

MPHTI 06.56.21

JEL Classification: M2

DOI: <https://doi.org/10.52821/2789-4401-2023-4-30-44>

## ӘЙЕЛДЕР БИЗНЕСІНІҢ ЭКОЖҮЙЕСІН НЫҒАЙТУ: ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ӨңІРЛІК БИЛІК ОРГАНДАРЫНЫҢ РӨЛІ

Н. К. Альджанова<sup>1</sup>, Н. Жақсыбаева<sup>1\*</sup>, Ш. Юсафзай<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Назарбаев университеті жанындағы Кәсіпкерлікті зерттеу орталығы,  
Назарбаев Университетінің Жоғары бизнес мектебі, Астана, Қазақстан Республикасы

---

### АНДАТПА

*Зерттеудің мақсаты:* дамушы елдердегі, әсіресе Қазақстандағы жергілікті билік органдарының әйелдер кәсіпкерлігін ілгерілету, қолдау және тұрақты дамытудағы рөлін зерттеу болып табылады.

*Әдістеме:* бұл зерттеу жергілікті өзін-өзі басқару органдарының әйелдер кәсіпкерлігін көтермелеу мен қолдаудағы рөлін зерттеу мақсатында бар маңызды әдебиеттерді негізгі бөлімде талдауды қамтиды. Зерттеу әдістемесі жалпы ресми статистика мағлұматтарын, сонымен қатар, әйелдер кәсіпкерлігі саясатына қатысты мүдделі тараптармен сұхбаттау, сұхбаттарды талдау, маңызды тақырыптарды анықтау және кодтауды қамтиды.

*Зерттеудің әсері:* зерттеу жауапты мемлекеттік органдар үшін ұсыныстар әзірлеу арқылы мүдделі тараптарға құнды мағлұматтар мен жүзеге асырылатын жоспарларды ұсынуға бағытталған. Зерттеу экономикалық өсуді ынталандыру және гендерлік теңдікті ілгерілету үшін әйелдердің кәсіпкерлікке қатысуының маңыздылығы туралы ақпаратты қорытындылауға бағытталған.

*Зерттеу нәтижелері:* зерттеу жергілікті өзін-өзі басқару органдарының әйел кәсіпкерлерді қолдау мен олардың мүмкіндіктерін кеңейтудегі рөліне қатысты маңызды тұжырымдарды анықтады. Бұл нәтижелер кәсіпкерлік саласындағы әйелдердің алдында тұрған мәселелерді жақсырақ түсінуге ықпал етеді және оларды шешу бойынша ұсыныстар береді.

*Түйінді сөздер:* әйелдер кәсіпкерлігі, экономикалық өсу, гендерлік теңдік, жергілікті басқару, қолдау, мүмкіндіктерді кеңейту, ресурстар, саясат, мүдделі тараптар.

*Алғыс:* Мақала «Қазақстандағы кәсіпкер әйелдерге арналған кәсіпкерлік экожүйені (КЭЖ) құру» ИРН AP14871324 ғылыми жобасы бойынша гранттық қаржыландыру шеңберінде орындалды.

### КІРІСПЕ

Дүние жүзіндегі мемлекеттер жаңа жұмыс мүмкіндіктерінің көпшілігі жаңа бизнестің дамуымен байланысты екенін көрсететін зерттеулерге жауап ретінде кәсіпкерлікті ынталандыру үшін мемлекеттік саясатты, соның ішінде заңдарды, ережелерді, бағдарламаларды және бюджеттік қаржыландыруды қабылдады [1; 2]. Бұл егжей-тегжейлі құжатталған және мемлекеттерді кәсіпкерлікке қолдау көрсетуге итермелеген [3; 4], сонымен қатар инновациялар мен кәсіпкерлік өсуді ынталандыратын инфрақұрылымды салу мен қолдауды өз елінің болашақ экономикалық әл-ауқатына құнды инвестиция ретінде қарастырған. Көптеген елдерде бұл жан жақты саяси бастамалар әйелдер кәсіпкерлігін қолдауға бағытталған.

Әйелдер кәсіпкерлігін дамыту халықтың маргиналды топтары үшін жұмысқа орналасу мүмкіндіктерін кеңейту, сондай-ақ әлеуметтік жауапкершілік, ашықтық және корпоративтік адалдық бағытында бизнес-ортаны дамыту сияқты оң ықпал әкеледі [5; 6; 7]. Әлемдік жұмыс күшінде 41% - дан астамы әйелдер еңбек нарығына баға жетпес таланттарды әкеледі және 20 трлн доллардан асатын жылдық тұтыну шығындарына айтарлықтай әсер етеді (GEM). Сонымен қатар, бүкіл әлемде өз бизнесін ашатын немесе басқаратын 252 миллионнан астам кәсіпкер әйелдер бар, ал тағы 153 миллион қолданыстағы

бизнесі басқарады [8]. Әйелдер инновацияның қозғаушы күші және жұмысқа орналасу мүмкіндіктерін жасаушылар болып табылады, нәтижесінде бұл соңғы жылдары әйелдер кәсіпкерлігіне ғылыми және саяси қызығушылықтың артуына әкелді [9]. Сондықтан әйелдердің кәсіпкерлік қызметіне байланысты мотивацияларды, жәрдемдесу құралдарын және шектеулерді зерттеудің маңыздылығы атап көрсетіледі.

Әйелдердің айтарлықтай кәсіпкерлік дағдылары мен инновациялық әлеуеті бар екендігі мойындалғанымен, мәдени және әлеуметтік кедергілерді қоса алғанда, нақты гендерлік кедергілерге, капитал мен ресурстарға қолжетімділіктің шектелуіне және желі мүмкіндіктерінің болмауына байланысты бұл әлеуеттің айтарлықтай бөлігі пайдаланылмай қалады [10]. Бұл кедергілер көптеген әйелдерді өзін-өзі жұмыспен қамтуға итермелейді және әйелдерге тиесілі бизнестің өсуі мен ұзақ өмір сүруіне кедергі келтіреді [11]. Нәтижесінде, шағын бизнеске иелік ету және өзін-өзі жұмыспен қамту саласында ер адамдар әлі де басым [12; 13].

Кәсіпкерлік саясатқа гендерлік бейтарап көзқарас кәсіпкердің ұтымды, өзімшіл, пайда табуға бағытталған жеке тұлға екенін көрсетеді [14; 15]. Алайда, осы ұғымға сүйене отырып, мұндай адамдар қоршаған ортаға тән әлеуметтік немесе географиялық шектеулерді ескермей әрекет ететінін білдіреді. Бұл көзқарасты жоққа шығару үшін [15] сыртқы нормативтік және әлеуметтік-экономикалық жағдайды ескере отырып, кәсіпкерліктегі гендерлік алшақтықты анықтауға тырысатын гендерлік сезімтал құрылымды қарастырған жөн. Әйелдер бизнесіне қатысты құқықтық базаны жақсарту үшін гендерлік көзқарастың бағытын түсіну де маңызды. Осы мәселелерді шешу үшін жергілікті өзін-өзі басқару органдары ресурстарды қамтамасыз ету, саясатты әзірлеу және басқа мүдделі тараптармен байланыс орнатуға көмектесу арқылы әйелдер кәсіпкерлігін қолдауда шешуші рөл атқара алады [16; 17; 18]. Бұл қолдау қаржыландыру, техникалық көмек және кәсіпкерлердің желілер мен ресурстарға қол жетімділігі түрінде жүзеге асырылуы мүмкін [19; 20; 21]. Дүние жүзіндегі көптеген елдер бұл мәселені өздерінің ұлттық саясатының күн тәртібіне енгізе бастағанымен, жергілікті өзін-өзі басқару органдарының әйелдер кәсіпкерлігін қолдаудағы рөлі туралы зерттеулер аз [22; 23]. Сонымен қатар, жергілікті өзін-өзі басқару органдары мен әлеуметтік кәсіпкерлер арасындағы серіктестік пен ынтымақтастықтың маңыздылығын, сондай-ақ жекелеген әлеуметтік кәсіпкерлер мен олардың қауымдастықтарының нақты қажеттіліктері мен жағдайларын ескеретін жеке және икемді тәсілдердің қажеттілігін тереңірек түсіну қажет [24; 25]. Осыған орай, бұл зерттеудің мақсаты дамушы елдердегі, әсіресе Қазақстан жағдайындағы жергілікті билік органдарының әйелдер кәсіпкерлігін ілгерілету, қолдау және тұрақты дамытудағы рөлін зерттеу болып табылады.

Атап айтқанда, бұл зерттеу саясаткерлерге қолданыстағы саясатты жақсарту үшін, салалар туралы тереңірек түсінік беру мақсатымен, Қазақстандағы кәсіпкерлік саласындағы ағымдағы саясатқа және оның гендерлік бағытына сыни баға береді. Келесі бөлім жергілікті өзін-өзі басқару әйелдерді кәсіпкерлікке ұмтылуда қалай қолдай алатындығы туралы кең шолуды ұсынады. Әдістеме бөлімі терең сұхбаттарды және онда егжей-тегжейлі сипатталған деректерді талдаудың қатаң әдістерін қолдана отырып, зерттеулердің қалай жүргізілгені туралы түсінік береді. Бұл зерттеудің нәтижелері үш негізгі бағытта ұсынылды: институционалдық реформалар; алға жылжыту және көшбасшылық; батсапқы деңгейі. Олардың барлығы болашақ зерттеулерге әсерін анықтау үшін мұқият талданды.

Зерттеу гендерлік аспектілерге көбірек бағдарлануы үшін Қазақстандағы ағымдағы кәсіпкерлік саясатта нені өзгерту қажет екенін тереңірек түсінуді қамтамасыз етеді. Біздің тағы бір зерттеу сұрағымыз саясаткерлердің саясатты әзірлеудегі бар күш-жігерінен не үйрене алатынын көрсетеді.

## НЕГІЗГІ БӨЛІМ

**Өңірлік билік органдарының кәсіпкерлік қызметке жәрдемдесудегі рөлі.** Жергілікті өзін-өзі басқару дәстүрлі ақылы жұмыспен қамтуға балама ретінде кәсіпкерлікті ілгерілетуде маңызды рөл атқарады [26]. Өңірлік және ұлттық органдармен серіктестікте жергілікті өзін-өзі басқару органдары бизнесті қаржыландыруға, желілерге және қолдау қызметтеріне қол жетімділікті қамтамасыз ететін бастамалармен кәсіпкерлікке қолайлы орта құруға бағытталған саясат жасай алады [27; 28]. Олар сондай-ақ кәсіпкерлік табысқа жету үшін қажетті дағдылар мен білімді дамытуға көмектесетін кәсіпкерлік білім мен оқу бағдарламаларын дамытуға басымдық бере алады. Сонымен қатар, жергілікті өзін-өзі

басқару органдары әйелдер, жастар және иммигранттар сияқты аз қамтылған топтардың кіру кедергілерін жоятын инклюзивті кәсіпкерлік тәсілдерге назар аудара алады [10; 29]. Кәсіпкерлік мәдениетін дамыта отырып және жаңа кәсіпорындар құруды қолдай отырып, жергілікті өзін-өзі басқару органдары экономикалық өсуді және аймақтық деңгейде жұмыс орындарын құруды ынталандыра алады.

Өңірлік басқару саласында (1989) қалалық менеджменттен *қалалық кәсіпкерлікке* көшуді, жергілікті өзін-өзі басқару органдары экономикалық қызметті тікелей реттеуден муниципалитеттер үшін *мәжбүрлі заң* ретінде бәсекелестікке ауысатынын атап көрсетеді. Сонымен қатар, [30] қалалық саясат пен нарықтық бәсекеге қабілеттілікке бағытталған зерттеуі әсіресе кәсіпкерлік саласына қатысты, өйткені көптеген кәсіпкерлер өз бизнестерін бастау және дамыту үшін қолдау көрсететін қалалық саясатқа сүйенеді. Авторлар нарықтағы бәсекеге қабілеттілікті бірінші орынға қоятын саясат көбінесе қалыптасқан бизнес желілерімен әлі жақсы байланысы жоқ кәсіпкерлерде ресурстардың жетіспеушілігіне әкеледі деп сендіреді [7]. Олар қалалық басқаруға неғұрлым демократиялық және инклюзивті көзқарас кәсіпкерлердің кең ауқымы табысқа жету үшін қажетті ресурстар мен қолдауға қол жеткізе алатын әртүрлі және серпінді кәсіпкерлік экожүйені құруға көмектесуі мүмкін деп болжайды. [23] зерттеуі өңірлік саясат ынтымақтастыққа, тәжірибелерге және білім алмасуға қолайлы экожүйе құру арқылы инновациялық фирмалар мен ресурстарды тартуда маңызды рөл атқара алатынын көрсетті. Зерттеу сонымен қатар жекелеген қалалар мен аймақтардың бірегей қажеттіліктері мен сипаттамаларына бейімделген саясаттың, және мемлекеттік және жеке мүдделі тараптар арасындағы берік серіктестіктер мен ынтымақтастықтың қажеттілігін атап өтті. [23] зерттеуі өңірлік саясаттың экономикалық өсу мен дамуы қалай ынталандыратынын түсінуге тырысатын саясаткерлерге, кәсіпкерлерге және зерттеушілерге құнды ақпарат береді.

[26] зерттеуі дәстүрлі ақылы жұмыспен қамтуға балама ретінде кәсіпкерліктің маңыздылығын атап өтті және жергілікті кәсіпкерлікті ынталандыру мен қолдауға бағытталған саясат жасады. Бұл саясат қаржыландыруға, желілерге және бизнесті қолдау қызметтеріне қол жеткізуді қамтамасыз ететін бастамалар арқылы кәсіпкерлік үшін қолайлы орта құруға бағытталған [27, 28]. Олар сондай-ақ кәсіпкерлік табысқа жету үшін қажетті дағдылар мен білімді дамытуға көмектесетін кәсіпкерлік білім мен оқу бағдарламаларын дамытуға басымдық береді. ЭЫДҰ мен Еуропалық комиссияның саясаты кәсіпкерлік мәдениетін дамытуға және жаңа кәсіпорындар құруды қолдауға бағытталған, осылайша экономикалық өсуді және жергілікті деңгейде жұмыс орындарын құруды ынталандырады.

Сонымен қатар, жергілікті өзін-өзі басқару органдары әйелдерге өз бизнестерін ашуға, дамытуға және қолдауға мүмкіндік беретін саясатты жетілдіру, бағдарламалар мен бастамаларды жүзеге асыру арқылы әйелдер кәсіпкерлігін дамытуда шешуші рөл атқара алады.

Жергілікті өзін-өзі басқару органдары гендерлік теңдікке ықпал ететін және әйелдер кәсіпкерлігіндегі кедергілерді жоятын саясат пен ережелер жасай алады. Мысалы, олар әйелдердің несиелер мен бизнес ресурстарына қолжетімділігін арттыратын оң әрекет саясатын жүзеге асыра алады. Олар сондай-ақ кәсіпкер әйелдерді кемсітушіліктен қорғайтын және әйелдерге тең мүмкіндіктер беретін құқықтық және нормативтік-құқықтық базаны қамтамасыз ете алады.

Жергілікті өзін-өзі басқару басқа мүдделі тараптармен, соның ішінде кәсіпкерлермен, коммерциялық емес ұйымдармен және академиялық мекемелермен байланыс орнатуға, кәсіпкер әйелдер үшін қолайлы экожүйе құруға ықпал етуге жағдайы бар. Желілік іс-шараларды ұйымдастыру және жергілікті кәсіпкерлермен ынтымақтастық жасау арқылы үкіметтер кәсіпкер әйелдерге әлеуетті клиенттермен және серіктестермен байланыс орнатуға мүмкіндік бере алады.

**Әдістеме.** Бұл зерттеу үшін үш түрлі деректер көзін қолданылды. Ресми мемлекеттік дерек көзден жалпы әйелдер кәсіпкерлігі туралы мағлұмат қарастырылды. Негізгі дерек көз әртүрлі ұйымдардың жиналыстарына қатысқан кезде бірлескен бақылау болды. Сонымен қатар, негізгі мүдделі тараптармен, соның ішінде кәсіпкерлікті дамытумен айналысатын орталық және жергілікті атқарушы органдардың өкілдерімен, сондай-ақ әртүрлі салалардағы әйел кәсіпкерлермен 20-дан астам ашық сұхбат жүргізілді.

Қазақстанның Ұлттық Статистика Бюросының деректеріне сәйкес, Қазақстанда 2021 жылы тіркелген әйелдердің шағын және орта кәсіпкерлік субъектілерінің (ШОБ) үлесі жалпы ШОБ субъектілерінің

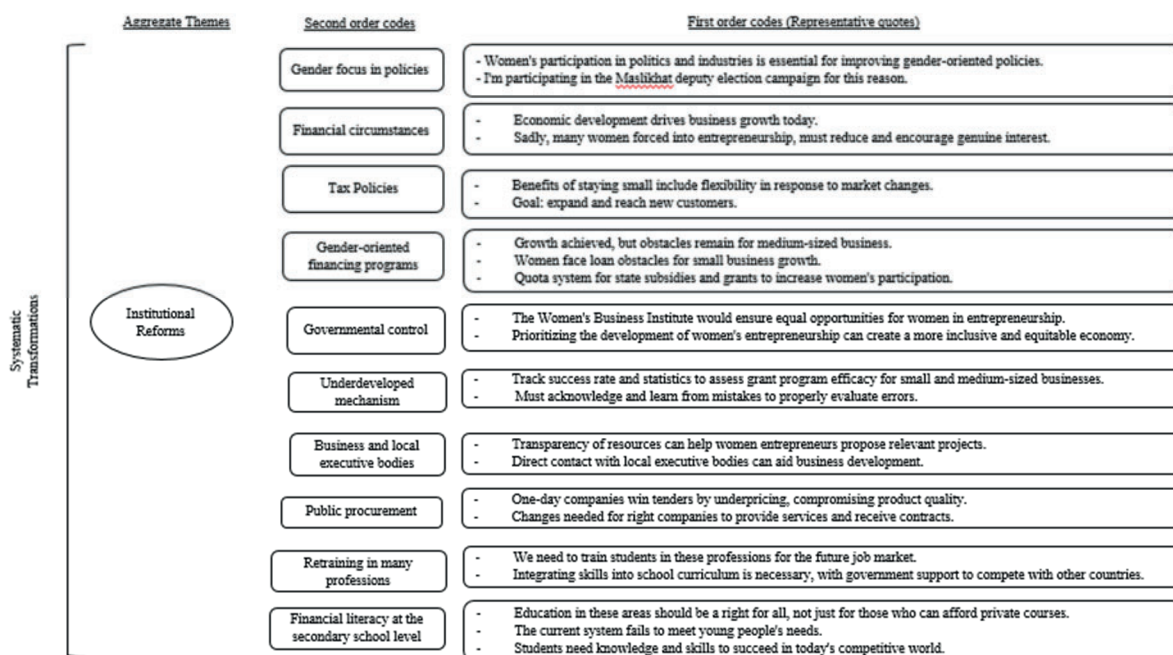
43,5%-ын құрады. Алматы мен Астанада жалпы кәсіпкерлер санының жоғары болуына қарамастан (жалпы 486 мыңнан астам), әйелдер меншігіндегі кәсіпорындардың үлесі 42,6% және 44,5% болды. Са-лыстырмалы түрде алғанда бұл көрсеткіш Маңғыстау облысында – 48,9%, Атырау облысында – 48,7%, Шығыс Қазақстан облысында – 48,7% құрады.

Бұл зерттеуде негізгі деректерге қол жеткізу үшін бастапқыда "Атамекен" Қазақстан Республикасы Ұлттық Кәсіпкерлер палатасының ұсынымдары бойынша үш қатысушы іріктелінді. Бұл қатысушылар аймақтың іскерлік өміріне әйелдерді тартуға көмектесетін ұйым – іскер әйелдер кеңесінің мүшелері болды. Қатысушылар арасында Қазақстанның іскер әйелдер қауымдастығының, бизнестегі әйелдерді біріктіру және қоғамды жақсартуға ықпал ететін Ұлттық қоғамдық ұйымның өкілдері де болды. Со-ңында, бүкіл Қазақстан бойынша түрлі шағын және орта кәсіпорындардың әйел кәсіпкерлерінен сауал-нама жүргізілді. Деректермен қанықтылыққа 15-ші сұхбаттан кейін қол жеткізілді және 20-шы сұхбат-қа дейін жаңа маңызды тұжырымдар табылған жоқ.

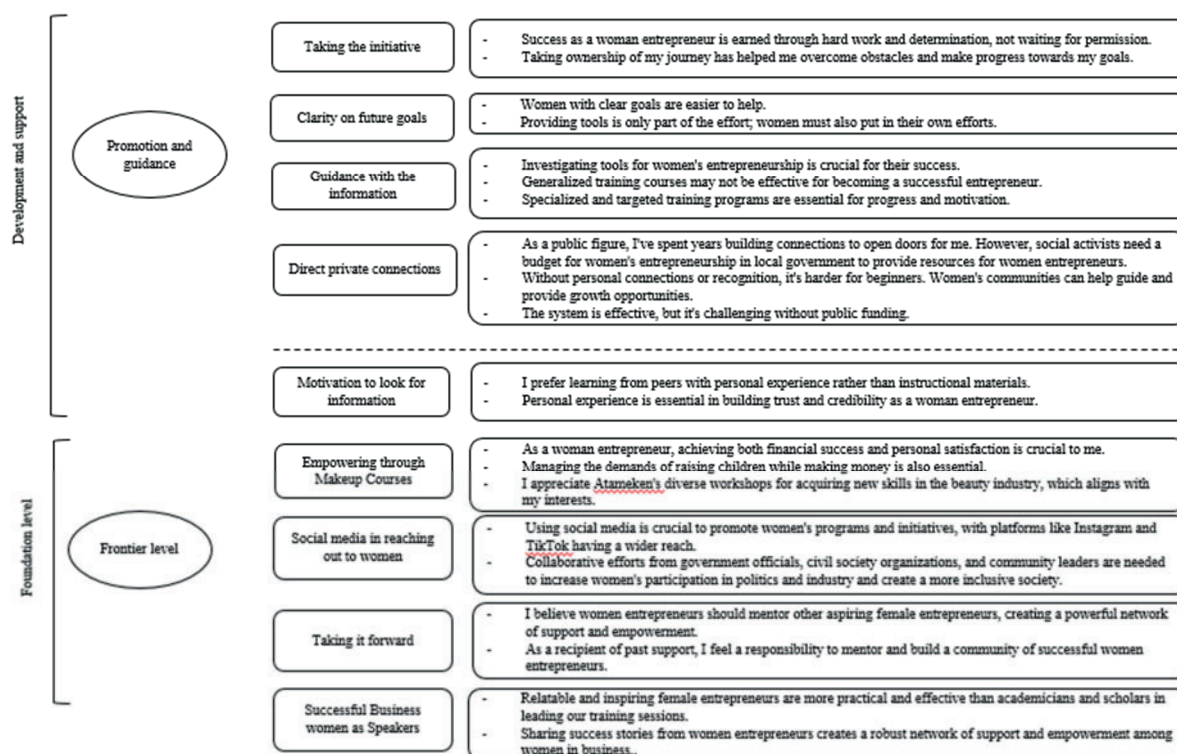
Сұхбатты Қазақстан азаматы болып табылатын және оларды қазақ және орыс тілдерінде жүргізген бұл зерттеудің бірінші авторы жүргізді. Сұхбаттар 30-дан 90 минутқа дейін созылды, ал қосымша бей-ресми пікірталастар кейде екі сағатқа дейін созылды. Қатысушыларға зерттеудің мақсаты туралы ақпа-рат берілді, ал құпиялылық және кез келген уақытта оған қатысудан бас тарту мүмкіндігі қол қойылған келісім нысандарымен қамтамасыз етілді.

Сұхбат барысында қатысушыларға олардың кәсіпкерлік тәжірибесі және үкімет пен коммерциялық институттар арасындағы Қазақстандағы шағын бизнесті мемлекеттік қолдау мен өсіруге жәрдемдесу-дегі өзара қарым-қатынастары туралы ашық сұрақтар қойылды. Сондай-ақ олардан кәсіпті дамытуға кедергі болатын кәсіби ортада кездесетін мәселелер туралы сұралды. Сұхбат сұрақтары әр қатысушыға олардың көзқарастары мен пікірлерінің тиімді көрінуін қамтамасыз ету үшін жеке таңдалды.

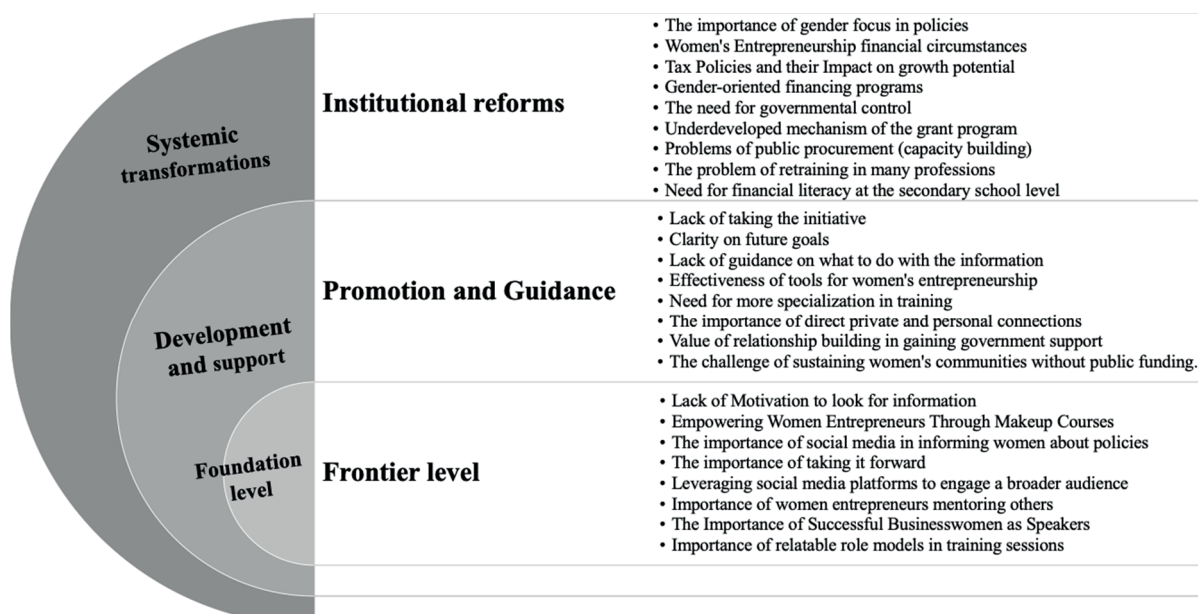
Деректерді талдау үшін бұл зерттеу жеке әңгімелерден тақырыптар алу және қатысушылардың кәсіпкер ретіндегі тәжірибесін жақсырақ түсіну үшін индуктивті пайымдау әдісін қолданды. Біздің үлгінің геосаяси контекстін ескере отырып, пайда болған деректерді өңдеу және тереңірек түсінуге қол жеткізу үшін сапалы тәсіл қажет болды. Біз алға жылжыған сайын талдау үшін қолданылатын кодтар зерттеушінің білімі мен перспективасына сәйкес бейімделді және қайта құрылды. Сурет 1 кодтау құ-рылымын бейнелейді, ал Сурет 2 әр түрлі деңгейдегі тақырыптар көрсетілген.







Сурет 1 – Кодтау құрылымы  
Ескертпе – зерттеу авторларымен құрастырылған



Сурет 2 – Кодтау тақырыптары  
Ескертпе – зерттеу авторларымен құрастырылған

Сұхбаттың транскриптітерін мұқият талдай отырып, қатысушылардың өз бизнесін басқарудағы қиындықтары және жергілікті атқарушы органдармен өзара әрекеттесу кезіндегі қиындықтары туралы құнды ақпарат алынды. Осы кедергілерді тереңірек түсіну үшін, олардың негізгі заңдылықтарын анықтау үшін транскриптітерді қайта оқылды. Бұл талдау әйел кәсіпкерлерге заңнаманы қалыптастыруға және әйелдер кәсіпкерлігін дамытуға ықпал ететін қолдау тетіктерін енгізуге белсенді қатысу қажеттігін көрсетті.

Үшінші оқылымда көптеген атқарушы органдардың болуына қарамастан, әйелдер өз бизнесін кеңейтуге келгенде әлі де қиындықтарға тап болатынын анықталды. Бұл мәселені шешу үшін кәсіпкерліктегі әйелдер үшін тең құқықтар мен мүмкіндіктерді қамтамасыз ете отырып, қолдау көрсететін, процестерді жүйелейтін және қаражаттың бөлінуін бақылайтын үкіметтік құрылымды құру өте маңызды.

Төртінші және соңғы оқу барысында үш негізгі тақырып анықталды: жоғарғы деңгейдегі жүйелі трансформация, орта деңгейдегі даму және қолдау, және төменгі деңгейіндегі негізі. Институттар деңгейіндегі өзара тәуелді құрылымдар, институттар мен қолайлы жағдайлар арасындағы өзара іс-қимыл динамикалық және нақты контекстке байланысты екені белгілі болды.

**Нәтижелер.** Зерттеу нәтижелері үш тақырыпты қамтиды: институционалдық реформалар, жоғарылату және көшбасшылық және бастапқы деңгей. Деңгейлер қатысушылар бөліскен идеялар мен әңгімелер негізінде бөлінді. Деректер әртүрлі деңгейдегі мекемелердің көмегімен шешілуі мүмкін түрлі мәселелерді көрсетті. Жүйелік қайта құру деңгейінің мәселелерін ең жоғары саяси кезеңде жаңа ережелерді енгізу арқылы шешуге болады. Даму және қолдау мәселелері мүдделі тараптардың құралдарын кеңейту және әйелдер кәсіпкерлігінің дамуына әсер ету үшін қолданыстағы ережелерге түзетулер енгізуді талап етеді. Базалық деңгейдегі мәселелерді қолданыстағы құралдар мен ережелер арқылы жаңа тәсілдерді қолдану немесе жергілікті жерлерде мүдделі тараптардың әлеуетін арттыру арқылы шешуге болады.

**Тақырып 1 – Институционалдық реформалар.** Зерттеудің алғашқы мағлұматтар жинағы салық саясатының өсу әлеуетіне әсері және әйелдерге несиеге қол жеткізуге көмектесетін гендерлік қаржыландыру бағдарламаларының қажеттілігі туралы түсінік береді. Әйелдер үшін тең құқықтар мен мүмкіндіктерді қамтамасыз ету мақсатында қаражаттың бөлінуін қолдау, жүйелеу және бақылау үшін әйелдер бизнесі институтын құру ұсынылады. Сонымен қатар, шағын және орта кәсіпкерлерді қолдаудың гранттық бағдарламасында ашықтық қажет. Ол сондай-ақ әйелдердің табысқа жету мүмкіндіктерін жасау үшін бизнес пен жергілікті атқарушы органдар арасындағы өзара әрекеттесудің маңыздылығын көрсетеді.

**Тақырып 2 – Жоғарылату және көшбасшылық.** Тақырып 2 әйелдерге өздерінің кәсіпкерлік бастамаларын басқаруға мүмкіндік берудің маңыздылығын көрсетеді, бұл әртүрлі және жан-жақты бизнес ортасын құру үшін өте маңызды. Кәсіпкерлікте жетістікке жету үшін бірқатар ресурстарды пайдалану, қажырлы еңбек және олардың мақсаттары мен уәждерін нақты түсіну қажет. Ол сондай-ақ кәсіпкерлік саласындағы әйелдердің мүмкіндіктерін кеңейтудің және әртүрлі және инклюзивті бизнес ортасын құрудың маңыздылығын көрсетеді. Алайда, қатысушылар басшылық пен қолдаудың жоқтығы көңілсіздікке әкеліп соқтыруы және табысқа жетуге кедергі келтіруі мүмкін екенін атап өтті. Қолдау алу үшін жергілікті өзін-өзі басқару органдарымен жеке байланыстар мен қарым-қатынастар өте маңызды. Әйелдер қауымдастығы қажетті басшылық пен өсу мүмкіндіктерін қамтамасыз ете алады, бірақ оларды сақтау үшін ресурстар қажет. Бұл ұжымдық күш-жігерді қажет ететін өзекті мәселе және үкімет әйелдер кәсіпкерлігін дамытуға басымдық беруі тиіс.

**Тақырып 3 – Бастапқы деңгей.** Тақырып 3 кәсіпкерлік саласындағы әйелдердің алдында тұрған қиындықтарды және өз бизнесін бастау үшін олардың мүмкіндіктерін қолдау және кеңейту үшін қажетті стратегияларды қамтиды. Зерттеуде көтерілген кейбір негізгі сұрақтарға ақпарат іздеуге мотивацияның болмауы, жеке тәжірибе мен құрдастарына қолдау көрсетудің маңыздылығы, бірегей және қызықты оқу тәжірибесінің қажеттілігі және әлеуметтік медианың хабардарлықты арттырудағы рөлі жатады. Бұл сонымен қатар тәлімгерліктің маңыздылығын және табысты әйел кәсіпкерлердің спикер ретіндегі құндылығын көрсетеді. Бұл стратегиялар әйелдерді кәсіпкерлік әлемінде табысқа жету үшін қажетті дағдылармен, біліммен және қолдаумен қамтамасыз етуге көмектеседі.

**Талқылау.** Бұл зерттеу Қазақстанның әлеуметтік-экономикалық климатында жұмыс істейтін әйел кәсіпкерлердің алдында тұрған көптеген қиындықтарды ашады. Ол сондай-ақ институттардың нәтижелерінен реформалауды қажет ететінін атап көрсетеді; бастапқы деңгейіндегі озық іс-шаралармен қатар, олардың күш-жігерін қолдау үшін ғана емес, сонымен қатар олардың арасындағы жалпы дамуды ынталандыру үшін де қол жетімді болуы керек, бұл сонымен қатар осындай қиындықтарды жеңуге тырысқанда көп деңгейлі стратегиялық тәсілдің арқасында оңтайлы нәтижелерге қол жеткізуге әкеледі аталған қорытындылар. Қазақстанда әйелдер кәсіпкерлігін қолдайтын реформалар жүргізу қажет. Осы талқылаудың Тақырып 1 бұл мақсатқа гендерлік бағдарланған саясат арқылы қол жеткізуге болатынын, ол кәсіпкерлікпен айналысуға мәжбүр болған әйелдердің санын азайтуға бағытталған, сонымен бірге бұл адамдар отбасылық міндеттемелерді құрбан етпестен кәсіпкерлік қызметпен еркін айналыса алатын жағдайлар жасайды. Әйелдердің мүмкіндіктерін кеңейту кәсіпкерлікте үлкен әртүрлілікті жүзеге асырудың ажырамас бөлігі болып табылады; осылайша, Тақырып 2 кәсіпкерлік табысқа жету жолында күш-жігер, құралдар және өзіне нақты мақсаттар қою сияқты факторлармен қатар оның маңыздылығын көрсетеді. Соңында, Тақырып 3 кәсіпкер әйелдердің жиі кездесетін кедергілерін зерттейді және осы қиындықтарды жеңудің дәлелденген және тиісті әдістерін ұсынады.

Гендерлік теңсіздік бүкіл әлемдегі кәсіпкерлік қызмет нәтижелеріне әсер ететін тұрақты мәселе болып қала береді; дегенмен, гендерлік бағдарланған саясатқа басымдық беру теңдікті ілгерілету кезінде экономикалық өсуді ынталандырудың тиімді әдісі болуы мүмкін [31]. Кәсіпкер әйелдердің мүмкіндіктерін кеңейту оларды тікелей әсер ететін барлық шешім қабылдау процестеріне, соның ішінде олардың қажеттіліктерін ескере отырып жасалған заңнаманы немесе басқа тетіктерді қалыптастыруға тартуды талап етеді. Сонымен қатар, секторға тән проблемаларды тану және ШОБ табысына бағытталған гранттарға немесе субсидияларға тең қол жеткізуді қамтамасыз ететін ашық жағдайларды енгізу әйелдерге тиесілі кәсіпорындар үшін қолайлы ортаның маңызды құрамдас бөлігі болып табылады. Егер жергілікті өзін-өзі басқару органдары бизнес иелерімен біріксе, кәсіпкерлер айтарлықтай пайда көре алады. Мұндай серіктестіктер маңызды ресурстарға, қаржыландыру нұсқаларына және табысқа жету жолындағы кедергілерді еңсеру үшін қажетті көмекші қызметтерге кеңейтілген қолжетімділікті ұсына отырып, кәсіпкерлік өсу үшін қолайлы орта құруға ықпал етеді. Ақырында, қаржыландырудың инновациялық модельдері көптеген әйел кәсіпкерлер кездесетін қаржылық кедергілерді, соның ішінде гендерлік бағдарланған қаржыландыру бағдарламаларын [32; 33] немесе оларды қолдау үшін арнайы әзірленген мемлекеттік субсидиялар квоталарының жүйелерін жоюға көмектесе алады. Кәсіпкер әйелдерге қаржылық қолдауға қол жетімділікті қамтамасыз ету өте маңызды және жергілікті өзін-өзі басқару органдары несие беру нұсқаларын ұсына отырып, бұған ықпал ете алады [34]. Зерттеуге сәйкес, әйел кәсіпкерлерді қолдау несие талаптарын төмендетуді және әртүрлі салаларда квоталарды белгілеуді қамтиды.

Бұл ұсыныс әйелдер басқаратын бизнес үшін іскерлік мүмкіндіктерді айтарлықтай кеңейтуі мүмкін. Институционалдық қолдау әйелдер кәсіпкерлігінің тиімді өсуі үшін өте маңызды [35]; демек, осы кәсіпорындардың дамуына ықпал етуге бағытталған әйелдер бизнесі институты сияқты мемлекеттік бағдарламаларды әзірлеу қажет. Кәсіпкер әйелдердің мүмкіндіктерін кеңейту тиісті ресурстарға қол жетімділікті қамтамасыз ету арқылы жүзеге асырылады [36]. Сонымен қатар, жергілікті өзін-өзі басқару органдарымен жеке қарым-қатынасты нығайту әйелдер арасындағы кәсіпкерлікті басқаруға және олардың өсуіне ықпал ете отырып, ресурстардың қол жетімділігін арттыруы мүмкін [37].

Әйелдер кәсіпкерлігінің динамикасы дамуын жалғастыруда, бірақ нақты мәселелер де сақталуда. Ең маңызды мәселе кәсіпкерлік қызметпен айналысу кезінде әйелдердің бастамасын көрсету қажеттілігі болып табылады. Қатысушылар басқалардың қолдауы сияқты сыртқы факторларға көп сенбей, өз жолдары үшін жауапкершілікті қабылдаудың маңыздылығын атап өтті. Мақсаттарды нақты түсіну кәсіпкерлік табысқа жету жолындағы маңызды шарт болып табылады. Дегенмен, орынсыз күш-жігерге немесе сәтсіздікке әкелетін қолда бар ақпаратты қалай тиімді пайдалану керектігі туралы жан-жақты нұсқаулық қажет. Мамандандырылған оқу бағдарламаларын сарапшылар әйелдер кәсіпкерлігі модельдерінде ілгерілеу үшін қажет деп ұсынады [38], жаңа кәсіпкерлерді табысқа жетудің сенімді стратегияларымен қамтамасыз ету үшін ақысыз оқуды қайта қарау қажет болуы мүмкін. Бұл тәсілмен

[39] келіседі. Олар әйелдер басқаратын бизнестің өсуі мен табысын қолдау үшін кәсіпкерлікті оқыту бағдарламаларында қаржыландыру мен желілерге қол жетімділіктің шектелуі және қоғамның күтуі мен гендерлік бейімділік сияқты проблемалық тәжірибені есепке алудың маңыздылығын көрсетеді.

Мемлекеттік қолдауды алу қайталанатын сұраныстар арқылы жеке қарым-қатынастарды орнату сияқты келісілген күш-жігерді қажет етеді, ал оң көзқарасты сақтау атауды тану арқылы қауымдастықтардағы беделді арттыратын жеке байланыстармен бірге нәтиже бере алады. Жаңадан бастаған кәсіпкер әйелдер өз бизнестерін ашуда жиі қиын күреске тап болады. Процестің маңызды аспектісі тәжірибелі салалық әріптестерден ұсыныстар алу болып табылады. Бұл әйелдер қауымдастығының бизнесті дамытудағы өсу мүмкіндіктері үшін маңыздылығын көрсетеді, өйткені әйел кәсіпкерлерді қолдайтын тұрақты модельдер үшін ресурстарға басымдық беруді жалғастырылады [40]. Кәсіпкер әйелдердің алдында тұрған қиындықтар олардың табысқа жетуіне көмектесетін күресу стратегияларын қажет ететін тұрақты мәселе болып табылады. Осы мәселелердің бірі олардың табысқа жету үшін қажетті ақпаратты табу үшін көбірек мотивация қажеттілігінен көрінеді; сондықтан бірегей оқу тәжірибесі өз салаларында табысқа жеткен сала сарапшыларының қатысушыларын тарту үшін арнайы әзірленген маңызды құрамдас бөлікке айналады. [41] Пәкістандағы әйел кәсіпкерлерді кәсіпкерлікке үйретудің COVID-19-ға қатысты тәжірибесін зерттеу арқылы өз үлестерін қосады, бұл олардың нақты қажеттіліктері мен мәселелерін ескеретін жеке оқу бағдарламаларын әзірлеуге негіз бола алады. Өз салаларында керемет нәтижелерге қол жеткізген сала сарапшыларының жаттықтырушылары ретінде бұл бағдарламалар табысқа ұмтылатын кәсіпкер әйелдерге құнды ақпарат пен мотивация бере алады.

Сонымен қатар, басқа адамдармен тығыз жұмыс жасау арқылы алынған жеке тәжірибе кәсіпкерлікке қатысты бірегей міндеттерді қалай шешуге болатындығы туралы баға жетпес ақпарат береді. Әйелдер осындай кедергілерге тап болған және жеңіске жеткен адамдардан үйренуді жөн көреді. Twitter, LinkedIn және Instagram сияқты әлеуметтік медиа платформалар кәсіпкерлік ақпаратпен бөлісудің тиімді әдістерін ұсынады. Осы технологияны тиімді пайдалана отырып, жергілікті қауымдастықтарда мағыналы байланыстар орнату арқылы бүкіл әлемді қамтуға болады. Тұрақты қоғамдық қолдауды жүзеге асыру және біліктілікті арттыру, жеке тәлімгерлік мүмкіндіктері және әлеуметтік желілермен тиімді қарым-қатынас жасау үшін қолжетімді ресурстарды қамтамасыз ету арқылы біз әйелдердің бизнес мақсаттарына жету мүмкіндіктерін кеңейтуге болады [42, 43]. Бұл тәсіл [44] жұмысымен сәйкес келеді. Ол әлеуметтік медианың Үндістандағы әйелдердің дауысын көтеруге, әсіресе кәсіпкерлікті дамытуға қаншалықты әсер еткенін атап көрсетеді. Әрбір әйелдің кәсіпкерлікте табысқа жету мүмкіндігі бірдей инклюзивті қоғам барлық қатысушылардан ұжымдық әрекеттерді талап етеді. Макияж курстары арқылы әйел кәсіпкерлердің мүмкіндіктерін кеңейту олардың арасында кәсіпкерлікке деген қызығушылықты арттыра алатын қатысушылар ұсынған стратегиялардың бірі болды. Сұлулық индустриясы әйелдер үшін тартымды саланы ұсынады, өйткені олар өздерінің құмарлықтарын жұмысымен оңай үйлестіре алады.

Сонымен қатар, қатысушылардың пікірінше, ақша табу кезінде бала тәрбиесінің қажеттіліктерін қанағаттандыру өте маңызды болып қала береді; сондықтан осы қажеттілікті қанағаттандыру үшін арнайы бағдарламалар жасау пайдалы болар еді. "Атамекен" кәсіпкерлер палатасы жаңадан бастаған және қалыптасқан кәсіпкерлерге жаңа дағдыларды игеруге немесе өз бизнесін айтарлықтай жақсартуға көмектесетін семинарлар мен тренингтер ұсынады. Әйелдер арасында кәсіпкерлік дағдыларды дамытуға бағытталған әртүрлі бағдарламалар немесе бастамалар туралы хабардар болу әлеуметтік медиа платформаларын - Instagram немесе Tik Tok-ты жаппай қамтудың қуатты құралы ретінде стратегиялық пайдалануды талап етеді. Мемлекеттік шенеуніктер, қоғамдық көшбасшылар, сондай-ақ азаматтық қоғам ұйымдары арасында ынтымақтастық қажет, негізінен әйелдердің әртүрлі салаларға қатысуын кеңейту үшін қажетті жоспарларды әзірлеу, сонымен бірге оларды қазіргі қоғамда белсенді саяси ойыншы болуға ынталандыру қажет.

Бизнес құру бағдарламалары арқылы көмек алған әйел кәсіпкерлерге әлеуметтік жауапкершілікті ілгерілету және қуатты қолдау желісін құру үшін басқа әйелдерге тәлімгерлік ету ұсынылады. Әйелдер кәсіпкерлігін дамыту орталықтары тәлімгерлер арасында жеке тренингтер ұсынады. Сонымен қатар, табысты кәсіпкер әйелдер тренингтерде спикерлер ретінде жоғары бағаланады, өйткені олардың



шынайы жеңіс оқиғалары академиялық сарапшыларға қарағанда жаңадан келген кәсіпкер әйелдерді тиімдірек шабыттандырады.

**Саяси ұсынымдар.** Кәсіпкер әйелдердің мүмкіндіктерін кеңейту экономикалық өсуге ықпал ету және гендерлік теңсіздікті азайту үшін өте маңызды. Алайда, кәсіпкер әйелдер көбінесе қаржыландыру мен ақпаратқа қол жеткізуде айтарлықтай қиындықтарға тап болады, бұл ақпараттық асимметрияға әкелуі мүмкін. Бұл асимметрия әйел кәсіпкерлерді қолайсыз жағдайға қалдыруы мүмкін, бұл олардың ер әріптестерімен бәсекелесуін қиындатады. Бұл мәселені шешу үшін директивалық органдар мен мүдделі тараптар кәсіпкер әйелдерге тиісті ресурстар мен басшылыққа қол жеткізуге назар аударуы керек. Бұған гендерлік бағдарланған қаржыландыру бағдарламалары және шағын және орта кәсіпкерлерді қолдайтын ашық гранттық бағдарламалар кіруі мүмкін. Бұл бағдарламалар кәсіпкер әйелдерге табысқа жету үшін қажетті ресурстармен қамтамасыз ету арқылы ақпараттық асимметрияны төмендетуі мүмкін.

Осы бағдарламалардан басқа, жауапты органдар ерлер басым салалардағы әйелдерге мүмкіндіктер жасап, әйелдер белсенді салаларға қаржыландыруды жұмылдыруы керек. Кәсіпкер әйелдердің жетістіктерін тойлау, сонымен қатар жаңа бастаған кәсіпкерлерге үлгі-өнеге мен шабыт беру арқылы әйелдер кәсіпкерлігін қолдай алады. Кәсіпкер әйелдердің мүмкіндіктерін кеңейту дегеніміз-олардың мақсаттарының анықтығын түсіну кезінде тиісті ресурстар мен басшылыққа қол жетімділікті қамтамасыз ету. Ақпараттық асимметрияны азайту арқылы жауапты органдар кәсіпкер әйелдерге тең жағдай жасауға және экономикалық өсу мен гендерлік теңдікке ықпал ете алады.

Тұлғааралық әлеуметтік қатынастарды өзгертуге бағытталған төменнен жоғарыға қарай әлеуетті арттыру әрекеттері, егер олар елді басқару саласындағы реформалармен бірге жүрсе ғана, тұрақты азаматтық институттардың дамуына әкелуі мүмкін [37]. Өмірдегі жалпы еңбек өнімділігіне әсер ететін факторлар жұмыс орындарын құруға тікелей әсер ететіндерден өзгеше болуы мүмкін [17]. Сондықтан жауапты органдар ауылдық, шалғай, қалалық, гүлденген, аз гүлденген, өсіп келе жатқан, тоқырау немесе құлдырау сияқты әртүрлі аймақтардың нақты қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін қандай экономикалық факторларға назар аудару керектігін мұқият ойластыруы керек. Нәтижесінде саясат әр аймақтың ерекше жағдайлары мен сипаттамаларын көрсететін етіп бейімделуі керек және әр түрлі қауымдастықтар кездесетін әр түрлі экономикалық мәселелерді шешу үшін орналасуға негізделген тәсілді қолдануы керек.

## ҚОРЫТЫНДЫ

Қазақстандағы әйелдер үшін кәсіпкерлік жол институционалдық қолдаудың жеткіліксіздігіне байланысты күрделі болып табылады. Бұл зерттеу осы жүйелі қиындықтарға жарық түсіреді, сонымен бірге кәсіпкер әйелдердің мүмкіндіктерін кеңейтуге ықпал ететін институционалдық реформалардың маңыздылығын көрсетеді. Бұл мәселені тиімді шешу үшін көп деңгейлі стратегия ұсынылады.

Бірінші тақырып кәсіпкерлік мақсаттарға қол жеткізе отырып, отбасылық міндеттерді жеңілдетуге бағытталған гендерлік саясатты ұсынады. Жауапты мемлекеттік органдар әйелдерге табысты бизнесті тиімді құру үшін қажетті қолдауды ұсына отырып, тиімді құралдарды енгізе алады. Екінші тақырып тек бизнеспен ынтымақтасатын мемлекеттік субсидиялар квоталары жүйелері қолдайтын қаржыландырудың инновациялық модельдерінің арқасында теңдік жетістіктерімен қатар экономикалық өсуді ынталандыратын гендерлік бағдарланған саясат арқылы ресурстарға, гранттарға, ашық шарттардағы субсидияларға тең қолжетімділікті көрсетеді. Жергілікті өзін-өзі басқару органдары мен кәсіп иелері арасындағы ынтымақтастық қаржыландырудың тиісті нұсқаларын, сондай-ақ оларға әсер ететін жүйелік жағымсыздықтарға байланысты негізсіз сыртқы көмекке жүгінбей, өз жолын тиімді түрде алға жылжытатын әйел кәсіпкерлерге тиісті қолдау қызметтерін ұсынады. Ақырында, үшінші тақырып кәсіпкер әйелдердің кездесетін жалпы кедергілерін қарастырады және оларды жеңудің құнды, прагматикалық стратегияларын ұсынады. Бұл мамандандырылған оқу бағдарламалары мен жергілікті өзін-өзі басқару органдарымен жеке қарым-қатынастың маңыздылығын көрсетеді. Бұл екі фактор әйелдердің кәсіпкерлік табысын дамыту үшін бағдарлар мен тиісті мүмкіндіктер береді. Әйелдердің кәсіпкерлікке қатысуына жүйелік кедергілер жиі себеп болады; бұл жауапты мемлекеттік органдардың тиісті қолдау

тетіктерін құру қажеттілігін көрсетеді. Бұл кедергілерді жою гендерлік бағдарланған қаржыландыру бағдарламаларын және дәстүрлі түрде ер адамдар басым секторларда грант алудың ашық мүмкіндіктерін жүзеге асыруды қамтиды.

Осы шаралардан басқа, табысты әйелдер кәсіпкерлігін қолдау арқылы бастаушы кәсіпкерлерді ынталандыру гендерлік теңдік мақсаттарына қол жеткізе отырып, тұрақты экономикалық өсуге ықпал етуі мүмкін. Кәсіппен айналысу ережелерін теңестірудің маңызды стратегиялары ақпараттық асимметрияны жояды. Сонымен қатар, әлеуметтік медиа платформаларының мүмкіндіктерін қолдану ақпараттық-насихаттық күш-жігерді кеңейту және кәсіпкерлікке байланысты, біліктілікті арттыру іс-шаралары үшін қол жетімді ресурстармен қамтамасыз етуге қажетті ресурстарға қол жеткізуді қамтамасыз етеді. Бұдан басқа, тәлімгерлік бағдарламалары, мамандандырылған оқыту, сала көшбасшыларымен жеке байланыстар, гендерлік бағдарланған саясатпен қатар Қазақстандағы әйелдер басқаратын кәсіпорындардың гүлденген экожүйесіне елеулі үлес қоса отырып, қазақстандық кәсіпкер әйелдердің мүмкіндіктерін барлық деңгейлерде кеңейте алады.

### ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Teshabaeva O., Abdullaeva M., Aminjonova V. The role and importance of entrepreneurship and small business in the national economy //INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE & INTERDISCIPLINARY RESEARCH ISSN: 2277-3630 Impact factor: 7.429. – 2022. – Т. 11. – С. 183-191.
2. Powell B. (ed.). Making poor nations rich: Entrepreneurship and the process of economic development. – Stanford University Press, 2007.
3. Barnett N., Griggs S., Sullivan H. Guest editors' introduction: the power of now. Reimagining the future of local government through studies of 'actually existing' practice //Local Government Studies. – 2020. – Т. 46. – №. 4. – С. 505-523.
4. Henrekson M., Stenkula M. Entrepreneurship and public policy. – Springer New York, 2010. – С. 595-637.
5. Kot S., Meyer N., Broniszewska A. A cross-country comparison of the characteristics of Polish and South African woman entrepreneurs. – 2016.
6. Vodă A. I. et al. Testing entrepreneurial intention determinants in post-transition economies // Sustainability. – 2020. – Т. 12. – №. 24. – С. 10370.
7. Zhu Z., Lin S. Understanding entrepreneurial perceptions in the pursuit of emerging e-business opportunities: The dimensions and drivers //Computers in Human Behavior. – 2019. – Т. 95. – С. 252-261.
8. World Bank. Women, Business and the Law. [Электронды ресурс] [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org). Available at: <https://wbi.worldbank.org/content/dam/documents/wbi/2021/snapshots/Kazakhstan.pdf> (Қауап уақыты: 03.07.2023).
9. Henry C., Foss L., Ahl H. Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches //International Small Business Journal. – 2016. – Т. 34. – №. 3. – С. 217-241.
10. Brush C. et al. A gendered look at entrepreneurship ecosystems //Small Business Economics. – 2019. – Т. 53. – С. 393-408.
11. Marlow S., Carter S. If you don't ask you don't get! Women, selfemployment and finance //Warwick Business School Small Firms Finance Conference, May, Coventry. – 2006.
12. Brush C. G. et al. The use of bootstrapping by women entrepreneurs in positioning for growth //Venture Capital. – 2006. – Т. 8. – №. 1. – С. 15-31.
13. Minniti M., Arenius P., Langowitz N. The 2005 Global Entrepreneurship Monitor special topic report: Women in entrepreneurship //Center for Women's Leadership at Babson College, Babson Park, MA. – 2005. – Т. 28. – №. 2-3. – С. 223-239.
14. Minniti M. Gender Issues in Entrepreneurship, Foundations and Trends. Entrepreneurship, Vol. 5, Nos. 7-8. – 2009. – P. 497-621.
15. Brush C. G., De Bruin A., Welter F. A gender-aware framework for women's entrepreneurship // International Journal of Gender and entrepreneurship. – 2009. – Т. 1. – №. 1. – С. 8-24.

16. Gala P., Camargo J., Freitas E. The Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC) was right: scale-free complex networks and core-periphery patterns in world trade //Cambridge Journal of Economics. – 2018. – Т. 42. – №. 3. – С. 633-651.
17. Fritsch M., Storey D. J. Entrepreneurship in a regional context: Historical roots, recent developments and future challenges //Regional studies. – 2014. – Т. 48. – №. 6. – С. 939-954.
18. Bergmann H., Hundt C., Sternberg R. What makes student entrepreneurs? On the relevance (and irrelevance) of the university and the regional context for student start-ups //Small business economics. – 2016. – Т. 47. – С. 53-76.
19. Korosec R. L., Berman E. M. Municipal support for social entrepreneurship //Public administration review. – 2006. – Т. 66. – №. 3. – С. 448-462.
20. Lyon F., Fernandez H. Strategies for scaling up social enterprise: lessons from early years providers // Social Enterprise Journal. – 2012. – Т. 8. – №. 1. – С. 63-77.
21. Wang J. H. et al. The contribution of self-efficacy to the relationship between personality traits and entrepreneurial intention //Higher Education. – 2016. – Т. 72. – С. 209-224.
22. Kaya H. D. How Does State and Local Government Support Affect Entrepreneurs' Gender, Age and Race? //JWEE. – 2018. – №. 1-2. – С. 1-16.
23. Dodaro M. Municipal entrepreneurship support policies: convergence or divergence? //Local government studies. – 2023. – Т. 49. – №. 2. – С. 274-293.
24. Westley F., Antadze N. Making a difference: Strategies for scaling social innovation for greater impact //Innovation Journal. – 2010. – Т. 15. – №. 2.
25. Dacin P. A., Dacin M. T., Matear M. Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here //Academy of management perspectives. – 2010. – Т. 24. – №. 3. – С. 37-57.
26. OECD (2003). Financing women entrepreneurship: a global challenge. [Электронды ресурс] <https://www.oecd.org/regional/leed/7349273.pdf> (өарау уақыты 22.05.2023).
27. Audretsch D. Entrepreneurship research //Management decision. – 2012. – Т. 50. – №. 5. – С. 755-764.
28. Davidsson P., Henrekson M. Determinants of the prevalence of start-ups and high-growth firms //Small business economics. – 2002. – Т. 19. – С. 81-104.
29. Welter F. Contextualizing entrepreneurship—conceptual challenges and ways forward //Entrepreneurship theory and Practice. – 2011. – Т. 35. – №. 1. – С. 165-184.
30. Pinson G., Journel C. M. (ed.). Debating the neoliberal city. – Taylor & Francis, 2017.
31. Bertay A. C., Dordevic L., Sever C. Gender inequality and economic growth: Evidence from industry-level data. – International Monetary Fund, 2020.
32. Nalyvaiko L. R., Hrytsai I. O. Gender budgeting as a means of ensuring the gender equality principle // Publishing House “Baltija Publishing”. – 2021.
33. Petrovich L. I. Gender oriented budgeting as a tool for achieving gender equality //Публічне урядування. – 2020. – №. 2 (22). – С. 130-140.
34. ADB 2019. Promoting Women's Entrepreneurship in Sri Lanka [Электронды ресурс] [www.adb.org](http://www.adb.org). Asian Development Bank. Available at: <https://www.adb.org/publications/women-entrepreneurship-sri-lanka> (қарау уақыты 22.05.2023).
35. Farr-Wharton R., Brunetto Y. Women entrepreneurs, opportunity recognition and government-sponsored business networks: A social capital perspective //Women in Management Review. – 2007. – Т. 22. – №. 3. – С. 187-207.
36. Ali M. A., Salisu Y. Women entrepreneurship and empowerment strategy for national development // Journal of Economics, Management and Trade. – 2019. – Т. 22. – №. 3. – С. 1-13.
37. Babajanian B. V. Bottom Up and Top Down? Community Development in Post-Soviet Armenia: The Social Fund Model //Social Policy & Administration. – 2005. – Т. 39. – №. 4. – С. 448-462.
38. Dams C. et al. Impact of Accelerators, as Education & Training Programs, on female entrepreneurs // Entrepreneurship Research Journal. – 2021. – Т. 12. – №. 3. – С. 329-362.
39. Portuguese Castro M., Gómez Zermeño M. G. Training needs for successful businesswomen: a narrative analysis of stories of women entrepreneurs. – 2020.

40. Montiel-Campos H. Capitalizing on women's entrepreneurial alertness: The role of human, social and psychological capital // *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. – 2019. – Т. 11. – №. 3. – С. 248-272.
41. Afshan G., Shahid S., Tunio M. N. Learning experiences of women entrepreneurs amidst COVID-19 // *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. – 2021. – Т. 13. – №. 2. – С. 162-186.
42. Batool S., Qadri F. A., Amir M. A. Social Media and Women Empowerment: A Digital Feminist Analysis of "Watch Us Rise" by Watson and Hagan // *Journal of Social Sciences Review*. – 2022. – Т. 2. – №. 4. – С. 9-18.
43. AlAmmary J. The impact of social media on women's empowerment in the Kingdom of Bahrain // *Gender, Technology and Development*. – 2022. – Т. 26. – №. 2. – С. 238-262.
44. Kumari M. Social media and women empowerment // *Int. J. Sci. Technol. Res.* – 2020. – Т. 9. – №. 3. – С. 5-10.

## REFERENCES

1. Teshabaeva, O. Abdullaeva, M. and Aminjonova, V. (2022). The role and importance of entrepreneurship and small business in the national economy. *International Journal of Social Science & Interdisciplinary Research*, 11, pp.183–191.
2. Powell, B. (2008). Making Poor Nations Rich. *Stanford Economics & Finance*.
3. Barnett, N., Griggs, S. and Sullivan, H. (2020). Guest editors' introduction: the power of now. Reimagining the future of local government through studies of 'actually existing' practice. *Local Government Studies*, 46(4), pp.505–523. doi:<https://doi.org/10.1080/03003930.2020.1783251>.
4. Henrekson, M., Stenkula, M. (2010). Entrepreneurship and Public Policy. In: Acs, Z., Audretsch, D. (eds) *Handbook of Entrepreneurship Research*. International Handbook Series on Entrepreneurship, vol 5. Springer, New York, NY. [https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1191-9\\_21](https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1191-9_21).
5. Kot, S., Meyer, N. and Broniszewska, A. (2016). A Cross-Country Comparison of the Characteristics of Polish and South African Women Entrepreneurs. *Economics & Sociology*, 9(4), pp.207–221. doi:<https://doi.org/10.14254/2071-789x.2016/9-4/13>.
6. Voda, A.I., Haller, A.-P., Antichiti, A. and Butnaru, G.I. (2020). Testing Entrepreneurial Intention Determinants in Post-Transition Economies. *Sustainability*, 12(24), p.10370. doi:<https://doi.org/10.3390/su122410370>.
7. Zhu, Z. and Lin, S. (2019). Understanding entrepreneurial perceptions in the pursuit of emerging e-business opportunities: The dimensions and drivers. *Computers in Human Behavior*, 95, pp.252–261. doi:<https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.02.015>.
8. World Bank (n.d.). Women, Business and the Law. [online] [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org). Available at: <https://wbl.worldbank.org/content/dam/documents/wbl/2021/snapshots/Kazakhstan.pdf>.
9. Henry C., Foss L., Ahl H. (2016). Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches. *International Small Business Journal*, 34(3). pp. 217-241.
10. Brush, C.G., Edelman, L., Manolova, T. & Welter, F. (2019). A gendered look at entrepreneurship ecosystems. *Small Business Economics*, 53. pp. 9-10.
11. Marlow, S. and Carter, S. (2006). If you don't ask you don't get! Women, self employment and finance. Warwick Business School Small Firms Finance Conference.
12. Brush, C.G., Carter, N.M., Gatewood, E.J., Greene, P.G. and Hart, M.M. (2006). The use of bootstrapping by women entrepreneurs in positioning for growth. *Venture Capital*, 8(1), pp.15–31. doi:<https://doi.org/10.1080/13691060500433975>.
13. Minniti, M., Arenius, P., & Langowitz, N. (2005). The 2005 Global Entrepreneurship Monitor special topic report: Women in entrepreneurship. Center for Women's Leadership at Babson College, Babson Park, MA, 28(2-3), 223-239.
14. Minniti, M. (2009). Gender Issues in Entrepreneurship. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 5(7-8), pp.497–621. doi:<https://doi.org/10.1561/03000000021>.



15. Brush, C.G., de Bruin, A. and Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), pp.8–24. doi:<https://doi.org/10.1108/17566260910942318>.
16. Gala, P., Camargo, J., & Freitas, E. (2018). The Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC) was right: scale-free complex networks and core-periphery patterns in world trade. *Cambridge Journal of Economics*, 42(3), 633–651.
17. Fritsch, M. and Storey, D.J. (2014). Entrepreneurship in a Regional Context: Historical Roots, Recent Developments and Future Challenges. *Regional Studies*, 48(6), pp.939–954. doi:<https://doi.org/10.1080/00343404.2014.892574>.
18. Bergmann, H., Hundt, C. and Sternberg, R. (2016). What makes student entrepreneurs? On the relevance (and irrelevance) of the university and the regional context for student startups. *Small Business Economics*, 47(1), pp.53–76. doi:<https://doi.org/10.1007/s11187-016-9700-6>.
- Bernhard, I. and Olsson, A.K. (2020). Network collaboration for local and regional development - the case of Swedish women entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 41(4), p.539. doi:<https://doi.org/10.1504/ijesb.2020.111578>.
19. Korosec, R.L. and Berman, E.M. (2006). Municipal Support for Social Entrepreneurship. *Public Administration Review*, 66(3), pp.448–462. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2006.00601.x>.
20. Lyon, F. and Fernandez, H. (2012). Strategies for scaling up social enterprise: lessons from early years providers. *Social Enterprise Journal*, 8(1). pp. 63–77. doi:<https://doi.org/10.1108/17508611211226593>.
21. Wang, Jiun-Hao, et al. (2016). The contribution of self-efficacy to the relationship between personality traits and entrepreneurial intention. *Higher Education*, 72, pp. 209–224.
22. Kaya, H.D. (2018). How Does State and Local Government Support Affect Entrepreneurs' Gender, Age and Race? *Journal of Women's Entrepreneurship and Education*, 1-2. pp. 1-16.
23. Dodaro, M. (2021). Municipal entrepreneurship support policies: convergence or divergence? *Local Government Studies*. pp. 1-20.
24. Westley, F., and Antadze, N. (2010) Making a difference: Strategies for scaling social innovation for greater impact." *Innovation Journal*, 15 (2). pp. 1-19.
25. Dacin, P.A., Dacin, M.T. and Matear, M. (2010). Social Entrepreneurship: Why We Don't Need a New Theory and How We Move Forward From Here. *Academy of Management Perspectives*, 24(3), pp.37–57. doi:<https://doi.org/10.5465/amp.2010.52842950>.
26. OECD (2003). Financing women entrepreneurship: a global challenge. [online] Available at: <https://www.oecd.org/regional/leed/7349273.pdf> [Accessed 22 May 2023].
27. Audretsch, D. (2012) Entrepreneurship Research. *Management Decision*, 50 (5). pp. 755–764.
28. Davidsson, P. and Henrekson, M. (2002). Determinants of the prevalence of start-ups and high-growth firms. *Small business economics*, 19. pp. 81–104.
29. Welter, F. (2011). Contextualizing entrepreneurship-conceptual challenges and ways forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), pp.165–184. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00427.x>.
30. Pinson, G. and Morel Journel, C. (2017). *Debating the neoliberal city*. Florence: Taylor and Francis.
31. Betray, A.C., Dordevic, L. and Sever, C. (2020). Gender Inequality and Economic Growth. *International Monetary Fund Working Papers*, 20(119). doi:<https://doi.org/10.5089/9781513546278.001>.
32. Nalyvaiko, L. R., and I. O. Hrytsai (2021). Gender budgeting as a means of ensuring the gender equality principle. Publishing House "Baltija Publishing".
33. Petrovich, L.I. (2020). Gender oriented budgeting as a tool for achieving gender equality. *Публічне урядування*, 2 (22). pp. 130–140.
34. ADB. (2019). Promoting Women's Entrepreneurship in Sri Lanka. [online] [www.adb.org](http://www.adb.org). Asian Development Bank. Available at: <https://www.adb.org/publications/women-entrepreneurship-sri-lanka> [Accessed 22 May 2023].
35. Farr-Wharton, R. and Brunetto, Y. (2007). Women entrepreneurs, opportunity recognition and government-sponsored business networks. *Women in Management Review*, 22(3), pp.187–207. doi:<https://doi.org/10.1108/09649420710743653>.

36. Ali, M.A. and Salisu, Y. (2019). Women Entrepreneurship and Empowerment Strategy for National Development. *Journal of Economics, Management and Trade*, 22(3), pp.1–13. doi:<https://doi.org/10.9734/jemt/2019/44828>.
37. Babajanian, B.V. (2005). Bottom Up and Top Down? Community Development in Post-Soviet Armenia: The Social Fund Model. *Social Policy and Administration*, 39(4), pp.448–462. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1467-9515.2005.00449.x>.
38. Dams, C., Sarria Allende, V., Cornejo, M., Pasquini, R.A. and Robiolo, G. (2021). Impact of Accelerators, as Education & Training Programs, on Female Entrepreneurs. *Entrepreneurship Research Journal*, 12. pp. 329-362. doi:<https://doi.org/10.1515/erj-2020-0306>.
39. Gomez Zermeno, M.G. and Portuguese Castro, M. (2020). Training needs for successful businesswomen: a narrative analysis of stories of women entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 1(1), p.1. doi:<https://doi.org/10.1504/ijesb.2020.10032635>.
40. Hector, M.C. (2019). Capitalizing on women's entrepreneurial alertness: The role of human, social and psychological capital. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*.
41. Gul, A. Shahid, S. and Tunio M.N. (2021). Learning experiences of women entrepreneurs amidst COVID-19. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 13 (2). Pp.162-186.
42. Batool S., Qadri F. A., Amir M. A. (2022). Social Media and Women Empowerment: A Digital Feminist Analysis of “Watch Us Rise” by Watson and Hagan. *Journal of Social Sciences Review*, 2 (4). pp. 9-18.
43. AlAmmary, J. (2022). The impact of social media on women's empowerment in the Kingdom of Bahrain. *Gender, Technology and Development*, 26 (2). pp 238-262.
44. Kumari, M. (2020). Social media and women empowerment. *International journal of scientific and technology research*, 9(3). pp. 5-10.

## STRENGTHENING THE WOMEN'S BUSINESS ECOSYSTEM: THE ROLE OF REGIONAL GOVERNMENT BODIES IN KAZAKHSTAN

N. K. Aljanova<sup>1</sup>, N. Zhaksybayeva<sup>1\*</sup>, Sh. Yousafzai<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Nazarbayev University Research Centre for Entrepreneurship, Graduate School of Business, Nazarbayev University, Astana, Republic of Kazakhstan

---

### ABSTRACT

*Purpose of the research:* The primary objective of this research is to study the role of local government in developing countries, especially in Kazakhstan, in the promotion, support and sustainable development of women's entrepreneurship.

*Methodology:* This study includes an analysis of the existing relevant literature in the main body in order to examine the role of local governments in promoting and supporting women entrepreneurship. The research methodology includes general official statistical data, as well as interviews with stakeholders related to women's entrepreneurship policy, interview analysis, identification and coding of important themes.

*Originality of the research:* The research aims to provide valuable perspectives and feasible plans for stakeholders by putting forward recommendations for policymakers. The study seeks to consolidate insights on the importance of women's involvement in entrepreneurship for driving economic growth and advancing gender equality.

*Findings:* The study revealed important findings regarding the role of local governments in supporting and empowering women entrepreneurs. These results contribute to a better understanding of the problems faced by women in the field of entrepreneurship and provide recommendations for solving them.

*Keywords:* Women's entrepreneurship, economic growth, gender equality, local government, support, empowerment, resources, policies, stakeholders.

*Acknowledgments:* The article was carried out within the framework of grant funding under the scientific project of IRN AP14871324 "Creating an entrepreneurial ecosystem (EC) for women entrepreneurs in Kazakhstan".

## УКРЕПЛЕНИЕ ЭКОСИСТЕМЫ ЖЕНСКОГО БИЗНЕСА: РОЛЬ РЕГИОНАЛЬНЫХ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ В КАЗАХСТАНЕ

Н. К. Альджанова<sup>1</sup>, Н. Жаксыбаева<sup>1\*</sup>, Ш. Юсафзай<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Исследовательский центр предпринимательства при Назарбаев университете,  
Высшая Школа Бизнеса Назарбаев Университета, Астана, Республика Казахстан

---

### АННОТАЦИЯ

*Цель исследования:* Основная цель данного исследования заключается в изучении роли местных органов власти в развивающихся странах, особенно в Казахстане, в продвижении, поддержке и устойчивом развитии женского предпринимательства.

*Методология:* Данное исследование включает в себя анализ существующей соответствующей литературы в основной части с целью изучения роли органов местного самоуправления в продвижении и поддержке женского предпринимательства. Методика исследования включала общие официальные статистические данные, а также интервью с заинтересованными сторонами, связанными с политикой женского предпринимательства, анализ интервью, выявление и кодирование важных тем.

*Влияние исследования:* исследование направлено на то, чтобы предоставить заинтересованным сторонам ценные перспективы и осуществимые планы, выдвигая рекомендации для политиков. Исследование направлено на обобщение информации о важности участия женщин в предпринимательстве для стимулирования экономического роста и продвижения гендерного равенства.

*Результаты исследования:* Исследование выявило важные выводы относительно роли местных органов власти в поддержке и расширении прав и возможностей женщин-предпринимателей. Эти результаты способствуют лучшему пониманию проблем, с которыми сталкиваются женщины в сфере предпринимательства, и дают рекомендации по их решению.

*Ключевые слова:* женское предпринимательство, экономический рост, гендерное равенство, местное самоуправление, поддержка, расширение прав и возможностей, ресурсы, политика, заинтересованные стороны.

*Благодарности:* Статья выполнена в рамках грантового финансирования научного проекта ИРН AP14871324 «Создание предпринимательской экосистемы для женщин-предпринимателей в Казахстане».

### АВТОРЛАР ТУРАЛЫ

**Альджанова Нурлыхан Кожаберженовна** – PhD, ғылыми қызметкер, Назарбаев университеті жанындағы Кәсіпкерлікті зерттеу орталығы, Астана, Қазақстан Республикасы, email: nurlykhan.aljanova@nu.edu.kz; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9417-3882>.

**Жаксыбаева Нурлыайым** – ғылыми қызметкер, Назарбаев Университеті жанындағы Кәсіпкерлікті зерттеу орталығының, Астана, Қазақстан Республикасы, email: nurlyaiym.zhaksybayeva@nu.edu.kz; ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0002-3951-6912>\*

**Юсафзай Шумайла** – PhD, қауымдастырылған профессор, Назарбаев университеті жанындағы Кәсіпкерлікті зерттеу орталығы директоры, Назарбаев Университетінің Жоғары бизнес мектебі, Астана, Қазақстан Республикасы, email: shumaila.yousafzai@nu.edu.kz; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9136-4947>.