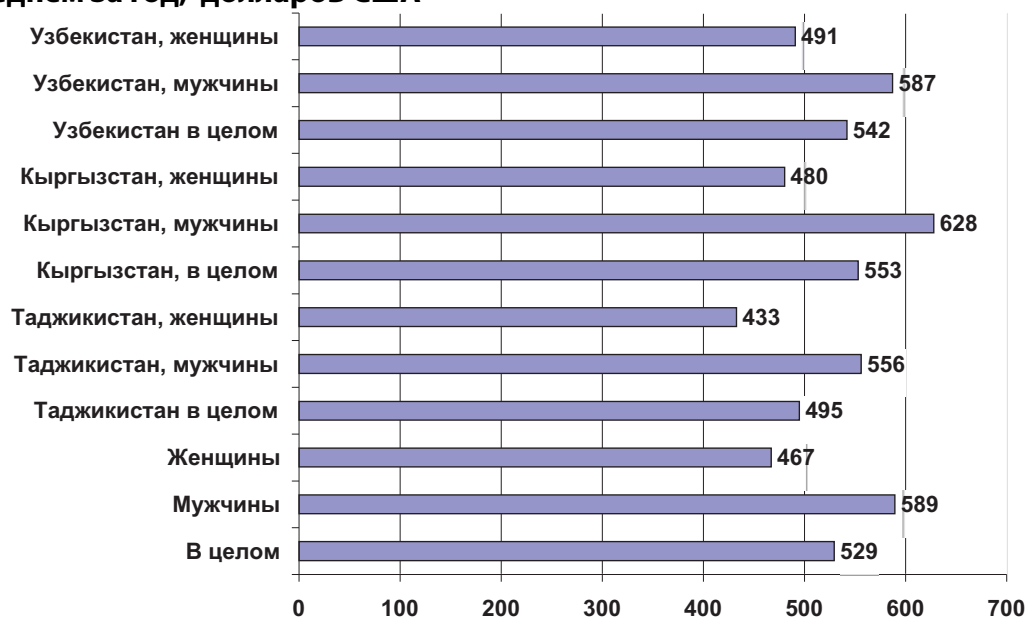


Рисунок 36.2. Распределение респондентов по почасовой оплате труда в среднем за год*, рублей



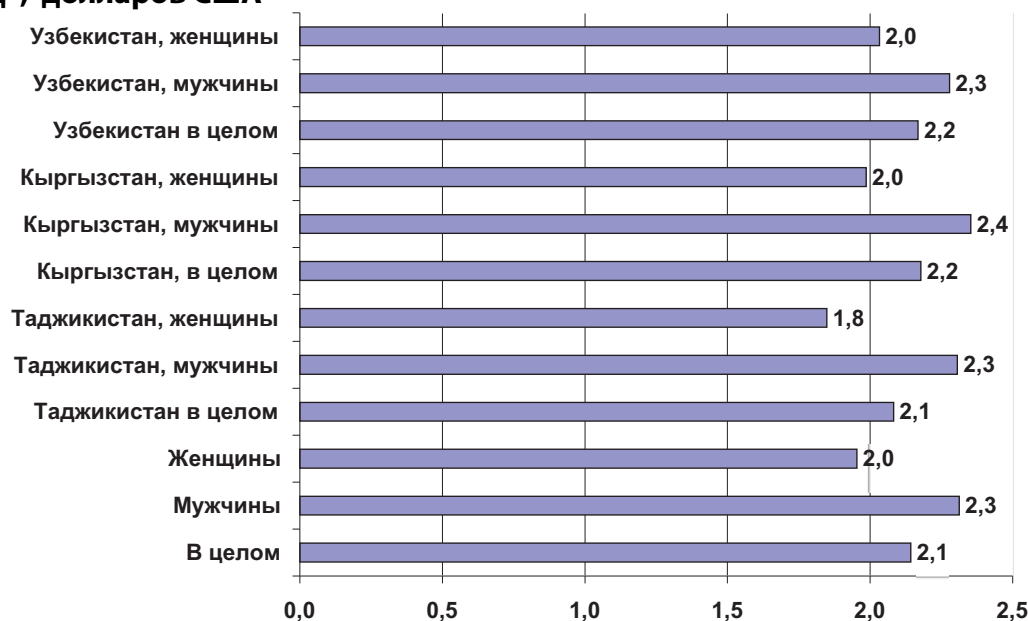
* Расчет почасовой оплаты труда использует число рабочих дней в неделе и продолжительность рабочего дня, собранных по каждому респонденту в ходе опроса.

Рисунок 36.3. Распределение респондентов по среднемесячной оплате труда в среднем за год, долларов США*



* Используется средний курс 1 доллара США за 2020 г., равный 72,323 рубля (<https://ratestats.com/dollar/2020/>)

Рисунок 36.4. Распределение респондентов по почасовой оплате труда в среднем за год*, долларов США**



* Расчет почасовой оплаты труда использует число рабочих дней в неделю и продолжительность рабочего дня, собранных по каждому респонденту в ходе опроса.

** Используется средний курс 1 доллара США за 2020 г., равный 72,323 рубля (<https://ratestats.com/dollar/2020/>)

В целом по выборке средняя зарплата (табл. 26, рис. 36.1–36.4) составляет 38 290 рублей (\$ 529). Она несколько выше у мужчин (42 624 рубля, \$ 589), чем у женщин (33 778 рублей, \$ 467). В среднем рабочий день составляет 9,826 часа, а рабочая неделя – 5,771 дня. Мужской рабочий день

(10,095 часа) и рабочая неделя (5,793 дня) немного больше, чем у женщин (9,544 часа и 5,748 дня). В целом по выборке почасовая оплата составляет 155 рублей в час (\$ 2,1). Среди мужчин почасовая оплата в среднем составляет 167 рублей в час (\$ 2,3), а среди женщин – 141 рубль в час (\$ 2).

Рисунок 37.1. Распределение респондентов по участию в формировании бюджета семьи (по полу), %

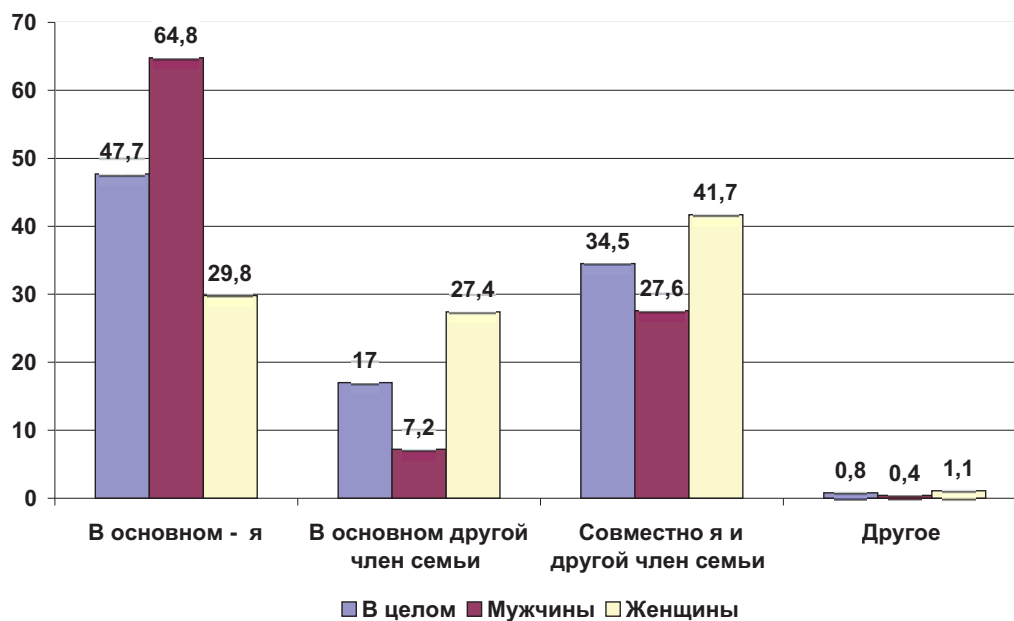


Рисунок 37.2. Распределение респондентов по участию в формировании бюджета семьи (по странам), %

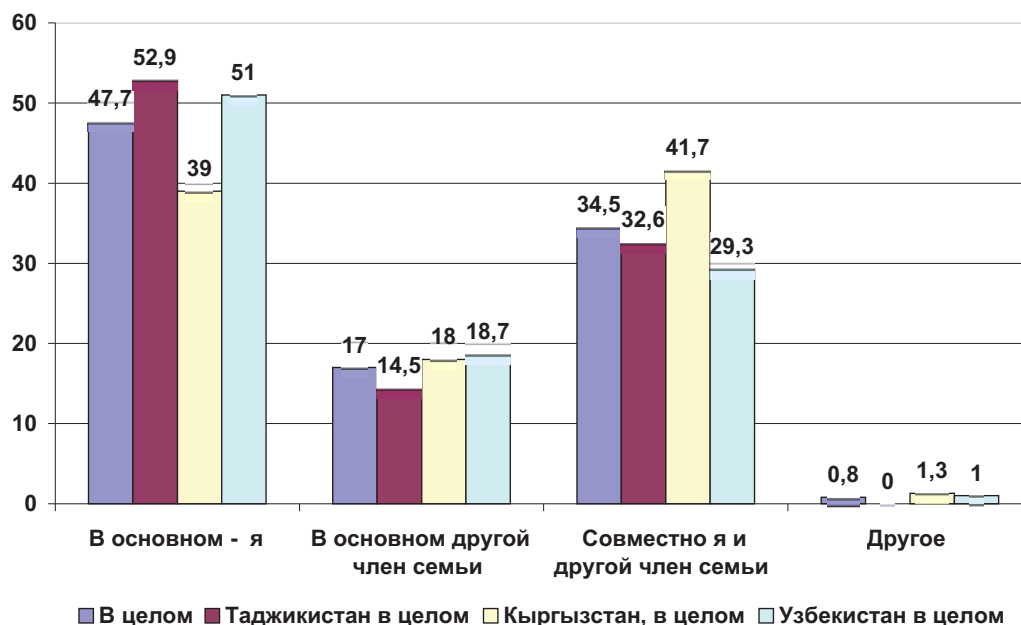


Рисунок 37.3. Распределение респондентов по участию в формировании бюджета семьи (мужчины по странам), %

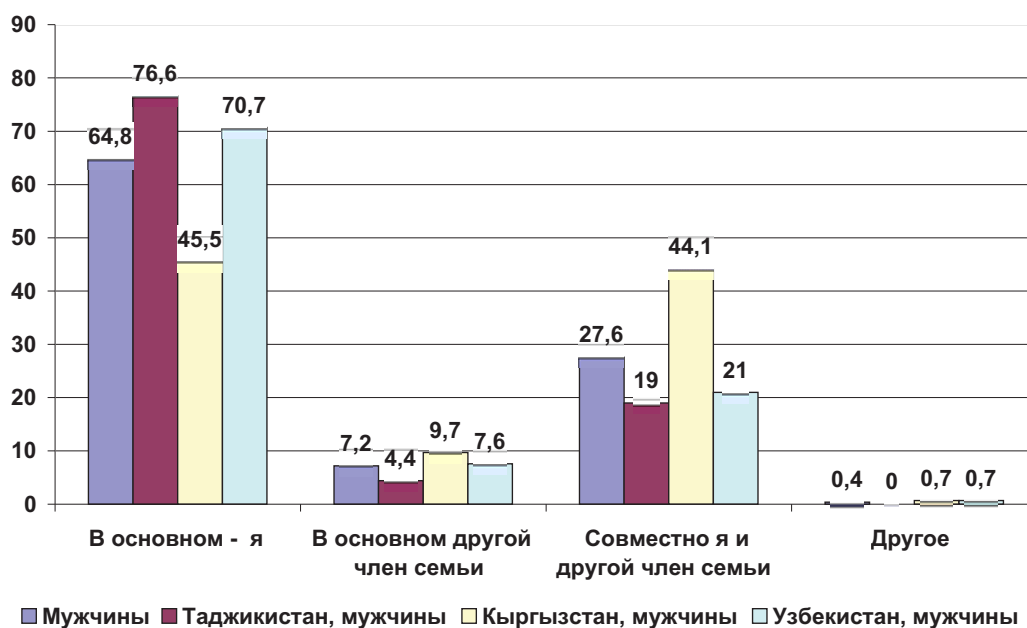
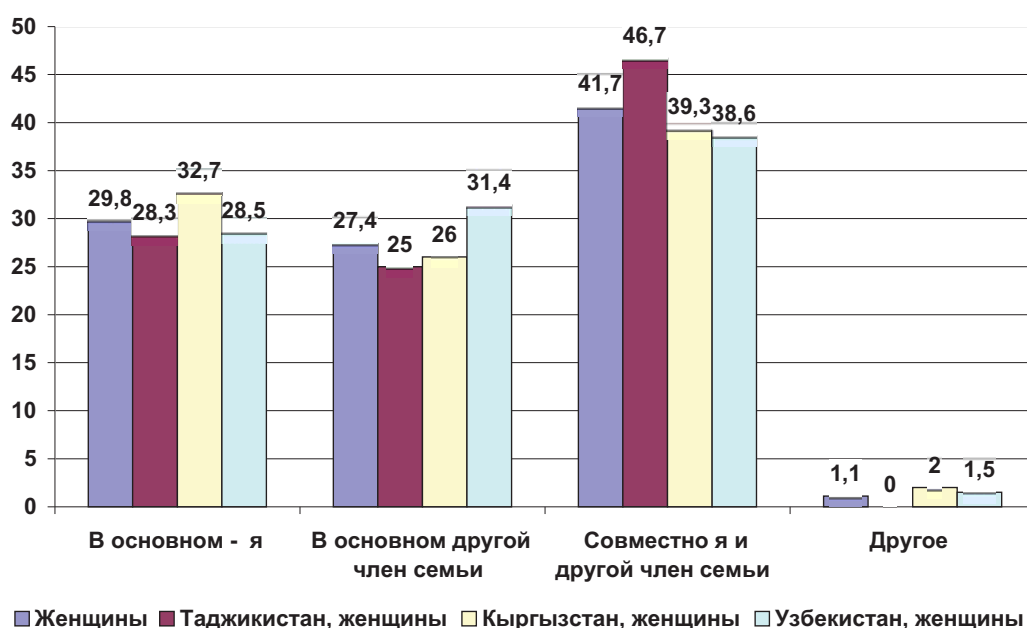


Рисунок 37.4. Распределение респондентов по участию в формировании бюджета семьи (женщины по странам), %



Среди опрошенных респондентов около половины (табл. 30, рис. 37.1–37.4) являются основными кормильцами в семье (48 %), а ещё тесть (35 %) – обеспечивают семью совместно с другим членом семьи. Другой член семьи (не опрошенный респондент) в основном обеспечивает семью респондента в финансовом отношении в 17 % случаев. Таким образом, финансовая поддержка от мигрантов из Центральной Азии в Россий-

ской Федерации имеет критическое значение для двух третей (65 %) их домохозяйств. Безусловно, основными кормильцами в семьях мигрантов являются мужчины. Они являются основными кормильцами в 65 % случаев и в 28 % случаев обеспечивают свою семью в финансовом отношении совместно с другим членом семьи, и только в 7 % случаев основным кормильцем является другой член семьи. Тем не менее роль

женщин в финансовом обеспечении их семей тоже очень высока: 30 % из них являются основным кормильцем в семье, 42 % обеспечивают свою семью в финансовом отношении вместе с другим членом семьи и только в 28 % случаев другой член семьи

является у них основным кормильцем. Как видим, женщины-мигрантки из Центральной Азии являются в 72 % случаев очень важным работником в семье, от которых критически зависит выживание семьи.

2.5. Жизнь в условиях пандемии COVID-19

Рисунок 38.1. Распределение респондентов по изменению положения семьи в связи с пандемией COVID-19 (по полу), %

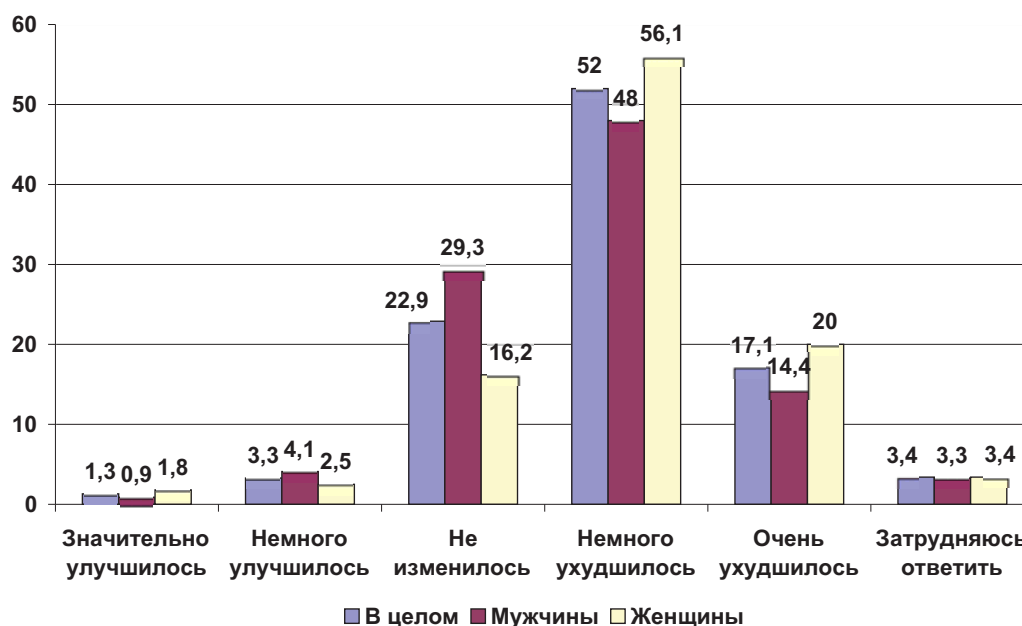


Рисунок 38.2. Распределение респондентов по изменению положения семьи в связи с пандемией COVID-19 (по странам), %

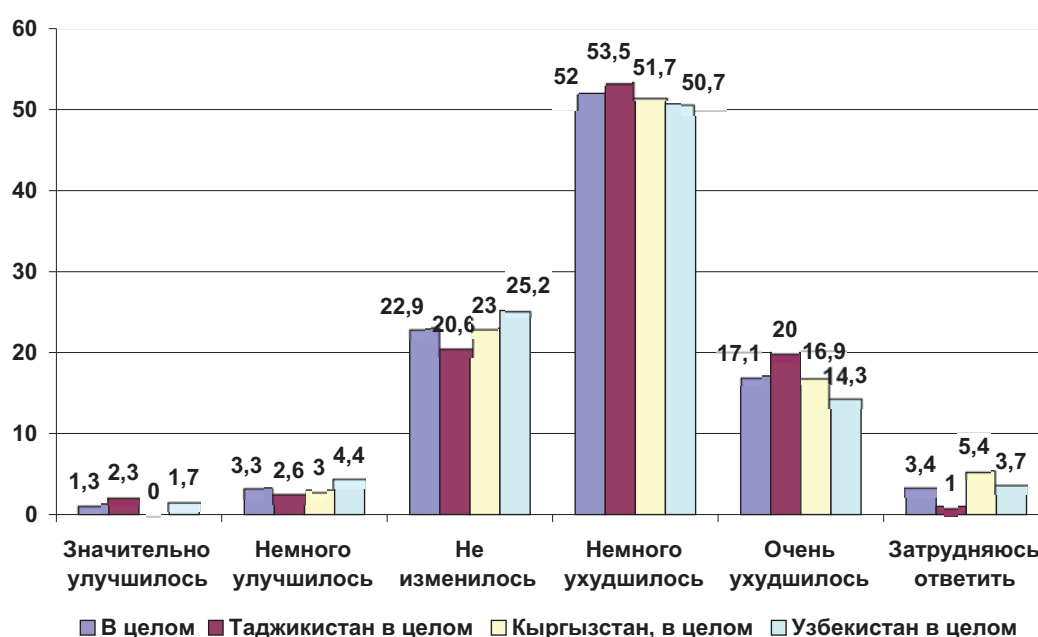


Рисунок 38.3. Распределение респондентов по изменению положения семьи в связи с пандемией COVID-19 (мужчины по странам), %

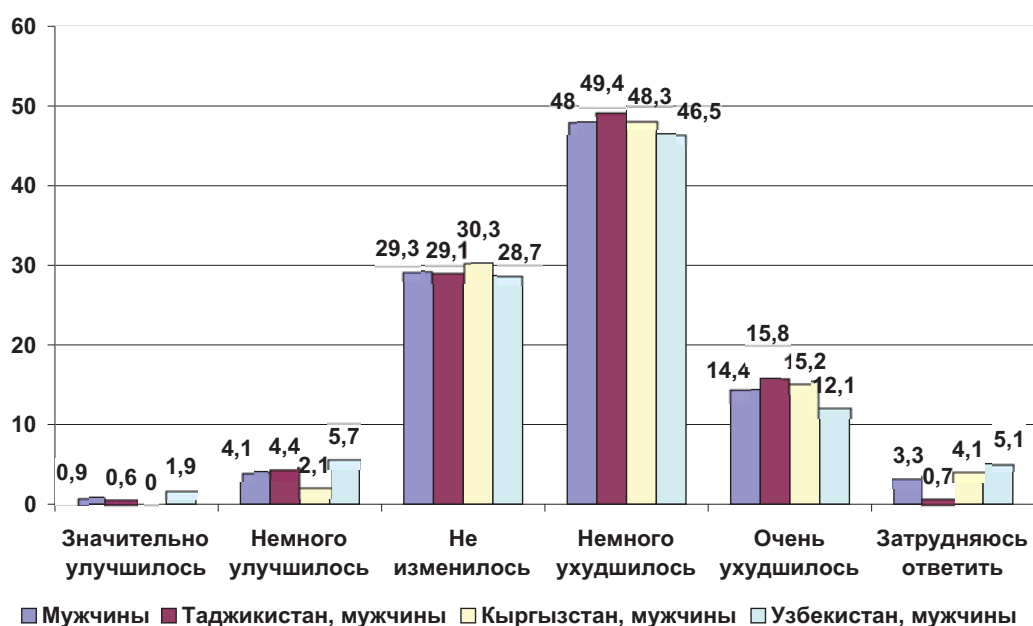
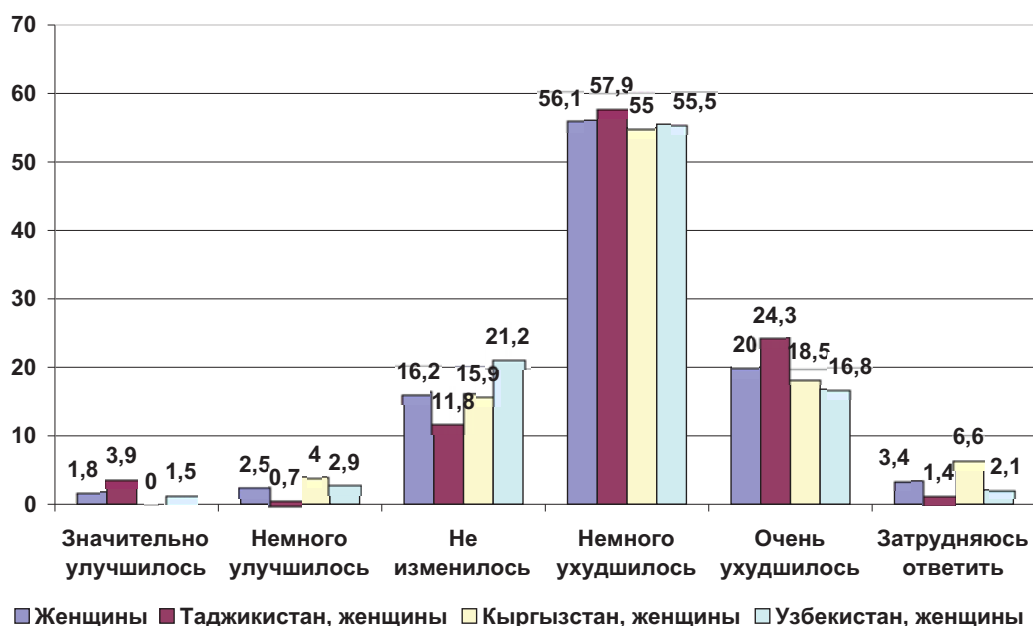


Рисунок 38.4. Распределение респондентов по изменению положения семьи в связи с пандемией COVID-19 (женщины по странам), %



В целом положение семей респондентов в связи с пандемией COVID-19 ухудшилось. Об этом говорили 69 % респондентов (табл. 10, рис. 38.1–38.4). Причем если у 52 % опрошенных респондентов семьи ощутили небольшое ухудшение положения, то у 17 % положение ухудшилось сильно. Не изменилось положение в семьях у 23 респондентов и только у 3 % семей положение немного улучшилось, а у 1 % – значительно улучшилось. Опрошенные женщины говорили о более тяжелом положении в своих

семьях, чем мужчины. Так, по их свидетельству, очень ухудшилась жизнь у 20 % (мужчины говорили о 14 %), а немного ухудшилась у 56 % (мужчины говорили о 48 %).

С ковидом у нас, ну, уменьшение зарплат и доходов получилось. Но стараемся как-то выживать. Уменьшилась [зарплата]. Наполовину.

Из глубинного интервью в Екатеринбурге. Мигрант из Таджикистана, 42 года

Как вы сами видите, у нас из-за пандемии, естественно, урезали зарплату, 20 тысяч получаем на данное время, и естественно, это нас не устраивает. Потому что у нас квартира очень дорогая, во-первых. За квартиру мы должны оплачивать 10 тысяч. А 20 тысяч за месяц, я думаю, что это ни на что не хватает.

Из глубинного интервью в Москве.
Мигрантка из Кыргызстана, 34 года

Пандемия COVID-19 в апреле – июле 2020 года внесла серьезные изменения в

финансовое положение опрошенных респондентов (табл. 48): с разной степенью тяжести положение ухудшилось у трех из четырех опрошенных мигрантов. У 8 % возник долг, у 32 % уменьшился доход и возникли финансовые трудности, а у 34 % доход уменьшился, но финансовых трудностей удалось избежать. Изменение финансовой ситуации тяжелее отразилась на женщинах: долг возник у 9 % из них (у мужчин – у 7 %), у 38 % доход уменьшился и возникли финансовые трудности (у мужчин – у 28 %).

Рисунок 39.1. Распределение респондентов по испытываемым ими сложностям в связи с пандемией COVID-19 (выбор нескольких вариантов ответов) (по полу), %

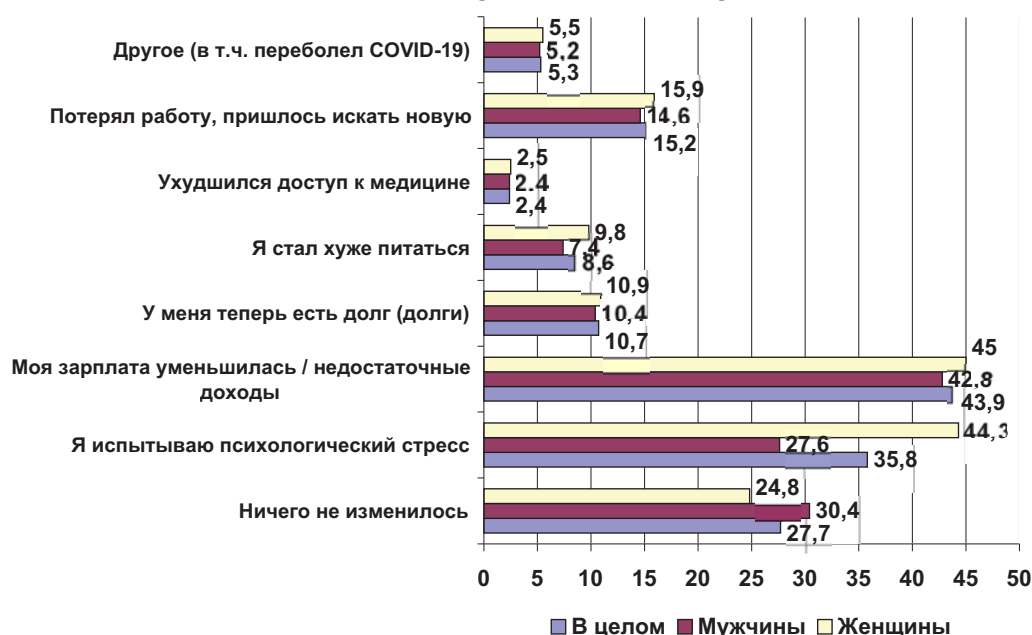


Рисунок 39.2. Распределение респондентов по испытываемым ими сложностям в связи с пандемией COVID-19 (выбор нескольких вариантов ответов) (по странам), %

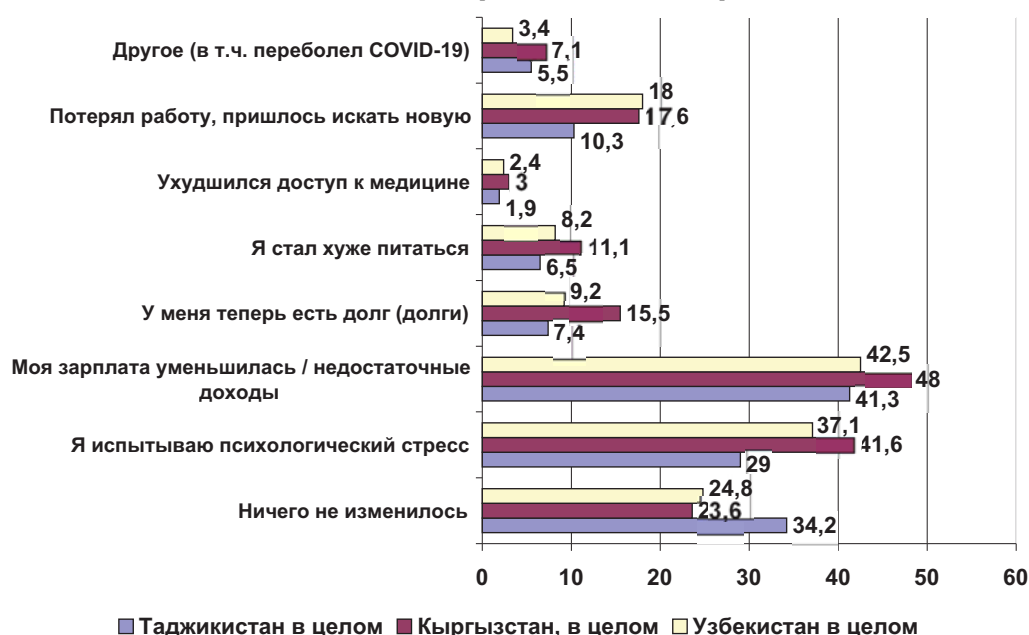


Рисунок 39.3. Распределение респондентов по испытываемым ими сложностям в связи с пандемией COVID-19 (выбор нескольких вариантов ответов) (мужчины по странам), %

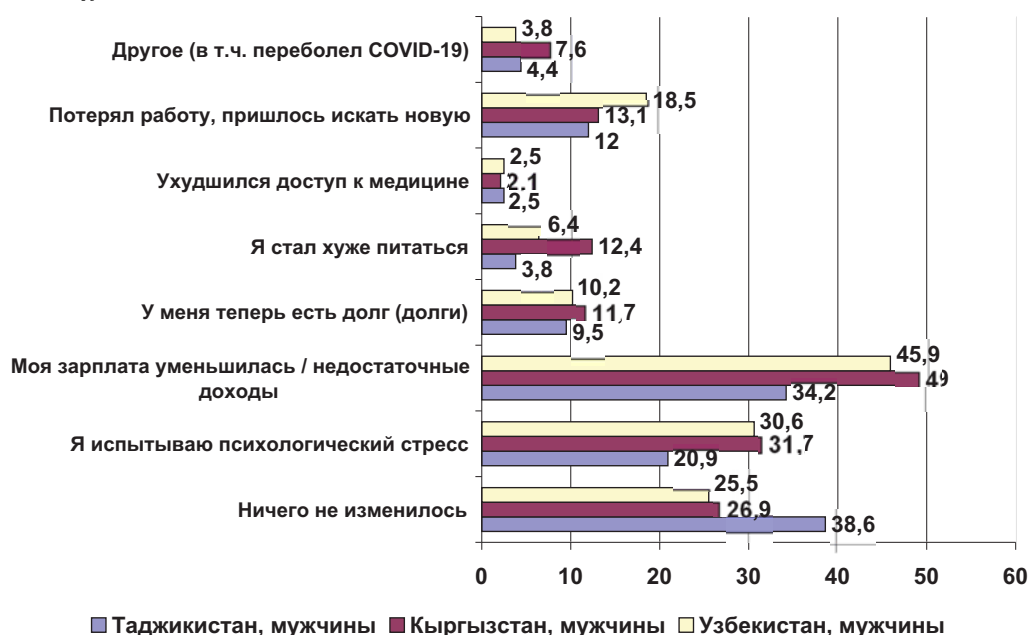


Рисунок 39.4. Распределение респондентов по испытываемым ими сложностям в связи с пандемией COVID-19 (выбор нескольких вариантов ответов) (женщины по странам), %



Попробуем подробнее и более комплексно оценить проблемы респондентов, возникшие в связи с пандемией COVID-19 за весь 2020 год (табл. 49, рис. 39.1–39.4). Конечно, главной сложностью было уменьшение заработной платы и недостаточные доходы, что отметили 44 % респондентов. Но также распространенной проблемой был испытываемый респондентами психологический стресс (у 36 % респондентов). Потеряли работу во время пандемии 28

%, а 11 % обременились долгом в течение 2020 года. Стали хуже питаться 9 %, и у 2 % ухудшился доступ к медицине. Ничего не изменилось у 28 % опрошенных респондентов. Женщины чаще говорили об испытываемом ими психологическом стрессе (44 %), чем мужчины (28 %), и среди них было немного меньше тех, кто заявил, что в связи с пандемией у них ничего не изменилось (25 % против 30 % у мужчин).

Рисунок 40.1. Распределение респондентов по источникам информации о COVID-19 (выбор нескольких вариантов ответов) (по полу), %

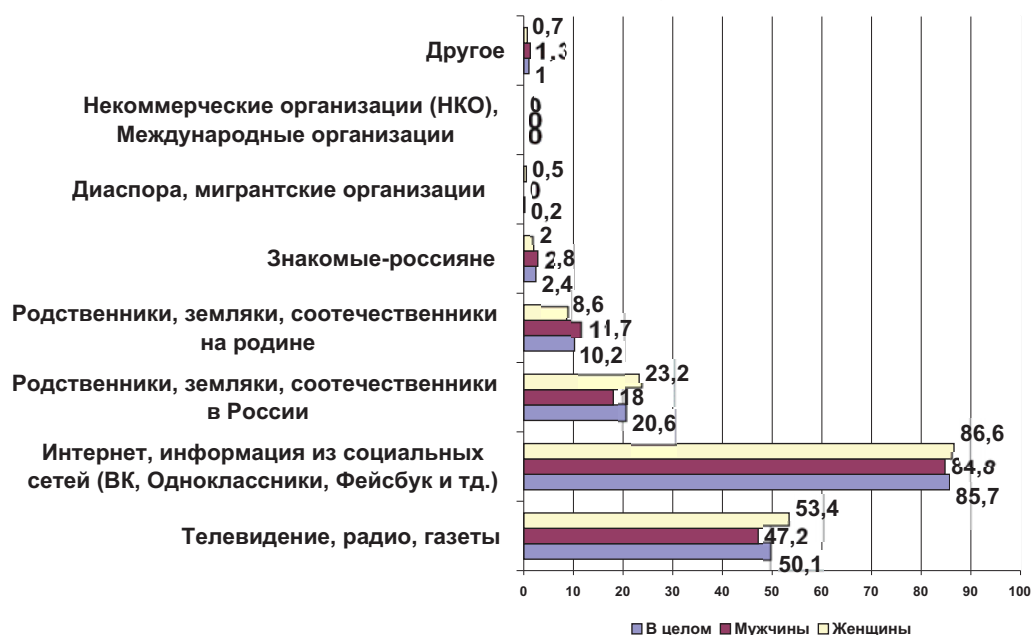


Рисунок 40.2. Распределение респондентов по источникам информации о COVID-19 (выбор нескольких вариантов ответов) (по странам), %

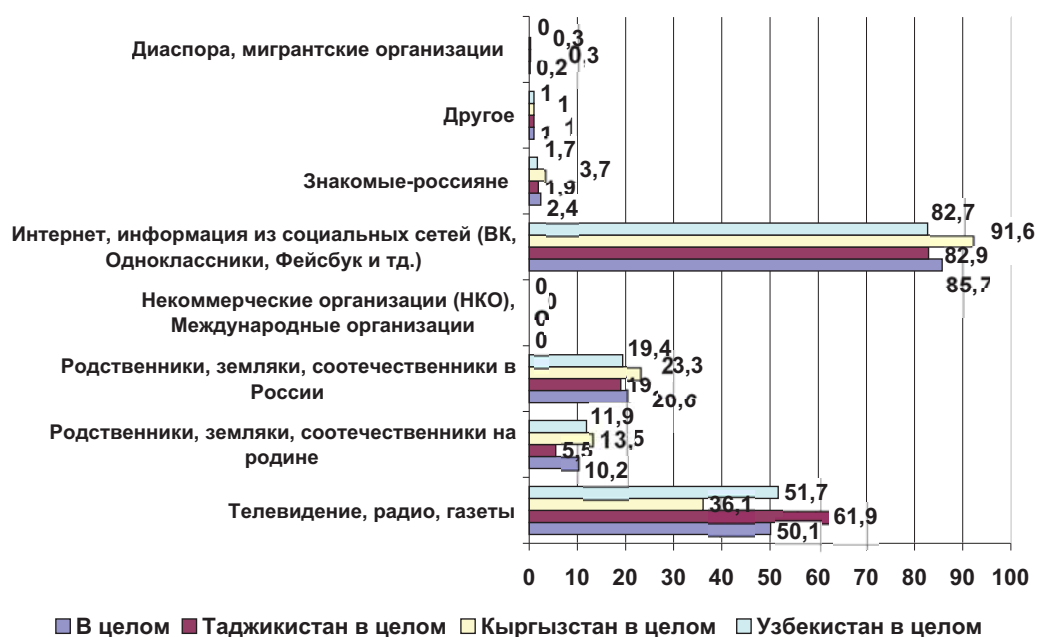


Рисунок 40.3. Распределение респондентов по источникам информации о COVID-19 (выбор нескольких вариантов ответов) (мужчины по странам), %

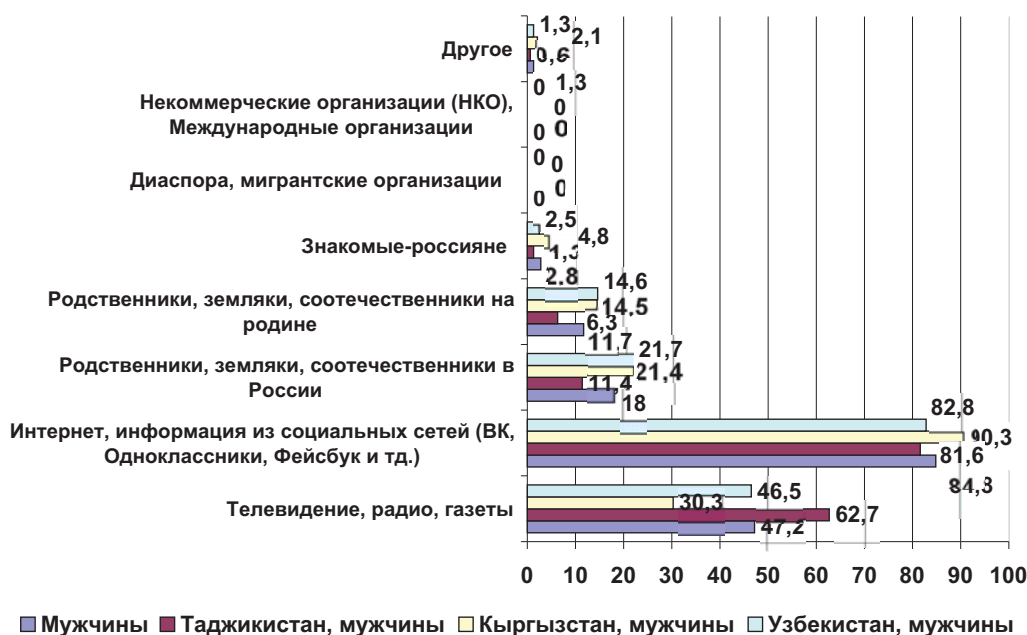
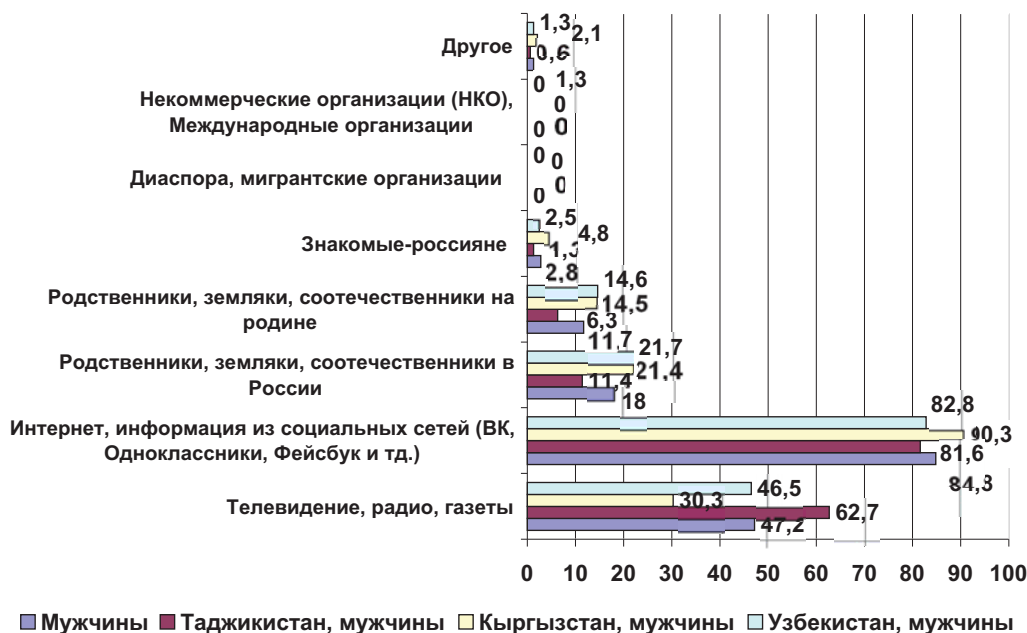


Рисунок 40.4. Распределение респондентов по источникам информации о COVID-19 (выбор нескольких вариантов ответов) (женщины по странам), %



Среди всех источников информации о COVID-19 (табл. 50, рис. 40.1–40.4) главными были сеть Интернет и информация из социальных сетей – об этом заявили 86 % опрошенных респондентов. Далее идет такой источник, как СМИ (телевидение, радио, газеты) – его использовали 50 % опрошенных респондентов. Информация от родственников, земляков, соотечественников в Российской Федерации была важна для 21 % респондентов, а информация от родствен-

ников, земляков, соотечественников на родине – для 10 %. Знакомые-россияне выступали как источник информации только в 2 % случаев. Диаспора, мигрантские организации почти не участвовали в распространении информации о COVID-19 – о них как об источнике информации сообщили менее 1 % опрошенных мигрантов. Некоммерческие организации или международные организации как источник информации о COVID-19 не упомянул ни один участ-

ник опроса. Среди региональных различий использования источников информации о COVID-19 в Санкт-Петербурге можно отметить более низкую роль как массовых СМИ (телевидение, радио, газеты) (16 % против

62 % в Москве и Екатеринбурге), так и родственников, земляков, соотечественников в Российской Федерации (14 % против 22 % в Москве и 24 % в Екатеринбурге).

Рисунок 41.1. Распределение респондентов по ежедневно используемым средствам защиты от COVID-19 (выбор нескольких вариантов ответов) (по полу), %

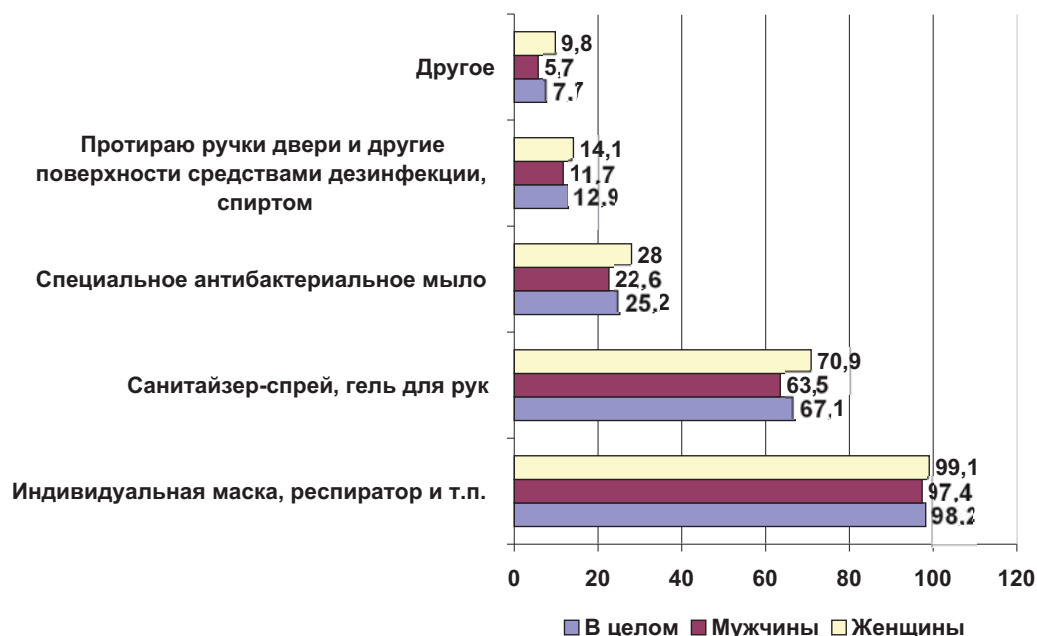


Рисунок 41.2. Распределение респондентов по ежедневно используемым средствам защиты от COVID-19 (выбор нескольких вариантов ответов) (по странам), %

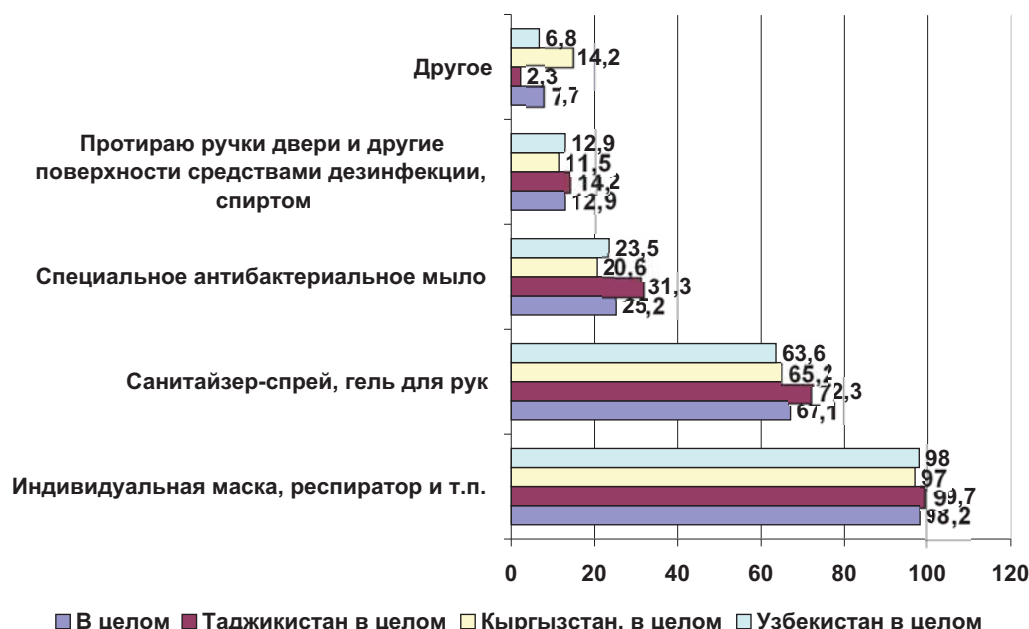


Рисунок 41.3. Распределение респондентов по ежедневно используемым средствам защиты от COVID-19 (выбор нескольких вариантов ответов) (мужчины по странам), %

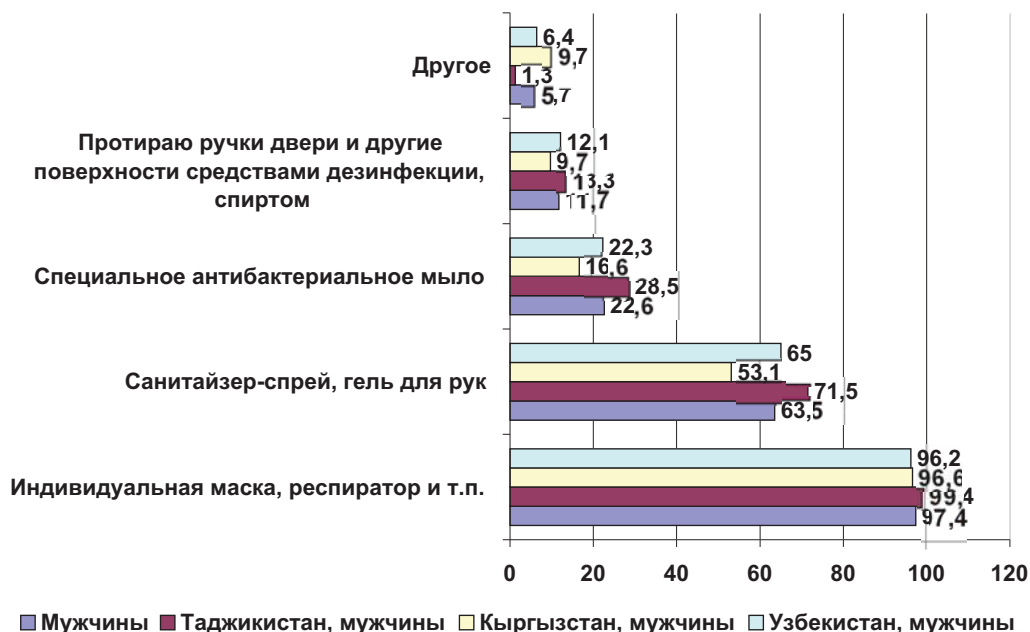


Рисунок 41.4. Распределение респондентов по ежедневно используемым средствам защиты от COVID-19 (выбор нескольких вариантов ответов) (женщины по странам), %



Почти все респонденты (табл. 51, рис. 41.1–41.4) в качестве ежедневного средства защиты использовали индивидуальные маски или респираторы (98 %), а 67 % каждый день использовали санитайзер-спрей или гель для рук. Специальное антибактериальное мыло использовали 25 % мигрантов, а 13 % протирали ручки дверей и другие поверхности средствами дезинфекции, спиртом. Опрос показал, что мигранты почти не использовали такие меры защиты от COVID-19, как избегание многолюдных

мест, удаленная работа из дома или соблюдение социальной дистанции. Это происходило из-за специфики занятости и условий проживания мигрантов Центральной Азии в Российской Федерации: их сферы занятости редко позволяют перейти к удаленной работе из дома или избежать контактов с другими людьми, так как в основном связаны с оказанием услуг, а соблюдение социальной дистанции малореально еще и из-за скученности проживания (табл. 53, рис. 43). Женщины в условиях пандемии

COVID-19 в целом ответственнее подходят к защите своего здоровья, чем мужчины. Так, в качестве ежедневного средства защиты использовали индивидуальные маски или респираторы 99 % из них (97 % у мужчин), 71 % каждый день использовали санитайзер-спрей или гель для рук (63 % у мужчин), специальное антибактериальное мыло использовали 28 % женщин (23 % у мужчин), а 14 % протирали ручки дверей и другие поверхности средствами дезинфекции, спиртом (12 % у мужчин).

2.6. Жилищные условия

Жилищные условия у большинства обследованных респондентов сложно назвать комфортными (табл. 52, рис. 42.1–42.4). Примерно половина респондентов (45 %) снимает жилье совместно с другими людьми (земляками, друзьями и т. д.), каждый десятый живт в общежитии (11 %) и 6 % живут на месте работы. Только 4 %

имеют собственное жилье (квартира, комната или дом), как правило, использующееся совместно с другими родственниками, а треть респондентов (33 %) снимают отдельное жилье только для себя и своей семьи. Среди тех, кто снимает жилье для личного проживания или совместного проживания с родственниками, женщин значительно больше, чем мужчин (41 % против 26 %).

При рассмотрении жилищных условий в разрезе стран видно, что мигранты из Кыргызстана живут немного комфортнее, чем прочие мигранты: среди них больше тех, кто снимает жилье для личного проживания или совместного проживания с родственниками (37 %), и меньше тех, кто проживает прямо на месте работы (3 %). Хуже остальных жилищные условия у мигрантов из Узбекистана – они чаще остальных мигрантов живут в общежитии (14 %) и реже других снимают жилье для личного проживания или совместного проживания с родственниками (31 %).

Рисунок 42.1. Распределение респондентов по типу жилья в Российской Федерации (по полу), %

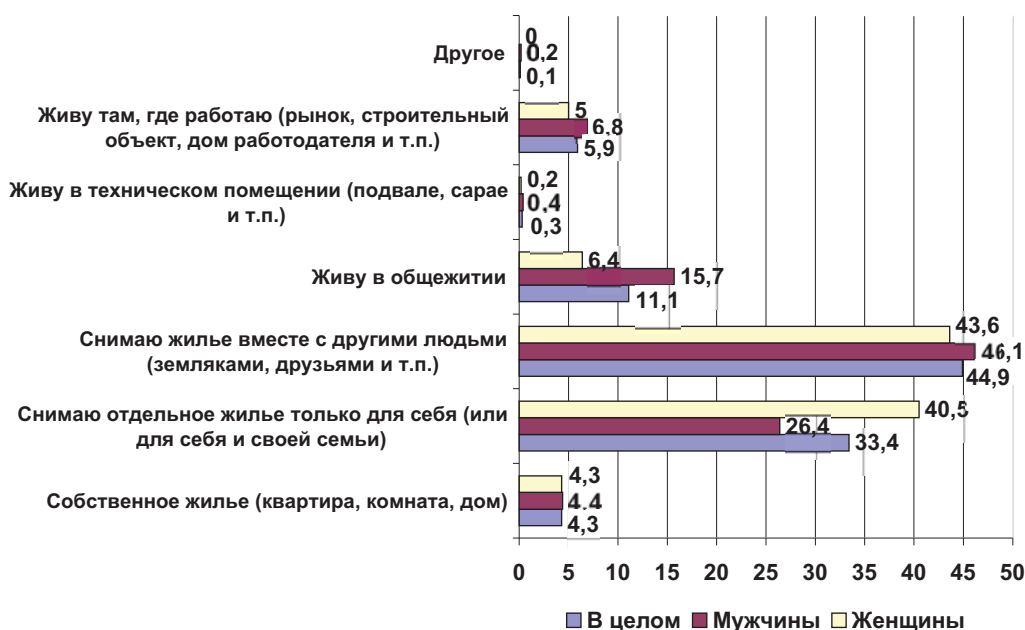


Рисунок 42.2. Распределение респондентов по типу жилья в Российской Федерации (по странам), %

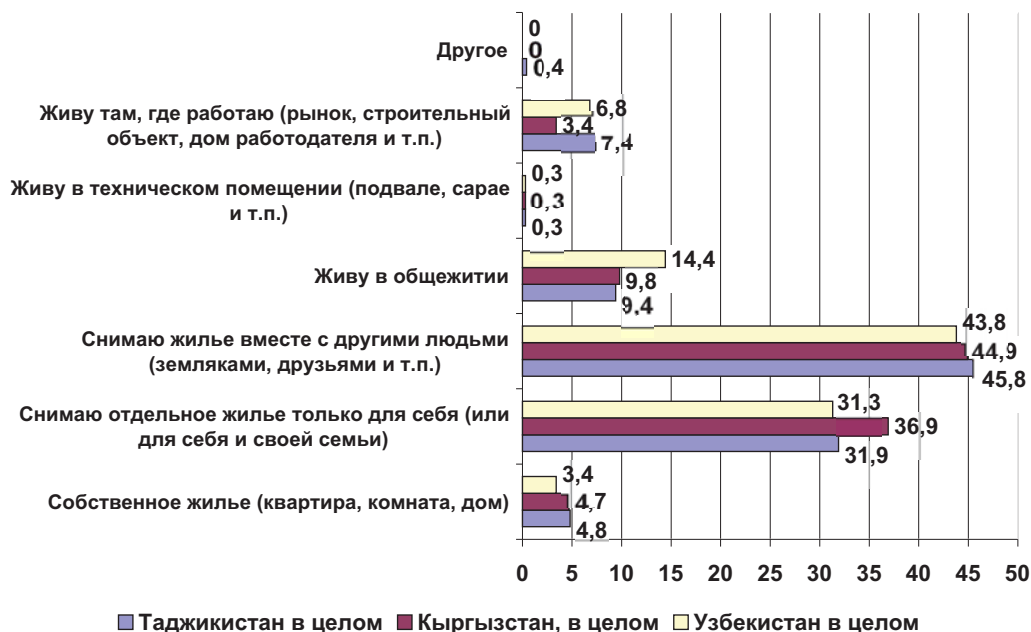
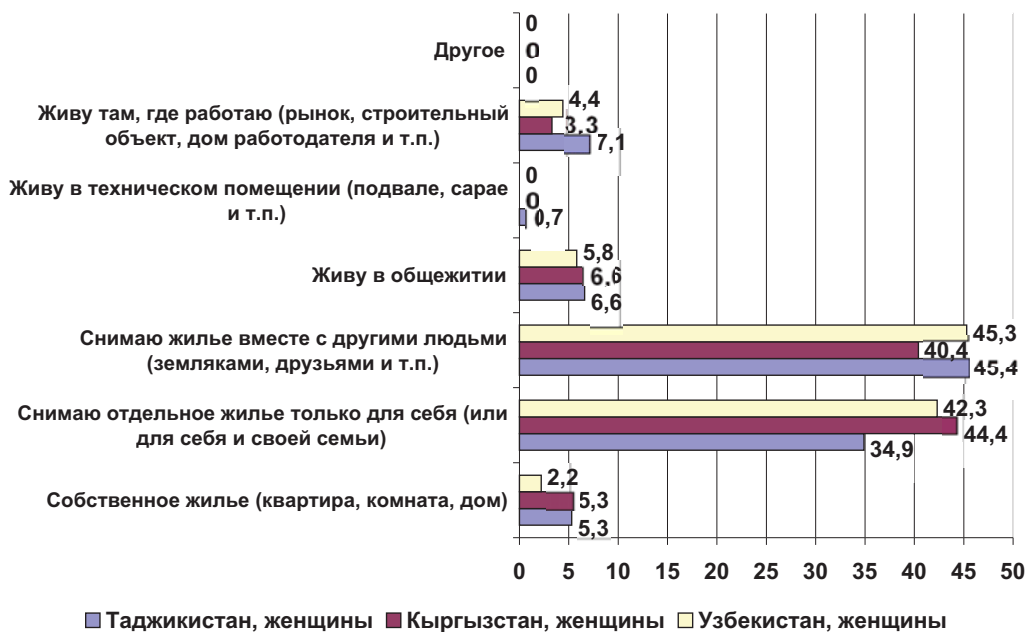


Рисунок 42.3. Распределение респондентов по типу жилья в Российской Федерации (мужчины по странам), %



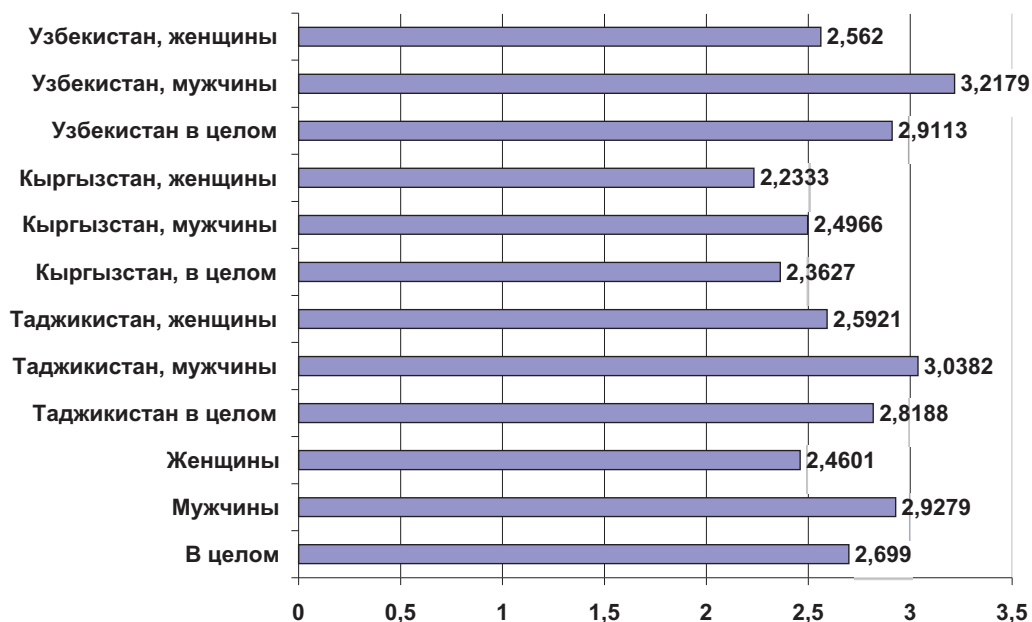
Рисунок 42.4. Распределение респондентов по типу жилья в Российской Федерации (женщины по странам), %



При сравнении по мужским страновым группам видно, что именно мужчины-мигранты из Узбекистана чаще живут в наименее комфортных условиях: они чаще остальных живут в общежитии (22 %) или на месте работы (9 %) и реже других снимают жилье для личного проживания или совместного проживания с родственника-

ми (21 %). Среди женщин наименее комфортно проживают в Российской Федерации мигрантки из Таджикистана – они реже остальных снимают жилье для личного проживания или совместного проживания с родственниками (35 %) и немного чаще живут на месте работы (7 %).

Рисунок 43. Распределение респондентов по количеству человек, проживающих с ним в одной комнате (за исключением самого респондента) (по полу), человек



При рассмотрении распределения опрошенных мигрантов по количеству человек, проживающих с респондентом в одной комнате (за исключением самого

респондента), мы видим, что в основном в одной комнате с мигрантом проживают не менее 2–3 человек (табл. 53, рис. 43). Как и при распределении по типу жилья, мы ви-

дим, что женщины живут в несколько более комфортных условиях, чем мужчины, мигранты из Кыргызстана живут немного

комфортнее мигрантов из других стран, а мужчины из Узбекистана в среднем живут с большим числом соседей.

2.7. Здоровье

К сожалению, большая часть мигрантов из Центральной Азии в Российской Федерации не уделяет достаточно внимания профилактическому надзору за здоровьем и посещает врачей только тогда, когда в этом возникает острая необходимость, –

об этом заявили 44 % из них (табл. 56, рис. 44.1–44.4). У 22 % есть платная медицинская страховка, 10 % принимают лекарства, которые им советуют знакомые, а 13 % заявили, что никак не лечатся.

Рисунок 44.1. Распределение респондентов по форме лечения в Российской Федерации (по полу), %

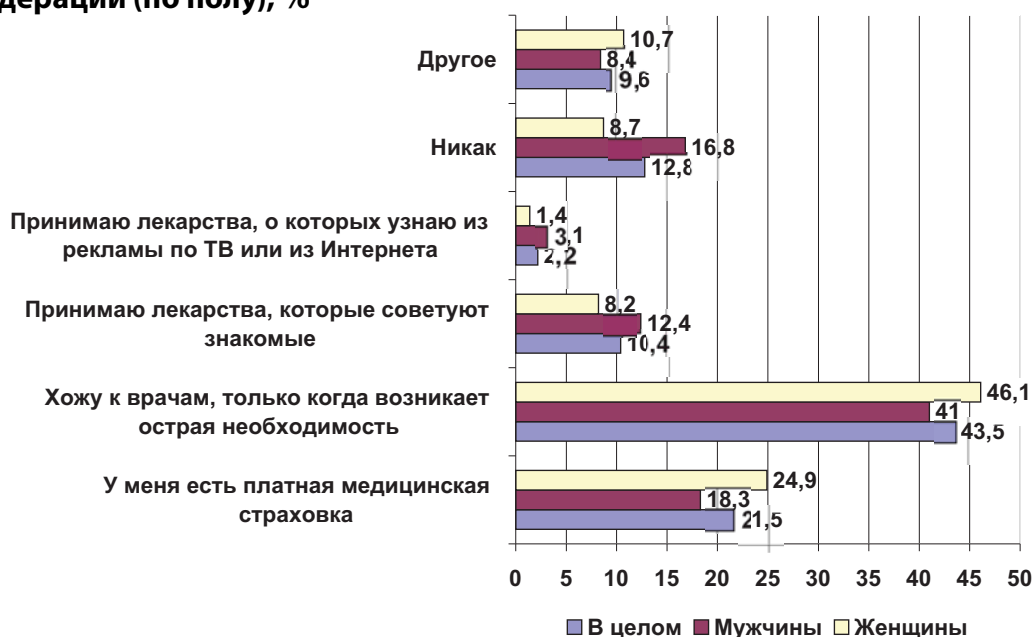


Рисунок 44.2. Распределение респондентов по форме лечения в Российской Федерации (по странам), %

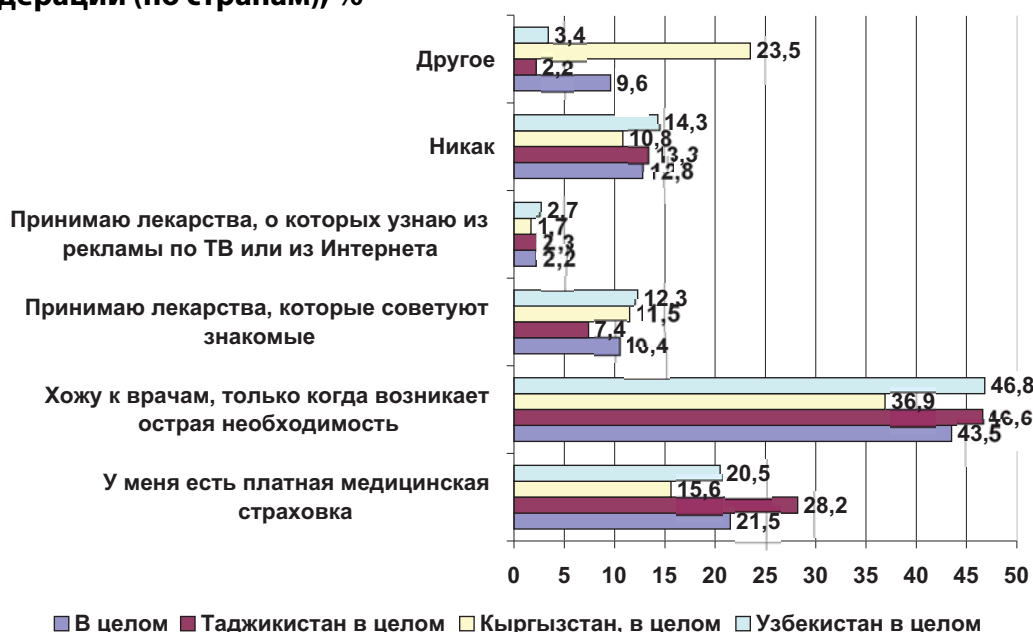


Рисунок 44.3. Распределение респондентов по форме лечения в Российской Федерации (мужчины по странам), %

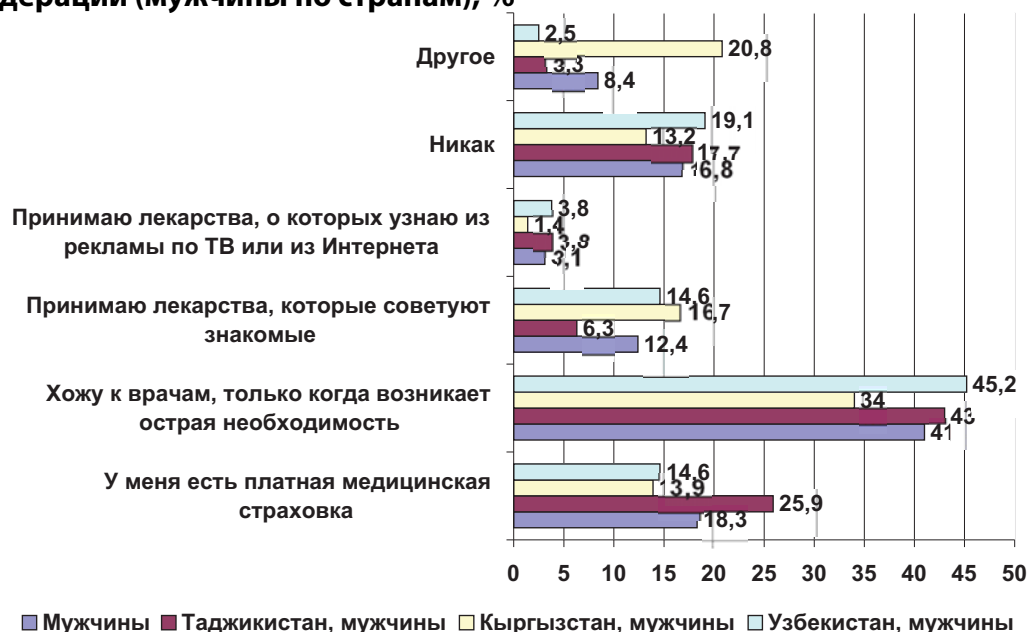


Рисунок 44.4. Распределение респондентов по форме лечения в Российской Федерации (женщины по странам), %



В основном мигранты оценивают свое здоровье как хорошее (табл. 54, рис. 45.1–45.4) – об этом заявили три четверти опрошенных респондентов (76 %), тогда как удовлетворительным состояние своего здоровья признали 23 %, а плохим – 1 %. Но среди тех, кто определил свое здоровье как удовлетворительное, женщин было в

два раза больше, чем мужчин (31 % против 16 %). В разрезе стран видно, что среди мигрантов из Кыргызстана больше тех, кто определил состояние своего здоровья как удовлетворительное – 27 % против 22 % у мигрантов из Узбекистана и 21 % у мигрантов из Таджикистана.

Среди мужчин выделяются более креп-

Рисунок 45.1. Распределение респондентов по мнению о состоянии их здоровья (по полу), %

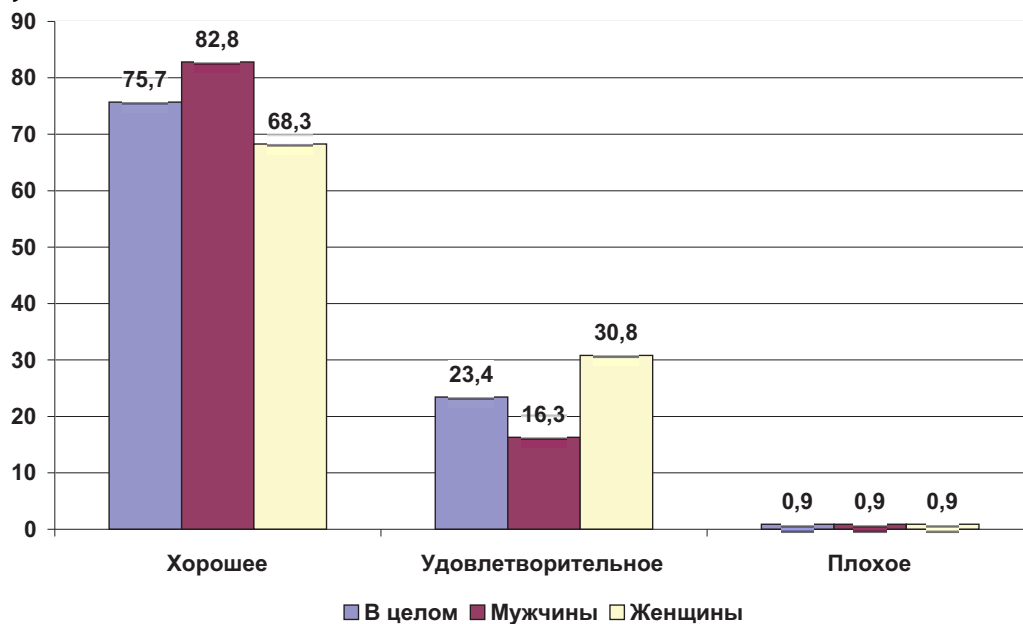


Рисунок 45.2. Распределение респондентов по мнению о состоянии их здоровья (по странам), %

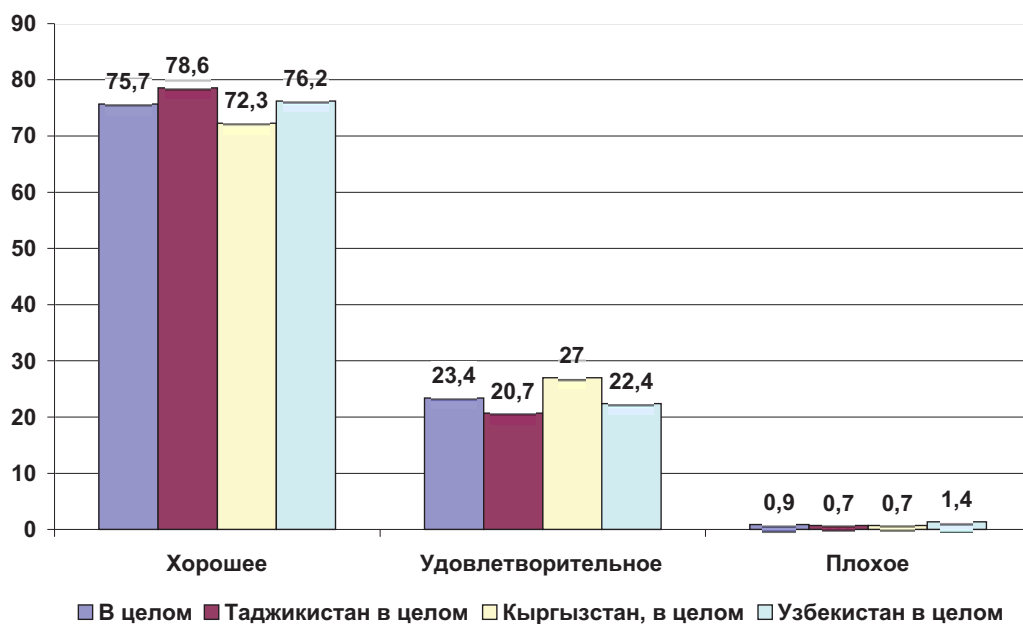


Рисунок 45.3. Распределение респондентов по мнению о состоянии их здоровья (мужчины по странам), %

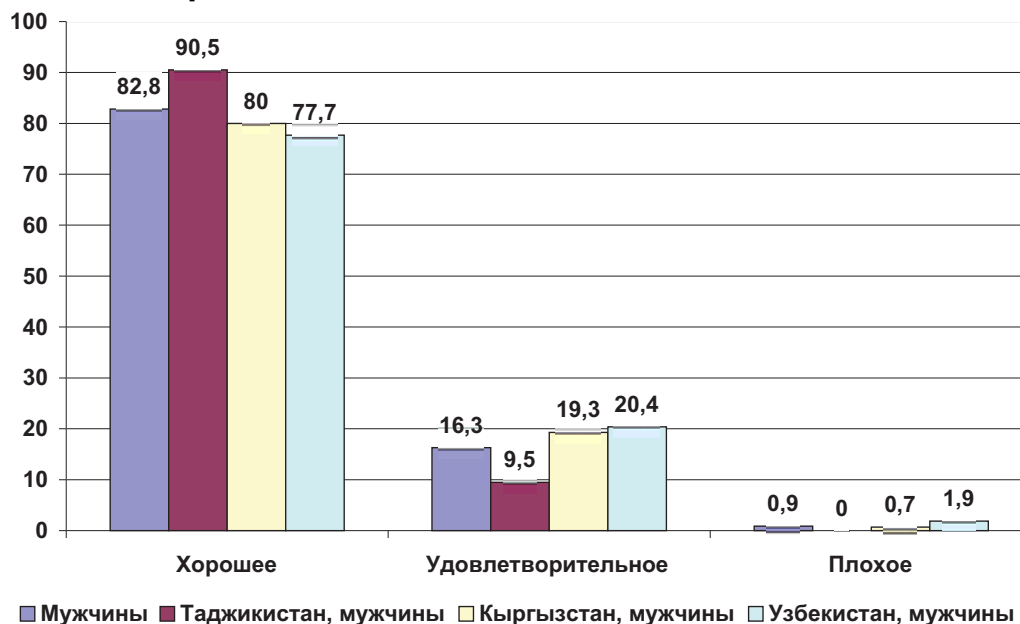
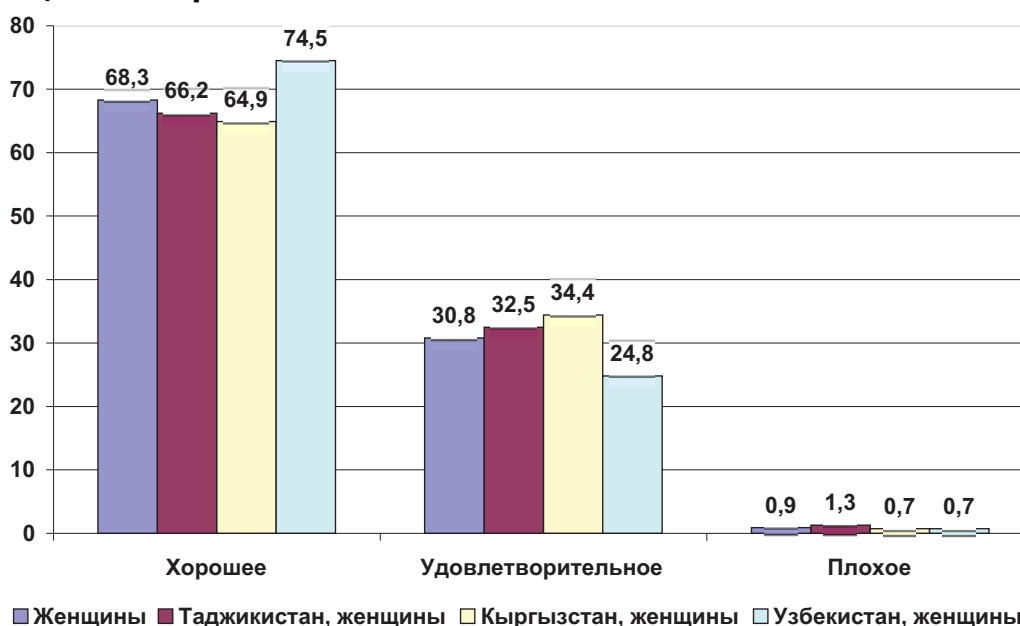


Рисунок 45.4. Распределение респондентов по мнению о состоянии их здоровья (женщины по странам), %



ким здоровьем мигранты из Таджикистана, которые реже (в 10 % случаев), чем мигранты из Кыргызстана (в 19 % случаев) или мигранты из Узбекистана (в 20 % случаев), определяли свое здоровье как удовлетворительное. Среди женщин треть из Кыргызстана (34 %) и треть из Таджикистана (33

%), а также четверть женщин-мигрантов из Узбекистана (25 %) определили свое здоровье как удовлетворительное.

Состояние здоровья за последний год ухудшилось у 12 % опрошенных (табл. 55, рис. 46.1–46.4).

В связи с тем, что мигрантам из Кыргы-

Рисунок 46.1. Распределение респондентов по изменению состояния их здоровья за последний год (по полу), %

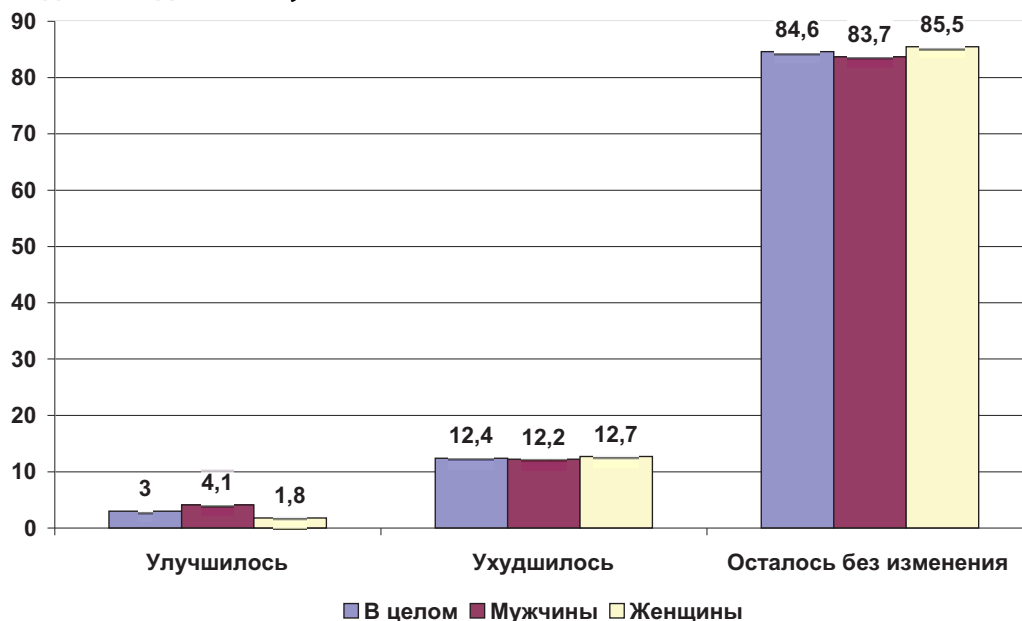


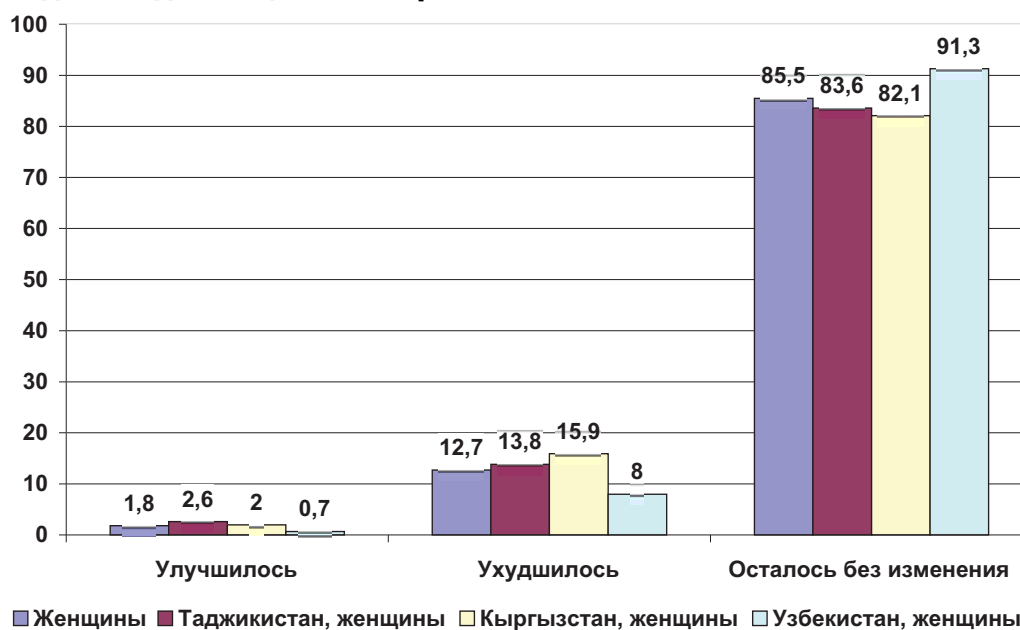
Рисунок 46.2. Распределение респондентов по изменению состояния их здоровья за последний год (по странам), %



Рисунок 46.3. Распределение респондентов по изменению состояния их здоровья за последний год (мужчины по странам), %



Рисунок 46.4. Распределение респондентов по изменению состояния их здоровья за последний год (женщины по странам), %



зстана с 2015 года не нужно получать патент для трудоустройства в Российской Федерации, для них не обязательным стало прохождение медосмотра, в том числе флюорографии и тестирования на ВИЧ-инфекцию. Исследования показывают³, что

³ Насритдинов Э.З., Олимова С.К., Полетаев Д.В. Анализ конъюнктуры рынка труда в РФ в целях эффективного трудоустройства трудящихся-мигрантов из КР и РТ. Трудовая миграция в РФ, КР и РТ. Аналитический доклад. – Бишкек: Тянь-Шаньский аналитический центр, 2016.

это уже отразилось на охвате мигрантов из Кыргызстана тестированием на ВИЧ и флюорографией, что, безусловно, свидетельствует о необходимости усиления медицинского контроля за здоровьем мигрантов из Кыргызстана.

Так, последний раз флюорографию делали в 2020 году 56 % таджикистанцев и 55 % узбекистанцев и только 32 % кыргызстанцев (табл. 57, рис. 47.1–47.4). В 2019 году флюорографию проходили 33 % таджики-

станцев и 32 % узбекистанцев, но только 19 % кыргызстанцев. Ранее чем в 2019 году флюорографию делали 11 % таджикстанцев, 10 % узбекистанцев и 41 % (!) кыргызстанцев. Очевидно, что уровень осведом-

ленности о состоянии своего здоровья у кыргызстанцев, не обязанных проходить обязательный медосмотр, намного ниже, чем у таджикстанцев и узбекистанцев, которые обязаны это делать.

Рисунок 47.1. Распределение респондентов по срокам прохождения флюорографии в Российской Федерации (по полу), %

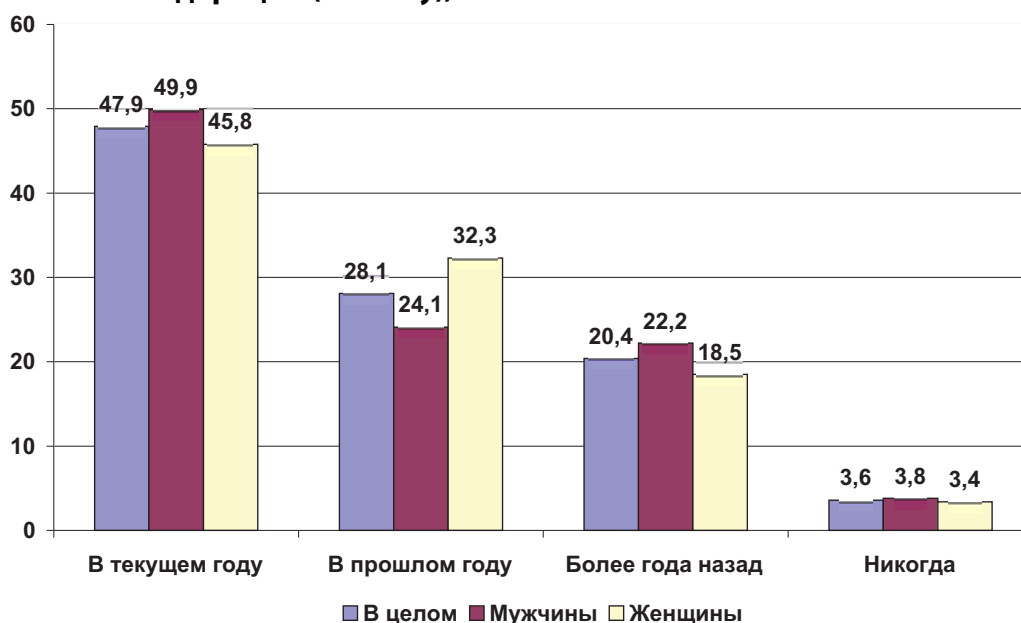


Рисунок 47.2. Распределение респондентов по срокам прохождения флюорографии в Российской Федерации (по странам), %

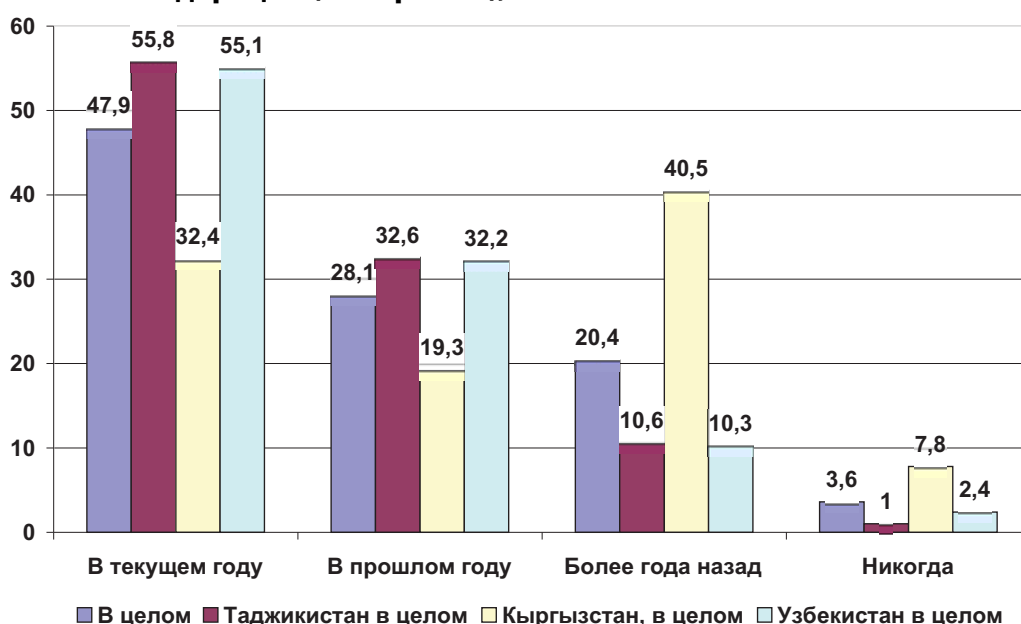


Рисунок 47.3. Распределение респондентов по срокам прохождения флюорографии в Российской Федерации (мужчины по странам), %

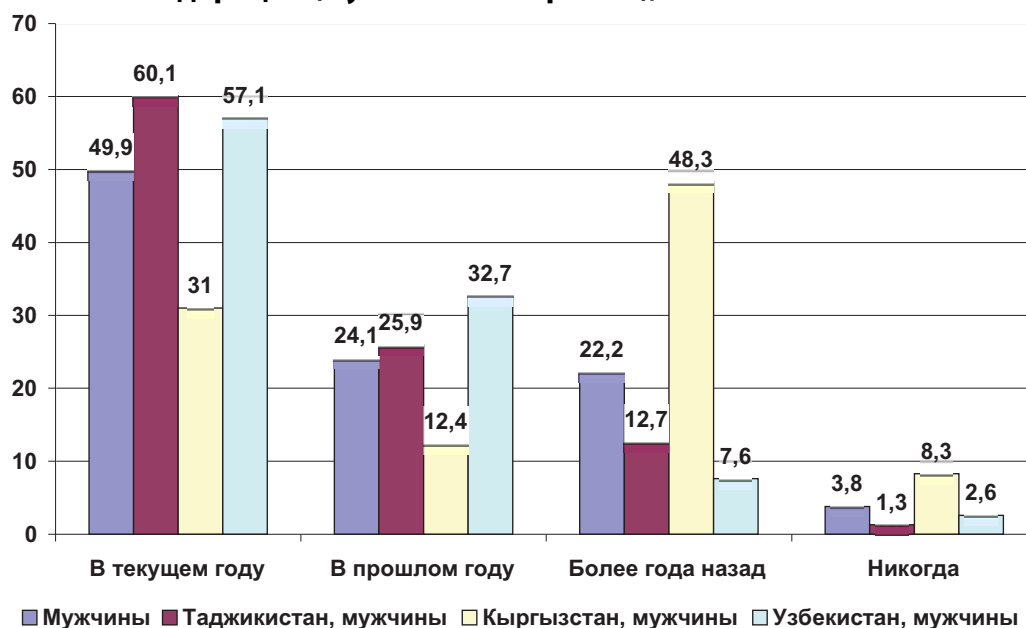
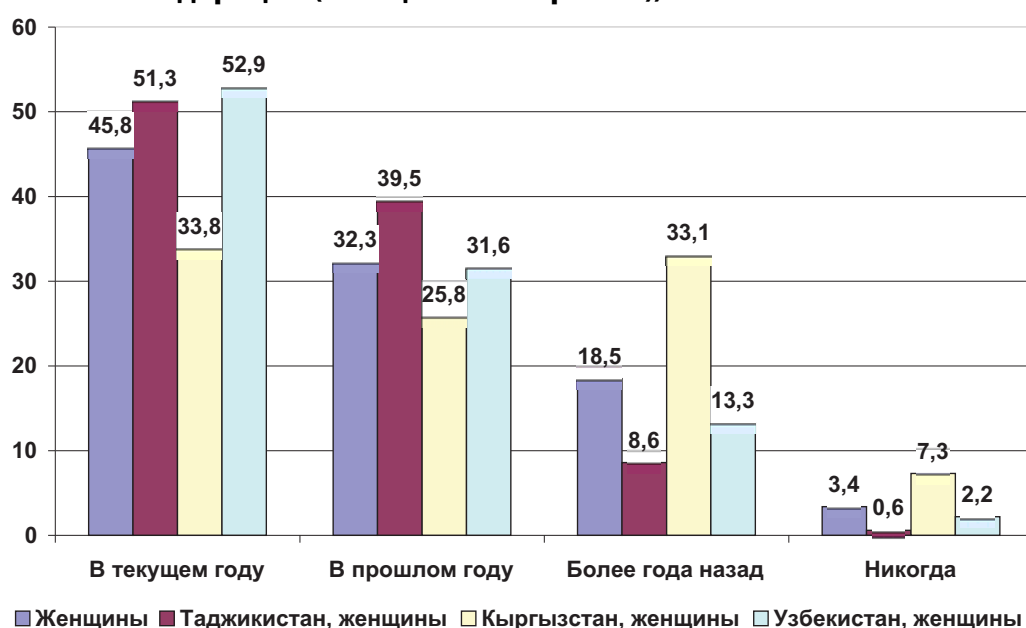


Рисунок 47.4. Распределение респондентов по срокам прохождения флюорографии в Российской Федерации (женщины по странам), %



При рассмотрении по группам стран и полу мы видим, что мужчины из Кыргызстана безответственнее женщин из Кыргызстана подходят к вопросу профилактики туберкулеза: половина (!) (48 %) мужчин-мигрантов из Кыргызстана делали флюорографию более года назад, тогда как среди женщин-мигрантов из Кыргызстана так редко делает флюорографию каждая третья (33 %).

К сожалению, с прохождением теста на ВИЧ-инфекцию дела обстоят не лучше

(табл. 58, рис. 48.1–48.4). Кыргызстанцев, прошедших в 2020 году тест на ВИЧ-инфекцию, 27 %, а среди таджикистанцев таких 53 % и среди узбекистанцев – 51 %. Прошедших тест на ВИЧ-инфекцию в 2019 году кыргызстанцев 14 %, таджикистанцев – 28 % и узбекистанцев – 35 %. Ранее чем в 2019 году тест на ВИЧ-инфекцию проходили 37 % кыргызстанцев, 13 % таджикистанцев и 10 % узбекистанцев. Никогда не делали тест на ВИЧ 23 % кыргызстанцев, 6 % таджикистанцев и 5 % узбекистанцев.

Рисунок 48.1. Распределение респондентов по срокам прохождения теста на ВИЧ-инфекцию в Российской Федерации (по полу), %

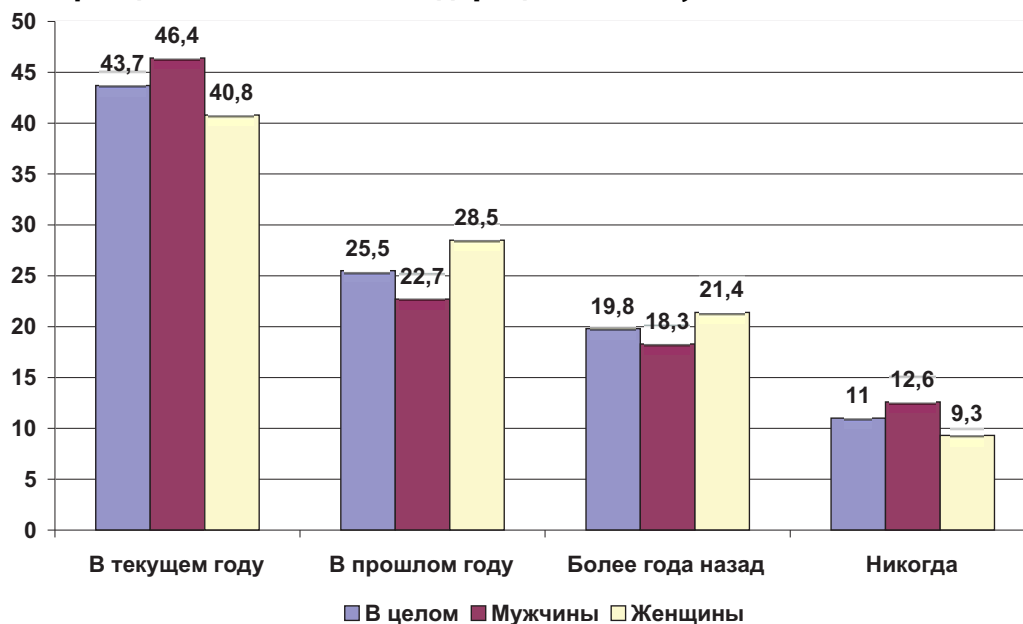


Рисунок 48.2. Распределение респондентов по срокам прохождения теста на ВИЧ-инфекцию в Российской Федерации (по странам), %

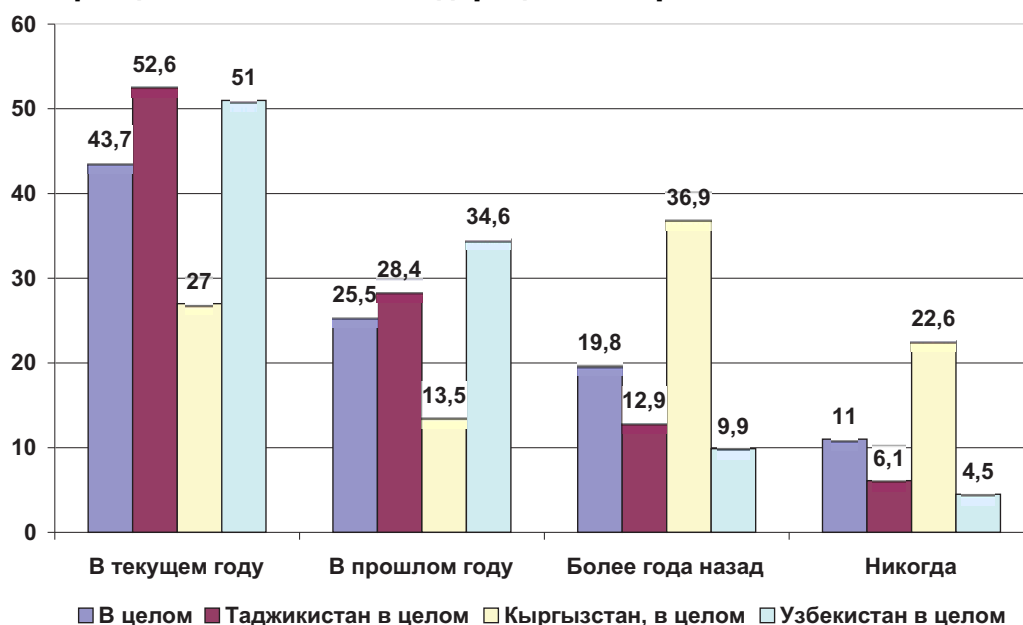


Рисунок 48.3. Распределение респондентов по срокам прохождения теста на ВИЧ-инфекцию в Российской Федерации (мужчины по странам), %

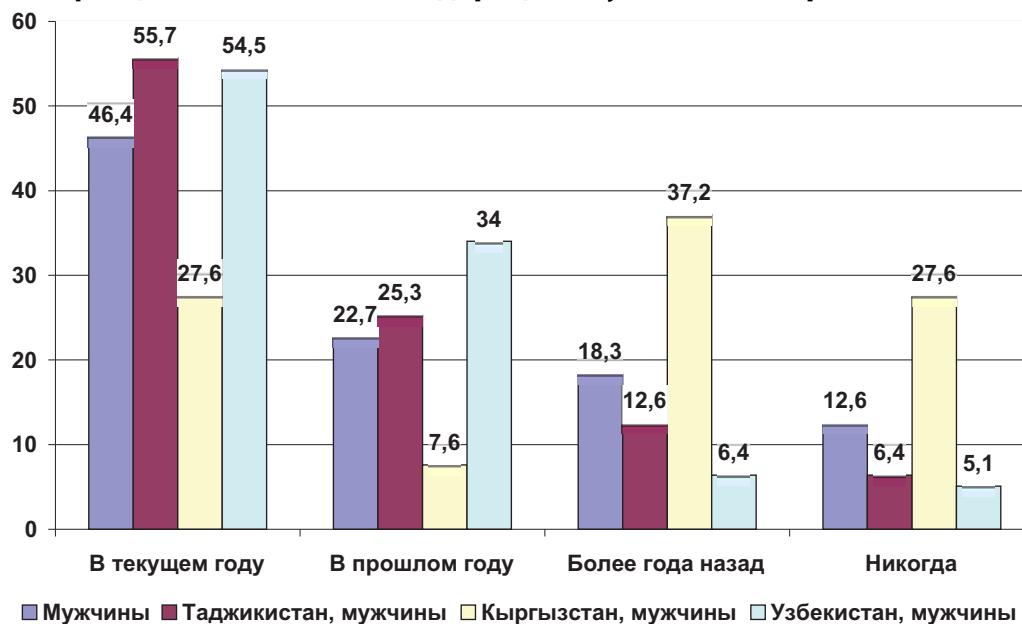
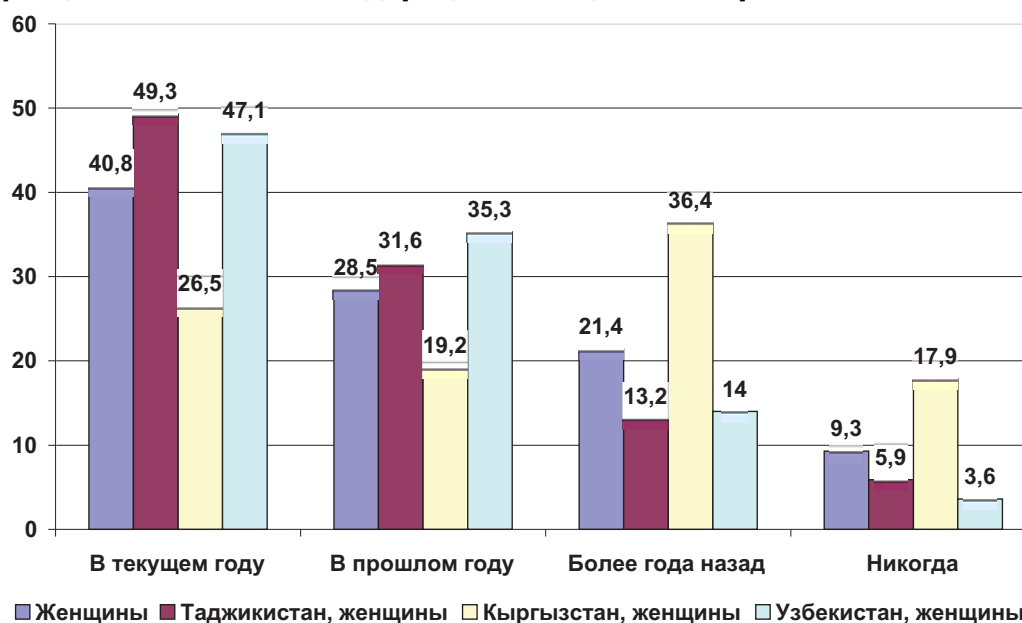


Рисунок 48.4. Распределение респондентов по срокам прохождения теста на ВИЧ-инфекцию в Российской Федерации (женщины по странам), %



2.8. Беременность, роды и репродуктивные планы у женщин-мигрантов

Одним из трендов трудовой миграции в Российскую Федерацию из Центральной Азии в последнее десятилетие является постепенная феминизация миграции, когда постепенно нарастает доля женщин в общем миграционном потоке⁴.

Если ранее в Российскую Федерацию в основном ехали замужние женщины – трудящиеся мигранты и приезжали они вместе с мужем, то со временем среди мигрантов появились и незамужние молодые женщины, а также разведенные женщины, в том числе из семей, распавшихся в результате трудовой миграции (мужья, длительно находящиеся в трудовой миграции, создава-

ли новые семьи и (или) разводились со своими женами, находящимися на родине)⁵.

Усиление потока женщин – трудящихся мигрантов привело к постепенному увеличению числа детей-мигрантов в Российской Федерации, в том числе рожденных уже в Российской Федерации⁶.

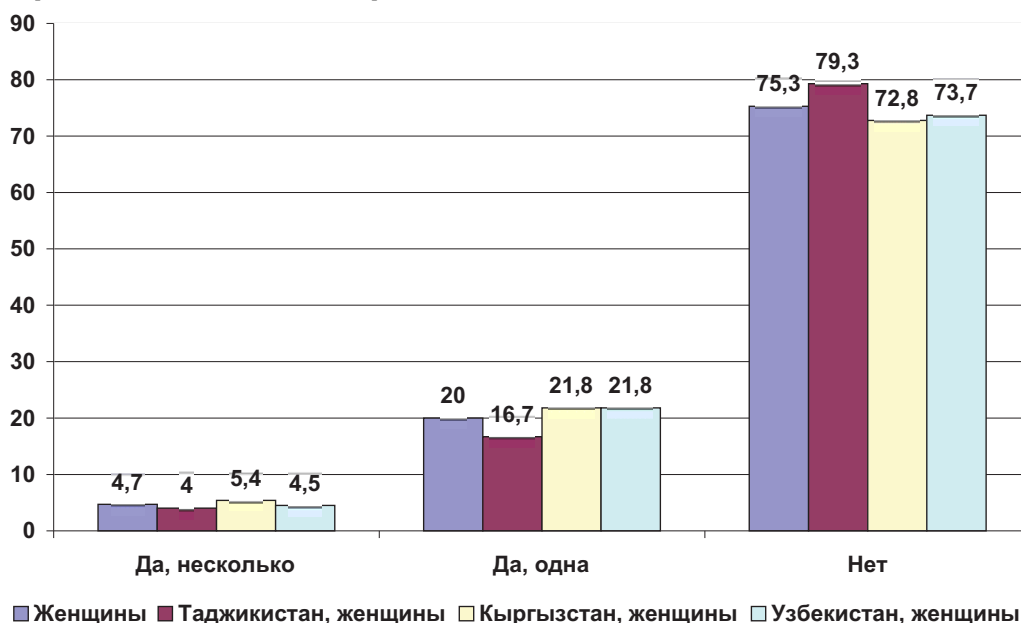
В исследовании удалось оценить численность трудящихся мигрантов-женщин из Таджикистана, Кыргызстана и Узбекистана, имевших беременность во время трудовой миграции. Оказалось, что среди опрошенных женщин каждая четвертая (табл. 59, рис. 49) имела беременность за время пребывания в Российской Федерации (25%), в том числе 5% из них имели несколько беременностей.

⁴ См. Женщины-мигранты из стран СНГ в Российской Федерации. Серия: Миграционный барометр в Российской Федерации. – М.: МАКС Пресс, 2011. – 118 с.; Полетаев Д.В. Феминизация сообществ трудовых мигрантов из Средней Азии: новые социальные роли таджичек и киргизок // Транснациональные миграции и современные государства в условиях экономического кризиса. – М.: РСМД, 2016. – С. 202–232.; Насритдинов Э.З., Олимова С.К., Полетаев Д.В. Анализ конъюнктуры рынка труда в РФ в целях эффективного трудоустройства трудящихся-мигрантов из КР и РТ. Трудовая миграция в РФ, КР и РТ. Аналитический доклад. – Бишкек: Тянь-Шаньский аналитический центр, 2016; Poletaev D. (2019) From Mistrust to Solidarity or More Mistrust? Russia in Global Affairs, vol. 17, 1, 171-200 doi: 10.31278/1810-6374-2019-17-1-171-200.

⁵ Женщины-мигранты из стран СНГ в Российской Федерации. Серия: Миграционный барометр в Российской Федерации. –М.: МАКС Пресс, 2011. – 118 с.

⁶ Полетаев Д.В., Зайончковская Ж.А., Михайлов Д.А. Проблемы защиты прав детей, не имеющих гражданства Российской Федерации, в городе Москва. – М.: Уполномоченный по правам человека в городе Москве, РОО «Центр миграционных исследований», 2018. – 179 с.

Рисунок 49. Распределение респонденток по наличию беременности в Российской Федерации (женщины по странам), %

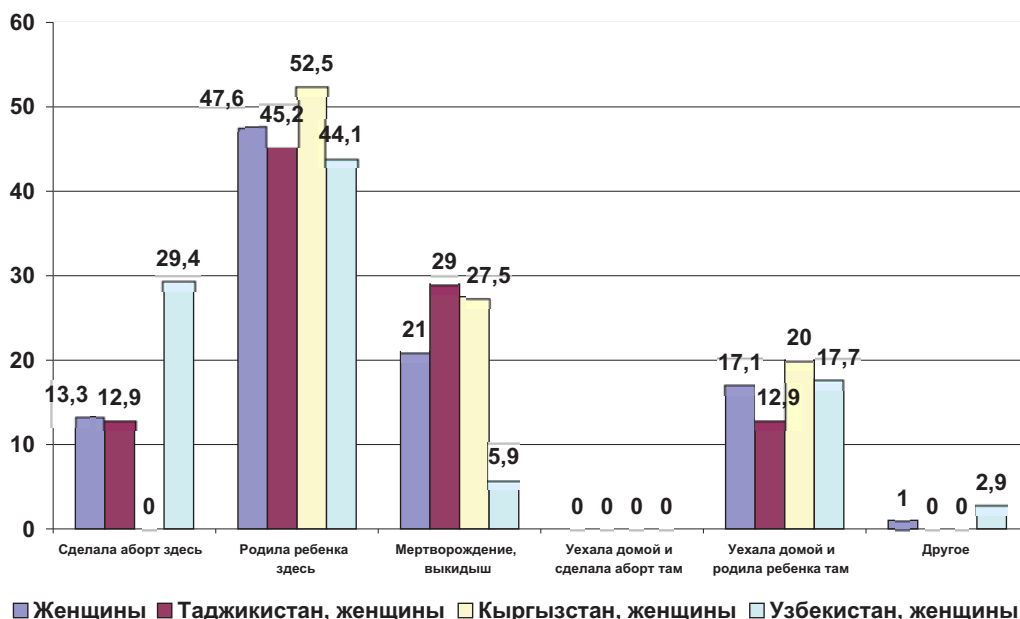


В основном женщины предпочитали рожать ребенка в Российской Федерации (табл. 60, рис. 50): 48 % из них поступают так, а на родину выезжали рожать ребенка 17 % из них.

Тревожным является то, что число женщин, потерявших ребенка из-за выкидыша

и мертворождения (21 %), даже превышает число аборт (13 %). Это говорит, с одной стороны, о плохих условиях, в которых женщины вынашивают ребенка, и, с другой стороны, о неудовлетворительном состоянии здоровья женщин-мигрантов из Центральной Азии в Российской Федерации.

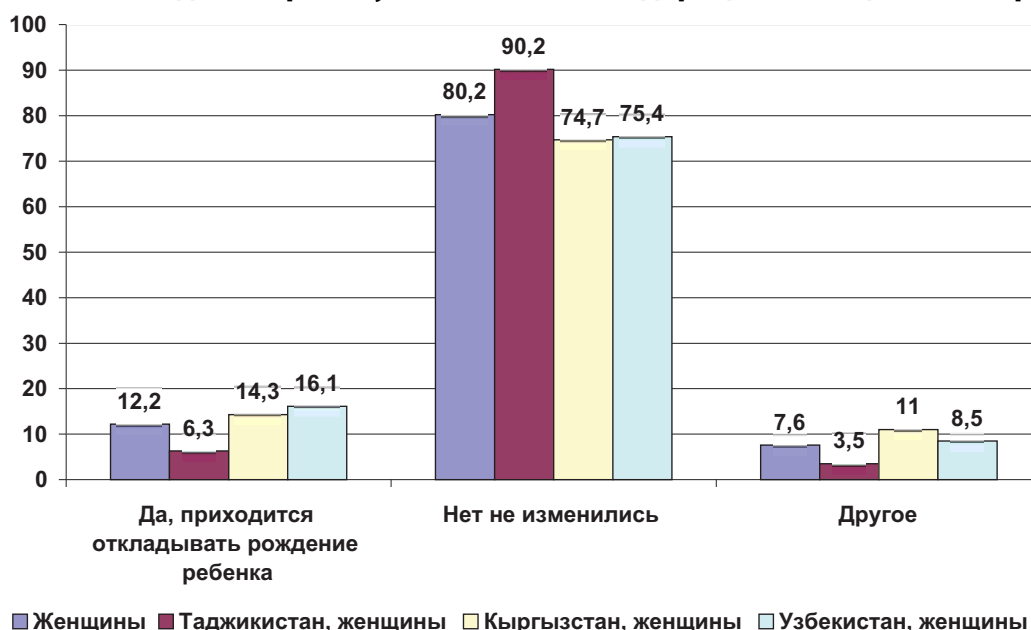
Рисунок 50. Распределение респонденток по итогам беременности в Российской Федерации (женщины по странам), %



Исследование показало, что нахождение в миграции оказывает влияние на изменение репродуктивных планов: 12 %

опрошенных женщин (табл. 61, рис. 51) отложили рождение ребенка в связи с миграцией.

Рисунок 51. Распределение респонденток по изменению планов по рождению детей в связи с отъездом на работу в Российской Федерации (женщины по странам), %



Беременность и роды из Центральной Азии в Российской Федерации уже стали повседневной практикой. Тем не менее условия их пребывания и работы становятся для части таких женщин причиной отложить рождение ребенка на будущее. При этом число трудящихся женщин-мигрантов из Центральной Азии в Российской Федерации, потерявших ребенка из-за выкидыша и мертворождения, превышает число абортс среди них, что свидетельствует о губительных для репродуктивного здоровья таких женщин условий работы и проживания.

Несмотря на лучшие возможности наблюдения беременности в женских консультациях для трудящихся женщин-мигрантов из Кыргызстана, входящего в ЕАЭС, далеко не все из них пользуются такими возможностями. Они не прикрепляются к женским консультациям из-за оформления фиктивных трудовых договоров, что отрезает им возможность получить полис ОМС, предусмотренный в рамках ЕАЭС законодательно при наличии легального трудового договора.

Таким образом, мы наблюдаем весьма тревожную картину – при постепенной

феминизации трудовой миграции из Центральной Азии в Российской Федерации беременность и роды трудящихся женщин-мигрантов проходят у значительной части из них в рискованных условиях, поэтому сложившаяся система охраны женского здоровья и материнства для них в Российской Федерации нуждается в модернизации.

2.9. Интеграция и повседневная жизнь

В целом местное население в РФ, по мнению опрошенных мигрантов (табл. 62, рис. 52.1–52.4), настроено к мигрантам из Центральной Азии скорее положительно. Так, почти две трети (62 %) опрошенных заявили о хорошем отношении к ним со стороны местного населения, а четверть (26 %) – о нейтральном отношении. 1 % опрошенных заявили о враждебном отношении к себе со стороны местного населения, среди них больше женщин (2 %), чем мужчин (1 %), и больше мигрантов из Узбекистана (2,4 %), чем мигрантов из Таджикистана (1,7 %) и Кыргызстана (0,3 %).

Рисунок 52.1. Распределение респондентов по отношению к ним местного населения в Российской Федерации (по полу), %

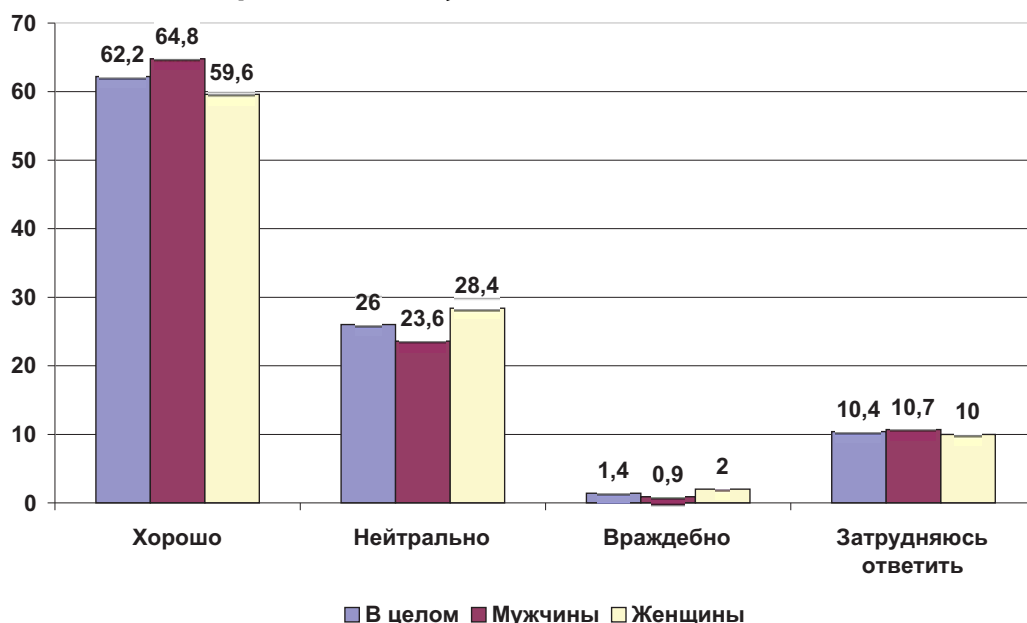


Рисунок 52.2. Распределение респондентов по отношению к ним местного населения в Российской Федерации (по странам), %

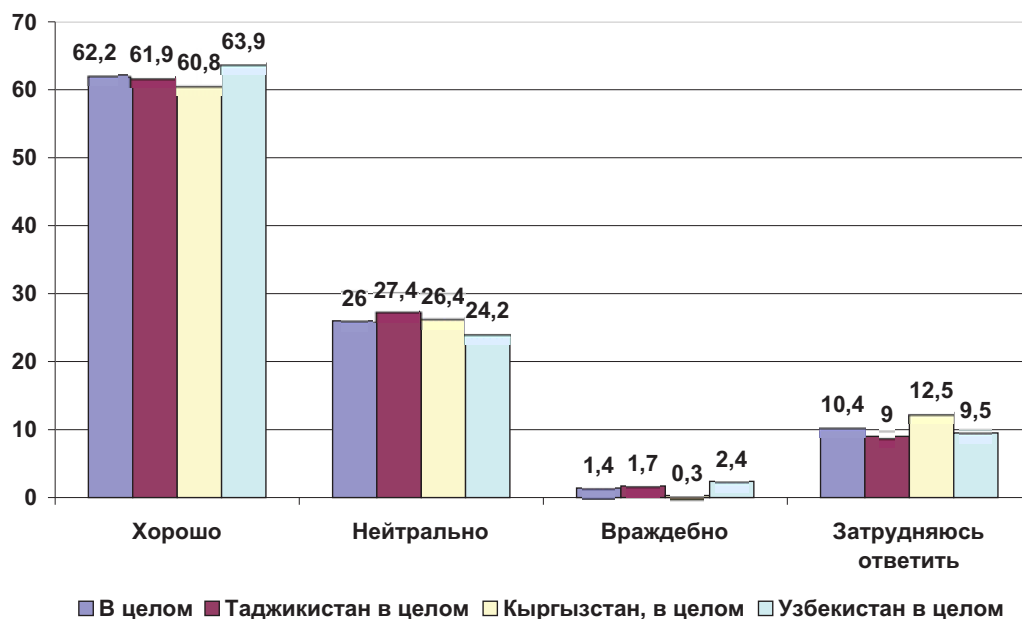


Рисунок 52.3. Распределение респондентов по отношению к ним местного населения в Российской Федерации (мужчины по странам), %

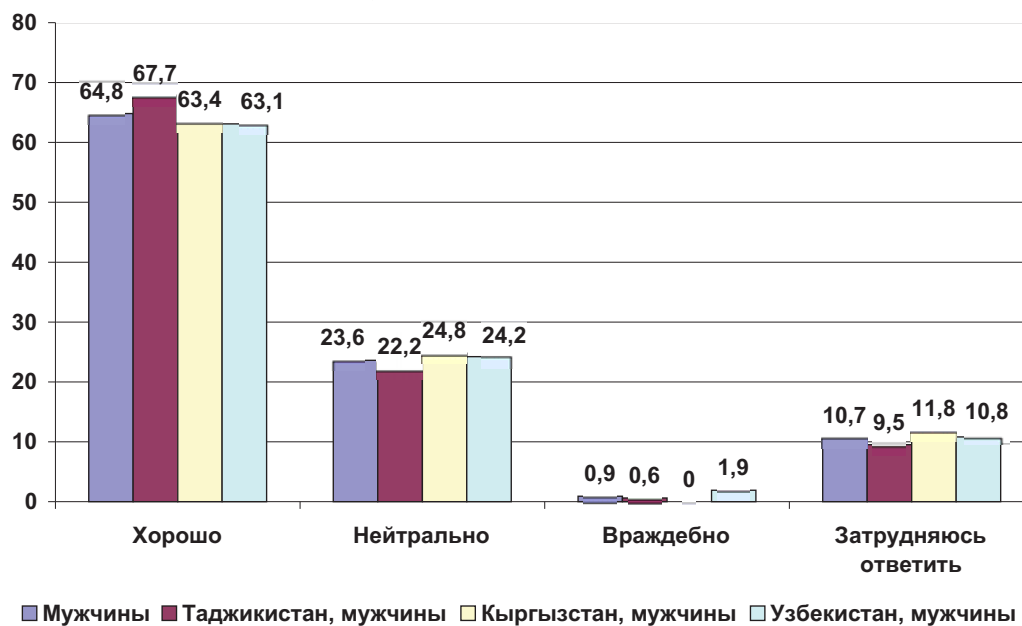
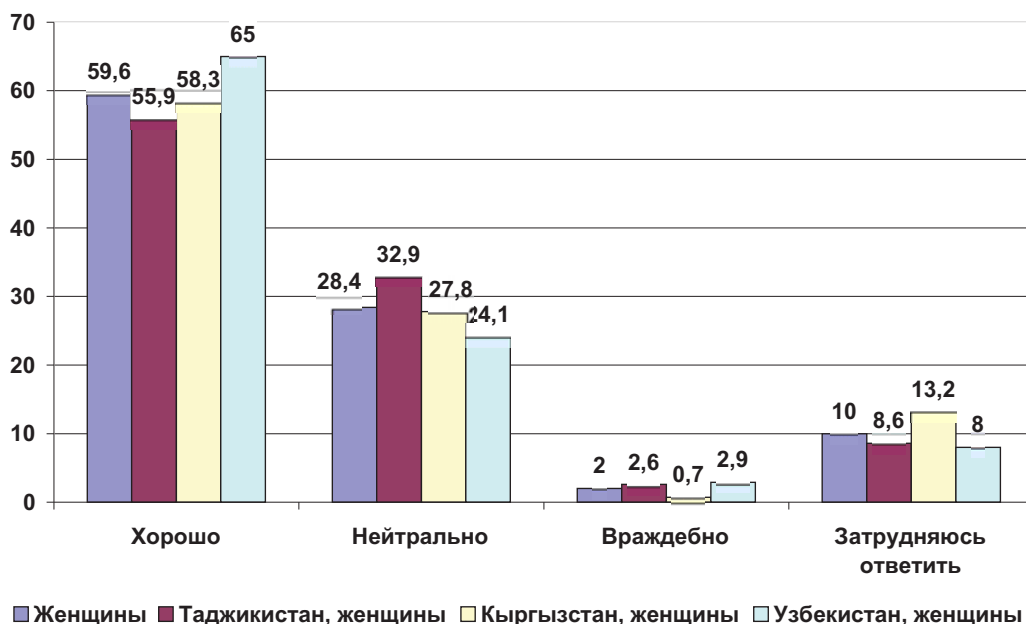


Рисунок 52.4. Распределение респондентов по отношению к ним местного населения в Российской Федерации (женщины по странам), %



Мигранты из Центральной Азии (табл. 63, рис. 53.1–53.4) в критической ситуации чаще всего обратятся к родственникам или землякам в Российской Федерации (в 72 % случаев), тогда как за помощью к местным жителям обратятся только около 5 % из них, а к родственникам или землякам на родине – 32 %.

Такая склонность действовать «через своих» приводит к тому, что мигранты оказываются уязвимыми для недобросовестных дельцов, работающих в рамках мигрантских обществ.

Рисунок 53.1. Распределение респондентов по обращению за помощью в Российской Федерации (выбор нескольких вариантов ответов) (по полу), %



Рисунок 53.2. Распределение респондентов по обращению за помощью в Российской Федерации (выбор нескольких вариантов ответов) (по странам), %



Рисунок 53.3. Распределение респондентов по обращению за помощью в Российской Федерации (выбор нескольких вариантов ответов) (мужчины по странам), %



Рисунок 53.4. Распределение респондентов по обращению за помощью в Российской Федерации (выбор нескольких вариантов ответов) (женщины по странам), %



Повседневное общение, как и поиск помощи в критической ситуации, отчетливо показывают нам, что понятие «параллельного сообщества» вполне применимо к сообществам мигрантов из Центральной Азии в Российской Федерации. Так, главное общение (табл. 64, рис. 54.1–54.4) сосредоточено⁷ на коллегах по работе – тоже

мигрантах (54 % опрошенных заявили об этом), земляках (57 %), родственниках (72 %), причем чаще с родственниками общаются женщины (75 %), а не мужчины (69 %). С местными жителями общаются 19 % опрошенных, с соседями по месту проживания – 25 %, а с коллегами по работе – местными жителями – 35 %. С коллегами по работе – местными жителями немного чаще общаются мужчины, а не женщины (38 % против 31 %).

⁷ При ответе на вопрос про повседневное общение респонденты могли выбрать несколько вариантов, поэтому в сумме ответы составляют более 100 %.

Рисунок 54.1. Распределение респондентов по кругу общения в Российской Федерации (выбор нескольких вариантов ответов) (по полу), %

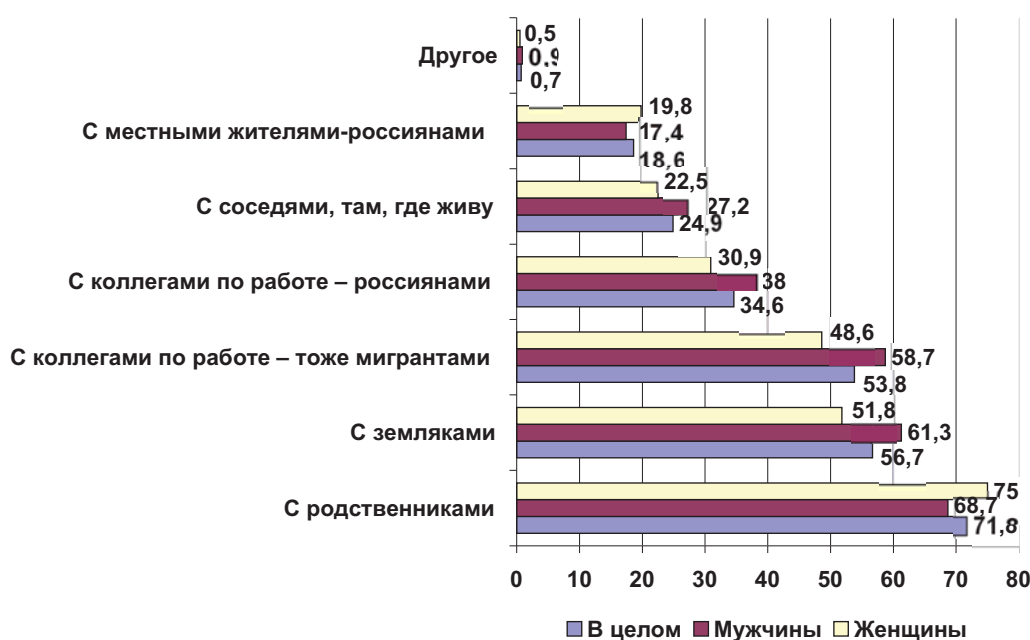


Рисунок 54.2. Распределение респондентов по кругу общения в Российской Федерации (выбор нескольких вариантов ответов) (по странам), %



Рисунок 54.3. Распределение респондентов по кругу общения в Российской Федерации (выбор нескольких вариантов ответов) (мужчины по странам), %



Рисунок 54.4. Распределение респондентов по кругу общения в Российской Федерации (выбор нескольких вариантов ответов) (женщины по странам), %



Так, для общения на работе (табл. 65, рис. 55.1–55.4) 79 % опрошенных респондентов достаточно их знания русского языка. Мигранты из Кыргызстана лучше прочих мигрантов из Центральной Азии в Российской

Федерации знают русский язык (84 % из них вполне хватает знания русского языка, тогда как среди мигрантов из Таджикистана таких 76 %, а среди мигрантов из Узбекистана 77 %).

Рисунок 55.1. Распределение респондентов по знанию русского языка для общения на работе (по полу), %

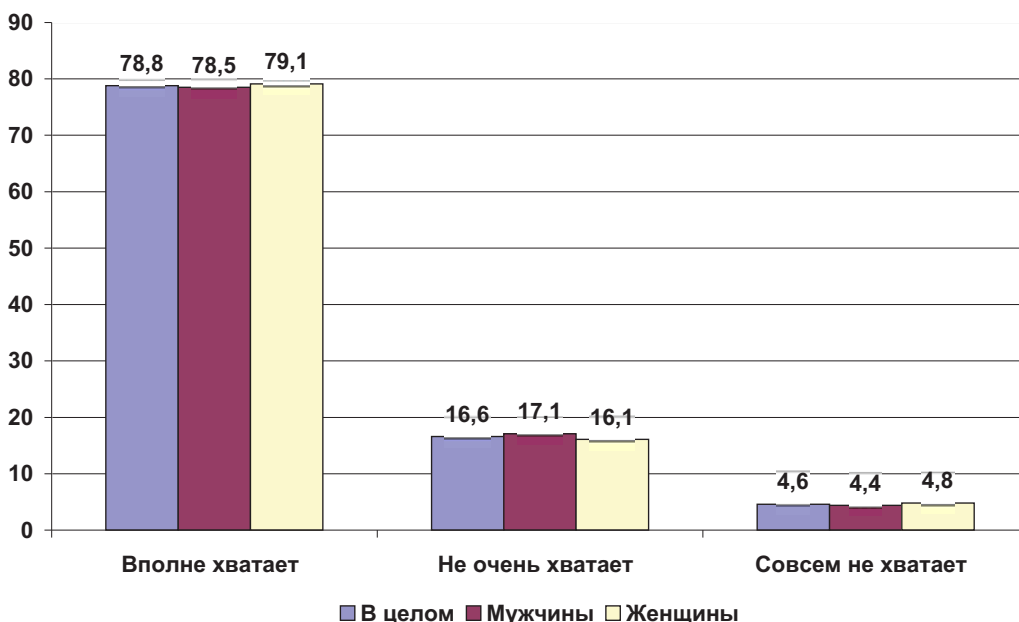


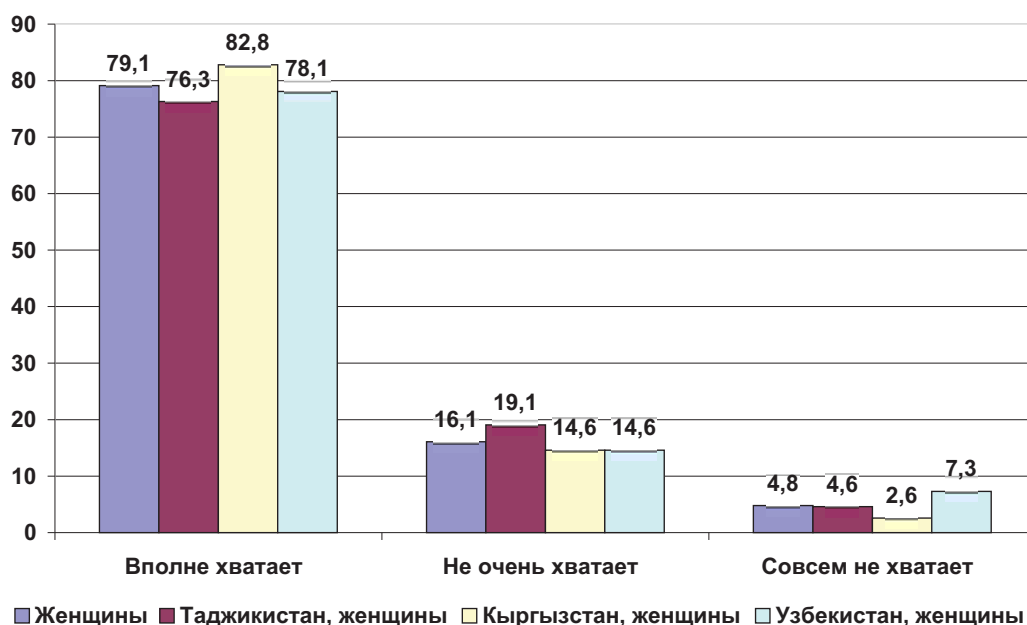
Рисунок 55.2. Распределение респондентов по знанию русского языка для общения на работе (по странам), %



Рисунок 55.3. Распределение респондентов по знанию русского языка для общения на работе (мужчины по странам), %



Рисунок 55.4 Распределение респондентов по знанию русского языка для общения на работе (женщины по странам), %



Как показало исследование (табл. 65, рис. 56.1–56.4), только около половины опрошенных (47 %) обладают хорошими навыками русского письменного языка, так что комфортное общение на русском языке на работе не означает, что мигранты из Центральной Азии обладают хорошим знанием русского языка. Каждый пятый (18 %) из опрошенных мигрантов заявил о том, что его знания русского языка для запол-

нения документов совсем не хватает, среди них было немного больше мужчин (20 %), чем женщин (16 %), а также больше мигрантов из Узбекистана (21 %) и Таджикистана (19 %), чем мигрантов из Кыргызстана (15 %). Около трети опрошенных (34 %) заявили, что их знаний русского языка не очень хватает для заполнения документов. Среди них больше всего было мигрантов из Таджикистана (40 %).

Рисунок 56.1. Распределение респондентов по знанию русского языка для заполнения документов (по полу), %

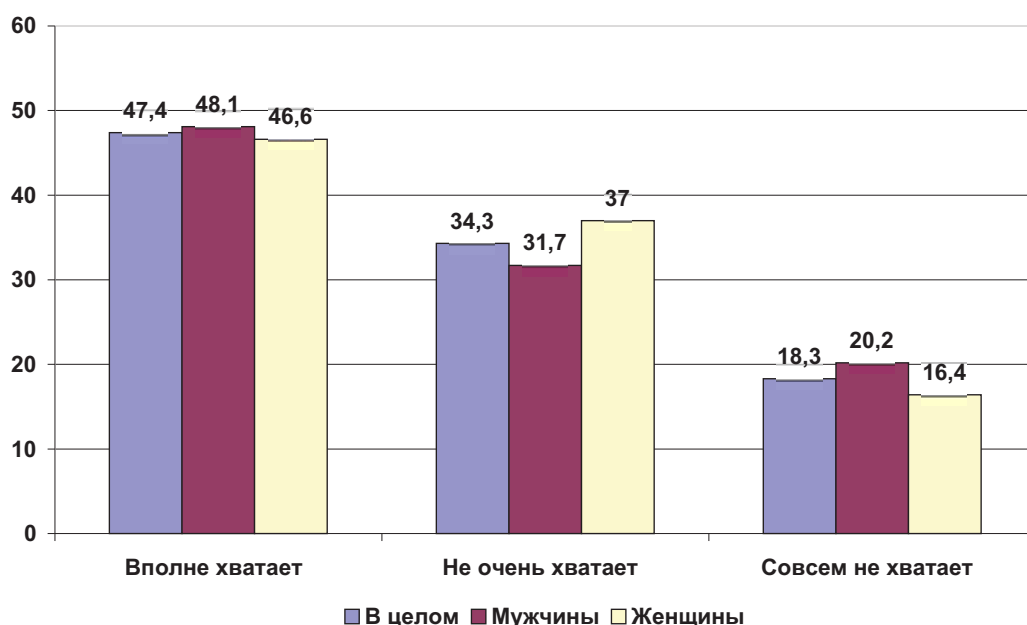


Рисунок 56.2. Распределение респондентов по знанию русского языка для заполнения документов (по странам), %



Рисунок 56.3. Распределение респондентов по знанию русского языка для заполнения документов (мужчины по странам), %

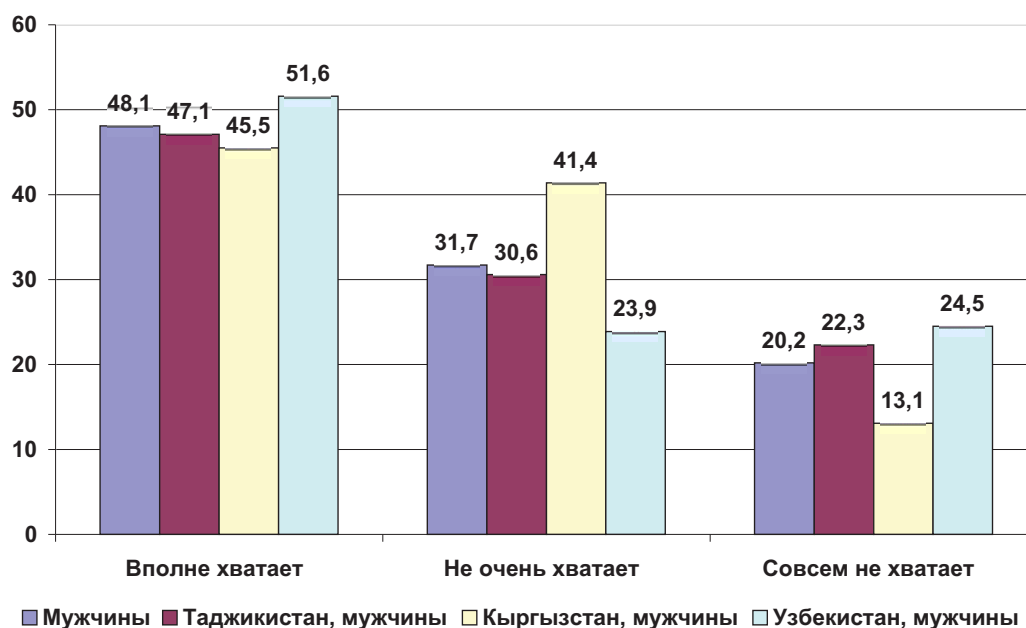
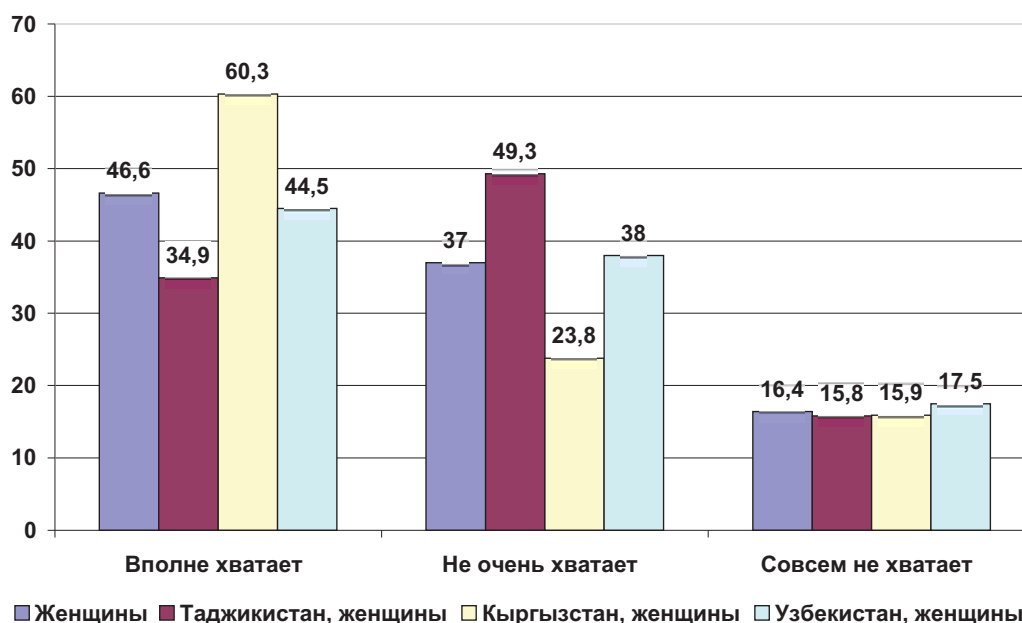


Рисунок 56.4. Распределение респондентов по знанию русского языка для заполнения документов (женщины по странам), %



Среди тех, кому не очень хватает знания русского языка для заполнения документов (таких 34 % в целом по выборке), мужчин из Кыргызстана почти в два раза больше, чем женщин (41 % против 24 %), тогда как среди мигрантов из Таджикистана, наоборот, женщины чаще мужчин отмечали нехватку русского языка для заполнения документов (49 % против 31 %). Такая же ситуация и у женщин из Узбекистана (38 % против 24 %). Среди тех мигрантов, кому знаний русского языка для заполнения документов совсем не хватает, больше мужчин из Узбекистана, чем женщин (25 % против 18 %) и немного больше мужчин из Таджикистана, чем женщин (22 % против 16 %).

При анализе самооценки знания русского языка мигрантами из Центральной Азии необходимо учитывать, что те из них, кто чаще, в силу своих профессиональных

обязанностей, сталкиваются с необходимостью использовать письменный или устный русский язык, острее ощущают его недостаточное знание. И наоборот, те, кто мало использует письменный или устный русский язык по роду своей работы или общественного статуса, реже и не так явно ощущают его нехватку.

При самооценке знания русского языка для общения в магазине, аптеке, на почте (табл. 65, рис. 57.1–57.4) примерно три четверти опрошенных (74 %) отметили, что их знаний русского языка вполне хватает, 20 % – что их знаний не очень хватает и 7 % – что их знаний совсем не хватает. Этот вопрос уточняет возможности мигрантов из Центральной Азии интегрироваться в повседневную жизнь в Российской Федерации, и, как видно, эти возможности вполне удовлетворительны.

Рисунок 57.1. Распределение респондентов по знанию русского языка для общения в магазине, аптеке, на почте (по полу), %



Рисунок 57.2. Распределение респондентов по знанию русского языка для общения в магазине, аптеке, на почте (по странам), %

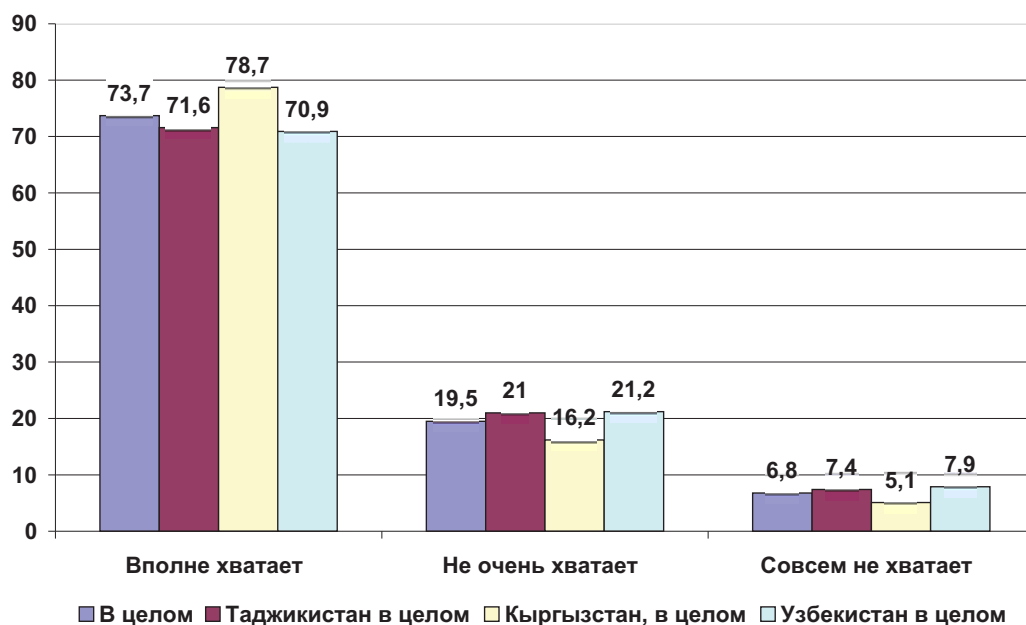


Рисунок 57.3. Распределение респондентов по знанию русского языка для общения в магазине, аптеке, на почте (мужчины по странам), %

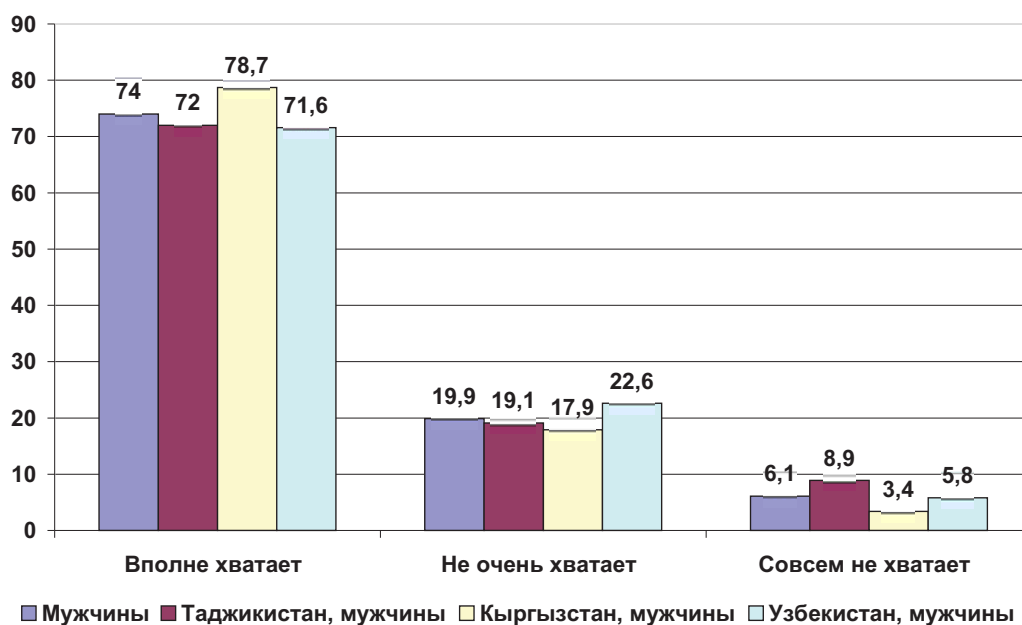
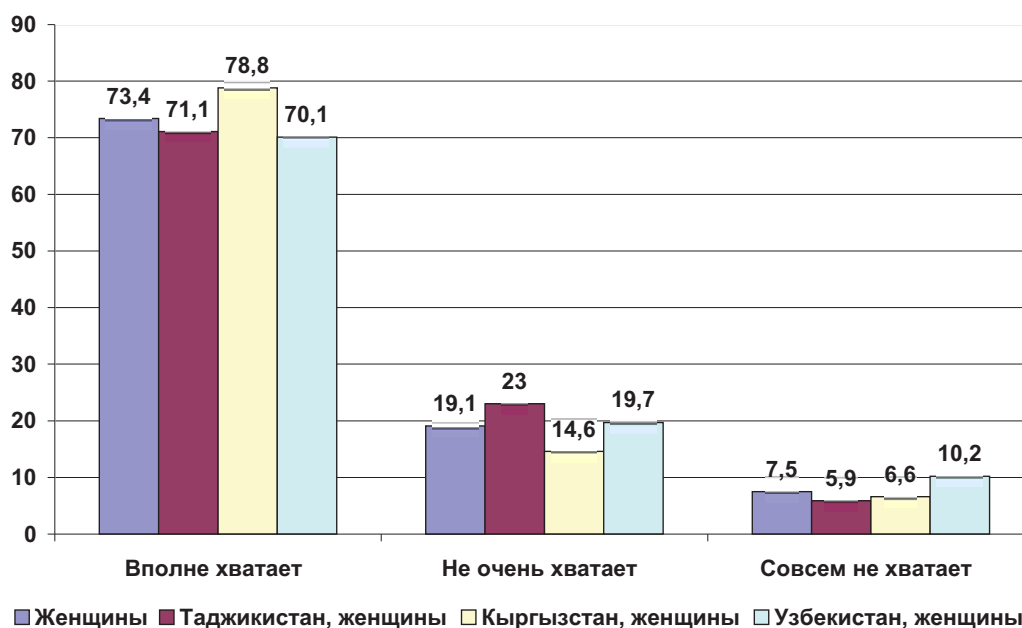


Рисунок 57.4. Распределение респондентов по знанию русского языка для общения в магазине, аптеке, на почте (женщины по странам), %



2.10. Используемые социальные сети и сервисы для связи

Как показало исследование, лидером среди используемых социальных сетей (табл. 66, рис. 58.1–58.4) у опрошенных респондентов является сеть «Одноклассники» – ее используют треть опрошенных (34 %), причем ее чаще используют мигранты из Таджикистана (40 %) и Узбекистана (38 %), чем мигранты из Кыргызстана (24 %). На втором месте стоит сеть «ВКонтакте» – ее

используют 29 %, причем используют чаще женщины (33 %, чем мужчины (26 %), а по странам особенных различий нет. Третье место делят «Инстаграм» и «Фейсбук» (по 13 %). «Инстаграм» особенно часто используют мигранты из Кыргызстана (24 %), в отличие от мигрантов из Таджикистана (8 %) и Узбекистана (8 %).

Рисунок 58.1. Распределение респондентов по наиболее частому использованию социальной сети в Российской Федерации (по полу), %

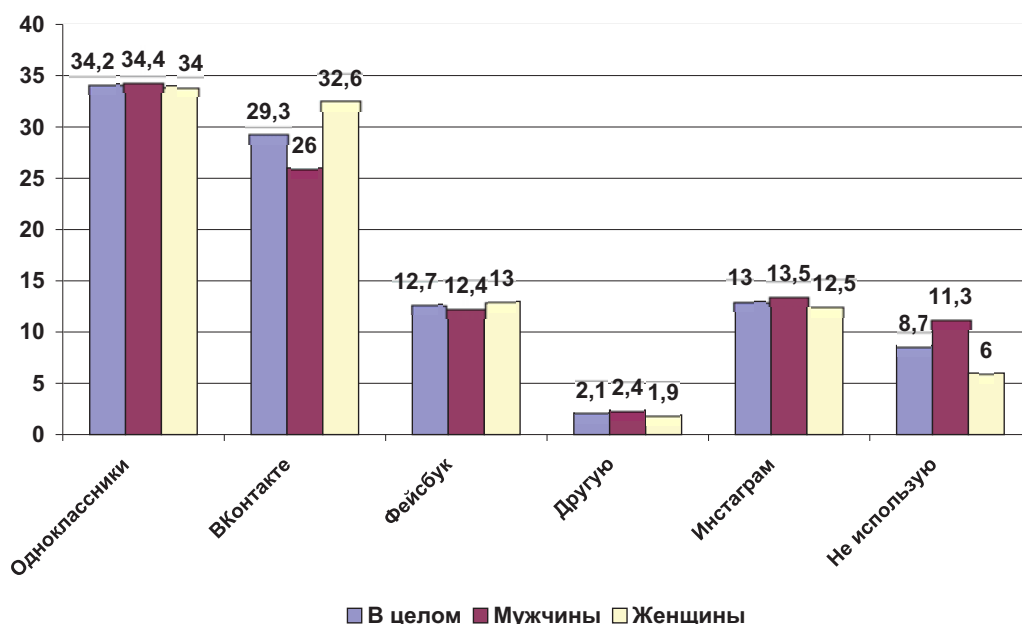


Рисунок 58.2. Распределение респондентов по наиболее частому использованию социальной сети в Российской Федерации (по странам), %

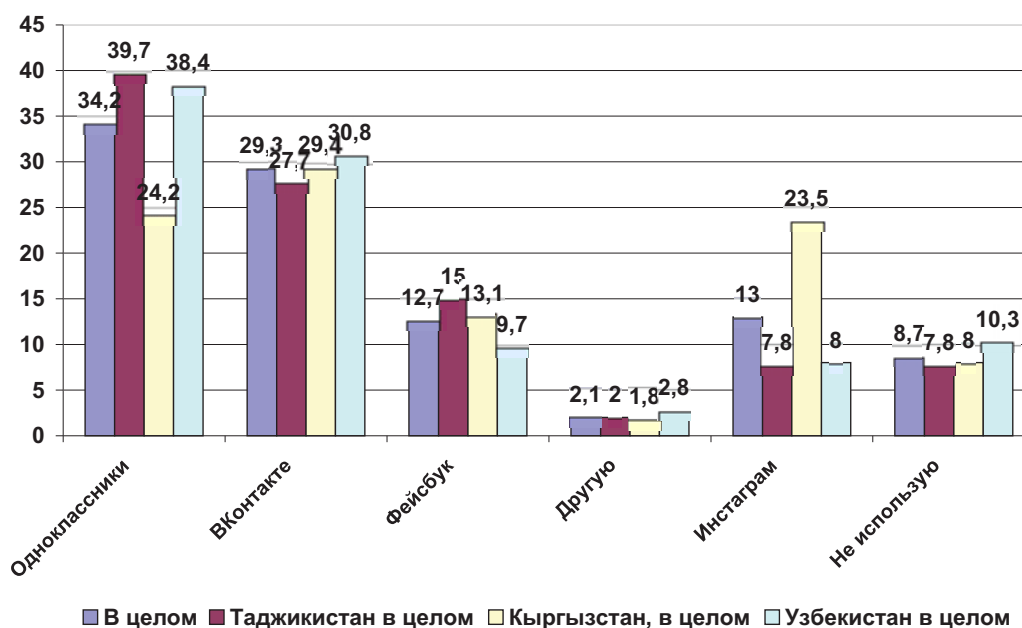


Рисунок 58.3. Распределение респондентов по наиболее частому использованию социальной сети в Российской Федерации (мужчины по странам), %

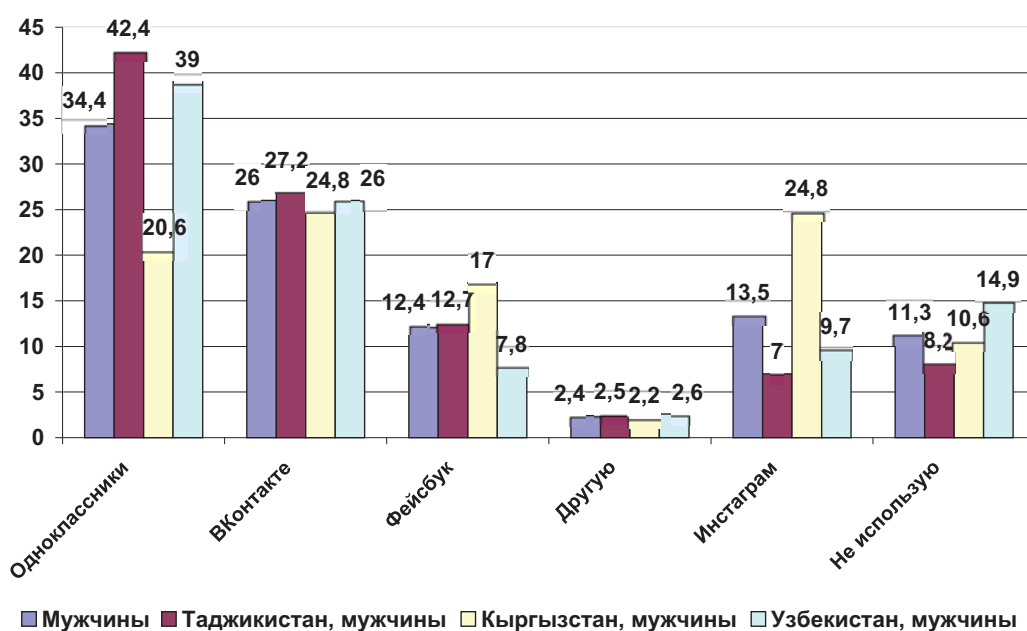
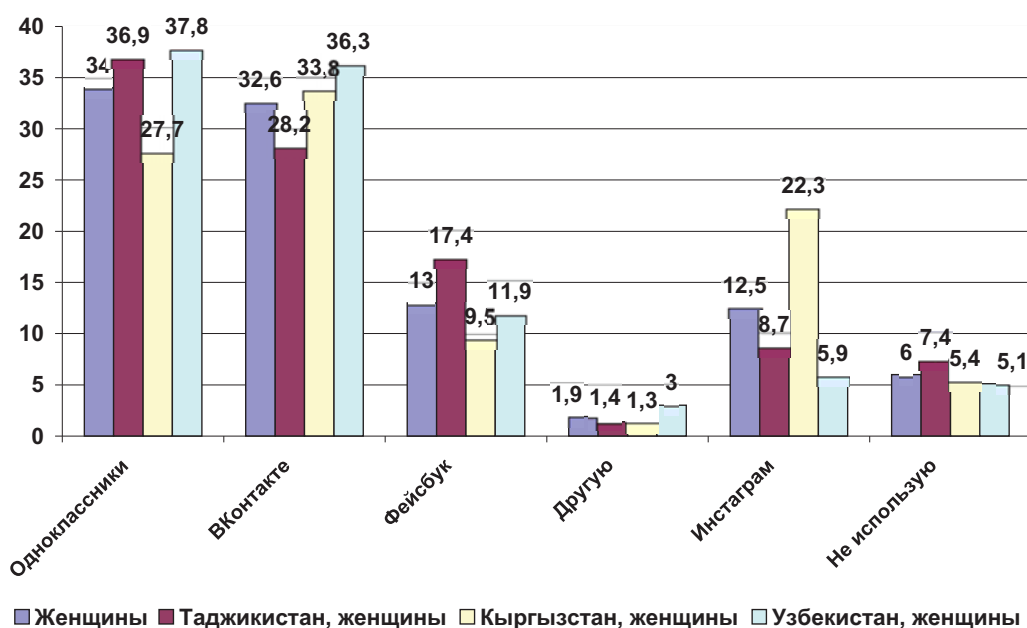


Рисунок 58.4. Распределение респондентов по наиболее частому использованию социальной сети в Российской Федерации (женщины по странам), %



Подавляющее большинство мигрантов для звонков родным (табл. 67, рис. 59.1–59.4) используют приложение WhatsApp – в целом по выборке его используют две трети опрошенных (66 %). Эта программа одинаково популярна среди мужчин и женщин (66 % опрошенных мужчин и 65 % опрошенных женщин используют ее). WhatsApp чаще используется в Кыргызстане (85 %), а не в Таджикистане (55 %) или Узбекистане

(57 %). Вторым по популярности у опрошенных мигрантов способом связи с родными являются звонки по мобильному телефону по специальному тарифу – так звонят 12 % опрошенных. Он также примерно одинаково популярен и у мужчин и у женщин (13 % и 11 %) и у мигрантов из Таджикистана (12 %), Кыргызстана (11 %) и Узбекистана (14 %).

На третьем месте стоит IMO (9 %), наиболее популярный в Таджикистане (19 %). На четвертом месте по популярности стоит Viber – его используют 6 % опрошенных, а

на пятом – Telegram (5 %). Завершает список способов связи с родными программа Skype, которую используют лишь около 1 % опрошенных мигрантов.

Рисунок 59.1. Распределение респондентов по наиболее частому использованию сервисов для звонков из России на Родину (по полу), %

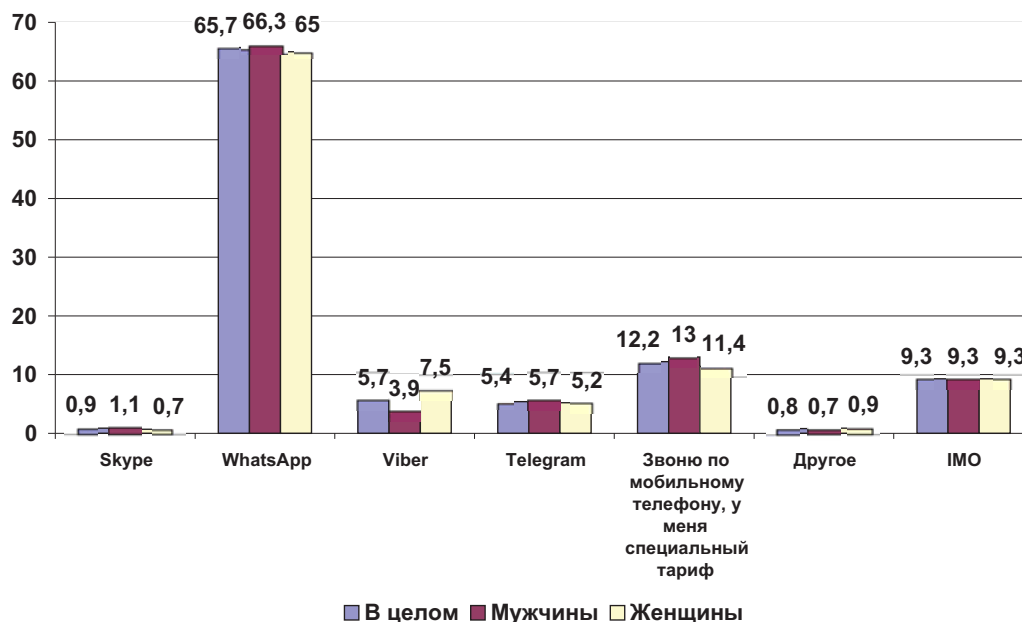


Рисунок 59.2. Распределение респондентов по наиболее частому использованию сервисов для звонков из России на Родину (по странам), %

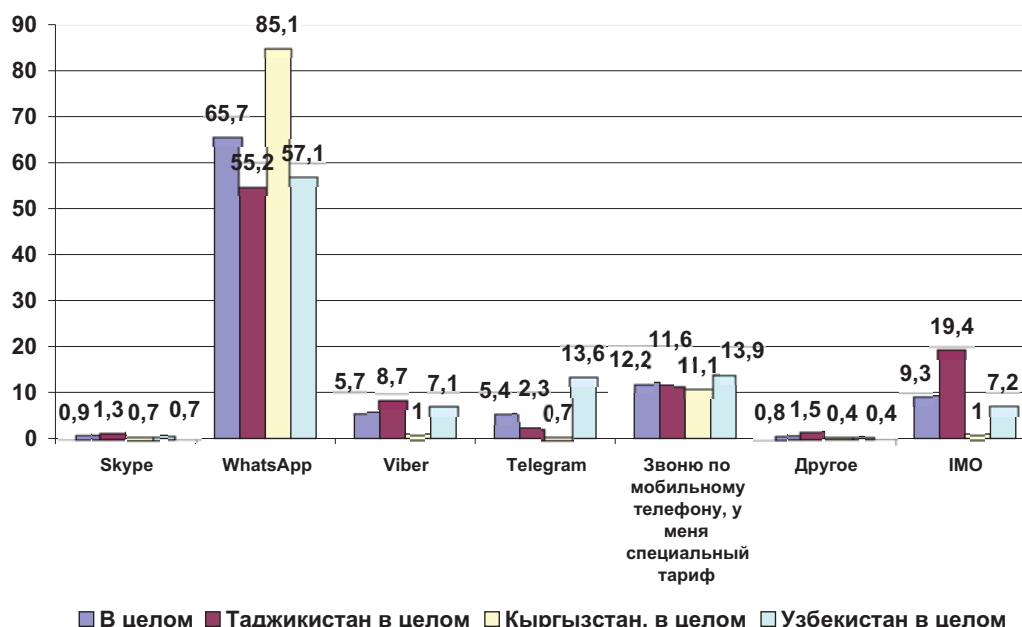


Рисунок 59.3. Распределение респондентов по наиболее частому использованию сервисов для звонков из России на Родину (мужчины по странам), %

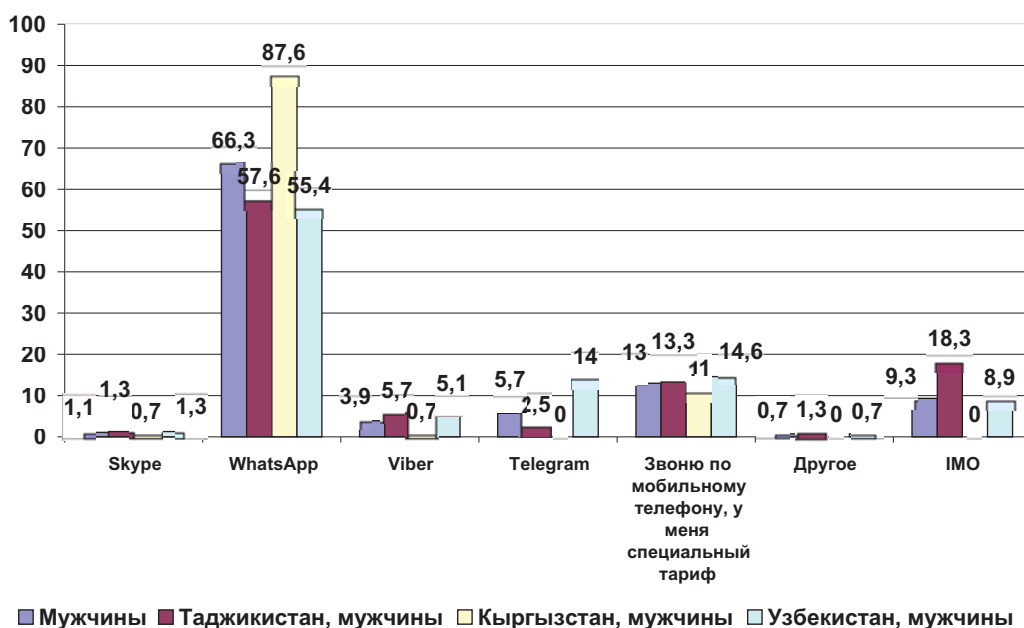
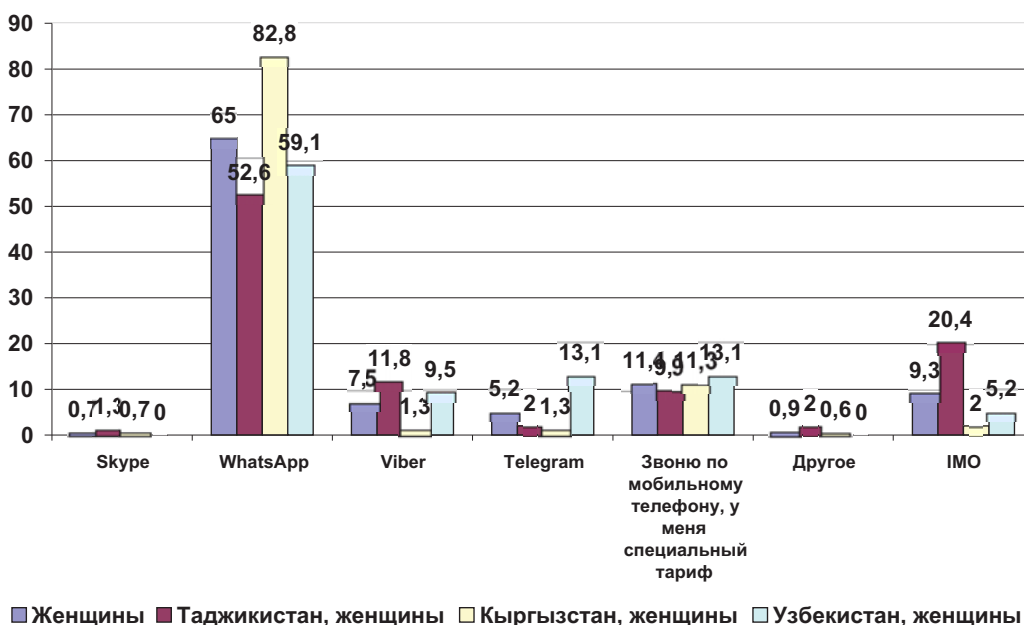


Рисунок 59.4. Распределение респондентов по наиболее частому использованию сервисов для звонков из России на Родину (женщины по странам), %



ВЫВОДЫ

Социально-демографические характеристики

Примерно половина опрошенных – жители небольших городов и сельской местности. Это подтверждает тенденцию постепенного прироста численности мигрантов из Центральной Азии в Российской Федерации не из столиц и не из больших городов. На практике это означает рост важности интеграционных программ для сглаживания нарастающих противоречий, возникающих в результате столкновения сельской культуры мигрантов из стран Центральной Азии и городской культуры россиян в принимающих их российских городах, притягательных для заработков.

Исследование показало, что среди мигрантов из Центральной Азии женатых мужчин больше (57 %), чем замужних женщин (48 %). Это объясняется тем, что среди женщин-мигрантов больше разведенных (14 %), чем среди мигрантов-мужчин (3 %). Разведенные женщины в странах Центральной Азии, чей брак распался в результате трудовой миграции их мужей, часто вынуждены сами выезжать в миграцию, чтобы компенсировать резко упавшие доходы семьи в условиях утраты основного кормильца-мужчины.

Среди опрошенных респондентов мало очень бедных людей – только 3 % отметили, что денег им не хватает на самое необходимое (еду, одежду и т. п.), что подтверждает несостоятельность мнения о том, что на заработки в основном едут очень бедные люди. Мигранту, приехавшему на работу, надо иметь с собой небольшую сумму денег для обустройства, оплаты жилья и покупки продуктов до того времени, как он получит первую зарплату. Кроме того, оплата билетов и все сопутствующие поездке траты тоже требуют денег, которые очень бедный человек, не обладающий каким-либо социальным капиталом, не сможет даже занять. Об отсутствии массовой миграции среди беднейших слоев населения Центральной Азии говорит и то, что для оплаты поездки мигранты в основном используют собственные сбережения (51 %), заем денег у

семьи, родственников или друзей на родине (21 %), заем денег у семьи, родственников или друзей в Российской Федерации (10 %) или безвозмездную оплату поездки близкими родственниками (10 %). Опора на собственные силы или на родственные (дружеские) связи полностью превалирует среди опрошенных, которые не доверяют сторонним источникам финансирования своей поездки на заработки. Такие вынужденные меры как продажа ценного имущества (машина, мебель, золото) (4 %) или кредит в банке (3 %), не являются значимыми источниками для оплаты поездки, равно как и продажа земли, квартиры, одалживание денег у частного посредника по трудоустройству, у кадрового агентства по трудоустройству или у неофициального кредитора (не превышают 1 % по каждому источнику).

Подавляющее большинство респондентов (89 %) имеют законченное образование, что говорит о достаточно высоком уровне человеческого капитала мигрантов из Центральной Азии в Российской Федерации. У них также есть неплохой потенциал для переобучения и совершенствования компетенций: для каждого десятого опрошенного поездка – это реализация желания получить образование в Российской Федерации или повысить его уровень.

Миграционные траектории

Для женщин приезд к семье или поездка вместе с семьей – гораздо более важный фактор (27 %), чем для мужчин (10 %), что неудивительно, так как одним из негативных последствий трудовой миграции из Средней Азии в Российскую Федерацию является риск распада семей из-за ухода мужа-трудового мигранта из семьи/создания им новой (или второй) семьи в Российской Федерации. Это не просто становится разрушением планов на будущее и большим стрессом для бывших жен, но и зачастую резко снижает уровень жизни разведенных женщин в стране выезда трудящихся мигрантов, как правило, остающихся с несовершеннолетними детьми без основно-

го кормильца семьи. Это, в свою очередь, подталкивает таких разведенных женщин к трудовой миграции, что видно и по результатам нашего исследования: среди опрошенных мигрантов разведенных женщин больше, чем разведенных мужчин.

Занятость в Российской Федерации

Почти все опрошенные мигранты составляют постоянную составляющую российского рынка труда: более трети (35 %) хотели бы остаться в Российской Федерации навсегда, еще треть (34 %) хочет длительное время жить и работать в Российской Федерации, а еще около четверти респондентов (25 %) намерены приезжать в Российскую Федерацию и зарабатывать. Подавляющее большинство опрошенных (96 %) постоянно находятся в Российской Федерации, при этом 43 % из них постоянно живут в Российской Федерации, домой почти не ездят, а остальные выезжают на родину только на несколько месяцев в году. Это также говорит о постоянной включенности мигрантов в экономику России.

У работодателей в Российской Федерации существует незаконная практика удержания мигрантов на их рабочих местах – изъятие у них паспортов при найме на работу. Ранее эта незаконная практика применялась работодателями достаточно широко, но после введения в 2003 году статьи 127² («использование рабского труда» с «изъятием документов») число случаев ее применения резко снизилось, что показывает и наше исследование. Менее чем у 1 % опрошенных мигрантов (только среди мужчин) паспорт был изъят работодателем.

Работали до выезда в Российскую Федерацию около половины всех опрошенных (54 %). Это были 65 % опрошенных мужчин и 43 % опрошенных женщин. В государственной организации работали на родине 12 %, в частной фирме – 26 %. В Российской Федерации же две трети опрошенных мигрантов работают в организации, на фирме (66 %) а 28 % работают по найму у частного лица. Таким образом, с одной стороны, в Российской Федерации многие из тех, кто не имел опыта работы на родине, приобрели его, и, с другой стороны, сильно изменилось соотношение тех, кто работал на частное лицо и в организации, на фирме: если до выезда в Российскую Федерацию на частное лицо работало в два раза больше респондентов, чем работающих на фирме, то в Российской Федерации, напротив, работающих в организации, на фирме ста-

ло в два раза больше, чем работающих на частное лицо. Таким образом, у мигрантов при смене страны приложения труда сменилась и форма занятости. По-видимому, отсутствие письменных договорных рабочих отношений на родине при работе на частных лиц в том числе влияет на то, что мигранты не всегда считают важным наличие трудового контракта при трудоустройстве в фирму, организацию в Российской Федерации.

Выделяются четыре основные сферы, в которых заняты трудовые мигранты из Центральной Азии в Российской Федерации, и это те же сферы, где трудовые мигранты работали на родине, только доля их вовлеченности в сферу услуг стала больше. Это сфера услуг в гостиницах, отелях, общепите и ресторанах (13 %, на родине было 12 %) и прочие услуги, включая стирку (химчистку) одежды, парикмахерские и косметические услуги (23 %, на родине было 12 %), строительство (16 %, как и на родине) и оптовая и розничная торговля (15 %, как и на родине). А вот дифференциация по другим сферам занятости говорит о меньшем использовании имеющихся компетенций мигрантов, так как их работа относится к сферам менее квалифицированного труда. Так, среди значимых по своей доле сфер занятости можно выделить производство, другие производственные работы (4 %), жилищно-коммунальное хозяйство (6 %), транспорт (6 %), услуги в частном домохозяйстве (5 %). Занятость в сфере образования снижается до 2 % (с 8 % на родине), в здравоохранении до 2 % (с 5 % на родине).

Большинство опрошенных респондентов нашли работу через «своих»: 59 % нашли ее с помощью родственников, друзей или знакомых в Российской Федерации и 12 % – с помощью родственников, друзей или знакомых на родине. Мигранты мало используют специализированные сервисы для поиска работы, предпочитая личные связи. Только 15 % нашли работу через объявление или рекламу в Интернете. Это может поставить мигрантов в уязвимое положение: когда поиск работы осуществляется неофициальным путем, высок риск найма к недобросовестному работодателю, вовлечение в «теневую» экономику. Эти риски реализуются достаточно часто – так, письменный договор имеют (по их мнению) только 55 % опрошенных респондентов. Но доля имеющих легальные контракты оказывается еще ниже: она составляет только 42 %, как свидетельствует форма выплаты мигрантам их заработной платы.

Треть тех респондентов, что заняты без письменного договора (33 %), заявили о том, что контракт отказывается заключать работодатель, а 61 % респондентов заявили, что письменный договор им не нужен. Наем «через своих», а также то, что опыт работы на родине у многих мигрантов приходился на наем к частному лицу (что вряд ли сопровождалось заключением контракта и не дало опыта документального оформления занятости), в итоге ставит мигрантов из Центральной Азии в Российской Федерации в достаточно уязвимое положение от работодателя.

Мигранты из Центральной Азии зачастую работают в уже сформировавшихся «мигрантских» нишах российской экономики, где низка конкуренция с местными российскими работниками. Мигранты являются сослуживцами у 42 % опрошенных, и только 16 % опрошенных респондентов отметили, что рядом с ними работают в основном россияне, а у 32 % рядом работают и мигранты, и россияне (примерно поровну). Немногим более трети опрошенных (37 %) считают, что местные работники могли бы претендовать на их рабочее место, 29 % считают, что местные работники не захотят выполнять ту работу, которую делают они.

В целом по выборке средняя зарплата составляет 38 290 рублей (\$ 529). Она несколько выше у мужчин (42 624 рубля, \$ 589), чем у женщин (33 778 рублей, \$ 467). В среднем рабочий день составляет 9,826 часа, а рабочая неделя – 5,771 дня. Мужской рабочий день (10,095 часа) и рабочая неделя (5,793 дня) немного больше, чем у женщин (9,544 часа и 5,748 дня). В целом по выборке почасовая оплата составляет 155 рублей в час (\$ 2,1). Среди мужчин почасовая оплата в среднем составляет 167 рублей в час (\$ 2,3), а среди женщин – 141 рубль в час (\$ 2). Как правило, это работа максимум с одним выходным днем в неделю и не менее 10 часов в день.

Денежные переводы

Главная причина, по которой опрошенные респонденты отсылали деньги на родину, – это регулярная финансовая поддержка семьи (в 87 % случаев), и это означает, что стратегия выживания семей опрошенных респондентов на родине строится на постоянном получении финансовой поддержки от них. Единоразовые поводы отправки денег на родину составляют очень малую долю и не являются стимулом к постоянному пребыванию респондентов в Российской Федерации.

Чаще всего респонденты отсылают деньги на родину раз в месяц (64 %) и родня на родине может рассчитывать на вполне стабильную ежемесячную поддержку от большей части мигрантов из Центральной Азии в Российской Федерации, хотя потеря респондентами работы или изменения на российском рынке труда (например, вызванные пандемией COVID-19) могут внести коррективы в такое расписание пополнения их бюджета. Так, мигранты не отсылали деньги на родину в 2020 году в основном из-за недостаточных заработков во время пандемии COVID-19 (32 % опрошенных).

В среднем за 1 месяц респонденты отправляли 11 935 рублей (\$ 165). У мужчин эта сумма была выше – 13 816 (\$ 191) против 9 716 рублей (\$ 134) у женщин.

Респонденты далеко не всегда влияют на решение о том, как будут израсходованы деньги их родными на родине: 42 % респондентов отметили, что эти решения принимаются без них.

Финансовая поддержка от мигрантов из Центральной Азии в Российской Федерации имеет критическое значение для двух третей (65 %) их домохозяйств. Основными кормильцами в семьях мигрантов являются мужчины (в 65 % случаев). Женщины-мигрантки из Центральной Азии являются в 72 % случаев очень важным работником в семье, от которых критически зависит выживание семьи: 30 % из них являются основным кормильцем в семье, 42 % обеспечивают свою семью в финансовом отношении вместе с другим членом семьи.

Самым популярным путем пересылки денег является их отправка через офис платежного оператора (например, «Золотая корона» и т. п.) – об этом заявила половина опрошенных. Для получателей денег, по свидетельству опрошенных мигрантов из Центральной Азии в Российской Федерации, предпочтительным является получение денег в пункте выдачи платежного оператора. Пандемия COVID-19 не оказала серьезного воздействия на предпочтения в выборе способа перевода денег на родину, но оказала воздействие на величину пересылаемых респондентами на родину сумм: 38 % в апреле – июне 2020 года пересылали меньше обычного, а 39 % вообще ничего не пересылали.

Выбор используемого пути перевода денег респондентами обосновывается прежде всего удобством (59 %) и надежностью (26 %). Быстрота (11 %), привычка (10 %) и дешевизна (9 %) являются не такими значимыми факторами. Предпочтения при

получении денег получателями денежных переводов также обосновываются прежде всего удобством (54 %) и надежностью (25 %). Привычка (12 %), быстрота (5 %), и дешевизна (3 %) не являются значимыми факторами.

В целом по выборке у 84 % опрошенных есть счет в банке, причем у 79 % этот счет в российском банке. Гендерных различий в наличии или отсутствии счета в банке почти нет, но граждане Кыргызстана чаще остальных имеют счет в банке (91 %), а граждане Узбекистана (81 %) и граждане Таджикистана (80 %) – реже. Банковскую карту имеют 84 % опрошенных мигрантов. Граждане Кыргызстана чаще остальных имеют банковскую карту (90 %), а граждане Узбекистана (81 %) и граждане Таджикистана (80 %) – реже. Платежи, покупки или перевод денег со своего счета в банке или с банковской карты, используя мобильный телефон или интернет, совершали 80 % опрошенных респондентов. Самостоятельно установить приложение на мобильный телефон могут 88 % опрошенных респондентов.

В целом мигранты довольно уверенно чувствуют себя на рынке банковских услуг и готовы больше их использовать при переводе денег.

Жизнь в условиях пандемии COVID-19

В целом положение семей респондентов в связи с пандемией COVID-19 ухудшилось. Об этом говорили 69 % респондентов. Опрошенные женщины говорили о более тяжелом положении в своих семьях, чем мужчины. Пандемия COVID-19 внесла серьезные изменения в финансовое положение опрошенных респондентов: с разной степенью тяжести положение ухудшилось у трех из четырех опрошенных мигрантов.

Главной сложностью в связи с пандемией COVID-19 было уменьшение заработной платы и недостаточные доходы, что отметили 44 % респондентов. Но также распространенной проблемой был испытываемый респондентами психологический стресс (у 36 % респондентов). Женщины чаще говорили об испытываемом ими психологическом стрессе (44 %), чем мужчины (28 %). Потеряли работу во время пандемии 28 %, а 11 % обременились долгом. Стали хуже питаться 9 %, и у 2 % ухудшился доступ к медицине.

Среди всех источников информации о COVID-19 главными были сеть Интернет и информация из социальных сетей – об этом заявили 86 % опрошенных респондентов.

СМИ (телевидение, радио, газеты) использовали 50 % опрошенных респондентов.

Почти все респонденты в качестве ежедневного средства защиты использовали индивидуальные маски или респираторы (98 %), а две трети (67 %) каждый день использовали санитайзер-спрей или гель для рук. Мигранты не могли массово использовать такие меры защиты от COVID-19, как избегание многолюдных мест, удаленная работа из дома или соблюдение социальной дистанции. Их сферы занятости редко позволяют перейти к удаленной работе из дома или избегать контактов с другими людьми, так как в основном связаны с оказанием услуг, а соблюдение социальной дистанции малореально еще и из-за скудности проживания.

Жилье

Жилищные условия у большинства обследованных респондентов сложно назвать комфортными. Примерно половина респондентов (45 %) снимает жилье совместно с другими людьми (земляками, друзьями и т. д.), каждый десятый живет в общежитии (11%) и 6 % живут на месте работы. В одной комнате с мигрантом живут, как правило, еще 2–3 человека.

Здоровье

Большая часть мигрантов из Центральной Азии в Российской Федерации (44 %) не уделяет достаточно внимания профилактическому надзору за здоровьем и посещает врачей только тогда, когда в этом возникает острая необходимость. В основном мигранты оценивают свое здоровье как хорошее – об этом заявили три четверти опрошенных респондентов (76 %).

В связи с тем, что мигрантам из Кыргызстана с 2015 года не нужно получать патент для трудоустройства в Российской Федерации, для них не обязательным стало прохождение медосмотра, в том числе флюорографии и тестирования на ВИЧ-инфекцию. Это уже отразилось на их охвате тестированием на ВИЧ и флюорографией. Более года назад флюорографию делали 11 % таджикистанцев, 10 % узбекистанцев и 41 % (!) кыргызстанцев. Более года назад тест на ВИЧ-инфекцию проходили 37 % кыргызстанцев, а таджикистанцев 13 % и узбекистанцев – 10 %. Никогда не делали тест на ВИЧ 23 % кыргызстанцев, 6 % таджикистанцев и 5 % узбекистанцев.

Беременность и роды

Беременность и роды женщин-мигрантов из Центральной Азии в Российской Федерации уже стали повседневной практикой. Тем не менее условия их пребывания и работы становятся для части таких женщин (12 %) причиной отложить рождение ребенка на будущее.

Среди опрошенных женщин каждая четвертая имела беременность за время пребывания в Российской Федерации (25 %), причем 5 % из них имели несколько беременностей.

В основном женщины предпочитали рожать ребенка в Российской Федерации (48 %), а на родину выезжали рожать ребенка 17 % из них.

Тревожным является то, что число женщин, потерявших ребенка из-за выкидыша и мертворождения (21 %), даже превышает число абортных (13 %). Это говорит о плохих условиях, в которых женщины вынашивают ребенка, и о неудовлетворительном состоянии женского здоровья женщин-мигрантов из Центральной Азии в Российской Федерации.

Несмотря на лучшие возможности наблюдения беременности в женских консультациях для трудящихся женщин-мигрантов из Кыргызстана, входящего в ЕАЭС, далеко не все из них пользуются такими возможностями. Они не прикрепляются к женским консультациям из-за оформления фиктивных трудовых договоров, что отрезает им возможность получить полис ОМС, предусмотренный в рамках ЕАЭС законодательно при наличии легального трудового договора.

При постепенной феминизации трудовой миграции из Центральной Азии в Российской Федерации беременность и роды трудящихся женщин-мигрантов проходят у значительной части из них в рискованных условиях.

Интеграция

Россияне, по мнению опрошенных мигрантов, настроены к мигрантам из Центральной Азии скорее положительно: почти две трети (62 %) опрошенных заявили о хорошем отношении к ним со стороны

местного населения. Но мигранты в критической ситуации чаще всего обратятся к родственникам или землякам в Российской Федерации (в 72 %) случаев, тогда как за помощью к местным жителям обратятся только около 5 % из них, а к родственникам или землякам на родине – 32 %.

Такая склонность действовать «через своих» приводит к тому, что мигранты оказываются уязвимыми для недобросовестных дельцов, в том числе работающих в рамках мигрантских обществ.

Повседневное общение только с земляками и преимущественный поиск помощи в критической ситуации в кругу «своих» сигнализируют о постепенном укреплении институтов «параллельного сообщества» мигрантов из Центральной Азии в Российской Федерации. Так, главное общение сосредоточено на коллегах по работе – тоже мигрантах (у 54 %), земляках (у 57 %), родственниках (у 72 %)⁸.

Только около половины опрошенных (47 %) обладают хорошими навыками русского письменного языка. Мигранты из Кыргызстана лучше прочих мигрантов из Центральной Азии в Российской Федерации знают русский язык.

Социальные сети и сервисы для связи

Лидером среди используемых социальных сетей у опрошенных мигрантов является сеть «Одноклассники» (используют 34 %). На втором месте – «ВКонтакте» (29 %). Третье место делят «Инстаграм» и «Фейсбук» (по 13 %).

Подавляющее большинство мигрантов для звонков родным используют приложение WhatsApp (66 %), которое чаще используется в Кыргызстане (85 %), а не в Таджикистане (55 %) или Узбекистане (57 %). Звонки по мобильному телефону по специальному тарифу используют 12 % опрошенных. На третьем месте – IMO (9 %), ресурс, наиболее популярный в Таджикистане (19 %). На четвертом месте по популярности стоит Viber – его используют 6 % опрошенных, на пятом – Telegram (5 %), на шестом – Skype (1 %).

РЕКОМЕНДАЦИИ

К рекомендациям общего плана можно отнести следующие:

1. Усиление межведомственного взаимодействия и модернизация механизма публичного оповещения о достигнутых результатах работы российских ведомств в сфере миграции, в том числе через использование возможностей цифровой среды, социальных сетей.

2. Повышение эффективности использования цифровой среды для распространения знаний о миграции всем акторами миграционного поля и интеграция цифровых сервисов и знаний на базе уже существующих государственных (таких как МФЦ) и публичных (таких как Википедия) ресурсов.

Ниже изложены рекомендации, ориентированные на конкретные ведомства.

ГУВМ МВД РФ и МВД РФ

Совершенствование сбора и анализа миграционной статистики, расширение ее гендерной составляющей.

Дальнейшее развитие политики по привлечению к ответственности коррупционеров, недобросовестных дельцов, эксплуатирующих мигрантов, извлекающих незаконную выгоду от работы с ними, в том числе работающих в рамках мигрантских обществ. Такого рода деятельность эффективно публично освещать в федеральных и региональных СМИ и регулярно публиковать специальную статистику по ее динамике на сайте ведомства, в том числе по размеру штрафов, взысканных с недобросовестных работодателей, с указанием названий организаций-нарушителей.

Дальнейшее развитие сотрудничества с международными организациями и российскими НПО, работающими в сфере миграции, для совершенствования мониторинга миграционных процессов.

Развитие сотрудничества со СМИ, в том числе через социальные сети. Совершенствование форматов подачи информации о миграции, расширение ее статистической наполненности, сравнительного анализа за ряд лет (не только за прошлый год).

ЕАЭС

Совместное развитие деятельности профсоюзов на пространстве ЕАЭС и помощь им в координации и мониторинге актуальных проблем и сложностей мигрантов и миграционных процессов в целом.

Улучшение информирования стран – членов ЕАЭС о механизмах защиты прав трудящихся мигрантов, в частности для мигрантов из Кыргызстана.

Активное участие в модернизации системы защиты материнства и детства в рамках ЕАЭС вместе с Минздравом, в том числе решение проблемы взыскания и выплаты алиментов.

Росстат

Совершенствование сбора и анализа данных о миграции. Мониторинг миграционных процессов с помощью выборочных исследований и формирование системы ежегодных (или ежеквартальных) дайджестов исследований в сфере миграции, в том числе проведенных российскими образовательными структурами, структурами РАН, НПО и международными организациями.

Минздрав

Улучшение систем информирования мигрантов о преимуществах здорового образа жизни и медицинского просвещения через СМИ, социальные сети, в том числе в рамках сотрудничества с ГУВМ МВД РФ, ФАДН, международными организациями и НПО.

Модернизация сложившейся системы охраны женского здоровья и материнства для женщин-мигрантов в Российской Федерации, в том числе в рамках ЕАЭС, при активном сотрудничестве с российскими и центральноазиатскими НПО и СМИ.

Усиление медицинского контроля за здоровьем мигрантов, в частности мигрантов из Кыргызстана, в особенности через расширение их охвата тестированием на ВИЧ и флюорографией. Для трудящихся женщин-мигрантов из Кыргызстана актуально улучшение информирования о воз-

возможности получить полис ОМС при наличии легального трудового договора.

Минтруд

Модернизация имеющихся и выстраивание новых удобных и доступных сервисов для трудоустройства мигрантов, в том числе цифровых. Организация информационных компаний о возможностях защиты трудовых прав и путях снижения рисков при трудоустройстве в Российской Федерации для мигрантов в их родных странах, в сотрудничестве с местными государственными ведомствами и центральноазиатскими НПО и в Российской Федерации, в сотрудничестве с международными организациями и российскими НПО.

Продвижение знаний о трудовом контракте, его необходимости и преимуществах легальной занятости среди мигрантов в Российской Федерации и в их родных странах.

Информационная работа с работодателями по совершенствованию процессов найма и легального оформления занятости мигрантов, информированию работодателей о недопустимости двойного налогообложения мигрантов, в сотрудничестве с ЧАЗами, профсоюзами, международными организациями и российскими НПО. Модернизация механизмов защиты трудовых прав мигрантов, в том числе с использованием цифровой среды, в сотрудничестве с государственными органами стран Центральной Азии, курирующими миграционные вопросы.

Модернизация системы мониторинга процессов трудовой миграции: проведение собственных исследований, использование и аккумуляция знаний о трудовой миграции, наработанных российским и зарубежным научным сообществом, и сотрудничество с международными организациями в сфере миграции по этому вопросу. Улучшение механизма отражения результатов такого мониторинга с помощью цифровой среды.

СМИ

Приоритизация и популяризация научного знания о миграции, преодоление стереотипов о мигрантах в Российской Федерации. Создание в региональных и федеральных СМИ периодических циклов передач о культуре государств Центральной Азии, повседневной жизни мигрантов и их позитивном вкладе в российскую экономику. Критическое осмысление и использование исторического опыта Рос-

сии и зарубежных стран в деле создания в российском обществе атмосферы добрососедства и взаимовыгодных взаимоотношений различных социальных групп, включая различные группы мигрантов (учебные мигранты, трудовые мигранты, беженцы, семейные мигранты, дети-мигранты, женщины-мигранты и т. д.).

Развитие сетки вещания СМИ на русском языке в странах выезда мигрантов и продвижение такого контента через социальные сети (в частности, через «Одноклассники» и «ВКонтакте»).

Объединения российских работодателей

Сотрудничество с российскими образовательными учреждениями среднего профессионального образования (СПО) для совершенствования механизмов переподготовки трудящихся мигрантов, развития систем сертификации навыков и компетенций мигрантов, совместно с Минобром и Минтрудом. Расширение сотрудничества с ЧАЗами для совершенствования процессов трудоустройства мигрантов в Российской Федерации.

Минобр

Переподготовка и обучение мигрантов и членов их семей в Российской Федерации, в особенности по востребованным российскими работодателями профессиям. Модернизация системы среднего профессионального образования и профориентирования для расширения возможностей обучения мигрантов, в частности из стран Центральной Азии. Работа с родителями – трудовыми мигрантами по разъяснению перспективности получения их детьми рабочих профессий, востребованных на российском рынке труда, и привлечение их денежных средств в рамках коммерческого обучения для финансирования российских образовательных учреждений СПО (в том числе через такие социальные сети, как «Одноклассники» и «ВКонтакте»).

Совершенствование механизмов нострификации документов об образовании для граждан из стран Центральной Азии.

Россотрудничество

Приоритизация работы с потенциальными мигрантами и членами их семей в рамках распространения русской культуры и русского языка на пространстве бывшего СССР, в частности в странах Центральной Азии.

ФАДН

Совершенствование механизма повышения уровня знания русского языка и русской культуры у детей мигрантов, находящихся в Российской Федерации, и их родителей совместно с Минобром и российскими НПО.

Международные организации

Информационная поддержка и консультирование профильных ведомств, НПО и других институций в Российской Федерации и странах Центральной Азии, занимающихся информированием мигрантов о их правах и путях снижения уязвимости в сфере занятости, здравоохранения и интеграции. Распространение зарубежного

опыта и знаний о миграции и миграционных процессах, улучшение доступа к миграционной статистике. Информационная поддержка научно-популярных и информационных проектов о миграции в Российской Федерации.

Работа с социальными сетями, популярными у мигрантов (в особенности «Одноклассники» и «ВКонтакте»), для информирования различных групп мигрантов по актуальным вопросам миграции. Информационная поддержка в наполнении «Википедии» и сайтов профильных российских миграционных ведомств актуальной статистикой и информацией о возможностях, рисках и вызовах в сфере миграции.

ТАБЛИЦЫ

Таблица 1. Распределение респондентов по наличию гражданства, %

	В целом	Мужчины	Женщины
Гражданство Таджикистана	34,4	34,3	34,5
Гражданство Кыргызстана	32,9	31,5	34,3
Гражданство Узбекистана	32,7	34,2	31,2
Итого	100	100	100

Таблица 2. Распределение респондентов по стране выезда, %

	В целом	Мужчины	Женщины
Таджикистан	34,4	34,3	34,5
Кыргызстан	32,8	31,5	34,1
Узбекистан	32,8	34,2	31,4
Итого	100	100	100

Таблица 3. Распределение респондентов по типу населенного пункта в месте постоянного проживания, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
В столице	21,1	16,1	26,4	28,4	20,9	36,2	22	15,9	27,8	12,6	11,5	13,9
В крупном городе (более 100 тыс. жителей)	32	32,2	31,8	26,1	25,9	26,3	22	22,1	21,9	48,3	47,8	48,9
В небольшом городе (менее 100 тыс. жителей), поселке городского типа, районном центре	25,7	27,6	23,6	22,6	25,3	19,7	31	35,2	27,2	23,5	22,9	24,1
В сельской местности	21,2	24,1	18,2	22,9	27,9	17,8	25	26,8	23,1	15,6	17,8	13,1
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 4. Распределение респондентов по полу, %

	В целом	Таджикистан	Кыргызстан	Узбекистан
Мужской	51,1	51	49	53,4
Женский	48,9	49	51	46,6
Итого	100	100	100	100

Таблица 5. Распределение респондентов по национальностям, человек, %

Национальность	Чел.	%
Таджик (чка)	267	29,8
Туркмен (ка)	1	0,1
Памирский (ая) таджик (чка)	20	2,2
Уйгур (ка)	1	0,1
Азербайджанец (ка)	1	0,1
Курд (ка)	1	0,1
Турук-месхетинец (ка)	1	0,1
Татарин (ка)	7	0,8
Каракалпак (чка)	3	0,3
Киргиз (ка)	271	30,2
Узбек (чка)	299	33,2
Русский (ая)	13	1,4
Кореец (янка)	9	1
Казах (шка)	2	0,2
Вьетнамец (ка)	1	0,1
Дунган (ка)	2	0,2
Иранец (ка)	1	0,1
Итого	900	100

Таблица 6. Распределение респондентов по возрастным группам, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	В целом	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
18-25 лет	32,2	36,2	28,1	30,6	36,7	24,3	33,1	35,9	35,9	30,5	33	35,7	29,9
26-35 лет	34,6	30,3	38,9	36,5	27,2	46,1	33,8	35,9	31,8	31,8	33,3	28	39,4
36-60 лет	33,2	33,4	33	32,9	36,1	29,6	33,1	28,2	37,7	37,7	33,7	36,3	30,7
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Таблица 7. Распределение респондентов по образованию, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Кандидат наук/PhD и выше	0,1	0	0,2	0	0	0	0,3	0	0,7	0	0	0
Магистр/специалист/высшее образование (6 лет или 5 лет обучения)	8,7	7,2	10,2	4,8	4,4	5,3	15,2	13,8	16,6	6,1	3,8	8,8
Бакалавр/высшее образование (4 года обучения)	12,2	11,7	12,7	15,8	17,1	14,5	10,8	7,6	13,9	9,9	10,2	9,5
Среднее специальное (закончили училище, колледж, техникум)	34,7	36,3	33	19	17,7	20,4	41,3	44,1	38,4	44,6	47,8	40,8
Среднее (окончили среднюю школу, гимназию – 10–11 классов)	33,7	36,5	30,7	45,6	53,2	37,5	25,3	26,9	23,8	29,6	28,7	30,7
Неполное среднее (8–9 классов)	6,2	7,4	5	6,1	6,3	5,9	5,4	6,9	4	7,1	8,9	5,1
Начальное образование (3–4 класса средней школы)	4,2	0,9	7,7	8,1	1,3	15,1	1,7	0,7	2,6	2,7	0,6	5,1
Нет образования	0,2	0	0,5	0,6	0	1,3	0	0	0	0	0	0
Другое	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 8. Распределение респондентов по семейному положению, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Состою в официальном (зарегистрированном) браке	52,2	56,7	47,5	60,6	67,1	53,9	42,9	46,9	39,1	52,7	55,4	49,7
Состою в неофициальном (незарегистрированном) браке (гражданский союз)	7,4	5,9	9,1	8,4	5,1	11,8	6,4	5,5	7,3	7,5	7	8
Обручен (на)/помолвлен (на)	2,6	2,6	2,5	3,2	1,8	4,6	1,7	3,4	0	2,7	2,5	2,9
Не состою и не состою(а) в браке	26,9	31,5	22	17,8	24,1	11,2	34,5	39,3	29,8	28,9	31,8	25,6
Разведен(а)/проживаем отдельно	8,6	3,1	14,4	7,4	1,9	13,2	11,5	4,1	18,5	6,8	3,3	10,9
Вдовец (а)	2,3	0,2	4,5	2,6	0	5,3	3	0,8	5,3	1,4	0	2,9
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 9. Распределение респондентов по материальному положению семьи в настоящее время, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Можем покупать всё необходимое и делать сбережения	25,8	31,1	20,2	15,8	19,6	11,8	33,1	40	26,5	28,9	34,4	22,6
Можем покупать всё необходимое, но делать сбережения не удается	45,4	46,5	44,3	47,8	53,8	41,4	39,9	37,9	41,7	48,6	47,2	50,4
Денег хватает только на самое необходимое (еду, одежду и т. п.)	25,6	18,9	32,5	31,9	21,5	42,9	24,3	19,3	29,2	20,1	15,9	24,8
Денег не хватает даже на самое необходимое (еду, одежду и т. п.)	3,2	3,5	3	4,5	5,1	3,9	2,7	2,8	2,6	2,4	2,5	2,2
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 10. Распределение респондентов по изменению положения семьи в связи с пандемией COVID-19, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Значительно улучшилось	1,3	0,9	1,8	2,3	0,6	3,9	0	0	0	1,7	1,9	1,5
Немного улучшилось	3,3	4,1	2,5	2,6	4,4	0,7	3	2,1	4	4,4	5,7	2,9
Не изменилось	22,9	29,3	16,2	20,6	29,1	11,8	23	30,3	15,9	25,2	28,7	21,2
Немного ухудшилось	52	48	56,1	53,5	49,4	57,9	51,7	48,3	55	50,7	46,5	55,5
Очень ухудшилось	17,1	14,4	20	20	15,8	24,3	16,9	15,2	18,5	14,3	12,1	16,8
Затрудняюсь ответить	3,4	3,3	3,4	1	0,7	1,4	5,4	4,1	6,6	3,7	5,1	2,1
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 11. Распределение респондентов по типу занятости, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Работал в частной фирме/организации	26	32	19,8	17,4	20,9	13,8	30,1	33,8	26,5	31	41,4	19
Работал в государственной организации	12	10,7	13,4	12,9	15,8	9,9	11,5	9,7	13,2	11,6	6,4	17,5
Разовые заказы/случайные заработки (посуточная заработная плата)	8,3	13,3	3,2	8,4	13,9	2,6	7,4	11	4	9,2	14,6	2,9
Работал на себя/индивидуальный предприниматель	8,1	9,1	7	8,7	8,9	8,6	7,1	8,3	6	8,5	10,2	6,6
Неоплачиваемая домашняя/семейная работа/домохозяйка	19,8	6,7	33,4	24,8	5,1	45,4	14,5	5,5	23,2	19,7	9,6	31,4
Безработный	14,8	16,5	13	15,8	19	12,5	13,5	15,9	11,3	15	14,6	15,3
Студент (ка)	9,4	9,8	8,9	9,7	13,3	5,9	13,9	13,1	14,6	4,4	3,2	5,8
Пенсионер (ка)	0,2	0,4	0	0,6	1,3	0	0	0	0	0	0	0
Другое	1,4	1,5	1,3	1,7	1,8	1,3	2	2,7	1,2	0,6	0	1,5
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 12. Распределение респондентов по сфере работы на родине, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Строительство	16,2	26,2	0,5	19,3	30,5	0	9,2	15,5	1,3	20,3	31,6	0
Оптовая и розничная торговля	14,9	8,4	25	16,7	8,4	30,9	13,9	7,2	22,4	14,3	9,4	23,1
Сельское/лесное хозяйство	6,7	9,4	2,6	8	10,5	3,6	8,7	12,4	3,9	3,8	6	0
Производство/другие производственные работы	5,3	6,8	3,1	4,7	4,2	5,5	4	6,2	1,4	7,1	9,4	3,1
Горнодобывающая промышленность и разработка карьеров	0,6	1	0	0	0	0	1,2	2,1	0	0,5	0,9	0
Пищевая промышленность	0,8	0,6	1	0	0	0	1,2	0	2,6	1,1	1,7	0
Жилищно-коммунальное хозяйство	1,8	2,6	0,5	2	3,1	0	2,3	3,1	1,4	1,1	1,7	0
Сфера услуг в гостиницах, отелях (других местах проживания), общепит и рестораны	11,5	8,1	16,8	8,7	7,4	10,9	10,4	4,1	18,4	14,8	12	20
Сфера развлечений (включая представления) и отдыха	1,2	1	1,5	0,7	0	1,8	1,7	2,1	1,4	1,1	0,9	1,5
Прочие услуги, включая стирку (химчистку) одежды, парикмахерские, косметические услуги/массажный кабинет)	11,5	11	12,2	9,3	8,4	10,9	12,7	11,3	14,5	12,3	12,8	10,8
Транспорт (такси/автобус/перевозка товаров)	6,1	10	0	4,7	7,4	0	8,1	14,4	0	5,5	8,5	0
Ремонт автомобилей и мотоциклов	2	3,2	0	3,3	5,2	0	1,7	3,1	0	1,1	1,7	0
Образование	7,7	4,9	12,2	10	8,4	12,8	8,1	5,1	11,8	5,5	1,6	12,3
Здравоохранение/здоровье человека	5	1,3	10,7	3,3	0	9,1	5,8	3,1	9,2	5,5	0,9	13,8
Услуги в частном домохозяйстве (на частных лиц – няня, сиделка, домработница, садовник, и т. д.)	1	0	2,7	0,7	0	1,8	0	0	0	2,2	0	6,2
Рыболовство	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Другое	0,1	0,3	0	0	0	0	0,6	1	0	0	0	0
Социальная работа	0,2	0,3	0	0,7	1,1	0	0	0	0	0	0	0
Информация и коммуникации	1,4	1	2	0,7	1,1	0	2,9	2,1	3,9	0,5	0	1,5
Финансовая и страховая деятельность	1,6	1	2,6	1,3	1,1	1,8	2,9	2,1	3,9	0,5	0	1,5
Операции с недвижимостью	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Профессиональные, научные, технические, административные и вспомогательные услуги (бухгалтер, охранник, администратор, юрист)	3,2	1	6,6	4,7	1,1	10,9	2,3	1	3,9	2,8	0,9	6,2
Госуправление и оборона	1,2	1,9	0	1,2	2,1	0	2,3	4,1	0	0	0	0
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 13. Распределение респондентов по источникам оплаты поездки в Российскую Федерацию в этот приезд, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
У меня были свои деньги, сбережения	50,6	59,7	41	45,6	56,7	34,2	50,7	56,6	45	55,6	65,6	44,1
Продав (а) землю	0,4	0,7	0,2	0	0	0	0,3	0	0,7	1	1,9	0
Продав (а) дом, квартиру	0,2	0,2	0,2	0,3	0	0,6	0,3	0,7	0	0	0	0
Продав (а) ценное имущество (машина, мебель, золото)	3,7	1,3	6,2	4,9	1,3	8,6	2,7	1,4	4	3,4	1,3	5,9
Взял (а) деньги займы у семьи/родственников/друзей на родине	21	21,3	20,8	24,3	26,1	22,4	20,3	22,8	17,9	18,4	15,3	22,1
Взял (а) деньги займы у семьи/родственников/друзей в Российской Федерации	9,6	9,6	9,4	6,1	7,6	4,6	14,5	13,1	15,9	7,8	8,3	7,4
Взял (а) деньги в долг у частного посредника по трудоустройству	0,1	0	0,2	0	0	0	0	0	0	0,3	0	0,7
Взял (а) деньги в долг у кадрового агентства/фирмы по трудоустройству	0,2	0,2	0,2	0,6	0,6	0,6	0	0	0	0	0	0
Взял (а) кредит в банке	3,1	2	4,3	4,9	3,2	6,6	2,7	0,7	4,6	1,7	1,9	1,5
Взял (а) деньги в долг у частного лица/неофициального кредитора	0,8	0,7	0,9	0	0	0	1	0,6	1,3	1,4	1,3	1,5
Взял (а) деньги у работодателя/удержание из заработной платы	0,3	0,4	0,2	0	0	0	0,3	0	0,7	0,7	1,3	0
Другое	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Приехал (а) с мужем/отцом/родственниками, оплатившими поездку	10	3,9	16,4	13,3	4,5	22,4	7,2	4,1	9,9	9,7	3,1	16,8
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 14. Распределение респондентов по причинам миграции, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Заработать денег	92,2	93,3	91,1	91	89,9	92,1	91,2	93,8	88,7	94,6	96,2	92,7

Получить образование (на учебу, стажировку)	9,8	9,6	10	8,4	8,9	7,9	12,5	13,1	11,9	8,5	7	10,2
Устроить личную жизнь – жениться/выйти замуж	10,8	10,7	10,9	5,8	9,5	2	13,2	10,3	15,9	13,6	12,1	15,3
Приехал (а) к семье или с семьей (чтобы быть вместе с мужем, женой, детьми и т. п.)	18,3	9,8	27,3	15,2	8,2	22,4	21,6	14,5	28,5	18,4	7	31,4
Другое	2,6	2,4	2,7	3,5	4,4	2,6	2	1,4	2,6	2	1,3	2,9

Таблица 15. Распределение респондентов по времени нахождения в Российской Федерации, %

	В целом
До 3 лет	47,8
Более 3 лет	52,2
Итого	100

Таблица 16. Распределение респондентов по дальнейшим планам пребывания в Российской Федерации, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Остаться здесь навсегда, на постоянное жительство	34,7	33,3	36,1	37,2	39,8	34,3	32,3	31	33,7	34,4	28,6	40,8
Жить здесь некоторое длительное время (несколько лет), а затем вернуться домой	33,9	35,2	32,5	27,7	24,7	30,9	39,9	44,1	35,8	34,4	37,6	30,7
Приезжать на какое-то время, зарабатывать деньги и уезжать домой	25,4	26,1	24,8	31,3	30,4	32,2	19,3	18,7	19,9	25,5	28,7	21,9
Больше не приезжать сюда, закончить поездки на заработки	3,6	3,7	3,4	3,2	5,1	1,3	3,4	2,8	4	4,1	3,2	5,1
Переехать в другую страну	2,4	1,7	3,2	0,6	0	1,3	5,1	3,4	6,6	1,6	1,9	1,5
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 17. Распределение респондентов по продолжительности выезда на заработки, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Выезжаю на короткий срок, немного зарабатываю и возвращаюсь домой	2,2	3,3	1,1	1	1,9	0	3,3	4,9	2	2,4	3,2	1,5
Почти весь год провожу на выезде, домой приезжаю на 1–2–3 месяца в год	52,4	55,7	49,1	58,4	57	59,9	50	52,4	47,6	48,6	57,3	38,7
Практически постоянно живу здесь, домой почти не езжу	43,3	39,3	47,3	40	41,1	38,8	42,6	38,6	46,4	47,3	38,2	57,7
Другое	2,1	1,7	2,5	0,6	0	1,3	4,1	4,1	4	1,7	1,3	2,1
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 18. Распределение респондентов по форме занятости, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
В организации, на фирме	66	68,9	63	60,3	60,8	59,9	74,3	77,9	70,9	63,6	68,8	57,7
По найму у частного лица	28,1	25	31,4	36,5	34,8	38,1	18,2	13,1	23,1	29,3	26,1	32,8
Я индивидуальный предприниматель (у меня свой бизнес)	5,2	5	5,4	2,2	2,5	2	6,8	8,3	5,3	6,8	4,5	9,5
Другое	0,7	1,1	0,2	1	1,9	0	0,7	0,7	0,7	0,3	0,6	0
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 19. Распределение респондентов по сфере занятости, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Строительство	15,9	30,6	0,5	20,3	38,6	1,3	6,8	13,8	0	20,4	38,2	0
Оптовая и розничная торговля	15,4	10,7	20,5	18,1	13,3	23	15,9	7,6	23,8	12,2	10,8	13,9
Сельское/лесное хозяйство	0,4	0,7	0,2	1	1,9	0	0,3	0	0,7	0	0	0
Производство/другие производственные работы	3,9	4	3,6	3,9	2,5	5,3	3,7	5,5	2	4,1	4,5	3,6
Горнодобывающая промышленность и разработка карьеров	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Пищевая промышленность	2,2	1,3	3,2	3,2	3,2	3,3	1,6	0	3,3	1,8	0,7	2,9
Жилищно-коммунальное хозяйство	6,4	8,3	4,5	7,4	8,2	6,6	5,1	9	1,3	6,8	7,6	5,8
Сфера услуг в гостиницах, отелях (других местах проживания), общепит и рестораны+А209	12,9	10	15,9	8,1	4,4	11,8	14,5	13,1	15,9	16,3	12,7	20,4
Сфера развлечений (включая представления) и отдыха	0,4	0,7	0,2	0,3	0,6	0	0,7	1,4	0	0,3	0	0,7
Прочие услуги, включая стирку (химчистку) одежды, парикмахерские, косметические услуги/массажный кабинет)	22,9	15,1	30,9	18,7	8,9	28,9	30,1	25,5	34,4	20,1	12,1	29,2
Транспорт (такси/автобус/перевозка товаров)	5,8	10,7	0,7	5,8	11,4	0	7,8	15,2	0,7	3,7	5,7	1,5
Ремонт автомобилей и мотоциклов	1,2	2,4	0	1,3	2,5	0	1	2	0	1,4	2,6	0
Образование	1,6	0,4	2,7	0,6	0,6	0,7	2	0	4	2	0,6	3,6
Здравоохранение/здоровье человека	2	0,7	3,2	1	0	2	2,7	2,1	3,3	2	0	4,4
Услуги в частном домохозяйстве (на частных лиц – няня, сиделка, домработница, садовник и т. д.)	5,4	1,1	10	9	2,6	15,8	1,6	0	3,3	5,4	0,7	10,9
Рыболовство	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Другое	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Социальная работа	0,7	0	1,4	0	0	0	1,4	0	2,6	0,7	0	1,5
Информация и коммуникации	0,9	1,1	0,7	0,3	0,6	0	1,7	2,1	1,3	0,7	0,6	0,8
Финансовая и страховая деятельность	0,4	0,2	0,7	0	0	0	0,7	0	1,4	0,7	0,6	0,8
Операции с недвижимостью	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Профессиональные, научные, технические, административные и вспомогательные услуги (бухгалтер, охранник, администратор, юрист)	1,6	2	1,1	1	0,7	1,3	2,4	2,7	2	1,4	2,6	0
Госуправление и оборона	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 20. Распределение респондентов по способу поиска работы, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
С помощью родственников, друзей или знакомых на родине	12	14,3	9,5	16,8	20,3	13,2	6,8	6,2	7,3	12,2	15,9	8
С помощью родственников, друзей или знакомых в Российской Федерации	58,8	58,3	59,6	60	60,8	59,2	56,8	55,9	57,6	59,9	58	62
Обратился (ась) к посреднику или вербовщику	1,1	1,1	1,1	0,6	0	1,3	0,3	0,7	0	2,4	2,5	2,2
Мне предложил работу посредник или вербовщик	2,2	2,6	1,8	2,3	0,6	3,9	2,4	3,4	1,3	2	3,8	0
Я знал (а) работодателя лично	4,1	5	3,2	2,9	3,8	2	6,1	6,2	6	3,4	5,1	1,5
Обращался (ась) в государственные структуры (службы занятости)	0,6	0,2	0,9	0,6	0,6	0,7	0	0	0	1	0	2,2
Обращался (ась) в частное агентство занятости, фирму по трудоустройству и т. п.	0,8	0,4	1,1	0,6	0,6	0,7	0,6	0	1,3	1	0,6	1,5
Через объявление в газете, по радио, телевидению и т. п.	3,7	2,2	5,3	5,3	2,6	7,8	2,4	2,7	2	3,4	1,3	5,8
Через объявление или рекламу в Интернете	15	15	15	10,3	10,1	10,5	21,3	22,8	19,9	13,7	12,8	14,6
Другое	1,7	0,9	2,5	0,6	0,6	0,7	3,3	2,1	4,6	1	0	2,2
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 21. Распределение респондентов по наличию письменного договора с работодателем, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Да, есть письменный договор	54,5	54,2	54,8	49,7	49,4	50	58	59,7	56,3	56,1	54,1	58,4
Нет письменного договора	45,5	45,8	45,2	50,3	50,6	50	42	40,3	43,7	43,9	45,9	41,6
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 22. Распределение респондентов по причинам отсутствия письменного договора с работодателем, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан, в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Работодатель отказывается заключать договор	32,4	30,6	34,4	35,3	34,6	36	31,5	20,3	41,5	29,8	34,8	23,6
Мне договор не нужен	60,8	62,1	59,5	58,8	59	58,7	62	72,9	52,3	62,1	56,5	69,1
Другое	6,8	7,3	6,1	5,9	6,4	5,3	6,5	6,8	6,2	8,1	8,7	7,3
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 23. Распределение респондентов по типу сослужащих, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
В основном россияне	16,2	16,5	15,9	17,1	18,4	15,8	16,2	15,2	17,2	15,3	15,9	14,6
В основном мигранты	42,4	45,3	39,3	42,6	44,3	40,8	43,9	42,7	45	40,5	48,4	31,4
Поровну россияне и мигранты	32,4	34,3	30,5	28,4	31	25,7	34,8	40	29,9	34,3	32,5	36,4
Я работаю один (а)	8,4	3,5	13,6	11,6	6,3	17,1	5,1	2,1	7,9	8,5	1,9	16,1
Другое	0,6	0,4	0,7	0,3	0	0,6	0	0	0	1,4	1,3	1,5
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 24. Распределение респондентов по мнению о конкуренции за их рабочее место, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Нет, местные работники не идут на ту работу, которую делаю я	29	27,8	30,2	32,6	34,8	30,3	24,7	16,5	32,5	29,6	31,2	27,7
Да, хотели бы, местные работники также претендуют на это рабочее место	36,9	40,4	33,2	31,6	31	32,2	46,6	54,5	39	32,7	36,9	27,7
Затрудняюсь ответить	34,1	31,8	36,6	35,8	34,2	37,5	28,7	29	28,5	37,7	31,9	44,6
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 25. Распределение респондентов по местонахождению их паспорта, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
У меня	99,2	98,7	99,8	98,7	97,5	100	99,7	100	99,3	99,3	98,7	100
У работодателя	0,6	1,1	0	1	1,9	0	0	0	0	0,7	1,3	0
Другое	0,2	0,2	0,2	0,3	0,6	0	0,3	0	0,7	0	0	0
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 26. Распределение респондентов по среднемесячной и почасовой оплате труда в среднем за год, рублей, долларов США

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Среднемесячная зарплата, рублей	38 290	42 624	33 778	35 788	40 198	31 289	39 998	45 406	34 737	39 200	42 450	35 496
Почасовая оплата в среднем за год, рублей	155	167	141	151	167	134	158	170	144	157	165	147
Среднемесячная зарплата, долларов США	529,4	589,4	467,0	494,8	555,8	432,6	553,0	627,8	480,3	542,0	587,0	490,8
Почасовая оплата в среднем за год, долларов США	2,1	2,3	2,0	2,1	2,3	1,8	2,2	2,4	2,0	2,2	2,3	2,0

Таблица 27. Распределение респондентов по форме получения заработной платы, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
По официальной ведомости, с Вашей подписью	16,9	14,8	19,1	11,6	10,8	12,5	22	20	24	17,4	14,1	21,2
Через банк, на карточку, от физического лица/моего начальника/с личного счета руководителя работ	14	11,3	16,9	12,9	11,4	14,5	12,9	10,3	15,3	16,4	12,2	21,2
Через банк, на карточку от моей фирмы/юридического лица	24,8	28,4	21,2	26,1	26,6	25,7	26,4	33,1	20	21,8	25,6	17,5
Наличными без ведомости («в конверте»)	42,7	44	41,2	49,4	51,2	47,3	34,6	31,8	37,4	43,7	48,1	38,6
Другое	1,6	1,5	1,6	0	0	0	4,1	4,8	3,3	0,7	0	1,5
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 28. Распределение респондентов по продолжительности рабочего дня, часов

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
	9,826	10,095	9,544	9,426	9,589	9,257	10,169	10,638	9,719	9,901	10,102	9,672

Таблица 29. Распределение респондентов по продолжительности рабочей недели, дней

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
	5,771	5,793	5,748	5,785	5,769	5,803	5,731	5,755	5,709	5,795	5,851	5,73

Таблица 30. Распределение респондентов по участию в формировании бюджета семьи, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
В основном я	47,7	64,8	29,8	52,9	76,6	28,3	39	45,5	32,7	51	70,7	28,5
В основном другой член семьи	17	7,2	27,4	14,5	4,4	25	18	9,7	26	18,7	7,6	31,4
Совместно я и другой член семьи	34,5	27,6	41,7	32,6	19	46,7	41,7	44,1	39,3	29,3	21	38,6
Другое	0,8	0,4	1,1	0	0	0	1,3	0,7	2	1	0,7	1,5
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 31. Распределение респондентов по наличию счета в банке, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Да, в Российской Федерации	79,4	79,8	79,1	77,1	80,4	73,6	87,2	87,6	86,7	74,2	72	76,6
Да, в моей родной стране	1,4	1,8	1,1	1,3	2,5	0	1	1,4	0,7	2	1,2	2,9
Да, в Российской Федерации и моей родной стране	2,7	4,1	1,1	1,3	2,5	0	2,4	3,4	1,3	4,4	6,4	2,2
Нет	13,6	12,2	15,1	15,2	12,7	17,8	9,1	6,9	11,3	16,3	16,6	16,1
Не знаю	0,3	0,4	0,2	0,3	0	0,7	0	0	0	0,7	1,3	0
Не хочу отвечать	2,6	1,7	3,4	4,8	1,9	7,9	0,3	0,7	0	2,4	2,5	2,2
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 32. Распределение респондентов по наличию банковской карты, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Да	83,7	86,5	80,7	79,7	85,4	73,7	90,3	92,4	88,1	81,3	82,2	80,3
Нет	12,1	11,1	13,1	14,2	12,7	15,8	8,4	6,9	9,9	13,6	13,4	13,9
Не знаю	0,3	0,2	0,5	0	0	0	0,3	0	0,7	0,7	0,6	0,7
Не хочу отвечать	3,9	2,2	5,7	6,1	1,9	10,5	1	0,7	1,3	4,4	3,8	5,1
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 33. Распределение респондентов по совершению платежей, покупок или переводу денег со своего счета в банке или с банковской карты, используя мобильный телефон или Интернет за последний год, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Да	80,1	81,8	78,2	77,7	80,9	74,3	85,1	88,3	82,1	77,5	76,9	78,1
Нет	9,8	9	10,7	8,7	8,9	8,6	9,5	6,9	11,9	11,3	10,9	11,7
Не знаю	2,8	3,1	2,5	3,9	4,5	3,3	1,4	1,4	1,3	3,1	3,2	2,9
Не хочу отвечать	7,3	6,1	8,6	9,7	5,7	13,8	4	3,4	4,7	8,1	9	7,3
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 34. Распределение респондентов по навыкам установки приложений на мобильный телефон, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Да	87,8	89,3	86,1	90	91,8	88,2	88,2	91	85,4	85	85,4	84,7
Нет	12,2	10,7	13,9	10	8,2	11,8	11,8	9	14,6	15	14,6	15,3
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 35. Распределение респондентов по уровню финансовой грамотности, %*

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Больше 102 долларов США	49,9	51,7	48	43,7	45,2	42,1	57,3	60,4	54,3	49	50,3	47,4
Ровно 102 доллара США	2,4	2,8	2	2,6	3,8	1,3	1,7	1,4	2	3,1	3,2	2,9
Меньше 102 долларов США	11,5	9,6	13,4	14,6	13,4	15,8	7,5	4,2	10,6	12,2	10,8	13,9
Не знаю	36,2	35,9	36,6	39,1	37,6	40,8	33,5	34	33,1	35,7	35,7	35,8
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

* Респонденты должны были ответить на следующий вопрос: Предположим, что на Вашем сберегательном счете есть 100 долларов США, а процентная ставка по вкладу составляет 2 % в год. Сколько Вы сможете накопить за пять лет, если оставите деньги на счете?

Таблица 36. Распределение респондентов по переводу денег за рубеж за последний год, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Да, в Киргизию	27,9	28,5	27,3	0,3	0	0,7	84,7	91	78,8	0	0	0
Да, в Таджикистан	31,9	32,9	30,9	89,7	93,7	85,5	0,7	0	1,3	2,4	1,9	2,9
Да, в Узбекистан	27,8	30,5	24,8	0	0	0	0	0	0	84,7	89,2	79,6
Другое	0,1	0,2	0	0	0	0	0	0	0	0,3	0,6	0
Нет	12,3	7,9	17	10	6,3	13,8	14,6	9	19,9	12,6	8,3	17,5
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 37. Распределение респондентов по причинам, по которым они не переводили деньги за рубеж за последний год, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Я недостаточно зарабатываю	31,5	36,1	29,2	30	44,4	23,8	31	28,6	32,2	33,3	38,5	30,4
У меня нет семьи, которой посылать деньги	24,1	38,9	16,7	16,6	22,3	14,3	26,1	42,9	17,9	27,8	46,1	17,4
У меня нет работы	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Это связано с временными сложностями с жильем или документами	9,3	5,6	11,1	10	0	14,3	7,1	7,1	7,1	11,1	7,7	13
Другое	25	16,7	29,2	16,7	22,2	14,3	31	21,4	35,7	25	7,7	34,8
Я не хочу отвечать	10,1	2,7	13,8	26,7	11,1	33,3	4,8	0	7,1	2,8	0	4,4
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 38. Распределение респондентов по частоте денежных переводов за рубеж в среднем за последний год, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Раз в месяц	64,4	68,9	59,3	67,6	74,7	59,8	61,4	66,2	56,5	63,9	65,5	61,9
Несколько раз в месяц	4,9	5,9	3,6	2,1	4	0	7,5	7,4	7,6	5,2	6,6	3,4
Раз в квартал (то есть три месяца)	17,1	14	20,7	17,1	13,3	21,2	16,2	14	18,3	18,2	14,6	22,9
Раз в год (12 мес.)	3,9	3,2	4,7	3,1	1,3	5,1	5,2	4,3	6,1	3,4	4	2,5
По-разному	9,7	8	11,7	10,1	6,7	13,9	9,7	8,1	11,5	9,3	9,3	9,3
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 39. Распределение респондентов по средней сумме, отправляемой за один раз и за один месяц, рублей, долларов США

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
В среднем за 1 раз, долларов США	208	232	180	167	188	144	219	234	204	239	275	194
В среднем за 1 раз, рублей	15 022	16 795	12 979	12 072	13 571	10 377	15 869	16 923	14 720	17 273	19 881	14 034
В среднем за 1 месяц, долларов США	165	191	134	136	158	110	175	199	149	185	217	145
В среднем за 1 месяц, рублей	11 935	13 816	9 716	9 862	11 458	7 969	12 659	14 406	10 775	13 411	15 688	10 495

Таблица 40. Распределение респондентов по основным причинам перевода денег на родину за последний год (выбор не более чем из трех вариантов), %

	В целом	Мужчины	Женщины	В целом	Мужчины	Женщины	В целом	Мужчины	Женщины	В целом	Мужчины	Женщины
Регулярная финансовая поддержка членов семьи на родине	86,6	91,3	81,3	85,8	91,4	79,6	82,2	88,2	75,8	91,8	94,0	89,2
Подарок на день рождения, свадьбу, другой личный праздник	15,1	12,6	17,9	13,9	6,0	22,6	22,3	25,7	18,8	9,3	7,4	11,7
Экстренная финансовая помощь членам семьи на родине (в том числе на похороны)	5,5	4,8	6,2	6,9	4,0	10,2	6,4	6,6	6,3	3,0	4,0	1,7
На крупную покупку (мебель, автомобиль, бытовая техника)	3,5	3,9	3,1	2,8	2,6	2,9	4,5	5,1	3,9	3,3	4,0	2,5
На покупку недвижимости	4,1	3,9	3,1	0,7	1,3	0,0	7,6	7,4	7,8	2,6	3,4	1,7
На оплату обучения детей	8,5	8,9	8,1	5,2	5,3	5,1	11,4	16,2	6,3	9,3	6,0	13,3
На оплату долга семье	3,4	3,0	3,9	2,1	0,7	3,6	4,9	4,4	5,5	3,3	4,0	2,5
На оплату медицинских услуг	2,6	2,5	2,6	2,8	3,3	2,2	1,9	2,2	1,6	3,0	2,0	4,2

На сбережения/накопления	6,6	6,9	6,2	4,9	6,6	2,9	5,3	3,7	7,0	9,7	10,1	9,2
Другое	2,4	1,4	3,6	2,4	1,3	3,6	4,2	2,9	5,5	0,7	0,0	1,7
Итого ответило на вопрос	821	436	385	288	151	137	264	136	128	269	149	120

Таблица 41. Распределение респондентов по влиянию на решение о расходовании пересылаемых ими на родину денег, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Да, всегда	14,8	14,6	15	15,7	13	18,7	12,2	12,5	11,8	16,4	18	14,3
Да, часто	13,5	13,9	13,2	11,8	11	12,7	15,2	16,9	13,4	13,8	14	13,4
Иногда	18	17,1	18,9	18,6	17,1	20,1	16,7	14	19,7	18,6	20	16,8
Редко	12,1	10,6	13,7	18,2	14,4	22,4	10,6	11	10,2	7,1	6,7	7,6
Нет, эти решения принимаются без меня	41,6	43,8	39,2	35,7	44,5	26,1	45,3	45,6	44,9	44,2	41,3	47,9
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100,1	100	100

Таблица 42. Распределение респондентов по предпочитаемому способу перевода денег за рубеж (выбор не более чем из трех вариантов), %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Через офис платежного оператора (например, «Золотая корона»)	49,8	53,1	46,5	35,8	40,0	31,1	61,4	65,0	57,7	53,7	55,3	51,7
Через сайт/мобильное приложение платежного оператора	27,0	28,1	25,8	19,6	24,0	14,8	36,3	35,0	37,7	25,7	26,0	25,4
Через офис банка	16,9	14,9	19,3	20,7	15,3	26,7	12,4	9,5	15,4	17,5	19,3	15,3
Через сайт/мобильное приложение банка	33,7	36,6	30,5	38,2	44,0	31,9	27,0	29,2	24,6	35,8	36,0	35,6
Через друзей и знакомых, наличными	8,3	5,7	11,2	9,1	4,7	14,1	9,7	8,0	11,5	6,0	4,7	7,6
Через друзей и знакомых, с карты на карту	4,1	5,7	2,3	4,6	6,0	3,0	3,7	5,8	1,5	4,1	5,3	2,5
Через посредников, наличными	0,4	0,5	0,3	0,7	1,3	0,0	0,4	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0
Предпочитаю привозить деньги лично (наличные или на карте)	1,6	1,8	1,3	2,1	2,0	2,2	0,4	0,0	0,8	2,2	3,3	0,8
Другое	3,2	2,5	3,9	3,9	3,3	4,4	3,7	3,6	3,8	1,9	0,7	3,4
Итого отправляющих деньги	820	437	383	285	150	135	267	137	130	268	150	118

Таблица 43. Распределение респондентов по выбору способа пересылки денег за рубеж (выбор не более чем из трех вариантов), %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Мне так удобнее	59,1	57,5	60,7	67,3	62,4	72,6	55,8	52,2	59,7	53,4	57,3	48,3
Я считаю этот способ самым надежным	25,3	23,7	27,0	20,8	24,2	17,0	23,0	22,1	24,0	32,1	24,7	41,5
Так получается дешевле всего	9,3	9,2	9,4	9,9	7,4	12,6	4,9	4,4	5,4	13,1	15,3	10,2
Это самый быстрый способ (деньги быстрее доходят до получателя)	11,3	13,8	8,4	13,7	18,1	8,9	12,8	15,4	10,1	7,1	8,0	5,9
Уже привык так отправлять	9,7	3,7	8,6	8,8	7,4	10,4	10,2	12,5	7,8	10,1	12,0	7,6
Другое	2,0	1,8	2,1	1,4	1,3	1,5	3,0	2,9	3,1	1,5	1,3	1,7
Не знаю	1,0	0,9	1,0	0,7	0,7	0,7	1,9	2,2	1,6	0,4	0,0	0,8
Итого ответивших на этот вопрос	817	435	382	284	149	135	265	136	129	268	150	118

Таблица 44. Распределение респондентов по способу получения денег, предпочитаемому получателем платежа (выбор не более чем из трёх вариантов), %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
На банковскую (платежную) карту	20,0	24,8	14,5	22,9	32,9	11,8	23,2	26,3	20,0	13,7	15,2	11,8
На мобильный телефон	5,0	5,0	4,9	4,5	5,3	3,7	3,4	2,2	4,6	7,0	7,3	6,7
На электронный кошелек	4,3	4,8	3,6	2,1	3,9	0,0	4,5	4,4	4,6	6,3	6,0	6,7
В пункте выдачи платежного оператора	80,6	79,3	81,6	73,3	69,7	77,2	83,9	82,5	85,4	84,4	86,1	82,4
Лично в руки от друзей и знакомых	12,2	10,9	13,5	10,1	6,6	14,0	16,9	16,8	16,9	9,6	9,9	9,2
Лично в руки от посредников	1,0	0,9	1,0	0,7	0,7	0,7	0,7	0,0	1,5	1,5	2,0	0,8
Другое	2,4	2,3	2,6	4,2	3,3	5,1	0,7	1,5	0,0	2,2	2,0	2,5
Итого отправляющих деньги	825,0	440,0	385,0	288,0	152,0	136,0	267,0	137,0	130,0	270,0	151,0	119,0

Таблица 45. Распределение респондентов по выбору способа получения денег получателем, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Так удобнее всего	54,2	51	57,8	64,2	56,7	72,6	52,3	52,2	52,3	45,6	44,4	47,1
Этот способ самый надежный	25	25,4	24,5	20	27,3	11,9	24,8	23,5	26,2	30,4	25,2	37
Так получается дешевле всего	3,2	4,3	1,8	2,1	2	2,2	0,8	1,5	0	6,7	9,3	3,4
Это самый быстрый способ (деньги быстрее доходят до получателя)	5,1	5,7	4,4	6	6,7	5,2	4,1	5,2	3,1	5,1	5,2	5
Уже привык так получать	11,5	12,4	10,7	6,7	6	7,4	17,7	17,6	17,7	10,7	13,9	6,7
Другое	1	1,2	0,8	1	1,3	0,7	0,3	0	0,7	1,5	2	0,8
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 46. Распределение респондентов по изменениям при пересылке денег на родину в период пандемии коронавируса в Российской Федерации, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Да, но меньше обычного	37,9	40,6	34,9	43,7	40,3	47,5	31,3	40,7	21,2	38,4	40,9	35,2
Да, ту же сумму что и обычно	22,6	23,9	21,1	29,4	33,1	25,2	12,9	15,7	9,8	25	22,1	28,7
Нет	38,6	34,4	43,5	26,3	25,3	27,3	54,8	42,9	67,4	35,9	35,7	36,1
Другое	0,9	1,1	0,5	0,6	1,3	0	1	0,7	1,6	0,7	1,3	0
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 47. Распределение респондентов по изменению предпочтений при пересылке денег из-за ситуации с коронавирусом, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Да, изменились	4,3	4,5	4,1	1,7	1,3	2,2	7,7	7,1	8,4	3,6	5,3	1,6
Нет, остались прежними	95,7	95,5	95,9	98,3	98,7	97,8	92,3	92,9	91,6	96,4	94,7	98,4
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 48. Распределение респондентов по изменению финансовой ситуации в связи с пандемией COVID-19, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Без изменений	25,4	26,6	24,1	31,6	34,2	28,9	17,9	21,4	14,6	26,3	23,7	29,2
Доход уменьшился, но финансовых трудностей нет	33,9	38,3	29,3	31	39,2	22,4	33,8	36,6	31,1	37,2	39,1	35
Мой доход уменьшился и возникли финансовые трудности	32,4	27,5	37,5	33,2	22,2	44,8	34,8	31	38,4	29	29,5	28,5
У меня возник долг/я живу в долг/я взял деньги взаймы	8,1	7,4	8,9	4,2	4,4	3,9	13,2	10,3	15,9	7,2	7,7	6,6
Другое	0,2	0,2	0,2	0	0	0	0,3	0,7	0	0,3	0	0,7
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 49. Распределение респондентов по испытываемым ими сложностям в связи с пандемией COVID-19 (выбор нескольких вариантов ответов), %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Ничего не изменилось	27,7	30,4	24,8	34,2	38,6	29,6	23,6	26,9	20,5	24,8	25,5	24,1
Я испытываю психологический стресс	35,8	27,6	44,3	29	20,9	37,5	41,6	31,7	51	37,1	30,6	44,5
Моя зарплата уменьшилась/недостаточные доходы	43,9	42,8	45	41,3	34,2	48,7	48	49	47	42,5	45,9	38,7
У меня теперь есть долг (долги)	10,7	10,4	10,9	7,4	9,5	5,3	15,5	11,7	19,2	9,2	10,2	8
Я стал хуже питаться	8,6	7,4	9,8	6,5	3,8	9,2	11,1	12,4	9,9	8,2	6,4	10,2
Ухудшился доступ к медицине	2,4	2,4	2,5	1,9	2,5	1,3	3	2,1	4	2,4	2,5	2,2
Потерял работу, пришлось искать новую	15,2	14,6	15,9	10,3	12	8,6	17,6	13,1	21,9	18	18,5	17,5
Другое (в том числе переболел COVID-19)	5,3	5,2	5,5	5,5	4,4	6,6	7,1	7,6	6,6	3,4	3,8	2,9

Таблица 50. Распределение респондентов по источникам информации о COVID-19 (выбор нескольких вариантов ответов), %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Телевидение, радио, газеты	50,1	47,2	53,4	61,9	62,7	61,2	36,1	30,3	41,7	51,7	46,5	57,7
Интернет, информация из социальных сетей (ВК, Одноклассники, Фейсбук и т. д.)	85,7	84,8	86,6	82,9	81,6	84,2	91,6	90,3	92,7	82,7	82,8	82,5
Родственники, земляки, соотечественники в Российской Федерации	20,6	18	23,2	19	11,4	27	23,3	21,4	25,2	19,4	21,7	16,8
Родственники, земляки, соотечественники на родине	10,2	11,7	8,6	5,5	6,3	4,6	13,5	14,5	12,6	11,9	14,6	8,8
Знакомые-россияне	2,4	2,8	2	1,9	1,3	2,6	3,7	4,8	2,6	1,7	2,5	0,7
Диаспора, мигрантские организации	0,2	0	0,5	0,3	0	0,7	0,3	0	0,7	0	0	0
Некоммерческие организации (НКО), международные организации	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Другое	1	1,3	0,7	1	0,6	1,3	1	2,1	0	1	1,3	0,7

Таблица 51. Распределение респондентов по ежедневно используемым средствам защиты от COVID-19 (выбор нескольких вариантов ответов), %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Индивидуальная маска, респиратор и т. п.	98,2	97,4	99,1	99,7	99,4	100	97	96,6	97,4	98	96,2	100
Санитайзер-спрей, гель для рук	67,1	63,5	70,9	72,3	71,5	73	65,2	53,1	76,8	63,6	65	62
Специальное антибактериальное мыло	25,2	22,6	28	31,3	28,5	34,2	20,6	16,6	24,5	23,5	22,3	24,8
Протираю ручки двери и другие поверхности средствами дезинфекции, спиртом	12,9	11,7	14,1	14,2	13,3	15,1	11,5	9,7	13,2	12,9	12,1	13,9
Другое	7,7	5,7	9,8	2,3	1,3	3,3	14,2	9,7	18,5	6,8	6,4	7,3

Таблица 52. Распределение респондентов по типу жилья в Российской Федерации, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Собственное жилье (квартира, комната, дом)	4,3	4,4	4,3	4,8	4,4	5,3	4,7	4,1	5,3	3,4	4,5	2,2
Снимаю отдельное жилье только для себя и своей семьей	33,4	26,4	40,5	31,9	29,1	34,9	36,9	29	44,4	31,3	21,4	42,3
Снимаю жилье вместе с другими людьми (земляками, друзьями и т. п.)	44,9	46,1	43,6	45,8	46,2	45,4	44,9	49,7	40,4	43,8	42,6	45,3
Живу в общежитии	11,1	15,7	6,4	9,4	12	6,6	9,8	13,1	6,6	14,4	21,9	5,8
Живу в техническом помещении (подвале, сарае и т. п.)	0,3	0,4	0,2	0,3	0	0,7	0,3	0,7	0	0,3	0,6	0
Живу там, где работаю (рынок, строительный объект, дом работодателя и т. п.)	5,9	6,8	5	7,4	7,6	7,1	3,4	3,4	3,3	6,8	9	4,4
Другое	0,1	0,2	0	0,4	0,7	0	0	0	0	0	0	0
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 53. Распределение респондентов по количеству человек, проживающих с ним в одной комнате (за исключением само-го респондента), человек

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
	2,699	2,9279	2,4601	2,8188	3,0382	2,5921	2,3627	2,4966	2,2333	2,9113	3,2179	2,562

Таблица 54. Распределение респондентов по мнению о состоянии их здоровья, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Хорошее	75,7	82,8	68,3	78,6	90,5	66,2	72,3	80	64,9	76,2	77,7	74,5
Удовлетворительное	23,4	16,3	30,8	20,7	9,5	32,5	27	19,3	34,4	22,4	20,4	24,8
Плохое	0,9	0,9	0,9	0,7	0	1,3	0,7	0,7	0,7	1,4	1,9	0,7
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 55. Распределение респондентов по изменению состояния их здоровья за последний год, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Улучшилось	3	4,1	1,8	3,5	4,4	2,6	4,1	6,2	2	1,4	1,9	0,7
Ухудшилось	12,4	12,2	12,7	10,6	7,6	13,8	14,5	13,1	15,9	12,2	15,9	8
Осталось без изменения	84,6	83,7	85,5	85,9	88	83,6	81,4	80,7	82,1	86,4	82,2	91,3
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 56. Распределение респондентов по форме лечения в Российской Федерации, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
У меня есть платная медицинская страховка	21,5	18,3	24,9	28,2	25,9	30,5	15,6	13,9	17,2	20,5	14,6	27,2
Хожу к врачам, только когда возникает острая необходимость	43,5	41	46,1	46,6	43	50,3	36,9	34	39,7	46,8	45,2	48,5
Принимаю лекарства, которые советуют знакомые	10,4	12,4	8,2	7,4	6,3	8,6	11,5	16,7	6,6	12,3	14,6	9,6
Принимаю лекарства, о которых узнаю из рекламы по ТВ или из Интернета	2,2	3,1	1,4	2,3	3,8	0,7	1,7	1,4	2	2,7	3,9	1,5
Никак	12,8	16,8	8,7	13,3	17,7	8,6	10,8	13,2	8,6	14,3	19,1	8,8
Другое	9,6	8,4	10,7	2,2	3,3	1,3	23,5	20,8	25,9	3,4	2,6	4,4
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 57. Распределение респондентов по срокам прохождения флюорографии в Российской Федерации, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
В текущем году	47,9	49,9	45,8	55,8	60,1	51,3	32,4	31	33,8	55,1	57,1	52,9
В прошлом году	28,1	24,1	32,3	32,6	25,9	39,5	19,3	12,4	25,8	32,2	32,7	31,6
Более года назад	20,4	22,2	18,5	10,6	12,7	8,6	40,5	48,3	33,1	10,3	7,6	13,3
Никогда	3,6	3,8	3,4	1	1,3	0,6	7,8	8,3	7,3	2,4	2,6	2,2
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 58. Распределение респондентов по срокам прохождения теста на ВИЧ-инфекцию в Российской Федерации, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
В текущем году	43,7	46,4	40,8	52,6	55,7	49,3	27	27,6	26,5	51	54,5	47,1
В прошлом году	25,5	22,7	28,5	28,4	25,3	31,6	13,5	7,6	19,2	34,6	34	35,3
Более года назад	19,8	18,3	21,4	12,9	12,6	13,2	36,9	37,2	36,4	9,9	6,4	14
Никогда	11	12,6	9,3	6,1	6,4	5,9	22,6	27,6	17,9	4,5	5,1	3,6
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 59. Распределение респондентов по наличию беременности в Российской Федерации, %

	Женщины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан, женщины
Да, несколько	4,7	4	5,4	4,5
Да, одна	20	16,7	21,8	21,8
Нет	75,3	79,3	72,8	73,7
Итого	100	100	100	100

Таблица 60. Распределение респондентов по итогам беременности в Российской Федерации, %

	Женщины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан, женщины
Сделала аборт здесь	13,3	12,9	0	29,4
Родила ребенка здесь	47,6	45,2	52,5	44,1
Мертворождение, выкидыш	21	29	27,5	5,9
Уехала домой и сделала аборт там	0	0	0	0
Уехала домой и родила ребенка там	17,1	12,9	20	17,7
Другое	1	0	0	2,9
Итого	100	100	100	100

Таблица 61. Распределение респондентов по изменению планов по рождению детей в связи с отъездом на работу в Российской Федерации, %

	Женщины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан, женщины
Да, приходится откладывать рождение ребенка	12,2	6,3	14,3	16,1
Нет, не изменились	80,2	90,2	74,7	75,4
Другое	7,6	3,5	11	8,5
Итого	100	100	100	100

Таблица 62. Распределение респондентов по отношению к ним местного населения в Российской Федерации, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Хорошо	62,2	64,8	59,6	61,9	67,7	55,9	60,8	63,4	58,3	63,9	63,1	65
Нейтрально	26	23,6	28,4	27,4	22,2	32,9	26,4	24,8	27,8	24,2	24,2	24,1
Враждебно	1,4	0,9	2	1,7	0,6	2,6	0,3	0	0,7	2,4	1,9	2,9
Затрудняюсь ответить	10,4	10,7	10	9	9,5	8,6	12,5	11,8	13,2	9,5	10,8	8
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 63. Распределение респондентов по обращению за помощью в Российской Федерации (выбор нескольких вариантов ответов), %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
К родственникам или землякам на родине	32,3	31,5	33,2	37,1	31,6	42,8	27,7	29	26,5	32	33,8	29,9
К родственникам или землякам здесь, в Российской Федерации	72,2	74,8	69,5	72,6	79,1	65,8	77,4	77,2	77,5	66,7	68,2	65
К кому-то из местных жителей	5,4	5,9	5	5,5	5,7	5,3	5,1	6,2	4	5,8	5,7	5,8
Посольство моей страны	23,4	20	27	20,3	13,9	27	28	29	27,2	22,1	17,8	27
Мечеть	2,3	2,4	2,3	3,9	3,8	3,9	2,4	2,1	2,6	0,7	1,3	0
Российские власти	9,3	6,5	12,3	13,2	8,9	17,8	6,4	3,4	9,3	8,2	7	9,5
Местные НПО/профсоюз/общественные организации/диаспора	3,3	3,9	2,7	0,6	0,6	0,7	4,4	4,8	4	5,1	6,4	3,6
Попрощу о помощи в социальной сети в Интернете (Одноклассники, ВК и т. д.)	0,7	0,7	0,7	0,3	0,6	0	0,7	0,7	0,7	0	0,6	1,5
Другое	2,1	2	2,3	2,6	1,3	3,9	1	0,7	1,3	2,7	3,8	1,58
Мне не к кому обратиться	1,6	1,5	1,6	0,6	0,6	0,7	2,7	2,1	3,3	1,4	1,9	0,7

Таблица 64. Распределение респондентов по кругу общения в Российской Федерации (выбор нескольких вариантов ответов), %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
С родственниками	71,8	68,7	75	76,8	76,6	77	74	69	78,8	64,3	60,5	68,6
С земляками	56,7	61,3	51,8	57,4	64,6	50	57,1	60,7	53,6	55,4	58,6	51,8
С коллегами по работе – тоже мигрантами	53,8	58,7	48,6	47,1	51,3	42,8	60,8	64,1	57,6	53,7	61,1	45,3
С коллегами по работе – россиянами	34,6	38	30,9	38,7	43,7	33,6	31,8	33,8	29,8	33	36,3	29,2
С соседями, там, где живу	24,9	27,2	22,5	21,9	26,6	17,1	27	25,5	28,5	25,9	29,3	21,9
С местными жителями-россиянами	18,6	17,4	19,8	17,4	19	15,8	3,9	9	18,5	24,5	23,6	25,5
Другое	0,7	0,9	0,5	0,6	0,6	0,7	0,7	1,4	0	0,7	0,6	0,7

Таблица 65. Распределение респондентов по знанию русского языка, %

Для общения на работе	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Вполне хватает	78,8	78,5	79,1	76,1	75,8	76,3	83,7	84,7	82,8	76,7	75,5	78,1
Не очень хватает	16,6	17,1	16,1	18,1	17,2	19,1	14,3	13,9	14,6	17,5	20	14,6
Совсем не хватает	4,6	4,4	4,8	5,8	7	4,6	2	1,4	2,6	5,8	4,5	7,3
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Для заполнения документов	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Вполне хватает	47,4	48,1	46,6	41,1	47,1	34,9	53	45,5	60,3	48,3	51,6	44,5
Не очень хватает	34,3	31,7	37	39,8	30,6	49,3	32,4	41,4	23,8	30,5	23,9	38
Совсем не хватает	18,3	20,2	16,4	19,1	22,3	15,8	14,6	13,1	15,9	21,2	24,5	17,5
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Для общения в магазине, аптеке, на почте	В целом		Мужчины		Женщины		Таджикистан в целом		Таджикистан, мужчины		Таджикистан, женщины		Кыргызстан в целом		Кыргызстан, мужчины		Кыргызстан, женщины		Узбекистан в целом		Узбекистан, мужчины		Узбекистан, женщины	
Вполне хватает	73,7	74	73,4	71,6	72	71,1	78,7	78,7	78,7	78,7	78,7	78,7	78,7	78,7	78,7	78,7	78,7	78,7	78,7	70,9	71,6	70,1	71,6	70,1
Не очень хватает	19,5	19,9	19,1	21	19,1	23	16,2	16,2	16,2	16,2	16,2	16,2	16,2	16,2	16,2	16,2	16,2	16,2	16,2	21,2	22,6	19,7	22,6	19,7
Совсем не хватает	6,8	6,1	7,5	7,4	8,9	5,9	5,1	5,1	5,1	5,1	5,1	5,1	5,1	5,1	5,1	5,1	5,1	5,1	5,1	7,9	5,8	10,2	5,8	10,2
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 66. Распределение респондентов по наиболее частому использованию социальной сети в Российской Федерации, %

	В целом		Мужчины		Женщины		Таджикистан в целом		Таджикистан, мужчины		Таджикистан, женщины		Кыргызстан в целом		Кыргызстан, мужчины		Кыргызстан, женщины		Узбекистан в целом		Узбекистан, мужчины		Узбекистан, женщины	
Одноклассники	34,2	34,4	34	39,7	42,4	36,9	24,2	24,2	20,6	27,7	27,7	27,7	24,2	20,6	27,7	27,7	27,7	27,7	38,4	39	37,8	39	37,8	
ВКонтакте	29,3	26	32,6	27,7	27,2	28,2	29,4	29,4	24,8	33,8	33,8	33,8	29,4	24,8	33,8	33,8	33,8	33,8	30,8	26	36,3	26	36,3	
Фейсбук	12,7	12,4	13	15	12,7	17,4	13,1	13,1	17	9,5	9,5	9,5	13,1	17	9,5	9,5	9,5	9,5	9,7	7,8	11,9	7,8	11,9	
Другую	2,1	2,4	1,9	2	2,5	1,4	1,8	1,8	2,2	1,3	1,3	1,3	1,8	2,2	1,3	1,3	1,3	1,3	2,8	2,6	3	2,6	3	
Инстаграм	13	13,5	12,5	7,8	7	8,7	23,5	23,5	24,8	22,3	22,3	22,3	23,5	24,8	22,3	22,3	22,3	22,3	8	9,7	5,9	9,7	5,9	
Не использую	8,7	11,3	6	7,8	8,2	7,4	8	8	10,6	5,4	5,4	5,4	8	10,6	5,4	5,4	5,4	5,4	10,3	14,9	5,1	14,9	5,1	
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 67. Распределение респондентов по наиболее частому использованию сервисов для звонков из России на Родину, %

	В целом	Мужчины	Женщины	Таджикистан в целом	Таджикистан, мужчины	Таджикистан, женщины	Кыргызстан в целом	Кыргызстан, мужчины	Кыргызстан, женщины	Узбекистан в целом	Узбекистан, мужчины	Узбекистан, женщины
Skype	0,9	1,1	0,7	1,3	1,3	1,3	0,7	0,7	0,7	0,7	1,3	0
WhatsApp	65,7	66,3	65	55,2	57,6	52,6	85,1	87,6	82,8	57,1	55,4	59,1
Viber	5,7	3,9	7,5	8,7	5,7	11,8	1	0,7	1,3	7,1	5,1	9,5
Telegram	5,4	5,7	5,2	2,3	2,5	2	0,7	0	1,3	13,6	14	13,1
Звоню по мобильному телефону, у меня специальный тариф	12,2	13	11,4	11,6	13,3	9,9	11,1	11	11,3	13,9	14,6	13,1
Другое	0,8	0,7	0,9	1,5	1,3	2	0,4	0	0,6	0,4	0,7	0
ИМО	9,3	9,3	9,3	19,4	18,3	20,4	1	0	2	7,2	8,9	5,2
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

