

ҚАЗАҚСТАНДА ӘЙЕЛДЕР КӘСІПКЕРЛІГІНІҢ ҚАЛЫПТАСУЫ ЖӘНЕ ОҒАН ӘСЕР ЕТУШІ ФАКТОРЛАР

¹Ахметова Г.Я., Gulnaz270183@mail.ru

²Шильманова А.М. э.ғ.к., a.shilmanova@bk.ru

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

²*Қорқыт Ата атындағы Қызылорда университеті, Қазақстан Республикасы*

Аңдатпа. Мақалада Қазақстандағы әйелдер кәсіпкерлігінің қалыптасуы мен даму ерекшеліктері, оның әлеуметтік-мәдени және институционалдық негіздері қарастырылған. Әйелдер кәсіпкерлігінің ұлттық моделінің эволюциясы, гендерлік саясаттың даму кезеңдері және кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдаудың нормативтік-құқықтық базасы талданған. Зерттеу барысында әйелдер кәсіпкерлігінің дамуына ықпал ететін макро және мезоорта факторлары, кәсіпкерлік мәдениеттің рөлі, сондай-ақ халықаралық ғылыми әдебиеттерде кеңінен қолданылатын «5Ms» тұжырымдамалық моделі негізінде әйелдердің кәсіпкерлік белсенділігіне әсер ететін негізгі факторлар жүйеленген. Қазақстандағы әйелдер кәсіпкерлігін қолдау бойынша қабылданған мемлекеттік бағдарламалар мен стратегиялық құжаттардың мазмұны сараланып, олардың әйелдердің экономикалық белсенділігін арттырудағы маңызы бағаланған. Зерттеу нәтижелері әйелдер кәсіпкерлігін дамыту экономиканың орнықты өсуіне, жұмыспен қамтуды кеңейтуге, кәсіпкерлік мәдениетті қалыптастыруға және гендерлік теңдікті қамтамасыз етуге ықпал ететінін көрсетті.

Түйін сөздер: әйелдер кәсіпкерлігі, гендерлік саясат, кәсіпкерлік мәдениет, кәсіпкерлік орта, мемлекеттік қолдау, кәсіпкерлік экожүйесі.

Аннотация. В статье рассмотрены особенности становления и развития женского предпринимательства в Казахстане, а также его социально-культурные и институциональные основы. Проанализированы эволюция национальной модели женского предпринимательства, этапы развития гендерной политики и нормативно-правовая база государственной поддержки предпринимательства. В ходе исследования систематизированы макро- и мезофакторы, оказывающие влияние на развитие женского предпринимательства, раскрыта роль предпринимательской культуры, а также на основе концептуальной модели «5Ms», широко применяемой в международной научной литературе, определены ключевые факторы, влияющие на предпринимательскую активность женщин. Проведен анализ содержания государственных программ и стратегических документов, принятых в Казахстане в целях поддержки женского предпринимательства, а также дана оценка их значения в повышении экономической активности женщин. Результаты исследования показали, что развитие женского предпринимательства способствует устойчивому экономическому росту, расширению занятости, формированию предпринимательской культуры и обеспечению гендерного равенства.

Ключевые слова: женское предпринимательство, гендерная политика, предпринимательская культура, предпринимательская среда, государственная поддержка, предпринимательская экосистема.

Кіріспе. Қазақстандық ғалымдар тобы жүргізген зерттеу әйелдер кәсіпкерлігінің ұлттық моделінің кейбір сипаттамаларын нақтылауға мүмкіндік берді.

Қазақстандағы әйелдер кәсіпкерлігі алғашында қалыптасып келе жатқан нарықтық экономиканың қиындықтарына жауап ретінде пайда болды, бұл кезде әйелдер отбасын ұстауды қамтамасыз ететін кез келген қызметпен айналысуға мәжбүр болды. Бірақ бүгінде экономикалық күйреген, жұмыссыз және әлеуметтік жағдайы төмен әйелдер әлі күнге дейін іскер әйелдер қатарын толықтырудың негізгі көзі емес. Қолда бар деректерге сүйенсек, әрбір бесінші әйел ғана қолайсыз қаржылық жағдайдың әсерінен кәсіпкерлікті бастаған [1].

Әйелдердің әлемдік әлеуметтік-экономикалық үдерістегі оң рөлін, сондай-ақ олардың отандық бизнеске белсенді қатысуының және еліміздің экономикасын дамытудың орасан зор маңызын асыра бағалау қиын. Олар әр түрлі салаларда жұмыс істейді және өндірістік міндеттерді сәтті шешіп қана қоймай, өз қызметкерлеріне және олардың әл-ауқатына қамқорлық жасайды.

Әйелдер кәсіпкерлігі - әйелдер басқаратын бизнес секторы. XX ғасырдағы әйелдер

кәсіпкерлігінің өркендеуі көбінесе революция ретінде сипатталды. Постиндустриалды қоғам дәуірінде әйелдер кәсіпкерлікте ерекше орын алады, өйткені тауар өндіруден қызмет көрсетуге баса назар аударылады, бұл оларды қоғамның сұранысқа ие мүшелері етеді. Әйелдер өздерінің қолайлы әлеуметтік-психологиялық қасиеттерін сәтті пайдаланады, мысалы, стандартты емес жағдайларда жаңа идеялар ұсыну, сенім тудыру, түйсігі болу және басқалар.

Нәтижелер мен талқылаулар. Жаһандану жағдайындағы кәсіпкерлік қызмет құбылысы экономикалық өсу қарқынын, жалпы ұлттық өнімнің құрылымы мен сапасын анықтайтын ұлттық экономиканың анықтаушы факторы ғана емес, сонымен қатар әлемдік аренада мемлекеттің жаһандық бәсекелестік артықшылығының жүйесін айқын құра отырып, халықаралық экономикалық саясатта маңызды рөл атқарады [2].

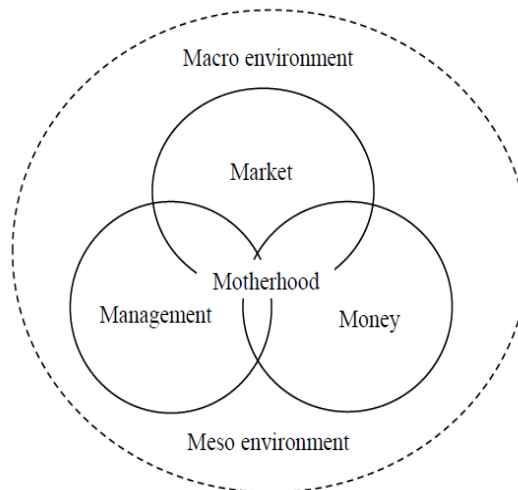
Бизнестегі әйелдер үшін тең мүмкіндіктерді қамтамасыз ету, сондай-ақ Қазақстанда әйелдер кәсіпкерлігін қолдау, ынталандыру және дамыту гендерлік теңдік мәселелері ғана емес, сонымен қатар экономикалық басымдық болып табылады [1].

Әйелдер кәсіпкерлігі мәселелерін зерттеушілер Brush., de Bruin, Welter «3Ms» институционалдық теориясын дамытты, оған сәйкес кәсіпорынды іске қосу және дамыту үшін үш маңызды фактор қажет:

- нарық (market),
- ақша (money),
- менеджмент (management).

Олар гендерлік факторларды есепке алудың жаңа жүйесін ұсынды. Қолданыстағы үшеуіне олар «ана болу» факторы арқылы кәсіпкер әйелдердің үй және отбасылық контекстіне баса назар аудара отырып, тағы екі факторды қосты, сонымен қатар мезо-/макро ортаны (meso/macro environment) қарастырды (1-сурет):

- қоғамның күтуі және мәдени нормалар (макро),
- аралық құрылымдар мен мекемелер (мезо).



Ескерту – дереккөз [16].

Сурет-1 – Әйелдер кәсіпкерлігінің «5Ms» тұжырымдамалық шеңбері

«Ана болу» факторын қосу үйдегі отбасылық контекстте ер адамға қарағанда әйелге көбірек әсер ететінін көрсетеді, бұл бизнесті жүргізу кезінде гендерлік кемсітушілік мәселелерін қарастырудың маңыздылығын күшейтеді: меншік құқығы, ресурстарға қол жеткізу, оның әлеуетін іске асыру мүмкіндігі. Орталық «ана болу» аспектісі басқа факторларға әсер етеді: әйелдер кәсіпкерлігі үшін ақша, әйелдер менеджменті және әйелдер нарығының мүмкіндіктері, әйелдер кәсіпкерлігін дамыту үшін мезо - және макроорта. «Макроорта» және «мезоорта» факторлары қоғамның күтулерінің, мәдени нормалардың

әйелдер кәсіпкерлігіне әсерін көрсетеді.

Бұл ретте макроорта ұлттық саясатты, стратегияларды, мәдени, құқықтық және экономикалық әсерлерді қамтиды, ал мезоорта кәсіпкерлікті қолдаудың өңірлік саясатының, даму институттарының, бизнес-қауымдастықтардың, кәсіптік желілердің, сервистік қызметтер мен бастамалардың әсерін көрсетеді [3. 20б.].

Осы тұрғыда соңғы онжылдықтарда әйелдер ұйымдастыратын және басқаратын шағын және орта кәсіпорындарды ілгерілетуге байланысты проблемаларды зерттеу және Қазақстанда әйелдер кәсіпорындарын құруға және дамытуға әсер ететін факторларды анықтау ғылым үшін өсіп келе жатқан қызығушылық пен құндылықты білдіреді. [4].

Қазақстандық кәсіпкерліктің әйелдердің бизнес-үдерістерге қатысуының қалыптасу тарихы шетелдерінен айтарлықтай ерекшеленеді. Өйткені ежелден дәстүрлі ортада қалыптасқан моральдық-этикалық нормаларға сай қазақ әйелінің қоғамдағы салмағы сәл төмен болып келді. Дегенмен қазақ әйелі ертеден қайсарлықтың, батылдық пен төзімділіктің әрі ақылдылықтың символы болған.

1990 жылдарға дейін әлемдегі және Қазақстандағы негізгі зерттеулер әйелдерді тек шағын бизнес иелері немесе дара кәсіпкерлер ретінде қабылдады, ал ерлердің бизнес-моделі бизнесті жүргізудің табиғи құбылысы болып саналды. Алайда, әйел кәсіпкерлерді одан әрі зерттеу кәсіпкерліктің гендерлік құбылыс екенін көрсетті.

Кәсіпкерлік – бұл ерекше іс, оған әркімнің қабілеті келе бермейді. 1990 жылдардың соңына қарай жұмыссыздардың саны бір миллионға жетті. Қазақстанның әрбір алтыншы белсенді азаматының тұрақты жұмысы болмады. Халықтың көпшілігі дипломды ысырып қойып, сауда жасауға бет бұрды. Сол сәтте түсініксіз болған, қоғам санасында аздап жағымсыз пікір тудырған кәсіпкерлік ЖІӨ көтеруге көмектесті, бюджетке түсім түсе бастады, әлеуметтік аударымдар жақсарды. Әйелдер қаржы, банк салаларында, қызмет көрсету саласы және тіпті өндірістік секторда басты орындарға жайғаса отырып, сонымен қатар өздерінің даналығы мен тәжірибесінің арқасында еліміздің дағдарыстан шығуына көмектесті [5].

Әлеуметтік, мәдени, саяси және экономикалық контексттер елдегі кәсіпкерліктің даму жағдайларын анықтайтын ұлттық кәсіпкерлік экожүйені қалыптастырады. Кәсіпкерлік экожүйе кәсіпкерлікті қаржыландыру құралдарына, мемлекеттік саясатқа, кәсіпкерлікті қолдау бағдарламаларына, кәсіпкерлік білім беруге, ғылыми-техникалық әзірлемелерді енгізуге, инфрақұрылымға (коммерциялық, заңдық, физикалық), нарықтардың серпіні мен ашықтығына, сондай-ақ мәдени және әлеуметтік нормаларға негізделген.

Қоғамдағы кәсіпкерлікке деген көзқарас бірқатар факторлармен анықталады: кәсіпкерлік мансаптың неғұрлым жақсы таңдау ретінде қабылдануы, кәсіпкерлердің әлеуметтік мәртебесінің жоғары болуы, бизнесті оңай ашу мүмкіндігі, сондай-ақ кәсіпкерлік туралы БАҚ арқылы жағымды жаңалықтардың жариялануы. Бұл кәсіпкерлік мәдениетті қалыптастыратын қоғамдық сенімдер.

Кәсіпкердің жеке сипаттамалары демографиялық көрсеткіштер (жынысы, жасы, білім деңгейі және т.б.), психологиялық факторлар (кәсіпкерлік мүмкіндіктерді бағалау, сәтсіздіктен қорқу) және мотивациялық аспектілер негізінде қалыптасады.

Кәсіпкерлік белсенділік ұғымы кәсіпкерлікті дамытудың динамикалық процесінің әртүрлі кезеңдерін (компанияны құру ниетінен бастап қалыптасқан бизнеске дейін және/немесе оны жабуға дейін), әлеуметтік-экономикалық дамуға (жұмыс орындарын құру, жаңа технологияларды енгізу, нарықты қамту), сондай-ақ кәсіпкерлік белсенділіктің тікелей түрлерін (мысалы, ерте кәсіпкерлік) талдауға мүмкіндік береді. [6. 13б].

Қазақстан Үкіметі тәуелсіздігінің алғашқы күндерінен бастап шағын бизнес пен кәсіпкерлікті дамытуға баса назар аударды. Алдымен 1992 жылы «Жеке кәсіпкерлікті қорғау және қолдау туралы» Қазақстан Республикасының Заңы қабылданды, содан кейін «Қазақстан Республикасында кәсіпкерлікті қолдау мен дамытудың 1992-1994 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы» бекітілді. Нәтижесінде 1997 жылы Қазақстан Республикасының Президенті кәсіпкерлікті дамыту қорын (ДАМУ) құру туралы жарлық шығарды, оның негізгі

мақсаты Қазақстанда шағын кәсіпкерлік субъектілерінің пайда болуы мен экономикалық өсуіне жәрдемдесу және шағын бизнесті дамытуға бағытталған мемлекеттік қаражатты пайдалану болды.

Әйел бизнесте қаншалықты табысты болса да, өз отбасында ол әлі де ошақты сақтаушының шешуші рөлін атқарады, ол кез-келген жағдайда тұрмыстық мәселелермен және жақын адамдарына қамқорлық жасаумен айналысады.

Қазақстанның әйелдері көбінесе дамуға деген жігері мен ниеті зор, алайда олардың даму идеялары қолда бар ресурстардан әлдеқайда көп болуы мүмкін.

1-тарауда аталған ерекшеліктерді ескере отырып, әйелдер кәсіпкерлігін қолдау мақсатында қабылданған және іске асырылған стратегиялық құжаттар, заңнамалық-нормативтік актілер 1-кестеде көрсетілген.

Кәсіпкерлік қызмет - бұл сыртқы мәдениеттен (қоғамнан) және кәсіпкерлік субъектілерінің (бизнес-серіктестердің) ішкі мәдениетінен тұратын ортамен тығыз байланысты процесс. Іскерлік қатынастар, коммерциялық операцияларды жүргізу кәсіпкерлік қызмет мәдениетінің белгілі бір деңгейіне ие белгілі бір құрылымдармен жүзеге асырылады.

Осыған байланысты кәсіпкерлік қызмет мәдениетінің деңгейі оның аралық және түпкі мақсаттарына қол жеткізуге әсер ететін бизнес тиімділігінің интеграцияланған факторы ретінде әрекет етеді.

«Мәдениет» термині менеджмент және жалпы бизнес лексиконында көбірек орын алады. Ресми мақсаттарды, технологияларды, құрылымды, саясат пен әрекеттерді, өнімдерді, тауарларды, қаржыны және бейресми аспектілерді ескере отырып, мәдениеттің көптеген анықтамалары бар. Жалпы мағынада мәдениет дегеніміз - бұл жалпы өмір сүру жағдайларын және жеке адамның мінез-құлқын анықтайтын құндылықтар, сенім, мораль жиынтығы. Мәдениетті адам өмірінің құбылысы ретінде түсінуге қатысты кем дегенде үш маңызды жағдайды ескеру қажет.

Біріншіден, мәдениет адамдардың өмірлік белсенділігінің өнімі бола отырып, ойлаудың, сезімнің және мінез-құлықтың белгілі бір үлгілерін белгілейтін, бірақ сонымен бірге «әлеуметтік жадтың» көлемі мен құрылымын жаңарту мүмкіндігін ұсынатын қоғамның («әлеуметтік жады») объективті (реактивтік) және белсенді тәжірибесі болып табылады. Осылайша, мәдениетте өзін және әлемді тану, қоршаған ортаға бейімделу және ішкі өмірді құру, қақтығыстарды шешу және идеалдарға ұмтылу үшін оны қалыптастырған көптеген ұрпақтардың тәжірибесі жинақталған.

Екіншіден, мәдениеттің болуы мәдениеттің белгілі бір қабылданған, игерілген, қайталанған немесе жаңадан дамыған үлгілерін бейнелейтін адамдардың іс-әрекетінде көрінеді және жүзеге асырылады. Бұл тұрғыда адам (оның ішінде кәсіпкерлік) іс-әрекетті мәдени дәстүрлердің белгілі бір үйлесімінің функциясы ретінде қарастыру заңды («мінез-құлық кодексінің» көрінісі). Бұл ретте нақты кәсіпкерлік мәдениеттің нысандары мен құндылықтары тікелей шаруашылық саласында да, одан тыс жерлерде де қалыптасады.

Үшіншіден, мәдениеттің дамуы, ауысуы, пайда болуы және жоғалуы, әр түрлі «мінез-құлық кодекстерінің» үстемдігі мен жылжуы келесідей жүреді: табиғи сұрыпталу және табиғи бәсекелестік принципі бойынша (қоғамдастықтың өмірлік мақсаттарын ең жақсы қамтамасыз ететін мәдени дәстүрлер аман қалады), сонымен бірге тарих белгілі мақсатты әрекеттері салыстырмалы түрде шағын қауымдастықтар мен бүкіл елдер шеңберінде «мінез-құлық кодекстерін» қалыптастыру.

Осылайша, кәсіпкерлік мәдениетте өмірдің ең сәтті және табиғи жолымен, саналы күш-жігермен ойдың, іс-әрекеттің және қарым-қатынастың үлгілері кристалданады.

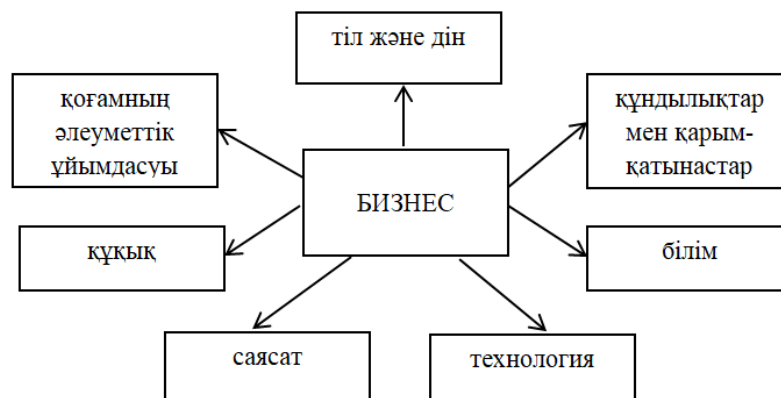
Жоғарыда айтылғандармен қатар, кәсіпкерлік мәдениеттің өзі қоғамның жалпы мемлекеттік (аймақтық)-ұлттық мәдениетіне негізделгенін есте ұстаған жөн.

Кесте-1 – Қазақстан Республикасында әйелдер кәсіпкерлігін қолдау бойынша нормативтік-құқықтық актілер

Мазмұны	Құжат түрі	Ескертпе
Қазақстан әйелдерінің қатысуымен кәсіпкерлікті дамытудың жекелеген мәселелері	ҚР Үкіметінің 23.12.1998 ж. №1323 Қаулысы	Күші жойылды - ҚР Үкіметінің 23.04.2008ж. №381 Қаулысымен
Қазақстан Республикасында Әйелдердің жағдайын жақсарту жөніндегі ұлттық іс-қимылдар жоспары туралы	ҚР Үкіметінің 19.07.1999 ж. №999 Қаулысы	Күші жойылды - ҚР Үкіметінің 2006.06.29. №600 қаулысымен
Әйелдер кәсіпкерлігін қолдау жөніндегі шаралар туралы	ҚР Үкіметінің 05.09.2000 ж. №1345 Қаулысы	
Қазақстан Республикасында 2006-2016 жылдарға арналған Гендерлік теңдік стратегиясын бекіту туралы	ҚР Президентінің 29.11.2005 ж. №1677 Жарлығы	Бұл құжатта әйелдер кәсіпкерлігі құбылысының қалыптасуы аталған
Қазақстан Республикасының Кәсіпкерлік кодексі	ҚР Кодексі, 29.10.2015 ж. №375-V ҚРЗ	Әйелдер кәсіпкерлігіне арнайы арналмаған, кәсіпкерлік субъектілерін мемлекеттік қолдаудың құқықтық негіздерін белгілейді
Қазақстан Республикасындағы 2030 жылға дейінгі отбасылық және гендерлік саясат тұжырымдамасын бекіту туралы	ҚР Президентінің 06.12.2016 ж. № 384 Жарлығы	Бұл құжатта әйелдер кәсіпкерлігін дамыту назарға алынған
Нәтижелі жұмыспен қамтуды және жаппай кәсіпкерлікті дамытудың 2017 – 2021 жылдарға арналған «Еңбек» мемлекеттік бағдарламасын бекіту туралы	ҚР Үкіметінің 13.11.2018 ж. №746 қаулысы	Бұл құжатта әйелдер арасында кәсіпкерлікті дамыту қарастырылған
Қазақстан Республикасында кәсіпкерлікті дамыту жөніндегі 2021–2025 жылдарға арналған Ұлттық кәсіпкерлікті дамыту жобасын бекіту туралы	ҚР Үкіметінің 12.10.2021ж. №728 қаулысы	Әйелдер кәсіпкерлігін қолдау, кәсіпкерлікті қаржыландыру және жұмыспен қамту шаралары қарастырылған
Қазақстан Республикасындағы 2030 жылға дейінгі отбасылық және гендерлік саясат тұжырымдамасын іске асыру жөніндегі іс-шаралар жоспарын бекіту туралы	ҚР Үкіметінің тиісті қаулылары (жыл сайынғы іске асыру жоспарлары)	Әйелдердің экономикалық мүмкіндіктерін кеңейту және кәсіпкерліктегі үлесін арттыру бойынша нақты іс-шаралар көзделген
«Бизнестің жол картасы – 2025» бағдарламасы (2021 жылдан бастап Ұлттық жоба құрамында)	ҚР Үкіметінің 24.12.2019ж. №968 қаулысы.	Күші жойылды - Әйел кәсіпкерлерге субсидиялау, кепілдендіру және гранттық қолдау тетіктері ұсынылған
«2021–2025 жылдарға арналған кәсіпкерлікті дамыту жөніндегі ұлттық жоба»	Қазақстан Республикасы Үкіметінің 12.10.2021 ж. №728 қаулысымен бекітілген	Әйелдер кәсіпкерлігін жеңілдетілген несие, оқыту және консультациялық қолдау шаралары енгізілген
«Ауыл аманаты» ауыл тұрғындарының табысын арттыру жөніндегі жобаны іске асыру туралы	ҚР Үкіметінің 2023 жылғы қаулылары мен бағдарламалық құжаттары	Ауыл әйелдерінің кәсіпкерлігін дамытуға микрокредит беру және кооперацияны қолдау тетіктері қарастырылған
Ескерту – дереккөздер негізінде автордың құрастыруы		

Практикалық іс-әрекетте мәдениет «ойлаудың ұжымдық бағдарламалауы» ретінде анықталады.

Мәдениет пен бизнестің арақатынасын мәдениет элементтерін талдаудан көруге болады (сурет 2).



Ескерту – [15] әдебиет негізінде автордың құрастыруы

Сурет-2 – Іскерлік мәдени орта құрамы

Осы элементтердің кейбіріне түсініктеме берсек:

Саясат. Мемлекеттің бизнеске қатысты саясаты: салық, қаржы, әкімшілік, құқықтық актілер. Саяси тұрғыдан тәуекел дәрежесі қандай және оны қалай бағалауға болады.

Технология. Нарықтың даму деңгейі мен әлеуеті, оның инфрақұрылымының даму дәрежесі. Тұрақты жұмыс күшінің нарығы бар ма, оңай үйренеді және жоғары еңбек өнімділігімен ерекшеленеді; ғылымға, инновацияларға және т. б.

Қоғамның әлеуметтік ұйымдасуы. Халықтың әлеуметтік стратификациясы (қоғамның құрылымына қарай жіктелуі) қандай, ол бизнес саласына қалай әсер етеді және т. б.

Білім. Білім деңгейі мен бейіні, фирмалардағы персоналды өндірістік оқыту және т. б.[7].

Іскерлік орта - бұл белсенділік пен экономикалық өсуге ықпал ететін кәсіпкерлікті дамыту ықтималдығы мен қабілетін анықтайтын факторлардың кешенді жиынтығы. Іскерлік орта факторлары жұмыс ортасының тиімділігін бағалайды, Бизнестің қызметті жүзеге асыру қабілетіне әсер етеді және осы қызметтің белсенділігін анықтайды. Осылайша, кәсіпкерлік зерттеу ортасының сыртқы және ішкі факторларының өзара әрекеттесуін білдіреді.

Кәсіпкерлік ортасының объективті факторларына кәсіпорынның елдің аумақтық ұйымының жалпы жүйесінде орналасқан аймағының орнын, аймақтың даму түрі мен даму деңгейін, оның экономикалық-географиялық жағдайын, табиғи жағдайлары мен табиғи ресурстарын, халық пен қоныстануды, құрылымын, даму деңгейін және аймақ экономикасының ерекшеліктерін - өндірістік, өндірістік емес және инфрақұрылымдық саланы анықтайтын факторлар жатады.

Әрине, объективті факторлар негізінен тарихи қалыптасқан және орналасқан аймақтың географиясымен шартталған кәсіпкерлік қызметті жүзеге асырудың табиғи шарттарымен ұсынылған, осыған байланысты мемлекеттік органдар тарапынан реттеуге әлсіз.

Кәсіпкерлік ортасының субъективті факторлары, өз кезегінде, басқару мен реттеуге бағынады және көбінесе билік органдарының басқару шешімдерінің нәтижесі болып табылады.

Кәсіпкерлік бойынша оқулықтардың алғашқы авторларының бірі А.В.Бусыгин «экономикалық еркіндікті, кәсіпкерлік корпусты, экономикалық байланыстардың нарықтық түрінің үстемдігін, кәсіпкерлік капиталды қалыптастыру және қажетті ресурстарды пайдалану мүмкіндігін қамтитын қоғамдық-экономикалық жағдайды» кәсіпкерлік орта деп атады.

Әйелдер кәсіпкерлігі әлеуметтік-мәдени контекст бойынша бірқатар артықшылықтарға ие, соның ішінде:

1. Гендерлік теңдікті ілгерілету: әйелдердің кәсіпкерлік қызметке қатысуы қоғамдағы гендерлік теңдікті ілгерілетуге ықпал етеді. Бұл гендерлік рөлдер туралы стереотиптерді жеңуге және әйелдер үшін қандай мүмкіндіктер ашық екендігі туралы түсініктерді кеңейтуге көмектеседі.

2. Экономикалық даму: кәсіпкер әйелдердің көбеюі экономикалық өсу мен дамуға ықпал етеді, өйткені олар инновациялар енгізе алады, жұмыс орындарын құра алады және жаңа салаларды дамыта алады, бұл қоғамдық әл-ауқатқа жағымды әсер етеді.

3. Бизнес ортасын әртараптандыру: әйелдердің бизнеске қатысуы бизнес ортасын әртараптандыруға ықпал етеді, оны әртүрлі бизнес түрлерімен, басқару стильдерімен және жұмыс әдістерімен байытады. Бұл икемді, инновациялық және тұрақты экономикаға әкелуі мүмкін.

4. Әлеуметтік жауапкершілік: әйел кәсіпкерлер көбінесе әлеуметтік жобаларға инвестиция салу, жергілікті қауымдастықтарды қолдау және әлеуметтік мәселелерді шешу арқылы әлеуметтік жауапкершіліктің жоғары дәрежесін көрсетеді. Бұл салауатты және тұрақты әлеуметтік-мәдени ортаның дамуына ықпал етеді.

5. Көшбасшылық қасиеттерді дамыту: әйелдердің кәсіпкерлік қызметке қатысуы олардың көшбасшылық қасиеттері мен басқару дағдыларын дамытуға ықпал етеді. Бұл өз кезегінде әйелдердің эмансипация процесін ынталандыруы және әйелдердің қоғамдағы позициясын нығайтуы мүмкін.

6. Өзін-өзі бағалау мен өзін-өзі түсінуді арттыру: көптеген әйелдер үшін кәсіпкерлік өзін-өзі жүзеге асыру, өзін-өзі бағалауды арттыру және өз күштері мен мүмкіндіктері туралы хабардар болу платформасына айналады. Бұл олардың қоғамдық өмірге қатысуына және жеке тұлғаның дамуына ықпал етеді.

Бұл артықшылықтар әйелдер кәсіпкерлігінің экономикалық тұрғыдан ғана емес, сонымен бірге жалпы қоғамның дамуына ықпал ететін әлеуметтік-мәдени маңыздылығы бар екенін көрсетеді.

Қорытынды. Қазақстандағы әйелдер кәсіпкерлігінің қалыптасуы мен дамуы елдің экономикалық реформаларымен, гендерлік саясаттың эволюциясымен және кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдау жүйесінің жетілдірілуімен тығыз байланысты. Әйелдер кәсіпкерлігі бүгінгі күні тек әлеуметтік мәселелерді шешудің немесе өзін-өзі жұмыспен қамтудың құралы ғана емес, экономиканың тұрақты дамуын қамтамасыз ететін маңызды факторлардың біріне айналды.

Зерттеу барысында әйелдердің кәсіпкерлік белсенділігіне қаржылық ресурстардың қолжетімділігі, институционалдық орта, кәсіпкерлік мәдениет, білім беру деңгейі, мемлекеттік қолдау тетіктері және әлеуметтік-мәдени факторлар кешенді түрде ықпал ететіні анықталды. Бұл тұрғыда халықаралық тәжірибеде қолданылатын «5Ms» тұжырымдамасы әйелдер кәсіпкерлігінің ерекшеліктерін түсіндіруде тиімді әдіснамалық негіз болып табылады, өйткені ол кәсіпкерлік қызметке отбасы институтының, мәдени құндылықтардың және институционалдық ортаның ықпалын ескеруге мүмкіндік береді.

Сонымен бірге, әйелдердің кәсіпкерлік әлеуетін толық іске асыру үшін қаржыландыру көздерін кеңейту, тәлімгерлік және оқыту бағдарламаларын дамыту, цифрлық кәсіпкерлік құзыреттерді арттыру, ауыл әйелдерінің кәсіпкерлік бастамаларын қолдау және кәсіпкерлік инфрақұрылымының қолжетімділігін күшейту өзекті болып қала береді.

Осылайша, әйелдер кәсіпкерлігін дамыту экономикалық өсуді қамтамасыз етудің, кәсіпкерлік мәдениетті қалыптастырудың, жаңа жұмыс орындарын құрудың және қоғамдағы гендерлік теңдікті нығайтудың маңызды тетігі болып табылады. Сондықтан әйелдер кәсіпкерлігін қолдау жөніндегі мемлекеттік саясатты жетілдіру, кәсіпкерлік экожүйенің институционалдық әлеуетін күшейту және өңірлік ерекшеліктерді ескере отырып қолдау құралдарын әртараптандыру Қазақстанның әлеуметтік-экономикалық дамуының басым бағыттарының бірі болып қала береді.

Әдебиеттер:

1. Петренко Е.С., Шевякова А.Л. Развитие женского предпринимательства в Казахстане // Экономика Центральной Азии. – 2021. – Том 5. – № 3. – С. 373–385. doi:10.18334/asia.5.3.41039
2. Барсук ИА. Предпринимательство как социокультурный феномен: историко-философская реконструкция. Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. 2019;3:22–26.
3. 16. Женское предпринимательство в Казахстане: состояние и перспективы. Центр исследований гендерной экономики, Университет Нархоз. Алматы, 2019. 12 стр.
4. Булхайрова Ж.С., Нурмухаметов Н.Н, Кизимбаева А., Шаметова А.А. (2022). Современное состояние и развитие женского предпринимательства в условиях пандемии COVID-19. Экономика: стратегия и практика, 17(2), 2346. URL: <https://doi.org/10.51176/1997-9967-2022-2-231-245> (жүгінген күні 27.12.2023).
5. «Атамекен» ҰҚП ресми сайты. URL: <https://atameken.kz/kk/projects/20232-lazzat-gamazanova-zhenshiny-pomogli-preodolet-krizis-0-h> (жүгінген күні 27.12.2025).
6. Национальный отчет. Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2021/2022. 101стр. URL: https://gsom.spbu.ru/images/1/1/otchet_2022_final_1.pdf (жүгінген күні 29.11.2023).
7. Зайнетдинова И.Ф. Предпринимательство как социокультурный феномен. Электронный научный архив УрФУ. 163с. URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/116069/1/ksro_2013_044.pdf. (жүгінген күні 09.01.2025).