

Г.С. Акыбаева¹, А.О. Мусабекова^{2*}, С.Ш. Мамбетова³, Ж.С. Хусаинова⁴, А.С. Муқанова⁵

^{1,2,3,4,5} Академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қазақстан

akubaeva_g@mail.ru, aynash.musabekova.82@mail.ru,
sagynysh.2012@mail.ru, zhibekh11@mail.ru, as_ardashka_89@mail.ru

¹<https://orcid.org/0000-0001-8201-3638>, ²<https://orcid.org/0000-0001-6787-8967>, ³<https://orcid.org/0000-0003-4845-9825>, ⁴<http://orcid.org/0000-0002-2617-838X>, <https://orcid.org/0000-0001-5581-857X>

¹Scopus Author ID: 562264673005S, ³Scopus Author ID: 572007551044, ⁴Scopus Author ID: 55816012800

Әйелдер кәсіпкерлігінің объектілік-субъектілік ерекшеліктері және оның даму артықшылықтары

Аңдатпа:

Мақсаты: Мақаланың мақсаты әйелдер кәсіпкерлігінің дамуының объективті және субъективті факторларын қарастырып, олардың еңбек нарығының гендерлік бөлінісін, гендерлік стереотиптер және патриархалдық идеологиясын, сондай-ақ әйелдердің бизнеспен айналысуға мотивациясын зерттеу. Әйелдер кәсіпкерлігінде отбасылық бизнестің алатын орны, ерекшелігі, бұл отбасының барлық мүшелерінің қабілеттерін шығармашылықпен жүзеге асыруға, оларға кез келген қолайсыз жағдайларда қолдау мен қорғауды қамтамасыз етуге мүмкіндік беретіні атап өтілген.

Әдісі: Зерттеудің әдіснамалық базасы кәсіпкерліктің гендерлік аспектісін талдау әйелдердің нарықтық экономикаға қатысуы қоғамдық өндірістің шешуші факторларының бірі болғандықтан ғана емес, сонымен бірге әйелдердің қазіргі экономикалық қызметтің типтік «гендерлік тауашаларды» құрайтындығымен де маңызды әдістері қолданылды.

Нәтижелері: Мақалада авторлар қоғамның әйелдер кәсіпкерлігін дамытуға және жұмыссыздықтың өсуіне елеулі әлеуметтік қажеттілігінің өзінде де әйелдердің осы саладағы белсенділігін тежейтін психологиялық және әлеуметтік-психологиялық сипаттағы тежеуші жөнінде ұсыныстар берді.

Қорытынды: Жүргізілген әдістер негізінде — Қазақстанда соңғы он жылдықта әйелдер мен ер адамдардың қоғамдағы құқығы мен мүмкіндіктерінің тең болуы үшін жасалған шаралар легі артып келетіні туралы қорытынды жасалған. Құқықтық және институттық негіздердің жеткілікті болуы осының дәлелі, сондай-ақ еліміздегі гендерлік теңдікті жетілдірудің статистикалық мәліметтері мен көрсеткіштері аңғұрлым жақсы бағыттары айқындалды.

Кілт сөздер: бизнес, мансап, әйел кәсіпкерлігі, мотивация, гендерлік стереотип, идеология, гендерлік еңбек бөлінісі.

Кіріспе

XX ғасырдан қазіргі уақытқа дейінгі кезең әйелдердің ұлттық экономикадағы рөлінің өзгеруіне әкелді. Бұқаралық санада олар тек ұйымдардың басшылары ғана емес, кәсіпкерлік қызметті жүзеге асыратын субъектілер ретінде де қабылдана бастады.

Кәсіпкер әйел де үнемі өзгеріп, үнемі ізденетін, белгілі бір ойлау стилі мен дағдыға ерекше логикаға ие бола бастады. Кәсіпкер әйел адамдардың тұтынушылар, іскер серіктестер, бәсекелестер және мемлекетпен өзара әрекеттестігі мен экономикалық мінез-құлқы жалпы қызмет түрлерінен ерекшеленеді. Ол нарықтық қатынастардың ерекшеліктерін, жеке, өз бетінше шешім қабылдайтын шаруашылық жүргізуші субъектілер арасындағы қарым-қатынасты бойына сіңірді (Róžuska M., 2018).

Қазіргі кезеңіндегі әйелдер қоғамның экономикалық дамуының кәсіпкерлігі «жаһандық ауқымдағы төңкеріс» атанған жай ғана жаһандық құбылыс емес, бизнестің ең қарқынды дамып келе жатқан саласы болып табылады. Дамыған елдердің постиндустриалды қоғамға қызмет көрсету саласының басымдылығымен кіруі, шағын және орта кәсіпкерліктің ауқымды секторын қалыптастыру және барлық адам ресурстарын барынша пайдалануға ұмтылу факторлар болып табылады және бұл кәсіпкерліктің осы түрінің ұзақ мерзімді экономикалық табысын алдын ала анықтайды (Возняк О.В., Занин Д.С., 2022).

Макроэкономикалық деңгейде әйелдер кәсіпкерлігі:

* Хат-хабарларға арналған автор. E-mail: aynash.musabekova.82@mail.ru

1) Экономикада қайта құруда маңызды және өсіп келе жатқан рөл атқарады; 2) экономикалық өсу қарқынын дамытудың және ынталандырудың жаңа серпінді күшін білдіреді; 3) халық шаруашылығының өнімділігін арттыруды анықтайды; 4) пайдаланылмаған адами әлеуетті іске асыра отырып, халықтың әл-ауқатын арттырады және жұмыссыздық пен толық жұмыссыздықты азайтады; 5) әлеуметтік-экономикалық өзгерістерге, сондай-ақ ұзақ мерзімді саяси тұрақтылыққа ықпал етеді (Орлова А.В., 2011).

Әйелдердің экономикалық дамуға қосқан жалпы үлесінің маңызды бөлігі олардың микро деңгейдегі, өндірісті ұйымдастыру және басқару саласындағы қызметі болып табылады. Әйел өзінің ерекше қабілеттерін, дағдыларын, іскерлік мінез-құлық стилін, басқару процесіне өзінің ерекше шешім қабылдау стилін әкеледі. Ерлер мен азаматтар арасындағы маңызды айырмашылықтардың бірі — әйелдер менеджментті ғылым ретінде, әсіресе басқару тәжірибесі ретінде кеңейту және нығайту арқылы кәсіпкерлік мінез-құлықты инновациялық басқаруға өз үлестерін қосады.

Әдебиетке шолу

Қазіргі уақытта әйелдер кәсіпкерлігі мәселелеріне арналған бірнеше мақалалар бар, бірақ олар 2000 жылдардың басы мен ортасына негізделген. Осы тақырып бойынша қазіргі заманғы ішкі зерттеулер әлдеқайда аз, бұл қоғамдағы патриархалды көңіл-күйдің өсуіне, сондай-ақ зерттеуді қаржыландырған елден батыстық қаражаттың кетуіне байланысты.

Кәсіпкерліктің гендерлік мәселелері, ең алдымен, жалпы қоғамдағы заманауи гендерлік қатынастарды зерттеу аясында қарастырылған. Мысал ретінде Л. Бабаева мен А. Чирикованың еңбектерін келтіруге болады. Е. Здравомыслова мен А. Темкина, Н. Римашевская мен Т. Сергеева, И. Чернова жұмыстарында да айтылған. Кәсіпкерліктегі гендерлік қатынастар мәселелері қазіргі әйелдердің әртүрлі кәсіби және басқа да корпоративтік топтарын зерттеуде де қарастырылады. Бұл мысалы, Г. Силласте, Э. Тончу, Г. Турецкая, А. Чирикова зерттеулері. Соңғы жылдары жалпы әйелдер кәсіпкерлігіне арналған немесе оның кейбір аспектілеріне, соның ішінде мансап, жұмыспен қамту, қызмет саласына әсер ететін бірнеше жұмыс пайда болды. Бұл жерде С. Автономова, С. Барсукова, А. Журавлева, В. Познякова, О. Титова, Г. Карелова еңбектерін атап өтуге болады.

Қазіргі таңда яғни нарықтық қатынастардың тереңдеген жағдайында кәсіпкерлік қызмет өз алдына ерекшеліктері көп айрықша құбылыс болып табылады. Экономикалық тұрақтылыққа қол жеткізу, жұмыссыздықты азайту, орта таптың қалыптасуы және басқа да көптеген әлеуметтік-экономикалық мәселелерді жеңу тұрғысынан бүгінгі дамуды әйелдер кәсіпкерлігін дамытудағы шешуші фактор деп санауға болады.

Сарапшылар әйелдердің соңғы 10-15 жыл ішінде бүкіл әлемде, соның ішінде белсенді түрде айналысып келе жатқан шағын бизнеспен «жасауы» мүмкін екендігімен дәстүрлі түрде келіседі. Әйелдер отбасылық бизнесте де өте табысты жұмыс істейді, олар ерлерге қарағанда мойындарына зор жауапкершілік алады, сақтықты және амбицияны азырақ талап етеді.

Г. Гильманованың пікірінше, әйелдер кәсіпкерлігін дамытудың негізгі алғышарттары мен бағыттары:

- бизнесті жүргізуде әйелдердің еркектерден айтарлықтай абсолютті және салыстырмалы артта қалуы;
- әйелдер жұмыссыздығының үлесі мен ауқымын ұлғайту, әйелдер арасында оның «созылмалы» нысандарының таралуы;
- кәсіпорындар мен ұйымдарда өндірістік, техникалық, технологиялық үрдістерді басқаруды әйелдер үлесінің қысқаруы, оларды біліктілігі жоғары ер азаматтардың ығыстыруы мемлекеттік ұйымдарды басқаруға етене араласуы, кәсіпорындарды жекешелендіру мүмкіндіктерінің азаюы;
- ерлер басқаратын әйелдер үшін бизнесті тіркеуге байланысты әйелдер кәсіпкерлігінің бұрмаланған көрсеткіштері;
- бизнес үшін тиісті гендерлік алғышарттарға әкелетін білім беру және салалық теңгерімсіздік;
- әйелдердің басқа топтарына қарағанда іскер әйелде отбасылық әл-ауқаттың жоғары деңгейі;
- әйелдерді негізінен өзін-өзі көрсету және ерлерге тәуелсіз лауазымға ие болу мақсатында кәсіпкерлікпен айналысуға бағыттау;
- кәсіпкер әйелдер арасында жалдамалы жұмыс істейтін менеджерлердің басым болуы, кәсіпорындардың ортақ иелері немесе иелерінің арасында олардың азырақ саны.

Әдістер

Қазіргі көшбасшы әйелдердің басқару саласында арнайы білімі сирек кездеседі, бірақ ерлердің де, әйелдердің де жалпы білім деңгейі бірдей жоғары. Бұған, басқалармен қатар, А. Орлова жүргізген әлеуметтік зерттеу нәтижелері дәлел бола алады (Mirzaei A. et al. 2020). Толық емес жоғары білімі бар кәсіпкерлер, сондай-ақ кәсіпкерлікпен айналысуға мәжбүр адамдар (нақты жұмыссыздық немесе жұмыссыздық қаупі, өмір сүру тапшылығы, жалақы төлемеу, қысым) ерлерге қарағанда әйелдерге көбірек ие. Алайда жұмыссыз, кедей әйелдер іскер әйелдер қатарын толықтырудың негізгі көзі болып табылмайды. Әйелдер тұрақты бизнес-стратегияларға назар аударады және жауапкершілікпен және сақтықпен әрекет етеді: олар бір жылдан үш жылға дейін немесе одан да көп жұмыс істейтін бизнестің қызметін жоспарлайды; олардың тұрақты клиенттері бар, соның ішінде мемлекеттік кәсіпорындар арасында; өз аймағынан тыс жерлерге шығу ықтималдығы аз; көбінесе кәсіпкерлік қызметті өзін-өзі жүзеге асыру мүмкіндігі ретінде қарастырады; ішкі өндірісті басқару, сондай-ақ персоналды басқару ауыртпалығын өз мойнына алып, кәсіпорындардағы (вице-президенттер, бас менеджерлер) «екінші тұлғалардың» лауазымдарын белсендірек игеру; жиі екі немесе үш позицияны алады; олар тұтынушыларға жеңілдіктер беретін, белсенді жарнамалық және маркетингтік қызметті жүзеге асыратын және тұтынушыларды сапалы, сенімді және қызмет көрсету деңгейімен тартуға тырысатын адамдарды тарту үшін көбінесе жеке тұтынушыларға назар аударады; әйелдер менеджерлері бәсекелестермен жұмсақ қарым-қатынасты дамытады (олардың жартысынан көбінде бәсекелестермен ешқандай проблемалар болмайды; сонымен бірге респонденттердің кейбіреулері бәсекелестер тарапынан жалған ақпарат, алдау, жосықсыздықты атап өтті). Мемлекеттік органдармен, кәсіпкерлікті қолдауға бағытталған құрылымдармен «іскер әйел», сондай-ақ ер басшылармен қарым-қатынастары өте қарамақайшы (Różycka M., 2018).

М. Шимчишин патриархалдық қоғамдағы әйелдердің іскерлік белсенділігіне кедергі келтіретін идеологияның үш түрін анықтады: мизогиния, аналық инстинкт және теңдік. Алғашқы идеология, мизогиния мәдениетте, саясатта, әдебиетте және өнерде көрініс тауып, әйелдердің көзқарастарын бағалағысы келмейтіндігін көрсетеді. Оған мысал ретінде «Әйелді тыңда, бірақ керісінше істе» деген мақалды келтіруге болады. Әйелді тұрмыстық қағидалардың сақтаушысы ретінде қарастыратын екінші идеология оны «ошақтың қорғаушысы және идеалды ана» ретінде сипаттайды. Алайда, бұл шын мәнінде әйелдердің қосарланған жұмысының қиын жағдайын бүркемелейді. Егер күйеуінің табысы отбасын асырауға жеткілікті болса, оның басқа «жартысы» әдетте үй шаруасымен айналысу үшін жұмысын тастайды, ал егер жоқ болса, әйел «екі орындыққа отыруға» мәжбүр болады. Үшінші идеология — жыныстар арасындағы теңдік туралы елес, өйткені әйелдер осы әрекеттерді отбасы ошағын сақтаушы рөлімен қатар үйлестіре алған жағдайда ғана жұмыс істеуге және оқуға мүмкіндік алады. Олар мансаптық және/немесе феминистік көзқарастарға басымдық бергеннен кейін жеке өмірде проблемалар жиі туындайды (Shymchyshyn M., 2005). Нарықтық реформалардың басталуымен жағдай айқындала бастады. Бұл ерлер мен әйелдер арасындағы жалақы айырмашылығына және еңбек нарығындағы кемсітушілікке байланысты (Brainerd E., 2000).

Бүгінгі таңда оның бизнес саласы туралы барлық идеялары әлеуметтік еңбек қатынастарының гендерлік құрылымының белгілі бір консерватизмін де, тиісті психологиялық көзқарастарды да көрсетеді, олардың мақсатына әсер ететін және кәсіби қызмет түрлері мен әйелдердің еңбек нарығындағы біліктілік деңгейін анықтайтын әлеуметтік-мәдени стереотиптерді атап көрсетеді. Атап айтқанда, гендерлік стереотиптер әлеуметтік салаға әсер етеді сана мен мінез-құлық, ерлер мен әйелдер арасындағы қарым-қатынас сипаты, белгілі бір теңсіздікті орнатып қана қоймай, оны қолдап, негіздеу. Сонымен қатар, стереотиптерді сақтауға әйелдердің өздері де жиі үлес қосады. Олар қоғамдағы қалыптасқан теңгерімсіздікті мүлдем табиғи құбылыс ретінде қабылдайды және өз мүмкіндіктеріне, соның ішінде өздерінің ісін ашу мүмкіндіктеріне күмәнмен қарайды. Өз мүмкіндіктерін пессимистік бағалау және гендерлік стереотиптердің басым болуы әйелдердің бизнес салаларын таңдауын шектейді, бизнестің ауқымын қысқартады, олардың бәсекеге қабілеттілігін төмендетеді (Brush C. G. et al., 2022).

Нәтижелері

Әйелдер кәсіпкерлігіне қатысты объективті де, субъективті де әлеуметтік шектеулердің тұтас жиынтығы бар кейіпкер. Біріншілердің қатарында бұқаралық санада берік орныққан рөлдерді бөлу жатады. Әйелдер тағайындалған ерлер мен әйелдерге, әдетте, тек қызмет көрсету, қызмет көрсету функциялары. Әйелдер кәсіпкерлігіне деген көзқарастың түп-тамыры көбіне әйелдердің қоғамдағы

рөлін түсінуде жатыр. Қазіргі жағдайда әйелдер кәсіпкерлік негізінен мәжбүрлі табиғат және осыған байланысты еңбектегі әйелдерге қатысты әлеуметтік кемсітушіліктің күшеюі сияқты жағымсыз факторлар нарыққа көшу, айтарлықтай маргинализация жұмыс істейтін әйелдердің бөлігі, жұмыссыздықтың өсуі. Дегенмен әйелдер кәсіпкерлігінің генезисінің мәжбүрлі сипаты жоқ теріс және оның одан әрі өркендетілуіне дамуына алғышарттар жасайды.

Еңбек нарығындағы әйелдер мен ерлердің теңдей мүмкіндіктерін қамтамасыз ететін, бүгінгі таңда әйелдің жеке бизнес саласындағы белсенділігіне айтарлықтай кедергі келтіретін негізгі фактор — бұл әйелге кәсіби жарамсыздықты, тар көзқарасты білдіретін стереотип емес, ол әйел өзін ең алдымен отбасына арнауы керек деген стереотип болып табылады. Мәдени дәстүрлер, дін, имандылық әйелді оның жеке қалауы мен ұмтылысына қарамастан өзін осылай ұстауға итереді. Ол сонысына сәйкес өмір сүргеннен кейін, оның қадамдары бірдей мәдени және типтік болып саналады. Екінші жақтан, жұмыс берушілер көбінесе осы стереотип аясында жұмыс істейді, әйелдерді жұмысқа қабылдаудан бас тартады, көбінде әйел толық берілгендікпен жұмыс істемейді, өйткені жұмыс ол үшін екінші (отбасыдан кейін) орында болады. Сонымен қатар, әйелдің репродуктивті функцияларымен байланысты ықтимал шығындар алдын-ала қарастырылады: күтімді қажет ететін балалар, ауырып қалса демалысы, демалыстар, соның ішінде жүктілікке байланысты. Жұмысқа орналасуға тырысқанда, әйелдер ер адамдарға бейтаныс шектеулерге тап болады. Әңгімелесу кезінде олардың отбасылық жағдайы, балашағасының бар-жоғы, саны мен жасы сұралады, кейде тіпті әйелдің жүкті емес екендігі туралы анықтама талап етіледі. Қазірдің өзінде бұл кезеңде ол белгілі бір дәрежеде жұмыс берушіге тәуелді, ол демалысын алмайды, іссапардан бас тартады және қажет болған жағдайда жұмыс күндері немесе демалыс күндері ұзақ жұмыс істеуге келіседі. Сондай-ақ, жұмысқа орналасу кезінде әйел ішінара жұмыс берушіге де, отбасына да байланысты. Бұл әйелдің отбасындағы жайлылықты, үйдегі тазалықты, күйеуі мен балаларының денсаулығын, балаларының оқудағы жетістіктерін, тіпті егер ол жұмыспен айналысса да бақылауы керек деген стереотиптік үміттердің таралуын білдіреді. Көңілге мұқтаж ер адамның туыстарымен біздің қоғамға дәстүрлі жақсы қарым-қатынасты ұмытпау керек және әйелдің қаншалықты бәрін жасай алатынын құлшыныспен бақылап отыру керек. Сондықтан, көбінесе «кәсіпкерлік» құбылысы әйел үшін сыртқы факторлардың жемісі ғана емес, сонымен қатар оның жартылай саналы таңдауы — жұмыс істеу, бірақ отбасы көп зардап шекпейтін және басқалар оны мансапқор деп санамайтындай деңгейде болуын қалауы.

Кейбір зерттеушілер (Aidis et al., 2007) жеке кәсіпкерлік түріндегі бизнестің пайда болуы мен заңдастырылуы посткеңестік елдердегі негізгі өзгеріске айналды деп есептейді. Жеке кәсіпкерлік қызметін бастаған әйелдер ұлттық экономиканың жеке қозғаушы күші ретінде ерекше көзге түсті. Олар жалпы еңбек нарығында әйелдер басқаратын кәсіпорындардың маңыздылығын атап өтеді. Ғалымдардың айтуынша, кәсіпкер әйелдер басқа әйелдерді жұмысқа алады, осылайша жұмыс күшінің гендерлік тепе-теңдігіне ықпал етеді. Т. Журженко кәсіпкер әйелдер феноменін әлеуметтік шындықтың белгілерін бойына сіңірген даралық көрінісінің жеке түрі деп санайды (Журженко Т., 2008).

Әйелдер табиғаты бойынша сезімтал деген стереотипке сүйене отырып, оларда белгілі бір әлеуметтік мәртебелер бар: медбикелер, әлеуметтік қызметкерлер, балабақша тәрбиешілері, мұғалімдер, ақушерлер және т.б. болжам негізсіз болып қалды. Әйелдер үйде жұмыс істей алатындықтан, оларға қызметші, аспаз немесе кондитер, үй шаруасындағы әйел, тазалаушы, шаштараз сияқты лауазымдар ұсынылады. Әйелдер жеке тұлға тұрғысынан тартымды, сондықтан олардың артында хатшы, әкімші, сатушы, сауда агенті, кассир лауазымдары қалады. Олар негізінен жұмсақ қарым-қатынаста мойынсұнуға дайын, басқаларды манипуляциялауға бейім емес, физикалық күші төмен, жаратылыстану ғылымдарына, техникаға, математикаға бейім емес, оның көшбасшы, ұйымдастырушы, көшбасшы болу құқығын (және қабілетін) тануды іс жүзінде жоққа шығарады. Біз жоғарыда аталған барлық жағдайларда әйелдердің өздерінің кәсіпқойлығы немесе қалауы туралы мүлде күмән тудырмайтынын атап өтеміз, өйткені біз мінез-құлық пен күтудің қалыптасқан стереотиптері туралы айтып отырмыз.

Белгілі бір жынысқа қатысты әлеуметтік күтулер әйелдер мен ерлердің қоғамда бекітілген мінез-құлық стилін құрайды. Патриархалды мәдениет әйелге қатысты гендерді қалыптастырады, оның табиғатының басым бағыты — бұл отбасы, сондықтан әйелдің әлеуметтік мәртебесінің дамуына кепілдік беру үшін гендер кәсіби жайлылық пен физикалық жайлылықты қажет етпейді. Мұндай көрінісі гендерлік стереотиптің әйелдердің инфантилизациясын тудырады, оның өзін-өзі тануы мен өзін-өзі бағалауына жойқын әсер етеді және нәтижесінде әлеуметтік процестер мен трансформацияларға белсенді қосылудың мүмкін еместігіне әкеледі. Стереотиптердің тағы бір бөлігі әйелдерді жұмыспен қамтудың төмен жалақысы немесе төмен мәртебесі сияқты ерекшеліктерін, сондай-ақ олардың ше-

шім қабылдаудағы елеусіз ықпалын түсіндіре алады. Атап айтқанда, әйелдер көбінесе бұйрықтарды орындауды артық көреді, мойынсұнғыш және жұмысқа және оның жағдайларына шағымдар мен жанжалдарға бейім емес, сондай-ақ төмен жалақы алуға келіседі.

Бұл стереотиптер әйелдердің бизнестегі белсенділігіне, олардың өз ісін ашуға дайындығына айтарлықтай әсер етеді. Өйткені бизнестегі алғашқы қадамдар әйелдерге қиынырақ. Тіркеудің күрделі рәсімдерінен, заңнаманың жетілдірілмеуінен, бастапқы капиталдың болмауынан, қажетті білім мен ақпараттың болмауынан басқа, әйелдер дәстүрлі гендерлік стереотиптердің әсерімен байланысты нақты ішкі кедергілерге тап болады. Әйел жұмыс орнында немесе мектепте жұмыс істеу, отбасылық немесе үй шаруасымен айналысу, яғни оның отбасы мен қоғамға жүктелген дәстүрлі функцияларды орындау арқылы қолдауға сене алатындығы белгілі. Дәстүрлі түрде белгілі бір жағдайлардан тыс, тәуекелді, бизнесті қажет ететін және осы дәстүрлер үшін кейбір қиындықтар туғызатын жағдайларда, әйел бұдан былай қолдауға сене алмайды. Әсіресе, әлеуметтік бақылаудың дәстүрлі түрлері тиімдірек болатын шағын қалалар мен ауылдарда.

Талқылау

Кәсіпкер әйелдер ер кәсіпкерлерге қарағанда өз ісін ашу мен жүргізуде үлкен қиындықтарға тап болады. Мұндай проблемалар көптеген елдерге тән, олар екі елде де айтылады дамушы елдермен қатар экономикалық дамыған елдерде де. Кәсіпкер әйелдер кездесетін мәселелердің ішінде объективті және субъективті мәселелер бар. Объективті мәселелер кәсіпкерлік пен жеке өмір арасындағы тепе-теңдікке қол жеткізудегі қиындықтарға байланысты, оның ішінде бала күтімі, үй шаруашылығы және отбасылық міндеттер. Субъективті проблемаларды әлеуметтік және мәдени алшақтықтар, көптеген елдердің заңнамасындағы институционалдық, құқықтық және салықтық олқылықтар, сондай-ақ әйелдердің, әсіресе патриархалдық қоғамдардағы рөліне байланысты стереотиптер тудырады.

Кәсіпкерлікпен айналысу туралы шешім қабылдауға әсер еткен мотивтерді талдау (Журавлев А.Л., Позняков В.П., Титова О.И., 2007), олардың құрылымындағы гендерлік ерекшеліктерді анықтауға мүмкіндік берді. Бірдей көлемде ерлер де, әйелдер де өздеріне және отбасыларына лайықты өмір сүру жағдайларын жасауға (36%), экономикалық тәуелсіз болуға (шамамен 31%) ұмтылады, ал экономикалық тәуелсіздік ер кәсіпкерлерге көбірек тән (ерлердің 37%), әйелдердің 23%-ымен салыстырғанда). Елдегі жалпы кәсіпкерлер санының 1/3 бөлігі еңбекпен қамтамасыз етілу мәселесіне орай аталған бағытты тандап алған, яғни жұмыссыздық мәселесін шешу үшін кәсіпкерлікпен шұғылданады, оның үстіне ерлерге қарағанда әйелдерге бос жұмыс орындарын табу едәуір қиыншылық туғызады, пайызбен есептегенде сәйкесінше 35% және 26%. Көптеген маман иелеріне өз мамандықтарына лайықты қызметті ұзақ уақыт іздестіруге тура келді, пайызбен есептегенде сәйкесінше 32% және 25%. Тағы бір байқалған жағдай кәсіпкерліктің шығармашылық түрімен әйелдерге қарағанда ер азаматтар сәл көбірек шұғылданады, сәйкесінше 21-20%. Мұндай мотивтер бизнеспен айналысу шешіміне бай болуға ұмтылу (13%), өз бизнесін ұйымдастыру арқылы өз жоспарларын жүзеге асыру (13%) сияқты әсер етеді. Өз ісін ашуға мүмкіндік беретін «бос» ақшаның болуы ерлер мен әйелдерді бизнеске бірдей (әрқайсысы 10%) әкелді. Жағдайлардың кездейсоқ тоғысуы кәсіпкерлердің 4 пайызының ғана тағдырына әсер етті.

Кәсіпкерлік жолын таңдаған ерлер де, әйелдер де гендерлік емес қиындықтарға кезігуі сөзсіз. Бұл заңнамадағы кемшіліктер, қаржы жүйесінің ерекшеліктері, сыбайлас жемқорлық, жосықсыз бәсеке, мемлекеттің кәсіпкерлік қызметке негізсіз араласуы. Сонымен қатар, жеке бизнес саласы негізінен ер адамдар болды және болып қала береді, өйткені әйелдердің осы салаға белсенді енуіне кедергі келтіретін көптеген экономикалық, әлеуметтік, мәдени және тіпті психологиялық факторлар бар.

Қазіргі жағдай екі бағытта — зерттеуді қажет етеді «ер» және «әйел» кәсіпкерлік пен кәсіпкерліктің ерекшеліктері, жоғарыда аталған элементтердің синтезі болып табылады.

Бұл ұсынысты іске асыру келесі нәтижелерге әкеледі:

- ер адамның ерекшеліктері туралы сапалы ақпараттың пайда болуы;
- әйелдер кәсіпкерлігінің ерекшеліктерін жақсырақ анықтау үшін ерлермен салыстырмалы талдау;
- кәсіпкерлікті екі жыныс өкілдері қызметінің жиынтығы ретінде зерттеу;
- еркек пен әйелді тиімді біріктіру бойынша ұсыныстар әзірлеу үшін ұлттық кәсіпкерлік шеңберінде кәсіпкерлік қызмет мемлекеттің экономикалық даму деңгейін арттыру (Suseno Y., Abbott L., 2021)

Соңғы кездері аталған мәселені зерттеушілер әйелдердің кәсіпкерлікті тандаудағы ынтасын мәжбүрлі (жұмыссыздық) және ерікті (икемді жұмысқа орналасу, өзін-өзі жүзеге асыру) деп екіге бө-

ліп, оларға еріктілік факторының көбірек тән екенін атап өтуде. Мұндағы маңызды мәселе әйелдер көп жағдайда өздерін ешкімге тәуелді болмауын қалайды (атап айтқанда олар ер азаматтарға тәуелді болмауын қалайды, сонымен қатар еңбек нарығындағы ауытқулардан, жұмыс берушіден), сондай-ақ бизнеске кірудің анықтаушы мотивтері ретінде жұмыссыздықты атап өтеді. Дегенмен, кәсіпкер әйелдердің толық тәуелсіз болуы әрқашан мүмкін емес, әйелдердің көпшілігі ер адамдардан қаржылық көмек алады. Сонымен қатар, оларда бастапқы капитал мәселесі жиі кездеседі. Әйелдер несие алуға көбірек қорқады. Осы факторлардың барлығы мотивтер және оларды жүзеге асыру құралдары тұрғысынан да әйелдер кәсіпкерлігінің белгілі бір ерекшеліктерін көрсетеді (Силласте Г.Г., 2000). Сондай-ақ, зерттеушілер бизнеске келу мотиві ретінде ер кәсіпкерлердің өзін-өзі орнықтыруға, өзін жүзеге асыруға, жаңа кәсіпте бағын сынауға деген ұмтылысын, ал әйелдердің көп ақша тауып, өзін және отбасын қамтамасыз етуге деген ұмтылысын жиі атайды. Осылайша, осы деңгейде де қоғамдағы тенденцияларды көрсететін тәсілдер мен мотивтердің белгілі бір ерекшеліктерін байқауға болады, бұл әйелдер бизнесінің белгілі бір сипаттамаларын көрсетуге, кәсіпкер әйелдің әлеуметтік портретін жасауға мүмкіндік береді. Оны құру әрекетін кезінде Л. Бабаева мен А. Чирикова жасады (Wells S. J., 2021).

Әйелдер кәсіпкерлігін дамытуға кедергі келтіретін психологиялық кедергілер туралы ұмытпау керек. Әйелдердің көпшілігіне тән мотивациялық сипатты бөліп көрсетуге болады, онымен байланысты жағымсыз салдарға байланысты табысқа жетуден қашу арқылы көрінетін табысқа жету қорқынышы (Stefan D. et al., 2021). Әйелдер табысқа жетуден қорқу белгілерін білдіреді, өйткені олар әртүрлі жағдайларға байланысты өз әлеуетін толық іске асыруға байланысты өздерінің кәсіби жетістіктерін бағаламауға бейім; іскер әйелдер отбасын кәсіби мәселелерден қорғауға алаңдайды; олар әйелдіктің аздығы сезімімен және оны баса көрсету қажеттілігімен сипатталады.

Кәсіпкерлікпен айналысатын әйелдердің мотивациялық сферасын қарастырғанда ондағы жиі кездесетін ерекшеліктер ретінде мыналарды айтуға болады: қызметте өзіне лайық орын табу, лайықты кәсіпкерлік қызмет атқаруға мүдделі болу, отбасына қамқорлық таныту ынтасының иерархиясы бойынша ерлерге қарағанда жоғары, ал басшылық қызметке орналасуға ұмтылмау. Әйелдер кәсіпкерлігіндегі талаптануды үрдісінің тағы бір ерекшелігі өмірлік циклдегі жетістік мотивациясының ауытқуы болып табылады.

Кәсіпкерлікпен айналысатын әйелдер тобына жүргізілген сауалнама нәтижелері олардың мотивациясы ең алдымен материалдық қызығушылық екенін көрсетеді. Әйелдердің үштен екісі бұл салаға материалдық табыс алу үшін келген. Әйелдердің 50%-ға жуығы материалдық қамсыздандыруға негізделген отбасы үшін лайықты өмір сүру жағдайларын жасауға деген ұмтылысты да айтады. Әйелдердің үштен бірі өз өмірін түбегейлі өзгертуге деген ұмтылысты басшылыққа алады. Бұл олардың кәсіпкерлікпен айналыспас бұрын бастан өткерген еңбек саласындағы өз ұстанымдарына терең қанағаттанбаушылықты көрсетеді (Suseno Y., Abbott L., 2021).

Әйелдер арасында өте кең таралған нәрсе — өзін-өзі жүзеге асыруға деген ұмтылыс (шамамен 50%), олар бұрынғы әлеуметтік мәртебесін бизнес-ханым мәртебесіне өзгерту арқылы қанағаттандыра алды. Жаңадан бизнесті бастау туралы шешім қабылдаған кезде кәсіпкерлікпен шұғылданатын әйелдердің үштен бір бөлігі еркін және тәуелсіз қызмет түріне, яғни өз бетінше шешім қабылдау мүмкіндігіне ұмтылатыны байқалды. Алайда әйелдер кәсіпкерлігіндегі мүмкіндіктерді шектейтін белгілі бір стереотиптер бар екендігін ұмытпаған абзал. Дәлірек айтқанда кәсіпкерлік қызметтегі іскерлік, бастама көтерілу, бәсеке қабілеттілік, нарықта белсенділік таныту, бейімделушілік, көздеген нәтижеге қол жеткізу, нарықтағы жағдайға байланысты әр түрлі тәуекелдерге бару, белгісіздік жағдайында әрекет ету сияқты жеке қасиеттердің болуын болжайды. Бұл қасиеттер негізінен еркектіктің көрінісімен байланысты. Сонымен бірге мінез-құлық ерлерге стереотипі қалыптасады. Мұның салдары — ерлер мен әйелдер кәсіпкерлері туралы қоғамда әртүрлі пайымдаулар тән деген бағалаулардың болуы.

Әйелдер кәсіпкерлігінің дамуын сипаттай отырып, әйелдердің көпшілігі оны негізінен өз бетінше ұйымдастырып, кәсіпкерлік қызметті жаңадан бастауды жөн көретінін атап өтуге болады. Дәлірек айтқанда кәсіпкерлікпен шұғалданатын әйелдердің 82%-ы өз істерін жаңадан ашқан, ал 18%-ы бұрыннан қызмет атқарып тұрған кәсіпорындарда өз үлестерін сатып алады.

Әйелдердің кәсіпкерлік қызметті қалыптастыру үдерісінің ерекшелігі олардың әуелгі кезеңде тек қана өз күшіне немесе туысқандарының қолдауына ғана сене алатындығы болып табылады. Тір-келген қоғамдық ұйымдардың қолдауын сезінгендердің саны өте аз, ал мемлекеттік органдар мен халықаралық ұйымдардың көмегін ешкім көрсетпеді.

Қорытынды

Елдегі әйелдер кәсіпкерлігінің дамуына ықпал ететін жағдайлар объективті факторларды – қоғамдағы кәсіпкерлік қызметтің мүмкіндіктерін де, адамдардың психологиясына қатысты субъективті факторларды да қамтиды. Олардың екеуі де әйелдер кәсіпкерлігінің дамуына әсер ететін жағдайлардың үш негізгі тобын құрайды: жеке кәсіпкерлікке қатысты мемлекеттік саясат; қоғамның мәдениеті немесе құндылықтар жүйесі; адамдардың кәсіпкерлікке бейімділігі мен қабілеттері. Соңғы екі топ негізінен гендерлік аспектілермен байланысты. Жоғарыда айтылғандай, әйелдер арасында кәсіпкерлікпен айналысу мотивтерінің иерархиясында өзін-өзі жүзеге асыру, кәсіби қызметтің мазмұнына қызығушылық, жақындарына қамқорлық ерлерге қарағанда жоғары, ал көшбасшылыққа деген ұмтылыс төмен.

Әйелдер үй тапсырмасының жалғасы болып табылатын және айқын әлеуметтік сипатқа ие кәсіпкерлік салаларын жақсы көреді. Бұл салаларға: денсаулық сақтау, мектепке дейінгі тәрбие, қызмет көрсету саласы, тамақтану, спорт, туризм, қолөнер және т.б. жатады. Отбасындағы барлық мүмкіндіктерді аса зор шығармашылық танытып орындауда отбасылық бизнес ерекше рөл атқарады. Жұмыс уақытының отбасы мүшелері үшін қолайлы болуы әйелдерге кәсіпкерліктің отбасылық нысандарын аса тартымды етеді. Олар өз қызметін бала тәрбиесімен және үй шаруашылығымен тиімді ұштастыруға мүмкіндік алады. Әйелдер кәсіпкерлігінің жоғары әлеуметтік бағдары қоғамдағы өмір сапасын жақсартуға, тұрғындардың әлеуметтік тұрғыдан әлжуаз бөлігі үшін жұмыс орындарын құруға ұмтылуынан көрінеді.

Әйелдер кәсіпкерлігін және әлеуметтік бизнес секторын дамыту макроэкономикалық тұрақтандырудың маңызды факторларының бірі, әйелдердің жұмыссыздығы мәселесін шешудің және инновациялық қызметті ынталандырудың жолы болып табылады. Сондай-ақ, әйелдер кәсіпкерлігінің маңызды бағыты ретіндегі әлеуметтік бизнес саласының дамуы әлі де жалпы жағдайға байланысты екендігін, олардың едәуір бөлігі экономикалық және саяси кедергілерден зардап шегуде екенін атап өтуге болады.

Қазіргі кездегі орын алып отырған елдегі тұрақсыздық экономикалық дағдарыс және бұрынғы жоспарлы экономиканың мұрасы. Елдегі әлеуметтік кәсіпкерліктің әйелдердің жұмыссыздығы мәселесін шешуге, әйелдердің кәсіпкерлік қызметтегі жағдайларын жақсартуға, олардың бойында кәсіпкерлік тұрғысынан ойлау стилін дамытуға және көптеген әлеуметтік мәселелерді уақытылы және жоғары деңгейде шешуге арналған әлеуеті бүгінде толық пайдаланылмайтыны анық.

Зерттеу Қазақстан Республикасы Ғылым және жоғары білім министрлігінің Ғылым комитеті қаржыландыратын жоба аясында жүзеге асырылды (Грант № AP14871920).

Әдебиеттер тізімі

- Aidis R. Female entrepreneurship in transition economies: The case of Lithuania and Ukraine / R. Aidis, F. Welter, D. Smallbone, N. Isakova // *Feminist Economics*. — No. 13 (2). — P. 157–183.
- Brainerd E. Women in transition: changes in gender wage differentials in Eastern Europe and the former Soviet Union / E. Brainerd // *Industrial and Labor Relations Review*. — 2000. — No. 54 (1). — P. 138–162.
- Brush C.G. Catalyzing change: Innovation in women's entrepreneurship / C.G. Brush, K.A. Eddleston, L.F. Edelman, T.S. Manolova, M. McAdam, C. Rossi-Lamastra // *Strategic Entrepreneurship Journal*. — 2022. — No. 16(2). — P. 243–254.
- Mirzaei A. Evaluation of family caregiver burden among COVID-19 patients / A. Mirzaei, R. Raesi, S. Saghari, M. Raei // *The Open Public Health Journal*. — 2020. — No. 13(1).
- Rózycka M. The conditions of women's success in the context of appreciation of female values / M. Rózycka // *Women and Business*. — 2018. — Vol. 1, No. 4. — P. 28–35.
- Shymchyshyn M. Ideology and women's studies programs in Ukraine / M. Shymchyshyn // *NWSA Journal: States of Insecurity and the Gendered Politics of Fear*. — 2005. — No. 17. — P. 173–185.
- Stefan D. Women entrepreneurship and sustainable business development: Key findings from a SWOT–AHP analysis / D. Stefan, V. Vasile, A. Oltean, C.-A. Comes, A.-B. Stefan, L. Ciucan-Rusu, E. Bunduchi, M.-A. Popa, M. Timus // *Sustainability*. — 2021. — Vol. 13, No. 9. — P. 5298.
- Suseno Y. Women entrepreneurs' digital social innovation: Linking gender, entrepreneurship, social innovation and information systems / Y. Suseno, L. Abbott // *Information Systems Journal*. — 2021. — Vol. 31. — No. 5. — P. 717–744.
- Wells S.J. *Women entrepreneurs: Developing leadership for success* / S.J. Wells. — Routledge. — 2021.
- Возняк О.В. Особенности профессиональной самореализации женщин-предпринимателей / О.В. Возняк, Д.С. Занин // *Мир науки. Педагогика и психология*. — 2022. — № 10(1). — С. 35.

- Журженко Т. Гендерные рынки Украины: политическая экономия национального строительства / Т. Журженко // Вильнюс: Европейский гуманитарный университет. — 2008. — 256 с.
- Журавлев А.Л. Психологические отношения российских предпринимателей к конкуренции и партнерству: гендерный аспект / А.Л. Журавлев, В.П. Позняков, О.И. Титова // Наука. Культура. Общество. — 2008. — № 4. — С. 102–115.
- Орлова А.В. Женское предпринимательство в контексте реализации гендерной политики в Республике Беларусь / А.В. Орлова // Актуальные вопросы экономического развития: теория и практика в современных условиях: материалы Междунар. науч.-практ. конф. «Национальная инновационная система Республики Беларусь: состояние и перспективы развития», 27–28 октября 2011 г. / отв. ред. Б.В. Сорвиров, О.С. Башлакова и др. — Гомель: Гомель. гос. ун-т им. Ф. Скорины, 2011. — С. 369–375.
- Силласте Г.Г. Изменение социальной мобильности и экономического поведения женщин / Г.Г. Силласте // Социологические исследования. — 2000. — № 5. — С. 25–34.

Г.С. Акыбаева, А.О. Мусабекова, С.Ш. Мамбетова, Ж.С. Хусаинова, А.С. Муканова

Объектно-субъектные особенности женского предпринимательства и преимущества его развития

Аннотация:

Цель: Рассмотреть объективные и субъективные особенности развития женского предпринимательства, проанализировать гендерные факторы при разделении рынка труда, гендерные стереотипы, а также мотивацию женщин к занятию бизнесом. Отмечается, что место и особенность семейного бизнеса в женском предпринимательстве заключаются в том, что он позволяет всем членам семьи творчески реализовать свои способности, оказать им поддержку и защиту в любых неблагоприятных ситуациях.

Методы: В качестве методологической базы исследования использован анализ гендерного аспекта бизнеса и предпринимательства, как одного из факторов общественного производства, и формирования типичной «гендерной ниши» современной экономической деятельности.

Результаты: Авторами статьи даны рекомендации по сдерживанию факторов психологического и социально-психологического характера, тормозящих активность женщин в данной сфере при социальной потребности общества в развитии женского предпринимательства и росте безработицы.

Выводы: На основе проведенной методики сделан вывод о том, что в последние десять лет в Казахстане увеличилось количество принимаемых мер по обеспечению равных прав и возможностей женщин и мужчин в обществе. Доказательством тому являются достаточные правовые и институциональные основы, а также статистические данные и показатели улучшения гендерного равенства в стране, которые определили наилучшие направления.

Дополнительные сведения: Исследование выполнено в рамках проекта, финансируемого Комитетом по науке Министерства образования и науки Республики Казахстан. (Грант № AP14871920).

Ключевые слова: бизнес, женское предпринимательство, мотивация, гендерный стереотип, идеология, гендерное разделение труда.

G.S. Akybayeva, A.O. Mussabekova, S.Sh. Mambetova, Zh.S. Khussainova, A.S. Mukanova

Object-subject features of women's entrepreneurship and advantages of its development

Abstract

Object: The purpose of the article is to examine the objective and subjective factors of the development of women's entrepreneurship, their study of the gender division of the labor market, gender stereotypes and patriarchal ideology, as well as the motivation of women to engage in business. It is noted that the role of family business in women's entrepreneurship is a special feature, which allows them to creatively realize the abilities of all family members, provide them with support and protection in any unfavorable conditions.

Methods: The method of analysis.

Results: The authors made recommendations on a psychological and socio-psychological deterrent that hinders women's activity in this area, even when society has a significant social need for the development of women's entrepreneurship and the growth of unemployment.

Conclusions: It is concluded that over the past decade, Kazakhstan has been increasing the number of measures taken to ensure equal rights and opportunities for women and men in society. A sufficient legal and institutional framework proves this, as well as statistical data and indicators for improving gender equality in the country have identified the best areas.

Keywords: business, women's entrepreneurship, motivation, gender stereotype, ideology, gender division of labor.

References

- Aidis, R., Welter, F., Smallbone, D., & Isakova, N. (2007). Female entrepreneurship in transition economies: the case of Lithuania and Ukraine. *Feminist Economics*, 13 (2), 157–183.
- Brainerd, E. (2000). Women in transition: changes in gender wage differentials in Eastern Europe and the former Soviet Union. *Industrial and Labor Relations Review*, 54 (1), 138–162.
- Brush, C.G., Eddleston, K.A., Edelman, L.F., Manolova, T.S., McAdam, M., & Rossi-Lamastra, C. (2022). Catalyzing change: Innovation in women's entrepreneurship. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 16, 2, 243–254.
- Mirzaei, A., Raesi, R., Saghari, S., & Raei, M. (2020). Evaluation of family caregiver burden among COVID-19 patients. *The Open Public Health Journal*, 13, 1.
- Orlova, A.V. (2011). Zhenskoe predprinimatel'stvo v kontekste realizatsii gendernoi politiki v Respublike Belarus [Women's entrepreneurship in the context of the implementation of gender policy in the Republic of Belarus]. B.V. Sorvirov, O.S. Bashlakova et al. (Ed.). Proceedings from Actual issues economic development theory and practice in modern conditions: *Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya (27-28 October, 2011) – International Scientific and Practical Conference*. (pp. 369-375). Gomel: Gomelskiy gosudarstvennyi universitet imeni F. Skoriny [in Russian].
- Rózycka, M. (2018). The conditions of women's success in the context of appreciation of female values. *Women and Business*, 1, 4, 28–35.
- Shymchyshyn, M. (2005). Ideology and women's studies programs in Ukraine. *NWSA Journal: States of Insecurity and the Gendered Politics of Fear*, 17, 173–185.
- Sillaste, G.G. (2000). Izmenenie sotsialnoi mobilnosti i ekonomicheskogo povedeniya zhenshchin [The modification of social mobility and economic behavior of women]. *Sotsiologicheskie issledovaniia – Sociological Research*, 5, 25–34 [in Russian].
- Stefan, D., Vasile, V., Oltean, A., Comes, C.-A., Stefan, A.-B., Ciucan-Rusu, L., Bunduchi, E., Popa, M.-A., & Timus, M. (2021). Women entrepreneurship and sustainable business development: Key findings from a SWOT–AHP analysis. *Sustainability*, 13, 9, 5298.
- Suseno, Y., & Abbott, L. (2021). Women entrepreneurs' digital social innovation: Linking gender, entrepreneurship, social innovation and information systems. *Information Systems Journal*, 31, 5, 717–744.
- Vozniiak, O.V., & Zanin, D.C. (2022). Osobennosti professionalnoi samorealizatsii zhenshchin-predprinimatelei [Features of professional self-realization of women entrepreneurs]. *Pedagogika i psikhologiya — Pedagogy and psychology*, 10, 1, 35 [in Russian].
- Wells, S.J. (2021). *Women entrepreneurs: Developing leadership for success*. Routledge.
- Zhuravlev, A.L., Pozniakov, V.P., & Titova, O.I. (2008). Psikhologicheskie otnosheniya rossiiskikh predprinimatelei k konkurentsii i partnerstvu: gendernyi aspekt [Psychological attitude of Russian businessmen to a competition and partnership: a gender perspective]. *Nauka. Kultura. Obshchestvo – Science. Culture. Society*, 4, 102–115 [in Russian].
- Zhurzhenko, T. (2008). Gendernye rynki Ukrainy: politicheskaya ekonomiya natsionalnogo stroitel'stva [Gender markets of Ukraine: the political economy of nation-building]. Vilnyus: Evropeiskii gumanitarnyi universitet [in Russian].