

ӘЙЕЛДЕР КӘСІПКЕРЛІГІНДЕГІ ӘЛЕУМЕТТІК-МӘДЕНИ ҚҰБЫЛЫСТАРДЫ ҚҰРЫЛЫМДЫҚ ТАЛДАУ (Қызылорда облысы мәліметтері негізінде)

¹Ахметова Г.Я., оқытушы, Gulnaz270183@mail.ru

²Шильманова А.М., экономика ғылымдарының кандидаты, a.shilmanova@bk.ru

¹*Қызылорда ашық университеті Қызылорда қ., Қазақстан Республикасы*

²*Қорқыт Ата атындағы Қызылорда университеті, Қазақстан Республикасы*

Аңдатпа. Мақалада әйелдер кәсіпкерлігінің әлеуметтік және мәдени құбылыс ретіндегі ерекшеліктері Қызылорда облысы мысалында зерттелген. Зерттеудің мақсаты – әйелдер кәсіпкерлігінің әлеуметтік-мәдени факторларын анықтау, мемлекеттік қолдау тетіктерінің тиімділігін бағалау және кәсіпкерлік белсенділікке әсер ететін негізгі факторларды айқындау. Зерттеу барысында статистикалық, салыстырмалы талдау, әлеуметтік сауалнама және тереңдетілген сұхбат әдістері қолданылды. Сауалнамаға Қызылорда облысының 221 әйел кәсіпкері қатысты. Зерттеу нәтижелері әйелдер кәсіпкерлігінің өңірлік экономикадағы рөлінің артып келе жатқанын, кәсіпкерлік қызметтің негізінен білім беру, денсаулық сақтау, өндіріс, қызмет көрсету және сауда салаларында шоғырланғанын көрсетті. Сонымен қатар әйелдердің кәсіпкерлік белсенділігіне қоғамдық стереотиптер, отбасы мен бизнесті қатар алып жүру қажеттілігі, қаржылық ресурстарға қолжетімділік, мемлекеттік қолдау бағдарламалары және қосымша білім алу мүмкіндіктері елеулі ықпал ететіні анықталды. Авторлар әйелдер кәсіпкерлігін дамыту үшін қаржылық қолдау тетіктерін жетілдірумен қатар, кәсіпкерлік мәдениетті қалыптастыру, тәлімгерлік институтын дамыту, ақпараттық-консультациялық қызметтерді кеңейту және қоғамдық көзқарасты өзгерту бағытындағы шараларды күшейту қажеттігін негіздейді.

Түйін сөздер: әйелдер кәсіпкерлігі, әлеуметтік құбылыс, мәдени құбылыс, гендерлік саясат, кәсіпкерлік мәдениет.

Аннотация. В статье исследуются особенности женского предпринимательства как социального и культурного феномена на примере Кызылординской области. Цель исследования – выявить социально-культурные факторы женского предпринимательства, оценить эффективность механизмов государственной поддержки и определить основные факторы, влияющие на предпринимательскую активность. В исследовании применялись методы статистического и сравнительного анализа, социологического анкетирования и углубленного интервью. В анкетировании приняли участие 221 женщина-предприниматель Кызылординской области. Результаты исследования показали возрастающую роль женского предпринимательства в региональной экономике, при этом предпринимательская деятельность преимущественно сосредоточена в сферах образования, здравоохранения, производства, услуг и торговли. Также установлено, что на предпринимательскую активность женщин существенное влияние оказывают общественные стереотипы, необходимость совмещения семейных обязанностей и ведения бизнеса, доступность финансовых ресурсов, государственные программы поддержки и возможности получения дополнительного образования. Авторы обосновывают необходимость совершенствования механизмов финансовой поддержки женского предпринимательства, формирования предпринимательской культуры, развития института наставничества, расширения информационно-консультационных услуг и усиления мер, направленных на изменение общественного отношения к женскому предпринимательству.

Ключевые слова: женское предпринимательство, социальный феномен, культурный феномен, гендерная политика, предпринимательская культура.

Кіріспе. Әйелдерді кәсіпкерлікке тарту жаһандық ауқымда маңызды деп танылады, бұл БҰҰ деңгейінде қабылданатын шешімдерінен айқын көрінеді. Қазақстанның БҰҰ-ның Әйелдер кемсітушілігін жою жөніндегі комитеті алдында әйелдер кәсіпкерлігін кеңейту тұрғысынан әйелдің экономикалық, әлеуметтік және саяси салалардағы құқықтары мен мүмкіндіктерін кеңейту жөніндегі күш-жігеріне нұқсан келтіре отырып, үй шаруашылығы

және бала күтімімен әйелдің ролін шектейтін кемсітушілік гендерлік таптаурындарды алып тастау қажеттігі бойынша міндеттемелері бар [1].

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 [2].

Нәтижелер мен талқылаулар. Кәсіпкерлік белсенділік деңгейімен ғана емес, сонымен қатар кәсіпкерлердің жаңа өнімдерді енгізу, өндірістік процесті жүзеге асыру, сыртқы нарықтарда жұмыс істеу, өз кәсіпорындарын дамыту және олардың өсуін басқару тәсілдерімен де ерекшеленеді. Өршіл ұмтылыстар елдегі экономикалық өсуге ең маңызды әсер ете алатын кәсіпкерлік белсенділік деңгейінің артуына әкеледі [3. 65 б.].

Әйелдер бизнесті дамытудың негізгі бағыттары ретінде көтерме және бөлшек сауданы, медицинаны, білім беруді және әртүрлі қызметтерді тандайды. Кәсіпкер әйелдердің кішігірім бөлігі ғана тау-кен өнеркәсібі, көлік, құрылыс, электр энергетика және т.б. салаларға кетеді. Ірі бизнес секторларында әйелдердің өкілдігі төмен [4].

Ұлттық статистика бюросының мәліметі бойынша, Қазақстанда 2024 жылы әйелдер басқаратын шағын және орта бизнестің үлесі 43,5% құрады. Әйелдер кәсіпкерлігі осы секторлардағы жұмыс орындарының 31% және ЖІӨ-нің 14,6% қамтамасыз етеді.

Қазақстандық шағын және орта кәсіпкерлік субъектілері арасында:

- білім беруге байланысты қызметтерді;
- жылжымайтын мүлікпен жасалатын операцияларды;
- тұру және тамақтану қызметтерін;
- көтерме және бөлшек сауданы,
- автомобильдер мен мотоциклдерді жөндеуді,
- денсаулық сақтау мен әлеуметтік қызметтерді әйелдер басқарады [5. 206.].

Өз бизнесін тіркеу кезінде әйелдердің көпшілігі, шамамен 80% заңды тұлға құрмай-ақ жеке кәсіпкер болуды жөн көреді [5. 236.].

Республика бойынша халық санының өсуі негізінен табиғи өсімнің жоғары деңгейімен байланысты болғанымен, өңірде ішкі көші-қонның теріс сальдосы сақталуда. Ал Қызылорда облысының 2026 жылғы 1 қаңтардағы жағдайы бойынша халық саны 846,1 мың адамды құрады. Оның ішінде қала халқы 399,3 мың адамды (47,2%), ауыл халқы 446,8 мың адамды (52,8%) құрады. Бұл 2024 жылғы 1 қаңтардағы көрсеткішпен салыстырғанда облыс халқының 12,4 мың адамға немесе 1,5%-ға артқанын көрсетеді. Сонымен бірге ауыл халқының үлесі облыс халқының жартысынан астамын құрап отыр, бұл ауылдық жерлерде кәсіпкерлікті, оның ішінде әйелдер кәсіпкерлігін дамыту қажеттілігінің өзектілігін айқындайды.

2024 жылы облыстағы еңбек нарығында да оң өзгерістер байқалды. Ұлттық статистика бюросының мәліметтері бойынша жұмыссыздық деңгейі 4,8% шамасында сақталып, республикадағы ең төменгі көрсеткіштердің бірі болды. Бұл мемлекеттік жұмыспен қамту бағдарламалары мен кәсіпкерлікті қолдау шараларының тиімділігін көрсетеді [6].

Соңғы жылдары әйел кәсіпкерлер саны артып, олардың үлесі өсу тенденциясын көрсетті. Еліміз ақырындап кәсіпкерлікте гендерлік тепе-теңдікке бет бұрып жатыр деп айтуға болады.

Келесі 1-кестеде Қызылорда облысы бойынша әйел кәсіпкерлердің үлесі келтірілген.

Дегенмен, қазіргі уақытта әйелдердің экономикалық мүмкіндіктерін бағалайтын деректер жеткіліксіз. Осы орайда республика бойынша және жеке алғанда облысымызда

кәсіпкер әйелдердің қай салада, қанша жыл, бюджетке қанша түсім жасағаны туралы нақты мәліметтер алу мүмкін болмады. Тек әйелдер кәсіпкерлігін зерттеген отандық ғалымдардың түрлі жылдардағы жүргізген зерттеулеріне сүйене отырып, кейбір деректер қолданылды.

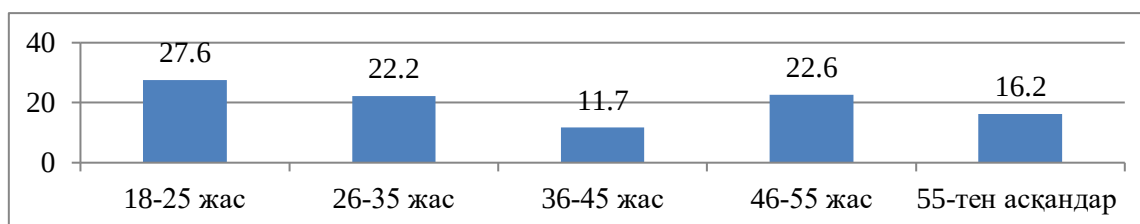
1-кесте – Әйелдер басқаратын кәсіпорындардың өлшемділігі бойынша бөлінісі, пайызбен

Кәсіпкерлік субъектілетірінің түрлері	2023 жыл	2024 жыл
Қызылорда облысы бойынша	28,7	29,1
шағын кәсіпорын	28,6	29,0
орта кәсіпорын	36,4	36,7
ірі кәсіпорын	16,0	19,0
Қызылорда қаласы бойынша	29,6	29,9
шағын кәсіпорын	29,7	30,0
орта кәсіпорын	32,5	34,0
ірі кәсіпорын	15,8	17,8
Аудандар бойынша	26,7	27,2
шағын кәсіпорын	26,3	26,7
орта кәсіпорын	40,9	39,9
ірі кәсіпорын	16,7	22,2
Ескерту: ҚР Ұлттық статистика бюросының мәліметтері негізінде автордың құрастыруы		

Осы зерттеу барысында деректерді жинау сандық және сапалық әдістерінің көмегімен жүзеге асырылды және әлеуметтік сауалнама жүргізілген Қызылорда облысының әйел кәсіпкерлерімен тиісті қарым-қатынас жасауда ақпараттық қауіпсіздік, деректердің құпиялылығы қамтамасыз етілді.

Сауалнамаға барлығы 221 адам қатысты. Сауалнамадағы сұрақтарға жауап берген әйелдер Қызылорда қаласы мен облыстың аудандарынан болды (сурет 4): Қызылорда қ. – 107 (48,4%), Байқоңыр қ. – 1 (0,45%), Арал – 2 (0,9%), Жалағаш – 13 (5,9%), Жаңақорған – 78 (35,2%), Қазалы – 10 (4,5%), Сырдария – 3 (1,4%) Шиелі – 7 (3,1%) адам.

Респонденттер жас шамасына қарай (сурет 1): 18-25 (61 адам), 26-35 (49 адам), 36-45 (26 адам) және 46-55 жас аралығындағылар (50 адам), сәйкесінше 55 жастан аскандар (35 адам) болып жіктелді.



Ескерту: автордың жүргізген сауалнама нәтижесі

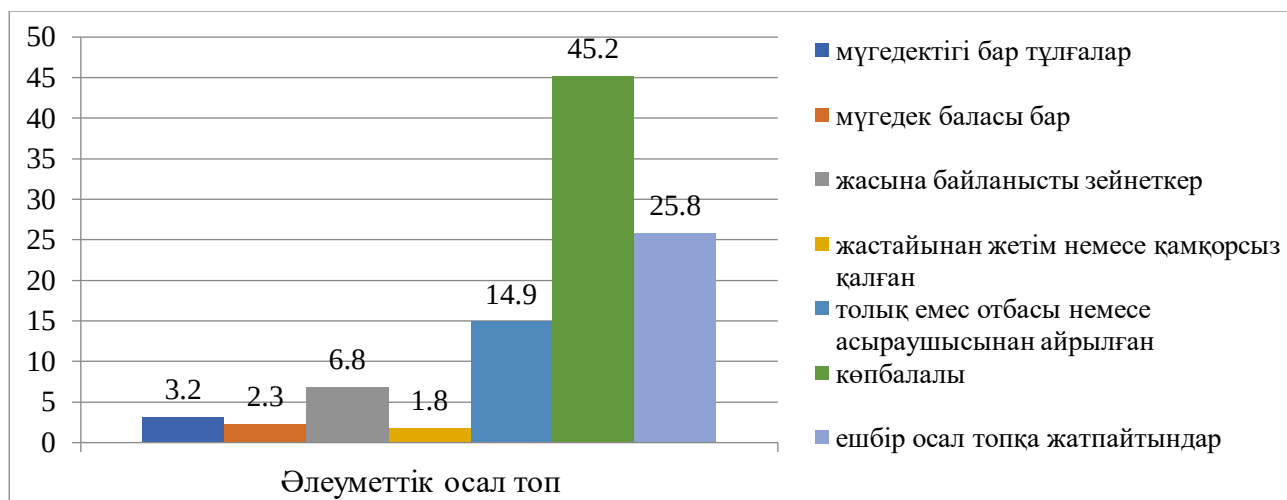
1-сурет – Респонденттердің жас шамасы бойынша үлесі, %

Сауалнама нәтижелері кәсіпкер әйелдердің басым көпшілігінің (68,3%) жоғары (бакалавр), ал жоғары оқу орнынан кейінгі магистр (21,2%) білімі барлар, орта (5,4%) және өзге де (5,1%) білім деңгейі бар екенін көрсетті.

Алынған мәліметтер бойынша, респонденттердің басым бөлігі (105 адам) кәсіпкерлік қызметпен 1-3 жыл аралығында айналысып жүргенін айтады.

Бір жылға дейінгі мерзімде өз кәсібін жүргізіп отырғандар 10,4%, 4-7 жыл аралығында кәсіптерін бірізге салғандар үлесі 15,8%, ал 7 жылдан астам уақыт кәсіпкерлік қызметін атқарып даму жолына түскендер 26,3% құрайды.

Сауалнамадағы сұрақтардың бірі «Әлеуметтік осал топтардың қайсысына жатасыз?». Келесі 2-суретте респонденттер арасындағы әлеуметтік топтар өкілдерінің үлесі келтірілген.

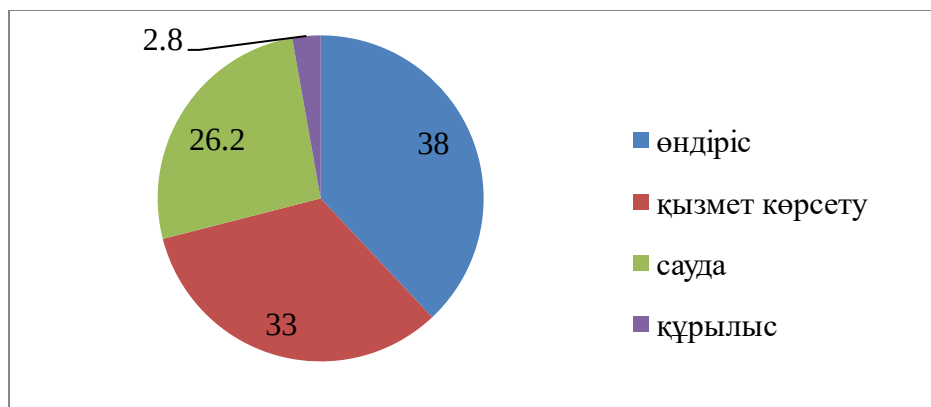


Ескерту: автордың жүргізген сауалнама нәтижесі

2-сурет – Әлеуметтік осал топ өкілдерінің үлесі, %

Жауап берушілердің арасында мүгедектігі бар тұлғалар – 7, мүгедек баласы бар аналар – 5, жасына байланысты зейнеткер – 15, жастайынан жетім немесе қамқорсыз қалған – 4, көпбалалы ана – 100, толық емес отбасы немесе асыраушысынан айрылған – 33, ешбір осал топқа жатпайтындар – 57 адам.

Облыстағы сауалнама жүргізілген әйел кәсіпкерлердің қай салада қызмет етіп жүргенін келесі 3-суреттен көреміз.



Ескерту: автордың жүргізген сауалнама нәтижесі

3-сурет – Әйел кәсіпкерлердің қызмет ету саласы, %

Кәсіпкер әйелдер арасында ең көп таралған бизнес түрі — өндіріс саласында: тігін және тамақтану (кондитерлік өнімдер), ал қызмет көрсету саласында: білім беру және денсаулық сақтау саласы. Осылайша кәсіппен айналысып, оны басқаратын әйелдердің көбі саудамен айналысады деген стереотипті бұзады.

Сауалнама жүргізілген әйел кәсіпкерлердің өз бизнестерін бастауға түрткі болған себептер келесі 4-суретте бейнеленген.



Ескерту: автордың жүргізген сауалнама нәтижесі

4-сурет – Кәсіпкерлік қызмет бастау себептері, %

Әйелдер үй шаруасының жалғасы болып табылатын және айқын әлеуметтік сипатқа ие кәсіпкерлік салаларына жақын болады. 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 [4].

Әйелдер кәсіпкерлігінің әлеуметтік құбылысы әйелдердің кәсіпкерлік қызметке белсенді қатысу құбылысын және оның жалпы қоғамға әсерін білдіреді. Бұл құбылыс әлеуметтік-мәдени, экономикалық, саяси және психологиялық аспектілерді қоса алғанда, көптеген аспектілерді қамтиды.

Әйелдер кәсіпкерлігінің әлеуметтік құбылысының негізгі сипаттамалары:

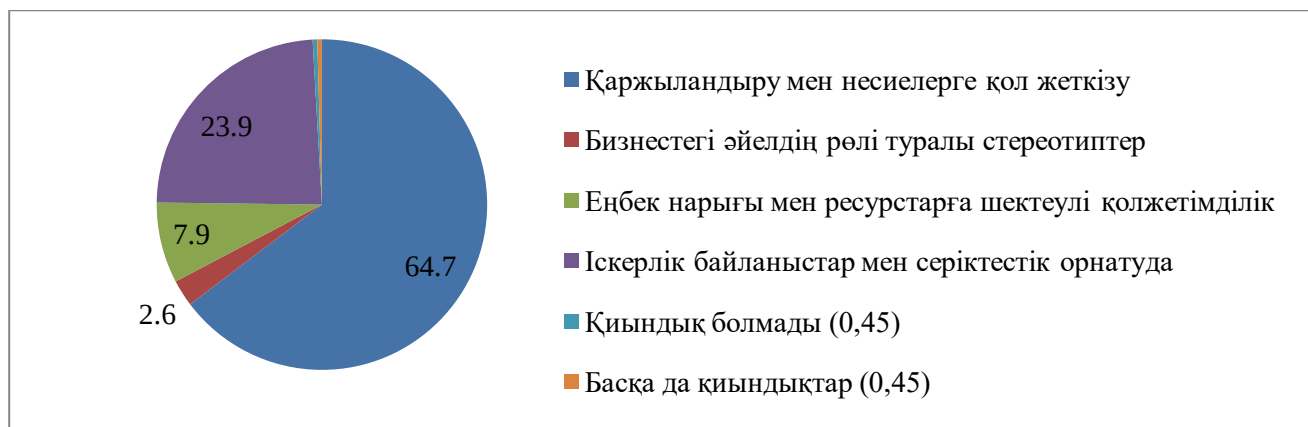
1. Әлеуметтік-мәдени стереотиптердің өзгеруі: кәсіпкер әйелдер санының өсуі қоғамдағы және бизнестегі жыныстардың рөлі туралы дәстүрлі әлеуметтік-мәдени стереотиптердің өзгеруіне әсер етеді.

Жыл сайын әйел кәсіпкерлердің саны артып, кәсіпкерлік ерлермен қоса әйелдерге де тән қызмет түрі екенін, яғни қазақи ортада қалыптасқан «әйелдің орны - отбасы, ошақ қасы» деген ұстаным өзгеріске ұшырағанын байқатады.

Сауалнамада «Бизнесті бастау кезінде Сіздің жынысыңызға байланысты қандай қиындықтар туындады?» деген сұраққа респонденттер «Бизнестегі әйелдің рөлі туралы стереотиптер» деген (2,6%) жауапты берген (5-сурет), яғни бұл құбылыс әйелдер үшін түрлі мүмкіндіктер мен олардың әртүрлі қызмет салаларында өзін-өзі жүзеге асыру қабілетіне әсер етеді. Сонымен қатар әйелдің еркектермен қатар оны бизнес-серіктес ретінде қабылдауға кедергі келтіреді.

2. Экономикалық даму және жұмыспен қамтудың өсуі: әйелдердің кәсіпкерлікке қатысуы экономикалық өсуге, жаңа жұмыс орындарын құруға және инновацияларды ынталандыруға ықпал етеді.

Сауалнама нәтижесінде бұл құбылыс шағын және орта бизнестің дамуына, яғни өз бизнесін бастағандарына 3 жылдан аспаған (105 немесе 47,4%) әйелдер арасындағы экономикалық белсенділіктің жоғарылауы айтарлықтай әсер еткенін байқатады.



Ескерту: автордың жүргізген сауалнама нәтижесі

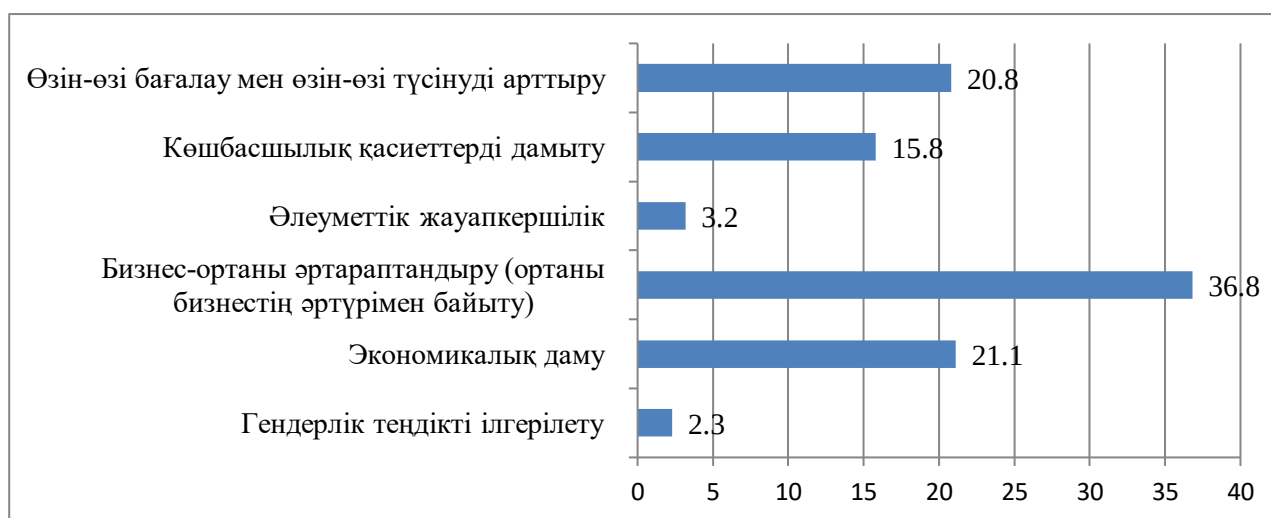
5-сурет – Бизнесті бастау кезінде әйел кәсіпкерлердің жынысына байланысты туындаған қиындықтар, %

3. Өзін-өзі бағалауды және өзіне деген сенімділікті арттыру: кәсіпкерлік қызметке қатысу әйелдердің өзін-өзі бағалауын, өзін-өзі түсінуді және эмпатиямен арттыруға ықпал етуі мүмкін.

Респонденттердің 21,1%-ы «Әйелдер кәсіпкерлігінде әлеуметтік-мәдени контекст тұрғысынан қандай артықшылықтарды көресіз?» деген сұраққа «Өзін-өзі бағалау мен өзін-өзі түсінуді арттыру» деп жауап берген (сурет 6). Олар көбінесе кәсіпкерлікті өз әлеуетін жүзеге асыру, стереотиптерді жеңу және қаржылық тәуелсіздікке қол жеткізу мүмкіндігі деп санайды.

4. Әлеуметтік құндылықты құру: көптеген әйел кәсіпкерлер өздерінің бизнес-модельдеріне әлеуметтік мәселелерді шешуге және қоғамдағы адамдардың өмірін жақсартуға бағытталған әлеуметтік жауапты тәжірибелерді белсенді түрде енгізуде.

Сауалнамаға жауап бергендер арасында «Әйелдер кәсіпкерлігінде әлеуметтік-мәдени контекст тұрғысынан қандай артықшылықтарды көресіз?» деген сұраққа 3,2%-ы, яғни 7 адам «Әлеуметтік жауапкершілік» деген. Бұл құбылыс әлеуметтік құндылықты қалыптастыруға және қоғамдағы өмір сапасын жақсартуға ықпал етеді. Осы тұрғыда әлеуметтік кәсіпкерлікті дамытудың алғышарттары пайда болады.



Ескерту: автордың жүргізген сауалнама нәтижесі

6-сурет – Әйелдер кәсіпкерлігіндегі әлеуметтік-мәдени контекст тұрғысындағы артықшылықтар, %

5. Қиындықтар мен кедергілерді жеңу: әйелдер кәсіпкерлігінің әлеуметтік құбылысы сонымен қатар әйелдердің бизнестегі қиындықтары мен кедергілерін жеңу процесін көрсетеді.

Жалпы алғанда, әйелдер кәсіпкерлігінің әлеуметтік құбылысы әлеуметтік өмірдің әртүрлі аспектілеріне айтарлықтай әсер ететін және әлеуметтік-мәдени ландшафттың өзгеру факторларының бірі болып табылатын маңызды құбылыс болып табылады.

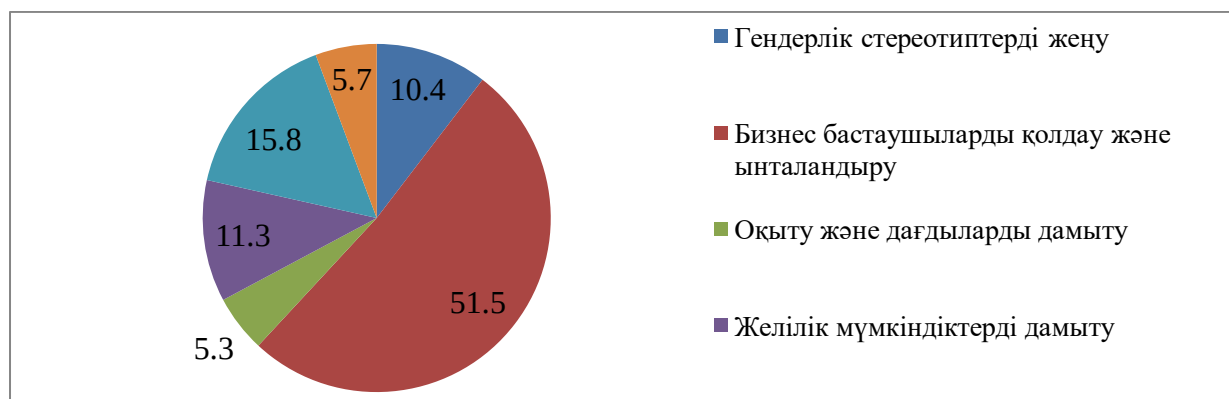
Әйелдер кәсіпкерлігінің мәдени құбылысы әйелдердің мәдени, әлеуметтік және тарихи жағдайлары тұрғысынан кәсіпкерлік қызметке қатысу құбылысын білдіреді. Бұл құбылыс әйелдердің бизнеске қатысу фактісін ғана емес, сонымен қатар мәдени нормалардың, құндылықтар мен дәстүрлердің олардың кәсіпкерлік белсенділігіне әсерін де қамтиды. Міне, әйелдер кәсіпкерлігінің мәдени құбылысының негізгі аспектілері:

1. Қоғамдық мақұлдаудың рөлі: қоғамдық мақұлдау маңызды рөл атқаратын мәдени контексте әйелдер кәсіпкерлікпен айналысу туралы шешім қабылдаған кезде қоғамның немесе отбасының қысымына тап болуы мүмкін.

Өйткені әйел басшылық лауазымды атқарып, кәсіпорынды басқарумен қатар балаларды тәрбиелеу, үй шаруашылығын жүргізуге мәжбүр. Бұған қоса, бала күтімі уақытына үзіліс жасау қажеттілігі (декреттік демалыс) туындауы мүмкін.

«Әйелдер кәсіпкерлігін қоғамдық мақұлдаудағы қандай өзгерістер бизнестегі әйелдерге қолайлы орта құру үшін қажет деп санайсыз?» деген сұраққа берілген жауаптардың да түрлі үлесі келесі 7-суретте бейнеленген.

Респонденттердің басым көпшілігі 114 (51,5%) өз кәсібін бастағысы келетіндерді қолдау және ынталандыру қажет деп санайды. Кәсіпкерлік ортада тең мүмкіндіктер жасалып, яғни қаржыландыруға, нарықтар мен ресурстарға қол жеткізу, сондай-ақ мансапты отбасылық өмірмен ұштастыруға жәрдемдесу болса, онда 35 (15,8%) әйел кәсіпкер үшін қолайлы орта болар еді. Ал желілік мүмкіндіктер дамыған жағдайда, яғни өз бизнесін дамыту үшін жаңа мүмкіндіктер табу арқылы 25 (11,3%) респондент қолайлы ортаны сезінеді екен.



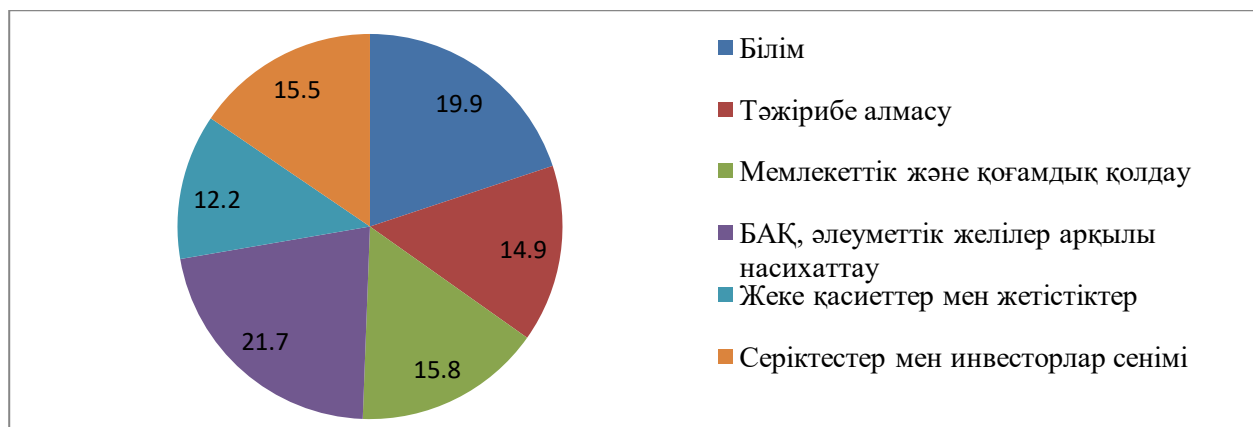
Ескерту: автордың жүргізген сауалнама нәтижесі

7-сурет – Бизнестегі әйелдерге қолайлы орта құру үшін қажетті өзгерістер, %

Бұл өзгерістер кәсіпкерлік белсенділікті ынталандыру және олардың табысына ықпал ету арқылы бизнестегі әйелдер үшін қолайлы орта құруға ықпал етуі мүмкін.

Қоғамдағы жағымды пікір кәсіпкердің беделі мен оның бизнесіне деген сенімді қалыптастыруға ықпал етеді. Бұл әсіресе жақындардың психологиялық қолдауы, клиенттердің, серіктестердің және инвесторлардың сенімі кәсіпорынның жетістігінде шешуші рөл атқара алатын бастапқы кезеңде өте маңызды.

«Кәсіпкер әйелдің жағымды бейнесін қалыптастыруға не әсер етеді?» деген сұраққа төмендегідей жауаптар алынды (8-сурет).



Ескерту: автордың жүргізген сауалнама нәтижесі

8-сурет – Кәсіпкер әйелдің жағымды бейнесін қалыптастырушы компоненттер, %

Әйелдерге бизнесті жүргізуде қажетті жұмыс тәжірибесінің болмауы елеулі кедергі келтіруі мүмкін. Сондықтан да респонденттердің 14,9%-ы бұл факторға да назар аударғаны байқалады. Ал жалпы алғанда берілген жауаптардың үлес салмағында айтарлықтай алшақтық жоқ, яғни кәсіпкерлік ортада әйелдің жағымды бейнесін қалыптастырушы аталған компоненттердің барлығы дерлік елеулі орын алады.

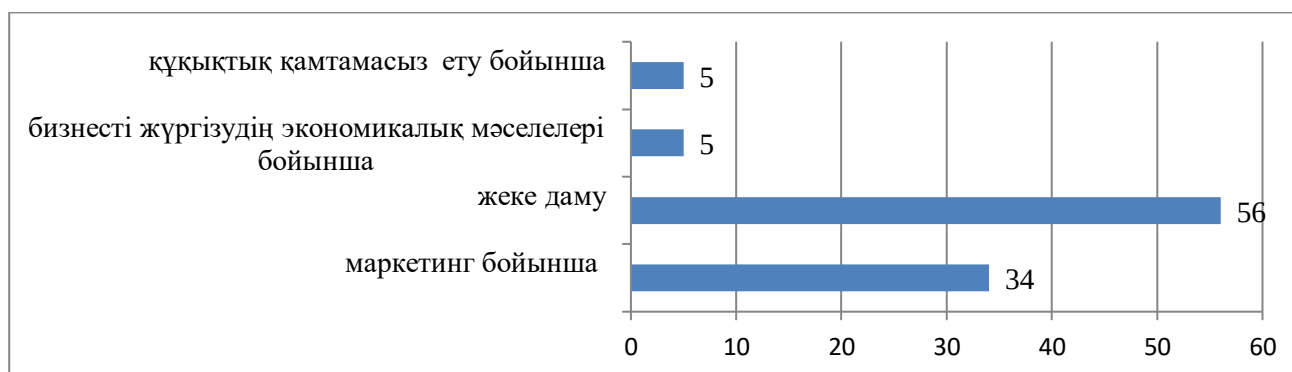
Кәсіпкерлік үшін қолайлы қоғамдық ахуалды құру қоғамның, мемлекеттің және білім беру мекемелерінің кәсіпкерлік мәдениетті қолдауға және насихаттауға бағытталған бірлескен күш-жігерін талап етеді.

2. Медиа және мәдени нормалардың әсері: медиа және мәдени нормалар әйелдер үшін кәсіпкерліктің сәттілігі мен тартымдылығы туралы түсініктерді қалыптастыра алады.

14-суретте әйел кәсіпкерлер туралы БАҚ және әлеуметтік желілер арқылы оң пікірлер қалыптастыруға болады деп санайтындар үлесі 21,7%.

Табысты әйел кәсіпкерлердің оң бейнелері басқа әйелдерді кәсіпкерлік қызметпен айналысуға ынталандыруы мүмкін.

«Сіз қандай қосымша білім мен дағдыларды алдыңыз?» деген сауалға респонденттердің жауабы 9- суретте келтірілген.



Ескерту: автордың жүргізген сауалнама нәтижесі

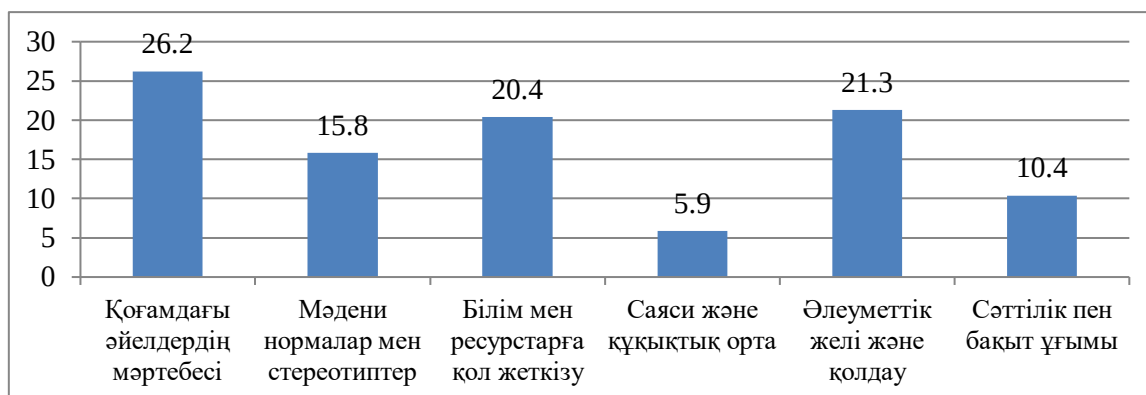
9-сурет – Қосымша білім (дағды) алған әйел кәсіпкерлер үлесі, %

Әйелдердің өз кәсіби ортасында жеке дамуға деген ұмтылысы 124 (56%) адамда басым қажеттелік болып отыр, яғни қосымша білім алуда осы аспектіге баса назар аударылған. Ал келесі маңыздылыққа маркетинг бойынша қосымша білім алуға деген ынтаны 75 (34%) адам байқатқан.

Әйелдер кәсіпкерлік қызметте екі негізгі білім беру стратегиясын белсенді қолданады: қосымша білім алу арқылы «бизнесті қайта құру» және біліктілікті арттыру арқылы

«бизнесті дамыту». Осы стратегияларды қолдану оларға өз бизнестерін сәтті ашуға және кеңейтуге мүмкіндік береді.

«Сіздің аймағыңыздағы әйелдер кәсіпкерлігіне қандай әлеуметтік-мәдени факторлар көбірек әсер етеді деп ойлайсыз?» деген сұраққа респонденттердің жауаптарының үлесі келесідей болды (сурет 10).



Ескерту: автордың жүргізген сауалнама нәтижесі

10-сурет – Аймақтағы әйелдер кәсіпкерлігіне әсер ететін әлеуметтік-мәдени факторлар, %.

Қоғамдағы әйелдердің мәртебесін 58 (26,2%) адам өз аймағындағы әйелдер кәсіпкерлігіне әсер етеін әлеуметтік-мәдени факторлар ретінде атаған. Ал саяси және құқықтық ортаның әсерін тек 13 (5,9%) адам ескерген.

Осы факторлардың барлығы әйелдер кәсіпкерлігі дамытын әлеуметтік-мәдени ортаны анықтайды және әйелдер кәсіпкерлігінің әртүрлілігіне, сондай-ақ қоғамдағы жетістіктеріне әсер етуі мүмкін.

Сауалнамадағы «Әйелдер кәсіпкерлігін қолдаудағы мемлекеттік бағдарламалар мен бастамалардың рөлі туралы сіздің пікіріңіз қандай?» деген соңғы сұраққа мынадай жауаптар алынды (11-сурет):



Ескерту: автордың жүргізген сауалнама нәтижесі

11-сурет – Әйелдер кәсіпкерлігін қолдаудағы мемлекеттік бағдарламалар мен бастамалардың рөлі, %

Респонденттердің көпшілігі, яғни 70 (31,7%) адам мемлекеттік бағдарламалар мен бастамалардың ролін қаржылық қолдаумен байланыстырады. Ал саяси қолдау мен заңнама мемлекеттік бағдарламалар мен бастамалардың шешуші факторы емес екенін 10 (4,5) адам

атап өткен.

Жалпы, мемлекеттік бағдарламалар мен бастамалар әйелдердің бизнестегі мүмкіндіктерін кеңейтуге және табысын арттыруға ықпал ете отырып, әйелдер кәсіпкерлігін дамыту үшін қолайлы орта құруда маңызды рөл атқарады.

Әйелдер кәсіпкерлігінің мәдени құбылысы әйелдердің бизнеске қатысуына әсер ететін және олардың кәсіпкерлік стратегиялары мен мақсаттарын қалыптастыратын мәдени, әлеуметтік және тарихи факторлардың күрделі өзара әрекеттесуін білдіреді.

Қорытынды. Соңғы жылдары республикада әйелдер басқаратын кәсіпкерлік субъектілерінің саны тұрақты өсіп келеді, ал Қызылорда облысында да әйелдердің кәсіпкерлік белсенділігі өңірлік экономиканың дамуына, жаңа жұмыс орындарының құрылуына және халықтың табысын арттыруға елеулі үлес қосуда.

Жүргізілген сауалнама мен әлеуметтік сұхбаттардың нәтижелері әйелдердің кәсіпкерлік қызметті таңдауының негізгі себептері өзін-өзі жүзеге асыру, қаржылық тәуелсіздікке қол жеткізу, отбасылық табысты арттыру және қоғамға пайдалы қызмет атқаруға ұмтылу екенін көрсетті. Сонымен бірге кәсіпкер әйелдер отбасы мен бизнесті қатар алып жүру, қаржыландыру көздеріне қолжетімділік, ақпараттық қолдау, кәсіби тәжірибенің жеткіліксіздігі және қоғамдағы гендерлік стереотиптер сияқты бірқатар объективті және субъективті кедергілерге тап болатыны анықталды.

Зерттеу барысында әйелдер кәсіпкерлігінің тек экономикалық емес, әлеуметтік және мәдени құндылық қалыптастыратын құбылыс екендігі дәлелденді. Әйел кәсіпкерлер қоғамдағы әлеуметтік жауапкершілікті күшейтіп, білім беру, денсаулық сақтау, өндіріс және қызмет көрсету салаларының дамуына ықпал етеді. Сонымен қатар олардың кәсіпкерлік қызметі гендерлік теңдікті нығайтуға, әйелдердің қоғамдық белсенділігін арттыруға және кәсіпкерліктің жағымды имиджін қалыптастыруға әсер етеді.

Осылайша, әйелдер кәсіпкерлігі әлеуметтік-мәдени трансформацияның, өңірлік экономикалық өсудің және инклюзивті кәсіпкерлік экожүйені қалыптастырудың маңызды факторы болып табылады.

Әдебиеттер тізімі:

1. Конвенция о ликвидации всех форм дискриминации в отношении женщин. Пятый периодический доклад Казахстана согласно статье 18 Конвенции, подлежащий представлению в 2018 году. 49 стр. Distr.: General 11 July 2018 Original: Russian English/French/Russian and Spanish only URL: <https://undocs.org/ru/CEDAW/C/KAZ/5> (жүгінген күні 13.11.2025).
2. Ақыбаева, Г.С., Мусабекова, А.О., Мамбетова, С.Ш., Хусаинова, Ж.С., Муканова, А.С. Әйелдеркәсіпкерлігінің объектілік-субъектілік ерекшеліктері және оның даму артықшылықтары // Bulletin of the Karaganda University. Economy Series №3(107) 2022.– 228-236 б. URL: <https://economy-vestnik.ksu.kz/index.php/economy-vestnik/article/view/788/704>. (жүгінген күні 13.11.2025).
3. Национальный отчет. Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2021/2022. 101стр. URL: https://gsom.spbu.ru/images/1/1/otchet_2022_final_1.pdf (жүгінген күні 29.11.2025).
4. Мажеренова, К., Балғабекова, К., Булатова, А. «Таптаурынды бұзу: Қазақстанда әйелдер кәсіпкерлігі қалай дамып жатыр?» Minber.kz ақпараттық агенттігінің ресми сайты. URL:<https://www.minber.kz/2023/12/taptauryndy-buzu-qazaqstanda-ajelder-kasipkerligi-qalaj-damyp-zhatyr/> (жүгінген күні 09.04.2026).
5. Женское предпринимательство в Казахстане: состояние и перспективы. Центр исследований гендерной экономики. – Алматы: Университет Нархоз, 2019. – 12 с.
6. Қызылорда облысы әкімдігінің сайты. Қызылорда облысының 2026 жылдың қаңтар айындағы әлеуметтік-экономикалық даму қорытындылары. https://www.gov.kz/memleket/entities/kyzylorda/press/article/details/226900?utm_source (жүгінген күні 29.04.2026).