

УДК 334.7; 331.101.23  
JEL classification: J16; M13

<https://doi.org/10.33619/2414-2948/41/40>

## АНАЛИЗ МОТИВАЦИЙ ЖЕНЩИН-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В КАЗАХСТАНЕ

©*Низамова Г. А., Казахская академия труда и социальных отношений*  
*Алматы, Казахстан, guzelya\_saitova@mail.ru*

©*Смагулова Н. Т., ORCID: 0000-0002-6610-1010, д-р экон. наук,*  
*Казахская академия труда и социальных отношений,*  
*г. Алматы, Казахстан, smagulova.n.t@mail.ru*

## MOTIVATIONS ANALYSIS OF WOMEN ENTREPRENEURS IN KAZAKHSTAN

©*Nizamova G., Kazakh Academy of Labor and Social Relations,*  
*Almaty, Kazakhstan, guzelya\_saitova@mail.ru*

©*Smagulova N., ORCID: 0000-0002-6610-1010, Dr. habil., Kazakh Academy of Labor*  
*and Social Relations, Almaty, Kazakhstan, smagulova.n.t@mail.ru*

*Аннотация.* Развитие женского предпринимательства носит экономический характер: увеличение количества рабочих мест, занятость женщин в производстве. Деятельность женщин–предпринимателей основана на мотивациях к бизнесу. Исследование проводилось на основе анализа научной литературы, посвященной становлению и развитию женского предпринимательства, опроса женщин, занимающихся предпринимательской деятельностью, анализа статистической отчетности. Анализируются мотивы участия женщин в бизнесе. Предложена структура мотивов малого бизнеса и выделены особенности мотиваций женщин–предпринимателей. В результате исследования определены категории женщин–предпринимателей. В статье показаны тенденции развития женского предпринимательства в Казахстане и выявлены проблемы его развития.

*Abstract.* In modern society, women's entrepreneurship has a special role. Woman entrepreneur is the bearer of new thinking, philosophy and lifestyle, values and morality. The female factor is aggressively breaking into the modern picture of the world, demanding a rethinking of the ultimate foundations of a new civilization. The study was based on the analysis of scientific literature on the formation and development of female entrepreneurship, the survey of women involved in entrepreneurial activities, the analysis of statistical reporting. The motives of women's participation in business are analyzed. The structure of the motives of small business is proposed and the features of the motivations of women entrepreneurs are highlighted. The study identified the types of women entrepreneurs. The article shows the development trends of women's entrepreneurship in Kazakhstan and identified the problems of its development.

*Ключевые слова:* женское предпринимательство, малый бизнес, ВВП, гендерный паритет, мотивация, структура мотивов, мотивационный индекс, активность, самореализация экономические процессы, проблемы женского бизнеса.

*Keywords:* women's entrepreneurship, small business, GDP, gender parity, motivation, the structure of motives, motivational index, activity, self-realization, economic processes, problems of women's business.

Согласно Глобальному мониторингу предпринимательства (GEM) около 163 млн женщин в 74 странах мира начали свой бизнес в 2016 г., в то время как 111 млн женщин уже управляли своим существующим бизнесом. Казахстан является частью этого глобального тренда. В настоящий момент доля женщин, создающих компании в сфере МСБ, составляет более 50%. При этом среди всех индивидуальных предпринимателей женщин даже больше — их 66% [1]. Такие цифры говорят не только об актуальности вопросов женского предпринимательства, но и показывают, какое влияние женщины в бизнесе будут оказывать на экономические процессы в мире.

### *Результаты исследования и их обсуждение*

Анализ исследования, показал, что существует огромный потенциал развития женского предпринимательства в Казахстане; увеличивается количество женщин-предпринимательниц в среднем и крупном бизнесе, а также в важнейшем для нас секторе инноваций и производства. Этот глобальный феномен в экономике нельзя игнорировать и уж тем более заявлять, что в бизнесе не важен гендерный паритет и что в предпринимательстве нет пола. Эти предубеждения могут нести вполне существенную цену вопроса. Например, по данным компании McKinsey, если женщины смогут участвовать в бизнесе наравне с мужчинами по всему миру, то глобальный ВВП может вырасти на \$28 млрд к 2025 г. Вклад женщин в ВВП нашей страны уже составляет 40% и эта цифра может только расти с ростом роли женщин в предпринимательстве [4–6].

Безусловно, что для женщин характерен свой взгляд на вещи. Именно поэтому, женщина идет в бизнес, чтобы решить ту проблему, с которой она сама сталкивается в жизни. Это обстоятельство приводит к тому, что женщина стремится решить свою проблему, разработав свое производство. Значительная часть их идей и талантов приводят к инновациям в экономике. Женщинам приходится изучать интересующие ее вопросы и предпринимать действия по их решению, включая в ход свою фантазию и предприимчивость. Именно так начинали когда-то добившиеся успеха Коко Шанель, Тори Берч, Элизабет Арденили, Сара Блэйкли (<https://forbes.kz/woman/>).

Женщины реинвестируют более 90% своих доходов в свои семьи и в образование своих детей. Очевидно, что инвестиции в женский бизнес создают больший вклад в развитие общества — поддерживая одну женщину, они поддерживают сотни. Свидетельство тому, что каждый заработанный тенге женщины тратят на поддержание семейного бюджета и покупку продуктовой корзины, одежды, на оплату частных детских садов, школ, курсов развития детей, поездки и путешествия, тем самым поддерживая этот частный бизнес [4].

Отсюда следует, что женское предпринимательство может снизить уровень бедности и безработицы в стране. Цифры по уровню бедности достаточно противоречивы в Казахстане. Официальная статистика «говорит» о 5%, в то время как отчеты Всемирного банка — о том, что почти 20% людей в стране живут за чертой бедности (<https://forbes.kz/woman/>).

Исследуя вопросы гендерного паритета, следует отметить, что в настоящее время во многих странах он не наблюдается, несмотря на это активность женщин в обществе растет с каждым годом. В Казахстане женщина в бизнесе это уже не новое, но и не настолько распространенное явление, как в развитых странах. Если в топ-менеджменте международных компаний половину руководящего состава представляют женщины, то совсем другую ситуацию наблюдается в Казахстане. В большинстве случаев причина гендерного неравенства — традиционный уклад и культурные особенности каждого государства. Хотя женщины в XX веке получили избирательные права, но до сих пор не наблюдаем гендерного паритета во многих странах. К примеру, в половине европейских стран представительство

женщин в политике не превышает 14%. Средняя цифра колеблется около 21-22%, больше — в скандинавских странах. В нашей стране улучшаются позиции по уровню гендерного равенства в мире, делая при этом женщину все более вовлеченной в политическую и бизнес-среду. Свидетельство тому, что если в прошлом созыве парламента Казахстана представительство женщин составляло 18%, то в нынешнем созыве уже 24% (<https://forbes.kz/woman/>).

Изучая влияние факторов, которые препятствуют женщинам заниматься бизнесом, интересным явилось то, что женщинам порой не достает мотивации. Как показало исследование, женщинам важны не столько финансовая поддержка, сколько моральная; то есть мотивация и внутренние драйверы, чтобы решиться действовать. Кроме того, можно отметить поддержку и одобрение бизнес-инициативы своих подруг, рассказывая им свои истории успехов и провалов. Все это позволит создать большой всплеск развития женского предпринимательства в Казахстане.

В условиях ограниченности материальных и финансовых ресурсов важнейшим фактором активизации предпринимательской деятельности, как видно, является мотивация. Важным вопросом мотивации является усиление ее воздействия не столько на количественный рост малого предпринимательства, сколько на повышение деловой активности предпринимателей (Таблица).

Таблица.

#### СТРУКТУРА МОТИВОВ ЖЕНСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

<i>Базовые потребности</i>	<i>Индикаторы</i>
Физиологические потребности	Заработать на хлеб насущный
Потребность в безопасности	Обеспечить безопасность себе и семье Обеспечить безбедное будущее своей семье Обрести уверенность и защищенность в жизни
Потребность в социальных связях	Иметь более широкие и прочные контакты с другими людьми Привлечь своих детей к ведению бизнеса
Потребность в оценке, признании	Получить признание и одобрение со стороны окружающих Добиться успеха в жизни Повысить свой социальный статус
Потребность к самоактуализации	Реализовать свои возможности и способности

Проведенное исследование позволило выявить мотивы женского предпринимательства в зависимости от степени важности. Прежде всего, это получение высокого дохода как основная цель прихода в бизнес. В результате которого женщина хочет обеспечить безбедное будущее не только себе, но и своим детям; повысить свой социальный статус; не работать под чьим-то началом, а быть хозяином своего дела; обрести уверенность и защищенность в жизни; быть независимым и востребованным человеком в обществе; добиться успеха в жизни.

Основной мотив прихода женщин в бизнес — это потеря места работы. Это подтверждает опрос, который показал, что из 10 женщин — 7-8 назвали именно эту причину.

Следующий мотив — стремление «добиться успеха в жизни», т. е. мотив, занимающий промежуточное положение между потребностью в признании (оценке, одобрении) и потребностью самоактуализации. Данный мотив побуждает к предпринимательству примерно каждую четвертую женщину, так как он играет большую роль в поведении женщин-предпринимателей и молодых предпринимателей [1].

Другой мотив — это «обрести уверенность и защищенность в жизни», только в отличие от предыдущего мотива, он имеет сравнительно большее значение для женщин, нежели для предпринимателей-мужчин и предпринимателей из старшей возрастной группы. Данный мотив связан непосредственно с потребностью в безопасности, как и два последующих мотива — «обеспечить безопасное будущее своей семье» и «обеспечить безопасность себе и семье» — занимающий, соответственно, пятый и шестой места в рейтинге значимости.

Анализ мотивов показал, что можно их представить в иерархической структуре мотивов малого предпринимательства (Таблица).

Далее приведем структуру мотивации казахстанских предпринимателей, представленная на Рисунке 1, в разрезе регионов республики.

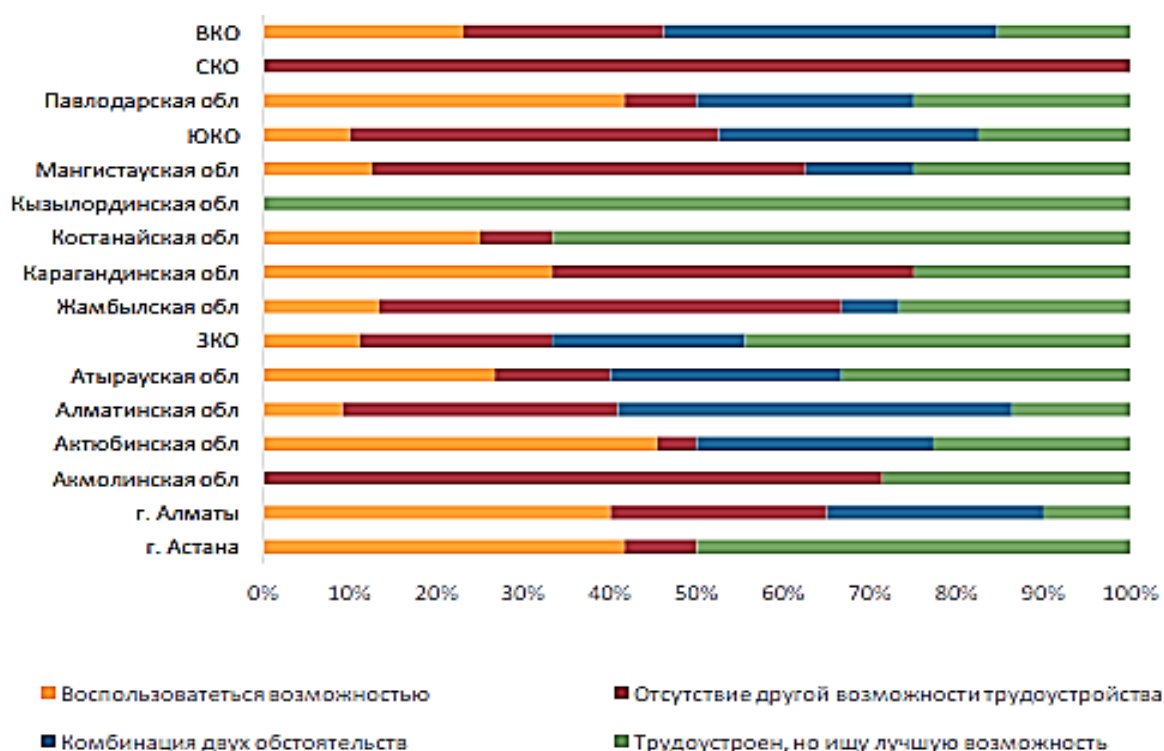


Рисунок 1. Мотивы предпринимательской деятельности в разных регионах Казахстана, 2016 (<https://gsb.nu.edu.kz/wp-content/>).

Как видно, для большинства предпринимателей Актюбинской и Павлодарской области, а также г. Астаны открытие собственного дела мотивируется реализацией бизнес-возможности. В Северо-Казахстанской области респонденты отметили, что занимаются бизнесом из-за отсутствия другой альтернативы заработка, т. е. относятся к вынужденным предпринимателям. Половина предпринимателей Алматинской области выбрали комбинацию двух причин, то есть 50% всех опрошенных в регионе заняты предпринимательством добровольно — вынужденно. Примечательно, что в Кызылординской области 100% опрошенных людей имеют постоянную работу, вместе с тем, ищут более широкие возможности. Значение данного показателя можно оценить двояко: уровень занятости в регионе достаточно высокий, тем не менее, возможно занятое население не удовлетворено уровнем заработка.

Вышеперечисленные мотивы можно сгруппировать следующим образом:

- воспользоваться возможностью — получение высокого дохода, добиться успеха в жизни;

- отсутствие другой возможности трудоустройства — реализовать свои возможности и способности, вынужденное предпринимательство;
- трудоустроен, но ищущую лучшую возможность — повысить свой социальный статус, стать хозяином своего дела;
- комбинация двух обстоятельств – добровольно-вынужденно.

Естественно, на успех женского бизнеса, прежде всего, влияет то, с какой установкой женщины приходят в предпринимательскую сферу [2]. Чем является для них бизнес: делом жизни, вынужденным или случайным занятием? Анализ данных социологических исследований, позволил выделить три типа женщин-предпринимателей.

Первый тип — это «настоящие бизнес-леди». Их выбор мотивирован внутренним желанием добиться успеха в предпринимательстве, самые серьезные намерения и живой интерес к данной деятельности.

Ко второму, самому многочисленному типу относятся женщины-предприниматели «по случаю», то есть те, которые оказались в нужное время в нужном месте. Решение заняться бизнесом они приняли спонтанно, оказавшись под влиянием случайных обстоятельств: благодаря неожиданным благоприятным перспективам, по примеру или совету друзей/знакомых, на основе какой-то внешней информации и пр.

И последний, третий тип — предприниматели поневоле. К ним относятся деловые женщины, оказавшиеся в непростых жизненных ситуациях и вынужденные открыть свое дело ввиду каких-либо негативных обстоятельств. Эта группа является самой малочисленной. Мотивация их выбора — безработица либо ее угроза, проблемы с финансами и отсутствие средств к существованию.

В результате психологических исследований выявили, что успех в предпринимательской деятельности, прежде всего, определяют такие социально-психологические качества, общительность, контактность, интеллект, настойчивость в достижении целей, дипломатичность, восприимчивость к инновациям. Гораздо слабее воздействие статусных характеристик: среди них, к примеру, профессиональное образование, подтвержденное годами работы, связи в деловой среде, подходящий возраст, не загруженность семейными делами. Далее по приоритетности влияния на успех стоят факторы, связанные с политическим и экономическим положением в стране: поддержка государственными органами, подходящая ситуация на рынке и другие.

В рейтинге препятствий на пути становления женщин-предпринимателей на первом месте по силе своего отрицательного воздействия стоит обстановка в стране. Это и противоречивость законов о предпринимательстве, и отсутствие гарантий и поддержки со стороны государства, и экономическая нестабильность. На втором месте — статусные характеристики: отсутствие финансовых сбережений, необходимость ухода за членом семьи, маленькие дети, проблемы со здоровьем. И уже на третьем месте препятствуют различные социально-психологические помехи: повышенная эмоциональность, недостаток жесткости и бойцовских качеств, законопослушность, слабый интерес к сверхприбыли.

Далее анализ исследования показал, что число женщин-предпринимательниц растет с каждым годом. Как видно на Рисунке 2, количество действующих компаний в секторе малого и среднего бизнеса за год выросло на 9,3% и составило на конец сентября 2018 г. 272,4 тыс. К тому же женский бизнес развивается быстрее: в стране уже 81,9 тыс предприятий под руководством женщин — на 11,1% больше, чем годом ранее. Доля компаний с женщинами-руководителями за год выросла с 29,6% до 30,1% [3].

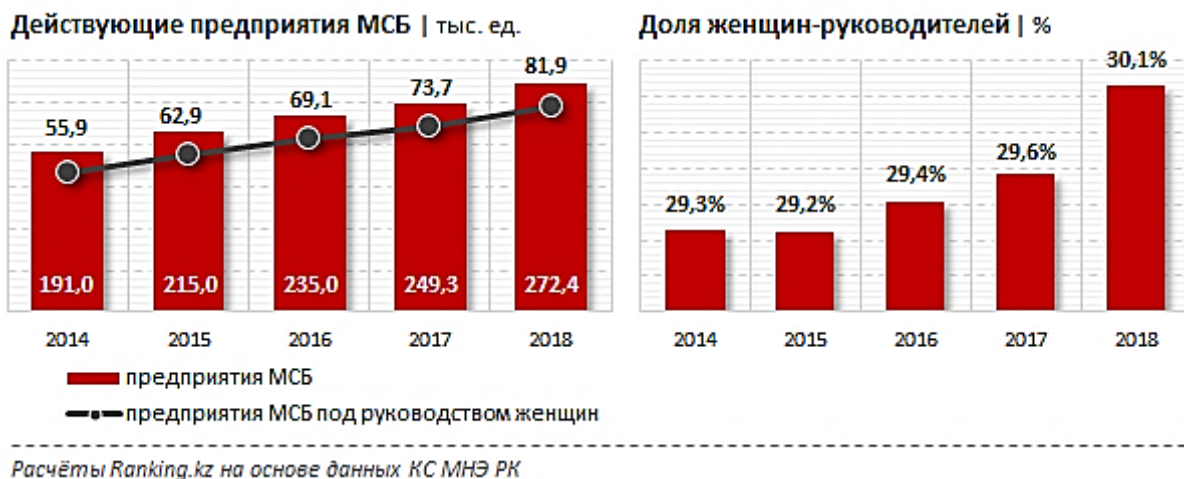


Рисунок 2. Предприятия МСБ (<https://www.zakon.kz/4943321>).

Аналитический обзор развития женского предпринимательства выявил, что в основном преобладают тенденции по таким видам деятельности отраслей, где доля женщин составляет от общего количества субъектов МСБ:

- образование — 64%,
- услуги по проживанию и питанию — 64%,
- деятельность домашних хозяйств — 64%,
- операции с недвижимым имуществом — 60%,
- оптовая и розничная торговля — 58%,
- здравоохранение и социальные услуги — 52%,
- сельскохозяйственная сфера — 2%.

При функционировании малых предприятий, где руководители женщины, сталкиваются с проблемами, в частности: нехватка финансовых ресурсов, низкая бизнес-грамотность, получение кредита для ведения бизнеса, сужение внутреннего потребительского рынка, существующая система налогообложения. Налоговая политика государства по отношению к малому предпринимательству в большей степени носит фискальный, а не стимулирующий характер. Она обеспечивает интерес заниматься любым видом деятельности, только не предпринимательской. Главные ее недостатки заключаются, во-первых, в чрезмерно высоком уровне налогов. Они не стимулируют рост производства, что в условиях его падения является необходимым. Во-вторых, сама налоговая система нестабильна, часто меняется. К тому же ряд налоговых законов не носят прямого действия, а дополняются множеством подзаконных актов, как правило, запаздывающих и нередко изменяющих цель самих законов. В-третьих, множественность налогов, в которых предприниматель просто теряет ориентиры. По этим причинам производством конкретных товаров заниматься стало невыгодно предпринимателям. Главная проблема заключается в отсутствии тенденций экономического роста в ответ на действия государственных органов, стимулирующих и поддерживающих предпринимательство.

В ходе анализа реализованных и планируемых программ поддержки малого предпринимательства различного уровня выявляются несогласованность заявленных целей и используемых средств, недостаточная четкость идентификационных критериев. Опираясь на опыт развитых стран для более успешного ведения предпринимательства в нашей стране, было предложено ввести школы бизнеса, школы менеджмента, информационные центры,

семинары для информирования и консультирования населения в том или ином вопросе. Следовательно, для решения вышеперечисленных проблем и успешного развития женского бизнеса необходимо совершенствовать законодательно-правовую базу предпринимательства.

#### *Заключение*

Таким образом, в результате проведенного исследования выявлено, что:

- увеличилась активность женщин в предпринимательской деятельности и их вкладе в развитие национальной экономики, что подтверждает статистика – доля женщин в МСБ составляет более 50% и доля женщин в ВВП нашей страны составляет 40%.

- анализ мотивов показал возможность их сгруппировать в четыре группы (воспользоваться возможностью; отсутствие другой возможности трудоустройства; трудоустроен, но ищущую лучшую возможность; комбинация двух обстоятельств), а также на основе характерных черт (индикаторов) мотивов была предложена иерархическая структура мотивов женского предпринимательства;

- на основе аналитического обзора различных причин ведения женщинами бизнеса можно сформировать три типа женщин предпринимателей;

- существуют проблемы развития малого бизнеса женщин: отсутствие у женщин ликвидного залогового имущества для получения доступа к финансовым ресурсам; недостаточно стимулирующих условий для роста женских предприятий в некоторых сферах экономики, в частности сельскохозяйственной сфере; низкий уровень бизнес-ориентированной подготовки для деловой активности женщин с учетом особенностей региона и каждой отрасли. В связи с чем необходимо совершенствовать законодательно-правовую базу предпринимательства для успешного развития женского бизнеса.

#### *Список литературы:*

1. Сарсембаева Р. Б. Экономические возможности женщин Казахстана // Источник. 2003. Т. 3541. С. 145-149.
2. Лаубертс К. Ю., Орлова Л. В. Социологический анализ влияния образования на женское предпринимательство (на примере Западно-Казахстанской области) // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2017. №4 (44). DOI: 10.21685/2072-3016-2017-4-11.
3. Пиньковецкая Ю. С. Развитие женского предпринимательства: экономические и социальные аспекты // Вопросы управления. 2018. №4 (34). С. 90-99.
4. Chu H. M. et al. Chinese entrepreneurs: Motivations, success factors, problems, and business-related stress // Journal of Chinese Entrepreneurship. 2011. V. 3. №2. P. 84-111. <https://doi.org/10.1108/17561391111144546>.
5. Davis P. J. The global training deficit: the scarcity of formal and informal professional development opportunities for women entrepreneurs // Industrial and Commercial Training. 2012. V. 44. №1. P. 19-25. <https://doi.org/10.1108/00197851211193381>.
6. Davis P. J., Abdiyeva F. En route to a typology of the female entrepreneur? Similarities and differences among self-employed women // Journal of Management Policy and Practice. 2012. V. 13. №4. P. 121-137.

#### *References:*

1. Sarsembaeva, R. B. (2003). Ekonomicheskie vozmozhnosti zhenshchin Kazakhstana. *Istochnik*, 3541, 145-149. (in Russian).

2. Lauberts, K. Yu., & Orlova, L. V. (2017). Sociological analysis of the effect of education on women's entrepreneurship (by the example of West-Kazakhstan Region). *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedenii. Povolzhskii region. Obshchestvennye nauki*, (4). DOI: 10.21685/2072-3016-2017-4-11. (in Russian).

3. Pin'kovetskaya, Yu. S. (2018). Razvitie zhenskogo predprinimatel'stva: ekonomicheskie i sotsial'nye aspekty. *Voprosy upravleniya*, (4), 90-99. (in Russian).

4. Chu, H. M., Kara, O., Zhu, X., & Gok, K. (2011). Chinese entrepreneurs: Motivations, success factors, problems, and business-related stress. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 3(2), 84-111. <https://doi.org/10.1108/17561391111144546>.

5. Davis, P. J. (2012). The global training deficit: the scarcity of formal and informal professional development opportunities for women entrepreneurs. *Industrial and Commercial Training*, 44(1), 19-25. <https://doi.org/10.1108/00197851211193381>.

6. Davis, P. J., & Abdiyeva, F. (2012). En route to a typology of the female entrepreneur? Similarities and differences among self-employed women. *Journal of Management Policy and Practice*, 13(4), 121-137.

Работа поступила  
в редакцию 15.03.2019 г.

Принята к публикации  
21.03.2019 г.

---

Ссылка для цитирования:

Низамова Г. А., Смагулова Н. Т. Анализ мотиваций женщин-предпринимателей в Казахстане // Бюллетень науки и практики. 2019. Т. 5. №4. С. 293-300. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/41/40>.

Cite as (APA):

Nizamova, G. & Smagulova, N. (2019). Analysis of motivations of women entrepreneurs in Kazakhstan. *Bulletin of Science and Practice*, 5(4), 293-300. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/41/40>. (in Russian).