

## ВЛИЯНИЕ ИНСТИТУТА ОБРАЗОВАНИЯ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРАКТИК НА ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЖЕНСКОГО БИЗНЕСА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

*В статье анализируется влияние института образования и образовательных практик на особенности развития женского бизнеса. Представлены результаты исследования, проведенного автором среди женщин-предпринимательниц, проживающих на территории Западно-Казахстанской области (ЗКО) Республики Казахстан. Выделены проблемы функционирования женского бизнеса с учетом региональных особенностей. В рамках исследования аргументируется положение о том, что именно такие факторы, как уровень образования и образовательные практики могут повысить предпринимательскую активность в среде женского предпринимательства.*

**Ключевые слова:** малый и средний бизнес, предпринимательская деятельность, бизнес-образование, женский бизнес.

В различных исследованиях, проведенных как российскими, так и казахскими специалистами, неоднократно говорилось о том, что в настоящее время сферу малого и среднего бизнеса (МСБ) все больше заполняют женщины-предприниматели. В Республике Казахстан женское предпринимательство, имеющее возрастающую динамику, соответствует общей гендерной статистике населения [1, 2, 3, 6, 7 и др.]. Так, в структуре МСБ Казахстана — 651784 субъекта, возглавляемых женщинами, их общий вклад в ВВП страны составляет 40% [5]. Но в обществе продолжают существовать и гендерные барьеры, что затрудняет развитие женского предпринимательства и приводит к неэффективному использованию женского трудового потенциала в экономике страны.

Среди исследователей, работы которых посвящены женскому предпринимательству в Республике Казахстан, необходимо выделить Ж. А. Нурбекову [4] (исследует теоретические предпосылки социологического изучения женского предпринимательства), Р. Б. Сарсенбаеву [7] (рассматривает рыночную трансформацию казахстанского общества в гендерном аспекте), С. М. Шакирову [9] (анализирует экономические аспекты женского предпринимательства), З. М. Мусину (изучает особенности развития женщин-предпринимателей как социально-профессиональной группы) [5].

Рассматривая развитие женского предпринимательства в Казахстане, необходимо затронуть и тему влияния на него института образования как социального института, играющего решающую роль как в социальной мобильности членов социума, так и в развитии общества в целом, что и будет являться *целью данной работы*. *Предметом настоящего исследования* выступит роль института образования через образовательные практики в развитии женского МСБ в Западно-Казахстанской области (ЗКО) Республики Казахстан, *объектом исследования* – женщины-предприниматели данного региона. Для этого обратимся к результатам социологического опроса, который был проведен автором статьи в 2020 году.

При проведении исследования было опрошено 468 человек. Отбор респондентов осуществлялся на основе неслучайной выборки, то есть путем отбора типичных представителей исследуемой категории.

По данным социологического опроса, оконченное высшее образование имеют 72% женщин, ведущих предпринимательскую деятельность в ЗКО, среднее образование имеют 12% предпринимательниц, неполное высшее – также 12% (см. табл. 1). То есть можно говорить о том, что жительницы ЗКО Республики Казахстан, занимающиеся предпринимательской деятельностью, в значительной мере имеют высокую квалификацию для того, чтобы воплощать свои цели в реальность.

Таблица 1

**Распределение респондентов по уровню образования**

<i>Образование</i>	<i>Количество человек в выборке</i>	<i>Доля от выборки (%)</i>
Ученая степень	21	4
Полное высшее	336	72
Неполное высшее	56	12
Среднее	54	12
Неоконченное высшее	1	0

Совпадение или несовпадение направления осуществляемой деятельности с образованием соотносится с параметрами идентификации респондентов. Поскольку большинство женщин-предпринимателей Казахстана получали образование в советский период, когда были востребованы специалисты узкого профиля на крупных производствах, направление их настоящей предпринимательской деятельности преимущественно не совпадает с полученным образованием (40%) либо совпадает лишь частично (31%), и только у 29% респондентов совпадает полностью.

Причиной для открытия бизнеса наибольшее количество опрошенных женщин назвали проблемы с трудоустройством и неудовлетворительный уровень оплаты труда. Только треть респондентов считают основной причиной создания собственного дела — потребность в самореализации (36%).

Большинство женщин, получивших поддержку и одобрение социума, начали предпринимательскую деятельность в сфере мелко-розничной торговли — сфере, традиционно закреплённой за женщинами. В то время как женщины, выбирающие иные виды деятельности, гораздо чаще сталкивались с той или иной формой неодобрения со стороны общества. В ЗКО существует достаточно организаций, поддерживающих малое и среднее предпринимательство (и, в частности, женское предпринимательство, как самостоятельное экономическое явление). Тем не менее, женщины-предприниматели Казахстана недостаточно активно пользуются предлагаемыми возможностями по причине слабой информированности, неудовлетворённости предлагаемыми услугами либо отсутствия четкого представления о перспективах подобного содействия. Представляется возможным также связать этот фактор с недостатком компетенций и уровнем образования в целом в сферах экономики и финансов, а также в сфере юриспруденции.

Опрос также показал, что для женского бизнеса в ЗКО малоактуальны инвестиции и содействие властей на этапе развития и расширения бизнеса (32% опрошенных). Предполагаем, что эти данные говорят об ориентированности женского бизнеса в ЗКО на выживание, а не на развитие. Характерной чертой женского предпринимательства в регионе является создание небольшого предприятия с нуля, на собственные средства и без перспектив его дальнейшего развития. Примером подобного предприятия является бизнес, связанный с мелко-розничной торговлей, и иные микрофирмы с низкой рентабельностью, которой хватает для выживания предприятия и обеспечения семьи женщины-предпринимателя. Действительно,

распределение ответов на вопрос о главной цели бизнеса в социальном аспекте подтверждает сделанный вывод: 47% опрошенных считают социальной целью своего бизнеса обеспечение дохода своей семьи. Еще для 34% респондентов социальная цель — обеспечение дохода себе и своему коллективу. Только 18% стремится прежде всего производить качественную продукцию для рынка.

Такое отношение к собственному предприятию не только демонстрирует отказ от развития, но и косвенно указывает на нехватку специальных знаний, без которых такое развитие невозможно. То есть в социальном плане женщины-предприниматели оказались достаточно активны и целеустремленны, чтобы начать собственное дело. Однако на дальнейшее его продвижение у них не хватает ресурсов, как материальных, так и интеллектуальных. Данная особенность женского бизнеса в ЗКО (ориентация на выживание, а не на развитие) негативно отражается на конкурентоспособности женского предпринимательства среди других регионов страны. Если же учитывать пограничное расположение региона, то проблему следует рассматривать уже в рамках Таможенного Союза [8].

Исследование показало, что 46% респондентов, получивших дополнительное образование, — это владелицы бизнеса, для которых его открытие было «мечтой», т.е. сознательно ориентированных на бизнес, 27% — женщины, для которых занятие бизнесом оказалось вынужденным в силу отсутствия другой работы, и 18% — это женщины-предприниматели, для которых бизнес оказался «случайным делом» [2]. Большая часть респондентов в той или иной форме проводит обучение и своего персонала. Не занимается обучением персонала только 31% респондентов. С учетом преобладания сферы торговли в распределении женского предпринимательства по сферам деятельности данный показатель является несущественной величиной. Но в целом можно утверждать, что сами женщины-предпринимательницы понимают важность дополнительного образования. То есть при наличии соответствующих условий можно рассчитывать, что они заинтересуются не только повышением уровня своих сотрудников, но и собственным профессиональным уровнем. Распределение ответов на вопрос «Проводите ли вы обучение своих сотрудников?» представлено в таблице 2.

Опрос показал, что женская предпринимательская деятельность в ЗКО начинается преимущественно с нуля и с малых форм бизнеса. Для женщин, организующих бизнес, не характерно получение дополнительного бизнес-образования на специализированных курсах. Иногда они проходят стажировку или заканчивают узкоспе-

циализированные курсы по своей профессиональной деятельности. В целом в сегменте МСБ женский бизнес представлен незначительно, в сегменте крупного бизнеса женщин-предпринимателей нет. Это подтверждается существенным влиянием патриархальных образцов поведения в социуме Республики Казахстан.

Таблица 2

**Распределение ответов на вопрос об осуществлении  
практики обучения персонала**

<i>Ответы</i>	<i>Количество человек в выборке</i>	<i>Доля от выборки (%)</i>
Да, провожу внутри компании	184	39
Да, провожу внутри компании и отправляю персонал на курсы, стажировки	90	19
Да, отправляю персонал на курсы, стажировки	47	10
Нет, не провожу	147	31

Согласно результатам проведенного опроса казахстанские женщины стремятся открыть свое дело в поисках независимости и свободы. Так, 41,1% опрошенных женщин-предпринимателей объяснили создание собственного бизнеса желанием работать по свободному графику и быть независимыми от посторонней воли. Еще одна причина ухода женщин в бизнес — стремление к финансовой независимости: 40,9% опрошенных женщин-предпринимателей заявили, что их привлекает реальная возможность прибыльности бизнеса.

Из всего вышеизложенного важно отметить, что женский бизнес в ЗКО РК на данный момент не занимает существенного места в социальной структуре и не демонстрирует высокой экономической эффективности. Это связано с проблемами на рынке труда, дефицитом опыта работы женщин-предпринимательниц в конкурентных условиях, нестабильностью бизнес-среды и отсутствием платежеспособного спроса. Образование является важным фактором, влияющим на становление и развитие женского бизнеса. Но профиль ориентированности бизнеса не всегда связан с профилем образования у предпринимательниц. В ЗКО женщины предпринимательницы как городских, так и сельских поселений активно включены в программы поддержки женского предпринимательства и используют образовательные стратегии реквалификации при вхождении в сферу предпринимательства и повышения квалификации для развития уже имеющегося бизнеса.

При этом все вышеперечисленные проблемы детерминированы социальными факторами в большей степени, чем экономическими. То есть на данный момент женское предпринимательство в ЗКО находится в процессе своего становления и в большей степени нацелено на укрепление и стабилизацию позиций, чем на развитие бизнеса.

### **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. Джаникешева Б. Т. Образовательные стратегии женщин-предпринимателей в Республике Казахстан // Вестник Самарского муниципального института управления. 2019. № 4. С. 74-81.

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. 2016. Т. 9. № 11. С. 197-204. DOI: 10.17485/ijst/2016/v9i11/89426.

4. Нурбекова Ж. А. Теоретические предпосылки социологического анализа женского предпринимательства // Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: Философия, социология, культурология, социальная работа. 2013. Вып. 4 (51). С. 101-107.

5. Orlova L.V., Musina Z. M., Dzhaniakesheva B. T. Dialogue as a Problem Area of Communication between the Authorities and the Public // Media Watch. 2020. Vol. 11 (1). Pp. 177-190. DOI: 10.15655/mw/2020/v11i1/49755.

6. Orlova L. V. To the Problem of Entrepreneurs Training in the Kazakhstan Republic: Sociological Analysis of Women Business // Bulletin of Samara Municipal Institute of management. 2014. № 4 (31). Pp.120-129.

7. Сарсембаева Р. Б. Рыночная трансформация Казахстанского общества. Опыт гендерного анализа: монография. Алматы: ЛЕМ, 2004. 252 с.

8. Семенычев В. К., Морозов В. В., Орлова Л. В., Башлакова О. С. Таможенный союз – стратегии развития малого предпринимательства: монография. Самара: САГМУ, 2012. 256 с.

9. Шакирова С. М. Женское предпринимательство в Казахстане. Очерк развития и текущего состояния. URL: <http://wlf.kz/statystyka/47-zhenskoe-predprinimatelstvo-v-kazahstane-ocherk-razvitiya-i-tekuschego-sostoyaniya.html>.

*Статья поступила в редакцию 03.02.22г.*

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