

© Б. Т. ДЖАНИКЕШЕВА, 2019

*Западно-Казахстанский инновационно-технологический университет (ЗКИТУ), г. Уральск, Казахстан  
E-mail: balganym\_dzhanikeshewa@mail.ru*

## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ СТРАТЕГИИ ЖЕНЩИН-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН**

*В статье представлены роли образования женщин-предпринимателей и профессиональной компетентности как факторы, способствующие ведению собственного бизнеса. Обозначаются показатели стажа и профиля образования, которые являются значимыми для развития бизнеса. В результате социологического исследования респондентами сделан акцент на образовательные стратегии «перепрофилирование бизнеса» и «развитие бизнеса», которые чаще используют индивидуальные предприниматели-женщины.*

**Ключевые слова:** предпринимательство, образовательная стратегия, бизнес, профиль образования, женщины-предприниматели.

В настоящее время сферу малого и среднего бизнеса (МСБ) все больше заполняют женщины-предприниматели.

20 июня 2018 года состоялся ежегодный Конгресс Совета деловых женщин НПП Республики Казахстан «Атамекен» «Женский бизнес — гарантия будущего», на котором, в частности, было объявлено о создании Фонда поддержки женского предпринимательства. Председатель Совета деловых женщин «Атамекена» в своем обращении отметила, что «тот фокус, который Глава государства ставит перед Казахстаном, вопрос гендерного равенства в стране действительно выдерживается. МСБ, на который опирается любое современное государство, является локомотивным. На сегодняшний день мы оставили позади США (52%), Германию (50%) и Корею. В Казахстане доля среднего бизнеса, возглавляемая женщинами, составляет 67%. Это общий успех всего государства» [4].

Женское предпринимательство в Республике Казахстан имеет возрастающую динамику, соответствует общей гендерной статистике населения. В то же время значимость проблем развития женского предпринимательства усиливается все возрастающей конкуренцией в условиях длительного мирового экономического кризиса и, соответственно, все возрастающими требованиями к повышению эффективности деятельности предпринимателей, а также поиском способов решения конкретных практических задач в этой сфере [1].

*Цель настоящего исследования* заключается в определении роли образования женщин-предпринимателей при ведении бизнеса и оценке возможности повышения его результативности при использовании различных образовательных стратегий.

*Объектом данного исследования* являются женщины-предприниматели Западно-Казахстанской области Республики Казахстан.

*Гипотеза исследования:* одним из факторов для получения дополнительного образования женщинами-предпринимателями МСБ в условиях современного развития Западно-Казахстанской области Республики Казахстан выступает перепрофилирование бизнеса, поэтому образовательную стратегию, которая наиболее полно поможет при этом решении, обозначим как «перепрофилирование бизнеса». Другим фактором для получения дополнительного образования выступает развитие бизнеса, поэтому обозначим вторую стратегию – образовательная стратегия «развитие бизнеса».

Образовательная стратегия – это система спланированных действий, направленная на получение образования (дополнительных знаний, навыков, компетенций и т.д.), обусловленная рядом объективных факторов (развитие экономики, предпринимательский климат, политика в отношении предпринимательства, отрасль бизнеса и т.д.) и субъективных факторов (стаж занятости, уровень образования, должность, причины и мотивация занятия бизнесом и т.д.).

Обратимся к результатам социологического опроса женщин-предпринимателей «Образовательные стратегии женщин предпринимателей», проведенного автором в IV квартале 2019 года, и проверим данную гипотезу.

При проведении исследования использовалась сплошная выборка. Всего было опрошено 320 женщин-предпринимателей, осуществляющих свой бизнес в разных формах (ИП, ООО и т. д.) на территории Республики Казахстан.

Распределение респондентов по возрастным характеристикам представлено в таблице 1.

Таблица 1

**Распределение респондентов по возрастным характеристикам**

<i>Возраст, полных лет</i>	<i>Массив, %</i>
26-31	3
32-37	11
38-43	20
44-49	31
55-59	31
56-61	4

Важным показателем профессиональной успешности в бизнесе является стаж предпринимательской деятельности и уровень образования.

По данным социологического исследования на вопрос «Сколько лет вы занимаетесь предпринимательством?» респонденты ответили следующим образом (см. табл. 2).

Таблица 2

### Стаж предпринимательской деятельности

Количество лет	Массив, %
от 4-7	7
от 8-11	51
от 12-15	31
16-19	6
свыше 20	5

Выбор сферы для МСБ оказывает непосредственное влияние на прибыль предприятия и его развитие, поскольку наиболее востребованные отрасли на рынке формируют спрос на предприятия в данных отраслях и обеспечивают им высокий доход.

Согласно результатам опроса, большинство предприятий МСБ женщин-предпринимателей находится в сфере услуг – 68%, далее идет торговля – 18%, строительство – 5%, производство (переработка) сельхозпродукции – 2%, транспорт – 2%, реклама – 2%, связь – 1%, компьютерные технологии (IT-бизнес) – 1% (см. рис. 1).

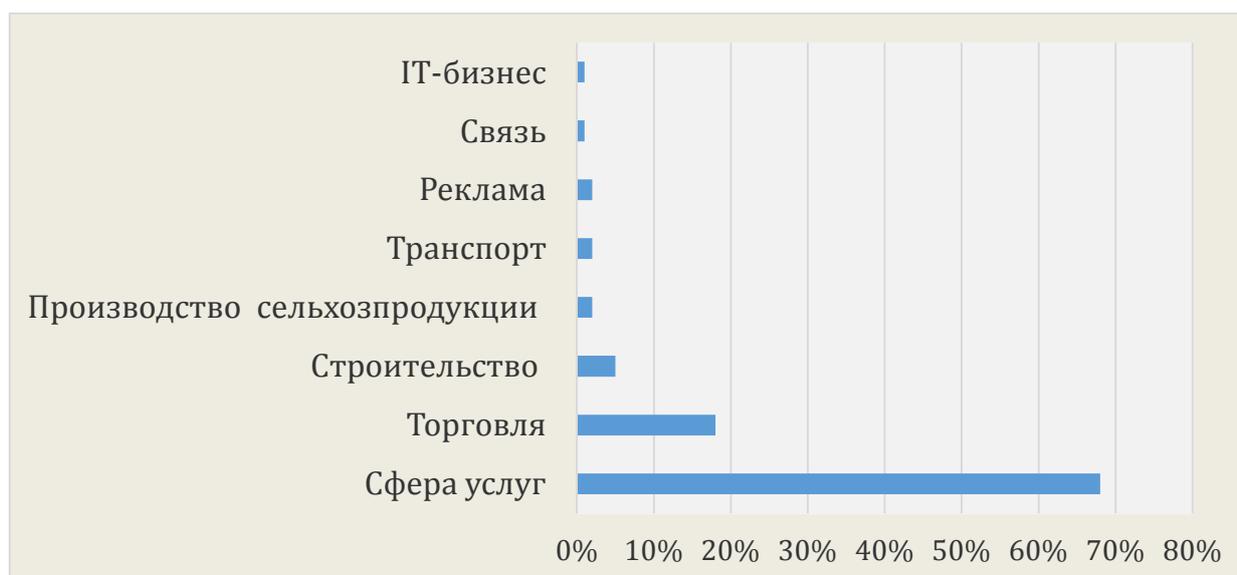


Рис. 1. Сфера деятельности женского предпринимательства

Правовой статус женщин-предпринимателей в большинстве представлен индивидуальными предпринимателями (ИП) – 73%,

ТОО – 18%, крестьянско-фермерскими хозяйствами (КФХ) – 8%, акционерными обществами (АО) – 1%.

Большая часть опрошиваемых женщин, занятых в сфере предпринимательства, имеет высшее образование (90%), а также, профессиональный опыт.

Проведенный опрос позволил выявить долю экономического образования у большей части опрошиваемых женщин-предпринимателей (37%). 9% опрошенных имеют медицинское образование, 8% – гуманитарное образование, 7% – инженерно-техническое образование, 6% – юридическое образование, 6% – сельскохозяйственное образование и 5% – управленческое образование.

Респонденты подчеркивали важность наличия высшего образования, несмотря на то что оно не всегда принималось во внимание при организации бизнеса. В то же время они считают высшее образование одним из ключевых условий для эффективного ведения предпринимательской деятельности и не в полной мере оценивают важность специализированных знаний в сфере, в которой они сами работают.

Распределение ответов на вопрос «Повлияло ли на открытие бизнеса Ваше образование?» представлено в таблице 3.

Таблица 3

#### Влияние образования на открытие бизнеса

<i>Ответы</i>	<i>Количество опрошенных, %</i>
Да	58
Скорее да, чем нет	16
Нет	19
Скорее нет, чем да	7

Распределение ответов на вопрос «Зависит ли успешность карьеры предпринимателя от наличия хорошего образования?» представлено в таблице 4.

Таблица 4

#### Зависимость успешной карьеры предпринимателя от наличия хорошего образования

<i>Ответы</i>	<i>Количество опрошенных, %</i>
Да	25
Скорее да, чем нет	22
Нет	29
Скорее нет, чем да	24

Тем не менее, высшее образование не обеспечивает понимания всех нюансов в сфере управления и финансов. Отсутствие эко-

номического образования приводит к неспособности принятия нестандартных решений, слабой информированности о деятельности организаций по поддержке развития предпринимательства [2, 3].

Женщины отметили, что им для ведения бизнеса не хватает экономических знаний (13%), правовых знаний (5%), знаний по иностранному языку (2%), знаний по маркетинговому продвижению товаров и услуг (1%). Необходимо сказать, что большинство женщин (81%) ответили, что знаний и навыков хватает.

Рассмотрим влияние факторов «перепрофилирование бизнеса» и «развитие бизнеса» при изучении образовательных стратегий женщин-предпринимателей Республики Казахстан.

При опросе выяснилось, что чаще всего прибегали к получению дополнительного образования при перепрофилировании бизнеса владелицы прибыльных предприятий:

- с ежегодной прибылью свыше 5600 тыс. тенге – 36%;
- с прибылью от 5100 тыс. тенге до 5500 тыс. тенге – 27%;
- с прибылью до 2500 тыс. тенге – 18%.

Логично, что чаще прибегали к получению дополнительного образования те владелицы бизнеса, для которых бизнес был мечтой, призванием (46%), в меньшей степени (27%) – те, для которых занятие бизнесом оказалось вынужденным в силу отсутствия другой работы и 18% – это женщины-предприниматели, для кого бизнес оказался случайным делом. Следовательно, мотивация занятия бизнесом является значимым показателем в выборе образовательных стратегий женщин-предпринимателей при смене профиля бизнеса.

Из тех женщин-предпринимателей, кто менял профиль своего предприятия, 95% респондентов ответили, что меняли его один раз, 5% – два раза. По правовому статусу предприятия ответы респондентов распределились следующим образом: ИП – 64%, ТОО – 27%, КФХ – 9%.

На вопрос «Когда Вы получили дополнительное образование при смене профиля бизнеса, как это отразилось на бизнесе?» большинство респондентов ответило, что никак не отразилось (56%), однако 22% опрошенных отметили, что увеличилась клиентская база (больше стало заказчиков, покупателей), а 11% опрошенных считают, что повысилась управленческая эффективность в принятии решений.

В результате использования данной образовательной стратегии женщины получили дополнительные знания по экономическим

вопросам ведения бизнеса (42%), по правовому обеспечению бизнеса (33%), по личностному росту (развитию лидерских качеств) (17%), по маркетинговому продвижению товаров и услуг (8%).

С точки зрения отраслей бизнеса 67% женщин-предпринимателей работают в сфере услуг (представляют образовательные, парикмахерские, медицинские услуги и услуги фитнес-индустрии) и 33% из сферы торговли получали дополнительное образование при перепрофилировании бизнеса.

Женщины-предпринимательницы, пользующиеся данной образовательной стратегией, имеют большой стаж занятости в предпринимательстве:

- от 12 до 15 лет – 46%;
- от 20 лет и выше – 27%;
- от 8 до 11 лет – 27%.

Из женщин-предпринимателей, обратившихся к образовательной стратегии «развитие бизнеса» 81% респондентов – ИП, 13% – представители ТОО, 6% – представители КФХ. Большинство респондентов (78%), воспользовавшихся данной образовательной стратегией, – это владелицы бизнеса, 18% – руководители предприятий, 4% – подчиненные, стаж работы которых варьируется от 8 до 20 лет и выше.

С точки зрения причин открытия бизнеса прибегали к образовательной стратегии «развитие бизнеса» 47% респондентов, считающих бизнес своей мечтой, 29% – полагающих, что бизнес – это вынужденная мера и 16% – оказавшихся в бизнесе случайно.

Полученные знания (в результате использования данной образовательной стратегии) помогли женщинам-предпринимателям в увеличении клиентской базы (25%), в улучшении качества продукции и услуг (8%), в повышении эффективности при принятии управленческих решений (2%) и привели к карьерному росту (2%).

Из всего вышеизложенного можно сделать вывод о том, что обе образовательные стратегии чаще используют женщины – индивидуальные предприниматели, владелицы прибыльных предприятий в сфере услуг, имеющие большой стаж ведения бизнеса. Показатель стажа является значимым при выборе образовательной стратегии «перепрофилирование бизнеса» (Хи-квадрат = 6,763,  $p=0,080$ ). Показатель «профиль образования» оказался значимым для респондентов при выборе образовательной стратегии «развитие бизнеса» (Х-и квадрат = 24,287,  $p=0,042$ ). С точки зрения получения знаний лидируют дополнительные знания по экономическим вопросам и по правовому обеспечению бизнеса. Большинство

предпринимательниц отметили, что в результате получения дополнительных знаний увеличилась клиентская база (больше стало заказчиков, покупателей) и повысилась эффективность при принятии управленческих решений.

Представленное исследование, посвященное значимости образования для женщин-предпринимателей Республики Казахстан и их профессиональной компетентности, свидетельствует о том, что данная проблематика сталкивается с рядом трудностей, детерминированных как экономическими, так и социальными факторами.

Выявление экономического аспекта специфики женского предпринимательства свидетельствует о низком уровне экономического образования при высоком общеобразовательном статусе респондентов, ориентации его преимущественно на выживание, что сказывается, прежде всего, на конкурентоспособности женского предпринимательства. Использование образовательных стратегий женщинами-предпринимателями поможет им в стремлении к самореализации и в профессиональном росте.

### **Литература**

1. Башлакова О. С., Джаникешева Б. Т., Орлова Л. В. Женское предпринимательство в странах таможенного союза через призму гендерного равенства // Социально-экономические явления и процессы. 2018. Т. 13. № 104. С. 50-57.

2. Орлова Л. В. Проблема обучения населения с предпринимательской активностью Республики Казахстан: социологический анализ женского бизнеса // Вестник Самарского муниципального института управления. 2014. № 4 (31). 120-128.

3. Orlova L. V., Sakhabieva G. A., Vasyaycheva V. A., Pronina N. N. Impact of Educational Attainment on the Development of Female Entrepreneurship in Kazakhstan// Indian Journal of Science and Technology. Indian Society for Education and Environment. 2016. Vol. 9. Issue 11. Pp. 197-204. DOI: 10.17485/ijst/2016/v9i11/89426.

4. В Казахстане создан Фонд поддержки женского предпринимательства. URL: <http://atameken.-kz/ru/news/29877-v-kazahstane-sozdan-fond-podderzhki-zhenskogo-predprinimatel-stva>.

*Статья поступила в редакцию 18.11.19 г.*

*Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*