

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ

«Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«GYLYM JÁNE BILIM - 2023»
XVIII Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XVIII Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«GYLYM JÁNE BILIM - 2023»**

**PROCEEDINGS
of the XVIII International Scientific Conference
for students and young scholars
«GYLYM JÁNE BILIM - 2023»**

**2023
Астана**

УДК 001+37
ББК 72+74
G99

«GYLYM JÁNE BILIM – 2023» студенттер мен жас ғалымдардың XVIII Халықаралық ғылыми конференциясы = XVIII Международная научная конференция студентов и молодых ученых «GYLYM JÁNE BILIM – 2023» = The XVIII International Scientific Conference for students and young scholars «GYLYM JÁNE BILIM – 2023». – Астана: – 6865 б. - қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-601-337-871-8

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 001+37
ББК 72+74

ISBN 978-601-337-871-8

**©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2023**

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГЕНДЕРНОГО РАЗЛИЧИЯ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Дузеева Майя Нурлановна

duzeeva@list.ru

Магистрант 2 курс, факультет социальных наук

Специальность: 7М03103 «Психология»

Научный руководитель: Байжуманова Б.Ш

Кандидат психологических наук, доцент кафедры

Психологии ЕНУ им. Гумилева

Аннотация. Описание процедуры исследования. В данной статье рассматриваются результаты сравнительного анализа психологического отношения предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин в деловом взаимодействии. Анализируются выявленные в ходе эмпирического исследования особенности субъективных отношении предпринимателей, социально психологические различия, маскулинные и феминные модели поведения. Исследование психологических особенностей предпринимателей проводилось на 40 предпринимателей (сфера деятельности респондентов оптовая и розничная торговля, сфера обслуживания и производство).

Ключевые слова: Предприниматель, предпринимательство, предпринимательская деятельность, личность предпринимателя, психологическое отношение, деловое взаимодействие.

В современной психологии управления анализ гендерных аспектов в управленческой деятельности становится очевидной необходимостью. В связи с вхождением женщин в деловой мир социальная ситуация изменилась, в частности, это повлияло на психологический климат команды, способы взаимодействия с деловыми партнерами. В определении гендерного глоссария гендер в управлении рассматривается как часть роли, которую мужчины и женщины играют в управлении социально-экономическими и политическими процессами от имени гражданского общества. Главной целью статьи является изучение роли женщины-предпринимателя в условиях современной экономики. Методами исследования являются системный подход, метод сравнительного и ретроспективного анализа, метод синтеза. В процессе аналитического обзора решаются две целевые задачи: формирование основного представления о понятии «женское предпринимательство» и гендерное различие в моделях поведения и формирование возможных путей дальнейшего исследования развития женского предпринимательства в стране.

Современное общество переосмысливает значение человеческого пола в социальной, культурной, а также экономической сфере. В социуме мужчинам и женщинам отводятся принципиально разные статусы, это разделение связано с фундаментальными основами общества. Существует дифференциация на мужские и женские роли в обществе, а также различия в поведении в разных сферах деятельности, в том числе, в предпринимательстве. Гендерные различия обуславливают наличие некоторых особенностей исполнения роли предпринимателя. В современном российском обществе численность предпринимателей возрастает с каждым годом, но важно отметить, что женщин-предпринимателей гораздо меньше, чем мужчин. Несмотря на то, что женщины активно включаются в предпринимательскую деятельность, диспропорция в соотношении между мужчинами и женщинами существует до сих пор. Присутствует наличие отраслевой специфики: женщины в большинстве своем задействованы в отрасли оптовой и розничной торговли и в индустрии

красоты, мужчины же состоят в таких областях как научная деятельность и строительство. Мотивы, которые побудили женщин-бизнесменов заняться предпринимательством стремление к самореализации, желание заниматься любимым делом, стремление к независимости, нежелание работать под чьим-то управлением, а также осознание необходимости обеспечивать нормальную жизнь для себя и семьи. [2] Женщины чаще, чем мужчины выделяют собственное стремление к самореализации и независимости как основную причину, по которой они занялись предпринимательством. Стремление к лидерству, самореализации и независимости имеет общую природу и не зависит от гендерных различий. Но в деловых стратегиях мужчин и женщин существует некоторая специфика, обусловленная особенностями «мужских» и «женских» ролей в обществе. Исследования показывают, что гендерные стереотипы размываются, женщины могут исполнять на одном уровне и семейные и профессиональные роли. Задача развития малого и среднего бизнеса связана с экономической инициативой всех гендерных групп, в частности женщин. Тем временем Казахстан отстает от развитых западных стран в мировых рейтингах женского предпринимательства. Решить стоящую задачу снижения сырьевой зависимости и реструктуризации экономики можно за счет развития малого и среднего бизнеса.

Личностные качества предпринимателей являются одним из ключевых факторов, оказывающих значительное влияние на происходящие в социально-экономической сфере страны. Между тем предприниматели как социально-профессиональная группа достаточно разнообразна и многолика, что определяется множеством факторов: и конкретной сферой предпринимательской деятельности, и степенью развитости бизнеса, и индивидуально-психологическими особенностями предпринимателей. К их числу относится также характеристика пола, а точнее – социального пола, формирующегося в процессе жизнедеятельности общества и предполагающего выработку различных моделей поведения людей – маскулинной и фемининной, характерных в конкретной культурной среде соответственно для мужчины и для женщины, и обозначаемого понятием «гендер».[3] Данная категория представляет интерес в исследовании предпринимательства в связи с существующими в обществе стереотипами восприятия типично мужского и типично женского поведения, сформировавшимися в результате традиционного распределения социальных ролей между мужчиной женщиной. К примеру, они проявляются в трактовке женского, фемининного поведения как более консервативного, предрасположенного к кооперации с другими людьми, к взаимной поддержке; а мужского, маскулинного – как склонного к соперничеству, индивидуализму, радикальным действиям. Эти и другие подобного рода представления, сложившиеся в массовом сознании людей, отражаются на взаимоотношениях как внутри предпринимательского сообщества, так и на взаимоотношениях предпринимателей с другими социальными группами. Их влияние обусловлено тем, что занятие предпринимательством предполагает наличие у его субъектов таких личностных качеств, как предприимчивость и инициативность, умение рисковать, действовать в ситуации неопределенности, склонность к соревновательной активности, которые в массовом сознании ассоциируются с проявлением маскулинных качеств, формируя стереотип восприятия предпринимательского поведения как преимущественно «мужского», но не «женского», поведения. В случае предпринимательской деятельности женщины, как правило, сталкиваются две различные социальные роли – фемининная, обусловленная принадлежностью женщины предпринимателя к социальной группе женщин, и маскулинная, обусловленная ее принадлежностью к социальной группе предпринимателей. И, как следствие, деятельность предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин по-разному воспринимается и оценивается обществом, в том числе и предпринимателями-мужчинами, составляющими на сегодня подавляющее большинство практически во всех сферах бизнеса [4] Таким образом, гендерный анализ психологических

явлений представляет собой изучение поведения мужчин и женщин в социальном контексте. Если обратиться к традиционным в социальной психологии уровням анализа – личности, межличностных и межгрупповых отношений, то изучение гендерных различий в психологии может быть реализовано, соответственно, через изучение психологических особенностей деятельности субъектов с разным уровнем маскулинности и фемининности (уровень личности); через изучение социального взаимодействия, ролевого поведения мужчин и женщин (уровень межличностных отношений) и через изучение социально-психологических отношений и психологии совместной деятельности представителей больших социально-демографических групп – мужчин и женщин (уровень межгрупповых отношений).\

Влияние на гендерное поведение культурно-исторических особенностей развития и конкретной социально-экономической ситуации обусловило и ряд отличительных особенностей гендерных отношений в современном обществе [5].

Во-первых, исследовались социо половые отношения в предпринимательской деятельности. К ним следует отнести исследование гендерной идентичности современных предпринимателей, результаты которого указывают на доминирование в сфере предпринимательства маскулинных моделей поведения и патриархальных стереотипов [6]; исследование гендерных отношений в предпринимательской среде и анализ эффективной для предпринимательства гендерной модели деловой активности [7]; исследование социо экономического поведения мужчин и женщин в бизнесе, составляющих бизнес-элиту [8].

Результаты теоретического анализа исследований в области гендерной психологии позволяют утверждать, что наиболее существенные социальном психологические различия в типично мужском и типично женском поведении, определяемые как гендерные особенности, проявляются прежде всего в стиле межличностного взаимодействия. Результаты наших собственных эмпирических исследований, а также данные, полученные в процессе изучения гендерных особенностей предпринимательства другими авторами, позволяют предположить, что динамика социально-психологических характеристик предпринимателей-женщин характеризуется выраженной их маскулинизацией, приводящей к тому, что типичные социально-психологические особенности предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин становятся все более сходными и соответствующими представлениям о типично мужских – маскулинных качествах

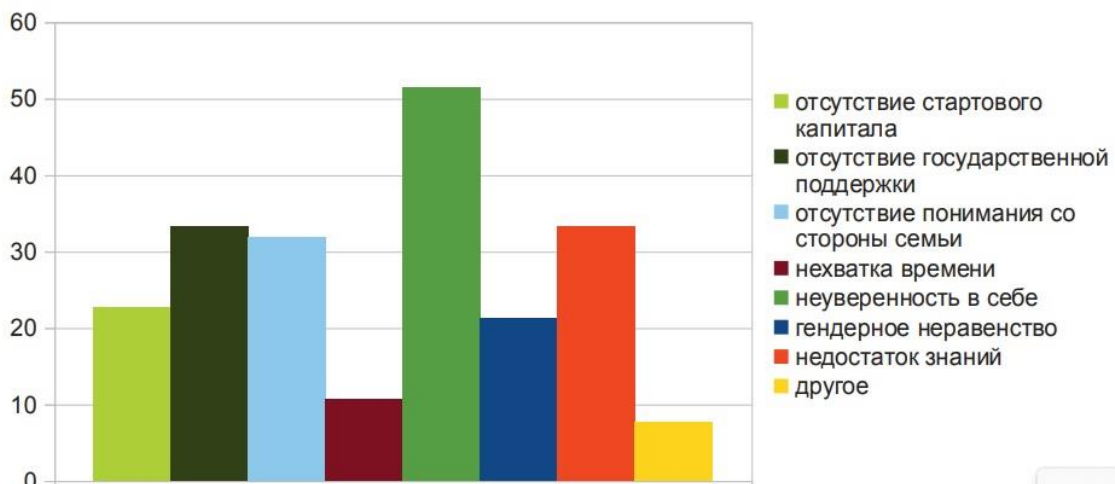


Диаграмма 1, Существующие барьеры при открытии собственного дела

Для решения задач использовалась методика определения коммуникативных и организаторских способностей, которая включала 40 вопросов, на каждый из которых обследуемые давали ответ «да» или «нет». Измерение потребности (мотива) в достижении

проводилась по методике, разработанной Ю.М. Орловым, «Потребность в достижении». Текст опросника содержал 23 вопроса, на которые предполагалось ответить либо «да», либо «нет». Опросник Г. Шуберта, определяющий уровень выраженности склонности к риску, предполагал 25 вопросов, на которые обследуемые отвечали пятью вариантами ответов: «да»; «скорее да, чем нет»; «трудно сказать»; «скорее нет, чем да»; «нет».

При выяснении отношения женщин к предпринимательской деятельности в сети интернет, 87,9 % ответивших указали, что относятся к женскому предпринимательству положительно, и 21,1 % соответственно — нейтрально.

В целях выяснить отношение женщин к предпринимательской деятельности в видеэлектронной торговли, мы задавали респондентам следующие вопросы — что на их взгляд подталкивает женщин открыть свой бизнес, а так же какие барьеры в этом они видят. Так, в 69,7 % ответов, женщины указали, что мотивами служат реализация собственных способностей, а так же дополнительный заработок (данный вариант ответа выбрали более 54 % ответивших женщин). «Материальная независимость от мужа» оказалась не столь популярной мотивацией, так данный вариант ответа выбрали 28,2 % респондентов. Главным барьером, препятствующем открытию собственного дела, респондентки выделяют неуверенность в себе. Данный ответ был выбран каждым вторым ответившим — 39,5 % (в процентах к числу ответов). На втором месте стоят «недостаток знаний организации и ведения бизнеса», а так же «отсутствие государственной поддержки» - по 43,3 % . Так же, не маловажным, на наш взгляд, барьером является «непонимание со стороны семьи», данный ответ выбрали в 36,9 % случаях. (Диаграмма 1)

При ответе на вопрос, кому сложнее открыть свой бизнес, большинство респондентов указали, что трудно и тем и другим (66,9 %), лишь 4,5 % ответивших, считают, что мужчинам тяжелее, а 10,6 % , что тяжелее женщинам.

Список использованных источников

1. [Халимов, 2020, 447-453].. Образ женщины - предпринимателя в обществе //ЭКО.-2020-№2.-С. - 159-171.
2. Ермолаев О.Ю. Математическая статистика для психологов: Учебник / О.Ю. Ермолаев. - 3-е изд., испр. - М.: Московский психолого - социальный институт: Флинта, 2004. - 336 с. - С.170-313
3. Холуд Алгада. Гендерный аспект в предпринимательстве и особенности женского предпринимательства в РФ // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2022. Том 12. № 5А. С. 358-364. DOI: 10.34670/AR.2022.50.56.030
- 4.Актуальные проблемы социальной психологии и психологии профессиональной деятельности: коллективная монография / Д.А. Китова и др.; Под редакцией Д.А.Китовой, О.И.Каяшевой. – СПб.: НИЦ АРТ, 2015.
5. Самыгин С.И., Столяренко Л.Д Психология управления: Учеб. пособие. - Ростов / Д. Феникс: М.: «ЗЕВС»,1997. - 512с. - С109-113
- 6.Базаров Т.Ю. Бизнес-образование: развитие организаций или организация развития // Организационная психология. 2013. Т. 3. № 4. С. 92-108.
- 7..Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Отношение современных российских предпринимателей к морально-этическим нормам делового поведения // Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства. Ответственные редакторы: Журавлев, Е.В.Шорохова. М.: Изд-во «Институт Психологии РАН», 1999.
- 8.Позняков В.П. Психологические отношения индивидуальных и групповых субъектов жизнедеятельности // Психологический журнал, 2012, № 5. С. 67-74