

УДК: 316.4

Боконтаева Дж. К., канд. соц. наук, доцент,
kjanyl77@gmail.com, ИГУ им. К.Тыныстанова,
Кыргызстан

ЭТНИЧЕСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ РЕСУРС РАЗВИТИЯ ИССЫК-КУЛЬСКОГО РЕГИОНА (МАТЕРИАЛЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)

В статье автор анализирует становление и развитие этнического предпринимательства в г. Каракол и Иссык-Кульской области.

На основе устных историй выявлена социальная база этнического предпринимательства; мотивы создания малого и среднего бизнеса, связанные с экономическими причинами (нехватка финансовых и материальных средств), а также такие мотивы, как заинтересованность в новом деле, которые принесут пользу Караколу

В открытии своего дела этнические предприниматели выделили такие личностные качества, как коммуникабельность, целеустремленность, упорство в труде, честность, терпение, настойчивость, открытость, профессионализм и опыт.

В статье также рассматриваются гендерные особенности этнического предпринимательства, связанные со спецификой и особенностями мужского и женского менеджмента в управлении бизнесом, а также доминирование традиционных и патриархатных ценностей при рассмотрении роли женщин в этническом предпринимательстве.

Ключевые слова: этническое предпринимательство, социальная база, мотивы, личностные качества, женское предпринимательство, устные истории.

Боконтаева Ж. К., социол. илимд. канд., доцент
kjanyl77@gmail.com, К. Тыныстанов ат. БИМУ,
Кыргызстан

ЭТНОСТУК ИШКЕРДИК ЫСЫК-КӨЛ АЙМАГЫН ӨНУКТҮРҮҮНҮН СТРАТЕГИЯЛЫК РЕСУРСУ КАТАРЫ (СОЦИОЛОГИЯЛЫК ИЗИЛДӨӨЛӨРДҮН МАТЕРИАЛДАРЫ)

Макалада автор Каракол шаарында жана Ысык-Көл облусунда этностук ишкердиктин калыптанышын жана өнүгүшүн талдоого алган.

Оозеки баяндардын негизинде этностук ишкердиктин социалдык базасы; кичи жана орто бизнести түзүүнүн экономикалык себептер (каржы жана материалдык каражаттардын жетишсиздиги) менен байланышкан жүйөлөрү, ошондой эле жаңы ишке болгон кызыкчылык жана Караколго пайда алып келүү сыяктуу жүйөлөр аныкталды.

Этностук ишкерлер өз иштерин ачууда коммуникабелдүүлүк, максатка умтулуу, эмгектеги тырышчаактык, чынчылдык, сабырдуулук, өжөрлүк, кесипкөйлүк жана тажрыйба сыяктуу инсандык сапаттардын болушун бөлүп көрсөтүштү.

Макалада ошондой эле этностук ишкердиктин бизнести башкаруудагы эркектик жана аялдык менеджменттин спецификасы жана бөтөнчөлүктөрү менен байланыштуу гендердик өзгөчөлүктөрү, этностук ишкердикте аялдардын ролун кароодо салттык жана патриархаттык баалуулуктар үстөмдүк кылары да каралды.

Өзөктүү создор: этностук ишкердик, социалдык база, жүйөлөр, инсандык сапаттар, аялдар ишкердиги, оозеки баяндар.

Bokontaeva Dz. K., Candidate of Sociological Sciences,
kjanyl77@gmail.com, Issyk-Kul State University named

after K. Tynystava, Kyrgyzstan

**ETHNIC ENTREPRENEURSHIP AS A STRATEGIC RESOURCE FOR
THE DEVELOPMENT OF ISSYK-KUL REGION
(MATERIALS OF SOCIOLOGICAL RESEARCH)**

In the article, the author analyzes the formation and development of ethnic entrepreneurship in Karakol and Issyk-Kul region. On the basis of oral histories, the social base of ethnic entrepreneurship is revealed; motives for creating small and medium-sized businesses related to economic reasons (lack of financial resources for the normal existence of oneself and the family), as well as motives for motivating oneself to be interested in a new business and benefit Karakol.

In starting their business, ethnic entrepreneurs identified such personal qualities as sociability, determination, perseverance, honesty, patience, perseverance, openness, professionalism and experience.

The article also discusses the gender characteristics of ethnic business related to the specifics and characteristics of male and female management in business management, as well as the dominance of traditional and patriarchal values when considering the role of women in ethnic entrepreneurship.

Key words: ethnic entrepreneurship, social base, motives, personal qualities, women's entrepreneurship, oral histories.

В истории человечества специфические черты того или иного этноса оказывали воздействие на его экономическую активность, определяли мотивацию и этику труда, отношение к социальной стратификации общества. В современном мире этничность продолжает оставаться важнейшим компонентом поведения хозяйствующего субъекта в разных видах социально-экономической деятельности и в, том числе, предпринимательстве.

Предпринимательство как форма занятости – это целесообразная деятельность, основанная на личной инициативе, самостоятельности и ответственности, направленная на получение трудового дохода и обуславливающая самореализацию и самоутверждение индивида как личности.

По данным национального статистического комитета в 2018г. на территории Кыргызской Республики **действовало** 15,3 тыс. предприятий, из них 14,5 тыс. - малых предприятий и 0,8 тыс. - средних предприятий. Более 26 процентов из действующих предприятий осуществляли свою деятельность в оптовой и розничной торговле; по ремонту автомобилей и мотоциклов, 15,3 процента - в промышленности, 11,9 процента – в строительстве. На 1 января 2019 года число зарегистрированных индивидуальных предпринимателей на территории Кыргызской Республики составило 401,7 тыс. человек [5, с.11].

Предпринимательство в Кыргызстане имеет свои региональные особенности, связанную с полиэтничным и поликультурным составом населения. К их числу относится областной центр Иссык-Кульской области – город Каракол.

Город Каракол – административный, образовательный и культурный центр Иссык-Кульской области, который является центром торговли, промышленности, услуг, туризма, связи и информации. В городе сосредоточены крупные финансово-кредитные учреждения, международные организации, музеи, драмтеатр, зоопарк и множество учебных заведений, в том числе ВУЗы, средние специальные учебные заведения, профессиональные лицеи и школы.

Город Каракол – полиэтничное сообщество, в котором проживают представители более 24 различных этносов. Согласно данным статистического отдела при мэрии г. Каракол, в 2018 году в г.Каракол проживало 72123 человек. Из них 52133 кыргызов, 10705 русских, 2142 узбеков, 273 украинцев, 2583 уйгуров, 1152-дунган,

1069 татар, 792 казахов, 273 украинцев, 55 турков, 53 немцев, 37 корейцев, 30 азербайджанцев, 22 таджиков, 6 армян, 6 эстонцев, 4 молдаван, 3 туркмена, 1040 представителей других этносов.

В 2016-2017гг. автором было проведено социологическое исследование о становления и развития этнического предпринимательства в г. Каракол и Иссык-Кульской области, начиная с момента обретения Кыргызстаном своей независимости (1991-2018гг.) Каракол. В ходе исследование проведено: а) 17 полу-структурированных (нарративных) интервью или устных историй; б) 10 коротких мини-интервью. В процессе исследования были опрошены этнические предприниматели по возрасту, полу, образованию и месту проживанию.

Целью данного исследования является изучение становления и развития этнического предпринимательства в г.Каракол и Иссык-Кульской области, начиная с момента обретения Кыргызстаном своей независимости (1993-2018гг.). В исследовании ставились следующие задачи:

- выявить социальную базу этнического предпринимательства региона;
- изучить мотивы (причины) и личностные качества этнического предпринимательства;
- дать анализ особенностей становления женского (этнического) предпринимательства, где занятие лидирующих позиций женщинами идет вразрез со стереотипами национальной культуры представителей разных этносов.
- выявить проблемы становления этнического предпринимательства и пути их конструктивного решения в регионе.

Социальный портрет этнических предпринимателей

А) Социальная база, т.е. из каких социальных слоев вышли этнические предприниматели Иссык-Кульского региона

Становление рыночных отношений повышает роль собственности, которая реально выступает в качестве критерия социальной дифференциации. Появляются новые социальные группы, в частности, предприниматели во всех отраслях народного хозяйства. При переходе к рынку остро стоит проблема, какие социальные группы, ориентированные на рынок, получают приоритетное развитие.

По мнению российского социолога Беляевой Л.А. существует два варианта. Первый - крупные собственники, администраторы из бывшей номенклатуры, представители крупного теневого бизнеса, способные организовать эффективное производство; второй - массовые слои граждан, владеющие собственностью в результате приватизации государственной собственности. К ним относятся инженерно-технические работники, управленческий и административный персонал, не занимающую высших постов, работающую по найму интеллигенцию, городских и сельских мелких собственников, в том числе большую часть крестьянства и фермерства, рабочих высокой квалификации, работников сферы обслуживания и другие [1, с.30].

Социальное происхождение этнических предпринимателей г. Каракол — это, в основном, выходцы бывших государственных организаций и предприятий, системы образования, культуры, медицины, науки, и др., так как в бывшем Советском союзе не было частной собственности, и вся собственность была в руках государства. Социальное происхождение этнических предпринимателей г. Каракол – это, в основном, выходцы бывших государственных организаций и предприятий, системы образования, культуры, медицины, науки, и др., так как в бывшем Советском Союзе не было частной собственности. Собственность в советское время была представлена двумя основными формами – государственной собственностью (98%) и колхозно-

кооперативной собственностью, которая принадлежала колхозникам (2%).

Социально-демографическая характеристика опрошенных респондентов представлены по полу: женщин – 10, мужчин – 7; по возрасту: 30-39 лет – 3, 40-49 лет – 3, 50-59 лет – 7, 60-69 лет – 4; по этническим признакам: кыргызы – 7, украинцы – 1, татары – 2, уйгуры – 1, узбеки – 2, корейцы – 1, дунгане – 3; по образованию: среднее (10 классов) – 4, среднее-специальное (техникум или профессиональное училище на базе среднего образования) – 2, высшее – 11; по социальному статусу на момент создания своего частного бизнеса: работники государственных учреждений и организаций (учителя, научные сотрудники, работники культуры, медицины, торговли и др.) – 14; военные – 1, работники частных организаций – 1, домохозяй(ин)йка – 1.

Мотивы предпринимательской деятельности

Каковы же мотивы частнопредпринимательского поведения? Типы предпринимательской мотивации изучены и описаны классиками экономической теории Й.Шумпетера, В.Зомбертом, М.Вебером и др. Выделяют четыре основных мотивационных типа.

Первый, условно называемый "традиционным", направлен на желание применять уже имеющийся профессиональный опыт и способности, работать в коллективе с хорошо устоявшимися связями, то есть сохранять стабильность уже достигнутого.

Второй, "аффективный", отражает стремление следовать своим эмоциям и чувствам - интуиции или психологическим особенностям своего характера. В одних случаях это будет "иметь уверенность в завтрашнем дне", в другом - прямо противоположное - испытать риск. Это могут быть также приятные ощущения от чувства свободы и независимости, но всегда - это стремление к определенным эмоциональным состояниям.

Третий тип мотивации - "ценностный" связан с влечением не к инструментальным благам, а к чему-то самоценному: исполнению долга перед собой, близким, обществом.

Четвертый тип - "инновационный". Он отражает желание профессионально проверить себя в чем-то (профессиональная инновация), и даже удовлетворять все новые и новые запросы ("инновация" в сфере потребления).

Вышеописанные мотивы отражают различные потребности, кратко определяемые как потребности в "выживании" (первый тип), получение эмоционального удовлетворения (второй тип), самоутверждение (третий тип) и собственно в труде (четвертый тип). Реальность же представляет нам множество разнообразных сочетаний предпринимательских мотивов, создавая различные предпринимательские образы.

В процессе исследования почти все респонденты одним из главных причин создания собственного бизнеса назвали экономические причины, т.е. после развала советского союза все заводы и фабрики в городе Каракол стали закрываться. А в организациях, финансирующихся из государственного бюджета, заработная плата не могла обеспечить даже минимальный прожиточный уровень. Вот как об этом говорят сами респонденты.

Кульнара, кыргызка: *«Может основной причиной была экономическая, нехватка денег... Когда я работала в Академии наук я еще подрабатывала в поликлинике. Я получала две заработной платы. Главная причина все же я думаю в том, что мои все родственники были коммерсанты. Они мне все говорили, как вы сидите с заработной платой в 20 сом, уходите отсюда в бизнес, в торговлю. И я ушла в бизнес под давлением своих родственников» [6].*

Наташа, кореянка: *«Заработная плата всегда у нас была на уровне мизерной. В 1990-е годы Союз развалился, было очень сложно, поскольку пошли трудности. Я*

корейка. А на Иссык-Куле корейцы не особо приживаются и поэтому их очень мало. Восточная кухня у всех на слуху. Она всем нравится, прям мировой бренд, те же корейские салаты и т.д. И вот, в тяжелые 1990-е годы, когда зарплаты не хватало, я как-то пыталась, салатик сделала, что-нибудь кушать готовила и вот так я по выходным бегала на базар. И вот оттуда все начиналось. Я по субботам и выходным, с 1993-1996гг., пока моя дочь не приехала, торговала салатами» [7].

Юнус, дунганин: «Основная причина, то что я работал в областной станции юных техников, эта работа стало глохнуть, часы сокращают, лично меня не ущемляли, вижу, что детей все меньше и меньше ходит, снабжение таких внешкольных организаций становилось все хуже и хуже и предвидя перспективу развала, хотя зарплата была хорошей. Цены стали меняться, а зарплата становилась прежней. У меня третий ребенок родился и думаю надо более активным делом заниматься. Конец 80-х и начало 90-х, для людей это просто было выжить и прокормить семью» [13].

Давран, узбек: «Причина, все в бизнес ушли в основном, причина экономическая, развал союза, под сокращение в основном попали, в отпуск без содержания сказали. А что такое отпуск без содержания – ничего не будешь получать, сиди дома. И на выживание пошло» [14].

Однако, кроме экономических причин два молодых бизнесмена – Василий (украинец, 40 лет) и Нурлан (кыргыз, 33года) выделили и такие мотивы в открытии своего собственного дела, как заинтересованность в новом деле и принести пользу Караколу.

Василий, украинец: «На тот момент было интересно, и видимо этот интерес и проявился. Это была цель и мечта попробовать, с этим поработать, тогда это же была новинка.... (компьютеры, прим. автора) Вы знаете, в то время это же было так модно, вы что.... Видимо хотелось самому попробовать... И вот отсюда пошло. А вообще-то я и бизнес организовывал так, просто для игры. Почему?! Потому что в принципе, я и сад сейчас сажаю не для того чтобы прибыль получать, а мне это интересно» [17].

Нурлан, кыргыз: «После стажировки в Америке в 2013 году я понял, что у нас в Караколе большой потенциал в сфере бизнеса, но у нас нет тех людей, которые бы продвигали Каракол на туристическом рынке. И я решил открыть свое собственное дело в рамках проекта «Визит Каракол», где мы помогаем предпринимателям, которые начинают работать в туристической сфере развить свой бизнес, т.е. мы предоставляем интернет-площадку, чтобы они предоставляли информацию о себе и о их бизнесе. Когда я работал и помогал родителям в отеле «Грин Ярд», то я проходил много семинаров и тренингов в различных организациях. И эти тренинги мне помогли и дали мне потенциал. Я сейчас хочу поделиться с людьми по туризму и по ведению бизнеса» [12].

Личностные качества предпринимателей

Рынок представляет собой лучшую, благотворную предпринимательскую среду, а предпринимательство - это наиболее характерное качество, свойство рыночных отношений. Наиболее существенный вклад в разработку теории и практики предпринимательства внес американский ученый И. Шумпетер.

Конечно, о предпринимательстве писали его научные предшественники, но делали это тогда, когда предприниматель еще фактически был слит с другими социальными фигурами: капиталиста, собственника, управляющего, изобретателя. Рассмотрение преимущественно велось в статике. Для подобного подхода имелись

веские основания: во-первых, предприниматель совмещал в одном лице функцию собственника и технического руководителя, и менеджера, и коммерсанта; предпринимательская деятельность еще не вычленилась в качестве самостоятельной; во-вторых, не возникло и особой потребности в изучении динамики: нововведения стали внедряться уже в XX веке, сузив временные границы традиционного кругооборота.

Появление предпринимателя в качестве субъекта специального анализа у Й.Шумпетера связано с его концепцией экономического развития, взятого как динамический процесс. "Осуществление новых комбинаций - это реформировать и революционизировать способ производства путем внедрения изобретений, а в более общем смысле - через использование новых технологических возможностей для производства новых товаров или прежних товаров, но новым методом, благодаря открытию нового источника сырья или нового рынка готовой продукции до реорганизации прежней и создания новой отрасли промышленности..." (3; с.89). Феноменом экономического развития является предприниматель. Предпринимателем Шумпетер называет хозяйственных субъектов, функцией которых является осуществление новых комбинаций, и которые выступают как его активный элемент.

Как же определяют бизнес (или предпринимательство) наши респонденты? По моему, мнению интересной является точка зрения предпринимателя Юнус, дунганин: *«Заниматься бизнесом мы начали с братьями, вместе работать. Решили, что поодиночке трудно будет работать, вместе с братьями объединили силы и средства и создали семейную компанию и постепенно работали. Сначала поставили магазин продуктов питания, потом по торговле металлом, и потом гостиничный бизнес. Бизнес — это решение все время новых задач. Сталкиваешься все время с чем-то новым. Государство меняет условия, поставщик меняет условия. Низовые звенья меняются, клиенты меняются. Все время надо по-другому надо работать. Это творческая работа»* [13].

Василий, украинец: *«Простые качества- открытость и человечность, и все, а еще целеустремленность. А также уметь мечтать и уметь действовать. Можно хотеть мечтать и можно мечтать, и действовать. Это две разные вещи и поэтому видимо вот основные качества»* [17].

Мунара, кыргызка: *«Во- первых, трудиться, не лениться, не опаздывать, иметь порядок во всем, вплоть, от того, что вовремя приходит на работу, до ведения бухгалтерии тоже, бухгалтерию веду сама»* [10].

Мурат, кыргыз: *«В бизнесе необходимо постоянство и терпение, иметь к бизнесу серьезное отношение. Если что-то не получается, то не надо пятиться назад. Надо, я хочу подчеркнуть - терпение и много, много труда днем и ночью. Еще для ведения бизнеса необходимо иметь честность, необходимо за каждую копейку иметь точный счет и ответственность. Если, допустим, берешь какой-то товар у фирмы, то следует стараться деньги вернуть в определенный срок, без задержки»* [16].

Мира, дунганка: *«Наверно, прежде всего, заниматься этим, опыт нужен, терпение должно быть, упорство, настойчивость, тем не менее, когда занимаешься с этим, то человек становится как-то азартным все больше и больше. А еще возможность. Если этого нет, то все равно не расширишься. В основном здесь надо возможность и удача тебе улыбаться должна»* [10].

Ведение предпринимательской деятельности требует определенных личностных качеств. Следует отметить, что почти все респонденты отметили такие качества, как коммуникабельность, целеустремленность, упорство в труде, честность, терпение, настойчивость, открытость, профессионализм и опыт.

Гендерные аспекты этнического предпринимательства

Как показывают многие исследования, в генезисе предпринимательства существенную роль играют ряд социальных факторов – пол, возраст, образование, до-предпринимательская карьера, семья, система социальных связей.

В научной литературе для определения понятия «женщины- предприниматели» можно выделить несколько подходов: демографический, социологический, исторический. В демографическом понимании, женщины-предприниматели – это особая социальная группа женщин, преимущественно от 25-50 лет, имеющие социальный статус предпринимателя, ценностные ориентации, мировоззрение, интересы, потребности и социально-психологические свойства, обусловленные новым переходным или трансформирующимся обществом.

Женщины-предприниматели – это объективно складывающаяся социально-профессиональная группа, объединенная общими условиями формирования и развития, с определенными социально-психологическими и духовными ценностями, образом жизни. Особенностью данной социально-профессиональной группы является одинаковый статус предпринимателя, то есть наличие какой-либо организационно-правовой формы деятельности (индивидуальный предприниматель, общество с ограниченной ответственностью, закрытое акционерное общество и т.д.).

Исследование женщин-предпринимателей разных этносов имеет следующие признаки:

- 1) женщины-предприниматели – это женщины в возрасте от 30-70 лет;
- 2) наличие индивидуальной трудовой деятельности;
- 3) факт выраженного профессионального становления и ответственность за продвижение своего дела;
- 4) выраженная отраслевая специфика: женщины-предприниматели сконцентрированы в традиционных для женской занятости отраслях- торговля, сфера услуг, образование, туризм и др.;

Таким образом, можно сделать вывод, что становление и развитие рыночных отношений изменило жизненные ориентиры многих женщин. Предпринимательство для женщин – это один из способов адаптации к новым условиям, которая позволила женщинам открыть собственное дело и таким образом решить для себя многие проблемы занятости. Несмотря на трудности, они смогли обрести уверенность в себе и своих силах, освоить новую для себя роль предпринимателя.

Сегодня стереотипные роли мужчин и женщин для кыргызского общества пока остаются традиционными, т.е. мужчина – добытчик, а женщина – хранительница домашнего очага. Однако, следует признать, что содержание этих понятий изменилось, но очень трудно осознается нашим обществом.

Что об этом говорят сами женщины: Интервьюер: *«Как Вы знаете, в азиатских странах женщина на вторых ролях. Если она выдвигается на первую роль, то это не всегда приветствуется. Вы ощущали на себе давление со стороны мужчин в государственных органах и других учреждениях, которые хотели подчеркнуть, что, хотя Вы и бизнесмен, но Вы женщина, и стоите на второй роли?»* Иламшаева Зулфия, узбечка: *«Да, конечно. И это не только в нашем обществе, но и в семье. Муж мне говорит: «Ты – руководитель на работе, а дома – жена». И этим все сказано. Дома муж всегда выше. Это не играет роли, что ты – предприниматель, или еще кто-то другой. В нашем обществе приходится считаться с этим, и мужчина никогда не смирится, чтобы ты была первая. Хоть я буду больше зарабатывать, это не будет играть роли. Мы не будем в равном положении»* [2, с.118].

Интервьюер: *«А Ваша семья поддерживала в Вашей предпринимательской деятельности? Ведь Вы очень много работаете, отрываете свое время от семьи, детей»*. Джужумалиева Гулипа, кыргызка: *«Да, конечно. Без поддержки семьи, я бы никогда не стала предпринимателем. Семья поддерживает во всех отношениях, особенно, в моральном отношении. В материальном отношении я оказываю поддержку семье, а в остальном чувствую опору мужа, детей, внуков. У меня четверо детей: один сын и трое дочерей»*.

Интервьюер: *«Вы сказали, что полностью себя отдаете бизнесу. А дома Вы выполняете домашнюю работу?»*. Джужумалиева Гулипа, кыргызка: *«Конечно. Я не бросаю домашнюю работу. Дома я выполняю функцию и роль матери для детей, как жена я полностью подчиняюсь мужу. Если у меня есть время, то я готовлю, делаю домашние дела. А в основном, помогает семья» [2, с.54,55]*.

Влияние традиционного общества на семью, воспитание детей наблюдается повсеместно. В общественном сознании преобладающей части народов Средней Азии женщина отличается от мужчины по своей природе, предназначению, возможностям и способностям. В основном, любые женские способности оцениваются гораздо ниже, чем мужские. Преодоление данного явления возможно при повышении социально-политического, экономического, т.е. в целом духовного уровня различных социальных групп общества, которые будут обладать широтой кругозора и гибкостью мышления в современных условиях.

Большинство опрошенных женщин являются руководителями частного предприятия или фирмы. В данной связи встает вопрос, а как справляется женщина в данной роли. Можно с уверенностью сказать, что большинство женщин довольны своим положением и статусом и уверенно продвигают свой бизнес, несмотря на угрозы и риски, связанные с кризисом в Кыргызстане, обусловленные внутренними и внешними факторами.

Российский социолог Чирикова А. пишет: *«Ставя вопрос об особенностях мужского и женского лидерства, я склонна разделить позицию, согласно которой принципиальных отличий в мужском и женском менеджменте нет, хотя есть некоторые особенности, обусловленные разницей в психологической структуре у мужчин и женщин...»*

Несмотря на большую «ситуативность» женского менеджмента по сравнению с мужским, женщина эффективно реализует не только «стратегии выживания», но и «стратегии развития», хотя и выстраивает более осторожные отношения со своими партнерами и избегает слишком «рискованных» решений. Однако это не означает, что женщина не умеет рисковать... Свыше 70 % опрошенных мужчин менеджеров, работающих под началом женщины, удовлетворены женским руководством и не хотели бы смены управления. Более 40 % опрошенных к числу недостатков женского менеджмента относят его жесткость, а совсем не мягкость, как это принято считать» [4, с.55].

Социологическое исследование, проведенное на основе устных историй, среди женщин-предпринимателей г.Каракол подтверждает данные российских социологов и показывает, что женский - менеджмент опирается на комбинированные стратегии и включает в себя большой набор «техник» и «приемов» в управлении предприятием. Женщинам, в большей мере, присущ стиль лидерства, основанный на таких личностных качествах как умение действовать в ситуации конфликта и угрозы риска, постоянная готовность к изменениям, способность к нововведениям, умение противостоять давлению и нажиму, отстаивать свою позицию.

«...Успешные модели лидерства осуществляют те из руководителей, кто, независимо от собственного пола, обладают психологическим репертуаром поведения»

и мужчин и женщин-управленцев» [4, с.56]. Следовательно, исследование показало, что лидерские качества мужчин и женщин имеют общую природу и не зависят напрямую от половых различий. Хороший менеджер располагает двойным репертуаром управленческих технологий: и мужских, и женских. А также успех женщин в собственном деле не есть результат везения или случая. В большинстве случаев определяется социально-психологическими особенностями, а также готовностью самой женщины к сложностям, связанным с конфликтом профессиональных и семейных ролей.

Заключение

Этническая характеристика предпринимательства восходит к временам первой приватизации во второй половине 1990 годов. Так мелкие объекты торговли, общепита и другие подобные были приватизированы преимущественно уйгурами, татарами и русскими. Крупные объекты, связанные с большими площадями (завод железобетонных изделий (ЖБИ), Молочный завод, Мясокомбинат, Швейная фабрика) перешли собственникам кыргызам. Вторая волна приватизации в 2000 годах была также более дружелюбна для лиц титульного этноса, преимущественно мужского пола. Исторически в досоветский, советский и ранний постсоветский период этнические меньшинства были в большей степени представлены в сфере торговли. Данный опыт нашел свое отражение в скорейшей адаптации в условиях рыночной экономики.

Этнические меньшинства при переходе на рыночную экономику смогли с меньшими потерями и уязвимостью преодолеть барьеры того времени и быстрее экономически встать на ноги, несмотря меньшую в некоторой степени базу для стартового бизнеса. В настоящее время позиции выровнены, по мнению респондентов. Кыргызы открывают такие же кафе, рестораны.

Таким образом, в сфере торговли и услуг наблюдается равная этническая представленность. Что касается, сферы транспорта, строительства, промышленных предприятий и производства, кыргызы охвачены в большей степени. В городе Каракол порядка 300 активно действующих гостевых домов, которыми управляют преимущественно женщины и таким образом определяют женское лицо гостевого бизнеса. Что касается других направлений туристического бизнеса, таких как услуги портеров, проводников, водителей, гидов, прокат велосипедов, лошадей, то это преимущественно мужская молодежная сфера. Туристическая, за исключением этнических направлений туризма (лошади, юрты) характеризуется полиэтнической представленностью. Хотя есть много примеров, что в последнее время услуги юрточных городков предоставляют не кыргызы. Сфера услуг микрокредитования принадлежит преимущественно женщинам кыргызкам. Частные охранные агентства в основном представлены мужчинами кыргызами.

Следовательно, для большинства предпринимателей главным мотивом бизнеса являются деньги как мера богатства, процветания, а, следовательно, иметь доступ к различным материальным благам, поддерживать существующий уровень жизни. Предпринимательство для женщин – это один из способов адаптации к новым условиям, которая позволила женщинам открыть собственное дело и таким образом решить для себя многие проблемы занятости. Несмотря на трудности, они смогли обрести уверенность в себе и своих силах, освоить новую для себя роль предпринимателя.

Поддержка предпринимательства является задачей не только центральных, но и областных и городских органов власти. В связи с этим проблемы развития этнического

предпринимательства, разносторонняя поддержка этой сферы должны быть отнесены к числу важнейших задач государственной политики и на региональном уровне. Государство должно осуществлять экономическое регулирование предпринимательского сектора через политику приватизации, создания благоприятного инвестиционного и предпринимательского климата и разностороннюю поддержку предпринимательской деятельности всех этнических групп региона.

Таким образом, становление и развитие этнического предпринимательства в г. Каракол (после развала СССР) происходило сложно и противоречиво, так как без опыта и навыков работы в новой рыночной системе для представителей разных этносов имело вынужденный и шоковый характер. Но по мере наращивания адаптационного потенциала в социально-трудовой сфере, связанной с открытием частного бизнеса происходило приспособление к изменяющимся социально-экономическим условиям. В данный момент развитие этнического предпринимательства в городе Каракол выражается в активизации структурной перестройки экономики, в предоставлении широкой свободы рыночного выбора, которая способствует насыщению рынка товарами и услугами, преодолению монополизма и увеличению уровня конкуренции.

Литература:

1. Беляева Л.А. Средний слой российского общества: проблемы обретения социального статуса // Соц.исследования. -1993. -№10. - С.13-22.
2. Боконтаева Д.К. Женщины - предприниматели Иссык-Куля. Устные истории успеха. - Бишкек, -2003, - Издательский Дом «Просвещение», -180.
3. Шумпетер И. Теория экономического развития. - М.: Прогресс, -1982. - 400 с.
4. Чирикова А.Е. Женщина во главе фирмы (проблемы становления женского предпринимательства в России). //Вопросы экономики, -№3, -1999. - с.55,56
5. Малое и среднее предпринимательство в Кыргызской Республике: 2014-2018 // Нацстатком Кырг. Респ. - 2019. - 204с.
6. Транскрип интервью Кульнара, кыргызка, 51год, высшее образование, владеет частным магазином «Карылгач»;
7. Транскрип интервью Наташа, кореянка, 65 лет, высшее образование, владеет кафе, павильоном по продаже корейских салатов;
8. Транскрип интервью Асылгуль, кыргызка, 44года, высшее образование, владеет павильоном по продаже косметики и мыло-моющих изделий;
9. Транскрип интервью Эльмира, татарка,68 лет, средне-специальное образование; владелица частного кафе;
10. Транскрип интервью Мира, дунганка, 67 лет, высшее образование, владеет посудным отделом в торговом комплексе «Кумтор»;
11. Транскрип интервью Мунара, кыргызка, 38 лет, высшее образование, владелица свадебного салона в торговом комплексе «Кумтор»;
12. Транскрип интервью Нурлан, 33 года, кыргыз, высшее образование, руководитель туристической компании «Визит Каракол»;
13. Транскрип интервью Юнус, дунганин 56 лет, высшее образование, владелиц магазинов, гостиница «Азия».
14. Транскрип интервью Давран, узбек, 55лет, высшее образование, владеец кафе «Зарина»;
15. Транскрип интервью Сулайман, дунганин, 53года, высшее образование, владеец стоматологической клиники «Ви Ва Дент», кафе «Кочевник», гостиница

«Элита»;

16. Транскрип интервью Мурат, 33 года, кыргыз, высшее образование, владелец детского-развлекательного комплекса «Радуга»;

17. Транскрип интервью Василий, украинец, 40 лет, высшее образование, владелец торгового комплекса «Империя электроники».