

II

ՆԵՐԳԱՂԹՅԱԼՆԵՐ ԵՒ ՏԵՂԱՅԱՆՎԱԾՆԵՐ.
ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՍՈՑԻԱԼ-ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ
ԼԱՆԴՇԱՖՏԸ

Գայանե Հակոբյան, պ.գ.թ.
ՀԱԻ

«ՀԱԼԵՊԻ ՇՈՒԿԱՆ»՝ ՈՐՊԵՍ ՍԻՐԻԱՐԱՅԵՐԻ ՁԵՌՆԱՐԿԱՏԻՐԱԿԱՆ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ՄԻԿՐՈՄՈՂԵԼ

2011 թ. Սիրիայում ընթացող պատերազմի պատճառով սիրիահայ համայնքի մի ստվար զանգված տեղափոխվեց Հայաստան. ըստ 2017 թ. պաշտոնական տեղեկատվության՝ պատերազմի բռնկվելուց ի վեր՝ մոտ 22000 մարդ: Փորձագետների գնահատականների համաձայն՝ ներկայումս Հայաստանում բնակվում է մինչև 8000 սիրիահայ: Նրանց՝ Հայաստանում ինտեգրվելու և հետագա կենսագործունեությունը շարունակելու որոշման վրա շատ գործոններ ազդեցին: Տնտեսական գործոնը ևս շատ կարևոր էր, քանզի զբաղվածության խնդրի լուծումը ինտեգրման գործընթացի շարունակականությունն ապահովող պայմաններից է:

Սիրիահայերին առնչվող ուսումնասիրությունները¹, ընդհանուր առմամբ, կատարվել են նրանց ներհոսքի առաջին տարիներին և վերաբերում են իրավական, սոցիալական, տնտեսական, մշակութային ինտեգրման խնդիրներին, ձեռնարկատիրական կարողությունների բացահայտմանը ևն: Այդ ուսումնասիրությունները ոչ միայն հնարավորություն են տալիս վեր հանելու դեպի Հայաստան ներհոսքի կառավարման հետ կապված բացթողումներն ու ձեռքբերումները, այլև աղբյուր են, ընդհանուր առմամբ, սփյուռքահայերի ինտեգրման հայեցակարգերի և քաղաքականության մշակման համար:

Հոդվածում կատարված վերլուծությունը հնարավորություն կտա գնահատելու սիրիահայ ձեռնարկատերերի տնտեսական ինտեգրման գործընթացը տասը տարի անց: Ուսումնասիրությունը կատարել ենք «Հալեպի շուկայի» օրինակով՝ դիտարկելով այն որպես սիրիահայերի ձեռնարկատիրական գործունեության միկրոմոդել: Հոդվածը հիմնվում է 2014 թ. անցկացված քանակական հետազոտության և 2023 թ. որակական մեթոդաբանությամբ (փաստաթղթերի վերլուծություն, խորին հարցազրույց, ոչ ձևայնացված դիտարկում) հավաքված նյութերի վերլուծության վրա:

Հիմնաբառեր՝ սիրիահայեր, ներգաղթ, աղապտացիա, ինտեգրում, ձեռնարկատիրական գործունեություն, «Հալեպի շուկա», որակական և քանակական հետազոտություն:

1 Կարապետյան և այլք 2015; Հակոբյան 2014; Տանաջյան 2018, 51; Акопян 2015; Հակոբյան 2017; Հայրենադարձների ինտեգրման խնդիրները հայրենիքում (սիրիահայերի օրինակով), հասանելի է՝ https://msrf.aa.am/files/2020/04/Final_Report.pdf (03.02.2024); Economic integration of Syrian Armenians in Armenia, Published by: Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, Yerevan, 2017, հասանելի է՝ https://www.researchgate.net/profile/Sona_Balasanyan/publication/321061407_2017_ECONOMIC_INTEGRATION_OF_SYRIAN_ARMENIANS_IN_ARMENIA_Needs_Assessment_Report/links/5a0b3439458515e4827484ac/2017-ECONOMIC-INTEGRATION-OF-SYRIAN-ARMENIANS-IN-ARMENIA-Needs-Assessment-Report.pdf (31.01.2024).

Ներածություն

Սիրիայում ընթացող պատերազմի հետևանքով սիրիահայերի մի մասը ներգաղթեց Հայաստան: Նրանք, որ ապրել էին այլ սոցիալ-տնտեսական հարաբերությունների համակարգում, տեղափոխվեցին բոլորովին նոր միջավայր, որին հարմարվելը դարձավ անհրաժեշտություն՝ Հայաստանում գործունեություն սկսելու և հետագա կյանքը շարունակելու համար: Ուսումնասիրությունների վերլուծությունից պարզ է դառնում, որ ՀՀ տեղափոխվելու առաջին տարիներին ձեռնարկատիրական գործունեությամբ զբաղվելու համար սիրիահայերին խոչընդոտող գործոնները շատ էին, որոնք ոչ միայն օբյեկտիվ էին (ՀՀ տնտեսության փոքր շուկա, ինստիտուցիոնալ խնդիրներ են), այլև սուբյեկտիվ (ցածր իրազեկվածություն տնտեսական ոլորտի օրենսդրության վերաբերյալ, սոցիալական կապերի բացակայություն, տնտեսավարման մշակույթի տարբերություններ են): Դրանք էական նշանակություն ունեցան նրանց արտագաղթի մտադրությունների վրա և կանխորոշեցին շատերի միգրացիոն վարքը:

Հոդվածում նպատակ է դրված գնահատելու սիրիահայերի տնտեսական ինտեգրման գործընթացը Հայաստան տեղափոխվելուց տասը տարի անց՝ դիտարկելով ձեռնարկատիրական գործունեության առանձնահատկությունները, մասնավորապես, «Հալեպի շուկայում» ծավալվող գործունեությունը: «Հալեպի շուկան» դիտարկելով որպես սիրիահայերի ձեռնարկատիրական գործունեության միկրոմոդել՝ հոդվածում անդրադառնալու ենք ներքոնշյալ խնդիրներին.

- հայաստանյան գործարար միջավայրին իրավական և մշակութային տեսանկյունից հարմարվելու խնդրին,
- ձեռնարկատիրական գործունեության կազմակերպմանը՝ ներգրավված սուբյեկտների տեսանկյունից (անհատական, ընտանեկան, վաճառողների միջոցով),
- ձեռնարկատիրական գործունեության կարևորությանը՝ ընտանիքի համար եկամուտ ապահովելու, Հայաստանում հաստատվելու տեսանկյունից,
- Հայաստանում գործունեության ոլորտներին՝ ի համեմատ Սիրիայում ծավալած գործունեությանը,
- սիրիահայերի զբաղվածության կարգավիճակների փոփոխությանը:

Ուսումնասիրությունը կատարվել է որակական մեթոդաբանությամբ՝ կիրառելով փաստաթղթերի (էլեկտրոնային մամուլի) վերլուծության, խորին հարցազրույցի և ոչ ձևայնացված դիտարկման մեթոդները: Բովանդակային ուսումնասիրության են ենթարկվել «Հալեպի շուկայի» վերաբերյալ 8 էլեկտրոնային կայքերի հրապարակումները: Խորին հարցազրույցներն անցկացվել են բոլոր այն սիրիահայերի հետ, որոնք գործունեություն են ծավալում այս շուկայում (7 խորին հարցազրույց): Դիտարկումն անցկացվել է բոլոր 7 կրպակներում մեկ ամիս տևողությամբ, դիտարկման առարկան՝ սիրիահայերի վերբալ և ոչ վերբալ վարքը: Որակական ուսումնասիրության նյութերը համադրվել են 2014 թ. անցկացված քանակական հետազոտության արդյունքների հետ (184 կիսաձևայնացված հարցազրույց):

Հոդվածի առաջին բաժնում ներկայացված են ադապտացիայի վերաբերյալ տեսական մոտեցումները, որոնք հիմք են հոդվածում առաջ քաշված

խնդիրների վերլուծության համար: Սիրիահայերի զբաղվածության կարգավիճակի փոփոխությունները, գործունեության ոլորտները, «Հալեպի շուկայում» նրանց ծավալած գործունեության առանձնահատկությունները քննարկում ենք հաջորդ բաժիններում: Եզրակացությունում ամփոփված են ուսումնասիրության հիմնական արդյունքները:

Տեսական մոտեցում

Թեմայի քննարկման համար տեսական հիմք են ծառայել ադապտացիայի վերաբերյալ սոցիոլոգիական մոտեցումները: Սոցիոլոգ Է. Գիդդենսը կարծում է, որ ադապտացիան սոցիալականացման կամ որոշակի դերեր կատարելուն հարմարվելու գործընթացն է²: Այս մոտեցման շրջանակում փորձում ենք հասկանալ, թե սիրիահայերն արդյո՞ք հարմարվել են իրենց նոր դերերին: Ուսումնասիրության արդյունքները ցույց են տալիս, որ նրանց զբաղվածության կարգավիճակներում էական փոփոխություններ տեղի ունեցան Հայաստան գալուց հետո, որը փոխեց նաև նրանց դերերն ընտանիքում: Օրինակ՝ կանայք, որ Սիրիայում տնային տնտեսուհի էին, հանգամանքներից ելնելով, Հայաստանում սկսեցին աշխատել: Կամ տղամարդիկ, որ Սիրիայում զբաղված էին ձեռնարկատիրական գործունեությամբ կամ վարձու աշխատանքով, Հայաստանում չկարողացան շարունակել իրենց գործը և հայտնվեցին գործազուրկի կարգավիճակում՝ փորձելով հարմարվել դրան:

Մ. Վերերը մարդու վարքը հիմնավորում էր ռացիոնալության հայեցակարգի շրջանակում: Ըստ այս տեսության՝ անհատի գործունեության հիմքում ընկած է սուբյեկտիվ մոտիվացիան. նրա գործողությունները տանում են դեպի նպատակի իրականացում, որին հասնելու միջոցները բազմաթիվ են: Մարդու նորմատիվ վարքը Վերերը բացատրում է նրա ռացիոնալության բարձր մակարդակով³: Ըստ հեղինակի՝ ադապտացված մարդը «ռացիոնալ» է: Հոդվածում ցույց ենք տալիս, թե ինչպես են սիրիահայերը, բազմաթիվ միջոցներ փորձարկելով, հասնում իրենց նպատակին, ստեղծում իրենց բիզնեսը՝ հաստատվելով Հայաստանում:

Այլ հեղինակներ, նկարագրելով ադապտացիայի մոտիվացնող գործառույթը, կարծում են, որ այն արտահայտվում է ոչ միայն մարդկանց՝ գոյություն ունեցող իրավիճակում գիտակցաբար կողմնորոշվելու ունակությամբ, այլ նաև սոցիալական վարքի համապատասխան մոդելներ մշակելու և տարբեր ռեսուրսներ ռացիոնալ օգտագործելու ունակությամբ՝ սեփական պահանջմունքներն ու շահերն իրացնելու նպատակով⁴:

Սիրիահայերի զբաղվածության կարգավիճակի փոփոխությունները Հայաստանում

Սիրիահայերի տնտեսական ադապտացիայի ուսումնասիրության համատեքստում անհրաժեշտություն կա պարզելու, թե նրանք ինչպես են իրաց-

2 Гидденс 2005, 37-40.

3 Вебер, 1990, 12-25.

4 Дискин, Авраамова 1997, 24.

նում սեփական ներուժը նոր աշխատաշուկայում, ինչ քայլեր են ձեռնարկել աշխատանք և եկամուտ ունենալու համար, ինչպես են հարմարվում նոր պայմաններին, ինչ խնդիրների են բախվում, և այս ամենն ինչ հետևանքներ է ունենում նրանց առօրյայի և ապագային ուղղված քայլերի վրա: Հայաստան տեղափոխվելուց հետո առաջին տարիներին արդեն պարզ էր, որ նրանք զբաղվածության կարգավիճակի կտրուկ փոփոխություններ են ունեցել: Որպես օրինակ՝ դիտարկենք 2014 թ. քանակական հետազոտության արդյունքները, երբ 1-2 տարի էր անցել, որ սիրիահայերը տեղափոխվել էին Հայաստան և սոցիալ-տնտեսական ադապտացիայի առաջին փուլերում էին:

Աղյուսակ 1.

Սիրիահայերի կարգավիճակը Սիրիայում և ՀՀ-ում (%)

սոցիալական կարգավիճակը	Սիրիայում	ՀՀ-ում
գործազուրկ	0.0	39.0
ինքնազբաղված, բիզնեսի սեփականատեր	36.0	13.0
վարձու աշխատող	30.5	13.0
ուսանող/ուսանողուհի	4.0	3.0
տնային տնտեսուհի	27.0	20.0
թոշակառու (տարիքային, հաշմանդամության)	2.5	12.0
ԸՆԴԱՄԵՆԸ	100.0	100.0

Աղյուսակ 1-ում բերված տվյալները ցույց են տալիս, որ ամենամեծ փոփոխությունը տեղի է ունեցել գործազուրկ կարգավիճակի դեպքում: Հայերը Սիրիայում, եթե ունեցել են ցանկություն, և ընտանեկան կամ ֆիզիկական հանգամանքները չեն խանգարել, ապա աշխատել են, իսկ Հայաստանում պատկերն այլ է. նրանց 39%-ը Հայաստան տեղափոխվելու առաջին տարիներին գործազուրկի կարգավիճակում էր:

Տնային տնտեսուհի կարգավիճակը ևս փոփոխություն է կրել՝ 27%-ից դառնալով 20% (աղ. 1), քանզի Սիրիայում երբեմնի տնային տնտեսուհիները սկսեցին աշխատանք փնտրել, և հենց առաջին տարիներից ոմանք արդեն աշխատում էին: Սակայն երկու դեպքում էլ այս կարգավիճակը մեծ կշիռ է կազմում, քանզի, ըստ սիրիահայ համայնքում ընդունված սովորության, կանայք չեն աշխատել, և ընտանիքը ֆինանսապես ապահովելու գործառնություն իրականացրել է տղամարդը:

Փոխվել է նաև վարձու աշխատողների և ինքնազբաղվածների/գործարարների հարաբերակցությունը: Սիրիայում հայերն ավելի մեծ ծավալներով են իրականացրել ձեռնարկատիրական գործունեություն, քան ՀՀ-ում, և աղյուսակի տվյալներից տեսնում ենք, թե ինչքան է կրճատվել նրանց տեսակարար կշիռը: Սիրիայում ձեռնարկատերերի և ինքնազբաղվածների մեծ մասը՝ մոտ 43%-ը, գործազուրկ է դառնում Հայաստանում, իսկ 15%-ը հայտնվում է թոշակառու (9%) և տնային տնտես/տնտեսուհի (6%) կարգավիճակներում: Նրանց 18%-ն աշխատանքի է անցնում մասնավոր հատվածում՝ տարբեր մասնագիտություններով, և միայն 24%-ն է շարունակում զբաղվել ձեռնարկատիրական գործունեությամբ:

Հայաստան տեղափոխվելու առաջին տարիներին ձեռնարկատիրական գործունեություն ծավալելու խոչընդոտները բազմաթիվ էին՝ հարկային և մաքսային համակարգի չիմացություն, փոքր շուկայի առկայություն, ցածր եկամտաբերություն, ֆինանսական ռեսուրսների բացակայություն ևն: Բացի այս պատճառներից, առկա էր նաև սուբյեկտիվ գործոնը՝ շատերը չէին ցանկանում ներդրումներ կատարել, քանզի Հայաստանը համարում էին ժամանակավոր ապաստան:

2014 թ. հետազոտության արդյունքներով⁵ բացահայտել ենք, որ այն ոլորտները, որոնցում զբաղված են եղել հայերը Սիրիայում, Հայաստանում նույնը չեն կամ որոշ չափով են համընկնում:

Աղյուսակ 2.

Սիրիահայերի ինքնագրադրվածության ոլորտները Սիրիայում և ՀՀ-ում

Սիրիայում	Հայաստանում
ավտոմեքենաների վերանորոգում, վաճառք	ավտոմեքենաների վերանորոգում
ոսկյա, արծաթյա, այլ զարդերի մշակում/վաճառք	արծաթյա զարդերի մշակում/վաճառք
հագուստի, կոշիկի արտադրություն արվեստ գովազդ դեղատնային գործունեություն երկաթագործություն էլեկտրական, կենցաղային տեխնիկայի վերանորոգում/վաճառք նշարժ գույքի առք ու վաճառք	Թխվածքների արտադրություն/ վաճառք Ճաշարաններ, արագ սննդի կետեր Սիրիական համեմունքների վաճառք Ասեղնագործ սփռոցների, սրբիչների վաճառք

Այսպես, աղյուսակ 2-ի տվյալներից տեսնում ենք, որ միայն առաջին երկուսի դեպքում է որոշակի համընկնում նկատվում, չնայած Հայաստանում ծառայությունների մատուցման շրջանակը նեղանում է: Օրինակ, եթե Սիրիայում հայ տղամարդիկ զբաղվել են ավտոմեքենաների ներկումամբ, վերանորոգմամբ և վաճառքով, ապա Հայաստանում՝ միայն վերանորոգմամբ: Նույնը վերաբերում է նաև զարդերի մշակմանը. եթե Սիրիայում հայերը զբաղվել են ոսկյա և արծաթյա զարդերի մշակմամբ և վաճառքով, ապա Հայաստանում՝ միայն արծաթյա զարդերի: Փաստորեն, ՀՀ-ում սիրիահայերի մեծ մասը այդ տարիներին հնարավորություն չի ունեցել շարունակելու Սիրիայում ծավալած ձեռնարկատիրական գործունեությունը: Հետևաբար, այլ տարբերակ չգտնելով, նրանք սկսում են զբաղվել ձեռքի աշխատանքներով, ցուցադրել իրենց խոհարարական ձիրքը՝ միաժամանակ ապրուստի համար գումար վաստակելով: Ժամանակի ընթացքում, օգտվելով նաև իրենց ընձեռած վարկային արտոնություններից, ընդլայնում են մատուցվող ծառայությունների շրջանակը՝ հաջողությունների հասնելով այս ոլորտում: Նրանց հիմնած «Հալեպ», «Բեսար», «Զաթար» «Թաուկ», «Դերիան» և այլ անվանումներով սրճարան-ռեստորանները դառնում են յուրօրինակ ժամանցի վայր ինչպես սիրիահայերի, այնպես էլ հայաստանցիների համար: Նրանք ոչ միայն կարողացան հայկական խոհանոցը

հարստացնել նոր սիրիական կերակրատեսակներով, այլև նոր շունչ ու մշակույթ հաղորդել սպասարկման ոլորտին: Նրանց կողմից «Հալեպի շուկայի» հիմնումը ևս կարևոր քայլ էր՝ ոչ միայն ինքնության դրսևորման, այլ նաև տնտեսական ինտեգրման տեսանկյունից:

Այսպիսով, վերը բերված կարգավիճակների, ինչպես նաև գործունեության ոլորտների փոփոխությունները սիրիահայերին կանգնեցրին ստեղծված իրավիճակում գիտակցաբար կողմնորոշվելու անհրաժեշտության առջև: Իրենց ռեսուրսները ռացիոնալ օգտագործելով, փոփոխվող բազմաթիվ իրավիճակներում համապատասխան վարք դրսևորելով՝ նրանցից ոմանք հասան նաև առանձին շուկա բացելու և այնտեղ սեփական բիզնես գործունեությունը ծավալելու իրենց նպատակին:

«Հալեպի շուկան» Երևանում

«Հալեպի շուկան» ստեղծվել է 2014-2015 թթ., երբ Երևանի մետրոպոլիտենի Հանրապետության հրապարակ կայարանի անցումում վարձակալական տարածք հատկացվեց սիրիահայերին: Այս շուկայում առաջին գործունեություն ծավալողները նախաձեռնում և կյանքի են կոչում այն պաշտոնապես անվանակոչելու գաղափարը: Ինչպես ենթադրվում էր, և նաև սիրիահայերն են նշում այդ մասին («*Ժողովուրդը շատ էր ասում՝ էսի հալեպցի է, էսի հալեպցի է*», «*էդպես էին խոսում շուկայում, անունը մնաց Հալեպի շուկա*»), շուկան անվանվում է «Հալեպի շուկա», և համապատասխան ցուցանակներ են փակցվում շուկայի երկկողմանի մուտքի հատվածներում: Ցուցանակում պատկերելու համար, որպես շուկայի խորհրդանիշեր, սիրիահայերն ընտրում են Արարատ սարը և Հալեպի բերդը: Շուկայի կրպակները սիրիահայերով համալրվում են 2-3 տարվա ընթացքում՝ նաև նրանց ունեցած սոցիալական ցանցի միջոցով: Եվ արդեն շուրջ տասը տարի է, ինչ այս տարածքը պատերազմի պատճառով Սիրիայից Հայաստան տեղափոխված և հայրենիքում ապաստանած հայերի փոքրիկ անկյունն է դարձել:

Շուկայում բոլոր սիրիահայերը խոսում են արևմտահայերեն, որն ընդգծում է նրանց պատկանելությունը սիրիահայ մշակույթին և ինքնությանը: Արևմտահայերենի գործածումը ոչ միայն վկայում է նրանց ինքնության պահպանման մասին, այլև գրավում է հին ու նոր հաճախորդներին, որոնք սիրիահայերին ընդունել են որպես ազնիվ և վստահելի առևտրականներ և ծառայություն մատուցողներ: Սպասարկման մշակույթն առանձնահատուկ է. սիրիահայերը տարբերվում են իրենց սիրալիր և հաճախորդին գոհացնող մոտեցմամբ: Նրանց հաղորդակցությունը տեղացի հաճախորդների հետ վկայում է նաև իրենց մշակութային աղապատացիայի հաջողության, այսինքն՝ ինտեգրման մասին, երբ նոր միջավայրում պահպանում են սեփական մշակույթը և միաժամանակ սերտ կապեր հաստատում ընդունող հասարակության մշակույթի հետ՝ աստիճանաբար յուրացնելով նրանց նորմերը և վարքի ձևերը⁶:

Ուսումնասիրության ժամանակ Հալեպի շուկայում գործում էր 11 կրպակ, որից 7-ը վարձակալել էին 2012 թ. հետո Հայաստան ներգաղթած սիրիահայերը

(հենց նրանք էլ մեր ուսումնասիրության թիրախում էին), մեկ հոգի՝ կրկին սիրիահայ, Հայաստան տեղափոխվել էր մոտ 20 տարի առաջ, իսկ 3 կրպակ զբաղեցրել էին տեղի հայերը: Սիրիահայերի գնահատականներով՝ տեղի վարձակալական և կոմունալ վճարները, հաշվապահական ծախսերը և հարկային պարտավորությունները միասին կազմում են մոտ 100 000 դրամ, որը շատ ավելի փոքր գումար է, քան ցանկացած այլ վայրում տարածք վարձակալելը:

Առաջին գործարարը, որ մետրոյի գետնանցումում տարածք է վարձակալել, հալեպցի Պետրոսն է (կրպակի վրա լատինատառ գրված է նաև Bedros)՝ մասնագիտությամբ խառատ, որը Հալեպում զբաղվել է երկաթի մշակմամբ: Երևանում մեկ տարի աշխատանք փնտրելուց և տարբեր գործեր կատարելուց հետո սկսում է զբաղվել արևելյան համեմունքների վաճառքով (հիլ, դեղին կոճ, գաֆրան, կոճապղպեղ, մշկընկույզ, դարչին, քիմիոն, բահար, հավի ու մսի համեմունքներ, սիրիական լոշիկ, հնդկական արմավ, օճառների ու ձեթերի տեսականի)՝ ներկրելով դրանք Լիբանանից, Դուբայից, Սիրիայից և Իրանից: Նրա փոքրիկ կրպակում հաճախորդները կարող են գտնել նաև բնական խնամքի միջոցներ, զեյթունի մեծ տեսականի ևն: Հաճախորդների մեծամասնությունը տեղացի հայեր են: Դիտարկման շնորհիվ պարզ դարձավ, որ այս կրպակն ունի նաև մշտական և հավատարիմ հաճախորդներ, որոնք գնահատում են ապրանքների որակը, մատչելիությունը, վաճառողի ազնվությունն ու սիրալիր սպասարկումը: Այս գործունեությունից ստացած եկամուտը սիրիահայ գործարարի (նրա ընտանիքի) եկամտի միակ աղբյուրն է: Վաճառքի ծավալները թույլ են տալիս նրան նաև վաճառողուհի վարձել: Միտ տասը տարվա աշխատանքի ընթացքում նա ունեցել է և՛ տեղացի, և՛ սիրիահայ աշխատողներ. դա վկայում է փոխադարձ վստահության և համագործակցության մասին:

Շուկայի գործարարներից մյուսը զբաղվում է նույն գործով, ինչով որ զբաղվել է Հալեպում՝ կանանց և տղամարդկանց ներքնագգեստի վաճառքով: «Արտադրված է Հայաստանում» ցուցանակը փակցված է կրպակին, որը դարձել է նաև սկզբունքային հարց հալեպահայ գործարար կնոջ համար: Նա միայն տեղական արտադրության ապրանք է վաճառում, իսկ դրանց կողքին նրա ձեռագործ աշխատանքներն են վաճառքի դրված: Հայաստան տեղափոխվելու սկզբնական շրջանում միայն ձեռագործ աշխատանքների արտադրությամբ և վաճառքով է զբաղվել, սակայն հասկանալով, որ այդպես չի կարողանում առօրյա ծախսերը հոգալ, որոշել է ավելի ռացիոնալ քայլերի դիմել՝ սկսելով նաև հայկական արտադրության ապրանքների վաճառքը: Այս առումով մեջբերենք նրա հետ խորին հարցազրույցից մի հատված. «Վերջը տեսա՝ արդյունք չի բերե, պիտի ապրիս դու, ի վերջո, տունի վարձք ունիս, կոմունալ ունիս, մարդ ես, պիտի էրթաս, պիտի գաս, պիտի ուրես, պիտի խմես, էս բոլորը էս ձեռքի գործով մեջտեղ չի գար: Գուկա, քեզ կօգնե էդ մեկը, բայց քեզ չի ապրեցնե» (խորին հարցազրույց 50-60 տ. կնոջ հետ): Տարիների ընթացքում ձեռք է բերում նաև տեղացի մշտական հաճախորդներ, բացի դեռևս Հալեպից ունեցած իր հավատարիմ հաճախորդներից: Բիզնեսի մեջ հաջողություն ունենալու պատճառներից թերևս կարևորն այն է, որ նա, տարբեր ռեսուրսներ օգտագործելով՝ մասնակցելով սիրիահայերի համար կազմակերպված աշխատանքի տոնավաճառներին և տեղացի վարպետների կողմից անցկացվող ձեռագործության ու կար-

պետագործության դասընթացներին, հասել է իր նպատակին: Ձեռք բերելով նոր և հավատարիմ հաճախորդներ, ընդլայնելով բիզնեսը, հարմարվելով ընդունող երկրի գործարար միջավայրին՝ հաստատվել է Հայաստանում: Այս ճանապարհին հանդիպել է շատ դժվարությունների, այդ թվում՝ հարկային և մաքսային օրենսդրության չիմացության և վարչարարական խնդիրների հետ կապված, սակայն այսօր նա դրանք հաղթահարված է համարում. *«Երբեք չգիտեիրք այդ օրենքները: Մենք Սուրիա նստած տեղերնիս ապրանքը մեր մոտը գուկար: Սկիզբը հոս ալ էդպես էր՝ ապրանք որ պատվիրեիր, մաքսայինից մեր մոտ գուկար: Վերջը օրենքները փոխվեցան, շար հոգնեցանք, այսինքն՝ երկու օր մենք պետք է խանութը փակեիրք, գնայինք՝ էդ հարցերը լուծեիրք: Բայց հիմա հայկական ենք բերում, էդ հարցերը չկան»:*

Շուկայի կրպակներից մեկը զբաղեցրել է հրուշակեղենի արտադրությամբ և վաճառքով զբաղվող մեկ այլ կին, որը Սիրիայում ընդհանրապես չի աշխատել, զբաղվել է տնային տնտեսությամբ, սակայն Հայաստան տեղափոխվելուց հետո նրա ամուսինը, որը եղել է տան միակ կերակրողը Սիրիայում, չի կարողացել աշխատանք գտնել: Մեջբերենք նրա պատմությունը, որը գրանել ենք խորին հարցազրույցի ժամանակ. *«Սուրիա ես տանտիրիկին էի, ամուսինս կաշիսարհար և մեզի կպահեր: Բայց որ էստեղ եկանք, ամուսինս ինձմե 10 տարի մեծ է, չկարողացավ տեղ մը աշխատի: Ըսի՝ եկուր, ես արդեն տանտիրիկին էի, ամեն օր թխում էի իմ զավակների համար, ըսի՝ սկսեմ: Նախ, փողոցային առևտրորով սկսեցանք, փողոցը սեղան կոնեիրք մենք: Նոր եկած էիրք, շվարած էիրք, չգիտեիրք, մի քիչ ալ լսել էիրք, որ այստեղ հարկերը թանկ են, բան, մինչև ըսիրք խանութ բանանք: Էսպես դալանի մեջ էր մեր տունը, էդ դալանի մեջ՝ նստարանի վրա, սկսեցա: Հետո թաղապետարանը եկավ, ասեց՝ չի կարելի էսպես, նոր եք եկել, չգիտեք, ձեզի մե քիչմ թոյլ կուրանք, բայց մինչև տեղափոխվեք խանութ: Այն աղեն ցուցահանդեսները սկսան, մեզի առիթ տվին, մասնակցեցա ցուցահանդեսներուն: Աստված ինձի հաջողություն տվավ, սկսա էսպես աշխատիլ» (խորին հարցազրույց 40-50 տ. կնոջ հետ):* Այս պատմության մեջ ևս մեծ դեր են խաղում սիրիահայերի համար կազմակերպված աշխատանքի տոնավաճառները, որոնք կարևոր մեկնակետ են, և որոնցից կարողանում են օգտվել իրենց նպատակներին ձգտող սիրիահայերը: Գործարար կինը ժամանակի ընթացքում հարմարվում է նաև Հայաստանում իրեն վերագրված՝ ընտանիքում եկամուտ ապահովողի դերին և փոքր քայլերով սկսում է իր բիզնես գործունեությունը: Ինչպես նոր գործունեության ոլորտին, այնպես էլ ընտանիքում նոր դերերին հարմարվելու ընթացքը այս դեպքում ևս անխոչընդոտ չի եղել սիրիահայերի համար: Սակայն Հայաստանում հաստատվելու միտքը նրանց ռացիոնալ քայլերի դիմելու համարձակություն է տվել: Այս առումով մեջբերենք կնոջ հետ խորին հարցազրույցից մի հատված. *«Ես Հալեպ չեմ աշխատած, անշուշտ, սկիզբը մի քիչ դժվարություններ ունեցանք, մասնավորապես, մեր տղամարդիկ, որ սովոր չէին՝ իրենց կանայք աշխատին, իրենք դժվարություն ունեցան, որ իրանք նստում են տունը, և մենք աշխատում ենք, բայց ինչ կարելի է անել: Այս երկրի մեջ, եթե պիտի մնաս, պիտի աշխատես, պիտի գոյարկես, ամեն բանի ալ պիտի համաձայնես, պիտի քայես»:* Նրանք «Հալեպի շուկա» տեղափոխվում են 2017 թ.: Ընտանեկան բիզնեսը, որը սկզբնական

շրջանում ազատված էր հարկերից, ընդլայնվում է՝ ներառելով նաև Սիրիայից ներկրված ապրանքների վաճառք, և մտնում ՀՀ հարկային համակարգ:

«Հալեպի շուկայում» իրենց բիզնես գործունեությունն են ծավալում նաև մարզական կոշիկների և հագուստի արտադրությամբ, վաճառքով զբաղվող հայր ու որդի գործարարները: Նրանք շարունակում են դեռևս Հալեպում սկսած իրենց գործը, իհարկե, Հայաստանում՝ ավելի փոքր ծավալներով: Բազմաթիվ դժվարությունների միջով անցնելով՝ նրանք զարգացնում են ընտանեկան բիզնեսը՝ Երևանի այլ հատվածում ևս առևտրի կետ բացելով: Ընդլայնված և զարգացող բիզնես գործունեությանը օժանդակում են նաև երևանաբնակ հայերը՝ մեծավ մասամբ որպես հաճախորդներ, բայց նաև՝ որպես վաճառողներ, որոնք իրենց փորձով նպաստում են սիրիահայ գործարարներին հանդիպած բազմաթիվ խոչընդոտների հաղթահարմանը:

«Հալեպի շուկայի» մյուս կրպակը զբաղեցրել են սիրիահայ երկու երիտասարդներ, որոնք վարսավիրական ծառայություններ են մատուցում: Նրանք դեռևս Հալեպից են զբաղվել այս գործով, և, երևանցիներից բացի, նրանց մշտական հաճախորդները նաև հալեպահայեր են՝ Հալեպի հավատարիմ հաճախորդները: Այս գործունեությունը համարվում է նրանց եկամտի հիմնական աղբյուրը:

Ձեռագործ իրերի վաճառքով զբաղվող սիրիահայ կինը ևս նույն գործով է զբաղվել Սիրիայում, սակայն որպես սիրած զբաղմունք և ոչ որպես եկամտի աղբյուր: Ստեղծված իրավիճակում նա էլ հարմարվում է նոր միջավայրում իրեն վերագրված դերին՝ ծավալելով իր բիզնես գործունեությունը «Հալեպի շուկայում»: Նա իր ձեռագործ աշխատանքները վաճառում է նաև այլ միջոցներով, սակայն շուկան հնարավորություն է տալիս ձեռք բերելու նոր հաճախորդներ, հաղորդակցվելու և համագործակցելու տեղի հայերի հետ, որոնք էլ իրենց հերթին նպաստում են սիրիահայ գործարարի ադապտացիայի գործընթացին:

Շուկայում առկա է նաև արագ սննդի կետ, որը պատկանում է Հալեպում տասնհինգ տարի նույն գործով զբաղվող գործարար Վահրամյան: Նա «Հալեպի սենդվիչները» (կրպակի վրա հայատառ գրված է «Արաբիք սենդվիչ») պատրաստում է սիրիական բաղադրատոմսերով ու համեմունքներով՝ թարմ պահելով Հալեպի մասին սիրիահայերի հիշողությունները, միաժամանակ տեղացիներին ծանոթացնելով նոր ուտեստների հետ: Մեջբերենք նրա հետ խորին հարցազրույցից մի հատված. «Տեղացիները կսիրեն «շիշթաուկը», «ղավորման», «սուջուխը», «լահմաջոն», «սիրիական հումուսը», «մութաբան»: Կաշխարենք առավուր 10-են մինչև երեկո 10-ը: Հայաստանում դժվար է, հարկերը բարձր են, ամա, յուս կերթանք, պարսպի չենք մնա, առանց գործի չըլլար» (խորին հարցազրույց 60-70 տ. փղամարդու հետ):

Եզրահանգումներ

Ամփոփելով ուսումնասիրության արդյունքները՝ կարող ենք եզրակացնել, որ «Հալեպի շուկա»-ն համարվում է Երևանում սիրիահայերի ձեռնարկատիրական գործունեության միկրոմոդելը հետևյալ իմաստներով.

- «Հալեպի շուկայում» առկա են, ընդհանուր առմամբ, Հայաստանում սիրիահայերի ծավալած ձեռնարկատիրական գործունեության հիմնական ոլորտները՝ մանրածախ առևտուր, սննդի և հագուստի ար-

տաղիությունը/վաճառք, հանրային սննդի կազմակերպում, ձեռագործություն, սպասարկման ծառայություններ:

- Սիրիահայերի մի մասը շարունակում է նույն կամ բնույթով մոտ գտնվող գործունեությունը, ինչ Սիրիայում, իհարկե՝ ավելի փոքր ծավալներով: Իսկ որոշակի զանգված էլ հարմարվել է հանգամանքների բերումով իրեն վերագրված նոր դերին՝ հանդես գալով որպես ընտանիքի համար եկամուտ ապահովող գործունեության նախաձեռնող և իրականացնող:
- Սիրիահայերի ձեռնարկատիրական գործունեությունը համարվում է նրանց ընտանիքների եկամտի հիմնական աղբյուրը, որը կարևոր գործոն է Հայաստանում հաստատվելու որոշման կայացման հարցում:
- Ինչպես տեսանք, շուկայում բոլորը, իսկ, ընդհանուր առմամբ, նրանց մեծամասնությունը Հայաստանում տնտեսական գործունեություն ծավալելու համար չունեն սեփական տարածք, աշխատում են վարձակալական հիմունքներով: Չնայած այդ հանգամանքին՝ նրանք որոշակի տեղ են ունեն Հայաստանի տնտեսական կյանքում՝ անցնելով աղապատացիայի դժվարին փուլերը:
- Նրանք հաղթահարել են նաև ՀՀ հարկային և մաքսային օրենսդրության չիմացության խնդիրներն ու հայաստանյան գործարար միջավայրին հարմարվելու խոչընդոտները:
- Որոշ դեպքերում տնտեսական գործունեության մեջ ներգրավված է ընտանիքի մի քանի անդամ, այսինքն՝ ստեղծված են ընտանեկան բիզնեսներ: Ժամանակի ընթացքում, ընդլայնելով և կայունացնելով հաճախորդների շրջանակը, ներգրավում են նաև տեղացի աշխատողներին. դա վկայում է վերջիններիս նկատմամբ վստահության, նրանց հետ կայուն փոխհարաբերություններ ձևավորելու ցանկության և պատրաստակամության մասին:
- Մեկ տեղում կենտրոնացված գործունեությունը նպաստում է նրանց խմբային ինքնության պահպանմանն ու վերարտադրմանը: Նրանց շրջանում գործում է սոցիալական ցանցի և փոխօգնության մեխանիզմներ:

ՕԳՏԱԳՈՐԾՎԱԾ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

ԿԱՐԱՊԵՏՅԱՆ և այլք 2015

Կարապետյան Ռ.Ս., Չոլաքեան Յ.Մ., Ներսիսյան Ս.Ա. և Տանաջյան Լ.Ա., Զարիկյան Ն., Բարսեղյան Ս.Ս., Սարգսյան Հ., Պետրոսյան Յ., Սիրիահայերը Հայաստանում. ինտեգրման ուղիները, Երևան, «Գիտություն», 2015, 174 էջ:

ՀԱՎՈՐՈՇՄԱՆ 2014

Հակոբյան Ա.Ա., Սիրիահայերը Հայաստանում. հայրենադարձներ, թե՛ փախստականներ (իրավական, մշակութային ու սոցիալական աղապատացիայի հիմնախնդիրներ), Բաց հասարակության հիմնադրամներ-Հայաստան, 2014, 29 էջ:

ՀԱՎՈՐՈՇՄԱՆ 2017

Հակոբյան Գ.Լ., Հայաստանում բնակվող սիրիահայ ընտանիքների էթնոմշակութային առանձնահատկությունները // Արդի հայ ընտանիքը փոխակերպվող հասարակությունում, Երևան, «Գիտություն», 2017, 229-303:

ՏԱՆԱԶՅԱՆ 2018

Տանաջյան Լ.Ա., Սիրիահայերի ինտեգրման փորձառությունը Հայաստանում. խնդիրների հաղթահարման մեխանիզմները // Բաց հասարակության հիմնադրամ-Հայաստան, Երևան, 2018, 51:

ՏԱՆԱԶՅԱՆ և այլք 2020

Տանաջյան Լ.Ա., Ներսիսյան Ս.Ա., Բարսեղյան Ս.Ս., Հայրենադարձների ինտեգրման խնդիրները հայրենիքում (սիրիահայերի օրինակով), Երևան, 2018:

https://msrf.aua.am/files/2020/04/Final_Report.pdf հղումը չի գործում

АКОПЯН 2015

Акопян Г.Л., Роль трудоустройства при адаптации сирийских армян в Армении (социологическое исследование) // Диаспоры, независимый научный журнал, 2015, № 1–2, 170–182.

ВЕБЕР 1990

Вебер М., Избранные произведения, Пер. с нем. сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова, М., Прогресс, 1990, 808 с.

ГИДДЕНС 2005

Гидденс Э., Социология. При участии к. Бердсолл: Пер. с англ., Изд. 2-е, М., Едиториал УРСС, 2005, 632 с.

ДИСКИН, АВРААМОВА 1997

Дискин И.С., Авраамова Е.М., Адаптация населения и элит (институциональные предпосылки), Общественные науки и современность, 1997, № 1, 24–33.

BERRY 1997

Berry J., Immigration, Acculturation and Adaptation, Applied Psychology // International Review, 1997, 46 (1), Ontario, 34.

Gayane L. Hakobyan

Ph.D.

“ALEPPO MARKET” AS A MICRO-MODEL OF THE ENTREPRENEURIAL ACTIVITY OF SYRIAN-ARMENIANS

Keywords: Syrian Armenians, immigration, adaptation, integration, entrepreneurial activity, “Aleppo market”, qualitative and quantitative research.

In 2011, as a consequence of the civil war in Syria, a part of the Syrian Armenian population immigrated to Armenia. They used to live in a different system of socio-economic relations, and after moving to a completely new environment, they had to adapt in order to begin activities in Armenia and continue their lives.

In this article we have discussed the business activities of Syrian Armenians in Yerevan, ten years after they moved, considering the activities unfolding in the “Aleppo market” as an example. “Aleppo market” was created in 2014–2015.

The research was carried out with qualitative methodology, applying the methods of document (electronic press) analysis, observation, and in-depth interviews. Based on the results of our study, it can be said that the “Aleppo market” is considered the micro-model of the entrepreneurial activity of Syrian Armenians in Yerevan. 1) It includes the main areas of their business activities. 2) The entrepreneurial activity of Syrian Armenians is considered the main source of income for their families. 3) Most of them do not have their own territory to carry out economic activities; they work on a rental basis. 4) In most cases, several family members are involved in the economic activity; hence, family businesses are created. 5) Over time, they

expand and stabilize the circle of customers; they also involve local workers in the business. 6) Syrian Armenians have overcome the problems of not knowing the tax and customs legislation and the obstacles of adapting to the Armenian business environment. 7) Activities concentrated in one place contribute to the preservation and reproduction of their group identity.

Գայե Լեւոնովնա Ակոյան

Կ. Ս. Ն.

“РЫНОК АЛЕППО” КАК МИКРОМОДЕЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СИРИЙСКИХ АРМЯН

Ключевые слова: сирийские армяне, иммиграция, адаптация, интеграция, предпринимательская деятельность, «рынок Алеппо», качественное и количественное исследование.

В результате войны в Сирии в 2011 году часть сирийских армян иммигрировала в Армению. Раньше они жили в другой системе социально-экономических отношений, и после переезда в совершенно новую среду адаптация стала для них необходимостью, чтобы начать деятельность в Армении и продолжить свою дальнейшую жизнь.

В этой статье мы обсудили бизнес-деятельность сирийских армян в Ереване спустя десять лет после их переезда, рассматривая в качестве примера деятельность, развернувшуюся на «рынке Алеппо». «Рынок Алеппо» был создан в 2014-2015 годах.

Исследование проводилось по качественной методологии с применением методов анализа документов (электронной печати), наблюдения и глубинных интервью. По результатам нашего исследования можно сказать, что «рынок Алеппо» считается микромоделью предпринимательской деятельности сирийских армян в Ереване: 1) Он включает в себя основные направления их предпринимательской деятельности. 2) Предпринимательская деятельность сирийских армян считается основным источником дохода их семей. 3) Большинство из них не имеют собственной территории для ведения экономической деятельности; работают на арендной основе. 4) В большинстве случаев в экономической деятельности участвуют несколько членов семьи, следовательно, создаются семейные предприятия. 5) Со временем, расширяя и стабилизируя круг клиентов, привлекают к делу и местных работников. 6) Сирийские армяне преодолели проблемы незнания налогового и таможенного законодательства и трудности адаптации к армянской бизнес-среде. 7) Деятельность, сосредоточенная в одном месте, способствует сохранению и воспроизводству своей групповой идентичности.

Ներկայացվել է՝
գրախոսվել է՝
ընդունվել է տպագրության՝