

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/374197>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Исследования в психологии

Содержание

Введение 3

1 Теоретические основы этнического предпринимательства 6

1.1 Основные термины и содержание этнического предпринимательства 6

1.2 Этническое предпринимательство и его специфика в России 9

2 Исследование этнического отношения к продуктовым товарам со стороны потребителей 14

2.1 Общая характеристика и методы исследования 14

2.2 Анализ результатов исследования этнического отношения к продуктовым товарам со стороны потребителей 16

Заключение 26

Библиографический список 28

Приложение 31

В связи с увеличением глобальной миграционной активности проблема этнических предприятий становится все более важной для стран, принимающих международных мигрантов. Одним из наиболее распространенных способов выживания иммигрантов является организация собственного бизнеса. После прибытия иммигрантов в новую страну проживания они сталкиваются со многими проблемами адаптации: недостатком языковых и местных юридических знаний, проблемами признания образовательного ценза, трудностями в поиске работы и т.д. [5, с. 162-187].

Термин «этническое предпринимательство» гораздо шире, чем предпринимательская деятельность иммигрантов, прибывающих в новую страну. Понятие «этнические меньшинства» является частью большинства определений этнического предпринимательства. Это относится не только к иммигрантам и экспатам, но и к коренному населению страны.

Многие исследователи, разрабатывавшие тему этнического предпринимательства, не только использовали разные термины, но и вкладывали в это понятие разные значения.

Многие авторы определяют «этническое предпринимательство» как набор связей и моделей взаимодействия между людьми с общей национальностью или иммиграционным опытом. По мнению В.А. Снисаренко, этническое предпринимательство - это особые способы организации и ведения бизнеса этническими меньшинствами в иностранной среде. Этот метод определения этнического предпринимательства является более приемлемым, поскольку он содержит коммерческие компоненты этого термина.

Хотя вышеупомянутое определение «этнического предприятия», как правило, расплывчато, все авторы сходятся во мнении, что деятельность этнических предприятий осуществляется иммигрантами и этническими меньшинствами. Этнические меньшинства - это группы граждан, которые численно не уступают другим группам населения в стране и не занимают доминирующего положения. Их члены имеют этнические, религиозные или языковые отличия от других групп населения и проявляют желание сохранить свои культурные особенности и групповую целостность.

Вообще говоря, термин «этнические меньшинства» используется для обозначения всех численно, культурно и политически недоминирующих этнических групп в государстве (например, нерусских народов в России или ханьцев в Китае) [12, с. 142-164].

Следовательно, этнические меньшинства могут включать в себя не только иммигрантов и экспатов, проживающих на территории конкретной страны, но и коренные народы, которые находятся в цифровом меньшинстве по сравнению с основным населением.

Большинство ученых считают, что этническое предпринимательство является исключительным или приоритетным направлением, связанным с иммиграцией, и подчеркивают его принудительный характер и формы социально-экономической адаптации.

При изучении темы этнических предприятий также было обнаружено понятие «этническая экономика».

Этническая экономика - это та часть экономики, которая исторически основывалась на национальном экономическом порядке. Для нее характерны традиционные виды экономической деятельности, главным образом в виде сельского хозяйства, преобладают естественные формы и мелкое производство, в основном ручной труд, неразвитость коммуникаций, использование ремесел, семейная работа.

Другое определение этнической экономики включает экономику относительно закрытой нации, которая живет в многонациональном регионе

Библиографический список

1. Адаменко А. А., Хорольская Т. Е., Петров Д. В. Предпосылки возникновения и востребованность теории этноэкономики в контексте новой экономической реальности // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. - 2020. - № 1. - С. 104-109.
2. Алебастрова И. А. Большинство и меньшинство в конституционном государстве: этнический аспект // Lex Russica. - 2019. - № 1(122). - С. 35-49.
3. Ахметов В. Я. Кооперация как основа кластеризации сферы этнического предпринимательства в Республике Башкортостан // Экономика сельского хозяйства России. - 2020. - № 5. - С. 93-98.
4. Бакаева Э. П. Пицца дербетская, торгутская, хошутская, балдырская : этническое предпринимательство в современной Калмыкии в контексте традиционных этнических приоритетов // Монголоведение. - 2019. - № 12. - С. 48-71.
5. Бредникова О., Паченков О. Этничность «этнической экономики» и социальные сети мигрантов / Сб. статей по материалам международного семинара (Санкт-Петербург, 9—12 сентября 1999) / Под ред. О. Бредниковой, В. Воронковой. - СПб.: ЦНСИ, 2020. - С. 47-54.
6. Игошева М.А. Экономический ресурс этнической идентичности в условиях современных миграционных процессов // Философская мысль. - 2020. - № 7. - С. 72-84.
7. Колесников Ю. С. Этноэкономика в судьбах модернизации Юга России // Пространство экономики. - 2019. - № 2. - С. 19-24.
8. Лайша А.В. Предпринимательская активность национальных меньшинств как средство адаптации и выживания в чуждом этнокультурном окружении // Историческая и социально-образовательная мысль. - 2019. - № 4. - С. 165-168.
9. Новая философская энциклопедия. [Электронный ресурс]. URL: <https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASH131b8ac7772dfe4b7f4613> (дата обращения: 30.06.2023).
10. Радаев В. В. Этническое предпринимательство: мировой опыт и Россия // Полис. Политические исследования. - 2020. - № 5. - С. 79-85.
11. Рунова Н.Ю., Сагинова О.В. Этническое предпринимательство как инструмент адаптации мигрантов: опыт Германии // Экономика и предпринимательство. - 2019. - № 1 (102). - с. 664-670.
12. Рунова Н.Ю. Этническое предпринимательство: анализ основных определений // Экономика, предпринимательство и право. - 2021. - № 2. - С. 323-332.
13. Рязанцев С. В. Этническое предпринимательство как форма адаптации мигрантов // Общественные науки и современность. - 2020. - № 5. - с. 73-86.
14. Садохин А. П., Грушевицкая Т.Г. Этнология: учебное пособие / А.П. Садохин. - М.: РИОР : ИНФРА-М, 2021. - 331 с.
15. Снисаренко А. Этническое предпринимательство в большом городе современной России. / (на материалах исследования азербайджанской общины С.-Петербурга) // Неформальная экономика: Россия и мир. - М.:, 1999. - 576 с.
16. Сусосколов А. А. Культура и обмен: Введение в экономическую антропологию / А.А. Сусосколов. - М.: SPSL - «Русская панорама», 2020. - 446 с.
17. Тагиров Р. Ю. Этническое предпринимательство как система отношений и как институт // Экономика образования. - 2019. - № 3-2. - С. 55-63.
18. Тюхтенева С. П. Этническое предпринимательство и внутренняя миграция (на примере Калмыкии) // Magna Adurgit: Historia Studiorum. - 2019. - № 2. - С. 24-36.
19. Kloosterman Robert C. Matxhing opportunities with resources: A framework for analysing(migrant) entrepreneurship from a mixed embeddedness persperiive // Entrepreneurship & Regional Development. - 2020. - № 22(1). - P. 25-45.
20. Rath J. Promoting ethnic entrepreneurship in European cities // Publications Office of the European Union,

Luxembourg. - 2019. – С. 55-67.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kurovaya-rabota/374197>