Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университеті

ӘОЖ: 316(574-25) (043.3)

Қолжазба құқығында

ИМАШЕВА ЖҰЛДЫЗ АМАНГЕЛДІҚЫЗЫ

«Ірі қаладағы этникалық кәсіпкерліктің әлеуметтанулық талдауы: Алматы қаласы негізінде»

6D050100 – Әлеуметтану

Философия ғылымдарының докторы (PhD)
дәрежесін алу үшін диссертация

Отандық ғылыми кеңесші:
Абдирайымова Гульмира Сериковна,
әлеум.ғ.д., профессор

Шетелдік ғылыми кеңесші:
Cecilia Menjivar, Professor,
Department of Sociology;
University of California,
Los-Angeles

Қазақстан Республикасы
Алматы, 2025

МАЗМҰНЫ

НОРМАТИВТІК СІЛТЕМЕЛЕР 4
АНЫҚТАУЛАР 5
БЕЛГІЛЕУЛЕР МЕН ҚЫСҚАРТУЛАР 7
1 ЭТНИКАЛЫҚ КӘСІПКЕРЛІКТІ ЗЕРТТЕУДІҢ ТЕОРИЯЛЫҚ НЕГІЗІ 25
1.1 Әлеуметтік ғылымдардағы этникалық кәсіпкерлікті зерттеудің концептуалды тәсілдері мен үлгілері 25
1.2 Этникалық кәсіпкерліктің замануи теориялары контекстіндегі интерактивті модель 38
1.2.1 Мүмкіндіктер құрылымы 39
1.2.5 Алматы этникалық кәсіпкерлік кеңістігінде push және pull факторларын жүзеге асырудың орталығы ретінде 60
1.3 Этникалық кәсіпкерлік зерттеулерінің библиографиялық талдауы: негізгі тенденциялар мен бағыттар 63
2 ЭТНИКАЛЫҚ ЭКОНОМИКАЛАР, ИНТЕГРАЦИЯЛЫҚ СТРАТЕГИЯЛАР ЖӘНЕ ҚАЛА КЕҢІСТІГІНДЕГІ ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІЛЕР 81
2.1 Қалалық контексте этникалық ашшылықтардың әлеуметтік желілерінің механизмдері 81
2.2. Отбасылық бизнес және әлеуметтік желілер 88
2.2.1. Отбасылық желілер отбасылық бизнестің ұйымдастырушылық негізі ретінде 89
2.2.2. Гендерлік рөлдер және әйелдердің этникалық отбасылық бизнеске қатысуы 91
2.3. Отбасы әлеуметтік капитал және этникалық кәсіпкерліктегі тұрақтылық ресурсы ретінде 93
2.3.1. Отбасы ресурстардың генераторы ретінде: капитал, еңбек және сенім 93
2.3.2. Этникалық бизнестің отбасылық моделінің шектеулері 96
3 АЛМАТЫ ҚАЛАСЫНДАҒЫ ҚОҒАМДЫҚ ПІКІР ЖӘНЕ ЭТНИКАЛЫҚ КӘСІПКЕРЛІК: ЭМПИРИКАЛЫҚ НӘТИЖЕЛЕР 100
3.1. Әлеуметтанулық зерттеудің әдістемесі мен үлгісі 100
3.3.1 Этникалық сәйкестілік және миграциялық бағдарлар 125
3.3.2 Қалалық ортаға этносаралық сенім 134
3.3.3 Мигранттардың бизнестегі табысын қала тұрғындарының қабылдауы 139
4. АЛМАТЫ ҚАЛАСЫНДАҒЫ ТӘЖІК КӘСІПКЕРЛЕРІ: ӘЛЕУМЕТТІК ТӘЖІРИБЕЛЕР, ЕНГІЗУ МЕХАНИЗМІ ЖӘНЕ ТҰРҒЫНДАРЫ 145
4.1 Тәжіктердің Қазақстанға қоныс аударуы: контекст, динамика, қоныстану 145
4.1.1 Тәжіктердің Қазақстанға қоныс аударуының тарихи алғышарттары 145
4.1.2 Тәжік кәсіпкерлері этникалық бизнесті зерттеу бойынша репрезентативті топ ретінде 148

4.1.3 Алматыдағы тәжік диаспорасының географиясы мен қоныстану үлгілері 150
4.1.4 Тәжік мигранттарының әлеуметтік-демографиялық портреті 153
4.2 Алматыдағы тәжік этникалық кәсіпкерлігі: Көк базар кейстар-ы 154
4.2.1 «Көк базар» тәжік кәсіпкерлерінің кіріктірілген кеңістігі ретінде 155
Автормен құрастырылған 157
4.2.3 Тәжік кәсіпкерлігінің отбасылық типологиясы: туыстық ресурстар арқылы тұрақтылық 158
4.2.4 Тәжікстан кәсіпкерлігінің жеке (автономды) түрі 165
4.2.5. Отбасынан жеке кәсіпкерлікке өтпелі модель 168
ҚОРЫТЫНДЫ 174
ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ 178
ҚОСЫМШАЛАР 188

НОРМАТИВТІК СІЛТЕМЕЛЕР

Бұл диссертацияда келесі құжаттарға сілтеме жасалған:

1. Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне кәсіпкерлік мәселелері бойынша өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы Қазақстан Республикасының Заңы.
2003 жылғы 13 қазандағы N 487
2. Қазақстан Республикасының 2015 жылғы 29 қазандағы N 375-V ҚР Кәсіпкерлік кодексі.
3. Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне Қазақстан Республикасындағы кәсіпкерлік қызмет үшін жағдайларды түбегейлі жақсарту мәселелері бойынша өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы Қазақстан Республикасының 2014 жылғы 29 желтоқсандағы N 269-V ҚР Заңы.
4. Жеке кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдаудың кейбір шаралары туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2024 жылғы 17 қыркүйектегі N 754 қаулысы.

АНЫҚТАУЛАР

Бұл диссертацияда келесі терминдер мен анықтамалар пайдаланылады:

Этникалық кәсіпкерлік – жалпы мәдени құндылықтарға, этникалық желілерге, қоғамдастық ішіндегі сенімге және нақты іскерлік тәжірибеге негізделген белгілі бір этникалық топ өкілдері жүзеге асыратын экономикалық қызмет түрі. Ол кәсіпкерліктің заңды және бейресми нысандарын қамтиды және көбінесе ресурстарға, институционалдық мүмкіндіктерге және ресми нарыққа шектеулі қолжетімділік жағдайында дамиды.

Этникалық тауашалар – этномәдени ресурстарды, ішкі желілерді және экономикалық мінез-құлықтың нақты үлгілерін пайдалану есебінен бір немесе бірнеше этностардың өкілдері басым болатын еңбек нарығының немесе кәсіпкерлік қызметтің сегменті. Этникалық тауашалар көбінесе қызмет көрсету, сауда, тамақ және қолөнер салаларында қалыптасады.

Этникалық топ – топтың мүшелері ортақ шығу тегі, тарихы, мәдениеті, тілі және/немесе діні бойынша біріккен және ұжымдық сәйкестік пен үлкен әлеуметтік-мәдени жүйе шеңберінде этникалық ерекшелікті сақтауға ұмтылыс танытатын тұрақты әлеуметтік қауымдастық.

Әлеуметтік желілер – бұл адамдар мен топтар арасында қалыптасатын және ресурстармен, ақпараттармен және қолдаулармен алмасуды қамтамасыз ететін тұрақты тұлғааралық байланыстар жиынтығы. Этникалық кәсіпкерлік контекстінде әлеуметтік желілер көбінесе ресурстарды жұмылдыруда, сенімді нығайтуда және тарату арналарын құруда негізгі рөл атқарады.

Институционалдық орта – қоғамдағы әлеуметтік және экономикалық өзара әрекеттесуді реттейтін формальды (ережелер, заңдар, ережелер) және бейресми (дәстүрлер, нормалар, әдет-ғұрыптар) құрылымдардың жиынтығы. Ол кәсіпкерліктің қызмет ету негіздерін, оның ішінде нарықтарға қолжетімділік дәрежесін, құқықтарды қорғауды, тіркеу және салық салу шарттарын анықтайды.

Әлеуметтік мобильділік – бұл әлеуметтік иерархиядағы индивидтердің немесе топтардың әлеуметтік жағдайын өзгерту процесі. Этникалық кәсіпкерлік этникалық азшылықтарға қабылдаушы қоғамдағы экономикалық және әлеуметтік жағдайын жақсартуға мүмкіндік беретін тік ұтқырлық құралы ретінде қызмет ете алады.

Трансұлттық иммигрант-кәсіпкер – бұл тұрғылықты елде және бір немесе бірнеше басқа елдерде бір мезгілде кәсіпкерлік қызметті жүзеге асыратын иммигрант мәртебесі бар кәсіпкер. Кәсіпкердің бұл түрі трансұлттық ресурстарды белсенді пайдаланады, қабылдаушы қоғамнан тыс экономикалық және әлеуметтік байланыстарды сақтайды және трансұлттық бизнес желілеріне біріктірілген.

Өзара әрекеттесу моделі – Waldinger, Aldrich и Ward (1990) әзірлеген теориялық концепция, иммигранттардың кәсіпкерлік белсенділігін қабылдаушы қоғамдағы мүмкіндіктер құрылымы мен этникалық топтың ресурстары арасындағы өзара әрекеттесу нәтижесінде түсіндіреді. Бұл модель аясында этникалық кәсіпкерлік таза мәдени сипаттамалардың немесе институционалдық шектеулердің нәтижесі ретінде емес, жеке және ұжымдық мүмкіндіктердің,

желілік байланыстардың және сыртқы контексттің қиылысында қалыптасатын процесс ретінде қарастырылады.

Гомофилия – бұл этникалық, жыныс, жас, білім деңгейі, әлеуметтік жағдайы, діні, саяси көзқарастары, мүдделері және т.б. белгілері бойынша шектеу.

Этникалық экономика – этникалық негізде бизнес, жұмыс орындары және кәсіпкерлік қызмет ұйымдастырылатын этникалық қауымдастықтармен байланысты экономикалық қызметтің жиынтығы.

Анклавты экономика – бұл белгілі бір аумақта шоғырланған және анклавқа қызмет көрсетуге бағытталған этникалық немесе көші-қон қауымдастығы ішіндегі экономикалық қызметтің жабық жүйесі.

Трансұлттық иммигрант-кәсіпкер – тұрғылықты елде де, шыққан елде де ресурстарды, байланыстарды және нарықтарды бір уақытта пайдалану арқылы бизнес жүргізетін мигрант.

Ішкі иммигрант кәсіпкер (ІІЕ) – өз елімен белсенді байланысы жоқ, тек қабылдаушы қоғамда бизнес жүргізетін иммигрант. Оның қызметі жергілікті нарыққа бағытталған және тұрғылықты елдің экономикасына біріктірілген.

Миграцияның push-факторлары – адамдарды өз елінен немесе аймағынан кетуге мәжбүрлейтін қолайсыз жағдайлар. Бұған соғыстар, саяси қуғын-сүргін, экономикалық дағдарыс, жұмыссыздық, кедейлік, экологиялық апаттар, кемсітушілік жатады. Бұл факторлар қауіпсіздік пен жақсы өмір сүру жағдайларын іздеу үшін адамды тұрғылықты жерінен «итермелейді».

Миграцияның pull-факторлары – бұл адамдарды басқа елге немесе аймаққа көшуге тартатын жағымды жағдайлар. Оларға жоғары өмір сүру деңгейі, жақсы жұмыс мүмкіндіктері, қауіпсіздік, сапалы білім мен медицина, саяси тұрақтылық және әлеуметтік кепілдіктер жатады. Бұл факторлар мигранттарды жаңа ортаға қоныс аударуға ынталандырады.

Коэтнос – тек қана ортақ шығу тегі, тілі, мәдениеті және өзіндік сана-сезімі ғана емес, сонымен бірге белгілі бір аумақта ортақ тарихи болмысымен біріктірілген этникалық қауымдастық. Жай этноска қарағанда, коэтнос ұғымы этникалық топтардың, әсіресе көпұлтты мемлекеттердің қазіргі заманғы өмір сүру формаларына бағытталған.

Ықтиярхат – шетелдіктің ҚР-да тұрақты тұруға құқығын растайтын құжат. Оны ресімдеу үшін Қазақстан аумағында тұрақты тұруға рұқсат алу қажет.

БЕЛГІЛЕУЛЕР МЕН ҚЫСҚАРТУЛАР

ТИК – Трансұлттық иммигрант кәсіпкер
ІИК – Ішкі қызметі бар иммигрант кәсіпкер
ЕАЭС – Еуразиялық экономикалық одақ
ОА – Орталық Азия
ІОМ – Халықаралық көші-қон ұйымы
ҚҚС – Қосылған құн салығы

КІРІСПЕ

Жұмыстың жалпы сипаттамасы. Бұл жұмыс Алматы қаласын мысалға ала отырып, ірі мегаполистегі этникалық кәсіпкерлік феноменін социологиялық талдауға арналған. Зерттеу әртүрлі этнос өкілдерінің кәсіпкерлік қызметіне тән ерекшеліктерін, стратегиялары мен әлеуметтік механизмдерін анықтауға бағытталған. Жұмыс әлеуметтік интеграция, этникалық тауашалар және ресурстарды жұмылдыру тұжырымдамаларын қамтитын этникалық кәсіпкерлікті түсінудің теориялық тәсілдерін зерттейді. Әлеуметтану әдістемесінің артықшылықтарына сүйене отырып, жұмыста эмпирикалық деректер, социологиялық сауалнама және сұхбаттар ұсынылған, олардың негізінде автор кәсіпкерлердің уәждерін, мемлекеттік органдармен және жергілікті қоғамдастықпен өзара әрекеттесу формаларын, сондай-ақ олардың қызметінде кездесетін проблемаларды талдайды.

Зерттеудің өзектілігі келесі жағдайлармен анықталады. Біріншіден, этникалық кәсіпкерлік әлеуметтік-экономикалық құбылыс ретінде қазіргі заманғы қалалық кеңістікте барған сайын көрнекті орын алады. Жаһандану, халықаралық көші-қонның өсуі және қала халқының этномәдени құрылымының күрделенуі жағдайында этникалық азшылық өкілдерінің кәсіпкерлік белсенділігі экономикалық бейімделудің ғана емес, сонымен бірге әлеуметтік интеграция дәрежесінің, этносаралық қатынастардың тұрақтылығының және қалалық әлеуметтік ландшафттың өзгеруінің маңызды көрсеткішіне айналады. Бұл процестер, әсіресе, мигранттардың қабылдаушы қоғаммен өзара әрекеттесуі жүйелі және көп деңгейлі сипатқа ие болатын мегаполистерде өткір. Орталық Азиядағы осындай қалалардың бірі – Алматы соңғы онжылдықтарда еңбек көші-қонының тарту орталығы, сондай-ақ этникалық нарықтар мен жергілікті диаспоралар қауымдастығын қалыптастырудың маңызды алаңы ретінде әрекет етті. Посткеңестік трансформациялар мен аймақтың біркелкі емес әлеуметтік-экономикалық дамуы жағдайында Қазақстан Орталық Азия елдерінен, ең алдымен Тәжікстаннан, Өзбекстаннан және Қырғызстаннан келген мигранттар үшін стратегиялық торапқа айналды. Алматы республикадағы ең ірі қала ретінде өз аумағында мигранттардың едәуір бөлігін шоғырландырады, олардың арасында этникалық кәсіпкерлер сауда, қоғамдық тамақтандыру, қолөнер, логистика және тұрмыстық қызмет көрсету салаларында іскерлік бастамаларды жасап, дамытып келеді. Бір жағынан, бұл процестер қала экономикасын жандандыруға, тұтыну нарығын әртараптандыруға және өзін-өзі жұмыспен қамтудың икемді нысандарын қалыптастыруға ықпал етеді. Екінші жағынан, олар жаңа әлеуметтік қауіптермен – этникалық тауашалар мен анклавтардың пайда болуымен, жұмыс күшін сегменттеумен, ресурстар үшін жасырын бәсекелестікпен және көші-қон бизнесінің тұрақты дамуы үшін институционалдық кедергілермен қатар жүреді.

Екіншіден, қалалық контексте этникалық кәсіпкерлікті зерттеу тез өзгеретін қалалық шындық контекстінде қолданыстағы теориялық үлгілерді қайта қарау қажеттілігіне байланысты ерекше өзекті болуда. Дәстүрлі түсіндірмелер – мәдени және құрылымдық тәсілдер – енді көшіп-қонып жүрген

кәсіпкерлерге тән тәжірибелердің күрделілігі мен өзгермелілігін толық көрсетпейді. Бүгінгі таңда аралас ендірілген модель, транслокальды және трансұлттық бизнес стратегиялары және нақты қалалық контексттердің институционалдық сипаттамаларын ескеру сияқты гибридті және динамикалық тұжырымдамалар барған сайын маңызды болып келеді. Осыған байланысты Алматы әртүрлі этникалық траекториялар, әлеуметтік капитал үлгілері, қала экономикасы мен қоғамдағы кәсіпкерліктің ену формалары тоғысқан бірегей ғылыми зертхана болып табылады. Тақырыптың формальды емес сектор рөлінің артуы жағдайында ерекше маңызға ие, мұнда мигранттардың жұмыспен қамтылуы мен кәсіпкерлік көбіне әлсіз құқықтық қорғау, несие ресурстарына қолжетімділік шектеулі және институционалдық кепілдіктердің жоқтығы жағдайында дамиды. Алматыдағы этникалық кәсіпкерлік мигранттарға әлеуметтік-экономикалық тұрақсыздық жағдайында өмір сүруге, жұмысқа орналасу кедергілерін айналып өтуге және экономикалық ұдайы өндірісті ғана емес, сонымен бірге мәдени бірегейлікті сақтауды, диаспоралық желілердің тұрақтылығын және қауымдастық ресурстарын жұмылдыруды қамтамасыз ететін бейімделу стратегиясы ретінде әрекет етеді.

Үшіншіден, өзінің өткір әлеуметтік және практикалық маңыздылығына қарамастан, қазақстандық контексте этникалық кәсіпкерлік әлі де зерттелмеген құбылыс болып қала береді. Қолданыстағы әлеуметтану және экономикалық зерттеулер негізінен көші-қон саясатының жалпы аспектілеріне, жұмыс күшінің ұтқырлығына немесе этномәдени интеграцияға баса назар аудара отырып, бұл тақырыпты ішінара ғана қозғайды. Сонымен қатар, этникалық азшылықтардың кәсіпкерлік белсенділігін, оның әлеуметтік механизмдерін, институционалдық шектеулерді және қалалық кеңістіктегі бейімделу стратегияларын жан-жақты социологиялық талдау мақсатты және эмпирикалық негізделген көзқарасты талап етеді. Этникалық әртүрліліктің өсуі және көші-қон мәселелеріне әлеуметтік сезімталдықтың артуы жағдайында этникалық кәсіпкерлікті зерттеу тұрақты көші-қон мен экономикалық саясатты қалыптастыру үшін де практикалық мәнге ие болады. Ол мигранттарды қала экономикасына қосу динамикасын дәлірек түсінуге, этникалық бизнестің жергілікті дамуға қосқан үлесін бағалауға, осалдық факторлары мен маргинализация тәуекелдерін анықтауға, сондай-ақ қолдау мен қосудың тиімді құралдарын әзірлеуге ықпал ете алады. Мигранттардың өзін-өзі жұмыспен қамту нысандарын шоғырландыратын және тек экономикалық қызмет үшін ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік-мәдени сәйкестіктің жаңа нысандарын қалыптастыру үшін кеңістік қызметін атқаратын қалалық инфрақұрылымға ерекше мән беру ерекше маңызға ие.

Төртіншіден, халықаралық академиялық қоғамдастықтың соңғы жылдары байқалған көші-қон ағындары, урбанизация және еңбек нарығының жаһандануы жағдайында этникалық кәсіпкерлік мәселелеріне қызығушылықтың артуы тақырыптың өзектілігін жақтайтын қосымша дәлел болып табылады. Этникалық азшылықтар бизнесінің трансұлттық және локализацияланған нысандарын зерттеу қазіргі көші-қон әлеуметтануында, қала әлеуметтануында және экономикалық антропологияда маңызды бағытқа айналуда. Дегенмен, бұл зерттеулердің көпшілігі еуропалық немесе Солтүстік Америка контекстіне назар

аударады, ал посткеңестік мегаполистер, атап айтқанда Орталық Азияның қалалары әлі де фрагментті түрде ұсынылған. Сонымен қатар, бұл кеңістіктер бейресмиліктің жоғары деңгейімен, этникалық көпқабаттылықпен, гибридтік тәжірибемен және институционалдық реттеудің күрделі жүйесімен сипатталады. Әлеуметтанулық теорияға, эмпирикалық әдістерге және сапалы жағдайды талдауға негізделген Алматыдағы этникалық кәсіпкерлік тақырыбын шешу ғылыми әдебиеттердегі олқылықты толтырып қана қоймай, сонымен қатар мегаполис жағдайында этникалық экономикалық қызмет саласын қалыптастыратын микро және макроәлеуметтік процестерді түсіндіретін көп деңгейлі аналитикалық негізді құруға мүмкіндік береді. Осыған байланысты тәжік кәсіпкерлерін фокус ретінде таңдау да орынды, өйткені бұл топ тұрақты көші-қон тарихына, сауда секторына белсенді қатысуға, айқын желілік құрылымға және кәсіпкерлікке қатысудың жоғары деңгейіне ие, бұл оны кірістірілген және сәйкестендіру тетіктерін талдау үшін ерекше өзекті етеді.

Мәселенің ғылыми даму дәрежесі. Этникалық кәсіпкерлік мәселелері зерттеушілердің назарын 1970-1980 жылдары жаһандану процестері, трансшекаралық миграцияның күшеюі және мегаполистердегі этникалық әртараптандырудың күшеюі мигранттар мен этникалық азшылықтардың экономикалық мінез-құлқын жаңа теориялық тұрғыдан түсінуді талап еткен кезде аудара бастады. R. Waldinger, H. Aldrich, R. Ward, A. Portes, S. Light және басқа ізашар болған ғалымдардың еңбектері этностық топтардың шағын кәсіпкерлікке араласуын мәдени құндылықтар, желілік ресурстар және институционалдық шектеулер призмасы арқылы түсіндіретін теориялық үлгілерді ұсына отырып, этникалық іскерлік тәжірибені ғылыми талдаудың негізін қалады. Бүгінгі таңда халықаралық ғылымда әртүрлі қалалық және көші-қон контекстіндегі этникалық кәсіпкерлікке арналған кең көлемді әдебиет базасы қалыптасты. Батыс әлеуметтануында келесі бағыттар ерекше танымалдылыққа ие болды:

— Light (1988), Bonacich (1973), Masurel (2004) еңбектерінде кәсіпкерлік мінез-құлықты қалыптастыруда этникалық нормалардың, құндылықтар мен дәстүрлердің маңыздылығын көрсететін мәдени көзқарас;

– сыртқы ортаның, институционалдық кедергілердің және кемсітушіліктің әсерін баса көрсететін құрылымдық көзқарас Portes (1995), Zhou (2004), Razin (2002);

– этникалық бизнестің кеңістіктік және нарықтық сегментациясын түсіндіру үшін әзірленген этникалық тауашалар мен анклав экономикасының теориясы (Wilson & Portes);

– этникалық топтардың ішкі ресурстары мен сыртқы нарықтық және саяси жағдайларды синтездеуге бағытталған Waldinger et al. (1990) интерактивті моделі;

– еуропалық зерттеулерде кеңінен қолданылатын және этникалық бизнестің институционалдық, нарықтық және әлеуметтік мәнмәтінінің маңыздылығын атап көрсететін аралас енгізілген Kloosterman (2003) тұжырымдамасы.

Қазіргі заманғы зерттеулер мигранттардың әртүрлі елдерде тұрып, өз отандарымен экономикалық байланыстарды қалай сақтайтынын және бір уақытта бірнеше ұлттық юрисдикцияларда қалай бизнес құратынын зерттейтін трансұлттық кәсіпкерлікке бет бұрады Verver (2020), Solano (2024), Harima (2021). Әртүрлі этникалық топтар, қалалар мен елдер арасындағы кәсіпкерліктің нысандары мен траекторияларындағы айырмашылықтарды анықтайтын салыстырмалы зерттеулер де дамып келеді. Гендерлік аспектілерге, отбасылық желілердің рөліне, цифрлық платформаларды пайдалануға, сондай-ақ бейресми және көлеңкелі бизнес тәжірибесіне ерекше назар аударылуда. Посткеңестік кеңістікте этникалық кәсіпкерлікке қызығушылық кеш пайда болды. Орыс, украин және қазақстандық әлеуметтануда ТМД елдерінен еңбек миграциясының өсуіне байланысты 2000 жылдардан бастап этникалық экономика тақырыбына көңіл бөліне бастады. Зерттеулер негізінен қолданбалы сипатта болды және мигранттардың бейімделу мәселелерін, диаспоралардың рөлін, бейресми жұмыспен қамту конфигурациясы мен этникалық топтардың қалалық еңбек нарықтарына қатысуын анықтауға бағытталған. Қазақстанда этникалық кәсіпкерлікті зерттеу эпизодтық күйінде қалып отыр. Ең жиі көтерілетін мәселелер көші-қон, интеграция, этникалық бірегейлік, тілге бейімделу және ұлтаралық қатынастар. Мигранттар мен этникалық азшылықтардың экономикалық белсенділігіне арналған жұмыстар, әдетте, макродеңгейге бағытталған немесе есептер мен мониторинг сипатына ие. Этникалық кәсіпкерліктің спецификалық қабаты, әсіресе қалалық контекстте жүйелі түрде талданбаған. Оның үстіне, этникалық бизнестің қалалық инфрақұрылымға енуі, этносаралық бәсекелестік, институционалдық реттеу және мигранттардың желілік стратегиялары мәселесі нашар қамтылған. Дегенмен, отандық және аймақтық әлеуметтануда тақырыптың ғылыми даму дәрежесінде бірнеше проблемалық бағыттарды анықтауға болады:

— заманауи модельдерге негізделген теориялық тұрғыдан негізделген жұмыстардың жоқтығы (embeddedness, transnationalism, superdiversity);

— нақты қалалық кеңістіктердегі этникалық бизнестің нысандары мен механизмдерін талдайтын локализацияланған жағдайлық зерттеулердің іс жүзінде жоқтығы;

— этникалық кәсіпкерліктің гендерлік аспектілерінің жеткіліксіз дамуы және бизнестің тұрақтылығындағы отбасы/туыстық желілердің рөлі.

Келесі мәселелердің қатарына: әдістемелік құралдардың шектеулілігі, тереңдетілген сұхбаттардың, қатысушыларды бақылаудың және мазмұнды талдаудың болмауымен сандық сауалнамалардың таралуын жатқызуға болады. Қазақстандағы мигранттардың өзін-өзі жұмыспен қамтуының ең тұрақты және көзге түспейтін түрлерінің бірі ретінде тәжік кәсіпкерлігін жүйелі зерттеудің жоқтығы. Бұл зерттеу ауқымды теориялық базаға, пәнаралық тәсілдерге және қалалық ортадағы терең сұхбаттар мен далалық бақылаулар нәтижесінде алынған эмпирикалық деректерге сүйене отырып, осы олқылықтарды толтыруға тырысады. Алматыға посткеңестік мұраны, этникалық әртүрлілікті және урбанизацияның жаңа формаларын біріктіретін бірегей мегаполис ретінде назар аудару этникалық кәсіпкерлікті оқшау құбылыс ретінде емес, қала

экономикасының, мәдени динамиканың және әлеуметтік трансформацияның маңызды элементі ретінде қарастыруға мүмкіндік береді.

Бұл диссертацияның мақсаты – қалалық экономика мен көші-қон ортасы контекстінде қалыптасатын әлеуметтік тәжірибелерге, ендірілген механизмдерге, институционалдық шектеулерге және сәйкестендіру стратегияларына баса назар аудара отырып, Алматыдағы тәжік кәсіпкерлерінің мысалында үлкен қаладағы этникалық кәсіпкерлікті социологиялық талдау. Бұл мақсатқа жету үшін этникалық кәсіпкерлікті жеке мотивтердің, этномәдени ресурстардың, желілік өзара әрекеттесулердің және институционалдық ортаның қиылысында пайда болатын әлеуметтік құбылыс ретінде жан-жақты зерттеу қажет. Осыған байланысты келесі **зерттеу мақсаттары** қойылды:

1. Мәдени, құрылымдық, институционалдық және интерактивті парадигмаларға баса назар аудара отырып, этникалық кәсіпкерлікті зерттеуде қолданылатын негізгі теориялық тәсілдер мен концептуалды үлгілерді талдау.
2. Қалалық қоғамдағы этникалық кәсіпкерлікті талдау үшін интерактивті және аралас енгізілген модельдің әлеуетін зерттеу.
3. Этникалық кәсіпкерлікке арналған қазіргі заманғы ғылыми жарияланымдарға библиографиялық және кластерлік талдау жүргізу, негізгі салалар мен географиялық контексттерді бөліп көрсету.
4. Этникалық экономикалардың қызмет етуінің әлеуметтік тетіктерін, оның ішінде бейімделу стратегияларын, әлеуметтік желілерді жұмылдыруды және мегаполистегі отбасылық бизнестің ерекшеліктерін анықтау.
5. Алматы қаласы тұрғындарының этникалық кәсіпкерлерге деген көзқарасын, ұлтаралық сенім деңгейін, этникалық бірегейлігін және әлеуметтік интеграцияға дайындығын бағалау.
6. Алматы қаласындағы тәжік кәсіпкерлерінің көші-қон траекториясын, әлеуметтік интеграция нысандарын, жеке басын және кәсіпкерлік тәжірибесін зерттей отырып, олардың жағдайларына эмпирикалық талдау жүргізу.
7. Тәжік диаспорасында анықталған отбасылық, жеке және өтпелі үлгілерді салыстыру негізінде этникалық кәсіпкерліктің типологиясын әзірлеу.

Диссертациялық жұмыстың объектісі – қалалық қайта құрулар, көші-қон процестері және институционалдық жағдайлар контекстінде мигранттар мен этникалық азшылықтардың әлеуметтік-экономикалық қызметінің нысаны ретінде қарастырылатын ірі қаладағы этникалық кәсіпкерлік.

Зерттеу пәні – қалалық экономика, этникалық желілер және қабылдаушы қоғаммен өзара әрекеттесу аясында қалыптасқан Алматы қаласындағы тәжік кәсіпкерлерінің кәсіпкерлік тәжірибелері, кіріктіру механизмдері және сәйкестілік стратегиялары.

Зерттеу гипотезалары:

H1. Респонденттің білім деңгейі неғұрлым жоғары болса, олардың мигранттар мен этникалық кәсіпкерлерге деген төзімділігі соғұрлым жоғары болады.

Әлеуметтік интеграция теориясына сүйене отырып, білім деңгейі танымдық дағдыларды, сыни ойлауды және әлеуметтік ашықтықты дамытуға тікелей байланысты деп болжауға болады. Сондықтан респонденттің білім деңгейі неғұрлым жоғары болса, соғұрлым олардың мигранттар мен этникалық

кәсіпкерлерді қоғамның тең құқылы мүшесі ретінде қабылдауы ықтимал, бұл біржақтылықты азайтуға және төзімділікті арттыруға көмектеседі. Дегенмен, маңызды толықтыру, посткеңестік Қазақстан жағдайында толеранттылық этносаралық өзара іс-қимылдың жеке тәжірибесі, әлеуметтік мобильділік деңгейі және мигранттарды қабылдауды қалыптастыратын ақпарат көздеріне қолжетімділік сияқты факторларға да байланысты болуы мүмкін.

H2. Мигранттарды экономикалық тұрғыдан табысты деп қабылдау респондентте оң этносаралық қарым-қатынас тәжірибесінің болуымен тікелей байланысты. Мигранттарды экономикалық тұрғыдан табысты деп қабылдау көбінесе мигранттармен өзара әрекеттесу сапасы мен жиілігіне байланысты. Ынтымақтастық, ақпарат немесе қызмет алмасуды қоса алғанда, ұлтаралық оң тәжірибе мигранттардың, әсіресе кәсіпкерлік саласындағы оң имиджін қалыптастыра алады. Дегенмен, бір аймақтағы немесе саладағы табысты тәжірибе барлық көшіп-қонушылар тобына қатысты болмауы мүмкін екенін ескеру қажет. Табысты қабылдау мәдени және экономикалық факторларға байланысты өзгеруі мүмкін екенін де ескеру қажет, мысалы, мигранттардың табыс деңгейі, білімі және кәсіби белсенділігі.

H3. Этникалық кәсіпкерлер көп шоғырланған аймақтарда тұратын қала тұрғындары, басқа ұлт өкілдерімен күнделікті қарым-қатынаста болмайтындармен салыстырғанда амбивалентті немесе теріс көзқарас танытады. Амбиваленттік тікелей әлеуметтік өзара әрекеттен де, мигранттарды бұқаралық санада бекітілген стереотиптер арқылы қабылдаудан да туындауы мүмкін. Этникалық кәсіпкерлер көп шоғырланған аймақтарда жергілікті тұрғындардың наразылығын тудыратын жұмыс орындары үшін бәсекелестік немесе белгілі бір тауарлар мен қызметтерге қол жеткізу сияқты әртүрлі әлеуметтік және экономикалық шиеленістердің болуы мүмкін. Сонымен қатар, егер мигранттар жергілікті экономиканың маңызды бөлігі ретінде қабылданса, тұрақты байланыс қарым-қатынастың жақсаруына әкелуі мүмкін. Сонымен қатар, әлеуметтік желілер мен бұқаралық ақпарат құралдарының рөлін ескеру қажет, өйткені олар әлеуметтік қабылдауды күшейтеді немесе жұмсартады.

H4. Иммигрант кәсіпкерлер жергілікті кәсіпкерлерден ерекшеленеді (олардың мәдени тәжірибесін көшіру қиын).

Мигрант-кәсіпкерлер көбінесе жаңа жағдайларға бейімделу процесінде қалыптасатын бірегей мәдени және экономикалық тәжірибеге ие. Бұл тәжірибе нарықтық тауашаларды білуді, тілдік дағдыларды, этникалық топтағы және кеңірек әлеуметтік контексттегі бірегей байланыстарды қамтуы мүмкін. Мұндай аспектілер жергілікті кәсіпкерлер оңай қабылдай алмайтын бірегей бәсекелестік артықшылықтарды тудырады. Дегенмен, бұл мәдени бірегейлік артықшылық та, қиындық та болуы мүмкін екенін ескерген жөн, өйткені ол бизнесті жүргізу тәсілдерінің айырмашылығымен және қабылдаушы қоғамның нормативтік және мәдени ерекшеліктеріне бейімделудегі қиындықтармен байланысты болуы мүмкін.

H5. Кәсіпкерлік тәжірибе тек ерлер желісі арқылы беріледі.

Қазақстандағы тәжік және басқа да көшіп-қонушылардың қауымдастығы жағдайында кәсіпкерлік тәжірибенің негізінен ер адамдар арқылы берілу үрдісі

байқалады, бұл әйелдердің бизнеске қатысуын шектейтін дәстүрлі отбасылық және мәдени нормалармен байланысты болуы мүмкін. Дегенмен, соңғы онжылдықтарда мигранттар қауымдастығы арасында әйелдер кәсіпкерлігінің өсуі байқалғанын атап өту маңызды, бұл гипотезаға қайшы келуі мүмкін. Әйелдер шағын бизнеске көбірек тартылуда, әсіресе үлкен капиталды немесе күрделі желілерге кіруді қажет етпейтін салаларда. Дәстүрлі тәжірибені өзгертуіне ықпал еткен білім беру мен әлеуметтік өзгерістердің әсерін де ескерілуі керек.

Н6. Иммигрант-кәсіпкерлердің қызметі жергілікті халықпен шектелетін қызметтерді/тауарларды ұсынумен байланысты.

Қазақстандағы иммигранттар көбіне жергілікті халықпен қамтамасыз етілмеген немесе мүлдем қамтылмаған тауашалардағы бизнеспен айналысады. Олар этникалық тағамдар, өз елдерінің өнімдері, сондай-ақ мигранттар өздерінің мәдени және тілдік артықшылықтарын пайдалана алатын секторлар сияқты мамандандырылған тауарлар мен қызметтерді қамтуы мүмкін. Айта кету керек, мұндай тауашалар көбінесе экономиканың бейресми секторында болады, ал мигранттар жергілікті халықтың қажеттіліктерін қанағаттандырып қана қоймай, жаңа экономикалық қатынастарды дамыта алады. Дегенмен, жергілікті кәсіпкерлер тарапынан бәсекелестікке байланысты тәуекелдер, сондай-ақ мемлекеттік реттеу және әлеуметтік стереотиптер түріндегі ықтимал кедергілер бар.

Н7. Қазақстандағы миграциялық кәсіпкерлік «push» факторлармен қалыптасты деп болжануда.

«Push» факторларының теориясы мигранттарды өз елдерінен кетуге және басқа жерлерден кәсіпкерлік мүмкіндіктерін іздеуге мәжбүр ететін жағдайларды көрсетеді. Қазақстанда мұндай факторларға экономикалық тұрақсыздық, жұмыс орындарының болмауы, саяси қудалау немесе өз елінде кәсіби өсу мүмкіндіктерінің шектеулі болуы жатады. Сонымен қатар, мигранттарды қабылдаушы қоғам ұсынатын жұмыс орындарының болуы, жоғары табыстар, жақсы бизнес жағдайлары және әлеуметтік ұтқырлық сияқты «pull» факторлар да қозғайтынын ескеру маңызды.

Н8. Алматыда өзінің тұрақтылығына қарамастан, тоқырау мен өсудің болмауы қаупі жоғары этникалық кәсіпкерліктің авторитарлық, отбасылық типі басым. Алматыдағы этникалық кәсіпкерліктің авторитарлық және отбасылық түрі әдетте басқарудағы қатаң иерархияны білдіреді, онда шешімдер отбасы немесе шағын этнос ішінде қабылданады, бұл тұрақтылық пен дәстүрдің сақталуына ықпал етеді. Алайда, мұндай кәсіпкерлік тәжірибелер тоқырау қаупіне әкелетін тез өзгеретін нарықтық конъюнктура мен технологиялық өзгерістерге бейімделмеуі мүмкін. Сонымен қатар, басқарудың бірнеше адамның немесе бір отбасының қолында шамадан тыс орталықтандырылуы инновациялар мен бизнестің өркендеу мүмкіндіктерін шектейді. Айта кету керек, мегаполистердегі табысты этникалық кәсіпкерлер дәстүрлі құндылықтарды заманауи экономиканың талаптарымен теңгеру қажеттілігіне жиі тап болады.

Сапалық зерттеу әдісі аясындағы **зерттеу сұрақтары**:

1. Алматыдағы тәжік кәсіпкерлері арасында әлеуметтік кірігудің қандай түрлері басым және бұл жерде отбасы мен қоғамдастық желілері қандай рөл атқарады?
2. Неліктен кейбір тәжік мигранттары кәсіпкерліктің жеке үлгісін қалайды және олардың диаспоралық бақылауға көзқарасы және отбасылық ресурстардың жетіспеушілігі бұған қалай әсер етеді?
3. Көк базардағы тәжік кәсіпкерлігі қаншалықты отбасылық немесе кландық бизнес сипатына ие және бұл ұйымдық үлгілерге қалай әсер етеді?
4. Тәжікстан кәсіпкерлері үшін жеткізу тізбегі мен өнім логистикасы қалай қалыптасады және бұл ретте трансұлттық байланыстар қандай рөл атқарады?
5. Нарықтағы тәжік кәсіпкерлік қоғамдастығы ішінде әлеуметтік капиталды қалыптастыру және іске асыру механизмдері қандай?
6. Тәжікстанның кәсіпкерлік қоғамдастығында бейресми нормалар, міндеттер және этикалық принциптер қалай әрекет етеді?
7. Тәжік кәсіпкерлері өзгермелі экономикалық жағдайда бизнестің аман қалуы мен өсуінің кілті ретінде қандай стратегиялық әдістерді қарастырады?

Диссертациялық зерттеудің әдіснамалық және теориялық негізі

Бұл зерттеудің әдіснамалық және теориялық негізі көші-қон әлеуметтануының, экономикалық әлеуметтанудың, қала әлеуметтануының жетістіктерін, сонымен қатар этникалық және трансұлттық зерттеулер саласындағы теориялық әзірлемелерді біріктіретін пәнаралық көзқарасқа негізделген. Мегаполистегі этникалық кәсіпкерлік феноменінің күрделілігі мен көп деңгейлі сипатын ескере отырып, жұмыста әлеуметтік өзара әрекеттесулердің макро және микро деңгейлерін, институционалдық ендірілген және сәйкестендіру тәжірибесін қамтитын талдаудың кешенді моделі пайдаланылады. Негізгі теориялық негіз Kloosterman & Rath (2001) ұсынған аралас кірістірілген модель болып табылады. Модель мигранттардың кәсіпкерлік қызметі екі жүйенің қиылысында дамиды деп болжайды:

(1) әлеуметтік біріктіру, кәсіпкердің этникалық, туыстық, қауымдастық және басқа да қолдау желілеріне қосылуы;

(2) заңдар, саясаттар, бюрократиялық процедуралар, экономикалық тауашалар мен мүмкіндіктер жұмыс істейтін институционалдық және нарықтық орта.

Аралас ендірілген модель кәсіпкерлердің, әсіресе мигранттардан шыққандардың, өздерінің этникалық топтарының ресурстарын пайдалана отырып, институционалдық белгісіздік, капиталға шектеулі қолжетімділік және әлеуметтік ұтқырлық жағдайларына қалай бейімделетініне назар аудару арқылы мәдени және таза құрылымдық тәсілдердің шектеулерін еңсереді. Сонымен қатар, Waldinger, Aldrich, Ward (1990) тұжырымдаған этникалық кәсіпкерліктің интерактивті моделіне негізделеді, оған сәйкес этникалық бизнес этникалық топтың ішкі әлеуетінің және сыртқы ортаның өзара әрекеттесуінің нәтижесі ретінде қарастырылады. Модель, әсіресе, формальдылық пен бейресмилік арасындағы шекаралық аймақта мигранттардың кәсіпкерлігі бар посткеңестік қоғамдар жағдайында өте құнды. Үшінші маңызды теориялық дереккөз – көшіп-қонушылардың өз Отанымен көбінесе экономикалық, отбасылық және мәдени байланыстарын сақтай отырып, тек қабылдаушы қоғамда ғана емес, сонымен қатар трансконтиненталдық кеңістікте де бизнесті құрайтынына баса назар

аудара отырып, транслокальды және трансұлттық кәсіпкерлік теориясы. Тәжікстандық кәсіпкерлерді зерттеуде бұл олардың бизнесінің тұрақтылығы мен динамикасын, соның ішінде тауарларды жеткізуді, мәдени бірегейлікті сақтауды және елдер арасындағы тәуекелдерді бөлісуді түсіндіруге көмектеседі. Диссертацияда сондай-ақ этникалық экономика және анклав ендірілгендігі түсінігі қолданылады, бұл бізге базарлар, сауда алаңдары, павильондар сияқты қалалық экономиканың белгілі бір секторларын өзара әрекеттестіктің, сенімнің, еңбек бөлінісінің және институционалдық айналып өтудің нақты нормалары қалыптасатын этникалық бизнестің жоғары шоғырланған кеңістіктері ретінде қарастыруға мүмкіндік береді.

Әдістемелік тұрғыдан диссертациялық зерттеу сандық және сапалық әдістерді біріктіретін көп деңгейлі және көп стратегиялық талдау принциптеріне негізделген. Сандық құрамдас этникалық кәсіпкерлікке, толеранттылық деңгейіне, этносаралық сенімге, көшіп-қонып жүрген бизнестің табысы мен бәсекеге қабілеттілігіне деген көзқарасты анықтауға бағытталған Алматы қаласының тұрғындарына сауалнамалық сауалнама жүргізуден тұрады. Бұл кезең қоғамдық пікір және оның әлеуметтік детерминанттары туралы репрезентативті ақпарат алуға мүмкіндік берді. Сапалық компонент Алматыда, негізінен, Көк базарда жұмыс істейтін тәжік кәсіпкерлерімен тереңдетілген сұхбаттар мен мысалдар түрінде жүзеге асырылады. Зерттеу барысында барлығы 10 кейс, оның ішінде әртүрлі ұрпақ өкілдері, бизнес-модельдер мен кәсіпкерлік цикл кезеңдері талданған. Сұхбаттар жасырын бейімделу тетіктерін, әлеуметтік ендірілген тәжірибелерді, институционалдық кедергілер тәжірибесін, диаспораның рөлін және бизнестегі этникалық бірегейліктің ерекшеліктерін анықтауға көмектесті. Кейс әдісі тәжік кәсіпкерлігінің типологиясын құруға мүмкіндік берді:

– отбасылық (ұрпақ аралық);
– индивидуалды (автономды);
– өтпелі тип (отбасынан жеке адамға).

Қолданылатын тәсілді субъективті мағыналарды, стратегияларды және кәсіпкерлердің күнделікті тәжірибесін қайта құруға мүмкіндік беретін сапалы әлеуметтану принциптеріне негізделген түсіндірме ретінде сипаттауға болады. Аталған жағдайда сұхбаттың тақырыптық талдауы және қосымша мәліметтер пайдаланылады, содан кейін негізгі категориялар бойынша жүйелеу жүргізіледі.

Бұл зерттеудің эмпирикалық негізі Алматы қаласындағы тәжік мигранттарының этникалық кәсіпкерлігін жан-жақты және терең талдауға мүмкіндік беретін сапалы және сандық мәліметтерді жинау әдістерінің үйлесімі негізінде жасалған.

Бұл зерттеудің эмпирикалық негізі Алматыдағы тәжік мигранттары арасындағы этникалық кәсіпкерлікті жан-жақты және терең талдауға мүмкіндік беретін сапалы және сандық мәліметтерді жинау әдістерінің үйлесімі негізінде жасалған. Зерттеудің (1) сапалы кезеңінің шеңберінде 2024-2025 жылдар аралығында қалалық Көк базарда жұмыс істейтін тәжік кәсіпкерлерімен 10 тереңдетілген сұхбат жүргізілді. Бұл сұхбаттар кәсіпкерлік тәжірибенің жеке және кәсіби ерекшеліктерін, сондай-ақ мигранттардың жергілікті

қоғамдастықтың экономикалық және әлеуметтік ортамен өзара әрекеттесу ерекшеліктерін ашуға мүмкіндік берді. Сонымен қатар, кәсіпкерлік тәжірибесі мен әлеуметтік стратегиялары отбасылық бизнестен неғұрлым дараланған бизнес үлгілеріне трансформацияланатын «өтпелі ұрпақ» деп аталатын көшіп-қонушылардың өкілдерімен 2 жартылай құрылымдық сұхбат жүргізілді.

(2) Зерттеудің сандық бөлігі қоғамдағы этникалық кәсіпкерлер мен мигранттарды қабылдау, сондай-ақ осы топқа деген көзқарастың қалыптасуына әртүрлі факторлардың (білім, этносаралық өзара әрекеттестік, әлеуметтік мобильділік) әсері туралы статистикалық репрезентативті деректерді алуға мүмкіндік беретін алматылықтар арасындағы 526 респонденттің іріктемесіне негізделген. Сандық сауалнаманы жүргізу үшін жынысы мен жасы бойынша стратификацияланған кездейсоқ іріктеу пайдаланылды, бұл респонденттердің әртүрлілігін қамтамасыз етті және халықтың көшіп-қонып жүрген кәсіпкерлікті қабылдауының нақты көрінісін қамтамасыз етті.

Зерттеудің әдіснамалық құрылымы келесі принциптерге негізделген:

Деректерді триангуляциялау: Зерттеу нәтижелерінің сенімділігі мен негізділігін арттыру үшін әртүрлі деректерді жинау әдістері қолданылды - тереңдетілген сұхбат, жартылай құрылымдық сұхбат және сандық сауалнама. Бұл сапалық және сандық деректерді біріктіруге, сондай-ақ әртүрлі зерттеу әдістерімен алынған қорытындыларды растауға мүмкіндік берді.

Субъектаралық верификация: Зерттеу нәтижелері зерттеуге қатысушылармен жұмыс барысында және көші-қон әлеуметтануы және этникалық зерттеулер саласындағы сарапшылармен пікірталас кезінде тұрақты тексеруден және тексеруден өтті. Бұл процесс тұжырымдар мен интерпретациялардың сенімділігін қамтамасыз етті.

Этикалық ашықтық: Зерттеудің барлық кезеңдері этикалық нормаларға қатаң сәйкестікте жүргізілді. Зерттеуге қатысушылар қатысудың мақсаты мен шарттары туралы хабардар етілді, сонымен қатар деректерді ғылыми мақсатта пайдалануға келісім берді. Жұмыстың барлық кезеңдерінде респонденттердің құпиялылығы мен анонимділігі қамтамасыз етілді.

Жергілікті контекст: Зерттеу Алматы мегаполисінің ерекшеліктері контекстінде этникалық кәсіпкерлікті түсінуге бағытталған. Жергілікті әлеуметтік-экономикалық жағдайлар, соның ішінде көші-қон процестерінің ерекшеліктері, әлеуметтік құрылым және мәдени өзара әрекеттесулер тәжік мигранттарының кәсіпкерлік тәжірибесін қалыптастыруда маңызды рөл атқарады. Әлеуметтанулық білім нақты әлеуметтік-территориялық жағдайларға біріктірілген, бұл мигранттардың әлеуметтік бейімделуі мен интеграциясының механизмдерін тереңірек түсінуге мүмкіндік береді.

Зерттеудің теориялық және әдістемелік негізі елордалық ортадағы этникалық кәсіпкерлікті тұтас және көп деңгейлі қабылдауды қамтамасыз етеді, бұл бізге жеке кәсіпкерлік стратегияларды ғана емес, сонымен қатар мигранттардың қала экономикасына интеграциялануымен және олардың жергілікті халықпен өзара әрекеттесуімен байланысты кеңірек әлеуметтік тәжірибелерді зерттеуге мүмкіндік береді. Бұл қалалық жерлерде көші-қон кәсіпкерлігінің сәтті немесе

сәтсіздігін анықтайтын негізгі заңдылықтарды жан-жақты талдауға және анықтауға мүмкіндік береді.

Зерттеудің ғылыми жаңалығы. Бұл диссертациялық зерттеу Қазақстанда ірі мегаполис жағдайында мигранттардың этникалық кәсіпкерлігін кешенді социологиялық талдаулардың алғашқыларының бірі болып табылады. *Жұмыстың ғылыми жаңалығы* зерттеу мәселесінің тұжырымдалуында да, қала экономикасындағы мигранттардың әлеуметтік енуі мен сәйкестігінің формалары туралы қалыптасқан түсініктерді кеңейтуге мүмкіндік беретін теориялық және эмпирикалық нәтижелерге негізделеді, атап айтқанда:

1. Тәжік диаспорасының этникалық кәсіпкерлігін талдау мақсатында, тереңдетілген сұрау, бақылау және қалалық тұрғындарды жаппай сұрау секілді әдістерді қосатын кешенді эмпирикалық зерттеу жүргізілді. Зерттеу дискурсындағы этникалық кәсіпкерлік феноменін зерттеу бұрын қазақстандық әлеуметтануда зерттеу нысаны болмаған мигранттардың экономикалық белсенділігінің маңызды рөлін анықтауға мүмкіндік берді. Сонымен қатар, мегаполистің экономикалық өмірінің көзге түспейтін, бірақ тұрақты элементі ретінде тәжік кәсіпкерлігін талдау қаланың бейресми экономикасының маңызды бөлігі болып табылатын, әлеуметтік-экономикалық жағдайда көші-қон мен этникалық топтар негізгі рөл атқаратын ірі қаладағы кәсіпкерліктің жасырын нысандарын тереңірек түсінуге мүмкіндік берді.
2. Тәжік кәсіпкерлігінің авторлық типологиясы әзірленді, ол үш негізгі және тұрақты үлгіні қамтиды: отбасылық, жеке және өтпелі. Бұл модельдер бизнестің ұйымдық нысандары, әлеуметтік желілерге қатысу дәрежесі және институционализация дәрежесі, сондай-ақ бизнес шешімдерін қабылдаудағы этникалық сәйкестіктің рөлі сияқты бірқатар факторлармен ерекшеленеді. Бұл типологияның дамуы қаладағы этникалық кәсіпкерліктің әртүрлі нысандарын жүйелеуге және олардың әрқайсысының негізгі ерекшеліктерін бөліп көрсетуге мүмкіндік береді, бұл көші-қон қоғамдастықтарындағы кәсіпкерлік белсенділікке мәдени, әлеуметтік және экономикалық факторлардың әсерін одан әрі зерттеу үшін жаңа көкжиектерді ашады.
3. Мегаполис жағдайында аралас ендірілген модельді қолдану мүмкіндігі негізделді. Бұл, посткеңестік кеңістіктің ерекше экономикалық және институционалдық жағдайларына жауап болып табылатын көлденең және тік байланыстардың үйлесімі аясында жұмыс істейтін, Алматы қаласындағы тәжік кәсіпкерлерінің агенттігін ұсынады. Қазақстан экономиканың бейресми деңгейі жоғары және аймақтық байланыстар жүйесі дамыған мемлекет ретінде осы желілерде өзара әрекеттесу үшін ерекше мүмкіндіктер береді.
4. Отбасылық немесе диаспора ресурстары жоқ жағдайда бизнес құруға мәжбүр болған мигранттардан шыққан кәсіпкерлердің нақты стратегиясын сипаттайтын жаңа «*бейімделуші автономия*» тұжырымдамасы енгізілді және эмпирикалық сынақтан өтті. Бұл тұжырымдамалық жаңалық ішкі ресурстардың жетіспеушілігіне және этникалық қауымдастықтың шектеулі қолдауына тап болған мұндай кәсіпкерлердің икемді бизнес үлгілерін құру үшін сыртқы әлеуметтік желілерге және олардың ұтқырлығына баса назар аударатынын атап көрсетеді.

5. Посткеңестік елдер контекстінде этникалық экономиканы локализацияланған талдаудың концептуалды негіздері анықталды, мұнда формальды және бейресми, этникалық және нарықтық, сәйкестілік пен бейімделу сияқты әртүрлі тетіктер әлеуметтік және экономикалық кіріктірудің бірегей траекторияларында тоғысады. Қазақстандағы (және бұрынғы КСРО-ның басқа елдерінде) посткеңестік контекст ресми мемлекеттік құрылымдар да, бейресми желілер де, соның ішінде аймақтық және этникалық бірлестіктер де өзара әрекеттесетін күрделі және көп деңгейлі экономикалық қатынастар жүйесінің болуын болжайтынын атап өткен жөн.

6. Этникалық кәсіпкерліктің жаңа түсіндірмесі оқшауланған құбылыс ретінде емес, мигранттарды қабылдаушы қоғамға *әлеуметтік интеграциялау ресурсы* ретінде ұсынылады. Дәстүрлі түрде этникалық кәсіпкерлік белгілі бір этникалық қауымдастықпен шектелген, кейде жабық және негізгі қоғамнан оқшауланған бизнес түрі ретінде қабылданады. Дегенмен, зерттеу авторлары этникалық бизнестің экономикалық өзін-өзі жүзеге асыруды ғана емес, *әлеуметтік интеграцияны ынталандырудың* маңызды функциясын орындайтынын көрсететін кеңейтілген түсіндіруді ұсынады.

7. Социологиялық сауалнама негізінде Алматы қаласының тұрғындарының этникалық кәсіпкерлерді қабылдауындағы қайшылықтар анықталды. Мигрант бизнесінің пайдалылығы жалпы мойындалғанына қарамастан, сенім мәселелерінде, әсіресе кейбір әлеуметтік топтар арасында сақтық сақталып отырғаны анықталды, бұл мегаполистердегі абай миграциялық және интеграциялық саясаттың қажеттілігін көрсетеді.

Қорғауға ұсынылған негізгі тұжырымдар:

1. Қалалық ортадағы этникалық кәсіпкерлікті жеке кәсіпкерлік бастамалармен ғана емес, сонымен қатар мәдени, әлеуметтік, экономикалық және институционалдық факторлардың күрделі өзара әрекеттесуімен де анықталатын көп қырлы және серпінді әлеуметтік-экономикалық құбылыс ретінде қарастырған жөн. Этникалық кәсіпкерлік – көші-қон ағындарының нәтижесі, онда белгілі бір мәдени және әлеуметтік капиталға ие мигранттар өздерінің кәсіпкерлік тәжірибесін жаңа жағдайларға бейімдейді. Қалалық контексте этникалық кәсіпкерлер мәдени айырмашылықтарды бәсекелестік артықшылық ретінде пайдаланады, көбінесе өздерінің этникалық тобының да, жергілікті халықтың да қажеттіліктеріне назар аударады, бұл олардың қызметін жергілікті экономика үшін ерекше маңызды етеді.

2. Этникалық кәсіпкерлікті зерттеудің маңызды аналитикалық құралы кәсіпкерлердің этникалық және этносаралық желілері шеңберінде интеграциялану және өзара тәуелділік дәрежесін көрсететін әлеуметтік кіріктіру тұжырымдамасы болып табылады. Бұл желілер көлденең (этникалық топтар арасындағы) және тік (кәсіпкерлер мен мемлекеттік немесе институттық құрылымдар арасындағы) байланыстарды қамтуы мүмкін. Мигранттардың мұндай желілерді құру және қолдау мүмкіндігі олардың кәсіпкерлік қызметінің табысты болуына айтарлықтай әсер етеді.

3. Қалалық ортада этникалық кәсіпкерлер көбінесе ресми және бейресми институттармен өзара әрекеттесуге мәжбүр болады. Қоғамдастық байланыстары,

ауызша келісімдер, жеке қарым-қатынастар мен дәстүрлер сияқты бейресми механизмдер бизнестің тұрақтылығы мен өсуін қамтамасыз етуде, әсіресе бейресми экономикада шешуші рөл атқарады. Дегенмен, мұндай тәжірибелер бизнесті жүргізудің ресми және бейресми аспектілері арасында бейімделу және теңгерімді табу қажеттілігін тудыратын заңдастыру және реттеу мәселелеріне тап болуы мүмкін.

4. Алматыда тәжік кәсіпкерлері арасында әлеуметтік әрекеттесуінің екі негізгі формасының таралуы дәлелденді: көлденең (қоғамдық және этникалық желілер арқылы) және тік (туыстық байланыстар арқылы). Бұл ендірілген формалар өзара байланысты және бір уақытта өмір сүре алады, бірақ контекстке байланысты олардың біреуі басым болуы мүмкін. Отбасылық желілер бизнесті ұйымдастыруда шешуші рөл атқарады, әсіресе шешімдер көбінесе отбасы иерархиясында қабылданатын кәсіпкерліктің дәстүрлі түрлерінде. Отбасын қолдау тек қаржыландыру тұрғысынан ғана емес, бизнестің тұрақтылығы мен ұзақ өмір сүруіне ықпал ететін басқаруға қатысу арқылы да жүзеге асырылады. Қауіпсіздік пен сенімді қамтамасыз ететін ресми институттар болмаған кезде, әсіресе көші-қон жағдайында қауымдастық байланыстары да маңызды рөл атқарады. Қоғамдастық және этникалық желілер тек экономикалық ресурстарды ғана емес, сонымен бірге әлеуметтік қолдауды да қамтамасыз етеді. Мұндай байланыстар белгісіздік жағдайында тәуекелдерді азайтуға және еңбек, ақпарат және тауар нарықтарына қол жеткізуге көмектесетінін атап өткен жөн. Осылайша, тәжік кәсіпкерлерінің әлеуметтік интеграциясы дәстүрлі отбасылық құрылымдар мен икемді қауымдастық желілері арасындағы тепе-теңдікпен сипатталады, бұл әсіресе көші-қон және экономикалық тұрақсыздық жағдайында маңызды бола бастайды.

5. Алынған эмпирикалық деректерге сүйене отырып, барлық көшіп-қонушылардың отбасылық бизнестегідей отбасының көмегіне сене алмайтыны анықталды. Кейбір жағдайларда мигранттар отбасы бизнесті қаржылық немесе ұйымдық жағынан қамтамасыз ете алмайтын жағдайларға тап болады. Бұл оларды жеке күшке, тәжірибеге және білімге сүйене отырып, бизнес жүргізудің неғұрлым тәуелсіз жолдарын іздеуге мәжбүр етеді. Этникалық кәсіпкерлердің көпшілігі диаспораның қатаң бақылауынан аулақ болуға тырысады, бұл әсіресе этникалық топтағы әлеуметтік міндеттемелерге немесе шектеулерге тәуелді болғысы келмейтіндерге қатысты.

6. Алматының Көк базарындағы тәжік кәсіпкерлігі, әдетте, айқын *отбасылық немесе кландық* сипатқа ие. Бұл тұрғыда негізгі ерекшеліктер: (1) *отбасының қатысуы*: көптеген бизнес отбасының өзара әрекеттесу принципіне негізделген, мұнда отбасы мүшелері тауарларды сатып алу мен таратудан бастап басқару мен сатуға дейінгі негізгі рөлдерді атқарады. Отбасылық байланыстар бизнесте белгілі бір дәрежеде сенім мен келісімді қамтамасыз етуге көмектеседі. (2) *Кландық көзқарас*: кейбір жағдайларда бизнес тек отбасылармен ғана емес, сонымен қатар үлкен рулармен, соның ішінде тек қандас туыстармен ғана емес, диаспорадағы жақын адамдармен де байланысты. Бұл бәсекелестікпен және ұйымдастырушылық қиындықтармен байланысты тәуекелдерді азайтуға,

сондай-ақ бизнестің әртүрлі салаларында басқа клан мүшелерімен байланыстарды тиімдірек сақтауға көмектеседі.
7. Трансұлттық байланыстар жеткізу тізбегі мен логистиканы жақсартуда маңызды рөл атқарады, әсіресе көші-қон және нарықтық белгісіздік жағдайында. Тәжікстан кәсіпкерлері арасындағы жеткізу тізбегі мен өнім логистикасы көбінесе *жергілікті* (мигранттар әдетте жергілікті жеткізушілермен және нарықтармен байланыс орнатады, сонымен қатар Орталық Азия елдерінен (мысалы, Өзбекстан, Қырғызстан) тауарларды жеткізуді қамтамасыз ету үшін басқа мигранттармен немесе қауымдастықтармен байланыстарды жиі пайдаланады) және *трансұлттық байланыстарды*ға негізделеді (бұл байланыстар Қазақстан кәсіпкерлеріне тауарларды неғұрлым қолайлы бағамен алуға, сондай-ақ олардың ассортиментін кеңейтуге, соның ішінде жергілікті нарықта табу қиын бірегей немесе сирек тауарларды алуға мүмкіндік береді). Трансұлттық жеткізілімдер тауарларды ғана емес, сонымен қатар жаңа нарықтар мен бизнес мүмкіндіктерін іздеуді жеңілдететін ақпараттық ағындарды қамтиды.
8. Тәжікстанның кәсіпкерлік қоғамдастығындағы әлеуметтік капитал сенімге, өзара көмекке және міндеттемелерге негізделген желілік қатынастар арқылы қалыптасады. Әлеуметтік капиталдың негізгі элементі жеке байланыстар, міндеттемелерді орындау және диаспора ішіндегі іскерлік қарым-қатынастарды қолдау арқылы құрылатын бедел. Мигранттар өздері сенетін адамдармен жұмыс істеуге бейім, бұл транзакциялық шығындарды айтарлықтай азайтады. Бизнесті қолдауда, әсіресе бастапқы кезеңдерінде өзара көмек маңызды рөл атқарады. Кәсіпкерлер ресурстармен (мысалы, тауар немесе жұмыс күші) алмаса алады, қаржылық қиындықтар туындаған жағдайда бір-біріне көмектесіп, ақпараттық қолдау көрсете алады. Бизнестегі мінез-құлықты, оның ішінде серіктестер мен отбасы мүшелерінің алдындағы міндеттемелерді реттейтін бейресми нормаларды сақтау, сондай-ақ диаспораның дәстүрлері мен құндылықтарына негізделген этикалық принциптерді қатаң сақтау маңызды аспект болып табылады.

Зерттеу нәтижелерін сынақтан өткізу және енгізу. Диссертация «Әлеуметтану және әлеуметтік жұмыс» кафедрасында (N13 хаттама) талқыланып, қорғауға ұсынылды. Диссертациялық жұмыстың негізгі ғылыми нәтижелері әртүрлі халықаралық ғылыми-теориялық және практикалық конференцияларда, ғылыми журналдарда баяндалған. Диссертацияның негізгі идеялары ғылыми басылымда көрініс тапты.

Scopus ғылыми журналдарының халықаралық деректер базасына енгізілген шетелдік басылым:

1 Imasheva Zh., (2024) *Exploring Ethnic Enterpreneurship: Family Business of Tajik Migrants.* Dve Domovini / Two Homelands, 59, 2024, p. 47-62

ҚР БҒМ БҒССҚК ұсынған басылымдар тізімі:

2 Имашева Ж.А. *Этническое предпринимательство как способ социально-экономической адаптации: кейс корейской диаспоры в истории Казахстана.* ҚазҰУ Хабаршы. Психология және социология сериясы № 1/(68)., 2019, 220-228 бет.

3 Имашева Ж.А., *Анализ толерантности и многообразия в отношениях различных этнических групп (по результатам социологического исследования).* «Хабаршы» КазНПУ им Абая, №4 (68), 2019, 145-152 бет.

4 Имашева Ж.А., Абдирайымова Г.С., *Этническое предпринимательство как объект социологического анализа: концептуализация понятий*. «Вестник КазНУ им. аль-Фараби» (серия психологии и социологии" №4(59) 2018, 85-93 бет. *Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциялар жинақтарында жарияланған басылымдар тізімі:*

5 Имашева Ж.А., *Особенности посредников меньшинства и этнически-анклавных предпринимателей в экономической деятельности*. Конференция //«Духовные ценности современного тюркского мира»: Мат-лы Круглого стола, посвященного 65-летию доктора философских наук, проф. Жакипбека Алтаева, 2018.

6 Имашева Ж.А., *Этническое предпринимательство в городской экономике.* Конференции «семь граней великой степи и актуальные проблемы казахской философии», посвященной 60-летию доктора философских наук, профессора НУРЫШЕВОЙ Г. Ж., 2019.

7 Имашева Ж.А., *общественное восприятие деятельности мигрантов предпринимателей в г. Алматы (по результатам социологического опроса)*. Конференция «Последние социально-экономические проблемы развития трудовых отношений», уровень Международный, Чешская Республика, Прага, 2020.

Зерттеудің теориялық және практикалық маңызы. Бұл зерттеудің нәтижелері көп ұлтты ортадағы көші-қон, кәсіпкерлік және қалалық трансформация туралы социологиялық білімдерді дамытуға ықпал ететін теориялық және практикалық мәнге ие. Жұмыстың теориялық маңыздылығы, ең алдымен, қазақстандық мегаполистің ерекшеліктеріне аралас кіріктірудің заманауи үлгісінің қолданылуы мен бейімделуін негіздеуде. Тәжік мигранттарының кәсіпкерлік белсенділігі нарықтық конъюнктура мен институционалдық шектеулердің әсерінен ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік желілер, қауымдастық және отбасылық байланыстар арқылы қалыптасатыны көрсетілген, бұл деңгей аралық кешенді талдауды қажет етеді. Диссертациялық жұмыс аясында посткеңестік кеңістіктегі этникалық кәсіпкерліктің ерекшеліктерін дәлірек сипаттауға мүмкіндік беретін «бейімделетін автономия», «локализацияланған кіріктіру», «өтпелі бизнес түрі» сияқты жаңа аналитикалық ұғымдар ұсынылып, нақтыланған. Эмпирикалық деректер негізінде әзірленген тәжік кәсіпкерлігінің типологиясы қала экономикасы контекстінде мигранттардың бизнес стратегияларын социологиялық сипаттау және салыстырмалы талдау мүмкіндіктерін кеңейтеді. Сонымен қатар, жұмыс әлеуметтік желі теориясы, экономикалық әлеуметтану, қалалық әлеуметтану және этникалық сәйкестілік элементтерін қамтитын пәнаралық тәсілді енгізу арқылы отандық көші-қон әлеуметтануын байытады. Зерттеу этникалық кәсіпкерлікті оқшауланған немесе уақытша құбылыс ретінде емес, қабылдаушы қоғамда мигранттардың әлеуметтік енуі мен бейімделуінің тұрақты нысаны ретінде қарастыру керектігін көрсетеді. Осылайша, ол қала әлеуметтануы,

миграциялық зерттеулер және этноәлеуметтік саясат саласындағы одан әрі ғылыми әзірлемелер үшін перспективалар ашады.

Зерттеудің практикалық маңыздылығы оның нәтижелерін мемлекеттік көші-қон саясаты, әлеуметтік интеграция, этносаралық қатынастар, білім беру және қаланы басқару салаларында қолдану мүмкіндігімен анықталады. Алынған мәліметтерді қалалық жерлерде этникалық кәсіпкерлер мен көшіп-қонушыларды қолдау бағдарламаларын әзірлеу және іске асыру кезінде, әсіресе заңдастыру рәсімдерін жеңілдету, жалға алу, консультациялық және ақпараттық көмекке қол жеткізу бөлігінде пайдалануға болады. Тәжікстандық кәсіпкерлердің істерін талдау тек құқықтық аспектілерді ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік тәжірибені, күнделікті өмір сүру стратегияларын және мәдени нормаларды ескеретін сараланған саясаттың қажеттілігін көрсетеді. Этносаралық қатынастар саласында зерттеу материалдары әртүрлі этномәдени топтар арасындағы сенімді нығайту, ксенофобияның алдын алу және қалалық қауымдастықтардағы мәдени сезімталдықты дамыту бағдарламаларына негіз бола алады. Білім беру саласында алынған нәтижелерді көші-қон әлеуметтануы, қалатану, әлеуметтік саясат курстарында, сондай-ақ этноәлеуметтік бейімделу және медиация саласындағы мамандарды даярлауда пайдалануға болады. Сонымен қатар, диссертацияның тұжырымдары көші-қон және адам құқықтары саласында жұмыс істейтін халықаралық ұйымдарды, сондай-ақ әлеуметтік тұрақтылық, экономикалық инклюзия және халықтың осал топтарын қолдау мәселелерімен айналысатын үкіметтік емес ұйымдар мен талдау орталықтарын қызықтырады. Бұл зерттеудің ғылыми ортада да, тәжірибеде де қолданудың жоғары әлеуеті бар, бұл мигранттарды заманауи мегаполистің экономикалық және әлеуметтік құрылымына интеграциялаудың әділ, икемді және эмпирикалық негізделген тәсілдерін дамытуға ықпал етеді.

Диссертацияның құрылымы. Диссертация нормативтік сілтемелерден, анықтамалар мен белгілеулерден және қысқартулардан, кіріспеден, төрт тараудан, қорытындыдан, пайдаланылған әдебиеттер тізімінен және қосымшалардан тұрады. Құрылымның логикасы теориялық және әдістемелік негіздерден эмпирикалық талдауға және жалпылама қорытындыларға көшу қажеттілігінен туындайды. Кіріспеде тақырыптың өзектілігі, ғылыми даму дәрежесі негізделеді, зерттеудің мақсаты, міндеттері, гипотезалары, объектісі, пәні, әдістемелік тәсілдері, ғылыми жаңалығы мен маңыздылығы тұжырымдалады.

1-тарау этникалық кәсіпкерлікті зерттеудің теориялық негіздеріне арналған. Қазіргі заманғы зерттеулердің негізгі ұғымдары, үлгілері, ғылыми тәсілдер мен библиографиялық талдаулары қарастырылады.

2 тарауда этникалық экономикалардың қызмет ету ерекшеліктері, желілік механизмдер, отбасылық кәсіпкерлік және олардың қалалық орта құрылымындағы рөлі ашылады.

3 тарауда этносаралық сенімге, толеранттылыққа және мигранттарды қабылдауға баса назар аудара отырып, көші-қон және этникалық бизнес мәселелері бойынша Алматы қаласы тұрғындарының қоғамдық пікіріне сандық талдау жасалған.

4 тарауда тәжік кәсіпкерлерінің жағдайларының сапалы эмпирикалық талдауы, оның ішінде олардың көші-қон өмірбаяндары, кірістіру нысандары, бизнес стратегиялары мен жеке басын анықтау тәжірибесі бар.
Қорытындыда қойылған міндеттерді шешу қорытындыланады, жалпы қорытындылар тұжырымдалады, гипотезалар расталады немесе жоққа шығарылады, әрі қарай зерттеудің бағыттары ұсынылады. Жұмыстың құрылымы зерттелетін мәселені тұтас қамтуды және теориядан практикаға, жалпы заңдылықтардан нақты әлеуметтік-мәдени жағдайға қарай дәйекті қозғалысты қамтамасыз етеді.

1 ЭТНИКАЛЫҚ КӘСІПКЕРЛІКТІ ЗЕРТТЕУДІҢ ТЕОРИЯЛЫҚ НЕГІЗІ

1.1 Әлеуметтік ғылымдардағы этникалық кәсіпкерлікті зерттеудің концептуалды тәсілдері мен үлгілері

Соңғы онжылдықтарда әлеуметтік ғылымдарда этникалық кәсіпкерлікті жан-жақты түсінуді қамтамасыз ету үшін көптеген тұжырымдамалары мен теориялары әзірледі және қайта қаралды. Қолданыстағы әдебиеттерді талдау ғылыми дискурстың аясын және «этникалық кәсіпкерлік», «этникалық экономика» және «анклав экономикасы» сияқты тиісті ұғымдардың аналитикалық айырмашылықтарын анықтауға бағытталған кейбір концептуалды және әдіснамалық мәселелерді қарастырады, бұл ұғымдарды түсінуде этникалық құрылымға ерекше мән беру маңызды екенін дәлелдейді. Теориялық шолу кәсіпкерліктің себептері мен салдарын зерттеудегі бар сәйкес келу мен қайшылықтарға назар аударады. Соңында, ол этникалық кәсіпкерлікті зерттеудегі өзара байланысты бірнеше тұжырымдамалық жетістіктерді, яғни, трансұлттық кәсіпкерлікті бұрынғы шыққан елімен іскерлік байланыстарды қолдау стратегиясы ретінде және қауымдастықты құрудағы кәсіпкерлік синергиясын көрсетеді.

Этникалық кәсіпкерлік – көші-қонның, әлеуметтік интеграцияның, экономикалық белсенділіктің және мәдени бірегейліктің тоғысқан жерінде орналасқан күрделі әлеуметтік құбылыс. Rath, Solano & Schutjens, (2020) этникалық кәсіпкерлік жеке және институционалдық деңгейлерді қамтитын динамикалық процесс екенін атап көрсетеді [1, б. 450]. «Этникалық кәсіпкерлік» ұғымының алғашқы семантикалық анықтамаларының бірін Waldinger R. (1990) ұсынған, ол «жалпы ұлттық шығу тегі немесе көші-қон тәжірибесі бар адамдар арасындағы байланыстар мен өзара әрекеттесу үлгілерінің жиынтығы» деп атап көрсетті. Бұл анықтама кәсіпкерлік қызметтің этникалық құрамдас бөлігіне тоқталып, экономикалық қызметті ұйымдастыру процесінде жалпы мәдени және миграциялық сипаттамалардың маңыздылығын атап көрсетеді. Дегенмен, оның барлық маңыздылығына қарамастан, R. Waldinger және т.б. (1990) жалпыланған және кәсіпкерлік қызметтің өзіне тән ерекшеліктерінен гөрі этникалық ерекшелікке көбірек көңіл бөледі [2].

Duan, Kotey & Sandhu (2022) пікірінше, этникалық кәсіпкерлікке қызығушылық қабылдаушы қоғамдағы этникалық азшылықтардың бейімделу механизмдерін, сондай-ақ олардың экономикалық белсенділігін жеңілдететін немесе тежейтін факторларды түсінуге ұмтылу есебінен өсуде [3, б. 473]. Ғылыми әдебиеттерде этникалық кәсіпкерлікті талдаудың бірқатар концептуалды тәсілдері қалыптасты. Олардың ішінде мәдени тәсілдеме, этникалық тауашалар теориясы, мүмкіндіктер мен желі теориясы, институционалдық көзқарас, сонымен қатар трансұлттық және жаһанануға негізделген заманауи интерпретациялар бар. Rath, Solano & Schutjens (2020) және Wong & Ng (2022) пікірінше, бұл тәсілдердің әрқайсысы мигранттарды экономикалық жұмылдыру процесінің әртүрлі аспектілерін анықтауға мүмкіндік береді [1, б. 452], [4, б. 508]. Мәдени көзқарас кәсіпкерлік мінез-құлықты

қалыптастырудағы этникалық құндылықтардың, нормалар мен дәстүрлердің рөлін атап көрсетеді [3, б. 475]. Nazareno J., Zhou M., & You T. (2021) этникалық тауашалар туралы теориясы еңбек нарығындағы құрылымдық кедергілер мен кемсітушілікке жауап ретінде этникалық тауашаларды құрылатындығын түсіндіруге бағытталған [5, б. 11]. Solano G., Schutjens V., Rath J. (2022) мүмкіндіктер мен желілер туралы зерттей отыра, этникалық кәсіпкерлікті әлеуметтік желілер мен адам капиталы сияқты сыртқы мүмкіндіктер мен ішкі ресурстардың үйлесімі нәтижесінде қарастырады [6, б. 3]. Osaghae & Cooney, (2021) атап өткендей, институционалдық көзқарас, этникалық кәсіпкерлік үшін жағдайларды қалыптастырудағы заңнаманың, мемлекеттік саясаттың және нарық құрылымының рөліне назар аударады [7, б. 128]. Zhou & Liu, (2021) зерттеулері жаһандану жағдайында этникалық кәсіпкерліктің күрделі сипатын түсіндіру үшін әртүрлі теориялық модельдерді біріктіру қажеттілігін атап көрсетеді [8, б. 169]. Трансұлттық кәсіпкерлік концепциясы соңғы жылдары ерекше маңызға ие болып, елдер арасындағы көп деңгейлі байланыстар мен ұтқырлыққа баса назар аудара отырып, дәстүрлі талдаудың ауқымын кеңейтті. Ол мигранттардың кәсіпкерлігіне әсер ететін жергілікті және жаһандық факторларды қарастыруға мүмкіндік береді.

1.1.1 Этникалық кәсіпкерлікті зерттеудің негізгі тұжырымдамалары

Этникалық кәсіпкерлікті талдау зерттеудің теориялық және эмпирикалық бөлімдерінде қолданылатын негізгі ұғымдарды дәл ажыратуды және нақтылауды талап етеді. Концепцияларды операционализациялау диссертацияның концептуалды тұтастығын қамтамасыз ету үшін, сондай-ақ осы зерттеуде қарастырылатын құбылыстың шекарасын дәл түсіну үшін қажет. Зерттеу барысында біз қалалық контексте этникалық кәсіпкерлікті талдау үшін алты негізгі категорияға анықтамалар мен түсініктемелерді беріп, талдау жасадық.

Этникалық кәсіпкерлік – этнос өкілдері жүзеге асыратын әлеуметтік-экономикалық қызметтің ерекше формасы. Ол қабылдаушы қоғамда кәсіпкерлік бастамаларды құру, қолдау және дамыту үшін әлеуметтік желілер, мәдени нормалар, этникалық ынтымақтастық және символдық сәйкестіктер сияқты этномәдени ресурстарды пайдалануға негізделген. Thomas & Zhou (2022) атап өткендей, этникалық желілер бизнес үшін өзіндік «мүмкіндіктер арналарын» құра отырып, негізгі ресурстарға қолжетімділікті қамтамасыз етеді [9, б. 404].

Этникалық кәсіпкерлік үш іргелі процестің қиылысында пайда болады [9], [10]:

- этникалық қауымдастықтардың көші-қоны мен жұмылдыруы;
- қабылдаушы қоғамдағы әлеуметтік интеграция;
- табысқа қол жеткізуге, қоғамды әлеуметтік тануға және қауымдастықтың бірегейлігін нығайтуға бағытталған экономикалық белсенділік.

Ilhan-Nas et al. (2018) және т.б. атап көрсеткендей, этникалық кәсіпкерлік, жалпы ұлттық шығу тегі немесе көші-қон тәжірибесі бар адамдар арасындағы байланыстар мен өзара әрекеттесу үлгілерінің жиынтығы болып табылады [11, б. 614]. Бұл жағдайда әлеуметтік капитал ретінде әрекет ететін ұжымдық жады, этникалық өзін-өзі сәйкестендіру және диаспоралық желілер ерекше маңызға ие. Osaghae & Cooney (2021) өткізген секілді заманауи зерттеулер, этникалық

кәсіпкерлік туралы түсінікті кеңейтіп, этникалықты мәдени тұрақтылық ретінде ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік-экономикалық жағдайларға, институционалдық мүмкіндіктерге және нарықтық тауашаларға да назар аударады [7, б. 130]. Этникалық кәсіпкерлік – әлеуметтік байланыстар мен этномәдени ресурстарды пайдалану ерекше рөл атқаратын экономикалық қызметтің икемді және бейімделген стратегиясы болып табылады. Ren и Liu (2015) атап өткендей, кәсіпкерлер қаржы ресурстарын, еңбек ресурстарын және ақпаратты қоса алғанда, ресурстардың әр түрлеріне қол жеткізуді қамтамасыз ету үшін этникалық желілерді белсенді пайдаланады. Өзара сенім мен мәдени ынтымақтастыққа негізделген этникалық қауымдастықтар, әсіресе сыртқы нарықтағы дәстүрлі ресурстарға қолжетімділіктің шектеулі жағдайында капиталды, білім мен кәсіпкерлік мүмкіндіктерді берудің маңызды арналарына айналуда [12, б. 298]. Fossati (2019) тұжырымдарына сәйкес этникалық сәйкестілік тауарлар мен қызметтердің сегменттелген нарықтарында маңызды бәсекелестік артықшылыққа айналуда. Белгілі бір этномәдени топқа жату кәсіпкерлерге өздерінің этникалық диаспорасының нақты қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталған бизнес стратегияларын құруға, сондай-ақ тұтынушылармен сенімді қарым-қатынас орнату үшін тіл, дәстүр және құндылықтар сияқты сәйкестендірудің символдық ресурстарын пайдалануға мүмкіндік береді [13, б. 134].

Salaff және т.б. (2003) кәсіпкерлік тәжірибелерді дамыту мәнмәтінде ұйымдық модельдердің алуан түрлілігі байқалады: көбінесе жергілікті қауымдастықтардың ішінде жұмыс істейтін шағын отбасылық бизнестен бастап, әлемдік экономикалық процестерге интеграцияланған күрделі трансұлттық бизнес құрылымдарына дейін. Бұл экономикалық ортаның өзгерістеріне икемді жауап беруге және өз қызметін кеңейту үшін трансұлттық ресурстарды пайдалануға қабілетті этникалық кәсіпкерлердің бейімделу қабілетінің жоғары деңгейін көрсетеді [14, б. 68].

Мәдени элементтер, соның ішінде тіл, тағамдар, салт-дәстүрлер және діни дәстүрлер этникалық кәсіпкерлікте екі жақты позицияны алады. Dos Santos Souza и Ferreira (2024) атап өткендей, олар бір уақытта этникалық желілердегі ішкі байланыстарды нығайтатын ресурстар болып және этномәдени ерекшелікке бағытталған нарықтарда сұранысқа ие тауар ретінде қызмет етеді. Кәсіпкерлер мәдени мұраны сақтап қана қоймай, оны белсенді түрде коммерцияландыруда, этносты экономикалық маңызды игілікке айналдырады [15]. Этникалық кәсіпкерліктің маңызды аспектісі оның екі жақты сипаты болып табылады: бір жағынан, ол қоныс аударушыларды қабылдаушы қоғамда экономикалық интеграцияға ықпал етеді, екінші жағынан, этникалық шекаралардың нығаюына және экономикалық анклавтардың қалыптасуына әкелуі мүмкін [16, б. 80]. Этникалық кәсіпкерлік мигранттардың немесе олардың ұрпақтарының қызмет саласын, нарыққа шығу стратегиясын таңдауда, бизнес үлгісін қалыптастыруда және экономикалық өміршеңдігін қолдауда этникалық, этномәдени тәжірибелер мен этносаралық желілер шешуші рөл атқаратын экономикалық қызметінің нысаны ретінде анықталады.

Этникалық кәсіпкерліктің мәнін түсіну сонымен қатар этникалық кәсіпкерлікпен тығыз байланысты болғанымен, мегаполистің әлеуметтік-экономикалық өміріндегі этникалық қауымдастықтар деңгейінде болып жатқан кеңірек немесе мамандандырылған процестерді сипаттайтын «этникалық экономика» және «анклав экономикасы» сияқты өзара байланысты ұғымдарды нақтылауды қажет етеді. Этникалық экономика мен анклав экономикасы ұғымдары бір-бірімен тығыз байланысты, бірақ олар қабылдаушы қоғамдағы этникалық топтардың экономикалық қызметінің әртүрлі аспектілеріне бағытталған. Этникалық экономика формальды және бейресми салаларда этникалық азшылық өкілдері жүзеге асыратын экономикалық қызметтің барлық кешенін қамтиды. Martin L. (2019) және Orozco M. (2022) зерттеулерінде этникалық экономика этникалық топ мүшелеріне тиесілі бизнесті, бір этникалық қауымдастық өкілдері негізінен жұмыс істейтін кәсіпорындарды, этникалық ынтымақтастыққа негізделген экономикалық өзара көмек жүйелерін, сондай-ақ этникалық желілер ішінде дамып келе жатқан қызметтің бейресми және көлеңкелі нысандарын қамтиды. Заманауи зерттеулер де бұл тезистерді растайды [17], [18]. Этникалық экономика топ ішінде жұмыс орындарын құруға ғана емес, сонымен қатар капиталды жинақтау, ресурстарды бөлу және әлеуметтік мобильділікті ынталандырудың нақты арналарын қалыптастыруға ықпал етеді. Molina J.L. (2015) этникалық байланыстарға негізделген тұрақты әлеуметтік желілер этникалық экономика шеңберінде ресурстарды жұмылдырудың негізгі тетігі болып табылатынын атап өтеді. Бұл үдерісте отбасылық кәсіпкерлік, өзара несиелендіру, этникалық сауда желілері және өздерінің этникалық аудиториясына бағытталған мамандандырылған қызметтер маңызды рөл атқарады [19, б. 154]. Айта кету керек, этникалық экономика белгілі бір аумақтардың физикалық шекараларымен шектелмейді. Ол мәдени және әлеуметтік байланыстарды қашықтықта сақтай отырып, этникалық аудандардан тыс таралатын бөлінген желілік құрылымға ие болуы мүмкін. Этникалық экономиканың кеңірек түсінігінен айырмашылығы, анклав экономикасы оның кеңістікте локализацияланған түрі болып табылады. Анклав экономикасының тұжырымдамасын АҚШ қалаларындағы мигранттар қауымының дамуын бақылаулар негізінде Portes и Wilson (1980) егжей-тегжейлі әзірледі [20]. Қазіргі заманғы жұмыстар Andersson M., (2021), Sablin K.S. (2022), Marinoni A. (2023) анклав экономикасының ерекшеліктерін оның мүшелеріне экономикалық қолдауды қамтамасыз ететін ықшам аумақ ретінде түсіндіреді және анклав экономикасын кәсіпкерлер, жұмысшылар және клиенттер бір этникалық топқа жататын, қызметі географиялық тұрғыдан шектеулі аумақта шоғырланған құрылымдық ретінде анықтайды, қаланың [21], [22], [23]. Molina, Valenzuela-García и Lubbers (2015) атап өткендей, анклав экономикасы мигранттарға, әсіресе кемсітушілік немесе тілдік кедергілер жағдайында жұмыспен қамту және кәсіпкерлік үшін қорғалған ортаны қамтамасыз етеді. Ол тұрақты этникалық нарықтарды қалыптастыруға, жақында келген мигранттар үшін жұмыс орындарын құруға және экономикалық белсенділік арқылы мәдени бірегейлікті сақтауға ықпал етеді [19, б. 161].

Этникалық экономика және анклав экономикасы ұғымдарын талдау этникалық кәсіпкерлерді қабылдаушы қоғамның экономикалық өміріне тарту формаларының қаншалықты әртүрлі болуы мүмкін екенін көруге мүмкіндік береді. Дегенмен, қазіргі көші-қон процестерінің дамуы, нарықтардың жаһандануы және трансұлттық желілердің өсуі этникалық кәсіпкерліктің табиғатында елеулі өзгерістерге әкелді. Егер бұрын этникалық азшылық өкілдерінің кәсіпкерлік қызметі негізінен жергілікті немесе анклавтық шеңберлермен шектелсе, соңғы онжылдықтарда көші-қон бизнесінің трансұлттық кеңістікке белсенді түрде интеграциялануы байқалды, бұл этникалық кәсіпкерлердің екі түрін ажырату қажеттілігін тудырды: олар қабылдаушы елде және ішкі нарықта белсенді түрде айналысатындармен шектелетіндер. трансшекаралық экономикалық қатынастар. Бұл контекстте трансұлттық иммигрант кәсіпкер (ТИК) және ішкі иммигрант кәсіпкер (ІИК) ұғымдары ерекше маңызға ие. Олар төменде талқыланады.

Жаһандану, көші-қон ағындарының трансформациясы және халықаралық ұтқырлықтың күшеюі жағдайында мигранттардың кәсіпкерлік қызметінің жергілікті этникалық бизнестің дәстүрлі үлгілерінен шығатын жаңа түрлері қалыптасуда. Осы түрлердің бірі трансұлттық кәсіпкерлік болып табылады, оның негізгі тасымалдаушылары трансұлттық иммигрант-кәсіпкерлер болып табылады. David A. (2025) и Solano G. (2024) пікірінше, трансұлттық иммигрант-кәсіпкер – бұл бір емес бірнеше елдің ресурстарына, байланыстары мен нарықтарына сүйене отырып, кәсіпкерлік қызметті жүзеге асыратын және қабылдаушы қоғамның экономикалық өміріне де, сол елдің басқа елдерінің экономикалық процестеріне де қатысудың жоғары дәрежесі бар әлеуметтік субъект [2, б. 373], [25, б. 508].

ТИК бірқатар ерекше белгілермен сипатталады:

1. Көп деңгейлі кірістірілген, ТИК бір уақытта бірнеше ұлттық контексте жұмыс істейді, әртүрлі институционалдық орталарға интеграцияланады және олардың қызметін оңтайландыру үшін көпмәдениетті және көп құқықтық жағдайларды пайдаланады.

2. Трансшекаралық желілерді белсендіру, кәсіпкерлер шекара арқылы жеке, іскерлік және этномәдени байланыстарды белсенді түрде қолдайды, оларды жеткізушілерді, клиенттерді, серіктестерді табу, қаржыландыруды алу және өткізу нарықтарын кеңейту үшін пайдаланады.

3. Қос немесе бірнеше сәйкестік, табысты ТИК бизнес үшін стратегиялық ресурс болып табылатын әртүрлі мәдени және іскерлік орталарға бейімделуге мүмкіндік беретін икемді сәйкестікті қалыптастырады.

4. Экономикалық ұтқырлық, ТИК өз елдеріндегі бар ресурстарды жұмылдырып қана қоймайды, сонымен қатар тауарлардың, қызметтердің, капиталдың және ақпараттың трансұлттық ағындарына қатысу арқылы жаңа мүмкіндіктерді белсенді түрде жасайды.

Fehlings S. (2022) концептуализациясына сәйкес, ТИК анықтаудың негізгі критерийі тек шетелдік байланыстардың болуы ғана емес, сонымен қатар трансшекаралық қызметтің жүйелілігі, мысалы, жылына кемінде екі рет шетелге кәсіпкерлік сапарлар, іскерлік операциялар, тауарларды тұрақты жеткізу,

шетелдік желілерге қатысу [26, б. 11]. Kassaye және т.б. (2025), трансұлттық кәсіпкерлік барлық иммигранттардың әмбебап ерекшелігі емес, бірақ белгілі бір сипаттамалармен байланысты нақты кәсіпкерлік стратегияны білдіреді: білім деңгейі, мобильді әлеуметтік капиталдың болуы, қаржылық ресурстарға қолжетімділік, сондай-ақ нақты нарық секторлары. Иммигранттар арасындағы трансұлттық кәсіпкерліктің дамуын ынталандыратын бірнеше мотивтер анықталған [27, б. 6]:

1. Экономикалық мүмкіндіктер, елдер арасындағы баға, ресурстық және институционалдық айырмашылықтарды пайдалану арқылы бизнес-процестерді оңтайландыруға ұмтылу.

2. Бизнес арқылы туған жермен байланысты сақтау, мәдени бірегейлікті қолдау, отбасылық және қоғамдағы міндеттерін орындау.

3. Кемсітушілік, біліктілікті мойындамау немесе нарықтарға шектеулі қолжетімділік жағдайында трансұлттық байланыстарды компенсаторлық стратегия ретінде пайдалана отырып, қабылдаушы елдегі еңбек нарығының шектеулеріне бейімделу.

4. Жаңа өнімдерді, қызметтерді және бизнес үлгілерін жасау үшін екі немесе одан да көп мәдениеттердің бірегей білімін пайдалана отырып, инновациялық қызмет.

Нәтижесінде, ТИК көп деңгейлі әлеуметтік интеграция, әртүрлі ұлттық контексттерде ресурстарды тиімді жұмылдыру және трансшекаралық өзара әрекеттесу негізінде тұрақты бизнес құру мүмкіндігін көрсететін жаһандық экономиканың белсенді агенттері болып табылады. Сонымен қатар, ТИК Алматы қаласындағы этникалық кәсіпкерлердің жеке санаты болып саналады, олардың қызметі халықаралық экономикалық желілерге белсенді қатысуы мен жаһандық сын-қатерлерге бейімделу қабілетіне байланысты иммигранттардың отандық кәсіпкерліктің дәстүрлі үлгілерінен айтарлықтай ерекшеленеді.

Қызметі бірнеше елдерге таралатын ТИК-тен айырмашылығы, мигранттар-кәсіпкерлердің едәуір бөлігі тек қабылдаушы қоғамның ішкі нарықтарына бағытталған; мұндай субъектілер ішкі иммигрант кәсіпкерлер ретінде де сипатталады. Duan et. ал. (2021), ішкі иммигрант-кәсіпкер – бұл трансұлттық бизнес желілеріне немесе трансшекаралық іскерлік операцияларға тұрақты түрде қатыспастан, тек бір елдің ішінде кәсіпкерлік қызметті жүзеге асыратын және оның жергілікті экономикалық, институционалдық және әлеуметтік құрылымдарына бағытталған иммигрант [28, б. 715]. ІИК негізгі сипаттамалары [29]:

1. Жергілікті ендірілген, кәсіпкерлік қызмет жергілікті халықтың немесе ел ішіндегі этникалық қауымдастықтың қажеттілігіне назар аудара отырып, тек қабылдаушы ел нарығының шегінде жүзеге асырылады.

2. Шектеулі трансшекаралық ұтқырлық, ІКИ, әдетте, халықаралық жеткізу, жеткізу немесе маркетинг арналарын пайдаланбайды, сондай-ақ тұрғылықты елден тыс тұрақты іскерлік байланыстары болмайды.

3. Ішкі институционалдық контекстке тәуелділік, ІЕР кәсіпкерлік қызметінің сәттілігі немесе сәтсіздігі негізінен еңбек нарығының

конъюнктурасымен, мемлекеттік реттеумен, көші-қон саясатымен және қабылдаушы қоғамдағы әлеуметтік климатпен анықталады.

4. Этникалық тауашаларға жиі бағдарлану, осы типтегі кәсіпкерлер көбінесе экономиканың мигранттар үшін бар кедергілері төмен салаларда, мысалы, қызмет көрсету саласында, бөлшек саудада, қоғамдық тамақтандыруда, қолөнер өндірісінде шоғырланады.

ТИК-ден айырмашылығы, ішкі типтегі кәсіпкерлер сыртқы нарықтарға шығу есебінен бизнесті масштабтау үшін шектеулі мүмкіндіктерге ие. Олардың өсуі көбінесе жергілікті этникалық қауымдастықтың кеңеюі немесе қабылдау елінің кең нарығына біртіндеп интеграциялау арқылы жүреді. Мұндай стратегияны таңдау мотивациясына бірқатар факторлар әсер етуі мүмкін: шетелдік нарықтар туралы қажетті байланыстардың, капиталдың немесе білімнің болмауы; тауарларды, адамдар мен капиталдарды халықаралық тасымалдаудағы қиындықтар; визалық және кедендік шектеулер; этникалық топтың немесе жергілікті нарықтың қажеттіліктерін қанағаттандыруға, мәдени және тілдік артықшылықтарды пайдалануға ұмтылу да себеп болуы ықтимал. Сондай-ақ отырықшы өмір салтына, жергілікті қоғамға әлеуметтік интеграцияға бағдарлану, трансұлттық қызметпен байланысты тәуекелдерді барынша азайту да өз септігін тигізеді. Tang T. H., Alcantara L. L. (2022) зерттеулері көрсеткендей, ішкі типтегі иммигрант кәсіпкерлер экономикалық жетістік пен әлеуметтік ұтқырлықтың белгілі бір деңгейіне қол жеткізе алатынына қарамастан, олар қабылдаушы елдегі экономикалық ауытқуларға осал болып қала береді және институционалдық кемсітушілік пен кедергілерден аз қорғалған [30, 83-бет]. ИИК зерттеу объектісі ретінде ерекше қызығушылық тудырады, өйткені олардың Алматыдағы кәсіпкерлік белсенділігін талдау жергілікті нарықтың ерекшеліктері, заңнамалық жағдайлар мен этникалық сегменттеу кәсіпкерлік стратегиясын таңдауға қалай әсер ететінін, сондай-ақ мегаполистің ішкі экономикасына шоғырланған иммигранттар алдында қандай кедергілер мен мүмкіндіктер ашылатынын бағалауға мүмкіндік береді.

1.1.2 Этникалық кәсіпкерлікті зерттеудің классикалық тәсілдері

Мәдени көзқарасқа сәйкес, кейбір иммигранттардың кәсіпкерлік қызметтегі жетістігі олардың этникалық мәдениетінің ерекшеліктеріне байланысты. Masurel et al. (2004) өз ісіне деген жауаптылық, жоғары ішкі адалдық, топтық ынтымақтастық, тәуекелге баруға дайын болу және ресурстарға ұқыпты қарау сияқты кәсіпкерлік мінез-құлыққа ықпал етуі мүмкін мәдениеттің шектеулі элементтері туралы белгілейді [31, 79-бет]. Бұл тәсіл аясында этникалық мәдениеттің өзіндік құндылықтары мен ерекшеліктері иммигранттарға кәсіпкерлікке қатысуды жеңілдететін ресурстар беретіндігі атап өтілді. Сонымен қатар, этникалық топтардың өкілдері өздерінің мәдени сипаттамаларының артықшылықтарын, әсіресе басқа мәдени ортаға бейімделу процесінде айқын біле алады.

Мәдени көзқарас шеңберіндегі теориялық әзірлемелер дәстүрлі түрде екі негізгі топқа бөлінеді. Бірінші топқа әлеуметтену процесінде сіңірілетін мәдениеттің ішкі құндылықтары арқылы кәсіпкерлік қызметтің сәттілігін түсіндіретін бұрынғы теориялар кіреді. Yoo J.K. (2023) сәйкес, басқа біреудің

этномәдени ортасына еніп, бастапқы әлеуметтену кезеңдерінен өткеннен кейін, кәсіпкерлік мінез-құлық үлгілері этникалық топтың өмір салты мен осы топқа жататын институттандырылған құрылымдармен қамтамасыз етіледі [32]. Yetkin U., Tunçalp D. (2023) сәйкес, ерте мәдени теориялар, сонымен қатар этникалық ресурстарды пайдаланудың маңыздылығын атап көрсетеді: Мысалы, ынтымақтастық, адалдық, этникалық топтағы ұйымдық құрылымдар, ресурстар кластары, соның ішінде адами капитал, инвестиция көздері және өндіріс әдістері иммигранттық кәсіпкерлікті дамытудың негізгі факторлары ретінде. Екінші топ иммигранттардың қабылдаушы қоғамға бейімделу процесінде мәдени ерекшеліктердің пайда болуына баса назар аударатын өркендеген (жаңа) мәдени теориялармен ұсынылған. Осы теориялар шеңберінде тәуекелге дайындық немесе ынтымақтастық сияқты кәсіпкерлік сипаттамалар бастапқыда берілген ретінде емес, жаңа ортадағы шектеулі Әлеуметтік және экономикалық мүмкіндіктерге бейімделу реакциясы ретінде қарастырылады [33, 79-бет]. Теориялардың екі тобының арасындағы негізгі айырмашылық келесідей ерте тұжырымдамалар этникалық топтардың мәдени ерекшеліктері кәсіпкерлік белсенділіктің бастапқы негізі болып табылады. Керісінше, кейінгі теориялар иммигранттардың кәсіпкерлігін жаңа елде кездесетін әлеуметтік-экономикалық қиындықтарға жауап ретінде қарастырады [34, с. 203]. Дегенмен, кәсіпкерлік белсенділікті тек кәсіпкерлердің жеке сипаттамалары немесе олардың этникалық ерекшеліктерімен толық түсіндіруге болмайды. Хабардарлық оның ішкі мәдени сипаттамаларға шамадан тыс шоғырлануына және сыртқы әлеуметтік факторларға жеткіліксіз назар аударуына байланысты мәдени көзқарасты сынаудың негізі болды. Атап айтқанда, сыншылар сұраныс құрылымының, экономикалық және нарықтық жағдайлардың, заңнамалық нормалардың әсерін және олардың кәсіпкерлік белсенділікке әсерін ескеру қажеттілігін көрсетеді [35]. Мәдени тәсілдің анықталған шектеулеріне жауап ретінде иммигранттық кәсіпкерлікті зерттеуге құрылымдық көзқарас пайда болды.

Құрылымдық тәсіл иммигранттардың кәсіпкерлік стратегияларын қалыптастыратын сыртқы институционалдық және нарықтық жағдайларға назар аударады және олардың кәсіпкерлік белсенділігін түсіндіруде мәдени және құрылымдық факторларды біріктіруге тырысады. Теориялар, тәсіл шеңберінде иммигранттардың сыртқы ортасы олардың кәсіпкерлік мінез-құлқында шешуші рөл атқаратындығына бағытталған. Fraghetto (2004) деп жазады Құлыпталған ұтқырлық теориясы, иммигранттардың институционалдық немесе әлеуметтік кемсітушіліктегі кәсіпкерлік белсенділігінің түсіндірмесін табады. Сондықтан иммигранттар өзін-өзі жұмыспен қамту жолдарын іздеуге мәжбүр, өйткені қоғамның құрылымдық сипаттамалары иммигранттардың іскерлік белсенділігін шектейді [36, 260-бет]. Осы тәсіл аясында иммигранттың жетіспеушілігін немесе жаңа елге келгеннен кейін оларға кедергі келтіретін жағдайларды болжайтын қолайсыз жағдай теориясын бөліп көрсету қажет, сонымен бірге олардың мінез-құлқын басқарады. Duan C., Kotey B., Sandhu K. (2023) адами капиталдың жетіспеушілігі иммигранттар үшін жұмыс іздеуде кедергі болып табылады, өйткені олар шет тілін білмейді, іскерлік тәжірибесі жоқ, белгілі бір дағдылары немесе қажетті білім деңгейі жоқ және т. б. адами капиталдан басқа, әлеуметтік

мобильділікке әлеуметтік билік (болмауы), сондай-ақ этникалық топты кемсіту әсер етуі мүмкін. қабылдаушы қоғамның тараптары [37, с. 599].

Дискриминацияның институционалды түрі еңбек нарығында айқын көрінеді. Dheer, R. J. S. (2018) нарықтың өзі ресми білім беру талаптарында, тілді жақсы білуде, белгілі бір құжаттардың болуында және т. б. жиі көрінетін жоғары кіру кедергілерін орната алатынын атап өтті. сонымен қатар, көптеген елдердің иммигранттарға қатысты саясаты олардың болуының алғашқы бірнеше жылында жұмыспен қамтудың заңды түрлеріне кедергі келтіреді, бұл кемшіліктер ең айқын болған кезде [38, б. 557]. Екінші жағынан, кемсітушіліктің институционалды емес түрлері «байырғы» мигрант жататын этникалық топқа қатысты белгілі бір дәрежеде кемсітушілік танытатын жағдайларда танылады, бұл осы этникалық топтың әлеуметтік және экономикалық өмірден әлеуметтік оқшаулануына әкелуі мүмкін. Осыған байланысты этникалық кемсітушілік ашық нарыққа қол жеткізуге тосқауыл қоятын және мигранттарды іс жүзінде кәсіпкерлікке «итермелейтін» құрылымдық күш ретінде әрекет ететін мәдени тосқауыл жасайды.

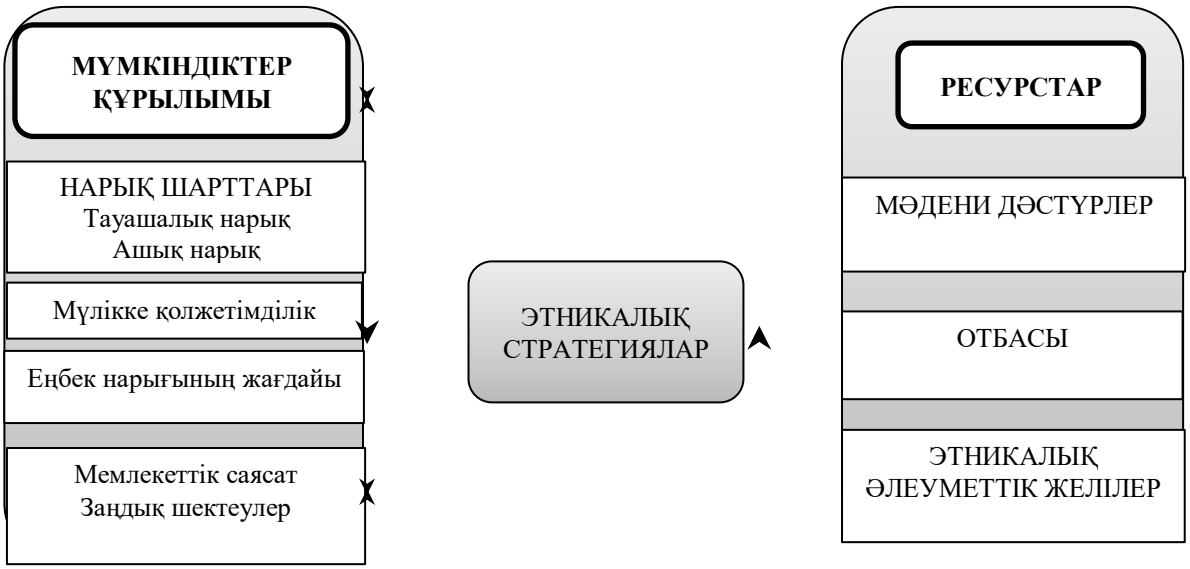
Кемсітушіліктің кез келген түрінің нысаны болып табылатын этникалық топтар көбінесе созылмалы жұмыссыздықтан зардап шегеді, бұл оларды өзгерістерге, яғни оларды қабылдаған қоғамға бейімделуге немесе өзін-өзі жұмыспен қамтуға бағыттайды [39]. Volery (2007) этникалық топ мүшелерінің белгілі бір саны берілгенін атап өтеді сонымен қатар көлеңкелі экономика саласына жататын Жұмыспен қамтудың кейбір бейресми түрлеріне жүгінуі мүмкін. Осылайша, кәсіпкерлік мінез-құлық кәсіпкер тиесілі этникалық топтың шекті әлеуметтік жағдайына жауап ретінде қарастырылады, қоғамның құрылымдық элементтеріне шешуші ретінде назар аударады [35]. Құрылымдық көзқарас аясында қалыптасқан теориялар этностың мәдени ерекшеліктерін елемей, әлеуметтік факторлардың әсерін шамадан тыс атап көрсетеді. Осы екі шектің арасындағы көпір-бұл мәдени және құрылымдық факторларды белгілі бір жолмен ескеретін делдалдардың азшылық теориясы.

«Делдалдар азшылығы» терминін Blalock H. (1967) өзінің «азшылықтар мен топтар арасындағы қатынастар теориясына қарай» атты әйгілі зерттеуінде енгізді [40]. «Азшылық делдалдар» термині орталық позицияны алатын кәсіпкерлік этникалық топтарды білдіреді қоғамдар және басым топ пен басқа бағынышты азшылық топтары арасында делдал ретінде қызмет етеді. Бұл терминді Blalock H. енгізгенімен, делдалдық рөл атқаратын этникалық топтардың бүкіл идеясы Боначичтің (1973) «делдалдардың азшылық теориясы» атты еңбегінде дамыды. Bonacich өз жұмысында делдалдардың азшылықтарын талдауды бастау керек негізгі сұрақ: «неліктен кейбір иммигранттардың этникалық топтары делдалдардың азшылығына айналады, ал басқалары жоқ?». Ескеретін себептердің бірі-иммигранттар шыққан қоғамның мәдениеті. Белгілі бір мәдениеттерде кейбір топтар делдал ретінде қызмет етуге бейім. Тағы бір себепті кейбір басқа, көбінесе әлеуметтік иерархиядағы ең жоғары позицияларға жабық қол жетімділіктен іздеуге болады. Алайда, Bonacich осы себептерден басқа, шешуші маңызы бар тағы біреуі бар, атап айтқанда, көшіп келген қоғамдағы делдал азшылықтардың барлық өкілдерін сипаттайтын уақытша тұру мәртебесі

бар деп санайды. Басқаша айтқанда, олар белгілі бір уақытта шыққан еліне оралғысы келеді және жоспарлайды [41, с.584]. Hjortsberg J. (2022) сондай-ақ, Bonacich еңбектеріне сүйене отырып, уақытша тұру мәртебесі делдалдық азшылықтың пайда болуының маңызды алғышарты екенін атап өтті, өйткені бұл құбылысты ынталандыратын бірқатар экономикалық және әлеуметтік салдарларды тудырады. Экономикалық салдар қосымша жұмыс істеуге дайын болуымен, жинақтауға бағдарлануымен, сондай-ақ оңай (географиялық) өзгеретін кәсіптермен байланысты, өйткені олар үлкен инвестицияларды қажет етпейді және қысқа мерзімде капиталды жинауды қамтамасыз етеді. Екінші жағынан, әлеуметтік салдар этникалық топ мүшелері арасындағы ынтымақтастықтың жоғары деңгейінде, этникалық эндогамияда, кеңістіктік сегрегацияда және көбінесе ассимиляцияға қарсы тұратын қоғамдастықтың жоғары ұйымдастырылуында көрінеді [42]. Делдалдардың азшылық теориясы, ең алдымен, делдалдардың азшылығына дұшпандық қатынаста «қабылдаушы» қоғамның ұтымдылығына шамадан тыс назар аударумен байланысты сынға ұшырады. Enarti N. et al. (2021) сын-азшылықтардың кәсіпкерлігін талдайтын ғылыми әдебиеттерде бірыңғай мақсатты бағыт жоқ және зерттелетін мәселелер мен қолданылатын әдістемелік тәсілдерге қатысты өте алуан түрлі [43, 427-бет].

Зерттелетін тақырыптар мен қолданылатын әдістемелердің әртүрлілігі ішінара азшылық иелерінің шынымен репрезентативті үлгілерін, олардың бизнес кәсіпорындарының сипаттамаларын және олардың жұмыс ортасының сипатын сипаттайтын күрделі мәліметтер базасының жетіспеушілігін көрсетеді. Өкінішке орай, қол жетімді жоғары сапалы мәліметтер базасы ғалымдар талдауға шешім қабылдаған мәліметтер көзі бола бермейді. Көбінесе, қажеттілікке байланысты этникалық азшылық кәсіпкерлігін зерттейтін ғалымдар Елеулі белгілі кемшіліктерден зардап шегетін деректерді пайдаланады. Harima (2021) көптеген субъективті зерттеулерге әкелетін кейс-стади әдістемесі жиі қолданылғанын атап өтті. Сонымен, азшылық кәсіпкерлігін зерттейтін көптеген ғалымдар бір немесе екі қалада жиналған шағын, өкілдік емес үлгілерге сүйенді. Деректер бизнес иелерімен егжей-тегжейлі сұхбаттармен толықтырылды және қорытынды зерттеулер кейс-стадидің мысалдары бола алады. Мұндай зерттеулер бүгінгі таңда этникалық кәсіпкерлікті зерттеу саласындағы ең ықпалды талдауларын құрайды [44, б.625]. Сонымен қатар, зерттеулер көрсеткендей, мигранттардың кәсіпкерлік қызметіне қатысты уақытша тұру мәртебесі маңызды айнымалы емес, сонымен қатар бұл мигранттар өз бизнесін бастау туралы шешім қабылдағаннан гөрі, бизнесінің иесі үшін жұмыс істеуді жалғастырады [45], [46]. Басқаша айтқанда, делдалдардың азшылық теориясы уақытша тұру мәртебесін шамадан тыс атап көрсеткені және кейде иммигранттар үшін тым жоғары болатын өз ісін ашу қаупін ескермегені үшін сынға ұшырайды. Интерактивті модельді енгізу арқылы осы бағыттарды біріктіруге тырысты [2].

Waldinger интерактивті моделі бір жағынан контекстік мүмкіндіктер/шарттар (құрылымдық мүмкіндіктер) және екінші жағынан жеке және топтық ресурстар арасындағы өзара әрекеттесуге бағытталған (1-суретті қараңыз).



Сурет 1 – Pütz (2003) және Waldinger және т.б. бейімделген этникалық кәсіпкерлікті дамытудың интерактивті моделі (1990)

Waldinger, Aldrich and Ward (1990) ұсынған интерактивті модель этникалық кәсіпкерлік туралы заманауи түсініктің қалыптасуына айтарлықтай әсер етті [2]. Үлгі бойынша иммигранттардың кәсіпкерлік қызметі екі негізгі құрамдас бөліктердің өзара әрекеттесуімен түсіндіріледі: қабылдаушы қоғамдағы мүмкіндіктер құрылымы және этникалық топқа қолжетімді ресурстар. Дәл осы өзара әрекеттестік кәсіпкер бөгде әлеуметтік және институционалдық ортада өміршең бизнес құру үшін жүзеге асыратын ықтимал мінез-құлық стратегияларын қалыптастырады.

Мүмкіндіктер құрылымына мигранттардан шыққан кәсіпкерлер нарықтық тауашаларды іздейтін экономикалық және институционалдық жағдайлардың жиынтығы кіреді. Бұған нарықтық сипаттамалар (бәсекелестік деңгейі, сұраныс, экономикалық қайтарым), сондай-ақ әлеуметтік-саяси кедергілер (ресми бизнеске қол жеткізу, кемсітушілік, көші-қон саясаты) жатады. Crisan A. et al. (2022) және Kerr W. R., Mandorff M (2023) әдетте, әлеуетті мүмкіндіктер әлеуметтік құрылымның өзгеруі, соның ішінде жаңа этникалық қауымдастықтың пайда болуы, сұраныстың өзгеруі немесе жергілікті халықтың белгілі бір жұмыс түрлерінен кетуі нәтижесінде пайда болатынын атап өтеді [47, б. 187]. Осы логика аясында этникалық кәсіпкерлер нарықтардың түрлері бойынша келесі топтарға бөлінеді [48]:

– төмен бәсекелестік тұрақты сұранысқа үйлесетін жеткіліксіз қызмет көрсетілетін немесе тастанды тауашалар;

– мәдени ерекшеліктерді пайдаланатын этникалық нарықтар мен «экзотикалық» тауарлар мен қызметтердің нарықтары;

– үстем топ өкілдері бас тартатын жоғары тәуекелді және төмен маржа бар тұрақсыз нарықтар;

– шағын этникалық кәсіпорындар икемді бола алатын ауқымды экономикасы төмен нарықтар.

Мұндай мүмкіндіктерге қол жеткізу жоғары кіру – қаржылық, институционалдық, лингвистикалық немесе мәдени кедергілермен шектелуі мүмкін екенін атап өткен жөн. Бірқатар зерттеулерде көрсетілгендей, мұндай кедергілер мигранттардың «ашық» нарық сегменттеріне кіруін қиындатады, бұл оларды бейімделу стратегиясы ретінде этникалық кәсіпкерлікке итермелейді. Модельде меншікке қол жеткізуге және заң саласына ерекше көңіл бөлінеді. Кәсіпкерлікті ашу мүмкіндіктері негізінен екі фактормен анықталады – қолжетімді нарықтық тауашалар саны және жергілікті халықтың бәсекелестік дәрежесі және көші-қон және кәсіпкерлік саласындағы мемлекеттік саясат. Мемлекеттің иммиграциялық кәсіпкерлікке қатысты ұстанымы неғұрлым либералды болса (операцияға рұқсаттар, жеңілдіктер, несиеге қол жеткізу), мигранттардың ресми секторда бизнесті дамыту ықтималдығы соғұрлым жоғары болады. Этникалық топтардың ресурстары кәсіпкерлікке жұмылдыруға болатын ішкі сипаттамалар болып табылады. Оларға мыналар жатады:

– экономикалық белсенділікке бейім мәдени көзқарастар (мысалы, еңбекқорлық, жинақтау, кәсіпкерлік);

– жеке тәжірибе және білім;

– ақпаратқа, клиенттерге, жеткізушілерге, қаржыландыруға және жұмыс күшіне қол жеткізуді қамтамасыз ететін қауымдастық ішіндегі желілер;

– көбінесе ресми мекемелерден тыс жұмыс істейтін отбасылық және көршілік қолдау.

Barberis E., Solano G. (2018) зерттеулері мұндай этникалық желілер бизнестің қалыптасуы мен тұрақтылығында шешуші рөл атқаратынын атап көрсетеді [49]. Олар институционалдық шектеулердің орнын толтырады және мигранттарға бейімделу жағдайында бейресми арналарға сенуге мүмкіндік береді. Дегенмен, интерактивті модельдің түсіндіру күшіне қарамастан, оның негізгі шектеуі оның институционалдық және кеңістіктік контексттің әсерін жете бағаламауында. Атап айтқанда, модель әртүрлі деңгейдегі (ұлттық, аймақтық, жергілікті) заңнамадағы, экономикалық саясаттағы және қала құрылысын жоспарлаудағы айырмашылықтар кәсіпкерлік стратегияларға қалай әсер ететінін жеткілікті түрде ескермейді. Осы шектеулерді шешу үшін Kloosterman and Rath (2001; 2010) «аралас ендірілген тәсіл» (mixed embeddedness) деп аталатын жетілдірілген үлгіні ұсынды. Бұл тәсіл үш аналитикалық өлшемді біріктіру арқылы классикалық модельді кеңейтеді [10]:

– статикалық категория ретінде емес, ұлттық заңнамадан белгілі бір ауданның немесе қаланың микроэкономикалық нақтылығына дейінгі әртүрлі масштабтағы факторлардың жиынтығы ретінде қарастырылатын мүмкіндіктер құрылымы;

– кәсіпкер өзара міндеттемелер, ақпарат және қолдау шеңберіне кіретін әлеуметтік желілерге ену;

– кәсіпкердің мінез-құлқы жергілікті институционалдық ережелерге, бюрократиялық процедураларға және рұқсаттар мен несиелердің болуына жауап ретінде қалыптасатын K. Polanyi (1957) идеяларымен шабыттандырылған институционалдық ендірілгендік [50].

Аралас кірістірілген модель мүмкіндіктердің вакуумда болмайтынын, бірақ әртүрлі факторлармен: экономикалық циклдармен, көші-қон саясатымен, еңбек нарығын реттеумен және қаржылық тәжірибемен қалыптасатынын мойындау арқылы кеңірек түсініктеме береді. Kloosterman & Rath моделі талдау деңгейлерінің айырмашылығына ерекше көңіл бөледі [10]:

– ұлттық деңгейде ойынның жалпы ережелері қалыптасады (кіру, салық салу, бизнесті тіркеу);

– аймақтық/муниципалдық деңгейде субсидиялау тетіктері, инфрақұрылымды қолдау және қала құрылысы логикасы жұмыс істейді;

– жергілікті деңгейде нарыққа шығудың, клиенттермен қарым-қатынас жасаудың және басқа кәсіпкерлермен бәсекелесудің күнделікті тәжірибесі пайда болады.

Модель әсіресе жоғары бюрократизация, сегменттелген нарық және көші-қон интеграциясының жергілікті үлгілері жағдайында бизнесті бастау мүмкіндіктері қалыптасқан Алматы сияқты посткеңестік мегаполистердегі этникалық кәсіпкерлікті талдау үшін өзекті болып табылады.

Әлеуметтік ғылымдардағы этникалық кәсіпкерлікті зерттеудің концептуалды тәсілдерін талдау бұл көп өлшемді құбылысты біртұтас теориялық шеңбер тұрғысынан түсіндіруге болмайтынын көрсетті. Ғылыми дискурстың мәдени түсіндірулерден құрылымдық, содан кейін кіріктірілген интеграциялық модельдерге эволюциясы этникалық кәсіпкерлік кәсіпкерлердің жеке сипаттамаларының, желілік және этникалық ресурстардың, институционалдық жағдайлардың, сондай-ақ экономикалық және саяси контексттердің қиылысында қалыптасатынын көрсетеді. Классикалық тәсілдер (мәдени, этникалық тауашалар теориясы, құрылымдық және институционалдық) этникалық кәсіпкерлердің мотивтерін, шектеулерін және стратегияларын талдаудың негізін қалады. Алайда, көші-қон ағындарының трансұлттандырылуы және нарықтардың жаһандық өзара байланыстылығының артуы жағдайында олардың түсіндіру күші жеткіліксіз болып шықты, бұл Waldinger интерактивті моделі және желілік және өзара әрекеттестіктің жеке деңгейлері мен өзара әрекеттесуі арасындағы талдауды есепке алатын Kloosterman & Rath аралас кірістіру тұжырымдамасы сияқты күрделі модельдерге көшуге әкелді. Қазіргі заманғы зерттеулерде жергілікті және трансұлттық жағдайларға байланысты этникалық топтардың кәсіпкерлік мінез-құлқының өзгермелілігін түсіндіре алатын модельдер ерекше маңызға ие. Осыған байланысты интерактивті модельді мәдени, құрылымдық және желілік элементтерді бір аналитикалық құрылымға біріктірудің алғашқы жүйелі әрекеттерінің бірі ретінде тереңірек қарастыру қызығушылық тудырады. Келесі бөлімде осы модельді құрудың логикасы, оның негізінде жатқан негізгі параметрлер, сондай-ақ оны қазіргі көші-қон және экономикалық шындық контекстінде дамыту және түсіндіру егжей-тегжейлі қарастырылады.

1.2 Этникалық кәсіпкерліктің замануи теориялары контекстіндегі интерактивті модель

Жоғарыда айтылғандай, интерактивті модель осы зерттеуде айтылған мәселелерді талдау үшін ең адекватты теориялық-әдістемелік негіз болып табылады. Осыған байланысты бұл модель оның негізгі тұжырымдамаларын, аналитикалық мүмкіндіктерін және қазіргі заманғы әлеуметтік-экономикалық жағдайларда этникалық кәсіпкерліктің сипаттамаларын зерттеуге қолдану мүмкіндігін анықтау мақсатында егжей-тегжейлі сараптамадан өтті. Ozafsarlioglu S. (2024) этникалық кәсіпкерліктің қарастырылатын интерактивті моделін концептуалды түрде үш негізгі бағытқа бөлуге болатынын көрсетті (1-кестені қараңыз). Олар кәсіпкерлердің жеке ресурстарын, олардың әлеуметтік ортасы және кәсіпкерлік траекториясын қалыптастыратын институционалдық жағдайлар арасындағы өзара әрекеттестіктің негізгі аспектілерін көрсетеді [51].

Кесте 1 – Этникалық кәсіпкерліктің интерактивті моделін талдаудың негізгі бағыттары

Бағыты	Мазмұны (толық сипаттама)	Негізгі элементтер
Мүмкіндіктер құрылымы	Этникалық топтардың кәсіпкерлікке қол жеткізуіне мүмкіндік беретін немесе шектейтін қоршаған әлеуметтік-экономикалық және саяси жағдайлар. Бұл шарттарға нарық тауашаларының болуы, тауарлар мен қызметтерге сұраныс деңгейі, мемлекеттік көші-қон саясаты, несиенің қолжетімділігі, басқа топтармен бәсекелестік дәрежесі және мүмкін болатын кедергілер кіреді – құқықтық, институционалдық немесе мәдени.	Мемлекеттік саясат, көші-қонды реттеу, еңбек нарығы, этникалық тауарлар мен қызметтерге сұраныс, бәсекелестік деңгейі, кемсітушілік немесе артықшылықтар
Топтық сипаттамалар	Этникалық топтың өзінің қолдағы мүмкіндіктерді пайдалану қабілетіне әсер ететін сипаттамалары. Бұған білім деңгейі, кәсіпкерлік дәстүрлердің болуы, бизнеске мәдени көзқарас, күшті әлеуметтік желілердің болуы (отбасы, қауымдастық, діни бірлестіктер), көші-қон тәжірибесі, қабылдаушы қоғамға және топтың ішкі ұйымына бейімделу дәрежесі жатады.	Білім деңгейі, кәсіпкерлік бейімділік, әлеуметтік желілер, көші-қон тәжірибесі, мәдени құндылықтар, діни немесе этникалық бірлестіктер
Этническалық стратегиялар	Этникалық топтар мүмкіндік құрылымына және олардың ішкі сипаттамаларына жауап ретінде бизнес жүргізуді таңдайтын нақты тәжірибелер мен әрекет үлгілері. Стратегиялар белгілі бір өнім тауашалары бойынша мамандандыруды, олардың қоғамдастығына қызмет етуге бағыттылықты, капитал мен еңбекті жұмылдыру үшін туыстық байланыстарды пайдалануды, нарықпен және мемлекеттік институттармен өзара әрекеттесу үшін ресми және бейресми механизмдерді бейімдеуді қамтуы мүмкін.	Бизнес тауашасын таңдау, этникалық немесе сыртқы нарыққа, отбасылық бизнеске, қаржыландырудың бейресми арналарына бағдарлану.

1.2.1 Мүмкіндіктер құрылымы

Бұл әдістің шеңберінде этникалық топтардың кәсіпкерлік қызметпен айналысу туралы шешім қабылдау жағдайларын құрайтын әлеуметтік, экономикалық, саяси және мәдени сипаттағы сыртқы факторлардың жиынтығы ретінде түсініледі. Мүмкіндік құрылымы статикалық категория емес; ол макроәлеуметтік трансформациялардың, миграциялық ағындардың, саяси реформалардың және экономикалық ортадағы өзгерістердің әсерінен өзгереді. Roger Waldinger, Howard E. Aldrich и Robin Ward (1990) бойынша мүмкіндіктер құрылымын түсіну макроэкономикалық, саяси және әлеуметтік-мәдени жағдайларды жүйелі талдауды талап етеді [2]. Hartmann C., Philipp R. (2022) атап өткендей, этникалық кәсіпкерлікті талдау әртүрлі этникалық топтар үшін қандай нарықтық тауашалар бар екенін және экономикалық ресурстарға кедергілер немесе артықшылықтар қалай бөлінетінін ескермей мүмкін емес [52, б. 151]. Мүмкіндік құрылымын талдау шеңберінде бірнеше негізгі компоненттер бөлінеді (2-суретті қараңыз).



Сурет 2 – Этникалық кәсіпкерліктің интерактивті моделіндегі мүмкіндіктер құрылымының негізгі компоненттері

Дереккөз: автормен декеккөз негізінде жасалды [51]

Roger Waldinger (1990) концептуализациясына сәйкес, нарық жағдайы экономикалық тауашалардың болуын, нақты тауарлар мен қызметтерге сұранысты және қабылдаушы қоғамдағы тұтынушылық сұраныстың сипаты мен тұрақтылығын анықтайды. Нарық жағдайы экономикалық орта, нарықтың жекелеген секторларының қанығу дәрежесі, қорғалған және ашық нарық сегменттерінің болуы, мәдени сипаттамалармен де, әлемдік экономикалық үрдістермен де байланысты тұтынушылардың қалауларының динамикасы сияқты факторлардың кең ауқымын қамтиды [2]. Ram M. et. al. (2017) қорғалған нарықтардың этникалық кәсіпкерлерге тұтынушылар базасына мәдени және әлеуметтік жақындығына байланысты бәсекелестік артықшылықтар беретінін атап көрсетеді [53, б. 3]. Атап айтқанда, этникалық топтар нарыққа сәтті шығу үшін белгілі бір талғам, тіл және қызмет көрсету дәстүрлері туралы білімдерін пайдалана алады. Қазақстан жағдайында этникалық кәсіпкерлер үшін нарықтық жағдайлар секторға байланысты өзгеріп отырады. Мысалы, қоғамдық тамақтандыру саласындағы дәстүрлі тағамдар нарығы (өзбек, ұйғыр, дүнген) сұранысты тек этникалық топтар ғана емес, сонымен қатар ұлттық тағамдардың әртүрлілігін жоғары бағалайтын қазақстандық кең аудитория қалыптастыратын қорғалған нарық белгілерін көрсетеді, бұл этникалық кәсіпкерлерге жалпы бәсекелестік жағдайында да өз ұстанымдарын нығайтуға мүмкіндік береді. Осыған ұқсас механизмдер тұрмыстық қызмет көрсету сегментінде (жөндеу, тігу) байқалады, мұнда Орталық Азия елдерінен келген мигранттар қауымдастық байланыстары мен тұтынушылардың нақты қажеттіліктерін білуге сүйене отырып, нарықтың айтарлықтай үлесін алады. Сонымен қатар, бөлшек сауда немесе құрылыс қызметтері сияқты жоғары бәсекеге қабілетті секторлар қатал этносаралық бәсекемен және ашық нарық болуымен сипатталады [54, б. 3].

Мұнда нарықтық жағдайлар этникалық кәсіпкерлерден жоғары бейімделгіш, икемді және этникалық тауашалар шеңберінен шығуға қабілетті болуын талап етеді. Сонымен қатар, нарық конъюнктурасының маңызды аспектісі тұтынушылардың қалауларының құбылмалылығы болып табылады. Ozafsarlioglu (2024) зерттеуі көрсеткендей, Америка Құрама Штаттарындағы мигрант-кәсіпкерлер, әсіресе месхет түріктері өзгермелі нарық талаптарына өздерінің бизнес үлгілерін тез бейімдеу қажеттілігіне тап болады. Қазақстанда ішкі туризмнің өсуі этникалық қонақүйлердің, дәмханалардың, қолөнер өнеркәсібінің дамуына жаңа мүмкіндіктер туғызатын туризм секторында да осындай процестерді байқауға болады [52]. Нарық конъюнктурасы – этникалық кәсіпкерлердің мүмкіндіктері кеңістігін анықтайтын факторлардың динамикалық және көп құрамды жүйесі. Нарық конъюнктурасының ерекшеліктерін түсіну мигранттар мен этникалық азшылықтардың экономикалық бейімделуінің сәтті де, сәтсіз де стратегияларын талдау үшін қажет.

Келесі құрамдас бөлік, *бизнес-ресурстарға қолжетімділік* этникалық кәсіпкерлердің бизнесті ашу және дамыту мүмкіндігі көбінесе қаржылық, материалдық, ақпараттық және еңбек ресурстарының болуына байланысты екенін атап өтеді. Ресурстарға қол жеткізу өзара байланысты бірнеше аспектілерді қамтиды:

– қаржылық ресурстар, оның ішінде бастапқы капиталдың болуы, несие, шағын несие алу, шағын бизнесті субсидиялау мүмкіндігі;

– материалдық ресурстар, жалға алу немесе сатып алу үшін үй-жайдың болуы, құрал-жабдық сатып алу мүмкіндігі;

– ақпараттық ресурстар, заң талаптарын, бизнес ережелерін, маркетинг стратегияларын білу;

– еңбек ресурстары, еңбек ресурстарына, оның ішінде этникалық желі ішіне қолжетімділік (отбасы қызметкерлері, қоғамдастық).

Ресми ресурстарға шектеулі қолжетімділік жағдайында этникалық кәсіпкерлер көбінесе ресурстарды жұмылдырудың топ ішілік тетіктеріне – туыстарынан алынған несиелерге, біріккен жинақтарға, үй-жайларды жалға алуда немесе құрал-жабдықтарды сатып алуда өзара көмекке сүйенуге мәжбүр. Қазақстанда мигранттар мен этникалық ашылықтардың бизнес-ресурстарына қол жеткізу мәселесі ерекше өткір тұр. Elen Sayet Tsvik және Zhaniya Sazanova (2022) зерттеуіне сәйкес, еңбек мигранттарының көпшілігі заңды мәртебесінің, тұрақты тіркеуінің немесе несие тарихының болмауына байланысты ресми несие алуда қиындықтарға тап болады. Нәтижесінде, көшіп-қонып жүрген кәсіпкерлер қаржыландырудың бейресми арналарына, оның ішінде отбасылық несиелерге, отандастар инвестициясына немесе бірлескен өзара көмек қорларына көбірек жүгінеді. Кәсіпкерлік ресурстарға қол жеткізуде үй-жайды жалға алу ерекше рөл атқарады, мигранттар негізінен шағын үй-жайларды базарларда, сауда алаңдарында немесе жалдау ақысы төмен тұратын тұрғын аудандарда жалға алады [55]. Алайда мұндай нысандар көбінесе санитарлық немесе техникалық талаптарға сай келмейді, бұл бизнесті кеңейту мүмкіндігін шектейді. Fehlings (2022) ақпараттық ресурстар шектеулі болып қала беретінін атап өтеді: толық заңгерлік кеңестерге қолжетімділіктің жоқтығы, лицензиялау және салық салу талаптары туралы білімнің жетіспеушілігі мигранттар арасында табысты кәсіпкерлікке елеулі кедергілер жасайды [56, б. 97]. Еңбек ресурстары, ең алдымен, этникалық желілер шеңберінде жұмылдырылады, ал кәсіпкерлік бастамалар көбінесе отбасылық жұмысқа негізделген: отбасы мүшелері сатушы, көмекші және жүргізушілер қызметін атқарады, бұл еңбек шығындарын барынша азайтады, бірақ сонымен бірге кәсіби жұмыс күші есебінен бизнестің өсу мүмкіндіктерін шектейді. Ozafsarlioglu (2024) Америка Құрама Штаттарындағы месхет түріктерін зерттеуінде атап көрсеткендей, ішкі этникалық желілер қаржыландыру мен кадрлардың көзі ретінде қызмет етеді, ресми бизнес ресурстарына қол жеткізудегі құрылымдық шектеулерді өтейді, бұл жалпы Қазақстандағы жағдайға ұқсас [51].

Институционалдық орта құрамдас бөлігі ең маңыздыларының бірі болып табылады және бұл жағдайда бизнесті жүргізу шарттарын, нарықтар мен ресурстарға қол жеткізуді, сондай-ақ этникалық топтар үшін экономикалық жүйелердің инклюзивтілік дәрежесін реттейтін ресми және бейресми нормалардың, ережелер мен тәжірибелердің жиынтығы ретінде түсініледі. Институционалдық орта үш негізгі аспектіні қамтиды [51]:

- заңнамалық база, көші-қон заңнамасы, кәсіпкерлік қызмет нормалары, лицензиялау, салық салу, меншік құқығын қорғау;

- институционалдық тәжірибе, нормаларды практикаға енгізу жолдары, оның ішінде әкімшілік кедергілер, сыбайлас жемқорлық тәжірибесі немесе керісінше кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдау бағдарламалары;

- мигранттар мен этникалық азшылықтар арасында кәсіпкерлікті ынталандыруға немесе керісінше шектеулер жасауға бағытталған мемлекеттік саясат, ресми бағдарламалар.

Yu T. (2021) пікірінше, институционалдық орта этникалық кәсіпкерлікке екі жақты әсер етеді, өйткені ол несие алу, құқықтық қолдау және консультациялар алу арқылы этникалық топтардың бизнеске кіруін жеңілдете алады, сонымен қатар бюрократиялық процедуралар, кемсітушілік нормалар және құқықтық реттеудегі күрделіліктер арқылы оны қиындатады. Біздің елімізде мигранттар мен этникалық кәсіпкерлер үшін институционалдық орта қарама-қайшы тенденциялармен сипатталады. Бір жағынан елімізде кәсіпорындарды тіркеу және лицензия алу рәсімдерін жеңілдетуге бағытталған шағын және орта бизнесті қолдау бағдарламалары жүзеге асырылуда. Мысалы, жеке кәсіпкерлер мен шағын компаниялар үшін оңайлатылған салық режимдері енгізілді [57]. Екінші жағынан, Халықаралық көші-қон ұйымының (2022) зерттеулері көрсеткендей, Қазақстандағы еңбек мигранттары елеулі институционалдық кедергілерге тап болады, атап айтқанда, тұрақты тұру мәртебесі жоқ мигранттар үшін бизнесті тіркеудегі шектеулер, жұмысқа рұқсат алу және тұруға рұқсат алудағы қиындықтар. Сондай-ақ құқықтық құжаттарды ресімдеудегі, коммерциялық жылжымайтын мүлікті жалға берудегі әкімшілік кедергілер, мигранттар үшін, әсіресе өңірлердегі құқықтық көмектің қолжетімділігінің төмендігі. Мұндай кедергілер мигранттардың ресми кәсіпкерлік қызметін қиындатады және еңбек қатынастары көбінесе құқықтық нормалар сақталмай жүзеге асатын экономиканың бейресми секторының дамуына ықпал етеді.

Келесі құрамдас бөлік, *этносаралық бәсекелестік дәрежесі* этностардың экономикалық тауашаларға қол жеткізуіне айтарлықтай әсер етеді, олардың кәсіпкерлік қызметінің мүмкіндіктерін де, бейімделу стратегияларының сипатын да анықтайды. Waldinger (1990) бойынша этносаралық бәсекелестік дәрежесі келесі аспектілерді қамтиды: экономиканың сол салаларына үміткер басқа этностардың болуы; тұтынушылар, ресурстар және нарық тауашалары үшін бәсекелестіктің қарқындылығы; этникалық кәсіпкерлер арасындағы қақтығыстардың немесе ынтымақтастықтың динамикасы; экономикалық өзара әрекеттесуде топтарды бір-бірімен қабылдауы [2]. Smagulova G., Goncalves M. (2023) этносаралық бәсекелестік инновацияларды, сондай-ақ ұсынылатын тауарлар мен қызметтердің сапасын ынталандырады, сондай-ақ ресурстары аз этникалық топтар арасында бизнестің тұрақты дамуына кедергі келтіретін кедергілерді күшейтуі мүмкін екенін атап өтеді. Бәсекелестіктің жоғары деңгейі кәсіпкерлерден ішкі ресурстарды ғана емес, сонымен қатар тез өзгеретін нарықтық ортаға бейімделу қабілетін де талап етеді. Этносаралық бәсекелестік әсіресе сауда, құрылыс, қоғамдық тамақтандыру және тұрмыстық қызмет көрсету салаларында айқын байқалады. Мәселен, Алматы, Астана және басқа да ірі қалалардың базарларындағы бөлшек сауда саласында қазақ, өзбек, ұйғыр және дүнген текті кәсіпкерлер белсенді бәсекелестікке түсуде. Шағын сауда

және құрылыс қызметтері саласында жұмыс істейтін Орталық Азиядан келген мигранттар көбінесе өздерінің арасында ғана емес, сонымен қатар жергілікті халықтың да жоғары бәсекелестігіне тап болады [58, б. 249]. Әсіресе, кіру шегі төмен аймақтарда жоғары бәсекелестік байқалады – көше саудасы, шағын жөндеу, такси қызметтері. Мұнда кәсіпкерлер тұтынушыларды тарту үшін бағаны төмендетуге, шығындарды оңтайландыру үшін отбасылық және қауымдастық желілерін белсенді пайдалануға және қосымша нарық тауашаларын іздеуге (мысалы, белгілі бір өнім немесе қызмет түрлеріне мамандануға) мәжбүр. Elo M. (2017) этносаралық жоғары бәсекелестік жағдайында кәсіпкерлер ең алдымен өз отандастарына қызмет көрсететін қорғалатын этникалық тауашалар жиі пайда болатынын атап өтеді. Дегенмен, ұзақ мерзімді перспективада табысты даму үшін этникалық топтың шеңберінен шығып, кең тұтынушылар базасын жеңу қажет. Этносаралық бәсекелестік дәрежесі этностардың кәсіпкер ретінде өсуінің нақты мүмкіндіктерін анықтауда шешуші рөл атқарады. Бәсекелестіктің жоғары деңгейі инновацияны ынталандырады, бірақ сонымен бірге экономикалық интеграцияға кедергілерді арттырады және ең осал топтардың маргиналдануына әкелуі мүмкін [59, б.481].

Соңғысы – этникалық кәсіпкерлік бастамаларды талдау контекстіндегі *әлеуметтік-мәдени кедергілер.* Олар кәсіпкерлік белсенділікті шектейтін немесе керісінше ынталандыратын жасырын, бірақ күшті факторлар рөлін атқарады. Бұл жағдайда құрамдас этникалық кәсіпкерлердің экономикалық ортаға тиімді интеграциясына кедергі келтіруі мүмкін тысқары пікірлердің, кемсітушілік тәжірибелердің, әлеуметтік қашықтықтардың және мәдени кодтардағы айырмашылықтардың жиынтығын қамтиды. Әлеуметтік-мәдени кедергілердің негізгі аспектілері мыналар болып табылады:

– этникалық топтардың стереотипі, клиенттердің, серіктестердің және мемлекеттік органдардың белгілі бір шыққан кәсіпкерлерге қатынасына әсер ететін тұрақты теріс стереотиптердің болуы;

– сенімсіздік пен әлеуметтік қашықтық, шектеулі топаралық өзара әрекеттестік, бұл клиенттік базаны олардың этникалық тобынан тыс кеңейтуді қиындатады.

– мәдени аспектілер, іскерлік тәжірибедегі айырмашылықтар, қарым-қатынас тілі, мәміле жасау рәсімдері және тұтынушыларға қызмет көрсету.

– институционалдық деңгейде кемсітушілік, этникалық тегіне қарай бизнесті тіркеуден, несие беруден немесе үй-жайды жалға беруден бас тарту жағдайлары.

Basu M. et al. (2024) этникалық топтардың экономикалық қызметінің табыстылығы макроэкономикалық, институционалдық, нарықтық және әлеуметтік-мәдени факторлардың кешенді өзара әрекеттесуімен анықталатынын атап өтеді. Мүмкіндіктер құрылымы – бұл әлеуметтік-экономикалық өзгерулер, саяси реформалар және көші-қон процестерінің әсерінен өзгеретін динамикалық жүйе. Нарық конъюнктурасы қол жетімді тауашалардың болуы мен сипатын анықтай отырып, этникалық кәсіпкерлердің экономикаға енуінің бастапқы алғышарттарын құрайды. Бұл ретте нарықтың қорғалған сегменттері клиенттермен мәдени жақындыққа сүйене алатын этникалық топтар үшін

артықшылықтар туғызады, ал ашық және жоғары бәсекеге қабілетті нарықтар жоғары бейімділік пен инновацияны талап етеді. Бизнес-ресурстарға қолжетімділік этникалық кәсіпкерлердің өз кәсіпорындарын құру және дамыту қабілетіне маңызды әсер етеді. Шектеулі қаржылық, материалдық, ақпараттық және еңбек ресурстары көбінесе топ ішіндегі желілер арқылы өтеледі, бірақ мұндай стратегиялардың өз шегі бар және бизнестің одан әрі дамуын шектей алады. Институционалдық орта, оның ішінде заңнамалық базаны, оны қолдану тәжірибесін және мемлекеттік саясатты қосарлы рөл атқарады, бір мезгілде экономикалық интеграцияға мүмкіндіктер жасайды және мигранттар мен этникалық азшылықтардың ресми кәсіпкерлік қызметіне кедергі келтіретін барьерлерді белгілейді [60, б. 950]. Этносаралық бәсекенің дәрежесі шектеулі ресурстар мен нарықтық тауашалар үшін күрестің қарқындылығын анықтайды, тауарлар мен қызметтердің сапасын ынталандыруға және ресурстары аз топтар үшін экономикалық мүмкіндіктерге қол жеткізуді қиындатуға көмектеседі. Cullen U. (2020) пікірінше, стереотиптерде, әлеуметтік қашықтық пен кемсітушілік тәжірибелерде көрінетін әлеуметтік-мәдени кедергілер этникалық кәсіпкерлердің мүмкіндіктеріне жасырын, бірақ айтарлықтай әсер етеді, олардың бизнесті кеңейту және кеңірек экономикалық ортаға интеграциялану мүмкіндіктерін азайтады. Мүмкіндіктер құрылымын түсіну үшін нарықтық жағдайлар, ресурстармен қамтамасыз ету, институционалдық қолдау, этносаралық бәсекелестік деңгейі және әлеуметтік-мәдени факторлар арасындағы қатынасты ескеретін кешенді тәсіл қажет [61, б. 144]. Осы құрамдас бөліктердің барлығын жан-жақты талдау ғана этностардың кәсіпкерлік қызметінің заңдылықтарын тереңірек түсінуге және оларды қолдаудың және қабылдаушы қоғамның экономикалық жүйесіне біріктірудің тиімді шараларын әзірлеуге мүмкіндік береді.

1.2.2 Топ сипаттамалары

Топтық сипаттамалар этникалық топтың өзінің ішкі ресурстық әлеуетін бейнелейді, оның берілген экономикалық мүмкіндіктерді пайдалану немесе елемеу қабілетін анықтайды. Олар этникалық қауымдастық ішінде қалыптасқан мәдени көзқарастардың, әлеуметтік ресурстардың, білім деңгейінің, кәсіби құзыреттердің, әлеуметтік ұйымның үлгілерінің және бейімделу стратегияларының жиынтығын қамтиды. Ішкі сипаттамалар этникалық топтың «әлеуметтік капиталының» бір түрін құрайды, оның қабылдаушы қоғам жағдайында оның кәсіпкерлік қызметті бастау, дамыту және тұрақты жүргізу қабілеті осыған байланысты [52]. Этникалық топтардың кәсіпкерлік әлеуетін сыртқы мүмкіндіктердің бар немесе жоқтығына дейін төмендетуге болмайды; ол сыни түрде әртүрлі факторларға байланысты (3-суретті қараңыз).

Фактор	Сипаттама
Әлеуметтік желілер мен жерлестік байланыстар	Туысқандық, жерлестік және этникалық байланыстар капиталды, еңбек ресурстары мен ақпаратты жұмылдыруға көмектеседі және кәсіпкерлер мен клиенттер арасындағы сенімді нығайтады.
Кәсіпкерлікке бағдарлану	Топ мәдениетінде кәсіпкерлікке оң көзқарастар оның табыс пен әлеуметтік мәртебеге жетудің беделді жолы ретінде қабылдануына ықпал етеді.
Білім деңгейі мен кәсіби даярлық	Жоғары білім және кәсіби дағдылар нарыққа қолжетімділікті арттырады және кәсіпкерліктің тұрақты дамуын қамтамасыз етеді.
Миграциялық тәжірибе және бейімделу	Көші-қон тәжірибесі мен қабылдаушы қоғамға бейімделу икемділік пен нарыққа бейімделу қабілетін арттырады.
Қауымдастықтардың қолдауы	Этникалық және діни ұйымдар ақпараттық байланыстар мен материалдық ресурстар ұсынып, ішкі қолдау механизмдерін күшейтеді.
Мәдени құндылықтар мен мінез-құлық нормалары	Адалдық, еңбекқорлық, өзара көмек пен отбасыға құрмет кәсіпкерлік қатынастардың сенімділігі мен тұрақтылығын қалыптастырады.

Сурет 3 – Этникалық кәсіпкерліктің интерактивті моделіндегі топтық сипаттамаларының негізгі элементтері

Дереккөз: автормен декеккөз негізінде жасалды [51]

Топтық сипаттамалар динамикалық сипатқа ие, олар тұқым қуалайтын мәдени дәстүрлер мен әлеуметтік тәжірибелерді бейнелеп қана қоймайды, сонымен бірге көші-қон, жаңа экономикалық жағдайларға бейімделу, жаңа қоғамға интеграциялану процесінде өзгерістерге ұшырайды. Этникалық кәсіпкерліктің дамуына топтық белгілердің әсері ерекше байқалады; Өзбекстан, Тәжікстан және Қырғызстан сияқты Орталық Азия елдерінен келген мигранттар этникалық ынтымақтың жоғары деңгейінің, өзін-өзі жұмыспен қамту дәстүрлерінің және өзара көмектің күшті бейресми желілерінің арқасында кәсіпкерлік қызметке белсенді қатысады. Интерактивті модельдегі топтық сипаттамалар этникалық топтардың сыртқы мүмкіндіктер құрылымы мен практикалық кәсіпкерлік стратегиялары арасында делдал рөлін атқарады. Олар бизнесті ашудың бастапқы шарттарын ғана емес, сонымен қатар оның даму динамикасын, сыртқы күйзелістерге төзімділігін, топтың экономикалық ортадағы өзгерістерге бейімделу қабілетін анықтайды.

Күшті әлеуметтік желілер мен қауымдастықтардың болуы. Әлеуметтік желілер этникалық кәсіпкерлікте бірнеше маңызды функцияларды орындайды. Ең алдымен, олар капиталды жұмылдыру арналары ретінде қызмет етеді, өйткені олар кәсіпкерлерге бейресми несиелер, бірлескен инвестициялар немесе қоғамдастық ішіндегі өзара көмек жүйесі арқылы бастапқы инвестицияларды алуға мүмкіндік береді. Көптеген мигранттар үшін ресми қаржылық институттарға қолжетімділіктің жоқтығы топ ішіндегі желілердің ресурстық мүмкіндіктерімен өтеледі. Osaghae O. G., Cooney T. M. (2021) және Jin X. et al. (2023) зерттеулеріне сәйкес, әлеуметтік желілер еңбек ресурстарын

жұмылдыруды қамтамасыз етеді және этникалық кәсіпкерлер көбінесе отбасылық немесе қауымдастық байланыстарына негізделген командалар құрады, бұл транзакциялық шығындарды азайтады және жұмыс берушілер мен қызметкерлер арасындағы сенімді нығайтады. Туыстары мен қауымдастық мүшелерін бизнесте пайдалану адалдықтың жоғары дәрежесіне және жанжал қаупінің төмендеуіне ықпал етеді. Әлеуметтік желілердің ең маңызды функциясы нарық мүмкіндіктері, заң талаптары, тұтынушылардың қалауы және жаңа бизнес тауашалары туралы ақпаратты тарату болып табылады [62, б. 128]. Ақпарат тез және сенімді түрде беріледі, бұл әсіресе мигранттар мен этникалық кәсіпкерлер тап болған белгісіздік жағдайында өте маңызды. Күшті әлеуметтік желілер мен қауымдастықтардың болуы кәсіпкерлер мен олардың клиенттік базасы арасындағы сенімді нығайтуға көмектеседі. Сенім, әсіресе қызмет көрсету саласында, бөлшек саудада және шағын өндірісте маңызды материалдық емес ресурсқа айналуда, мұнда жеке ұсыныстар, адалдық пен беделклиенттік базаны сақтау мен кеңейтуде шешуші рөл атқарады [63]. Әлеуметтік желілердің этникалық кәсіпкерлікті дамытуға әсері әсіресе Орталық Азиядан келген мигранттар арасында айқын байқалады. Мысалы, құрылыс саласында бір кәсіпкер жобаға бастамашы болып, сосын жерлестерін жұмысқа тартатын тәжірибе бар, бұл тек кадр тұрақтылығын қамтамасыз етіп қоймай, жоғары сенім мен өзара түсіністіктің арқасында транзакциялық шығындарды азайтады. Күшті әлеуметтік желілер мен қауымдастықтардың болуы этникалық кәсіпкерлер үшін құрылымдық шектеулердің орнын толтыруға, кәсіпкерлік тәуекелдерді барынша азайтуға және тіпті жоғары бәсекелестік жағдайында тұрақты бизнес үлгілерін құруға мүмкіндік беретін маңызды ресурстардың бірі болып табылады [64].

Әлеуметтік мақұлданған ұтқырлық стратегиясы ретінде кәсіпкерлікке көңіл бөлу. Бұл жеке адамдар мен топтар құрылымдық шектеулерді жеңуге және әлеуметтік-экономикалық жетістіктерге жетуге ұмтылатын негізгі механизм. Интерактивті модель субъектілердің (ресурстардың) жеке сипаттамалары мен контекстік жағдайлардың (мүмкіндіктер құрылымы) арасындағы күрделі қатынасқа бағытталған. Бұл тұрғыда кәсіпкерлік тек экономикалық қызмет ретінде ғана емес, сонымен бірге әлеуметтік бейімделу, мәдени өкілдік және әлеуметтік ұтқырлық механизмі ретінде де қарастырылады. Cederberg M., Villares-Varela M. (2019) айтуынша, кемсітушілік, институционалдық кедергілер немесе олардың біліктілігін жеткіліксіз мойындау салдарынан дәстүрлі жұмыспен қамту арналарына шектеулі қолжетімділікке тап болған этникалық кәсіпкерлер кәсіпкерлікті табысқа жетудің балама және әлеуметтік заңды жолы ретінде жиі қабылдайды [65, б. 119]. Кәсіпкерлікке позивтивті бағдарды қалыптастыру тек объективті жағдайлармен ғана емес, сонымен бірге мәдени дәстүрлермен, ұжымдық күтулермен және этникалық қауымдастықтарда таратылатын табыс туралы баяндаулармен де шартталған. Құрама Штаттардағы корейлер, Оңтүстік-Шығыс Азиядағы қытайлар немесе Еуропадағы еврей диаспоралары сияқты күшті кәсіпкерлік дәстүрлері бар этникалық топтар кәсіпкерліктің әлеуметтік легитимділігі оның әлеуметтік ұтқырлықтың құрметті стратегиясы ретінде қабылдануына қалай ықпал ететінін көрсетеді. Заңдылық ішкі қауымдастық нормалары, оң үлгілер, институционалдық қолдау (мысалы,

қауымдастық топтары, кооперативтік бірлестіктер) және кәсіпкерлік тәуекелдерді азайтудың ұжымдық тетіктері арқылы күшейтіледі. Kloosterman (2003) және Pathak S. (2023) этникалық топтар қабылдаушы қоғамда болашақ экономикалық ілгерілеу үшін кәсіпкерлік дағдыларды, желілік капиталды және нақты білімдерді дамытуға саналы түрде инвестиция салған кезде «болжамды бейімделу» рөлін атап көрсетеді [66], [67, б.651]. Кәсіпкерлікке бағдарлану этникалық бірегейлік элементтерін сақтай отырып, жаңа әлеуметтік-экономикалық ортаға интеграциялануға бағытталған кеңірек стратегияның бір бөлігіне айналады. Айта кету керек, кәсіпкерлік вакуумда емес, субъективті мотивация, топтық нормалар, объективті мүмкіндіктер арасындағы диалектикалық өзара әрекеттесу нәтижесінде көрінеді. Атап айтқанда, нарықтық тауашалардың болуы немесе болмауы, иммигранттарға қатысты мемлекеттік саясат, институционалдық кемсітушілік немесе, керісінше, ынталандыру бағдарламаларының болуы кәсіпкерліктің шынайы және перспективті ұтқырлық траекториясы ретінде қабылдану дәрежесін анықтайды [53, б.11]. Кәсіпкерлік бағыттың эволюциясы этникалық топтардың өздерінің жағдайындағы өзгерістерді де көрсетеді. Tao Y., Essers C., Pijpers R. (2021) мигранттардың алғашқы ұрпақтары үшін кәсіпкерлік көбінесе мәжбүрлі түрде болады, ал кейінгі ұрпақтар үшін бұл кәсіби өзін-өзі жүзеге асыру стратегияларына біріктірілген саналы таңдауға айналады, бұл процестің динамизмі мен топтағы әлеуметтік рентабельділіктің жоғарылауын көрсетеді. Әлеуметтік мақұлданған ұтқырлық стратегиясы ретінде кәсіпкерлікке бағдарлану мәдени ресурстар, ұжымдық күтулер және құрылымдық мүмкіндіктер арасындағы синергия маңыздылығын көрсетеді [68]. Ол этникалық азшылықтардың кәсіпкерлік қызметі экономикалық құбылыс қана емес, сонымен қатар көпмәдениетті қоғамдардағы идентификация, бейімделу және жұмылдыру процестеріне енгізілген күрделі әлеуметтік тәжірибе екенін көрсетеді.

Білім және кәсіби дайындық деңгейі. Этникалық азшылықтардың кәсіпкерлік қызметі субъектілердің жеке ерекшеліктері мен қолда бар мүмкіндіктер құрылымының өзара әрекеттесуінде қалыптасады. Бұл өзара әрекеттесуде білім беру және кәсіби капитал кәсіпкерге бар тауашаларды тиімдірек пайдалануға ғана емес, сонымен қатар жаңаларын құруға мүмкіндік беретін элементке айналады. Зерттеулер көрсеткендей, білімнің жоғары деңгейі қоғамдастықтың ішкі нарығына бағытталған дәстүрлі шағын бизнестен әлемдік экономикада бәсекеге қабілетті инновациялық және трансұлттық бизнеске дейін қолжетімді кәсіпкерлік үлгілерінің ауқымын кеңейтеді [25, б. 513]. Сонымен қатар, кәсіби дайындықтың жоғары деңгейі этникалық кәсіпкерлерге IT, қаржы, инжинирингтік қызметтер және шығармашылық салалар сияқты арнайы білімді қажет ететін салаларды игеруге мүмкіндік беретін кәсіпкерлік тәжірибені әртараптандыруға ықпал етеді. Білімнің кәсіпкерлік қызметке ықпалын әлеуметтік және институционалдық контекстен бөлек қарастыруға болмайды. Portes (2002) және Kleinhempel (2023) атап өткендей, этникалық мигранттар жоғары білімді болғанымен, дипломдарды мойындамау, тілдік кедергілер немесе жасырын кемсітушілік салдарынан қабылдаушы қоғамда біліктіліктерінің төмендеуіне жиі ұшырайды [69, б. 278], [70]. Мұндай жағдайларда кәсіпкерлік

жұмыстың формальды сегменттеріне шектеулі қолжетімділік жағдайында жинақталған адами капиталды пайдалануға мүмкіндік беретін өтемдік стратегияға айналады [39]. Маңызды фактор тек формалды білім деңгейі ғана емес, сонымен қатар кәсіби дағдылардың сапасы, кәсіпкерлік құзыреттілік, бейімделу қабілеті болып табылады. «Аралас ендірілген» тұжырымдамасы ерекше мәнге ие болады, оған сәйкес этникалық кәсіпкерліктің табысы ақпаратқа, қолдау желілеріне, қаржылық ресурстарға және қолайлы нарықтық тауашалар сияқты жеке ресурстардың (соның ішінде білім беру) және мүмкіндіктер құрылымының үйлесіміне байланысты. Stoewe K. (2022) пікірінше, қосымша аспект - білім деңгейі кәсіпкерлік қызмет стиліне әсер етеді. Білім деңгейі жоғары этникалық кәсіпкерлер инновациялық стратегияларға, бизнесті цифрландыруға, этникалық нарықтан шығуға және этносаралық іскерлік байланыстарды орнатуға бейімділігін жиі көрсетеді. Олар институционалдық ресурстарды – бизнес-инкубаторларды, мемлекеттік гранттарды, кәсіпкерлікті дамытудың халықаралық бағдарламаларын белсендірек пайдаланады [71]. Екінші жағынан, Kovály K. (2021) білім алу мүмкіндігі шектеулі этникалық қауымдастықтарда отбасы немесе қауымдастық желілеріне, этникалық нарықты пайдалануға және тауарлар мен қызметтерді таратудың бейресми арналарына назар аударуға негізделген кәсіпкерлік тәжірибенің басқа түрлері қалыптасатынын жазады. Бұл жағдайда кәсіпкерлік формальды білімнің жоқтығын өтей отырып, әлеуметтік капиталға сүйенеді [72, б. 129].

Көші-қон тәжірибесі және әлеуметтік бейімделу дәрежесі қабылдаушы қоғамдардағы этникалық азшылықтардың кәсіпкерлік қызметінің ерекшеліктерін анықтайтын маңызды факторлар болып табылады. Этникалық кәсіпкерліктің интерактивті моделі аясында бұл аспект мигранттардың жеке тәжірибесінің, олардың бейімделу стратегияларының және жаңа әлеуметтік-экономикалық жағдайда қолжетімді мүмкіндіктер құрылымының өзара әрекеттесу призмасы арқылы қарастырылады.

Көші-қон тәжірибесі кәсіпкерлік таңдауға әсер ететін жеке және ұжымдық ресурстарды қалыптастырады. Экономикалық дағдарыстар, қақтығыстар немесе шыққан елдегі кемсітушілік сияқты мәжбүрлі жағдайларға байланысты эмиграция көбінесе бастапқыда шектеулі ресурстармен байланысты, бұл кәсіпкерлікті өмір сүру мен бейімделудің бірнеше қолжетімді стратегияларының біріне айналдырады [73]. Сонымен бірге, ерікті, көбірек дайындалған көшу тәжірибесі бар мигранттар, әдетте, кіру кедергілерінің жоғары деңгейі бар тауашаларды иеленуге мүмкіндік беретін кеңірек мүмкіндіктерге қол жеткізе алады. Әлеуметтік бейімделу дәрежесі кәсіпкерлердің қабылдаушы қоғамның институционалдық, құқықтық және мәдени жүйелеріне қаншалықты табысты кірігуін анықтайды. Бейімделудің жоғары дәрежесі құқықтық нормаларды шарлау қабілетімен, несиелік ресурстарға қолжетімділікпен, бизнес-бірлестіктерге қатысумен, этносаралық байланыстарды сәтті орнатумен байланысты. Керісінше, Shi (2015) пікірінше, әлеуметтік бейімделудің төмен деңгейі көбінесе бизнестің дамуын қауымдастықтың ішкі сұранысы шеңберінде шектейтін және кеңірек нарыққа шығуға мүмкіндік бермейтін жабық этникалық экономикалардың қалыптасуына әкеледі [74, б. 814]. Әлеуметтік бейімделудің

маңызды элементі – кәсіпкердің мәдени құзыреттілігі. Ол қабылдаушы қоғамнан тұтынушылардың күтулерін есепке алу, маркетингтік стратегияларды бейімдеу, реттеуші талаптарды есепке алу және мәдениетаралық өзара әрекеттестікті қолдау қабілетін анықтайды. Ram, Jones и Villares-Varela (2017) атап өткендей, мәдени бейімделудің жоғары деңгейі бар кәсіпкерлер өзгермелі нарықтық ортада үлкен төзімділік көрсетеді. Трансұлттық көші-қон тәжірибесі де ерекше маңызға ие. Бірнеше елдерде тұру және жұмыс істеу тәжірибесі бар кәсіпкерлер трансұлттық желілерді пайдалануға, капиталдың мобильділігіне және бірнеше нарықтарды білуге негізделген кәсіпкерлік стратегиялардың ерекше түрін қалыптастырады. Трансұлттық тәжірибе кәсіпкерлердің ресурстық базасын кеңейтеді, олардың жаңа идеяларды, технологияларды және инвестицияларды тарту қабілетін арттырады, сонымен қатар күрделірек бизнес модельдерін қалыптастыруға ықпал етеді [75, б. 3].

Алайда, әлеуметтік бейімделу дәрежесі мен кәсіпкерлік мүмкіндіктері мигранттың жеке күш-жігеріне ғана емес, қабылдаушы қоғамның институционалдық ортасына да байланысты. Бейімделу мен экономикалық интеграцияға кедергілерді азайтуда мигранттарға қатысты мемлекеттік саясат, білім беру бағдарламаларының болуы, кемсітушілікке қарсы шаралар және кәсіпкерлік бастамаларды қолдау маңызды рөл атқарады. Көші-қон тәжірибесі мен әлеуметтік бейімделу дәрежесі мигранттардың жеке ресурстарымен және мүмкіндіктердің сыртқы құрылымымен өзара әрекеттесетін динамикалық факторлар болып табылады. Олар кәсіпкерлік траекторияны таңдау мүмкіндігін ғана емес, сонымен қатар көпмәдениетті экономикалық ортадағы этникалық бизнестің сипатын, тұрақтылығын және даму перспективаларын анықтайды.

Қолдау ресурстары ретінде әрекет ететін діни немесе этникалық бірлестіктердің болуы. Мигранттардың кәсіпкерлік белсенділігін қолдауды қамтамасыз ететін әлеуметтік инфрақұрылымның негізгі элементі, мұнда бұл бірлестіктер кәсіпкерлердің жеке ресурстары мен қабылдаушы қоғамда бар мүмкіндіктер құрылымы арасында делдал ретінде әрекет етеді. Jamaludin N. A. et al. (2023) этникалық және діни ұйымдар әлеуметтік капиталды жұмылдырудың маңызды арналары ретінде әрекет ететінін жазады. Олар өзара көмек желілеріне, нарық мүмкіндіктері, бастапқы капитал туралы ақпаратқа қол жеткізуді қамтамасыз етеді, сондай-ақ шектеулі институционалдық сенім жағдайында бизнесті бастау және жүргізу үшін маңызды сенімді орта жасайды. Мұндай бірлестіктер арқылы кәсіпкерлер транзакциялық шығындарды азайтатын және кәсіпкерлік тәуекелдерді барынша азайтатын бейресми қолдау алады [76]. Dana L. P. (2011) атап өткендей, бұл үдерісте діни ұйымдар ерекше рөл атқарады, олар көбінесе рухани орталықтарға ғана емес, сонымен қатар экономикалық бастамаларды біріктіру нүктелеріне айналады. Зерттеулер көрсеткендей, діни құрылымдарға қатысуы жоғары қауымдастықтардың өзара несиелендіру, ресурстар алмасу және ұжымдық кәсіпкерлік жобаларының қарқындылығы жоғары. Діни бірлестіктер сенім нормалары мен өзара міндеттемелерді нығайтуға көмектеседі, бұл өз кезегінде ұжымдық инвестициялар мен серіктестіктерді жеңілдетеді [77].

Light I. (2017) пікірінше, этникалық бірлестіктер ұқсас функцияларды орындайды, әсіресе көші-қонның бастапқы кезеңдерінде, кәсіпкерлер тілдік, мәдени және институционалдық кедергілерге тап болған кезде, ұйымдар заңды талаптар, бизнесті тіркеу тетіктері, қаржыландыру мүмкіндіктері және жергілікті нарықтардың жұмыс істеуі туралы маңызды ақпараттық ресурстарды ұсынады. Кейбір жағдайларда этникалық бірлестіктер өздерінің несие серіктестіктерін, бизнес клубтарын, шағын және орта кәсіпкерліктің дамуына ықпал ететін өзара көмек желілерін ұйымдастырады. Дегенмен, діни-этникалық бірлестіктердің рөлі әрқашан біржақты оңды бола бермейді. Этникалық желілердегі шектен тыс оқшаулану кеңірек нарыққа шығу мүмкіндіктерін шектеп, бизнес үлгілерінің тоқырауына ықпал етіп, қауымдастықтың ішкі сұранысына тәуелділікті арттыруы мүмкін [78, б. 25]. Бұл тұрғыда табысты кәсіпкерлер бір уақытта кеңірек этносаралық желілерге интеграциялану кезінде этникалық және діни бірлестіктердің ресурстарын пайдалануды теңестіру мүмкіндігін көрсетеді. Діни-этникалық бірлестіктердің ықпал ету дәрежесі олардың ұйымдық құрылымы мен институционализация деңгейіне де байланысты. Verver M. (2020) мемлекеттік органдармен, халықаралық желілермен және бизнес-қоғамдастықтармен байланысы бар неғұрлым формальды ұйымдар этникалық топтың ішкі нарығынан тыс жан-жақты қолдау көрсете алатынын атап өтеді [79, б. 757].

Басымдыққа ие мәдени құндылықтар мен мінез-құлық нормалары. Құндылықтар мен нормалар әлеуметтік тәжірибе ретінде кәсіпкерлікке деген көзқарасты ғана емес, сонымен қатар бизнесті жүргізу тәсілдерін, қоғамдастық ішіндегі және одан тысқары өзара әрекеттесу сипатын, сондай-ақ табысты қабылдауды және оған жетудің қолайлы стратегияларын анықтайды. Emma L. (2024) мәдени құндылықтар кәсіпкерлікті қоғамда мақұлданған немесе, керісінше, шекті ұтқырлық стратегиясы ретінде қабылдауға әсер ететінін жазады. Жеке бастама, экономикалық тәуелсіздік және жетістікке жету жоғары құндылықтар болып саналатын қоғамдастықтарда кәсіпкерлік қызмет қосымша заңдылыққа ие болады. Ұжымдық жауапкершілік пен отбасын қолдауға баса назар аударылатын мәдениеттерде кәсіпкерлік көбінесе жеке тұлғаның ғана емес, сонымен бірге отбасының да амандығын қамтамасыз ету тәсілі ретінде қабылданады. Мінез-құлық нормалары бизнесті ұйымдастырудың клиенттермен және серіктестермен қарым-қатынас сипатынан жалдау және басқару үлгілеріне дейінгі жолдарын реттейді. Өзара сенім мен жеке байланыстардың жоғары құндылығы бар этникалық қауымдастықтарда бизнес көбінесе бейресми келісімдерге, қауымдастық және отбасылық қатынастарға негізделеді, бұл транзакциялық шығындарды азайтады, бірақ сонымен бірге бизнестің этникалық тауашалар шеңберінен тыс ауқымын шектей алады. Қатаң иерархияға немесе патриархалдық құндылықтарға баса назар аударылатын қоғамдарда шешім қабылдау отбасының үлкен мүшелерінің қолында шоғырланған кәсіпкерліктің отбасылық формалары басым болуы мүмкін [80].

Мәдени нормалар тәуекелге, инновацияға және бейімделуге деген көзқарасты да анықтайды. Белгісіздік деңгейі жоғары және тұрақтылыққа баса назар аударылатын мәдениеттерде кәсіпкерлер дәлелденген нарықтар мен

дәстүрлі әрекеттерге бағытталған тәуекелі төмен бизнес үлгілерін таңдауы ықтимал. Toma C. (2024) инновацияны және тәуекелге баруды бағалайтын мәдениеттерде кәсіпкерлердің жаңа тауашаларды әзірлеуге, өнімдер мен қызметтермен тәжірибе жасауға және цифрлық технологияларды белсенді пайдалануға бейімділігі жоғары деп жазады [81]. Үстем құндылықтар мен нормалар мемлекеттік институттармен қарым-қатынас саласында да көрінеді. Мысалы, мемлекеттік органдарға тарихи сенімсіз қауымдастықтарда кәсіпкерлер ресми байланыстарды барынша азайта отырып, көлеңкелі немесе жартылай заңды секторда жұмыс істеуді қалайды. Керісінше, институционалдық сенімі жоғары мәдениеттерде кәсіпкерлер өз бизнесін ресми тіркеуге, ресми қолдау бағдарламаларына қатысуға және қорғаудың құқықтық тетіктерін пайдалануға ұмтылады. Мәдени құндылықтардың тұрақты емес екенін атап өткен жөн. Көші-қон процестері, жаңа әлеуметтік-мәдени ортаға бейімделу, ұрпақтар арасындағы өзгерістер басым нормалардың өзгеруіне және гибридті сәйкестіктердің қалыптасуына әкеледі. Мигранттардың екінші және үшінші буындары көбінесе өз қауымдастықтарының дәстүрлі құндылықтарын қабылдаушы қоғамның нормаларымен үйлестіреді, бұл кәсіпкерлік тәжірибелер мен стратегиялардың өзгеруіне әкеледі [82].

Этникалық қауымдастықтардың топтық сипаттамалары жеке ресурстар мен экономикалық мүмкіндіктердің сыртқы құрылымы арасындағы делдал қызметін атқара отырып, этникалық кәсіпкерліктің дамуында іргелі рөл атқарады. Мықты әлеуметтік желілердің болуы, кәсіпкерлікке оң бағдар, білім мен кәсіби дайындықтың жоғары деңгейі, көші-қон тәжірибесі мен әлеуметтік бейімделу дәрежесі, діни және этникалық бірлестіктердің қолдауы, сондай-ақ басым мәдени құндылықтар мен мінез-құлық нормалары топтың ішкі әлеуетін қалыптастырады, оның тұрақты кәсіпкерлікті бастау және қолдау қабілетін анықтайды. Сипаттамалары динамикалық: олар көші-қон процестерінің, әлеуметтік мобильділіктің, экономикалық өзгерістердің және құндылықтардың ұрпақаралық эволюциясының әсерінен өзгереді. Мәдени дәстүрлердің, әлеуметтік ресурстардың және бейімделу стратегияларының өзара әрекеттесуі этникалық топтарға құрылымдық шектеулердің орнын толтырып қана қоймай, сонымен қатар қабылдаушы қоғамның экономикасында өз тауашаларын белсенді түрде қалыптастыруға мүмкіндік береді, сол арқылы жаһандық көпмәдениетті орта жағдайында кәсіпкерліктің алуан үлгілері мен стратегияларын қамтамасыз етеді.

1.2.3 Этникалық стратегиялар

Этникалық кәсіпкерліктің интерактивті моделіндегі этникалық стратегиялар этникалық топтар өздерінің ішкі ресурстық потенциалын пайдалана отырып, қолда бар мүмкіндіктер құрылымына бейімделетін тәжірибелер мен іс-әрекет үлгілерінің жиынтығын білдіреді. Олар қабылдаушы қоғамның институционалдық, нарықтық және әлеуметтік жағдайларына белсенді түрде әрекет ету қабілетін көрсететін сыртқы ортаның контекстік факторлары мен этникалық қауымдастықтардың өзіндік ерекшеліктерінің күрделі өзара әрекеттесуінің нәтижесі болып табылады. Стратегияны таңдау қорғалатын нарық тауашаларының бар немесе жоқтығын, бәсекелестік деңгейін,

ресми және бейресми ресурстарға қол жеткізу дәрежесін, этникалық қауымдастық ішіндегі мәдени көзқарастардың сипатын ескере отырып жүргізіледі [51]. Этникалық кәсіпкерлердің стратегиялары тәуекелдерді азайтуға, ресурстарды жұмылдыруға және нақты экономикалық жағдайларда мүмкіндіктерді барынша арттыруға бағытталған әртүрлі нысандарды қамтиды. Этникалық стратегиялардың негізгі түрлері 4-суретте көрсетілген.



Сурет 4 – Этникалық кәсіпкерліктің интерактивті моделіндегі этникалық стратегиялардың негізгі түрлері

Дереккөз: дереккөзге сүйене отырып, автор толтырған [51]

Белгілі бір өнім тауашалары бойынша мамандандыру этникалық топтардың қабылдаушы қоғамның нақты жағдайларына бейімделуіне мүмкіндік беретін этникалық кәсіпкерліктің негізгі стратегиясы болып табылады. Этникалық кәсіпкерліктің интерактивті моделі шеңберінде бұл процесс этникалық қауымдастықтардың сыртқы мүмкіндіктер құрылымы мен ішкі ресурстарының үйлесуі жауап ретінде қарастырылады. Негізінде, мамандандыру кәсіпкерлік қызметті басым халықтың шектеулі бәсекелестігімен, нақты сұраныспен немесе негізінен этникалық топ мүшелеріне қолжетімді мәдени ерекшелігімен сипатталатын нарық сегменттеріне бағыттауды білдіреді. Ozafsarlioglu S. (2024) мамандандыру транзакциялық шығындарды азайтуға, мәдени құзыреттілік артықшылықтарын пайдалануға және ортақ құндылықтар мен қажеттіліктерге ие мақсатты аудиторияға қызмет көрсету арқылы әлеуметтік капиталды нығайтуға мүмкіндік беретінін атап өтеді. Табысты мамандандыру келесі факторларға негізделген [51]:

– мақсатты тұтынушылар тобының ерекше талғамын, дәстүрі мен тәжірибесін білу;

– өндіруші елмен байланысты жеткізушілер желілерінің болуы;

– өнімдер мен қызметтерді қоғамдастық ішіндегі мәдени күтулер мен сапа стандарттарына бейімдеу;

– жалпы нарықта нашар ұсынылған бірегей тауарларды немесе қызметтерді ұсыну мүмкіндігі.

Этникалық кәсіпкерлер мамандандыруды ресурстарға шектеулі қолжетімділік жағдайында бәсекелестік артықшылық жасау стратегиясы ретінде пайдаланады. Атап айтқанда, ұлттық тағамдармен, киіммен, косметикамен, діни атрибуттармен, тіл курстарымен немесе мәдени іс-шаралармен байланысты тауарлар мен қызметтер табысты бизнестің дамуына негіз болады. Сонымен қатар, белгілі бір тауашалар бойынша мамандану әлеуметтік интеграцияның тетігі ретінде қызмет ете алады, экономикалық өзін-өзі қамтамасыз етуді ғана емес, сонымен қатар қабылдаушы қоғамның қоғамдық кеңістігінде этностың мәдени өкілдігін қамтамасыз етеді. Тиімді мамандану өзгермелі нарықтық жағдайларға, оның ішінде мигранттардың екінші және үшінші буынының жаңа қажеттіліктерін, тұтынушылардың қалауларының өзгеруін, этносаралық байланыстардың өсуін ескере отырып, тұрақты бейімделуді талап ететінін атап өткен жөн. Іс жүзінде тауашалық нарықтардағы мамандану әртүрлі формада болуы мүмкін.

1. Гастрономиялық бизнесті дамыту (мейрамханалар, кафелер, ұлттық өнімдер дүкендері).

2. Этникалық тоқыма шеберханалары мен бутиктерін құру.

3. Этникалық қызметтерді көрсету (мысалы, үйлену агенттіктері, сұлулық қызметтері, ұлттық стильдегі шаштараздар).

4. Мәдени шаралар, фестивальдар, көрмелер ұйымдастыру.

Тауашалық нарықтардағы мамандану дамудың бастапқы кезеңдерінде этникалық бизнестің тұрақтылығын арттырады, бірақ ұзақ мерзімді перспективада этникалық аудиториядан тыс өсу мүмкіндіктерінің шектелуіне әкелуі мүмкін. Сондықтан табысты кәсіпкерлер өз өнімдері мен қызметтерін мәдениетаралық бейімдеу арқылы тұтынушылар базасын біртіндеп кеңейтуге ұмтылады.

Өнімнің белгілі бір тауашалары бойынша мамандану әсіресе Қазақстандағы тәжік кәсіпкерлеріне тән. Ресми нарықтар мен институционалдық ресурстарға қолжетімділіктің шектелуіне байланысты тәжік мигранттары нақты мәдени құзыретті және төмен бастапқы капиталды қажет ететін тауашалардағы бизнесті белсенді дамытуда. Ең көп тараған сегменттер - ауылшаруашылық саудасы (көкөніс, жемістер). Қазақстандық контексттегі зерттеулер көрсеткендей (Imasheva, 2024), тәжік кәсіпкерлері өз өнімдеріне, ең алдымен Орталық Азиядан келген адамдар арасында тұрақты сұранысты тудыру үшін, ұлттық дәмдер, рецепттер және мигранттар қауымының қалауы туралы білімдерін сәтті пайдаланады [52]. Сонымен қатар, тәжік кәсіпкерлерінің едәуір бөлігі өздерінің отандық этникалық тауашасына назарын аударып отыр, бұл бір жағынан әлеуметтік ынтымақтастықты дамытса, екінші жағынан бизнес ауқымын және кеңірек нарықтарға қол жеткізуді шектейді. Қазақстандағы тәжіктердің мамандануы этникалық стратегиялардың институционалдық шектеулер жағдайында ішкі мәдени ресурстарды қалай тиімді пайдалануға мүмкіндік беретінін көрсетеді, бұл тек экономикалық өмір сүруді ғана емес, сонымен қатар миграциялық ортада мәдени бірегейлікті сақтауды қамтамасыз етеді.

Tabaeva A. et al. (2021) айтуы бойынша, белгілі бір өнім тауашалары бойынша мамандану әсіресе Қазақстандағы тәжік кәсіпкерлеріне тән. Ресми нарықтар мен институционалдық ресурстарға қолжетімділіктің шектелуіне байланысты тәжік мигранттары нақты мәдени құзыретті және төмен бастапқы капиталды қажет ететін тауашалардағы бизнесті белсенді дамытуда. Ең көп тараған сегменттер – ауылшаруашылық саудасы (көкөніс, жемістер). Қазақстандық контекстте жүргізілген зерттеулер көрсеткендей, тәжік кәсіпкерлері өз өнімдеріне, ең алдымен, Орталық Азиядан келген адамдар арасында тұрақты сұранысты қалыптастыру үшін мигранттар қауымының ұлттық талғамдары, рецептері және қалауы туралы білімдерін сәтті пайдаланады. Сонымен қатар, тәжік кәсіпкерлерінің айтарлықтай бөлігі ішкі этникалық тауашаға бағдарланған, бұл бір жағынан әлеуметтік ынтымақты көтерсе, екінші жағынан бизнес ауқымын және кеңірек нарықтарға қол жеткізуді шектейді. Қазақстандағы тәжіктердің мамандануы этникалық стратегиялардың институционалдық шектеулер жағдайында ішкі мәдени ресурстарды тиімді пайдалануға қалай мүмкіндік беретінін, экономикалық өмір сүруді ғана емес, сонымен бірге миграциялық ортада мәдени бірегейлікті сақтауды қамтамасыз ететінін көрсетеді [84].

Өз қауымдастығына қызмет көрсетуге бағытталу. Стратегия сыртқы ортаның құрылымымен және этникалық топтардың ішкі ерекшеліктерімен анықталатын шектеулер мен мүмкіндіктер аясында қалыптасады. Бұл қорғалған нарық тауашаларына қол жеткізуді, транзакциялық шығындарды азайтуды, мәдени және институционалдық кедергілерді азайтуды және кәсіпкер мен клиенттер арасында сенім кеңістігін құруды қамтамасыз ететін бейімделу тәжірибесі. Бұл стратегияның негізгі тетігі тұрақты клиенттік базаны қалыптастыру үшін кәсіпкерлер мен олардың қоғамдастығы мүшелері арасындағы мәдени, тілдік, діни және әлеуметтік жақындықты пайдалану болып табылады. Сенім, сапа стандарттарының ортақ түсінігі, өзара әрекеттестіктің таныс нысандары және қауымдастықтың адалдығы этникалық бизнес үшін олардың дамуының бастапқы кезеңінде бәсекелестік артықшылықтар жасайды. Кең нарыққа қол жеткізу кемсітушілік, біліктілікті мойындамау немесе заңдық кедергілер салдарынан шектелуі мүмкін жағдайларда өз этникалық қауымдастығына қызмет ету экономикалық жұмылдырудың табиғи және тиімді стратегиясына айналады. Gomez C. et al. (2020) өз қауымдастығына назар аудару сенімді байланыстарды жаңғыртып қана қоймайды, сонымен қатар этникалық топтың жаңа экономикалық сәйкестігін қалыптастыра отырып, әлеуметтік ынтымақтастықтың ішкі процестеріне әсер ететінін атап өтеді. Сондай-ақ қауымдастыққа бағытталған кәсіпкерлік арқылы этникалық топ ішінде ішкі өзара көмектің, ресурстарды қайта бөлудің және символдық танудың жаңа түрлері қалыптасады. Өзіне қызмет етуге бағытталған бизнес көбінесе экономикалық қызмет ретінде ғана емес, көші-қон жағдайында мәдени тұтастық пен әлеуметтік бірлікті сақтаудың бір түрі ретінде де қабылданады. Дегенмен, шектеулер де бар: этникалық нарыққа назар аудару бизнестің өсу әлеуетін шектейді, кеңірек тұтынушылар базасына қол жеткізу мүмкіндігін азайтады және кәсіпкерлерді демографиялық құрылымдағы немесе қауымдастықтың

экономикалық жағдайындағы өзгерістерге осал етеді. Сонымен қатар, ішкі нарыққа шамадан тыс тәуелділік этникалық экономиканың оқшауланuын күшейтіп, қабылдаушы қоғамдағы әлеуметтік-экономикалық интеграция процестерін бәсеңдетуі мүмкін [85, б. 579].

Капитал мен еңбекті жұмылдыру үшін туыстық және қауымдық байланыстарды пайдалану. Этникалық кәсіпкерліктің маңызды стратегияларының бірі бизнесті құру және дамыту үшін қажетті ресурстармен қамтамасыз ету үшін туыстық және қауымдық байланыстарды жұмылдыру болып табылады. Ресми еңбек пен капитал нарықтарына қолжетімділіктің шектеулі жағдайында, сондай-ақ институционалдық белгісіздік жағдайында кәсіпкерлер этникалық желілерде жинақталған әлеуметтік капиталға сүйенеді. Туыстық және қауымдық байланыстар бірден бірнеше функцияларды орындайды, атап айтқанда, олар бастапқы қаржылық инвестицияларға қол жеткізуді қамтамасыз етеді, еңбек ресурстарымен қамтамасыз етеді, сонымен қатар кәсіпкерлік қызметтің бастапқы кезеңдерінде маңызды болып табылатын тұрақты сенімді ортаны құрайды [70, б. 283]. Зерттеулер көрсеткендей, мигранттардың бизнесінде еңбек қатынастары көбінесе туыстық, қауымдастық немесе этникалық ынтымақ қағидаттары негізінде құрылады, бұл транзакциялық шығындарды азайтуға және бизнесті басқаруды жақсартуға көмектеседі. Сонымен бірге туыстар мен қоғам мүшелерін бизнеске тарту, әсіресе пайданы, жауапкершілікті және міндеттерді бөлуге қатысты өзара әрекеттестіктің нақты бейресми ережелерін белгілеуді талап етеді. Мұндай байланыстар капиталды жұмылдыруда ерекше рөл атқарады. Несиелік тарихтың, формальды мәртебенің немесе кемсітушілік тәжірибесінің болмауына байланысты банктік несиелеуге қолжетімділік шектелген жағдайларда кәсіпкерлер бейресми несиелер, бірлескен инвестициялар немесе өзара көмек жүйелері арқылы бастапқы инвестицияларды тарту үшін ішкі желілерді белсенді пайдаланады [80, б. 763].

Бейресми қаржыландыру арналарын пайдалану. Бейресми қаржыландыру арналары этникалық кәсіпкерлерді қаржылық ресурстармен қамтамасыз етудің маңызды тетігі болып табылады, әсіресе ресми қаржы институттарына қолжетімділіктің шектеулі жағдайында. Арналарға отбасылық несиелер, ұжымдық жинақтар және бейресми өзара көмек желілері кіреді. Zhou мен Liu (2020) атап өткендей, қаржыландырудың бейресми арналарын пайдалану кәсіпкерлерге ресми банк жүйесінің кедергілерін айналып өтуге ғана емес, сонымен қатар қоғамдастық ішіндегі әлеуметтік байланыстарды нығайтуға мүмкіндік береді, бұл экономикалық тұрақсыздық жағдайында бизнестің тұрақтылығына ықпал етеді [8, б. 191]. Сондай-ақ, Herath S. (2018) бейресми қаржылық тәжірибе қатысушылар арасындағы сенімнің жоғары деңгейіне негізделгенін жазады, сондықтан олар ықшам этникалық қауымдастықтарда әсіресе тиімді. Дегенмен, бейресми арналардың да шектеулері бар: олар қолда бар инвестициялардың ауқымын шектейді, кәсіпкердің топ ішіндегі күтуге тәуелділігін арттырады және бизнестің автономиясын шектейтін бейресми міндеттемелерді жасай алады. Кәсіпкерлік дамуының алғашқы кезеңдерінде, әсіресе мигранттар арасында мұндай механизмдер көбінесе бастапқы капиталдың жалғыз қолжетімді көзі болып табылады [86, б. 551].

Нарықпен және билік институттармен өзара әрекеттесудің ресми және бейресми механизмдерін бейімдеу. Көпмәдениетті ортадағы этникалық кәсіпкерліктің жетістігі көбінесе кәсіпкерлердің экономикалық нарықтармен және мемлекеттік институттармен өзара әрекеттесуінің ресми және бейресми тетіктерін бейімдеу қабілетімен анықталады. Lassalle (2020) және Engelen (2021) пікірінше, стратегия формальды рәсімдерді (бизнесті тіркеу, лицензия алу, салық төлеу) бейресми практикамен (жеке келісімдер, этникалық бірлестіктерге қатысу, әлеуметтік желілер арқылы кедергілерді айналып өту) икемді үйлестіруді талап етеді. Формальды бейімделу бизнесті заңдастыру және қаржыландырудың ресми арналары мен мемлекеттік қолдауға қол жеткізу үшін қажетті құқықтық және әкімшілік процедураларды меңгеруді қамтиды [87, б. 523], [88, б. 69]. Бейресми бейімделу бейресми келісімдерді, шешімдерді шешу стратегияларын, шенеуніктермен немесе жергілікті билік органдарымен жеке байланыстарды қолдануда, әсіресе ресми институттар сыбайлас жемқорлықтың немесе кемсітушіліктің жоғары деңгейін көрсететін жағдайларда көрінеді. Осылайша, Jones (2021) институционалдық икемділіктің жоғары деңгейін көрсететін этникалық кәсіпкерлер бейресми тәжірибемен шектелетіндерге қарағанда, өз бизнесінің тұрақты дамуына қол жеткізетінін атап өтеді. Бұл ретте табысты кәсіпкерлер мемлекеттік қолдау бағдарламаларына белсенді түрде қатысады, ресми бизнес құрылымдарына бірігеді және бір мезгілде бейресми желілермен байланысын сақтайды [89, б. 195]. Қазақстандағы тәжік мигранттарының мысалы да осы үрдісті көрсетеді, өйткені Алматы базарларында жұмыс істейтін тәжік кәсіпкерлері бизнесті тіркеудің ресми тетіктерін де, делдалдар немесе ықпалы бар жерлестері арқылы нарық әкімшілігімен өзара әрекеттесудің бейресми әдістерін де белсенді қолданады. Мұндай қосарлы стратегия оларға тексерулердің тәуекелдерін барынша азайтуға, қолайлы жалға алу шарттарын алуға және әкімшілік кедергілерді болдырмауға мүмкіндік береді. Негізгі стратегияларды талдау белгілі бір өнім тауашалары бойынша мамандану, өз қоғамына қызмет етуге, отбасылық және жерлестік байланыстарды пайдалануға, қаржыландырудың бейресми арналарын пайдалануға, нарықпен және мемлекеттік институттармен өзара іс-қимылдың формальды және бейресми механизмдерін бейімдеуге бағытталу тәуекелдерді азайтуға және экономикалық мүмкіндіктерді барынша арттыруға бағытталған іс-әрекеттердің кешенді жүйесін білдіретінін көрсетті. Өнім тауашалары бойынша мамандану кәсіпкерлерге бәсекелестігі шектеулі нарық сегменттерінде орын алу үшін мәдени құзыреттер мен нақты білімді пайдалануға мүмкіндік береді. Өз қауымдастығына қызмет көрсетуге назар аудару клиенттік қарым-қатынастардың сенімді негізін құрайды және мигранттар қауымдастығындағы әлеуметтік байланыстарды жаңғыртады. Отбасылық және жерлестер желілерін пайдалану ресми арналарға шектеулі қолжетімділікті өтей отырып, қаржылық және еңбек ресурстарын тұрақты жұмылдыруды қамтамасыз етеді. Бейресми қаржыландыру арналарын пайдалану кәсіпкерлік қызметтің бастапқы кезеңдерінде негізгі ресурсқа айналады, ал мемлекеттік институттармен өзара іс-қимылдың ресми және бейресми механизмдерін бейімдеу мүмкіндігі әкімшілік кедергілерді азайтуға және кәсіпкерлік қызметті заңдастыруға көмектеседі.

Жүргізілген талдау, мүмкіндіктер құрылымын, топтық сипаттарды және этникалық стратегияларды интерактивті модельдің үш негізгі құрамдас бөлігі екенін анықтауға мүмкіндік берді. Осы құрамдастардың әрқайсысы этникалық кәсіпкерлер қабылдаушы қоғамдағы қолжетімді экономикалық тауашаларды, ресурстарды және институционалдық жағдайларды қалай қабылдайтынын, түсіндіретінін және пайдаланатынын түсіндіруде маңызды рөл атқарады. Мүмкіндік құрылымы – этникалық топтарға қолжетімді ресурстар мен нарық сегменттерінің ауқымын анықтайтын макроэкономикалық, саяси-құқықтық, нарықтық және мәдени факторлардың динамикалық жиынтығы. Талдау көрсеткендей, этникалық азшылықтардың кәсіпкерлік қызметінің табыстылығы айтарлықтай мүмкіндіктер құрылымының икемділігіне, институционалдық ортаның сипатына, этносаралық бәсекелестік дәрежесіне және әлеуметтік кедергілердің болуы немесе болмауына байланысты. Этникалық қауымдастықтың күшті әлеуметтік желілерінің болуы, білім деңгейі, кәсіби даярлығы, кәсіпкерлікке бағыттылығы, әлеуметтік бейімделу дәрежесі және діни-этникалық бірлестіктердің рөлі сияқты топтық сипаттамалары топтардың ішкі ресурстық әлеуетін анықтайды. Олар этникалық кәсіпкерлердің құрылымдық шектеулер жағдайында бизнес-жобаларды бастау, дамыту және тұрақты қолдау көрсету қабілетіне тікелей әсер етеді. Этникалық стратегиялар топтардың қабылдаушы қоғамның жағдайына белсенді бейімделуін көрсетеді және тәуекелдерді азайтуға, ресурстарды жұмылдыруға және экономикалық мүмкіндіктерді кеңейтуге бағытталған әртүрлі тәжірибелерді қамтиды. Белгілі бір өнім тауашалары бойынша мамандандыру стратегиялары, өз қоғамына қызмет етуге бағдарлану, туыстық және аймақтық байланыстарды пайдалану, қаржыландырудың бейресми арналарын қолдану, сондай-ақ нарықпен және мемлекеттік институттармен өзара іс-қимылдың формальды және бейресми механизмдерін икемді бейімдеу этникалық топтардың сыртқы ортаның сын-қатерлеріне шығармашылық және прагматикалық жауап беру қабілетін растайды. Маңызды қорытынды: интерактивті модель кәсіпкерліктегі этникалық рөлдің статикалық немесе детерминистік идеясын жоққа шығарады. Оның орнына ол этникалық кәсіпкерлер агенттігі мен олар әрекет ететін құрылымдық контексттер арасындағы диалектикалық қарым-қатынасқа назар аударады. Бұл жағдайда этникалық тек шектеуші фактор ретінде ғана емес, экономикалық қызметтің бірегей нысандарын қалыптастыратын ресурстық фактор ретінде де әрекет етеді.

1.2.4 Еңбек көші-қонының Push- және Pull факторлары

Интерактивті модельде этникалық кәсіпкерліктің детерминанты ретінде еңбек миграциясын талдау маңызды орын алады. Көші-қон демографиялық құбылыс ретінде ғана емес, сонымен бірге этникалық қауымдастықтың қалыптасу сипатын, олардың экономикалық мінез-құлқын және бизнеске араласу үлгілерін анықтайтын жүйе құраушы фактор ретінде де әрекет етеді. Castles S. және Miller M. (2009) еңбектерінде ұсынылған тәсілге сәйкес, көші-қон процестері шығу елі мен баратын елдегі мүмкіндік құрылымдары арасындағы қайшылыққа реакция болып табылады [90]. Осыған байланысты көшіп-қонушылардың көшу мотивациясын қалыптастыратын және кейіннен

қабылдаушы қоғамның экономикалық құрылымдарына интеграцияланатын push- (итермелейтін) және pull- (тартушы) факторлардың негізгі аналитикалық маңызы бар.

Еңбек көші-қонының push- (итермелейтін) факторлары көбінесе әлеуметтік-экономикалық мәжбүрлеу және құрылымдық ығыстыру болып табылады.

Халықаралық көші-қонның теориялық моделі шеңберінде аталмыш push-факторлар деп шыққан елдерден халықтың мәжбүрлеп көшу себептерін түсіндіруде іргелі рөл атқарады. Бұл факторлар ұлттық мемлекетте лайықты өмір сүру, мансаптық өсу және негізгі қауіпсіздік перспективаларының жоқтығы туралы тұрақты сезім тудыратын, атап айтқанда әлеуметтік-экономикалық, саяси және экологиялық қолайсыз макродеңгейдегі жағдайлардың жиынтығын білдіреді. Бұл тұрғыда эмиграция ел ішінде қоныс аударуға болатын мүмкіндік болмаған кезде қолайсыз ортаның күшеюіне жеке адамның немесе үй шаруашылығының ұтымды жауабы ретінде түсіндіріледі. Lee (1966), Castles (2009) және de Haas (2010) еңбектерінде анықталған ең көп тараған итермелейтін факторларға келесі құрылымдық детерминанттар кіреді [90], [91], [92]:

– біліктілігі төмен тұрақты жұмысқа орналасуға немесе жұмыстың мүлдем болмауына әкелетін жоғары жұмыссыздық;

– инфляцияның секіруінде, ұлттық валютаның құнсыздануында және адам капиталының құнсыздануында көрінетін экономикалық тұрақсыздық;

– табыстың негізгі қажеттіліктерге диспропорциясында және оларды қанағаттандыру тетіктерінің болмауынан көрінетін өмір сүру деңгейінің төмендігі;

– саяси қақтығыстар, авторитарлық режимдер және сөз бостандығын, жиналыстар мен ассоциациялық белсенділікті шектейтін репрессиялық тәжірибелер;

– институционалдық, білім беру және экономикалық салаларға толық қатысуға кедергі келтіретін этникалық және діни кемсітушілік;

– шектеулі немесе жоқ тік ұтқырлық, яғни адамның күш-жігері мен біліктілігіне қарамастан өзінің әлеуметтік жағдайын жақсартуға қабілетсіздігі;

– білім беру және денсаулық сақтау жүйесінің деградациясы, адам дамуының мүмкіндіктерін барынша азайту;

– экологиялық апаттар, соның ішінде құрғақшылық, су тасқыны, шөлейттену және тіршілік ету құралдарының жоғалуына және тіршілік ету ортасының жоғалуына әкелетін техногендік апаттар.

Hein de Haas (2010) атап өткендей, көші-қон ағындарын қалыптастырудағы итермелейтін факторлардың маңыздылығы олардың тек бар болуымен шектелмейді, бірақ бұл әсерлердің интерактивті және жинақтаушы сипатымен анықталады. Эмпирикалық зерттеулер экономикалық жетіспеушілік саяси тұрақсыздықпен, кемсітушілікпен немесе әлеуметтік ыдыраумен үйлесетін жағдайларда көші-қон нәтижесінің ықтималдығы айтарлықтай арта түсетінін растайды. Бұл жағдайда көші-қон жеке таңдау ғана емес, шыққан елдегі даму

мүмкіндігі іс жүзінде жабылған жағдайлармен таңылған өмір сүру стратегиясына айналады [92, б. 1587].

Push факторлар критикалық миграциялық теория шеңберінде құрылымдық мәжбүрлеу (structural expulsion) деп аталатын, немесе құрылымдық итермелеуді қалыптастырады, ол кезде эмиграция негізгі қажеттіліктерді қанағаттандыру, қауіпсіздікке қол жеткізу және өмірлік жоспарларды жүзеге асыру үшін жалғыз қол жетімді векторына айналады. Осы жағдайларда көші-қон өзінің формальды ерікті сипатына қарамастан мәжбүрлі ұтқырлық сипатын алады, бұл әсіресе институционалдық және экономикалық осалдықтың созылмалы нысандарын бастан кешіріп отырған посткеңестік кеңістік пен жаһандық оңтүстік елдерінде айқын көрінеді.

Еңбек көші-қонының pull (тартушы) факторлары институционалдық тарту, экономикалық ауырлық және көші-қон магниттері болып табылады. Егер итермелеуші pull факторлар шыққан елден құрылымдық ығысуды анықтаса, pull факторлар (тартушы) мүмкіндіктер кеңістігі, ұтқырлық және салыстырмалы қауіпсіздік кеңістігі ретінде тағайындалған елдің имиджін қалыптастыратын көші-қон ағынының бағыты мен векторын белгілейді. Көші-қонды зерттеудің теориялық саласында pull факторлары мигранттардың қозғалысы мен интеграциясы үшін оң ынталандыруды тудыратын қабылдаушы қоғамның құрылымдық және институционалдық сипаттамалары ретінде түсіндіріледі [2], [67]. Халықаралық және аймақтық зерттеулерде жүйелі түрде жаңғыртылған негізгі тартымды факторлардың ішінде мыналар ерекшеленеді:

– жұмыс күшіне сұраныстың болуы, әсіресе жалақысы төмен және физикалық еңбекті көп қажет ететін салаларда (құрылыс, сауда, ауыл шаруашылығы, қызмет көрсету);

– тіпті өмір сүру шығындары мен заңдастыру тәуекелдерін ескере отырып, шыққан елдегі ұқсас көрсеткіштерден бірнеше есе жоғары жалақының жоғары деңгейі;

– әлеуметтік қамсыздандыру және институционалдық тұрақтылық, оның ішінде негізгі қызметтерге (денсаулық сақтау, білім беру), билік тарапынан озбырлықты барынша азайту және қорғаудың құқықтық тетіктерінің болуы;

– мәртебені заңдастыру мүмкіндіктері, соның ішінде жұмыс визалары, квоталар немесе кәсіпкерлік иммиграция;

– тұрғын үймен, ақпаратпен, бастапқы жұмыспен қамту және мәдени қолдауды қоса алғанда, қабылдаудың бастапқы инфрақұрылымын қамтамасыз ететін тұрақты және дамыған этникалық диаспораның болуы;

– ақпараттық ашықтық және ресми арналар арқылы да, көші-қон желілері және әлеуетті көшіп-қонушының ортасынан «табыс тарихы» арқылы да қалыптасқан баратын елдің оң имиджі.

Ram (2017) көші-қон гравитациясының (gravity model of migration) концепциясына сәйкес, экономикасы үлкен, жұмыссыздық деңгейі төмен және қызмет көрсету саласы дамыған елдер, әсіресе көршілес аз дамыған елдерден көші-қон ағындарын тарту мүмкіндігінің жоғарылауымен сипатталады [93, б. 3]. Дегенмен, мұндай елдердің тартымдылығы тек экономикалық параметрлермен

шектелмейді: институционалдық және мәдени тарту факторлары бірдей маңызды рөл атқарады. De Haas (2010) құқықтық кепілдіктердің, заңды жұмысқа орналасу арналарының және саяси тұрақтылықтың болуы жай ғана қосымша емес, баратын елді пайдалану мен осалдықтың қауіпті аймағы емес, нақты баламаға айналдырудың маңызды шарты екенін атап көрсетеді [92, б. 1589].

Pull факторлардың ішінде алғашқы бейімделу кезеңінде әлеуметтік амортизация және транзакциялық шығындарды азайту функцияларын орындайтын этникалық желілер ерекше рөл атқарады. Kloosterman (2003) зерттеулері көрсеткендей, мейрамханалардың, қауымдастықтар, діни орталықтар мен бірлестіктердің дамыған этникалық инфрақұрылымы «көші-қон магнитін» жасайды, бұл шетелдік кеңістікте танысу сезімін қамтамасыз етеді және мәдени капитал мен көлденең траст желілеріне негізделген кәсіпкерлік қызметтің ықтималдығын арттырады [67].

Орталық Азия елдері үшін еңбек көші-қонының басым бағыты болып табылатын Қазақстан жағдайында pull факторлар квалификациялық емес және жартылай квалификациясы бар жұмыс күшіне тұрақты сұраныспен, заңды жұмыспен қамту арналарының болуымен (оның ішінде ЕАЭО азаматтары үшін патенттік жүйемен), салыстырмалы саяси тұрақтылықпен, сондай-ақ оңтүстік аймақтарда және мегаполистерде бар диаспоралық топтары бар өзбек, тәжік, дүнген және қырғыз ұлттарының жиынтығы болуымен сипатталады. Шығу елдерінің push (итермелейтін) факторлары аясында (төмен кіріс, жұмыссыздық, тұрақсыз ішкі саясат), дәл осы pull-факторалар еңбек ресурстарының мобильділігінің өңірлік режимдеріне біріктірілген тұрақты көші-қон дәлізін құрайды. Тартушы факторлардың жалпыға бірдей тиімді емес екенін атап өткен жөн: олардың қабылдауы мен маңызы жынысына, жасына, біліміне, отбасылық жағдайына және бұрынғы көші-қон тәжірибесіне байланысты өзгереді. Оның үстіне, тарту факторларының тиімділігі көбінесе олардың итермелейтін факторлармен сәйкестік дәрежесіне байланысты: қабылдауға қолайлы жағдайлары бар ел, егер әлеуетті мигранттарға итермелейтін импульс болмаса, көші-қон бағытына айналмайды және керісінше. Сондықтан итеруші және тарту факторларын біртұтас көші-қон динамикасының өзара байланысты және синергетикалық элементтері ретінде қарастырған жөн, оның аясында тек көші-қон ағындары ғана емес, сонымен бірге мигранттардың кәсіпкерлік стратегиялары, олардың бейімделу жолдары, қабылдаушы қоғамдардағы әлеуметтік-экономикалық мінез-құлық қалыптасады.

1.2.5 Алматы этникалық кәсіпкерлік кеңістігінде push және pull факторларын жүзеге асырудың орталығы ретінде

Алматы қаласы – этникалық кәсіпкерліктің интерактивті моделіне енгізілген push және pull факторларының әрекеті айқын көрінетін Қазақстанның маңызды көші-қон және кәсіпкерлік орталығы. Еліміздің ең ірі мегаполисі, дамыған экономикалық инфрақұрылымы, төмен және орта сегменттегі тауашалардағы қызметтер мен тауарларға айтарлықтай сұранысы бар, сондай-ақ көп мәдениеттілік деңгейі жоғары Алматы қаласы еңбек мигранттарының, соның ішінде кәсіпкерлердің мүдделері мен стратегиялары тоғысатын бірегей ортаны

қамтамасыз етеді. Тарту факторлары бойынша Алматы келесі ерекшеліктермен сипатталады:

– кіру шегі төмен қызметтер мен дамыған сауда;

– тұтынушылық жоғары сұраныс, оның ішінде этникалық тауарлар мен қызметтерге (азық-түлік тауарлары, тұрмыстық қызметтер, тоқыма бұйымдары, қолөнер бұйымдары);

– базарлардың, павильондардың, дәмханалардың тұрақты бөлшек сауда инфрақұрылымының болуы;

– тұруға ықтиярхаты бар көшіп-қонушылар үшін де жеке кәсіпкерлік негізінде бизнесті тіркеудің заңды мүмкіндігі;

– орналастыру, жұмысқа алу және алғашқы инвестициялауда қолдау көрсететін этникалық желілер мен қауымдастықтардың шоғырлануы;

– кәсіпкерліктің шағын нысандарына салыстырмалы институционалдық адалдық (оның ішінде оңайлатылған салық жүйесі есебінен).

Алматыдағы этникалық кәсіпкерліктің кеңістікте шоғырлануының ең жарқын мысалдарының бірі қалалық этникалық экономиканың маңызды элементі ретінде қызмет ететін Көк базар («Орталық базар») болып табылады. Интерактивті модель тұрғысынан бұл нарық бір уақытта мына ерекшеліктерді көрсетеді:

– тұрақты тұтынушылық тауашалар қалыптасатын, институционалдық кедергілер барынша азайтылатын және жұмыспен қамту нысандарында икемділік болатын мүмкіндіктер құрылымы;

– тығыз әлеуметтік желілері, кәсіпкерлік дағдылары мен мәдени құзыреттілігі бар өзбек, ұйғыр, дүнген, тәжік және қырғыз мигранттар қауымының белсенді қатысуы арқылы жүзеге асырылатын топтық сипаттамалар;

– бейресми бөлшек сауда, отбасылық бизнес, этникалық клиенттерге бағдарлану, гибридті қызмет үлгілері түрінде бейнеленген этникалық стратегиялар. Сонымен қатар отбасылық және жерлестердің еңбек және капитал арналарын белсенді пайдалану.

«Көк базар»-да сатушылар мен тұтынушылар арасындағы мәдени жақындық негізінде құрылған нарық тауашаларын жаңғыртады: көкөністер мен жемістер бар өзбек және дүнген қатарлары, тәжік дәмдеуіштері, ұлттық тағамдарды ұсынатын ұйғыр кафелері және т.б. Тауашалар pull факторларының (этникалық өнімге сұраныс, тұтынушылардың сенімі, тұрақты тұтыну) және push факторлардың (баламалар болмаған кезде жұмысқа орналасу қажеттілігі, бастапқы капиталдың төмендігі, нарықтың басқа сегменттеріндегі кемсітушілік) сәтті үйлесімі негізінде жүзеге асады. Сонымен қатар, «Көк базар» этникалық көрнекі кеңістік ретінде әрекет етеді, онда кәсіпкерлер тек табыс қана емес, сонымен қатар өздерінің мәдени болмысын символдық түрде мойындайды. Ram (2017) талдауы көрсеткендей, көші-қон орталықтарындағы базарлар екі жақты рөл атқарады, атап айтқанда, олар бір жағынан этникалық стратегияларды біріктіреді және диаспора ішіндегі біртұтастықты нығайтады, екінші жағынан, олар интеграция мүмкіндігін шектей алады, шеткері аймақтардың маргинализациясы мен «құлыпталуына» ықпал етеді.

Алматы контекстінде «Көк базар» сияқты нарықтардың икемділігі, этникалық кәсіпкерлерге ресми экономика мен бейресми тәжірибе арасында теңгерім орнатуға мүмкіндік береді. Олар формальды арналарды (жалға алу, жеке кәсіпкерлік, сертификаттар) және әкімшілікпен бейресми келісімдерді, жерлестік байланыстарын және тұтынушылардың адалдығын пайдалана отырып, үнемі өзгеріп отыратын нормативтік талаптарға, салық режимдері мен сұранысқа бейімделеді. Мұндай гибридті кәсіпкерлік режим Алматыдағы көшіп-қону бизнесінің жұмыс істеуіне тән қасиет болып табылады және институционалдық және нарықтық құбылмалылыққа жоғары бейімділігін көрсетеді.

Этникалық кәсіпкерліктің интерактивті моделінің логикасында Алматы қаласы көші-қон тәжірибесін экономикалық қызметтің тұрақты нысандарына айналдыра отырып, еңбек көші-қонының push және pull факторларын қарсы енгізу және іске асыру жүзеге асырылатын стратегиялық маңызды кеңістік ретінде әрекет етеді. Қазақстанның ең ірі мегаполисі ретінде Алматы мигранттар арасында кәсіпкерлік белсенділікті дамытуға қажетті негізгі институционалдық, нарықтық және әлеуметтік құрамдастарды шоғырландырады, сонымен бірге этникалық қауымдастықтарды бейімдеу, жұмылдыру және өкілдік ету аймағы ретінде әрекет етеді. Біріншіден, Тәжікстан, Өзбекстан, Қырғызстан және басқа да Орталық Азия мемлекеттері сияқты шыққан елдерде қалыптасқан push факторлар эмиграцияға күшті мотивациялық серпін берді. Құрылымдық кедейлік, кәсіби өзін-өзі жүзеге асыру мүмкіндіктерінің болмауы, созылмалы жұмыссыздық, репрессиялық саяси режимдер және шыққан елдердегі этникалық кемсітушілік көші-қон әлеуметтік қозғалыстың жалғыз мүмкін векторына айналатын тапшылық өмір сүру жағдайларын тудырады. Жағдайлар мигранттың өзін-өзі сақтауға бағытталған агент ретіндегі профилін қалыптастырады, бірақ ресурстары мен институционалдық стратегиялары шектеулі, бұл экономикалық бейімделу нысандарын кейінгі таңдауды анықтайды.

Екіншіден, Алматы контекстіндегі pull факторлар көші-қон осалдығын кәсіпкерлік бастамаға айналдыруға ықпал ететін мүмкіндіктердің тармақталған құрылымын жасайды. Бұған нарықтар мен қызмет көрсету платформаларын және тұрақты тұтынушылық сұранысты қоса алғанда, дамыған қалалық инфрақұрылым, ресми және бейресми жалға беру және сауда арналарының болуы, бизнесті тіркеудегі салыстырмалы икемділік, сондай-ақ тұрақты этникалық инфрақұрылым, атап айтқанда ұлттар, діни және мәдени бірлестіктер кіреді. Сонымен қатар олар ақпараттық, еңбек және қаржылық қолдауды қамтамасыз етеді және шектеулі әлеуметтік енгізілу жағдайында мигранттардың негізгі ресурстарына қол жетімділікті қамтамасыз етеді.

Үшіншіден, Алматы қаласының қалалық құрылымы, әсіресе «Көк базар» сияқты тораптар этникалық кәсіпкерлік стратегиялары кеңістіктік формаға ие болып, ритуализацияланған және қайта жаңғыртылатын жергілікті институционалдық өрістердің рөлін атқарады. Мұндай кеңістіктер бизнесті жүргізу үшін физикалық жағдайларды қамтамасыз етіп қана қоймайды, сонымен қатар мінез-құлықтың белгілі үлгілерін, тұтынудың мәдени форматтарын, клиентпен өзара әрекеттесу түрлерін және ресурстарды жұмылдыру тәжірибесін

нығайтады. Бұндай базарлар этникалық топтардың кәсіпкерлік қызметі қала экономикасының бір бөлігі ретінде қалыптасып, қалыпқа келтірілетін алаңдарға айналады. Бұндай локациялар формальды экономиканы, көлеңкелі экономикалық тәжірибелерді және этномәдени кодтарды біртұтас бейімдеу механизміне байланыстыратын тығыз институционалдық интеграция нүктелеріне айналады.

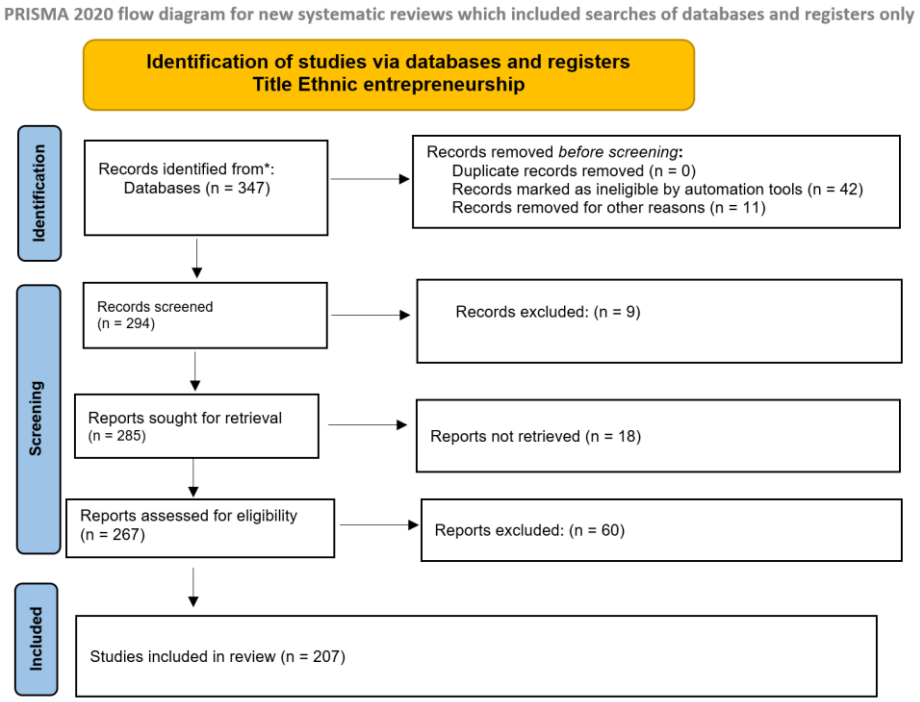
Алматыны көші-қон кәсіпкерлік синергияның қалалық өрісі ретінде сипаттауға болады, онда интерактивті модельдің үш негізгі құрамдас бөлігі – мүмкіндіктер құрылымы, топтық сипаттамалар және этникалық стратегиялар – динамикалық өзара әрекеттесуде жүзеге асады. Мұнда push факторлар мотивациялық-ресурстық негізді белгілейді, pull факторлар институционалдық-нарықтық негізді құрайды, ал қалалық орта этникалық кәсіпкерліктің кеңістіктік-ұйымдастыру орнын құрайды. Бұл өз кезегінде этникалық топтардың кәсіпкерлік қызметі этникалық топтардың бейімделуінің жай ғана бейімделу формасы емес, қалалық миграциялық агенттіктің формасына айналады.

1.3 Этникалық кәсіпкерлік зерттеулерінің библиографиялық талдауы: негізгі тенденциялар мен бағыттар

Этникалық кәсіпкерлікті зерттеу соңғы бірнеше онжылдықта миграция әлеуметтануы, еңбек экономикасы және әлеуметтік стратификацияның негізгі бағыттарының біріне айналды. Миграциялық процестердің күрделене түсуі, қабылдаушы қоғамдардың көпмәдениеттілігі және мигранттардың экономикалық бейімделу нысандарына қызығушылықтың артуы бұл мәселеге қатысты кең және әртүрлі зерттеу корпусын дамытты. Қазіргі этникалық кәсіпкерлік зерттеулерінің ерекшелігі – жоғары деңгейдегі интердисциплинарлық сипатта болуында, бұл зерттеулер социология, экономика, антропология, құқық және басқару тәсілдерін қамтиды. Сонымен қатар, этникалық бизнес-құрылымдардың белгілі бір нишаларда бар екенін көрсететін ерте сипаттамалық модельдерден күрделі аналитикалық конструкцияларға, яғни жеке ресурстар, әлеуметтік желілер және институционалдық құрылымдардың көп деңгейлі өзара әрекеттесуіне бағытталған зерттеулердің көшуі байқалады. Осы бөлімде этникалық кәсіпкерлік саласындағы ғылыми ойлардың соңғы екі онжылдықтағы негізгі тенденциялары қарастырылады, сондай-ақ үстемдік ететін теориялық-методологиялық тәсілдер, тақырыптық фокустар мен аймақтық ерекшеліктер анықталады. Ерекше назар халықаралық ғылыми деректер базаларында индекстелетін, мысалы, Scopus және Web of Science сияқты басылымдарға бөлінген, бұл талдаудың жоғары репрезентативтілігі мен ғылыми жарамдылығын қамтамасыз етеді.

Этникалық кәсіпкерлік тақырыбы бойынша әдебиетті кешенді және репрезентативті қамту мақсатында ғылыми басылымдарды халықаралық библиографиялық талдау стандарттарына сәйкес жүйелі түрде іріктеу процедурасы жүргізілді. Іріктеу бірнеше кезеңмен жүзеге асырылды, PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) методологиясы қолданылды, бұл іздеу процедурасының ашықтығын және қайталанғыштығын қамтамасыз етті (Сурет 5 қараңыз).

Бірінші кезеңде Scopus және Web of Science сияқты жетекші халықаралық деректер базалары пайдаланылды, өйткені олар социология, экономика, миграция және кәсіпкерлік зерттеулері саласындағы рецензияланған ғылыми журналдардың жоғары деңгейде индексіндейді. Басылымдарды іздеу «ethnic entrepreneurship», «immigrant business», «diaspora enterprises», «migrant self-employment», «social networks», «entrepreneurship», «Central Asia» сияқты негізгі сөздер логикалық комбинациялары арқылы жүргізілді, бұл тақырыптық саланың кең қамтылуын қамтамасыз етті. Идентификациялау кезеңінде жалпы тақырыптық сәйкестік критерийлеріне сәйкес 347 басылым анықталды. Автоматты түрде тақырыпқа сәйкес келмейтін жазбалар (n = 42) және басқа себептермен алынған жазбалар (n = 11) алынып тасталғаннан кейін 294 басылым скрининг процедурасына жіберілді. Бастапқы скрининг барысында зерттеу тақырыбына сәйкес келмейтін 9 басылым алынып тасталды. Сонымен қатар, 18 басылым толық мәтіндік талдау үшін қолжетімсіз болды, сондықтан олар келесі кезеңге енгізілмеді. Толық мәтіндік баға беру кезеңінде 267 басылым келесі критерийлер бойынша мұқият талданды: этникалық кәсіпкерлікті негізгі зерттеу объектісі ретінде қарастыру, эмпирикалық деректердің немесе жан-жақты теориялық талдаудың болуы, рецензияланған академиялық журналдарда жариялануы. Толық мәтіндік баға беру нәтижесінде талаптарға сәйкес келмейтін тағы 60 басылым алынып тасталды. Соның нәтижесінде соңғы екі онжылдықтағы этникалық кәсіпкерлік зерттеулерінің жоғары ғылыми корпусын құрайтын 207 басылым библиографиялық талдауға енгізілді. Іздеу, скрининг және басылымдарды енгізу процедурасын визуализациялау үшін PRISMA 2020 талаптарына сәйкес схема құрылды.



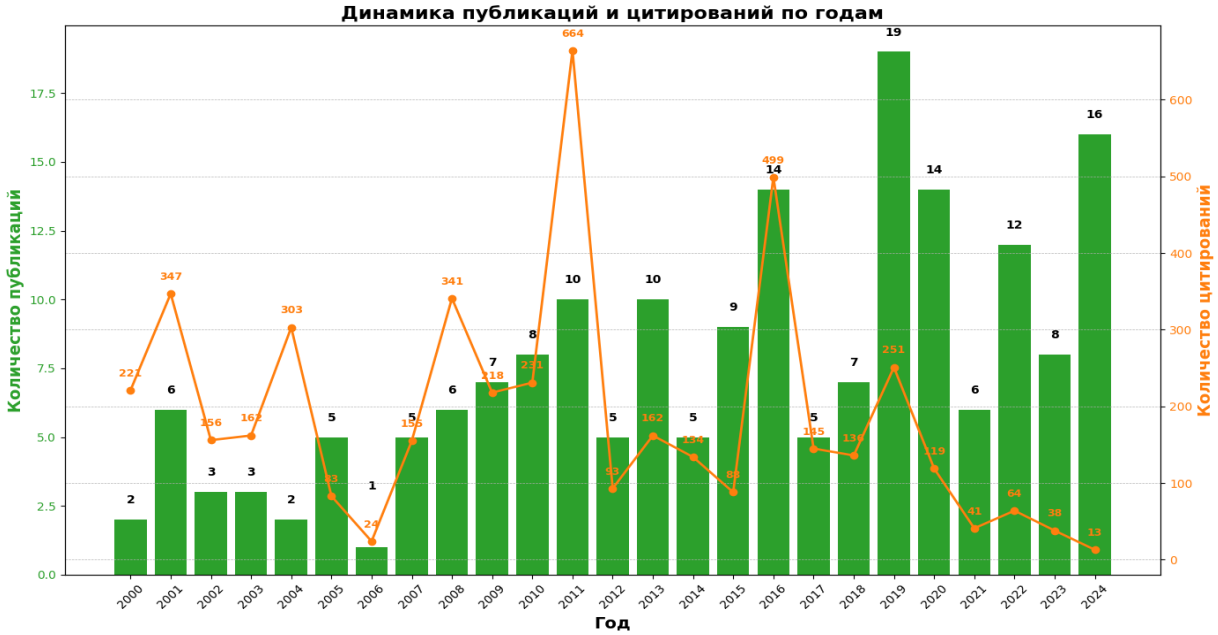
Сурет 5 – Этникалық кәсіпкерлік зерттеулерінің библиографиялық талдауы үшін PRISMA 2020 стандарты бойынша басылымдарды іріктеу схемасы

Дереккөз: *автордың PRISMA методологиясына негізделген орындауы*

1.3.1 Зерттеу саласының жалпы тенденциялары

Жүргізілген басылымдарды таңдау және этникалық кәсіпкерлік тақырыбы бойынша ғылыми әдебиетті жүйелеу соңғы екі онжылдықта зерттеу саласының сандық сипаттамаларын талдауға негіз қалады. 6-суретте ұсынылған мәліметтер негізінде жарияланым белсенділігінің дамуының бірнеше айқын кезеңдері байқалады.

Бастапқы қалыптасу кезеңі (2000–2009 жылдар). Осы кезеңде этникалық кәсіпкерлік тақырыбына қатысты жарияланымдар саны салыстырмалы түрде төмен болды. Жыл сайын орташа есеппен 2-ден 6-ға дейін жұмыс жарияланды, бұл мәселе бойынша қызығушылықтың бастапқы фазасы екенін көрсетеді. Зерттеушілердің негізгі назары этникалық бизнес салаларын шектеулі экономикалық секторларда сипаттау анализіне аударылды, көбінесе мигранттардың кіші кәсіпкерлікпен айналысу арқылы бейімделу контекстінде. Жарияланым белсенділігінің төмендігі мен шектеулі дәйексөздер (жылына 50-ден аспайтын сілтемелер) этникалық кәсіпкерліктің әлі күнге дейін миграциялық және социологиялық зерттеулерде бөлек бағыт ретінде мойындалмағанын көрсетеді. Дегенмен, осы кезеңде болашақтағы қызығушылықтың өсуіне негіз салған негізгі жұмыстар пайда бола бастады. Мысалы, protected markets, middleman minorities және interactive models сияқты концепциялардың белсенді талқылануы болашақтағы жүйелі зерттеулер үшін теориялық негіз қалыптастырды.



Сурет 6 – 2000–2024 жж. этникалық кәсіпкерлік тақырыбы бойынша жарияланымдар мен дәйексөздер динамикасы

Дереккөз: автордың Scopus деректер базасына негізделген орындауы

Зерттеулердің өсуі мен институционализация кезеңі (2010–2019 жылдар). 2010-жылдардың басында этникалық кәсіпкерлік саласындағы жарияланымдар саны мен цитаталанушылық деңгейінің өсуі байқалады. 2011 жылдан бастап, цитаталардың саны 664-ке жетіп, осы тақырып бойынша ғылыми өнімнің

айтарлықтай артуы байқалады. Бұл кезеңде жыл сайын орта есеппен 7-ден 14-ке дейін жұмыс жарияланды. Жарияланым белсенділігінің шыңы 2018 жылы тіркелді, ол жылда 19 басылым жарық көрді, бұл зерттеу қызығушылығының тек сандық кеңеюін ғана емес, сонымен қатар оның сапалық тереңдеуін де көрсетеді. Осы кезеңдегі жұмыстарда назар этникалық бизнестің болуы туралы сипаттамалардан оның табыстылығына әсер ететін факторларды талдауға ауысады: әлеуметтік капитал, институционалдық орта, трансұлттық байланыстар, бейімделу инновациялық стратегиялары. Цитаталанушылықтың жоғары деңгейі (әсіресе 2011 және 2016 жылдары) әзірленген теориялық-методологиялық тәсілдердің сұранысқа ие екенін көрсетеді, әсіресе мигранттар топтарының мүмкіндіктер құрылымымен интерактивті өзара әрекеттесу модельдерінің белсенді қолданылуы. Бұл кезеңді этникалық кәсіпкерлікті зерттеу институционализация кезеңі ретінде сипаттауға болады, өйткені зерттеулер социология, миграциялық зерттеулер, экономикалық социология және кәсіпкерлік ғылымдар салаларында белсенді түрде интеграциялана бастады.

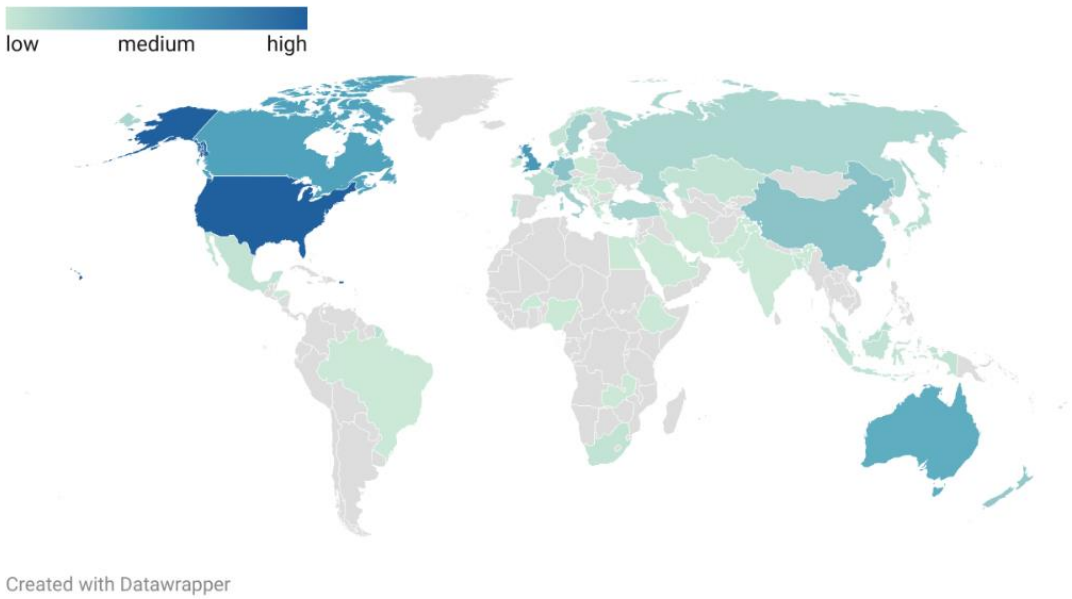
Зерттеулердің тұрақтылық және әртараптандыру фазасы (2020–2024 жылдар). Соңғы жылдары жарияланым белсенділігінің салыстырмалы түрде тұрақтануы байқалады: жарияланымдардың саны жылына 8-ден 16-ға дейін өзгеріп отырады. Цитаталанушылықтың өсу қарқынының біршама төмендегеніне қарамастан, жалпы жарияланым саны тұрақты жоғары деңгейде қалады, бұл этникалық кәсіпкерлікті тұрақты зерттеу саласы ретінде орныққанын көрсетеді. Цитаталанушылық көрсеткіштерінің төмендеуі екі фактормен түсіндіріледі: жаңа басылымдардың жалпы санының артуы, олар үшін дәйексөздер жинақтауға уақыт қажет; зерттеулердің тақырыптық әртараптануының кеңеюі, мұнда этникалық кәсіпкерлікті зерттеу цифрландыру, әлеуметтік интеграция, трансұлттық мобильдік және тұрақты даму мәселелерімен қиылысады. 2020–2024 жылдардағы зерттеулер этникалық кәсіпкерлікті оқшауланған түрде емес, жаһандық миграциялық процестер, институционалдық ортадағы өзгерістер және еңбек нарықтарының трансформациясы контекстінде қарастыратын күрделі аналитикалық конструкцияларға өту үрдісін көрсетеді.

Публикациялық белсенділік пен цитаталанушылық динамикасын талдау соңғы екі онжылдықта этникалық кәсіпкерлік зерттеулерінің маргиналдық тақырыптан миграциялық және кәсіпкерлік зерттеулердің негізгі ядросына толықтай интеграциялануына дейін жеткенін көрсетеді. Бақыланған динамика тақырыптың өзектілігін, оның методологиялық күрделенуін және междисциплинарлық тәсілдердің теориялық синтезіне ұмтылуды айғақтайды.

1.3.2 Этникалық кәсіпкерлік саласындағы зерттеулердің географиялық таралуы мен теориялық әртүрлілігі

Келесі талдау кезеңі этникалық кәсіпкерлік тақырыбы бойынша жарияланымдардың географиялық таралуын зерттеу болды. Бұл аспект ғылыми белсенділік орталықтарын анықтауға, сондай-ақ академиялық зерттеулердің шоғырлануын жаһандық миграциялық процестермен және этникалық бизнес дамуының ерекшеліктерімен салыстыруға мүмкіндік береді. Жиналған

мәліметтер негізінде ғылыми жарияланымдардың интенсивтілігі картасы жасалды (қараңыз: Сурет 7), бұл елдердің зерттеу дискурсына қаншалықты қатысқанын көрсетеді.



Сурет 7 – 2000–2024 жж. этникалық кәсіпкерлік тақырыбына арналған басылымдардың географиялық таралуы.

Дереккөз: автормен орындалған

Ашық-жасылдан қоңыр-көкке дейінгі түстік градация жарияланым белсенділігінің төмен деңгейінен жоғары деңгейіне өтуді көрсетеді. Зерттеу белсенділігінің көшбасында АҚШ (63 жарияланым), Ұлыбритания (26 жарияланым), Канада (18 жарияланым), Нидерланды (15 жарияланым) және Австралия (14 жарияланым) тұр. Бұл елдер жоғары деңгейдегі көпмәдениеттілік, дамыған миграциялық инфрақұрылым және миграция мен социология саласындағы күшті академиялық мектептермен сипатталады. Олардың басымдығы этникалық кәсіпкерліктің ұлттық экономикалардағы объективті маңыздылығымен және осы тақырыпқа тұрақты академиялық қызығушылықпен түсіндіріледі. Екінші топты орташа деңгейдегі жарияланым белсенділігі бар елдер құрайды: Қытай, Германия, Жаңа Зеландия, Италия, Сингапур, Швеция және Ресей.

Олардың зерттеулері институционалдық кедергілер, әлеуметтік желілердің рөлі және мигранттардың экономикалық бейімделуінің жаңа нысандары мәселелерін көбірек қарастыруда. Этникалық кәсіпкерлік бойынша академиялық күн тәртібін қалыптастыруда алғашқы қадамдарды жасаған елдер ерекше қызығушылық тудырады: Қазақстан, Мексика, Түркия, Оңтүстік Корея және т.б. Бұл елдерден басылымдардың болуы зерттеулер географиясының кеңеюін, сонымен қатар экономикалық және әлеуметтік динамиканың факторы ретінде этникалық бизнестің маңыздылығы туралы хабардарлықтың артқанын көрсетеді. Географиялық талдау этникалық кәсіпкерлік бойынша зерттеулер әлі де негізінен жаһандық Солтүстік елдерінде шоғырланғанын көрсетеді, бірақ сонымен бірге жаңа аймақтарға ғылыми қызығушылықты кеңейту тенденциясы

бар және бұл салыстырмалы зерттеулерді тереңдету және көші-қон және кәсіпкерлік зерттеулер саласындағы жаһандық академиялық өзара әрекеттестіктерді нығайту перспективаларын ашады. Осы саладағы ғылыми білімнің дамуына ең көп әсер еткен ең көп сілтеме жасалған еңбектерді мазмұнды талдау басқа қызығушылық тудырады. Төменде этникалық және иммигранттық кәсіпкерлік тақырыбы бойынша ең көп сілтеме жасалған 20 мақаланың таңдауы ұсынылған, бұл зерттеу саласының қалыптасуына әсер еткен негізгі теориялық бағдарларды, эмпирикалық тәсілдер мен пәнаралық қиылыстарды көрсетуге мүмкіндік береді (2-кесте).

Кесте 2 – Этникалық және иммигрант кәсіпкерлік тақырыбы бойынша ең көп сілтеме жасалған 20 мақала

№	Мақала атауы	Авторы	Жыл	Цитата	Методологиялық зерттеу	Зерттеу нәтижелері
1	Towards a theory of indigenous entrepreneurship	Peredo, Anderson, Galbraith, Honig, Dana	2004	264	Теоретикалық анализ + кейс-стади (Канада, США, Австралия, Новая Зеландия)	Байырғы халықтың кәсіпкерлігі пайдаға емес, тұрақтылыққа, ұжымшылдыққа, сәйкестілікке бағытталған.
2	Diaspora entrepreneurs as institutional change agents: The case of Thamel.com	Riddle, Brinkerhoff	2011	167	Сапалы кейс-анализ, институционалды тәсіл	Диаспоральный бизнес может трансформировать институты в стране исхода через сети и репутацию
3	Barriers to refugee entrepreneurship in Belgium	Wauters, Lambrecht	2008	158	Қашқындармен сауалнама және интервью, салыстырмалы талдау	Босқындар кедергілердің төрт деңгейіне тап болады – жеке, институционалдық, нарықтық және желілік
4	Immigrant entrepreneurship and business patterns: Koreans vs. Iranians in LA	Min, Bozorgmehr	2000	145	Бақылау, салыстырмалы талдау, интервью	Корейлер анклав желілерін, ирандықтар жеке стратегияларды пайдаланады; көші-қон тарихы бизнес үлгісіне әсер етеді
5	National culture, networks and ethnic entrepreneurship	Chand, Ghorbani	2011	134	Сауалнама, кейстар, мәдениет және жүйелерді талдау (Хофстеде)	Қытайлықтар bonding-желілеріне, үндістер bridging-желілеріне сүйенеді; айырмашылықтары ұлттық мәдениетпен түсіндіріледі
6	Enclaves, neighbourhood effects and employment outcomes	Clark, Drinkwater	2002	120	Сұраулардың және халық санағының регрессиялық талдауы (1991–2001)	Анклавта тұру ресурс және оқшаулау факторы болуы мүмкін; әсіресе әйелдер мен жастарға әсер етеді
7	Mexican immigrant gardeners: Entrepreneurs or exploited workers?	Ramirez, Hondagneu-Sotelo	2009	113	Интервью + этнография	Көптеген бағбандар «жалған кәсіпкерлер» болып табылады: шын мәнінде, қорғаусыз және құқықтары жоқ жалданған жұмысшылар

Кесте 2 жалғасы

8	Forms of capital and Polish entrepreneurs in Leicester	Vershinina, Barrett, Meyer	2011	112	40 интервью, Бурдьё бойынша талдау	Табыс деңгейі капиталдың түріне және көші-қон траекториясына байланысты; ұлтаралық ерекшеліктер айтарлықтай бар
9	Intersectionality and entrepreneurship (введение)	Romero, Valdez	2016	100	Эмпирикасыз, теоретикалық-аналитикалық синтез	Қиылыстық (нәсіл, жыныс, тап, көші-қон) кәсіпкерліктегі теңсіздікті қалыптастырады
10	Ethnic foundations of economic transactions (Chicago)	Raijman, Tienda	2003	88	Сауалнама, интервью, мексикандықтар мен корейлерді салыстыру	Корейлер институционалды желілерге, мексикалықтар туыстық желілерге сүйенеді; сенім мен ауқымдылықтың әртүрлі деңгейлері

Peredo et al. (2004) және Romero & Valdez (2016) этникалық кәсіпкерлік ұғымын теориялық тұрғыдан қайта қарауда маңызды кезеңдер болды. Peredo және авторлар «indigenous entrepreneurship» (жергілікті кәсіпкерлік) ұғымын ұсынды, ол экономикалық адамның үстемдік ететін логикасынан түбегейлі өзгеше. Бұл жерде кәсіпкерлік ұжымдық, тұрақты және мәдениетке бағытталған тәжірибеге негізделген, ол жеке тұлғаның идентификациясы мен аймақпен тығыз байланысты, бұл экономикалық модельдерден бұрын шығарылған категорияларды, мысалы, жермен рухани байланыс, ұрпақтар арасындағы әділдік, қауымдық меншік сияқты мәселелерді талқылауға мүмкіндік берді. Сонымен қатар, олар кәсіпкерліктің нәсіл, жыныс, класс және миграциялық мәртебе сияқты аспектілермен қиылысып жатқанына назар аударды. Олар «әртүрлілік» ұғымын тек айнымалы ретінде ғана емес, кәсіпкерлік жолдарындағы алып тастау мен билік мәселесін көтерді. Екі зерттеу де жаңа талдау категорияларын ұсынудан басқа, жаңа эпистемологияларды қалыптастырды, бұл саланың шеңберін радикалды түрде кеңейтті [94, с. 4], [95].

Riddle & Brinkerhoff (2011) және Raijman & Tienda (2003) кәсіпкерді бейімделген тұлға ретінде қараудан институционалды агент ретінде қарауға маңызды бетбұрыс жасағанын көрсетті. Riddle және Brinkerhoff (2011) диаспора кәсіпкерлері туралы «diaspora entrepreneurs as institutional change agents» (Диаспора кәсіпкерлері институттық өзгерістер агенті ретінде) ұғымын енгізді, онда диаспора кәсіпкері тек бизнесті іске қоспай, институционалды ережелерді өзгертуге ықпал етеді, мысалы, электрондық коммерцияны немесе трансұлттық аударымдарды реттеуде [96, с. 670]. Ал Raijman & Tienda (2003) зерттеуі кәсіпкерлердің мінез-құлқын институционалдық жағдайлар мен сенім формаларының қалай құрылатынын көрсетті және неге мексикалық кәсіпкерлер корейлерден гөрі әлдеқайда аз интеграцияланған екенін түсіндірді, бұл зерттеулер кәсіпкерліктің тек экономикалық бейімделу ғана емес, сонымен қатар саяси-институционалды әрекет екендігін көрсетті [97, с. 783].

Wauters & Lambrecht (2008) және Ramirez & Hondagneu-Sotelo (2009) этникалық кәсіпкерлікті мобильділік пен табыстың маркері ретінде емес, құрылымдық осалдыққа реакция ретінде қарастыратын жаңа бағытты ашты. Wauters & Lambrecht зерттеуі босқындар арасында кәсіпкерлікті талдауда маңызды бетбұрыс болды, олар кәсіпкерлікке кірісуде мәжбүрлі мигранттардың

кезіккен тілдік, ақпараттық, институционалды және желілік кедергілердің типологиясын ұсынды. Бұл зерттеу «кәсіпкерлік бастама» емес, көпқабатты дискриминация мен әлеуметтік маргинализацияны жеңу туралы болды, бұл «оптимистік» кәсіпкерлік парадигмасының сыни талдауын жасаудың маңызды үлесі болды, себебі ол теңсіз бастау жағдайларын елемейді [98, с. 895].

Ramirez және Hondagneu-Sotelo көптеген кәсіпкерлердің, «өзін-өзі жұмыспен қамтушылар» деп аталса да, шын мәнінде еңбек құқықтары мен әлеуметтік қорғаудан айырылған жасырынып жалданған еңбек жағдайында жұмыс істейтінін анықтады. Олар «false entrepreneurship» (жалған кәсіпкерлік) және «self-exploitation» (өзін-өзі пайдалану) ұғымдарын ұсынып, кәсіпкерлік мәртебесі еңбек заңнамасын айналып өту тәсілі ретінде қалай қолданылатынын түсіндірді. Бұл зерттеулер кәсіпкерліктің қай жерде аяқталып, пайдалану басталатынын көрсететін маңызды теориялық сұрақ көтерді. Бұл зерттеулер әсіресе феминистік, неомарксистік және постколониалдық зерттеулерде үлкен ықпалға ие болды, себебі олар «төменгі деңгейдегі кәсіпкерлік» дегенді табыстың формасы емес, құрылымдық теңсіздік жағдайында тіршілік ету тәсілі ретінде сыни тұрғыдан қарады [99, с. 70].

Осы өзгерістердің логикалық жалғасы ретінде кәсіпкерліктің әлеуметтік және кеңістіктік контекстерде қалай араласатынын зерттеген жұмыстар бар. Мысалы, Min & Bozorgmehr (2000), Clark & Drinkwater (2002) және Raijman & Tienda (2003) «social embeddedness» (әлеуметтік интеграция) теориясының дамуына маңызды үлес қосты, бұл бизнес ешқашан желілік, этникалық және аумақтық ортадан тыс болмайтынын көрсетті. Min & Bozorgmehr (2000) Лос-Анджелестегі корейлер мен ирандықтардың бизнес-практикаларын салыстырып, корейлердің анклавтық желілер мен делдалдық стратегияларды (middleman minority) пайдаланатынын, ал ирандықтар көбірек жеке дара стратегияларды қолданатынын көрсетті, бұл топ ішіндегі айырмашылықтардың және мәдени үлгілердің маңыздылығын атап өтті [99, с. 707]. Бұл зерттеулер «neighbourhood effects» (қоныс әсерлері) ұғымын енгізіп, этникалық анклавтарда тұрудың қосарлы әсер ететінін және бұл қолдаудың көзі бола алатынын, бірақ әлеуметтік оқшаулану факторы да болатынын дәлелдеді. Зерттеулер ғарыштық кеңістіктен абстракция жасайтын әмбебап модельдерді бұзып, географияның интеграцияның мәдениет немесе класс сияқты маңызды факторлармен тең дәрежеде маңызды екенін көрсетті [101, б. 7].

Жеке блок зерттеулер мәдени және желілік параметрлердің кәсіпкерлердің стратегияларына әсерін зерттеуге арналған. Мұнда басты рөлді Chand & Ghorbani (2011) атқарды, олар Хофстедтің ұлттық мәдениеттер моделін және желілік теорияны біріктірді. Олар қытайлық мигранттардың иерархиялық ұйымдастырылған, этникалық шектелген «bonding» желілерін таңдағанын, ал үнді кәсіпкерлерінің ашық, көпмәдениетті «bridging» байланыстарын пайдаланатынын көрсетті, бұл мәдени факторлардың (билік қашықтығы немесе белгісіздікке деген ұмтылыс) кәсіпкерлік мінез-құлықты қалай құрылымдайтынын түсінуге мүмкіндік берді, тіпті институционалды жағдайлар тең болса да [102, с. 593]. Бұл зерттеулер этникалық топ ішіндегі айырмашылықтарды зерттеуге назар аударуды күшейтті, Vershinina et al. (2011)

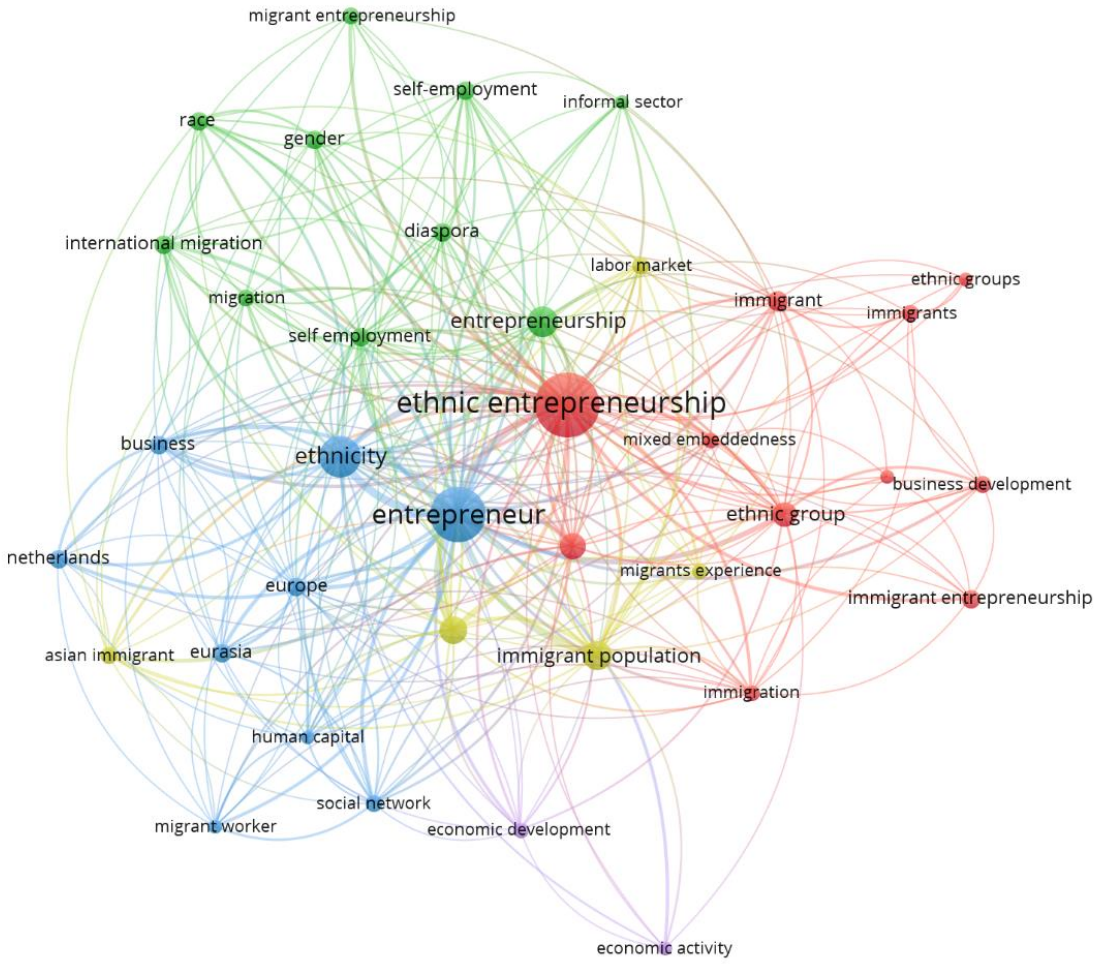
бір этникалық топ ішіндегі экономикалық, әлеуметтік және мәдени капиталға қолжетімділік жағынан айтарлықтай айырмашылықтар бар екенін көрсетті. Этникалық тиістілік енді тек түсіндіру айнымалысы ретінде қарастырылмайды, білім, шыққан аймақ, әлеуметтік статус сияқты факторлар маңызды болып табылады, бұл этникалық кәсіпкерді эссенциалистік түсінуден алып, топ ішіндегі стратификацияны талдауға жол ашты [103, с. 101].

Бұл зерттеулер тек методологиялық түрлілікке үлес қосып қана қоймай, сонымен қатар, сапалық, сандық және аралас әдістердің бір-біріне қарама-қарсы емес, керісінше бір-бірін толықтыратынын көрсетті. Миграциялық саясатта қолдануға болатын ауқымды кедергілер типологиясы мен кәсіпкерлік стильдерді түсіндіретін ресурстарды бөлу бойынша салыстырмалы модель әзірленді. Мигранттардың еңбек нарығында капитал формаларын айырбастау схемасы ұсынылды. Бұл зерттеулер әдіснамалық бағдарлар болып табылып, әлем бойынша эмпирикалық және қолданбалы жобаларда белсенді түрде пайдаланылады, оның ішінде инклюзивті мигранттарды қолдау бағдарламаларын әзірлеу, миграциялық саясатты реформалау және халықаралық бизнес ортасында салыстырмалы зерттеулер бар. Әлеуметтік осалдық, желілік интеграция, мәдени логика және этникалық ішкі айырмашылықтар туралы зерттеулер тек детальдарды нақтылап қана қоймай, этникалық кәсіпкерлік саласының теориялық негіздерін радикалды түрде трансформациялады, оны абстрактылы әмбебаптықтан нақты әлеуметтік және саяси шындыққа алып шықты.

1.3.3 Этникалық кәсіпкерліктің әлеуметтік және институционалдық үлгілерін кластерлік талдау

Этникалық кәсіпкерлік саласындағы ғылыми зерттеулерді жүйелендіру мақсатында 2000-2024 жылдар аралығын қамтитын ғылыми басылымдардың библиографиялық метадеректерінен алынған түйінді сөздердің бірігуі негізінде (co-occurrence) кластерлік талдау жүргізілді. Бұл әдіс концепциялар арасындағы ассоциативті байланыстардың тұрақты заңдылықтарын анықтауға мүмкіндік береді және сол жерде концепциялар арасындағы зерттеу құрылымының ішкі құрылымын қайта құруға мүмкіндік береді. Талдау үшін дереккөздер беделді деректер қорларында (соның ішінде Scopus және Web of Science) индекстелген халықаралық ғылыми журналдардың мақалалары болды, бұл нәтижелердің репрезентативтілігі мен сенімділігін қамтамасыз етеді. Алгоритмнің негізінде түйіндер түйін сөздерді, олардың дереккөздерде бірге кездесу жиілігі мен күшін көрсететін терминдер желісі құрылды. Алынған визуализация 8-суретте ұсынылған, әрқайсысы этникалық кәсіпкерлік саласындағы ғылыми зерттеулердің белгілі бір саласына сәйкес келетін бірнеше нақты анықталған тақырыптық кластерлерді көрсетеді. Картаның кластерлік құрылымы тұрақты зерттеу дәстүрлерінің болуын және пәндік өріс шекарасының бір мезгілде кеңеюін көрсетеді. Анықталған кластерлердің ішінде белгіленген бағыттар (мысалы, экономикалық интеграцияны зерттеу, институционалдық кедергілер, көші-қон саясаты және әлеуметтік ұтқырлық), цифрландыру, кәсіпкерліктің гендерлік аспектілері, трансұлттық желілер және әлеуметтік капиталдың рөлі сияқты сабақтас пәндердің тоғысында пайда болатын салыстырмалы түрде жаңа

тақырыптар да бар. Негізгі терминдерді ассоциативті талдау әдісі басылымдарды тақырыптары бойынша жіктеуге ғана емес, сонымен қатар ғылыми қызығушылықтың динамикасын анықтауға мүмкіндік берді – сипаттамалық және экономикалық бағытталған тәсілдерден анағұрлым күрделі және қиылысатын талдау үлгілеріне көшу. Осылайша, терминдер арасындағы көрнекі байланыстар ғылыми дискурстың пәнаралыққа қарай эволюциясын көрсететін социологиялық, мәдени және институционалдық перспективалардың ұлғайған интеграциясын көрсетеді.



Сурет 8 – Этникалық кәсіпкерлікті зерттеудің негізгі бағыттарының кластерлік құрылымы (кілт сөздерді талдау, VOSviewer, 2000–2024 сәйкес)

Қызыл кластер, этникалық кәсіпкерліктің әлеуметтік-мәдени аспектілері. Ғылыми басылымдардағы түйінді сөздердің бірігіп айтылуын кластерлік талдау нәтижелері бойынша қызыл кластер этникалық кәсіпкерліктің зерттеу саласының концептуалды өзегін білдіреді. Оның визуализациялық картадағы орталық орны және негізгі терминдердің жоғары дәрежелі үйлесімділігі бұл кластердің қазіргі академиялық пікірталастың ең ықпалды, теориялық тұрғыдан бай және жиі келтірілетін салаларын қамтитынын көрсетеді. Бұл кластердің негізгі бағыты этникалық кәсіпкерлікті тек экономикалық құбылыс ретінде ғана емес, ең алдымен құрылымдық шектеулерден ұжымдық сәйкестікке дейінгі көптеген факторлармен делдалдық экономикалық қызметтің әлеуметтік және

мәдени шартты нысаны ретінде зерттеу болып табылады. Кластердің ортасында, әдетте институционалдық маргинализация, формальды нарықтарға қолжетімділіктің шектелуі, несие ресурстары және әлеуметтік қорғау жағдайында, этникалық және көші-қон топтарының өкілдерімен жүзеге асыратын кәсіпкерлік қызметті белгілеу үшін жалпы ұғым ретінде қызмет ететін «ethnic entrepreneurship» термині орналасқан.

Осы кластердің ішінде зерттеулерді біріктіретін негізгі теориялық шеңбер ұсынған аралас ендірілген тұжырымдамасы (mixed embeddedness), болып табылады. Ол этникалық ашылықтардың кәсіпкерлік қызметі екі жақты контексте: бір жағынан, әлеуметтік және этникалық желілер шеңберінде (микродеңгей), екіншіден, қабылдаушы қоғамның институционалдық және нарықтық құрылымдары шеңберінде (макродеңгей) қалыптасады деген алғышартқа негізделген. Кәсіпкер өзінің этникалық тобының мәдени нормаларымен де, оның мінез-құлқын контекстік тұрғыдан тәуелді және икемді ететін сыртқы құрылымдық шектеулермен де тығыз байланысты. Кластерде «ethnic group» және «immigrant groups» терминдерінің болуы бизнес стратегияларын түсіндіруде топтық сәйкестіктің, этникалық және қауымдастық нормаларының маңыздылығын көрсетеді. Осы саладағы зерттеулер этникалық сәйкестік тек символдық ресурс емес, өзін-өзі ұйымдастыру, сенім, тәуекелді бөлісу және клиент тауашасына қол жеткізу тәжірибесінде белсенді жұмылдырылғанын көрсетеді. Этникалық кәсіпкерлердің бизнесі көбінесе жабық немесе жартылай жабық желілерде қалыптасады, онда тауарлар, қызметтер және ақпарат алмасу этномәдени ынтымақтастық, туыстық және диаспоралық байланыстар негізінде жүзеге асырылады. Бұл кластерде «immigrant entrepreneurship» феноменіне де ерекше көңіл бөлінеді, ол әлеуметтік осал, тілді шектеулі білу, еңбек нарығындағы кедергілер және заңдық шектеулер жағдайында мигранттардың бизнесті жүргізу ерекшеліктерімен байланысты. Мұндай кәсіпкерлер көбінесе шағын отбасылық бизнесті, этникалық мейрамханаларды, дүкендерді, салондарды, логистиканы және тұрмыстық қызмет көрсету саласын қоса алғанда, экономикалық инклюзияның баламалы түрлерін іздеуге мәжбүр. Олардың бизнесі көбінесе ресми жұмысқа орналасу мүмкіндіктерінің жоқтығына жауап және сонымен бірге көші-қон ортасында мәдени бірегейлікті сақтау тәсілі болып табылады.

Бұл контексте «business development» түсінігі тар экономикалық мағынада емес, эволюциялық және бейімделу кілтінде сыртқы институционалдық факторлардың әсерінен этникалық бизнес трансформацияланатын, кеңейетін немесе керісінше күйрейтін процесс ретінде түсіндіріледі. Мигранттар мен этникалық қауымдастықтардың кәсіпкерлері бәсекелестік және өзгеретін нормативтік база жағдайында өмір сүру үшін бейімделу және инновациялық стратегияларды қалай қолданатыны зерттеледі. Қызыл кластер әлеуметтану, экономикалық антропология, миграциялық зерттеулер, қалатану және институционалдық экономиканы қамтитын зерттеудің пәнаралық саласын білдіреді. Ол талдаудың көп деңгейлі моделін ұсынады, онда этникалық кәсіпкерлік келесілер арасындағы күрделі өзара әрекеттесу нәтижесінде түсініледі:

- этникалық және мәдени мұра;
- әлеуметтік ұйым және желілік құрылымдар;
- қоғамның институционалдық құрылымы;
- экономикалық мүмкіндіктер мен шектеулер.

Осы кластердегі заманауи зерттеулер теңсіздікті, нәсілдік кемсітушілікті, еңбек нарығын сегменттеуді және көші-қон саясатының этникалық бизнестің нысандары мен ауқымына әсерін қоса алғанда, маңызды мәселелерді көбірек қарастырады. Бұл жарияланымдарда пайдаланылған эмпирикалық деректер Америка Құрама Штаттарынан, Канададан және Ұлыбританиядан Нидерландыға, Германияға және дамушы нарық елдеріне дейінгі кең ауқымды елдерді қамтиды.

Көк кластер, этникалық кәсіпкерліктің географиялық және институционалдық контексі. Ғылыми басылымдардағы терминдердің бірігуін кластерлік талдау арқылы анықталған көк кластер, этникалық бизнес-белсенділіктің шарттары мен тетіктерін қалыптастыратын аймақтық айырмашылықтарға, институционалдық орталарға және адам ресурстарына бағытталған этникалық кәсіпкерліктің зерттеу саласындағы маңызды үрдісті көрсетеді. Бұл кластер визуализация картасында стратегиялық маңызды орын алады, өйткені ол құрылымдық, географиялық және антропогендік айнымалыларды байланыстырады, кеңістіктік және институционалдық контексттердің миграциялық өлшемдегі кәсіпкерліктің мүмкіндіктері мен шектеулеріне қалай әсер ететінін көрсетеді. Бұл кластердегі басым тақырыптардың бірі – Europe, Netherlands и Eurasia сияқты терминдердің жоғары жиілігінің дәлелі ретінде ең алдымен Еуропалық аймақтағы этникалық кәсіпкерліктің географиясы тақырыбы екендігін көрсетеді. Еуропа елдері, әсіресе Нидерланд, ең теориялық бағытталған және салыстырмалы зерттеулер жүргізілетін маңызды эмпирикалық учаскелер болып саналады, бұл мигранттар қауымының жоғары шоғырлануымен, кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдау нысандарының әртүрлілігімен, кең әлеуметтік инфрақұрылымның болуымен, сондай-ақ белсенді әлеуметтік интеграция саясатымен, жергілікті жұмыспен қамту бағдарламалары арқылы іске асырылып жатқан және шағын кәсіпкерлікті қайта қолдау бағдарламалары арқылы жүзеге асырылады.

«Asian immigrant» терминінің болуы еуропалық қоғамдар контекстінде сәтті бейімделу стратегияларын және институционалдық кемсітушілікке осалдығын көрсететін Азия елдерінің диаспораларына ерекше қызығушылықты көрсетеді. Зерттеулер көрсеткендей, Азиядан келген мигранттар көбінесе белгілі бір секторларда шоғырланады, сонымен бірге мәдени ынтымақтастық пен диаспора мүшелерінің жоғары жұмыспен қамтылу көрсеткіштеріне негізделген тұрақты клиенттік базасы бар этникалық анклавтарды құрады. Кластер сонымен қатар кәсіпкерліктің институционалдық детерминанттарын, оның ішінде мемлекеттік реттеу тетіктерін, көші-қон саясатын, қаржылық ресурстарға қолжетімділікті, бюрократизация деңгейін және мигранттарды әлеуметтік қолдау нысандарын талдайтын зерттеу тәсілдерін қамтиды. «Social work» және «human capital» ұғымдарының болуы талдаудың негізгі категориясы ретінде адам факторына баса назар аударуды көрсетеді. Бұл жерде кәсіпкер тек экономикалық субъект

ретінде ғана емес, сонымен қатар кәсіпкерлік қызметі білім деңгейіне, тілді меңгеруіне, кәсіби тәжірибесіне, отбасы жағдайына және қолдаудың институционалды нысандарына (мысалы, консалтингтік орталықтарға, ҮЕҰ, микроқаржы қорларына және т.б.) қатысуына байланысты әлеуметтік ендірілген субъект ретінде қарастырылады. Көгілдір кластер этникалық кәсіпкерлікті көп деңгейлі перспективада зерттейді, мұнда географиялық орналасу, институционалдық құрылым және адами капиталдың сапасы өзара байланысты жағдайлар матрицасын құрайды және басты назар этникалық кәсіпкерлікті белгілі бір контекстен тыс түсіндіруге болмайтындығына баса назар аударады; ол әрқашан мигранттардың жеке мүмкіндіктері мен мемлекеттің, нарықтың және қоғамның институционалдық логикасының өзара әрекетінің жемісі болып табылады. Елдер мен аймақтар, соның ішінде Батыс және Шығыс Еуропа, ЕО елдері мен посткеңестік кеңістіктер арасындағы айырмашылықтарды анықтайтын салыстырмалы зерттеулердің маңызы ерекше. Кластердегі «Еуразия» термині Батыс Еуропалық парадигмадан тыс назардың кеңеюін және Қазақстан, Өзбекстан, Грузия және т.б. сияқты институционалдық тұрақсыздық деңгейі жоғары экономикаларды түрлендіруде этникалық кәсіпкерліктің ерекшеліктеріне қызығушылықтың артып келе жатқанын көрсетеді. Көк кластер аумақтық-сезімтал институционалдық талдаудың бағытын белгілейді, географиялық орналасу құрылымын және траекториясының құрылымына әсер етудің аумақтық-сезімталдығын анықтайды. Ол сондай-ақ көші-қон әлеуметтануы, институционалдық экономика, әлеуметтік жұмыс және қалатану әдістерін біріктіре отырып, пәнаралық интеграцияға мүмкіндіктер ашады. Кластер көші-қон кәсіпкерлігі бойынша білімнің жалпы құрылымының маңызды құрамдас бөлігі болып табылады, өйткені ол этникалық топтардың кәсіпкерлік қызметі оның жүзеге асырылатын кеңістігімен тығыз байланысты екенін көрсетеді.

Жасыл кластер, көші-қон, өзін-өзі жұмыспен қамту және жұмыспен қамтудың баламалы нысандары. Кластер этникалық кәсіпкерлікті зерттеудегі ең белсенді дамып келе жатқан бағыттардың бірін көрсетеді - ресми жұмыспен қамтудың шектеулі қолжетімділігі жағдайында мигранттардың экономикалық өзін-өзі жүзеге асыру стратегияларын талдау. Бұл аймақ қабылдаушы елдердегі еңбек және институционалдық кедергілерге бейімделу тәсілі ретінде, әсіресе жаһандық көші-қон және еңбек нарықтарының постиндустриалды трансформациясы жағдайында көшіп-қону кәсіпкерлігі феноменіне бағытталған. «Migrant entrepreneurship» және «self-employment» сияқты негізгі терминдер кәсіпкерлік еркін таңдаудың нәтижесі ретінде емес, экономикалық өмір сүру мен әлеуметтік бейімделудің мәжбүрлі стратегиясы ретінде қарастырылатын өзін-өзі ұйымдастыру формаларына ерекше назар аударуды көрсетеді. Атап айтқанда, мигранттардың өзін-өзі жұмыспен қамтуы көбінесе біліктілікті мойындамау, тілдік шектеулер, кемсітушілік немесе құқықтық мәртебесін шектеумен байланысты жұмысқа орналасудағы кедергілерге жауап ретінде туындайды. Кластердің маңызды элементі мигранттар арасында кәсіпкерлік қызметтің бейресми нысандарының таралуын көрсететін «informal sector» түсінігі болып табылады. Көптеген мигранттар шағын бөлшек сауда, қызмет көрсету, көлік

және логистиканы қоса алғанда, жартылай заңды немесе толығымен бейресми бизнесте жұмыс істейді. Бұл бизнес нысандары жоғары икемділікпен, кіру шығындарының төмендігімен, сонымен қатар әлеуметтік қорғау мен институционалдық заңдылықтың жоқтығымен сипатталады. Осылайша жасыл кластер осалдық пен агенттік арасындағы күрделі диалектиканы көрсетеді, мұнда кәсіпкерлік өмір сүру стратегиясы және әлеуметтік автономияның бір түрі болып табылады.

«Diaspora» термині бизнес-идеялар таратылатын, ресурстар тасымалданатын, ақпаратқа қол жеткізуді қамтамасыз ететін және сенім тудыратын трансұлттық және этномәдени желілердің маңыздылығын атап көрсетеді. Диаспоралық байланыстар кәсіпкерлікті бастауды жеңілдетуде, әсіресе көші-қонның бастапқы кезеңдерінде, институционалдық қолдаудың жетіспеушілігінің орнын толтыруда маңызды рөл атқарады. Кластерге «gender» терминін енгізу де маңызды аспект болып табылады, бұл мигранттар арасындағы кәсіпкерлік қызметтің гендерлік сараланuын көрсетеді. Мигрант әйелдер жынысына да, көші-қон мәртебесіне де байланысты екі жақты кемсітушілікке ұшырайды және көбінесе бәсекелестігі төмен, бірақ әлеуметтік маңызы жоғары тауашаларды таңдайды (мысалы, балалар мен қарттарға күтім көрсету, сұлулық қызметтері, этникалық тағамдар). Қазіргі заманғы зерттеулер гендерлікті кәсіпкерлік мүмкіндіктерге және институционалдық қолдауға біркелкі емес қолжетімділікті анықтайтын қиылысатын аналитикалық деңгей ретінде қарастырады. «Labor market» термині мигранттардың кәсіпкерлік жолын таңдауын анықтайтын құрылымдық шектеулер мен мүмкіндіктер туралы деректерді біріктіреді. Бірқатар елдерде мигранттар экономиканың ресми секторынан жүйелі түрде алынып тасталады, бұл өзін-өзі жұмыспен қамту және көлеңкелі экономикаға тартылу үрдістерін күшейтеді. Кластерлік зерттеулер мұндай жағдайда кәсіпкерлік тек экономикалық емес, сонымен қатар ресми институттарды айналып өту және бейімделу жолдарын көрсететін саяси әрекет екенін атап көрсетеді. «Халықаралық көші-қон» термині де маңызды болып табылады, ол көші-қон кәсіпкерлік процестері жүретін жаһандық контекстті білдіреді, бұл бізге тек жергілікті жағдайларды ғана емес, сонымен қатар қабылдау саясатына, мәдени нормаларға және әлеуметтік климатқа байланысты мигранттардың кәсіпкерлік қызмет нысандарындағы ұқсастықтар мен айырмашылықтарды ашатын салыстырмалы халықаралық зерттеулерді қарастыруға мүмкіндік береді. Жасыл кластер жеке ресурстарды, диаспоралық байланыстарды, гендерлік рөлдерді және институционалдық контексттерді біріктіретін әлеуметтік және экономикалық бейімделудің күрделі нысаны ретінде көшіп-қону кәсіпкерлігін түсіндіретін бағытты білдіреді. Талдау нәтижесі шектеулі мүмкіндіктер жағдайында балама экономиканың қалай қалыптасатынын, сондай-ақ ресми еңбек нарықтарында мигранттардың маргиналдануы қандай әлеуметтік салдарға әкелетінін жақсы түсінуге мүмкіндік береді. Сонымен бірге, шағын көші-қон бизнесін заңдастыруға, қолдауға және дамытуға бағытталған инклюзивті саясатты әзірлеу перспективасын ашады.

Сары кластер, иммиграция, демографиялық құрылым және мигранттар тәжірибесі. Кластер демографиялық сипаттамаларға, көші-қон

траекторияларына және кәсіпкерлік қызметке тартылған мигранттардың субъективті тәжірибесіне бағытталған арнайы зерттеу сегментін құрайды. Алдыңғы кластерлерден айырмашылығы, мұнда екпін институционалдық және экономикалық жағдайлардан қоныс аударатын топтардың өмірлік сипаттамалық және сандық параметрлеріне ауысады, бұл демографиялық, өмірбаяндық және мәдени-әлеуметтанулық талдау үшін өріс ашады. «Immigrant population» негізгі термині этникалық кәсіпкерлік иммигранттар қауымдастығының мөлшері, құрылымы және құрамы призмасы арқылы талданатын басылымдардың жоғары шоғырлануын көрсетеді. Сілтемелер мигранттардың арасындағы кәсіпкерлер үлесін, олардың жас және гендерлік ерекшеліктерін, білім деңгейін, еңбек нарығындағы мәртебесін, тұрғылықты жерінің түрін (қала/шеткі) және құқықтық мәртебесін бағалауға мүмкіндік беретін демографиялық деректерге негізделген. Бұл тәсіл кәсіпкерлік әлеуеті жоғары топтарды, сондай-ақ ең үлкен құрылымдық кедергілерге ұшыраған топтарды анықтауға мүмкіндік береді. «Immigration» терминінің болуы көші-қон процестерінің тарихи және саяси-құқықтық контекстінің маңыздылығын көрсетеді. Осы кластер аясындағы зерттеулер көші-қон типологияларын, сондай-ақ кәсіпкерлік мүмкіндіктерге қол жеткізуге тікелей әсер ететін мигранттардың құқықтық жағдайындағы айырмашылықтарды қарастырады. Мигранттарды қабылдау саясатына, олардың әлеуметтік интеграциялану деңгейлеріне және көші-қон заңнамасының инклюзивтілік дәрежесіне ерекше назар аударылады. Бұл кластердегі орталық орынды сапалы зерттеу әдістемелеріне, баяндау талдауларына, өмірбаяндық сұхбаттарға, этнографиялық тәсілдерге бетбұрысты білдіретін «migrants experience» ұғымы алады. Бұл назарда кәсіпкерлік тек экономикалық тәжірибе ретінде ғана емес, сонымен қатар қабылдаушы қоғамда әлеуметтік бейімделу, сәйкестендіру, психологиялық тұрақтандыру және символдық тану функцияларын орындауға қабілетті өмірлік бағыттың элементі ретінде қарастырылады. Зерттеушілер жеке көші-қон тәжірибесі, маргинализация, жарақат, нәсілдік кемсітушілік немесе әлеуметтік жұмылдыру тәжірибесінің жеке тәжірибесі кәсіпкерлік қызметке қатысу мотивтері мен нысандарын қалай қалыптастыратынын талдайды. Сары кластер этникалық кәсіпкерліктің адамдық жағын неғұрлым нәзік түсінуге ықпал етеді. Кәсіпкердің өзін экономикалық әрекеттің абстрактілі агенті ретінде емес, нақты тарихы, тәндік қасиеті, мәдени жады және көші-қон контексі бар әлеуметтік субъект ретінде бірінші орынға шығарады. Осы тәсілдің аясында кәсіпкерлік көбінесе абыройды қалпына келтіру, автономия құру және көші-қонның теріс тәжірибесін өнімді әрекетке айналдыру тәсілі ретінде түсініледі. Кластер сонымен қатар көші-қон және кәсіпкерлік саласындағы микросоциологиялық және мәдениеттануды дамытуға ықпал етеді. Ол демографияның, нарративті әлеуметтанудың, миграциялық зерттеулердің және тіпті әлеуметтік психологияның қиылысында орналасқан. Бұл кластердің призмасы арқылы мыналарды жасауға болады:

– кәсіпкерлікке апаратын типтік өмірбаяндық траекторияларды анықтау;

– көшіп-қонушылардың ұрпақтары арасындағы мотивацияның айырмашылығын талдау;

– іскерлік белсенділікті қабылдаудағы ұрпақ аралық өзгерістерді зерттеу;

– мигранттардың әртүрлі санаттарының субъективті тәжірибесі мен қажеттіліктерін тануға негізделген саясатты қалыптастыру.

Кластер макроэкономикалық және институционалдық тенденцияларды талдау кезінде адами өлшемді есепке алудың маңыздылығын айта отырып, этникалық кәсіпкерлік мәселелері бойынша зерттеулерді ізгілендіруде шешуші рөл атқарады.

Күлгін кластер, экономикалық белсенділік және этникалық кәсіпкерліктің дамуға қосқан үлесі. Ол этникалық кәсіпкерлердің экономикаға қатысуының макроэкономикалық, институционалдық-стратегиялық және саяси-экономикалық аспектілеріне бағдарланған бағытты құра отырып, этникалық кәсіпкерліктің тақырыптық кеңістігінің құрылымында ерекше орын алады. Бұл кластердегі байланыстардың тығыздығы өзекке қарағанда (мысалы, қызыл кластер) төмен болғанымен, ол этникалық кәсіпкерлікті жекелеген субъектілердің бейімделу тәжірибесі ретінде ғана емес, сонымен қатар экономикалық өсудің, нарықтық жүйелердің тұрақтылығының және трансформациясының құрылымдық элементі ретінде қарастыруға мүмкіндік беретін маңызды перспективаны көрсетеді. «Economic development» және «economic activity» негізгі терминдері осы кластерге енгізілген жарияланымдар қабылдаушы елдердің, аймақтардың және қалалық қауымдастықтың әлеуметтік-экономикалық дамуына этникалық кәсіпкерлердің үлесін бағалауға бағытталғанын көрсетеді. Мұнда кәсіпкерлік қызмет келесі функцияларды орындауға қабілетті жалпы экономикалық динамиканың құрамдас бөлігі ретінде түсіндіріледі:

– жұмыс орындарын құру, оның ішінде этникалық анклавтар мен экономикалық жетіспеушілік аймақтарында;

– салық түсімдерін арттыру және ішкі нарықты кеңейту;

– мәдениетаралық алмасуға және трансұлттық сауда ағындарына бағытталған бірегей бизнес үлгілерін қосу арқылы экономикалық құрылымды әртараптандыру;

– кәсіпкерлік ортаны жаңарту, әсіресе экономиканың қартаюы немесе тоқырауы жағдайында.

Бұл кластерге кіретін көптеген зерттеулер, еңбек етудің дәстүрлі нысандары төмендеп жатқан осал немесе шеткері аймақтарда мигранттардың бизнесінің экономикалық белсенділіктің катализаторына қалай айналатынын талдайды. Мысалы, шағын қалалар мен қала маңындағы аудандарда көшіп-қонып жүрген кәсіпкерлер көбінесе инфрақұрылымды ұстау, тұрмыстық қызмет көрсету, азық-түлік бөлшек саудасы және логистика функцияларын алады, осылайша аумақтардың экономикалық байланысы мен әлеуметтік тұрақтылығын арттырады. Этникалық кәсіпкерлердің ұлттық экономикаға қатысуын жеңілдететін (немесе, керісінше, кедергі келтіретін) институционалдық жағдайларға ерекше назар аударылады. Мұнда мигранттарды экономикалық кеңістікке қосудың әртүрлі үлгілері, олар «deregulatory business models» жеңілдететін либералдық үлгілерден бастап бейімделудің және сәйкестікті жоғары дәрежеде талап ететін қатаң, бюрократиялық қанықкан жүйелерге дейін

талданады. Кейбір жарияланымдар өмір сүру, кірістілік және тұрақтылық көрсеткіштерін жергілікті кәсіпорындардың көрсеткіштерімен салыстыра отырып, көшіп-қону бизнесінің экономикалық тиімділігіне назар аударады. Сондай-ақ күлгін кластердің ішінде «sustainable development» стратегиялары аясында, әсіресе БҰҰ мақсаттары мен инклюзивті экономикалық өсудің жергілікті бағдарламалары контекстінде этникалық кәсіпкерліктің әлеуетін зерттейтін зерттеулер пайда болуда. Этникалық кәсіпкерлер әлеуметтік кәсіпкерлік, ынтымақтастық, экологиялық жауапкершілік және мәдениетаралық өзара әрекеттестік элементтерін қамтитын балама бизнес тәжірибесінің тасымалдаушылары ретінде қарастырылады. Түйінді сөздердің салыстырмалы тарлығына қарамастан, бұл кластер концептуалды түрде басқа салалармен қиылысады және талдаудың микро және макро деңгейлері арасында көпір қызметін атқарады. Онда этникалық кәсіпкерлердің күнделікті тәжірибесі жергілікті сипатына қарамастан, мемлекеттік саясаттың, инвесторлардың және аналитикалық құрылымдардың назарын аударуға тұрарлық маңызды экономикалық нәтижені құрайтынын атап көрсетеді.

Диссертациялық жұмыстың бұл тарауы этникалық кәсіпкерлікті талдаудың теориялық және әдістемелік негіздемесіне, сонымен қатар оның мәні, нысандары мен құрылымдық детерминанттары туралы ғылыми білімдерді жүйелеуге арналды. Этникалық кәсіпкерлік көші-қон процестерінің, әлеуметтік мобильділіктің, институционалдық шектеулердің және мәдени сәйкестіктің тоғысқан жерінде орналасқан күрделі әлеуметтік-мәдени және экономикалық құбылыс ретінде қарастырылды. Этникалық кәсіпкерлік, этникалық экономика, анклав экономикасы, трансұлттық кәсіпкерлік сияқты негізгі ұғымдарды талдау, сондай-ақ оларды әлеуметтік теорияның категориялық аппараты арқылы оператизациялау зерттеудің пәндік саласын белгілеуге мүмкіндік берді. Трансұлттық иммигрант-кәсіпкер және ішкі иммигрант-кәсіпкер ұғымдары ерекшеленді, бұл әсіресе көші-қон бизнесінің жергілікті және трансшекаралық кіріктіруінің қос логикасын түсіну үшін маңызды. Тарауда этникалық бизнестің пайда болуы мен тұрақтылығының механизмдерін түсіндіретін теориялық тәсілдерге ерекше назар аударылды. Мәдени көзқарастың классикалық үлгілері, этникалық тауашалар теориясы, құрылымдық және институционалдық тәсілдер жеке факторларды түсіндіруде құндылығын көрсетті, бірақ оқшауланған жағдайда олар урбанизацияланған ортадағы көшіп-қонушылардың кәсіпкерлікке тән күрделі динамикасын түсіндіру үшін жеткіліксіз болып шықты. Бұл контексттегі ең перспективалы бағыт этникалық кәсіпкерліктің интерактивті моделі болып табылады, онда этникалық ашылықтардың кәсіпкерлік стратегиясы мүмкіндіктер құрылымы мен топтық ресурстардың өзара әрекеттесуі нәтижесінде түсіндірілетін аналитикалық құрылым ұсынылды. Бұл модель тек этникалық бизнестің болуын ғана емес, олардың орныгуының себебін, трансформациясын және институционалдық ортамен өзара әрекеттесуін түсінудің әдістемелік негізі болды. Желілік және институционалдық перспективаларды біріктіретін және ұлттық, аймақтық және қалалық деңгейлердегі факторлардың ауқымды концептуализациясын ұсына отырып, аралас ендірілген модельге одан әрі даму берілді. Бұл модель қалалық

жағдайларды, соның ішінде этникалық топтардың кәсіпкерлік қызметі құрылымдық шектеулердің, көп деңгейлі реттеу ортасының және трансұлттық желілердің қиылысында қалыптасқан Алматының мегаполисін қоса алғанда, талдау үшін өзекті болып табылады. Ғылыми басылымдардың библиографиялық және кластерлік талдауы этникалық кәсіпкерліктің заманауи зерттеу саласы құрылымды, агенттікті, трансұлттық және цифрландыруды біріктіретін түсіндірудің көп деңгейлі үлгілеріне көбірек бейім екенін растады. Осыны ескере отырып, диссертацияның теориялық бөлімі Алматы қаласының қалалық кеңістігіндегі этникалық кәсіпкерліктің ендірілген логикасын зерттеу үшін эмпирикалық зерттеулерге көшуге берік негіз жасайды.

2 ЭТНИКАЛЫҚ ЭКОНОМИКАЛАР, ИНТЕГРАЦИЯЛЫҚ СТРАТЕГИЯЛАР ЖӘНЕ ҚАЛА КЕҢІСТІГІНДЕГІ ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІЛЕР

2.1 Қалалық контексте этникалық азшылықтардың әлеуметтік желілерінің механизмдері

Этникалық мигранттардың кәсіпкерлік қызметі олардың туыстық және достық желілерінен тұратын әлеуметтік құрылымымен тығыз байланысты. Этникалық қауымдастықтар өмірінің көп бөлігі әлеуметтік кеңістік, экономикалық жағдай және қоғамдық өмір арқылы осы желілердің төңірегінде ұйымдасқан және тығыз байланысты. Бұл жұмыста біз этникалық институттардың рөліне, атап айтқанда капиталды тартуға, жұмыс күшін жалдауға және жеткізушілермен және тұтынушылармен жұмыс істеуге назар аударамыз.

Әдетте, бизнес операциялары туралы тиісті ақпарат иелерінің жеке желілері немесе этникалық қауымдастықтармен де байланыстырылған басқа жанама желілер арқылы алынады. Бұл желілердің құрылымы топтардың өзіндік ерекшеліктеріне байланысты әртүрлі болуы мүмкін. Мысалы, кейбір этникалық топтардың иерархиялық ұйымдасқан отбасылары және отбасылық адалдық пен міндеттілік сезімі күшті болуы мүмкін, ал басқа топтардың шекаралары көбірек болуы мүмкін. Жұмыс орнында оқыту мүмкіндіктері үшін контактілерге қол жеткізуді қамтамасыз ететін немесе үлгі көрсететін басқа ақпарат көзі - этникалық бизнестегі жұмысқа орналасу. Сондықтан олардың басым этникалық топ мүшелерінің арасында үлкен фирмаларда жұмыс істейтін әріптестеріне қарағанда кейіннен меншікті қабылдау ықтималдығы жоғары. Дегенмен, отбасы мүшелерінің жұмысқа орналасу және тәжірибе мен пайдалы байланыстар алу мүмкіндігі тек этникалық топтың өкіліне қарағанда жоғарырақ, өйткені шағын бизнес үшін негізгі жұмыс күшін отбасы қамтамасыз етеді. Осылайша, отбасылары бұзылмаған елге келген немесе кейінгі көші-қон арқылы отбасын тез қалпына келтіре алатын иммигранттар мүмкін еместерге қарағанда артықшылыққа ие. Сол сияқты көпбалалы этникалық топтардың, отбасының қатысуының жоғары деңгейінің және ұжымдық жетістіктерге баса назар аударатын нормалардың басқаларға қарағанда біршама артықшылығы бар. Алайда этникалық кәсіпкерліктің кейбір зерттеулері бизнес үшін күшті отбасы құрылымының әрқашан қажет емес екенін көрсетеді.

Этникалық кәсіпкерліктің қазіргі заманғы зерттеулері әлеуметтік желілердің қалалық ортада мигранттардың экономикалық белсенділігі үшін жағдайларды қалыптастыруда шешуші рөл атқаратынын атап көрсетеді. Бұл диссертациялық жұмыста әлеуметтік желілер бейімделу процесінде ресурстарды жұмылдыруды, ақпарат алмасуды және қолдауды қамтамасыз ететін этникалық, туыстық, аймақтық шығу тегі, діні және жалпы көші-қон траекториясына негізделген тұрақты тұлғааралық және институционалдық байланыстардың жиынтығы ретінде түсініледі. Бұл желілер экономикалық мүмкіндіктерге қол жеткізудің баламалы құрылымдары ретінде жұмыс істейді, әсіресе қалалардағы

этникалық азшылықтар тап болған шектеулі институционалдық инклюзия және әлеуметтік осалдық жағдайында.

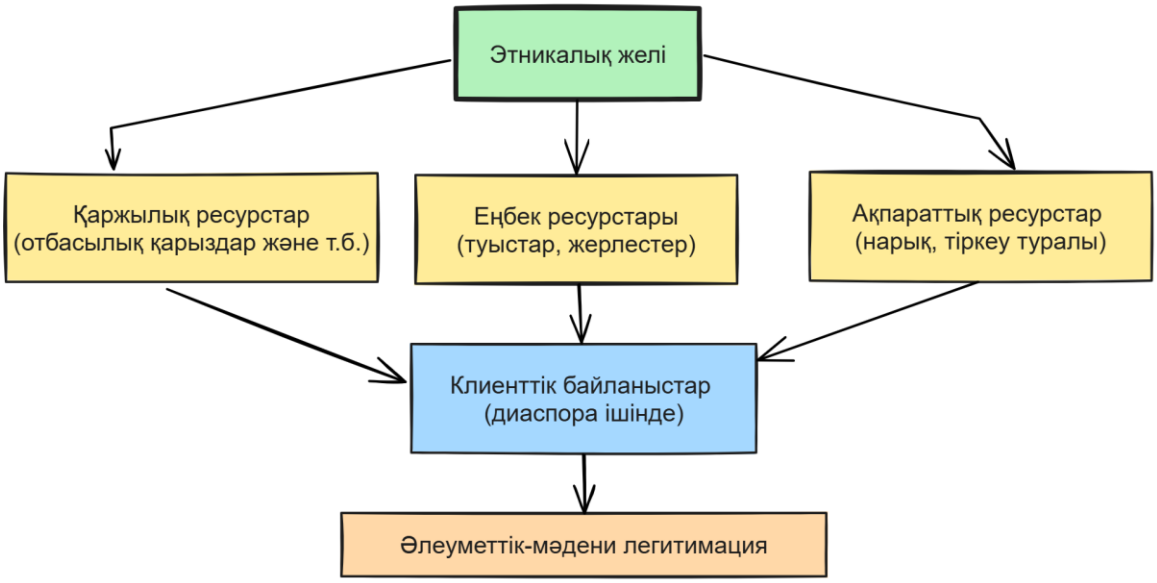
2.1.1 Этникалық желілер ресурстарды жұмылдыру инфрақұрылымы ретінде

Қалалық көші-қон контекстіндегі этникалық әлеуметтік желілердің негізгі факторы олардың кәсіпкерлік қызметті бастау, қолдау және масштабтау үшін қажетті ресурстарды тиімді жұмылдыру қабілеті болып табылады. Желілер этникалық азшылық өкілдері ұшырасатын құрылымдық шектеулерді ішінара немесе толық өтей алатын баламалы институционалдық ортаны құрайды: банктік қаржыландыруға, құқықтық қолдауға, мемлекеттік субсидияларға, ресми жұмыспен қамту арналарына және институттандырылған іскерлік байланыстарға қолжетімділіктің шектелуі. Zhou (2005) концептуализациясына сәйкес, этникалық желілер мигранттардың экономикалық бейімделуінде өтемдік рөл атқарады, әсіресе қабылдаушы қоғамда ресурстарға қолжетімділік шектеулі немесе қолжетімсіз болған жағдайда. Мұндай жағдайларда этникалық топ ішіндегі әлеуметтік байланыстар капиталды жинақтау мен бөлудің балама механизміне айналады. Этникалық желілер бастапқы инвестициялар, бірлескен жинақтар немесе бейресми несиелер түріндегі қаржылық ресурстарды ғана емес, сонымен бірге еңбек ресурстарын ең алдымен туыстарын, жерлестерін және қоғамдастық мүшелерін тарту арқылы қамтамасыз етеді [110, б. 131]. Сонымен қатар, желі бастапқы клиенттік базаны қамтамасыз етеді, әсіресе бизнес этникалық тұтынушыға қызмет көрсетуге бағытталған жағдайларда, осылайша маркетингтік шығындарды азайтады және тұтынушылардың адалдығын арттырады. Оған қоса, этникалық желілер маңызды мәліметтердің айналымын, соның ішінде, бизнесті тіркеу талаптары, жергілікті сұраныстың ерекшеліктері, құқықтық және салықтық кедергілер, бақылаушы органдармен өзара әрекеттесу стратегиялары, сондай-ақ басым топтар иеленбейтін нарықтық тауашалар туралы қамтамасыз ететін маңызды ақпараттық ресурс ретінде әрекет етеді. Ресми ақпараттың жеткіліксіздігі немесе мемлекеттік арналарға сенімсіздік жағдайында бұл желі институционалдық ортада жедел білімнің, практикалық ұсыныстардың және бағдардың негізгі көзіне айналады. Этникалық желілердің тұрақты және ықпалды нысандары бір мезгілде жұмылдыру, бөлу және бақылау функцияларын орындайтын отбасылық және қауымдық құрылымдар болып табылады. Lai (2022) Италиядағы қытайлық кәсіпкерлерді зерттеуі отбасылық және қауымдастық байланыстарының жоғары тығыздығы ынтымақтастықтың көлденең және тік арналарының қалыптасуына ықпал ететінін, персонал тұрақтылығын ғана емес, сонымен қатар бизнесті басқарудың жоғары деңгейін қамтамасыз ететінін көрсетеді. Мұндай желілер отбасы немесе қоғамдастық мүшелері арасында жауапкершілікті икемді түрде қайта бөлуге, сыртқы жұмысшыларды жалдау тәуекелдерін азайтуға және бақылау, сенімсіздік пен қызметкерлердің ауысуына байланысты транзакциялық шығындарды азайтуға мүмкіндік береді. Бұл тұрғыда отбасы тек жұмыс күшін жеткізуші ретінде ғана емес, сенімге, өзара міндеттемелерге және ұрпақтар сабақтастығына негізделген кәсіпкерліктің мәдени маңызды моделін қалыптастыратын ұйымдық негіз ретінде де әрекет етеді. Отбасының бизнеске араласуы мінез-құлықтың бейресми

реттеушілерін нығайтады және қатаң шарттық механизмдерге деген қажеттілікті азайтады. Сонымен қатар, отбасылық желілер кәсіпкерге коммерциялық несиелер бойынша жоғары пайыздық мөлшерлемелерді және ресми қарыз алумен байланысты қаржылық тәуекелдерді болдырмауға мүмкіндік бере отырып, ішкі несиелеу функциясын орындайды [104, б. 387]. Сондай-ақ, қауымдастық желілерінің отбасылық желілерге қарағанда кеңірек ауқымы мен бейімделу қабілеті бар екенін атап өткен жөн, өйткені олар ортақ шығу тегі, этникалық сәйкестік, ортақ көші-қон жолдары немесе кәсіби траекторияларға сүйенеді. Lai (2024) олар бір этникалық топтың мүшелері арасында байланыстар алмасуға, жеткізу тізбегін қалыптастыруға, тәжірибе алмасуға және бейімделу стратегияларына мүмкіндік беретін көлденең өзара әрекеттесудің қосымша қабатын жасайтынын атап өтеді. Қалалық ортадағы этникалық желілер маргиналданған топтарға тән ресурстарға шектеулі қолжетімділікті өтеуге қабілетті институционалды инфрақұрылымды білдіреді. Олардың функционалдық жүктемесі әлеуметтік қолдаудан әлдеқайда асып түседі: олар экономикалық қызметтің негізіне, қорларды жинақтау, қайта бөлу және қорғау кеңістігіне айналады, сонымен бірге этникалық кәсіпкерлердің институционалдық алып тастау жағдайында да қалалық экономикаға тұрақты интеграциясын қамтамасыз етеді [105, б. 29]. Шектеулі институционалдық инклюзия жағдайында қалалық кеңістіктегі этникалық азшылықтардың әлеуметтік желілері әлеуметтік қолдау құралы ғана емес, сонымен бірге экономикалық жұмылдырудың толыққанды инфрақұрылымы болып табылады. Олардың функционалдық құрылымына ресурстарды көлденең және тік бөлу механизмдері, сенімді ақпараттық арналарды және тұрақты кооперативтік байланыстарды қалыптастыру кіреді. Көрнекі модельде көші-қон контекстінде кәсіпкерлік қызмет үшін институционалдық ресурс ретінде этникалық желінің жұмыс істеуінің кешенді сызбасын ұсынады (9-суретті қараңыз):

Сурет этникалық желінің бес негізгі құрамдас бөлігінің айналасында құрылғанын көрсетеді:

- қаржылық;
- еңбек;
- ақпарат;
- клиент ресурстары;
- мәдени заңдылық.



Сурет 9 – Этникалық желілер мигранттарды экономикалық жұмылдырудың институционалдық инфрақұрылымы ретінде

Дереккөз: дереккөз бойынша автор құрастырған [105]

Жоғарыда көрсетілген элементтер бір мезгілде қол жетпес немесе жауласатын сыртқы институттарға қатысты компенсаторлық функцияны орындайды және этникалық бизнес пайда болып қана қоймай, сонымен бірге қайта өндірілетін ішкі институционалдық ортаны жасайды. Бұл тәсіл әлеуметтік желіні перифериялық жағдай ретінде емес, қалалық экономика жағдайында этникалық азшылықтардың кәсіпкерлік агенттігінің өзегі ретінде қарастыруға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, модель құқықтық және экономикалық тұрақсыздық жағдайында желілік қосылыстардың тұрақтылығын қамтамасыз ететін сенім мен өзара әрекеттестіктің бейресми нормаларының орталық рөлін атап көрсетеді. Осылайша этникалық желілер «бейімделетін ресурстан» көші-қон ортасындағы мүмкіндіктер құрылымы мен мінез-құлық стратегияларын белсенді түрде қалыптастыратын экономикалық институтқа айналады.

2.1.2 Этникалық селективтілік және желілердің құрылымы

Көші-қон жағдайындағы этникалық әлеуметтік желілердің қалыптасуы мен көбеюінің негізінде жатқан негізгі социологиялық тетіктердің бірі гомофилия принципі болып табылады. Barwick (2017) гомофилия жеке адамдардың ең алдымен ұқсас белгілері бар адамдармен әлеуметтік қарым-қатынасқа түсу үрдісі ретінде түсініледі деп жазады: этникалық, тіл, дін, миграциялық статус, мәдени нормалар және бейімделу тәжірибесі [106, б. 410]. Этникалық азшылықтар ішінде гомофилия тек психологиялық қатынасқа ғана емес, сонымен қатар құралдық ресурсқа айналады, өйткені ол әлеуметтік осалдық жағдайында өзара әрекеттесу үшін анағұрлым болжамды, сенімді және тұрақты ортаны құруға мүмкіндік береді. Қалалық кеңістіктегі этникалық қауымдастықтардағы гомофильдік байланыстардың қалыптасуы ішкі факторлармен де – қауіпсіздікке, қорғауға, өзіндік және мәдени тұтастыққа ұмтылумен, сыртқы шектеулермен де анықталады. Barwick (2022) қалалық көші-

қон жағдайында гомофилия көбінесе еркін таңдаудың нәтижесі емес, ресурстарға, мүмкіндіктерге және басқа топтардың өкілдерімен өзара әрекеттесуге қол жеткізуді шектейтін институционалдық және кеңістіктік кедергілерге реакция екенін атап көрсетеді. Кедергілерге аумақтық сегрегация, еңбек және тұрғын үй нарығындағы кемсітушілік тәжірибе, инклюзивті қоғамдық кеңістіктердің қолжетімсіздігі, тілдік кедергілер, сондай-ақ қабылдаушы институционалдық ортаның жеткіліксіз икемділігі жатады [107, б. 466]. Нәтижесінде гомофильдік желілер тұру, жұмысқа орналасу және тұтынудың күнделікті тәжірибесі арқылы көбейтіледі. Этникалық топтар қаланың белгілі бір аймақтарында шоғырланған, бір инфрақұрылымды пайдаланады, мысалы, Алматыда, «Көк базар» сияқты этникалық базарларды немесе ұлттық тағамдары бар дәмханаларды пайдаланады және нәтижесінде олар біртекті еңбек кеңістігі аясында өзара әрекеттеседі, мысалы, құрылыс, қызмет көрсету, сауда, бірте-бірте кеңістіктік және әлеуметтік біртекті құрылымды қалыптастырады. Мұндай локализацияланған гомофилия әлеуметтік өзін-өзі ұйымдастырудың бір түрі ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік тұрақсыздық жағдайында сыртқы тәуекелдерді және транзакциялық шығындарды азайтудың мәжбүрлі стратегиясын білдіреді.

Алайда, олардың бейімделу функцияларына қарамастан, гомофильді желілер екі жақты сипатқа ие. Бір жағынан, олар сенім орнатуға, үйлестіруді жеңілдетуге, ресурстарды жұмылдыруға, өзара қолдауды қамтамасыз етуге және кемсітушіліктен қорғауға көмектеседі. Бұл мүліктер бизнесті тіркеу, лицензия алу, несие алу және үй-жайларды жалға алу кезінде жиі институционалдық кедергілерге тап болатын этникалық мигранттардың кәсіпкерлік қызметі үшін өте маңызды. Гомофилдік желілер кәсіпкерлік қызметтің бастапқы кезеңдерінде белгісіздікті азайтып, экономикалық тұрақтылықты нығайта отырып, клиенттермен, жеткізушілермен және қызметкерлермен мәдени жақындықтың артықшылығын пайдалануға мүмкіндік береді. Екінші жағынан, шамадан тыс гомофилия әлеуметтік және экономикалық оқшаулануға әкелуі мүмкін. Этникалық топ ішіндегі желінің жабық сипаты нарықтың кең сегменттеріне, кәсіби бірлестіктерге, шағын бизнесті қолдау жөніндегі мемлекеттік бағдарламаларға қол жеткізуді шектейді, этносаралық тәжірибе алмасу, инновациялар мен институционалдық сенім мүмкіндіктерін азайтады. Мұндай желілер көбінесе төмен ұтқырлық, бейресми және этникалық бизнестің өсуі мен кәсіпқойлануына кедергі келтіретін ішкі сұранысқа тәуелділік үлгілерін жаңғыртады. Hofstra (2017) бұл контексте әртүрлі, топаралық байланыстарға қол жеткізу әлеуметтік мобильділіктің негізгі факторы болып табылатын «желілік теңсіздік» туралы айтады, ал оның болмауы құрылымдық маргинализация факторы болып табылады [108, б. 625].

Гомофилия этникалық желілер құрылымында тұрақтандырушы да, шектеуші де қызмет атқарады. Ол ішкі ынтымақтастықты нығайтады, кәсіпкерлік стратегияларды қолдайды және бейімделу шығындарын азайтады, бірақ сонымен бірге институционалдық интеграция мен нарықтың кеңеюіне кедергілер тудыруы мүмкін. Инклюзивті және тұрақты қалалық ортаны қалыптастыру үшін әртүрлі этникалық топтардың өкілдері әлсіз байланыстар

құра алатын (Granovetter бойынша), жаңа мүмкіндіктерге және кеңірек әлеуметтік капиталға қол жеткізе алатын қиылысатын кеңістіктерге институционалдық қолдау қажет.

Этникалық кәсіпкерлікте гомофилия принципінің жүзеге асуы Алматы қаласындағы тәжік мигранттар қауымының мысалында айқын көрінеді. Жүргізілген әлеуметтанулық және эмпирикалық-картографиялық талдау көрсеткендей, мегаполистегі тәжік мигранттары негізінен этникалық, аймақтық шығу тегі, тілі және діни ерекшелігіне негізделген жергілікті және тығыз байланысты әлеуметтік желілерді құрайды. Желілер мигранттардың тығыздығы жоғары аудандарда және базарлар, құрылыс алаңдары, көше сауда нүктелері және қала экономикасының қызмет көрсету сегменттері сияқты инфрақұрылымдық аймақтарда ұсынылған әлеуметтік-кеңістіктік кластерлер болып табылады. Алматыдағы тәжік этникалық кәсіпкерлігінің басты ерекшеліктерінің бірі – гомофильдік байланыстардың әрі құрал, әрі шектеу рөлін атқаруы. Бір жағынан, тәжік мигранттары бастапқы капиталды жұмылдыру, базарларда үй-жайларды жалға алу, жұмыс күшін таңдау және негізгі клиенттерді қалыптастыру үшін отбасылық және аймақтық байланыстарды белсенді пайдаланады. Мысалы, «Көк базар», сондай-ақ «Саяхат», «Алтын Орда» және «Барлық» базарларының аумағында тәжік кәсіпкерлері тығыз көлденең желілерді құрайды, олар арқылы тұрақты ақпарат алмасу, материалдық ресурстар және институционалдық стратегиялар жүзеге асырылады. Тәжік мигранттарымен (2024–2025 ж.ж.) жүргізілген сұхбаттардың нәтижелері бойынша респонденттердің көпшілігі кәсіпкерлік қызметті нарықта жұмыс істейтін достарымен немесе туыстарымен жұмыс тапқаннан кейін бастағанын және 80% жағдайда бастапқыда жеке байланыстар арқылы бейресми несиелер мен жалдау ақысына сүйенгенін көрсетті. Екінші жағынан, бұл желілердің гомофильді оқшаулануының жоғары деңгейі сыртқы ресурстарға қолжетімділіктің шектелуіне әкеледі: шағын бизнесті субсидиялаудың мемлекеттік бағдарламалары, заңгерлік кеңестер, салық жеңілдіктері және институционалдық интеграция мүмкіндіктері. Мұндай желілердегі кәсіпкерлер, әдетте, диаспораның ішкі сұранысына назар аударады, бұл бейімделу тәуекелдерін азайтады, бірақ бизнесті кеңейту және этносаралық нарыққа шығу әлеуетін шектейді. Оның үстіне, тәжік кәсіпкерлері олардың оқшауланууын күшейтетін теріс стереотиптермен жиі кездеседі: нарық олардың экономиканың неғұрлым ресми секторларына ілгерілеуіне кедергі келтіретін жұмыспен қамтудың жалғыз мүмкін кеңістігі ретінде қабылданады. Гомофильдік байланыстар тұрғын үй аспектілерінде де айқын көрінеді. Көші-қонды бөлу (IOM) бойынша кеңістіктік деректерге сәйкес, тәжік мигранттары негізінен Алматыда, атап айтқанда, өнеркәсіптік аймақтарға жақын орналасқан шағын аудандарда тұрады. Жерлестердің, жалпы мешіттердің және этникалық мамандандырылған дүкендердің болуы күнделікті ынтымақты нығайтады және жұмыс пен тұтынудың гомофильдік үлгілерін көбейтуге ықпал етеді.

2.1.3 Этникалық желілер ішіндегі әлеуметтік және институционалдық стратификация

Этникалық әлеуметтік желілердің құрылымын талдау кезінде олардың сыртқы функцияларын – ресурстарды жұмылдыруды, бейімделуді қамтамасыз етуді, транзакциялық шығындарды азайтуды ғана емес, сонымен қатар олардың ішкі ұйымдастырылуы мен институционализация дәрежесін де ескерген жөн. Қалалық ортадағы этникалық азшылықтардың әлеуметтік желілері ресурстарға, капиталға және мүмкіндіктерге қол жеткізу біркелкі емес бөлінуі мүмкін гетерогенді құрылымдар болып табылады. Ішкі теңсіздік көкжиегі, бір жағынан, этникалық топтың өз ішіндегі әлеуметтік стратификацияны көрсетсе, екінші жағынан, иерархияның тұрақты нысандарын, оқшауландыруды және кәсіпкерлік қызметке тең емес қатысуды тудырады. Осы талдау аясында өзара байланысты үш аспектіні қарастырған жөн сияқты:

– ресурстарға қол жеткізу иерархиясы;
– желінің институционалдық толықтық дәрежесі;
– желілік ұйымдастыру формасы ретіндегі отбасылық бизнестің құрылымдық рөлі.

Бұл аспектілердің әрқайсысы этникалық желілердің ішкі динамикасын ғана емес, сонымен қатар қалалық көші-қон экономикасы жағдайында олардың трансформациялық әлеуетінің шегін ашады.

Желілік ресурстардың иерархиясы және қолжетімділігі. Этникалық желілердің негізгі сипаттамаларының бірі жеке және құрылымдық факторлармен анықталатын олардың ресурстарына қолжетімділіктің біркелкі бөлінбеуі болып табылады. Польшадағы украиндық мигранттардың мысалында жүргізілген Kindler (2021) зерттеуіне сәйкес, желіге қосылу және әлеуметтік мәртебенің тұрақтылығы көптеген параметрлерге байланысты: көші-қон тәжірибесі, білім деңгейі, құқықтық мәртебе және жұмыс түрі. Қалаға жаңадан келген және әлеуметтік капиталы дамымаған мигранттар этникалық желінің шеткі бөлігінде орналасады, онда олар үшін ең құнды ресурстар – бос орындар, баспана, құқықтық және медициналық көмек, заңдастыру және институттық ілгерілеу арналары туралы ақпарат қолжетімсіз [109, б. 513]. Мұндай ішкі иерархия этникалық желінің интеграциялық әлеуетін төмендетеді, оны теңсіздік пен кедергілердің репродукторына айналдырады; желінің орталығында орналасқандар – тұрақты байланыстары бар, заңдастырылған мәртебесі және кәсіпкерлік тәжірибесі бар «ескі» мигранттар өздерінің жағдайын әлеуметтік ресурстарды капиталдандыру және этникалық экономиканың негізгі сегменттеріне қол жеткізуді монополиялау үшін пайдалана алады [109, б. 517]. Әрбір желі автоматты түрде қамтылмайды: оған қол жеткізу дәрежесі субъектінің топ ішіндегі құрылымдық жағдайын талдауды талап етеді. Институционалдық толықтық және ішкі инфрақұрылым. Этникалық желілер құрылымының тағы бір маңызды аспектісі олардың институционалдық толықтығының деңгейі болып табылады, бұл желінің өз мүшелеріне экономикалық ғана емес, сонымен қатар білім беру, медициналық, құқықтық және мәдени ресурстарға қолжетімділігін қамтамасыз ету мүмкіндігі ретінде түсініледі. Институционалдық толықтығының жоғары дәрежесімен желі дербес

немесе қабылдаушы қоғамның формальды институттарымен параллель жұмыс істейтін параллельді институттың ерекшеліктерін алады. Қала жағдайында бұл бейресми несиелеудің оқшауланған жүйелері, этникалық бағыттағы мектептер, медициналық тәжірибелер, құқықтық көмек, рухани ғана емес, сонымен қатар экономикалық және ұйымдастырушылық рөл атқаратын қауымдық топтар мен мешіттер түрінде көрінуі мүмкін. Zhou (2015) мұндай желілерді интеграцияның автономды траекторияларын жасауға қабілетті «этникалық институционалдық өрістер» ретінде сипаттайды [8, б. 173]. Алайда этникалық желідегі байланыстардың шамадан тыс шоғырлануы және оның жеке инфрақұрылымына тәуелділік жабық экожүйенің әсерін тудыруы мүмкін. Бұл жағдайда сыртқы институционалдық ортамен өзара әрекеттестік әлсірейді, ал топ ішкі мобилизацияның жоғары деңгейіне қарамастан құрылымдық оқшауланууы мүмкін. Институционалдық толықтық тек қана ресурс емес, ол икемділікпен, этносаралық өзара әрекеттесумен және көп деңгейлі бейімделумен үйлеспесе, потенциалды шектеу болып табылады.

Отбасылық бизнес және кеңейтуге шектеулер. Отбасылық бизнес көбінесе қалалық көші-қон экономикасында этникалық желілерді институционализациялау және тұрақты молайту нысаны ретінде қызмет етеді. Олар туыстық байланыстар негізгі ресурс ретінде пайдаланылатын жергілікті шаруашылық бірліктері: отбасы мүшелері кәсіпкерлік қызметке қатысады, функционалдық рөлдерді бөліседі, капиталды қалыптастырады және бақылауды жүзеге асырады. Желіні ұйымдастырудың бұл түрі жалдау тәуекелдерін азайтуға, транзакциялық шығындарды азайтуға, сенімді нығайтуға және басқару үздіксіздігін қамтамасыз етуге көмектеседі. Күшті отбасылық құрылымдардың болуы кәсіпкерліктің жоғары тиімділігіне кепілдік бермейді. Деректер бизнесті басқарудың отбасылық формалары табысқа жетудің әмбебап формуласы емес екенін және олардың тиімділігі контекстке, білім деңгейіне, құқықтық мәртебеге, экономикалық секторға және институционалдық қолдау дәрежесіне байланысты екенін көрсетеді. Оның үстіне, отбасылық бизнес өсуді шектей алады, өйткені сенім мен жаңұя ішілік адалдықтың жабық жүйесіне сүйене отырып, олардың ауқымын кеңейту қиын, әрқашан білікті жұмысшыларды тарта бермейді және этникалық нарық шеңберінен сирек шығады. Егер олар сәтсіздікке ұшыраса, олар ұзақ мерзімді теріс салдарға әкелуі мүмкін ішкі жанжалдарды және отбасылық бірлік ішінде тәуекелдерді қайта бөлуді тудырады.

2.2. Отбасылық бизнес және әлеуметтік желілер

Алдыңғы бөлімде көрсетілгендей, отбасылық бизнес көші-қон экономикасы жағдайында этникалық кәсіпкерлікті ұйымдастырудың ең тұрақты және қайталанатын нысандарының бірі болып табылады. Олардың жұмыс істеуі қатысушылар арасындағы сенімділіктің, жақындықтың және рөлді болжаудың жоғары дәрежесіне негізделген, бұл институционалдық кедергілерді азайтуға және шектеулі сыртқы ресурстарға қолжетімділікті өтеуге көмектеседі. Сонымен қатар, бизнесті ұйымдастырудың отбасылық формасы, ішкі туыстық байланыстың және одан кеңірек этникалық және жерлестік әлеуметтік желілердің іс-әрекетімен тығыз байланысты. Жұмыспен қамтудың,

қаржыландырудың және құқықтық қолдаудың формальды арналары көбінесе мигранттар үшін қолжетімсіз болатын қалалық контексте, бұл отбасылық және желілік байланыстардың тоғысуы, бастапқы экономикалық жұмылдыру және кәсіпкерлік қызметтің тұрақтылығын сақтау үшін инфрақұрылымды жасайды.

2.2.1. Отбасылық желілер отбасылық бизнестің ұйымдастырушылық негізі ретінде

Этникалық кәсіпкерлік шеңберіндегі отбасылық бизнес тек экономикалық бірлік қана емес, сонымен бірге сенімге, ынтымақтастыққа, өзара қолдауға негізделген қоғамдық ұйымның тұрақты нысаны болып табылады. Қала кеңістігінде, әсіресе Алматы сияқты мегаполисте туыстық желілер институционалдық кедергілерді және ресми ресурстарға шектеулі қолжетімділікті өтей отырып, этникалық азшылықтарды бейімдеу және экономикалық жұмылдырудың негізгі тетігі ретінде әрекет етеді. Туыстық желілер, формальды шарттық қатынастардан айырмашылығы, моральдық міндеттерге, беделге және өзара қарым-қатынас нормасына негізделген. Basu и Altinay (2002) атап өткендей, көшіп-қонушылардың кәсіпкерлікте бұл отбасылық және туыстық байланыстар сыртқы капиталды және формальды кепілдіктерді тартпай бизнесті ұйымдастыруға мүмкіндік беретін тірек құрылымға айналады. Бұл байланыстар еңбек, қаржылық және мәдени ресурстарды бірінші кезекте жұмылдыруды қамтамасыз етеді [111, б. 371]. Этникалық контексте отбасылық бизнес әдетте отбасы мүшелері басқарудан бастап тұтынушыларға күнделікті қызмет көрсетуге дейін әртүрлі функцияларды орындайтын шағын кәсіпорындар ретінде басталады. Мұндай модель, Aldrich и Cliff (2003) атап көрсеткендей, кәсіпкер жоғары дәрежедегі белгісіздікпен бетпе-бет келген және ресурстары шектеулі кәсіпкерлік қызметтің бастапқы кезеңдерінде әсіресе тұрақты. Бұл мағынада отбасылық желілер сенімділікті қамтамасыз ететін және транзакциялық шығындарды барынша азайтатын институционалдық тұрақтылықтың аналогына айналады [112, б. 573]. Этникалық кәсіпкерлік қауымдастықтардағы отбасылық желілер бірнеше негізгі функцияларды орындайды:

1. Институционалдық қорғау және бақылау, бұл жерде отбасы мүшелері мінез-құлық нормалары мен қоғам алдындағы жауапкершілікті қалыптастыра отырып, ішкі бақылауды жүзеге асырады. Отбасылық қарым-қатынастар оппортунистік мінез-құлық тәуекелдерін азайтады және еңбек тәртібінің жоғары деңгейін қамтамасыз етеді.

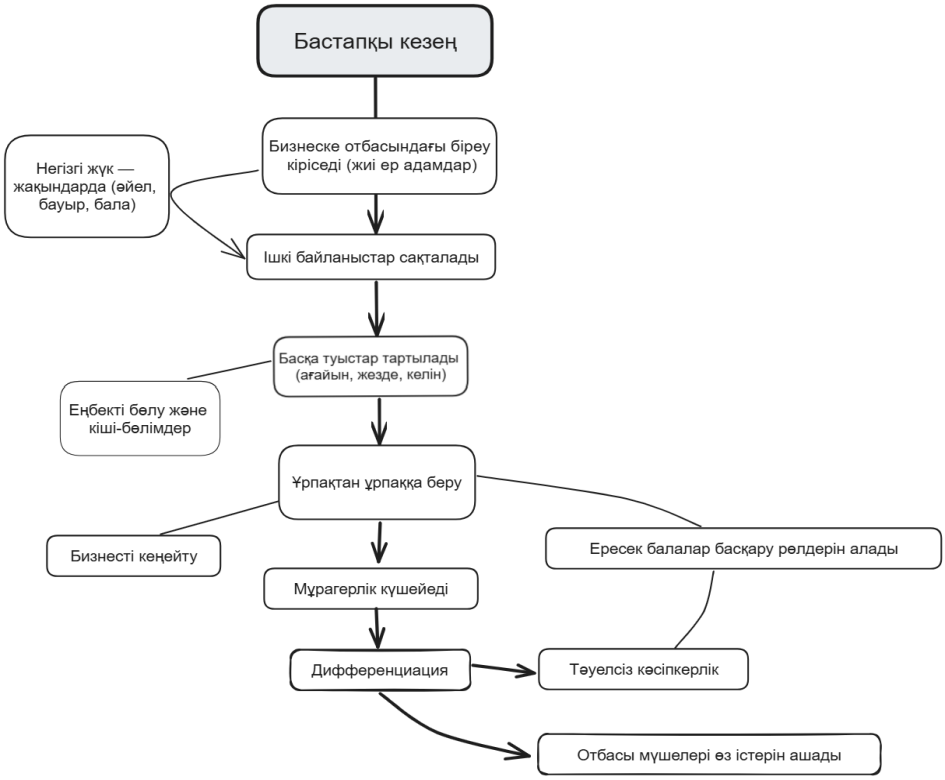
2. Рөлдерді бөлудің икемділігі, шектеулі ресурстар жағдайында, отбасы мүшелерінің көп функционалдылығына байланысты отбасылық бизнес бейімделеді - бір адам, әсіресе іске қосу кезеңінде бухгалтер, сатушы және логист функцияларын орындай алады.

3. Кәсіпкерлік капиталды беру, отбасылық ортада білім, тәжірибе, өмір сүру және бейімделу стратегиялары жинақталады және беріледі, бұл ұрпақтар сабақтастығы мен бизнес үлгілерінің тұрақтылығының алғышарттарын жасайды.

4. Эмоциялық және моральдық қолдау: мәдени оқшаулану және институционалдық маргинализация жағдайында отбасының эмоционалды

бірігуі стрессті төмендетеді және әсіресе дағдарыстарға тап болған кезде іскерлік тұрақтылыққа ықпал етеді.

Алматы қаласының этникалық қауымдастықтарында байқалған отбасы мүшелерін кәсіпкерлік қызметке тарту тенденциясы бейресми институционалдық кіріктірудің ерекше нысаны ретінде түсіндіріледі. Ұзақ мерзімді сенімге, өзара қолдауға және ортақ мәдениетке негізделген отбасы ішілік қарым-қатынастар транзакциялық шығындарды азайтудың тиімді механизмін жасайды. Отбасылық желілер сыртқы еңбек нарығына балама және адами капиталдың көзіне айналады, әсіресе құқықтық белгісіздік немесе ресми несиеге қол жеткізудің жоқтығы жағдайында. Қалалық көші-қон жағдайында туыстық желілер көбінесе аймақтық байланыстармен толықтырылып, этникалық топ ішінде тек көлденең ғана емес, сонымен қатар тік үйлестіруді күшейтеді. Мұндай жағдайларда туыстық, этникалық және аймақтық сәйкестіктер тоғысатын «отбасылық-этникалық кластерлер» деп аталатындар қалыптасады. Құрылымдар қатарлас салаларда қатар жұмыс істейтін бір отбасынан шыққан бірнеше кәсіпкерлерді, сондай-ақ еңбек немесе материалдық-техникалық ресурстар ретінде әрекет ететін туыстарды қамтуы мүмкін. Қатысудың кезеңдік үлгісін де анықтауға болады (10-суретті қараңыз).



Сурет 10 – Отбасы мүшелерін этникалық отбасылық кәсіпке тарту кезеңдері

Дереккөз: дереккөзге сүйене отырып, автор толтырған [112]

Бұл диаграмма туыстық желілер бизнестің тұрақтылығын қолдап қана қоймай, оны түрлендіру мен кеңейту тетіктерін жасайтынын көрсетеді. Алайда, кейбір жағдайларда туыстық байланыстардың шамадан тыс шоғырлануы институционалдық оқшаулану факторы ретінде әрекет етуі мүмкін. Бизнес өскен

сайын менеджментті кәсібилендіру, сыртқы капиталды, жалдамалы жұмысшыларды тарту және клиенттік базаны әртараптандыру қажеттілігі артады. Алматыдағы «Көк базарда» тәжік кәсіпкерлерімен жүргізілген сұхбат (4.2 бөлімді қараңыз) көрсеткендей, мұндай ашықтыққа көшу көбінесе отбасындағы мүдделер қақтығыстарымен және пайда мен билікті бөлу дилеммаларымен қатар жүреді. Мегаполис жағдайында туыстық желілер көп деңгейлі институционалдық, нарықтық және мәдени қысымдарға бейімделеді, бұл отбасылық кәсіпкерліктің алуан үлгілерін тудырады.

2.2.2. Гендерлік рөлдер және әйелдердің этникалық отбасылық бизнеске қатысуы

Этникалық отбасылық бизнестің гендерлік өлшемі отбасы ішінде экономикалық рөлдердің қалай бөлінетінін және этникалық азшылықтардың күнделікті кәсіпкерлік тәжірибесінде қалай жүзеге асатынын байқауға мүмкіндік беретін талдаудың маңызды аспектісі болып табылады. Кәсіпкерлікпен айналысатын этникалық отбасылардағы әйелдер тек өндірістік функцияларды ғана емес, сонымен қатар репродуктивті, ұйымдастырушылық және коммуникативті функцияларды орындайды, бірақ олардың қатысуы көбінесе ресми есептер мен академиялық зерттеулерде көрінбейді. Алматыда тәжік кәсіпкерлерімен жүргізілген сұхбат (4 тарауды қараңыз) көрсеткендей, әйелдер отбасылық бизнестің қалыптасуының бастапқы кезеңінен тұрақты жұмыс істеуіне дейінгі әртүрлі кезеңдердегі қызметіне белсенді түрде қатысады. Алайда, қолданыстағы патриархалдық нормалар мен мәдени күтулерге байланысты олардың рөлі көбінесе басқарушылық немесе кәсіпкерлік емес, көмекші ретінде қабылданады, бұл институционалдық және символдық теңсіздік жағдайын тудырады, онда әйелдердің үлесі сөздің толық мағынасында «еңбек» ретінде тіркелмейді, әсіресе әйелдер жалақысыз және ресми мәртебесіз жұмыс істейтін жағдайларда. Christou (2022) атап өткендей, этникалық бизнестің гендерлік құрылымы тек отбасының экономикалық стратегияларымен ғана емес, сонымен қатар мәдени иерархияның терең тамырланған нормаларымен де анықталады [113, б. 2]. Этникалық отбасыларда әйелдер көбінесе тұтынушыларға қызмет көрсету емес, тұрмыстық міндеттер мен бизнестің дайындық кезеңіне басымдық қатысымын көрсеткен болатын.

Жалпы, этникалық кәсіпкерлікті жүзеге асыратын отбасының бизнестегі гендерлік рөлдерді көріну және ресімдеу дәрежесіне қарай жіктеуге болады (11-суретті қараңыз).



Сурет 11 – Әйелдердің бизнеске қатысуы: үш деңгейі
Дереккөз: дереккөз негізінде автор жасаған [113]

Зерттеуде негізінен тәжіктердің көкөніс, жеміс-жидек және кептірілген жемістер саласындағы сауда қызметіне назар аударылғанымен, базардағы тәжік ұлт өкілінің әйелдерінің кейбір формальді белсенділігі жанама түрде анықталды; бұл жағдай ілеспе факт ретінде осы жерде атап өтілді (Формальді қатысу деңгейі; Сурет 11). Далалық деректерден әйелдердің бизнеске қатысуы өсіп келе жатқан бәсекелестіктің сыртқы қысымы, тапсырыс көлемінің кеңеюі және сыртқы байланыс қажеттілігі жағдайында артатынын байқалады. Мұндай жағдайларда әйелдер көмекші рөлдерден шешім қабылдауға белсенді қатысуға көшеді. Дегенмен, бұл процесс сирек гендерлік нормаларды қайта қараумен бірге жүреді және әйелдер операциялық қызметті нақты басқарған кезде де «екінші тірек» позициясында қалады. Кәсіпкердің отбасына кіргеннен кейін автоматты түрде отбасылық кәсіпке «әдепкі бойынша еңбек» деп тартылатын келіндердің рөлі ерекше. Олардың жұмысы неке шартының бөлігі ретінде қабылданады және ресми ережелермен емес, жасырын күтулермен және мінез-құлық нормаларымен реттеледі. Сонымен қатар, келіндердің, әсіресе ауылдан келген жас көшіп-қонушылардың көбіне енесіне немесе күйеуіне қатысты бағынышты қызметте қалып, пайданы бөлуге, стратегия таңдауға, еңбекті ұйымдастыруға ықпал ету мүмкіндігі жоқ. Мұндай қарым-қатынастар бизнестің декларативті «отбасылық сипатына» қарамастан, этникалық экономикадағы гендерлік теңсіздіктің құрылымын жаңғыртады. Бұл ретте іріктемелі отбасылық бизнес аясында пайда болған, бірақ тәуелсіз бастамаға айналған әйелдер кәсіпкерлігінің жағдайларын қамтыды. Әдетте, бұл әйелдердің негізгі кәсіптен бөлініп, тігін шеберханасынан, сұлулық салонынан, аспаздық дүкеннен бас тартуға мүмкіндік беретін нақты тәжірибесі, клиенттік базасы және беделі жинақталған жағдайларда орын алды. Жағдайлар көрсеткендей, отбасылық бизнес тек гендерлік иерархияларды көбейту кеңістігі ғана емес, сонымен қатар әйелдердің экономикалық эмансипациясының алаңы бола алады. Әйелдердің этникалық отбасылық кәсіпкерлікке қатысуы жүйелі, бірақ көбінесе жасырын процесс. Ол туыстық,

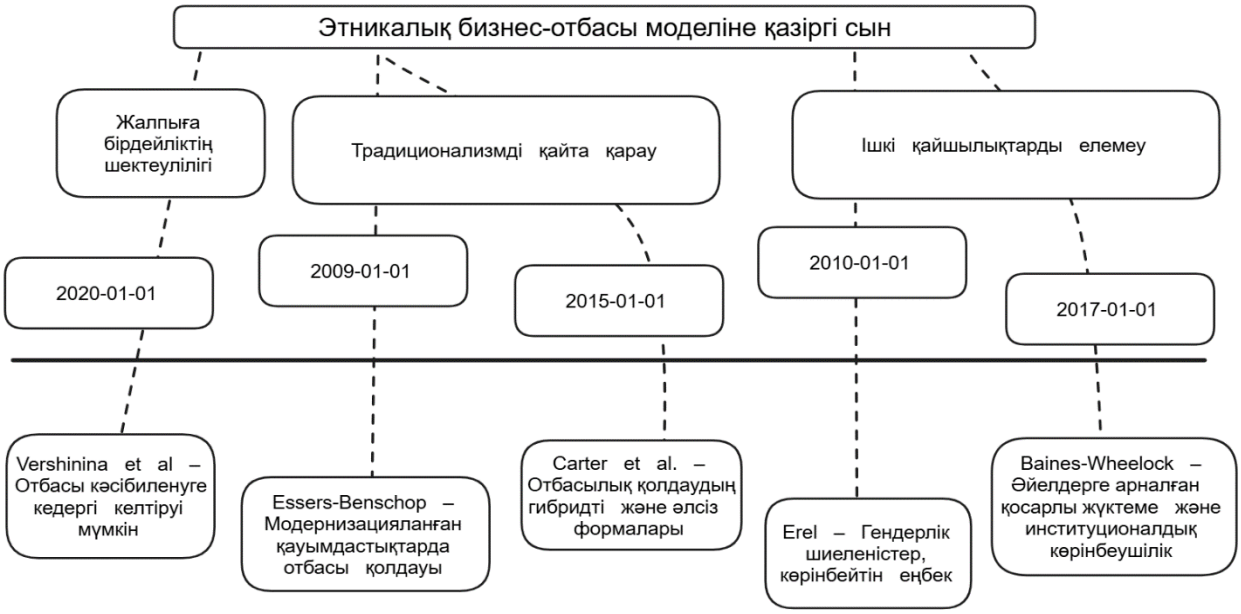
дәстүр және жергілікті мәдениет нормаларымен реттеледі, бірақ әрқашан әйелдердің экономикалық үлесін мойындаумен бірге жүрмейді. Гендерлік талдау отбасылық бизнес тек экономикалық ғана емес, сонымен қатар ресурстар, сәйкестіктер және билік қатынастары өзара тоғысқан мәдени жүйе екенін көрсетуге мүмкіндік береді. Гендерлік перспективаны есепке алу посткеңестік мегаполисте этникалық экономикалардың қалай жұмыс істейтінін және осы бизнесте әйелдер үшін қандай мүмкіндіктер мен шектеулер туындайтынын тереңірек түсіну үшін қажет.

2.3. Отбасы әлеуметтік капитал және этникалық кәсіпкерліктегі тұрақтылық ресурсы ретінде

Sanders и Nee (1996) отбасын этникалық азшылықтар ресми ресурстарға қол жеткізуде кездесетін институционалдық шектеулердің орнын толтыруға қабілетті әлеуметтік капиталдың белгілі бір түрінің тасымалдаушысы ретінде қарастыруды ұсынды [114]. Заманауи зерттеулер отбасылық өзара тәуелділік пен қолдаудың бұл түрі жойылып кетпейтінін, қайта өзгеріп, жаңа формаларға ие болып, нарық жағдайына бейімделетінін растайды. Атап айтқанда, Kloosterman (2010), Borkowski (2021), Jones (2021) зерттеулері трансұлттық ақша аударымдарынан туыстық өзара әрекеттестіктің цифрлық нысандарына дейін отбасының араласуының гибридті нысандарының маңыздылығын көрсетеді. Ұлыбритания, Германия, Нидерланды және Канада сияқты елдердің эмпирикалық деректері отбасылардың кәсіпкерлікке, әсіресе кіру кедергілері салыстырмалы түрде төмен сегменттерде, атап айтқанда бөлшек сауда, қызметтер, қоғамдық тамақтандыру және икемді жұмыс кестелері мен жоғары қатысу талап етілетін сегменттерде, кәсіпкерлік үшін бастапқы фактор ретінде қызмет етуді жалғастыратынын көрсетеді [66], [115, б. 161], [89]. Бұл жағдайда отбасы үш негізгі ресурстардың жеткізушісі болып қала береді: жұмыс күші, бастапқы капитал және эмоционалдық қолдау.

2.3.1. Отбасы ресурстардың генераторы ретінде: капитал, еңбек және сенім

Этникалық «іскерлік отбасының» классикалық моделіне қазіргі заманғы сын үш негізгі аспектімен байланысты, олар 12-суретте көрсетілген. Welter et al. (2022), отбасы - жай ғана бейресми институт емес, әлеуметтік рөлдер, сенім, моральдық міндеттер және кәсіпкерлік ұтымдылық күрделі қатынастарға түсетін ресми және бейресми экономиканың қиылысуының бірегей кеңістігі, бұл отбасын тек құрылымдық тірек қана емес, сонымен қатар әлеуетті қақтығыстардың потенциалды қайнар көзі етеді, әсіресе билікті басқаруды беру, табысты бөлуәйелдерді белсенді бизнес процестеріне қосу кезінде [116].



Сурет 12 – Этникалық бизнес отбасының классикалық моделінің қазіргі сыны: концептуалды бағыттар және негізгі авторлар

Ең қатты сын отбасын кез келген жағдайда бизнесті қолдауға қабілетті бірмәнді оң ресурс ретінде әмбебап түсіндіруге бағытталған теория болып табылады. Vershinina et al. (2021) белгілі бір конфигурацияларда отбасылық байланыстар өсуді шектей алатынын, институционализацияға кедергі келтіретінін және іскерлік тәжірибенің кәсіпқойлануын тежейтінін көрсетеді. Отбасы әмбебап капитал емес, тиімділігі секторға, жұмыспен қамту түріне, сенім деңгейіне және бизнестің трансформациялық мақсаттарына байланысты контекстік ресурсқа айналады [117, б. 507]. Сын этникалық ашылық өкілдерінің кәсіпкерлері отбасылық-бағдарланған үлгілерден гибридті және институционалды күрделі бизнес нысандарына көшу қажеттілігімен бетпе-бет келген Алматыны қоса алғанда, заманауи көпмәдениетті қалалар үшін өзекті. Ресмилендірілген еңбек нарығы мен цифрлық трансформация жағдайында отбасылық оқшаулану әсіресе кәсіпкерлердің жас ұрпағы үшін кедергі болуы мүмкін.

Сынның екінші бағыты отбасы идеясын «дәстүрлі қоғамның қалдық институты» ретінде деконструкциялауға бағытталған. Essers (2021) және Carter et al. (2016) отбасын қолдау нысандары міндетті түрде архаикалық немесе қазіргі заманға дейінгі емес екенін көрсетеді; керісінше, модернизацияланған қауымдастықтарда гибридті құрылымдар ретінде өмір сүре алады [118, б. 1250]. Отбасы тәжірибесі, оның ішінде гендерлік бөлінген рөлдер, цифрлық өзара әрекеттестік, трансұлттық трансферттер және этносаралық некелер «аралас сәйкестіктердің» постмодерндік логикасымен жоғары бейімделушілік пен сәйкестікті көрсетеді [119, б. 28]. Дәстүрлілікті сынау отбасы рөлін жоққа шығарудан емес, бұл рөлді «шығыс» немесе «шеткі» мәдени үлгілерге азайтудан бас тартудан тұрады. Ол отбасылық ресурс икемді, ұтымды және стратегиялық

болуы мүмкін және «этникалық» деп аталатын топтардан тыс қолданылуы мүмкін екенін айтады.

Сынның үшінші бағыты этникалық іскер отбасын біртекті, ынтымақты және жанжалсыз бірлік ретінде қарастыру үрдісіне қатысты. Жұмыстар ұрпақаралық және гендерлік шиеленістердің отбасында жиі болатынын көрсетеді. Әйелдер мен жастар бір мезгілде жұмыс күшінің негізі және бағыну және маргинализация объектілері бола алады. «Отбасылық кәсіпорын» ретіндегі бизнестің классикалық үлгісі бұл жағдайда көзге көрінбейтін жұмыспен қамту нысандарын, қос гендерлік жүктемені және мансаптық амбициялардың шектеулерін жасырады. Феминистік көзқарас отбасының тек тірек ретінде ғана емес, сонымен бірге теңсіздікті көбейту механизмі ретінде де әрекет ете алатынын ерекше атап өтеді, әсіресе әйелдерді жұмыспен қамту ресми мойындау және институционалдық қорғау шеңберінен тыс қалған жағдайларда. Мұндай сын отбасын статикалық құрылым ретінде емес, қайшылықтар, келіссөздер және ресурстар үшін күрес аренасы ретінде қарастыруға мүмкіндік береді.

12-суретте қарапайым және мәдени редукционистік көзқарастардан сараланған, құрылымдық сезімтал және пәнаралық аналитикаға этникалық бизнес отбасыларын зерттеудегі парадигманың ауысуы көрсетілген. Заманауи зерттеулер отбасының тек ресурс емес, сонымен қатар қолдау және шектеу мүмкіндігі бар құрылым екенін атап көрсетеді. Бұл тәсіл жаһандану, институционалдық өзгерістер және әлеуметтік нормалардың трансформациясы жағдайында этникалық кәсіпкерлікті жан-жақты талдауға мүмкіндіктер ашады.

Қазіргі зерттеулер көрсеткендей, отбасын кәсіпкерлік ресурс ретінде түсіну теориялық және эмпирикалық тұрғыдан айтарлықтай қайта қарауды қажет етеді. Атап айтқанда, жұмыспен қамтудың мобильді, цифрлық және трансұлттық нысандары, көші-қон циклдері және еңбек әлеміндегі жаһандық өзгерістер контекстінде «отбасы» ұғымының трансформациясын ескеру қажет. Ғылыми әдебиеттерде «экономикалық альтруизм» қағидасы бойынша жұмыс істейтін тұрақты, ішкі дәйекті бірлікпен отбасын дәстүрлі сәйкестендіру енді ірі қалалық орталықтардағы этникалық кәсіпкерліктің әлеуметтік шындығын көрсетпейтіндігіне баса назар аударылуда. Отбасылық рөлдерді будандастыруға қарай айқын жылжу байқалады. Этникалық отбасылық бизнесте классикалық үлгілерге тән қатаң рөл иерархиясы жойылады. Оның орнына, отбасы мүшелері іскерлік өмір циклінің кезеңіне, маусымдылыққа, көші-қон жағдайына және сыртқы экономикалық жағдайларға байланысты менеджерлер, орындаушылар, көмекшілер және үйлестірушілер рөлдері арасында ауысатын құбылмалы құрылым пайда болады. Бұл икемділік отбасына белгісіздік жағдайында ішкі ресурстарды қайта ұйымдастыруға қабілетті бейімделгіш ұйымдық нысан ретінде әрекет етуге мүмкіндік береді, бірақ ол шиеленістің жаңа нысандарын және көбінесе гендерлік сызық бойынша жауапкершілікті бейресми қайта бөлуді тудырады. «Ұзартылған» немесе «таңдалған» отбасы ұғымы жаңартылуда. Этникалық кәсіпкерліктің заманауи нысандары олардың құрылымына тек қана қандас туыстарды ғана емес, сонымен бірге әлеуметтік серіктестерді, бала кезден достарын, жерлестерді, тіпті сенімді қарым-қатынастар мен өзара міндеттемелерді орнатқан алыстағы таныстарды да көбірек қамтиды. Отбасын

биологиялық туыстыққа емес, институттандырылған сенімге және моральдық өзара қарым-қатынастың тұрақты үлгілеріне негізделген әлеуметтік желі ретінде түсіну кеңейіп келеді. Бұл тұрғыда отбасы «әлеуметтік корпорацияның» аналогына айналады, мұнда туыстық қатынас ресми құқықтық мәртебемен емес, әлеуметтік капиталдың сапасы мен тереңдігімен анықталады. Отбасының қатысуы цифрландыру мен трансұлттық ұтқырлықтың әсерінен өзгеруде. Binaisa (2016) зерттеулері көрсеткендей, бизнесті қолдау бүгінде отбасы мүшелерінің физикалық қатысуы арқылы ғана емес, сонымен қатар қашықтан басқару, онлайн-кеңес беру, мобильді қосымшалар арқылы ақша аудару және қаржылық операцияларды қашықтықтан үйлестіру арқылы қамтамасыз етіледі [120, б. 57]. Кәсіпкерлік ресурс ретінде отбасы бизнес-процестердің тұрақтылығы мен қайталануын қолдайтын онлайн-байланыстардың жиынтығы ретінде цифрлық нысанда көбірек іске асырылуда. Мұндай трансформация әсіресе мүшелері әртүрлі елдерде жұмыс істейтін, бірақ Алматыдағы отбасылық дәмханаларды, сауда нүктелерін немесе интернет-дүкендерін бірлесіп басқаруды жалғастыратын тәжік мигранттарының отбасыларына тән. Талдаудың маңызды бағыты экономиканы формализациялау жағдайында өтемдік институт ретінде отбасының функционалдық икемділігін қайта бағалау болып табылады. Отбасылар еңбекті заңдастыру, салық заңнамасын сақтау және цифрлық есеп беру талаптарына белсенді түрде бейімделуде, ішінара өзін-өзі жұмыспен қамтудан вахталық жұмысқа тартуға дейінгі жұмыспен қамтудың гибридті нысандарын қалыптастырады, бұл отбасының ресми ережелерді айналып өтіп қана қоймай, ішкі бейресмилік элементтерін сақтай отырып, оларға интеграциялану мүмкіндігін көрсетеді (Ma, L. J. C., & Xiang, B., 2016) [121]. Қазақстандық жағдайда мұндай будандастыру, мысалы, ұжымдық басқарудағы отбасының бір мүшесіне кәсіпті тіркеу тәжірибесінде немесе балаларды ресми тіркеусіз жұмысшы ретінде пайдалануда, әсіресе бөлшек сауда мен қызмет көрсету саласында көрінеді. Этникалық кәсіпкерліктегі заманауи отбасы формальды және бейресми тәжірибелерді, дәстүрлі нормалар мен инновациялық стратегияларды, жергілікті өзара іс-қимылдар мен трансұлттық байланыстарды біріктіретін динамикалық, көп деңгейлі және әлеуметтік бай институт ретінде көрінеді. «Дәстүрлі қоғамның қалдығы» ретіндегі отбасының классикалық үлгісінен шығу оны постиндустриалды икемді экономика логикасына енгізілген белсенді бейімделу механизмі ретінде түсіндіруге мүмкіндік береді.

2.3.2. Этникалық бизнестің отбасылық моделінің шектеулері

Кәсіпкерлік ресурстардың генераторы ретінде этникалық отбасының тұрақты өкілдігіне қарамастан, қазіргі заманғы зерттеулер оның шектеулерін әмбебап және бір мағыналы позитивті институт ретінде көбірек атап көрсетеді. Бұрын капиталдың, сенімнің және жұмыс күшінің тұрақты және жұмылдырушы көзі ретінде қарастырылған этникалық іскер отбасы шын мәнінде экономикалық бейімделуді бәсеңдететін, теңсіздікті көбейтетін және кәсіпкерлік қызметтің кәсіпқойлануын тежейтін фактор ретінде әрекет ете алады. Ішкі туыстық ресурстарға шамадан тыс тәуелділік «тұзақ әсері» деп аталатын жағдайға әкеледі, бұл жағдайда отбасы өсудің тірегі де, шегі де болады. Бұл, әсіресе, басқарудың микроқұрылымдары үстемдік ететін бизнеске тән: шешімді отағасы

қабылдайды, басқару кәсіби құзыреттілікке емес, қандас туысқандық негізінде тапсырылады, өсу ішкі міндеттер мен эмоционалдық байланыстармен шектеледі. Мұндай конфигурация институционалдық күрделенуге, жаңа басқару стандарттарын енгізуге және жалдамалы үлгіге көшуге кедергі келтіреді (Peters, S., et.al.) [122]. Оның үстіне, «жабық» этникалық бизнес отбасы сыртқы араласуға, соның ішінде консультацияларға, салықтарды жоюға және модернизацияға қарсы тұруы мүмкін, әсіресе бұл процестер дәстүрлі өмір салтына қауіп ретінде қабылданса (Yue Z. et al) [123]. Этникалық отбасы моделі қазіргі заманғы экономикада тең қатысу қағидаттарына қайшы келе бастайтын гендерлік және жастық иерархияларды жиі қайталайды. Мұндай бизнестегі әйелдердің рөлі көбінесе көзге көрінбейтін және ақысыз жұмысқа, үй жұмысына, қосалқы жұмысқа немесе ұйымдық түрде тіркелмеген моральдық қолдауға дейін төмендейді (2.2.2-бөлімді қараңыз), бұл әйелдердің жұмыспен қамтылуы статистика үшін көрінбейтін және әлеуметтік қорғауға қолжетімсіз болатын «көлеңкелі үлес» аймағын жасайды. Мұндай гендерлік стратификация әсіресе Алматыдағы аз ұлттар арасында жиі кездесетін азық-түлік, сауда және қызмет көрсету салаларындағы этникалық бизнесте байқалады. Жастар, өз кезегінде, отбасылық стратегияға адалдық пен дәстүрлі бизнес шеңберінен тыс жеке өзін-өзі жүзеге асыруға ұмтылу арасындағы қайшылыққа жиі тап болады. Нәтижесінде отбасы формасы ұрпақтар арасындағы шиеленіс пен нормалардың қақтығыстарының факторы ретінде әрекет ете алады. Шектеу – модельдің институционалдық сынғыштығы. Толығымен отбасылық қатынастарға байланысты бизнес ішкі дағдарыстарға – ажырасуларға, ауруларға, отбасы мүшелерінің көші-қонына, жеке жанжалдарға ұшырайды. Ресми рәсімдердің, келісім-шарттардың және мұрагерлік ережелердің болмауы мұндай бизнесті масштабтау кезінде өте тұрақсыз етеді. Сонымен қатар, цифрлық экономика жағдайында және нормативтік қысымның күшеюі жағдайында, әсіресе Қазақстанда жаңа салық кодексінің қаралуына және ҚҚС ұлғаюына байланысты. Тек «отбасылық этикаға» негізделген модельдер бәсекеге қабілеттілігін жоғалтуда. Бейресми отбасылық келісімдер көбінесе заңды немесе нарықтық тәуекелдер жағдайында жеткіліксіз болады. Үш аналитикалық деңгейде этникалық іскер отбасының шектеулері 3-кестеде көрсетілген.

Кесте 3 – Қазіргі кәсіпкерліктегі этникалық іскер отбасының негізгі шектеулері

Деңгей	**Шектеу формасы**	**Мазмұны**	**Салдары**
Құрылымдық	Басқаруды оқшаулау	Рөлдерді тек туыстық байланыстар арқылы беру, сырттан мамандарды жалдамау	Кәсібиліктің төмендеуі, масштабтаудың шектелуі
	Институционалдық тұрақсыздық	Ресми рәсімдердің, келісім-шарттардың, сабақтастықтың болмауы	Ішкі дағдарыстарға, құқықтық тәуекелдерге осалдық
Әлеуметтік мәдени	Гендерлік асимметрия	Әйелдердің көрінбейтін, төленбейтін немесе маргиналды рөлі	Теңсіздіктің ұдайы өндірісі, әйелдердің экономикалық автономиясының шектелуі

	Ұрпақаралық қақтығыстар	Ақсақалдар мен жастар арасындағы құндылықтар мен мақсаттардың сәйкес келмеуі	Жастардың кетуі, трансформацияға қарсылығы
Экономикалық	Этникалық тауашалардан тыс шығудың шектелуі	Этникалық клиент пен жеткізушілерге фокустың болуы	Бәсекеге қабілеттіліктің төмендеуі, институционалдық өсудің баяулауы
	Цифрлық экономикаға төмен бейімделу	Бейресми тәжірибеге тәуелділік, формализациядағы қиындықтар	Интернеттегі өсудің және ресми нарықтарға интеграцияланудың шектеулі мүмкіндіктері

Дереккөз: Vershinina et al. (2021), Essers et al (2021), Jones et al. (2021), Welter et al. (2022) зерттеулері негізінде автор құрастырған

Кестеде келтірілген шектеулер кәсіпкерлік қызметтің институционалдық негізі ретінде этникалық іскер отбасын сыни қайта бағалау қажеттілігін көрсетеді. Урбанизация, еңбек нарығының трансформациясы және экономиканы цифрландыру жағдайында тек қана туыстық байланыстар мен отбасы ынтымағына сүйене отырып, енді тұрақты өсудің сенімді стратегиясы деп санауға болмайды. Әсіресе, этникалық кәсіпкерлер көптілді клиентке, цифрлық талаптарға және барған сайын қатал салық реттеулеріне бейімделу қажеттілігіне тап болған Алматы сияқты мегаполистерде. Екінші тарауда жүргізілген талдау қала кеңістігіндегі этникалық кәсіпкерлік тек экономикалық қызмет қана емес, сонымен қатар әлеуметтік, институционалдық, отбасылық және мәдени кіріктірудің көптеген нысандарына негізделген күрделі әлеуметтік жүйе екенін көрсетті. Бұл жүйеде орталық рөлді шектеулі институционалдық инклюзия жағдайында бейімделу тетіктері ретінде қызмет ететін этникалық азшылықтардың әлеуметтік желілері атқарады. Желілер экономикалық, еңбек, ақпараттық және символдық ресурстарға қолжетімділік инфрақұрылымын құрайды, бұл әсіресе қалалық бәсекелестік, реттеуші белгісіздік және әлеуметтік маргинализация жағдайында маңызды. Тараудың негізгі тұжырымдарының бірі этникалық желілердің статикалық немесе әмбебап субъекті емес екенін бекіту болып табылады: олардың құрылымы, институционалдық толықтық дәрежесі және инклюзивтілік деңгейі көші-қон түріне, құқықтық мәртебеге, қабылдаушы қоғаммен өзара әрекеттесу сипатына, сондай-ақ гомофилия, туыстық және аймақтық мәдениет сияқты ішкі факторларға байланысты айтарлықтай ауытқуларға ұшырайды. Дәл осы факторлардың өзара әрекеттесуі интеграциялық әлеуетті немесе, керісінше, этникалық қауымдастықтардың қала экономикасындағы оқшаулау әсерін анықтайды. Тарауда ерекше назар этникалық желілердің ұдайы өндірісінің институционалдық нысаны ретіндегі отбасылық бизнес феномені ретінде қарастырылады. Этникалық контексте отбасылық бизнес бір уақытта бейімделу нысаны ретінде және экономикалық жұмылдыру ресурсы ретінде әрекет етеді, транзакциялық шығындарды азайтуға, сенімді нығайтуға және капиталдың ұрпақтар алмасуына мүмкіндік береді. Дегенмен, талдау этникалық бизнестің отбасылық моделінің құрылымдық, әлеуметтік-мәдени және экономикалық шектеулерін де анықтады. Өсіп келе жатқан институционалдық талаптар, цифрландыру, бәсекелестік қысым және

гендерлік нормалардың трансформациясы жағдайында дәстүрлі отбасы формалары масштабтау, кәсібилендіру және ашықтық мәселелеріне тап бола бастады. Бүкіл тарауды қамтитын негізгі тұжырымдама этникалық және отбасылық желілердің екіұштылығы болып табылады: бір жағынан, олар өмір сүру және бейімделу үшін тұрақты ресурс болып табылады, бірақ екінші жағынан, олар теңсіздіктің, институционалдық оқшауланудың және шектеулі өсудің молайту факторына айналуы мүмкін. Қалалық жағдайдағы этникалық кәсіпкерліктің тиімділігі мен тұрақтылығы отбасы мен желінің болуымен ғана емес, олардың трансформациялану, будандастыру және кеңірек институционалдық салаларға ену қабілетінің дәрежесімен анықталады. Бұл тұрғыда орталық міндет этникалық азшылықтардың әлеуметтік капиталын сақтау мен олардың қалалық экономиканың формальды құрылымдарына бірігуі арасындағы теңгерімді табу болып табылады. Алынған теориялық және эмпирикалық ережелер Алматы қаласындағы этникалық кәсіпкерліктің нақты жағдайларын талдауды, отбасылық бизнес түрлерін, желілік ынтымақтастық нысандарын, институционалдық стратегияларды және нақты қалалық тәжірибеде этникалық азшылық кәсіпкерлер тап болатын кедергілерді қарастыратын келесі тарауға көшуге негіз жасайды.

3 АЛМАТЫ ҚАЛАСЫНДАҒЫ ҚОҒАМДЫҚ ПІКІР ЖӘНЕ ЭТНИКАЛЫҚ КӘСІПКЕРЛІК: ЭМПИРИКАЛЫҚ НӘТИЖЕЛЕР

3.1. Әлеуметтанулық зерттеудің әдістемесі мен үлгісі

Алматы сияқты заманауи мегаполистерде этникалық кәсіпкерлік қаланың экономикалық өмірінің ажырамас бөлігіне айналуда. Ол жұмыспен қамтудың және өзін-өзі жұмыспен қамтудың жаңа нысандарын құрып қана қоймайды, сонымен бірге этникалық, көші-қон және экономикалық процестердің тоғысқан жерінде туындайтын әлеуметтік өзара әрекеттестіктердің өзгеруіне белсенді әсер етеді. Этникалық кәсіпкерлікті дамытудың мүмкіндіктері мен шектерін анықтайтын маңызды факторлардың бірі – жергілікті халықтың мигранттарды қабылдауы – әлеуметтік қашықтық деңгейі, ксенофобияның, этникалық жаңсақ көзқарастың болуы немесе болмауы, сондай-ақ күнделікті өзара әрекеттесу тәжірибесі. Осыған байланысты бұл диссертация алматылықтардың мигранттарға, сондай-ақ этникалық кәсіпкерлерге деген көзқарасын эмпирикалық түрде анықтауға бағытталған әлеуметтанулық зерттеу жүргізді. Зерттеу азаматтардың этносаралық байланыстар мәселелеріне әлеуметтік сезімталдық ерекшеліктерін, мигранттардың іскерлік табыстары мен «басқаны» әлеуметтік қабылдау ерекшеліктерін көрсететін репрезентативті деректерді алуға бағытталған.

Қазақстанға, әсіресе оның ең ірі мегаполисі Алматыға көші-қон ағыны тенденциясы өсуде. Экономикалық мүмкіндіктерге ұмтылған адамдар көптеген құқықтық, тілдік, кәсіби және кемсітушілік кедергілерге тап болады. Шектеулер олардың ресми еңбек нарығына интеграциялану мүмкіндіктерін төмендетеді, бірақ сонымен бірге олар диаспора өкілдері басқаратын бизнеске қосу немесе өз кәсіпорындарын құру арқылы «этникалық тауашаларды» қалыптастыруға ықпал етеді. Дегенмен, көшіп-қонушылардың ішкі ресурстарына қарамастан, этникалық кәсіпкерліктің табысты болуы көбінесе қабылдаушы қоғамдағы әлеуметтік климатқа байланысты. Сондықтан жергілікті тұрғындардың мигранттар мен этникалық кәсіпкерлерге қатысты қоғамдық пікірін талдаудың маңызы зор.

3.1.1 Теориялық және әдістемелік негіздері

Жергілікті халықтың мигранттарға деген көзқарасын талдау үшін тұжырымдамалық негіз ретінде Эмори Богардус (Bogardus Social Distance Scale) әлеуметтік қашықтық шкаласы пайдаланылды. 1925 жылы әзірленген бұл әдістеме әлеуметтануда әртүрлі этникалық, нәсілдік немесе әлеуметтік топтардың өкілдерін қабылдау немесе қабылдамау дәрежесін өлшеу үшін кеңінен қолданылады. Шкала респонденттің басқа этникалық топтың өкіліне тұрмысқа шығуға дайындығынан бастап онымен қандай да бір қарым-қатынас жасағысы келмейтініне дейінгі «басқа» топ өкілдеріне қаншалықты жақын әлеуметтік рөлдерді беруге дайын екенін анықтауға мүмкіндік береді. Осы зерттеуде Богардус шкаласын қолдану мына қажеттілікпен негізделген:

– Алматы қаласының байырғы тұрғындары мен мигранттар арасындағы этникалық қашықтық деңгейін сандық түрде жазу;

– басқа мигранттар топтарымен салыстырғанда көшіп-қонып жүрген кәсіпкерлерге қатынасының ерекшеліктерін анықтау;

– әлеуметтік арақашықтық деңгейі мен «бөтендердің» іскерлік табысына қатынасы арасындағы байланысты анықтау.

2024 жылы Алматы қаласында социологиялық сауалнама жүргізілді. Мәліметтерді жинау әдісі тұрғылықты жері бойынша стандартталған сұхбат болды. Зерттеу объектісі 18 жастағы және одан жоғары қаланың ересек тұрғындары болды. Іріктеу көлемі 526 респондентті құрады және Алматы қаласының барлық 8 ауданын қамтиды. Зерттелетін іріктеу гендерлік және жастық құрылымы, ұлты және аумақтық ерекшеліктері бойынша репрезентативтілікті қамтамасыз ететін көп сатылы квота іріктеуі болып табылады. Бірінші кезеңде қала ішінде учаскелер, екінші кезеңде үй шаруашылықтары, үшінші кезеңде квотаға сәйкес респонденттер таңдалды. Бұл тәсіл алынған деректер мен жалпы халық арасындағы сәйкестіктің жоғары дәрежесіне қол жеткізуге мүмкіндік берді және талдау негізінде жасалған қорытындылардың негізділігін қамтамасыз етеді.

Бұл диссертацияда Богардус шкаласы екі жақты аналитикалық функцияда әлеуметтік қашықтықты өлшеудің классикалық құралы және байланысты этноәлеуметтік қатынасты өлшеу құралдарының кеңейтілген жиынтығының негізі ретінде пайдаланылды, бұл қашықтықтың вертикальды деңгейін жазып қана қоймай, сонымен қатар оны төмен түсіретін когнитивтік-бағалаушы көзқарастарды ашу қажеттілігімен байланысты. Шкала келесі аспектілер бойынша респонденттердің көзқарастарын анықтауға бағытталған автордың мәлімдемелерімен толықтырылды (13-суретті қараңыз):

- этникалық сенім;
- әлеуметтік қашықтық;
- кәсіпкерлік табысқа деген көзқарас;
- жеке басының мақтанышы;
- көші-қонға төзімділік.

Әрбір респондентке шкалалық өлшеу логикасында құрастырылған (Лайкерт шкаласы) тұжырымдардың сериясын бағалау ұсынылды, бұл өз кезегінде көзқарастардың ауырлығын сандық бағалауға және статистикалық әдістерді қолдана отырып, олардың кейінгі интерпретациясын жүргізуге мүмкіндік берді.



Сурет 13 – Зерттеуде пайдаланылатын Богардус әлеуметтік қашықтық шкаласы компоненттерінің құрылымы

Сауалнама құрылымында классикалық Богардус әлеуметтік қашықтық шкаласы логикасы бойынша құрастырылған әлеуметтік қашықтық модуліне ерекше назар аударылды. Сауалнамаға қатысушыларға басқа этностың өкілін әртүрлі әлеуметтік рөлдерге қабылдауға дайындық дәрежесін білдіру ұсынылды. Рөлдер мен мәртебелер әлеуметтік жақындықтың кему реті бойынша орналастырылды, бұл алынған деректерді қашықтықтың артуымен сызықтық шкала ретінде түсіндіруге мүмкіндік береді (14-суретті қараңыз).



Сурет 14 – Зерттеуде пайдаланылған Богардус шкаласы бойынша әлеуметтік қашықтық деңгейлері

Өзара әрекеттесу сценарийлерінің оңынан теріске ауысуы қабылдау мен толеранттылық деңгейінің төмендеуін көрсетеді, бұл алынған деректерді ксенофобия, этнофобия және ұлтаралық араздық деңгейін талдау үшін пайдалануға мүмкіндік береді. Сандық деректерді талдау үшін IBM SPSS Statistics пакеті пайдаланылды. Барлық сұрақтар этикалық сараптамадан өтті. Сауалнама сұрақтарының толық тізбесі, сондай-ақ өлшем шкалаларында

қолданылатын мәлімдемелердің тұжырымдары осы диссертацияға Қосымша Б-да келтірілген.

3.2 Алматы қаласындағы мигранттарға қатысты этникалық толеранттылық және әлеуметтік көзқарас

Әлеуметтанулық зерттеу аясында қалаға уақытша жұмысқа да, тұрақты тұруға да келген мигранттардың қоғамдық қабылдауын зерттеу талдаудың негізгі бағыттарының бірі болды. Қала тұрғындарының әлеуметтік толеранттылық деңгейін және этникалық қашықтықты анықтау үшін тікелей сауалнама әдісі қолданылды. Респонденттерге мәлімдемелер тізімі ұсынылды, оларға келісім дәрежесіне сәйкес жауап беру ұсынылды. Негізгі сұрақтың тұжырымы келесідей болды: *«Сіз келесі пайымдаулармен келісесіз бе?»* бұл мигранттарға деген қ сипаттарды және жасырын қатынасты өлшеуге мүмкіндік берді. Сауалнамаға барлығы жеті мәлімдеме енгізілді, олардың әрқайсысы қалалық әлеуметтік ортадағы «басқаны» қабылдаудың белгілі бір аспектілерін анықтауға бағытталған. Атап айтқанда, талдау келесі өлшемдерді қамтыды:

1. Өзінің және басқа ұлт өкілдеріне сенім деңгейі.
2. Мигранттарға олардың болу мақсатына байланысты көзқарастары (еңбек көші-қоны, тұрақты тұру және т.б.);
3. Мигранттар мен титулды ұлт өкілдерінің бизнестегі табысының әділдігі мен заңдылығы туралы идеялар;
4. Өз этносының өкілдерімен жақын жерде өзін жайлы сезіну;
5. Өз ұлтының өкілдеріне деген мақтаныш деңгейі.

Осы пайымдауларға жауаптарды талдау этникалық артықшылықтардың және мегаполистің урбанизацияланған көпмәдениетті ортасы контекстінде ерекше қызығушылық тудыратын әлеуметтік қашықтықтың айқын ғана емес, жасырын нысандарын анықтауға мүмкіндік береді.

3.2.1. Респонденттердің әлеуметтік-демографиялық портреті

Әлеуметтанулық зерттеу барысында алынған мәліметтерді түсіндіру үшін сауалнама жүргізілген халықтың әлеуметтік-демографиялық ерекшеліктерін ескеру қажет, өйткені олар көбінесе қалалық ортадағы көші-қон процестерін және этносаралық өзара әрекеттесуді қабылдау ерекшеліктерін анықтайды. Іріктеудің гендерлік құрамы әйелдердің айқын басымдылығын көрсетеді: сенімді деректер бойынша респонденттердің 66,7%-ы әйелдер және 33,3%-ы ерлер. Респонденттердің мұндай бөлінуі халықтың демографиялық аспектілерімен және респонденттердің қалалық ортада болуының ерекшеліктерімен байланысты. Жас құрылымы жастар мен орта жастағылардың басымдылығымен сипатталады. Ең көп ұсынылған санат 18-24 жас аралығындағы респонденттер (34,3%), бұл жастардың әлеуметтік өзара әрекеттесу және азаматтық өзін-өзі көрсету процестеріне жоғары тартылғанын көрсетеді. Сондай-ақ айтарлықтай үлесті 25–34 (20,2%), 45–54 (16,8%) және 35-44 (14,3%) жас топтары құрайды, ал 55-64 (11,4%). Зейнеткерлердің (65 жас және одан жоғары) үлесі небәрі 3,0%-ды құрады, бұл олардың әлеуметтік белсенділігінің ерекшеліктерін де, сауалнаманың көшпелі кезеңіне қатысу мүмкіндігін де көрсетуі мүмкін. Респонденттердің тұрғылықты жері бойынша

аумақтық бөлінуі Алматы қаласының барлық негізгі әкімшілік бірліктерін қамтитынын көрсетеді. Респонденттердің ең көп үлесі Алатау (16,5%), Бостандық (16,2%), Әуезов (15,0%) және Түрксіб (14,4%) аудандарына келеді. Қалған бөлігі Алмалы (11,6%), Жетісу (9,7%), Медеу (8,4%) және Наурызбай (8,2%) аудандарына тиесілі. Респонденттердің отбасылық жағдайы әртүрлі: тіркелген некеде 45,2%, бойдақ 42,9%, ажырасқан 9,2%, жесір қалғандар 2,7%. Зерттеуге әртүрлі типтегі үй шаруашылықтарының өкілдері қатыстырылды, бұл мигранттардың сенімі мен қабылдауына қатысты көзқарастарды толық талдауға ықпал етеді деп айтуға болады. Балалардың болуы келесідей берілген: респонденттердің 44,9%-ының балалары жоқ, 33,1%-ының бір немесе екі баласы, 22%-ының үш және одан да көп баласы бар және бұл көрсеткіш отбасының өмірлік циклі мен әлеуметтік жауапкершілік деңгейінің жанама көрсеткіші ретінде пайдаланылуы мүмкін, бұл этникалық қатынас пен толеранттылыққа әлеуетті әсер етеді. Респонденттердің 3 таңдамалы құрылым ашықтық пен этносаралық толеранттылық көзқарастарымен әлеуетті сәйкес келетін білім капиталының жоғары деңгейі бар адамдардың үстемдігін көрсетеді. Респонденттердің этникалық құрамы негізінен қазақ ұлтының өкілдерінен тұрады, бірақ бір этностың айқын басымдығына қарамастан, іріктеуде басқа этнос өкілдерінің болуы мигранттарды «басқа» деп қабылдауды салыстырмалы талдауға мүмкіндік береді. Респонденттердің кәсіби жұмыспен қамтылуы салалар бойынша өзгереді: 39,2%-ы сауда және қызмет көрсету саласында, 24,0%-ы өндіріс пен инфрақұрылымда, 21,5%-ы шағын және орта бизнесте, оның ішінде жеке кәсіпкерлер мен жауапкершілігі шектеулі серіктестіктердің иелері, ал қалған респонденттер (14,3%) мемлекеттік секторда. Респонденттердің тек 1,1%-ы ғана жұмыссыздар, ал бөлу іріктеудегі экономикалық белсенділіктің жоғары деңгейін және оның кәсіпкерлікті әлеуметтік институт ретінде қабылдауын талдау үшін өзектілігін көрсетеді.

Іріктеменің кіріс құрылымы мынадай: ең көп үлес ай сайынғы табысы 100 001–200 000 теңге аралығындағыларға тиесілі (30,6%). Одан кейін 200 001–300 000 теңге аралығы (20,9%), 300 001–400 000 теңге (14,0%) және 400 001–500 000 теңге (9,7%). Табысы 500 001 теңгеден жоғары респонденттердің үлесі 11,8%-ды құрайды. 100 000 теңгеге дейін табысы барлардың үлесі 10,9% болды. Табыстың тапшылығы зерттеуге қатысушылардың 2,1%-ында ғана тіркелді, бұл сауалнама жүргізілген халықтың құрылымында орта және жоғары орта тап өкілдерінің басымдылығын көрсетеді, бұл табысты көші-қонға және этникалық кәсіпкерлікке деген көзқарасты түсіндіру кезінде ескерілуі тиіс. Респонденттердің әлеуметтік-демографиялық портреті негізінен әйелдер, жас, жақсы білімді, титулды этникалық топтың басымдылығымен экономикалық белсенді қалалық аудиторияны көрсетеді. Параметрлер келесі бөлімшелерде берілген сенім мен этникалық төзімділік деңгейін кейінгі интерпретациялық талдау үшін аналитикалық негізді белгілейді.

3.2.2 Алматы тұрғындарының көз алдында этникалық мигранттың әлеуметтік портреті

Кәсіпкерлік қызметпен айналысатын мигранттардың жеке қасиеттерін қабылдауды талдау үшін респонденттерге оң және теріс атрибуциялардың ауырлығын анықтауға мүмкіндік беретін семантикалық дифференциалды шкала ұсынылды. Нұсқау келесідей болды: *«Ұсынылған қатардағы 3 2 1 0 -1 -2 -3 қатарындағы санды дөңгелетіп қойыңыз, сіздің ойыңызша, біздің елдегі мигрант-кәсіпкердің жеке сапасын дәл анықтайды».* Шкала +3-тен -3-ке дейін өзгерді, мұнда оң белгісі бар мәндер оң сипаттаманың көрінісі ретінде түсіндірілді, ал теріс белгі қарама-қарсы, яғни теріс қасиеттің көрінісі ретінде түсіндірілді. Респонденттерге бейтарап бағалаудан аулақ болуға кеңес берілді. 4-кестеде келтірілген нәтижелер бірқатар негізгі сипаттамаларға қатысты қоғамдық пікірдің поляризациясын көрсетеді.

Кесте 4 – Семантикалық дифференциалдық шкала бойынша орташа бағалау

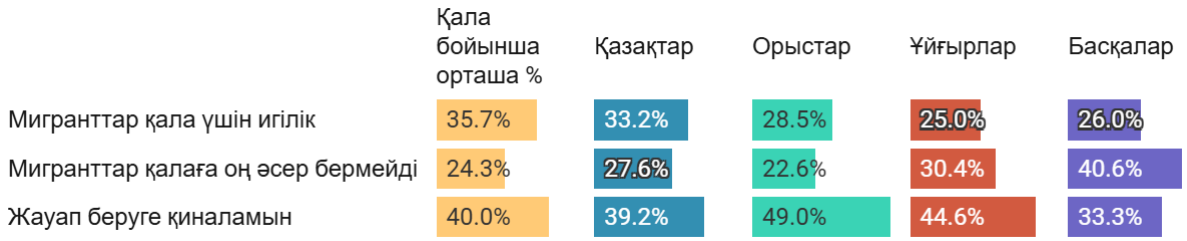
Позитивті сипат	3 2 1	1 2 3	Негативті сипат
Әдепті	1,8	**-2,1**	Әдепсіз
Бай	**1,8**	1,6	Кедей
Адал	1,5	**1,9**	Арам
Мейірімді	1,4	**1,7**	Қатыгез
Достық	1,5	**1,9**	Дұшпандық
Жағымды	1,5	**1,7**	Жағымсыз
Жылдам	1,7	**1,9**	Жәй

Ең қатты негативті баға «әдептілік» сапасының теріс түрінде «әдепсіз» -2,1 балл алды, бұл барлық ұсынылған санаттар арасындағы ең төмен теріс мән. Дегенмен, қарама-қарсы сипаттама «әдепті» да +1,8 жоғары оң баға алды. Мұндай амбиваленттілік мигранттарды қабылдаудың терең дифференциациясын көрсетеді: респонденттер осындай қарама-қайшы пікірлерді анықтайтын әртүрлі әлеуметтік тәжірибелерге сүйенген болуы мүмкін. Осыған ұқсас жағдай басқа сипаттамаларға қатысты да байқалады, әсіресе «достық/дұшпандық» және «адал/арам» сияқты. Екі жұп бір мезгілде адал да, арам да деп танылатын мигранттарды қоғамдық қабылдаудағы когнитивті қақтығысты көрсетеді, бұл жалпы этносаралық өзара әрекеттесу контекстінде «басқаның» бейнесіне тән әлеуметтік құрылымдық екіжақтылық тезисін растайды.

Қабылдаудың мұндай поляризация деңгейімен бұл нәтижелер көшіп-қонып жүрген кәсіпкерлерге қатысты қоғамдық санада тұрақты, бірақ қарама-қайшы стереотиптердің бар екендігі туралы айтуға мүмкіндік береді. Шкаланың оң және теріс полюстеріндегі жоғары мәндер жай ғана пікірлердің бөлінуін емес, әлеуметтік сәйкестендіруге және «бөтеннің» қаланың экономикалық кеңістігіне ену шекараларына байланысты терең ішкі шиеленісті көрсетеді. Әсіресе, «бай» және «кедей» сияқты қасиеттер бір мезгілде сәйкесінше 1,8 және 1,6 оң баға алғанын көрсетеді, бұл кейбір респонденттердің мигранттарды экономикалық тұрғыдан табысты деп санайтынын, ал басқалары оларды әлеуметтік тұрғыдан

осал топ ретінде қабылдайтынын көрсетуі мүмкін, және бұл жағдайда бұл көшіп-қонушылардың көптігі немесе әлеуметтік контекстке байланысты тұлғалардың көптігін көрсетеді деп айта аламыз. Сонымен қатар, «жылдам» 1,7 және бір мезгілде «баяу» 1,9 сияқты қасиеттердің жоғары көрінісі бұқаралық қабылдаудағы жеке сипаттамалардың жалпылануы мен жеңілдетілуін көрсетуі мүмкін; Мигрант әлеуметтік тип ретінде жиі бірін-бірі жоққа шығара алатын бекітілген қасиеттерге ие болады. Мигрантты бағалау эмпирикалық өзара әрекеттестікке емес, делдалдық немесе қосалқы көздерге негізделетін әлеуметтік-мәдени алшақтау жағдайында мұндай қайшылықтар сирек емес. Семантикалық дифференциал тек эмоционалды әсерлі пайымдауларды жазып қана қоймайды, сонымен қатар сенімсіздік пен күдік, құрмет немесе симпатия элементтерін біріктіретін күнделікті этникалық қабылдаудың амбивалентті құрылымдарын ашады, нәтижесінде бұл мигрант бейнесін күнделікті әлеуметтік оқшаулаудың нормативтік көзқарастары мен күнделікті шынайы көзқарастар арасындағы символдық күрес өрісі ретінде қарастыруға негіз береді.

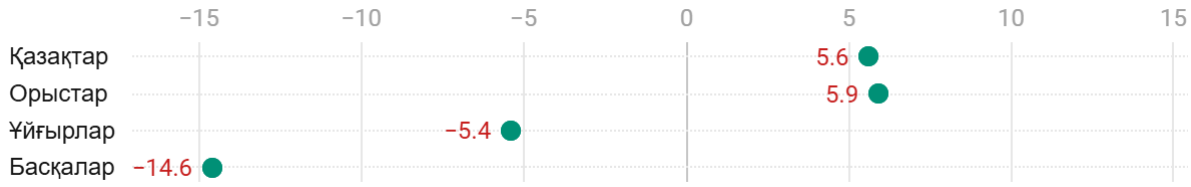
Келесі кезекте ұлты бойынша біз мигранттардың қала үшін әлеуметтік маңыздылығын бағалауды қарастырдық (15-суретті қараңыз) және нәтижесінде респонденттердің өздерінің этникалық ерекшеліктеріне байланысты оларға деген көзқарастың өзгеретінін көрсетті.



Сурет 15 – Қаланың дамуындағы мигранттардың рөлін этностратификацияланған қабылдау (N=526)

Алынған мәліметтерге сәйкес, Алматыда орта есеппен қала тұрғындарының 35,7% ғана мигранттарды қалаға тиімді деп санайды. Сонымен қатар, қазақтар мигранттарды (33,2%) оң бағалайды, ал орыстар (28,5%), ұйғырлар (25%) және басқа этнос өкілдері (26%) арасында бұл көрсеткіш қалалық орташа деңгейден төмен. Дегенмен, бұл сұрақ жалпы сипатта болды және нақтырақ тұжырымдалған сұрақтар қойылған кезде нәтижелер айтарлықтай өзгерді, мысалы, респонденттердің неке, көршілер немесе жұмыс әріптестері арқылы мигранттарды отбасы мүшелері ретінде қабылдауға дайындығы туралы. Бұл деректердің егжей-тегжейлі талдауы 3.3.2 бөлімінде берілген. 15-суретті талдауды жалғастыратын болсақ, респонденттердің 24,3%-ы мигранттар қалаға оңды ештеңе әкелмейді деген пікірде, бұл жерде ең айқын сыншылдық басқа этнос өкілдерінде 40,6% және ұйғырлар 30,4%, ал орыстар мен қазақтар арасында сәйкесінше 22,6% және сәйкесінше 22,6% құрайды. Жауап беруге қиналған көрсеткіші де қызығушылық тудырады: респонденттердің 40%-ы бұл мәселе бойынша өз ұстанымдарын нақты анықтай

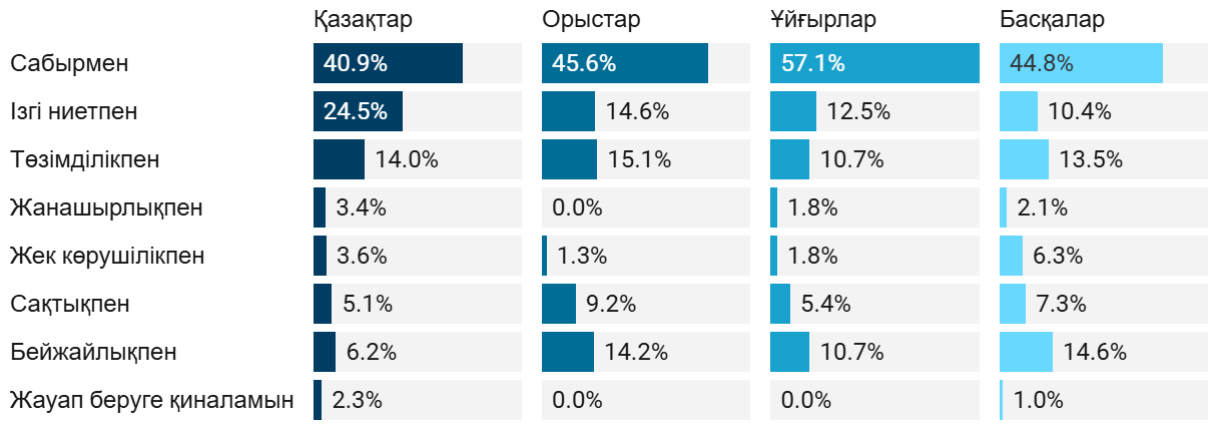
алмады, бұл ақпараттың жетіспеушілігін де, мигранттарға деген қатынастың күрделі, екіұшты сипатын да көрсетуі мүмкін. Ең жоғары белгісіздік орыстарда 49% және ұйғырларда 44,6% тіркелді, бұл ішкі қайшылықтарды немесе тиісті этникалық қауымдастықтардағы бірмәнді қоғамдық әңгіменің жоқтығын көрсетуі мүмкін. Әртүрлі этникалық топтардағы көшіп-қонушыларға қатынасты жалпылау және жүйелеу үшін 16-суретте келтірілген интегралды қатынас индексі есептелді. Индекс оң және теріс бағалаулар үлесінің арасындағы айырмашылықты көрсетеді, осылайша қабылдаудың жалпы тепе-теңдігін ашады.



Сурет 16 – Мигранттардың қала өміріне қосқан үлесін бағалаудағы этникалық айырмашылықтар (интегралды қатынас индексі)

Мигранттардың болуы қалаға тиімді деп санайтын респонденттердің үлесі мен қарама-қарсы позицияны ұстанатындардың үлесі арасындағы айырмашылық ретінде есептелген индекс көрсеткендей, қала тұрғындары мигранттар оң ештеңе әкелмейді деген көзқарасқа жақын. Алынған мәндер бойынша, жағымды қатынастың ең жоғары деңгейі орыс ұлты респонденттерде (+5,9), одан кейін қазақтарда (+5,6) тіркелгенін анық көрсетеді, бұл осы топтарда мигранттарды қабылдаудың орташа оңдылығын көрсетеді.

Сонымен қатар, ұйғырлар мен әсіресе басқа этникалық азшылық өкілдерінің арасында қарама-қарсы динамика байқалады: олардың интегралды индекс мәндері сәйкесінше –5,4 және –14,6 болып шықты, бұл топтардағы сыни немесе теріс көзқарастың басымдылығын көрсетеді. Ең үлкен теріс сальдо «басқалар» ретінде жіктелген респонденттерге тән, бұл мигранттар қауымдастығымен ресурстар үшін бәсекелестіктің жоғары деңгейін де, әлеуметтік интеграция мен сенімнің төмен дәрежесін де айқындайды. Осылайша, индекс тек көзқарасты ғана емес, сонымен бірге көші-қон арқылы жүзеге асырылатын этносаралық өзара іс-қимылдардағы шиеленістің немесе ынтымақтастықтың ықтимал деңгейін көрсетеді. Бұл көрсеткіш жекелеген этномәдени топтардағы қабылдау ерекшеліктерін ескере отырып, жергілікті деңгейде көші-қон және интеграциялық саясатты дәлірек анықтау үшін құнды. Қала тұрғындарының қабылдауындағы мигранттың әлеуметтік портретін талдауды жалғастыра отырып, әртүрлі этнос өкілдерінің мигранттарға эмоционалдық және аттитудиналдық реакцияларының айырмашылығын қарастыру маңызды. 17-суретте келтірілген деректер эмоционалдық жауаптардың айтарлықтай біркелкі еместігін көрсетеді, бұл мигранттардың бейнесінің фрагментациясы мен контексттілігі туралы дәлелді күшейтеді.



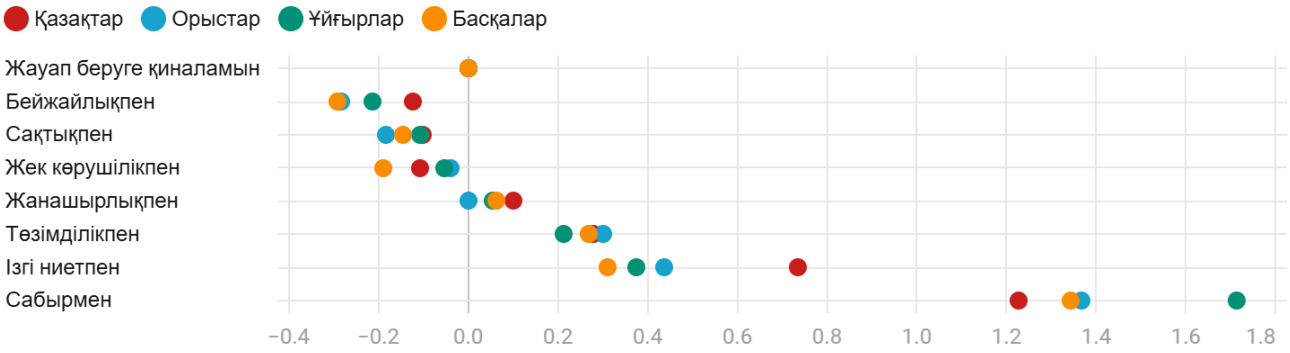
Сурет 17 – Мигранттарға эмоционалдық реакциялардың этностратификацияланған таралуы (N=526)

«Сабырмен», «Ізгі ниетпен», «Жанашырлықпен» деген оң көзқарастардың ең жоғары үлесі ұйғырлар мен қазақтарда байқалады. Бұл әсіресе барлық топтарда бірінші орында тұрған, бірақ ұйғырлар 57,1% және орыстар 45,6% айқын көрінетін «сабырмен» позициясында байқалады. Бұл жағдайда мигранттарға қатысты ұстамды толеранттылыққа белгілі бір көзқарастар бар деп айтуға болады, бұл жалпы әлеуметтік алшақтау жағдайында да басым. «Ізгі ниетпен» элементі қазақтарда 24,5% көбірек байқалады, бұл титулдық ұлттың басқа топтармен салыстырғанда көбірек ашықтыққа бейімділігін көрсетуі мүмкін. Алайда, жалпы алғанда, бұл позицияның көрсеткіштері көптеген топтарда төмен болып қалып отыр, бұл мигранттарды терең оң қабылдаудың шектеулігін көрсетеді. Айта кету керек, «жек көрушілікпен» эмоциясы барлық топтарда өте әлсіз көрінеді, бұл мигранттардың тағдырына эмпатикалық араласудың жеткіліксіздігін көрсетеді. Эмоционалдық тапшылық әсіресе «орыстар» 0% және «ұйғырлар» 1,8% топтарында байқалады, бұл мигранттарға деген терең жеке сезімдердің шектелгенін көрсетеді.

Жағымсыз эмоциялар. Екінші жағынан, жағымсыз эмоциялардың көрсеткіштері де әртүрлі. Мысалы, *«жек көрушілікпен»* эмоциясы басқаларда 6,3% ең жоғары мәнге жетеді, бұл мигранттар мен бәсекелестік жағдайдағы басқа да осал топтар арасындағы шиеленісті қарым-қатынасты көрсетеді. Сол сияқты *«сақтықпен»* ористар 9,2% және басқаларға 7,3% тән, бұл аз ғана пайызды көрсетеді, бірақ әлі де сенімсіздік немесе мигранттардан қауіп күту бар. Орыстар тобында *«бейжайлықпен»* көрсеткіші салыстырмалы түрде жоғары 14,2% және басқалар 14,6%, бұл аулақ болу немесе эмоционалды алшақтықты көрсетуі мүмкін. Агрессияның болмауы қызығушылық пен ынтымақтастықтың болмауымен жүретін жасырын әлеуметтік қашықтықтың бір түрі ретінде түсіндіру маңызды.

Жауап берудің қиындығы. Барлық топтарда дерлік «жауап берге киналамин» деген жауаптың төмен деңгейі эмоционалдық көзқарастың қалыптасуын көрсетуі мүмкін, яғни респонденттердің көпшілігінде мигранттарға қатысты қандай да бір тұрақты сезімдер немесе көзқарастар бар.

Мәліметтерді түсінікті ету үшін келесі кезеңде эмоционалдық қатынастың интегралды индексі есептелді (18-суретте көрсетілген). Ол әрбір этнос үшін оң және теріс эмоциялар арасындағы тепе-теңдікті көрсетеді, эмоционалды қабылдаудың жалпы векторын жалпылама бағалауға мүмкіндік береді.



Сурет 18 – Этникалық топтар бойынша мигранттарға эмоционалдық қатынас индексі (оң және теріс бағалаулар балансы)

Индекс әрбір эмоционалдық категорияның орташа өлшенген мәндері негізінде құрылады. Жағымды эмоциялар оң коэффициентпен, ал теріс эмоциялар теріс коэффициентпен ескерілді. «Маған жауап беру қиын» санаты мәнді эмоционалды баға бермейтіндіктен есептен шығарылды. Индекс нәтижелері мигранттарға қатысты ең жағымды эмоционалдық фон ұйғырлар арасында +2,4 тіркелгенін көрсетеді, бұл этномәдени жақындық сезімімен немесе ұқсас көші-қон өткенімен байланысты болуы мүмкін. Қазақтар сонымен қатар +2,2 жоғары интегралды көрсеткішті көрсетеді, бұл мигранттарды қалыпты оң және толерантты қабылдауды көрсетеді, мүмкін этносаралық толеранттылыққа деген көзқарастың басым болуымен байланысты. Ресейлік респонденттердің арасында индекс +1,6 құрайды, бұл да оң бағалардың басымдылығын көрсетеді, бірақ сәл аз өрнекпен. Басқа этникалық топтардың өкілдерінде олардың құрылымында жағымсыз эмоциялардың жоғары мәндерінің болуына қарамастан, интегралдық мән де +1,3 оң бағытын сақтайды, бұл жиынтықта ұстамды толерантты қатынастың басым екендігін көрсетеді. Топтардың әрқайсысында жеке жағымсыз эмоционалды белгілердің болуына қарамастан, жалпы алғанда, барлық этникалық қауымдастықтар арасында мигранттарға қатысты эмоционалдық климат қалыпты оң деп сипатталады. Алайда, бұл бағалаулардың сапалық құрамы айтарлықтай өзгеретінін атап өткен жөн: егер кейбір топтарда жанашырлық немесе ізгі ниетке негізделген көзқарастар басым болса, басқаларында ұстамдылық немесе бейтарап төзімділік. Мұндай конфигурация этникалық топтардың этносаралық өзара әрекеттестікке сараланған эмоционалдық қатысуы және мигранттарды әлеуметтік топ ретінде қабылдау туралы айтуға мүмкіндік береді. Демек, индекс жалпы эмоционалдық бағытты жазып қана қоймайды, сонымен қатар әлеуметтік сезімталдық пен күнделікті қарым-қатынастар мен топаралық байланыстар деңгейінде интеграциялық потенциалдың көрсеткіші ретінде қарастырылуы мүмкін.

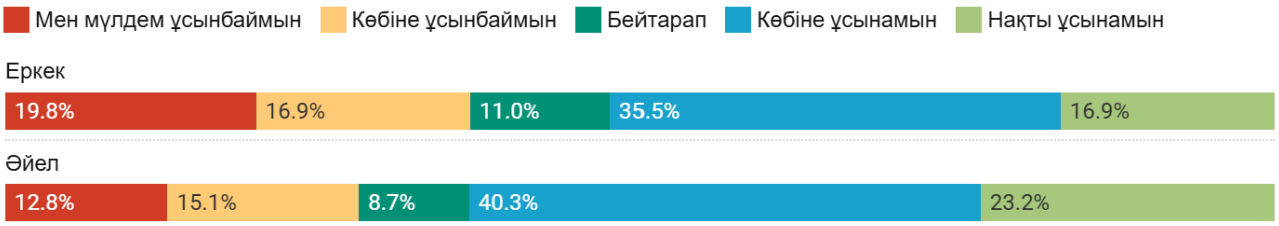
Осы бөлімшеде келтірілген нәтижелер алматылықтардың бұқаралық санасында этникалық мигрант бейнесінің қайшылық пен бөлшектенуінің жоғары дәрежесін көрсетеді. Бір жағынан, семантикалық дифференциалдық шкала сенім, құрмет және сонымен бірге сенімсіздік пен иеліктен шығару элементтерін біріктіретін амбивалентті қатынасты көрсететін мигранттардың жеке қасиеттерін бағалаудың айтарлықтай поляризациясын анықтады. Екінші жағынан, көшіп-қонушылардың әлеуметтік маңыздылығын қабылдау және жалпы көзқарас пен эмоционалдық қабылдаудың есептелген көрсеткіштері туралы деректер этникалық топтар арасындағы айырмашылықтарға қарамастан, ұстамды толеранттылық немесе қалыпты қабылдау ұстанымдары басым екенін көрсетті. Сонымен қатар, бұл қатынастардың сапалық құрылымы айтарлықтай өзгереді: кейбір этникалық топтарда мейірімділік пен эмпатиялық реакциялар басым болса, басқаларында сақтық пен эмоционалдық алыс. Мұның бәрі қалалық ортадағы мигрант бейнесі жеке тәжірибенің, этникалық сәйкестік пен кең әлеуметтік динамиканың тоғысқан жерінде қалыптасқан күрделі әлеуметтік-мәдени құрылым болып табылады және әлеуметтік интеграция деңгейінің де, топаралық шиеленістің жасырын әлеуетінің де маңызды көрсеткіші ретінде қызмет етеді деген қорытынды жасауға мүмкіндік береді.

3.2.3 Қала қауымдастығының этникалық мигранттар мен кәсіпкерлерді қабылдауға ашықтығы

Қалалық қауымдастықтың этникалық әртүрлілікке және сыртқы көші-қонға ашықтық дәрежесін бағалау әлеуметтік инклюзивтілік пен мәдениетаралық өзара әрекеттесуге дайындығының маңызды көрсеткіші болып табылады. Алматы сияқты жаһанданушы мегаполис жағдайында бұл аспект ерекше өзекті болып табылады, өйткені ол қаланың интеграциялық әлеуетіне, адами капиталдың дамуына және әлеуметтік-экономикалық процестердің тұрақтылығына тікелей әсер етеді. Қала тұрғындарының басқа этнос өкілдеріне символдық және практикалық ашықтық деңгейін анықтау мақсатында зерттеуге екі негізгі сұрақ енгізілді. Біріншісі Алматы қаласын басқа этнос өкілдерінің білікті мамандарының тұрғылықты жері ретінде ұсынуға дайындығын бағалауға қатысты. Екінші сұрақ қаланың этникалық кәсіпкерлік пен іскерлік көші-қон кеңістігі ретіндегі тартымдылығын бағалауға қатысты. Екі жағдайда да 1-ден 10-ға дейінгі шкала қолданылды, мұнда «1» қаланы көшу үшін ұсыныс жасаудан мүлдем бас тартуды білдіреді, ал «10» ұсынуға толық сенімділікті білдіреді. Нәтижелерді түсіндіруді жеңілдету және деректердің салыстырмалылығын қамтамасыз ету үшін респонденттердің ұпайлары басқа этнос өкілдерінің Алматы қаласын көші-қонға және кәсіпкерлікке ұсынуға дайындық дәрежесін көрсететін бағалаудың бес деңгейлі шкаласына ауыстырылды. 1-ден 10-ға дейінгі мәндерді қамтитын бастапқы шкала келесідей қайта кодталды:

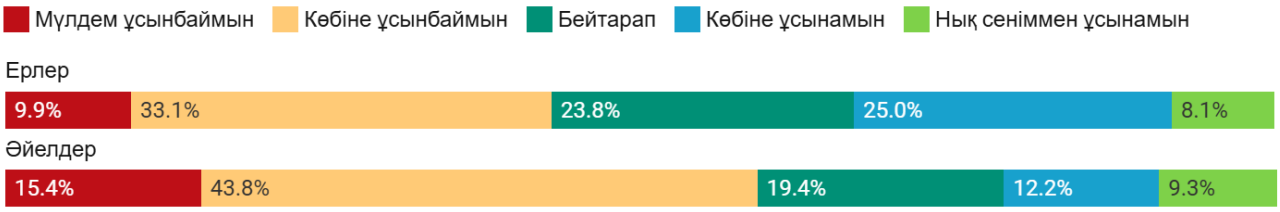
- 1–2 мәндері «Мен мүлде ұсынбаймын» санатына берілді;
- «Мен ұсынбаймын» санатына 3–4 мәндері;
- «Бейтарап» санатына 5–6 мәндері;
- «Мен ұсынамын» санатына 7–8 мәндері;
- «Мен сенімді түрде ұсынамын» санатына 9–10 мәндері.

Мұндай жинақтау жеке бағалауларды қала тұрғындарының жалпы көзқарастарын көрсететін типологиялық маңызды топтарға топтастыруға және этникалық мигранттарды әлеуетті тұрғындар мен кәсіпкерлер ретінде қабылдаудағы құрылымдық айырмашылықтарды анықтауға мүмкіндік берді. Әрі қарай талдау негізгі әлеуметтік-демографиялық сипаттамалар бойынша бөлумен мақсатты бағыттардың (тұрғын үй көші-қоны және бизнес көші-қоны) әрқайсысы үшін ұсынылған. *«Алматы қаласын осында басқа этнос өкілдеріне (білікті мамандар арасынан) көшуге кеңес бересіз бе?»* деген бірінші сұраққа көзқарасты талдау нәтижелері. респонденттердің арасында оң және ұстамды бағалаулардың болуын көрсету. Гендерлік контексттегі талдау 19-суретте көрсетілген этникалық «басқа» білікті мигранттарды қабылдауға ашықтық деңгейінде елеулі айырмашылықтарды анықтады.



Сурет 19 – Респонденттердің жынысы бойынша «Сіз Алматы қаласын осында басқа этнос өкілдеріне (білікті мамандар арасынан) көшуге кеңес бересіз бе?» деген сұраққа жауаптардың бөлінуі (N=526)

Ерлер арасында тек 16,9% ғана Алматыны тұру орны ретінде ұсынуға толық дайын екенін білдірді (сенімді түрде ұсынамын) және тағы 35,5% (мен оны ұсынамын), бұл жалпы алғанда 52,4% қолдаушы көзқарасты құрайды. Сонымен қатар, ерлердің айтарлықтай бөлігі теріс немесе ұстамды позицияларды білдіреді (19,8% «Мен мүлде ұсынбаймын» опциясын таңдады, 16,9% «Ұсынбаймын» және 11,0% бейтарап позицияны ұстанды. 36,7% ер адамдар Алматы қаласына білікті мамандардың келуіне қарсылықты білдіреді. Әйелдер, керісінше, толеранттылық пен ашықтықты көрсетті, олардың ішінде «сенімді түрде» Алматыны мигранттар үшін қала ретінде ұсынатындардың үлесі 23,2%. Гендерлік талдау әйелдердің Алматыны этникалық жағынан әр түрлі мамандар үшін инклюзивті кеңістік ретінде қарастыруға бейім екенін көрсетеді. Бұл ерлер үшін еңбек нарығындағы бәсекелестіктің жоғары болуына байланысты болуы мүмкін, сондықтан білікті мигранттардың қалаға көшіп келу мүмкіндігі, олар үшін қауіп факторы ретінде қабылдануына алып келеді.



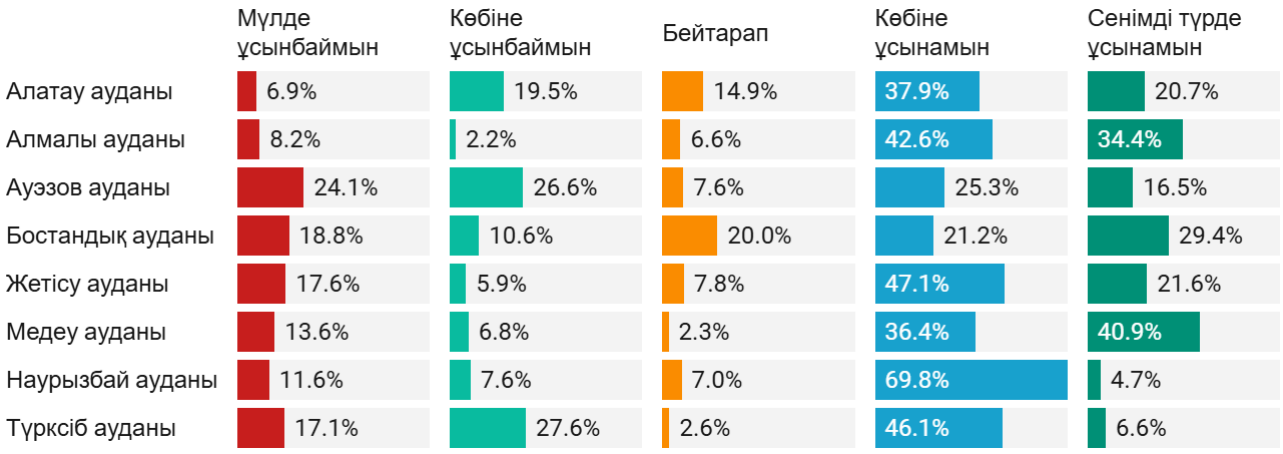
Сурет 20 – Респонденттердің жынысы бойынша «Сіз Алматы қаласын басқа этнос өкілдеріне осында көшіп келуге, кәсіп ашуға кеңес бересіз бе?» деген сұраққа жауаптардың бөлінуі (N=526)

Нәтижелер көрсеткендей, кәсіпкерлік көші-қонды бағалау кезінде гендерлік айырмашылықтар сақталады, бірақ екінші сұрақ бойынша белгілі бір ауытқулар байқалады (20-суретті қараңыз). Әйелдер әлі де оң бағалаулардың жоғары үлесіне ие, атап айтқанда, «Мен сенімді түрде ұсынамын» және «Көбіне ұсынамын» бұл инклюзивті экономикаға көбірек бейімділігін көрсетуі мүмкін. Ер адамдар, керісінше, сақтық пен сыни көзқарасқа ие, бұл теріс жауаптардың үлесінің жоғарылауымен расталады, әсіресе «Мен мүлдем ұсынбаймын» диапазонында.

Бұл жағдайда этникалық көші-қонға деген көзқарастың жалпы оң динамикасына қарамастан, экономикалық бәсекелестік мәселесі әсіресе ерлер арасында неғұрлым сезімтал қабылданады деп болжауға болады. Нәтижелер «мигрант-кәсіпкер» имиджі шиеленісті жоғарылататынын және әлеуметтік бәсекелестік, ресурстарды қайта бөлу және экономикалық сенім тұрғысынан түсіндіруді қажет ететінін көрсетеді (3.3-бөлімді қараңыз). Гендерлік тұрғыдан алғанда, басқа этностардың кәсіпкерлеріне деген көзқарас білікті мамандарға қарағанда айқын поляризацияны көрсетеді, бұл қоғамдық пікірді талдау кезінде көші-қон түрлерін контекстік тұрғыдан ажыратудың маңыздылығын көрсетеді. Алматы қаласын этникалық жағынан әр түрлі мамандардың тұруына ұсынуға дайындығы туралы бірінші сұрақты талдағанда, ерлер мен әйелдер арасындағы бағалаулардағы айырмашылықтар үлестердегі айтарлықтай айырмашылықтарға қарамастан, статистикалық маңызды деңгейге жетпегенін атап өткен жөн, бұл көрнекі және пайыздық алшақтықтардың болуына қарамастан, бірінші фактормен күшті байланыста гендерлік қатынасты көрсетпегенін білдіреді. Сонымен бірге, басқа этнос өкілдерінің қаланы кәсіп ашуға ұсынуға дайындығы туралы екінші сұраққа қатысты жыныстар арасындағы айырмашылықтардың статистикалық маңыздылығы расталды. χ^2 кестесінде көрсетілгендей, Пирсон критерийінің мәні 4 еркіндік дәрежесімен және $p = 0{,}001$ маңыздылық деңгейімен 18,490 болды. Сонымен қатар ықтималдық коэффициентінің мәні ($\chi^2 = 18{,}038$, $p = 0{,}001$) және сызықтық-сызықтық қатынас коэффициенті ($\chi^2 = 8{,}734$, $p = 0{,}003$) респонденттің жынысы мен оның этникалық топтардың көші-қонына қатынасы арасында тұрақты байланыстың бар екендігін көрсетеді. Барлық ұяшықтар χ^2 қолдану критерийлеріне сәйкес келетінін ерекше атап өткен жөн: 5-тен төмен мәндер болмады, ең төменгі күтілетін мән 15,3 болды, бұл есептеулердің дұрыстығын көрсетеді және анықталған айырмашылықтардың

сенімділігін сенімді түрде айтуға мүмкіндік береді. Кәсіпкерлік көші-қон мәселесі кәсіби көші-қон мәселесіне қарағанда нәзік болып шықты.

Гендерлік айырмашылықтардан басқа, тұрғылықты жер факторы этникалық мигранттарды қабылдауға ашықтық деңгейіне айтарлықтай әсер етеді. Алматы қаласының аудандары бойынша жауаптардың таралуын талдау көзқарастардың жоғары әркелкілігін көрсетеді, бұл қоғамдық қабылдаудың аумақтық анықталған үлгілері туралы айтуға мүмкіндік береді (21-суретті қараңыз).



Сурет 21– Тұрғылықты жері бойынша «Алматы қаласын осында басқа этнос өкілдеріне (білікті мамандар арасынан) көшуге кеңес бересіз бе?» деген сұраққа жауаптардың таралуы (N=526)

Ашықтықтың ең жоғары деңгейін Наурызбай ауданының респонденттері көрсетті, бұл жерде респонденттердің 69,8%-ы «көбіне ұсынамын» және 4,7%-ы «сенімді түрде ұсынамын» опциясын таңдады, барлығы 74,5%-ы оң пікір білдірді. Бұл үрдісті аудан дамуының салыстырмалы жаңалығымен, халықтың жас құрамымен және аз қалыптасқан этникалық иерархиямен түсіндіруге болады. Мигранттарға қаланы ұсынуға дайындықтың жоғары деңгейі Алмалы ауданында тіркелді 42,6% «көбіне ұсынамын» және 34,4% «сенімді түрде ұсынамын» опциясын таңдады (барлығы 77%), бұл ауданның орталық орналасуына, дамыған инфрақұрылымға және көп мәдениеттіліктің жоғары деңгейіне байланысты болуы мүмкін. Керісінше, ең жабық позицияны Әуезов ауданының респонденттері көрсетті, мұнда «мүлдем ұсынбаймын» дегендердің үлесі 24,1%, ал тағы 26,6% «көбіне ұсынбаймын» дегендер. Респонденттердің жартысынан астамы (50,7%), тіпті білікті мамандар болса да, мигранттардың келуіне теріс көзқарас танытады, бұл ауданда қалыптасқан әлеуметтік бәсекелестіктің жоғарылығын немесе күшті этникалық кедергілерді көрсетуі мүмкін. Позитивті көзқарастардың салыстырмалы түрде төмен мәндері Бостандық ауданында да байқалады, өйткені небәрі 21,2% «көбіне ұсынамын» және 29,4% «сенімді түрде ұсынамын» және Түрксіб ауданында барлығы 52,7% қолдады, мұнда да «бейтарап» және теріс бағалаулардың айтарлықтай үлесі тіркелген. Дәстүрлі түрде ең беделді саналатын Медеу ауданы ерекше назар аударуға тұрарлық. Бұл

жерде «сенімді түрде ұсынамын» дегенді таңдаған респонденттердің үлесі «көбіне ұсынамын» шкаласы бойынша оң бағалардың салыстырмалы түрде төмен пайызына (36,4%) қарамастан 40,9%-ға жетеді және бұл, ең алдымен, әл-ауқаты жоғары және өзін-өзі сенімді орта үшін тән ауданның тартымдылығына неғұрлым айқын көрсетілген ұстанымды және жоғары сенімді көрсетуі мүмкін. Респонденттердің тұрғылықты жері мен олардың Алматы қаласын басқа этникалық топтардың білікті мамандарына қоныс аударуға ұсынуға дайындығы арасындағы өзара байланыстың статистикалық маңыздылығын бағалау үшін Пирсон χ^2 критерийі қолданылды (5-кестені қараңыз).

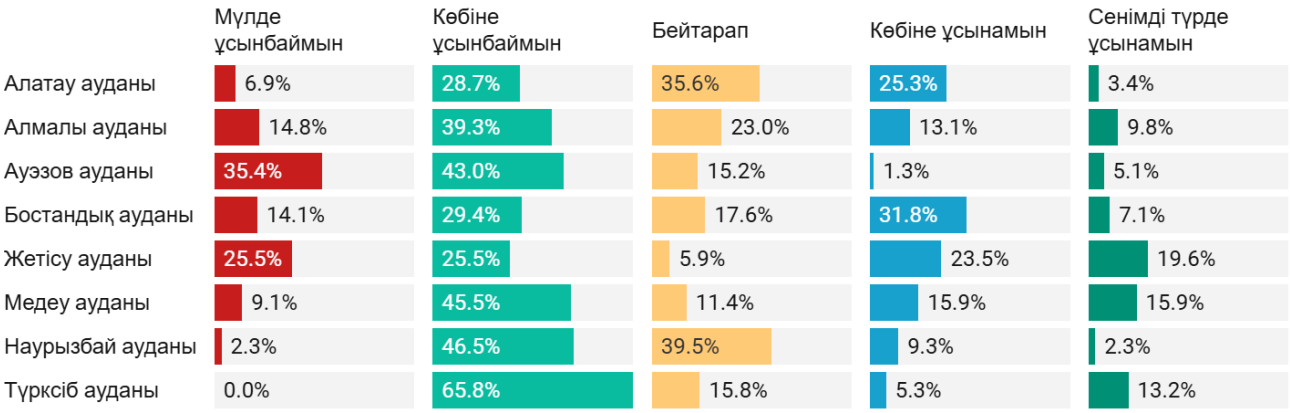
Кесте 5 – Тұрғылықты жері мен этникалық мамандардың көші-қоны үшін Алматыны ұсынуға дайындығы арасындағы қатынасты тексеру нәтижелері (Пирсон χ^2 критерийі)

Хи-квадрат критерийі			
	мәні	ст.бай.	Асимптотикалық мәні (2-жақты)
Пирсон Хи-квадрат	109,632[a]	28	,000
Ықтималдылық коэффициенттер	112,995	28	,000
Сызықтық қатынас	1,769	1	,184
Жарамды бақылаулар саны	526		
а. 3 ұяшықтар саны (7,5%) үшін күтілетін мән 5-тен аз. Ең аз күтілетін сан - 4,09.			

Нәтижелер айырмашылықтардың жоғары статистикалық маңыздылығын көрсетеді: χ^2 мәні 28 еркіндік дәрежесімен 109,632 және маңыздылық деңгейі p = 0,000 (асимптотикалық екі жақты мән), бұл респонденттердің этникалық жағынан әр түрлі аймақ мамандарының көші-қонына деген көзқарастарының айырмашылығын көрсетеді. Алматы қаласында тұратын. Қосымша ықтималдық арақатынасы сынағы да айырмашылықтардың маңыздылығын растады (χ^2 = 112,995, p = 0,000), қорытындылардың сенімділігін күшейтеді. Сонымен қатар сызықтық-сызықтық қатынас көрсеткіші (p=0,184 кезінде 1,769) айнымалылар арасындағы сызықтық байланысты көрсетпеді, бұл аудандардың номиналды сипаты мен жауап шкаласының категориялық сипатын ескере отырып қисынды. Сондай-ақ талдаудан тек 3 ұяшықта (7,5%) χ^2 критерийінің рұқсат етілген шегіне жататын 5-тен төмен күтілетін мән бар екенін атап өткен жөн. Ең аз күтілетін мән – 4,09, бұл статистикалық процедураның дұрыстығын растайды. Талдау нәтижелері Алматы қаласының әртүрлі аудандарының тұрғындары арасында көші-қонға ашықтық дәрежесінде айтарлықтай айырмашылықтардың болуы туралы гипотезаны растайды және бұл жағдай мигранттарды әлеуметтік-мәдени бейімдеу және интеграциялау бағдарламаларын әзірлеуде, оның ішінде нақты қалалық қауымдастықтардағы этносаралық толеранттылықтың микродеңгейін ескере отырып, локализацияланған тәсілдің қажеттілігін көрсетеді. Деректер бір мегаполистегі мигранттар үшін символдық ашықтықтың кеңістіктік дифференциациясын көрсетеді. Қаланы басқа этникалық топтардың өкілдеріне көшуге ұсынуға дайындық деңгейі айтарлықтай өзгереді және мультимәдениет

деңгейінің жергілікті контекстіне, этникалық тығыздыққа, ресурстарға бәсекелестікке және инфрақұрылымдық тартымдылыққа байланысты.

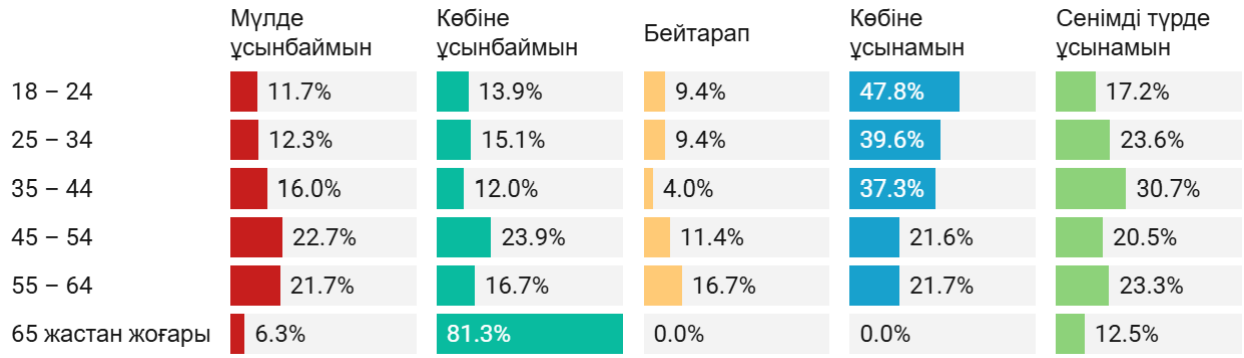
Осыған ұқсас тәсіл респонденттердің *«Алматы қаласын осында басқа этнос өкілдеріне көшіп келуге, кәсіп ашуға кеңес бересіз бе?»* деген екінші сұраққа қатынасын талдауда да қолданылды. 22-суретте көрсетілгендей, жауаптардың кеңістікте таралуы да айтарлықтай аумақтық біркелкі еместігін анықтады. Теріс позиция әсіресе Әуезов ауданынан келген респонденттердің арасында айқын байқалды: мұнда 35,4% *«Мен мүлде ұсынбаймын»* опциясын таңдады, ал 43,0% *«көбіне ұсынбаймын»* дегенді таңдады, яғни жалпы тұрғындардың 80% дерлік бизнеспен айналысу мақсатында мигранттардың келуіне теріс көзқарасын білдіреді. Бұл аудандағы респонденттердің 6,4%-ы ғана қолдау көрсетті.



Сурет 22 – Тұрғылықты жері бойынша «Сіз Алматы қаласын басқа этнос өкілдеріне осында көшіп келуге, кәсіп ашуға кеңес бересіз бе?» деген сұраққа жауаптардың таралуы (N = 526)

Сол сияқты, Түрксіб ауданында респонденттердің 66%-ға жуығы *«көбіне ұсынбаймын»* деген нұсқаны таңдаса, тек 13,2%-ы ғана оң пікірін білдірді. Бұл аудандар экономикалық бәсекелестіктің жоғары деңгейін, кәсіпкерлік мүмкіндіктерге қол жеткізудің шектелуін немесе мигранттарды нарықтың әлеуетті «ығыстырушы» қатысушылары ретінде басым қабылдауды бастан кешіруі мүмкін. Керісінше, басқа аудандар пікірлердің теңгерімді немесе бейтарап бөлінуін көрсетеді. Мысалы, Алатау ауданында респонденттердің жартысы (64,3%) бейтарап немесе ішінара қолдайтын позицияны ұстанады, ал Жетісу ауданында «нақты ұсынамын» дегенді қоса алғанда, оң бағалардың үлесі 40%-дан асады және бәсекелестік ортаның аз қанықкандығын, сондай-ақ жас және серпінді демографияны көрсетуі мүмкін. Бостандық ауданында респонденттердің 39%-ға жуығы кәсіпкерлік көші-қонды қолдайтынын көрсетті, бұл дамыған инфрақұрылым мен бизнес-ортаға байланысты болуы мүмкін. Дегенмен, Наурызбай және Медеу аудандарында сақтық немесе бейтарап ұстаным басым: респонденттердің жоғары бөлігі «көбіне ұсынбаймын» немесе «бейтарап» опциясын таңдайды, бұл әлеуметтік бөлшектену немесе нақты қалыптаспаған көзқарасты көрсетуі мүмкін.

Жауаптарды жас динамикасы бойынша бөлу этникалық көші-қонға ашықтық деңгейінің респонденттердің жасына тұрақты тәуелділігін көрсетеді. Жалпы тенденция респондент неғұрлым жас болса, соғұрлым Алматы қаласын басқа этностың білікті мамандары үшін тұру орны ретінде ұсынуға дайындығы жоғары болады (23-суретті қараңыз). Позитивті көзқарастардың ең көп үлесін 18-24 жас аралығындағы респонденттер көрсетті: 47,8% «көбіне ұсынамын» опциясын таңдады, ал тағы 17,2% «сенімді түрде ұсынамын» опциясын таңдады. Барлығы 65% құрайды, бұл барлық жас топтары арасындағы ең жоғары көрсеткіш. Осыған ұқсас оң бағалаулардың жоғары үлесі 25-34 жас аралығындағы топ арасында (барлығы 63,2%) тіркелді, мұнда «сенімді» респонденттердің үлесінің өсуі ерекше байқалады (23,6%). 35-44 жас санатында оң көзқарастар маңызды болып қала береді: 37,3% «көбіне ұсынамын» және 30,7% «сенімді түрде ұсынамын», бұл кәсіби дамудың белсенді кезеңінде тұрған осы топ өкілдерінің интеграцияға жоғары дайындығын көрсететінін көрсетеді. Бір қызығы, дәл осы жерде қаланың оң имиджіне «сенім» ең жоғары (30,7%) тіркелген.



Сурет 23 – Жас топтары бойынша «Сіз Алматы қаласын басқа этнос өкілдеріне осында көшіп келуге, кәсіп ашуға кеңес бересіз бе?» деген сұраққа жауаптардың таралуы (N = 526)

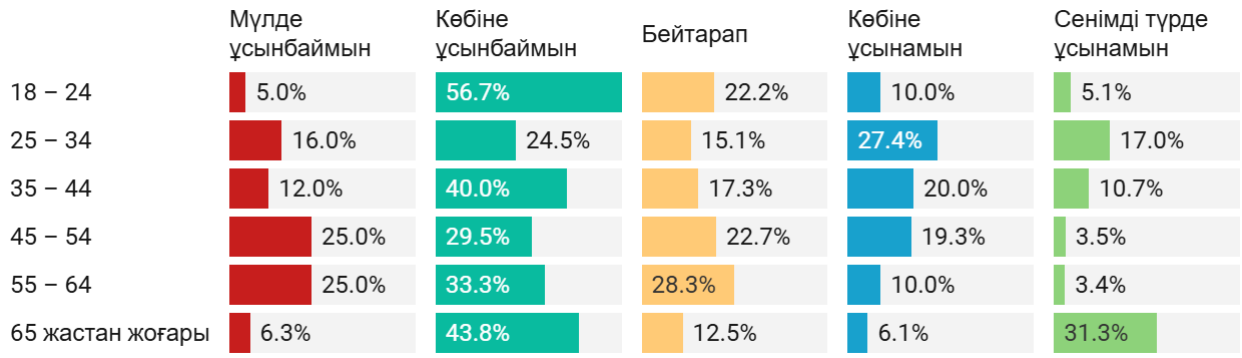
Дегенмен, 45 жастан бастап және одан жоғары жастағы адамдарда оң бағалардың төмендеуі және теріс көзқарастардың жоғарылауының тұрақты үрдісі байқалады. Осылайша, 45-54 жас аралығындағы респонденттердің 21,6%-ы ғана «көбіне ұсынамын» және 20,5%-ы «сенімді түрде ұсынамын», ал 22,7%-ы «мүлдем ұсынбаймын» және тағы 23,9%-ы «көбіне ұсынбаймын» дегенді таңдады. Теріс көзқарастардың жалпы үлесі 46%-дан асады, бұл жастық консерватизм мен ұлтаралық көші-қонға деген сақтықты көрсетеді. Ұқсас динамика 55–64 және 65+ жастағы топтарда байқалады, мұнда 65 жастан асқандар ерекше назар аударады. Санның аздығына қарамастан, мұнда 81,3% «ұсынамын» деген нормадан тыс жоғары үлес тіркелді, ал «бейтарап» және өте төмен «сенімді» бағалаулар (12,5%) мүлдем жоқ, бұл шкаланы қабылдаудың ерекшеліктерін де, сұрақтың бұрмаланған түсіндірілуін де көрсетуі мүмкін. Символдық ашықтық деңгейіне жас ерекше әсер етеді: жастар Алматы қаласын инклюзивті кеңістік ретінде қабылдауға дайын, ал аға буын өкілдері көбінесе этникалық сақтық пен бейтарап ұстанымды көрсетеді. Алынған χ^2 мәні 20

еркіндік дәрежесімен 50,946 болды, бұл p<0,001 мәнділік деңгейінде жас пен этникалық көші-қонға көзқарас арасында айқын байланыс бар екенін көрсетеді (6-кестені қараңыз).

Кесте 6 – Респонденттердің жасы мен олардың Алматыны этникалық мамандарға қоныс аударуға ұсынуға дайындығы арасындағы қатынасты тексеру нәтижелері (Пирсон χ^2 критерийі)

Хи-квадрат критерийі			
	Мәні	ст.бай.	Асимптотикалық мәні (2-жақты)
Пирсонның Хи-квадрат	50,946[a]	20	,000
Ықтималдылық коэффициенттер	53,894	20	,000
Сызықтық қатынас	3,183	1	,074
Жарамды бақылаулар саны	525		
а. 4 ұяшықтар саны (13,3%) үшін күтілетін мән 5-тен аз. Ең аз күтілетін сан – 1,52.			

Ықтималдық коэффициентін (χ^2 = 53,894) қолданатын қосымша сынақ нәтижелердің сенімділігін арттыратын ұқсас қорытындыға әкелді. Керісінше, сызықтық-сызықтық тәуелділік коэффициенті (χ^2 = 3,183; p = 0,074) сызықтық динамиканың болуын растамады, бұл жас шкаласындағы жауаптардың ирек сипатымен түсіндіріледі, жастар арасындағы жоғары қолдаудан орта және егде жастағы неғұрлым резервтік позицияларға дейін. Төмен күтілетін мәні бар ұяшықтар саны рұқсат етілген шектен аспайтынын ескеру маңызды: 30 ұяшықтан тек 4-інде (13,3%) 5-тен төмен мән болды, ал ең төменгісі 1,52 болды. χ^2 критерийінің болжамдары жалпы орындалды, бұл интерпретацияны статистикалық тұрғыдан дұрыс етеді. Біріктірілген бұл нәтижелер жастың көші-қон ағынын қабылдауға жүйелі әсер ететінін көрсетеді. Әңгіме кездейсоқ ауытқулар туралы емес, ұрпақтар арасындағы қалыптасқан құндылық айырмашылықтары туралы болып отыр, бұл қалаларды біріктірудің және этносаралық келісімнің ұзақ мерзімді саясатын жоспарлау кезінде ескерілуі тиіс. «Алматы қаласын басқа ұлт өкілдеріне осында көшіп келуге, кәсіп ашуға кеңес бересіз бе?» деген сұраққа берілген жауаптарды жас топтары бойынша бөлу. (24-сурет) кәсіпкерлік қызметке байланысты этникалық көші-қонға қатынаста тұрақты және мағыналы жас сараланuын анықтауға мүмкіндік береді. Тұрғын үй немесе символдық контексттегі көші-қонды қабылдаудан айырмашылығы, бизнес көші-қонына көзқарас әртүрлі нәтижелерді көрсетеді.



24 сурет – «Алматы қаласын басқа этнос өкілдеріне осында көшіп келуге, кәсіп ашуға кеңес бересіз бе» деген сұраққа берілген жауаптардың жас топтары бойынша бөлінуі (N=526)

Теріс көзқарастардың ең айқын деңгейі 18-24 жас тобында тіркелді, мұнда респонденттердің 56,7%-ы «көбіне ұсынбаймын» деген опцияны таңдады, ал тағы 5%-ы «мүлдем ұсынбаймын» опциясын таңдады. Осылайша, теріс жауаптардың жалпы үлесі үштен екіден асады. Бұл топтағы «ұсынамын» және «сенімді түрде ұсынамын» деген оң бағалар сәйкесінше небәрі 10% және 5,1% құрады. Бұл нәтижені ксенофобиялық көзқарастың емес, жастар арасындағы кәсіпкерлік ортаға экономикалық сенімнің жоқтығының, сондай-ақ этникалық бәсекелестікті өзінің еңбек немесе экономикалық өзін-өзі жүзеге асыру мүмкіндіктеріне қатер ретінде қабылдауы ретінде түсіндіруге болады. «Тәжірибелі бәсекелестік» тетіктері және әлеуметтік әділеттіліктегі жасырын белгісіздік бизнес көші-қонын қолдаудан бас тартудың мұндай жоғары деңгейін этномәдени әртүрлілікті жалпы символдық қабылдаумен түсіндіре алады. 25-34 жас тобы, керісінше, бағалаудың теңдестірілген және теңдестірілген құрылымын көрсетеді. Орташа сақтық деңгейі 24,5%, «көбіне ұсынбаймын» дегенге қарамастан, оң көзқарастар айтарлықтай өсуде: респонденттердің 27,4% «көбіне ұсынамын» және 17% «сенімді түрде ұсынамын» дегенді таңдады. Қолдау көрсетудің жалпы деңгейі 44,4%-ға жетеді, бұл осы жас когортасын ең ұтымды және интеграциялық деп сипаттауға мүмкіндік береді. Бұл ұрпақ өкілдері экономикалық және кәсіби дамудың белсенді кезеңінде бола отырып, ресурстар мен тауашалар үшін ықтимал бәсекелестікке байланысты сақтықты сақтай отырып, қалалық кеңістікті көпэтникалық экономикалық аймақ ретінде қабылдауға дайын екендіктерін көрсетеді. 35-44 жас аралығындағы топта теріс көзқарастар басым болып қалады, бұл жерде нәтиже 40% «ұсынбайды» дегенді көрсетті, дегенмен, сонымен қатар, оң пікірлердің айтарлықтай үлесі де тіркелді: респонденттердің 20% «көбіне ұсынамын» және 10,7% «сенімді түрде ұсынамын» деп таңдады. Бұл жерде біз орта жастағыларға тән амбиваленттілікті байқаймыз: бір жағынан, экономикалық жетілгендік бизнес көші-қонын жаһандық қаланың болмай қоймайтын элементі ретінде прагматикалық қабылдауға ықпал етеді; екінші жағынан, жетілу жетіспейтін ресурстар, нарық тұрақтылығы және институционалдық бейімділік туралы идеялармен байланысты сақтықты арттырумен бірге жүреді. 45-54 жастағы топ анағұрлым скептицизмді көрсетеді: респонденттердің 25%-ы «мүлде ұсынбаймын»

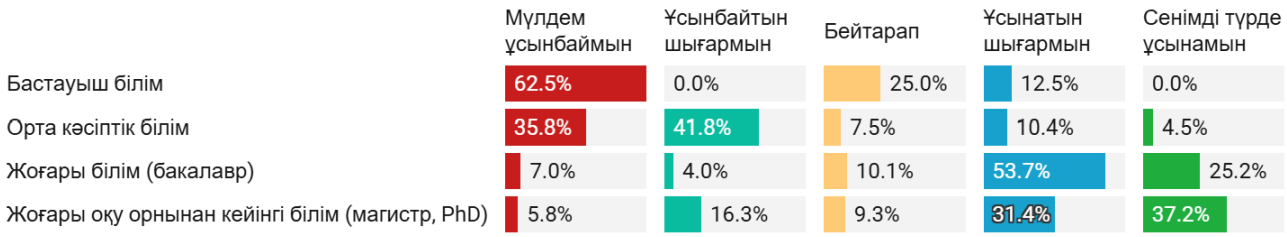
опциясын, ал тағы 29,5%-ы «көбіне ұсынбаймын» деген опцияны атап өтті. Осылайша, теріс пікірлердің жалпы үлесі 54%-дан асады, ал сенімді қолдау деңгейі өте төмен. Бұл көзқарас құрылымы посткеңестік кеңістікте институционалдық, экономикалық және идеологиялық өзгерістерді бастан кешіріп жатқан аға буын өкілдеріне тән. Жабық ұлттық нарық, шектелген этносаралық ұтқырлық, консервативті экономикалық ойлау жағдайында құндылық бағдарлардың қалыптасуы сыртқы этностардың кәсіпкерлік қызметіне ұзақ мерзімді сақтық қатынасын қалыптастырады. Ұқсас жағдай 55-64 жас тобында байқалады, онда теріс бағалаулардың жалпы үлесі де 58%-дан асады. Бұл нәтиже тұрақты жастық корреляцияның болуын растайды, оған сәйкес жас ұлғайған сайын бизнес-мигранттарға қатысты сақтық пен шеттету көзқарастары басым болады. Бұл жағдайда этникалық кәсіпкерлік, әсіресе, зейнеткерлік жастағы халық дәстүрлі түрде тартылатын бөлшек сауда және қызмет көрсету салаларында экономикалық тұрақтылыққа қатер ретінде қабылдануы мүмкін. 65+ жас санаты ерекше назар аударуға лайық. Респонденттердің 43,8%-ы «Мен мүлде ұсынбаймын» деп атап көрсеткеніне қарамастан, айтарлықтай бөлігі (31,3%) «көбіне ұсынамын» дегенді таңдады, бұл парадоксальды дуализмді тудырады. «Бейтарап» және өте төмен «сенімді» бағалаулардың болмауы (12,5%) масштабты қабылдаудың қиындығын немесе сұрақты түсіндірудегі когнитивті бұрмалануды көрсетуі мүмкін. Мұндай типсіздік қосымша сапалы тексеруді қажет етеді, соның ішінде жеке сұхбат немесе когорттық талдау арқылы. Жас санаттары бойынша 24-суретті талдау инклюзивті бизнес-климатты дамытуға бағытталған қалалық басқару саясаты осы ұрпақтар арасындағы алшақтықтарды ескеруі керек, сондай-ақ білім беру, диалог және этносаралық іскерлік ынтымақтастықтың табысты жағдайларын көпшілікке көрсету тетіктері арқылы сенімсіздікті азайту шараларын күшейту керек деп айтуға мүмкіндік береді. Пирсон χ^2 арқылы алынған статистикалық мәнді нәтижелер байланыстың бар екенін көрсетті (7-кестені қараңыз).

Кесте 7 – Респонденттердің жасы мен этникалық кәсіпкерлік көші-қонға қатынасы арасындағы байланысты тексеру нәтижелері (Пирсонның χ^2 критерийі)

Хи-квадрат критерийі			
	Мәні	ст.бай.	Асимптотикалық мәні (2-жақты)
Пирсонның Хи-квадрат	90,429[a]	20	,000
Ықтималдылық коэффициенттер	88,058	20	,000
Сызықтық қатынас	,815	1	,367
Жарамды бақылаулар саны	525		
а. 4 ұяшықтар саны (13,3%) үшін күтілетін мән 5-тен аз. Ең аз күтілетін сан – 1,43.			

Өте төмен р-деңгейіндегі χ^2 критерийінің жоғары мәні жас және бизнес көші-қонына деген көзқарастың тәуелсіз айнымалылар емес екенін көрсетеді, яғни олардың арасында іріктемедегі кездейсоқ ауытқуларға байланысты емес тұрақты байланыс бар. Бұл нәтиже этносаралық кәсіпкерлік қызметке

қатынастың жасына байланысты шарттылығы туралы бұрын жасалған сапалы қорытындыны растайды. Елеулі сызықтық-сызықтық тәуелділіктің болмауы (χ^2 = 0,815; p > 0,05) сызықтық емес таралуды көрсетеді: қолдау деңгейлері жастан егде жастағы топтарға дейін төмендемейді немесе біркелкі өспейді, бірақ ирек сызығын құрайды, мұнда ашықтық шыңдары шұңқырлармен алмасады, бұл әлеуметтік және экономикалық стратификациядағы тарихи тәжірибе мен әлеуметтену контексімен байланысты. Бұл жағдайда χ^2 тестінің болжамдары жалпы орындалды: 30 ұяшықтан тек 4 ұяшықта (13,3%) күтілетін мән 5-тен төмен болды, ал ең төменгі мән 1,43 болды, бұл жалпы қабылданған шектен аспайды; демек, χ^2 критерийін қолдану дұрыстығы сақталып, нәтижелерді жоғары сенімділік дәрежесімен интерпретациялауға болады. Респонденттің білім деңгейі танымдық және мәдени ашықтық факторы ретінде этникалық көші-қонға деген көзқараспен нақты байланысты көрсетеді. Талдау көрсеткендей, білім деңгейі неғұрлым жоғары болса, соғұрлым басқа этностардың мамандарын Алматы қаласының қалалық қауымдастығына біріктіру идеясы оң бағаланады (25-суретті қараңыз). Әсіресе экстремалды білім категорияларының арасындағы қарама-қайшылықтар айқын көрінеді. Бастауыш білімі бар адамдардың үштен екісі дерлік (62,5%) қаланы ұсынуға қарсы, «Мен мүлде ұсынбаймын» нұсқасын таңдайды. Тек 12,5% ғана «көбіне ұсынамын» деген ниет білдірді және тек 4,5% «сенімді түрде ұсынамын». Әлеуметтік оқшаулану және этникалық сақтық ұстанымы басым.



25 сурет – Респонденттердің білім деңгейі бойынша Алматыға этникалық мамандарды көшіруге ұсыныс жасауға дайындығы (N=526)

Орта кәсіптік білімі бар респонденттер аз айырмашылықпен, ұқсас көріністі көрсетеді. Теріс немесе бейтарап позициялардың жиынтық үлесі – 77,4%, ал оң бағалардың жиынтық үлесі – 22,6% (оның ішінде 14,9% «көбіне ұсынамын» және 7,7% «сенімді түрде ұсынамын»). Мұндай конфигурация мәдениетаралық тәжірибенің жоқтығын және «басқаны» қабылдаудың шектеулі әлеуметтік көкжиектерін көрсетуі мүмкін. Қарама-қарсы жақта жоғары (бакалавриат) және жоғары оқу орнынан кейінгі білімі бар респонденттер тұр. Бірінші топта 53,7% «көбіне ұсынамын» дегенді таңдаса, тағы 25,2% «сенімді түрде ұсынамын» дегенді таңдады. Осыған ұқсас көзқарастарды магистратура және PhD дәрежесі барлар көрсетті: «сенімді» ұсынымдар үлесі 37,2%-ға дейін өсті, ал «көбіне ұсынатындар» 31,4%-ды құрады. Халықтың академиялық дамыған қабаттары өкілдерінің үштен екісінен астамы этносаралық кәсіби көші-қонды нақты қолдайтынын көрсетеді. Бақыланатын үлгі білім беру әлеуметтік толеранттылық пен символдық инклюзияның делдалы қызметін атқаратынын атап көрсетеді. Жоғары білімді респонденттер кәсіби және білім беру ортасында

әртүрлі этникалық топтардың өкілдерімен жиі араласады, танымдық схемалары кеңірек болады және көпмәдениетті қатар өмір сүруге дайын екендіктерін көрсетеді. Білім беру капиталы білім ресурстарын ғана емес, сонымен қатар қаланы кәсіби көші-қонның инклюзивті кеңістігі ретінде қабылдауға әсер ете отырып, әлеуметтік біркелкілікке деген көзқарасты қалыптастырады. Статистикалық тест нәтижелері респонденттердің білім деңгейі олардың этникалық көші-қонға деген көзқарасына қатты әсер ететінін растайды. Пирсон χ^2 критерийінің мәні 12 еркіндік дәрежесімен 236,073, бұл маңыздылықтың өте төмен деңгейімен ($p<0,001$) бірге жүреді. Мұндай мән айнымалылар арасында тұрақты және жүйелік қатынастың болуын көрсетеді. Ұқсас растауды кездейсоқ ауытқулар мүмкіндігін жоққа шығаруға мүмкіндік беретін ықтималдық коэффициенті сынағы ($\chi^2 = 235,470$, $p < 0,001$) қамтамасыз етеді. Бір қызығы, сызықтық-сызықтық қатынастың мәні де ($\chi^2 = 119,400$, $p < 0,001$) жоғары мәнді болып шықты, бұл айқын тенденцияны көрсетеді: респонденттердің білім деңгейі жоғарылаған сайын олардың білікті мамандар арасынан көшіп-қонушыларға Алматы қаласын ұсынуға дайындығы артады (кесте 8 қараңыз).

Кесте 8 – Білім деңгейі мен Алматыны этникалық мамандарға ұсынуға дайындығы арасындағы байланысты тексеру (Пирсон χ^2)

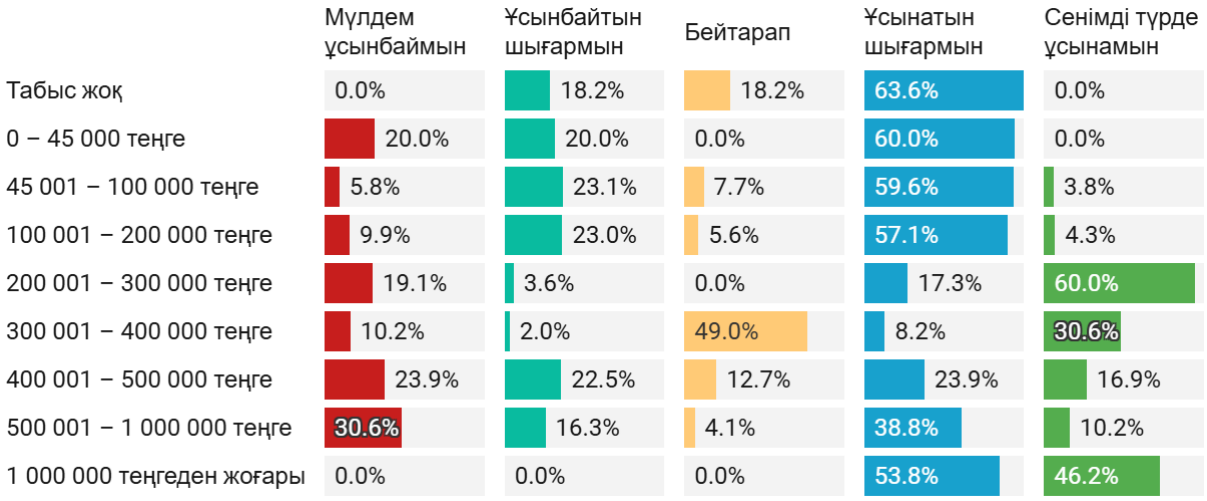
Хи-квадрат критерийі			
	Мәні	ст.бай.	Асимптотикалық мәні (2-жақты)
Пирсонның Хи-квадрат	90,429[a]	20	,000
Ықтималдылық коэффициенттер	88,058	20	,000
Сызықтық қатынас	,815	1	,367
Жарамды бақылаулар саны	525		
а. 5 ұяшықтар саны (25%) үшін күтілетін мән 5-тен аз. Ең аз күтілетін сан – 0,76.			

Дегенмен, есептеулерде бір нюансқа назар аударған жөн: 5 ұяшықта (25%) күтілетін мәндер 5-тен төмен, ал ең төменгі мән 0,76 болғаны атап өтілді. Бұл классикалық χ^2 қолданудың нормативтік шегінен сәл асып кетсе де, статистикалық маңыздылық деңгейі соншалықты жоғары болып қалады, бұл жалпы қорытындының сенімділігіне күмән тудырмайды. Нәтижелер этникалық толеранттылықтың тәрбиелік градиентін айқын көрсетеді. Білім деңгейі неғұрлым жоғары болса, сыртқы этникалық мамандарға деген көзқарас соғұрлым оң және инклюзивті болады. Бұл үлгі білім беруді әлеуметтік ашықтықтың негізгі болжаушысы, сондай-ақ мәдениетаралық өзара әрекеттесуді дамытудың қалалық стратегияларын қалыптастырудың маңызды құралына айналдырады.

Кросс-табуляция нәтижелері респонденттердің жұмыспен қамтылу саласы олардың басқа этнос өкілдерінің кәсіби көші-қонына деген көзқарасына айтарлықтай әсер ететінін көрсетеді. Бағалау профилі еңбек қызметінің ерекшеліктеріне, нарыққа қатысу дәрежесіне және күнделікті этносаралық әрекеттестік моделіне байланысты өзгереді. Өндірістік және инфрақұрылымдық

секторда жұмыс істейтін респонденттер ең оң көзқарасты ұстанушылар болып шықты. Мұнда респонденттердің 77%-ы қалаға көшіруге ұсыныс жасауға дайын екендіктерін білдірді: 46,0%-ы «көбіне ұсынамын» және 31,0%-ы «сенімді түрде ұсынамын» опциясын таңдады. Еңбекке деген жоғары практикалық қажеттілік пен мигранттармен өзара әрекеттесу тәжірибесі әлеуметтік ашықтықтың жоғары деңгейін түсіндіруі ықтимал. Ұқсас нәтижелерді оң көзқарастар басым болатын мемлекеттік сектор өкілдері де көрсетті: жалпы алғанда 57,4% «көбіне» және «сенімді түрде» ұсынып отыр. Сонымен қатар, күмән мен бейтараптың салыстырмалы түрде жоғары деңгейі де байқалады: 16,0% шешім қабылдау қиынға соқты, ал 20,0% «көбіне ұсынбаймын» дегенді таңдады. Бұл ретте ең ұстамды бағалар сауда және қызмет көрсету саласында жұмыс істейтіндерден алынды: осы санаттағы респонденттердің 44,2%-ы теріс немесе бейтарап позицияларды ұстанады, ал 55,8%-ы позитивті бағалауды таңдады (30,6% «көбіне ұсынамын», 25,2% «сенімді түрде ұсынамын»), бұл ресурстарға бәсекелестік пен жаңа ойыншылардың экономикалық қауіп-қатерлерге жоғары сезімталдығын көрсетуі мүмкін. Кәсіпкерлер мен кәсіп иелері тобының мінез-құлқы ерекше назар аударуға тұрарлық. Жүйелік деңгейде экономикаға тартылғанына қарамастан, осы сектор өкілдерінің дерлік 39%-ы теріс немесе күмәнді ұстанымдарын білдірді 14,2%-ы «мүлдем ұсынбаймын», 24,8%-ы «көбіне ұсынбаймын». Мүмкін, мұндай көзқарас бәсекелестіктің күшеюіне және қала экономикасындағы тауашаларды қайта бөлуге қатысты алаңдаушылықты көрсетеді. Жұмыссыз респонденттердің үлесі іріктемеде небәрі 1,1% ($n \approx 6$) болғандықтан, олардың жауап құрылымы статистикалық тұрғыдан сенімді қорытынды жасауға мүмкіндік бермейді; сондықтан бұл топ бойынша деректер тек сипаттамалық деңгейде қарастырылды. Алынған χ^2-критерийдің мәні және тұтастай алғанда нәтижелер 16 еркіндік дәрежесі бар 60,844 және $p < 0,001$ жұмыспен қамту салаларындағы бағалаулардағы айырмашылықтардың кездейсоқ емес, құрылымдық шартты екенін растайтынын көрсетеді. Ықтималдық коэффициентін ($\chi^2 = 66,150$) қолданатын параллельді есептеу ұқсас нәтиже береді. Сызықтық қатынас ($\chi^2 = 7,417$; $p = 0,006$) қалыпты, бірақ маңызды бағытты тенденцияны көрсетеді: неғұрлым институттандырылған және формальды секторлар неғұрлым қалыпты және оң көзқарастарды көрсетеді, ал коммерциялық бағытталған және бейресми секторлар үлкен алаңдаушылық пен жабықтықты көрсетеді. χ^2 болжамдары бойынша интерпретацияның статистикалық негізі сақталады: 5 ұяшықта (20%) күтілетін мән 5-тен төмен болғанымен, ең аз мән 0,57 болды, бұл түзетулер тұрғысынан жарамды. Қызмет саласы этникалық көші-қонға қатысты қоғамдық көзқарасты қалыптастырудың маңызды факторы болып табылады. Анықталған заңдылықтарды ескере отырып, интеграциялық бағдарламалар мен медиа коммуникациялар этносаралық өзара іс-қимылдың тиімділігін арттыратын және қалалық инклюзивтілікті күшейтетін әртүрлі кәсіби қабаттардың сипаттамаларына бағытталған болуы мүмкін. Әрі қарай, соңғы фактор, респонденттің қаржылық жағдайы әлеуметтік тұрақтылық пен ресурстарға қолжетімділік көрсеткіші ретінде этникалық көші-қонға қатысты көзқарасты қалыптастыруда маңызды рөл атқарады. Табыс шкаласының деректері материалдық игілік деңгейі мен әлеуметтік ашықтық

дәрежесі арасында тікелей байланыстың болуын растайды (26-суретті қараңыз). Табысы ең төмен (0-45 000 теңге) және табысы жоқ респонденттер поляризацияланған бағалауды барынша көрсетеді. Мысалы, табысы жоқтардың 63,6% қолдау білдіреді («Мен ұсынар едім» опциясы), бірақ 18,2% қарсы позицияны ұстанады, бұл көңілсіздік пен тұрақсыздықпен байланысты болуы мүмкін, бұл реакциялардың болжаусыздығын тудырады.



Сурет 26 – Респонденттердің табыс деңгейі бойынша Алматыға этникалық мамандарды көшіруге ұсыныс жасауға дайындығы (N=526)

Табысы 100 000 теңгеге дейінгі аз қамтылғандар санатында сақтық белгілері қазірдің өзінде байқалады: жалпы респонденттердің 28%-дан астамы этникалық мамандар үшін Алматыға көшуді ұсынбайды. «Сенімді түрде ұсынатындардың» үлесі де төмен (3,8–4,3%), бұл мигранттарды шектеулі ресурстар үшін әлеуетті бәсекелес ретінде қабылдауды көрсетуі мүмкін. Ең қорқынышты көзқарас табысы 500 001 теңгеден 1 000 000 теңгеге дейінгі топта тіркелген. Мұнда респонденттердің 30,6%-ы «мүлде ұсынбаймын» опциясын таңдады, бұл барлық санаттар арасындағы ең жоғары көрсеткіш. Бәлкім, осы топтағы респонденттер сыртқы мамандарды олардың қол жеткізген әлеуметтік мәртебесіне қауіп және экономикалық тауашаларды ықтимал қайта бөлу ретінде қабылдайды. Қарама-қарсы көрініс 1 000 000 теңгеден жоғары табысы жоғары санатта байқалады. Мұнда респонденттердің барлығы 100%-ы қаланы ұсынуға дайын екендіктерін білдірсе, 53,8%-ы «көбіне ұсынамын» және 46,2%-ы «сенімді түрде ұсынамын» деп жауап берді. Мұндай көрсеткіштер сенімділіктің жоғары деңгейін, әлеуметтік қауіпсіздікті және «басқалардан» қорқудың жоқтығын көрсетеді. Сонымен қатар, бұл элиталық топтардың жоғары мәдени және экономикалық инклюзивтілігін көрсетеді. 300 001 - 400 000 теңге кірісі бар аралық топтың жағдайы да қызықты, мұнда 49% бейтарап позицияны таңдады және одан әрі белгісіздік мәртебенің өтпелі сипатымен байланысты болуы мүмкін - бұл санаттағы респонденттер төменгі тап ретінде өзін қорғалған деп санамайды, бірақ әлі де жоғары топтың тұрақтылығына ие емес. Нәтижелер табыс деңгейі этносаралық ашықтық үшін бәсекелестік пен сақтықтан ынтымақтастық пен қабылдауға дейін әртүрлі мотивацияларды қалыптастыратынын көрсетеді, бұл қалалық мультимәдениетті нығайтуға

бағытталған интеграциялық және коммуникациялық стратегияларды әзірлеу кезінде экономикалық аспектілерді ескеру қажеттігін атап көрсетеді.

Қала тұрғындарының этникалық көші-қонға қатынасына жүргізілген талдау, оның ішінде кәсіптік және кәсіпкерлік бағыттылығы бірқатар әлеуметтік-демографиялық және құрылымдық факторлармен делдал болатын қоғамдық қабылдаудың күрделі, көп өлшемді және әр текті құрылымын анықтады. Қала жұртшылығының басқа этникалық топтардан келген мигранттарды қабылдауға символдық және практикалық ашықтығы жынысына, жасына, білім деңгейіне, еңбек ету саласына, табыс деңгейіне және тұрғылықты жеріне байланысты өзгеріп отырады, жүйелік сипат пен ішкі логиканы көрсетеді. Біріншіден, тұрақты гендерлік айырмашылықтар анықталды: әйелдер жиі инклюзивті көзқарас танытады және Алматы қаласын этникалық көшіп-қонушылар үшін тұрғылықты жері мен бизнесі үшін кеңістік ретінде ұсынуға дайын екендіктерін білдіреді, бұл эмпатияның жоғарылауымен, экономикалық бәсекелестікке аз тартылуымен және үлкен әлеуметтік икемділікпен байланысты болуы мүмкін. Екіншіден, респонденттердің жасы ашықтық дәрежесін анықтайтын маңызды фактор болып шықты. Жастар негізінен көшіп-қонушылардың тұрғылықты жеріне көбірек оң баға береді, бірақ кәсіпкерлік көші-қон мәселелерінде экономикалық мүмкіндіктерді бөлуге алаңдаушылық пен бизнес-ортаға сенімсіздікті көрсететін парадоксальды деңгейде ұстамдылық байқалады. Жасы ұлғайған сайын скептицизм күшейеді, әсіресе этникалық кәсіпкерлікке қатысты, бұл консервативті қабылдау мен бәсекені қабылдаудың басым тенденциясын көрсетеді. Үшіншіден, көзқарастардың аумақтық дифференциациясы бір мегаполистегі кеңістіктік теңсіздікті көрсетеді. Орталық, әл-ауқатты және көп мәдениетті аймақтардан келген респонденттер қосылуға дайындығының жоғары деңгейін көрсетеді, ал шеткі және қарқынды бәсекелестік жағдайында және ресурстарға қол жетімділігі аз аудандардың тұрғындары көші-қоннан сақтық танытады немесе тікелей бас тартады. Төртіншіден, білім деңгейі толеранттылық пен көпмәдениетті сезімталдықтың ең күшті болжаушылардың бірі болып табылады. Жоғары білім капиталы мигранттарға, әсіресе білікті мамандар санатына деген оң көзқараспен тікелей байланысты және бұл инклюзивтіліктің когнитивтік сипатын және ашық қоғамның құндылықтарын қалыптастырудағы білім беру ортасының маңыздылығын көрсетеді. Бесіншіден, жұмыспен қамту саласы мен табыс деңгейі сыртқы көші-қонды әртүрлі мотивациялар мен қабылдауларды анықтайды. Ресми және институционалдық секторлардың өкілдері жиі қабылдауды көрсетеді, ал коммерциялық қанықкан және бейресми секторларда жұмыс істейтіндер сақтық пен қарсылық көрсетеді. Жоғары табыс қауіпсіздік көрсеткіші ретінде жоғары әлеуметтік ашықтықпен сәйкес келеді, ал орташа және тұрақсыз табысы бар топтар алаңдаушылық пен сақтықты көрсетеді. Жалпы алғанда, алынған нәтижелер қалалық қауымдастықтың этникалық көші-қонға қатынасын біртекті немесе стихиялы деп санауға болмайтынын айтуға мүмкіндік береді.Олар инклюзивті тәжірибені дамытуға, этникалық бәсекелестікке алаңдаушылықты азайтуға, білім беру, қоғамдық диалог пен сот төрелігінің институционалдық кепілдіктері арқылы әлеуметтік сенімді арттыруға бағытталған қалалық көші-қон саясатын қалыптастыруға көп

деңгейлі көзқарасты талап ететін көптеген факторларға тәуелді құндылық және құрылымдық тұрғыдан шартталған көзқарастар жүйесін білдіреді. Анықталған айырмашылықтар мен біркелкі еместіктерді ескере отырып, көпэтносты қаланың әлеуметтік құрылымын нығайтып, жаһандық ұтқырлық жағдайында оның интеграциялық әлеуетін арттыратын нақтырақ және мақсатты шараларды әзірлеуге мүмкіндік береді.

3.3 Этносаралық сенім, сәйкестік және интеграцияға дайындық: қала халқының құндылық қатынасы

Қалалық ортадағы этносаралық қатынастар институционалдық өзара әрекеттесу деңгейінде ғана емес, сонымен қатар басқа этностардың өкілдерімен сәйкестік, сенім, арақашықтық және өзара әрекеттестіктің қолайлы нысандары мәселелеріне әсер ететін жеке құндылық көзқарастар жазықтығында қалыптасады. Көбінесе көзқарастар мигранттарды қабылдауға дайындығын, қалалық кеңістіктің инклюзивтілік дәрежесін, сондай-ақ күнделікті өмірдегі этносаралық ынтымақтастықтың тұрақтылығын анықтайды. Бұл бөлім ұлттың ішкі сезіміне де, сенім деңгейіне де, неке мен достықтан кәсіби және экономикалық өзара әрекеттесуге дейінгі әртүрлі салалардағы этносаралық байланыстардың қолайлылығына әсер ететін мәлімдемелерге респонденттердің жауаптарын эмпирикалық талдауға негізделген. Бұл сұрақтар блогы этникалық толеранттылықтың құндылық бейнесін және этникалық қашықтықтың символдық шекарасын қайта құруға, сондай-ақ этникалық «басқаларға» қатысты стереотиптердің, артықшылықтардың және эксклюзивті тәжірибелердің болуын анықтауға мүмкіндік береді. Материалды аналитикалық жүйелеу үшін бөлімде бір-бірімен байланысты екі аспекті ерекшеленген. Біріншіден, бұл этникалық сәйкестік пен сенім құрылымын көрсететін көзқарастар (3.3.1). Екіншіден, әлеуметтік қашықтық пен күнделікті өмірдің әртүрлі салаларындағы этносаралық өзара іс-қимылға дайын болу нысандары (3.3.2).

3.3.1 Этникалық сәйкестілік және миграциялық бағдарлар

Этникалық қабылдау, ұлттық бірегейлік және этносаралық сенім туралы сауалнама қоғамдағы әлеуметтік-экономикалық процестерді түсіну үшін де, этносаралық динамикаға талдау жасау үшін де маңызды болып табылатын бірнеше маңызды қорытындылар жасауға мүмкіндік береді. Деректер негізінде одан әрі талдау үшін бірнеше негізгі бағыттарды анықтауға болады (27 суретті қараңыз).

Этникалық қабылдау және нарықтағы табыс: Сауалнама көрсеткендей, респонденттердің 51,6%-ы «Қазақстандағы басқа этностардың өкілдері өз қызметінде оңай табысқа жетеді» деген тұжырыммен келіспейді. Бұл басқа этникалық топтар үшін әділетсіздікті қабылдаудың немесе кедергілердің болуын көрсетеді, және құрылымдық шектеулерді немесе нарықтағы бейтараптықты көрсетуі мүмкін. Бұл сондай-ақ титулдық ұлт пен басқа этностар арасындағы экономикалық және әлеуметтік теңсіздіктің көрінісі болуы мүмкін. Мұндай пікірлер басқа этникалық топтардың табысын қабылдауға әсер ететін санадан

тыс біржақтылықты немесе тарихи факторларды да көрсете алатынын атап өткен жөн.

Ұлттық болмыс пен мақтаныш: Өз ұлтына деген мақтаныш сезіміне қатысты нәтижелер респонденттердің 68% ұлттық мақтаныш сезімін сезінетінін көрсетті. Мұны халық арасында күшті этникалық бірегейліктің белгісі деп түсінуге болады. Күшті этникалық сәйкестіктің оң және теріс фактор болуы мүмкін. Оның жағымды аспекті ретінде өз ұлтына деген мақтаныш сезімін арттыру әлеуметтік бірлікке ықпал етіп, этникалық топтағы қоғамдық климатты жақсартады. Ал жағымсыз аспекті ретінде өз кезегінде тым күшті сәйкестік пен оқшауланушылыққа, және кең қоғамға жеткіліксіз интеграциялануға алып келуі мүмкін. Нәтижесі, этносаралық қатынастарды нашарлауына алып келуі мүмкін.

Этникалық оқшаулану және жайлылық: респонденттердің 62%-ға жуығы өз этникалық топтарының жанында өзін жайлы сезінетінін айтады. Бұл ұлтаралық қарым-қатынаста бар кедергілерді, сондай-ақ этникалық оқшауланды, адамдар басқалармен қарым-қатынастан аулақ болып, өз этносының өкілдерімен араласуды жөн көретінін көрсетуі мүмкін.

Бұл тенденция этникалық топтар арасындағы «толық емес интеграцияны» көрсетеді және үйлесімді қоғамның қалыптасуына кедергі болуы мүмкін. «Өз тобының» арасындағы психологиялық жайлылық басқа этнос өкілдерін теріс қабылдауды тудыруы мүмкін, бұл этносаралық айырмашылықтарды күшейтіп, стереотиптер мен біржақтылықтың қалыптасуына ықпал етеді.

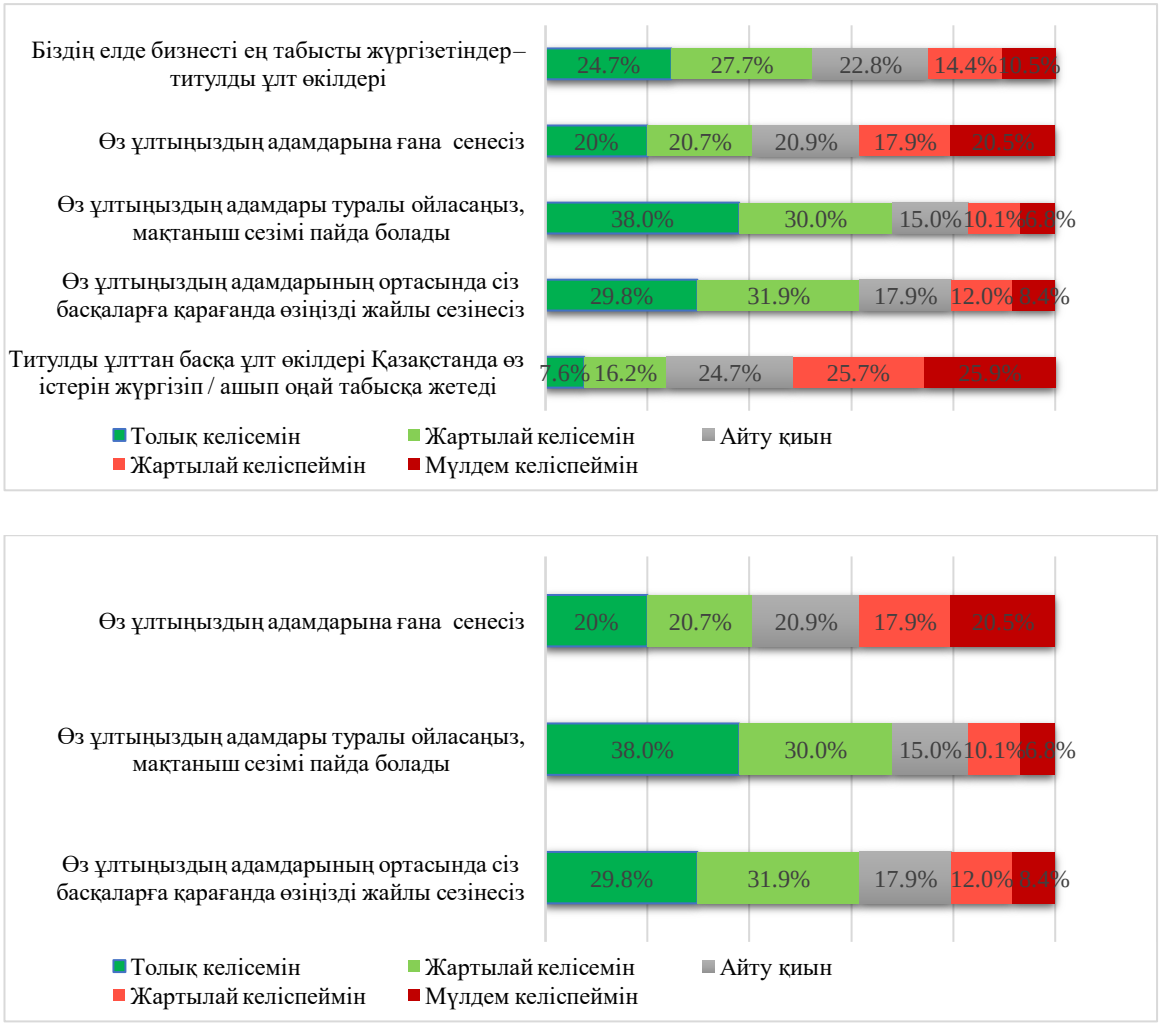
Ұлтаралық сенім: респонденттердің 41%-ға жуығы тек өз ұлтына сенуге бейім, бұл этникааралық сенім деңгейінің төмендігін көрсетеді. Бұл әлеуметтік саясат үшін елеулі белгі, өйткені әртүрлі этностар арасындағы сенімсіздік әлеуметтік шиеленісті тудырып, өзара түсіністік пен ынтымақтастықтың дамуына кедергі келтіруі мүмкін.

Сенім деңгейінің төмендігінің себептері тарихи факторлармен, этностар арасындағы қарым-қатынастың жеткіліксіздігімен, сондай-ақ тиімді интеграциялық механизмдердің жоқтығымен және әртүрлі этникалық қауымдастықтар арасындағы өзара әрекеттестіктің оң мысалдары мен байланысты болуы мүмкін. Мұндай көңіл-күй экономикалық және әлеуметтік тұрақсыздық жағдайында, адамдар өздерінің этникалық тобынан пана іздеп, қолдау іздеген кезде күшеюі мүмкін.

Бизнестегі этникалық теңсіздік: Респонденттердің 52,4%-ға жуығы титулды елдің бизнесті жүргізуде артықшылықтары бар деген пікірмен келіседі. Бұл титулдық этникалық топтың бизнесте және басқа да экономикалық салаларда табысқа үлкен мүмкіндіктері болуы мүмкін қоғамда экономикалық теңсіздік бар екенін растайды. Бұл объективті экономикалық жағдайларға (мысалы, капиталға қол жеткізу, саяси ықпал) және титулды ұлт болумен бірге келетін бейресми мәдени және әлеуметтік артықшылықтарды қабылдауға байланысты болуы мүмкін.

Мұндай қабылдаулар азшылықтар ресурстар мен өсу мүмкіндіктеріне қол жеткізуде қиындықтарға тап болатын экономикалық теңдік салас16,2ындағы нақты проблемаларды көрсетуі мүмкін. Мұндай жағдайларда этникалық тегіне

қарамастан барлық топтар үшін тең бәсекелестік жағдайын қамтамасыз ету үшін инклюзивті экономикалық тәжірибені енгізу маңызды.



Сурет 27 – Респонденттердің ұсынылған тұжырымдамаларымен келісу деңгейі (N=526)

Эмпирикалық талдау нәтижелері көрсеткендей, этносты қабылдау, әртүрлі этникалық топтардың өкілдеріне сенім дәрежесі және миграциялық бейімділік әртүрлі әлеуметтік-демографиялық аспектілерге байланысты өзгереді. Ең алдымен жынысы бойынша көрсеткіштер қарастырылды, мұнда жалпы алғанда ерлер мен әйелдер арасындағы бағалауды бөлудің салыстырмалы жақындығын байқауға болады, жауаптар құрылымындағы бірқатар айырмашылықтар этникалық, көші-қон және этносаралық өзара әрекеттестікке қатысты құндылық қатынаста гендерлік сипаттарды анықтауға мүмкіндік береді (Қосымша В қараңыз).

Этникалық сәйкестікке, этносаралық сенімге және көші-қон бағдарларына қатысты көзқарастарды респонденттердің жынысы тұрғысынан талдау этносаралық өзара әрекеттесудің символдық және практикалық аспектілерін бағалауда ерлер мен әйелдер арасындағы жалпы тенденцияларды да, елеулі айырмашылықтарды да көрсетеді. Ең алдымен, өз ұлтына қатысты этникалық

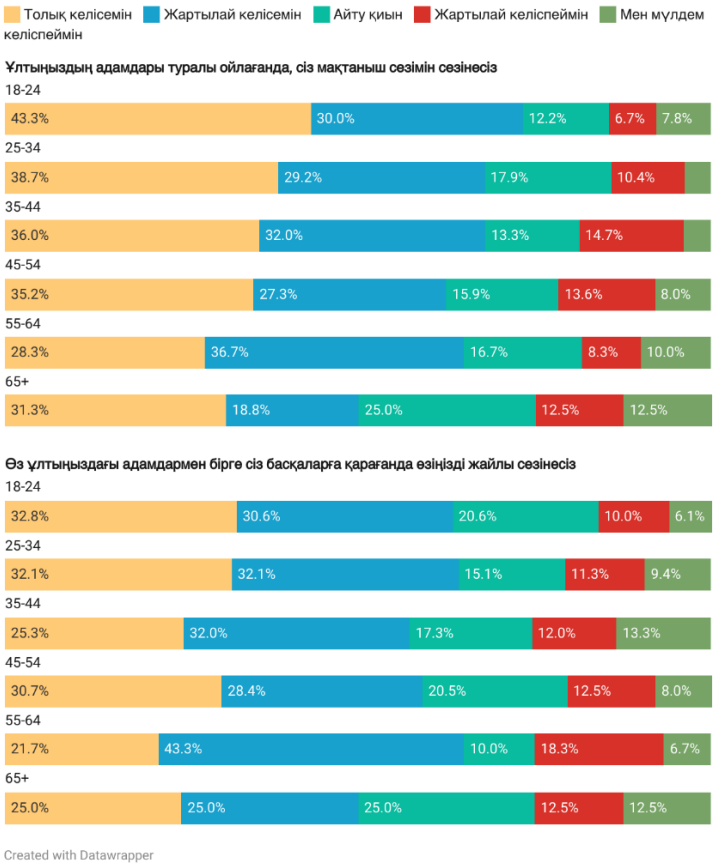
мақтаныш сезімі ерлер де, әйелдер де кең таралған: ерлер арасында 38,4% және әйелдердің 37,7% *«Өз ұлтының адамдары туралы ойлағанда, мақтаныш сезімі пайда болады»* деген тұжырымға «толығымен келісемін» нұсқасын таңдады. «Толық» және «жартылай келісемін» деген жалпы оң бағалар ерлер арасында 69,8% және әйелдер арасында 67,3% құрады, бұл екі гендерлік сегментте де этникалық тиістіліктің жоғары деңгейін көрсетеді. Әйелдер, алайда, белгісіздіктің біршама жоғары деңгейін көрсетті: ерлер үшін 12,2%-ға қарсы 16,2% «айту қиын» опциясын таңдады, бұл іріктеудің әйелдер бөлігі арасындағы этникалық сәйкестіктің үлкен рефлексивтілігін немесе гетерогенділігін көрсетуі мүмкін. «Өздерінің» психологиялық жайлылық деңгейі жынысына қарай да өзгерді. Ерлер арасында 31,4% «толығымен келісемін» және 25,6% «жартылай келісемін» *«Өз ұлтыңыздың адамдарымен бірге басқаларға қарағанда, сіз өзіңізді жайлы сезінесіз»* деген пікірді білдірді. Әйелдер арасында, керісінше, «жартылай келісемін» үлесі 34,8% жоғары, ал «толығымен келісемін» 29% сәл төмен, бұл әйелдердің этносаралық қарым-қатынастағы әлеуметтік икемділігін, сондай-ақ ерлердің топ ішіндегі сәйкестендіруге көбірек көңіл бөлетінін көрсетуі мүмкін.

Этникалық жағынан шектелген сенім мәселесінде түбегейлі айырмашылықтар байқалады, осылайша, *«Мен тек өз ұлтымдағы адамдарға ғана сенемін»* деген тұжырыммен ерлердің 22,1% және әйелдердің 14,2% ғана келіседі. Сонымен қатар, әйелдер неғұрлым қалыпты ұстанымдарды жиі таңдады: 24,1% «жартылай келіседі», бұл жасырын, бірақ аз радикалды этноцентризмді көрсетуі мүмкін. Бір қызығы, «толығымен келіспеймін» теріс бағалаулардың үлесі екі жыныс үшін де бірдей дерлік: ерлер үшін 20,9% және әйелдер үшін 20%, және бұл таңдаудың ерлер бөлігі қатаң эксклюзизмді жиі көрсетеді деп болжауға мүмкіндік береді, ал әйелдер сенімге икемді, контекстік көзқарасты білдіреді, бұл ерекше емес. Сол сияқты, ерлердің 35,5%-ы *«Мен барлық ұлт өкілдеріне сенемін»* деген пікірмен толық келісетінін білдірді, әйелдер арасында 33,3%, дегенмен, әйелдер көбінесе «жартылай келісемін» және «айту қиын» деген орта санаттарды таңдады, бұл сақтық немесе күрделі әлеуметтік мәселелерде категориялықтан аулақ болу әрекеті деп түсіндіруге болады. Деректер сенімнің екі параллель үлгісінің бар екенін растайды: ерлер арасында айқын поляризация және әйелдер арасында үлкен икемділік. Көші-қон басымдықтарына келетін болсақ, екі жыныстың өкілдері де тұрақты көші-қонды басым түрде қолдайтынын білдіреді: *«Біздің елімізге тек жерде тұрақты өмір сүргісі келетін мигранттар керек»* деген тұжырыммен ерлердің 31,4% және әйелдердің 32,5% толық келіседі. «жартылай келісемін» дегенді қоса алғанда, қолдаудың жалпы деңгейі де жоғары және ерлер арасында 62,8%-ға және әйелдер арасында 62,4%-ға жақын және бұл жағдайда елде ұзақ мерзімді тұру әлеуметтік қолайлы нысан болып табылатын көші-қонды қабылдаудың интеграциялық моделінің басымдылығы туралы айтуға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, қоныстандыру ниетінсіз еңбек көші-қонына деген көзқарас жоғары сақтық деңгейін көрсетеді. Ерлердің (9,9%) және әйелдердің (9,6%) тек 10%-ға жуығы ғана *«Елге тек уақытша табыс табуға келіп, мұнда тұрақты тұрғысы келмейтін мигранттар керек»* деген пікірді толығымен қолдайды.

Жауаптардың негізгі бөлігі шкаланың теріс бөлігінде шоғырланған: ерлердің 49,4% және әйелдердің 51,3% «жартылай келіспеймін» немесе «толығымен келіспеймін» деп көрсетті және мұндай нәтижелер мигранттардың уақытша жұмыс орнынан гөрі қалалық қоғамдастықтың бөлігі болатын айналмалы көші-қонға емес, тұрақты көші-қонға басымдық беретінін көрсетеді.

Бизнестегі этникалық жетістік туралы ойларға келетін болсақ, респонденттердің пікірлері де екіге бөлінді. Ерлер арасында 26,7% *«Біздің елде бизнесті ең табысты жүргізетіндер – титулды ұлт өкілдері»* деген пікірмен толық келіссе, әйелдерде бұл көрсеткіш сәл төмен (23,8%). Дегенмен, әйелдер ерлер үшін 24,4%-ға қарағанда «жартылай келісемін» (29,3%) опциясын жиі таңдады, бұл этникалық теңсіздікті қабылдаудың икемділігін көрсетуі мүмкін. Теріс бағалар екі топ үшін шамамен 25% құрайды, бұл экономикадағы этникалық артықшылықтар идеясына сыни көзқарасты көрсетеді. *«Титулды ұлттан басқа этникалық топтардың адамдарына Қазақстанда бизнес құру /немесе жүргізу оңайырақ»* деген тұжырымды түсіндіру де қызықты. Ерлер көбінесе бейтарап позицияны ұстанады (29,7%) «айту қиын», ал әйелдер келіспейтінін білдіру ықтималдығы жоғары (26,4%) «жартылай келіспеймін», 27,5% «толық келіспеймін». Бұл нәтижелер бизнестегі этникалық бәсекелестікті қабылдаудағы айырмашылықтарды көрсетеді, мұнда әйелдер этникалық азшылықтар үшін бизнесті жүргізудің «жеңілдігі» идеясына сыни көзқарасты көрсетеді. Гендер бойынша талдау нәтижелері көрсеткендей, ерлер әдетте этникалық эксклюзия мен топ ішілік сенімнің жоғары деңгейін қоса алғанда, категориялық бағалауды жиі білдіреді, ал әйелдер қалыпты, рефлексивті және икемді көзқарасқа бейім. Сонымен қатар, екі жыныстың өкілдері де интеграциялық көші-қон үлгісіне қалыпты, бірақ басым көзқараспен қатар этникалық бірегейлік пен патриотизмнің жоғары дәрежесін көрсетеді. Алынған айырмашылықтар этносаралық қатынасты талдауда және қалалық контексте этносаралық үйлестіру бағдарламаларын әзірлеуде гендерлік-сезімтал тәсілдің қажеттілігін растайды.

Этникалық сәйкестікті және әлеуметтік жақындықты қабылдаудағы жас дифференциациясын талдау этникалық позитивті байланыстың жалпы фонына қарамастан, осы мәселелерге деген көзқарас айтарлықтай әртүрлі заңдылықтарды көрсететінін көрсетеді (28-суретті қараңыз).



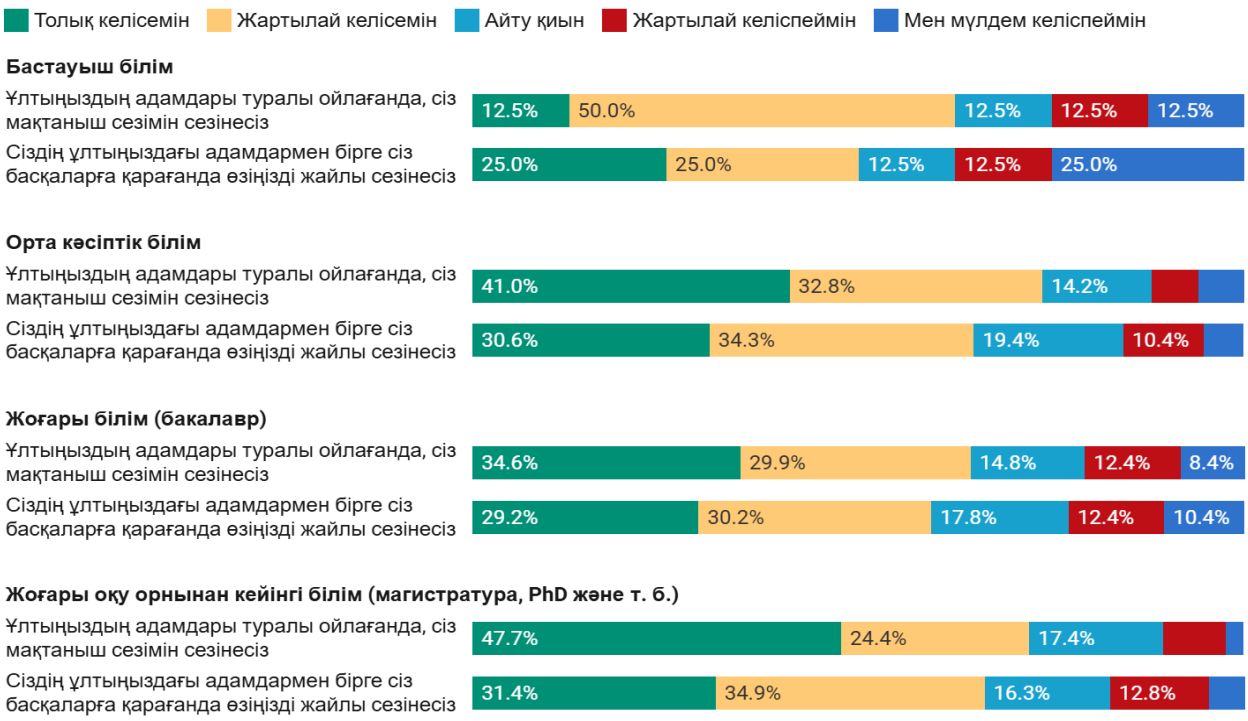
28 сурет – Этникалық мақтаныш пен топ ішіндегі жайлылықтың жас динамикасы: жеке басын және қолайлы әлеуметтік орта туралы мәлімдемелерге жауаптарды бөлу (N=526)

«Өз ұлтыңыздың адамдары туралы ойласаңыз, сіз мақтаныш сезінесіз» деген бірінші мәлімдемеде толық қолдаудың ең жоғары деңгейі жас топтарда тіркелді: 18–24 жаста – 43,3% және 25–34 жаста – 38,7%. Бұл этникалық топтың, әсіресе жастардың өзін-өзі анықтауы мен құндылықтарын қалыптастыруда маңызды белгі ретінде сақталып отырғанын көрсетуі мүмкін. Жасы ұлғайған сайын толық келісетіндердің үлесі 35–44 жас тобында 36,0%-ға, 55–64 жас тобында 28,3%-ға дейін төмендейді. 65 жастан асқан топта көрсеткіш 31,3% болды (55–64-тегі 28,3%-дан сәл жоғары), бірақ бұл топта «айту қиын» жауаптары (25%) мен теріс бағалардың жиынтық үлесі (барлығы 25%) ең жоғары деңгейде байқалады. Мұндай көрініс этносты тарихи тәжірибе аясында когнитивті қайта бағалаумен, сондай-ақ аға ұрпақтың жеке басының азаматтық, діни немесе аймақтық сияқты анағұрлым әмбебап нысандарына бағдарлануымен байланысты болуы ықтимал.

Екінші мәлімдемеде: «Өз ұлтыңыздың адамдарының ортасында басқаларға қарағанда, сіз өзіңізді жайлы сезінесіз» – айырмашылықтар айқынырақ. Кіші жас топтарында (18–34 жас) толық және ішінара келісетіндердің жиынтық үлесі шамамен 63–64% құрайды; сонымен қатар бейтарап немесе теріс позициялар да аз емес, әсіресе жастар арасында: мысалы, 18–24 жас аралығында 20,6% «айту қиын» және 16,1% келіспеу түрлерін таңдады (жиынтығы 36,7%). 55–64 жас тобында «жартылай келісемін» үлесі 43,3%-бен максимумға жетеді, бұл

этникалық біртекті ортаға психологиялық тұрақтылық ретінде ұмтылысты көрсетуі мүмкін; ал толық келісетіндер 21,7%. 65+ тобында үлестер теңгерімді: 25% «толық келісемін», 25% «ішінара келісемін», 25% «айту қиын» және 25% теріс бағалар, бұл жас бойынша этникалық жайлылық үлгілерінің бәсекелес сипатын көрсетеді. Мұндай біркелкі бөлу этникалық тиістіліктің жас бойынша бөлінуін, сондай-ақ когорталар ішінде әлеуметтік жайлылықтың бәсекелес үлгілерінің болуын көрсетуі мүмкін. Жас респонденттерге сәйкестік көзқарастарының өзгермелілігінің маңызды факторы ретінде әрекет етеді: жас респонденттер көбінесе оң, бірақ аз қатаң этникалық сәйкестендіруді көрсетеді, ал егде жастағы адамдар жеке басының деңгейінің төмендеуін немесе анағұрлым сақтық пен екіұшты көзқарастарға көшуді бастан кешіреді, бұл контекстте ұрпақтық нышандық және интеграциялық механизмді зерттеудің маңыздылығын ерекше көрсетеді. жастың, тарихи тәжірибенің және әлеуметтік ортаның әсерінен «бір шеңбердің» шекарасы мен ұлты туралы идеялар өзгеретін көпұлтты қала. Территориялық проекциядағы көзқарастарды қосымша сараптау этникалық мақтаныш пен өз этносының өкілдерімен қарым-қатынас жасаудағы артықшылықтарды білдіру дәрежесі жеке жергілікті тербелістермен барлық қалалық кеңістікте салыстырмалы түрде тұрақты болып қалатынын көрсетті. Өзінің ұлтына деген мақтаныш сезімін Алмалы ауданының тұрғындары көрсетеді: осы ауданнан респонденттердің 45,9%-ы «толығымен келісемін» нұсқасын таңдады, бұл барлық аудандар арасындағы ең жоғары мән. Салыстырмалы көрсеткіштер Медеу (45,5%) және Әуезов (43,0%) аудандарында тіркелді, бұл күшті этномәдени кодтарды немесе жоғары әлеуметтік белсенділікті көрсетуі мүмкін. Бұл ретте Алатау (29,9%) және Наурызбай (30,2%) аудандарында толық келісетіндердің үлесі айтарлықтай төмен, бірақ ішінара келісудің жоғары көрсеткіштері (42,5% және 44,2%) жалпы этно сәйкестендіру позициясын теңестіреді. «Айту қиын» деген ең төменгі белгісіздік Жетісу ауданында байқалады, небәрі 9,8%, ал Түрксіб ауданында ол 21,1% жетеді, бұл жергілікті ортадағы этникалық траекториялардың сәйкестендірілуі мүмкін күдіктерін немесе біркелкі еместігін көрсетеді. «Өз ұлтыңыздың адамдарының ортасында басқаларға қарағанда өзіңізді жайлы сезінесіз» деген пікірге жауаптардың аумақтық құрылымы өзгермелі. Толығымен келісетіндердің ең жоғары үлесі Жетісу ауданында (37,3%) анықталды; бұл 13,7% «ішінара келісемін» үлесімен бірге топішілік қарым-қатынасқа айқын бағыттылықты көрсетеді. Наурызбай ауданында да ұқсас бейне байқалады: 34,9% – «толық келісемін», 25,6% – «ішінара келісемін»; теріс бағалардың ішінде «толық келіспеймін» үлесі бар болғаны 2,3%. Алатау ауданында «айту қиын» жауабы 17,2%-ға жетеді, ал келіспеу үлестері жиынтығы 28,7% болып отыр, бұл этникалық жайлылық шекараларының тұрақтылығының төмендігін меңзейді. Бостандық ауданында бөлу ең біркелкі: 28,2% толығымен келіседі, 34,1% ішінара келіседі және 20% теріс позицияларды таңдайды, бұл этносаралық артықшылықтардың күрделі құрылымын көрсетеді. Әуезов пен Түрксіб аудандары қалыпты этникалық жайлылықты көрсетеді (тиісінше 30,4% және 28,9% «толық келісемін»), ал Түрксібте шешімін таппағандардың үлесі әлі де жоғары (21,1%). Эмпирикалық деректерде тіркелген аумақтық айырмашылықтар

өткір этникалық кедергілердің болуын көрсетпейді, бірақ күнделікті әлеуметтік өзара әрекеттесудің жергілікті ерекшеліктерін, этникалық сәйкестіктің тамырластық дәрежесін және топ ішіндегі күтулердің қалыптасуын көрсетеді. Қатынастардың кеңістіктік біркелкі еместігі бұрынғысынша біртұтас қалалық сәйкестендіру өрісінің шеңберіне сәйкес келеді, мұнда этностық әлеуметтік бағдардың маңызды, бірақ басым емес элементі ретінде қызмет етеді. Респонденттердің білімі этникалық сәйкестіктің ауырлығы мен топ ішілік әлеуметтік өзара әрекеттесуді ұнатуда қызықты айырмашылықтарды көрсетеді (29-суретті қараңыз). Толық этникалық сәйкестіктің ең жоғары деңгейі жоғары оқу орнынан кейінгі білімі бар респонденттерде тіркелді: олардың 47,7%-ы «Өз ұлтының адамдары туралы ойлағанда, мақтаныш сезімі пайда болады» деген тұжырыммен толық келісетінін білдірді; бұл бакалавр дәрежесі барларға қарағанда дерлік 13 пайыздан жоғары (34,6%). Бастауыш білімі бар топта «толық келісемін» үлесі шамамен 25,0%, «ішінара келісемін» – 50%, ал теріс және белгісіз жауаптар – әрқайсысы 12,5% болды; бұл сәйкестендірудің фрагментациясын және этникалық топтың әлсіз когнитивтік көрінісін меңзейді. Ең үлкен тепе-теңдікті орта кәсіптік білімі бар респонденттер көрсетеді: 41% толығымен келіседі және 32,8% ішінара келіседі, теріс позициялар 6% деңгейінде минималды, бұл салыстырмалы біртекті ортадағы күнделікті қарым-қатынастың тұрақтылығын және этникалық ерекшеліктің жергілікті интеграция белгісі ретінде қабылдануын көрсетуі мүмкін.



29 сурет – Білім деңгейі бойынша этникалық мақтаныш пен қолайлы орта туралы көзқарастарды бөлу (N=526)

Жоғары білімі бар респонденттер арасында (бакалавр) идентификацияның аралас түрі байқалады. Толығымен келісетіндердің үлесі (34,6%) жоғары оқу орнынан кейінгі білімі бар топқа қарағанда төмен болғанымен, бастапқы білім

ерекшеліктері бар іріктеуден жоғары болып отыр. Дегенмен, дәл осы топта екі шкаланың қосындысында жауап беруге қиналғандар (14,8%) мен теріс көзқарастағылардың (20,8%) үлесі артты, бұл жаһанданумен және азаматтық құндылықтармен байланысты этникалық өзін-өзі қабылдаудың анағұрлым күрделі және сызықтық емес үлгілерінің қалыптасуын көрсетуі мүмкін. Ал екінші өлшем бұл жерде өз этникалық тобында негізделген қарым-қатынастарға бағытталу бар екенін көрсетті, бірақ белгілі бір тенденциялар әлі де байқалады. Толық келісімнің ең жоғары деңгейі жоғары оқу орнынан кейінгі білімі бар респонденттер (31,4%), сондай-ақ орта кәсіптік білімі барлар (30,6%) арасында тіркелді. Дегенмен, бұл топтар сонымен бірге жартылай келісетін 34,9% және сәйкесінше 34,3% бар жоғары үлесті сақтайды, бұл этносаралық өзара әрекеттестікке дайындығын сақтай отырып, этникалық жақын ортаға артықшылық беретінін көрсетеді. Бір қызығы, бастауыш білімі бар топта күрт поляризация байқалады: 25% толығымен келіседі, сонымен қатар 25% мүлдем келіспейді, ал тағы 25% жауап беруге қиналады. Мұндай симметрия этникалық бағдардың жеткіліксіз тұрақтылығын, сондай-ақ сыртқы факторлардың әсерін көрсетуі мүмкін. Жоғары білімі бар респонденттер жауаптардың ең диффузиялық құрылымына ие: тек 29,2% толығымен келіседі, ал келіспегендердің үлесі жалпы алғанда 22,8% құрайды. Нәтижелер кеңейтілген әлеуметтік капитал мен кәсіби ұтқырлық контекстінде әлеуметтік жайлылық белгісі ретінде этностың маңыздылығының төмендеуін көрсетеді. Жалпы алғанда, мәліметтер білім беру тек этникалық сәйкестік деңгейіне ғана емес, оның формасына да әсер ететінін көрсетеді: білім дәрежесі неғұрлым жоғары болса, гетерогенді әлеуметтік ортаға ашық бола отырып, соғұрлым өз ұлтын саналы және оң қабылдауға бейімділік артады. Дегенмен, әлі де болса екіұшты позициялар бар, әсіресе орта білім беру қабаттарында, бұл білім факторын маңызды етеді, бірақ қалалық ортадағы этносаралық бағыттылықтың жалғыз түсіндірмесі емес. Этникалық топтардың этникалық сәйкестік пен әлеуметтік ортаның қалауын салыстырмалы талдау символдық байланыстың көрінісі мен этносаралық ашықтық деңгейіндегі елеулі айырмашылықтарды көрсетеді.

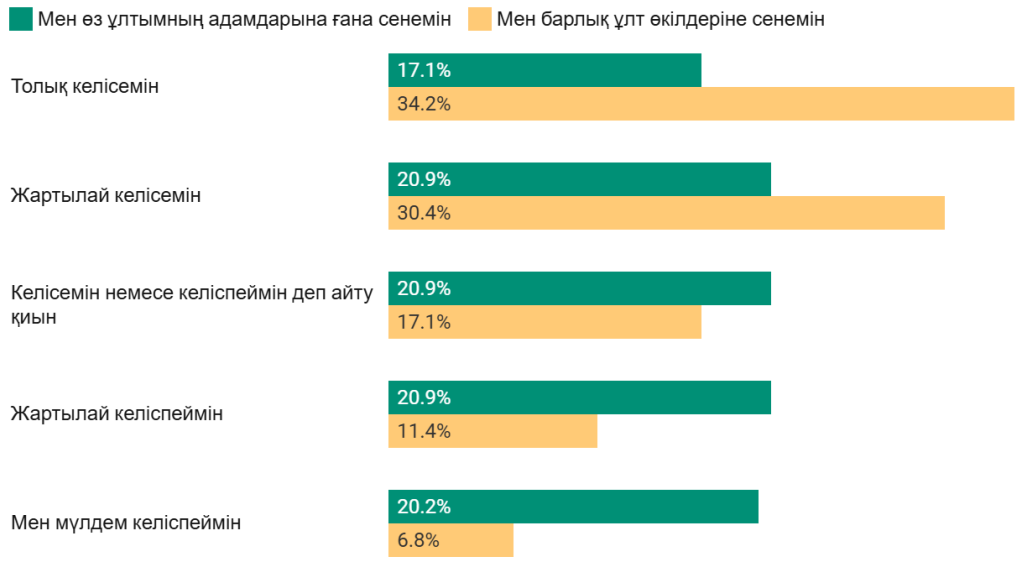
Жалпы іріктеудегі респонденттердің 38%-ы *«Өз ұлтыңыздың адамдары туралы ойласаңыз, мақтаныш сезімі пайда болады»* деген тұжырыммен толық келісетініне қарамастан, бұл көзқарас топтар арасында айтарлықтай өзгереді. Ең жоғары этникалық мақтаныш тәжіктер (58,3%) мен дүнгендер (42,1%), сондай-ақ өзбектер (35,7%) мен қазақтар (37,9%) арасында тіркелді. Бұл көрсеткіштер орташадан айтарлықтай жоғары және этномәдени сәйкестендірудің жоғары дәрежесін және қауымдастық сезімін көрсетуі мүмкін. Сонымен қатар, татарлар толық келісімнің салыстырмалы түрде төмен деңгейін көрсетті (25,0%), 41,7% «ішінара келісемін» деген неғұрлым қалыпты нұсқаны таңдады, бұл сәйкестендірудің диффузиялық, бірақ тұрақты этникалық құрамдас бөлігін көрсетеді. Корейлер арасында да көзқарастар теңдестірілген (37,5%), «толық» және «жартылай» келіседі, бұл күшті, бірақ радикалды емес этникалық өзін-өзі қабылдауды көрсетеді. Бір қызығы, «басқа» топтың өкілдері ең аз анықталған этникалық тиістілікті көрсетті, өйткені нәтижелер тек 20% толық келісетінін, тағы 40% -ы белгісіз екенін және теріс пікірлердің үлесі 20% -ға жеткенін

көрсетті, бұл тұрақсыз сәйкестікпен немесе этникалық желілердегі әлсіз инклюзиямен байланысты болуы мүмкін. *«Өз ұлтыңыздың адамдарының ортасында сіз басқаларға қарағанда өзіңізді жайлы сезінесіз»* деген сұраққа талдау күнделікті әлеуметтік қарым-қатынастағы символдық шекаралардың деңгейін бағалауға мүмкіндік береді. Мұнда сурет те біркелкі емес. Корейлер топ ішілік өзара әрекеттесуді қалайды: 50% толығымен келіседі және 37,5% ішінара келіседі. Ұйғырлар (40% толық, 50% жартылай келіседі) және өзбектер (42,9% толық келіседі) арасында этникалық ортада салыстырмалы жайлылық деңгейі байқалады. Жоғары этникалық тығыздық пен топ ішілік ынтымақ мұндай көрсеткіштерді түсіндіре алады. Сонымен қатар, ресейліктер мен қазақтар арасында оң пікірлердің басым болуына қарамастан (тиісінше 28,9% және 30,6%) күмәнданушылар (19,7% және 16,2%), сондай-ақ келіспеушіліктер (орыстар 14,5% ішінара және 10,5% келіспейді) байқалады. Дунгендер мен «басқа» топ өкілдерінің арасында белгісіздік пен этникалық болжаудан бас тартудың жоғары үлестері байқалады: бірінші топта 26,3% *«айту қиын»*, 15,8% *«толығымен келіспеймін»* дегенді таңдады, ал екінші топта 40% теріске шығаруды немесе белгісіздік білдірді. Осылайша, этникалық біртекті ортадағы этникалық бірегейлік пен символдық жайлылық бір-бірімен тығыз байланысты, бірақ әрқашан сәйкес келе бермейді. Кейбір топтар жоғары мақтанышпен қоршаған ортаны жақсы көреді, ал басқалары этникалық жайлылыққа қатты бейімділік танытады, тіпті аз поляризацияланған сәйкестіктермен.

3.3.2 Қалалық ортаға этносаралық сенім

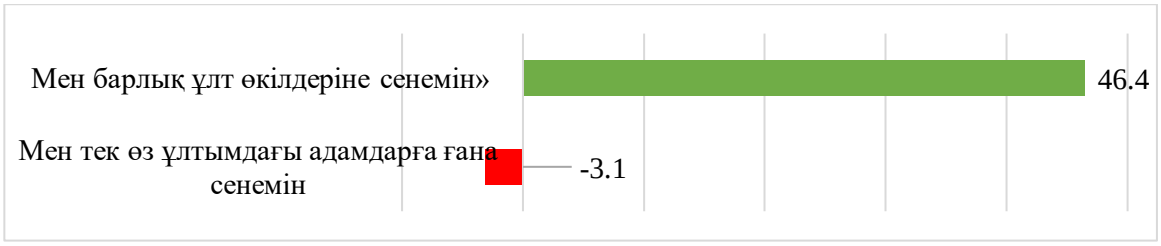
Әртүрлі этникалық топтардың өкілдеріне сеніммен байланысты көзқарастарды зерттеу этникалық сәйкестікті сипаттаудан асып, әлеуметтік өзара әрекеттесу механизмдерін, көші-қонды қабылдауды және қосудың символдық шекараларын бағалауға көшуге мүмкіндік береді.

«Мен тек өз ұлтымның адамдарына ғана сенемін» және «Мен барлық ұлт өкілдеріне сенемін» деген мағыналары жағынан қарама-қарсы екі мәлімдемеге берілген жауаптардың салыстырмалы талдауы этносаралық сенімге қатысты қала тұрғындарының көзқарасындағы айқын дихотомияны анықтауға мүмкіндік береді. 30-суреттен көрініп тұрғандай, әмбебап ұстаныммен толық келісетіндердің үлесі этноцентристік тұжырымды абсолютті қолдайтын респонденттердің санынан екі есе дерлік жоғары (тиісінше 34,2% 17,1%), бұл қалалық контексте әлеуметтік қабылдаудың инклюзивті моделінің басымдылығын көрсетуі мүмкін.



30 сурет – «Мен тек өз ұлтымдағы адамдарға ғана сенемін» және «Мен барлық ұлт өкілдеріне сенемін» (N=526) мәлімдемелеріне жауаптарды салыстырмалы бөлу

Респонденттердің жауаптарының сенім шкаласы бойынша бөлінуін неғұрлым мағыналы түсіндіру үшін әрбір мәлімдememен келісудің орташа дәрежесін көрсететін жиынтық индекс көрсеткіші есептелді. Индекстер жиынтық қатынасты интегралды балл ретінде көрсетуге мүмкіндік беретін 1-ден (толығымен келіспеймін) 5-ке (толығымен келісемін) дейінгі масштабтау мәндерінің негізінде алынды (31-суретті қараңыз).

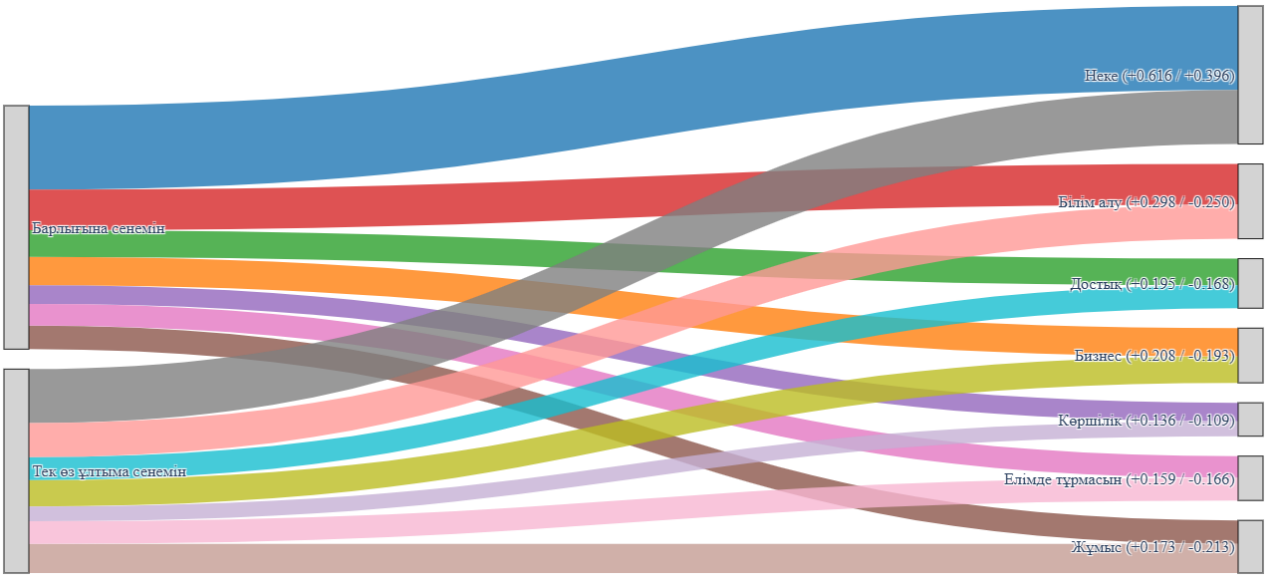


Сурет 31 - Өзінің және басқа ұлт өкілдеріне сенім индексі (интервалдық балл)

Есептеу нәтижелері сенімнің екі полюсі арасындағы елеулі сәйкессіздікті көрсетеді. *«Мен барлық ұлт өкілдеріне сенемін»* тұжырымының индексі 46,4 баллды құрады, бұл оның әмбебап көзқарастардың басымдығын және этносаралық өзара әрекеттесуді инклюзивті қабылдауға бағдарлануын көрсететін құндылықтардың оң спектрінде орнын айқын көрсетеді. Керісінше, *«Мен тек өз ұлтымдағы адамдарға сенемін»* деген сенім индексі айтарлықтай төмен болды және -3,1 баллды құрады, бұл оны шкаланың төменгі шегіне жақындатады. Мұндай нәтиже респонденттердің көпшілігіне этноцентристік көзқарас әдетте тән емес екенін көрсетеді. Жиынтық деректер алматылықтар үшін басқа адамдарға сенім қалыптастыруда этникалық ерекшелік басым

критерий емес екенін дәлелдеуге мүмкіндік береді. Керісінше, мегаполис жағдайында толерантты және көпмәдениетті сананың қалыптасуын көрсететін этносаралық ашықтық пен әлеуметтік инклюзияға негізделген өзара әрекеттестіктің әмбебап үлгісіне басымдық беріледі.

Этносаралық сенімнің интегралды көрсеткіштерін талдау әмбебап көзқарастардың жалпы доминанттылығын байқауға мүмкіндік береді, бірақ алынған нәтижелерді тереңірек түсіндіру үшін сенім мен этносаралық өзара іс-қимылдың практикалық формалары арасындағы қатынасты ашатын корреляциялық талдауға жүгінген жөн. 32-суретте *«Мен барлық ұлт өкілдеріне сенемін»* және *«Мен тек өз ұлтымдағы адамдарға сенемін»* сенім индекстері арасындағы неке мен достықтан экономикалық серіктестік пен бірге тұруға дейінгі ұлтаралық байланыстардың әртүрлі аспектілері бойынша көзқарастар арасындағы Пирсон коэффициенттері көрсетілген. 32-сурет корреляциялық талдау нәтижелерінің соңғы визуализациясы болып табылады. Бұл презентация p-value мәндерін көрсетпейді, бірақ статистикалық көрсеткіштер туралы толық ақпарат 3-қосымшада келтірілген. Айта кету керек, визуализация AI қолданумен Python бағдарламалау ортасында Plotly кітапханасының көмегімен жасалған және сәйкес бастапқы код 4-қосымшада орналастырылған.



Сурет 32 - Этноцентристік сенім мен этносаралық өзара әрекеттестікке деген көзқарас арасындағы корреляциялық байланыстар

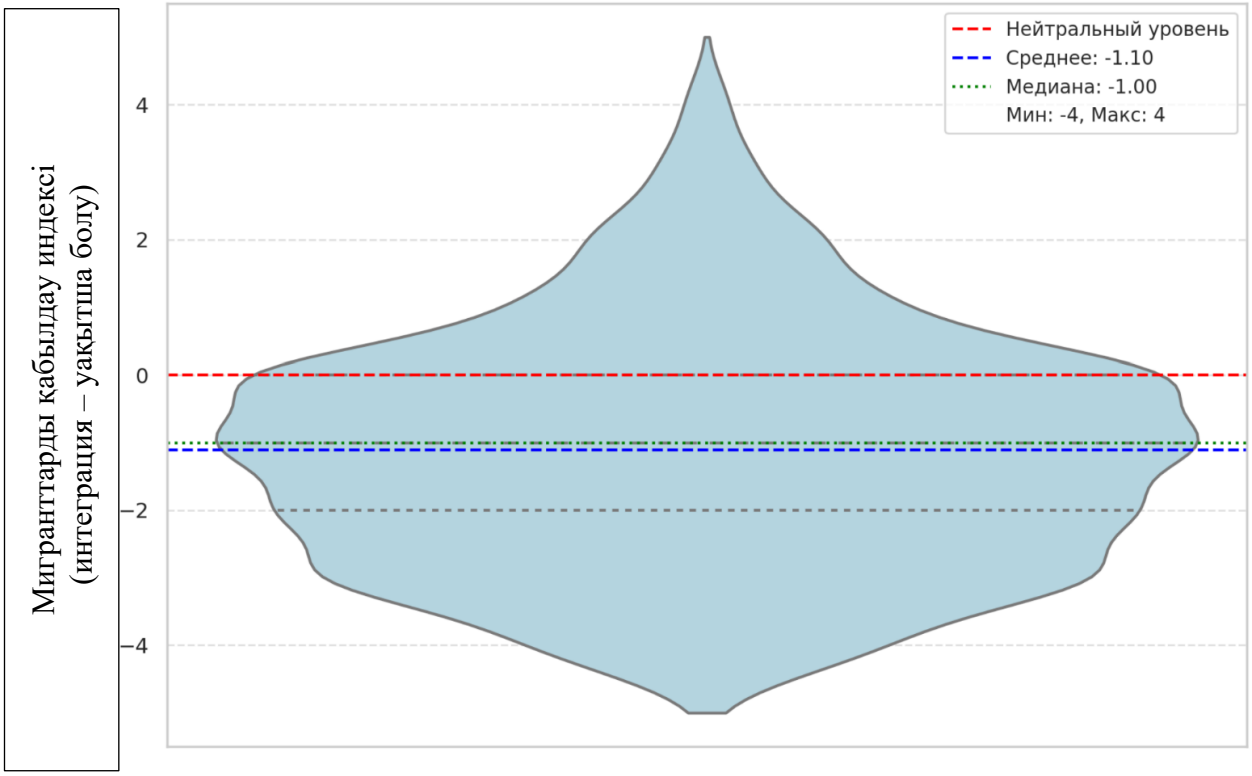
Коэффиценттердің алынған мәндері этникалық сенімге негізделген идеялардың тұтас жүйесі туралы айтуға мүмкіндік беретін статистикалық маңызды байланыстарды көрсетеді (Қосымша Д). Біріншіден, *«Мен барлық ұлт өкілдеріне сенемін»* әмбебап сенім индексі басқа этникалық топтардың өкілдерімен некеге тұруға дайындығымен жоғары оң корреляцияны көрсетеді ($r = .616$; $p < 0,01$), бұл ашықтықты және отбасылық салада және ұлтаралық қарым-қатынаста қатаң этникалық кедергілердің жоқтығын көрсетеді. Бұндай анық болмаса да, ұқсас, жағымды қарым-қатынас тығыз әлеуметтік байланыстардың басқа түрлерімен де байқалады: достық ($r = .195$; $p < 0.01$), бірге білім алу ($r = .298$; $p < 0.01$) және көршілестік ($r = .136$; $p < 0.01$). Әмбебап сенім мен бірлескен

бизнесті жүргізуге дайындық арасындағы оң байланыс (r = .208; p < 0,01) ерекше назар аударуды қажет етеді, бұл этносаралық серіктестікті экономикалық өзара әрекеттесудің заңды және қолайлы форматы ретінде қабылдауды көрсетуі мүмкін. Алынған нәтижелер ксенофобиялық идеялардың төмендеген деңгейімен сәйкес келеді, өйткені «барлық ұлттарға» деген сенім индексі мигранттардың елде тұруы мүмкін емес деген пікірді жоққа шығарумен оң байланысты (r = .159; p < 0,01), бұл сенім мен азаматтықты инклюзивті түсіну арасындағы байланысты көрсетеді. Керісінше, «Мен тек өз ұлтымдағы адамдарға ғана сенемін» деген этноцентристік көзқарас айна-қарсы корреляцияны көрсетеді. Этникалық топтың ішінде некеге тұру келісімінің оң қатынасы (r = .396; p < 0.01) оның шектеуші сипатын растайды. Бұл ретте басқа параметрлер бойынша, атап айтқанда, біліммен (r = -,250; p < 0,01), еңбекпен (r = -,213; p < 0,01), кәсіпкерлікпен айналысумен (r = -,193; p < 0,01) және достықпен (r = -,168; p <0,1) статистикалық маңызды теріс корреляциялар тіркелді. Мигранттардың елдегі тұрғылықты жеріне қатысты позициямен қарым-қатынастың теріс бағыты әсіресе индикативті болып табылады (r = -,166; p <0,01), бұл әлеуметтік «біздің» шекараларын эксклюзистік қабылдау үрдісін көрсетуі мүмкін. Сонымен қатар, соңғы жылдары жалпы Қазақстанда ұлттық бірегейліктің жоғарылауы байқалғанын атап өткен жөн, бұл қала тұрғындарының қабылдауына да әсер етуі мүмкін. Анықталған корреляциялар этносаралық сенім қатынасы оқшауланған құндылық ұстаным емес, этносаралық өзара іс-қимылдың жеке және институционалдық деңгейіне әсер ететін әлеуметтік бағдарлардың интегралды жүйесінің өзегі екенін растайды. Әмбебап көзқарастар этносаралық байланыстардың кеңеюіне және символдық шекаралардың әлсіреуіне ықпал етеді, ал этноцентризм шектеулі әлеуметтік мобильділікпен және өмірдің көптеген салаларында «басқалардан» алшақтаумен байланысты (Қосымша Г қараңыз).

Әрі қарай, қала тұрғындарының мигранттарға деген көзқарасын бағалау үшін біз бір-бірін толықтыратын екі пайымдау негізінде қабылдау индексін есептедік:

1. «Біздің елге тек осында қалып, мәңгі өмір сүргісі келетін мигранттар керек».
2. «Елге тек ақша табу үшін келген және мұнда тұрақты тұрғысы келмейтін мигранттар керек».

Екі индексті салыстыру халықтың мигранттарға деген көзқарасының айырмашылығын көрсетеді (33-суретті қараңыз).



Сурет 33 - Қоғамның мигранттарға қатысты ұстанымдарды қолдау деңгейі (violin plot)

Бұл ретте мигранттарды қабылдаудың жиынтық индексін құру арқылы, халықтың көші-қон процестеріне қарым-қатынасын операционализация жасалды. Осы мақсатта концептуалды түрде полярлық ұстанымдарды білдіретін екі негізгі мәлімдеме пайдаланылды: бір жағынан, мигранттардың тұрақты тұру және қоғамға қатысу құқығын тануға негізделген инклюзивті модель және екінші жағынан, мигранттар ұзақ мерзімді интеграцияны білдірмейтін уақытша еңбек ресурстары ретінде ғана қарастырылатын функционалдық модель. Мәлімдемелер былайша тұжырымдалған: *«Біздің елімізге тек осында мәңгі қалғысы келетін және өмір сүргісі келетін мигранттар ғана қажет»* - интеграциялық, инклюзивті көзқарасты көрсетеді, ал *«Елге тек ақша табу үшін келген және мұнда тұрақты тұрғысы келмейтін мигранттар ғана қажет»* деген екінші мәлімдеме уақытты бағдарланған, эксклюзивті қабылдауды көрсетеді. Жиынтық көрсеткішті алу үшін мигранттарды қабылдау индексі бірінші және екінші мәлімдемелермен келісу деңгейі арасындағы айырмашылық ретінде есептелді. Осылайша, индекстің оң мәндері мигранттардың ұзақ мерзімді интеграциясын қолдайтын көзқарастардың таралуын көрсетеді, ал теріс мәндер мигранттардың рөлін экономикалық мақсаттарға төмендететін этнофункционалды көзқарастың үстемдігін көрсетеді.

33-суреттегі нәтижелер көрсеткіштің медианалық мәні нөлден төмен екенін көрсетеді, бұл респонденттердің бұқаралық санасында көші-қонға

қатысты шектеуші және эксклюзивті тәсілдердің басымдылығын көрсетеді. Сонымен қатар таңдауда инклюзивті көші-қон саясатын қолдауға бейім топтың болуын көрсететін оң мәндер де бар. Көрсеткіштің орташа мәні ***-1,10***, бұл да қабылдаудың уақытша моделіне қарай жылжуын көрсетеді. Сонымен қатар, *«Мен тек өз ұлтымдағы адамдарға ғана сенемін»* деген тұжырым арқылы жеделдетілген мигранттарға деген көзқарас пен этноцентризм деңгейінің арақатынасы зерттелді. Мигранттарды қабылдау индексі мен этноцентризм деңгейі арасындағы Пирсон коэффициенті $r = –0,91$, $p < 0,001$ болды, бұл өте күшті теріс қарым-қатынастың бар екендігін көрсетеді, яғни этноцентристік көзқарасы айқын респонденттердің мигранттарға қатысты теріс, шектеуші көзқарасты білдіру ықтималдығы айтарлықтай жоғары. Керісінше, сенімге әмбебап көзқарасты көрсететін респонденттер интеграциялық модельді қолдауға бейім. Талдау нәтижелері қала тұрғындарының көші-қон қатынасының құндылық-идеологиялық детерминациясы туралы қорытынды жасауға мүмкіндік береді. Этникалық сенім деңгейі көші-қонға деген қатынастың маңызды когнитивтік болжаушысы болып табылады, мигранттардың әлеуметтік ену немесе шеттетілуінің ауқымын анықтайды. Алынған деректер көпмәдениетті мегаполисте ксенофобия мен әлеуметтік поляризацияны азайту үшін интеграциялық саясаттар мен бағдарламаларды әзірлеу кезінде осы факторларды ескеру қажеттігін атап көрсетеді.

3.3.3 Мигранттардың бизнестегі табысын қала тұрғындарының қабылдауы

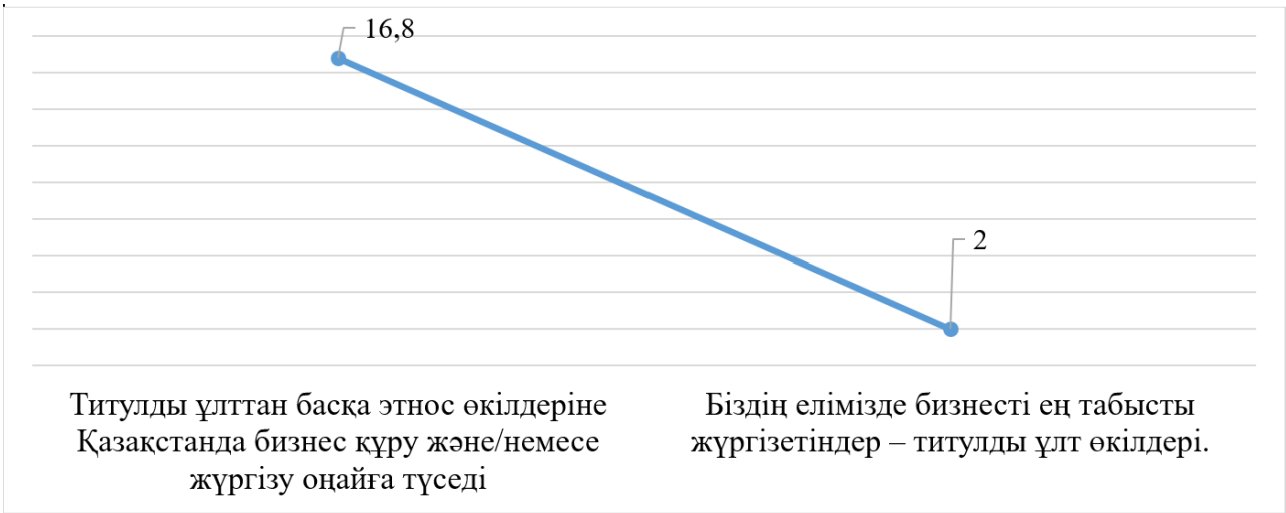
Респонденттерге қарама-қарсы бағыттағы екі мәлімдеме ұсынылды, атап айтқанда, бірі титулды ұлт өкілдерінің үлкен табысқа жету идеясына қатысты болса, екіншісі этникалық азшылықтар үшін бизнес құру мен жүргізудің салыстырмалы жеңілдігі туралы. Сауалнама нәтижелері бойынша сот шешімін қолдағандардың ең көп саны *«Басқа этникалық топтардың (титулды ұлттан басқа) адамдарына Қазақстанда бизнес құру және/немесе жүргізу оңайырақ»* деген мәлімдемеге қатысты тіркелді. Бұл пікірді респонденттердің 41,6%-ы қолдады, оның ішінде 15,6%-ы толық келіседі, тағы 26,0%-ы ішінара келіседі, мүмкін бұл халықтың бір бөлігі бәсекелестік артықшылық ретінде қабылдайтын этникалық азшылықтардың табысының әлеуметтік көрінісін көрсетуі мүмкін. Керісінше, респонденттердің 24,8%-ы ғана бұл ұстанымммен келіспейтінін білдірді, оның ішінде 13,1%-ы *«толығымен келіспеймін»* және 11,7%-ы *«жартылай келіспеймін».* Респонденттердің тағы үштен бір бөлігі (33,6%) бағалауды қиын деп тапты, бұл не ақпараттың жоқтығын, не осы тақырыптың сезімталдығын көрсетуі мүмкін, бұл экономикалық мүмкіндіктерді бөлудегі әділетті қабылдауға әсер етеді (34-суретті қараңыз).



Сурет 34 – Қазақстандағы кәсіпкерлік табыстағы этностың рөлі туралы қоғамдық пікірді бағалау

Салыстыру үшін, *«Біздің елде титулды ұлт өкілдері бизнесті ең табысты жүргізеді»* деген пікірді респонденттердің 33,6%-ы ғана қолдаса, олардың 14,6%-ы толық, 19%-ы жартылай келіскен. Сонымен қатар, бұл мәлімдемемен келіспеген респонденттердің үлесі салыстырмалы түрде дерлік болды - 31,6%, оның ішінде *«толығымен келіспеймін»* және *«жартылай келіспеймін»* үлесі тепе тең бөлінді. Әсіресе, жауап беруге қиналғандардың үлесі 34,9%-ға жеткені, бұл алдыңғы мәлімдемедегі дәл осындай көрсеткіштен асып түсетіні және мұндай нәтижелер кәсіпкерлік табыстағы титулдық этникалық топтың рөлін бағалаудағы екіұштылықтың жоғары дәрежесін көрсетуі мүмкін және этникалық сәйкестік, экономикалық тәжірибе және бизнестің тең жағдайларына қолжетімділікті қоғамның қабылдауы арасындағы күрделі қатынасты көрсететіні ерекше назар аудартады. Нәтижелер қоғамдық санада этникалық азшылықтардың үлкен экономикалық ұтқырлығы туралы тұрақты идея бар екенін көрсетеді, ал титулдық топтың экономикалық артықшылығы нақты расталған ретінде қабылданбайды және бұл жерде әртүрлі топтардың кәсіпкерлік стратегияларындағы нақты айырмашылықтар, сондай-ақ әлеуметтік контекстте қалыптасқан бәсекелестіктің символдық дискурстары туралы айтуға болады.

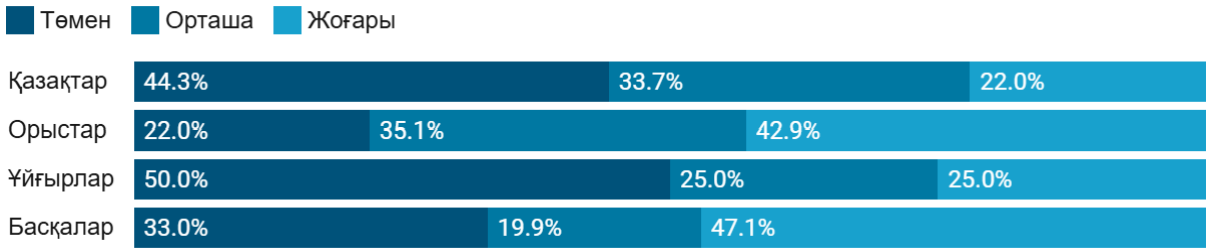
Индексті есептеу осы мәселе бойынша респонденттердің пікірлерін нақтырақ қарауға мүмкіндік берді (35-суретті қараңыз). Осылайша, этникалық азшылық өкілдері арасында бизнесті оңай бастау және ілгерілету туралы мәлімдемеге қатысты оң бағалардың басым екені анық. Бұл мәлімдеме бойынша белсенділік индексі 16,8 болды, ал титулды елдің кәсіпкерлік табысы туралы мәлімдеме үшін ұқсас көрсеткіш 2-ден айтарлықтай төмен болды және айырмашылық бизнес саласында азшылықты неғұрлым белсенді немесе айқын деп қабылдау пайдасына айқын басымдылықты көрсетеді.



Сурет 35 – Респонденттерге сәйкес этностардың кәсіпкерлік белсенділігін қабылдау индексі

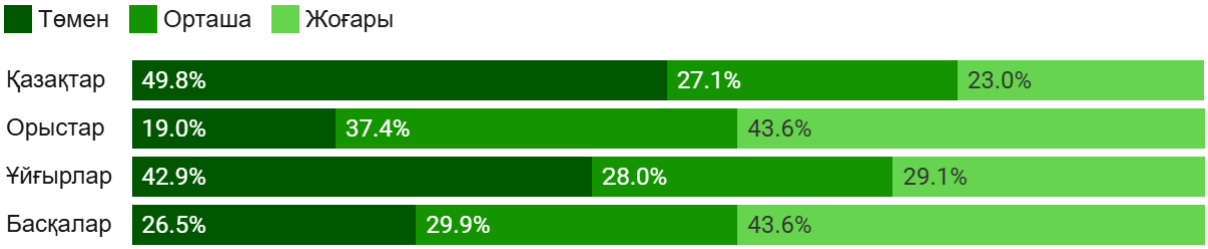
Қабылдаудың бұл конфигурациясы қала тұрғындарының күнделікті тәжірибесімен, атап айтқанда, этникалық азшылық өкілдерінің іскерлік тәжірибесін жиі байқаумен, әсіресе бөлшек сауда, қоғамдық тамақтану және қызмет көрсету салаларында байланысты болуы мүмкін. Бұл тек экономикалық белсенділік туралы ғана емес, сонымен қатар сәйкес идеялар мен көзқарастарды тудыратын оның әлеуметтік көрінісіне қатысты. Оның үстіне, көріп отырғандай, мұндай бағалаулар кәсіпкерлік табыстың объективті көрсеткіштеріне ғана емес, этникалық топтарды символдық өзара әрекеттесу призмасы арқылы қабылдауға және белгілі бір тауашалардағы визуалды үстемдікке ие болғанына негізделген. Бірақ мигранттардың бизнес стратегияларын жалпы оң қабылдауына қарамастан, қоғамдық пікірде алаңдаушылық пен қауіп сезімі сақталып келеді, бұл, респонденттердің көп бөлігі этникалық бизнестің өсуін өздерінің экономикалық жағдайына ықтимал қауіп ретінде қабылдайды. Бұл тұрғыда В.Н. Титов тұжырымдамасына жүгіну орынды, ол өз зерттеулерінде этникалық мигрант бейнесін екі типологиялық формаға бөледі. Бірінші сурет айтарлықтай теріс сипатқа ие және агрессия, қылмыстық тәуекелдер және біздің жағдайымыз көрсеткендей, байырғы халықтың экономикалық тұрақтылығы мен мәдени ерекшелігіне қауіп төндіретін идеяларды қамтиды. Демек, этникалық кәсіпкерлердің белсенділігін мойындаумен қатар, қала тұрғындарының бір бөлігі бұл құбылысты шектеулі ресурстар, жұмыс орындары және тұтыну нарығы үшін күрестегі символдық бәсеке ретінде қарастыруы мүмкін, бұл кәсіпкерлік белсенділік деңгейіндегі нақты айырмашылықтарды ғана емес, сонымен бірге оның айналасындағы әлеуметтік қалалық идеялар мен стереотиптерді де одан әрі зерттеу қажеттілігін көрсетеді.

Келесі кезекте, мигранттарды кәсіпкерлік саласындағы қабылдауы мигранттардың кәсіби мәртебесіне және респонденттердің өздерінің этникалық ерекшеліктеріне байланысты олардың Қазақстанда болуының қолайлылығы туралы қала тұрғындарының пікірлеріне жүгінуге мүмкіндік береді. Осы тұрғыда білікті мамандар мен бизнес-мигранттарды ұлттық топтар контекстінде жылжыту мүмкіндігіне қатынасты салыстыру ерекше аналитикалық мәнге ие (36 және 37-суреттерді қараңыз).



Сурет 36 – Қалалықтардың білікті мамандардың көшіп келуіне көзқарасы

Нәтижелер респонденттердің этникалық тегіне байланысты кәсіби мигранттарға деген көзқарастың өзгеретінін көрсетеді. Көбірек теріс бағалар қазақтарға (44,3%) және әсіресе ұйғырларға (50%) тән, олардың жартысы елде мұндай мигранттарды көргісі келмейтінін білдірді.



Сурет 37 – Қалалықтардың кәсіпкер-мигранттардың көшіп келуіне көзқарасы

Сонымен қатар, ресейлік респонденттер, керісінше, бұл санатты негізінен оң қабылдауды көрсетеді - әрбір секунд сайын дерлік (42,9%) олардың қоныс аудару идеясын қолдайды, бұл кәсіби персоналдың көші-қонына жоғары төзімділікпен және этникалық өзара әрекеттесудің тарихи инклюзивті үлгісімен байланысты болуы мүмкін.

Салыстырмалы түрде жоғары мақұлдау деңгейі *«басқа»* этникалық топтар тобында (47,1%), соның ішінде басқалармен қатар, корейлер, татарлар және қалалық экономикаға дәстүрлі түрде біріктірілген басқа этникалық азшылықтар да тіркелді. Мамандарға деген көзқарасты зияткерлік көші-қонға деген абстрактілі қатынастың көрінісі ретінде қарастыруға болады, ал мигранттардың кәсіп ашуға көшу мүмкіндігін бағалау бәсекелестікті қабылдаумен және ресурстар үшін символдық күреспен көбірек байланысты. Ең қатал позиция тағы да қазақстандықтар арасында (49,8%) тіркелді, бизнес-мигранттар үшін ұсынымның төмен деңгейі, ал қолдаудың жоғары деңгейі тек 23% арасында табылды. Ұқсас, азырақ болса да, ұйғырлар арасында да байқалды, мұнда оң және бейтарап бағалаулар шамамен тең бөлінді, бірақ күмәнді респонденттердің

айтарлықтай бөлігі де тіркелді. Осының аясында ресейлік респонденттер ерекше көзге түседі, олардың 43,6% мигранттар-кәсіпкерлердің көшу мүмкіндігін оң бағалайды. Бұл қатынасты экономикалық прагматизмнің, нарықтық бәсекеге бағдарланудың және *«этникалық қауіп»* идеясына төмен сезімталдықтың көрінісі ретінде түсіндіруге болады. Басқа этникалық топтардың тобы да салыстырмалы түрде мейірімділік танытады, бұл көші-қонның қолайлылығын бағалауды қалыптастыруда этникалық қашықтық пен қалалық қоғамда символдық қосудың маңыздылығы туралы болжамды растайды. Тұрақты үлгі байқалады: этникалық толеранттылық тәжірибесі бар немесе әлеуметтік мобильділіктің жоғары дәрежесі бар топтарда мигранттарға деген көзқарас оңды. Сонымен қатар, титулды ұлт өкілдері басым эксклюзистік позицияны көрсетеді, әсіресе кәсіпкерлік қызметпен айналысатын мигранттарға қатысты, бұл қала тұрғындарының қабылдауындағы мүдделердің жасырын қақтығысы және этноэкономикалық бәсекелестіктің жасырын механизмдері туралы айтуға мүмкіндік береді.

Жүргізілген әлеуметтік зерттеу толеранттылықты, Алматының қалалық ортасындағы мигранттардың көзқарастары мен түсініктерін социологиялық зерттеу қазіргі заманғы мегаполис жағдайында пайда болатын этносаралық өзара іс-қимылдың күрделі, көп өлшемді және негізінен қайшылықты бейнесін қайта құруға мүмкіндік берді. Талдау көрсеткендей, қала тұрғындарының санасындағы көші-қон процестері бір мағыналы оң немесе теріс құбылыс ретінде емес, ашықтыққа, әлеуметтік үрейге, этникалық бірегейлікке және күнделікті тәжірибеге деген көзқарас тоғысатын символдық күрес өрісі ретінде қабылданады. Зерттеудің негізгі нәтижелерінің бірі мигранттарға деген қоғамдық көзқарастағы екіжақтылықты анықтау болды. Бір жағынан, қала тұрғындарының айтарлықтай бөлігі, әсіресе білікті мамандарға қатысты қалыпты төзімділік пен символдық ашықтықты көрсетеді. Екінші жағынан, сақтық пен жасырын этникалық қашықтық сақталуда, әсіресе бизнес-мигранттарға қатысты көрінеді, бұл экономикалық бәсекелестік пен шектеулі ресурстарды қабылдаумен байланысты. Мигранттарды қоғамдық қабылдау құрылымы бірқатар әлеуметтік-демографиялық факторларға байланысты өзгеретіні анықталды. Этникалық қатынастың сипатына жынысы, жасы, білім деңгейі, табысы, тұрғылықты жері мен қызметі статистикалық маңызды әсер етеді. Семантикалық дифференциалды және эмоционалды қабылдау шкаласы бойынша алынған деректер айқын поляризацияны тіркеді, өйткені мигрант бір уақытта белсенді және пассивті, адал және адал емес, лайықты және сенімсіз ретінде қабылданады. Мұндай дихотомия жеке тәжірибенің, бұқаралық ақпарат құралдарының әңгімелері мен этникалық күтулердің қиылысында қалыптасқан тұрақты, бірақ қарама-қайшы әлеуметтік стереотиптердің болуын көрсетеді. Мигранттарды кәсіпкер ретінде қабылдау когнитивті қайшылықпен қатар жүреді, өйткені бір жағынан олардың белсенділігі мен экономикаға қосқан үлесі мойындалса, екінші жағынан жергілікті халықтың әлеуметтік-экономикалық жағдайына қауіп төндіретін тасымалдаушылар ретінде қабылданады. Этносаралық сенімді талдау әмбебап көзқарастардың басымдылығын анықтады; Респонденттердің көпшілігі өздерінің ұлттық тобына ғана емес, барлық

этностардың өкілдеріне сенеді. Дегенмен, этникалық біртекті ортаға деген басымдықтың жоғары деңгейі сақталады, бұл когнитивті бағдарлар мен мінез-құлық тәжірибесі арасындағы ішінара сәйкессіздікті көрсетеді. Неке, достық, еңбек және бірлескен кәсіпкерлік салаларындағы сенім мен ұлтаралық байланыстарға дайындық арасында айқын байланыстар орнатылды, бұл сенім әлеуметтік интеграция процесінде орталық рөл атқаратынын дәлелдеуге мүмкіндік береді.

4. АЛМАТЫ ҚАЛАСЫНДАҒЫ ТӘЖІК КӘСІПКЕРЛЕРІ: ӘЛЕУМЕТТІК ТӘЖІРИБЕЛЕР, ЕНГІЗУ МЕХАНИЗМІ ЖӘНЕ ТҰРҒЫНДАРЫ

4.1 Тәжіктердің Қазақстанға қоныс аударуы: контекст, динамика, қоныстану

Орталық Азиядағы көші-қон процестері постсоветтік кеңістікте әлеуметтік-экономикалық өзгерістердің құрамдас бөлігіне айналды. Қазақстандағы мигранттардың ең тұрақты және сонымен қатар аз зерттелген топтарының бірі – еңбек, отбасы және кәсіпкерлік ұтқырлығы қаланың әлеуметтік-мәдени құрылымына айтарлықтай әсер ететін тәжіктер болып табылады. Алматы республиканың ең ірі мегаполисі және экономикалық орталығы ретінде Тәжікстаннан келген мигранттарды тартудың басты нүктесіне айнала отырып, мүмкіндіктер мен осалдықтардың кеңістігі ретінде қызмет етеді. Бұл тарау Алматының қалалық ортасындағы тәжік этникалық кәсіпкерлікті социологиялық талдауға арналған. Зерттеу қосалқы деректерге, далалық бақылауларға және негізінен шағын және орта бизнеспен айналысатын тәжік диаспорасының өкілдерімен сұхбатқа негізделген. Негізгі фокус күнделікті бизнес стратегияларына, әлеуметтік кіріктіру формаларына, сәйкестікті сақтау тетіктеріне, сондай-ақ мегаполисте тәжік кәсіпкерлері кездесетін қиындықтарға аударылады.

4.1.1 Тәжіктердің Қазақстанға қоныс аударуының тарихи алғышарттары

Тәжікстаннан Қазақстанға көші-қон ағындары экономикалық, саяси және мәдени факторлардың жиынтығынан туындаған күрделі тарихи-құрылымдық құбылыс болып табылады. Себептердің келесі үш тобы іргелі болып табылады (9-кестені қараңыз):

1. Тәжікстандағы азамат соғысының зардаптары;
2. Экономиканың тұрақсыздануы және жұмыс күшінің тапшылығы;
3. Қазақстанға геосаяси және мәдени жақындығы.

Барлық құрамдас бөліктер Алматы экономикалық интеграцияның ірі орталығы рөлін атқаратын аймаққа тұрақты және жаппай тәжік миграциясының қалыптасуына ықпал етті.

Кесте 9 – Тәжік миграциясының Қазақстанға бағытталуының үш негізгі факторының талдамалық сипаттамасы

№	Миграциялық фактор	Фактордың мәні	Нақты көріністері мен әсер ету тетіктері	Хронологиялық кезең	Миграциялық ағындардың қалыптасуына әсері
1	Тәжікстандағы азаматтық соғыстың салдары	1992–1997 жылдары Тәжікстанда орын алған азаматтық соғыс жүздеген мың адамның өліміне, инфрақұрылымның күйреуіне және халықтың жаппай босып кетуіне әкеп соқты	- Ішкі және халықаралық босқындар толқыны - Ресей, Өзбекстан және Қазақстанға бағытталған мәжбүрлі көші-қон - Алматы мен Қарағандыда алғашқы мигранттық қауымдастықтардың қалыптасуы	1992–1997 жж.	Қазақстанда, әсіресе Алматы қаласында, тәжік мигранттарының алғашқы тұрақты қауымдастықтарының құрылуына негіз болды

Кесте 9 жалғасы

2	Экономикалық тұрақсыздық пен еңбек нарығындағы тапшылық	Тәжікстанда соғыстан кейінгі кезеңде жұмыссыздықтың өсуі, инфляция және мемлекеттік қолдаудың әлсіздігі миграцияны өмір сүру стратегиясына айналдырды	- Тәжікстан халқының 30–40% шетелде жұмыс істейді - Жалақы айырмашылығы: Қазақстанда 6–10 есе жоғары - Құрылыс, базар, қызмет көрсету секторларында сұраныс	1997 жылдан бүгінге дейін	Тәжікстаннан еңбек миграциясының тұрақты құрылымдық арнаға айналуына ықпал етті, Қазақстанның еңбек нарығындағы тапшылықты ішінара толтырды
3	Геосаяси және мәдени жақындық	Қазақстан мен Тәжікстан посткеңестік кеңістіктің бір бөлігі ретінде мәдени, тілдік және діни жағынан ұқсас. Қазақстанда мигранттар үшін жағдай салыстырмалы түрде қолайлы	- Визасыз режим - Орыс тілі ортақ коммуникациялық құрал - Этникалық ұқсастықтар мен туыстық байланыстар - Алматыда диаспоралық желілердің дамуы	2000 жылдан бастап	Миграцияның институционалдық және әлеуметтік интеграциялануын жеңілдетіп, Алматыны аймақтық тартылыс нүктесіне айналдырды

Посткеңестік кезеңдегі тәжіктердің Қазақстанға қоныс аударуын тек экономикалық детерминизммен немесе дағдарыстардың салдарымен байланыстыруға болмайды. Керісінше, бұл экономикалық мотивтер мәдени кодтармен, институционалдық мүмкіндіктермен және трансұлттық желілерді жаңғыртумен астасып жатқан күрделі әлеуметтік процесс. Осыған байланысты тәжіктердің Алматыға қоныс аударуының алғышарттарын және олардың кәсіпкерлік стратегияларының қалыптасу ерекшеліктерін тереңірек түсінуге мүмкіндік беретін келесі аналитикалық аспектілерге тоқталған жөн.

Қазіргі заманғы социологиялық тәсілдер көші-қонды тек кедейліктің салдары ретінде емес, институционалдық және экономикалық тұрақсыздық жағдайында белсенді бейімделу стратегиясы ретінде түсіндіреді. Көші-қон ішкі ресурстар мен әлеуметтік кепілдіктер тапшылығы жағдайында «компенсаторлық механизм» қызметін атқарады. 1997 жылдан кейін ішінара институционалдық тұрақтандыру орын алған Тәжікстан жағдайында көші-қон үй шаруашылықтарының өмір сүруге және әлеуметтік ұдайы өндірісті сақтауға бағытталған стратегиясының ажырамас бөлігі болды. Еңбек мигранттарының аударымдары Тәжікстанның ЖІӨ-нің 30% құрайды, бұл тәуелділікті құрылымдық және ұзақ мерзімді етеді. Бұл тұрғыда Қазақстан, атап айтқанда, Алматы экономикалық кеңістік ретінде ғана емес, әлеуметтік мүмкіндіктер өрісі ретінде де қабылданады. Мұнда тәжік мигранттары ақша тауып қана қоймай, қолдауды, жұмыспен қамтуды және мәдени қауіпсіздікті қамтамасыз ететін жергілікті желілік құрылымдарға біріге алады. De Haas (2019) көші-қон тек «апатқа қарсы әрекет» ретінде ғана емес, посткеңестік ауысу контекстінде өмір әлемін өзгерту ретінде әрекет ететінін атап өтеді [124].

Тәжіктердің Қазақстанға қоныс аударуының бірегей ерекшеліктерінің бірі оның икемділігі мен бейресмилігі болып табылады. Р.Тураева (2018) атап өткендей, посткеңестік Орталық Азия шекаралардағы әлсіз институционалдық

бақылаумен және бірқатар секторлардағы еңбек көші-қонына салыстырмалы түрде адал көзқараспен сипатталады. 2000 жылдардағы Қазақстанның көші-қон саясаты «таңдамалы төзімділікпен» сипатталды: еңбек көші-қонына сауда, құрылыс және тұрмыстық қызмет көрсету салаларында рұқсат етілді, бірақ заңдастырудың институционалдық тетігі жасалмады. «Жұмсақ көлеңкелі көші-қон» моделі вахталық және маусымдық жұмыспен қамту схемаларының таралуына жағдай жасады. Алматыға Тәжікстаннан келген мигранттар, әдетте, өздерінің жұмыспен қамтылуын ресімдемей, базарлық сауданың, делдалдық қызметтің, тасымалдаудың бейресми экономика тетіктерін белсенді түрде пайдаланады, бұл тәжік бизнесмендерінің мемлекеттік органдармен байланысын барынша азайтуға және жұмыс, баспана және клиенттерді іздеуде желілік қатынастарға сүйенуімен сипатталады, әрі бұл далалық зерттеулерде расталады [125, б. 106].

Орталық Азия аймақтары арасындағы маусымдық және айналмалы көші-қонның тарихи дәстүрі де маңызды алғышарт болып табылады. Кеңестік кезеңде де тәжіктер республика аралық құрылыстарға, іссапарларға, тың жерлерді игеруге қатысты. Қозғалыстың мұндай нысандары көбінесе бейресми болды, бірақ олар Қазақстан туралы, әсіресе Алматы «орыс тілді» және экономикалық дамыған орталық ретінде сенім мен білімнің инфрақұрылымын қалыптастырды. Laruelle (2021) 1991 жылдан кейін байланыстар толығымен жойылмағанын атап өтеді; керісінше, олар трансұлттық ұтқырлықтың жаңа үлгілерінің негізін құрады [126]. Сонымен қатар, мигранттардың санасында Алматының мәдени және символдық қабылдауын ескеру маңызды. Бірқатар сұхбаттарда респонденттер Алматыны *«мүмкіндіктер қаласы»* немесе *«шығыс бет-бейнесі бар қала»* ретінде қабылдайтынын, мысалы, ресейлік мегаполистерге қарағанда дәстүрлі құндылықтарды бейімдеу және сақтау оңайырақ екенін айтады. Қала тек экономикалық ғана емес, сонымен қатар мәдени және интеграциялық мәнге ие болып, транслокальды сәйкестіктердің тоғысқан нүктесіне айналады.

Сондай-ақ тәжіктердің Қазақстанға көші-қоны кеңірек саяси және аймақтық логика аясында дамығанын атап өткен жөн. Соңғы онжылдықтарда Қазақстан тұрақты ішкі саясатымен, теңгерімді этникалық саясатымен және тұрақты экономикалық өсімімен Орталық Азияда өзін тұрақты түрде көшбасшы ретінде танытты. Бұл сипаттамалар елді көрші мемлекеттерден келген мигранттар үшін ерекше тартымды етеді. Тәжікстан мен Қазақстан арасындағы ЕАЭО аясындағы, сондай-ақ екіжақты ынтымақтастық форматындағы қарым-қатынастар жұмыс күшінің мемлекетаралық қозғалысы мен бизнестің ұтқырлығы үшін қолайлы жағдай жасайды. 2020 жылдардың басынан бастап көші-қонды бақылауды біртіндеп күшейту үрдісі пайда болған Ресейден айырмашылығы, Қазақстан Орталық Азиядан келген еңбек мигранттарына қатысты салыстырмалы түрде жұмсақ режимді соңғы уақытқа дейін сақтады. Қазақстанның институционалдық толеранттылығы және аймақтық геосаяси оқиғалар республиканың тәжіктер үшін еңбек және кәсіпкерлік көші-қонының негізгі немесе балама елі ретінде өсіп келе жатқан тартымдылығын өзара айқындады. Бейресми жұмыспен қамту, келуге және тұруға қатысты салыстырмалы түрде төмен кедергілер және транзакциялық шығындары аз

шағын бизнес құру мүмкіндігі Алматыны тек ақша табуды ғана емес, сонымен қатар қалалық экономика мен әлеуметтік кеңістікке интеграциялануға ұмтылатын мигранттар үшін ерекше тартымды етеді.

4.1.2 Тәжік кәсіпкерлері этникалық бизнесті зерттеу бойынша репрезентативті топ ретінде

Этникалық ашшылықтар қабылдаушы қоғамда тұрақты кәсіпкерлік тауашаларды қалыптастыруға мүмкіндік беретін нақты мәдени, әлеуметтік және экономикалық ресурстары бар топтар ретінде қарастырылады [41]. Сонымен бірге, этникалық ашшылдықтар еңбек нарығындағы институционалдық кедергілерге, кемсітушілікке және шектеулерге ең осал топтар болып табылады [35]. Осыған байланысты нақты этникалық қауымдастықтарды зерттеу олардың бейімделу және интеграциялану тетіктерін анықтауға, сондай-ақ олардың орналасқан қаланың экономикалық және әлеуметтік өміріне қосқан үлесінің ерекшеліктерін көрсетуге мүмкіндік ашады. Алматыдағы этникалық кәсіпкерлікті талдау үшін тәжірибелік топ ретінде тәжіктерді таңдау ғылыми және қолданбалы ойларға байланысты. Біріншіден, тәжіктер Орталық Азиядағы еңбек мигранттарының ең маңызды топтарының бірі болып табылады. Тәжікстанға қарағанда экономикалық тұрғыда тұрақты Қазақстан бұл топ үшін негізгі көші-қон бағыттарының біріне айналды, әсіресе Ресейдегі мигранттардың жағдайы нашарлағаннан кейін Қазақстан еңбек көші-қоны үшін бұрынғыдан да тартымды бола түсті. Алматы, өз кезегінде, дамыған сауда инфрақұрылымының және халықты тартудың ең ірі орталығы ретіндегі тарихи рөлінің арқасында сауда секторымен белсенді айналысатын тәжік мигранттарының шоғырлануының негізгі аймағына айналды.

Алматының басты базары – «Көк базардың» феномені ерекше назар аударуға тұрарлық. 19 ғасырдың аяғынан бастап ол тауарлар мен мәдени тәжірибе алмасу кеңістігі ретінде қалыптасты. Посткеңестік кезеңде бұл нарық этникалық кәсіпкерлердің, соның ішінде оның сауда қауымдастығының құрылымында маңызды орын алған тәжіктердің қарқынды әрекет ету аймағына айналды. «Көк базарды» тәжіктердің өмір сүру, бейімделу және интеграциялау стратегияларын көрсететін этникалық экономиканы талдаудың символдық және материалдық алаңы ретінде қарастыруға болады. Негізінде, тәжіктерді таңдаудың ғылыми мәні бірнеше жағдайлармен анықталады. Біріншіден, бұл топ этникалық ашшылықтардың кәсіпкерлікпен айналысу үшін отбасы мен қоғамдастық желілерінің ресурстарын қалай жұмылдыратынын көрсетуге мүмкіндік береді. Екіншіден, тәжіктер трансұлттық бизнестің мысалын көрсетеді: Тәжікстан мен көршілес аймақтардан өнімдерді жеткізу Орталық Азияның әртүрлі елдерін байланыстыратын тұрақты сауда арналарын құрайды. Үшіншіден, олардың бизнес үлгілері мәдени көзқарастан бастап «аралас ендірілген» (Mixed Embeddedness) ұғымына дейінгі этникалық кәсіпкерліктің теориялық түсіндірмесіне жақсы сәйкес келеді [67]. Тәжікстандық кәсіпкерлер азық-түлік нарығында бәсекелестік орта құру арқылы Алматының азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етеді. Олар жұмыс орындарын ашады, жергілікті сауданы дамытады және әртүрлі тауарларды қолдайды. Сонымен бірге олардың болуы бірқатар әлеуметтік және институционалдық мәселелерді көтереді: еңбек

қызметін заңдастыру қажеттілігі, ресми қаржылық институттарға қолжетімділік, мәдени интеграция мәселелері, кемсітушілікті жеңу.

Тәжікстандықтар құрылыс және қызмет көрсету салаларына көбірек тартылатын ресейлік еңбек нарығына қарағанда, Алматыда олар саудада жоғары белсенділік танытады. Зерттеулер көрсеткендей, дәл осы жерде тәжіктер азық-түлік өнімдерін, кептірілген жемістерді, көкөністерді және жаңғақтарды сатумен байланысты тұрақты «этникалық тауашаларды» қалыптастырды [139], олардың жұмыспен қамтылуының айқын салалық ерекшелігі бар, бұл оларды этникалық экономика тұрғысынан талдау үшін ерекше қызықты етеді.

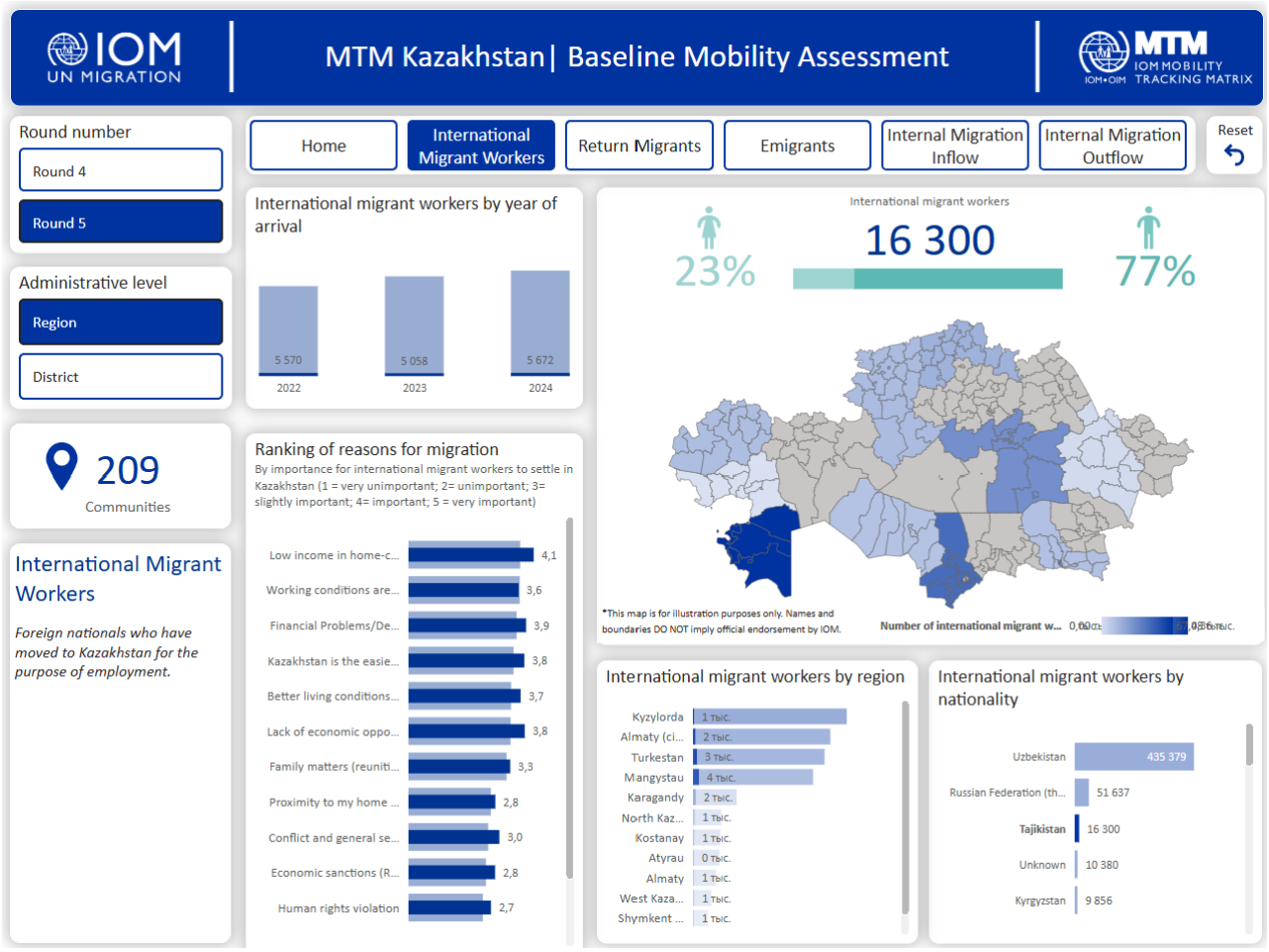
Тәжік миграциясының әлеуметтік ерекшеліктері этникалық және аймақтық желілерге тәуелділіктің жоғары деңгейінде жатыр. Қаржы институттарына қолжетімділік шектеулі және құқықтық қорғаудың әлсіз жағдайында дәл осындай желілер негізгі ресурсқа айналады. Алматыдағы тәжік бизнесі отбасылық және аймақтық байланыстар негізінде құрылады, ал кәсіпкерлер туыстарын, балалық шақтағы достарын және сол ауданнан немесе ауылдан келген адамдарды жұмысқа тартады [139], [140] бұл сенім мен өзара көмек қорлардың жетіспеушілігін өтеген кезде этникалық кәсіпкерліктегі әлеуметтік капиталдың маңыздылығы туралы ережелерге сәйкес келеді. Тәжік мигранттары этникалық экономиканың классикалық үлгісін көрсетеді, мұнда әлеуметтік желілер еңбек нарығындағы осал жағдай мен бәсекелестік ортада аман қалу қажеттілігі арасындағы «буфер» рөлін атқарады.

Белсенділігіне қарамастан тәжіктер бірқатар институционалдық және әлеуметтік кедергілерге тап болады. Ең көп байқалатын қиындықтардың қатарында бизнесті тіркеу мен заңдастыруға байланысты құқықтық тұрақсыздық, несиелік және қаржылық ресурстарға қолжетімділіктің шектелуі, еңбек құқықтарының нашар қорғалуы, жергілікті тұрғындар тарапынан кемсітушілік жағдайлары бар. Жағдайлар оларды өзін-өзі жұмыспен қамтуға итермелейді, бұл экономикалық стратегия ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік бейімделу формасына айналады. Құрылымдық көзқарас тұрғысынан тәжіктердің этникалық кәсіпкерлігін кемсітушілікке және ресми еңбек нарықтарына шектеулі қолжетімділікке жауап ретінде қарастыруға болады [140]. Тәжікстанның Қазақстанға қоныс аударуының әлеуметтік-демографиялық контекстін біріктіре отырып, олардың жағдайын талдау үшін ерекше маңызды ететін бірнеше себептерді анықтауға мүмкіндік береді. Біріншіден, тәжіктер Алматыдағы ең ірі этникалық көші-қон қауымдастықтарының бірі болып табылады, олар қала экономикасында тұрақты және елеулі үлесті құрайды. Екіншіден, олардың кәсіпкерлік белсенділігі белгілі бір тауашалар, ең алдымен, азық-түлік саудасында шоғырланған, бұл олардың этникалық экономиканы талдау үшін жоғары репрезентативтілігін қамтамасыз етеді. Үшіншіден, тәжіктер отбасы мен қоғамдастық желілеріне, сенім мен өзара көмекке негізделген этникалық кәсіпкерліктің тұрақты үлгісін көрсетеді. Олардың осалдығы мен маргиналды позициясы кәсіпкерлікті этникалық бизнесті мәдени және құрылымдық түсіндірудің теориялық үлгілеріне толығымен сәйкес келетін бейімделу механизмі ретінде қарастыруға мүмкіндік береді.

Талдау объектісі ретінде тәжіктер этникалық кәсіпкерлікті оның классикалық мағынасында зерттеп қана қоймай, оның трансұлттық өлшемдерін, институционалдық шектеулері мен әлеуметтік әсерлерін қарастыруға мүмкіндік береді. Диссертациялық зерттеуге жағдай ретінде бұл топты таңдау ғылыми үлесі тұрғысынан да, Қазақстанның көші-қоны мен экономикалық саясаты үшін қолданбалы маңыздылығы тұрғысынан да орынды болып көрінеді.

4.1.3 Алматыдағы тәжік диаспорасының географиясы мен қоныстану үлгілері

Алматыда тәжік диаспорасының қалыптасуы тек көші-қон ағындарының ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік-экономикалық жағдайға, еңбек нарығына қолжетімділікке, бейресми бейімделу тетіктеріне байланысты кеңістіктік тамырланудың нақты формаларының нәтижесі болып табылады.

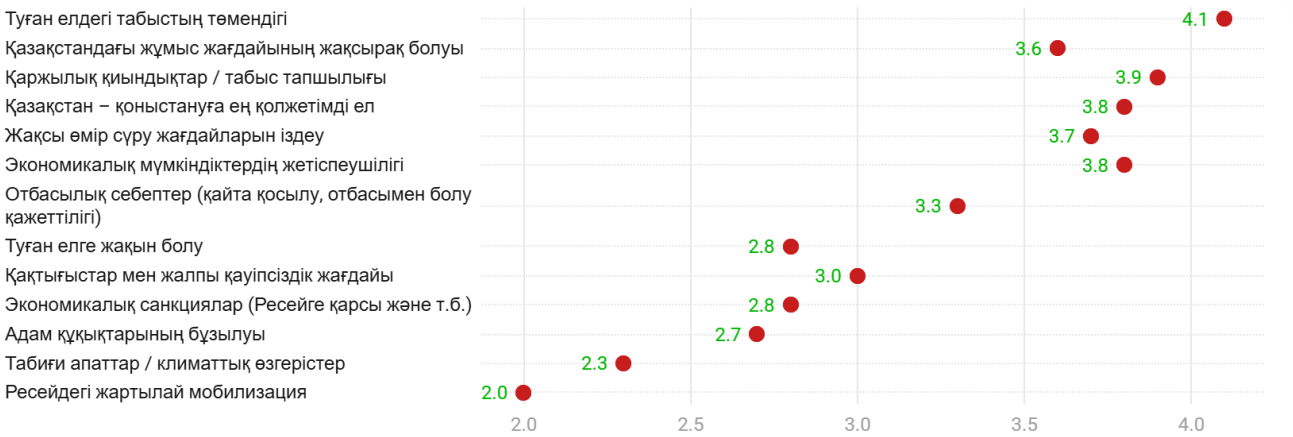


Сурет 38 – ХБҰ деректері бойынша Қазақстандағы Тәжікстаннан келген еңбек мигранттарының географиясы және саны (2024 ж.)

Алдыңғы бөлімде көрсетілгендей, Қазақстан, әсіресе Алматы посткеңестік кезеңдегі тәжік көші-қонының негізгі бағыттарына айналды. Алайда қоныс аудару динамикасынан басқа, қоныс аударушы халықтың қалалық ортаға интеграциялану тетіктерін көрсететін аумақтық бөлінісі мен қоныстану нысандары социологиялық талдаудың маңызды пәніне айналуда. Халықаралық көші-қон ұйымы ұсынған қайталама деректерді талдау халықаралық еңбек мигранттарының, соның ішінде Тәжікстан азаматтарының Қазақстанға

қоныстануының жалпыланған географиясын белгілеуге мүмкіндік береді (38-суретті қараңыз).

2024 жылғы жағдай бойынша ұтқырлықты бағалауда тіркелген тәжік мигранттарының саны 16 300 адамды құрады, яғни Өзбекстан мен Ресей Федерациясы азаматтарынан кейінгі үшінші ірі шетелдік жұмысшы тобы. Соңғы үш жылда жыл сайын 5000-нан 5600 адамға дейін өзгеретін Тәжікстаннан келген мигранттардың тұрақты саны көші-қон арнасының тұрақтылығы мен қайталану мүмкіндігін көрсетеді. Қазақстандағы тәжік мигранттарының кеңістікте орналасуы оңтүстік және оңтүстік-шығыс аймақтарда шоғырлануымен сипатталады, мұнда ең жоғары болу тығыздығы тіркелген. Атап айтқанда, айқын шоғырланған аймақтарға Алматы қаласы, Түркістан және Маңғыстау облыстары жатады. Аймақтар біліктілігі жоқ және жартылай білікті жұмыс күшіне жоғары сұранысқа ие экономикалық орталықтар ретінде жұмыс істейді, бұл қалыптасқан көші-қон желілерінің болуымен бірге оларды тұру үшін басымдыққа айналдырады. Бұл тұрғыда Алматы тәжіктердің ұтқырлығы үшін тоғыстандыратын қызметін атқарады: мұнда жаңа ағындар қалыптасып қана қоймай, қоныстандыру мен жұмыспен қамтудың тұрақты нысандары да біріктірілуде. Тәжік мигранттарының Алматыда тұру нысандары негізінен бейресми: жеке секторда тұрғын үйді жалға алу, жерлестерімен немесе туыстарымен бірге тұру және жалдау ақысы төмен шеткі аймақтарға қоныстану. Қалалық ландшафтта бұл Алатау, Түрксіб және сирек Наурызбай аудандарында қолжетімді, толық емес инфрақұрылымды және рұқсатсыз құрылыс мүмкіндіктерін біріктіретін аумақтарда тәжік диаспорасының тұрақты болуынан көрінеді. Мұндағы кеңістіктік кластерлеу заңды тұрғын үй нұсқаларына қолжетімділіктің шектелуінің салдары ғана емес, сонымен бірге әлеуметтік оқшаулану қауіпін азайтатын этникалық ынтымақтастық стратегиясының бөлігі болып табылады. Көші-қон мотивациясының деңгейінде ІОМ деректері экономикалық және прагматикалық себептердің басымдылығын көрсетеді (39-суретті қараңыз).



39 сурет – ІОМ деректері бойынша Тәжікстан азаматтарының Қазақстанға көші-қон факторларының маңыздылығының индекстері (1-ден 5-ке дейінгі тармақтармен)

Тәжікстандық мигранттарды Қазақстанға көшуге ынталандыратын факторлардың маңыздылығын бағалау олардың көші-қон мотивациясының құрылымын оқшаулауға және басым мінез-құлық қатынасын анықтауға мүмкіндік береді. 39-суретте көші-қон себептерінің маңыздылығын орташа бағалау шкаласы көрсетілген, мұнда IOM зерттеуі кезінде алынған 1 – «мүлдем маңызды емес» – 5 – «өте маңызды». Қосымша деректерді талдау тәжік миграциясының мотивациялық құрылымы негізінен экономикалық сипатта, бірақ сонымен бірге қауіпсіздік жағдайлары мен әлеуметтік тұрақтылыққа қатысты бірқатар қосымша құрамдастарды қамтитынын көрсетеді. Екінші реттік деректердің индекстік талдауы бойынша көші-қонның ең маңызды себептері ең жоғары орташа балл алған экономикалық және институционалдық факторлар болып табылады:

1. Шығу еліндегі табыстың төмен деңгейі — 4.1
2. Қазақстандағы еңбек жағдайларының жақсы болуы — 3,9
3. Қаржылық қиындықтар және табыс тапшылығы — 3.9
4. Қазақстан қоныс аудару үшін ең қолжетімді ел ретінде — 3,8
5. Жақсырақ өмір сүру жағдайларын іздеу — 3.7
6. Тәжікстанның шектеулі экономикалық мүмкіндіктері — 3,6
7. Отбасылық себептер (отбасын біріктіру, қолдау және т.б.) — 3.3

Көрсеткіштер тәжік көші-қоны туралы тұрақты идеяны негізінен экономикалық және отбасына байланысты қалыптастырады, ал Қазақстан тек еңбек нарығы ретінде емес, бейімделу мен қоныстандыру үшін қолжетімді және институционалды түсінікті кеңістік ретінде қабылданады. Жеңілдетілген визалық режимнің болуы, ортақ посткеңестік және лингвистикалық орта, сондай-ақ қолданыстағы диаспоралық желілер Қазақстанды қоныс аударудың басым бағытына айналдырады. Респонденттер үшін гуманитарлық, саяси және экологиялық жағдайларға қатысты факторлар азырақ маңызды болды:

1. Туған жерге деген сағыныш — 3,0
2. Жанжал немесе қауіпті өмір сүру жағдайлары — 2.8
3. Ресейге қарсы экономикалық санкциялар — 2,8
4. Адам құқықтарының бұзылуы — 2.7
5. Климаттың өзгеруі және табиғи апаттар — 2.3
6. Ресейдегі ішінара жұмылдыру — 2,0

Бұл жерде индикаторлар тобы Қазақстанға тәжіктердің ұтқырлығы мәжбүрлі көші-қон емес екенін, сонымен қатар сыртқы саяси немесе экологиялық жағдайлармен аз анықталатынын анық көрсетеді. Керісінше, бұл экономикалық шындыққа және қоғамдық ұдайы өндіріс логикасына байланысты ұтымды таңдау және өмір сүру стратегиясы. Мысалы, «Ресейдегі ішінара жұмылдыру» рейтингінің төмен болуы тәжіктердің Қазақстанға қоныс аударуы қуғын-сүргіннен немесе әскери әрекеттерден қашу емес, экономикалық және әлеуметтік тұрақтандырудың ұтымды стратегиясы ретінде жүзеге асырылып жатқанын көрсетеді. Саяси факторлардың әлсіз әсері ерекше дәлелдейді, өйткені Ресейдегі жұмылдырудан кейін біз Қазақстанға көші-қонның өсуін болжадық, алайда тәжік мигранттары арасында мұндай күшті өсім байқалмады. Екінші реттік деректерді индекстік талдау Қазақстандағы тәжік мигранттары негізінен

баратын елдің институционалдық және мәдени қолжетімділігін ескере отырып, бейімделгіш, прагматикалық және экономикалық негізделген ұтқырлық логикасы аясында әрекет ететінін растайды. Мотивациялар кейіннен қоныстану сипатында, жұмыспен қамту түрлерінен және тәжік диаспорасының Алматы қаласының қалалық құрылымына интеграциялану формаларында көрінеді.

Жыныс белгісі бойынша деректер айтарлықтай айырмашылықтарды көрсетеді. Айқын гендерлік теңгерімсіздік байқалады, өйткені шамамен 77% ерлер, ал әйелдер Тәжікстаннан тіркелген мигранттардың жалпы санының 23% құрайды. Ерлер дәстүрлі түрде еңбек ұтқырлығының негізгі тасымалдаушылары болды, әсіресе физикалық еңбекті және вахталық жұмысты қажет ететін салаларда: құрылыста, көлікте, базарларда. Сондай-ақ 2.2.1-бөлімде 10-суреттегі диаграммада көрсетілгендей, этикалық кәсіпкерліктегі бизнесті көбінесе ер адамдар бастайтынын бұрын айтқан болатынбыз. Әйелдер, керісінше, жеке еңбек көші-қонына азырақ қатысады және көбінесе отбасылық көші-қонның бөлігі ретінде келеді немесе қабылдаушы ортада өзін танытқан ерлердің соңынан ереді. Алматының қалалық жағдайында тәжік әйелдері әдетте үй шаруасымен, бала күтімімен, бейресми қызметтермен айналысады немесе отбасылық бизнесте жұмыс істейді. Мұндай гендерлік профильдің салдары ықшам тұрғылықты жерлерде, әсіресе уақытша, жалға берілетін немесе ұжымдық тұрғын үй басым болатын жерлерде ерлердің басымдылығы болып табылады. Бұл сондай-ақ әлеуметтік интеграция деңгейіне, мигранттардың білім беру, медициналық және мәдени қызметтерге қол жеткізуіне, сондай-ақ диаспоралық желілердің тұрақтылығына әсер етеді. Осылайша, гендерлік құрылым демографиялық сипаттама ғана емес, Алматыдағы тәжік мигранттарының күнделікті өмірін құрылымдайтын фактор болып табылады.

4.1.4 Тәжік мигранттарының әлеуметтік-демографиялық портреті

Алматыда тәжікстандық кәсіпкерлік ортаның қалыптасуы мигранттардың өздерінің әлеуметтік-демографиялық ерекшеліктерімен тығыз байланысты. Жеке өмірбаяндары, білім деңгейі, отбасылық жағдайы және жұмыс түрі қалалық кеңістікке интеграциялану траекториясын да, көшіп-қонушылардың кәсіпкерлік қызметінің сипатын да анықтайтын маңызды айнымалылар болып табылады. Бұл бөлімде Алматыдағы мигранттарды жұмыспен қамту және экономикалық өзін-өзі жүзеге асырудың негізгі орталықтарының бірі болып табылатын «Көк базар» аумағында жүргізілген он тереңдетілген сұхбат негізінде тәжік мигранттарының әлеуметтік-демографиялық портретінің жалпылама талдауы берілген.

Жыныс және жас құрылымы. Іріктемеге 10 ер адам кіреді, бұл бөлшек және шағын көтерме сауда сегментіндегі кәсіпкерлік қызметтің құрылымын көрсетеді. Респонденттердің жасы 18-ден 52-ге дейін ауытқиды, мигранттардың едәуір бөлігін 30-дан 45 жасқа дейінгі еңбек жасындағылар құрайды. 18 жастағы респондент Бехруздың ерекше назарды талап етеді, ісі ұрпақаралық бизнесті ауыстыру аясында отбасылық кәсіпкерлікке қосылған. Оның әкесінің жетекшілігімен саудаға қатысуы ерте экономикалық әлеуметтену процесін және кәсіпкерлік тәжірибенің диаспора ішіндегі мәдени капиталдың элементі ретінде берілуін куәландырады.

Білім. Респонденттердің білім деңгейі ортадан (4 адам) орта арнаулы (3 адам) және жоғары (3 адам) аралығында өзгереді, бұл жоғары білімнің мигранттар арасында кәсіпкерлік қызмет үшін міндетті шарт емес екенін растайды. Оның үстіне, кейбір жағдайларда, гуманитарлық немесе экономика саласындағы жоғары білім тікелей пайдаланылмайды, бірақ қарым-қатынас, жоспарлау және онлайн жылжыту бойынша қосымша дағдыларды қамтамасыз етеді. Бұл нәтиже қолданбалы ұтымдылықтың таралуы туралы айтады; мигранттар шектеулі институционалдық қолжетімділік жағдайында бейімделу стратегияларын құруға мүмкіндік беретін ресурстарды пайдаланады. Отбасы жағдайы және шаруашылық құрылымы. Сауалнамаға қатысқан ер адамдардың көпшілігі үйленген, балалары бар және Қазақстанда ұзақ уақыт тұруға көңіл бөлетінін көрсетеді. Олардың әйелдері анағұрлым осал әлеуметтік позицияларда ұсынылған: олар негізінен бизнеске қатысы жоқ және үй шаруашылығында.

Отбасы жағдайы және шаруашылық құрылымы. Сауалнамаға қатысқан ер адамдардың көпшілігі үйленген, балалары бар және Қазақстанда ұзақ уақыт тұруға ниет ететінін көрсетеді. Бизнестегі әйелдердің рөлі минимум деуге келеді. Алайда әйелдер барлық үй шаруашылығына жауапты екендігі анықталды.

Болу ұзақтығы және кәсіпкерлік тәжірибесі. Респонденттердің Қазақстанда болу ұзақтығы бірнеше айдан шамамен отыз жылға дейін өзгереді. Бұл ретте олардың көпшілігінің 10 жылдан астам кәсіпкерлік тәжірибесі бар, бұл бизнестің институционализациялануын және көші-қонның уақытша шешімнен тұрақты өмірлік стратегияға айналуын көрсетеді. Ерекшелік - әкесімен бірге жұмыс істейтін және отбасылық бизнесті жалғастыратын 18 жастағы респондент. Мәліметтер Тәжікстанның Алматыға кәсіпкерлік көші-қоны экономикалық интеграцияға және жұмыспен қамту нысандарының біртіндеп кеңеюіне тенденциясы бар тұрақты түрде қалыптасқан сипатқа ие екенін айтуға мүмкіндік береді.

Кәсіби мамандану. Респонденттердің жұмыс орындары азық-түлік саудасында, атап айтқанда кептірілген жемістер және жаңғақтар сату саласында шоғырланған. Бұл профиль мигранттардың әдеттегі тауашалық жұмыспен қамтылуына сәйкес келеді, бұл кіру кедергілерін азайтуға және ішкі диаспора ресурстарын – тілді, сенімді, тәжірибені пайдалануға мүмкіндік береді. Зерттеудің этикалық нормаларына сәйкес барлық есімдер бүркеншік есімдерге ауыстырылды.

4.2 Алматыдағы тәжік этникалық кәсіпкерлігі: Көк базар кейстар-ы

Заманауи мегаполисте этникалық кәсіпкерлік мигранттар топтарының қалалық экономикаға интеграциялануының маңызды векторы болып табылады. Маңызды бөлігі шағын бизнеске бағытталған тәжік диаспорасы үшін кәсіпкерлік белсенділікті шоғырландыру және молайту үшін негізгі кеңістіктердің бірі қалалық базарлар болып табылады. Орындар экономикалық мүмкіндіктерге қол жеткізуді қамтамасыз етіп қана қоймайды, сонымен қатар бизнестегі әлеуметтік байланыстарды, этномәдени бірегейлікті және отбасылық сабақтастықты сақтауға көмектеседі. Осы тұрғыда Алматы Қазақстанның ең ірі мегаполисі

ретінде көші-қонды тартудың географиялық орталығы ғана емес, бейресми нарықтық капитализм жағдайында этникалық экономиканы түрлендірудің өзіндік ортасына айналуда.

4.2.1 «Көк базар» тәжік кәсіпкерлерінің кіріктірілген кеңістігі ретінде

Алматының қалалық сауда құрылымында «Көк базар» деген атпен белгілі Орталық базар ерекше орын алады. 140 жылдан астам уақыт бойы ол тауардың, адамдардың және рәміздердің трансұлттық ағындарын бойына сіңіріп, маңызды экономикалық және мәдени орталық мәртебесін сақтап келеді. XX ғасырдың аяғынан бастап нарық ресми еңбек нарығына қол жеткізе алмай қалған мигранттар үшін өзін-өзі жұмыспен қамтудың негізгі орталықтарының біріне айналды. Дәл осы жерде кептірілген жемістерді, жаңғақтарды, дәмдеуіштерді, шығыс тәттілерін, маталарды және Орталық Азияның тұрмыстық мәдениетіне қатысты басқа да өнімдерді сатуға маманданған тұрақты этникалық кластерлер, оның ішінде тәжік топтары қалыптасты. Базардың XIX ғасырдағы керуен сауда орнынан кеңестік гастрономиялық орталыққа және посткеңестік этникалық нарыққа дейінгі тарихи эволюциясы оны кәсіпкерлік контекстегі этностың трансформациясын зерттеуге арналған өкілді алаңға айналдырады. Сауда алаңдарының кеңістіктік тығыздығы, жоғары бәсекелестік және тауарлардың «*нағыз*», «*шығыс*», «*үйде жасалған*» сияқты символдық қанықтығы кәсіпкерліктің сәйкестіктің символдық өндірісімен тығыз байланысты болатын нақты ортаны құрайды. Эмпирикалық талдау тұрғысынан «Көк базар» этникалық экономиканың локализацияланған нысаны болып табылады, мұнда этнос экономикалық заңдастырудың ресурсы ретінде ғана емес, кедергі ретінде қызмет етеді. Банктік қаржыландыру, лицензиялау және әкімшілік арналарға қолжетімділік шектеулі жағдайында тәжік кәсіпкерлері туыстық, қауымдастық және отбасыаралық тұрақты көлденең байланыстарды дамытады. Олар бизнестің ұдайы өндірісінің негізін құрайды және бөлшек сауда орындарын таратуда, жауапкершіліктерді беруде және кәсіпкерлік дағдыларды беруде негізгі рөл атқарады.

Базарды зерттеу алаңы ретінде таңдау әдістемелік тұрғыдан оның кәсіпкерліктің көші-қон түрлерімен қаныққандығымен анықталды. Дала жұмысы барысында «қар кесек» (снежный ком) әдісі арқылы мақсатты үлгі қолданылды, бұл тәжікстандық сауда нүктелерінің нақты иелерімен байланыс орнатуға мүмкіндік берді. Тақырыптың нәзіктігіне және бейресми жұмыспен қамту тәжірибесінің кең таралғандығына байланысты зерттеуге тек өз атынан немесе отбасы мүшелерінің атынан бизнес жүргізетін ақпарат берушілер қатысты. Толық зерттеу бағдарламасы «Е» қосымшасында берілген.

Сұхбат нәтижесінде алынған әңгімелер «Көк базардың» келесі қызметтерін атқаратынын көрсетеді:

– тәжік мигранттарын тұрақты жұмыспен қамтудың экономикалық платформасы;
– өнім арқылы этномәдени бірегейлікті жаңғырту кеңістігі;
– отбасылық кәсіпкерлікті тарату ортасы;

– тұтынушылардың көз алдында «шығыс» түпнұсқалығын символдық позициялау орны.

Тәжікстан кәсіпкерлерінің көпшілігі үшін базар экономикасына қатысу уақытша шешім емес, кәсіпкерлік қызмет отбасылық дәстүрлерді, рулық байланыстарды және этникалық ынтымақты жаңғыртумен үйлесетін ұзақ мерзімді экономикалық және мәдени кіріктіру нысаны ретінде қабылданады. «Көк базар» ортасының сипатты элементі – өзара көмек, сенім және ұжымдық есте сақтау принциптеріне негізделген ішкі өзін-өзі ұйымдастырудың жоғары дәрежесі. Ол жерлестерге сауда нүктелеріне уақытша қолжетімділікті қамтамасыз ету, логистикаға бірлескен инвестиция салу, әкімшілікпен немесе тұтынушылармен келіспеушіліктерді ұжымдық шешу, сондай-ақ сауда дағдыларын өзара оқыту сияқты тәжірибелерде көрінеді. Мұндай бейресми институттар ресми нарықтық реттеумен қатар жұмыс істейді және көптеген кәсіпкерлердің, әсіресе қызметтің бастапқы кезеңінде құқықтық және институционалдық осалдығын өтеуге көмектеседі. Базардағы этникалық кәсіпкерліктің байқалатын құрылымы да жыныс пен жас бойынша стратификацияны көрсетеді. Көбінесе ер адамдар көтерме саудада, сондай-ақ меншік иелері мен сауданы ұйымдастырушылар лауазымдарында көрсетіледі.

«Көк базар» сауда алаңы ғана емес, сонымен қатар еңбек, ұлт, отбасы және бірегейлік сызықтары тоғысқан тәжік диаспорасының әлеуметтік интеграциялық кеңістігіне айналуда. Дәл осы жерде жеке және отбасылық өмір сүру стратегиялары Алматының қалалық ландшафтында қалыптасқан тұрақты экономикалық тәжірибеге айналады. Келесі бөлімде біз тәжік кәсіпкерлерінің этникалық бизнестің типологиясы мен оны көбейту тетіктерін «Көк базардағы» сұхбаттар мысалында көрсететін нақты жағдайларды ұсынылады.

4.2.2 Тәжік этникалық кәсіпкерлік типологиясы: Көк базар кейстары

Алматыдағы тәжік диаспорасының кәсіпкерлік қызметіндегі құрылымы мен ішкі айырмашылықтарын талдау үшін тек экономикалық іргелестіктің жалпы өрісін анықтау ғана емес, сонымен қатар этникалық бизнестің қалыптасуының негізінде жатқан нақты жеке және отбасылық траекторияларды қарастыру маңызды. «Көк базар», жоғарыда көрсетілгендей, жай ғана сауда аймағы емес, сонымен қатар тәжік мигранттары этникалық, әлеуметтік капитал және бейресми институттарға сүйене отырып, іскерлік белсенділіктің тұрақты үлгілерін дамытатын кәсіпкерлік тәжірибенің локализацияланған кеңістігі болып табылады. Көші-қон контекстінде этникалық бизнесті зерттеудің негізгі тәсілдерінің бірі кәсіпкерлік стратегиялардың типологиясы болып табылады, ол шағын және отбасылық жұмыспен қамту нысандары дамитын тұрақты сценарийлерді анықтауға мүмкіндік береді. Бұл жағдайда типология тек формальды мамандану критерийлеріне негізделіп қана қоймайды, сонымен қатар тәуелсіздік деңгейі, отбасының қатысу сипаты, институционалдық өзара әрекеттесу нысандары, бизнесті жаңғырту дәрежесі және оның даму көкжиегі сияқты параметрлерді қамтиды. «Көк базарда» тәжік кәсіпкерлері арасында жиналған терең сұхбаттардың деректеріне сүйене отырып, бұл бөлімше бизнес модельдерінің әртүрлілігін және әрекет логикасын көрсететін жағдайларды ұсынады. Жағдайлар қатысушылардың шектеулі санының өзінде дәстүрлі

отбасылық қолөнерден қазіргі заманғы сауданың гибридті нысандарына дейінгі экономикалық мінез-құлықтың өзгермелілігін қалай байқауға болатынын көрсетеді. Сонымен бірге, әрбір жағдайда этникалық топ оқшауланған категория ретінде емес, сенім, клиентура және бизнестің тұрақтылығын қалыптастыратын күнделікті кәсіпкерлік тәжірибенің ажырамас құрамдас бөлігі ретінде әрекет етеді. Ұсынылған әңгімелер тәжік этникалық кәсіпкерлігінің ішкі логикасын қайта құруға, оның бейімделгіш ресурстарын, шектеулері мен қазақстандық мегаполис жағдайында даму әлеуетін түсінуге мүмкіндік береді.

Көк базар аумағында жиналған сұхбаттар мен бақылауларды талдау нәтижесінде экономикалық мінез-құлық ерекшеліктерін ғана емес, сонымен қатар мигранттардың қалалық кеңістікке әлеуметтік-мәдени интеграциясының ішкі логикасын көрсететін тәжік этникалық кәсіпкерліктің жұмыс типологиясы құрылды. Іріктеудің сандық шектеулеріне қарамастан, жағдайлар ұқсас институционалдық жағдайларда қайта өндірілетін кәсіпкерлік қызметтің тұрақты нысандарын көрсетеді. Аналитикалық мақсаттар үшін бастапқы өзгермелілікті азайтып, Алматыдағы тәжік диаспорасына тән этникалық кәсіпкерліктің екі негізгі моделін анықтаған дұрыс сияқты (10 кестені қараңыз).

Кесте 10 - Алматыдағы Көк базардағы тәжік этникалық кәсіпкерлігінің типологиясы (терең және жартылай құрылымдық сұхбаттар негізінде)
Автормен құрастырылған

Түрі	Негізгі сипаттамалар	Тәжірибе сипаты	Тұрақтылығы	Осалдық
Отбасылық (интергенерациялық)	Ұрпақтар арасындағы бизнесті ауыстыру, отбасы және бірнеше ұрпақ қатыстырылды, берік отбасылық байланыстар	Ұлдардың белсенді қатысуы, отбасылық бау-бақша, орындарды ауыстыру, бизнестің ұзақ өмір сүруі	Сенім, жаңұя ішілік үйлестіру, үлгіні ұрпақтар бойына жаңғыртуға байланысты жоғары	Гендерлік тұйықталу, отбасылық қақтығыстарға тәуелділік, ұрпақтар арасындағы айырмашылықтар, өсудің шектелуі
Индивидуалды (автономды)	Тәуелсіз бизнесті басқару, қолдау үшін отбасылық желілердің болмауы, сыртқы желілерге және жеке күштерге жүгінуге мәжбүр	Жабдықтаушылармен жұмыс, шағын көтерме сауда	Орташа – құзыреттіліктерге және нарықтық байланыстарға тәуелділік, бірақ ішкі қолдаудың болмауы осалдықты арттырады	Сенімді көмекшілердің тапшылығы, эмоционалды және еңбек күйзелісі, жеткізілімдердің тұрақсыздығы
Өтпелі (заманауи)	Өзінің этникалық желісінің ресурстарын ішінара пайдаланады, бірақ қазірдің өзінде оның сыртындағы клиенттерге бағытталған, нарыққа бейімделуге икемді және этникалық және жалпы мәдени капиталды пайдаланады	Отбасылық және коэтникалық факторларға тәуелді болмауы, сауданың дәстүрлі емес формаларына көшуі	Икемділік және нарықты кеңейту мүмкіндігі, әртүрлі мәдени және экономикалық ортада жұмыс істеу мүмкіндігі, өзгерістерге жоғары бейімділік.	Өз этникалық топтың адалдығын жоғалту қаупі, толық интеграцияланған кәсіпкерлермен салыстырғанда ресурстардың шектеулілігі.

Әрбір түр этномәдени ресурстарды, өмірлік жағдайларды және стратегиялық таңдауларды біріктіретін белгілі бір ендірілген траекторияны білдіреді. Отбасы түрі бизнестің ең терең тамырлы түрін көрсетеді. Мұндағы басты сипат - өндіріс немесе логистикалық тізбекте отбасының белсенді қатысуы арқылы дағдылардың, сауда байланыстарының және әкеден балаға шығудың өзі. Отбасы тек еңбек ресурсы қызметін атқарып қана қоймай, сенім, тәртіп пен тұрақтылықты реттеуші қызметін атқарады. Маусымдық көші-қон, функцияларды ұрпақтар арасында бөлу және туыстар арасындағы өзара көмек сияқты тәжірибелер модельдің қайталану мүмкіндігін арттырады. Бірақ бұл түр отағасына қатты тәуелді болғандықтан және сыртқы өзгерістерге икемділігі әлсіз болғандықтан осал. Жеке тип кәсіпкерліктің неғұрлым модернизацияланған және бөлшектенген түрін көрсетеді. Кәсіпкерлер ең алдымен сыртқы нарықтық желілерге сүйенеді, туыстарын бизнеске тартпайды/немесе отбасындағы жалғыз еркек ретінде өздері жұмыс істеуге мәжбүр. Бұл түрі білім деңгейі жоғары және жеке жетістіктерге бағытталған мигранттардың екінші буынына тән. Дегенмен, автономия эмоционалдық және ұйымдық осалдықтың жоғары деңгейімен байланысты - сенімді көмекшілердің болмауы, шектеулі ресурстар және жеткізу арналарының тұрақсыздығы дамуды қиындатады.

4.2.3 Тәжік кәсіпкерлігінің отбасылық типологиясы: туыстық ресурстар арқылы тұрақтылық

Алматыдағы тәжік этникалық кәсіпкерліктің тұрақты форматтарының бірі бірнеше ұрпақты ортақ іске тартуға, туыстар арасындағы сенімге және функционалдық өзара алмасуға негізделген отбасы түрі болып табылады. Бұл түрі институционалдық тұрақсыздық жағдайында өмір сүруге ықпал етіп қана қоймайды, сонымен қатар отбасылық және диаспоралық әлеуметтік капиталға негізделген тұрақтылықтың нақты механизмін қалыптастырады. Көк базарда тәжік кәсіпкерлерімен жүргізілген тереңдетілген сұхбаттардың негізінде осы үлгіге тән типтік белгілер мен тәжірибелер анықталды. Жағдайлар бизнестің логистикалық және ұйымдастырушылық процестер Қазақстан мен Тәжікстанда тұратын туыстары арасында бөлінетін трансұлттық отбасылық жүйе ретінде құрылатынын көрсетеді.

1 кейс. Иммигранттың кәсіпкерлік қызметіндегі отбасылық капитал мен этникалық желілердің рөлі.

Жеке кәсібі бар тәжікстандық 52 жастағы кәсіпкердің сұхбат барысындағы әңгімесі кептірілген жемістерді сатумен байланысты. Ол Қазақстанда 14 жылдан астам жұмыс істейді, оның 10 жылында Көк базарда «сату нүктесі» болды. Оның әңгімесі бейтаныс елге жалғыз келген мигранттың отбасына «қосалқы жастық» беріп, отбасылық бизнесті қалай құрғаны туралы, сондай- мигранттардың кәсіпкерлері кездесетін жағдайды күтпеген негативті жағдайларды алдын-алуда отбасылық байланыстардың қалай көмектесетіні туралы болады.

Адамдар өз елін тастап, тұру немесе жұмыс істеу үшін жер іздеп басқа елге баруды шешкенде, бұл көші-қонды тудыратын немесе итермелейтін факторлар әрқашан болады. Экономикалық, демографиялық, әлеуметтік, діни, этникалық және саяси процестер адамдарды өз үйлері мен елдерін тастап кетуге мәжбүр етеді. Аталған мигранттың «саяхаты» мәжбүрлі емес, көбінесе отбасының

экономикалық жағдайымен байланысты болды. Кәсіби қызмет аясы қайта құру жылдарында өзгерді. Осы кезеңге дейін ол Технологиялық институтта алған біліміне сәйкес тұрақты жұмыста болды «А» үшін сауда бұрынғы ол жоғалтқан жұмысына жақсы балама болып шықты. Ол өзінің кәсіпкерлік қызметін Ресейде бастады, бірақ көп ұзамай Қазақстанда өз ісін ашуға бел буды. Жұмысын және тұрғылықты жерін өзгерту туралы шешім туралы сұхбаттан кейбір мәлімдемелер:

«...Ол жаққа бару қиындап кетті (автордың «Ресейге» ескертпесі), міне, жақын (автордың жазбасы, Қазақстан туралы). Айтпақшы, бұл жерде дініміз бір, мұсылмандар, менталитетіміз ұқсас. Бұл жердің халқы қонақжай, сіз келгенде сізді құрметтейді. Сіз «өзіміздікі» болсаңыз, «А» көп жұмыс істеу оңайырақ. Қазақстанда жарты жылдай болды, содан кейін ол Тәжікстанға оралады, ол жоқ кезде оның орнын ұлы Көк базарда алады.

«А» жұмыс схемасы көптеген мигранттар үшін классикалық болып саналады: ол Қазақстанда алты айға жуық болады, содан кейін ол Тәжікстанға оралады, сонда бизнесін жалғастырады. Ол болмаған кезде оның ұлы Көк базардағы орнын алады.

Іс жүзінде, көптеген зерттеушілер бизнесті дамытудағы тәжірибелерді, нанымдарды, құндылықтар мен нормаларды дамытудағы отбасының шешуші функциясын жете бағалайды. Отбасы мүшелерінің және бизнестің қауымдастықпен өзара әрекеттесу дәрежесі мен сипатына осы адамдардың өзара әрекеттестікке беретін мағынасы әсер етеді. Мигранттардың өздері үшін отбасының маңыздылығы кәдімгідей қабылданады және белгілі бір контексте ол кәсіпкерлік қызметтің күнделікті тәжірибесін анықтайды. «Отбасылық бизнестің» үлгісі ретінде көзге түсетін этникалық азшылықтар. Тәжік этникалық кәсіпкерлеріне қатысты отбасылық ресурстар бизнеске эмоционалды қолдау ретінде қарастырылады. Иммигранттардың отбасылық бизнесі бірегей және серпінді жүйелердің бірі болып табылады. Екі түбегейлі әртүрлі саланың - нәтижеге негізделген бизнес әлемі мен иммигранттар отбасының эмоционалдық саласының бірігуі ықтимал күрделі жүйені жасайды.

Сонымен қатар, отбасының кәсіпкерлік қызметке қатысуы күшті гендерлік вариацияға және тәуелділікке ие. Осылайша, бұл этникалық ортада әйелдердің бизнеске қатысуы жанама, тіпті мүлдем жоқ. Әдетте, барлық отбасылық және шаруашылық істері, соның ішінде балаларды тәрбиелеу мен күту әйелдің мойнында. Әйелдердің бизнеске араласпауына мәдени және діни факторлар себеп болатыны түсінікті.

«Бұл жерде бір бала ғана бар, ол көмектеседі. Әйелі үй шаруасындағы әйел. Балаларды тәрбиелеуге жауапты, болды. Кір жуу, үйдегі адамдарға қарау, тамақ жасау - оның міндеті».

Бизнесті басқару тек әкеден балаға беріледі. Әдетте, әке нақты баланы таңдамайды, оның үстіне бұл жағдайда ол балаларды бизнеске әдейі қосуды жоспарлаған жоқ. Сауалнама барысында және басқа ақпарат берушілермен бірге,

әдетте ұлы бизнесті мұрагер ететінін, білім алғысы келмейтінін, сондықтан әкесіне көмектесуге көбірек мүдделі екенін атап өтуге болады.

«Алғашында балам оқығысы келмеді, көмектескісі келді. Мүмкіндігім барша оқиық (оқу ақысын төлеймін) дедім. Бірақ ол келмеді, сенімен жұмыс істеймін деді. Мектептен келгеніне 6 жыл болды... Мен оларды мәжбүрлемеймін, бірақ оларға да тыйым салмаймын. Сауда жасағысы келсе, жұмыс істей берсін... ».

Сондай-ақ, ақпарат беруші оның ұлы Қазақстанға келгеннен кейін әлеуметтік және мәдени бейімделуге, тілдік кедергіден өтуге көмектескендердің бірі болғанын айтты. Ұлының таңдауына не түрткі болды, мұны ынтымақтан жасады ма, әлде әкесінің ісін өзін-өзі жүзеге асырудың «резервтік» нұсқасы ретінде пайдаланды ма, біз нақты айта алмаймыз. Бір нәрсе анық, ұлының болуы отбасылық бизнеске оң әсер етті. Жалпы, бұл мысалда оның отбасы бизнестің «дайындық» бөлігінің белсенді қатысушысы деп айтуға болады. Мәселен, кәсіпкер олардың отбасының жері барын, бау-бақша өсірумен айналысатынын, мұнда бүкіл отбасы жеміс-жидектерді күтіп-баптап, теріп, кептіріп, тауарын Қазақстанға жөнелтуге атсалысатынын, ал сатумен тек өзі және баласы ғана айналысатынын атап өтті.

Бұл мысал Орталық Азиядағы зерттеу нәтижелерін растайды, Bram 2017; Holzlehner 2014; Yalcin-Heckmann 2014, қалааралық саудада туысқандық желілер мен диаспоралық қауымдастықтардың маңыздылығы инфрақұрылымды қамтамасыз ету үшін атап өтілді: өндірушілерді, жүргізушілерді, саудагерлерді, кейде тіпті сыбайлас жемқорлыққа ұшыраған мемлекеттік қызметкерлерді немесе мафияны байланыстыру ретінде.

«Көк базарда» иесінің бір ғана сауда орны бар, ұлы екеуі осында кезек-кезек сауда жасайды. Кәсіпкер Алматы қаласында ұлынан бөлек, қаланың басқа нүктелерінде де кептірілген жеміс-жидек саудасымен айналысатын ағайындарымен тығыз байланыста. Ағайындылардың мұндай қолдауы кәсіпкерге «резервтік» жеткізушілерді білдіретін қауіпсіздік желісін береді:

«....біз әрқашан бір-бірімізге көмектесеміз. Ол жақта (Тәжікстандағы авторлар ескертпесі) менің көп балалы отбасым бар. Мысалы, егер оның (авторлар ескертпесі: ағайындылардың) тауары жетпесе, мен жіберемін, ал егер осында болса, ол жақтан (Тәжікстан) тауарын күтіп тұрғанда менікін де бере аламын».

Ағайындылар кәсіпкерлікке қолдау көрсетумен қатар, жол-көлік ақшасы жетпей қалған жағдайда бір-біріне қаржылай көмек көрсетеді. Мұндай желі ақпарат берушіге тұтынушылар тарапынан сенімділік пен сенімділік сезімін беретіні байқалады:

«....менде ешқандай қиындық жоқ. Менің жеке клиенттерім бар, тауарларда ешқандай проблема жоқ».

«А» респондентінің отбасылық бизнесінің тарихы бөлшек сауда секторы бірнеше себептер бойынша этникалық азшылықтар үшін қолайлы екенін көрсетеді: тар тауашаны толтыру кәсіпкерге материалдық әл-ауқатын сақтауға, атап айтқанда, балаларының оқуына ақы төлеуге және тіпті Алматы қаласында тұрғын үй сатып алуға мүмкіндік береді.

Бұл жағдай отбасылық бизнестің тұрақты үлгісін көрсетеді, онда кәсіпкерлік тәжірибе трансұлттық отбасылық желі құрылымына енгізілген. Мұндай ұйым тәуекелді икемді бөлуге, транзакциялық шығындарды үнемдеуге және сенім мен мәдени шынайылық арқылы тұрақты клиенттік базаны құруға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, бизнесті масштабтау мен институттандыруды шектейтін аға ұрпақтың физикалық қатысуы мен қатысуына тәуелділік сақталады. Отбасы ішілік ынтымақтастықтан басқа, «Көк базардағы» тәжік кәсіпкерлігінің тұрақтылығының ең маңызды көзі бейресми өзара міндеттемелер мен сенім негізінде әрекет ететін этникалық диаспорадағы көлденең қолдау болып табылады. Мұндай бірігу тек символдық адалдықта ғана емес, сонымен қатар дағдарыстық жағдайларда белсендірілген экономикалық, ақпараттық және эмоционалдық көмекті қоса алғанда, нақты күнделікті тәжірибеде де көрінеді. Мұндай тәжірибелер институционалдық тетіктердің тапшылығын өтеуге қабілетті әлеуметтік қорғаудың тұрақты бейресми жүйесін құрайды. Бизнестің алғашқы басталуы да сеніммен алмасудың осындай формаларына негізделгенін атап өткен жөн. Сонымен қатар, қиын өмірлік жағдайларда өзара көмек ресурстары тек ақшалай нысанда ғана емес, сонымен қатар еңбекті бөлу және ауыстыру арқылы да белсендіріледі. Осылайша, «А» жағдайында біз диаспораның қатысуы сенім және өзара қолдау желісі арқылы институционалдық тапшылықтарды өтеу арқылы бизнестің тұрақтылығын қалай арттыратынын көреміз. Оның өзі бұл жүйені күнделікті өмірге органикалық түрде біріктірілген деп анықтайды:

«Бұл өзара көмек біз үшін ауадай. Біз жай саудагер емеспіз. Біз бір үлкен отбасы сияқтымыз»

Бақылаулар этникалық кәсіпкерліктегі топ ішілік ынтымақтастықтың рөлі туралы ережелерді растайды. Levitt (2000) және Tilly (2007) пікірінше, мұндай «енгізілгендік» нысандары үйлестіру мен ресурстарды бөлудің балама арналарын жасайды. Ол сондай-ақ «диаспораның әлеуметтік капиталы» тұжырымдамасымен сәйкес келеді, мұнда этникалық, жады және өзара міндеттемелерге негізделген бейресми, бірақ тұрақты көлденең байланыстар негізгі рөл атқарады [127], [128].

2-кейс. Авторитарлық ата-аналық бақылаудың этникалық кәсіпкерліктегі ұрпақаралық динамикаға әсері.

Мектепті бітіріп, әкесіне көмектесу үшін Исфардан келген «Ә» (18 жаста) оқиғасына назар аударайық. Сұхбаттасқанымызда ол базарда жұмыс істегеніне 4 айдан асты, біріншісін әкесінен бизнес жүргізуді үйренді. Бизнесті кеңейту оған

Базардың анағұрлым беделді жоғарғы павильонында екінші «нүкте» ашуға мүмкіндік берді және бірінші сауда орны толығымен Бехруздың жауапкершілігіне өтті. Бұл сұхбаттың нәтижелері ынтымақтастық мәдениеті кәсіпкерлік мансаптың табысты болуына айтарлықтай әсер ететінін көрсетті. «Б» жастығына қарамастан, әкесінің жоғары білім алу туралы тұрақты кеңесіне қарамастан, басқа елге көшуге бастамашы болды:

«... папам маған оқы, оқы, сен университетте оқисың дейді. Бірақ мен өзім жалғастырғым келмеді. Ағаларым қазірдің өзінде оқиды, мен әкеме көмектесуім керек... Менің 2 ағам бар, қазір біреуі медициналық университетте оқиды, Душанбеде, ал біреуі технологиялық факультетте. Мен әкеме көмектескім келді. Себебі әкем жалғыз, оның бауырлары жоқ, осы уақытқа дейін өзі ғана жұмыс жасады. Оған қоса екі ағам университетте, оған қиын, мен де көріп тұрмын, біздің біліміміз жұмысқа немесе байлыққа кепілдік бермейді, ал ағам маған Қазақстанға оқуға түсуге тырыс деді, мен осында тапсыратын шығармын….».

«Б» сөздері отбасылық еңбек дәстүрімен сәйкестендірудің жоғары деңгейін және тәжірибелік білімнің қайнар көзі ретінде аға ұрпақтың құзыреттілігін мойындауды көрсетеді. Ол үшін базарда жұмыс істеу уақытша жұмыс емес, өмір траекториясының бір түрі.

«.. папам бәрін біледі, қашан не сату керек, тұтынушылармен қалай сөйлесу керек, тауарды қалай таңдау керек. Мен қарап, үйренемін. Бір жерде бірге тұрамыз, маған сенеді. Кейде ол кеткенде өзім де сауда жүргіземін».

Осылайша, «Ә» бизнес тек экономикалық ғана емес, сонымен қатар тәрбиелік функцияны да атқаратын, кәсіпкерлік құзыреттілік, тұлғалық және жауапкершілік негіздерін қалайтын ұрпақтар тізбегіндегі өскелең ұрпақты білдіреді. «А», керісінше, сауда қызметінің айқын жүйесіне негізделген отбасылық бизнестің дамуының жетілген кезеңін білдіреді, сонымен қатар кептірілген жемістерді сатумен байланысты, бірақ «Б»-дан айырмашылығы, ол Алматы-Тәжікстан резиденциясының вахталық схемасын тұрақты бизнес инфрақұрылымымен біріктіреді:

«….мен алты айға осындамын, содан кейін алты айға кетемін. Тәжікстанда ағаларымыздың бақшалары бар, олар бәрін дайындайды. Менің балам осы жерде, мен оны басқарамын, бірақ мен оған сенемін»: 1 кейстағы «А» респондент.

Зерттеу көрсеткендей, этникалық белгілер бойынша кәсіпкерлік қызметтің сәтті/сәтсіздігі отбасының әл-ауқатының/жақындығының нәтижесі болып табылады. Отбасындағы отбасы мүшелерінің міндеттері қалай бөлінеді, апасы мен анасы қандай орын алады деген сұрақ әйелдердің отбасылық кәсіпке қатысу мүмкіндігінің шектеулі екенін көрсетеді:

«….әкем Қазақстанға кеткенде анам бізге қарады. Үй жинайды, тамақ жасайды. Оның бизнеске еш қатысы жоқ... әпкесі сияқты... Тәжікстанда тек еркектер жұмыс істейді, әйелдер үй шаруасында. Әпкем жұмыс істегісі келсе, 18-ге дейін қамтамасыз етеміз, сосын күйеуге шығады. Ал жұмыс істегісі келсе, күйеуі рұқсат етсе, кәсіппен айналыса берсін».

Кәсіпкердің отбасы бөлшек саудада ұзақ тарихы бар; біздің респондент үшінші буын кәсіпкері. «Ә» ата сонау 80-жылдары Таразда (Қазақстанның оңтүстігінде) жеміс-жидек пен кептірілген жемістерді саудалаған:

«Әкем осында 20 жыл болды, ол саудамен айналысады, сондықтан мен де әкеме жеміс-жидек беруге көмектесу үшін онымен саудаласамын. Әкем Қазақстанға келіп, саудамен айналысқысы келмеді. Ол жоғары білімді, мектепте мұғалім болған, бірақ 90-шы жылдары тұрақты жұмысынан айырылып, елдегі әлеуметтік-саяси жағдайдың нашарлауына байланысты табыс көзін іздеуге мәжбүр болды. Отбасы, атап айтқанда, атасы өсірген өз өнімдерін сатудан басқа, «Ә» отбасында жеткізушілердің кең желісі бар:

Респонденттің айтуы бойынша, өз өңірінен отбасының жіберетін тауарларымен қоса, қамтамасыз етудің кең желісімен иемденеді. Тәжікстаннан алынған өнімдердің біразына атасы дайындап жібереді, Тәжікстанда жеміс-жидек жинап, бау-бақша жинап, жидек өсірумен айналысады. Одан қоса, Өзбекстаннан жаңғақтар, кешью Үндістаннан, бадам Иранннан, өзбек бадамдары мен Ресейден асқабақ тұқымдарын алдырады.

«Ә» базардағы екінші сауда нүктесінің иелігінде болса да, сатудан түскен барлық кірісті әкесіне береді, ол барлық ақшаны отбасының қажеттіліктеріне таратады. Оның айтуынша, табыстың жартысы ай сайын бизнес айналымына, жеткізушілерден тауар сатып алуға және Тәжікстаннан жүк тасымалдау ақысын төлеуге жіберіледі; қалғаны туыстарының қажетіне жіберіледі. Тұтастай алғанда, бұл патриархалдық режимге ұқсайды, оның жұмыс жағдайлары адамның «отағасы» ретіндегі моральдық беделіне негізделген.

Этникалық кәсіпкерлік контекстінде қайырымды авторитаризм қауымдастық ішіндегі иерархия түрінде көрінеді, мұнда билік бейресми көшбасшылар мен медиаторлар ретінде әрекет ететін диаспораның егде немесе табысты өкілдерінің қолында шоғырланған. Мұндай құрылым ресурстарға, ақпаратқа қол жеткізуді және мемлекеттік институттармен, әсіресе мигранттар арасындағы шектеулі өзара әрекеттесу жағдайында қорғауды қамтамасыз етеді (Portes, 1995; Light & Gold, 2000) [129,130]. Жеке автономияның шектеулеріне қарамастан, ұйымның бұл нысаны заңды және тіпті қалаулы ретінде қабылданады, өйткені ол бақылауды қамқорлықпен біріктіреді, шыққан елдердің мәдениеттеріне тән патерналистік басқару үлгілерін жаңғыртады (Farh & Cheng, 2000; Wang et al., 2018) [131, 132]. Осылайша, этникалық қауымдастықтардың ішкі ұйымдық логикасын мигранттардың әлеуметтік және құқықтық осалдығы жағдайында тұрақтандырушы рөл атқаратын қайырымды авторитаризмнің бір түрі ретінде сипаттауға болады (Tsai, 2007) [133].

Қайырымды авторитаризмнің ұқсас бейнесін Weidenbaum зерттеген, ол өз зерттеуінде қытайлық кәсіпкерліктегі, негізінен «әлеуметтік және экономикалық салаларда да – отбасы ішінде, оның пайымдауларына деген сенімділік абсолютті шектейтін» (Weidenbaum 1996), басқаратын отбасылық фирмалар басқаратын отбасылық фирмалардағы ұқсас көріністі сипаттайды [134].

Бизнестен түскен табыс оларға «Көк базардағы» екі сауда орнында сату мен жалға алуды қамтамасыз етуге, үлкен ұлдарының оқуын төлеуге және Тәжікстандағы қалған отбасын қаржылай қолдауға мүмкіндік береді. Алматыдағы кептірілген жемістердің бөлшек саудасы, респонденттің пікірінше, үлкен қаржылық инвестицияны қажет етпейді. Иммигранттардың мәдени, практикалық және психологиялық функцияларын ескере отырып, отбасылық және достық байланыстарға негізделген этникалық желілерге ену әлдеқайда маңызды, өйткені олар шет елдегі иммигранттарға өздерінің жеке басын қалыптастыруға көмектеседі. Алайда бұл бейресми топтар этникалық қауымдастыққа біртекті әсер етпейді. Этникалық бизнестің отбасылық (ұрпақаралық) түріне жатқызылған Алматының «Көк базарында» тәжік кәсіпкерлерінің істерін талдау отбасылық байланыстарға, өзара көмектің бейресми институттарына және мәдени сабақтастыққа негізделген тұрақты әлеуметтік-экономикалық үлгіні анықтауға мүмкіндік береді. Ресмилендірілген кәсіпкерлік стратегиялардан айырмашылығы, бизнестің мұндай нысандары тұрақтылықтың, бейімделудің және ұдайы өндірістің ерекше тетіктерін құра отырып, көші-қон болмысының күнделікті құрылымына біріктірілген. Барлық қаралған істердің ортақ белгілері отбасының сауда қызметін ұйымдастыруға қатысуының жоғары дәрежесі болып табылады: ерлі-зайыптылардың, балаларының, аға-інілерінің, тіпті алыс туыстарының қатысуы сыртқы институционалдық ресурстардың жетіспеушілігін өтеп қана қоймайды, сонымен қатар еңбекті, сенім мен жауапкершілікті бөлудің ішкі жүйесін жасайды. Бұл көлденең байланыстар логистикалық тізбектердің негізін құрайды, ұрпақтар сабақтастығын қамтамасыз етеді, беделді капиталды ұдайы өндіруге және дағдарыс жағдайында да экономикалық тұрақтылықты сақтауға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, мысалдар көрсеткендей, өскелең ұрпақты тарту (оның ішінде цифрлық бейімделу, клиенттік арналарды кеңейту) үлкендердің тәжірибесін құрметтеумен біріктіріліп, тұрақты ұрпақ аралық моделін жасайды. Жақын адамының қайтыс болуынан уақытша еңбекке қабілеттілігін жоғалтуға дейінгі өмірлік күйзеліс жағдайында отбасы шеңберінен шығып, бейресми «сақтандыру желісін» құрайтын диаспораның өзара көмек көрсету факторы ерекше маңызға ие. Қолдау көрсетудің мұндай түрлері, көрсетілгендей, сенім, өзара міндеттемелер және символдық ынтымақтастық арналары арқылы әрекет етеді. Олар мигранттардың институционалдық осалдығы жағдайында әлеуметтік қорғау функциясын орындайды. Тәжік этникалық кәсіпкерліктің отбасылық түрін экономикалық логика мәдени, эмоционалды және нормативтік күтулермен астасып жатқан әлеуметтік кірістірілген бизнестің (енгізілген кәсіпорын) нысаны ретінде қарастыруға болады. Белгілі бір шектеулерге, соның ішінде гендерлік асимметрияға, аға ұрпақтың физикалық қатысуына тәуелділікке және шектеулі ауқымдылыққа қарамастан, бұл түр тұрақтылық пен бейімделудің

жоғары дәрежесін сақтайды. Ол мегаполис кеңістігінде тәжік кәсіпкерлерінің өмір сүруін ғана емес, салыстырмалы табысын қамтамасыз ететін дәстүрлі құрылымдарды жаңа қалалық жағдайларда қалай функционалды түрде жұмылдыруға болатындығын көрсетеді.

4.2.4 Тәжікстан кәсіпкерлігінің жеке (автономды) түрі

Тәжік этникалық кәсіпкерліктің тұрақты отбасылық нысандары фонында айтарлықтай үлесті отбасын бизнеске тартудан бас тарту және сыртқы нарықтық байланыстарға, жеке күш-жігер мен бейімделу икемділігіне сүйенумен сипатталатын жеке (автономды) стратегиялар алады. Кәсіпкерліктің бұл форматы көбінесе отбасылық ресурстардың жоқтығынан немесе респонденттің үлкен тәуелсіздік пен бақылауға ұмтылған саналы таңдауы ретінде туындайды. Көші-қон контекстінде бұл жол эмоционалды күйіп кету қаупімен, сенімді көмекшілердің тапшылығымен және институционалдық тұрақсыздықпен байланысты.

Тәжікстан кәсіпкерлігінің автономды түрін білдіретін респонденттердің жағдайлары жеке мобильділік, білім капиталы және кәсіпкерлік интуиция іс-әрекеттің ерекше логикасын қалай құрайтынын көрсетеді, мұнда этникалық тегі күнделікті қолдау ресурсы емес, фондық сәйкестік ретінде әрекет етеді.

3-жағдай. «Б» (37 жаста), бірінші кәсіпкерден айырмашылығы, жұмыс табуда қиындықтарға тап болған жоқ, ресми жұмыстан кәсіпқой емес жұмысқа ауыспады және жекелендірілген желілерге қосылды. Ол әкесінің кәсібін толық мұрагерлікке алған екінші буын кәсіпкер, отбасында кептірілген жемістерді бөлшек саудамен айналысатын жалғыз адам.

«Б» 20 жыл бұрын мектепті бітірген соң Алматыға қоныс аударған. Ол кезде әкесінің жеке кәсібі бар және үш жыл бойы Көк базарда саудамен айналысқан. Ақпарат берушінің өзі оқуын өз елінде жалғастыруды ұйғарған немесе ресми жұмыспен қамту сегментіне тартылған ағаларына қарағанда, көшудің бастамашысы болды. «Б» осы жолды таңдап, әкесіне кәсіп жүргізуге көмектесуге келді:

.... «Мен әкеме көмектесуге келдім, қазақ әйелге үйлендім, содан кейін ажырасып, тәжік әйеліне үйлендім... Ағайындардың біреуі ғана осында келді, қалғандары сонда оқуға, жұмыс істеуге қалды. Көшіп келгеннен кейін әкем Көк базарда жұмыс істейді, мен оған осында бәріне көмектесемін. Негізі мен көшкім келді, әкем мені де шақырды, бірақ мен өзім келдім, оқуға емес, бизнеспен айналыспаймын деп шештім...

...Басында әкем Тәжікстаннан лимон тасымалдаумен айналысқан, 90-шы жылдардың аяғында ол тәжік лимондарын осында сататын. Сосын осында ұнап қалып, қалды».

«Б» мен оның әкесі Қазақстанда тұруға шешім қабылдады, қалада ресми тұруға ықтиярхаты, сондай-ақ жеке жылжымайтын мүліктері бар. Бүгінде «Б» әкесінің көмегінсіз жалғыз өзі кәсіппен айналысады.

Респонденттің айтуынша, олар Тәжікстаннан бірұтала көшіп кеткен, сол себепті, отбасылық типтегі кәсіпкерлерге қарағанда, өз елінен тұрақты, жүйелі көмек көзі жоқ. Сондықтан, олар басқа көмек көздеріне жүгінуіне тура келеді:

«Біз енді Тәжікстанда тұрмаймыз, сондықтан оларды өзіміз өсірмейміз. Бізде жеткізушілер бар, тікелей жеткізушілер бар. Қажетті заттар үйге, жұмысқа (аптасына бір рет) әкелінеді». Бұл кәсіпкер ұсынатын тауарлар негізінен Орталық Азия елдерінен келеді, жеткізушілер тарапынан тұрақты жеткізілім қамтамасыз етіледі, олар кәсіпкердің өтініші негізінде оған қажеттінің барлығын әкеледі:

«……Біз кептірілген жемістермен айналысамыз, тауарларымыз негізінен Өзбекстаннан, Тәжікстаннан, Қырғызстаннан келеді, сонымен қатар жергілікті алматылықтар (жаңғақ) бар».

«Б» айтуынша, қазір бұл елдерге жеткізушілерді іздеудің қажеті жоқ, олар өздері келіп, тұтынушыларды іздеуге дайын. Олардың кейбіреулерімен 10 жылдан астам қызметтес болды:

«.....Жаңа адам базардан орын ашса, өзі келіп, сұрайды, қажет нәрсені ұсынады. Оларды іздеудің қажеті жоқ, олар өздері табады. Жалпы, нарықта қызмет көрсететін бірнеше жеткізушілер бар».

Жеткізушілер оны қамтамасыз ететін қауіпсіз кәсіби желілердің болуына қарамастан, бұл қарым-қатынастар оларды көбейту тұрғысынан құрылымдық шектеулерге ие. Осылайша, кәсіпкердің әкесі қазірдің өзінде зейнеткер болғандықтан, «Б» өз бетімен көмекші іздеуге мәжбүр.

Көптеген ғылыми еңбектер этникалық кәсіпкерліктің табыстылығы этникалық факторларға негізделгенін немесе олардың әсерінен қалай қалыптасатынын сипаттайды. Дегенмен, кейбір еңбектер Бейжіңдегі «Yubaulu» базарында кавказдықтар мен қытайлықтар арасындағы сенім мен достықты зерттеген Fehlings S. (2019) сипаттағандай сенім мен достыққа және берік трансұлттық байланыстардың қалыптасуына негізделген этникалық иммигранттар кәсіпорындарының жұмыс істеуін сипаттайды. Иммигранттардың іскерлік табысының қабылданған факторының орнына отбасылық байланыстар, оның субъектілерінің қарым-қатынасы ұлтаралық және отбасылық факторларға емес, сенімділік пен беделдің басқа нысандарына қаншалықты күшті трансұлттық байланыстар салынғанын көрсетеді. Ақпарат берушімен болған әңгімеде мұндай сенімді қарым-қатынастардың бастамашылары көбінесе басқа сатушыларға өз қызметтерін ұсынатын жеткізушілердің өздері екені белгілі болды. «Б» олармен қарым-қатынас туралы жеткілікті түрде жақсы айтса да, бұл қарым-қатынастар «бизнес» шеңберінен шықпайды және достық қарым-қатынасқа дейін дамымаған. Бұл қарым-қатынастар оны тауарлардың жаңаруы оларға байланысты болғандықтан жеткізушілерге біршама тәуелді етеді. Оның үстіне, егер сауда тоқырауға ұшыраса, әсіресе жазда, демалыс кезеңінде,

тауарларға ақшаны уақтылы төлеуде жеткізушілермен белгілі бір қиындықтар туындайды.

Классикалық этникалық кәсіпкерліктің барлық канондары бойынша, жұмысшыны жалдау кезіндегі негізгі критерий «co-ethnic», яғни өз ұлтының ішінен адамды іздеу, аталған респондент тәжірибесінен де көрініс тапты. Кәсіпкер екі жылдан астам жұмыс істейтін Тәжікстаннан келген таныс адамды жұмысқа алады:

«....Алайда, осы уақыт ішінде жағдай айтарлықтай нашарлады, сату аз болды. Менің серіктесім ақша ұрлап жүрген болып шықты».

Жұмысшыны жалдау сәтсіз әрекетінен кейін «Б» үшін сенім мәселесі өткір тұр, ол жақын туысы болса, жұмысты әлдеқайда жеңілдетер еді деп мойындайды. Бірақ ол көмекші ретінде тек әкесін, туыстарын және басқа жақын туыстарын көреді:

«Ол физикалық тұрғыдан бірнеше нүктеде сауда жүргізе алмайды, сондықтан мен кеңейтуді жоспарламаймын».

Басқа кәсіпкерлерге қарағанда, ақпарат беруші өз кәсібін отбасылық кәсіп деп айта алмайды, өйткені ол болашақта балаларының базарда жұмыс істегенін қаламайды.

«Отбасында жалғыз өзім жұмыс істеймін, балалардың осында жұмыс істегенін, көмектескенін қаламаймын. Оқып, қалыпты жұмыс істегенін қалаймын. Еңбек, таңертеңнен кешке дейін суықта тұрасың».

Нағыз кәсіпкердің тарихы жақын туыстарыңыздың қолдауы мен көмегінің болмауы жеке бизнесіңізді жүргізуге қалай кері әсер ететінін көрсетеді. Ақпарат беруші жағдай «күткендегідей емес», «орташа» болып жатқанын мойындады. «В» ақшаны үнемдей алмайды, соңғы 4-5 «дағдарыс» жылдарындағы ағымдағы табыс тек отбасының қажеттіліктерін қамтамасыз етеді:

«Мен табамын, өмір сүремін. Отбасымды асыраймын. Бірақ қазір бұлай ақша тауып, жинау онша жақсы емес. Соңғы 4-5 жылда тек бала-шаға, отбасым үшін, бітті. Бір тиын да жинаған жоқпын. Ақшаның бәрі шығысқа, тамаққа, бітті. Бұл жерде менің әкем сатып алған жылжымайтын мүлкім бар».

Осылайша, қабылдаушы қоғамның институционалдық ортасынан ішінара немесе толық автономия жағдайында дамып келе жатқан этникалық кәсіпкерлік өзінің өсуімен шектеледі. Негізгі шектеулердің бірі – тұрақты дамуды тежейтін сыртқы капиталға тәуелділік және бейресми экономикалық байланыстар. Бұл құрылымдық кедергілерді еңсеру ресми нарыққа және құқықтық институттарға қосуды көздейтін экономикалық қызметтің формальды нысандарына көшуді талап етеді. Алайда, мигранттар қауымдастығы жағдайында бұл процесс бірқатар әлеуметтік-мәдени және институционалдық факторлармен қиындайды: құқықтық сауаттылықтың жеткіліксіз деңгейі, ақпарат пен қолдауға қолжетімділіктің шектелуі, сондай-ақ қабылдаушы қоғамның әлеуметтік-

құқықтық құрылымындағы мигранттардың осал позициясынан туындаған жасырын қорқыныштардың болуымен байланысты Kontos, M. (2003), Liu, L., et.all (2023) [135, 136].

4.2.5. Отбасынан жеке кәсіпкерлікке өтпелі модель

Алматыдағы тәжік-мигранттар ортасында этникалық кәсіпкерлік көбінесе ұрпақаралық ұдайы өндіріске негізделген отбасылық үлгі бойынша немесе бизнесті автономды басқару және сыртқы нарықтық қатынастарға басымдық беретін жеке желі бойынша дамиды. Дегенмен, осы полярлық типтермен қатар эмпирикалық материалда кәсіпкерлік стратегиялардың өзгеру динамикасын және эволюциясын көрсететін аралық формалар кездеседі. Мұндай өтпелі модельдер не отбасының қатысуынан жеке автономияға өтуді, не керісінше, тәуелсіз болу перспективасымен отбасы ішіндегі кәсіпкерлік қызметтің басталуын тіркейді. Мұндай жағдайлар талдау үшін ерекше маңызды, өйткені олар этникалық бизнестің трансформациясының бағыттарын, сондай-ақ қалалық нарықтың қиындықтарына, институционалдық шектеулерге және отбасы құрылымдарындағы өзгерістерге жауап ретінде мигранттардың бейімделу таңдауларын көрсетеді.

Бұл ретте талқылайтын кейс №4, «В» (29 жас). Вахдат қаласынан келген 29 жастағы кәсіпкер. Оның оқиғасы тәжік этникалық бизнесінің өтпелі форматын білдіреді, онда отбасылық араласудан жеке жауапкершілік пен автономияға көшу жүреді. Зиялы отбасында дүниеге келген, тарих мамандығы бойынша жоғары білім алған ол экономикалық мүмкіндік іздеп Алматыға 2015 жылы келген. Алғашында «В» біраз уақыт туыстары мен жерлестеріне саудада көмектесті, бірақ заманауи форматтар мен цифрлық жылжыту құралдарына бағдарланған өзінің бизнес үлгісін тез арада құра бастады. Оның айтуынша, алғашқы кезеңде отбасының көмегі айтарлықтай болған:

«...Алғашында әрине ағаммен тұрдым. Ол маған біраз ақша берді, кейін мені көтерме саудамен айналысатын адамдармен таныстырды. Бірақ ол менің базармен айналысқанымды қаламады. Біздің отбасымызда ғылымға көбірек сүйенетінбіз. Бірақ мен өз ісім керек екенін түсіндім. Мен үшін еркіндік, жауапкершілік, ешкімнің араласпауы маңызды».

Бастапқыда ол достарынан Көк базардағы орынды жалға алды, содан кейін танымалырақ жерге көшті және онлайн жарнамаға және клиенттермен цифрлық байланысқа назар аударды:

«...Барлық фотосуретті мен WhatsApp-ты өзім жасадым. Қазір тұтынушылардың 60%-ға жуығы жарнамадан келеді. Тіпті жеткізулер де бар. Сатып алудан бастап қаптамаға дейін бәрін өзім шешемін. Кейде ағам көлікке көмектеседі, бірақ ешкімнен сұрамаймын, өзімді басқаруға тырысамын».

Сандық арналар мен логистиканы пайдалану бейімделудің жоғары деңгейін және бизнесті кеңейтуге деген ұмтылысты көрсетеді. Бұл сауданың базарлық түрлеріне, әсіресе бірінші буын мигранттарына тән емес. Кәсіпкер өмір

сүру үшін жай ғана сауда жасамайды, бірақ ұзақ мерзімді стратегияны құрады. Бұл өсуге бағытталған кәсіпкерлік жеке тұлғаның қалыптасуын көрсетеді.

«В» жағдайы кәсіпкерлік ендірілген логиканы өзгерту тұрғысынан қызықты. Тұрақтылық отбасы мүшелері мен туыстарының өзара алмасуымен қамтамасыз етілетін дәстүрлі отбасы үлгілерінен айырмашылығы, ол сыртқы нарықтық байланыстарға, икемділікке және жеке құзыреттерге сүйенеді. Оның экономикалық қызмет түрін гибридті, өтпелі деп сипаттауға болады; ресми түрде ол диаспоралық контексте бастады, бірақ бірте-бірте туыстық және этникалық ынтымақтастық нысандарынан алшақтады:

«Мен ұлттастарымды құрметтеймін. Әрине, жерлестер маңызды. Бірақ бизнесте мен клиенттерге көбірек көңіл бөлемін. Шай ішіп, әңгімелесуге уақыт жоқ. Не жұмыс істейсің, не ұтыласың. Менің үлкен жиындарға уақытым жоқ. Барлығы іскерлік».

Мигранттар арасындағы әдеттегі тәжірибелерден айырмашылығы, мұнда «өзіміздікі» = сенімділік, мұнда сыни қашықтықты байқауға болады. Ол бейресми байланыстарды бизнесті дамыту үшін ықтимал тәуекел ретінде қабылдайды. Байланыстар шешуші рөл атқаратын этникалық кәсіпкерліктің кең таралған моделіне қарамастан, кәсіпкер бизнестің әмбебап құралдарының пайдасына отбасылық және этникалық арналардан алшақтайды.

Мәлімдеме ұжымдық өзара көмек құндылығынан тиімділік пен нәтижеге бағытталған ұтымды көзқарасқа ауысуды көрсетеді. Ол тәжік диаспорасының маңыздылығын жоққа шығармайды, бірақ жеке бейімделу стратегияларын, соның ішінде этникалық арналардан тыс жеткізушілермен өзара әрекеттесуді көбірек қалайды:

«...өзімнің тұрақты алатын жеткізушілерім бар, солардан аламын. Ол жақта арзанырақ, таңдау көп. Ең бастысы баға мен сапа. Ұлты бойынша кім екеніне қарамаймын». Сонымен қатар, «В» жағдайы да автономды модельдің жоғары осалдығын көрсетеді. Сенімді қолдаудың болмауы эмоционалдық күйзеліске, шаршауға және жеткізудің тұрақсыздығына әкеледі.

Жалпы, этникалық кәсіпкерліктің бұл формасын маргиналды немесе осал деп түсіндірілмеуі керек. Керісінше, олар бизнес құзыреттілігінің жоғары деңгейін, стратегиялық бейімделуді және цифрлық және желілік арналар арқылы жаңғыртуға деген ұмтылысты көрсетеді. Жеке кәсіпкерлер көбінесе онлайн сату, жеткізу, икемді логистикалық схемалар, көп этникалық жеткізушілермен және тұтынушылармен жұмыс істеу сияқты жаңа тәжірибелерді енгізуге бағытталған. Дәл осы топта этникалық шеңберден шығып, қазақстандық тұтынушыларды қоса алғанда, кеңірек клиенттік базаға өту әрекеті байқалады. Бұл модель жоғары операциялық икемділік шектеулі институционалдық тұрақтылықпен үйлеседі, әсіресе дағдарыс және әлеуметтік оқшаулау кезінде ішкі қайшылықтарды көрсетеді.

«В» кәсіпкерінің оқиғасы тәжік этникалық кәсіпкерлігінің трансформация тенденциясын көрсетеді, оның аясында мигранттардың жаңа ұрпағы этникалық

сәйкестіліктен толық бас тартпай, оны бизнес саласында символдық минимумға дейін төмендетпей, нарықтық, технологиялық және жеке стратегияларды біріктіреді. Бұл жағдай қалалық кеңістіктегі институционалдық тұрақсыздық пен бәсекелестік фонында орын алатын ұжымдық формадан дараланған формаға өтудің шекарасы мен динамикасын түсіну үшін ерекше маңызды.

Тәжік кәсіпкерлігінің жеке түрінің жағдайларын талдау осы модельдің басым отбасылық формалардан ерекшеленетін маңызды белгілерін жазуға мүмкіндік береді. Ең алдымен, біз тәуелсіздіктің жоғары деңгейі, отбасын тартудан бас тарту және диаспоралық желілерге ең аз тәуелділік туралы айтып отырмыз. Мұндай жағдайларда этникалық ерекшелік экономикалық қолдаудың тиімді ресурсы ретінде емес, сәйкестендірудің негізгі белгісі ретінде көбірек қызмет етеді. Индивидуалды тип не отбасылық және диаспоралық байланыстардың жоқтығында, не кәсіпкерліктің өзін-өзі жүзеге асыру нысаны және бизнесті басқаруға ұмтылу ретінде мәжбүрлі немесе саналы стратегия ретінде көрінеді. Сонымен қатар, мұндай кәсіпкерлер жеке тәртіптің жоғары деңгейін, цифрлық және нарықтық құзыреттілігін және нарықтағы өзгерістерге тез бейімделу қабілетін көрсетеді. Олардың қызметі онлайн сату, икемді логистика, көп этникалық клиенттермен және жеткізушілермен өзара әрекеттесу арқылы көрінетін дәстүрлі этникалық тәжірибелерден асып түседі. Дегенмен, көрінетін икемділік пен ұтқырлықтың артында бірқатар маңызды осалдықтар бар. Олардың негізгілері – сенімді көмекшілердің тапшылығы, өкілеттік бере алмау, эмоционалды күйзеліс, сондай-ақ жеткізудің бұзылуына, ауруларға және әкімшілік қысымға жоғары сезімталдық. Кәсіпкерлер кез келген төтенше жағдайларға осал, өйткені олар іс жүзінде мекемелік және отбасылық қауіпсіздік торларынан айырылған. Осылайша, тәжік кәсіпкерлігінің жеке түрі құрылымдық тұрақтылығы төмен жоғары операциялық автономияның нысаны болып табылады. Ол жеке ресурстарға сүйенеді, бірақ бизнесті беру немесе оның ауқымын кеңейту үшін жағдай жасамайды. Сонымен бірге, дәл осы модель аясында жаңғыртудың, цифрландырудың және этникалық экономиканың шеңберінен шығудың бастаулары байқалады. Қолдау және институционалдық мойындау кезінде бұл түр өсу мен инновация нүктесіне айналуы мүмкін, бірақ мұндай қолдаусыз оқшаулану және күйіп қалу шегінде қалу қаупі бар.

Көк базардағы тәжік кәсіпкерлерінің отбасындағы қарым-қатынас. Бұл зерттеу отбасылық көмек пен қолдау көбінесе этникалық фактор емес, этникалық бизнестің табысы мен болашақ даму перспективаларын анықтайтынын растайды. Кәсіпкерлердің әңгімелері көрсеткендей, тәжік этникалық топтары отбасылық ресурстарға ие және табысты пайдаланады. Осылайша, базардағы кәсіпкерлердің көпшілігі, әдетте, отбасылық бизнесті әкелерінен мұраға алған «бизнесмендердің екінші немесе үшінші буынының» өкілдері.

Мысалы, Aldrich and Cliff сипаттаған көптеген этникалық азшылық бизнестерінен айырмашылығы, олар өз еңбектерінде кәсіпкерлік капитал немесе бизнесті иеленудің отбасылық тарихы кәсіпкерлердің ересек балаларына олардың бизнесті иелену ниетіне әсер ету арқылы кәсіпкерлікке үлес қосады (Aldrich and Cliff 2003) [112]. Кәсіпкерлер үшін отбасылық бизнес әрқашан жұмыс табудың жалғыз жолы бола бермейді. Соңғысы көбінесе әкенің

жұмысына деген ынтымақты білдірумен және оған көмектесу ниетімен байланысты. Ата-аналардың өздері бизнесті «қауіпсіздік торы» ретінде қарастырмай, балалардың отбасылық кәсіпке қатысуын талап етпесе де, бизнесті «мұрагерлік» объектісі ретінде қарастырмайды. Соңғы отбасы ресурсы - байлық, мүлік немесе отбасылық бизнес түріндегі мұра.

Сонымен қатар, деректерде бизнесті одан әрі кеңейту немесе одан да жоғары деңгейге көшу «отағасының» шешіміне шамадан тыс тәуелділіктен туындаған кезде, отбасы ресурстарының әсер етуінде шектеуші фактордың болуын да тіркейді. Отбасылық еңбек отбасының жалпы табысына және бизнесті қолдауға ықпал ететініне қарамастан (Valdez 2011), отбасына шамадан тыс тәуелділік дамуға нақты кедергі жасауы мүмкін [95]. Weidenbaum атап өткендей, «отбасылық бизнеспен байланысты елеулі кемшіліктер бар. Отбасында бақылауды сақтау оның өсе алатын көлемін және әсіресе күрделілігін сөзсіз дерлік шектейді» (Weidenbaum, M. 1996) [134].

Мүмкін, ең маңызды тәжірибе «қаржылық ресурстарды біріктіру» болып табылады, бұл тәжірибені Webner (1984) британдық пәкістандық іскер отбасыларды зерттеуде жақсы сипаттаған, мұнда жеке үй шаруашылығы мүшелерінің кірістері ұжымдық отбасы қорының бөлігі ретінде қарастырылады. Бұл ең таза және нақты мағынасында «отбасылық бизнес», себебі бұл институтта отбасы = бизнес, және керісінше, бұнда жұмыс пен жеке қарым-қатынас арасындағы шекара толығымен бұлыңғыр болады [136]. Шынында да, мұндай мекемеде орын алатын капиталды тарту нысандары өз күшін олардың «тұлғааралық байланыстарға» (Sanders and Nee, 1996), сенім қатынастарына (Webner, 1984) негізделгендігінен алады, бұл жеке емес нарыққа тән қауіпсіздік пен тәуекелді жояды (M.Ram and T. Jones, 2008) [114, 137, 54].

Осылайша, тәжік кәсіпкерлерінің тарихы, әдетте, егер әкесі әлі жұмыс істейтін болса, ол негізгі кірісті иеленеді және бизнесті қолдау үшін алынған кірісті, отбасылық шығындарды және т.б. бөлуге жауапты екенін көрсетеді,. Отбасы мүшелерінің бұл ресурстарға өз үй шаруашылығындағы қолжетімділігі ішінара әрбір отбасы мүшесінің әлеуметтік жағдайына байланысты. Бизнеспен айналысатын ұлдың бұл ресурстары бизнестен шеттетілгендерге қарағанда көбірек болады. Сонымен бірге бизнестегі отбасы шартты түрде осының бәрін иеленушіге, басты көмекшіге және отбасының барлық басқа мүшелеріне деп бөлінеді. Басқа отбасы мүшелері критикалық сәттерде немесе қалыптасу кезеңінде ғана қатысады. Барлық кезеңдер мен күнделікті жаттығуларға тек әкесі мен жауапты баласы ғана қатысады.

Материалдық деңгейде этникалық азшылықтар отбасы әдетте өмірлік маңызды бизнес ресурстарының (атап айтқанда, капитал мен жұмыс күшінің) бейресми (нарықтық емес) көзін ұсынады, егер олар нарық арқылы алынған болса, әлдеқайда қымбат және сенімсіз болар еді. Сондай-ақ, отбасылық шеңберден тыс қызметкерлерге сенімсіздікпен байланысты белгілі бір тәуекелдерді қамтиды. Мысалы, ағаларының көмегі түріндегі сақтандыруы бар кәсіпкер «А», керісінше, мұндай көмекті үнемі ақшаға алуға мәжбүр болған «Ә» респонденттер.

Тәжік этностарының отбасылық бизнесін енгізудің келесі ерекше белгісі отбасы мүшелерінің әйел адамдарының жалпы отбасылық кәсіпке қатынасы, атап айтқанда, діни және мәдени дәстүрге байланысты әйелдердің (әйелдерінің, қыздарының, апа-сіңлілерінің) кәсіпкерлікке араласпауы болып табылады. Алайда, шын мәнінде әйелдер өте маңызды функцияларды орындағанын атап өткен жөн, бірақ олардың еңбегі бағаланбаған. Әйелдердің жалпы әл-ауқат үшін атқаратын маңызды функцияларына қарамастан, әйелдердің отбасылық бизнеске араласпауы атап өтілді. Осылайша, репродуктивті функция мен үй шаруашылығымен қатар, тәжік әйелдері «өнім дайындау» кезеңіне қатысты, ағаштарды күтті, жинауға, кептірілген жемістерге және т.б. қатысты. Айта кету керек, әйелдер көбінесе микробизнеспен айналысатын үй шаруашылықтарының мінез-құлқын зерттеуде негізгі «көмекші рөлдерді» атқарды (үйдегі балалар мен қарттарға күтімі үшін жауапкершілікті өз мойнына алған).

Сондай-ақ балалардың гендерлік сегрегациясының айқын байқалатынын атап өткен жөн. Мысалы, отбасылық бизнесте қыздардың рөлі алынып тасталды. Отбасының үлесі мектепті бітіріп, тұрмысқа шығумен шектеледі. Олар үшін еңбек өмір салтына айналғанын сұхбаттардан аңғаруға болады. Бұл, әсіресе, жұмыс күнделікті өмірімен астасып жататын ауылдық жерлердегі балаларға қатысты болды. Осылайша, балалар үй шаруашылығы мен отбасылық бизнесті жүргізудің ажырамас бөлігі болып табылады. Егер ата-аналар далада немесе үйде жұмыс істесе, балалар әдетте көмекке қосылады. Бұл балалар үшін табиғи болып табылады және талқылауды немесе шешім қабылдауды қажет етпейді. Ата-аналар болса, балаларды отбасылық кәсіпке, мейлі сауда болсын, мейлі ауыл шаруашылығы болсын, соңғы 20 жылдағы құбылыс деп есептейді. Кеңес Одағы кезінде өскен ата-аналар балаларының ұрпақтың балалық шағында ақылы немесе отбасылық кәсіппен айналысуына жол берілмейтінін хабарлады; бұл отбасына ұят әкелді. Әлеуметтік және мемлекеттік көшбасшылар бұл құндылықтарды бұқаралық ақпарат құралдары мен білім беру жүйесі арқылы таратты. Стигма деңгейі әсіресе бала айналысуы мүмкін жұмыс түрлерінің көпшілігі көрінетін қалалық жерлерде жоғары болды.

«Көк базарда» туыстық қатынаста емес тәжік этносы өкілдерінің арасындағы қарым-қатынас жағдайында олардың ынтымақтастығына прагматизм негіз болады. Яғни, әдетте этникалық азшылықтарды зерттеуде есептелетіндей, тәжіктердің этникалық кәсіпкерлігі жағдайында co-ethnic факторы табыстың негізі болып табылмайды.

Коэтнос арасындағы қарым-қатынастар коэтностың бір-біріне қолдау көрсету негізінде емес, жұмысшыларды табу мен жалдаудың ыңғайлылығы, арзан жұмыс күшіне оңай қол жеткізу, ортақ тіл білу, т.б. сияқты өзара тиімді ынтымақтастықтың арқасында құрылады. Кәсіпкерлердің өздері бизнесті жүргізу процесінде жалғаспайтын жеке/достық қатынастармен шектеледі. Көрінудің кішігірім түрлерінің бірі, олар кеткен жағдайда базардағы «орын» үшін қосымша жалдау ақысын төлемеу үшін базардағы орнын сатушылардың біріне қалдырады, бұл сауданы қысқа мерзімге кеңейту үшін екінші саудагерге де тиімді. Осыған ұқсас қорытындыға Бредникова мен Паченков (2000) сияқты ресейлік зерттеушілер келді, олар үшін мигранттардың әлеуметтік желілерін

ұйымдастырудың негізгі факторларының тізіміне «этникалық» кірмеген [138]. Керісінше, мигранттардың әлеуметтік желілерін ұйымдастыруды бір этнос өкілдерінің ынтымақтастығымен, ортақ әлеуметтік-мәдени бірегейлікпен емес, қарапайым ыңғайлылықпен, бір тілді білу, бір кеңістіктегі өмір мен қозғалыс сияқты қарапайым артықшылықтармен және басқа себептермен негіздеді. Осыған қарамастан этникалық өкілдер арасындағы мұндай прагматикалық қарым-қатынастың өзі коэтникалық топ арасында оң әсер мен көмек көрсетеді. Zhou, Min (1992) атап өткендей, «анклав өз тобының мүшелеріне жұмысқа орналасу мүмкіндіктерін жасауға көмектеседі, әйтпесе олар жұмыссыз халыққа қосылуы және әлеуметтік қамсыздандыру жүйесі мен мемлекеттік көмек бағдарламаларына қысым жасауы мүмкін».

Жұмыс күшін жалдау жұмысшының этникалық шығу тегімен тығыз байланысты екені сөзсіз. Дегенмен, тәжік кәсіпкерлерінің әңгімелері көрсеткендей, бұл жалғыз талап емес: отбасылық бизнес жағдайында алыс туысқандық ретіндегі фактор жұмысшыны таңдауда негізгі факторға айналады.

Бейресми әлеуметтік капитал көптеген фирмалар іс жүзінде кедей клиенттерге тәуелді болуы мүмкін және жоғары еңбек сыйақысы ұзақ жұмыс уақытына төтеп бере алатын орталық қалалық сауда нүктелеріндегі бөлшек сауда сияқты экономиканың локализацияланған тасталған тауашаларында жұмыс істеу үшін тамаша ресурс базасы болуы мүмкін. Оның үстіне бұл салада жақын туыстық байланысы жоқ қарапайым жалдамалы жұмысшылардың кәсіп иесі болу мүмкіндігі одан да төмен. Себебі, олардың ресурстары, әлеуметтік капиталы жоқ, кәсіпкерлердің балаларындай арнайы тәжірибелері жоқ.

Тәжікстандық кәсіпкерлердің жағдайы олардың бизнесті тұтастай кеңейтуге талпынбауымен сипатталады. Бұл әсіресе отбасында жалғыз жұмыс істейтіндерге қатысты. Оның үстіне, сұхбат көрсеткендей, үй иесінің ұлы тұлғасындағы қызметкер, жұмысқа орналасқаннан кейін, көбінесе, осы қызметте ұзақ жылдар бойы қала береді, отағасының «өкілеттілігін» ескере отырып, өз қалауы бойынша бизнесті жалғастыруға амбициясы болмайды. Мүмкін бұған басқа да себептер итермелеуі мүмкін, мәселен, нарықтағы қарқынды бәсекелестік, бизнесте жаңалықтың болмауы. Weidenbaum атап өткендей: «Отбасылық бизнеспен байланысты елеулі кемшіліктер бар. Отбасында бақылауды сақтау оның өсе алатын көлемін және әсіресе күрделілігін сөзсіз дерлік шектейді» [134]. Ram M., Jones T. (1994) жоғары деңгейлі бөлшек сауда, өндіріс, өндірушілерге қызмет көрсету және жоғары технологиялық өндіріс сияқты секторлардағы жаңа нарықтарға қайта бағдарлану ұйымдастыру мен жұмыс әдістерін параллельді өзгертусіз қолдауға болмайтынын атап өтті [76].

ҚОРЫТЫНДЫ

Алматыдағы тәжік мигранттарының этникалық кәсіпкерлігін әлеуметтанулық талдауға арналған диссертациялық зерттеу қала кеңістігіндегі көшіп-қонушылардың шаруашылық қызметінің күрделі және көп өлшемді құбылысын жан-жақты қарастыруға мүмкіндік берді. Мегаполис жағдайында тәжік кәсіпкерлерінің әлеуметтік кірігу формаларын, кәсіпкерлік стратегиялары мен сәйкестендіру тәжірибесін анықтау және түсіндіру мақсатына экономикалық әлеуметтану, миграциялық әлеуметтану және этнология теориясының ережелерін біріктіретін кешенді теориялық және әдістемелік көзқарас негізінде қол жеткізілді. Жұмыста өзара байланысты жеті зерттеу мәселесі шешілді.

Біріншіден, мәдени, құрылымдық, институционалдық және интерактивті үлгілерді қамтитын этникалық кәсіпкерлікті зерттеудің концептуалды тәсілдері талданды. Нарық конъюнктурасы, институттар мен әлеуметтік желілер арасындағы өзара әрекеттесу нәтижесінде этникалық кәсіпкерлердің мінез-құлқын түсіндіруге мүмкіндік беретін аралас енгізілген модельге ерекше назар аударылды. Бұл модель посткеңестік бюрократияның ерекшеліктерін, бейресмиліктің жоғары дәрежесін және аймақтық және туыстық байланыстардың ықпалын ескере отырып, қазақстандық жағдайға бейімделді.

Екіншіден, этникалық кәсіпкерлік тақырыбы бойынша заманауи ғылыми зерттеулерге библиографиялық және кластерлік талдау жұмыстары жүргізілді. Қазақстандық және Орта Азиялық әлеуметтануда бұл құбылыс әлі де болса үзік-үзік зерттеліп жатқаны анықталды. Сонымен бірге жаһандық ғылыми әдебиеттер «анклавтық бизнестің» стереотиптік үлгілерінен икемді, аралас және трансұлттық стратегияларға ауысуын көрсетеді. Бұл шолу концептуалды аппаратты нақтылауға және диссертация толтыруға бағытталған ағымдағы білімдегі олқылықтарды анықтауға мүмкіндік берді.

Үшінші міндет қалалық кеңістіктегі этникалық экономикалар мен әлеуметтік желілердің қызмет ету тетіктерін анықтау болды. Нәтижесінде бейресми құрылымдардың, ең алдымен, туысқандық, отандастар мен диаспоралардың тәжік мигранттарының кәсіпкерлік қызметін бастауға және қолдауға қосқан маңызды үлесі көрсетілді. Сонымен бірге, деректер бұл нысандардың, әсіресе кәсіпкерлердің екінші буыны арасында біртіндеп институттандырылғанын көрсетеді.

Алматы тұрғындарының қоғамдық пікірін талдаудың төртінші міндеті әртүрлі әлеуметтік топтардағы респонденттердің репрезентативті іріктемесін қамтыған жаппай сауалнама жүргізу арқылы шешілді. Мигранттарды қабылдау, этносаралық сенім деңгейі, толеранттылық және интеграцияға дайындығы туралы маңызды деректер алынды. Сауалнама көрсеткендей, этникалық кәсіпкерлікке көзқарас негізінен бейтарап-позитивті, бірақ білім, табыс деңгейі, жыныс және мигранттармен өзара әрекеттесу тәжірибесі сияқты факторларға байланысты өзгереді.

Тәжікстан кәсіпкерлерінің ендірілген нысандарын сапалы талдаудың бесінші және негізгі міндеті кейс әдісі негізінде шешілді. Негізінен «Көк базарда» шағын сауда және қызмет көрсетумен айналысатын тәжік

диаспорасының өкілдерімен жасалған сегіз терең сұхбат жинақталып, сарапталды. Жағдайлар бізге жеке кәсіпкерлік траекториясын қайта құруға, бизнес түрлерін, пайдаланылатын ресурстарды, диаспорамен және қабылдаушы қоғаммен өзара әрекеттесу нысандарын, сондай-ақ тұлғалық көзқарастарды анықтауға мүмкіндік берді.

Жиналған істерді салыстыру негізінде тәжік кәсіпкерлігінің типологиясын құрудың алтыншы тапсырмасы орындалды. Нәтижесінде үш тұрақты түрі анықталды: (1) бизнесті туыстарымен бірлесіп басқаратын және ұрпақтан-ұрпаққа берілетін отбасы; (2) жеке (автономды), кәсіпкер отбасының қолдауынсыз әрекет ететін және көбінесе сыртқы желілерге сүйенген кезде; (3) көшіп-қонушыларға отбасы үлгісінен бөліну процесінде тән алдыңғы екі элементтерді біріктіретін өтпелі. Бұл типология тәжірибелердің әртүрлілігін жүйелеуге және белгілі бір стратегияны таңдауды анықтайтын факторларды анықтауға мүмкіндік берді.

Этникалық кәсіпкерлікті әлеуметтік интеграцияның бір түрі ретінде бағалаудың жетінші міндеті сандық және сапалық талдау нәтижелерін біріктіру арқылы шешілді. Алматыдағы тәжік бизнесін тек экономикалық құбылыс ретінде қарастыруға болмайтыны көрсетілген: ол мигранттардың әлеуметтік бейімделуінде, топтық сәйкестігін сақтауда, сенімді қарым-қатынастарды қалыптастыруда және қабылдаушы қоғаммен байланыс арналарын орнатуда маңызды рөл атқарады.

Зерттеу гипотезаларын тексеру олардың жалпы жоғары негізділігін көрсетті. Этникалық кәсіпкерлерге деген көзқарастың білім деңгейіне, табысына, жынысына және этносаралық өзара әрекеттесу тәжірибесіне тәуелділігіне қатысты сандық гипотезалар негізінен расталды. Білімнің жоғары деңгейі мен толеранттылық арасындағы, сондай-ақ мигранттармен өзара әрекеттесудің тұлғааралық тәжірибесі мен олардың бизнесін оң қабылдау арасындағы өзара байланыс барынша айқын көрінді. Сапалық зерттеу гипотезалары да расталды. Тәжікстандық кәсіпкерлердің әлеуметтік іргетасы шын мәнінде қоғамдастық пен отбасылық желілерге, әсіресе бизнестің бастапқы кезеңінде негізделгені анықталды. Цифрлық бейімделу туралы гипотеза бөлек расталды: онлайн платформалар арқылы жұмыс істейтін кәсіпкерлер жоғары икемділік танытады, бірақ еңбек пен эмоционалды күйзеліспен бетпе-бет келеді. Тәжік бизнесін институционализациялау процесі бейресми саудадан ресми тіркеуге, салық есептілігіне және қалалық мекемелермен өзара әрекеттесуге дейін біртіндеп жүретіні көрсетілді. Зерттеу сұрақтарына жауаптар маңызды жалпылаулар жасауға мүмкіндік береді. Осылайша, тәжік кәсіпкерлерінің ендірілген нысандары бизнес түріне, елде болу ұзақтығына және отбасылық ресурстардың болуына байланысты өзгереді. Гендерлік ерекшелік тауашаны таңдауда да, кәсіпкер сүйенетін ресурстарда да көрінеді. Жеке стратегиялар тек қажеттілікпен ғана емес, сонымен бірге автономияға ұмтылумен де ынталандырылады. Цифрлық технологиялар бизнесті жаңғыртудың факторы ретінде әрекет етеді, бірақ әрқашан әлеуметтік оқшауланудың орнын толтыра бермейді. Тәжікстан кәсіпкерлігінің тұрақтылығы тек экономикалық емес, сонымен қатар әлеуметтік-мәдени тетіктермен, соның ішінде діни

ынтымақтастық, моральдық өзара көмек және топтық бірегейлікті сақтау арқылы қамтамасыз етіледі.

Диссертация өз мақсатына жетіп, барлық қойылған міндеттерді жүзеге асырды және этникалық кәсіпкерлік туралы социологиялық білімнің дамуына зор үлес қосты. Алынған нәтижелер Алматыдағы тәжік кәсіпкерлері дәстүрлі этникалық тәртіп элементтері мен заманауи нарықтық стратегияларды біріктіретін «жергілікті кірістіліктің» ерекше формасын құрайтынын дәлелдеуге мүмкіндік береді. Зерттеу көпэтносты мегаполисте интеграция және көші-қон саясатын әзірлеу кезінде этномәдени ерекшеліктерді, гендерлік және әлеуметтік желілерді ескерудің маңыздылығын растайды. Сондай-ақ жұмыс Қазақстандағы және басқа да посткеңестік елдердегі этникалық кәсіпкерлікті одан әрі салыстырмалы түрде зерттеу үшін перспективалар ашады.

Ұсыныстар. Жүргізілген зерттеулердің нәтижелері көп ұлтты мегаполис жағдайында көші-қон, экономикалық, білім беру және интеграциялық саясатты жетілдіруге бағытталған бірқатар негізделген ұсыныстарды тұжырымдауға мүмкіндік береді. Этникалық кәсіпкерліктің анықталған түрлерін, тәжік мигранттарының әлеуметтік интеграциясының ерекшеліктерін және сараланған бейімделу стратегияларын ескере отырып, ұсыныстар әртүрлі институционалдық құрылымдарға – мемлекеттік органдарға, ғылыми және білім беру қауымдастығына, үкіметтік емес ұйымдарға және кәсіпкерлердің өздеріне жіберіледі.

1. Мемлекеттік органдарға және муниципалды басқаруға ұсыныстар. Қалалардағы әлеуметтік-экономикалық тұрақтылықты сақтауда этникалық шағын бизнестің маңызды рөлін ескере отырып, көшіп-қонып жүрген кәсіпкерлерді қолдаудың мақсатты бағдарламаларын, оның ішінде тіркеу рәсімдерін, салық салуды және сауда орындарын жалға беруді жеңілдету жөніндегі шараларды әзірлеп, іске асырған жөн, бұл әсіресе бейресми бизнестен ресми бизнеске көшу кезеңін бастан өткеретін кәсіпкерлер үшін маңызды. Этникалық кәсіпкерлер қауымдастығы мен қалалық мемлекеттік органдар арасындағы кері байланыс тетіктерін, мысалы, әкімдіктер жанынан консультативтік кеңестер немесе диаспора өкілдері, зерттеушілер және үшінші сектор өкілдері кіретін мамандандырылған жұмыс топтарын құру арқылы институттандыру қажет. Платформалар қалалық контекстте мигранттардың мүдделерін заңды түрде білдіру арнасы бола алады. Цифрландыру саясаты мен шағын және орта бизнесті қолдау аясында онлайн сауда, жеткізу және платформалық шешімдерді пайдаланатын кәсіпкерлерге бағытталған қалалық жеделдету бағдарламалары мен оқыту модульдерін бастау керек. Бұл этникалық бизнестің бәсекеге қабілеттілігін арттырады және цифрлық теңсіздік пен институционалдық қолдаудың болмауына байланысты тәуекелдерді азайтады.

2. Білім беру және академиялық сала бойынша ұсыныстар. Этно-сезімтал сараптаманы дамытудың және көші-қон процестері мен этникалық экономикалардың әлеуметтік-мәдени ерекшеліктерін білетін кадрларды даярлаудың маңыздылығын ескере отырып, этникалық кәсіпкерлік, көші-қон әлеуметтануы және қала интеграциясы бойынша модульдік курстарды әлеуметтану, әлеуметтік жұмыс және мемлекеттік басқару саласындағы

бакалавриат және магистратура бағдарламаларына біріктіру ұсынылады. Мигранттардың кәсіпкерлік және құқықтық сауаттылығын арттыру мақсатында жаңа кәсіпкерлерді қала экономикасының талаптарына бейімдеуге бағытталған қысқа мерзімді қосымша білім беру бағдарламалары мен кеңес беру орталықтары іске қосылуы керек. Бағдарламалар құқықтық реттеу, бухгалтерлік есеп, гигиеналық стандарттар, платформалық сауда, сондай-ақ цифрлық қауіпсіздік негіздері бойынша оқытуды қамтуы мүмкін. Қазақстан мен Орталық Азиядағы этникалық экономикалар туралы білімді одан әрі тереңдету үшін әлеуметтану, экономикалық география, антропология, демография және көші-қон құқығы элементтерін қамтитын пәнаралық зерттеулерді қолдау қажет. Неғұрлым жалпыланған және репрезентативті суретті алу үшін әртүрлі этникалық топтар мен қалалар бойынша салыстырмалы жағдайлық зерттеулер жүргізу өте маңызды.

3. Үкіметтік емес және халықаралық ұйымдарға ұсынымдар. Халықаралық және құқық қорғау ұйымдары жүзеге асыратын бағдарламалар аясында әлеуметтік инклюзияның және өзін-өзі жұмыспен қамтудың тұрақты нысаны ретінде көшіп-қонушылардың кәсіпкерлікті қолдауды кеңейту, оның ішінде микроқаржыландыру, тәлімгерлік, кеңес беру қызметтері және табысты тәжірибелерді ілгерілету ұсынылады. Әйелдердің этникалық кәсіпкерлігін қолдауға ерекше назар аудару қажет, өйткені ол осал мигранттар отбасыларының экономикалық тұрақтылығын қамтамасыз етуде маңызды рөл атқарады, бірақ сонымен бірге бағаланбайды және аз қорғалады. ҮЕҰ әйелдер кәсіпкер мен мемлекеттік қолдау органдары арасында делдал бола алады. Мәдениетаралық қалалық кеңістіктерді құру бастамаларын қолдау қажет, мысалы, базарлар мен сауда орталықтарында, олар ақпаратқа қол жеткізудің, құқықтық көмек пен мигранттар мен жергілікті тұрғындар арасындағы мәдени делдалдықтың интеграциялық нүктелері бола алады.

4. Тәжікстан кәсіпкерлері мен диаспора қауымдастығына арналған ұсыныстар. Жағдайларды талдау негізінде отбасылық және жеке бизнесті табысты институттандыру мысалдары анықталды. Тәжірибе алмасуға, бейресми арналарға тәуелділікті азайтуға және жергілікті тұтынушылар алдында тәжік бизнесінің беделін нығайтуға бағытталған тәлімгерлік пен өзара көмектің қауымдастық ішіндегі нысандарын дамыту ұсынылады.

Жеке кәсіпкерлердің, әсіресе цифрлық кеңістікте жұмыс істейтіндердің әлеуметтік оқшауланумен және эмоционалды күйзеліспен байланысты тәуекелдерді барынша азайту үшін өзара қолдау көрсетудің және тәжірибе алмасудың бейресми желілерін, оның ішінде онлайн топтарын, қоғамдық бірлестіктерді және бастамашыл клубтарды құру қажет.

Айтылған ұсыныстар этникалық кәсіпкерлердің әлеуметтік интеграциясын нығайтуға, олардың құқықтық және институционалдық қауіпсіздігін арттыруға, сондай-ақ этносаралық сенімді және инклюзивті қалалық кеңістікті дамытуға бағытталған. Бұл ұсыныстарды іске асыру қала экономикасының тұрақты дамуына ықпал етіп қана қоймай, сонымен қатар этникалық кәсіпкерлік маргиналды емес, танылған және құнды ресурс болып табылатын әділ, ашық және әртүрлі қалалық ортаны құру жолындағы маңызды қадам бола алады.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1 Rath J., Solano G., Schutjens V. Migrant entrepreneurship and transnational links //Sage handbook of international migration. – 2020. – С. 450-465.

2 Waldinger R. D., Aldrich H., Ward R. Ethnic entrepreneurs: Immigrant business in industrial societies //(No Title). – 1990.

3 Duan C., Kotey B., Sandhu K. Towards an analytical framework of dual entrepreneurial ecosystems and research agenda for transnational immigrant entrepreneurship //Journal of International Migration and Integration. – 2022. – Т. 23. – №. 2. – С. 473-497.

4 Wong L.L., Ng M. The emergence of small transnational enterprise in Vancouver: the case of Chinese entrepreneur immigrants. International Journal of Urban and Regional Research. – 2002. – Т.26. – №.3. – С. 508-530.

5 Nazareno J., Zhou M., You T. Global dynamics of immigrant entrepreneurship: Changing trends, ethnonational variations, and reconceptualizations // International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research. – 2021. – Vol. 25, № 5. – С. 1–25.

6 Solano G., Schutjens V., Rath J. Multifocality and opportunity structure: towards a mixed embeddedness model for transnational migrant entrepreneurship //Comparative Migration Studies. – 2022. – Т. 10. – №. 1. – С. 3.

7 Osaghae O. G., Cooney T. M. Exploring the relationship between immigrant enclave theory and transnational diaspora entrepreneurial opportunity formation //Diaspora Governance and Transnational Entrepreneurship. – Routledge, 2021. – С. 128-147.

8 Zhou M., Liu H. Transnational Entrepreneurship and Immigrant Integration: New Chinese Immigrants in Singapore and the United States // Immigration and Work / ed. by Jody Agius Vallejo. – Bingley, UK: Emerald Group Publishing Ltd., 2015. – Vol. 27. – P. 169–201.

9 Thomas J. R., Zhou M. Ethnic entrepreneurship and its transnational linkages //Handbook on Transnationalism. – 2022. – С. 404-419.

10 Valenzuela-Garcia H., Parella S., Güell B. Revisiting the ‘ethnic enclave economy’: Resilient adaptation of small businesses in times of crisis in Spain //International Journal of Anthropology and Ethnology. – 2017. – Т. 1. – С. 1-13.

11 Ilhan-Nas T., Sahin K., Cilingir Z. International ethnic entrepreneurship: Antecedents, outcomes and environmental context //International Business Review. – 2011. – Т. 20. – №. 6. – С. 614-626.

12 Ren N., Liu H. Traversing between transnationalism and integration: Dual embeddedness of new Chinese immigrant entrepreneurs in Singapore //Asian and pacific migration journal. – 2015. – Т. 24. – №. 3. – С. 298-326.

13 Fossati D. Embedded diasporas: Ethnic prejudice, transnational networks and foreign investment //Review of International Political Economy. – 2019. – Т. 26. – №. 1. – С. 134-157.

14 Salaff J. W. et al. Ethnic entrepreneurship, social networks, and the enclave //Approaching transnationalisms: Studies on transnational societies,

multicultural contacts, and imaginings of home. – Boston, MA: Springer US, 2003. – С. 61-82.

15 dos Santos Souza H. R., Ferreira M. A., Neto O. X. Embeddedness in complex networks: Theoretical central debate, policy implications, and research agenda in ethnic entrepreneurship //Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. – 2024. – Т. 13. – №. 3. – С. 2.

16 Portes A., Yiu J. Entrepreneurship, transnationalism, and development //Migration studies. – 2013. – Т. 1. – №. 1. – С. 75-95.

17 Martén L., Hainmueller J., Hangartner D. Ethnic networks can foster the economic integration of refugees //Proceedings of the National Academy of Sciences. – 2019. – Т. 116. – №. 33. – С. 16280-16285.

18 Orozco M. The salience of ethnic identity in entrepreneurship: An ethnic strategies of business action framework //Small Business Economics. – 2022. – Т. 59. – №. 1. – С. 243-268.

19 Molina J. L. et al. Looking inside the ethnic enclave: Inequality, social capital and transnationalism //Migrant capital: Networks, identities and strategies. – London : Palgrave Macmillan UK, 2015. – С. 154-171.

20 Wilson K. L., Portes A. Immigrant enclaves: An analysis of the labor market experiences of Cubans in Miami //American journal of sociology. – 1980. – Т. 86. – №. 2. – С. 295-319.

21 Andersson M., Larsson J. P., Öner Ö. Ethnic enclaves and self-employment among Middle Eastern immigrants in Sweden: ethnic capital or enclave size? //Regional Studies. – 2021. – Т. 55. – №. 4. – С. 590-604.

22 Sablin K. S. Enclave Economies and Political Connections of Big Business in Emerging Market Countries //Journal of Economic Regulation. – 2022. – Т. 13. – №. 4. – С. 55-64.

23 Marinoni A. Immigration and entrepreneurship: The role of enclaves //Management Science. – 2023. – Т. 69. – №. 12. – С. 7266-7284.

24 David A., Terstriep J., Elo M. Bridging the Gap Transnationally—Coupling Migrants' Informal and Formal Business Activities Through Hybrid Business Models //Thunderbird International Business Review. – 2024. – Т. 66. – №. 4. – С. 373-389.

25 Solano G. Social networks for cross-border business activities: a comparison between transnational and domestic Moroccan migrant entrepreneurs //Globalizations. – 2024. – Т. 21. – №. 3. – С. 508-530.

26 Fehlings S. Introduction: Markets, Trade, and the Study of the Post-Soviet Economy //Traders, Informal Trade and Markets between the Caucasus and China. – Singapore : Springer Nature Singapore, 2022. – С. 1-35.

27 Kassaye B. D., Bayiley Y. T., Alemu Z. K. Returnee migrant entrepreneurship: a bibliometric analysis //Journal of Global Entrepreneurship Research. – 2025. – Т. 15. – С. 6.

28 Duan C., Kotey B., Sandhu K. Transnational immigrant entrepreneurship: effects of home-country entrepreneurial ecosystem factors //International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research. – 2021. – Т. 27. – №. 3. – С. 711-729.

29 Walsh L., Cooney T. Understanding the interplay between immigrant nascent entrepreneurship and cross-cultural adaptation //Journal of Small Business and Enterprise Development. – 2023. – Т. 30. – №. 5. – С. 919-946.

30 Tang T. H., Alcantara L. L. Conforming while being distinct: The impact of social identity on perceived inclusion and business opportunity identification of Vietnamese entrepreneurs in Japan //Diversity and Inclusion in Japan. – Routledge, 2022. – С. 81-99.

31 Masurel E., Nijkamp P., Vindigni G. Breeding places for ethnic entrepreneurs: a comparative marketing approach //Entrepreneurship & regional development. – 2004. – Т. 16. – №. 1. – С. 77-86.

32 Yoo J. K. Korean immigrant entrepreneurs: Networks and ethnic resources. – Routledge, 2014.

33 Yetkin U., Tunçalp D. Beyond embedded or not embedded: immigrant entrepreneurs' embeddedness levels //Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy. – 2023. – Т. 17. – №. 3. – С. 565-593.

34 Engelen E. 'Breaking in'and'breaking out': A Weberian approach to entrepreneurial opportunities //Journal of ethnic and migration studies. – 2001. – Т. 27. – №. 2. – С. 203-223.

35 Volery T. Ethnic entrepreneurship: a theoretical framework //Handbook of research on ethnic minority entrepreneurship. – Edward Elgar Publishing, 2007.

36 Fregetto E. Immigrant and ethnic entrepreneurship: a US perspective //Entrepreneurship: The way ahead. – 2004. – Т. 253. – С. 268.

37 Duan C., Kotey B., Sandhu K. A systematic literature review of determinants of immigrant entrepreneurship motivations //Journal of Small Business & Entrepreneurship. – 2023. – Т. 35. – №. 4. – С. 599-631.

38 Dheer, R. J. S. Entrepreneurship by immigrants: a review of existing literature and directions for future research // International Entrepreneurship and Management Journal. — 2018. — Т. 14, № 3. — С. 555–614

39 Light, I., Bonacich, E. Immigrant entrepreneurs: Koreans in Los Angeles 1965–1982. — Berkeley: University of California Press, 1988. — 280 с.

40 Blalock, H. M. Toward a Theory of Minority-Group Relations. — New York: Wiley, 1967.

41 Bonacich, E. A Theory of Middleman Minorities // American Sociological Review. — 1973. — Т. 38, № 5. — С. 583–594.

42 Hjortsberg J. Middleman Minority Nation: Globalization and Social Democracy in Singapore. – 2022.

43 Indarti N. et al. Quo vadis, ethnic entrepreneurship? A bibliometric analysis of ethnic entrepreneurship in growing markets //Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies. – 2021. – Т. 13. – №. 3. – С. 427-458.

44 Harima A. et al. Entrepreneurial opportunities of refugees in Germany, France, and Ireland: Multiple embeddedness framework //International Entrepreneurship and Management Journal. – 2021. – Т. 17. – №. 2. – С. 625-663.

45 Aldrich, H. E. (1980). Asian Shopkeepers as a Middleman Minority: a Study of Small Busi- nesses in Wandsworth. In A. Evans, & D. Eversley (Eds) The Inner City: Employment and Industry (pp. 389–407). London: Heinemann.

46 Ward, R. (1984). Minority Settlement and the Local Economy. In B. Roberts, R. Finneg- an, & D. Gallie, Approaches to Economic Life: Economic Restructuring, Employment, and the Social Division of Labor (pp. 198–212). Manchester: ESCR and Manchester University Press.

47 Kerr W. R., Mandorff M. Social networks, ethnicity, and entrepreneurship //Journal of Human Resources. – 2023. – Т. 58. – №. 1. – С. 183-220.

48 Crisan A. et al. Interactive model cards: A human-centered approach to model documentation //Proceedings of the 2022 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency. – 2022. – С. 427-439.

49 Barberis E., Solano G. Mixed embeddedness and migrant entrepreneurship: Hints on past and future directions. An introduction. – 2018.

50 Polanyi, K. The economy as an instituted process // Polanyi, K., Arensberg, C. M., Pearson, H. W. (eds.) Trade and Market in the Early Empires: Economies in History and Theory. — London: McMillan, 1957. — С. 243–269.

51 Ozafsarlioglu S. Ethnic entrepreneurship: a qualitative study on entrepreneurial tendency of Meskhetian Turks living in the USA in the context of the interactive model //Economics. – 2024. – Т. 18. – №. 1. – С. 20220053.

52 Imasheva Zh., 2024) *Exploring Ethnic Enterpreneurship: Family Business of Tajik Migrants.* Dve Domovini / Two Homelands, 59, 2024, p. 47-62

53 Hartmann C., Philipp R. Lost in space? Refugee entrepreneurship and cultural diversity in spatial contexts //ZFW–Advances in Economic Geography. – 2022. – Т. 66. – №. 3. – С. 151-171.

54 Ram M., Jones T., Villares-Varela M. Migrant entrepreneurship: Reflections on research and practice //International Small Business Journal. – 2017. – Т. 35. – №. 1. – С. 3-18.

55 Kourmanova A. Connecting Entrepreneurs in Central Asia //Central Asia Policy Brief. – 2015. – Т. 29. – С. 1-18.

56 Zwick H. S., Sazanova Z. Study on labour migrants in three cities of Kazakhstan–Almaty, Astana and Shymkent //International Organization for Migration: Astana. – 2022.

57 Fehlings S. Caucasian Biznes, Local Trade, and Entrepreneurship //Traders, Informal Trade and Markets between the Caucasus and China. – Singapore : Springer Nature Singapore, 2022. – С. 97-186.

58 Yu T., Khalid N., Ahmed U. Factors influencing entrepreneurial intention among foreigners in Kazakhstan //Sustainability. – 2021. – Т. 13. – №. 13. – С. 7066.

59 Smagulova G., Goncalves M. Drivers for women entrepreneurship in Central Asia: A case analysis of Kazakhstani enterprises //Journal of Transnational Management. – 2023. – Т. 28. – №. 3-4. – С. 249-303.

60 Elo M. Against all odds–a diaspora entrepreneur developing Russian and Central Asian markets //The challenge of BRIC multinationals. – Emerald Group Publishing Limited, 2017. – С. 481-502.

61 Basu M. et al. Racial discrimination in entrepreneurship: a synthesis and conceptual framework //Journal of Small Business and Enterprise Development. – 2024. – Т. 31. – №. 5. – С. 950-975.

62 Cullen U. Sociocultural factors as determinants of female entrepreneurs' business strategies //Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies. – 2020. – Т. 12. – №. 1. – С. 144-167.

63 Osaghae O. G., Cooney T. M. Exploring the relationship between immigrant enclave theory and transnational diaspora entrepreneurial opportunity formation //Diaspora Governance and Transnational Entrepreneurship. – Routledge, 2021. – С. 128-147.

64 Jin X. et al. Network-diversification and trust-building strategies of transnational migrant entrepreneurs: evidence from African migrant entrepreneurs in South China //Ethnic and Racial Studies. – 2023. – Т. 46. – №. 7. – С. 1437-1455.

65 Yolaç S. An empirical study regarding entrepreneurship in Europe and central Asia //Procedia-social and behavioral sciences. – 2015. – Т. 195. – С. 1097-1103.

66 Cederberg M., Villares-Varela M. Ethnic entrepreneurship and the question of agency: the role of different forms of capital, and the relevance of social class //Journal of Ethnic and Migration Studies. – 2019. – Т. 45. – №. 1. – С. 115-132.

67 Kloosterman R. et al. Immigrant entrepreneurs: Venturing abroad in the age of globalization. – Oxford/New YorkBerg/University of New York Press, 2003.

68 Pathak S., Muralidharan E. Social inclusion and collective leadership for disadvantaged entrepreneurship: a theoretical perspective //Journal of Small Business & Entrepreneurship. – 2024. – Т. 36. – №. 4. – С. 651-674.

69 Tao Y., Essers C., Pijpers R. Family and identity: Intersectionality in the lived experiences of second-generation entrepreneurs of Chinese origin in the Netherlands //Journal of Small Business Management. – 2021. – Т. 59. – №. 6. – С. 1152-1179.

70 Portes A., Haller W. J., Guarnizo L. E. Transnational entrepreneurs: An alternative form of immigrant economic adaptation //American sociological review. – 2002. – Т. 67. – №. 2. – С. 278-298.

71 Kleinhempel J., Klasing M. J., Beugelsdijk S. Cultural roots of entrepreneurship: Evidence from second-generation immigrants //Organization Science. – 2023. – Т. 34. – №. 5. – С. 1800-1819.

72 Stoewe K. Entrepreneurship and integration in the global city: the cases of refugee-origin entrepreneurship in Birmingham and Cologne : дис. – University of Birmingham, 2022.

73 Kovály K. The Role of Ethnic Social Capital in the Operation of Entrepreneurs in Transcarpathia, Ukraine //Border and Regional Studies. – 2021. – Т. 9. – №. 3. – С. 129-156.

74 Kebede G. F. Social capital and entrepreneurial outcomes: Evidence from informal sector entrepreneurs in Ethiopia //The Journal of Entrepreneurship. – 2018. – Т. 27. – №. 2. – С. 209-242.

75 Shi H. X., Shepherd D. M., Schmidts T. Social capital in entrepreneurial family businesses: the role of trust //International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research. – 2015. – Т. 21. – №. 6. – С. 814-841.

76 Ram M., Jones T., Villares-Varela M. Migrant entrepreneurship: Reflections on research and practice //International Small Business Journal. – 2017. – Т. 35. – №. 1. – С. 3-18.

77 Jamaludin N. A. et al. Opportunity recognition in immigrant entrepreneurship through social capital and geographical proximity: A conceptual framework //Geografia. – 2020. – Т. 16. – №. 3.

78 Dana L. P. Religion as an explanatory variable for entrepreneurship //World encyclopedia of entrepreneurship. – Edward Elgar Publishing, 2011.

79 Light I., Bhachu P., Karageorgis S. Migration networks and immigrant entrepreneurship //Immigration and entrepreneurship. – Routledge, 2017. – С. 25-50.

80 Verver M., Roessingh C., Passenier D. Ethnic boundary dynamics in immigrant entrepreneurship: a Barthian perspective //Entrepreneurship & Regional Development. – 2020. – Т. 32. – №. 9-10. – С. 757-782.

81 Emma L. Cultural Nuances and Entrepreneurial Success: A Comparative Analysis of High-Trust and Low-Trust Societies. – 2024.

82 Toma C., Boroş S., Popa-Roch M. Paradoxes of diversity, equity and inclusion: from the lab to the social field //Frontiers in Psychology. – 2024. – Т. 15. – С. 1511223.

83 Cassarino J. P. The theories of ethnic entrepreneurship, and the alternative arguments of social action and network analysis. – 1997.

84 Tabaeva A. et al. The political economy of society and education in Central Asia: A scoping literature review //The PEER Network: Astana, Kazakhstan. – 2021.

85 Gomez C. et al. Immigrant entrepreneurs and community social capital: an exploration of motivations and agency //Journal of Small Business and Enterprise Development. – 2020. – Т. 27. – №. 4. – С. 579-605.

86 Herath S., Hickey P., Kozlovski E. The Policy Paradox: Bridging The Gap Between Ethnic Entrepreneurship And Immigrant Integration Policies //Business & Management Studies: An International Journal. – 2018. – Т. 6. – №. 3. – С. 551-569.

87 Lassalle P. et al. Migrant entrepreneurship and markets: The dynamic role of embeddedness in networks in the creation of opportunities //Industrial Marketing Management. – 2020. – Т. 91. – С. 523-536.

88 Engelen E. How innovative are Dutch immigrant entrepreneurs? Constructing a framework of assessment //International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research. – 2002. – Т. 8. – №. 1/2. – С. 69-92.

89 Jones T., Ram M. Immigrant entrepreneurship in world-historical perspective: a transitional phenomenon? //The Palgrave Handbook of Minority Entrepreneurship. – 2021. – С. 195-221.

90 Castles S., Miller M. J. The Age of Migration: International Population Movements in the Modern World.

91 Lee E. S. A theory of migration //Demography. – 1966. – T. 3. – C. 47-57.

92 De Haas H. The internal dynamics of migration processes: A theoretical inquiry //Journal of ethnic and migration studies. – 2010. – T. 36. – №. 10. – C. 1587-1617.

93 Ram M., Jones T., Villares-Varela M. Migrant entrepreneurship: Reflections on research and practice //International Small Business Journal. – 2017. – T. 35. – №. 1. – C. 3-18.

94 Peredo A. M. et al. Towards a theory of indigenous entrepreneurship //International Journal of Entrepreneurship and Small Business. – 2004. – T. 1. – №. 1-2. – C. 1-20.

95 Romero M., Valdez Z. Introduction to the special issue: Intersectionality and entrepreneurship //Ethnic and Racial Studies. – 2016. – T. 39. – №. 9. – C. 1553-1565.

96 Riddle L., Brinkerhoff J. Diaspora entrepreneurs as institutional change agents: The case of Thamel. com //International Business Review. – 2011. – T. 20. – №. 6. – C. 670-680.

97 Raijman R., Tienda M. Ethnic foundations of economic transactions: Mexican and Korean immigrant entrepreneurs in Chicago //Ethnic & Racial Studies. – 2003. – T. 26. – №. 5. – C. 783-801.

98 Wauters B., Lambrecht J. Barriers to refugee entrepreneurship in Belgium: Towards an explanatory model //Journal of Ethnic and Migration Studies. – 2008. – T. 34. – №. 6. – C. 895-915.

99 Ramirez H., Hondagneu-Sotelo P. Mexican immigrant gardeners: entrepreneurs or exploited workers? //Social Problems. – 2009. – T. 56. – №. 1. – C. 70-88.

100 Min P. G., Bozorgmehr M. Immigrant entrepreneurship and business patterns: A comparison of Koreans and Iranians in Los Angeles //International migration review. – 2000. – T. 34. – №. 3. – C. 707-738.

101 Clark K., Drinkwater S. Enclaves, neighbourhood effects and employment outcomes: Ethnic minorities in England and Wales //Journal of Population Economics. – 2002. – T. 15. – C. 5-29.

102 Chand M., Ghorbani M. National culture, networks and ethnic entrepreneurship: A comparison of the Indian and Chinese immigrants in the US //International business review. – 2011. – T. 20. – №. 6. – C. 593-606.

103 Vershinina N., Barrett R., Meyer M. Forms of capital, intra-ethnic variation and Polish entrepreneurs in Leicester //Work, employment and society. – 2011. – T. 25. – №. 1. – C. 101-117.

104 Lai C. et al. Motivational mechanisms of ethnic minorities' social media engagement with mainstream culture //Journal of Multilingual and Multicultural Development. – 2022. – T. 43. – №. 5. – C. 387-403.

105 Lai C. The influences of different types of social media activities on ethnic minorities' acculturation //new media & society. – 2024. – T. 26. – №. 1. – C. 29-52.

106 Barwick C. Are immigrants really lacking social networking skills? The crucial role of reciprocity in building ethnically diverse networks //Sociology. – 2017. – Т. 51. – №. 2. – С. 410-428.

107 Barwick C. Labour or lifestyle? Understanding urban incorporation of European middling migrants //Global Networks. – 2022. – Т. 22. – №. 3. – С. 466-482.

108 Hofstra B. et al. Sources of segregation in social networks: A novel approach using Facebook //American Sociological Review. – 2017. – Т. 82. – №. 3. – С. 625-656.

109 Kindler M. Networking in contexts: qualitative social network analysis' insights into migration processes //Global Networks. – 2021. – Т. 21. – №. 3. – С. 513-528.

110 Zhou M. Ethnicity as social capital: Community-based institutions and embedded networks of social relations //Ethnicity, social mobility and public policy: comparing the US and UK. – 2005. – С. 131-159.

111 Basu A., Altinay E. The interaction between culture and entrepreneurship in London's immigrant businesses //International small business journal. – 2002. – Т. 20. – №. 4. – С. 371-393.

112 Aldrich H. E., Cliff J. E. The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective //Journal of business venturing. – 2003. – Т. 18. – №. 5. – С. 573-596.

113 Christou A., Kofman E. Gender and migration: An introduction //Gender and migration: IMISCOE short reader. – Cham: Springer International Publishing, 2022. – С. 1-12.

114 Sanders, Jimy, and Victor Nee. 1996. “Immigrant Self-Employment: The Family as Social Capital and the Value of Human Capital.” American Sociological Review 61: 231–249.

115 Borkowski M. et al. Networks and migrant entrepreneurship: Ukrainian entrepreneurs in Poland //Global migration, entrepreneurship and society. – Emerald Publishing Limited, 2021. – С. 161-176.

116 Welter F., Xheneti M. Incentives, values, and the creation of opportunities for action and interaction //The Routledge Handbook of Comparative Economic Systems. – Routledge, 2022. – С. 330-345.

117 Vershinina N., Cruz A. D. Researching migrant entrepreneurship communities: a reflection through collaborative (auto) ethnographies //International Entrepreneurship and Management Journal. – 2021. – Т. 17. – С. 507-526.

118 Essers C. et al. Navigating belonging as a Muslim Moroccan female entrepreneur //Journal of Small Business Management. – 2021. – Т. 59. – №. 6. – С. 1250-1278.

119 Carter T. F. Pulling back the curtain: On mobility and labour migration in the production of mega-events //Mega-Event Mobilities. – Routledge, 2016. – С. 28-44.

120 Binaisa N. Disharmonious diaspora: African migrants negotiate identity in Britain //Dismantling Diasporas. – Routledge, 2016. – С. 57-68.

121 Author: Ma, L. J. C., & Xiang, B. "Social Networks and the Integration of Migrants in Urban Areas: The Role of Bridging and Bonding Ties". Journal: Urban Studies, 2016. Volume: 53, Issue 5

122 Peters S., Finney N., Kapadia D. How is the benefit of mixed social networks altered by neighbourhood deprivation for ethnic groups? //Journal of Ethnic and Migration Studies. – 2019. – Т. 45. – №. 17. – С. 3283-3300.

123 Yue Z. et al. The role of social networks in the integration of Chinese rural–urban migrants: A migrant–resident tie perspective //Urban Studies. – 2013. – Т. 50. – №. 9. – С. 1704-1723.

124 De Haas, H., Castles, S., & Miller, M. J. (2019). *The age of migration: International population movements in the modern world*. Bloomsbury Publishing.

125 Тураева, А. Р. (2018). Когнитивные модели как база эргонимических комплексов. *Известия Чеченского государственного университета им. АА Кадырова*, (2), 106-109.

126 Laruelle, M. (2021). *Central Peripheries: Nationhood in Central Asia*. UCL Press.

127 Levitt, P. (2000). Migrants participate across borders: Toward an understanding of forms and consequences. *Immigration research for a new century*, 459-480.

128 Tilly, C. (2007, March). Trust networks in transnational migration. In *Sociological forum* (Vol. 22, No. 1, pp. 3-24). Oxford, UK: Blackwell Publishing Ltd.

129 Portes, A. (1995). *The economic sociology of immigration: Essays on networks, ethnicity, and entrepreneurship*. Russell Sage Foundation.

130 Light, I., & Gold, S. J. (2000). Ethnic economies*. Academic Press.

131 Farh, J. L., & Cheng, B. S. (2000). A cultural analysis of paternalistic leadership in Chinese organizations. In J. T. Li, A. S. Tsui, & E. Weldon (Eds.), Management and organizations in the Chinese context (pp. 84–127). Macmillan.

132 Wang, A.-C., Tsai, C.-Y., Dionne, S. D., & Cheng, B.-S. (2018). Benevolence and authority as WEIRDly unfamiliar: A multi-language meta-analysis of paternalistic leadership behaviors from 152 studies. *The Leadership Quarterly*,30(1),165–184. [https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2018.08.001]

133 Tsai, L. L. (2007). Adaptive informality: Informal institutions and entrepreneurship in rural China. *American Journal of Sociology*, 112(5), 1348–1395. https://doi.org/10.1086/512869

134 Weidenbaum, M. (1996). Ethnic Entrepreneurship and the Structure of the American Economy. In: M. B. L. D. (Ed.), The International Handbook of Economic Sociology.

135 Kontos, M. (2003). Migrant entrepreneurship support in Europe: a systematic literature review.

136 Liu, L., Liang, X., & Chunyu, Z. (2023). Exploring migrant entrepreneurship and innovation in ultraperipheral regions: An investigation on opportunity and necessity-driven entrepreneurship.

137 Webner, J. (1984). *Ethnic Entrepreneurs: A Comparative Study*. Journal of Business Venturing, 12(3), 257-274.

138 Бредникова, Н. А., & Паченков, В. В. (2000). *Этническое предпринимательство в России: Тенденции и проблемы*. Экономика и предпринимательство, 2(4), 56-67.

139 Садовская, Е. (2016). Международная миграция в Казахстане в период суверенитета. Казахстан Спектр, (1), 75.

140 Исабек, Б. Қ., Қозғамбаева, Г. Б. (2020). Қазақ диаспорасы және қазақ мәдени орталықтары. Вестник казнпу имени абая. Серия: Исторические и социально-политические науки, 4(67).

141 Есенов, К.А. (2021). Қазақстан және Азия мемлекеттері арасындағы аймақтық көші-қон (1991-2011 ЖЖ.). Journal of History/Habaršy Tarihi Seriâsy, 102(3).

ҚОСЫМШАЛАР

Қосымша А

Жергілікті этикалық комиссияның қорытындысы

«ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ»
КОММЕРЦИЯЛЫҚ ЕМЕС АКЦИОНЕРЛІК ҚОҒАМЫ
ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТ ДЕПАРТАМЕНТІ
ЖЕРГІЛІКТІ ЭТИКАЛЫҚ КОМИТЕТ

ЖЭК
ЛЭК

НЕКОММЕРЧЕСКОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО
«КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ»
ДЕПАРТАМЕНТ ПО НАУКЕ И ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ЛОКАЛЬНЫЙ ЭТИЧЕСКИЙ КОМИТЕТ

№ 593
Алматы қаласы

№ _____
город Алматы

Заключение Локального Этического комитета

1.	ФИО докторанта	Имашева Жұлдыз Амангелдіқызы
2.	Специальность (образовательная программа) докторантуры	«8D03101 – Социология»
3.	Период обучения в докторантуре	2017 – 2020
4.	Тема диссертации, дата утверждения	Социологический анализ этнического предпринимательства в крупном городе: кейс г.Алматы, 31.10.2017
5.	Данные о научных консультантах - Ф.И.О. (при его наличии), должности и места работы, ученые степени, гражданство	Сесилия Мендживар, доктор PhD, профессор, Университет Калифорнии в Лос-Анджелесе, США Cecilia Menjívar , Department of Sociology, UCLA, USA, PhD, Professor.
6.	Объекты исследования	1. Жители города Алматы: 525 респондентов в возрасте от 18 до +70 лет. 2. Мигранты, представляющими группу этнических предпринимателей.
7.	Нарушения в процессе планирования, оценки, отбора и проведения научных исследований	Не выявлены
8.	Нарушения в процессе распространения результатов научных исследований	Не выявлены
9.	Каким образом проводилась защита прав, безопасности и благополучия объектов исследования (в случае наличия объектов живой природы и среды обитания)?	Согласно принципам биоэтики
10	Номер одобрения	IRB – A1661
11	Дата одобрения исследования	29.05.2025

Председатель ЛЭК _____ Усатаева Г.М.

Секретарь ЛЭК _____ Шаухарова М.А.

Қосымша Ә

Сұраудың бағдарламасы

Тақырыбы: Алматы тұрғындарының мигранттарға және басқа этнос өкілдеріне көзқарасы.
Зерттеу мәселесі: Жаһандану, көші-қон ағынының өсуі және этномәдени әртүрлілік жағдайында этносаралық қарым-қатынас мәселесі ерекше маңызды болып отыр. Алматы – түрлі ұлт өкілдерінен ұратын білікті мамандарды, студенттерді және кәсіпкерлерді тартатын Қазақстандағы ең ірі мегаполис. Дегенмен, жаңадан келгендердің интеграциясы оң бейімделумен де, этносаралық қатынастардағы шиеленіспен де қатар жүруі мүмкін.
Осыған байланысты алматылықтардың көші-қонға деген көзқарасын, басқа этнос өкілдерімен араласуға дайындығын және ықтимал қауіптерді қабылдауын зерттеу маңызды.
Зерттеу объектісі мен пәні
Зерттеу объектісі – Алматы қаласындағы әлеуметтік көзқарастар мен ұлтаралық қатынастар.
Зерттеу пәні – алматылықтардың басқа этнос өкілдеріне көзқарасы, көші-қон, этносаралық өзара әрекеттестік және интеграция.
Зерттеудің мақсаты мен міндеттері
Алматы тұрғындарының қаланы басқа этнос өкілдеріне көші-қон және бизнес үшін ұсынуға дайындық деңгейін анықтау, этносаралық өзара іс-қимылға, ықтимал шиеленіс факторларына және толеранттылық дәрежесіне деген көзқарасты анықтау.
Міндеттері:
1. Тұрғындардың Алматыны мигранттарға (жұмыс және бизнес үшін) ұсынуға дайындығының деңгейін өлшеу.
2. Ұлтаралық шиеленісті тудыруы мүмкін факторларды анықтау.
3. Әртүрлі этнос өкілдеріне сенім деңгейін бағалау.
4. Әртүрлі салалардағы (отбасы, жұмыс, білім және т.б.) этносаралық өзара әрекеттестіктің қолайлылығын зерттеу.
5. Этноцентристік және көпмәдениетті пайымдаулармен келісуіне талдау жасау.
Негізгі ұғымдарды түсіндіру
Этникалық – жалпы мәдени және тілдік белгілері бойынша біріккен адамдардың тарихи қалыптасқан тұрақты қауымдастығы.
Мигрант – басқа аймаққа немесе елге тұрақты немесе уақытша қоныс аударған адам.
Этносаралық шиеленіс – әртүрлі этникалық топтардың өкілдері арасындағы ықтимал немесе нақты қақтығыс жағдайы.
Толеранттылық – адамдар арасындағы мәдени, діни, тілдік және басқа да ерекшеліктерді қабылдауға және құрметтеуге дайын болу.
Зерттеу гипотезалары:
1. Алматылықтардың көпшілігі өзге этнос өкілдеріне, әсіресе білікті мамандар мен кәсіпкерлерге оң көзқараспен қарайды.
2. Этносаралық шиеленістің ең үлкен қауіп факторлары әлеуметтік теңсіздік және интеграциялық механизмдердің жоқтығы болып табылады.
3. Алматылықтар негізінен жұмыс пен білім саласында ұлтаралық қарым-қатынасқа дайын, бірақ отбасылық және жеке қарым-қатынас мәселелерінде толеранттылық танытпайды.
4. Білім деңгейі жоғары адамдар этностық толеранттылықтың жоғары деңгейін көрсетеді.
Зерттеу әдісі
Әдіс – стандартталған сауалнама көмегімен сауалнама.
Форма – жеке сұрақ қою
Құралдар жинағы жабық, масштабты және бірнеше сұрақтарды қамтиды.
Іріктеу
Үлгі түрі: стратификацияланған, кездейсоқ
Жалпы халық: Алматы қаласының ересек тұрғындары (18+)
Іріктеме көлемі: 526 респондент
Стратификация: жынысы, жасы, білім деңгейі, тұрғылықты жері бойынша

Қосымша Б

Сұраудың сауалнамасы

Блок 1.

1. Жынысыңызды көрсетіңіз:

1. Әйел
2. Ер

2. Жасыңызды көрсетіңіз:

1. 18 – 24
2. 25 – 34
3. 35 – 44
4. 45 – 54
5. 55 – 64
6. 65 жастан жоғары

3. Тұратын аймағыңызды көрсетіңіз:

1. Алатау ауданы
2. Алмалы ауданы
3. Әуезов ауданы
4. Бостандық ауданы
5. Жетісу ауданы
6. Медеу ауданы
7. Наурызбай ауданы
8. Түрксіб ауданы

4. Ұлтыңызды көрсетіңіз:

1. Қазақ
2. Орыс
3. Басқа

5. Қай жерде тұратыныңызды көрсетіңіз:

1. Алматы қаласы
2. Алматы маңындағы елді мекендер

6. Біліміңізді көрсетіңіз:

1. Орта мектеп аттестаты
2. Колледж дипломы
3. Жоғары білім (бакалавр)
4. Магистр дәрежесі
5. PhD, ғылым кандидаты немесе ғылым докторы дәрежесі

7. Еңбек жағдайыңызды көрсетіңіз:

1. Жұмыс істейді – өзін-өзі жұмыспен қамтыған (ЖК, ЖШС)
2. Жұмыс істейді – мемлекеттік қызметші
3. Жұмыссыз
4. Студент
5. Басқа (нақтылаңыз)

8. Табыс деңгейіңізді көрсетіңіз:

1. 50.000 – 100.000 теңге
2. 101.000 – 200.000 теңге
3. 201.000 – 300.000 теңге
4. 301.000 – 400.000 теңге
5. 401.000 – 500.000 теңге
6. 501.000 – 600.000 теңге
7. 601.000 – 700.000 теңге
8. 701.000 – 1.200.000 теңге
9. 1.200.000 теңгеден жоғары

Блок 2.

1. Сіз Алматы қаласына басқа ұлт өкілдеріне (білікті мамандардың ішінен) көшуге кеңес бересіз бе, онда «1» - мен ешқандай жағдайда ұсынбаймын, «10» - мен сенімді түрде ұсынамын. Қажетті санды дөңгелектеңіз.

2. Сіз Алматы қаласын басқа ұлт өкілдеріне осында көшіп келуге, бизнес құруға ұсынасыз ба, мұнда «1» - ешбір жағдайда ұсынбаймын, «10» - сенімді түрде ұсынамын. Қажетті санды дөңгелектеңіз.

3. Сіздің ойыңызша, аталған факторлардың қайсысы ұлтаралық шиеленістердің туындауына көбірек себеп болуы мүмкін? (4 жауаптан артық емес)

1. Оқу орындарына үштілділікті енгізу
2. Бизнестегі этникалық бәсеке
3. Жұмыс орындары үшін этникалық бәсекелестік
4. Мемлекеттік басқарудағы кадр саясаты
5. Бақыланбайтын көші-қон
6. Қоғамдағы діндарлық
7. Басқа (көрсетіңіз_____

99. Маған жауап беру қиын

4. Сіз келесі мәлімдемелермен келісесіз бе?

	Толықтай келісемін	Жартылай келісемін	Айту қиын	Жартылай келіспеймін	Мүлдем келіспеймін
Өз ұлтының адамдарын ойлағанда, мақтаныш сезімі кернейді	5	4	3	2	1
Өз ұлтыңыздың адамдарының ортасында басқаларға қарағанда өзіңізді жайлы сезінесіз	5	4	3	2	1
Мен өз ұлтымның адамдарына ғана сенемін	5	4	3	2	1
Елімізге осында мәңгілік қалып, өмір сүргісі келетін мигранттар ғана керек	5	4	3	2	1
Елге тек ақша табу үшін келген, мұнда тұрақты тұрғысы келмейтін мигранттар ғана керек	5	4	3	2	1
Еліміздегі ең табысты бизнесті титулды ұлт өкілдері жасайды	5	4	3	2	1
Мен барлық ұлт өкілдеріне сенемін	5	4	3	2	1
Басқа этностардың (титулды ұлттан басқа) адамдарына Қазақстанда бизнес құру және/немесе жүргізу оңайырақ.	5	4	3	2	1

5. Төмендегілердің қайсысы жеке өзіңіз үшін қолайлы? (әр жолға бір жауап)

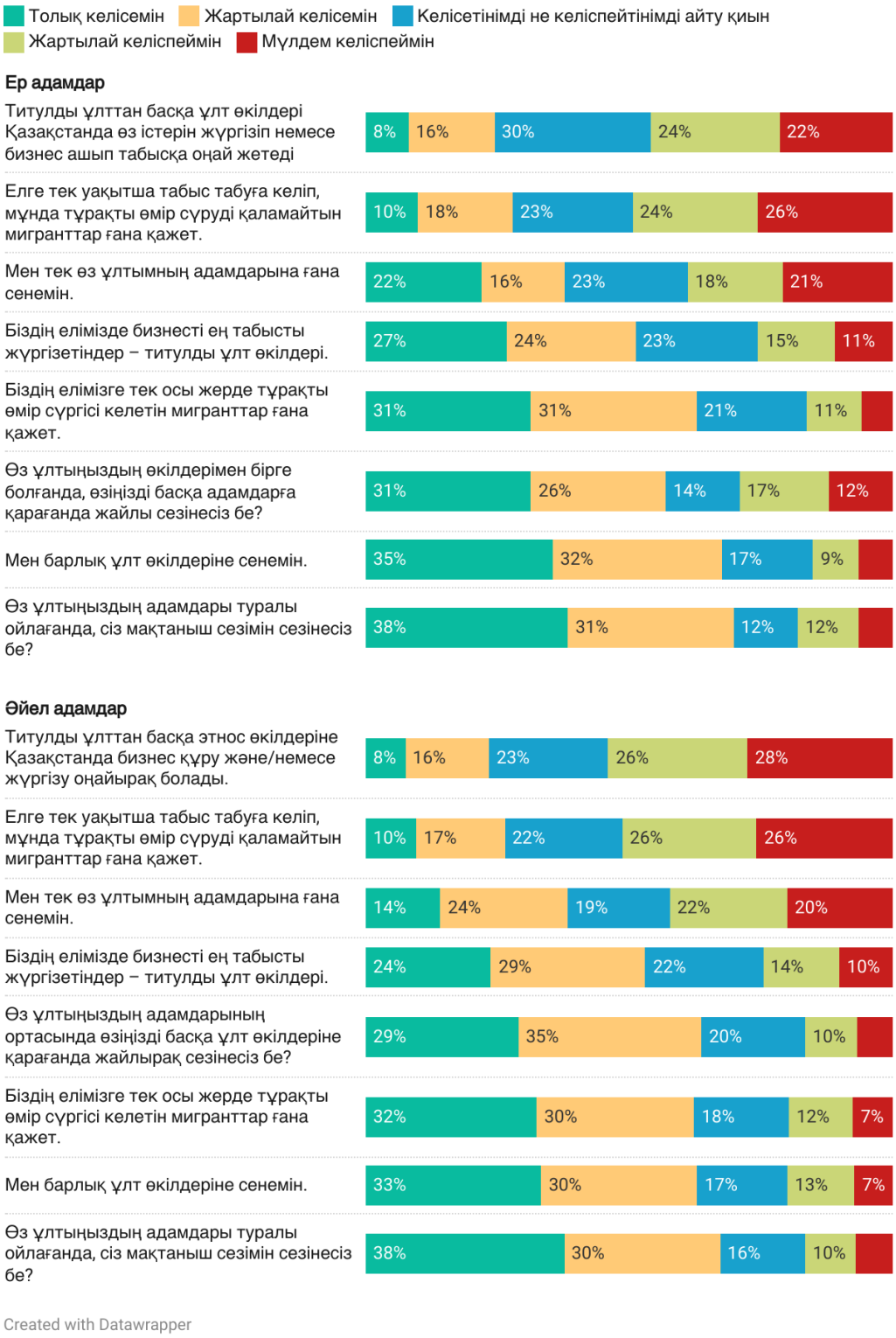
	Қолайлы	Қолайлы емес	Ж/Қ
1. Басқа ұлт өкілімен неке	1	2	99
2. Басқа этнос өкілдерімен бірлескен кәсіптің болуы	1	2	99
3. Басқа этнос өкілдерімен достық қарым-қатынас	1	2	99
4. Басқа этнос өкілдерімен бірге оқу	1	2	99
5. Басқа этнос өкілдерімен көршілес тұру	1	2	99
6. Басқа этностардың әріптестерімен топта жұмыс істеу	1	2	99
7. Мен олардың өз елімде өмір сүргенін қаламаймын	1	2	99

6. Ұсынылған 3-2-1-0-1-2-3 қатарындағы, сіздің ойыңызша, біздің елдегі мигрант-кәсіпкердің жеке сапасын неғұрлым дәл анықтайтын санды дөңгелектеңіз? (Әр жол үшін БІР жауап опциясын таңдаңыз)

1	Әдепті	3	2	1	0	1	2	3	Әдепсіз
2	Бай	3	2	1	0	1	2	3	Кедей
3	Адал	3	2	1	0	1	2	3	Арам
4	Мейірімді	3	2	1	0	1	2	3	Қатыгез
5	Достық	3	2	1	0	1	2	3	Дұшпандық
6	Жағымды	3	2	1	0	1	2	3	Жағымсыз
7	Тез	3	2	1	0	1	2	3	Жәй

Қосымша В

Сіз келесі мәлімдемелермен келісесіз бе?



Қосымша Г

Этносаралық сенім мен қатынастарға байланысты корреляциялық және қатынастық талдау нәтижелері

Қатынас түрі	Мен барлық ұлт өкілдеріне сенемін	Мен тек өз ұлт өкілдеріне сенемін
Басқа этнос өкілімен некеге тұру	,616**	,396**
	,000	,000
Басқа этнос өкілдерімен бірлескен бизнес жүргізу	,208**	–,193**
	,000	,000
Басқа этнос өкілдерімен достық	,195**	–,168**
	,000	,000
Басқа этнос өкілдерімен бірге оқу	,298**	–,250**
	,000	,000
Басқа этнос өкілдерімен көрші болу	,136**	–,109*
	,002	,012
Басқа этнос өкілдерімен бірге бір ұжымда жұмыс істеу	,173**	–,213**
	,000	,000
Олар менің елімде тұрмаса екен деп ойлаймын	,159**	–,166**
	,000	,000

Қосымша Д

Қатынас түрі	Қазақтар	Орыстар	Ұйғырлар	Басқалар
Сабырмен	1.227	1.368	1.713	1.344
Ізгі ниетпен	0.735	0.438	0.375	0.312
Төзімділікпен	0.280	0.302	0.214	0.270
Жанашырлықпен	0.102	0.000	0.054	0.063
Жек көрушілікпен	–0.108	–0.039	–0.054	–0.189
Сақтықпен	–0.102	–0.184	–0.108	–0.146
Бейжайлықпен	–0.124	–0.284	–0.214	–0.292
Жауап беруге қиналамын	0.000	0.000	0.000	0.000

Қатынас түрі	Қазақтар	Орыстар	Ұйғырлар	Басқалар
Сабырмен	40,9%	45,6%	57,1%	44,8%
Ізгі ниетпен	**24,5%**	14,6%	12,5%	10,4%
Төзімділікпен	14%	**15,1%**	10,7%	13,5%
Жанашырлықпен	3,4%	0%	1,8%	2,1%
Жек көрушілікпен	3,6%	1,3%	1,8%	**6,3%**
Сақтықпен	5,1%	**9,2%**	5,4%	7,3%
Бейжайлықпен	6,2%	14,2%	10,7%	**14,6%**
Жауап беруге қиналамын	2,3%	0%	0%	1%

Қосымша Е

Тереңдетілген сұхбаттың бағдарламасы

Тақырыптың өзектілігі: Этникалық азшылықтардың кәсіпкерлік мінез-құлқының теориялық және эмпирикалық зерттеулерде айтарлықтай назарға алынатын аспектілерінің бірі бизнесті бастау шешімі болып табылады. Экономикалық теоретиктер пайда табу мотивінің тәуекел мен белгісіздікке толы динамикалық экономика жағдайында кәсіпкерлікті ынталандырудағы маңызын атап өтеді (Cantillon, 1755; Knight, 1921). Басқа теоретиктер бұл шешімге экономикалық емес себептерді де қосуға тырысты. Shapero (1971) бизнесті бастау мен компания құруға әсер ететін төрт факторды көрсетеді: сыртқы серпін (мысалы, қысқарту немесе мәжбүрлі көші-қон), әрекет етуге бейімділік (психологиялық қасиет), сенім мен әлеуметтік қабылдаушылық, сондай-ақ қаржылық және техникалық ресурстардың болуы. Бірінші фактор «итермелеуші», ал қалған үшеуі «тартушы» факторлар. Шумпетердің (1934) пікірінше, кәсіпкерлік белсенділік инновациялармен байланысты жаңа өнімдер мен процестерді енгізу, жаңа институттық тетіктерді қолдану немесе жаңа нарықтар мен жеткізу көздерін игеру. Мұндай белсенділік пайда не жеке мақсаттармен, мысалы, өз ісін басқаруға ұмтылу немесе жаңа нарықтарға шығу ниетімен түсіндірілуі мүмкін. Аустер мен Олдрич (1984) экономикалық себептермен қатар этникалық азшылықтардың еңбек нарығында кемсітушілікке ұшырап, өзін-өзі жұмыспен қамту мен шағын бизнеске бет бұруына итермелейтін әлеуметтік алалаушылықтың рөлін атап көрсетті. Этникалық кәсіпкерлік теориялары адамның этникалық тегі немесе азшылық мәртебесі бизнесті бастау шешіміне әсер ететінін көрсетеді. Осы зерттеудің басты сұрақтары:

- Қазақстандағы этникалық азшылықтардың кәсіпкерлік қызметінің ерекшеліктері қандай?
- Олардың кәсіпкерлік стратегиялары мен күнделікті әлеуметтік өзара әрекеттестік тәжірибесі қандай?
- Иммигрант кәсіпкерлер қандай құқықтық, әлеуметтік және этномәдени кедергілермен бетпе-бет келеді?
- Этникалық кәсіпкерліктің гендерлік қыры қандай?
- Кәсіпкерлер қандай бейресми әлеуметтік байланыстарды сақтап отыр?

Операционализация. Бұл диссертациялық зерттеуде этникалық кәсіпкерлік этникалық азшылықтар мен диаспоралардың өзге этномәдени ортада ұлттық мәдени дәстүрлерге сүйене отырып, белгілі бір іскерлік ережелер аясында жүзеге асыратын кәсіпкерлік қызметі ретінде қарастырылады. Capotorti (1991:568) этникалық азшылықты «мемлекет халқының сан жағынан аз тобын құрайтын, этникалық, діни немесе тілдік ерекшеліктерімен дараланатын, мәдениеті мен дәстүрін сақтауға ұмтылатын азаматтар» ретінде анықтайды. Waldinger (1990a:3) бойынша, этникалық кәсіпкерлік ортақ ұлттық немесе көші-қон тәжірибесі бар адамдар арасындағы өзара әрекеттестік үлгілері мен байланыстар жиынтығы. Этникалық кәсіпкерлік көші-қонмен тығыз байланысты, тарихи қалыптасқан құбылыс. Мысалы, АҚШ-та 1880 жылдан бері шетелдіктер шағын бизнесте кеңінен көрініс тапқан (Barrett, 1996).

Зерттеу міндеттері:

1. Алматы қаласындағы этникалық кәсіпкерліктің ерекшеліктерін анықтау;
2. Этникалық кәсіпкерліктің қазіргі көріністерін талдау;
3. Этникалық кәсіпкерлердің іскерлік тәжірибесі мен табысқа жету практикасын салыстыру;
4. Миграция алдындағы, көші-қон кезіндегі және кейінгі тәжірибені зерделеу;
5. Этникалық кәсіпкерлердің жеке және экономикалық әл-ауқатқа жету стратегияларын талдау;
6. Этникалық тауарлар мен қызметтер нарығындағы монополия немесе артықшылық құқығын анықтау.

Зерттеу әдіснамасы. Этникалық кәсіпкерлікті зерттеу барысында социомәдени (көпфакторлы) талдау қолданылады. Негізгі теориялық бағыттар:

1. Социобиологизм (туа біткен қабілеттер мен бейімділіктерге негізделеді В.Зомбарт, т.б.);
2. Моролизм (қоғамның діни немесе мәдени ерекшеліктеріне негізделген моральдық қасиеттерге сүйенеді);
3. Маргинализм (Чикаго мектебінің әлеуметтік-экологиялық қалалық құрылым үлгісі).

Батыс әлеуметтануында этникалық кәсіпкерлік бір этникалық топ немесе ортақ көші-қон тәжірибесі бар адамдар арасындағы байланыстың және өзара әрекет үлгілерінің жүйесі ретінде қарастырылады.

Теориялық модельдер:

1. Интерактивтік модель (interactive model);
2. Аралас ендірілген модель (mixed embeddedness model).

Зерттеудің көрнекті өкілдері. Роджер Уолдингер, Ховард Олдрич, Робин Уорд. Олар кәсіпкерліктің табыс кілтін этникалық құрылымдар мен мүмкіндіктер құрылымы арқылы түсіндіреді. Иммигранттардың кәсіпкерлікке бейімділігі көбіне:

- Қиындықтар мен шектеулердің ықпалымен қалыптасады;
- Отбасы мүшелері мен этникалық қауымнан жұмыс күшін жұмылдыруға негізделеді.

Зерттеу әдісі. Алматы қаласындағы этникалық кәсіпкерліктің дамуына әсер ететін факторларды талдау үшін сапалық әдіснама (глубинные интервью) қолданылады.

Интервью барысында этникалық желілердің бар-жоғы, кәсіпкерлік қызметтің даму жағдайлары мен кедергілері зерттеледі. Респонденттер «қар көшкіні» (snowball sampling) әдісімен таңдалады. Бұл сенімді және құпия деректер алу үшін жалғыз тиімді әдіс.

Зерттеу «Зеленый базар» базарында өткізілген тереңдетілген нарративтік интервьюлерге негізделген. Тәжік кәсіпкерлерінің саудасы посткеңестік трансформация мен қалалық құрылымның өзгеру нәтижесі. Зерттеу отбасының және туыстық желілердің бейресми нарықтағы табысқа жетудегі маңызын, коэтникалық байланыстардың әлсіздігін көрсетті. Үш түрлі сценарий мысалында этникалық және отбасылық кәсіпкерлік түрлері сипатталады: әкенің ісін жалғастыру, отбасынан қолдау алмаған кәсіпкер және туыстардың көмегіне сүйеніп бизнес жүргізуші.

Қосымша Ж

Этникалық кәсіпкерлермен терең сұхбатқа арналған сценарий

Интервью №	Респонденттің аты-жөні:
Жынсы:	Жасы:
Өткізілген орыны:	Интервью жүргізу ұзақтылығы:
Респондент этносы:	Жүргізілу орыны:

Кіріспе: Сәлеметсіз бе, менің атым Жұлдыз Имашева. Менің диссертациялық жұмысым болып табылатын сұхбатқа қатысуға келісім бергеніңіз үшін рахмет. Зерттеу жұмысы аясында кәсіпкерлікпен айналысатын, жеке кәсібі бар өзге этнос өкілдерінің өмірін, атап айтқанда, сіздің бизнесіңіздің ерекшеліктерін білгім келеді. Осы зерттеу нәтижесінде алынған барлық ақпарат қатаң құпия болып қалады және тек ғылыми мақсатта пайдаланылады. Әңгімелесу расталғаннан кейін сіздің атыңыз және сізді анықтай алатын басқа деректер есепте немесе басқа құжаттарда көрсетілмейді. Бұл өз пікіріңізді ашық айта алатыныңызды білдіреді.

Рұқсат етсеңіз, әңгіміміз маған көмекші құрал қызметін атқаратын диктофонға жазылады. Тек мен бұл жазбалармен жұмыс істеймін, олар ешкімге көрсетілмейді. Маған жазбалар керек, өйткені оларсыз әңгіміміз бен сіздің мәлімдемелеріңізді еске түсіру қиын болады. Сұрақтарыңыз болмаса, сұхбатты бастай аламыз.

1	Өзіңіз туралы қысқаша айтып беріңізші. Ескерту: сұрақтың мақсаты респондент туралы жалпы ақпаратты білу: жынысы, жасы, ұлты, отбасылық жағдайы, балалары бар-жоғын, қайдан келгенін, қандай білім алғанын білу.	
«Білімі бар» - №2 ауысу		«Білімі жоқ» - №4 ауысу
2	Сіз өз еліңізде өз салаңызда жұмыс жасадыңыз ба?	Қанша уақытқа? Неліктен бас тарттыңыз?
3	Қазақстанға көшкеннен кейін өз мамандығыңыз бойынша жұмысқа тұруға талпындыңыз ба? Ескерту: еңбек саласында кемсітушілік бар-жоғын анықтау.	Егер «иә» болса: неге жұмысты жалғастырмадыңыз? «Жоқ» болса: неліктен?
4	Қазақстанға көшу туралы шешіміңіз туралы айтып беріңізші. Ескерту: бейімделу дәрежесін, отбасының сақталуын анықтау	Бұл отбасылық шешім болды ма, әлде сіздің жеке шешіміңіз бе? Сіздің отбасыңыз сізбен бірге көшті ме?
5	Кәсібіңіз туралы қысқаша айтып беріңізші (сіз тауарларды қайдан әкелесіз, неліктен дәл осы өнім түрі, сіз оны ең тиімді деп санайсыз ба)?	
6	Қазақстанда бизнесіңізді қалай бастағаныңыз туралы айтып беріңізші? Қандай қиындықтарға тап болдыңыз? Ескерту: Қазақстандағы этникалық кәсіпкерлер үшін кедергілерді анықтау	
7	Сіз бұл бизнесті өз еліңізде жасадыңыз ба? Ескертпе: бизнес тәжірибеңіз бар-жоғын біліу.	Егер иә болса: қаншалықты сәтті? Егер жоқ болса: Неліктен онымен айналыспадыңыз?

8	Қазақстанда бизнес ашқан кезде қаржылық қолдау қажет болды ма? Бұл үшін сізге көп ақша керек пе? Ескерту: қаржылық жоспарда отбасын қолдау деңгейі, Қазақстандағы кәсіпкерлік белсенділіктің болуы.	Егер солай болса, бұл көмекті туыстары жасады ма? Егер жоқ болса, мұндай ақшаны қалай жинадыңыз?
9	Айтыңызшы, сіз неліктен бұл жұмыс түрін таңдадыңыз?	
10	Сіздің ұлтыңыздың, туған жеріңіздің адамдарының бұл кәсіппен айналысуға мүмкіндіктері көбірек деп ойлайсыз ба? Ескертпе: Сұрақтың мақсаты – этникалық топтың жергілікті тұрғындардан артықшылығы бар деп санайтынын анықтау (этникалық бейімділік, тауарларға қол жеткізу).	
11	Сіздің бизнесіңізде отбасыңыз көмектеседі ме? Сіз отбасы мүшелері арасында жауапкершілікті қалай бөлесіз? Сіздің жұбайыңыздың рөлі қандай? Ескерту: Қазақстандағы этникалық кәсіпкерлік отбасылық бизнес болып табыла ма, жоқ па анықтау. Бизнестің гендерлік ерекшеліктерін зерттеу.	
12	Сіздің бизнесіңізде отбасыңыз көмектеседі ме? Сіз отбасы мүшелері арасында жауапкершілікті қалай бөлесіз? Сіздің жұбайыңыздың рөлі қандай? Ескерту: бизнесіңіздің бағасын білу: егер олар табысты деп тапса, балаларын ынталандырады ма? Әйтпесе, оларға басқа білікті жұмыс беруге тырысады ма?	
13	Қазақстанда сіздің жеке ортаңыз бар ма? Сізбен жұмыс істеу үшін кімді таңдар едіңіз? 1) Ұлты басқа, бірақ осы салада тәжірибесі бар адам. 2) Сіздің ұлтыңыздың, бірақ тәжірибесі жоқ адам. 3) Тек сіздің жақын ортаңыздан, отбасыңыздан адам.	
14	Сіздің кәсіптік табысыңыз сізге: 1) Сақтау, бір жаққа қою; 2) Саяхат; 3) Өз еліңіздегі туыстарыңызға ақша жібересіз бе?	
15	Мұнда жылжымайтын мүлкіңіз бар ма?	
16	Басқа кәсіп ашқыңыз келе ме? Немесе басқа сауда нүктелерін ашу керек пе? (Егер бұл сатушы болса, олар өз бизнесін ашуды жоспарлап жатыр ма?)	
17	Мұнда тұрудың ең маңызды проблемалары қандай? Ескерту: Сұрақтың мақсаты қауіпсіздік деңгейін, сенімін, сыбайлас жемқорлық пен қылмыс деңгейін және т.б. білу	
18	Сіздің бизнесіңізге келетін болсақ, әңгімелесу барысында айтылмаған, бірақ сіз қосқыңыз келетін / айтқыңыз келетін тағы бір нәрсе бар ма?	

Қосымша 3

Этникалық кәсіпкерлермен жүргізілген тереңдетілген сұхбаттың транскрипттері

Интервью №1	Имя респондента: Навзар
Пол: муж	Возраст: 52
Место проведения: Зеленый базар	Продолжительность: 2 часа

Кодовая тема	**Цитата из интервью**	**Аналитическая интерпретация**
Мотивы выбора Казахстана	"Здесь мне было легче адаптироваться: мы с вами одной веры, менталитет схожий. Люди здесь гостеприимные, уважительные. Когда чувствуешь, что «свои», намного легче начинать новое дело."	Выбор Казахстана объясняется схожестью менталитета, религии и культурных традиций. Это облегчает адаптацию и способствует началу бизнеса, создавая ощущение «дома» и доверия. Такой выбор — пример культурной близости и поддержки.
Семейная поддержка	"Семья мне очень помогает. В основном, они занимаются подготовкой товаров, сушат курагу, выращивают плоды."	Семья является основным ресурсом для предпринимателя. Семейная поддержка важна для стабильности бизнеса, обеспечивая помощь в производственных и операционных процессах, что способствует устойчивости на рынке.
Проблемы с языком	"Иногда язык трудно было понимать... казахский не получилось изучить, но я русский до переезда хорошо знал."	Языковой барьер — это одна из основных проблем, с которой сталкивается предприниматель. Несмотря на хорошие знания русского языка, трудности с казахским остаются значимыми. Это может ограничивать коммуникацию и взаимодействие.
Отношение к расширению бизнеса	"Я не стремлюсь к расширению. Мои братья хотят увеличивать свои торговые точки, а я решил оставаться на одном месте."	Предприниматель не ориентирован на быстрый рост или расширение бизнеса, предпочитая стабильность и комфорт работы на одной точке. Это также отражает его личные ценности и предпочтения в жизни и бизнесе.
Роль семьи в бизнесе	"Мы все привозим с Таджикистана, я сам выращиваю, у меня 6 дерево абрикоса есть. Здесь мне хорошо."	Семья активно участвует в производственном процессе (выращивание фруктов), а также в логистике. Это позволяет предпринимателю оставаться независимым и минимизировать затраты. Семейный бизнес способствует укреплению стабильности.

Проблемы с бюрократией и разрешениями	"Очень много документов надо собрать, чтобы нормально работать. Это все может занять много времени и нервов."	Сложности с бюрократией и получением разрешений — это общая проблема для многих мигрантов, которая требует времени и усилий для адаптации. Здесь также заметна важность поддержания норм и законов в бизнесе.
Конкуренция и стратегия	"Конкуренция тоже сильная... чтобы выжить, нужно либо предложить что-то уникальное, либо продать дешевле, чем все остальные."	Предприниматель сталкивается с высокой конкуренцией, но его стратегия — поддержание качества и оптимизация процесса закупок, что позволяет ему выжить среди множества торговцев. Это отражает рациональный и адаптивный подход.
Отношение к клиентам и рынку	"Мы поддерживаем друг друга. Здесь, на базаре, всегда важно иметь хорошие отношения с коллегами... всегда взаимно подставляем друг друга."	На базаре важны не только коммерческие отношения с покупателями, но и поддержка среди коллег. Это помогает создать атмосферу доверия и взаимопомощи, что улучшает бизнес-позиции на рынке.
Влияние общины и этнической принадлежности	"Таджики выросли в культуре торговли... у нас есть родственники и знакомые на родине, с которыми мы можем наладить поставки без лишних посредников..."	Культурные и этнические связи с родиной играют важную роль в бизнесе, облегчая поставки товаров и минимизируя затраты. Это также позволяет создавать доверительные отношения с коллегами, что облегчает ведение дел.
Семейные ценности и отношения с детьми	"Я не заставляю, но объяснил детям, что образование важно. Сын сейчас помогает мне."	Важность образования для предпринимателя подчеркивается в отношениях с детьми. Он понимает ценность личных достижений, однако поддерживает и вовлекает детей в бизнес, что показывает долгосрочную преемственность и устойчивость.
План на будущее и роль детей в бизнесе	"Когда придет время на пенсию, на его имя счет открою. Пусть сам по себе работает."	Предприниматель думает о передаче бизнеса своему сыну. Это позволяет обеспечить преемственность и сохранить семейный бизнес в долгосрочной перспективе. Такой подход укрепляет семейную роль в бизнесе и социальной жизни.
Различие в подходах с братьями	"У меня есть несколько братьев, которые тоже занимаются торговлей, но их подход к делу немного отличается... они хотят расширять бизнес."	Разные подходы в бизнесе с братьями показывают разнообразие в предпринимательских стратегиях в одной семье. Это подчеркивает значимость личных предпочтений и различий в взглядах на развитие бизнеса и стабильность

Финансовая независимость и цели	"Доход хватает на всё необходимое. Я не стремлюсь к большому богатству, важно быть самодостаточным."	Предприниматель не стремится к максимальной прибыли или статусу, его приоритеты — самодостаточность, стабильность и поддержка семьи. Это отражает ценности и стиль жизни, ориентированный на комфорт и устойчивость.

И: Расскажите о себе:
Н: меня зовут Навзар, мне 52 года. Я здесь работаю почти 15 лет уже. До переезда в Казахстан, долгое время работал в Таджикистане. Преподавал в институте. Закончил технологический институт.
И: Почему именно в Казахстане решили продавать?
Н: До переезда в Казахстан я работал в России, но дорога туда была трудной. В Казахстане все оказалось гораздо ближе, и, конечно, удобно по расстоянию. Кроме того, здесь мне было легче адаптироваться: мы с вами одной веры, менталитет схожий. Люди здесь гостеприимные, уважительные. Когда чувствуешь, что «свои», намного легче начинать новое дело. Конечно, поначалу было непросто, но постепенно привык. Я сразу понял, что этот рынок — подходящий для меня. И я не ошибся. Плюс, из Казахстана удобно отправлять товар обратно в Таджикистан, и это тоже сыграло свою роль. Здесь есть все для комфортной работы и жизни. Кстати еще важно, мы же здесь с одной религией, мусульманские люди, менталитет похожий, и поэтому. И народ здесь гостеприимный, уважают когда приезжаешь. Когда «свои» уже легче.
И: За это время вы как-то расширили свой бизнес?
Честно говоря, за эти 14 лет я так и не решил расширять свой бизнес. Я предпочитаю работать на одном месте и, как говорится, делать свое дело хорошо. У меня есть одна точка, и мне этого хватает. Более того, я делю время между Казахстаном и Таджикистаном — 6 месяцев здесь, 6 месяцев там. Эта модель меня устраивает. Так я чувствую, что и на родине помогать семье могу, и здесь работать. В принципе, мне хватает того, что есть. Здесь мне хорошо, и я не стремлюсь к глобальным изменениям. Главное — стабильность и спокойствие. Моя семья и земля, где я выращиваю свои фрукты, — все это для меня главное. Мы все привозим с Таджикистана, я сам выращиваю, у меня 6 дерево абрикоса есть. Здесь мне хорошо.
Когда я только приехал, конечно были сложности, незнакомый город, там иногда ошибались дорогами, улицами, иногда язык трудно было понимать (иногда казахский разговаривал) иногда по русский. Ну казахский не получилось (изучить). Но я русский до переезда хорошо знал. Я был решительно настроен. Мне нужно было начать заново, без всякой поддержки или связей. Всё, что я знал — это то, что я умею работать с фруктооводством и сушкой сухофруктов. А что касается Казахстана, то я понимал, что язык и культура здесь мне знакомы. Но первое время было сложно. Я один приехал, без семьи, без каких-то подготовленных людей, которые могли бы мне помочь. Вначале был даже момент сомнений, когда дороги были незнакомыми, и мне было трудно найти нужные места на карте. Я не знал казахский язык, и это, конечно, создавало проблемы. Но в это время я полагался на русский — он выручал. Я уже хорошо знал его до переезда, и это мне помогло. Но всё же казахский для меня стал большой проблемой. Постарался учить, но никак не мог его освоить... наверное, уже слишком поздно было для этого
И: Какие сложности сейчас?
Н: Сейчас проблем нет. Всё стало намного проще, чем раньше. У нас есть аренда, мы привозим свои товары. Все вопросы решаются спокойно. В принципе, те, кто приезжают сюда работать, сталкиваются с теми же проблемами, с которыми сталкивался я. Но на самом деле здесь нет препятствий. Если человек решит работать, никто не скажет «нет». Всё зависит от желания и стремления. За 14 лет я ни разу не нарушал законов. Работал честно и по правилам. Проблемы с товаром тоже нет. Мы привозим всё, что нам нужно, и всё это всегда приходит вовремя.

И: Вы сказали, что у вас есть дети, скажите, они принимают участие в вашем бизнесе? Они имеют образование? Вы хотите передать свое дело им?

Н: Есть дети, 5-ро. У меня старшая дочка, а второй сын. Он здесь со мной работает. А самый младший в этом году только заканчивает институт.

Только один ребенок здесь, помогает. Жена – домохозяйка. На ней воспитание, вот это все, постирать, ухаживать, готовить. Да, семья мне очень помогает. В основном, они занимаются подготовкой товаров, сушат курагу, выращивают плоды. У нас есть земля, есть скот, всё это мы используем для расширения нашего бизнеса. Мы работаем как семья, и мне кажется, что это дает большую стабильность. Даже дети с удовольствием помогают — но это не значит, что я их заставляю. Все они знают, что если захочет — пусть работает. Если нет — значит, пойдет другим путем. Но, если честно, я всегда говорил своим детям, что образование и личные достижения важны, прежде чем работать. Сын, кстати, поначалу не хотел учиться, он сказал, что будет работать с нами. Я его не заставлял, но объяснил, что образование тоже важно. В итоге, он сейчас со мной, помогает. Он у меня с первого дня, как только закончил школу, работает. У нас еще есть другие братья, которые тоже занимаются торговлей. Мы друг другу всегда помогаем, и это очень важно. Это не просто бизнес, это также и крепкая семейная поддержка, которая помогает двигаться вперед.

И: Как вы им помогаете?

Н: Ну это мы всегда друг другу помогаем. Там у меня семья большая. Мы друг другу всегда помогаем. Например, если у него товаров не хватает, я, например оттуда отправляю им, а если здесь, тоже могу свое отдать, пока он ждет оттуда (Таджикистан) свои товары.

Никаких сложностей нет. Но у меня с товарами проблем не бывает. Когда сын ко мне приехал, он рядом стоял, пригласил, я делал как продавал, научил. Он когда приехал, не знал казахский язык, с нуля начал изучать.

Проблема может быть такая что товар есть, а поехать не с чем. Мне тогда брат старший помогал, родственники.

И: Как ваши дети связаны с вашим бизнесом?

Н: Я их не заставляю, но и не запрещаю если хочет торговать пусть работает. Если нет, то у нас может торговать.Когда придет время на пенсию выходить, на его имя счет открою. Пусть сам по себе работает. Некоторые деньги оставлю, на его бизнес. И пусть самостоятельно работает.

И: Вы говорили у вас братья, имеющие другие точки вне базара. расскажите более подробно про него

Н: *Да, у меня есть несколько братьев, которые тоже занимаются торговлей, но их бизнес отличается от моего. Они работают в других местах, и их подход к делу немного отличается. У каждого из них своя точка — например, в других районах Алматы, в торговых центрах, на оптовых рынках, а не на базаре, как у меня. У моего старшего брата, например, есть своя точка на оптовом рынке, где он продает не только сухофрукты, но и другие товары. Он ориентирован на крупные закупки и продажи. Его бизнес — это больше оптовая торговля, он работает с большими партиями, и у него есть постоянные покупатели, с которыми у него уже сложились долгосрочные отношения. Он, можно сказать, «старший бизнесмен», у него несколько точек, и он делегирует управление продавцами. Я часто помогаю ему, если ему не хватает товара или если есть проблемы с поставками. Младший брат работает в торговом центре. У него немного другой подход — он продает не только продукты, но и одежду, аксессуары. Он считает, что розничная торговля, особенно в торговых центрах, — это будущее, потому что там больше поток людей, и можно развиваться быстрее. Но мне, если честно, такой подход не совсем близок. Я предпочитаю стабильность и фокусироваться на том, что мне знакомо. И работать на одной точке, где все под рукой. Мы с братьями очень тесно общаемся, и, хотя у нас разные подходы, у нас есть одно общее — мы всегда поддерживаем друг друга. Я не раз помогал им с товаром, если что-то нужно было срочно. Например, если у них не хватало товара, я мог отправить им через знакомых из Таджикистана, а если у меня на рынке не хватало чего-то, они помогали*

мне. Мы всегда взаимно подставляем друг друга, и это очень важно, когда у тебя семья. Мы как одна команда.

И: планируете ли Вы как-то расширяться?

Н: Но если говорить о том, что меня отличает от моих братьев — то я не стремлюсь к расширению. Мои братья, наоборот, думают о расширении, они хотят увеличивать свои торговые точки и развивать бизнес. Я же решил оставаться на одном месте. Для меня главное — стабильность и комфорт, а не гонка за большим доходом. Каждый из нас нашел свой путь, и мне это устраивает.

И: Другие точки?

Н: на другие точки я не собираюсь. Зачем? Я уже привык работать здесь, на этом месте. И тут мне всё устраивает. В других районах города я, честно говоря, не стал бы работать. Да и квартира у меня рядом, недалеко от базара, хозяин хороший, как родной человек. Здесь живется спокойно, и для меня это главное. Работать здесь — и в этом месте мне легче, чем на другом конце города. В «Алтын-Орде» я был несколько раз, но там как-то не мое. Там далеко, и я понял, что не подходит мне такая работа. Здесь люди другие, коренные алмаатинцы. Они к нам с уважением относятся, и мне нравится, как здесь всё устроено. В Алтын-Орде — всё по-другому, поэтому я не хочу туда переходить. Я доволен тем, что у меня есть.

И: на что хватает ваш доход?

Н: Доход хватает на всё необходимое. Путешествовать я не люблю, но если вдруг захочу, то смогу поехать куда угодно. Главное — все расходы на семью я беру на себя. Обучение детей, жилье, все это я обеспечиваю. Но вот покупать себе жильё — это не в моих планах. Жить здесь нормально, и на этом мне достаточно. Я не стремлюсь к большому богатству, важно быть самодостаточным.

И: как идут дела у других продавцов?

Н: Я знаю многих, кто работает в других точках. Кто-то берет продавцов, кто-то нанимает работников. Но, честно говоря, я таких людей не понимаю. Мое дело — сам контролировать всё, сам продавать, а не нанимать кого-то. Я нацелен на то, чтобы работать честно и делать всё своим трудом. Многие, кто открывают несколько точек, нанимают людей, они просто как управляющие. Я их не осуждаю, но мне такая работа не по душе. Важнее быть рядом с товаром, видеть, как он продается, как люди реагируют. Если человек не разбирается в своем деле, ему сложно будет управлять бизнесом. Я не видел, чтобы кто-то из продавцов становился бизнесменом, они работают, а потом — всё. Они просто зарабатывают деньги, а остальное их не волнует.

Просто они боятся, что скажут что-то (неправду) а потом будут какие-то проблемы. Но я правду говорю, у меня наверно не будут никакие проблемы. Но есть и такие, кто открывает точку, нанимает кого-то. Это «старший бизнесмен» говорят таких. У них несколько точек, они просто регулируют. А их продавцы занимаются торговлей. Но они год, или 2 работают, они и не могут сказать (информативного). Они просто торгуют и ничего не знают (значит, процессом закупа, поиском поставщиков занимается непосредственно «старший бизнесмен»). Я не видел такого, чтобы человек продавцом работал, а потом стал сам бизнесменом. Просто работают временно, деньги зарабатывают (может за день 2,3 тысяч получить). Не обязательно работают на родственников, например, напишут обьявление, мне нужно продавец такой – то, и сумму. Ему (бизнесмену) выгодно же брать, кто дешевле работают, они их нанимают. Но это тоже люди с одного этноса, но может некоторые здесь берут людей (мигрантов кз).

И: Вы считаете, что у людей вашего этноса, людей с вашей родины есть больше возможностей заниматься именно этим делом?

Н: "Да, считаю, что у людей моего этноса и с моей родины есть определенные преимущества и возможности заниматься именно таким бизнесом, как я. Но, на самом деле, не только в этом деле, а вообще в торговле в Казахстане. Это связано с рядом факторов, которые идут от наших традиций, нашего менталитета и культурных особенностей. "Во-первых, мы, таджики, выросли в культуре торговли. Это не просто профессия для нас, а целая традиция. В Таджикистане еще с древних времен торговля была основным занятием. Наши предки

занимались торговлей по всей Центральной Азии, и это закрепилось в нашей культуре. Поэтому, когда я переехал в Казахстан, мне было не так сложно адаптироваться к рынкам, потому что я знал, как это работает. Я вырос в такой среде, где у нас была не только фермерская работа, но и активная торговля. Все родные занимались этим, и у нас всегда было много фруктов, которые сушились и продавались. Мы прекрасно понимали, как это делать, и даже навыки общения с людьми у нас были отработаны еще с детства. Мы учим своих детей всегда уважать труд продавца, учитывать интересы покупателя и работать честно. Во-вторых, в Казахстане сложилась такая ситуация, что многие мигранты, в том числе и таджики, находят свое место именно на базарах. Здесь в Алматы, например, на Зеленом базаре можно встретить много людей, которые приехали из разных уголков Центральной Азии, и для нас это не просто рынок, это место, где мы общаемся, где мы можем развивать свой бизнес. Да, есть конкуренция, но она обычно здоровая, потому что многие наши соотечественники уже давно торгуют в этом бизнесе, и мы поддерживаем друг друга. Здесь, на базаре, всегда важно иметь хорошие отношения с коллегами, и это свойственно для нашей общины — быть вместе, помогать друг другу, делиться информацией о поставках, товарах и даже клиентах. Кроме того, я считаю, что люди из моего этноса проще адаптируются к торговле здесь, в Казахстане, потому что у нас схожий менталитет. Мы с казахами разделяем общие культурные и религиозные ценности — мы все мусульмане, а это, знаете ли, много значит. Люди, которые приехали сюда, чувствуют себя как дома. В Казахстане всегда готовы поддержать «своих». Казахстанцы, в целом, очень гостеприимные люди, и когда мы приехали, нам было проще интегрироваться, потому что мы не чужды друг другу. А в торговле это очень важно — когда есть доверие между вами и вашим покупателем.

Но при этом я также понимаю, что многое зависит от человека. Не каждому дано заниматься торговлей. Если ты не умеешь общаться с людьми, не умеешь предложить качественный товар и создать атмосферу доверия, то успех будет невозможен. Но наши люди — они привычны к трудолюбию, к умению договориться, и с этим проблем нет. Мы, таджики, понимаем важность поддержания связи с родиной, и эти связи нам помогают, например, с поставками товаров. У нас есть свои каналы, благодаря которым мы можем найти качественные сухофрукты по хорошим ценам и доставить их сюда. Это ещё одна причина, почему нам проще работать: у нас есть родственники и знакомые на родине, с которыми мы можем наладить поставки без лишних посредников, что снижает стоимость товара и делает его более привлекательным для покупателей.

Так что да, считаю, что в нашем этносе есть определенные преимущества для торговли. Однако важно понимать, что успех зависит от личности и стремления каждого. Для меня это не просто работа — это продолжение традиции и связь с родиной. И я думаю, что многие люди, особенно из нашего этноса, разделяют такую же точку зрения, потому что мы всегда ценили труд, всегда помогали друг другу и всегда стремились развиваться в своем деле.

И: Расскажите, с какими трудностями вы сталкиваетесь при ведении бизнеса на зелёном базаре?

Предприниматель: В первую очередь, большая проблема — это бюрократия и различные разрешения. Очень много документов надо собрать, чтобы нормально работать. Это все может занять много времени и нервов. Если честно, мне не всегда понятно, что и как делать, особенно когда требуются какие-то специальные лицензии или разрешения. Это одна из самых больших трудностей. Конкуренция тоже сильная. Тут на базаре работают много людей, и чтобы выжить, нужно либо предложить что-то уникальное, либо продать дешевле, чем все остальные. Но тут ещё вопрос, как закупать товары. Продавать просто так не получится — нужно уметь ориентироваться в ценах, уметь работать с поставщиками, чтобы не переплатить.

И: Какова роль вашей семьи в этом деле?

Предприниматель: Без семьи я бы точно не справился. Братья и другие родственники помогают мне во всем. Во-первых, они помогают с документами и разрешениями, потому что они знают местные правила лучше, чем я. Например, один из братьев у меня раньше работал в органах, и он помогает мне с оформлением всего, что нужно для бизнеса. Это экономит мне

время и нервы. Кроме того, у нас в семье много людей, которые имеют опыт торговли. Кто-то уже несколько лет работает на других рынках, и они всегда могут подсказать, как лучше закупать товары, как правильно распознать, что будет продаваться, а что — нет. Это очень важно. Мы делимся опытом, советами, и это помогает избежать многих ошибок. Не менее важна и моральная поддержка. Бывает, что дела идут плохо, всё не складывается, и ты теряешь уверенность. В такие моменты семья всегда рядом, поддерживает, помогает не сдаваться. Мы как-то всегда находим решение, и это даёт силы идти дальше.

И: Влияет ли ваша община, земляки, на успех бизнеса?

Н: Конечно. Во-первых, земляки часто приезжают ко мне на базар, покупают у меня, это помогает развивать клиентскую базу. Они тоже говорят другим таджикам и людям в нашей общине, что у меня хорошие товары и разумные цены. Это работает как сарафанное радио. Кроме того, если возникают какие-то проблемы, то у меня есть люди, с которыми можно посоветоваться, кто уже долго работает здесь. Семья и земляки часто могут помочь наладить связи с поставщиками или партнерами, это помогает делать бизнес более стабильным и прибыльным.

И: Спасибо за интересный рассказ. Вы, кажется, нашли хороший баланс между трудностями и поддержкой.

Транскрипт глубинного интервью с этническими предпринимателями

Интервью №2	Имя респондента:Бехруз
Пол: муж	Возраст: 18
Место проведения: Зеленый базар	Дата и время проведения, продолжительность: 1 час 25 минут

Кодовая тема	**Цитата интервью**	**Аналитическая интерпретация**
Решение остаться в бизнесе	"Для меня это было не просто решение, а скорее естественный шаг... я был единственным, кто мог помочь, и не захотел его оставлять."	Бехруз подчеркивает, что его выбор работать с отцом был не случайным, а естественным. Он чувствовал ответственность за семью и понимал, что его помощь крайне важна. Это решение также связано с культурным фактором, где поддержка родителей является неотъемлемой частью семейных ценностей.
Семейная традиция и поддержка	"Это как продолжение семейной традиции, и мне это очень близко."	Семейные ценности играют огромную роль в решении Бехруза остаться работать с отцом. Он воспринимает участие в бизнесе как продолжение того, что начал его отец, и как ответственность перед семьей. Это также связано с личной гордостью и желанием сохранить семейный бизнес.
Бизнес как путь развития	"Я не собираюсь всю жизнь торговать на базаре, я всё равно буду развиваться, но пока для меня это важный этап жизни."	Бехруз воспринимает свою работу не как окончательную цель, а как важный этап развития, который даст ему практический опыт, необходимые навыки и понимание бизнеса. Он также подразумевает, что будет развиваться в будущем, возможно, расширяя горизонты своей деятельности или продолжая образование.
Трудности и поддержка в бизнесе	"Когда мы только начинали бизнес в Казахстане, материальная поддержка была не так важна, как наличие нужных людей и связей."	Важно, что для Бехруза ключевым моментом в успешном старте бизнеса в Казахстане были не столько деньги, сколько наличие нужных людей и связей. Это подтверждает значимость сетевого взаимодействия и доверительных отношений для стартапов в бизнесе, особенно на новом рынке.

Отсутствие возможности учёбы	"Если бы у нас было больше людей, кто мог бы помочь, я, наверное, продолжил бы учёбу."	Это высказывание подчеркивает внутренний конфликт Бехруза между желанием развиваться в области образования и необходимостью поддержать отца. Он осознает важность образования, но вынужден сделать выбор в пользу семейных обязанностей, так как в данный момент именно он способен поддержать бизнес.
Преимущества бизнеса в Казахстане	"В Казахстане гораздо проще наладить связи, и многие люди готовы помочь... мне важно было научиться работать в таких условиях."	Бехруз подчеркивает, что для бизнеса в Казахстане существует больше возможностей для роста и развития, благодаря доступности нужных связей и более благоприятной бизнес-среде. Это говорит о том, что Казахстан, несмотря на вызовы, предоставляет больше возможностей для предпринимательства, чем Таджикистан.
Практическое обучение в бизнесе	"После того как мы начали работать вместе, папа открыл еще одну торговую точку... он понимал, что я могу сам справиться, и не хотел забрать у меня возможность развиваться."	Отец поддерживает стремление Бехруза к самостоятельности, предоставляя ему возможность работать на отдельной точке. Это не только помогает Бехрузу развиваться как предпринимателю, но и укрепляет их отношения. Отец считает важным дать сыну шанс проявить себя в бизнесе и развиваться.
Роль семейной поддержки	"Я хочу продолжить то, что делал отец, не дать этому делу угаснуть. Это как продолжение семейной традиции, и мне это очень близко."	Бехруз осознает, что поддержка отца в бизнесе не только помогает ему научиться, но и укрепляет семейную традицию. Это свидетельствует о его уважении к наследию семьи и ответственности за дальнейшее развитие бизнеса. Он воспринимает работу с отцом как часть своего жизненного пути и как обязанность.
Ответственность и личная мотивация	"Мне важно, что я могу быть полезным. Это не только моральное удовлетворение, но и ответственность."	Бехруз выделяет важность осознания своей ответственности перед семьей и бизнесом. Он получает моральное удовлетворение от того, что может быть полезным и облегчить жизнь отцу. Это говорит о зрелости Бехруза и его осознании того, что помочь семье — это не просто работа, а важная часть его жизни и личной мотивации.

Причины миграции	«…с распадом Советского Союза, в Таджикистане началась сложная экономическая ситуация, а потом и гражданская война…»	Миграция обусловлена не только экономическими факторами, но и физической небезопасностью. Решение отца покинуть страну – пример вынужденной миграции в поиске стабильности.
Семейная сплоченность и ответственность	«…у него была семья, дети, и он понимал, что если не будет действовать, то просто не сможет обеспечить нас нормально»	Семейные обязанности служат основным мотиватором к переезду и началу предпринимательства. Это иллюстрирует доминирование коллективных интересов над индивидуальными.
Преемственность и семейный бизнес	«…он начал меня учить торговать, вести бизнес, общаться с клиентами…»	Бизнес представляет собой межпоколенческую передачу навыков и ответственности. Участие сына усиливает устойчивость бизнеса и укореняет семью в новом контексте.
Отсутствие альтернатив	«…если я сейчас не помогу, то его ситуация станет только хуже»	Выбор в пользу бизнеса — не добровольный, а вынужденный. Молодой человек действует в условиях морального долга и ограниченности альтернатив.
Формирование предпринимательской идентичности	«…я начал осознавать, что это для меня не просто помощь отцу, но и шанс научиться чему-то новому»	Происходит внутренняя трансформация – от помощника к самостоятельному предпринимателю. Возникает личная заинтересованность и рост идентичности как бизнесмена.
Отношение к образованию	«…я не мог бы просто продолжать учёбу, зная, что отец один справляется с бизнесом»	Учеба воспринимается как ценность, но уступает приоритет семейной поддержке. Проявляется конфликт между долгом и индивидуальной карьерной траекторией.
Предпринимательский опыт на родине	«…это скорее было хозяйство, чем бизнес…»	В Таджикистане деятельность была полусельскохозяйственной и не имела структуры настоящего предпринимательства. Контрастирует с организованным бизнесом в Казахстане.
Роль социальных связей	«…у него было несколько знакомых, с которыми он сотрудничал…»	Неформальные сети играют критически важную роль в начале бизнеса. Связи замещают необходимость в капитале.

Финансовые стратегии	«…половину в Тадж отправляем, чтобы еще купил товары, отправили… остальное собираем, родным отправляем»	Бизнес служит транснациональной поддержке семьи. Финансовые потоки распределяются между родиной и местом проживания, формируя трансграничную экономику.
Материальные ресурсы и старт бизнеса	«…всё начиналось с того, что у нас уже были связи… мы получали продукцию, не тратя больших средств…»	Старт бизнеса не требует крупных вложений, а опирается на существующую инфраструктуру и доверие в сетях.
Социальная интеграция	«…Нет, хорошо относятся к нам, мы тоже хорошо относимся. Комфортно чувствуем»	Признаки успешной социальной адаптации. Отсутствие дискриминации способствует устойчивости мигрантов в принимающем обществе.
Будущее и стабильность	«…тут же всё спокойно»	Казахстан воспринимается как безопасное пространство, в котором можно строить будущее. Стабильность — важнейший ресурс для мигрантов.
Пределы и амбиции	«…Я сейчас как папа, хочу и занимаюсь сухофруктами. Другим — ничего»	Следование семейной модели. Бизнес — не только экономическая деятельность, но и форма идентичности, передаваемой от отца к сыну
Временные замены в бизнесе	«…если на месяц, друзей оставим… просто своим бизнесом занимается»	Отсутствие формальных сотрудников компенсируется временной передачей места арендаторам. Бизнес сохраняет гибкость, но уязвим перед длительным отсутствием владельца.

И: Расскажите немного о себе.

Б: Меня зовут Бехруз, мне 18 лет, и я родом из Таджикистана, города Сварел, который находится в самом сердце страны. Я только что закончил школу, и сразу после этого решил приехать в Казахстан, чтобы работать и помогать своему отцу. В нашем доме бизнес всегда был на первом месте, и так получилось, что мне с самого детства было интересно, как он работает. Мой отец уже более 20 лет занимается торговлей, и когда я закончил школу, я решил не продолжать учебу, а присоединиться к нему в этом деле. Мы с ним находимся здесь уже вместе, и я стараюсь помогать как могу. Папа обучил меня многим нюансам торговли, и теперь я могу не только помогать ему, но и в некоторых аспектах показывать ему, как улучшить наш бизнес. Мои два брата учатся в университетах — один на медика, другой на экономиста, и хотя папа хотел, чтобы и я продолжил учёбу, я чувствовал, что могу помочь ему, особенно сейчас, когда он один и нет других помощников в семье. Сестра у меня младшая, она будет учиться, а вот я решил, что для меня сейчас важнее помочь отцу.

И: 2. Работали ли Вы по своей специальности у себя на родине? Как долго? Почему бросили работу?

Б: на самом деле, в Таджикистане я никогда не работал по специальности, потому что моей специальности на тот момент как таковой не было. Я закончил школу, но не стал поступать в университет, так как с детства был больше занят практическим опытом. В родной деревне мы

всегда занимались земледелием — собирали плоды, сушили фрукты, как например, курагу и урюк. Но торговлей никогда не занимался, и не думал, что когда-то буду работать на базаре. Поэтому можно сказать, что у меня не было «специальности» в классическом понимании этого слова. Я научился сушить фрукты, собирать урожай, но с продажами и торговлей не сталкивался до приезда в Казахстан. Основной причиной того, что я не продолжил работать по специальности, было то, что, несмотря на все усилия и труд на родной земле, зарабатывать на этом было крайне сложно. Мы не думали о том, чтобы развивать бизнес, потому что в Таджикистане у многих людей есть свои земли, и большинство из них занимается этим по старинке, традиционно, без глубокого предпринимательского подхода.

И: После переезда в Казахстан пробовали ли вы устроиться на работу по своей специальности? Если «да», почему не стали работать дальше?

Б: Когда я переехал в Казахстан, мне не хотелось искать работу по специальности, потому что, как я уже сказал, у меня её фактически не было. Я решил сразу пойти работать с отцом, тем более что он уже давно занимался торговлей, и я чувствовал, что это будет полезно и мне, и семье. Были, конечно, предложения и от других людей работать в разных сферах, но я не хотел терять время. Для меня важнее было помогать отцу, потому что он давно здесь, и мне нужно было быстрее понять, как работать на базаре, чтобы стать полноправным помощником. Торговля сухофруктами, например, мне сразу понравилась. Я понял, что в этом бизнесе много особенностей, которые я могу освоить. Так что никакой дискриминации или барьеров в трудовой сфере я не чувствовал, просто было гораздо важнее научиться вести дела с отцом, чем пытаться устроиться где-то еще.

И: Расскажите о решении переезда в Казахстан.

Б: Решение о переезде в Казахстан было моим собственным. Конечно, отец хотел, чтобы я продолжил учёбу, как это сделали мои братья, но я почувствовал, что сейчас важнее быть рядом с ним и помогать в бизнесе. Приехав сюда, я сначала жил с папой, учил все азы торговли, смотрел, как он работает, и постепенно осваивал рынок. У него уже был опыт работы, и он научил меня многим важным аспектам ведения бизнеса. После того как мы начали работать вместе, папа открыл еще одну торговую точку на другом павильоне, а мне оставил ту, где я сейчас торгую. Он понимал, что я могу сам справиться, и не хотел забрать у меня возможность развиваться. Отец уже много лет в Казахстане, у него есть собственный бизнес, и мне очень важно было не только помочь, но и самому научиться. В Таджикистане было очень сложно, и, хотя у нас были хорошие отношения с другими людьми, в бизнесе всё-таки тяжело найти помощь или нужные ресурсы. В Казахстане гораздо проще наладить связи, и многие люди готовы помочь. Мне важно было научиться работать в таких условиях, и я был готов к этому. К тому же, если бы у меня было больше помощников, возможно, я бы продолжил учебу, но пока что семейная помощь для меня важнее.

И: Расскажите немного о своем бизнесе (откуда возите, почему именно этот вид товара, вы его находите наиболее прибыльным)?

Б: Я занимаюсь продажей сухофруктов, потому что этот бизнес был семейной традицией. Мой отец уже давно этим занимается, и я продолжил его дело. Мы возим товары из разных стран: часть из Таджикистана, например, урюк и курагу, часть — из Узбекистана, а орехи покупаем из Ташкента, Шымкента и Индии (кешью). Очень важным моментом для нас является то, что мы сами сушим фрукты в Таджикистане, не добавляем химии и используем только натуральные способы обработки. Продукты из Таджикистана и Узбекистана, как правило, качественные, и многие покупатели именно их и выбирают. Мы стараемся поддерживать хорошее качество и разнообразие товара, чтобы удовлетворить потребности разных покупателей. Сухофрукты хороши тем, что они долго хранятся, что дает нам возможность не беспокоиться о скоропортящихся продуктах. Это очень выгодно, потому что можно не торопиться с продажей, и товар всегда остается востребованным. Этот бизнес стал прибыльным для нашей семьи, и я понял, что в нем есть перспективы. Мы не зависим от сезонных колебаний, как в случае с другими товарами, и имеем постоянных клиентов. Все эти нюансы делают работу в этом бизнесе удобной и перспективной.

И: 6. Расскажите о том, как вы начали свой бизнес в Казахстане. Какие проблемы стояли перед вами?

Б: Мой отец начал свой бизнес здесь, когда приехал в Казахстан. Он и дедушка долго работали в Таразе, Джамбуле, а позже, когда ситуация в Таджикистане усложнилась, они переехали сюда, чтобы создать новые возможности. Вначале было сложно — не было ни связи, ни опыта работы на новом рынке. Но постепенно они научились работать с местными поставщиками и наладили систему доставки товаров из Таджикистана и Узбекистана. Когда я приехал сюда, проблемы оставались, но уже были решены основные вопросы, такие как транспортировка и организация точек. Могу сказать, что для того чтобы начать бизнес, нужно иметь хорошую сеть знакомых, потому что именно через них можно найти место, помочь с поставками и решить вопросы с логистикой. Основные трудности были связаны с тем, чтобы понять местные правила и приспособиться к местным условиям. Но уже через несколько месяцев я научился всему, что нужно для работы. Сейчас я могу вести бизнес самостоятельно, но всегда советуюсь с отцом по ключевым вопросам.

И: Вы занимались этим бизнесом у себя на родине?

Б: В Таджикистане я никогда не занимался торговлей, хотя земля у нас была, и сухофрукты мы всегда выращивали и сушили. Но сам бизнес в том виде, в котором он существует здесь, мне не был знаком. Мы не думали о расширении или создании бизнес-структуры. В нашем регионе земля была всегда в распоряжении семьи, и люди просто работали на своих участках. Торговля была для нас чем-то второстепенным. Поэтому когда я переехал сюда, я понял, что есть гораздо больше возможностей и перспектив для расширения и развития.**И: Нуждались ли вы в материальной поддержке, когда открывали бизнес в Казахстане?**

Б: Когда мы только начинали бизнес в Казахстане, материальная поддержка была не так важна, как наличие нужных людей и связей. У нас были друзья и знакомые, которые помогли с транспортом, ареной мест, а также с поставками товаров. Для старта бизнеса было достаточно иметь хорошие связи и людей, которые могли бы помочь с логистикой и доставкой продуктов. Денег для того, чтобы начать дело, не нужно было много. Главное — найти нужных людей и обеспечить стабильные поставки.

И: Бехруз, расскажите, почему вы решили помогать своему отцу в бизнесе и заниматься этим делом вместо того, чтобы продолжить учёбу, как ваши братья?

Б: Знаете, для меня это было не просто решение, а скорее естественный шаг. Мой отец уже давно работает один, и ему тяжело было справляться. У него нет братьев или сестер, чтобы помочь, а мать у нас дома, она занимается хозяйством. Мои братья учатся в университетах, и мне не хотелось оставлять папу одного. Я сам видел, как ему тяжело, особенно когда ему нужно было управлять всем этим бизнесом. Я был единственным, кто мог помочь, и не захотел его оставлять. Это для меня важно — поддержать его. Он много лет трудился, и я чувствовал, что если я не помогу, то будет совсем тяжело.

Когда я был младше, я думал, что, возможно, продолжу учёбу, как мои братья. Но потом я понял, что сейчас мне нужно быть рядом с отцом, потому что его бизнес — это не просто его работа, это наша семья. Он не может сделать всё один, а мне нужно научиться помогать ему и разделить с ним это бремя. Кроме того, я ведь и сам хотел быть полезным. Когда я сюда приехал, я видел, сколько всего он делает, и как много знаний нужно, чтобы вести этот бизнес. Это не просто продажи — тут нужно уметь работать с людьми, с товарами, решать многие вопросы. Я думаю, что мне это даст гораздо больше, чем учёба. Учёба, конечно, важна, но я ведь не собираюсь всю жизнь торговать на базаре, я всё равно буду развиваться, но пока для меня это важный этап жизни. Когда отец меня учил, я чувствовал, как он гордится, что я рядом. Я понимаю, что помогая ему, я не только поддерживаю семью, но и переношу часть ответственности на себя. Он же тоже много для нас сделал, и теперь моя очередь. В нашей культуре всегда так было — дети должны поддерживать родителей, особенно когда они стареют, и помогать им с тем, что они начали. Я хочу продолжить то, что делал отец, не дать этому делу угаснуть. Это как продолжение семейной традиции, и мне это очень близко. А ещё мне нравится, что я могу быть частью того, что мы делаем. Это не просто работа, а часть нашей

жизни, нашего дома. Если бы у нас было больше людей, кто мог бы помочь, я, наверное, продолжил бы учёбу. Но так как я единственный, кто может это сделать, я не раздумывал и решил остаться и поддержать отца. Я также понимаю, что без меня ему будет сложнее, и это ощущение, что я могу облегчить его жизнь, действительно придаёт мне силы. Это не только моральное удовлетворение, но и ответственность, и мне важно, что я могу быть полезным.

И: Бехруз, расскажите, пожалуйста, подробнее о том, как ваш отец переехал в Казахстан. Какова была история его переезда, как он начал свой бизнес здесь?

Б: История переезда отца на самом деле довольно интересная и непростая. Мой отец родом из Таджикистана, из города Сварел, и, как и многие люди того времени, он столкнулся с трудностями в своей родной стране. В Советском Союзе он учился, получил диплом, стал преподавателем в школе. Работал два года преподавателем. Но потом, с распадом Советского Союза, в Таджикистане началась сложная экономическая ситуация, а потом и гражданская война, которая ухудшила положение. В то время в Таджикистане было тяжело жить. Мой отец всегда был человеком с активной жизненной позицией, и, когда обстановка в стране стала невыносимой, он понял, что нужно искать новые возможности для себя и своей семьи. Он пытался оставаться в Таджикистане, работать по специальности, но это становилось всё сложнее. У него была семья, дети, и он понимал, что если не будет действовать, то просто не сможет обеспечить нас нормально. Его отец, мой дедушка, был тоже человеком трудолюбивым, и он нашёл решение. Он начал заниматься торговлей. Мы с отцом родом из сельской местности, и у нас была земля, на которой росли фрукты, орехи, ягоды. Дедушка тоже участвовал в процессе, и с его помощью отец начал заниматься торговлей сельскохозяйственными продуктами. Он привёз несколько товаров, например, курагу, из Таджикистана в Казахстан. Этот бизнес был для него новым, и в какой-то момент он решил, что нужно искать лучшее место для торговли, более спокойное, где можно зарабатывать больше, чем в Таджикистане. Так и появился план о переезде в Казахстан. Дедушка уже несколько лет торговал в Казахстане, и он пригласил отца, чтобы тот тоже попробовал себя в этом бизнесе. Он знал, что Казахстан — это место, где есть спрос на такие продукты, как сухофрукты, орехи и другие товары с Таджикистана. В то время здесь, на базарах, было много людей, которые искали именно такие продукты. Переезд был непростым. Это было связано с поиском жилья, организации логистики, транспортировкой товаров. Все эти вопросы мой отец решал своими силами. Сначала он поехал в Тараз, потом в Джамбул, и там постепенно начал осваивать рынок. У него не было здесь знакомых, кроме тех, кто был у его дедушки, и это был серьёзный шаг в неизвестность. Но поначалу это было всё не так просто. Он жил несколько лет в Таразе, торговал там, изучал местный рынок, и с каждым годом становился всё более уверенным. Он наладил связи с местными поставщиками, организовал доставку товара, научился работать с клиентами. Это было тяжело, и его труд был настоящим испытанием. Он не знал, как всё будет развиваться, но постепенно научился зарабатывать, и со временем смог открыть свой бизнес и закрепиться в Казахстане. Он начал привозить сухофрукты, орехи, из разных стран Центральной Азии: Таджикистана, Узбекистана, Ирана, и всё это продавал на местных базарах.

Когда он уже более-менее устроился в Казахстане, он начал задумываться о расширении бизнеса. Именно тогда он решил, что мне нужно будет присоединиться к нему, помочь ему. Он увидел, как тяжело одному справляться с такими объемами работы, а ещё у него были финансовые затруднения. В этот момент я пришёл сюда, и мой отец начал меня учить торговать, вести бизнес, общаться с клиентами, брать на себя обязанности. Мы открыли второй киоск, и с тех пор я стал помогать ему, чтобы он не был один в этом деле. Так вот и продолжается наша история с этим бизнесом. Не могу не отметить, что в тот момент, когда отец принимал решение переехать в Казахстан, он был полон решимости и надежд, несмотря на все трудности. Это была смелая попытка начать всё с нуля в чужой стране. Он был готов рискнуть, чтобы обеспечить лучшее будущее для нас. Ведь, как я уже говорил, у него не было большого выбора — либо искать новые возможности, либо оставаться в Таджикистане, где ситуация не давала уверенности в будущем. Для меня, как для сына, эта история переезда отца

— это пример мужества, решимости и готовности бороться за свою семью. Он сделал всё, чтобы обеспечить нас и создать условия для того, чтобы мы, его дети, могли иметь возможность учиться и строить свою жизнь. И я горжусь тем, что теперь могу быть рядом с ним и продолжать то, что он начал.

И: Бехруз, расскажите, была ли ваша цель при переезде в Казахстан просто помочь отцу, или вы всё же хотели заработать себе денег и построить какой-то свой бизнес?

Б: Когда я только приехал сюда, мне, честно говоря, было сложно ответить на этот вопрос однозначно. Но если взглянуть глубже, то, наверное, оба этих аспекта, и желание помочь отцу, и стремление зарабатывать, шли параллельно и в какой-то момент переплелись. Была для меня первостепенной целью. Это было связано не только с тем, что я просто хотел быть рядом с ним и облегчить его труд, но и с тем, что я чувствовал ответственность за него. Как я уже говорил, у него не было братьев или сестер, которые могли бы помочь, а мои братья учились в университете, и я был единственным, кто мог заняться бизнесом. Кроме того, наш семейный бизнес всегда был делом отца, и я чувствовал, что если я не возьму на себя часть этой работы, то отец будет изнурён. И это не только физически тяжело, но и эмоционально. Поэтому, прежде всего, я решил, что должен помочь ему. Я чувствовал, что могу быть полезен, могу поддержать его, и это для меня было крайне важным шагом. Когда я только приехал, у меня не было четкого понимания того, как я буду зарабатывать деньги. Это скорее было ощущение, что я должен быть рядом с отцом, что ему просто необходима помощь. Он ведь был в этой стране один, и всю работу по бизнесу ему приходилось делать самому. Я же не хотел оставлять его одного, когда у меня была возможность помочь. И это не было просто желанием заработать для себя, это был внутренний долг — я понимал, что если я сейчас не помогу, то его ситуация станет только хуже.

Но, конечно, по мере того как я стал работать, начали появляться и другие мотивации. Когда я научился торговать, взаимодействовать с людьми, работать с товаром, я начал осознавать, что это для меня не просто помощь отцу, но и шанс научиться чему-то новому. Это была возможность понять, как работает бизнес, как управлять процессами, как искать поставщиков, как устраивать логистику и продажи. И в какой-то момент я понял, что, помимо помощи отцу, я также могу заработать на этом. Ведь я учился всему, что связано с торговлей: как общаться с покупателями, как выбирать хороший товар, как рассчитывать цену, как договариваться с поставщиками. Это давало мне понимание того, как работает рынок и как можно улучшить бизнес. Я также понимал, что эта работа — не просто для того, чтобы помочь отцу, но и для того, чтобы самому научиться зарабатывать деньги. Торговля на рынке — это не просто ремесло, это целый комплекс навыков, которые могут быть полезны в жизни. Я видел, как отец зарабатывает, как он с помощью торговли может обеспечивать нашу семью, и это вдохновляло меня. Плюс, будучи рядом с ним, я также понял, как важно в бизнесе быть гибким, готовым к изменениям, работать с разными людьми, искать новые возможности. И это всё научило меня как зарабатывать, и я понял, что эта работа может стать для меня хорошим стартом. Конечно, я не знал, как далеко я зайду в этом бизнесе, но постепенно начал понимать, что если я буду стараться и развиваться, то смогу зарабатывать больше. Это стало моим вторым важным мотивом. Я всегда был уверен, что финансовая независимость — это важный аспект жизни. И здесь, в Казахстане, я понял, что если я смогу хорошо работать, то смогу зарабатывать деньги, отправлять их домой и даже накопить на что-то для себя. Только потом, целью было заработать деньги для себя, и, наверное, для семьи тоже. Но вначале это было скорее следствием того, что я помогал отцу. Со временем, когда я начал самостоятельно заниматься торговлей, я всё больше понял, что я не только поддерживаю его, но и развиваю что-то для себя. Я не собирался открывать свой отдельный бизнес сразу, но я знал, что мой опыт работы с отцом даст мне знания и уверенность, которые будут полезны мне в будущем. Кроме того, я осознавал, что в условиях Казахстана у меня есть возможность улучшить наше финансовое положение. Торговля сухофруктами и орехами — это прибыльный бизнес, и если работать правильно, можно зарабатывать хорошие деньги. Это было дополнительным стимулом — увидеть, как деньги, которые мы зарабатываем, влияют на качество нашей жизни

и на жизнь нашей семьи. Мы с отцом начали работать как команда, и это давало нам шанс не только быть успешными, но и чувствовать, что наши усилия оправданы.

Помощь отцу и стремление заработать постепенно стали переплетаться. Вначале я думал только о том, чтобы быть рядом и поддержать его, но потом я понял, что могу сам развиваться и зарабатывать, и это стало для меня важным мотивом. Я увидел, что я могу улучшать бизнес, принимать участие в принятии решений, работать с товаром, выбирать поставщиков и управлять процессами. И постепенно я стал больше зарабатывать, а это, конечно, давало мне чувство удовлетворения и уверенности в завтрашнем дне. Так что, наверное, моя цель при переезде была в первую очередь помочь отцу, но с течением времени я осознал, что это не только поддержка, но и шанс для меня стать более самостоятельным, развивать себя и зарабатывать деньги.

И: Бехруз, если бы у вашего отца было много помощников, вы бы продолжили учёбу?

Б: Это интересный вопрос, и, наверное, на него нет простого ответа. С одной стороны, я всегда понимал важность образования и того, что учёба даёт возможности для будущего. Мои братья учатся в университете, и я вижу, как это важно для их карьеры и перспектив. Они выбрали свой путь, и я горжусь ими. Но с другой стороны, для меня всегда было важным не просто учёба ради учёбы, а конкретная цель и применение этих знаний в жизни. Когда я только приехал в Казахстан, я, честно говоря, не думал сильно о том, что мог бы продолжить учёбу. Мой отец нуждался в моей помощи, и я чувствовал, что я должен быть рядом. Мне было важно поддержать его, потому что его ситуация была тяжёлой. И, знаете, когда ты видишь, как твой отец трудится один, и понимаешь, что он без твоей помощи не справится, возникает внутреннее чувство ответственности. Если бы у него было больше помощников, я, возможно, почувствовал бы, что я могу сосредоточиться на учёбе. Но в тот момент, когда я приехал, я чувствовал, что у меня нет другого выбора, как только остаться и помочь. Если бы у нас было несколько людей, кто мог бы разделить эту ответственность с отцом, я, конечно, подумал бы о продолжении учёбы. Но на тот момент мне не хотелось бы быть в стороне, когда вижу, как ему тяжело. Я не мог бы просто продолжать учёбу, зная, что отец один справляется с бизнесом. Это для меня было бы несправедливо. Я чувствовал, что мне нужно взять на себя часть этого бремени, а не просто думать о своём будущем. Но теперь, оглядываясь назад, я понимаю, что моя жизнь здесь дала мне не только опыт в бизнесе, но и важные уроки, которые сложно было бы получить в университете. Конечно, я не исключаю, что в будущем вернусь к учёбе или продолжу развиваться в других направлениях, но на тот момент я не мог бы спокойно учиться, зная, что отец один. Сейчас я осознаю, что то, что я делаю, — это тоже своего рода обучение, только оно происходит в реальных условиях, и это не менее важно. Так что, отвечая на ваш вопрос, да, если бы у отца было много помощников, я, возможно, продолжил бы учёбу. Но в тот момент у меня не было другого выбора, кроме как остаться с ним и поддержать. И я не жалею о своём решении, потому что это дало мне уникальный опыт, который я никогда бы не получил в университете.

И: Бехруз, занимались ли вы бизнесом у себя на родине, в Таджикистане? Если да, то как это было? И если не занимались, то почему?

Б: На самом деле, в Таджикистане я не занимался бизнесом, по крайней мере, в том смысле, в котором это понимаю сейчас. Конечно, у нас дома была земля, и мы всегда выращивали фрукты, ягоды, орехи, но это скорее было хозяйство, чем бизнес. В нашем регионе многие занимаются сельским хозяйством, у каждого есть огород, сад, а многие из нас занимаются сбором и сушкой фруктов. Например, у нас в семье мы сушили курагу, урюк, фрукты, которые растут на деревьях. Это делалось для того, чтобы потом хранить их для себя или продавать по соседям, друзьям.

Я знал, как собирать, сушить эти фрукты, и даже помогал в этом процессе, но мы не ставили перед собой задачу делать это на большом масштабе. Это было больше для личного потребления или небольших продаж. В Таджикистане из-за того, что у большинства людей есть земля, все так или иначе занимаются подобным. Но это не было настоящим бизнесом. Мы

не искали новых рынков, не думали о масштабировании. Продавали, скорее, на местном уровне — соседям или местным покупателям.

И: Почему не было настоящего бизнеса?

Б: Думаю, основная причина заключается в том, что в Таджикистане многие вещи ограничены: рынок маленький, конкуренция большая, а возможности для роста — весьма ограничены. Даже если у тебя есть хороший товар, нет стабильных каналов сбыта, нет возможности доставлять товары в другие регионы или страны. Плюс, в тот период, когда я был молодым, ситуация в стране была не самой лучшей: проблемы с экономикой, нестабильность, сложности с транспортировкой товаров. Всё это сдерживало людей от развития больших бизнесов. У нас в Таджикистане такие вещи, как большие торговые сети, которые бы принимали местные продукты, — это ещё не было распространено. А если и были такие места, то они требовали больших вложений и связей, чего у нас не было. К тому же, у нас в семье было больше фокусирование на традиционных ценностях — семья, образование, сельское хозяйство. Мой отец тоже не занимался бизнесом в том смысле, в котором это понимается сегодня. Он преподавал в школе, работал с детьми, имел образование и диплом, и все его усилия были направлены на это. Тогда я даже не задумывался о том, чтобы попробовать создать свой бизнес. Я в основном занимался хозяйством, и это казалось достаточно. Мы не думали об этом, как о профессиональном занятии или как о чем-то большем, чем просто помощь семье. Когда я переехал в Казахстан, я понял, что бизнес — это совершенно другой уровень. Здесь ты учишься планировать, анализировать рынок, искать клиентов, договариваться о поставках. Это уже не просто работа на земле или сезонные заработки, а постоянная деятельность, требующая знаний и навыков. Вот тогда я и осознал, что здесь можно развиваться, а в Таджикистане такой возможности не было. Так что, в Таджикистане у меня не было опыта ведения полноценного бизнеса. Это было просто небольшое семейное дело, связанное с земледелием, которое не требовало особых усилий или знаний о рынке. А вот в Казахстане, когда я начал работать с отцом, я понял, как все это может быть организовано на более серьезном уровне, и с тех пор я стал развивать этот опыт.

И: Бехруз, когда вы начинали свой бизнес в Казахстане, нуждались ли вы в материальной поддержке? Нужно ли было иметь много денег для того, чтобы начать?

Б: В начале, честно говоря, материальная поддержка нам не была настолько необходима, как это может быть в других видах бизнеса. Всё это происходило постепенно, и большая часть нашего стартового капитала — это как раз помощь и опыт моего отца и дедушки, которые уже давно работали в торговле.

Когда отец переехал в Казахстан и начинал свой бизнес, у него было несколько знакомых, с которыми он сотрудничал и которые помогали ему наладить логистику — найти поставщиков, аренду, транспорт, и прочее. И в принципе это тоже сыграло огромную роль, потому что бизнес без хороших связей здесь, на рынке, сложно было бы начинать. Он мог полагаться на помощь местных, тех, кто давно работал и знал, как всё устроено. Когда я приехал сюда и начал работать с ним, нам в принципе не нужно было искать большие деньги, чтобы начать. Главная проблема, с которой мы столкнулись, была не столько в деньгах, сколько в понимании, как именно работать здесь, как найти нужное место на рынке, как наладить отношения с поставщиками. Но по мере того как мы начали работать, поняли, что деньги — это не самая большая трудность. Важно было найти надежных людей для сотрудничества и правильно наладить поставки товаров.

С точки зрения самой материальной части, если мы говорим о том, нужно ли было иметь много денег для старта — то на самом деле нет. В нашем случае всё начиналось с того, что у нас уже были связи, и мы привозили товар, который мой отец закупал через своих знакомых, так сказать, из первых рук, напрямую от производителей или тех, кто занимался производством. Мы получали продукцию, не тратя больших средств на посередников или на большие заказы. Товары мы получали в долг или на условиях предоплаты, что позволяло нам работать без больших первоначальных вложений. Да, аренда места на рынке, транспортировка, даже базовые вещи, как упаковка, — это, конечно, требовало некоторых

средств, но всё это было поэтапно. Мы не начинали с огромных вложений. Большую часть работы делал отец, и все наши начальные усилия были направлены на то, чтобы получить стабильные поставки и наладить отношения с покупателями. Кроме того, очень важно было, чтобы у нас был хороший товар, потому что это — основа торговли. Мы начали с того, что продавали только качественные сухофрукты и орехи, и за счет этого привлекали покупателей. Люди стали возвращаться, а это уже было своего рода "инвестиция" в репутацию, которая в дальнейшем приносила свои плоды. Это позволило нам постепенно развивать бизнес и увеличивать объёмы без больших внешних вложений. Когда я стал работать самостоятельно, то понял, что для этого бизнеса деньги не являются основным барьером. Главное — это правильный подход к поставкам, грамотное ведение дел, умение работать с клиентами и удержание хорошего качества продукции. И, конечно, связи — без них в бизнесе тяжело, особенно в начале. То, что нам помогли знакомые, которые уже занимались этим бизнесом, сыграло ключевую роль. Так что, если честно, деньги для начала бизнеса в Казахстане нам не были необходимы в больших объёмах. Мы начали с малого, постепенно увеличивали обороты, и деньги приходили по мере развития. Главное — это было желание работать и умение находить решения для возникающих проблем.

И: Если у вас появятся важные дела, и вам нужно будет уехать, вам будет нужно нанять кого-то помогать вам, кого вы выбрали для работы?

Б: Ну, своих друзей здесь наверное. Но если мы на неделю уезжаем, мы просто закроем и уедем. А если на месяц, друзей оставим и уезжаем. Просто друзей, знакомых, не обязательно родственника. Просто мы даем свое место, они заплатят за аренду, и своим бизнесом занимается. Нам ничего не даст, просто своим бизнесом занимается.

И:Позволяет ли вам доход от бизнеса: 1) Сберегать, откладывать; 2) Путешествовать; 3) Отправлять деньги своим родным на родине?

Б: Весь получаемый доход конечно отдаю отцу. Он сам распределяет.

Мы половину в Тадж отправляем, чтобы еще купил товары, отправили. И у некоторых знакомых мы товары берем, им даем. Остальные собираем (копим), родным отправляем.

И: Имеете ли вы здесь недвижимость?

Б:Папа год назад дом купил, частный дом мы там живем.

Да, уже гражданство… у папы вид (вид на жительство) есть, он теперь хочет паспорт получить. Я тоже…. мне тоже в этом году возможно вид н.ж. сделает.

И:Хотели бы вы начать заниматься другим бизнесом?

Б: Я сейчас как папа, хочу и занимаюсь сухофруктами. Другим ничего.

По городу точка только в Зеленом базаре базаре?

Да, только здесь.

И: Каковы наиболее значимые проблемы, связанные с проживанием здесь? Чувствуете ли вы себя комфортно?

Б: Нет, хорошо относятся к нам, мы тоже хорошо относимся. Комфортно чувствуем.

Есть ли беспокойство о будущем.

Ну занимаемся делами и все. Тут же все спокойно.

И:Относительно Вашего бизнеса, есть ли что-то ещё, что не было упомянуто во время беседы, но что Вам хотелось бы добавить/рассказать.

Просто в ютубе есть некоторые видео, о том как обрабатывают…это просто…про узбеков…. Но не знаю про узбеков, как они там сушат, как они делают, но у нас в Таджикистане никакой химии нет. Я сам этим занимаюсь, никакой химии нет, чистые продукты. Мы собираем из дерева и сушим на солнце.

Транскрипт глубинного интервью с этническими предпринимателями

Интервью №3	Имя респондента:Махмуд
Пол: муж	Возраст: 39
Место проведения: Зеленый базар	Дата и время проведения, продолжительность: 1 час 41 минут

Кодовая тема	**Цитата из интервью**	**Аналитическая интерпретация**
Этническая идентичность и традиции	"Мы всегда выращивали фрукты, овощи, а особенно много внимания уделяли таким продуктам, как абрикосы, курага, финики — в общем, сухофрукты. Эти продукты не просто часть нашей пищи, это что-то большее, часть нашей культуры и традиций."	Махмуд подчеркивает значимость сухофруктов в своей культуре и семье. Продукты из Таджикистана не просто товары, а часть культурной идентичности, что влияет на его решение заняться этим бизнесом в Казахстане. Это отражает роль традиций в выборе профессии.
Поиск лучшей жизни и адаптация	"Решение переехать в Казахстан не было случайным. В тот момент ситуация в Таджикистане была довольно сложной: экономические проблемы, высокая безработица, нестабильная ситуация на рынке труда."	Переезд был мотивирован улучшением экономических условий и поиском лучших возможностей для семьи. Это также подчеркивает типичный процесс миграции в поисках стабильности, что стало основой для начала бизнеса в новой стране.
Проблемы при переезде	"Когда я приехал в Казахстан, мне было непросто сразу устроиться по специальности... Я знал русский, но казахский — совсем не знал. Это также добавляло трудностей..."	Махмуд сталкивался с трудностями в адаптации, включая языковой барьер и отсутствие местных связей. Это подчеркивает общие проблемы мигрантов, которым сложно найти работу по специальности в новой стране без языковых навыков и социальных контактов.
Роль семьи в бизнесе	"Роль семьи в моем бизнесе очень велика. В этом деле без поддержки семьи я бы не справился... Моя жена помогает мне с логистикой, общением с поставщиками и даже с организацией работы на рынке."	Семья играет ключевую роль в бизнесе. Помощь жены в операционных процессах и участие детей в передаче традиций подчеркивает важность семейного капитала и взаимной поддержки в ведении бизнеса, что является основой для устойчивости предпринимательства.

Социальный капитал	"Социальный капитал в нашем деле — это один из самых важных факторов. Наша община, наши связи с родиной, наши отношения с поставщиками и клиентами — всё это помогает нам не просто выжить, а развивать бизнес."	Махмуд акцентирует внимание на важности социальных связей как основы для ведения успешного бизнеса. Партнёрства с родными, друзьями и поставщиками на родине позволяют обеспечивать стабильность и надежность, что также способствует репутации и развитию бизнеса.
Зависимость от родины и традиций	"Мой бизнес, на самом деле, во многом зависит от социального капитала, который я создал за годы жизни и работы в Таджикистане и Казахстане."	Этот аспект подчеркивает, что успех бизнеса Махмуда невозможен без тесной связи с родной страной и сообществом. Связи с родиной обеспечивают поставки товаров и партнерские отношения, что играет ключевую роль в функционировании бизнеса в Казахстане.
Проблемы на начальном этапе	"Самыми большими проблемами были, конечно, языковой барьер и незнание местных правил торговли... Мне понадобилось время, чтобы наладить контакты с местными поставщиками..."	Начало бизнеса сопровождалось проблемами, связанными с адаптацией к новым условиям: языковой барьер и отсутствие знаний о правилах торговли. Это характерно для большинства мигрантов, открывающих бизнес в новой стране, и демонстрирует важность адаптации и обучения.
Конкуренция и качество	"Рынок насыщен конкуренцией... Я стал делать акцент на качестве и хорошем обслуживании, чтобы мои клиенты возвращались."	Для успешного ведения бизнеса Махмуд фокусируется на качестве продукции и обслуживании. Это стратегический подход для выделения своего бизнеса на фоне конкуренции и привлечения постоянных клиентов, что важно в условиях рыночной насыщенности.

Перспективы и расширение	"В будущем я планирую расширить мой бизнес... Хотелось бы открыть еще несколько точек, возможно, не только в Алматы, но и в других городах Казахстана."	Махмуд планирует расширять свой бизнес, что свидетельствует о его стремлении к росту и адаптации. Расширение бизнеса требует не только материальных ресурсов, но и укрепления социальных связей и доверия, которые играют важную роль в устойчивости его деятельности.
Зависимость от семейных связей	"Без помощи и доверия моих родственников, в том числе тех, кто занимается поставками, я бы не смог создать такой стабильный бизнес."	Семейные связи являются основой для стабильности бизнеса. Махмуд выражает зависимость от своих родственников, которые не только помогают в бизнесе, но и обеспечивают надежные каналы поставок, что позволяет поддерживать высокое качество и стабильность работы.

И: Здравствуйте, Махмуд! Спасибо, что согласились на интервью. Можете начать с того, чтобы рассказать немного о себе?

М: (Предприниматель):

Здравствуйте! Меня зовут Махмуд Давлатов, я родом из Худжанда, Таджикистан. Моё детство прошло в небольшом городе, где всё было связано с сельским хозяйством и природными ресурсами. Мы всегда выращивали фрукты, овощи, а особенно много внимания уделяли таким продуктам, как абрикосы, курага, финики — в общем, сухофрукты. Эти продукты не просто часть нашей пищи, это что-то большее, часть нашей культуры и традиций. В Таджикистане всегда было принято делиться этими продуктами, и это всегда было связано с уважением к окружающим и с пониманием того, что такие вещи стоят гораздо больше, чем просто деньги. Когда я переехал в Казахстан, это было связано с поиском лучшей жизни и лучшего будущего для моей семьи. Здесь я и занялся тем, что знал с детства — торговлей сухофруктами. Это был долгий путь, с рядом трудностей, но я рад, что на этом пути встретил много хороших людей, которые помогли и поддержали.

И: Работали ли вы по своей специальности у себя на родине?

М: Да, я учился на инженера-строителя в Таджикистане. После окончания университета несколько лет работал в строительной сфере — занимался проектированием, управлением строительством. Я даже некоторое время работал на крупных строительных проектах в Душанбе. Однако в какой-то момент я понял, что несмотря на стабильную работу, эта сфера не приносит мне удовлетворения. Я чувствовал, что не могу использовать свои знания в полной мере, да и условия на рынке не всегда позволяли чувствовать себя уверенно. Жизнь в столице, хотя и была связана с более высокими доходами, все равно оставляла ощущение, что всё это временно. Со временем я стал замечать, что заниматься чем-то более традиционным, тем, что связано с моими корнями, будет гораздо более удовлетворяющим. Я начал больше интересоваться рынками, торговлей, и вскоре понял, что мне интересно работать именно с продуктами, которые я знаю с детства.

И: После переезда в Казахстан, пробовали ли вы устроиться на работу по своей специальности?

М:Когда я приехал в Казахстан, мне было непросто сразу устроиться по специальности. Я приехал без связей, не знал, как устроен рынок труда, не имел местных знакомств, которые помогли бы найти работу в строительстве. Да и язык был для меня серьезной преградой. Я знал русский, но казахский — совсем не знал. Это также добавляло трудностей, потому что многие работодатели в Казахстане ищут людей, которые владеют казахским языком. Я пробовал устроиться на несколько строительных объектов, но, честно говоря, не было легко. Работать по специальности было сложно, и это заставило меня пересмотреть свои приоритеты. Как-то я встретил знакомых, которые занимались торговлей, и они подсказали мне, что торговля — это хороший способ для начала нового пути в Казахстане, особенно для людей с нашим бэкграундом.

И: Расскажите, пожалуйста, о решении переезда в Казахстан.

М: Решение переехать в Казахстан не было случайным. В тот момент ситуация в Таджикистане была довольно сложной: экономические проблемы, высокая безработица, нестабильная ситуация на рынке труда. Мы с семьей поняли, что, если мы хотим лучшего будущего, нужно искать возможности за рубежом. Казахстан казался наиболее перспективным вариантом, потому что здесь были стабильные экономические условия, развивающаяся инфраструктура и высокий спрос на рабочую силу. Мне нравилась идея, что здесь много людей из разных стран, и можно было бы найти свое место в бизнесе, который связан с культурой и традициями Центральной Азии. Я приехал сюда с идеей найти работу, но в итоге понял, что мой путь лежит в бизнесе. Очень быстро оценил рынок и увидел, что есть возможности для того, чтобы работать с сухофруктами и другими продуктами, которые были близки мне по духу и опыту.

И: Расскажите немного о своем бизнесе. Откуда возите сухофрукты, почему именно этот вид товара и считаете ли вы его наиболее прибыльным?

М: Мой бизнес связан с торговлей сухофруктами — курага, чернослив, абрикосы, финики. Мы возим эти продукты в основном из Таджикистана, Узбекистана и Кыргызстана, потому что в этих странах сухофрукты всегда были частью повседневной жизни. Я выбрал этот товар, потому что он очень близок моим традициям. В Таджикистане мы часто сушим фрукты для зимы, и у меня с детства есть опыт в этом.

Почему именно сухофрукты? Потому что они пользуются спросом. Здесь, в Казахстане, много людей, которые приехали из Центральной Азии, и для них сухофрукты — это не просто еда, это часть культуры. Поэтому я понял, что если предложить качественный продукт, это будет востребовано. И, конечно, прибыльность зависит от того, как мы находим поставщиков и от того, как правильно организуем бизнес. Я стараюсь работать с проверенными поставщиками и обеспечивать постоянное качество, чтобы люди возвращались снова и снова.

И: Как вы начали свой бизнес в Казахстане? Какие проблемы стояли перед вами?

М: Когда я только начал, у меня не было много денег. Это был, по сути, небольшой старт. Я взял в аренду место на рынке, закупил первую партию сухофруктов и начал продавать. Самыми большими проблемами были, конечно, языковой барьер и незнание местных правил торговли. Мне понадобилось время, чтобы наладить контакты с местными поставщиками и разобраться, как работает рынок. Еще одной проблемой было то, что рынок насыщен конкуренцией. Местные продавцы часто предлагают похожие товары, и я должен был предложить что-то, что выделялось бы. Поэтому я стал делать акцент на качестве и хорошем обслуживании, чтобы мои клиенты возвращались.

И: Занимались ли вы этим бизнесом у себя на родине?

М: Нет, на родине я этим не занимался. Как я говорил, я работал в строительной сфере, и это была моя основная деятельность. Однако, с самого детства я был знаком с торговлей на рынках, поскольку мои родственники тоже занимались этим. Но я никогда не работал в этой области. Однако, когда приехал в Казахстан, я понял, что здесь в этом бизнесе есть потенциал, и я стал развивать его.

И: Нуждались ли вы в материальной поддержке, когда открывали бизнес в Казахстане? Нужно ли иметь много денег для этого?

М: Да, вначале мне помогли некоторые родственники и знакомые, которые уже были в Казахстане. Это позволило мне купить первую партию товаров и арендовать место на рынке. Однако, по большому счету, для того чтобы открыть подобный бизнес, не требуется колоссальных вложений. Всё зависит от того, с каким товаром ты начинаешь и какие цели ставишь. Я начинал с малого — с небольшого ларька, который занимал немного места. Сначала важно наладить поставки и найти свою клиентскую базу.

И: Скажите, почему вы выбрали этот вид занятости?

М: Этот вид бизнеса был для меня естественным выбором. Я знал этот рынок и понимал, что многие люди, особенно из Центральной Азии, любят и ценят сухофрукты. Этот бизнес был близок моим традициям и моей культуре. И, конечно, это прибыльный бизнес, если всё правильно организовать.

И: Вы сказали, что у вас есть семья, и вы работаете с родственниками. В какой степени ваш бизнес зависит от социальных связей, особенно с близкими людьми и родственниками на родине?

М: (Предприниматель): Мой бизнес, на самом деле, во многом зависит от социального капитала, который я создал за годы жизни и работы в Таджикистане и Казахстане. Очень важную роль играют мои родственники и близкие друзья, как здесь, так и на родине. Например, в Таджикистане у нас есть сеть поставок — мы закупаем сухофрукты напрямую у фермеров, с которыми мои родные и друзья работают годами. Это помогает нам обеспечить качественный товар по хорошим ценам и без лишних посредников. Без этого контакта на родине мне было бы намного сложнее работать.

Когда я только начинал здесь, в Казахстане, мне помогали братья, кузены, друзья. Они предоставляли помощь в виде информации, помощи с логистикой и финансовой поддержки, что, конечно, позволило мне быстрее адаптироваться и войти в рынок. Например, некоторые мои родственники в Таджикистане занимаются закупками товара, и они всегда дают мне знать, где можно купить сухофрукты по хорошей цене и с гарантией качества. Это не просто связи, это настоящие партнерства, основанные на доверии и многолетней дружбе. Также для бизнеса очень важен человеческий фактор — отношение к клиентам, их доверие. Люди, которые ходят на базар, часто отдают предпочтение тем, с кем знакомы, кто проверен временем. Многие клиенты на Зеленом Базаре знают меня лично, поскольку я часть той самой таджикской диаспоры, и это помогает мне создавать надежные отношения с покупателями. Они знают, что я не предам и буду продавать только качественные товары, что для них имеет значение. Этот социальный капитал — это не просто источник информации или выгодных цен, это своего рода гарантия того, что мой бизнес будет успешным.

И: Интересно! Так ваш бизнес — это не просто коммерческая деятельность, но и продолжение традиций и связей, которые передаются из поколения в поколение. Какова роль вашей семьи в этом процессе?

М: Роль семьи в моем бизнесе очень велика. В этом деле без поддержки семьи я бы не справился. Моя жена помогает мне с логистикой, общением с поставщиками и даже с организацией работы на рынке. Она управляет многими операциями, связанными с товаром, в то время как я занимаюсь более стратегическими задачами — например, поиском новых поставок и развитием бизнес-процессов.

Также, безусловно, очень важно участие моих детей. Хотя они ещё маленькие, я уже вовлекаю их в этот процесс. Я хочу, чтобы они понимали, как важны честность и ответственность в бизнесе, а также то, как важно поддерживать связи с семьей и родными на родине. Это не просто работа для нас, это целая традиция, которую мы передаем из поколения в поколение. Без помощи и доверия моих родственников, в том числе тех, кто занимается поставками, я бы не смог создать такой стабильный бизнес. Поставки — это не просто товар, это взаимоотношения, которые строятся на доверии, на уважении, и они глубоко укоренены в нашем сообществе.

И: Значит, можно сказать, что ваш бизнес — это пример того, как социальный капитал и традиции могут быть использованы для успешного ведения бизнеса. Зависимость от

семейных связей, от контактов с родными на родине становится важной частью вашей работы?

М: Да, вы правильно понимаете. Социальный капитал в нашем деле — это один из самых важных факторов. Наша община, наши связи с родиной, наши отношения с поставщиками и клиентами — всё это помогает нам не просто выжить, а развивать бизнес. В этом смысле, я бы сказал, что наш бизнес — это не только бизнес, но и продолжение традиций, продолжение тех связей и ценностей, которые мы принесли с собой. Мой успех напрямую связан с тем, что я могу опираться на свою семью, своих друзей, на тех, кто на родине и кто поддерживает меня здесь. Это как большая сеть, которая позволяет чувствовать себя увереннее и стабильнее в чужой стране.

И: Да, ваш бизнес — это действительно пример того, как важны традиции, социальные связи и родственные отношения для успешного предпринимательства. Спасибо за такой подробный рассказ. Мы подходим к завершающему вопросу. Какие для вас перспективы в будущем?

М: В будущем я планирую расширить мой бизнес. Хотелось бы открыть еще несколько точек, возможно, не только в Алматы, но и в других городах Казахстана, таких как Шымкент или Астана. Но важно, чтобы в этом процессе участвовали и моя семья, и наши социальные связи с родными и партнерами на родине. Без этого я не вижу смысла развивать бизнес дальше, ведь именно эти связи помогают создать атмосферу доверия и надежности, которая очень важна для стабильности бизнеса. Я также хочу, чтобы мои дети, когда вырастут, сами выбрали, заниматься ли им этим делом, но я надеюсь, что они продолжат традицию семейного бизнеса.

Транскрипт глубинного интервью с этническими предпринимателями

Интервью №4	Имя респондента: Шариф
Пол: муж	Возраст: 29
Место проведения: Зеленый базар	Дата и время проведения, продолжительность: 45 минут
Этнос респондента: таджик	

Код	**Цитата из интервью**	**Аналитическая интерпретация**
Семейная традиция	"У нас дома с детства этим занимались — дедушка, потом отец... Мой дед ещё в советское время торговал урюком и кишмишем."	Торговля сухофруктами — семейное дело, передающееся из поколения в поколение, формирующее ценности и профессиональную идентичность героя.
Иммиграция как стратегическое решение	"Переезд в Казахстан для меня и моей семьи — это было очень серьёзное и взвешенное решение... ради будущего моих детей."	Переезд воспринимается как осознанный шаг к улучшению жизни и обеспечению стабильности для семьи, а не как вынужденная миграция
Трудности адаптации	"Было тяжело: и климат другой, и город чужой, и язык не так хорошо знал... сначала с документами порядок надо было навести."	Процесс адаптации сопровождается серьезными вызовами: языковой барьер, незнание местных правил, культурный шок.
Роль семьи в бизнесе	"Сын уже рядом, учу его — пусть дело отца знает... Жена начала помогать — дома фасует товар, считает деньги."	Семейный бизнес — это не только экономическая деятельность, но и воспитание, передача опыта и ценностей будущим поколениям.
Честность и качество как ценности	"Я стараюсь не гнаться за ценой — для меня главное — качество и честность... клиент может один раз купить и уйти навсегда."	Принцип честности и ориентация на качество продукции — ключевые факторы в построении долгосрочных отношений с клиентами и устойчивого бизнеса.
Опыт и знания, приобретённые на родине	"Этот опыт мне сильно пригодился, когда я переехал в Казахстан... научился различать качественный товар, договариваться, быть ответственным."	Предшествующий опыт работы в родной стране служит фундаментом успешной деятельности на новом месте, несмотря на отличия в организации бизнеса.
Мотивация и устремлённость	"Если хочу будущего для детей — надо потерпеть... думал о детях, ради чего терплю."	Мотивация героя связана с желанием обеспечить достойную жизнь и образование детям, что придаёт смысл и силу преодолевать трудности.

Профессиональная идентичность	"По бумажке я бухгалтер, но работал всегда на рынке... для меня офис — не моё."	Личностное осознание своих сильных сторон и предпочтений, отход от официальной профессии в пользу семейного ремесла.
Планы на развитие	"Есть планы расширяться — открыть вторую точку, заняться оптом, интернет-торговлей."	Герой проявляет предпринимательскую активность, адаптируется к изменениям рынка и стремится к росту бизнеса.
Материальная поддержка и старт	«Да, конечно, я нуждался в поддержке — и материальной, и моральной… Первый год вообще о своём бизнесе не думал — просто крутился, старался понять рынок… Один знакомый земляк дал мне немного сухофруктов… Это была для меня огромная помощь… На старте нужны не только деньги, но и доверие.»	Для начала бизнеса важна не только финансовая помощь, но и социальный капитал — доверие в диаспоре, поддержка опытных земляков, которые помогают минимизировать риски и предоставить стартовые ресурсы. Этот опыт отражает важность сетей и взаимопомощи в мигрантских сообществах.
Опыт и знания в бизнесе	«У нас, таджиков, с детства к этому делу приучены руки… мы знаем, что делать… у нас есть друг к другу доверие… Мы не боимся тяжёлой работы…»	Народная и профессиональная социализация через семейный и культурный опыт обеспечивает мигрантам конкурентное преимущество в определённых нишах (например, торговля сухофруктами). Это позволяет им быстро адаптироваться и успешно развивать бизнес на новом месте.
Роль семьи в бизнесе	«Жена — как правая рука… дети помогают по мелочам… Это наш семейный труд…»	Семейный бизнес — это коллективный труд, где роль супруги и детей важна для повседневного функционирования. Семья не только поддерживает, но и является средой социализации и передачи опыта.
Социальные связи и община	«Мы держимся друг друга, как одна семья… Если один попал в беду, все поддержат… Без этого в нашем деле нельзя…»	Социальные связи и доверие внутри этнической общины формируют неформальную систему поддержки, способствующую выживанию и росту малого бизнеса. Эти связи компенсируют нехватку формальных институтов и снижают транзакционные издержки.

Ограничения и возможности	«Нужно ли много денег? Не обязательно… Главное — чтобы был товар, место, и чтобы ты сам не ленился…»	Стартап с минимальным капиталом возможен, если есть трудолюбие и правильное управление оборотными средствами. Это демонстрирует важность личных качеств и умения эффективно использовать ограниченные ресурсы.
Образование и преемственность	«Старший учится в колледже… Я говорю ему: «Хорошо, учись… бизнес — на всякий случай… Образование плюс опыт — вот тогда человек сильный.»… Я хотел бы передать ему дело, но не обязательно, чтобы он стоял на базаре…»	Сочетание формального образования и практического опыта рассматривается как оптимальная стратегия успеха в бизнесе. Преемственность семейного дела связана с уважением к традициям, но не исключает инноваций и модернизации.
Трудолюбие и самозанятость	«Мне нравится работать руками, с людьми… Я свободен, сам решаю — когда и сколько работать… Если хочешь — заработаешь.»	Бизнес для интервьюируемого — это не только заработок, но и свобода, возможность самостоятельно управлять временем и результатами труда. Это отражает ценности автономии и трудовой этики мигрантской среды.
Финансовое управление и риски	«Доход зависит от сезона… Бывает хороший месяц… Бывает — тишина… Деньги откладываю понемногу… Нет больших накоплений — всё идёт в оборот.»	Малый бизнес в розничной торговле подвержен сезонным колебаниям доходов, что требует осторожного финансового планирования и умения быстро реагировать на изменения рынка. Подчёркивается важность поддержания оборотного капитала и минимального «финансового запаса».
Планы на расширение и развитие	«Хотел бы открыть вторую точку… Может магазин, с витринами… Или чайхану с таджикской кухней… Но нужны вложения, лицензии… Пока это мечты…»	Бизнесмен планирует постепенное расширение и диверсификацию, осознаёт необходимость вложений и формализации деятельности. Это демонстрирует прагматичный подход к развитию, баланс между амбициями и реальностью.

И: Расскажите немного о себе.

Ш: Ассалому алейкум. Меня зовут Шариф, я сам из Таджикистана, из Хатлонской области. У нас дома с детства этим занимались — дедушка, потом отец. Мы всё время с сухофруктами, орехами возились. Я уже с 2015 года здесь, в Алматы. На Зелёном базаре торгую — сначала просто помогал брату, потом сам начал. Сейчас у меня свой прилавок, сын уже рядом, учу его — пусть дело отца знает.

И: Работали ли Вы по своей специальности у себя на родине?

Ш: Нет, честно говоря, по бумажке я бухгалтер, но работал — всегда на рынке. Это у нас семейное, ещё со времён Союза. Я в молодости уже ездил с отцом, помогал — товар возили, продавали.

И: После переезда в Казахстан, пробовали ли вы устроиться на работу по своей специальности?

Ш: Не пробовал. Я знал, что офис — не моё. Плюс здесь сначала с документами порядок надо было навести. Да и язык — я по-русски понимал, но плохо говорил. А на рынке — своё, там земляки, поддержка есть.

И: Расскажите о решении переезда в Казахстан.

Ш: Переезд в Казахстан для меня и моей семьи — это было очень серьёзное и взвешенное решение. Не скажу, что это случилось вдруг. Мы к этому долго шли, обсуждали в семье, советовались с родственниками. Я родом из юга Таджикистана, из сельской местности, где основное — это земля, работа в поле, сезонные рынки. После гражданской войны многое у нас разрушилось, хотя мы постепенно восстанавливались. Но честно скажу — с каждым годом становилось труднее. Урожаи нестабильные, цены на местных рынках маленькие, а расходы — растут. Особенно когда дети подрастают — надо думать об их будущем, образовании, здоровье. Я понимал, что на месте не смогу обеспечить всё это. Поэтому уже давно смотрел в сторону Алматы — у меня здесь жил двоюродный брат, он сюда уехал ещё в 2000-х, начал с того, что таскал товар на базаре, а потом сам стал торговцем. Мы с ним общались, он рассказывал: «Если не боишься работы — тут можно подняться». Он предложил приехать хотя бы на время — посмотреть, поработать, присмотреться. В 2015 году я решился — уехал сначала один, оставил жену и детей у родителей. Брат встретил, устроил меня к знакомому на точку помощником. Было тяжело: и климат другой, и город чужой, и язык не так хорошо знал. Но я понимал: если хочу будущего для детей — надо потерпеть. Полгода я просто работал на других, жил очень скромно, каждый тенге откладывал. Потом начал потихоньку брать товар под реализацию, уже сам пробовал торговать. Постепенно всё пошло. Когда более-менее наладилось — привёз семью. Дети пошли в школу, жена начала помогать — дома фасует товар, считает деньги, на рынке бывает, когда нужно. Здесь детям лучше — школы хорошие, медицина доступнее, стабильность есть. И для работы больше возможностей. Конечно, я скучаю по родине, по своей земле. Но понимаю — ради семьи надо было сделать этот шаг. Сейчас ни о чём не жалею. Казахстан — стал вторым домом. Здесь я построил своё дело, познакомился с хорошими людьми. Конечно, трудности были и есть: с документами, с жильём, с регистрацией, но со временем научились всё решать. Главное — не бояться труда и быть честным человеком. Так что решение о переезде — это был не побег от бедности, а шаг вперёд. Шаг в сторону стабильности, ради будущего моих детей. И теперь, глядя на старшего сына, который помогает мне и в учёбе преуспевает, я понимаю — всё было не зря.

И: Расскажите о своём бизнесе.

Ш: Мой бизнес — это продажа сухофруктов, орехов, мёда и сопутствующих натуральных продуктов на Зелёном базаре в Алматы. Этим я занимаюсь уже более семи лет. Но на самом деле, если говорить честно, это не просто бизнес — это часть моей жизни, часть нашей семейной традиции. Мой дед ещё в советское время торговал урюком и кишмишем — тогда их вёз на ослах в Хорезм и Бухару. Потом отец продолжил дело, но уже в условиях независимого Таджикистана — ездил на рынки в Душанбе, Худжанд, даже в Ош в Кыргызстане. А я с самого детства был рядом, помогал ему. Это было не «официально», но для меня это была школа бизнеса и жизни. Когда я приехал в Казахстан, естественно, я не стал искать работу «с нуля» в какой-то чужой сфере. Я знал товар, знал сезонность, знал, как общаться с клиентами, как фасовать, как проверять качество. Я понимал, что здесь — в Алматы — есть спрос на натуральный продукт, особенно у людей старшего поколения, которые ещё помнят вкус настоящего урюка, не обработанного серой, без химии. Сначала торговал с чужой точки, потом арендовал маленькое место, а позже, с Божьей помощью, выкупил свою точку. Сейчас у меня стабильное место на Зелёном базаре, постоянные клиенты, многие из которых знают меня по имени. Есть даже такие, кто приходят раз в год специально

к нам перед Рамазаном или Наурызом — за качественными сухофруктами. Товар я в основном вожу из Таджикистана — из районов, где наш климат идеально подходит для сушки фруктов. Урюк у нас самый сладкий, из Гиссара, из Файзабада. Кишмиш, чернослив — тоже из наших горных районов. Орехи частично беру от своих, частично уже здесь — с юга Казахстана. Мёд везём из Вахдата — чистый, без подмешек. Я лично знаю пасечника, с которым работаем уже много лет.

И: Почему именно этот вид товара?

Ш: Потому что он «долгий»: сухофрукты и орехи не портятся так быстро, можно хранить месяцами. И люди берут их всегда — и летом, и зимой. Есть праздники — берут в подарок. Пост, Рамазан — берут к столу. Школа начинается — берут детям. Плюс продукт полезный, натуральный — можно и старикам, и детям. Конкуренция, конечно, есть. Особенно в последние годы, когда больше людей пришло на рынок. Но я стараюсь не гнаться за ценой — для меня главное — качество и честность. Я лучше потеряю в прибыли, но не продам плохой товар. Потому что знаю: клиент может один раз купить и уйти навсегда, а может стать твоим постоянным, и его семья будет годами приходить. Я сам каждый день на месте — с 7 утра до вечера. Проверяю фасовку, разговариваю с покупателями, всё на личном контроле. Иногда помогает сын — он у меня учится, но я уже приучаю его к делу. Он должен понимать: деньги — не с неба падают, за каждым тенге стоит труд. Сейчас у меня есть планы расширяться — может быть, открыть вторую точку, или заняться оптом. Думаю о доставке, интернет-торговле. Уже были заказы через WhatsApp — людям удобно, особенно в Алматы, где пробки. Я вижу, что рынок меняется, и надо меняться вместе с ним. В общем, этот бизнес — это не просто источник дохода. Это дело моей семьи, моей чести, моей истории. И, иншаллах, если будет здоровье и поддержка, хочу передать это своим детям. Пусть не забывают корни, и пусть идут дальше, выше нас.

И: Расскажите о том, как вы начали свой бизнес в Казахстане?

Ш: Начинал я свой бизнес в Казахстане, как говорится, с нуля. Даже меньше — с минуса. Когда приехал в Алматы, у меня не было ни своего жилья, ни денег, ни документов на работу. Только одно — желание работать и прокормить семью. Я приехал один, без жены и детей. Они остались в Таджикистане, пока я тут хотя бы на ноги встану. Это было в 2015 году. Первые месяцы я вообще не торговал сам. Работал грузчиком на складе рядом с Зелёным базаром, потом — помощником у одного знакомого, который держал точку с сухофруктами. Я просто фасовал, выносил товар, стоял рядом. Наблюдал, как он общается с покупателями, как считает, как работает с поставщиками. Для меня это было как бесплатная школа. Параллельно учил язык — в Таджикистане все вроде по-русски говорят, но тут многое по-другому: документы, разговоры, требования, словечки — всё надо понимать, особенно когда работаешь с покупателем. Сначала я, конечно, жил у брата. Он дал мне немного денег, а потом познакомил с людьми, занимающимися оптовой торговлей. Но он не хотел, чтобы я занимался рынком. Наша семья больше склонялась к науке. Но я понял, что мне нужно свое дело. Для меня важны свобода, ответственность и ничье вмешательство.

Какие проблемы стояли перед вами? Сперва самой большой проблемой были **документы**. Мне нужно было получить вид на жительство, открыть ИП (индивидуальный предприниматель), зарегистрироваться, встать на учёт в налоговой. А я вообще не знал, куда идти, что писать. Хорошо, брат помог. Он уже через всё это прошёл, отвёл меня к людям, показал, какие бумаги нужны. Потом оказалось, что даже для аренды места на базаре тоже нужны бумаги — без регистрации, без разрешения никто не даст. Мы тогда скооперировались с земляками — я работал с чужой лицензией первое время, пока сам не оформился. Это, конечно, не по закону, но по-другому никак было. Вторая проблема — **деньги на старт**. У меня не было капитала. Всё, что я зарабатывал, уходило на еду, пересылку домой, чуть-чуть на аренду комнаты. Я снял маленькую комнату в старом доме — без условий, без горячей воды. Но я знал: надо потерпеть. Потом один знакомый, тоже таджик, предложил дать товар под реализацию — без предоплаты. Я взял немного: изюм, урюк, немного мёда. Начал с того, что сам стоял с ящиком, продавал понемногу. Потом ещё один человек дал в долг деньги на

аренду маленького места — угол на общем прилавке. Так потихоньку и начал. Третья проблема — **доверие покупателей**. Люди не сразу к тебе идут, особенно когда ты новичок. На рынке много конкурентов, все кричат, зовут. Я же не звал — просто стоял, предлагал попробовать, объяснял, откуда товар. Я всегда честно говорил: это из Гиссара, это кишмиш домашний, без серы, это мёд из Вахдата. Люди чувствуют, когда с ними по-честному. Постепенно появились постоянные клиенты. Кто-то один раз взял — вернулся. Кто-то посоветовал друзьям. Это уже начался рост. Конечно, **не всё было гладко**. Бывало, что товар испортился, не продался вовремя — минус. Были проблемы с поставками из Таджикистана: граница закрыта, дорога долгая, фура сломалась, товар испортился. Или купишь оптом — а орех некачественный, не разобрал. Учился на своих ошибках. Но зато теперь я точно знаю, какой товар брать, у кого, в какое время, как проверять. Кроме этого, **была моральная трудность** — быть вдали от дома. Я в чужой стране, без родных, без привычного окружения. Иногда руки опускались. Но я думал о детях. Знал, ради чего терплю. Сейчас, спустя семь лет, я могу сказать — всё, что у меня есть, я построил сам, своими руками. Не было лёгких путей. Только терпение, честность и труд. Сейчас у меня уже есть своя точка, постоянные покупатели, поставщики, своя репутация. Но всё началось с того, что я просто стоял на рынке, продавал 2 килограмма урюка и 3 банки мёда.

И: Вы занимались этим бизнесом у себя на родине?

Ш: Да, занимался. Можно сказать, я с самого детства в этом деле. У нас в семье торговля сухофруктами и орехами — это не просто способ заработка, это традиция, передающаяся из поколения в поколение. Мой дедушка ещё в советское время возил урюк и грецкий орех по ярмаркам в других республиках — в Узбекистан, Туркмению, даже в Россию. Он ходил с мешками, сам сушил, сам фасовал. Тогда всё делали вручную. Потом, уже в 90-е, отец продолжил его дело, но уже по-другому: появился транспорт, больше рынков, но и трудностей тоже стало больше. Сколько себя помню, я с отцом ездил по деревням, покупали урюк у крестьян, сушили его по нашей технологии — не на солнце, а в тени, чтобы не пересушивался, не терял вкус. Потом в августе-сентябре мы всё это фасовали в мешки, шили вручную, готовили к отправке. Когда я стал постарше — ездил сам: то в Душанбе на рынок, то в Курган-Тюбе, то в Худжанд. Мы торговали прямо с машины — открывали заднюю дверь, выставляли товар и продавали. Иногда даже меняли товар на другой, в зависимости от сезона. Это был тяжелый, но интересный опыт. Конечно, это не был «официальный бизнес» в том смысле, как здесь — с ИП, лицензиями, налогами. Там всё было проще, по-деревенски: если хочешь — работаешь, нет — никто не спрашивает. Мы тогда не думали о масштабах, просто зарабатывали на жизнь. Но именно тогда я научился самым важным вещам: как различать качественный товар от плохого, как договариваться с людьми, как вести себя с клиентами, как быть ответственным. Эти знания мне сильно пригодились, когда я переехал в Казахстан. Ещё я запомнил одно: мой отец всегда говорил — «главное — не обманывай покупателя, потому что он может забыть цену, но не забудет, как ты с ним обращался». Это правило я с собой сюда принёс. И до сих пор стараюсь так вести дело: честно, без обмана, с уважением к клиенту. У нас в Таджикистане, особенно в сельских районах, бизнес — это не офис и не завод. Это когда ты сам выращиваешь, сам сушишь, сам фасуешь, сам продаёшь. Всё на своих плечах. Сейчас, конечно, здесь в Казахстане масштабы другие — аренда, налоги, конкуренция, требования. Но основа — та же. Я благодарен тому опыту, который получил на родине. Без него я бы здесь не справился. Так что да — я этим бизнесом жил с самого начала. Можно сказать, это не я выбрал бизнес, а бизнес выбрал меня.

И: Нуждались ли вы в материальной поддержке когда открывали бизнес в Казахстане? Нужно ли иметь много денег для этого?

Да, конечно, я нуждался в поддержке — и материальной, и моральной. Без этого, честно говоря, начать было бы почти невозможно. Когда я только приехал в Алматы, у меня с собой было немного денег — хватило только на дорогу и на то, чтобы первую неделю что-то поесть. Ни жилья, ни документов, ни знакомых, кроме двоюродного брата, который уже давно тут жил и торговал на Зелёном базаре. Если бы не он, я не знаю, как бы я начал. Он приютил меня

у себя, дал крышу над головой, а самое главное — показал, как здесь всё устроено. Он сначала взял меня к себе помощником: таскать товар, следить за прилавком, учиться общению с клиентами. Я работал, не считая времени — просто чтобы набраться опыта и хоть что-то заработать. Первый год вообще о своём бизнесе не думал — просто крутился, старался понять рынок. Когда появилась возможность взять товар под реализацию — это был первый реальный шаг. Один знакомый земляк, тоже таджик, дал мне немного сухофруктов — 10 килограммов урюка, пару банок мёда, сказал: «Продашь — вернёшь, не продашь — поговорим». Это была для меня огромная помощь. Деньги он не просил сразу, просто поверил. Я продал всё за пару дней, потом снова взял. Вот так постепенно и начал. На старте нужны не только деньги, но и **доверие**. У нас в диаспоре это работает — если человек тебя знает, если видит, что ты трудолюбивый, честный — помогут. Иногда без расписок, просто на словах. И я очень благодарен тем людям, которые мне тогда помогли. До сих пор с ними сотрудничаю. Нужно ли много денег, чтобы начать? Не обязательно. Конечно, если хочешь сразу большую точку, склад, несколько работников — да, нужны вложения. Но если готов начинать с малого, сам стоять, сам продавать — можно и с минимальной суммой. Главное — чтобы был товар, место, и чтобы ты сам не ленился. Я начинал с очень скромной суммы — условно, с 30–40 тысяч тенге в обороте. Главное — правильно её повернуть, не потратить сразу, а вложить обратно в товар. Также нужна поддержка не только деньгами, но и советом, опытом. Например, один старший товарищ мне сказал: «Если продаёшь мёд — сам должен знать, откуда он, и какой вкус у него. Нельзя просто на слово верить поставщику». С тех пор я всегда пробую товар сам, прежде чем продавать. Это тоже — форма поддержки. Сейчас, когда ко мне приходят молодые ребята, только приехавшие, я тоже стараюсь помочь — хоть советом, хоть связью, хоть маленьким стартом. Потому что я помню, как сам начинал — с пустыми руками, но с большими надеждами.

И: Скажите, почему вы выбрали этот вид занятости?

Я в этом деле с детства. Мне нравится работать руками, с людьми. Я свободен, сам решаю — когда и сколько работать. Если хочешь — заработаешь. Не надо никого просить. Я сам делал всю фотосъемку и WhatsApp. Сейчас около 60% клиентов приходят из рекламы. Есть даже доставки. Я все делаю сам, от закупки до упаковки. Иногда брат помогает с транспортировкой, но я никого не прошу, стараюсь управлять сам». Использование цифровых каналов и логистики — это высокий уровень адаптивности

И: Вы считаете, что у людей вашего этноса, людей с вашей родины есть больше возможностей заниматься именно этим делом?

Ш: Да, я так думаю. Потому что у нас, таджиков, с детства к этому делу приучены руки. Мы как будто с рождения знаем, что такое урюк, как сушить изюм, где хороший мёд, как отличить хороший орех от плохого. Это не из книжек — это из жизни. У нас в горах, в деревнях, почти в каждой семье есть абрикосы, виноград, грецкий орех. Мы сами выращиваем, сушим, собираем, и с раннего возраста участвуем в этом — помогали отцу, деду, носили мешки, сидели на базаре. Для нас это — как школа. Поэтому когда мы приезжаем сюда, в Казахстан, мы не теряемся. Мы знаем, что делать. Нам не надо объяснять, как обращаться с товаром. Нам только дай возможность — мы начнём с малого и пойдём вперёд. У многих уже есть опыт торговли дома, а кто не торговал — тот всё равно понимает товар, потому что с ним вырос. Кроме того, у нас есть друг к другу доверие. Я, например, могу взять товар у земляка без предоплаты — он знает, что я не подведу. Это большое дело. Мы держимся друг за друга. А когда ты не один, а с поддержкой — легче двигаться. Иногда даже если нет денег, но есть репутация хорошего, честного человека — тебе дадут шанс. Это очень важно. И ещё: мы не боимся тяжёлой работы. Мы привыкли вставать рано, работать с утра до ночи. Многие из нас приехали не от хорошей жизни. Мы знаем цену труду. Мы не сидим, не ждём — ищем, двигаемся, торгуем, крутимся. И, может, поэтому у нас получается. Конечно, и у других народов тоже есть успех. Здесь, на базаре, работают и казахи, и узбеки, и уйгуры, и русские. Но у нас, таджиков, есть своя ниша, особенно по сухофруктам, мёду, орехам. Мы в этом разбираемся. Это как наша специализация. Поэтому да, я думаю, что у наших людей — если

есть желание и терпение — больше шансов именно в этом деле. Потому что у нас это — и знание, и опыт, и поддержка внутри общины. Только работать надо честно. Тогда и Аллах поможет, и люди поддержат.

И: Вы сказали, что у вас есть дети. Они принимают участие в вашем бизнесе? Они имеют образование? Вы хотите передать своё дело им?

Ш: Да, у меня трое детей. Старшему сейчас 17 лет, он уже почти взрослый. Остальные ещё школьники. Старший помогает мне — когда выходной или каникулы, приходит на базар, стоит со мной, учится. Я его не заставляю, но сам интерес проявляет. Я показываю, как с клиентами говорить, как товар раскладывать, как считать. Всё по чуть-чуть. Это важно — чтобы знал, как деньги зарабатываются, не думал, что всё просто так. Он у меня учится в колледже сейчас — на бухгалтера. Я говорю ему: «Хорошо, учись, образование — это важно. А бизнес — это на всякий случай. В жизни всё может быть. Сегодня работа есть, завтра — нет. А если своё дело есть, руки работают, мозги думают — ты не пропадёшь». Он слушает. Надеюсь, поймёт со временем. Конечно, я хотел бы передать ему своё дело. Не обязательно, чтобы всю жизнь на базаре стоял — пусть учится, пусть развивается, может, сделает этот бизнес лучше, по-современному. Может, онлайн начнёт продавать, или откроет магазин. Главное, чтобы знал, откуда всё началось. Чтобы уважал труд отца, деда, прадеда. Мы этим делом не один день живём — это наша история. Младшие ещё маленькие, но дома тоже помогают — фасуют по пакетам, наклейки клеят. Жена учит их — всё в семье, всё вместе. Это хорошая школа для них. Образование я хочу всем дать. Пусть учатся. Но я им говорю — знания нужны, но руки тоже должны уметь работать. Образование плюс опыт — вот тогда человек сильный. А только диплом — без дела — ничего не стоит. Так что да, я надеюсь, что старший сын продолжит. Может, не так, как я — может, по-другому. Но с уважением к труду, с уважением к людям. Это главное. А я, иншаллах, пока силы есть — буду рядом, буду учить.

И:. Помогает ли вам ваша семья в бизнесе? Как распределяете обязанности? Какова роль вашей супруги?

Ш: Да, жена — как правая рука. Дома помогает, фасует, считает, записывает. Иногда на рынок приходит, если я занят. Всё вместе делаем. Дети помогают по мелочам. Это наш семейный труд.

И: Есть ли у вас свой круг общения в Казахстане? Кого вы выберете для работы с вами?

Ш: Да, конечно, у меня здесь уже свой круг общения есть. За те годы, что я в Алматы живу и работаю, познакомился со многими. Но в основном это мои дальние и близкие родственники. Я бы не сказал, что поддерживаю отношения только с таджиками. Конечно, соотечественники важны. Но в бизнесе я больше внимания уделяю клиентам. Нет времени на чай и разговоры. Ты либо работаешь, либо проигрываешь. У меня нет времени на большие собрания. Все — бизнес.

Например, когда мне нужна помощь, я зову племянника. Он помогает, учится у меня, и я спокоен: он меня не обманет, не подведёт. Потому что не просто работник — он часть семьи. Так что круг общения у меня есть — и надёжный, и проверенный. Без этого в нашем деле нельзя. Один человек на базаре — ничто. Тут всё держится на доверии, на людях. Хорошие отношения — это уже половина успеха в бизнесе.

У меня есть свои постоянные поставщики, я у них покупаю. Там дешевле, выбор большой. Главное цена и качество. Мне все равно, кто они по национальности.

И: Доход от бизнеса позволяет: 1) Сберегать; 2) Путешествовать; 3) Отправлять деньги на родину?

Ш: Ну, скажу честно — всё зависит от сезона. У нас, кто на рынке работает, особенно с продуктами, доход не всегда одинаковый. Бывает хороший месяц — особенно перед праздниками, перед Рамазаном или зимой, когда люди берут сухофрукты, орехи, мёд. А бывает — тишина. Особенно летом, когда жара, людей меньше, или когда отпускной сезон. Поэтому я не могу сказать, что у меня всегда всё стабильно. Но, альхамдулиллах, на жизнь хватает. На аренду точки, на питание семьи, на одежду детям — всё это покрываем. Слава Богу, уже лет 5 живём не в долг, а за счёт своего труда.

По чуть-чуть откладывать получается, тоже не всегда. Небольшими суммами, но откладываю. Не в банк, а дома — наличными. Бывают разные ситуации: товар вдруг подорожал, нужно срочно закупить, или кто-то из родных заболел — надо помогать. Без «запаса» тяжело. Я стараюсь, чтобы хоть какая-то «подушка» была. Но больших накоплений нет — всё идёт в оборот, или на нужды семьи. Например, старший сын учится — это тоже расходы.

Если честно, много путешествовать не получается. Уехать даже на неделю — значит, оставить точку. А на рынке, если тебя долго нет, теряешь клиентов. Я один за всё отвечаю. Иногда ездим всей семьёй на один-два дня — в Чарын, на Капчагай, или к родственникам в Шымкент. Это больше отдых для детей. А вот куда-то далеко, за границу — пока нет возможности. Не потому что совсем денег нет, а потому что некогда. Бизнес требует постоянного присутствия.

Отправлять деньги на родину, обязательно. Каждый месяц стараюсь отправить — родителям, иногда брату, если у него там трудности. У нас это нормально — кто уехал, тот помогает оставшимся. Не хвастаюсь, но я регулярно помогаю: кто на лекарства, кто на школу детям. Родина — она в сердце, даже если ты далеко. И я знаю, что если бы я был на их месте — они мне тоже помогли бы. Поэтому делюсь, сколько могу.

И: Хотели бы вы заняться другим бизнесом? Или открыть другие точки?

Ш: Да, конечно, хотел бы. Я об этом не раз думал. Знаете, человек не должен сидеть на одном месте всю жизнь — всегда надо стремиться к лучшему. Я уже больше семи лет стою на этой точке, знаю, как всё работает, всё сам прошёл с нуля. Сейчас чувствую, что могу больше. Бывает, думаю: открыть вторую точку — может, в другом районе Алматы. Там, где людей много, но конкуренции меньше. У меня уже есть надёжные поставщики, товар качественный, клиенты постоянные. Так что можно было бы расшириться. Но это всё не так просто. Чтобы открыть ещё одну точку — нужен человек, кому можно доверять. Не просто работник, а как брат. Потому что бизнес — это не только товар и деньги. Это имя, это отношение к людям. А если ты не стоишь сам, не следишь — может и товар испортиться, и клиент уйдёт. Поэтому пока жду, думаю. Спешить нельзя. Иногда думаю: может, магазин сделать, не на базаре, а в помещении — чтобы красиво, чисто, с витринами, упаковкой. Людям нравится, когда всё аккуратно. Сейчас много кто покупает сухофрукты не просто на еду, а в подарок. Хочется идти в ногу со временем. Но для магазина нужно больше вложений — аренда дорогая, документы, налоги, всё официально. Пока нет такого капитала, чтобы сразу начать, но я откладываю понемногу, иншаллах, может получится. А ещё — у меня есть мечта. Открыть чайхану или кафешку с таджикской кухней. Наш плов, самса, шорбо, лепёшки — всё это люди любят. И свои, и казахи, и русские — все кушают с удовольствием. Но это уже совсем другой бизнес. Нужно оборудование, повара, лицензии, всё по-другому. Пока это только в мечтах. Может, если сын подрастёт и захочет — вместе начнём. В общем, желания есть. Я не тот человек, кто довольствуется малым. Но я знаю, что надо идти **постепенно**, шаг за шагом. Лучше медленно, но надёжно, чем быстро и с риском. Главное — честно работать, с уважением к клиенту. Тогда и Всевышний поможет, и люди потянутся.

Транскрипт глубинного интервью с этническими предпринимателями

Интервью №5	Имя респондента:Алишер
Пол: муж	Возраст: 47
Место проведения: Зеленый базар	Дата и время проведения, продолжительность: 50 минут

Кодовая тема	**Цитата из интервью**	**Аналитическая интерпретация**
Идентичность и миграционная траектория	«Меня зовут Алишер… почти десять лет живу и работаю в Алматы… душа тянется домой — к родителям, к земле.»	Респондент рассматривает пребывание в Казахстане как временное, с сохранением сильной связи с родиной. Возвращение воспринимается как цель и завершение миграционного цикла.
Образование и опыт на родине	«…техническое образование… работал на заводе… преподавал в техникуме… подрабатывал на рынке…»	Высшее или среднее техническое образование не обеспечивало стабильного дохода, что способствовало переходу к торговле ещё до миграции.
Трудности трудоустройства в стране приёма	«…без казахстанского диплома, без языка и прописки тогда было тяжело…»	Структурные барьеры (документы, язык, легализация) ограничивают возможности профессиональной реализации мигрантов, даже с квалификацией.
Мотивы миграции	«…работы мало, цены росли… брат звал… сначала хотел на сезон, а остался почти на 10 лет.»	Экономические трудности и семейные связи способствовали решению о миграции. Первоначально миграция планировалась как временная.
Выбор товара	«…орехи, сухофрукты, мёд… потому что разбираюсь… у нас дома это с детства…»	Занятость основана на традиционных знаниях, культурном капитале и доступе к товару через семейные связи.
Этапы становления бизнеса	«…начинал с нуля… жил у знакомых… товар у земляков под реализацию…»	Запуск бизнеса основан на солидарности внутри этнической диаспоры, доступе к доверительным отношениям и минимальных вложениях.

Проблемы при открытии бизнеса	«…сложно было с документами, с языком…»	Институциональные барьеры затрудняют интеграцию мигрантов в формальный сектор. Языковой и правовой барьеры — ключевые препятствия.
Опыт на родине	«…помогал отцу на базаре… там больше было для внутреннего рынка…»	Предпринимательство имеет преемственность — мигрант опирается на опыт, приобретённый в родной стране.
Материальная поддержка	«…без помощи брата и земляков — не справился бы…»	Социальный капитал компенсирует нехватку финансовых ресурсов. Поддержка земляков играет ключевую роль на старте бизнеса.
Самозанятость как стратегия	«…сам себе хозяин… сколько поработал — столько и заработал…»	Предпринимательство обеспечивает автономию и независимость, что особенно ценно для мигрантов, ограниченных в правах.
Этничность и специализация	«…у нас эти товары в свободном доступе… не скажу, что это особенность…»	Предприниматель не считает, что торговля орехами — «этнический» бизнес, а скорее доступный и знакомый формат торговли.
Семейная преемственность	«…сын помогает… учится… если захочет — передам… но скорее всего — закрою точку…»	Присутствует поколенческий переход, но без настойчивого навязывания. Бизнес не воспринимается как обязательное наследие.
Социальная изоляция	«…в основном с семьёй время провожу… друзья с делом не связаны…»	Круг общения ограничен, бизнес ведётся преимущественно индивидуально или в семье. Отсутствие расширенной деловой сети.
Снижение доходности	«…не получилось откладывать… закуп урезал… покупателей меньше…»	Экономические условия ухудшились, что снижает устойчивость бизнеса и подталкивает к его закрытию.
Усталость от бизнеса	«…своё уже отработал… хочу закрыть бизнес и уехать домой…»	Присутствует эмоциональное выгорание, предприниматель не видит дальнейших перспектив и принимает решение о завершении деятельности

Проблемы проживания	«…документы, регистрация… чувствуешь, что ты чужой… отсутствие стабильности…»	Респондент подчёркивает институциональную уязвимость и отсутствие ощущения принадлежности. Главный мотив к возвращению — психологическая усталость и стремление к стабильности.

И: Расскажите немного о себе.
А: Меня зовут Алишер, мне 47 лет, я родом из Гиссара, это недалеко от Душанбе. У меня большая семья — жена и трое детей. Почти десять лет живу и работаю в Алматы, на Зелёном базаре, торгую орехами, сухофруктами и мёдом. Но сейчас, честно говоря, подумываю закрыть точку — рынок меняется, конкуренция растёт, а я уже чувствую, что своё здесь сделал. Дети подросли, начали зарабатывать, и душа тянется домой — к родителям, к земле.
И: Работали ли Вы по своей специальности у себя на родине?
А: Да, у меня техническое образование, в молодости работал на заводе, потом немного преподавал в техникуме. Но зарплаты были маленькие, и всё чаще приходилось подрабатывать — возить товар, помогать на рынке, ездить в Хатлон за сухофруктами. Так постепенно начал больше заниматься торговлей.
И: После переезда в Казахстан, пробовали ли вы устроиться на работу по своей специальности?
А: Сначала — да, пробовал. Ходил в несколько фирм, даже в строительные организации, думал, может, в охрану пойду или мастером. Но без казахстанского диплома, без языка и прописки тогда было тяжело. К тому же, я понимал, что на зарплату в 80–100 тысяч тенге я не прокормлю семью. Поэтому почти сразу вернулся к торговле — то, что я знаю с детства.
И: Расскажите о решении переезда в Казахстан.
А: Решение было непростым. В Таджикистане всё-таки — родина, но тогда, в 2013 году, ситуация была тяжёлая: работы мало, цены росли, дети подрастали. Мой двоюродный брат уже давно жил в Алматы, звал: «Приезжай, поможем, потихоньку встанешь на ноги». Вот я и решился. Сначала на сезон хотел приехать — заработать, купить скот домой. А остался почти на 10 лет.
И:. Расскажите немного о своем бизнесе.
А:Я торгую в основном орехами — грецкий, миндаль, кешью, фундук. Также немного сухофруктов — урюк, изюм, инжир. Товар беру частично с родины — от родственников, частично на оптовых базах в Алматы. Орехи — товар «долгоиграющий», не портится быстро, и его берут круглый год. Особенно зимой и перед праздниками. Выбрал его, потому что разбираюсь — у нас дома это с детства: сушим, колем, фасуем.
И: Расскажите, как вы начали бизнес в Казахстане? Какие проблемы стояли перед вами?
А: Начинал с нуля. Жил у знакомых, помогал на точке, учился. Потом арендовал небольшой ларёк. Деньги были впритык, взял товар у земляков под реализацию. Сложно было с документами, с контролем, с языком. Не знал, как общаться с покупателями.
И: Вы занимались этим бизнесом у себя на родине?
А: Да, но в меньших масштабах. Помогал отцу на базаре, ездил с ним на заготовки. Но там больше было для внутреннего рынка. А здесь — уже как малый бизнес, с постоянными клиентами, с учётом рынка.

И:. Нуждались ли вы в материальной поддержке, когда открывали бизнес в Казахстане? Нужно ли иметь много денег для этого?
А: Очень нуждался. Без помощи брата и земляков — не справился бы. Первый товар дали без денег, под честное слово. Аренду тоже платили в складчину. Конечно, большие деньги

не нужны, если сам работаешь. Но для старта всё равно нужно хотя бы немного — на товар, на жильё, на еду. И самое главное — доверие.

И:. Скажите, почему вы выбрали этот вид занятости?

А: Потому что я это знаю, умею. И потому что сам себе хозяин. Не надо унижаться, просить работу. Здесь — сколько поработал, столько и заработал. А главное — я в товаре уверен. Сам пробую, сам фасую. И мне приятно, когда люди довольны.

И: Вы считаете, что у людей вашего этноса, с вашей родины, есть больше возможностей заниматься именно этим делом?

Даже не знаю. Может только потому что у нас все эти товары в свободном доступе. Не скажу что это какая то особенность, чтобы уметь так продовать. Продать все то могут.

И:. У вас есть дети. Принимают ли они участие в вашем бизнесе? Имеют ли образование? Хотите ли передать им своё дело?

А: Да, у меня трое. Старший сын помогает — особенно в выходные. Сейчас учится в колледже на логиста. Я ему всегда говорю: «Знания нужны, но и руками работать надо уметь». Он интересуется бизнесом, но я не настаиваю. Пусть решает сам. Если захочет — передам всё, даже лучше — пусть расширяет, делает онлайн-продажи. Но, скорее всего, я уже передавать не буду — скоро закрываю точку, уезжаю домой. А дети пусть тут учатся, если захотят — приедут потом. У меня там уже пожилые родители.

И:. Есть ли у вас круг общения в Казахстане? Кого вы выберете для работы с вами?

Ну не особо прямо близкий круг. В основном с семьей врмя провожу. Конечо, есть семейные друзья и близкие. Но они с этим делом никак не связаны.

И: Позволяет ли доход от бизнеса: 1) Сберегать; 2) Путешествовать; 3) Отправлять деньги на родину?

А: За последнее время сильно ухудшилось можно сказать. Вообще не получилось откладывать. Поэтому и в новом закупе пришлось экономить. Конечо это на бизнесе тоже сказывается. Люди любят брать все товары в одном месте, чтобы потом скидку хорошую сделал. Небольшой выбор товара, и покупателей меньше.

И: Хотели бы вы начать заниматься другим бизнесом? Либо открыть другие точки?

А: Я думаю что свое уже я отработал, чочу закрыть бизнес и уехать домой. Там семья, там дом. Дети подросли, начинают на себя зарабатывать. Здесь стало сложно — аренда выросла, клиентов меньше, и проверки участились. Думаю, всё — пора возвращаться. Главное, там условия себе сделал. Дома ремонт хороший, дети все поступили куда хотели. Думаю на этом и спасибо.

И: Каковы наиболее значимые проблемы, связанные с проживанием здесь?

Много. Документы, регистрация — каждый год волокита. Жильё — дорого, особенно с семьёй. Бюрократия. Иногда чувствуется, что ты чужой — особенно в госучреждениях. На рынке — свои проблемы: конкуренция, контроль, сезонность. Но главное — отсутствие стабильности. Поэтому и хочу домой — пусть там и скромно, но своё. Там — душа спокойна.

Транскрипт глубинного интервью с этническими предпринимателями

Интервью №6	Имя респондента: Абдулла
Пол: муж	Возраст: 37
Место проведения: Зеленый базар	Дата и время проведения, продолжительность: 2 часа
Этнос респондента: таджик	Код респондента: «А»

Кодовая тема	**Цитата из интервью**	**Аналитическая интерпретация**
Миграция и семья	«Причина переезда — в первую очередь, конечно, семья. Мой отец уже жил здесь с 1996 года...»	Мотивация к миграции связана с экономическими трудностями и необходимостью воссоединения семьи. Отцовская инициатива сыграла роль ориентира для миграции сына.
Миграция как ответ на кризис	«В Душанбе в 90-е годы... война, безработица, развал Союза — он понял, что дома уже не прокормить семью...»	Миграция в Казахстан была вынужденной и продиктована социально-экономическим кризисом в Таджикистане, типичная стратегия выживания для постсоветского пространства.
Семейная преемственность	«Так я приехал, и с тех пор мы вместе. Отец всегда был для меня примером...»	Передача ценностей, навыков и модели поведения от отца к сыну демонстрирует вертикальную семейную мобильность и устойчивость традиционной модели «семейного дела».
Малый бизнес и стабильность	«Почему именно сухофрукты? Потому что... это товар, который долго хранится... привычный и уважаемый товар...»	Выбор сферы бизнеса обусловлен прагматическими соображениями — низкий риск порчи товара, культурная значимость и стабильный потребительский спрос.
Сезонность торговли	«Особенно летом, когда жара, люди неохотно покупают. Но зима — наш сезон...»	Бизнес подвержен сезонным колебаниям, что требует адаптивности и способности планировать наперёд.
Доверие и изоляция	«После этого я решил, что лучше один, но спокойно... Только родному брату мог бы доверить...»	Негативный опыт сотрудничества с земляками формирует высокую осторожность и индивидуализм в бизнесе. Отсутствие доверенных лиц ограничивает рост.

Невозможность делегировать	«Сейчас я себе такого позволить не могу. Всё держится на мне.»	Бизнес находится в зависимости от одного человека, что делает его уязвимым к непредвиденным обстоятельствам и препятствует масштабированию.
Невидимая инфраструктура диаспоры	«...внутри диаспоры хорошо работает “сарафанное радио”... передают контакты поставщиков...»	Этническая солидарность и неформальные сети играют ключевую роль в интеграции мигрантов в рынок и обеспечении минимальной социальной безопасности.
Ограниченные возможности роста	«Если бы у меня были надежные братья или родственники рядом, возможно, я бы подумал по-другому...»	Отсутствие поддержки со стороны семьи в стране пребывания ограничивает потенциал предпринимательского развития.
Культура труда и стойкость	«Мы привыкли всё делать сами. Поэтому, даже если тяжело... человек всё равно работает, не сдается.»	Культурные установки на трудолюбие и самодостаточность воспринимаются как конкурентное преимущество, поддерживающее внутреннюю мотивацию к преодолению трудностей.
Интеграция и межэтнические отношения	«Если говорить о круге общения вне нашего этноса... есть хорошие отношения, особенно с поставщиками...»	Несмотря на замкнутость круга общения, наблюдается позитивный опыт межэтнического взаимодействия, особенно в профессиональной сфере.
Идентичность и профессиональный выбор	«Именно сухофруктами многие занимаются — не только таджики, конечно, но у нас в культуре это близко...»	Профессиональный выбор связан с этнокультурной идентичностью и формирующимся с детства знанием продукта, что способствует уверенности и успешности в сфере торговли
Отцовская модель успеха	«Он был очень бережливый, не тратил лишнего, всё вкладывал обратно в товар...»	Отец выступает символом практического разума, экономической бережливости и стратегической настойчивости — это формирует модель жизненного успеха для сына.
Желание иной судьбы для детей	«Я хочу, чтобы они выросли образованными, с хорошей работой. Чтобы не стояли на базаре, как я.»	Интервьюируемый осознаёт ограничения своей профессии и стремится обеспечить детям иной социальный путь — символическая отстранённость от ручного труда как средство социальной мобильности.
Экономическая нестабильность	«Цены растут, аренда тоже, коммунальные, продукты. А покупательная способность у людей падает.»	Предпринимательская деятельность сталкивается с внешними экономическими вызовами, создающими ощущение постоянной борьбы за выживание, а не за развитие.

Сдержанная адаптация и осторожность	«Для работы — я предпочитаю работать либо один, либо с теми, кого знаю и кому доверяю без сомнений.»	Опыт предательства усилил осторожность и сделал стратегию индивидуального ведения бизнеса единственно приемлемой.
Отношение к риску и расширению	«Лучше пока так, как есть — сосредоточиться на том, чтобы поддерживать хотя бы одну точку в порядке...»	Интервьюируемый осознанно избегает риска, предпочитая устойчивость и стабильность, даже ценой ограниченного роста.

И: Расскажите немного о себе.
А: «Я таджик, мне 37 лет. Родился и вырос в Душанбе, это столица Таджикистана. Там закончил школу, и буквально через несколько месяцев после выпуска переехал сюда, в Алматы. Было это в 1999 году. Причина переезда — в первую очередь, конечно, семья. Мой отец уже жил здесь с 1996 года. Он сначала поехал сюда как бы временно, заниматься бизнесом, начал торговать таджикским лимоном на Зеленом базаре, и так получилось, что остался. Ему понравилось, дело пошло».
И: Чем вы занимаетесь и почему выбрали именно этот бизнес?
А: Сейчас я занимаюсь торговлей сухофруктами. Это орехи, изюм, чернослив, курага, инжир, финики, кое-что сладкое — халва, сладкие пастилки, разные смеси для диабетиков, медовые штуки. Мы работаем давно, уже есть постоянные клиенты, кто по 10-15 лет покупает у нас. Почему именно сухофрукты? Потому что, во-первых, это товар, который долго хранится. Его не нужно выкидывать через день-два, как мясо или молочку. Если вдруг нет продаж — ничего страшного. Неделю постоит, две — потом продашь. У нас были случаи, когда неделями не было продаж, особенно летом, когда жара, люди неохотно покупают. Но зима — наш сезон. Перед Новым годом, перед Наурызом — всё быстро уходит. Во-вторых, сухофрукты — это привычный и уважаемый товар. В каждой семье в Алматы сухофрукты — это часть культуры. Люди покупают на чай, на угощение, детям в школу. Есть постоянный спрос, хоть и упал в последние годы.
И: Расскажите более подробно про вашего отца?
А: «Мой отец — человек старой закалки, ему сейчас за 60, он родом из Таджикистана, из Душанбе. Всю жизнь он работал — и у себя на родине, и здесь, в Алматы. У нас семья простая, не богатая. В Душанбе в 90-е годы, когда начались тяжёлые времена — война, безработица, развал Союза — он понял, что дома уже не прокормить семью. Тогда он решил поехать в Казахстан. Это был 1996 год. Сначала он приехал один, без семьи. Просто посмотреть, как обстоят дела. Остановился у знакомых, тогда среди таджиков уже начали говорить, что в Алматы можно что-то заработать — на рынке, в торговле. Он пошёл на Зелёный базар. Тогда там были совсем другие условия: палатки, навесы, грязь, но торговля шла. Люди брали товары из Таджикистана, Узбекистана, продавали здесь. А в Алматы был спрос — продукты, фрукты, особенно такие, которых здесь не растёт. Отец начал с малого. Сначала он сам вёз лимоны из Таджикистана — те самые таджикские лимоны, которые по вкусу совсем другие. У него был контакт в Худжанде, потом нашёл водителя, который мог доставлять товар. Он купил первый ящик, потом второй — привозил, вставал с утра на базаре и продавал. Это был тяжёлый труд, но он видел, что спрос есть, товар хороший, люди берут. Он рассказывал, как в первые месяцы ночевал в арендованной комнате с другими рабочими, экономил на всём. Но зато копейка за копейкой — и начал вставать на ноги. Он был очень бережливый, не тратил лишнего, всё вкладывал обратно в товар. Так и пошло. Потом, когда дело чуть стабилизировалось, он стал расширять ассортимент: к лимонам добавились гранаты, орехи, сухофрукты. Он понял, что эти продукты не портятся быстро, их можно хранить, продавать без больших рисков. И ещё — это всё то, что он знал хорошо с детства. Он вырос на этих продуктах, знал, какой изюм

хороший, какая курага должна быть. Он не был бизнесменом в советском смысле, у него не было никакого образования по этой части, но у него было чутьё и опыт жизни.

Где-то через три года, когда он уже более-менее обустроился, он позвал меня. Сказал: «Приезжай, помогай, учись». Я только школу закончил, и решил — зачем сидеть дома, если можно работать. Так я приехал, и с тех пор мы вместе. Отец всегда был для меня примером — трудолюбия, честности. Он никогда не обманывал ни клиентов, ни поставщиков. Его здесь все знали как человека слова. И до сих пор он приходит на рынок, хоть и на пенсии уже. Говорит: «Сидеть дома — это не для меня». У него уже здоровье не то, но он приходит, помогает, иногда просто рядом стоит, контролирует, подсказывает. Его история — это пример того, как человек без связей, просто за счёт труда, терпения и честности смог построить свою жизнь в другой стране. Он не стал богатым, но он обеспечил нас, дал мне возможность встать на ноги, купить дом, воспитывать детей. И за это я ему благодарен. Сейчас мы с ним работаем на одной точке. Но чаще я бываю тут один. Я уже беру на себя всё основное, но его опыт, его авторитет до сих пор многое значит. Он знает рынок, знает людей, и с ним советуются даже молодые продавцы. Так что, если честно, всё, что у меня есть — началось с него. Он заложил основу. Я просто продолжаю.

И: Как и когда вы начали ему помогать?

А: Он позвал меня помочь, но решение было мое. Я не хотел учиться дальше — мне с детства хотелось заниматься своим делом. Я видел, как отец работает, сам в детстве помогал ему. Как только он сказал, что есть возможность приехать и начать работать, я согласился. Тем более, в Душанбе в те годы было тяжело: и с работой, и с безопасностью, и с перспективами. Здесь было спокойнее, чище, люди добрее.

Когда приехал, мне было 17 лет. Здесь началась моя взрослая жизнь. Сначала помогал отцу: учился, как продавать, как с клиентом разговаривать, как товар выбирать. А потом, когда уже уверенно себя чувствовал, начал работать сам. Сначала у нас была одна точка, потом отец дал мне часть товара, и я уже вел свою маленькую торговлю. Сейчас снова одна точка, но уже общая. Отец иногда работает до сих пор, хотя и на пенсии уже — просто не может дома сидеть, хочет быть среди людей, в движении. Женился я уже здесь, в Алматы. Сначала женился на казашке, у нас был хороший брак, но потом не сошлись характерами, развелись. Потом женился второй раз — уже на таджичке. С ней у нас сейчас семья, дети. Мы живём в своём доме, купили его лет 7 назад. Я уже прописан здесь, гражданство казахстанское получил. Дети здесь родились, здесь учатся, они уже, по сути, местные — язык знают, в садике, в школе говорят по-русски и по-казахски, дома по-таджикски. Я хочу, чтобы они выросли образованными, с хорошей работой. Чтобы не стояли на базаре, как я. Пусть учатся, пусть идут в жизнь легче.

И: как у вас обстоят дела с поставками?

А: Поставки у нас идут из нескольких стран. Основной поток — из Узбекистана и Таджикистана. Часть товара везем из Кыргызстана, а орехи бывают и алматинские — грецкий орех, фундук. У нас свои поставщики. Они знают нас, мы знаем их. Некоторые с нами работают больше 10 лет. Никого искать не надо — они сами приходят. Особенно когда на базаре кто-то новый появляется, поставщики сразу подходят, предлагают. И у них между собой как бы дележ есть — кто с кем работает. Мы с одними и теми же, потому что знаем, что не обманут, качество хорошее, цена нормальная.

Они привозят товар прямо до точки или домой. Один-два раза в неделю. Иногда привозят под реализацию: ты берешь, продаешь — потом отдаешь деньги. Иногда сразу оплачиваем. Все по договоренности. Главное — доверие. С новыми сложно, лучше со старыми.

И: Какие трудности вы испытывали в работе?

А: Одна из самых сложных ситуаций была, когда мы работали с одним знакомым — тоже таджик, земляк. Мы три года вместе вели бизнес, доверяли друг другу. Я думал — всё хорошо, но потом оказалось, что он все три года воровал деньги. Я вообще не мог понять, почему ничего не откладывается, прибыли нет. Потом случайно проверили счета, товар — и всё стало ясно. Было очень тяжело. После этого я решил, что лучше один, но спокойно. С тех пор

работаю только сам, максимум с отцом. К другим не подпускаю. Вообще, проблема доверия — большая. Особенно, когда ты один работаешь, и нужно кому-то поручить деньги или товар. Были мысли открыть вторую точку — но кому доверить? А сам не успею. Одна точка — и то с утра до вечера на ногах. Бывают дни, когда вообще ничего не продается, стоишь, мерзнешь. Зимой холод, руки мерзнут, но всё равно надо быть. А летом — наоборот, жара, мало людей. Но всё равно держимся. Ещё одна трудность — экономическая. Последние два-три года очень тяжело стало. Цены растут, аренда тоже, коммунальные, продукты. А покупательная способность у людей падает. Люди берут меньше, экономят. Раньше покупали килограмм, сейчас — 200-300 грамм. И это чувствуется. Мы не можем поднимать цены сильно — сразу уйдут к другим.

И: Как вы оцениваете свою текущую жизненную ситуацию?

А: Скажу честно: сейчас живём просто. Не богато, не бедно. Хватает на еду, на детей, на школу, на коммунальные. На большее — не всегда. Последние два года вообще ничего не смог отложить. Всё уходит на повседневные нужды. Были времена, когда можно было откладывать, копить. Сейчас — нет. Всё дорожает, и остаётся только на нужное. Дом у нас свой, это, конечно, большое дело. Без ипотеки, без долгов. Это помогло — не надо платить ежемесячно банку. Но всё остальное — только по мере возможности. Семья у меня хорошая, дети здоровые, учатся хорошо. Это главное. Я не хочу, чтобы они работали на базаре. Это тяжелый труд, на ногах целый день, на морозе, на солнце. Я хочу, чтобы они получили образование, работали в офисе или по профессии. Чтобы не страдали, как мы. Мы ради этого и живём.

И: Какие у вас планы на будущее? Хотели бы сменить сферу или развивать бизнес?

А: Конечно, иногда думаю: а может, что-то другое попробовать? Но сейчас все жалуются — и кто одежду продает, и кто продукты, и даже магазины. У всех спад. В кризис менять сферу — риск. А у меня семья, дети. Я не могу рисковать. Надо стабильность. Расширяться — тоже не хочу. У меня был опыт, когда доверил дело — и прогорел. Сейчас нет никого, кому можно доверить вторую точку. Сам не справлюсь. Поэтому лучше спокойно работать, как есть. Если бы вдруг появился хороший человек — родственник, брат, племянник — может, доверил бы. Но пока нет. Поэтому всё сам, по чуть-чуть, по шагу. Это хоть тяжело, но честно и спокойно.

И: Вы считаете, что у людей вашего этноса, людей с вашей родины, есть больше возможностей заниматься именно этим делом? Почему?

А:Да, думаю, есть. Но это не потому, что нам кто-то специальные условия создает, или какие-то льготы — такого нет. Просто, знаете, у нас, у таджиков, у тех, кто вырос в Таджикистане или в похожей среде, с детства как-то принято быть ближе к торговле, к базару, к ремеслу. У нас в семье, например, дедушка тоже на базаре торговал — и отец, и дядья. У нас эта культура передаётся из поколения в поколение. Мы с детства наблюдаем, как старшие работают — как разговаривают с клиентом, как ведут себя, как считают деньги, как закупают товар. Это уже часть нашей жизни. Может, поэтому нам проще войти в это дело. Еще, я думаю, таджики — они вообще очень трудолюбивые, терпеливые. У нас нет такого, чтобы надеяться на государство, или ждать, что кто-то придет и поможет. Мы привыкли всё делать сами. Поэтому, даже если тяжело, даже если заработок маленький — человек всё равно работает, не сдается. У нас много таких, кто с нуля начал — с одной коробки сухофруктов, а потом потихоньку расширился, купил дом, поставил детей на ноги. Просто надо время и терпение. Именно сухофруктами многие занимаются — не только таджики, конечно, но у нас в культуре это близко. Это наш продукт, мы с ним знакомы с детства. Мы знаем, как он должен выглядеть, какой вкус правильный, как хранить, как продать. Когда человек понимает продукт — ему проще продавать. А у нас почти в каждом доме курага, изюм, чернослив — это как хлеб. Люди это любят, знают, поэтому легко и продавать, и советовать покупателю. Кроме того, у нас внутри диаспоры хорошо работает «сарафанное радио». Кто приехал раньше — помогает тем, кто приехал позже. Передают контакты поставщиков, арендаторов, объясняют, где дешевле закупиться, как правильно оформить документы. Это, как сказать… неофициальная, но очень сильная поддержка. Ты как бы попадаешь в среду, где все примерно знают, что делать, и готовы подсказать. И даже если не родственник, а просто земляк — всё равно помогут.

Поэтому, да, я считаю, что таджикам, особенно тем, кто с опытом торговли, чуть легче начинать именно в этой сфере. У нас есть внутренняя мотивация, навыки, круг общения. Хотя, конечно, никто просто так ничего не даст — тут надо пахать, с утра до вечера. Но если человек хочет — у него получится.

С другой стороны, не всем легко. Есть те, кто приезжает, думает — «встану за прилавок и сразу заработаю», но не выходит. Здесь нужна выдержка. Иногда неделями нет выручки, но ты всё равно приходишь, работаешь, ждешь. Многие не выдерживают — уходят. А у нас так воспитано: молча, терпеливо — и будет результат.

Поэтому я бы сказал так: возможностей у нас не больше, чем у других, но внутренняя готовность к такому труду у многих таджиков выше. Именно в торговле, особенно на базаре — это важно.

И: Вы упомянули, что вас нет братья или родственников, которые помогают вам в бизнесе? Как влияет их отсутствие?

А: Из близких родственников, особенно братьев, у меня здесь никого нет. А так, кроме отца, который уже пожилой, на кого мне опереться, нет. Получается, что я тут почти один. Это, конечно, тяжело. Особенно в нашем деле. Бизнес, особенно торговля на базаре — это не просто стоять и продавать. Тут всё держится на доверии. И когда ты один — ты не можешь никуда отойти, не можешь уехать, даже если заболел. Кто тебя подменит? Некому. Раньше, когда отец был моложе, он меня подменял, если надо было. Сейчас ему самому трудно весь день стоять. Мы работаем вдвоем, но всё основное — на мне.

Если бы у меня здесь были братья, или хотя бы племянники, родственники — я бы мог расшириться. Можно было бы вторую точку открыть, делегировать часть работы, отпуск взять хотя бы раз в год. Сейчас я себе такого позволить не могу. Всё держится на мне. Даже если в больницу надо — я думаю сто раз, потому что каждый день простоя — это минус Понимаете, в нашей культуре часто бизнес — это семейное дело. Когда вся семья рядом — легче. Можно распределить работу, доверять друг другу. А мне не на кого положиться. Даже если кто-то из земляков — всё равно это не то. Был опыт: взял в помощники одного знакомого с Таджикистана, три года работали, а потом выяснилось — воровал. С тех пор вообще никому не доверяю. Только родному брату мог бы доверить — потому что кровь одна, воспитание одно, знаешь, кто он. А чужому — нет.

Бывали моменты, когда просто не успевал всё — и товар принять, и продать, и с покупателями говорить, и потом ещё считать выручку, заказывать на следующую неделю. Всё на одном человеке. Из-за этого нет возможности развивать дело. Всё идёт на выживание, не на рост. Расширяться одному — это риск. А нанимать людей, особенно после плохого опыта — страшно.

Иногда думаю, может, кого-то из братьев все-таки звать. Но у них там уже свои семьи, работы. Переезжать — это тяжело, это снова всё с нуля. А если бы они были здесь — было бы легче. Даже просто по-человечески. Ты знаешь, что можешь уйти по делам, или заболеть, а точка будет работать. А сейчас — всё только на мне. И морально это тоже тяжело. Так что отсутствие родственников рядом — это, конечно, большая проблема. И для бизнеса, и для жизни. Особенно когда ты не в своей стране — хочется, чтобы рядом были свои. Семья — это не только помощь руками, это ещё и моральная поддержка, уверенность. А когда ты один — всё сложнее.

И: Есть ли у вас свой круг общения в Казахстане? Кого вы выберете для работы с вами?

А: Да, у меня здесь есть круг общения, но он довольно узкий и в основном связан с нашим таджикским сообществом и с теми, кто работает на Зеленом базаре. За двадцать лет в Алматы я познакомился с множеством людей — и с предпринимателями, и с поставщиками, и с покупателями. В основном это люди из Таджикистана или близких стран — Узбекистана, Кыргызстана. Мы общаемся не только ради бизнеса, но и просто по-родственному, иногда помогаем друг другу в бытовых вопросах, советуемся по разным ситуациям. Однако я очень осторожен в выборе тех, с кем работаю. Опыт научил меня не доверять слишком легко. Был у меня случай — я взял напарника, тоже таджика, думал, что мы вместе будем развивать дело,

а он воровал деньги. Это был большой удар, и с тех пор я стал очень внимательным. Потому что если даже своим нельзя доверять? То с кем еще работать? Поэтому сейчас я выбираю для работы только тех, кому могу доверять на все сто процентов. Это чаще всего близкие родственники или очень давние знакомые, которых знаю с молодости, у которых проверенный характер и репутация.

Для меня доверие — это главное. Не так просто найти человека, который будет так же честен и ответственно относиться к делу, как я сам. Особенно когда речь идёт о деньгах и товаре. Чтобы он не только не обманывал, но и понимал бизнес, разделял мою мотивацию работать и развиваться. К сожалению, родственников, кто мог бы помочь в бизнесе, здесь немного. Один брат есть, но он не участвует в этом деле. Поэтому я стараюсь работать сам, а если нужен кто-то на подмену — обращаюсь к близким друзьям из таджикской общины, но не беру их на постоянной основе. Если говорить о круге общения вне нашего этноса — казахи, русские, другие национальности — с ними тоже есть хорошие отношения, особенно с поставщиками или покупателями, но доверие для совместной работы я предпочитаю строить внутри своей диаспоры. Это не потому, что я не хочу общаться с другими, а потому что у нас с земляками есть общие традиции, понимание друг друга и язык. Это облегчает и бизнес, и повседневное общение. В целом, я бы сказал, что мой круг — это в основном таджики и близкие друзья из тех, с кем пересекался на рынке. Но для работы — я предпочитаю работать либо один, либо с теми, кого знаю и кому доверяю без сомнений.

И: О других точках не думали открыть?

А: Честно говоря, думал. Конечно, мысли были — а вдруг можно расшириться, открыть ещё одну точку, чтобы увеличить доход и иметь запас прочности. Но потом начинаешь реально считать — и понимаешь, что это очень сложно, почти невозможно одному человеку. Во-первых, времени не хватает. Торговля на рынке — это очень трудоёмко. Ты с утра и до вечера на ногах, стоишь за прилавком, разговариваешь с клиентами, принимаешь товар, считаешь деньги. Иногда бывают периоды, когда просто нет продаж — приходишь, стоишь часами, а покупатель не идет. И если у тебя одна точка, то ты хотя бы можешь весь день контролировать и следить за всем сам. А если две — ты не сможешь быть сразу в двух местах. Во-вторых, вопрос надёжных помощников. У меня был опыт: как я уже вам рассказывал, я нанял человека из нашего круга, из Таджикистана, знакомого, чтобы помогал. Но потом оказалось, что он воровал деньги, хоть и был «свой». Это был очень тяжелый урок. После этого я больше никому не доверяю на 100%. А нанять чужого человека — это риск, особенно когда у тебя мало ресурсов, и ты не можешь постоянно контролировать. Вот поэтому пока не хочу расширяться. Еще и, финансовая сторона. Чтобы открыть новую точку, надо сначала вложить деньги — арендовать место, закупить товар, возможно, купить оборудование или оформить документы. У меня нет больших сбережений. Я всё, что заработал — вложил в жизнь, дом, семью, детей. Не откладывал почти ничего, потому что жизнь дорого стоит — дети, питание, коммунальные услуги, одежда. Плюс сейчас последние пару лет торговля стала хуже. Люди стали меньше покупать, конкуренция усилилась. Магазины и крупные торговые сети забирают клиентов, а мы — маленькие предприниматели — вынуждены стоять на одном месте. Кроме того, рынок Зеленого базара — это место с большими колебаниями. Зимой — сезон, товар хорошо идёт, а летом — тишина. На лето выручки может почти не быть. Значит, надо накопить зимой, чтобы перезимовать без убытков. Открывать еще одну точку в таких условиях — очень рискованно. Также я не хочу усложнять себе жизнь. Сейчас я живу спокойно: одна точка, отец помогает по мере сил, я контролирую всё сам. Нет лишних хлопот, не надо бояться, что кто-то может не справиться или обмануть. В бизнесе это важно — лучше меньше, но увереннее. Я видел, как некоторые предприниматели открывают много точек и нанимают людей — часто это заканчивается проблемами. Кто-то уходит с работы, кто-то ворует, кто-то плохо выполняет обязанности, а хозяин остается в минусе. У меня нет желания испытывать такие риски, особенно если речь идет о семье. Если бы у меня были надежные братья или родственники рядом, возможно, я бы подумал по-другому. Тогда можно было бы делить обязанности, помогать друг другу, работать командой. Но сейчас — всё на мне, и это ограничивает

возможность роста. Так что, хотя мысли об открытии других точек есть, сейчас я не вижу, как это реализовать без больших рисков и проблем. Лучше пока так, как есть — сосредоточиться на том, чтобы поддерживать хотя бы одну точку в порядке и обеспечивать семью.

Транскрипт глубинного интервью с этническими предпринимателями

Интервью №7	Имя респондента: Абдурахим
Пол: муж	Возраст: 38
Место проведения: Зеленый базар	Дата и время проведения, продолжительность: 1 час и 10 минут

Кодовая тема	**Цитата из интервью**	**Аналитическая интерпретация**
Образование и старт работы	«Нет, у меня образования нет. Только школа. После школы сразу помогал отцу — он тоже на рынке работал, продавал сухофрукты»	Отсутствие формального образования компенсируется семейным опытом и навыками с детства.
Переезд и мотивация	«Отец имел большую точку в Душанбе... места там не хватало... многие начали ездить в Казахстан... решил попробовать»	Переезд связан с поиском расширения бизнеса, экономическими возможностями Казахстана, семейное решение.
Начало бизнеса в Казахстане	«Сначала стоял на чужой точке... вставал в четыре утра... Клиентов надо было найти... проблемы с документами и арендой»	Начало сопровождалось большими трудностями: бюрократия, аренда, конкуренция, отсутствие документов.
Поддержка сообщества	«Кто с Таджикистана, с нашего района — подсказывали... держались вместе... свои помогали»	Социальный капитал и этническая солидарность сыграли важную роль в преодолении трудностей.
Развитие бизнеса и семья	«Потом с отцом начали серьёзно... он сушит, фасует, а я здесь продаю... семейное дело»	Семейный бизнес как модель успешной адаптации и развития, делегирование функций внутри семьи.
Материальная поддержка	«Денег было немного... помогали родители и родственники... не нужно много денег, важно правильно распорядиться...»	Наличие ограниченного стартового капитала компенсируется помощью семьи, экономным подходом и постепенным ростом.
Причина выбора бизнеса	«Эта работа мне близкая... всю жизнь с сухофруктами... другую работу не знаю»	Выбор деятельности обусловлен традициями, опытом и семейной специализацией.

Этнический аспект бизнеса	«Это индивидуальное дело... но у таджиков это традиция... свои помогают... важна поддержка»	Бизнес воспринимается как личная инициатива, но этническая принадлежность даёт стартовые преимущества и поддержку.
Участие детей в бизнесе	«Дети пока маленькие... сами справляюсь... в будущем посмотрим, кто захочет»	Ожидание передачи дела следующему поколению, но без принуждения, с приоритетом образования детей.
Распределение обязанностей	«Жена дома, занимается бытом... братья помогают на рынке... разделили обязанности»	Семейная и родственническая поддержка — основа функционирования бизнеса, чёткое разделение ролей.
Причина приглашения родственников	«Доверие главное... чужих боюсь брать... с родственниками проще... знаем друг друга»	Высокое значение доверия в бизнесе, особенно в мигрантском контексте, предпочтение работы с проверенными людьми.
Социальные связи и круг общения	«Свои ребята есть, с родины, с района... держимся вместе... проверенных зову»	Этническая община и социальные связи поддерживают бизнес и уменьшают риски.
Финансовое состояние	«Деньги откладываю... иногда отдыхаем... родителям помогаю»	Бизнес обеспечивает стабильный доход, даёт возможность сбережений, отдыха и поддержки семьи на родине.
Планы на будущее	«Доволен тем, что есть... хотел бы открыть ещё пару точек... без спешки, без риска...»	Рациональный подход к расширению бизнеса, желание сохранить качество и устойчивость.
Проблемы мигранта	«Документы раньше были проблемой... сейчас гражданство есть... иногда полиция спрашивает... но всё нормально»	Административные и легальные трудности мигранта постепенно снижаются, но остаются источником беспокойства.

Интервьюер:Расскажите немного о себе.
Респондент:Зовут меня Абдурахим, мне 38 лет. Я из Таджикистана, из района недалеко от Курган-Тюбе. В Казахстане давно, больше 15 лет уже. Приехал молодым, после школы сразу. Сейчас у меня на Зелёном базаре несколько точек — торгуем сухофруктами. Семью перевёз, тут все живём — жена, дети.
Интервьюер:Работали ли вы по своей специальности у себя на родине?
Респондент:Нет, у меня образования нет. Только школа. После школы сразу помогал отцу — он тоже на рынке работал, продавал сухофрукты в Душанбе.
Интервьюер:После переезда в Казахстан, пробовали ли вы устроиться на работу по специальности?

Респондент:Нет, специальности как таковой не было. Я сразу пошёл работать с товаром, как отец делал. Сначала у людей работал, потом своё начал.

Интервьюер:Расскажите о решении переезда в Казахстан.

«У нас в Душанбе отец давно уже торговал сухофруктами — у него была большая точка на рынке. Мы с братьями после школы всегда помогали ему — сортировали, фасовали, на базаре стояли. Работа шла хорошо, но места там не хватало, базар тесный, конкуренция большая. Тогда как раз многие начали ездить в Казахстан — говорили, что там рынки большие, клиентов больше, цены хорошие. Мы с отцом думали — может, попробовать открыть там, расшириться. Он сказал: "Иди, попробуй, посмотри, как там". Я один поехал сначала, лет в 22 мне было. Приехал в Алматы, на Зелёном базаре свои были — помогли, место дали временно. Сначала просто продавал наш товар — от отца, маленькими партиями. Пошло хорошо. Людям нравилось — наш изюм, курага, всё натуральное, без химии. Потом уже решил остаться, закрепиться. Потом и семью перевёз, гражданство оформил. Если честно — не жалею.

Интервьюер:Расскажите немного о своём бизнесе. Откуда возите товар? Почему именно сухофрукты?

Респондент:Возим с Таджикистана в основном — из Хатлона, Курган-Тюбе, есть хорошие поставщики. Ещё берём в Узбекистане иногда. У нас изюм, курага, чернослив, финики, орехи. Почему это? Потому что я с детства знаю этот товар. Сухофрукты долго хранятся, круглый год берут. Люди любят, на базаре хорошо идёт.

Интервьюер:Как вы начали свой бизнес? Какие были трудности?

«Сначала, как приехал, сам ничего не знал. Только знал товар — курагу, изюм, финики. У нас в семье все этим занимаются. Отец в Душанбе точку держал, мы с детства на рынке. Он мне первый товар и дал — коробку, две, чтоб я тут попробовал продать.

На Зелёном базаре место своё взять сразу не получилось. Я через знакомых на чужой точке стоял — просто товар выкладывал, деньги считал, людей обслуживал. Было тяжело — вставал в четыре утра, ехал на оптовку, потом на базар. Весь день на ногах. Клиентов надо было найти, постоянных. Самая большая трудность — это документы. Тогда у меня ни ИП, ни временной регистрации не было. Полиция могла подойти, прогнать. Иногда штрафовали. Приходилось прятаться или договариваться. Потом уже с документами разобрался — ИП открыл, налоги начал платить. Сейчас всё официально. Второй момент — аренда. Цены на точку были высокие, да и конкуренция большая. Кто давно тут, у тех уже своё место, постоянные покупатели. А мне нужно было с нуля начинать. Но помогали свои. Кто с Таджикистана, с нашего района — подсказывали, где товар дешевле, у кого брать, как правильно фасовать. Мы держались вместе. Один сказал: "Не бойся, работай, будет результат". Так и получилось. Сначала был ящик, потом два, потом уже постоянный поток. Через пару лет свою точку выкупил. Сейчас у меня три. В общем, начало было трудное, но я не жалуюсь. Главное — работать честно, уважать клиента и не лениться». Потом потихоньку начали налаживать. С документами разобрался, ИП открыл. Уже легче стало — официально работаю, налоги плачу. А потом мы с отцом начали по-серьёзному. Он стал готовить товар у себя — сушить, фасовать, сортировать. Я здесь принимал и продавал. Сделали как бы одну линию: там — производство, здесь — рынок. Когда поставки стали регулярные, всё по плану — тогда уже дело пошло. Я знал, какой товар и когда придёт, мог больше брать. Клиенты начали возвращаться — качество у нас хорошее, всё натуральное, без добавок. Люди пробуют — и потом приходят снова Потом уже и на второй точке начали продавать, потом третью открыл. Сейчас у нас всё стабильно. С отцом до сих пор работаем — он сейчас меньше сам делает, больше контролирует. Там брат помогает. Мы как семейное дело держим.

Интервьюер:Занимались этим бизнесом у себя на родине?

Респондент:Да, отец мой этим занимался. Я с детства помогал — товар сортировал, фасовал. Мы с ним на рынок ездили. Так и выучился.

Интервьюер:Нуждались ли вы в материальной поддержке, когда открывали бизнес? Нужно ли много денег?

Р: «Когда я только начинал, денег было совсем немного. Бизнес у нас простой, но даже на маленькую точку нужны были вложения — чтобы купить товар, арендовать место, платить за всё это. У меня не было большого капитала, поэтому приходилось рассчитывать каждую копейку. Много чего делал сам — фасовал, раскладывал товар, стоял на базаре целый день, чтобы не нанимать помощников. Помогали родители и родственники — не только советом, но и иногда деньгами. Отец присылал товар в долг, говорил: «Начинай, потом отдадёшь». Это очень важно — иметь поддержку, когда денег мало.

Но большого количества денег для старта не надо. Главное — правильно распорядиться тем, что есть. Не надо сразу много брать товара, лучше сначала понять, что хорошо продаётся, а что нет. К тому же, в нашем деле можно начинать с маленьких объёмов и постепенно расширять. Я сначала с одного ящика начинал, потом уже вырос до нескольких точек.

Конечно, если бы сразу был большой капитал, можно было бы быстрее расти, но и риски были бы больше. Лучше шаг за шагом, без больших долгов.

В общем, нужна не столько большая сумма, сколько желание работать, терпение и поддержка близких. Без этого много денег не поможет. Так что материальная помощь нужна, но главное — правильный подход и умение не тратить зря».

Интервьюер:Почему выбрали именно этот вид занятости?

Респондент: «Эта работа мне близкая, я с ней вырос. Всю жизнь в сухофруктах, с рынка не выхожу. Другую работу не пробовал — мне это понятно, своё родное.»

Интервьюер:Считаете, у людей из вашего народа больше шансов заниматься этим делом? «Ну, как сказать... Не то чтобы только таджикам это дело подходит. Здесь не зависит от нации — это индивидуальное. Кто хочет работать, тот и будет работать. Это бизнес — надо вставать рано, самому всё контролировать, с клиентами говорить, товар проверять. Не каждый выдержит. Тут нужен характер, терпение Но да, у нас в народе это дело как-то ближе. Многие с детства с этим связаны. У нас дома всегда сушили фрукты, на рынок ездили. У отца был опыт, у дяди, у соседа — я у них учился. Так и пошло. Кто из Таджикистана — многим это знакомо. Поэтому легче начать, знаешь, с чего начинать. Ещё важно — есть поддержка. Свои помогают, подсказывают, дают совет. Если новичок из нашего приедет — не бросим. Это тоже помогает. Но опять же — если человек ленивый, или не хочет учиться — хоть таджик, хоть не таджик, ничего не получится. Так что это не про нацию, а про человека. Но просто у нас, у таджиков, есть своя традиция в этом деле. Поэтому, может, и кажется, что шансов больше.»

Интервьюер:Вы сказали, что у вас есть дети. Они участвуют в бизнесе? Учатся?

Р: «Да, у меня трое детей. Старшему только 10, остальные ещё младше. Они пока учатся, в школу ходят. Я не хочу сейчас их в работу втягивать — рано ещё. Пусть учатся, пусть детство будет. Пока сам справляюсь, да и братья помогает. Мне хватает. На рынок они не ходят, разве что иногда просто со мной просятся, посмотреть. Им интересно, Я показываю, но без нагрузки. В будущем — посмотрим. Когда подрастут, может, кто-то и захочет продолжить. Если сами захотят — научу. Если нет — тоже не обижусь. Главное, чтобы были хорошие люди, честные, с руками. Сейчас думаю — пока я работаю, пока здоровье есть. А на старости — если кто-то из детей продолжит, будет хорошо. Не продолжат — тоже не страшно. Главное, чтоб у них жизнь была лучше, чем у нас была в молодости.»

Интервьюер:Помогает ли вам семья в бизнесе? Кто за что отвечает?

Р: «Без семьи здесь совсем никак. Моя жена дома — она занимается бытом, детьми, хозяйством. На рынке она не стоит, но без неё я бы не справился. Она готовит, следит, чтобы дома всё было хорошо, чтобы я мог спокойно работать. А на самой работе я позвал своих двоюродных братьев — они помогают с товаром, с погрузкой, раскладкой, иногда на точках стоят. Без них тяжело, это как команда. Мы с ними вместе давно, доверяем друг другу. Я отвечаю за закупки, переговоры с поставщиками, за финансы. Братья — за склад, за работу на точках, за приём товара и выкладку. Всё разделили, чтобы было легче. Семья — это не только жена и дети. Для нас семья — это и близкие родственники, которые поддерживают и помогают. Если бы не они — не смог бы держать столько точек.

И: Почему вы пригласили родственников, а не нашли помощников здесь?

Р: Да потому что тут главное — доверие. На рынке много людей, но не все честные. Когда начинал, боялся брать чужих — вдруг обманут, или плохо сделают свою работу. А с родственниками проще. Мы вместе выросли, друг друга знаем, доверяем. Они не только помогают, а ещё поддерживают всегда. Если что-то случится, не бросят. К тому же, братья знают, как с товаром обращаться, как правильно его продавать. Тут свои правила, не каждый сразу поймёт, если чужой придёт. Ещё и язык один, привычки похожие — это тоже помогает в работе. С семьёй спокойнее, ведь они не уйдут, не бросят тебя в трудный момент. Конечно, можно и других нанять, но я пока боюсь рисковать. Если кто-то хороший появится, может возьму, а пока только свои. Ещё с родственниками легче всё устроить — можно быстро созвониться, договориться. С чужими надо долго объяснять, контролировать. В общем, семья — это надёжно, и дело у нас с душой получается».

Интервьюер:Есть ли у вас круг общения здесь? Кого берёте на работу?

Респондент:Да, свои ребята есть. Кто с родины, кто с района. Мы держимся вместе. Если работник нужен — своих зову, чтоб проверенные были.

Интервьюер:Доход от бизнеса позволяет вам сберегать, путешествовать, помогать родным?

Да, (альхамдулиллах), всё нормально. Деньги откладываю. Иногда с семьёй едем отдыхать, на природу. Родителям в Таджикистан тоже помогаю — каждый месяц что-то отправляю.

Интервьюер:Хотели бы заняться чем-то другим? Открыть ещё точки?ё

Р: «Честно говоря, сейчас я доволен тем, что есть. Торговля сухофруктами — это моё дело, в котором я хорошо разбираюсь. Но, конечно, мысли о расширении есть. Хотелось бы открыть ещё пару точек, чтобы увеличить доход и сделать бизнес стабильнее. Но открывать просто ради количества — не хочется. Нужно всё взвесить, чтобы не распыляться и не потерять качество. Я лучше одну точку хорошо буду держать, чем много, но плохо. Про другие виды бизнеса думал, но пока не тороплюсь. Это требует времени, вложений, новых знаний. Пока что с сухофруктами всё понятно — я знаю рынок, клиентов, поставщиков.

Может, в будущем, когда будет больше опыта и денег, подумаю. Главное — чтобы семья была рядом, чтобы поддерживали. А сейчас — лучше делать своё, постепенно расти. В общем, хочу развиваться, но без спешки и без риска»

Транскрипт глубинного интервью с этническими предпринимателями

Интервью №8	Имя респондента: Саиджон
Пол: муж	Возраст: 42
Место проведения: Зеленый базар	Дата и время проведения, продолжительность: 1 час и 38 минут

Кодовая тема	**Цитата из интервью**	**Аналитическая интерпретация**
Миграция по необходимости	«Это было трудное решение. Оставить всё — дом, родных, друзей... Но не было другого выхода.»	Переезд в Казахстан был вызван экономической нестабильностью на родине. Решение трудное, но осознанное, основано на необходимости поддерживать семью.
Профессиональная деформация	«Интересной — да. Душа радуется, когда урожай хороший. Но когда в кармане пусто — уже не до радости.»	Работа по специальности была эмоционально ценной, но экономически неустойчивой, что подтолкнуло к смене деятельности.
Социальный капитал	«Земляки помогали... Один старший таджик, Ахмад-ака, очень помог — научил, как правильно оформляться...»	Сообщество мигрантов играет важную роль в адаптации и передаче бизнес-опыта. Социальные связи компенсируют отсутствие формальной поддержки.
Предпринимательство с нуля	«Просто поставил стол, взвешивал на ручных весах... В первый месяц даже в ноль не вышел.»	Начало предпринимательской деятельности было крайне скромным, сопровождалось рисками и убыточностью, но с упором на постепенный рост.
Семейная преемственность	«Мы с братом часто помогали... Поэтому, когда переехал сюда, я даже не сомневался, чем заниматься.»	Предпринимательство основано на семейной традиции — торговля сухофруктами и урюком передаётся как знание и навык из поколения в поколение.
Роль образования	«Старший сын сейчас учится в колледже... Я всегда говорил детям: „Учитесь, чтобы у вас была своя жизнь“...»	Образование воспринимается как социальный лифт и способ улучшения положения детей, несмотря на вовлечённость их в семейный бизнес.
Передача бизнеса	«Точку с орехами я отдал младшему брату — пусть он учится, с малого начинает.»	Присутствует внутренняя диверсификация и планомерная передача управленческих функций младшему поколению, что говорит о росте и зрелости бизнеса.

Смена бизнес-фокуса	«Сейчас я больше времени провожу на этой точке [фрукты и овощи]... Хочу холодильник поставить...»	Предприниматель осознанно перераспределяет ресурсы, выбирая более перспективное направление — свежие фрукты и овощи, которые дают высокий и быстрый оборот.
Сезонность и логистика	«В мае — черешня, клубника, в июле — персики... Думаю, может, ещё одну точку открою...»	Бизнес стал стратегически ориентированным — учитываются сезонные колебания, логистика, возможно расширение ассортимента и точек продаж.
Независимость как ценность	«Я не хочу быть подчинённым — не потому что гордый, а потому что знаю, что могу сам.»	Предпринимательство даёт Саиджону ощущение контроля и достоинства, чего не было в прежней наёмной работе или в условиях нестабильности в Таджикистане.
Ограниченный доступ к финансам	«У меня на тот момент было всего около 100 тысяч тенге... В банки не обращался.»	Начальные финансовые ресурсы ограничены, отсутствует доступ к банковскому кредитованию. Запуск возможен только за счёт личных связей и доверия внутри диаспоры.
Ответственность и трудолюбие	«Я, если что начал, то довожу до конца. Не люблю сидеть сложа руки.»	Самоопределение через труд — ключевая личностная характеристика, подкрепляющая устойчивость в миграционной и бизнес-среде.
Роль репутации	«У нас репутация — это всё. Один плохой поступок может испортить имя всей группе.»	Внутренние нормы и ценности общины способствуют поддержанию честной конкуренции и взаимного доверия, особенно в условиях неформальной экономики.
Трансформация миграционного пути	«Сначала помогал у родственников... потом стал сам покупать... потом взял вторую точку...»	Эволюция мигранта: от наёмного труда и помощи к самостоятельному предпринимательству с последующей экспансией и делегированием части функций.

Интервьюер: Расскажите немного о себе
Саиджон: Меня зовут Саиджон, мне 42 года. Родился я в Таджикистане, в районе Вахдат, это недалеко от Душанбе. У нас там небольшое село, в основном люди занимаются сельским хозяйством, фруктами, виноградом. У меня семья большая была — шесть братьев, три сестры. Я, как и все, после школы пошёл учиться — закончил сельскохозяйственный колледж. Потом работал по специальности, но... ну, знаете сами, там трудно. Зарплаты маленькие, работы стабильной нет. Женился в двадцать три года, сейчас у меня трое детей. Старший сын уже в колледже здесь, в Алматы, младшие пока учатся в школе. В Казахстан переехал больше десяти лет назад. Сначала один приехал, потом уже перевёз жену и детей. Сейчас работаю здесь, на

Зелёном базаре, торгую сухофруктами, орехами, специями иногда. Стараюсь, как могу. В целом, доволен — не голодаем, дети учатся.

Интервьюер:

Спасибо. А как бы вы себя описали — какие качества в себе считаете важными?

Саиджон:

Ну... трудолюбие, наверное. Без этого нельзя. Ответственность. Я, если что начал, то довожу до конца. Не люблю сидеть сложа руки. В нашей жизни иначе нельзя.

Интервьюер:

Работали ли Вы по своей специальности у себя на родине?

Саиджон: Да, работал. После колледжа — лет пять точно. Был агрономом в местном колхозе. Занимался садом, урюком, виноградом. Знаете, у нас земля хорошая, климат тоже. Фрукты натуральные, без химии. Но работать в колхозе — это как будто "ни себе, ни людям". Зарплату задерживали, порой по полгода не платили. Потом начали понемногу сдавать фрукты на рынок — сами сушили урюк, фасовали в мешки. Уже тогда я начал понимать, что с этого можно заработать. Так и пошло-поехало.

Интервьюер: А работа по специальности приносила удовлетворение, была интересной?

Саиджон (улыбается): Интересной — да. Душа радуется, когда урожай хороший. Но когда в кармане пусто — уже не до радости. Там всё как-то без перспектив было.

Интервьюер: После переезда в Казахстан, пробовали ли вы устроиться на работу по своей специальности?

Саиджон: Пробовал, конечно. Сначала вообще устроиться было трудно — без прописки, без документов. Работал на стройке, грузчиком на складе. Там никто не спрашивал, кто ты по образованию. Главное — чтоб руки были. Язык тоже тогда ещё не очень знал, особенно казахский. На стройке один таджикский парень посоветовал попробовать самому торговать. Сказал: «Ты же сам знаешь, откуда хороший урюк, бери и вези сюда». Так и начал. По специальности тут трудно — диплом мой здесь не признан, да и работа в сельском хозяйстве, если честно, не даёт быстрой отдачи. А семью кормить надо каждый день.

Интервьюер: То есть вас подтолкнули к предпринимательству обстоятельства?

Саиджон: Сначала просто у родственников стоял, помогал. Потом стал сам покупать товар, понемногу. Взял маленькое место, продавал грецкий, фундук, миндаль. Потом расширился — стал возить из Кыргызстана, из Ферганы. Потом взял вторую точку — уже фрукты, овощи. Там другая работа, но тоже интересная. Со временем дела пошли, и я понял, что хочу дальше развиваться.

Интервьюер: Расскажите о решении переезда в Казахстан.

Саиджон: Это было трудное решение. Оставить всё — дом, родных, друзей. Но в тот момент не было другого выхода. У нас в селе тогда уже трудно было с работой. Зарплат нет, продукты дорожали, дети растут. Один мой земляк уже жил в Алматы, он и позвал. Сказал, что тут можно заработать, работу найти. В 2011 году я приехал один. Устроился сначала на склад — грузчиком. Снимал комнату с тремя другими мужчинами. Тяжело было — без семьи, без языка, без стабильности. Но постепенно освоился. Потом начал с мелкой торговли. Через пару лет получил разрешение, оформил ВНЖ, и только тогда перевёз жену с детьми. Мы даже сейчас вспоминаем, как это было — как с одним мешком урюка начинал. Всё через труд.

Интервьюер: Расскажите немного о своём бизнесе. Откуда возите товар, почему именно этот вид, прибыльный ли он?

Саиджон: Торговля у меня простая: сухофрукты, орехи, иногда специи. Урюк, инжир, изюм, грецкий орех, миндаль — всё это я или привожу из Таджикистана, или покупаю здесь у оптовиков. Урюк в основном родной, таджикский. Он вкусный, натуральный, без серы. Изюм тоже бывает разный — светлый, чёрный, для плова, для чая. Специи беру у узбекских поставщиков, они специи хорошо знают. Сейчас у меня две точки на Зелёном базаре — одна с орехами, вторая с фруктами и овощами.

Интервьюер: Расскажите о том, как вы начали свой бизнес в Казахстане? Какие проблемы стояли перед вами?
Саиджон: Начинал я очень скромно. Помню, первую партию урюка мне брат из Душанбе передал через знакомого дальнобойщика. Это было всего два мешка — килограмм по тридцать. Я арендовал место у знакомого продавца на углу базара. Просто поставил стол, взвешивал на ручных весах. Не было ни накрытия, ни оборудования — стоял с утра до вечера под солнцем, под дождём. В первый месяц даже в ноль не вышел — продал немного, остальное увялось.
Интервьюер: Какие были основные трудности на старте?
Саиджон: Много чего... Во-первых, легализация. Тогда не у всех были документы. У меня временная регистрация была, постоянную было сложно получить. Второе — конкуренция. Здесь на базаре много кто продаёт сухофрукты. Надо было заслужить доверие, показать, что товар качественный. В первое время, честно сказать, и обманывали — продавали подделки под таджикский урюк, с серой, а потом покупатели жаловались. Мне приходилось доказывать, что у меня натуральный.
Аренда — это отдельная головная боль. Каждый месяц надо платить, иногда без квитанции. А ещё были неожиданные проверки — приходили люди в форме, требовали какие-то разрешения, а у меня не всё было в порядке. Приходилось и штрафы платить, и просто «за молчание». Страшно было, особенно когда семья только приехала.
Интервьюер:
А кто вам помогал в этом?
Саиджон: Только земляки. Один старший таджик, Ахмад-ака, очень помог — научил, как правильно оформляться, как с поставщиками работать. Без его советов я бы, наверное, бросил всё и уехал. Он говорил: «Ты терпеливый, у тебя получится». Его слова помогли.
Интервьюер: Вы занимались этим бизнесом у себя на родине?
Саиджон: Да, можно сказать, что у нас это семейное дело. Ещё с детства мы помогали отцу сушить урюк. Я помню — летом мы собирали абрикосы, разрезали, выкладывали на крыше дома, сушили. Потом всё это фасовали в мешки и везли на базар в Душанбе. Там отец сам стоял на рынке. Мы с братом часто помогали — учились, как определить сорт, как отличить зрелый урюк от некачественного.
После колледжа я пару лет работал в колхозе, но потом вернулся в это ремесло. Уже самостоятельно ездил в горы, скупал у фермеров курагу, потом продавал её. Это был тяжёлый труд — сам грузил, сам продавал, но мне это нравилось. Поэтому, когда переехал сюда, я даже не сомневался, чем заниматься. Тут просто надо было всё начать заново.
Интервьюер: Нуждались ли вы в материальной поддержке, когда открывали бизнес в Казахстане? Нужно ли иметь много денег для этого?
Саиджон: Очень нуждался. У меня на тот момент было всего около 100 тысяч тенге. Этого едва хватило на аренду стола и закупку одного мешка товара. Больше помогли земляки: один дал в долг, другой привёз товар на реализацию — я продавал, потом отдавал часть денег. Без этих связей я бы не смог.
Нужно ли много денег? Не обязательно. Можно начать и с маленькой суммы. Главное — правильно выбрать товар, знать, где его взять и кому продать. Но, конечно, чем больше стартовый капитал — тем легче. Тогда можно сразу взять больше ассортимента, арендовать лучшее место, купить хорошие весы. А когда ты начинаешь с нуля — это каждую неделю как борьба за выживание.
Интервьюер: Вы брали кредиты, обращались в банки?
Саиджон (вздыхает): Нет. В банки не обращался. Тогда у меня даже счёта не было. Да и банки неохотно дают кредиты мигрантам. Сейчас уже есть карта, счет, но тогда всё было наличкой. День в день — что заработал, то и потратил.
Интервьюер: Скажите, почему вы выбрали именно этот вид занятости?

Саиджон: Я выбрал то, что знаю. Как я уже говорил — я с детства среди урюка и орехов. Это для меня не просто работа, а часть моей культуры. Я понимаю, что такое хороший товар, как его хранить, как с клиентом говорить. Мне не нужно учиться с нуля — всё идёт изнутри.
Кроме того, это даёт мне независимость. Я не хочу быть подчинённым — не потому, что гордый, а потому что знаю, что могу сам. Когда ты стоишь за своей точкой, ты отвечаешь только перед собой и своей семьёй. Это чувство свободы, хоть и с трудностями.
И: А нет ли конкуренции внутри вашего сообщества?
Саиджон: Конечно, бывает. Но в основном — здоровая. Если кто-то начинает хитрить или обманывать — о нём быстро узнают, и с ним никто не работает. У нас репутация — это всё. Мы знаем, что один плохой поступок может испортить имя всей группе.
Интервьюер: Вы сказали, что у вас есть дети, скажите, они принимают участие в вашем бизнесе? Они имеют образование? Вы хотите передать свое дело им?
Саиджон: Да, у меня трое детей — два сына и дочь. Старший сын сейчас учится в колледже, изучает экономику. Он помогает мне на базаре, особенно в выходные и по вечерам. Мы вместе контролируем товар, он помогает с покупателями, иногда ведёт учёт доходов и расходов на телефоне — я не всегда разбираюсь в этих новых приложениях.
Средний сын ещё учится в школе, ему 14 лет. Иногда приносит помощь — разгружает товар, помогает ставить коробки. Дочь пока маленькая, ей 8 лет — она больше учится.
Образование для меня очень важно. Я всегда говорил детям: «Учитесь, чтобы у вас была своя жизнь, не такая трудная, как у меня». Но при этом я хотел бы, чтобы кто-то из них продолжил моё дело — ведь это семейное, это традиция. Если они захотят, я помогу.
Интервьюер: Есть ли у вас свой круг общения в Казахстане? Кого вы выберете для работы с вами?
Саиджон: Да, у меня много знакомых и друзей среди таджиков, узбеков, русских и казахов. Но работать я предпочитаю с проверенными людьми — с теми, кто честен и надёжен. На базаре есть несколько товарищей, с кем мы вместе закупаем товар или делим расходы на аренду транспорта. Для меня важно, чтобы человек понимал специфику товара, имел опыт. Я не беру на работу просто так — сначала стараюсь поработать с человеком лично, посмотреть, как он себя ведёт. Круг общения расширился со временем. Раньше я говорил только на таджикском и русском, теперь немного понимаю казахский, и это помогает. Я всегда открыт к новым знакомствам, если вижу, что человек порядочный.
Интервьюер: Позволяет ли вам доход от бизнеса: 1.Сберегать, откладывать; 2. Путешествовать; 3. Отправлять деньги своим родным на родине?**
Саиджон: Сберегать получается немного — стараюсь откладывать каждый месяц по 10-15 тысяч тенге. Это для меня очень важно, чтобы иметь запас на чёрный день или на учебу детям. Путешествовать — пока не получается. Жена с детьми редко выезжают, да и сам я редко могу позволить себе отпуск. Иногда выбираемся на короткие выходные в горы или к родственникам в другие регионы, но дальние поездки — это пока мечта. Деньги на родину отправляю регулярно. Родители, братья и сестры — все получают помощь. Это для меня святое — помогать тем, кто остался там. Даже если сумма небольшая, главное, что поддерживаю связь и показываю, что мы не забываем друг друга.
Интервьюер: Вы говорили, у вас еще точка с фруктами и овощами? Расскажите подробно про это?
С: Да, есть у меня вторая точка — с фруктами и овощами. Я её открыл чуть позже, года три назад. Сначала только орехами занимался, но потом подумал — надо что-то добавлять, развиваться. На базаре много людей, все хотят свежее, полезное. Фрукты, овощи — они всегда нужны: и летом, и зимой. Сначала было сложно — не знал, откуда лучше брать. Попробовал с оптовки в Алматы, потом нашёл хорошие связи в Шымкенте, Тараз, кое-что из Узбекистана в сезон беру. Сейчас уже понимаю, что когда идёт, где качество лучше. Например, в мае — черешня, клубника, в июле — персики, абрикосы, осенью — яблоки, виноград. Зимой — мандарины, апельсины, картошка, лук, морковь. Работа с овощами и фруктами другая — товар быстро портится, надо каждый день следить. Если вовремя не продал — минус. Но и плюс в

том, что товар быстро крутится, выручка каждый день. И общение с клиентами другое — больше спрашивают, пробуют. Люди любят, когда свежо и красиво разложено. Я сам стараюсь — смотрю, чтобы всё чисто, аккуратно. Сейчас я больше времени провожу на этой точке. Она больше по обороту, интереснее стала. А точку с орехами я отдал младшему брату — пусть он учится, с малого начинает. Я ему помогаю, но уже не стою там. С фруктами у меня другие планы. Хочу холодильник поставить — чтоб хранить подольше, особенно летом. Думаю, может, ещё одну точку открою в другом углу базара. Если дела пойдут хорошо, то и логистику улучшу — напрямую из Таджикистана кое-что привозить. У нас там хорошие яблоки, виноград — народ здесь любит.

Интервьюер: А сейчас вы говорили, что отдаёте точку с орехами брату?

Респондент: Да, младший брат недавно приехал, лет двадцать ему. Я решил — пусть он учится. Орехи — дело несложное, я ему всё объяснил. Я сам начинал с этого, ему тоже будет полезно. Он стоит на точке, я рядом, если что — помогаю, подсказываю. А я сейчас больше на фруктах-овощах. Хочу развивать эту часть. Там больше объём, интереснее стало — сезонность, работа с поставщиками, всё свежее. Мне нравится.

Интервьюер: Почему решили перейти на фрукты и овощи?

Респондент: Потому что рынок меняется. Люди хотят больше свежего, натурального. Овощи-фрукты быстро идут, особенно летом. Надо больше двигаться, товар крутится быстрее, но и доход лучше. Там каждый день что-то новое — сегодня черешня, завтра персики, потом помидоры, баклажаны. Мне это нравится — живое всё.

Интервьюер: А младший брат справляется?

Респондент: Справляется, учится. Он не ленивый. Конечно, пока не всё знает, но я рядом. Главное — не боится, спрашивает, старается. А дальше — посмотрим. Может, потом и сам расширит свою точку. Пусть набирается опыта. Я ему говорю: «Главное — честно работай и не ленись, а остальное придёт»

Интервью №9	4	Имя респондента:	Шариф
Пол:	Мужчина	Возраст:	57 лет
Место проведения:	Зелёный базар, крытый павильон	Дата и время проведения, продолжительность:	5 мая 2025 г., 14:00–16:15 (2 ч. 15 мин.)
Этнос респондента:	таджик	Где проводилось интервью:	г. Алматы, Зелёный базар

Кодовая тема	Цитата из интервью	Аналитическая интерпретация
Мотивация миграции	«Решение рождалось в болезненных обстоятельствах... экономика лежала в руинах... у сына-инвалида начались осложнения...»	Миграция рассматривается как вынужденная стратегия, продиктованная сочетанием экономического кризиса и медицинских потребностей семьи.
Профессиональная деинституционализация	«Пытался устроиться электриком... но не было казахстанского ИИН... возраст перевалил за тридцать... работодателям нужны были молодые специалисты...»	Снижение значения предыдущей профессиональной квалификации в новой институциональной среде; сдвиг к неформальной занятости.
Начало бизнеса и уязвимость	«Начал с трёх ящиков урюка и мешка грецкого ореха, взятых в долг под процент у земляка...»	Стартап в условиях нехватки капитала, зависимость от этнических сетей взаимопомощи и высокая экономическая уязвимость.
Семейное предпринимательство	«...сыновья занимаются логистикой...	Семья функционирует как единая экономическая единица, где обязанности распределены по ролям; предпринимательство укрепляет внутрисемейные связи.
Этнические сети и встроенность	«Таджики быстро создают 'чарбог' круг взаимопомощи... можно взять товар без предоплаты...»	Этнические сообщества служат платформой для минимизации рисков, распространения информации и снижения входных барьеров в бизнес.
Социальная инклюзия через бизнес	«Я привожу кусочек таджикского солнца алматинцам... когда бабушка благодарит за зиру я чувствую гордость...»	Через бизнес реализуется не только экономическая активность, но и культурная миссия, позволяющая укрепить чувство принадлежности и самоуважения.
Передача бизнеса детям	«Я, конечно, мечтаю, чтобы дело перешло детям... младший сын	Бизнес воспринимается как межпоколенческий ресурс. Участие всех детей, включая

	инвалид... помогает упаковывать сухофрукты...»	ребёнка с инвалидностью, отражает стремление к инклюзивной модели семейного предпринимательства.
Институциональные барьеры	«Чтобы получить ипотеку... банк требует официальный доход... хозяйка узнала, что мы не местные, услышала акцент и сразу отказалась сдавать...»	Мигранты сталкиваются с дискриминацией в сфере аренды и получения банковских услуг, особенно в условиях отсутствия гражданства или постоянной регистрации.
Трудности адаптации	«Каждый год нужно продлевать вид на жительство... языковой барьер... чиновники настороженно относятся, если слышат акцент...»	Формальные и неформальные барьеры (бюрократия, язык, стереотипы) затрудняют интеграцию мигрантов в принимающее общество.
Планы на будущее	«Мечтаю открыть маленькое кафе-чайхану с пловом и самсой... но пока инвестирую в онлайн-доставку 'Здоровый перекус'...»	Развитие бизнеса носит стратегический характер: от офлайн-розницы к цифровым каналам; проявление гибкости и предпринимательского планирования в условиях ограниченного доступа к традиционному капиталу.

Транскрипт

[00:01:00] **Интервьюер:** Расскажите немного о себе.

[00:01:15] **Респондент:** Меня зовут Шариф, мне пятьдесят семь лет, родом я из древнего Пенджикента, где каждая улица пахнет урюком и пряными травами. У нас с женой шестеро детей трое сыновей и три дочери. Один из сыновей, Ахмад, инвалид-колясочник с детства, поэтому стабильный заработок для нас вопрос выживания. В Алматы я с 2002 года: приехал один, снимал комнату у земляков, работал грузчиком, а через два года перевёз семью. По образованию я техник-электрик, окончил Худжандский техникум в советские времена, но после войны завод закрылся, и пришлось переучиваться. Теперь я владелец семейного прилавка на Зелёном базаре: продаём сухофрукты, орехи и специи, которые вожу из Согда и Самарканда. Долгие зимы под открытым небом до 2018 года подорвали здоровье: хронический бронхит и артрит коленей напоминают о том времени каждый день. Сейчас тяжёлую работу выполняют старшие сыновья, а я занимаюсь поставками и переговорами, чтобы сохранить силы для семьи и заботы о младшем сыне.

[00:06:30] **Интервьюер:** Работали ли Вы по своей специальности у себя на родине?

[00:06:45] **Респондент:** Да. После армии я устроился электриком на электромеханическом заводе в Худжанде. В 80-х это было престижное место: стабильная зарплата, профсоюз, общежитие для молодых специалистов. Меня уважали за усердие: давали грамоты, премии, я даже участвовал в производственных соревнованиях. Завод снабжал детали для оборонки, дисциплина была жёсткая, но справедливая. Всё изменилось в 1992 году: гражданская война, инфляция, перебои со светом. Сначала задерживали выплаты, затем цеха начали простаивать, оборудование распродавали. Мы, электрики, держались до последнего, латали сети, чтобы не погасить весь район. Но в конце концов предприятие закрыли, профком распустили, и тысячи людей остались без дела. Тогда я стал торговать овощами на рынке, чтобы прокормить детей, но это был лишь паллиатив. Понимание, что по «бумажной» специальности трудоустроиться уже негде, подтолкнуло меня искать возможности за границей.

[00:12:00] **Интервьюер:** После переезда в Казахстан, пробовали ли Вы устроиться на работу по специальности?
[00:12:15] **Респондент:** Пытался. В первые месяцы обошёл несколько коммунальных и строительных фирм Алматы, показывал старые удостоверения, рекомендательные письма. Там смотрели настороженно: у меня не было казахстанского ИИН, временную регистрацию оформляли с боем, к тому же возраст перевалил за тридцать, а работодателям нужны были молодые специалисты. Один мастер честно сказал: «Мы не можем рисковать, вдруг завтра уедешь, кто отвечает?». Я даже подумывал пойти на переквалификацию, но семья уже приехала, нужно было срочно деньги на аренду жилья и лечение сына. Поэтому взялся за то, что давало быстрый доход: разгрузка фур на Зелёном базаре, затем помощь продавцам-землякам. Так постепенно электрическая профессия осталась в прошлом, а опыт рынка стал главным капиталом.
[00:17:30] **Интервьюер:** Расскажите о решении переезда в Казахстан.
[00:17:45] **Респондент:** Решение рождалось в болезненных обстоятельствах. В Таджикистане после войны экономика лежала в руинах: на зарплату не прожить, цены росли, электричество давали по несколько часов. Старший брат уже был в Алматы, говорил, что здесь спокойнее и можно заработать. Но мне было страшно: чужая страна, язык не знаю, пятеро детей на руках, шестой вот-вот родится. Перелом произошёл, когда у сына-инвалида начались осложнения, а лекарства стали недоступно дорогими. Я заложил часть родительского дома, занял у кузена двести долларов и поехал поездом через Ташкент. Первые месяцы спал в складском помещении, питался лепёшкой и чай. Но уже через год помог перевезти семью. Казахстан тогда оформлял патенты, и мы легализовались. Алмата приняла нас тепло: здесь многонациональный город, люди терпимее к акценту. Со временем я полюбил эти горы и яблоневые сады, чувствуя, что у детей появилось будущее.
[00:23:00] **Интервьюер:** Расскажите немного о своём бизнесе: откуда возите товар, почему именно он, считаете ли его прибыльным?
[00:23:15] **Респондент:** Сейчас мы продаём вяленый урюк, изюм, финики, грецкий орех, миндаль и букет специй зира, барбарис, куркума. Основные поставки идут из Согда: Пенджикент, Истаравшан, Гафуровский район. Там у нас остались родственники, они собирают товар у фермеров, сушат по старинной технологии без сахара и сернистого газа. Два раза в месяц фура пересекает «Пятыморскую» границу, и мы грузим на Алматы. Почему именно это? Во-первых, я знаю вкусовые нюансы: какой урюк идёт на компоты, какой на чай. Во-вторых, сухофрукты не боятся длительной дороги: если правильно упакованы, могут лежать месяцами без потери качества. Рентабельность стабильная 25–30 % даже в «низкий» сезон. Пик продаж приходится на Наурыз и Рамадан: в эти дни очередь к нашему прилавку растягивается, а мы работаем без обеда. Такая ниша позволяет кормить семью и чуть-чуть откладывать на будущее.
[00:28:30] **Интервьюер:** Как Вы начинали бизнес в Казахстане? С какими проблемами столкнулись?
[00:28:45] **Респондент:** Начинал я с малого, можно сказать, с нищеты. Было всего три ящика урюка и мешок грецкого ореха, причём взял их в долг у одного земляка, под процент. Не было ни склада, ни капитала, ни особого понимания, как здесь всё устроено. Только огромное желание что-то начать. Я выбрал место прямо у входа на базар. Тогда за такое место надо было немало платить, особенно для новичка. Но другого выхода не было в крытые ряды новичков не пускали, там сидели уже «старожилы», у кого связи, у кого родственники. Мне же оставалась улица. Аааaа (небольшая пауза) …улица это минус двадцать зимой, ветер с Иле, руки коченеют, а ты стоишь и железной кружкой отмеряешь сухофрукты. Пальцы не шевелятся, но клиент ждёт, надо работать. Иногда даже терял чувствительность в руках. Помню, как один раз целый день не мог согреть ладони, даже дома. Проверки были постоянные. Особенно поначалу. Полицейские подходили, документы требовали. Бывали и намёки типа, «что вы тут без угощения?». Не напрямую, но понятно было, что хотят «на чай». А ты боишься, что если откажешь, завтра начнут придираться или вообще не дадут работать.

Были и конкуренты не самые честные. Один раз, когда я отошёл в молитвенную комнату, кто-то просто взял и рассыпал товар. Пришёл всё по земле. Никто ничего не видел, никто не виноват. Всё сначала убирай, пересортируй. Таких моментов было много. Склад это отдельная боль. Несколько лет я вообще хранил товар в комнате, которую снимал для жилья. Там мешки лежали у стены. Но мыши… Они своё дело знают. Многое испортили, а тогда каждая потеря как удар. Работал и днём, и ночью, всё сам. Прорыв случился в 2010 году. Один постоянный клиент, хороший человек, сам предложил мне беспроцентный займ. Сказал, что видит, как я стараюсь, как честно работаю. Благодаря ему я смог арендовать небольшой закрытый контейнер на самом базаре. Это был уже другой уровень можно было спокойно хранить товар, не бояться за него каждую ночь. А с 2018 года, когда началась реконструкция и модернизация базара, мне дали стационарный павильон. С отоплением, с крышей. Вот тогда и здоровье стало лучше. Руки больше не мёрзнут, зимой можно спокойно стоять, не рискуя заболеть. Сейчас, глядя назад, думаю: многое прошёл, но оно того стоило.

[00:34:00] **Интервьюер:** Занимались ли Вы этим бизнесом у себя на родине?

[00:34:15] **Респондент:** Нет, в Пенджикенте я никогда не торговал. Там я был «человек завода», гордился специальностью. Торговля казалась чем-то непостоянным. Но после войны рынок стал единственным способом быстро заработать. Первые уроки я получил уже в Алматы, помогая брату расставлять товар, учился, как вести диалог с покупателем: предложить попробовать, рассказать о пользе продукции, сделать скидку постоянному клиенту. Честно признаюсь, в начале я стеснялся громко звать людей казалось недостойно техника-электрика. Но когда увидел, что товар кончается, а дети дома просят молока, стеснение улетучилось. Спустя годы понял: торговля тоже ремесло. Нужно знание продукта, логистика, навыки общения. Сейчас я обучаю этому сыновей: объясняю им, что честное слово и порядок в бухгалтерии залог долгосрочного заработка.

[00:39:30] **Интервьюер:** Нуждались ли Вы в материальной поддержке при открытии бизнеса? Нужно ли иметь много денег для начала?

[00:39:45] **Респондент:** Без стартового капитала сложно. Наш первый оборот был на заёмные 800 долларов: 500 дал брат, 300 занял под два процента у купца из Самарканда. Этих денег хватило на партию товара и аренду места на два месяца. Сейчас, чтобы зайти в сухофрукты, нужно минимум 4–5 тысяч долларов: аренда павильона, растаможка, транспорт, небольшой «финансовый подушек», чтобы пережить, если товар не продастся сразу. Я всегда говорю новичкам: главное не величина суммы, а репутация. Если тебя знают как порядочного, тебе дадут товар под реализацию или займ без залога. Мне много помогла община: земляки скидывались, когда я оплачивал лечение сына. Я до сих пор строго веду тетрадь долгов и погашаю их раньше срока так легче сохранить доверие и чистое имя.

[00:45:00] **Интервьюер:** Почему Вы выбрали именно этот вид занятости?

[00:45:15] **Респондент:**

Когда я начал работать на рынке, впервые почувствовал, что могу быть хозяином своей судьбы. До этого, без гражданства, найти официальную работу было практически невозможно. Нас, иностранцев, редко куда берут по документам, даже если ты умеешь и хочешь работать. А здесь ты сам за себя отвечаешь. Платишь аренду, налоги и работай спокойно. Торговля дала мне независимость и уверенность, что всё зависит от моих рук. Сухофрукты это не случайный выбор. Я с детства с ними знаком. У нас в Согде почти в каждом доме есть сушилка. Это часть нашей культуры. Я с малых лет видел, как сушат урюк: где-то его кладут на раскалённые камни под солнцем, а где-то сушат в тени с помощью дыма и соломы. И вкус от этого получается разный, настоящий, глубокий. Я научился различать, откуда какой продукт, где он вырос, и какой подойдёт для зимнего компота, а какой к плову. Это знание передаётся не по книгам, а из поколения в поколение. Сухофрукты хороши и тем, что они долго хранятся. Если не продал сегодня, ничего страшного завтра купят. Нет такого давления, как, например, в овощной торговле, где всё портится за пару дней. Это даёт спокойствие, особенно в нестабильные месяцы. Но для меня это не просто товар. Я чувствую, что выполняю и культурную миссию. Привожу в Алматы частицу таджикского солнца, нашего вкуса, нашей

земли. Когда приходит казахская апашка и благодарит за ароматную зиру, говорит, что её бешбармак стал лучше, я чувствую настоящую гордость. Это значит, что я не просто продаю я делюсь частью своей культуры. Ещё важный момент дети могут участвовать в этом деле, не бросая учёбу. Оно позволяет быть гибким. Кто-то приходит после занятий, кто-то в выходные. Старший сын уже многое на себя взял, помогает в работе, принимает решения. Я удивляюсь, как легко он находит подход к клиентам, как уверенно говорит. Я даже не знал раньше, что такое Instagram, а он уже продаёт через него. Для меня это было бы фантастикой в молодости. А теперь это стало частью нашей общей работы, нашей семейной истории.

[00:50:30] **Интервьюер:** Считаете ли Вы, что у людей Вашего этноса есть больше возможностей заниматься именно этим делом?

[00:50:45] **Респондент:** У нас сильные семейные сети и традиция торговли. В Пенджикенте любой школьник знает, как правильно сушить инжир. Когда приезжаешь в Алматы, сразу находишь земляков, которые делятся советом: у кого лучше растаможить, у кого арендовать склад. Таджики быстро создают «чарбог» круг взаимопомощи. Но это не значит, что успех приходит без труда. Конкурируют узбеки, афганцы, местные фермеры. Если плохо относишься к качеству, клиент уйдёт. Преимущество именно в доверии между земляками: можно взять товар без предоплаты, а вернуть деньги через месяц. Это облегчает вход. Но дальше надо работать честно: раз обманешь двери закроются. На рынке слухи идут быстро.

[00:56:00] **Интервьюер:** У Вас есть дети. Принимают ли они участие в бизнесе? Хотите ли передать дело им?

[00:56:15] **Респондент:** Старший сын Фирдавс с двадцати лет рядом со мной. Сейчас ему тридцать два года. Он помогает с закупками, ездит на границу, выбирает товар, умеет разбираться в людях и в качестве. Всегда всё проверяет, не торопится. Я на него могу положиться. Он знает, как договориться, как привести всё в срок. Средний сын Камол сейчас учится в колледже. Он выбрал направление, связанное со складом и перевозками. Часто приходит помогать, особенно по выходным. Сам проявляет инициативу, хочет научиться всему с нуля. Иногда бывает уставшим, но никогда не жалуется. Хочет быть полезным. Дочери пока ещё учатся. Одна в старших классах, вторая в техникуме. Когда есть свободное время, помогают мне по мелочам. Старшая считает, записывает, следит за тем, сколько чего осталось. Младшая любит порядок, у неё аккуратные руки. Она красиво складывает товар, собирает небольшие подарочные наборы, особенно перед праздниками. Я, конечно, мечтаю, чтобы дело перешло детям. Но не хочу никому ничего навязывать. Если кто-то из них выберет другой путь я только благословлю. Главное, чтобы выросли честными людьми, чтобы не боялись труда и всегда знали, что такое ответственность. Младший сын у меня инвалид. Ему тяжело, он не может работать физически, как остальные. Но мы нашли способ, чтобы он тоже чувствовал себя нужным. Я закупаю для него сухофрукты, он помогает их упаковывать, делает простую ручную работу. Это важно он чувствует себя не в стороне, а в деле, а вот дочери помогают матери.

[01:01:30] **Интервьюер:** Помогает ли Вам семья? Как распределяете обязанности? Какова роль супруги?

[01:01:45] **Респондент**. Фирдавс отвечает за фуру, Камол за разгрузку и доставку по кафе. Дочки собирают подарочные корзины к Наурызу и Рождеству: это прекрасный креатив. Такая структура не только экономит деньги на наёмных работниках, но и укрепляет семейную связь: дети видят, что их вклад ценен. Для меня это и есть настоящая семейная фирма.

[01:07:00] **Интервьюер:** Есть ли у Вас круг общения в Казахстане? Кого выбираете для работы?

[01:07:15] **Респондент:** За двадцать лет сформировался крепкий круг: таджикская диаспора, узбекские поставщики, казахские рестораторы. С земляками работаем по принципу «одного рукопожатия»: если я не знаю человека, но его рекомендует авторитетный пожилой купец, доверяю. На работу беру либо родственников, либо проверенных земляков. Случались горькие уроки: нанял соотечественника без рекомендации он не вышел на смену, товар пропал. Поэтому кадровый фильтр жёсткий.

[01:12:30] **Интервьюер:** Позволяет ли доход: 1) сберегать; 2) путешествовать; 3) отправлять деньги родным?
[01:12:45] **Респондент:** Доход сезонный. В «высокие» месяцы мы откладываем до 30 % прибыли: часть идёт в страховой фонд на лечение сына, часть на обновление оборудования. Путешествия ограничиваются поездками к родителям в Пенджикент раз в год: дорога, подарки, визиты к святыням. Туристических поездок по миру себе позволить не можем, но мечтаем свозить детей к Иссык-Кулю. Родным в Таджикистане отправляем небольшой перевод каждый месяц поддерживаем быт родителей и оплачиваем племяннику университет. Главное, что не живём в долг, как бывало в первые годы, и можем планировать будущее.
[01:18:00] **Интервьюер:** Хотели бы Вы заняться другим бизнесом или открыть новые точки?
[01:18:15] **Респондент:** Есть мечта открыть маленькое кафе-чайхану с таджикским пловом и самсой. Это естественное расширение: у нас отличный поставщик риса «лазер», ароматных специй, сухофруктов для десертов. Но кафе это другие риски: санитарные нормы, высокая аренда, кадровый вопрос. Пока собираю информацию, советуюсь с друзьями-рестораторами. Что до новых точек на базаре, сейчас рынок насыщен. Я лучше инвестирую в онлайн: старший сын уже запускает доставку наборов «Здоровый перекус» для офисов. Это дешевле, чем физический павильон, и менее зависимо от арендаторов. Но если судьба даст шанс и здоровье позволит, через пару лет хотел бы арендовать уголок под кафешку тогда семья будет готовить, а я встречать гостей.
[01:23:30] **Интервьюер:** Каковы наиболее значимые проблемы, связанные с проживанием здесь?
[01:23:45] **Респондент:** Если честно, трудностей в жизни здесь хватает, особенно поначалу. Первая это жильё. Арендные цены в Алматы растут очень быстро, особенно в последние годы. Наш доход хоть и стабильный, но не всегда поспевает за этими скачками. Съёмное жильё съедает большую часть выручки. Мы с семьёй не раз задумывались о покупке своей квартиры, но без кредита это практически невозможно. А чтобы получить ипотеку, банк требует официальный доход и довольно большой первоначальный взнос. У нас бизнес, и не всё всегда оформляется официально, тем более когда ты иностранец. В итоге, копим, живём в съёмной квартире. Был случай, когда хозяйка узнала, что мы не местные, услышала акцент и сразу отказалась сдавать. Такое, к сожалению, бывает. Вторая большая проблема медицина. У меня сын инвалид с рождения, ему нужны регулярные курсы реабилитации. А для иностранцев многие процедуры только на платной основе. Например, массажи, логопед, физиотерапия всё это дорого. Конечно, есть хорошие частные центры, но не каждый раз получается туда попасть. Иногда кажется, что с гражданством или хотя бы с постоянным видом на жительство было бы легче. А пока приходится рассчитывать только на себя и свои возможности. Третья бюрократия. Каждый год-два нужно продлевать вид на жительство, собирать кучу справок. Иногда какие-то требования меняются, а ты узнаёшь об этом уже в день подачи. Очереди, электронные очереди, которые не работают всё это выматывает. Бывает, теряешь целый день, просто чтобы отдать документы. Есть и языковой барьер. Я понимаю казахский, кое-что могу сказать, но свободно говорить сложно. Это мешает, особенно когда надо общаться с госорганами или при аренде жилья. Некоторые сразу относятся настороженно, если слышат акцент. Было и такое, что из-за этого цену на жильё называли выше, чем казаху или русскоязычному. Иногда сталкиваемся и с предвзятым отношением. Оно не открытое, но чувствуется. Как будто ты здесь временный, не совсем «свой». Хотя мы уже давно живём в Алматы, платим налоги, дети учатся здесь, сами стараемся быть частью общества. Тем не менее, я не хочу жаловаться. Плюсов тоже немало. Здесь стабильность, безопасность, возможности для детей. Главное образование. Я хочу, чтобы мои дети получили знания, которых у нас дома не всегда можно было бы достичь. Поэтому мы стараемся адаптироваться, вкладываемся в местную жизнь, уважаем законы. Мы понимаем, что здесь не просто гость, а участник общества, и хотим быть полезными.

Интервью №10	**5**	**Имя респондента:**	**Мансур**
Пол:	Мужчина	Возраст:	39 лет
Место проведения:	Зелёный базар, открытая торговая точка	Дата и время проведения, продолжительность:	10 мая 2025 г., 14:00–16:00 (2 ч.)
Этнос респондента:	таджик	Где проводилось интервью:	г. Алматы, Зелёный базар

Кодовая тема	**Цитата из интервью**	**Аналитическая интерпретация**
Адаптация после переезда	«Когда приехал, не знал ни одного человека, кроме брата... сначала подрабатывал грузчиком, потом сам стал продавать...»	Переход от неквалифицированного труда к самостоятельному бизнесу типичная траектория адаптации мигрантов.
Самостоятельное предпринимательство	«Бизнесом занимаюсь один... не люблю никого втягивать... всё контролирую сам: поставки, учёт, продажи...»	Индивидуальный (автономный) формат ведения дела, основанный на контроле и независимости, но сопряжённый с рисками перегрузки и выгорания.
Использование цифровых каналов	«Работаю через Instagram... оформляю заказы, делаю сторис... молодёжь так быстрее находит товар»	Интеграция цифровых инструментов в торговлю как стратегия модернизации и расширения аудитории среди городских потребителей.
Доверие и одиночество в бизнесе	«Иногда не хватает человека, которому можно доверить кассу или смену... всё приходится делать самому...»	Недостаток доверенного окружения усиливает эмоциональные и физические нагрузки индивидуального предпринимателя.
Сезонность и нестабильность	«Бывает месяц с хорошей выручкой, а бывает еле покрываешь аренду...»	Бизнес подвержен сезонным колебаниям, что влияет на устойчивость дохода и усиливает зависимость от пиковых периодов.
Бюрократия и статус мигранта	«Каждый раз с документами нервы. Очереди, регистрации, патенты... иногда чувствуешь себя на чужой территории»	Повседневные сложности правового статуса создают напряжение и препятствуют полноценной интеграции.
Причины выбора сферы	«С детства знал про эти товары... в семье сушили урюк, знали, где хороший орех. Это ближе мне, чем одежда или техника»	Личный культурный и семейный капитал формирует выбор товарной ниши, обеспечивая уверенность и знание продукта.
Участие семьи (ограниченное)	«Мама иногда помогает дома фасовать... но в целом я сам. Не хочу,	Ограниченное вовлечение семьи в бизнес может быть связано с личными установками и желанием

	чтобы жена или сестра стояли на рынке»	оградить близких от рыночной рутины.
Будущие планы	«Мечтаю о своей точке в новом здании с отоплением... надоело мёрзнуть... и, может, маленький интернет-магазин»	Направление развития: от уличной торговли к стационарной точке и цифровым продажам; ориентация на стабильность и модернизацию.
Опыт дискриминации	«Иногда слышишь 'вот, понаехали'... стараешься не реагировать, но это обидно. Мы ведь тоже платим налоги, стараемся»	Эпизоды скрытой дискриминации усиливают чувство чуждости, даже при активном экономическом участии и желании интеграции.

[00:01:10] Интервьюер: Поздоровалась представилась и рассказала про иследование Расскажите немного о себе.

[00:01:30] Респондент (Мансур): Я родом из Гиссара, старого города недалеко от Душанбе. Там прошли мои детство и юность. Мы жили просто, но дружно: пятеро детей, шумный дом, отец строгий, но справедливый. После школы я поступил в техникум, выбрал специальность товароведа, думал, что это даст стабильность. Учёба давалась легко, особенно всё, что связано с товаром, хранением, упаковкой. Но жизнь пошла иначе. Женился рано, в двадцать два. Через год родился первый сын. Потом ещё двое детей девочка и мальчик. Мы с женой с самого начала знали: хотим крепкую семью, где дети чувствуют поддержку и любовь. Но в Таджикистане становилось всё труднее. Работы было мало, заработков не хватало, всё чаще приходилось одалживать у знакомых просто чтобы закрыть месяц. В 2012 году я решился уехать. Брат уже жил в Алматы, звал меня давно, говорил, что здесь спокойно и можно начать с нуля. Я приехал один. Поначалу было тяжело: ночевал прямо на складе, работал грузчиком, подрабатывал по выходным, лишь бы что-то зарабатывать. Спустя год смог перевезти семью. Это был важный момент. Мы сняли комнату у знакомых, дети пошли в школу. Я продолжал работать на базаре, постепенно начал арендовать лоток, пробовать торговать самостоятельно. Небольшие партии сухофруктов, орехов, специи всё, что знаю с детства. Сейчас у меня свой прилавок в крытом ряду, есть постоянные клиенты.

[00:05:40] Интервьюер: Работали ли Вы по своей специальности у себя на родине, но вы уже упоминали об своей работе но все же вкратце еще есть что добавить?

[00:05:55] Респондент (Мансур):

Да, формально у меня есть диплом товароведа, получил его после техникума в Душанбе. Тогда это считалось хорошей специальностью работа с товаром, знание основ логистики, бухгалтерии. Преподаватели были строгие, но учили делу. После выпуска я несколько месяцев работал на складе хозяйственного магазина. Вёл учёт, принимал поставки, расписывал товар по секциям. Но это было недолго. Всё начало рушиться задержки зарплат, потом склад и вовсе закрыли. Потом работал где придётся. Помогал одному знакомому на рынке, потом устроился в местный кооператив, развозили продукты по районам. Всё это было не по специальности, но выбора не было. Тогда я впервые почувствовал, что теория и бумажка это одно, а жизнь совсем другое. Особенно у нас, где после войны всё держалось на случайностях. Постепенно я потерял надежду, что буду работать «по профессии», потому что профессия эта уже никому не нужна стала. Я понял, что если хочу прокормить семью, надо думать не о бумагах, а о реальной работе, где можно заработать. Так я и пришёл к мысли, что лучше уехать попробовать начать с нуля, в стране, где хотя бы есть рынок и спрос.

[00:08:15] Интервьюер: После переезда в Казахстан, пробовали ли вы устроиться на работу по своей специальности?

[00:08:30] Респондент (Мансур): Конечно, в самом начале я пытался. У меня с собой были копии диплома, даже рекомендательное письмо от бывшего начальника, где он написал, что я ответственный и порядочный. Ходил по складам, заходил в маленькие фирмы, спрашивал, не нужен ли человек для учёта или логистики. Но как только доходило до документов сразу заминка. У меня не было казахстанского ИИН, регистрации тоже оформляли через знакомых. И самое главное я был уже не мальчик, тогда мне было 27, а им хотелось кого-то молодого, местного, с опытом именно здесь. Один мужчина, управляющий логистической точкой, так и сказал: «Ты, может, и неплохой работник, но я не могу тебя оформить, нет оснований. Завтра уедешь кто будет нести ответственность?» Тогда я понял, что мне никто не даст шанс. Переквалифицироваться не вариант, времени и денег не было. Надо было сразу кормить семью. Я стал работать на разгрузке, потом помогал продавцу с моего региона. А дальше уже сам стал заказывать товар, договариваться с поставщиками, потихоньку вёл своё дело. Если честно, о своей специальности я уже и не думаю. Здесь главное чтобы товар был качественный и руки не опускались. Всё остальное не так важно.
[00:10:45] Интервьюер: Расскажите о решении переезда в Казахстан.
[00:11:00] Респондент (Мансур): Это решение не было лёгким, и, если честно, я очень долго его вынашивал. Я человек не рисковый. Мне всегда было ближе держаться за то, что есть, даже если трудно. Но в какой-то момент стало ясно: в Таджикистане просто не на что надеяться. Цены росли каждую неделю, работы становилось всё меньше, а у нас уже была семья, дети маленькие. Я каждый месяц крутился как мог: где-то разгрузка, где-то подработка на свадьбах, где-то даже продавал сезонные фрукты у дороги. Но всё это не было стабильным. Один месяц ты вытянул, другой залез в долг. У меня был старший брат, который уехал в Казахстан ещё в начале 2000-х. Он работал на базаре, обзавёлся знакомыми. Часто звонил, звал меня: «Приезжай, здесь полегче, здесь люди добрее, базар живой». Я сначала отнекивался: дети маленькие, старики дома, а как я уеду? А если не получится? А если не получится вернуться? Но потом настал день, когда старшая дочка подошла и сказала: «Папа, у нас в холодильнике только вода и банка солений». Тогда что-то внутри щёлкнуло. Я понял: или я буду сидеть и ждать у моря погоды, или поеду искать шанс. Я взял у соседа 200 долларов в долг, собрал вещи и поехал через Ташкент. На границе нервничал, всё в первый раз. В Алматы брат встретил, устроил меня в склад на овощебазе. Первые месяцы спал в подсобке на матрасе, ел лепёшку с чаем, иногда макароны без масла. Но я терпел, потому что знал ради детей. Через восемь месяцев смог немного накопить и перевезти жену с детьми. Мы сняли комнату у земляков, начали всё с чистого листа. С тех пор здесь и живу. Алматы большой город, не без сложностей, но он мне дал шанс. И самое главное дал ощущение, что у моих детей может быть будущее.
[00:14:40] Интервьюер: Расскажите немного о своём бизнесе: откуда возите товар, почему именно этот вид, считаете ли его прибыльным?
[00:14:55] Респондент (Мансур): Сейчас я торгую сухофруктами, орехами и пряностями. Урюк, изюм, финики, миндаль, грецкий орех, зира, барбарис, куркума всё, что идёт к чаю, плову, в подарок. Основной товар приходит из Таджикистана, из северных районов: Согд, Истаравшан, иногда Пенджикент. Там у меня остались родственники. Они собирают урожай у местных фермеров, сушат по традиционным методам, без сахара и серы, как делали ещё наши деды. Я доверяю их вкусу и чистоте. Почему выбрал именно это? Потому что я с этим вырос. Я с детства знал, как выглядит хороший урюк, как пахнет настоящая зира. Когда работаешь с тем, что тебе знакомо, не боишься обмана и сам не обманешь. Плюс это не скоропортящийся товар. Если не продал сегодня можно продать завтра, он не пропадёт, не забродит, не испортится. Это важно, когда ты работаешь один и не можешь себе позволить потери. Про прибыль сказать, что это золотая жила, не могу. Но стабильно, особенно в сезон. Перед Рамаданом, Наурызом или зимой продажи растут, люди берут подарки, заказывают наборы. Постоянные клиенты возвращаются. У меня есть даже рестораны, которые закупают зиру и барбарис в килограммах. Доставляем им раз в неделю. Я сам не силён в интернете,

Instagramом не пользуюсь. Всё работает по старинке «сарафанное радио». Люди говорят друг другу: «Иди к Мансуру, у него чистый товар». Вот это и есть моя реклама.
[00:18:40] Интервьюер: Как вы начали свой бизнес в Казахстане? С какими проблемами столкнулись?
[00:18:55] Респондент (Мансур): Всё началось с трёх мешков урюка и одного ящика ореха. Я взял товар у знакомого под реализацию, место арендовал у входа в базар прямо на улице. Тогда крытые павильоны были забиты «старожилами», и попасть внутрь было почти невозможно. Зимой мёрз, ветер с Иле в лицо, руки коченеют, но стоишь. Летом пыль, жара, тень найти трудно. Каждый день был как экзамен: придёт ли клиент, будет ли выручка. Иногда уходил домой с 500 тенге в кармане. Самая первая проблема это, конечно, документы. Я тогда ещё не знал, как всё оформляется. Бегал за ИИН, временной регистрацией. Полицейские могли подойти и сказать: «У тебя не всё в порядке», и намекали на «чай». Приходилось лавировать. Потом конкуренция. Некоторые продавцы не любили «новичков» и могли специально рассыпать тебе товар, пока ты ушёл помолиться. Было и такое. Первые месяцы я хранил мешки дома в съёмной комнате. Мыши залезали, портили продукт. Приходилось просыпаться ночью, чтобы проверять, всё ли в порядке. Потом я нашёл небольшой подвал рядом с рынком, арендовал склад. Это был первый шаг к более стабильному делу. А настоящий перелом наступил, когда меня рекомендовал постоянный клиент ресторанный шеф, и я начал поставлять специи оптом.
[00:22:20] Интервьюер: Занимались ли вы этим бизнесом у себя на родине?
[00:22:35] Респондент (Мансур): Нет, дома я торговлей не занимался. Там я был просто работник то на складе, то в кооперативе, то на разгрузке. Торговля мне казалась чем-то неустойчивым, временным. У нас считалось, что мужчина должен иметь стабильную работу, желательно на государственном предприятии. А базар это для тех, кто остался без выбора. Но здесь, в Алматы, я увидел, что рынок это совсем другое. Это место, где ты можешь сам принимать решения. От тебя зависит, сколько ты заработаешь, как тебя будут воспринимать. Первый опыт я получил, помогая земляку. Он ставил меня за прилавок, показывал, как обращаться с клиентами. Я смотрел, как он предлагает товар, как даёт попробовать, как шутит с покупателями. Сначала я стеснялся. Мне казалось, что я не должен кричать: «Подходи, бери!». Но потом понял это часть дела. Если ты не будешь говорить, за тебя никто не скажет. Особенно когда дома дети ждут молока, стыд уходит сам собой. Сейчас я уже по-другому думаю. Торговля это труд, это знание продукта, это искусство общения. Я уважаю этот путь и рад, что он стал моим.
[00:24:40] Интервьюер: Нуждались ли вы в материальной поддержке, когда открывали бизнес в Казахстане? Нужно ли много денег для этого?
[00:24:55] Респондент (Мансур): Очень нуждался. Когда только начинал, у меня не было никаких сбережений. Все деньги ушли на жильё, питание, одежду для детей. Первый товар я взял в долг 500 долларов дал земляк, ещё 200 одолжил у брата. Этих денег хватило, чтобы купить небольшую партию орехов и урюка и арендовать место на месяц вперёд. Тогда даже весы были не мои пользовался старыми, которые мне дал знакомый с рынка. Без начального капитала очень сложно. Сейчас, например, чтобы открыть нормальную точку, нужно минимум 4–5 тысяч долларов: оплата аренды, товар, упаковка, транспорт, растаможка, и ещё «подушка» на непредвиденные расходы. Потому что бывают дни, когда продаж нет, но ты всё равно должен платить за аренду и электричество. Но знаете, деньги это не всё. Главное репутация. Если земляки знают тебя как честного, если ты вовремя возвращаешь долги, если ты не обманываешь тебе и под реализацию дадут, и помогут. В начале я вёл тетрадку, куда записывал все долги: кто сколько дал, на каких условиях. Всегда старался вернуть раньше срока. Благодаря этому сейчас меня уважают и поставщики, и покупатели. А тем, кто только начинает, я говорю не бойся суммы, бойся потерять имя. Имя дороже.
[00:27:10] Интервьюер: Скажите, почему вы выбрали именно этот вид занятости?
[00:27:25] Респондент (Мансур): Потому что на рынке я почувствовал, что могу быть хозяином своей судьбы. Когда ты мигрант, у тебя очень мало прав. Тебя не оформляют

официально, тебе не дают кредит, на собеседованиях смотрят с подозрением. А здесь всё понятно. Ты платишь за место, за свет, за охрану и работаешь. Сам. Без начальников, без звонков «сверху». И главное как потрудился, так и заработал. Сухофрукты и орехи я выбрал не случайно. Это товар, с которым я вырос. У нас дома всегда сушили урюк, виноград. Я с детства знал, где его сушат на солнце, а где в тени, и как это влияет на вкус. У меня не было страха в этом деле, потому что я понимал, что продаю. И не стыдно потому что товар хороший, нужный. Люди берут его в дом, в подарок, на праздник. А ещё я понимал, что этот товар подойдёт под мой ритм жизни. Я мог сам решать, когда ехать на оптовку, когда стоять за прилавком, когда отвезти товар в кафе. Постепенно появились постоянные клиенты, даже рестораны, которые берут специи. Я не гонюсь за большим бизнесом я хочу стабильность. Чтобы не зависеть от чужого настроения и быть уверенным, что дети не останутся голодными.
[00:29:40] Интервьюер: Считаете ли вы, что у людей вашего этноса есть больше возможностей заниматься этим делом?
[00:29:55] Респондент (Мансур): Я думаю, что у таджиков действительно есть некоторые преимущества в этом виде бизнеса. Во-первых, у нас очень сильная культура торговли. Это идёт из семьи, из детства. Мы знаем, как обращаться с клиентом, умеем объяснить, дать попробовать, не стесняемся общения. Многие из нас потомки людей, которые веками торговали на базарах в Самарканде, Худжанде, Бухаре. Во-вторых, у нас крепкие связи между земляками. Когда ты только приезжаешь тебе обязательно помогут. Подскажут, где дешевле растаможить, у кого взять товар, как договориться с арендаторами. Это неформальная, но очень мощная система поддержки. Но я не хочу, чтобы кто-то думал, будто всё даётся легко. Нет. Нужно рано вставать, носить тяжёлое, уметь договариваться. Если ты обманываешь или халатно относишься клиенты не вернутся, а земляки не будут за тебя ручаться. Мы здесь конкурируем не только между собой рядом работают узбеки, афганцы, казахи. И если хочешь удержаться, нужно работать честно. Поэтому я бы сказал так: да, у нас есть стартовые преимущества, но дальше всё зависит от человека.
[00:32:30] Интервьюер: Вы сказали, что у вас есть дети. Скажите, они принимают участие в вашем бизнесе? Они имеют образование? Вы хотите передать своё дело им?
[00:32:45] Респондент (Мансур): У нас с женой трое детей. Старшему четырнадцать, младшей недавно исполнилось пять. Пока они ещё учатся, но старший уже начинает интересоваться тем, что я делаю. Иногда помогает на складе, особенно по выходным. Я ему показываю, как считать товар, как вести записи в блокноте, как проверить вес, не обидеть клиента. Он быстро схватывает. В телефоне лучше меня разбирается, может посмотреть цену у конкурентов, подсказать, сколько нужно докупить. Но за прилавок пока не ставлю пусть учится, набирается ума. Я не хочу навязывать детям этот путь. Может, кто-то из них станет учёным или программистом я буду только рад. Но если кто-то сам захочет продолжить я всё передам, научу. Главное чтобы честно, по совести. Потому что я хочу оставить не только товар или место на базаре, а репутацию. Чтобы имя Мансура вызывало доверие и у поставщиков, и у покупателей. Это дороже любых денег. Образование для меня приоритет. Мы откладываем деньги, чтобы дети могли учиться дальше. Старший хочет быть экономистом, я поддерживаю. Я знаю, что такое жить без перспектив, поэтому для моих детей я хочу возможностей. Бизнес это хорошо, но знания это фундамент.
[00:34:55] Интервьюер: Помогает ли вам ваша семья в бизнесе? Как вы распределяете обязанности между членами семьи? Какова роль вашей супруги?
[00:35:10] Респондент (Мансур): Семья ну это.. мой самый большой опора. Хоть я и веду бизнес в основном сам, без сотрудников, но без поддержки дома ничего бы не получилось. Жена помогает мне морально и организационно. Она не стоит за прилавком не хочу, чтобы ей пришлось мёрзнуть зимой или таскать тяжёлое. Но дома она фасует товар, подбирает упаковку, следит за чистотой. Иногда перед праздниками она собирает подарочные наборы аккуратно, красиво. У неё вкус, она делает всё с душой. Каждую неделю мы с ней садимся и подводим итоги: сколько ушло, сколько осталось, что нужно докупить. Она умеет планировать, подсказывает, где я трачу лишнее, где могу сэкономить. Например, когда я хотел

заказать дорогие упаковки из Турции, она остановила меня: «Зачем? Люди покупают за вкус, не за бумагу». И она была права. Старший сын помогает немного, как уже говорил. Младшие пока малы, но тоже интересуются. Иногда дочь подходит и спрашивает: «Папа, а ты сам выбираешь, какой орех вкуснее?» Мне приятно, что они не отстраняются от моего дела. Но я стараюсь, чтобы дети жили своей жизнью и не чувствовали на себе груз взрослой ответственности раньше времени.

[00:37:25] Интервьюер: Есть ли у вас свой круг общения в Казахстане? Кого вы выбираете для работы с вами?

[00:37:40] Респондент (Мансур): Конечно, за годы сформировался крепкий круг. В первую очередь это земляки. Мы друг друга знаем через друзей, через родственников, через коллег. Даже если ты лично кого-то не знаешь, но слышал: «Это племянник Рахмата, хороший парень» уже появляется доверие. У нас в таджикской общине многое строится на репутации. Если ты обманешь хоть раз слух разлетится быстрее ветра. А если честный тебе сами предложат помощь. Бывали случаи, когда нужно было срочно разгрузить фуру брат позвал друга, тот даже денег не взял. А потом я ему помог, когда у него заболел сын. У нас так принято: не всё деньгами измеряется. Но когда речь идёт о работе, особенно о точке на рынке, я беру только тех, кого знаю лично или через очень надёжную рекомендацию. Был случай, когда я доверился случайному человеку, он не пришёл в смену, товар остался без присмотра. С тех пор никаких компромиссов. Лучше самому устать, но быть уверенным, что всё под контролем. С казахами тоже хорошие отношения. Некоторые покупатели, с кем я сработался годами, потом звали меня на свадьбы, давали советы, рекомендовали своим. С одним казахским поваром из ресторана у нас вообще дружба я ему специи, он мне иногда помогает с заказами в столовые. Я стараюсь учить казахский, чтобы с местными было легче. Это уважение и к стране, и к людям.

[00:40:10] Интервьюер: Позволяет ли вам доход от бизнеса: 1) сберегать, 2) путешествовать, 3) отправлять деньги своим родным на родине?

[00:40:25] Респондент (Мансур): Доход у нас сезонный. Есть месяцы, когда продажи идут хорошо особенно зимой, перед праздниками или в пост. Тогда можно отложить что-то на чёрный день. Я всегда стараюсь отложить хотя бы 10–15% выручки это наша «страховка». Мы держим эти деньги в долларах, на случай, если ребёнок заболеет, или срочно нужно что-то купить для точки, или если на рынке поднимут аренду. Насчёт путешествий тут всё просто: за границу мы не ездим. Вся наша «поездка» это один раз в год в Пенджикент, к родителям. Дети любят дорогу, мы заранее собираем подарки, покупаем мелочи для родственников. Иногда удаётся выбраться на день-два в Чарынский каньон или на Капчагай это всё, что можем себе позволить. Я и сам не очень любитель отелей или курортов. Главное быть с семьёй, хоть на берегу, хоть в парке.

Родителям отправляем каждый месяц. Небольшие суммы но стабильно. Они старенькие, уже не работают. Отец болеет, мама тянет хозяйство. Я не могу бросить их. Иногда помогаем ещё племяннику, он учится в колледже. Это уже стало привычкой: заработал сначала смотри, кому помочь, потом остальное. Потому что если ты забыл, откуда вышел, то и бизнес тебе не поможет.

[00:42:35] Интервьюер: Хотели бы вы начать заниматься другим бизнесом или открыть другие точки?

[00:42:50] Респондент (Мансур): Такие мысли, конечно, бывают. Иногда, особенно когда на рынке холодно или когда устал, думаешь: «Может, пора что-то менять?» Я мечтаю, чтобы однажды у нас была своя тёплая, уютная точка не у прохода, а где светло, чисто, с нормальной вентиляцией. Где зимой не надо надевать две куртки. Это первое. Второе я часто думаю про маленькую чайхану. Сделать так, чтобы готовили по-домашнему: таджикский плов, самса, хороший чай. У меня есть надёжные поставщики риса, специй, сухофруктов всё, что нужно. Даже жена не против. Но кафе это уже совсем другой уровень: санитария, разрешения, персонал. Там нужно больше вложений и другой режим работы. Сейчас я просто присматриваюсь, разговариваю с теми, кто этим занимается.

Что касается расширения, то на базаре я бы, может, и взял вторую точку если бы был кто-то из семьи, кому могу доверить. Но пока дети маленькие, а постороннему не хочу. Лучше сделать одну точку идеальной, чем две и ни одна не работает нормально. Сейчас я больше вкладываю усилия в качество товара и в отношения с клиентами. Это тоже инвестиция.

[00:45:10] Интервьюер: Каковы наиболее значимые проблемы, связанные с проживанием здесь?

[00:45:25] Респондент (Мансур): Проблем хватает. Первая жильё. Аренда в Алматы с каждым годом растёт. Мы живём в съёмной двухкомнатной квартире в Алмалинском районе. Платим почти половину выручки только за аренду. О покупке квартиры мечтаем, но без кредита не получится, а банк требует стабильный доход и гражданство. Я иностранец, у меня только ВНЖ, и то его нужно постоянно продлевать. Был случай, когда хозяйка узнала, что мы не местные, услышала акцент и отказалась сдавать квартиру, даже после устной договорённости. Сказала, что не хочет проблем. Такое бьёт по самолюбию. Вторая медицина. У меня средний сын плохо слышит, ему нужно обследование каждый год. Почти все процедуры платные, потому что мы не граждане. Частные клиники хорошие, но очень дорогие. Один сеанс 15 тысяч тенге, а нужно курс. А если болеет кто-то из детей ещё расходы. Государственная поликлиника помогает, но там очереди, нервы, отношение не всегда вежливое. Третья бюрократия. Постоянно нужно обновлять документы, разрешения на работу, временную регистрацию. Электронные очереди часто не работают, в миграционной службе теряются бумаги. Было, что я два дня подряд стоял в очереди и без результата. И всё это время я не мог нормально работать. Есть и вопрос языка. Я учу казахский могу поздороваться, могу спросить, сколько стоит, как пройти. Но официальные бумаги или разговор с чиновниками это стресс. Иногда чувствуешь, как только услышали акцент уже другое отношение. С подозрением, с холодом. И всё же я не жалуюсь. Здесь есть главное стабильность. Безопасность. Образование. Я вижу, что у моих детей есть доступ к тому, чего у меня не было. И ради этого я терплю. Потому что Алматы это уже наш дом, пусть и не по паспорту.

[00:50:00] Интервьюер: Спасибо вам за то, что поделились своей историей. Что бы вы хотели пожелать другим мигрантам, которые только начинают путь в Казахстане?

[00:50:15] Респондент (Мансур): Первое, что я бы сказал не бойтесь работы. Здесь, как и везде, уважают тех, кто трудится по-честному. Если ты пришёл с искренним желанием строить свою жизнь тебя поддержат, особенно если ты сам никому не мешаешь и не подводишь. Второе держитесь своих. Земляки, диаспора, просто хорошие люди это не слабость, а опора. Но не нужно пользоваться доверием. Если кто-то тебе помог, верни больше, чем взял. Я так стараюсь жить, и мне это вернулось добром.