

На правах рукописи

Моисеева

Моисеева Анна Александровна

**Образовательные стратегии женского предпринимательства
России и Казахстана (на примере малого и среднего бизнеса)**

Специальность 5.4.4 – Социальная структура, социальные институты и
процессы

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Саранск – 2025

Работа выполнена на кафедре гуманитарных и социально-экономических дисциплин Поволжского казачьего института управления и пищевых технологий (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный университет технологий и управления имени К. Г. Разумовского (Первый казачий университет)»

Научный руководитель:

Орлова Людмила Викторовна – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин Поволжского казачьего института управления и пищевых технологий (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный университет технологий и управления имени К. Г. Разумовского (Первый казачий университет)»

Официальные оппоненты:

Кузеванова Ангелина Леонидовна – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры социологии, общей и юридической психологии Волгоградского института управления – филиала федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Демененко Инна Арамовна – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Ведущая организация:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уфимский университет науки и технологий»

Защита состоится 12 сентября 2025 г. в 11.00 часов на заседании диссертационного совета 24.2.338.07 на базе ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарёва» по адресу: 430005, г. Саранск, ул. Большевикская, д. 68/1, ауд. 706, зал заседаний.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке им. М. М. Бахтина Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н.П. Огарёва и на сайте университета по адресу: <https://mrsu.ru/ru/sci/diss/24-2-338-07/defense/65883/>.

Автореферат разослан « ____ » _____ 2025 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета 24.2.338.07
доктор философских наук, доцент



А. А. Сомкин

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Рыночная экономика открывает возможности для предпринимательской деятельности всех групп и слоев населения. В последние десятилетия именно этот род деятельности активно осваивают женщины. В большей степени для постсоветского пространства это было вызвано экономическим кризисом, из-за которого большая часть населения данных стран потеряла работу (многие предприятия закрывались) и столкнулась с понижением своего статуса и уровня жизни. Именно в этой ситуации оказались многие женщины. В 90-е гг. XX в. предпринимательская деятельность, будучи еще не институционализированной, осуществлялась преимущественно в теневом секторе экономики, и именно женщины пополнили ряды челноков и торговцев городских рынков.

Однако с тех пор прошло более 30 лет, и сегодня женщины открывают свой бизнес не только вынужденно, но и целенаправленно, видя в этом свое призвание и возможность для развития. Женское предпринимательство в Российской Федерации (РФ) и Республике Казахстан (РК) является динамичным сектором малого и среднего бизнеса (далее – МСБ). Так, в структуре МСБ России насчитывалось 2 419 857 субъектов¹, возглавляемых женщинами, МСБ Казахстана – 891 904 субъектов².

В условиях постиндустриального общества одним из реальных каналов вхождения женщин в предпринимательскую сферу и залогом профессиональной мобильности выступает образование. Особенно это актуально в XXI в., когда доступ к информации и знаниям благодаря развитию цифровых технологий стал неограниченным. Еще в 20-е гг. академик С. Г. Струмилин писал: «Расходы государства на школьное обучение окупаются уже в первые 1,5 года; на протяжении последующих 35 лет государство получает чистую прибыль в размере 73% годовых. Что-нибудь более рентабельное, чем такое размещение капитала, было бы сложно придумать»³.

Развитие женского предпринимательства (в том числе, в сельских районах страны) нуждается в государственной поддержке, в доступных образовательных программах по бизнесу. В условиях нестабильной социально-экономической ситуации для улучшения экономического положения женщин, снижения уровня безработицы, формирования устойчивого среднего класса – основы социальной стабильности и обеспечения гендерного равенства прав и возможностей в обществе необходимо активно привлекать женщин в сферу МСБ, например, через программы поддержки женского предпринимательства и предпринимательской подготовки.

¹ Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства на 1 января 2024 г. URL: <https://rmsp.nalog.ru/index.html>.

² Количество зарегистрированных субъектов МСП, возглавляемых женщинами в Республике Казахстан на 1 января 2024 г. URL: https://gender.stat.gov.kz/page/frontend/detail?id=108&slug=1-2018-3&cat_id=6&lang=ru.

³ Струмилин С. Г. Хозяйственное значение народного образования. 1924.

Таким образом, актуальность данного исследования определяется необходимостью теоретического изучения и эмпирического исследования региональных особенностей образовательных стратегий женщин-предпринимателей в РФ и в РК в условиях постиндустриального развития.

Степень научной разработанности темы исследования

Важнейшие методологические принципы исследования сущности образования раскрыты в трудах З. Баумана, Э. Дюркгейма, П. Сорокина, У. Бека, Э. Гидденса, П. Бурдье, Ж.-К. Пассрона¹.

Современные направления изучения образования можно представить следующим образом:

– структурно-функционалистский подход (Ф. Браун², Р. Мертон³, Т. Парсонс⁴ Дж. Сирьямаки⁵, Н. Смелзер) – анализирует образование как социальный институт, выполняющий ряд функций;

– стратификационный подход (У. Бек, Э. Гидденс, Ж.-К. Пассрон, П. Сорокин,) – анализирует систему образования как воспроизводящую социальное неравенство в обществе;

– гендерный подход (Э. Дюркгейм, Г. Зиммель⁶) – исследует влияние гендера на систему образования и гендерных отношений.

Американский социолог Элвин Тоффлер в работе «Шок будущего» отмечал, что людям в супериндустриальном обществе понадобятся новые умения и навыки. Он утверждал, что супериндустриальное общество должно предусматривать непрерывное образование на протяжении всей жизни⁷. Э. Тоффлер, акцентируя внимание на происходящих технологических и социальных трансформациях, видит новый формат образования, направленный на постоянное развитие способностей личности, в непрерывном образовании, широкомасштабном мышлении⁸.

Современные вопросы женского образования и предпринимательства в российских регионах и странах бывшего СССР рассматривают в своих трудах

¹ Бауман З. Социологическая теория о постсовременности. 1991; Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. 1991; Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество. 1992; Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. 2000; Гидденс Э. Устроение общества: очерк теории структуризации. 2003; Бурдье П., Пассрон Ж.-К. Воспроизводство: элементы теории системы образования. 2007.

² Браун Ф. Социальные изменения и образование в России // Молодежь России на рубеже 90-х годов. Кн. 2 / Ред. М. М. Малышева. М., 1992.

³ Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. Социальная структура и anomia // Социологические исследования. 1992. № 2–4.

⁴ Parsons T. The school class as a social system // Harvard Education Review. 1959. № 2. P. 297–318.

⁵ Sirjamaki J. Education as a social institution // On Education: Sociological Perspectives. N.Y., 1967.

⁶ Simmel G. Das Relative und das Absolute im Geschlechter Problem // Philosophische Kultur. Leipzig, 1919.

⁷ Тоффлер Э. Шок будущего: Пер. с англ. М.: АСТ, 2002.

⁸ Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 1999.

Ж. А. Нурбекова, М. П. Белоусова, Н. Р. Галиакберова, Ю. А. Ражнева, Э. Ф. Калимуллина, Ю. Ю. Лыгденова, Г. В. Березовская, О. А. Цветкова¹.

Изучены тенденции, особенности и проблемы развития современного женского предпринимательства в России в пореформенный период в социологическом аспекте в работах А. С. Абриталиной, Е. В. Басистой-Прокоповой, М. И. Высоцкая, Н. Р. Галиакберовой, Е. А. Кипервар, Ю. Ю. Лыгденовой, И. В. Мальчихиной, Ю. Ю. Малышевской, М. Л. Севеловой, А. И. Чаловой, О. В. Чернышевой².

Актуальность изучения образовательных стратегий обусловлена тем, что система образования, благодаря ряду современных тенденций, превратилась в область стратегического планирования для различных социальных групп. В последние годы термин «образовательная стратегия» все чаще используется в работах социологов Е. Н. Заборовой, М. В. Озеровой, М. Л. Максимовой, К. Ю. Терентьева, И. И. Харченко³.

Анализируя представленные работы, надо отметить, что накоплен огромный теоретический и эмпирический материал по различным аспектам женского предпринимательства и социологии образования, однако тема

¹ Нурбекова Ж. А. Социологический анализ женского предпринимательства в Казахстане, 2000.; Белоусова М. П. Особенности формирования женских общественных организаций в российском обществе в 1990-е годы. 2001; Галиакберова Н. Р. Статус и карьера женщины в современном российском обществе. 2003; Ражнева Ю. А. Предпринимательство как форма занятости женщин. 2004; Калимуллина Э. Ф. Женщины Башкортостана в гендерных процессах современного российского общества. 2006.; Лыгденова Ю. Ю. Женщины-предприниматели: нравственные основы жизнедеятельности. 2008; Березовская Г. В. Социальный статус женщин трудоспособного возраста в современном российском обществе. 2011; Цветкова О. А. Работа и семья в жизненных стратегиях российских женщин: региональный аспект. 2011; Нурбекова Ж. А. Теоретические предпосылки социологического анализа женского предпринимательства // Ученые записки Забайкальского государственного университета. 2013. № 4(51).

² Абриталина А. С. Женское предпринимательство: социально-экономические мотивации и факторы, 2006; Басистая-Проконова Е. В. Особенности гендерного уклада малого предпринимательства: региональный аспект (Опыт социологического исследования), 2004; Галиакберова Н. Р. Указ. работа, 2003; Мальчихина И. В. Предпринимательство как форма занятости женщин, 2000; Лыгденова Ю. Ю. Указ. работа; Кипервар Е. А., Севелова М. А. Женское предпринимательство: особенности и перспективы развития в регионах (на примере Омской области) // Омский научный вестник. 2009; Чернышева О. В. Трансформация жизненных стратегий женщин в современных российских условиях, 2003; Высоцкая М. И., Чалова А. И. Специфика развития женского предпринимательства в современной России // Российский Академический журнал. 2013.

³ Заборова Е. Н., Озерова М. В. Образовательные стратегии: подходы к определению понятия и традиции исследования // Известия Уральского федерального университета. 2013; Максимова М. Л. Образовательные стратегии студентов регионального университета: дис. ... канд. социол. наук; 22.00.04. Нижний Новгород, 2007; Терентьев К. Ю. Образовательные стратегии российской молодежи: к построению типологии // Вестник СПбГУ. 2016; Харченко И. И. Формирование и реализация образовательных и профессиональных стратегий современной молодежи: дис. ... канд. социол. наук; 22.00.04. Новосибирск, 2007.

воздействия образования на развитие женского предпринимательства, особенно в контексте региональных различий РФ и РК, в частности на примере Самарской области и Западно-Казахстанской области (ЗКО), остается мало изученной и нуждается в разработке и анализе.

Объект диссертационного исследования – женское предпринимательство.

Предмет исследования – влияние образовательных стратегий на развитие женского предпринимательства РФ и РК (на примере малого и среднего бизнеса).

Цель работы – выявить взаимосвязь образовательных стратегий женщин-предпринимателей и особенностей развития малого и среднего женского бизнеса в РФ и РК.

Задачи исследования:

1. Определить теоретико-методологические подходы к изучению образовательной системы как социального лифта для развития женского предпринимательства с учетом концепции непрерывного образования.

2. Выявить особенности изменений в системе образования и их влияние на возможности развития женского предпринимательства в условиях постиндустриальной и цифровой эпох.

3. Установить региональные особенности и факторы развития женского предпринимательства МСБ в РФ и в РК в условиях Самарской и Западно-Казахстанской областей.

4. На основе данных авторского количественного исследования выявить взаимосвязь между образовательными стратегиями женщин-предпринимателей, обучением в процессе ведения бизнеса и их мотивацией для предпринимательской деятельности в условиях развития малого и среднего бизнеса на региональном уровне.

5. Выявить показатели зависимости выбора и реализации образовательных стратегий женщин-предпринимателей.

6. Дать социологическое определение понятия «образовательные стратегии» женщин-предпринимателей.

Гипотеза исследования.

Развитие женского предпринимательства в малом и среднем бизнесе России и Казахстана тесно связано с образовательными стратегиями, направленными на повышение профессиональной компетентности и социального статуса женщин-предпринимателей, учитывая социально-экономические особенности и государственную поддержку в этих странах.

Теоретико-методологическую основу исследования составили работы зарубежных и отечественных социологов по проблемам развития социологии образования, женского предпринимательства. Методологической основой работы стали идеи институционального, стратификационного и гендерного подходов, которые позволили обосновать принципы развития и анализ тенденций трансформации функций института образования (теория социальной мобильности П. Сорокина, концепция воспроизводства социального неравенства системой образования Ж. К. Пассрона, теория статусно-

распределительной функции образования У. Бека, теория гендерных отношений и разделения труда по половому признаку Э. Дюркгейма, Г. Зиммеля, теория гендера как стратификационной категории Э. Гидденса, концепции постиндустриального общества Э. Тоффлера); определение специфики и факторов, влияющих на развитие женского предпринимательства.

Методологические основы исследования образовательных стратегий заложены в трудах П. Бурдьё (изучение поведения социальных групп в сфере образования). Особое значение для понимания образовательных стратегий имеют работы современных социологов О. Г. Антоновой (становление новой образовательной парадигмы), А. Ю. Гайфуллина (цифровизация образования), Т. А. Калугиной (непрерывное образование), С. В. Полутина (процесс реформирования и модернизации системы образования).

Первые исследователи женского предпринимательства как социологического явления – С. А. Автономова, С. Ю. Барсукова, С. А. Демьянова, Л. В. Корель, Т. Г. Малютина, А. Е. Чирикова (заложили основы для изучения женского предпринимательства как социально-профессионального феномена, определив его место в контексте трансформации экономических и социальных структур).

Исследовательский интерес к данной теме современных социологов рассмотрен в работах А. С. Абриталиной, Е. В. Басистой-Прокоповой, Н. Р. Галиакберовой, Ю. Ю. Лыгденовой, И. В. Мальчихиной (разработана концептуализация женщин-предпринимателей как особой социально-профессиональной группы), Ф. Б. Бурхановой (качество занятости и человеческое развитие), А. Н. Дегтярева, А. Р. Кузнецовой (трудовые ресурсы на рынке труда), Ю. А. Семеновой (женское предпринимательство в системе бизнеса), Е. В. Щаниной (занятость населения и трудовые стратегии).

Эмпирическая база исследования опирается на данные региональных социологических исследований, проведенных и проанализированных автором за период 2017–2024 гг.:

– «Образовательные стратегии женщин-предпринимательниц Самарской области» (2023 г., неслучайная выборка, сплошной опрос, n=400);

– «Образовательные стратегии женщин-предпринимательниц ЗКО» (2019 г., неслучайная выборка, сплошной опрос, n=400);

– «Социальный статус женщин в предпринимательстве в ЗКО» (2018 г., неслучайная выборка, сплошной опрос, n=350);

– «Восприятие студентами процесса освоения предпринимательских навыков в ходе профессионального обучения» (2017 г., анкетный опрос среди студентов среднего и высшего образования ЗКО. Студенты отбирались на основе данных генеральной совокупности групп специальностей и по признаку пола, квотная выборка, n=530);

– «Предпринимательские намерения и готовность к предпринимательской деятельности среди студентов» (2022 г., 3 фокус-групповых интервью студенческой молодежи Самарской области. Студенты отбирались на основе

данных генеральной совокупности групп специальностей и по признаку пола, n=36);

– «Развитие и доступность бизнес образования для женщин в регионе» (2023 г., полуструктурированное интервью с руководителями предприятий Самарской области, целевая выборка, метод снежного кома, n=18);

– «Образовательные стратегии по удержанию и развитию своего бизнеса» (2019 г., полуструктурированное интервью с руководителями предприятий ЗКО, целевая выборка, метод снежного кома, n=10);

– «Образовательные стратегии по удержанию своего бизнеса во время пандемии и дальнейшему его развитию» (2024 г., полуструктурированное интервью с женщинами-руководителями предприятий ЗКО, целевая выборка, метод снежного кома, n=10);

– вторичный анализ результатов исследований в области развития женского предпринимательства в России и Казахстане;

– федеральные и региональные нормативно-правовые акты, регулирующие вопросы создания и развития благоприятных условий для предпринимательской деятельности в исследуемых странах;

– данные Федеральной службы государственной статистики, Федеральной налоговой службы РФ, Агентства Республики Казахстан по статистике.

Научная новизна:

1. Обоснована релевантность теоретико-методологических концепций для исследования системы образования через интеграцию институционального (Ф. Браун, Р. Мертон, Т. Парсонс, Дж. Сирьямаки, Н. Смелзер), стратификационного (П. Сорокин, У. Бек, Ж-К. Пассрон) и гендерного (Э. Дюркгейм, Г. Зиммель, Э. Гидденс) подходов, и на их основе установлена противоречивость процессов (ослабления / усиления) института образования как социального лифта в современных условиях цифровизации. Обоснована применимость концепции Э. Тоффлера о новом формате образования, направленном на постоянное развитие способностей личности в условиях непрерывного образования, открывая новые горизонты понимания трансформации системы образования в цифровую эпоху.

2. Выявлены характеристики образования: как пути вхождения женщин в предпринимательскую деятельность через формирование профессиональных навыков для их профессиональной мобильности; как механизм адаптации к меняющимся социально-экономическим условиям рынка, спроса, для развития уже существующего бизнеса и повышения социально-профессионального статуса.

3. Установлены региональные особенности, а также группы макрофакторов (государственная поддержка женского предпринимательства; экономическая ситуация; развитие инфраструктуры; местная предпринимательская среда; профиль отрасли и предприятия) и микрофакторов (уровень образования; опыт и продолжительность работы; побудительные факторы, стимулирующие занятие предпринимательством и процесс выбора профессиональной карьеры; установки на профессиональную мобильность; поддержка семьи; личностная активность и включенность женщин в государственные программы), влияющие

на развитие женского предпринимательства в структурах МСБ Самарской и Западно-Казахстанской областей.

4. Определен тип стратегий занятия бизнесом («*сознательно ориентированные*», «*вынужденно ориентированные*», «*ситуационно ориентированные*») среди женщин на основе данных социологических исследований по критерию причин занятости и мотивации к предпринимательской деятельности, уровню образования и отрасли бизнеса.

5. Выявлена зависимость выбора и реализации образовательных стратегий женщин-предпринимателей от различных факторов, таких как образовательный профиль, специфика бизнеса, статус предприятия, занимаемая должность, стаж работы, численность персонала и прибыль предприятия.

6. Предложено авторское определение образовательных стратегий женщин-предпринимателей, а также на основе социологических исследований представлена их типология (стратегия «переквалификация» для смены бизнеса и стратегия «развитие» для текущего бизнеса) и основные пути реализации (бакалавриат, магистратура, дополнительное образование) в Самарской и Западно-Казахстанской областях.

Положения, выносимые на защиту:

1. Наиболее релевантной исследованию влияния образования как социального лифта на развитие женского предпринимательства выступает интеграция *институционального подхода* (Ф. Браун, Р. Мертон, Т. Парсонс, Дж. Сирьямаки, Н. Смелзер) позволяет изучать благоприятную институциональную среду, направленную на результативное и эффективное достижение целей, *стратификационного подхода* ((П. Сорокин, У. Бек, Э. Гидденс, Ж.-К. Пассрон) анализирует статусные позиции и создание социально-профессионального сообщества женщин-предпринимателей в целом и *гендерного подхода* ((Э. Дюркгейм, Г. Зиммель) рассматривает разделение труда по половому признаку, проблематику гендерных отношений, а также гендера как стратификационной категории (Э. Гидденс), где гендер выступает как сеть, как структура и как процесс). Концепция Э. Тоффлера о новом формате непрерывного образования подчеркивает важность адаптации образовательных процессов к требованиям информационного общества.

2. В современных условиях институт образования остается важным каналом передачи знаний, культурного опыта и ценностей. Он претерпевает двойственный процесс. С одной стороны, его значение в социальной и профессиональной мобильности растет, усиливается процесс реквалификации и внедряются цифровые образовательные практики; с другой стороны, при слабой связи с рынком труда возникают трудности с трудоустройством, значение высшего образования снижается, происходит девальвация дипломов и демотивация студентов. Рынок труда испытывает переизбыток одних квалификаций и нехватку других. Эти процессы влияют на профессиональные траектории и образовательные стратегии отдельных людей и групп, проявляясь в изменении их статусных позиций.

3. Социально-экономические факторы развития РФ и РК во многом определили особенности формирования и развития женского предпринимательства в структуре МСБ в регионах. В качестве таких факторов для Самарской области выступают: высокая заселенность региона; высокий уровень урбанизации (80,52% или 2 518 546 чел. проживает в городской местности¹); высокоразвитая инфраструктура; низкий уровень общей безработицы по сравнению со средними показателями по стране; положительная динамика среднемесячной заработной платы; высокий уровень профессионального образования в регионе (86,4% жителей имеют среднее и высшее профессиональное образование; по данному показателю Самарская область занимает 8-е место среди всех российских регионов²); наличие отраслевой гендерной сегрегации; гендерного разрыва в оплате труда (в Российской Федерации в 2023 г. гендерный разрыв составил 33%, в Самарской области – 28,78%). Женский бизнес в Самарской области представлен в большей степени владельцами малого и, реже, среднего бизнеса; индивидуальные предприниматели (ИП) в «женских» сферах занятости – услуги и торговля. При этом уровень удовлетворенности женщин предпринимательским климатом в РФ ниже, чем в РК. В качестве социально-экономических факторов для ЗКО выступают: слабая заселенность региона; низкая урбанизация; неравномерное отраслевое развитие (определяет приоритетность создания одних профилей предприятий над другими); высокая доля сельскохозяйственных угодий; слабо развитая инфраструктура; структура рынка труда представлена в основном вакансиями добывающей и сельскохозяйственной отраслей занятости; низкая покупательная способность населения; высокий уровень женской безработицы; наличие отраслевой гендерной сегрегации; гендерный разрыв в оплате труда (составлял 41%). В ЗКО женщины преимущественно представлены владельцами малого бизнеса, реже, среднего бизнеса и крестьянско-фермерских хозяйств (КФХ).

4. Выявлены три стратегии занятия бизнесом среди предпринимательниц в РФ и РК согласно мотивации – «сознательно ориентированные», «ситуационно ориентированные» и «вынужденно ориентированные» – по критериям причин занятости к предпринимательской деятельности, уровня образования и отрасли бизнеса. В РФ оказалось больше предпринимательниц «сознательно ориентированных» (42%) и «ситуационно ориентированных» (42%) на бизнес, чем в РК, где большинство «вынужденно ориентированных» (41%) на бизнес. В РК отрасль бизнеса оказалась значимой при определении причин занятия бизнесом. Большинство предпринимательниц в сфере услуг оказались «сознательно ориентированными» (36%) на бизнес (открыть бизнес в данной сфере для них – призвание, мечта). В других отраслях представлены

¹ Самарская область в цифрах (на 1 января 2024 г.) // Официальный сайт Министерства экономического развития и инвестиций Самарской области. URL: https://economy.samregion.ru/activity/ekonomika/values_so/ (дата обращения: 10.07.2024).

² Там же.

преимущественно «вынужденно ориентированные» (73%) на бизнес предпринимательницы (осталась без работы, решила поработать на себя). В России «сознательно ориентированные» на бизнес в сфере услуг – 64% опрошенных женщин; в других отраслях «ситуационно ориентированные» – 57%. В Казахстане «вынужденно ориентированных» на бизнес – 41% опрошенных женщин, «сознательно ориентированных» – 30%, «ситуационно ориентированных» – 23%.

Казахстанские женщины, работающие в сфере бизнеса вынужденно, ответили, что «не имеют квалификации для занятия другими видами деятельности»; это женщины преимущественно со средним и средним профессиональным образованием (39%), они крайне редко имеют высшее образование (2%). Российские женщины, для которых бизнес – это призвание или жизненное предназначение («сознательно ориентированные»), составляют 42% опрошенных женщин; из них с высшим образованием – 30% и средним – 12%. Тех, кто ответил, что начать собственный бизнес было стечением обстоятельств («ситуационно ориентированные»), – 42%; из них с высшим образованием – 28% и средним – 14%. *Образование* женщин-предпринимателей в значительной мере повлияло на причину, подтолкнувшую ее заняться бизнесом.

5. Образование существенно влияет на формирование социального статуса женщин-предпринимателей и способствует общему развитию их бизнеса. По результатам опроса, высшее образование имеют 79% предпринимательниц в России и 90% в Казахстане; при этом средним или средним профессиональным образованием обладают 21% предпринимательниц в России и 10% в Казахстане.

Установлена статистически значимая взаимосвязь между образовательной квалификацией и образовательным профилем. (Россия: Хи-квадрат = 50,560; $p=0,043$; Казахстан: Хи-квадрат = 26,744; $p=0,000$). Среди женщин-предпринимателей с высшим образованием чаще всего встречались обладательницы экономического (30% и 39%, в России и Казахстане соответственно) и гуманитарного (27% и 9%) профилей. В то время как предпринимательницы со средним образованием преимущественно имели медицинское (26% в России и 35% в Казахстане) и экономическое (22% и 12%) образование.

Для предпринимательниц из Казахстана обнаружена корреляция между образовательным профилем и правовым статусом предприятия (Хи-квадрат = 148,068; $p=0,000$). Среди индивидуальных предпринимателей большинство женщин (39%) имеют высшее экономическое образование (из них 3% имеют ученую степень), 9% – с гуманитарным образованием. Среди представителей ТОО также большинство женщин (37%) с экономическим образованием, 23% – с инженерно-техническим, 20% – с медицинским. Среди КФХ большинство (77%) с сельскохозяйственным образованием (из них 1% имеет ученую степень), 23% – с экономическим образованием.

В Казахстане была выявлена статистически значимая связь между образовательной квалификацией и направлением бизнеса в сфере услуг (Хи-квадрат = 21,996; $p=0,027$). Среди респонденток с высшим образованием наиболее распространены частные детские дома (19%) и парикмахерские салоны (16%). Предпринимательницы со средним профессиональным образованием чаще занимаются ремонтными и швейными предприятиями (41%), косметологическими салонами (30%) и ногтевыми салонами (21%).

Показатель прибыли предприятия оказался значимым при ответах предпринимательниц как из РФ (Хи-квадрат = 26,102; $p=0,000$), так из РК (Хи-квадрат = 18,513; $p=0,005$). Респонденты, работающие в фирмах с высоким уровнем прибыли (свыше 3 600 000 руб. в год в РФ и свыше 5 600 тыс. тенге в год в РК), чаще отмечали, что фирмы оплачивают дополнительное образование сотрудникам.

6. Под образовательными стратегиями женщин-предпринимателей мы подразумеваем совокупность действий, направленных на получение мобильной профессиональной переориентации, приобретение дополнительных квалификаций, знаний и навыков через различные уровни и формы образования (бакалавриат, специалитет, магистратура, дополнительное образование в виде курсов переподготовки, повышения квалификации, стажировок, тренингов). Эти стратегии применяются как для вхождения в новую профессиональную сферу – предпринимательство, так и для развития или расширения существующего бизнеса с целью повышения социально-профессионального потенциала, адаптации к требованиям рынка труда, повышения эффективности и конкурентоспособности бизнеса.

Определены две образовательные стратегии: «переквалификация» для смены бизнеса и «развитие» для текущего бизнеса. Большинство женщин-предпринимателей из России и Казахстана, придерживающихся стратегии «развитие» бизнеса, выступают в роли владельцев своих предприятий (58% и 78% соответственно), руководителей бизнеса (33% и 18%) и подчиненных (9% и 4%). Дополнительное образование для переквалификации чаще всего получали предпринимательницы в сфере услуг (62% и 67%) и торговли (18% и 33%). Среди владелиц бизнеса доля прошедших дополнительное обучение составляет 65% и 82%, среди руководителей – 27% и 9%, среди подчиненных – 8% и 9%. Многие предпринимательницы из России имеют гуманитарное образование (36%), а из Казахстана – экономическое (46%). Оба подхода к образованию чаще всего применяются индивидуальными предпринимательницами, владеющими прибыльными предприятиями в сфере услуг и обладающими значительным опытом работы в бизнесе.

Теоретическая значимость работы заключается в том, что предложенные положения дополняют и развивают теорию и методику образования женщин-предпринимательниц, расширяют понятийный аппарат предпринимательской подготовки за счет авторской формулировки понятия «образовательные стратегии». Основные результаты и предложения могут быть использованы для дальнейших исследований теоретического и прикладного характера в области

развития женского предпринимательства и образовательных программ как перспективном направлении регионального развития.

Практическая значимость работы. Результаты данного исследования могут быть применены региональными органами власти и управления при разработке комплексных государственных и региональных программ, направленных на профессиональную подготовку женщин-предпринимателей, их образование и поддержку женского предпринимательства. Также они могут способствовать созданию инициатив по развитию предпринимательских навыков и регулированию регионального рынка труда. Кроме того, данные исследования могут быть использованы в преподавании дисциплин, связанных с социологией образования, предпринимательства, труда и занятости.

Соответствие темы диссертации требованиям Паспорта специальностей ВАК. Диссертация соответствует специальности 5.4.4 – Социальная структура, социальные институты и процессы по следующим пунктам Паспорта специальностей:

1. Социальная структура и социальная стратификация. Критерии социального расслоения;

9. Профессиональные, отраслевые, региональные особенности занятости. Социально-профессиональная структура общества, факторы ее формирования и трансформации;

10. Новые формы труда и занятости в современных условиях. Неформальная занятость. Прекаризация труда;

11. Мотивация труда;

20. Социальные институты, их виды, функции и дисфункции. Роль социальных институтов в изменениях социальной структуры. Трансформация социальных институтов;

21. Роль социальных институтов в трансформации социальной структуры общества;

25. Социальная мобильность, ее основные направления и виды. Социальная мобильность как фактор изменения социальной структуры;

30. Основные процедуры и методы исследования социально-стратификационной структуры, социальных институтов и процессов.

Апробация работы. Материалы диссертационного исследования были использованы при разработке программных документов развития РК, в частности Государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию РК на 2020–2025 гг. А также получили апробацию в управленческой и социальной практике департамента инвестиционной политики и развития малого и среднего предпринимательства Министерства экономического развития и инвестиций Самарской области (Справка о внедрении № 855 от 24.12.2024 г.).

Результаты исследования были представлены на международных и всероссийских научных конференциях, к числу которых относятся: VI Международная конференция «Казанские социологические чтения» (2023, Казань), Всероссийская научно-практическая конференция «Качество жизни

населения в современном российском обществе: социокультурные и социально-экономические аспекты» (2022, Пенза), XX Международная научно-практическая конференция «Инженерная наука, молодежь и космос как факторы инновационного развития на основе международного сотрудничества Казахстана и России» (2019, Уральск), Международная научно-практическая конференция «Социально-экономическое развитие Западно-Казахстанского региона: противоречия и пути решения проблем» (2016, Уральск).

Опубликовано 11 научных работ (4,3 п. л), в том числе 5 статей — в научных журналах, рекомендованных ВАК РФ, 3 из них – по направлению 5.4.4.

Структура работы соответствует поставленным целям и задачам. Диссертационная работа состоит из введения, двух глав, включающих четыре параграфа, и заключения общим объемом 193 страницы. Список литературы включает 222 наименования, отражает тематику и объем выполненной работы и имеет научно-практическое значение для специалистов, исследующих вопросы, связанные с тематикой исследования.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается значимость выбранной темы, анализируется степень ее научной разработанности, уточняются объект и предмет исследования, а также формулируются цель, задачи и гипотеза. Описываются применяемая методология, эмпирическая база, научная новизна, основные положения, выносимые на защиту, а также научно-практическая ценность полученных результатов. Кроме того, представлена апробация проведенной работы.

Первая глава, озаглавленная «**Теоретико-методологические основы исследования институциональной роли образования в развитии женского предпринимательства**», включает два параграфа. В ней определяется понятийно-категориальный аппарат исследования, рассматриваются ключевые теоретико-методологические подходы к изучению женского предпринимательства и роли образования для женщин-предпринимателей, а также проводится анализ института образования как механизма социального лифта в условиях цифровой трансформации.

В первом параграфе первой главы «Социологические концепции института образования как социального лифта для развития предпринимательства» анализируются этапы развития социологии образования в России и современные направления исследований в данной сфере. Представлен краткий обзор текущих процессов преобразования сферы образования и сферы занятости населения, а также рассмотрены социологические подходы к изучению образования с позиций институционального, стратификационного и гендерного подходов.

П. Сорокин рассматривал институт образования в рамках стратификационного подхода, считая его наряду с другими институтами социальным лифтом для социальной мобильности. П. Сорокин, рассматривая социологическую концепцию образования как один из факторов формирования

страт, в то же время рассуждает и о функции образования по формированию личности.

Современный социолог Ульрих Бек рассматривает трансформацию образования и ее последствия с точки зрения изменения рынка наемного труда в современную эпоху бурного развития электронных средств массовой коммуникации.

Классический период исследования образования представлен трудами известных социальных теоретиков Э. Дюркгейма, Г. Зиммеля, внесших огромный вклад в последующее развитие социологии образования. Важнейшей социальной функцией образования Э. Дюркгейм считал укрепление целостности общества и поддержание гармонических связей между обществом и человеком.

В рамках нашего исследования особое внимание уделено работам, посвященным изучению женского образования. Так, особенности исторического становления и развития женского образования в РФ исследовали ученые как дореволюционного (Н. Х. Зессель, А. Г. Небольсин, Л. А. Амфитиатров, Я. В. Абрамов, В. П. Бирюков, М. Н. Корольков, А. Н. Деревницкий, М. К. Горбунова-Каблукова, И. А. Стебута, И. М. Максин, С. В. Рождественский¹), так и советского периодов (Л. Д. Филиппова, Ф. С. Озерская, О. А. Хасбулатова, Л. И. Евстратова, И. А. Галкин²).

Современные вопросы женского образования и предпринимательства в российских регионах и странах бывшего СССР рассматривают в своих трудах М. П. Белоусова, Г. В. Березовская, Н. Р. Галиакберова, Э. Ф. Калимуллина, Ю. Ю. Лыгденова, Ж. А. Нурбекова, Ю. А. Ражнева, О. А. Цветкова³.

¹ Зессель Н. Х. Женское профессиональное образование и женское профессиональное училище. 1880; Зессель Н. Х. Профессиональные школы и обучение ремеслам. 1881; Небольсин А. Г. Историко-статистический очерк общего и специального образования в России. 1884; Амфитиатров Л. А., Абрамов Я., Бирюков В. П. Среднее и низшее профессиональное образование в России. 1890; Корольков М. Н. Профессиональные и специальные женские школы в России. 1890; Деревницкий А. Н. Женское образование в России и за границей. 1902; Горбунова-Каблукова М. К. Женское профессиональное образование после II съезда. 1903; Сборник статей по вопросам женского сельскохозяйственного образования под руководством И. А. Стебута. СПб., 1905; Материалы и труды комиссии по вопросам женского профессионального образования. СПб., 1904. 217 с.; Максин И. М. Очерк развития промышленного образования в России 1888–1908 гг. 1909; Рождественский С. В. Очерки по истории системы народного просвещения в России в XVIII–XIX в. 1912.

² Филиппова Л. Д. Из истории женского образования в России. 1963.; Озерская Ф. С. Средние женские учебные заведения. 1976; Хасбулатова О. А. Женщины и образование в России: исторический обзор // ИВТУ 20 лет: юбилейный сборник научных статей. Иваново, 1991; Евстратова Л. И. Развитие высшего женского образования в России в конце XIX века. 1997; Галкин И. А. Становление и развитие ремесленного сельскохозяйственного образования в России в конце XIX – начале XX веков, 1999.

³ Белоусова М. П. Указ. работа; Березовская Г. В. Социальный статус женщин трудоспособного возраста в современном российском обществе: на материалах Иркутской области. Улан-Удэ, 2011; Галиакберова Н. Р. Указ. работа; Калимуллина Э. Ф. Женщины

В постсоветский период тема женского образования активно изучалась в рамках гендерного подхода (Баскакова М. Е., Дадаева Т. М., Соболева И. В., Хасбулатова О. А., Фофанова К. В. ¹).

Опираясь на данные социологических исследований за последние 20 лет², можно сделать вывод, что трансформация института образования как социального лифта открывает новые возможности для женского бизнеса, расширяя их горизонты. В условиях научно-технического прогресса и динамичного развития рынка труда, к системе образования предъявляются новые требования. Формы и содержание института образования меняются, отвечая новым современным вызовам; активно внедряется цифровое образование (онлайн-режим не требует пространственной мобильности). Основное профессиональное образование не всегда является гарантом занятости. Востребованы более гибкие и динамичные образовательные структуры, отвечающие запросам рынка труда и занятости, в виде краткосрочных образовательных курсов, переподготовки, повышения квалификации, стажировок. Такие изменения определяют организацию (форм, уровней) системы образования, качества ее содержания и возможности их дальнейшего изучения не только теоретически, но и эмпирически.

Во втором параграфе первой главы «Динамика женского предпринимательства через доступность образования в России и Казахстане» рассмотрена связь между образовательной квалификацией и успехом женщин-предпринимательниц в области формирования бизнеса и развития профессиональных компетенций. Проанализирована гендерная сегрегация в сфере занятости и в сфере образования, значение образования для успешности женского предпринимательства, а также условия ведения женского бизнеса в РФ и РК.

Тема женского предпринимательства в социологическом аспекте получила самостоятельное развитие и стала активно разрабатываться в конце 1990-

Башкортостана в гендерных процессах современного российского общества. Уфа, 2006; Лыгденова Ю. Ю. Указ. работа; Ражнева Ю. А. Предпринимательство как форма занятости женщин: На примере Алтайского края. Барнаул, 2004; Цветкова О. А. Работа и семья в жизненных стратегиях российских женщин: региональный аспект. Новочеркасск, 2011.

¹ Хасбулатова О. А. Женщины и образование в России: исторический обзор. 1991; Фофанова К. В. Социальная политика в сфере гендерных отношений (региональный аспект), 2005; Дадаева Т. М. Гендерная структура системы высшего образования. 2014; Баскакова М. Е., Соболева И. В. Баланс семьи и работы: новые возможности в условиях цифровой экономики. 2018.

² Барсукова С. Ю. Образ женщины-предпринимателя в средствах массовой информации // ЭКО. 1998. Барсукова С. Ю. Женское предпринимательство: специфика и перспективы // Социс. 1999. Автономова С. А. Измерение гендерной структуры современного российского предпринимательства // Социология и общество. Тезисы I Всероссийского социологического конгресса «Общество и социология: новые реалии и новые идеи». СПб., 2000. Чирикова А. Е. Женщина во власти и бизнесе: сравнительный анализ российских и французских практик // Сравнительная политика. 2013.

х годов, когда начал материализовываться сам предмет исследования. Первыми эту тему стали изучать С. Ю. Барсукова, С. А. Автономова, А. Е. Чирикова.

В 2000-е гг. активно изучают женское предпринимательство, социально-экономическую мотивацию, статусные позиции женщин-предпринимателей И. В. Мальчихина, Е. В. Басистая-Проконова, А. С. Абриталин¹. Изучены различные аспекты феномена женского предпринимательства в Казахстане в трудах Г. Х. Гильмановой, З. М. Мусиной, Ж. А. Нурбековой, Р. Б. Сарсембаевой, С. М. Шакировой².

В их работах дается концептуальное определение женщин-предпринимателей как группы социальных профессионалов и анализируются статистические данные о женском предпринимательстве в региональном разрезе.

В 1990-е годы женщины вынуждены были идти в бизнес (из-за безработицы, так как многие предприятия закрылись) и чаще всего оказывались в «теневом» бизнесе, занимались челночной торговлей. К 2010-м годам предпринимательство стало осознанным выбором для многих. Молодые женщины все чаще стремятся к открытию собственного бизнеса в будущем и мотивированы на получение экономического образования. Иными словами, профессиональное образование становится для них реальным социальным лифтом для карьерного роста и реализации профессиональных амбиций. На современном этапе большинство женщин-предпринимателей имеют высшее или среднее специальное образование в области экономики или гуманитарных наук. Техническое образование встречается реже, а основная часть женщин работает в сфере услуг (культура, реклама, финансы, образование, наука), реже – в таких отраслях, как транспорт, строительство и промышленное производство.

Образование женщин-предпринимателей один из ключевых параметров их успеха. Выявлена высокая важность расширения сферы образования. Женщины-руководители считают наиболее желательным иметь второе высшее образование. Наибольший приоритет отдается таким дисциплинам, как экономика, маркетинг, психология и социология. Интересно, что иерархия этих дисциплин напрямую связана с уровнем руководства. Женщины-руководители

¹ Мальчихина И. В. Предпринимательство как форма занятости женщин, 2000. Басистая-Проконова Е. В. Особенности гендерного уклада малого предпринимательства: региональный аспект (Опыт социологического исследования), 2004; Абриталина А. С. Женское предпринимательство: социально-экономические мотивации и факторы, 2006.

² Гильманова Г. Х. Развитие женского предпринимательства в условиях трансформации российского общества, 2008; Мусина З. М. Формирование социально-профессиональной группы предпринимателей-женщин в Западно-Казахстанской области Республики Казахстан, 2015; Нурбекова Ж. А. Указ. работа; Сарсембаева Р. Б. Рыночная трансформация казахстанского общества: опыт гендерного анализа. 2004; Сарсембаева Р. Б. Женщины и предпринимательство: Отчет о положении женщин. Республика Казахстан. Алматы, 1997; Шакирова С. М. Женская и гендерная проблематика в научной периодике Казахстана: количественный анализ. Вестник казахского национального женского педагогического университета. 2022.

высшего звена уделяют особое внимание экономическими и социологическими дисциплинами, руководители среднего звена – психологии, а руководители низшего звена – получению знаний в своей области знаний и управлению.

Анализ влияния уровня образования респондентов на их взгляды на баланс между семейной и трудовой жизнью показал, что существует прямая и сильная связь между уровнем образования женщин-предпринимателей и их отношениями в семье. Чем выше уровень образования женщины, тем меньше ее предпринимательская деятельность вступает в конфликт с семейной жизнью, что скорее свидетельствует о благотворном влиянии ее образования.

Анализ гендерного аспекта предпринимательской деятельности в РФ и РК показывает, что, согласно рейтингу Индекса гендерного разрыва, за период 2014 – 2021 годов показатели обеих стран снизились. Основной причиной снижения показателей является низкий уровень участия женщин в органах власти и управления (участие в парламентах и правительстве). В 2023 году показатели РК улучшились, гендерный разрыв в уровне образования был полностью устранен, а доля женщин на руководящих должностях увеличилась. Основные проблемы начинаются в контексте статуса и возможностей женщин в сфере занятости, на предприятиях и в компаниях. Это отражается в несправедливых зарплатах. В любом возрасте средняя зарплата мужчин выше, чем у женщин. По данным статистического комитета РК, с 2020 года разрыв в оплате труда сокращается и составляет 25 % в пользу мужчин; на конец 2021 года средняя зарплата российских женщин в 1,5 раза меньше, чем у мужчин. Это во многом обусловлено доминированием мужчин в сырьевых отраслях и высокодоходных сферах, связанных с крупным промышленным производством, тогда как значительная часть женщин занята в менее оплачиваемых секторах, таких как образование, здравоохранение и сфера общественного питания¹.

С точки зрения социально-экономических особенностей для развития женского предпринимательства в ЗКО низкая плотность населения, преобладает сельское хозяйство. В Самарской области выше урбанизация (79,6% проживает в городской местности) и развита промышленность.

В РФ активно растет число самозанятых женщин-предпринимателей. Женщины активно переходят из разряда ИП и МСБ в категорию «самозанятых».

Данные агентства РК по статистике показывают, что в период 2006 – 2014 гг. число женщин-самозанятых превышало число мужчин. С 2015 года резко сократилось не только общее число самозанятых, но и число женщин. Это связано с тем, что в этот показатель входят как работодатели, так и ИП.

В целом, несмотря на гендерные стереотипы в обществе, женщины в обеих странах занимают значимое место в социально-экономической жизни.

Во второй главе «Образовательные стратегии в развитии женского предпринимательства в малом и среднем бизнесе России и Казахстана (в условиях Самарской и Западно-Казахстанской областей)», состоящей из двух

¹ На вершине гендерного неравенства // Центр деловой информации Капитал. URL: <http://kapital.kz/gosudarstvo/26106/na-vershine-gendernogo-neravenstva.html>.

параграфов, представлены анализ статистических данных, результаты авторских социологических исследований, раскрывающих статусные позиции женщин предпринимателей в социальной структуре российского и казахстанского социума и факторы, влияющие на них, а также положение женского предпринимательства в Самарской и Западно-Казахстанской областях. Выявлены бизнес-установки студентов к приобретению предпринимательских навыков.

В первом параграфе «Влияние фактора образования на статусные позиции женщин-предпринимателей» на основе данных социологических исследований выявлен ряд взаимосвязей, касающихся уровня образования и профессионального профиля женщин-предпринимательниц, которые оказывают влияние на их статусные характеристики. По критерию причин занятости и мотивации к предпринимательской деятельности выделены три стратегии занятия бизнесом: «сознательно ориентированные», «вынужденно ориентированные» и «случайно ориентированные».

Правовой статус женщин-предпринимателей из РФ представлен ИП, акционерными обществами (АО), самозанятыми, ТОО, КФХ. *Правовой статус* женщин-предпринимателей из РК представлен ИП и ТОО, КФХ, АО (табл.2.1).

Таблица 2.1

Распределение ответов респондентов о правовом статусе предпринимателя (предприятия), %

Правовой статус	РФ	РК
Индивидуальный предприниматель	58%	74%
Акционерное общество	21%	1%
Самозанятый	12%	-
Товарищество (общество) с ограниченной ответственностью	8%	18%
Крестьянско-фермерское хозяйство	1%	7%

Должностной статус. Большинство женщин-предпринимательниц как в РФ, так и в РК являются владельцами своего бизнеса (56% и 81%, здесь и далее – РФ и РК соответственно), руководителями – 28% и 15%, подчиненными – 16% и 3%.

Для предпринимательниц из РФ выявлена корреляция между *правовым статусом предприятия и должностным статусом* женщин (Хи-квадрат = 47,751, $p=0,000$). Среди ИП (61%) и самозанятых (83%) большинство – владелицы бизнеса, а среди представителей АО (51%) и общества с ограниченной ответственностью (ООО) (36%) большинство – руководители бизнеса.

Отрасль занятости является значимым показателем, влияющим на статусные позиции женщин-предпринимателей. Выявлена корреляция между *правовым статусом предприятия и отраслью занятости* предпринимательниц РК (Хи-квадрат = 78,611, $p=0,000$). В основном женщины имеют свой бизнес в сфере услуг и торговле, и именно сфера услуг является наиболее прибыльной отраслью (табл. 2.2).

**Соотношение между правовым статусом предприятия и отраслью
занятости предпринимательниц, %**

Варианты ответов	ИП		АО		Самозанятый		ООО(ТОО)		КФХ	
	РФ	РК	РФ	РК	РФ	РК	РФ	РК	РФ	РК
Сфера услуг	64%	75%	60%	-	73%	-	83%	40%	-	44%
Торговля, интернет-торговля	25%	17%	30%	-	13%	-	17%	23%	-	22%

Образовательная квалификация и образовательный профиль. По данным проведенного нами опроса, подавляющее большинство женщин-предпринимательниц имеют высшее образование (79% и 90%, в РФ и в РК соответственно). Среднее образование имеют 21% российские женщины и 10% женщины Казахстана.

Среди ИП большинство женщин РК с высшим экономическим образованием (39%, из них 3 % – имеют ученую степень), а также с гуманитарным образованием (9%). Среди представителей ТОО большинство вновь (как ИП) с экономическим образованием (37%), а также с инженерно-техническим (23%), медицинским (20%). Среди КФХ большинство с сельскохозяйственным образованием (77%, из них 1% – имеют ученую степень), а также с экономическим образованием (23%).

В России ИП преимущественно с высшим образованием (71%, из них 3% имеют ученую степень), а также имеющие незаконченное высшее (9%), среднее профессиональное (13%), среднее полное (7%) образование. Среди представителей АО большинство с высшим образованием (90%, из них 6% имеют ученую степень), а также имеющие незаконченное высшее (8%), среднее профессиональное (2%) образование. Среди самозанятых с высшим образованием также большинство (73%, из них 5% имеют ученую степень), есть женщины, имеющие незаконченное высшее (8%), среднее профессиональное (15%), среднее полное (5%).

В ходе исследования была выявлена статистически значимая корреляция между образовательной квалификацией и образовательным профилем. (Россия: Хи-квадрат = 50,560, $p=0,043$; Казахстан: Хи-квадрат = 26,744, $p=0,000$). Так, среди предпринимательниц со средним образованием большинство были связаны с медицинской сферой (26% в России и 35% в РК), а также с экономическим, сельскохозяйственным, инженерно-техническим, гуманитарным и управленческим образованием. Среди женщин с высшим образованием наиболее распространенным было экономическое образование (30% в России и 39% в РК), а также гуманитарное, медицинское, управленческое, инженерно-техническое, юридическое и сельскохозяйственное.

Результаты исследования показали, что в РК существует статистически значимая связь между образовательной квалификацией и профилем бизнеса в

сфере услуг (Хи-квадрат = 21,996, $p=0,027$). Наиболее популярными сферами бизнеса среди предпринимательниц, имеющих среднее образование являются: починка и изготовление одежды (38%), косметологические салоны (25%), маникюрные салоны (25%), а также парикмахерские салоны (12%). Предпринимательницы с высшим образованием, чаще всего выбирают следующие виды услуг: частные детские сады (17%), салоны красоты (15%), образование (репетиторство), медицинские услуги, маникюрные салоны и услуги в фитнес-индустрии (по 10% соответственно).

Результаты исследования в ЗКО демонстрируют корреляцию *профиля бизнеса и образовательного профиля* (Хи-квадрат = 35,621, $p=0,023$). Предпринимательницы с высшим юридическим образованием занимаются предоставлением юридических услуг (61%) и управляют частными детскими домами (32%), с медицинским образованием оказывают медицинские услуги (73%; все с высшим образованием), а также работают в косметологических салонах (21%; все имеют среднее образование). С гуманитарным образованием заняты в сфере услуг: частные детские дома (62%; все с высшим образованием), образование (21%; все с высшим образованием), ремонт и пошив одежды (16%; как с высшим, так и средним образованием).

Обнаружена связь между образовательной квалификацией предпринимательниц в Казахстане и юридическим статусом их предприятий (Хи-квадрат = 148,152, $p=0,000$). Среди ИП большинство женщин (41%) с высшим экономическим образованием (из них 3% – имеют ученую степень), 12% с гуманитарным образованием. Среди представителей ТОО также большинство женщин (39%) с экономическим образованием, 28% – с инженерно-техническим, 19% – с медицинским. Среди КФХ большинство (81%) с сельскохозяйственным образованием (из них 1% – имеют ученую степень), 19% – с экономическим образованием.

Показатель годовой прибыли организации также оказался значимым как в РФ, так и в РК (Россия: Хи-квадрат = 26,102, $p= 0,000$; Казахстан: Хи-квадрат = 18,513, $p=0,005$). Большинство предпринимательниц в РФ и РК, работающих в бизнесе с годовой прибылью от 3 600 000 руб. / 5 600 тыс. тенге, заняты в сфере услуг (100%).

Исследование выявило взаимосвязи между уровнем и направлением образования женщин-предпринимательниц, влияющие на их статус в бизнесе, а также между уровнем образования и сферой бизнеса, и между направлением образования и типом бизнеса.

Мотивация занятости. Образование казахстанских и российских женщин повлияло на причину (мотивацию) заняться бизнесом. В рамках нашего исследования мы выделили три стратегии мотивации занятия бизнесом: «*сознательно ориентированные*», «*ситуационно ориентированные*», «*вынужденно ориентированные*» на бизнес (табл. 2.3).

Распределение респондентов согласно мотивации, %

Тип стратегий / образование	<i>сознательно ориентированные</i>		<i>ситуационно ориентированные</i>		<i>вынужденно ориентированные</i>	
	РФ	РК	РФ	РК	РФ	РК
Всего	42	30	42	23	13	41
Высшее (специалитет, бакалавриат, магистратура)	30	4	28	9	0	2
Среднее или среднее профессиональное (ПТУ, техникум)	12	26	14	14	13	9

По данным исследования в РФ оказалось больше предпринимательниц «сознательно ориентированных» (42%) и «ситуационно ориентированных» (42%) на бизнес, чем в РК – там большинство «вынужденно ориентированных» (41%) на бизнес. Образование респондента в значительной мере влияет на причину, подтолкнувшую ее заняться бизнесом, как в РФ, так и в РК.

Во втором параграфе «**Особенности образовательных стратегий женщин-предпринимателей**» на основе данных анкетного опроса и полуструктурированных интервью с женщинами-предпринимателями были проанализированы их образовательные стратегии и их типология (стратегия «переквалификация» и стратегия «развитие» бизнеса) на примере Самарской области и Западно-Казахстанской области. На основе количественного исследования и интервью с фокус-группами было выявлено восприятие студентами процесса освоения предпринимательских навыков.

Образовательные стратегии женщин-предпринимателей – это совокупность действий, направленных на получение мобильной профессиональной переориентации, приобретение дополнительных квалификаций, знаний и навыков через различные уровни и формы образования (бакалавриат, специалитет, магистратура, дополнительное образование в виде курсов переподготовки, повышения квалификации, стажировок, тренингов). Эти стратегии применяются как для вхождения в новую профессиональную сферу – предпринимательство, так и для развития или расширения существующего бизнеса, с целью повышения социально-профессионального потенциала, адаптации к требованиям рынка труда, повышения эффективности и конкурентоспособности бизнеса.

Согласно результатам проведенного опроса, для женщин-предпринимательниц образовательные стратегии, включающие дополнительное обучение играют важную роль в смене направления деятельности и последующем развитии их бизнеса. «Изменение направления бизнеса наблюдалось у 64 % и 95 % женщин-предпринимателей (в России и Казахстане соответственно) хотя бы один раз, а 23% и 5% предпринимательниц меняли его дважды. Казахстанские женщины довольно быстро, со второго раза, находят

«свою» отрасль бизнеса. Российским женщинам зачастую не хватает одной смены образовательного профиля, требуется повторная переквалификация»¹.

Степень использования образовательной стратегии «переквалификация» выделяется у женщин-владельцев предприятий в РФ (65%) и РК (82%) (рис. 1). Доля прошедших дополнительное обучение среди руководителей – 27% (РФ) и 9% (РК), среди подчиненных – 8% (РФ) и 9% (РК). Эту же стратегию выбрали 54% в РФ и 64% в РК индивидуальные предприниматели, а также женщины с большим стажем в предпринимательстве – 45% в РФ и 73% в РК (от 12–20 лет и выше). Основным направлением деятельности были услуги (81% и 67%, РФ и РК соответственно) и торговля (9% и 33%, РФ и РК соответственно). Дополнительное образование для развития бизнеса получали 61% предпринимательниц из России, 28% – из Казахстана.

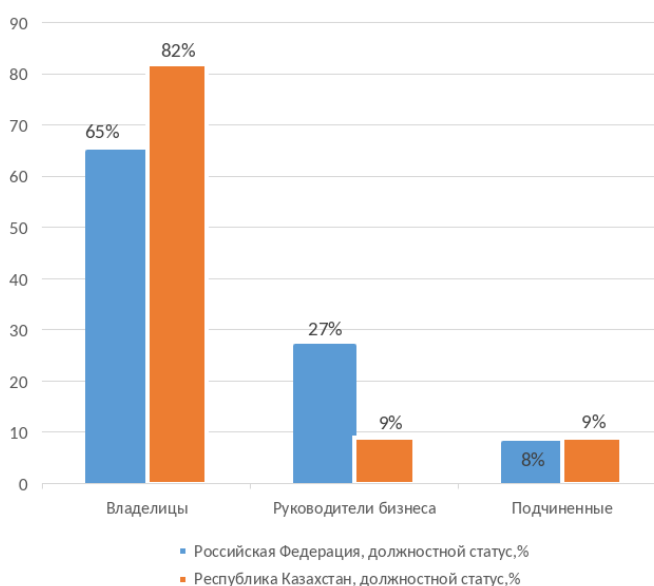


Рис. 1 – Степень использования образовательной стратегии «переквалификация» по должностному статусу

Большинство опрошенных считают краткосрочные тренинги и семинары самой популярной формой дополнительного образования для развития бизнеса (50% в РФ и 51% в РК).

Планирование обучения в рамках стратегии «развитие» бизнеса привлекло внимание 53% предпринимательниц из России и 81% – Казахстана ИП, представители ТОО – 24% и 13%, КФХ – 1% и 6%. Большинство предпринимательниц, воспользовавшихся стратегией «развитие» бизнеса – это владельцы бизнеса (58% – РФ и 78% – РК), 33% и 18% – руководители предприятий, 9% и 4% – подчиненные (рис. 2).

¹ Моисеева А. А. Образовательные стратегии как фактор развития женского предпринимательства (на примере России и Казахстана) // Социально-гуманитарные знания. 2024.



Рис. 2 – Степень использования образовательной стратегии «развитие» по должностному статусу

Ценность дополнительного образования для предпринимательниц в рамках стратегий «переквалификация» и «развитие бизнеса» зависит от их мотивации к занятию предпринимательской деятельностью¹ (табл. 2.4).

Таблица 2.4

Распределение респондентов согласно мотивационным и образовательным стратегиям, %

Мотивационная стратегия / Образовательная стратегия занятия бизнесом	Переквалификация бизнеса		Развитие бизнеса	
	РК	РФ	РК	РФ
сознательно ориентированные	36	42	47	1
вынужденно ориентированные	27	17	29	10
ситуационно ориентированные	18	41	16	40

По результатам опроса, стратегия «переквалификация», включающая дополнительное образование для женщин-предпринимателей, показала успешное развитие бизнеса. Большинство казахстанских респондентов отметили это как «увеличение клиентской базы и повышение эффективности управления при принятии решений».

Благодаря стратегии «развитие» 38% российских предпринимательниц сообщили об увеличении числа покупателей и улучшении качества продукции, 28% отметили повышение управленческой эффективности, 27% – рост прибыльности, 20% – преодоление психологических проблем, и по 16% – улучшение взаимодействия с коллективом и карьерный рост. Казахстанские предпринимательницы (25%), использующие стратегию «развитие бизнеса», отметили: 75% – увеличение числа покупателей (ИП – 75%, КФХ – 19%, ТОО – 6%; владельцы – 88%, руководители – 12%), 8% – улучшение качества продукции (ИП – 75%, ТОО – 25%; владельцы – 50%, руководители – 50%), 2% – повышение эффективности в принятии решений и карьерный рост (100% ИП).

¹ Моисеева А. А. Образовательные стратегии как фактор развития женского предпринимательства (на примере России и Казахстана) // Социально-гуманитарные знания. 2024.

Согласно данным качественных полуструктурированных интервью, проведенных среди руководительниц бизнеса в Самарской области, большинство женщин отметили, что *высшее образование помогло им в открытии своего дела*. «...Образование очень пригодилось, открыт свой бизнес, связанный с полученной специальностью» (владелица школы иностранных языков, образование педагогическое (иностранные языки)); «Очень помогло, легко было с оформлением документов» (Центр медиации, юридическое образование); «...Образование помогло по подбору персонала; правильно организовать работу команды; составить бизнес-план управления организацией» (клининговое агентство, образование, менеджмент); «Высшее образование мне очень помогло при открытии моего дела. Во-первых, чисто юридически было требование наличия высшего юридического или экономического образования для аудиторской деятельности. И знания сами по себе мне тоже придавали уверенности, потому что я общалась с коллегами, с директорами других фирм, я считаю одним из главных требований – это наличие высшего образования для занятия предпринимательской деятельностью» (аудиторская фирма, юридическое образование); «На начальном этапе бизнеса образование помогло создавать и проектировать ландшафтный дизайн» (мастерская ландшафта, образование «технология художественной обработки материалов»); «Как минимум у людей с высшим образованием лучше прокачаны коммуникативные навыки. Вуз научил меня договариваться, быстро разрешать вопросы, помогает в работе сотрудничать со многими партнерами (визажист и стилист по волосам (самозанятая), образование агроинженерия).

Далее информанты показали, что для дальнейшего развития и процветания своего бизнеса им понадобились навыки *soft-skills*, которые они получали самостоятельно.

В РК, согласно данным полуструктурированных интервью с предпринимательницами, образовательный профиль и направленность бизнеса у женщин-предпринимательниц не всегда совпадали. В основном предпринимательская деятельность в сфере услуг соответствовала их образовательному профилю. Для дальнейшего укрепления и развития своего бизнеса почти все информанты обучались на курсах (тренингах, семинарах) для предпринимателей. В отличие от предпринимательниц в городах, женщины в сельской местности не имеют доступа к инфраструктурным ресурсам (к интернету, что не позволило воспользоваться программами дистанционно).

Отсутствие интернета оказало значительное влияние на удержание и дальнейшее развитие женского бизнеса бизнес в период пандемии. Многие женщины столкнулись с необходимостью адаптироваться к новым условиям. Чтобы удержать свой бизнес, было важно обучиться новым навыкам и образовательным стратегиям. Согласно данным качественных полуструктурированных интервью, проведенных среди руководительниц бизнеса в ЗКО, большинство женщин отметили необходимость осваивать цифровые технологии и адаптировать бизнес-модели к условиям коронакризиса. Информанты отметили необходимость обучения: «работе с платформами для удаленного общения, обучение маркетингу в цифровой среде,

созданию интернет-магазинов, внедрению онлайн-услуг и изменению формата работы (доставка, удаленные услуги)».

Результаты исследования предпринимательских установок у студенческой молодежи РК показали, что подавляющее большинство молодежи (79%) связывает свое будущее с предпринимательской деятельностью. Большое количество опрошенных (62%) выразило желание посвятить свое учебное время различным курсам и программам по предпринимательству. Участницы фокус-группы российского университета единодушно считают, что университет должен способствовать развитию предпринимательства. По их мнению, «курс по основам ведения бизнеса необходимо вести для всех специальностей, поскольку навыки предпринимательства полезны каждому, даже если он не планирует открывать свой бизнес». «Я после получения диплома желала бы открыть свое дело, но боюсь – дефицит знаний в сфере предпринимательства. И хотелось бы их получить в универе, хотя бы основы». Изучая окружающую среду молодежи, становится очевидной необходимость развития образовательной составляющей, особенно в сфере предпринимательства.

Исследование показало, что женщины-предприниматели в Самарской области и ЗКО активно применяют образовательные стратегии для развития своего бизнеса, что соответствует положениям концепции непрерывного образования, предложенной Э. Тоффлером.

В **Заключении** приведены итоги исследования, изложены основные результаты и выводы, предложены практические рекомендации для регулирования развития женского предпринимательства и предпринимательской подготовки в РФ и РК, а также намечены дальнейшие направления изучения образовательных стратегий женского предпринимательства: исследования эффективности образовательных программ и образовательных форматов (таких как игровые технологии, кейс-метод, менторство), предназначенных специально для женщин-предпринимателей. Это включает в себя оценку уровня удовлетворенности участников программой, их уровень знаний и навыков до и после участия, а также влияние программы на успех их бизнеса и определение наиболее эффективных и востребованных обучающих методов.

В РК в дополнительном исследовании нуждается анализ доступности образовательных ресурсов в контексте женского малого и среднего бизнеса с учетом финансовой доступности и географического расположения. Исследование позволяет выявить препятствия и предложить пути их преодоления. Образовательные учреждения, бизнес-сообщества, общественные организации, фонды, занимающиеся вопросами гендерного равенства и предпринимательства, могут стать важными партнерами в реализации этих инициатив, обеспечивая ресурсы и поддержку для обучения и развития женщин-предпринимателей.

Эти направления исследований могут помочь разработать более эффективные образовательные стратегии для женского малого и среднего бизнеса, способствуя их успешному развитию и процветанию.

Список опубликованных работ автора по теме диссертации

Статья в изданиях, рецензируемых и рекомендованных ВАК РФ:

1. Моисеева А. А. Факторы вовлечения молодежи России и Казахстана в предпринимательскую деятельность: социологический анализ // Вестник Самарского муниципального института управления. 2022. № 4. С. 69–76. (0,4 п. л.)
2. Моисеева А. А., Орлова Л. В. Роль soft-skills и hard skills в карьерном развитии женщин-предпринимателей: социологический аспект // Вестник Самарского муниципального института управления. 2022. № 2. С. 109–115. (0,4 п. л.)
3. Моисеева А. А., Орлова Л. В. Академическая мобильность казахстанских и российских студентов: теоретико-методологический анализ // Семиотические исследования. Semiotic studies. 2023. Т. 3. № 3. С. 107–114. (0,5 п. л.)
4. Моисеева А. А. Образовательные стратегии как фактор развития женского предпринимательства (на примере России и Казахстана) // Социально-гуманитарные знания. 2024. № 2. С. 26–29. (0,3 п. л.)
5. Моисеева А. А. Концепция женского предпринимательства как механизм социального лифта // Семиотические исследования. Semiotic studies. 2024. № 1. С. 69–75. (0,4 п. л.)

Публикации в других изданиях

6. Моисеева А. А. Образовательные изменения как механизм формирования благоприятной социальной структуры женского предпринимательства // Повышение конкурентоспособности национальной экономики в рамках ЕАЭС. Уралск: КазИИТУ. 2017. С. 203–211. (0,5 п. л.)
7. Моисеева А. А. Роль обучения в активизации предпринимательского потенциала студенческой молодежи Западно-Казахстанской области // XIX Международная научно-техническая конференция. Уралск: КазИИТУ, 2018. С. 48–51 (0,3 п. л.)
8. Моисеева А. А. Человеческий капитал: гендерные особенности в странах евразийского союза // XX Международная научно-практическая конференция. Уралск: КазИИТУ. 2019. С. 159–170. (0,7 п. л.)
9. Моисеева А. А. Социальное предпринимательство как социально ориентированный бизнес (на примере Ульяновской области) // Вестник Международного института рынка. 2023. № 1. С. 42–47. (0,3 п. л.)
10. Моисеева А. А. Теоретические аспекты исследования женского предпринимательства в российском регионе (на примере Самарской области) // VI Международная конференция «Казанские социологические чтения». Казань: Изд-во Казанского университета. 2023. С. 179–182. (0,2 п. л.)
11. Моисеева А. А. Рост деловой активности в сфере женского предпринимательства Самарской области // Качество жизни населения в современном российском обществе: социокультурные и социально-экономические аспекты. Пенза: Изд-во ПГУ. 2023. С. 191–195. (0,3 п. л.)

Общий объем публикаций по теме исследования составил 4,3 п. л.