

4. «Индустрия мен өнеркәсіпті цифрландыру.» Өндірістік сектордағы технологиялық өзгерістер (2022).

5. «Цифрлық трансформация және жаңа нарықтар» Онлайн сауда мен интернет-маркетингтің шағын бизнеске әсері (2024).

## **Женское предпринимательство и программа будущих исследований**

А.О. Мусабекова

м.э.н., старший преподаватель кафедра Менеджмент  
aynash.musabekova.82@mail.ru

Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Аннотация: Женское предпринимательство играет ключевую роль в социальном и экономическом развитии. За последние десятилетия женщины-предприниматели оказали значительное влияние на национальную и мировую экономику. Однако, несмотря на активизацию исследований, наше понимание этой области остается фрагментарным. Мы подчеркиваем, что будущие исследования в области женского предпринимательства могут углубить теоретические корни в контексте, влияние культурных ценностей, межнациональные различия, многоуровневые предпринимательские барьеры, цифровое предпринимательство, гендерные различия в самооэффективности предпринимателей и многое другое намерение и роль генеративного искусственного интеллекта (ИИ).

Ключевые слова: Женское предпринимательство, женщины-предприниматели, искусственного интеллект (ИИ), цифровое предпринимательство, гендер.

За последние десятилетия участие женщин в создании и управлении новыми предприятиями быстро возросло, внося значительный вклад в мировой экономический рост и социальную устойчивость. Несмотря на недавние проблемы, с которыми сталкиваются предприниматели в связи с пандемией (например, вынужденный уход из бизнеса), женщины, особенно в странах с доходом выше среднего, продемонстрировали рост предпринимательских намерений и реализации стартапов в период с 2019 по 2021 год [1]. Десятилетия процветания бизнеса, управляемого женщинами, и устойчивый интерес к предпринимательству в связи с пандемией свидетельствует о неизменной важности женщин-предпринимателей в оживлении мировой экономики. В то время как растущее влияние предпринимательской деятельности женщин привело к росту интереса ученых к женскому предпринимательству, в этом направлении исследований преобладают исследования, посвященные развитым англосаксонским странам. Несмотря на увеличение числа исследований, проводимых в развивающихся странах, такие исследования по-прежнему в основном основаны на теориях предпринимательства, укоренившихся в западных обществах, которые часто существенно отличаются от незападных обществ с точки зрения институциональных или культурных систем, регулирующих предпринимательскую деятельность женщин [2]. В связи с этим утверждает, что современное понимание женского предпринимательства, ориентированное на Запад, является географически предвзятым. Повторяя этот аргумент, подчеркивают, что сфера женского предпринимательства не имеет теоретического обоснования - но доходы, полученные от других незападных развивающихся стран или стран с формирующейся рыночной экономикой. Однако знания о женском предпринимательстве в других контекстах, особенно в таких крупных странах, как Китай, важны для теоретического развития этой области, поскольку женщины-предприниматели в этих регионах вносят значительный вклад в глобальное экономическое и социальное развитие [3]. Например, рост и развитие Китая, крупнейшей незападной экономики, оказывает значительное влияние на мировые рынки. Более глубокое понимание женского

предпринимательства в Китае может помочь выявить уникальные характеристики, лежащие в основе предпринимательского процесса в этой влиятельной стране, тем самым укрепив теоретические достижения с учетом культурного контекста. Действительно, женщины-предприниматели сыграли важную роль в формировании мирового бизнес-ландшафта, возглавляемого женщинами. Например, в последнем списке женщин-миллиардеров мира, добившихся успеха самостоятельно, составленном компанией Hurun, первая пятерка и около двух третей из 124 женщин-предпринимателей, перечисленных в списке, - из Китая [4]. В 2022 году в списке женщин-миллиардеров, добившихся успеха самостоятельно, по версии журнала Forbes, фигурируют 45 представительниц Китая, что составляет 44,6% от общего числа [5]. Хотя женщины участницы - число начинающих ученых в Китае выросло в геометрической прогрессии, и они добились заметных успехов, однако научные исследования в этой области не поспевают за их прогрессом. Однако почти все существующие обзорные или теоретические статьи, в которых излагаются важные идеи, имеют относительно узкую направленность, и, таким образом, более полную картину в этой области еще предстоит составить. Женское предпринимательство - это обширная и сложная область, которая может включать в себя информацию, распространенную по разным дисциплинам и скрытую в них. Обычные обзоры качественной литературы в узких рамках, несмотря на то, что они полезны для раскрытия некоторых ключевых тем, у них может быть меньше шансов получить полное представление о структуре знаний в этой области. Кроме того, такой субъективный обзор может быть менее эффективным для охвата динамики исследовательской области и может привести к предвзятости при выявлении влиятельных публикаций или тем, которые определяют интересующую область [6]. До настоящего времени накопление концептуальных, обзорных и эмпирических работ по женскому предпринимательству приводило к фрагментарности взглядов. Без более систематического, всеобъемлющего обобщая разрозненную литературу, будет трудно целостно выявить структурированные закономерности, лежащие в основе этой области исследований. Недостаток этих знаний может привести к тому, что мы упустим важные идеи, которые могут способствовать развитию теории и литературы о предпринимательстве женщин.

Таблица 1

Ключевые аспекты, которые определяют успех и рост бизнеса женщин-предпринимателей, а также основные проблемы, которые могут препятствовать их развитию.

№	Тема	Описание	Проблемы
1	Личные ресурсы	Женщины чаще используют свои сбережения	Ограниченные возможности для роста
2	Внешний капитал	Привлекают меньше кредитов и инвестиций	Сложный доступ к внешним ресурсам
3	Масштаб бизнеса	Бизнесы небольшие, рост часто медленный	Ограниченность ресурсов для расширения
4	Психологические установки	Важны баланс работа-семья, отношение к рискам	Осторожность и приоритет семейных задач
5	Человеческий капитал	Опыт и образование критически важны	Недостаток опыта в некоторых отраслях
6	Гендерные различия	Женщины сталкиваются с уникальными барьерами	Стереотипы и меньший доступ к ресурсам
Примечание – Составлено автором			

Также важно отметить, что некоторые теоретические подходы выявили институциональные и социальные проблемы, с которыми сталкиваются женщины-предприниматели, а также предложили потенциально рационализированные подходы к решению проблем, связанных с изучением женского предпринимательства. В ряде случаев взаимосвязь между работой и личной жизнью является ключевым фактором при

теоретизировании и объяснении гендерных последствий или неравенства среди женщин-предпринимателей.

Женщины-предприниматели в сфере технологий и их влияние, а также финансовые проблемы деловых женщин. Несколько ключевых документов посвящены женщинам-предпринимателям в сфере технологий, исследующим социальные, психологические и экологические факторы, влияющие на эффективность их предприятий. Возможно, из-за некоторых из этих препятствий женщины-предприниматели в сфере технологий (например, в электронной промышленности), по сравнению со своими коллегами-мужчинами, более неохотно идут на большой риск и/или предпринимают более смелые шаги для получения высокой прибыли, тем самым потенциально теряя возможности для повышения эффективности венчурного бизнеса. Независимо от отрасли, существует тенденция, что предприниматели – женщины-предприниматели сталкиваются с более нетрадиционными вариантами ведения бизнеса и поиска ресурсов, как правило, связанными с технологиями. В литературе освещаются некоторые новые способы привлечения финансового капитала женщинами-предпринимателями, в том числе краудфандинг акций и платформы одноранговых цифровых займов [7], которые часто используются на основе Интернета. Однако, по сравнению с мужчинами, женщины по-прежнему реже выбирают интернет-финансирование для открытия и развития бизнеса. Независимо от того, какие варианты выбирают женщины-предприниматели при привлечении средств для стартапов или бизнеса, некоторые исследования показывают, что их доступ к финансовому капиталу довольно ограничен по сравнению с их странами - мужчинами, как и у женщин-бизнесменов в других странах с переходной экономикой. В некоторой степени отражая эту точку зрения, сообщают, что число женщин-предпринимателей прибыль в промышленном секторе отрицательно связана с объемом банковских кредитов, полученных этим сектором. Исследователи обнаружили, что женщины сталкиваются с большими препятствиями при получении бизнес-кредитов, что может быть связано с их недоверием к заявкам на получение кредитов, но, как упоминалось ранее, такое восприятие женщин-предпринимателей все еще может быть результатом потенциальных гендерных стереотипов и институциональных ограничений барьеры.

Благодаря быстрому технологическому развитию возможности цифрового предпринимательства значительно расширились. Это привело к увеличению числа исследований, посвященных женщинам-предпринимателям в сфере цифровых технологий, во многих странах, таких как Великобритания [8], Саудовская Аравия, Австралия и Египет. В этом случае будущие исследования призваны направить больше усилий на изучение женского цифрового предпринимательства. Чтобы расширить наши знания в этой области, исследования могут быть сосредоточены на многих областях, которые являются развитием в сфере цифрового предпринимательства. Например, переход к цифровому миру может потребовать от цифровых предпринимателей обладать качествами, которые выходят за рамки того, что необходимо в традиционных бизнес-моделях. Исследователи могут сравнить цифровое и традиционное предпринимательство, чтобы изучить различия в характеристиках женщин-предпринимателей, которые являются ключевыми для их успеха в бизнесе. Учитывая, что в процессе цифровизации постоянно появляются новые явления будущих исследований может быть рассмотрен вопрос об оценке проблем, с которыми сталкиваются женщины, основывающиеся и управляющие цифровыми предприятиями на постоянной основе, и о том, как они справляются с этими проблемами и реагируют на связанные с ними изменения. В то время как мир цифрового бизнеса предоставляет ценные возможности, которые приветствуются женщинами, цифровое предпринимательство также сопровождается неопределенностями и рисками, которые отличаются от традиционного предпринимательства. В будущих исследованиях также может быть изучено, как женщины-предприниматели уравнивают возможности и риски при принятии решений о цифровом бизнесе.

Таблица 2

Гендерные аспекты в предпринимательской самооэффективности и намерениях

№	Тема	Описание
1	Гендер и самооффективность	Гендер влияет на уверенность в предпринимательстве.
2	Предпринимательские намерения	Пол влияет на цели и установки предпринимателей.
3	Социально-когнитивная теория	Объясняет влияние обучения и культуры на поведение.
4	Теории и гендер	Интеграция гендера в существующие теоретические модели.
5	Культура и гендер	Гендерные различия зависят от культурного контекста.
Примечание – Составлено автором		

Искусственный интеллект и женское предпринимательство в это не раскрыто из-за недостатка данных, важно признать ту решающую роль, которую генеративный искусственный интеллект (ИИ) начал играть в преобразовании исследований в области предпринимательства. По мере дальнейшего развития технологий и инструментов искусственного интеллекта (например, ChatGPT) становится все более важным изучать их значение и потенциальные возможности применения для понимания и поддержки предпринимательской деятельности женщин - нейронные сети в этом динамичном контексте. Генеративные модели искусственного интеллекта могут способствовать получению информации, выявлению закономерностей и анализу огромных объемов данных, касающихся женского предпринимательства. Например, эти модели могут быть использованы для обработки крупномасштабных наборов данных, охватывающих различные аспекты женского предпринимательства, включая отраслевые тенденции, схемы финансирования, факторы успеха и барьеры. Анализируя такие данные, исследователи предпринимательства могут получить более глубокое представление об уникальных проблемах и возможностях, с которыми сталкиваются женщины-предприниматели в разных регионах и секторах страны. Более того, модели генеративного искусственного интеллекта и машинного обучения могут способствовать генерации и тестированию сценариев [8]. Позволяя исследователям моделировать и изучать потенциальное воздействие различных политических мер, культурных сдвигов или динамики рынка на женское предпринимательство. Такое моделирование может стать ценным вкладом для политиков, практиков и самих женщин-предпринимателей, позволяя принимать решения на основе фактических данных и разрабатывать стратегии в предпринимательском контексте. Однако важно отметить, что, хотя искусственный интеллект может предложить ценные инструменты и информацию, он не является заменой другим количественным и качественным методам исследования. ИИ следует рассматривать только как дополнительный инструмент, который улучшает исследовательский процесс, а не заменяет традиционные теоретические и эмпирические подходы. Будущие исследователи в области предпринимательства могут рассмотреть возможность включения компонентов ИИ путем интеграции генеративных моделей ИИ в свои исследовательские методики. Это может включать использование методов обработки естественного языка для анализа текстовые данные, обучающие модели искусственного интеллекта выявлять закономерности [8]. О гендерном неравенстве и предпринимательском успехе или даже об использовании чат-ботов на базе искусственного интеллекта для сбора данных в режиме реального времени и оказания индивидуальной поддержки женщинам-предпринимателям. Используя потенциал генеративного искусственного интеллекта, исследователи могут использовать мощь технологий для улучшения нашего понимания женского предпринимательства.

В заключение несмотря на то, что исследования в области предпринимательства женщин появляются и постепенно накапливаются, существующая литература в основном разрозненна и еще не дает всеобъемлющей, систематизированной картины в этой области. После проведенного анализа в данной статье были предложены несколько приоритетных областей, которые будущие исследователи могут изучить для продвижения исследований в области женского предпринимательства. Например, утверждается, что эта область нуждается в дальнейших исследованиях, чтобы выявить более глубокие теоретические корни в контексте; влияние культурных ценностей; межнациональные различия; многоуровневые

предпринимательские барьеры; цифровое предпринимательство женщин; и неубедительные гендерные различия в самооэффективности и намерениях предпринимателей.

### Список литературы

1. Global Entrepreneurship Monitor. (2022). GEM 2021/22 women entrepreneurship report: From crisis to opportunity. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=51084>
2. Lindvert, M., Patel, P. C., & Wincent, J. (2017). Struggling with social capital: Pakistani women micro entrepreneurs' challenges in acquiring resources. *Entrepreneurship & Regional Development*, 29(7–8), 759–790. <https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1349190>
3. Rashid, S., & Ratten, V. (2020). A systematic literature review on women entrepreneurship in emerging economies while reflecting specifically on SAARC countries. In V. Ratten (Ed.), *Entrepreneurship and organizational change: Managing innovation and creative capabilities* (pp. 37–88). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-35415-2\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-030-35415-2_4)
4. Zamora, G. (2022). The 10 richest self-made women in the world. <https://www.forbes.com/sites/gigizamora/2022/04/05/the-10-richest-self-made-women-in-the-world/?sh=33ba8aca6c25>
5. Budler, M., Zupić, I., & Trkman, P. (2021). The development of business model research: A bibliometric review. *Journal of Business Research*, 135, 480–495. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.045>
6. Caglayan, M., Talavera, O., & Xiong, L. (2022). Female small business owners in China: Discouraged, not discriminated. *Journal of International Financial Markets Institutions & Money*, 80(15), Article 101649. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2022.101649>
7. Dy, A. M., Martin, L., & Marlow, S. (2018). Emancipation through digital entrepreneurship? A critical realist analysis. *Organization*, 25(5), 585–608. <https://doi.org/10.1177/1350508418777891>
8. Sheetal, A., Jiang, Z., & Di Milia, L. (2023). Using machine learning to analyze longitudinal data: A tutorial guide and best-practice recommendations for social science researchers. *Applied Psychology*, 72(3), 1339–1364. <https://doi.org/10.1111/apps.12435>

### Персоналды бағалаудың негізгі міндеттері мен әдістері

Ж.Б.Бахыт

"Менеджмент" мамандығы бойынша 1 курс магистранты  
zhaina\_bakhyt@mail.ru

Е. А. Бөкетов атындағы Қарағанды зерттеу университеті  
Қазақстан

Түйіндеме: Кез келген ұйым жұмысының жемісті болуы персоналдың біліктілігіне ғана байланысты емес. Оларды тиімді бағалауға да байланысты. Осы орайда, қызметкерлердің еңбегі, тәжірибесі, интелекті мен адамдардың өз еңбегіне қанағаттануын ескеру арқылы басқаруды менеджмент деп атайды. Қазіргі таңда нарықтағы кәсіпорындардың бәрі дерлік техникалық жағынан тең дәрежеде қамтамасыз етілген. Сондықтан, бәсекелестік негізінен персонал және оны басқару жүйесіне байланысты болып отыр. Сол себепті, еңбекке тартылған адамдарды сақтап қалуға ғана емес, олардың біліктілігін, деңгейін арттыруға басымдық беру керек.

Кілт сөздер: персоналды басқару, менеджмент, мотивация, бағалау

Персоналды бағалау - бұл персоналдың сандық және сапалық кәсіби сипаттамаларының лауазымның (жұмыс орнының), бөлімнің және тұтастай алғанда ұйымның талаптарына сәйкестігін белгілеудің мақсатты процесі.

Ұйымдар өз мақсаттарына жету үшін өмір сүреді. Осы мақсаттарды іске асыру дәрежесі