

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ

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

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»
XIX Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XIX Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»**

**PROCEEDINGS
of the XIX International Scientific Conference
for students and young scholars
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»**

**2024
Астана**

УДК 001

ББК 72

G99

«ǴYLYM JÁNE BILIM – 2024» студенттер мен жас ғалымдардың XIX Халықаралық ғылыми конференциясы = XIX Международная научная конференция студентов и молодых ученых «ǴYLYM JÁNE BILIM – 2024» = The XIX International Scientific Conference for students and young scholars «ǴYLYM JÁNE BILIM – 2024». – Астана: – 7478 б. - қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-601-7697-07-5

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

ББК 72

G99

ISBN 978-601-7697-07-5

**©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2024**

4. Lee, Ch. Life Transitions and Mental Health in a National Cohort of Young Australian Women / Ch. Lee, H. Gramotnev // *Developmental Psychology*. 2007. Vol. 43, No. 4. Pp. 877–888.
5. Социология семьи : учеб. для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Социология» / [А. И. Антонов и др.]. Москва : ИНФРА-М, 2010. 636 с.
6. Дюркгейм, Э. О разделении общественного труда. Метод социологии. Москва : Наука, 1991. 572 с.
7. Зиммель, Г. Социальная дифференциация : Социол. и психол. исслед. Москва : М. и С. Сабашниковы, 1909. 323 с.
8. Турен, А. Возвращение человека действующего : Очерк социологии. Москва : Науч. мир, 1998. 203 с.
9. Hoffman, J. A. Psychological separation of late adolescents from their parents // *Journal of Counseling Psychology*. 1984. Vol. 31, No. 2. Pp. 170–178.
10. De Wuffel, F. J. Attachment Beyond Childhood (Individual and Development Differences in Parent-Adolescent Attachment Relationships). Nijmegen : Stellingen, 1986. 116 p.

ӘОЖ 316.334.2

ОТБАСЫЛЫҚ БИЗНЕСТЕГІ ГЕНДЕРЛІК АСПЕКТ

Сламова Аққу Арманқызы

slamovaakku@gmail.com

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ Әлеуметтік ғылымдар факультеті,
«Әлеуметтану» білім беру бағдарламасының 3 курс студенті

Исабаева Шынар Суиндиковна

Is-atgda8.mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ Әлеуметтік ғылымдар факультеті, әлеуметтану
кафедрасының аға оқытушысы
Ғылыми жетекші – Ш.С. Исабаева

Отбасылық бизнес - бүкіл әлемге таралған кәсіпкерліктің түрі. Бірқатар Еуропа елдерінде, Жапонияда компаниялардың 70%-дан астамы отбасылық бизнес үлесіне жатады. Танымал компания - корпорациялардың тарихына көз жүгіртсек, алғашында отбасылық кәсіп ретінде бастау алғанын аңғаруға болады. Күллі әлемге танымал Samsung корпорациясы бір отбасының бизнесі екені осыған дәлел. XX ғасырдың 30-40 жылдары ауылдық жерде ашылған дүкеннің негізінде өркен жайған бұл отбасылық бизнес жылдар бойы тамырын кеңге жайып келеді.

Қолайлы уақытта отбасылық бизнестің күшті жақтары жиі назардан тыс қалады. Алайда, қиын кезеңдерде отбасылық кәсіпорындардың негізгі принциптері өз күшін көрсетеді. Өз құндылықтарын ұстану, ұзақ мерзімді жоспарлау, ақылға қонымды басқару тетіктері және жылдам және өмірлік маңызды шешімдер қабылдаудағы минималды кедергілер компаниялардың өздері үшін ғана емес, сонымен қатар бүкіл әлемдік экономиканы оңалту үшін макро масштабта да өзінің құндылығын көрсетеді.

Отбасылық кәсіпорын деп меншіктің немесе басқарудың көп бөлігі бір отбасы мүшелеріне тиесілі кәсіпорындарды санауға болады, олардың кейбіреулері тікелей осы кәсіпорында жұмыс істейді. Тарихта отбасылық бизнестің көптеген керемет мысалдары бар. Шағын өндірістік зауыттардағы шағын сауда қызметінен бастап, отбасылық бизнес кейіннен ірі зауыттарға, зауыттар мен кәсіпорындарға айналды. Индустрияға дейінгі және индустриалды дәуірдің бастапқы кезеңінде отбасы тек адамдар арасындағы ғана емес, сонымен бірге экономикалық қатынастарды да реттейтін маңызды институт болды. Кейіннен отбасылық бизнестің маңызы төмендей бастады, корпоративті ұйымдар бірінші орынға шықты, бірақ көптеген елдерде отбасылық кәсіпорындар экономиканың негізін құрайды және

әлеуметтік-экономикалық өмірді модернизациялаудың ең батыл жоспарларымен байланысты. Соңғы онжылдықтарда әйелдердің отбасылық бизнестегі рөлі айтарлықтай өсті. Соңғы уақытта әйелдер көшбасшылардың функцияларын үнемі қабылдауда. Тарихи тұрғыдан алғанда, отбасылық кәсіпорындарда "әйелдік" және "әйелдік емес" рөлдерге қатаң ресми немесе бейресми бөліну болды. Қазіргі отбасылық амбиция әлемінде жыныстық қатынасқа деген бейтараптықтың артуын ескере отырып, әйелдер рөлдері ұйымдық иерархияда маңызды бола түсуде, әйелдер рөлдердің кең ауқымында белсенділік танытуда. Менеджментті жүзеге асыратын және мүлікке иелік ететін туыстар тобында, әдетте, интуициясы мен бастамасы көтермелеуге және құрметтеуге лайық отбасылық бизнестің сауатты, белсенді және ынталы қатысушылары ретінде көрінетін әйелдер бар. Қазіргі уақытта, National Women's Business Council мәліметтері бойынша, әйелдер дүние жүзіндегі барлық жеке компаниялардың 1/3-тен 1/4-ке дейін (51% немесе одан да көп) бақылау пакетінің иелері болып табылады. Осылайша, отбасылар мен отбасылық бизнестің көбеюінде жыныс көшбасшылық, меншік және қатысу тұрғысынан маңызды емес белгіге айналады [1].

Отбасылық бизнестің артықшылықтары мен кемшіліктерін атап өтуге болады. Отбасылық бизнестің басты «артықшылықтарының» бірі – оның тұрақтылығы мен ұзақ мерзімділігі. Көбінесе, ең алдымен, отбасылық, содан кейін іскерлік қарым-қатынастар негізінде қалыптасатын қарым-қатынастар күшті және ұзаққа созылады, өйткені іскерлік байланысты үзбес бұрын, отбасылық деңгейде де солай істеу керек.

Отбасылық бизнестің басты ерекшелігі – ол кейіннен кейінгі ұрпаққа берілуі қажет, сондықтан ол балалардың жұмыс орны мен олардың негізгі табыс көзіне айналуы тиіс екендігі де маңызды. Тиісінше, бұл барлық меншік иелерінің тек бүгін ғана емес, болашақты ойлауының себебі болып табылады, олар компанияның беделі, оның дамуы және болашақ трендтерге сәйкестігі туралы қамқорлық жасайды.

Соңғы жылдары бұл салада біршама ілгерілеушілік байқалғанымен, отбасылық бизнестегі гендерлік теңсіздік өзекті мәселе болып қала береді. Әйелдер отбасылық бизнесте жоғары басшылыққа қол жеткізуде кедергілерге тап болуды жалғастыруда және жиі дәстүрлі рөлдер мен үміттердің қысымын сезінеді. Бұл отбасылық бизнесте биліктің, мүмкіндіктердің және сыйақылардың тең емес бөлінуіне әкелуі мүмкін [1].

2022 жылдың қаңтарында ғалымдардың соңғы жаңартуы кезінде отбасылық бизнестегі гендерлік теңсіздіктің кейбір дәлелдері болды. Кейбір зерттеулер әйелдердің отбасылық бизнес көшбасшыларының аз ғана бөлігін құрайтынын атап өтті, әдетте 30% -дан аз. Сонымен қатар, бизнес иелерінің арасында әйелдердің үлесі ерлерге қарағанда төмен болуы мүмкін. Бұл әйелдердің отбасылық бизнесті басқаруға және иеленуге қатысуда белгілі бір кедергілерге тап болатынын көрсетуі мүмкін.

Әлеуметтанушылар гендерлік мәселесі зерттеулерінде жиі қолданылатын теориялық парадигма – агенттік қатынастар теориясы. Ол негізінен компания басшысы мен жұмысшылар немесе ірі отбасылық кәсіпорындардың иелері және олардың мұрагерлері арасындағы қарым-қатынастарды зерттеуге негізделген. Ұзақ уақыт бойы бұл тәсіл тек басшылар немесе қызметкерлер арасында туындайтын келіспеушіліктерді зерттеу процесінде жетекші болды. Бірақ соңғы уақытта зерттеушілер отбасылық фирмаларды зерттеуде проблемалық агенттердің белгілі бір формасын атап көрсетті. Сондықтан бұл теория фирма иелері мен келесі ұрпақ арасындағы ішкі қайшылықтарды талдауға шоғырлана бастады. Мысалы, туыстары мен жақындарына қатысты альтруизм рухы кәсіпорынның бизнесті басқаруға жарамсыз отбасы мүшелерінің арасында жауапкершілікті бөлу жүйесін құруына әкелуі мүмкін. Осылайша, бұл теория зерттеу үшін өте өзекті парадигмалардың бірі болып табылады. Отбасылық бизнестің дамуы да, одан кейінгі мұрагерлігі де келесі ұрпақ агенттік қатынастар теориясынан айырмашылығы, қамқоршылық парадигмасы жиі қойылады. Екі тұжырымдамаға негізделген корпоративтік басқару мен кәсіпорынды дамытудың нәтижелерін зерттейді: психологиялық және жағдайлық. Осылайша, осы пікірді ұстанушылардың көзқарасы бойынша отбасылық фирмалардың нақты құрылымын қалыптастырудың себептерін қарастыру өзекті, тек мінез-құлық факторлары мен агенттің уәждеме деңгейіне ғана емес, сонымен қатар

отбасылық кәсіпорында бар контекст мәдени жағдайларға негізделген. Бұл екі аспект бір-бірімен тығыз байланысты және ең дәл нәтиже алу үшін бір-бірінен бөлек қарастыруға болмайды. Сөзбен айтқанда, қамқоршылық теориясы кәсіпорынның стратегиялық менеджменті белгілі бір агенттің жеке қасиеттерімен ғана емес, сонымен қатар басқарушы компаниясы жасаған мәдени жағдайлармен де анықталатынына назар аударады [2].

Ерлер мен әйелдер кәсіпкерлігінің ерекшеліктерін зерттеу, гендерлік идеалдардың өзгеруі гендерлік сегрегация, яғни өмірдің белгілі бір салаларында әйелдер мен ерлердің тең емес өкілдігі сияқты құбылысты тудырады. Әрине, бұл кәсіпкерлік қызмет саласына да әсер етеді. Кәсіпкерлік саласында айтарлықтай гендерлік асимметрия орын алғандықтан, әйелдердің кәсіпкерлікке қатысу мәселесі әлі де толық зерттелмеген. Қатынасындағы жас және гендерлік айырмашылықтарды салыстырмалы талдау кәсіпкерлік белсенділік, біріншіден, өз ісін жүргізуге көңіл бөлу ер адамдар мен белсенді еңбек жасындағы адамдар мен жастарға көбірек тән екенін көрсетеді. Екіншіден, мұндай көзқарастардың қалыптасуына аймақтық ерекшеліктер тікелей әсер етеді. Ерлер мен әйелдер кәсібіне Қазақстандағы отбасылық бизнестерді мысал ретінде келтіре кетсек [3].

1. Асхат пен Сәуле Солтановтар Harry Cake (Қазақстан, Өзбекстан) кондитерлік желісінің даму тарихы туралы айтып берді. Harry Cake торттарының тарихы 2013 жылы басталды. Бұл туралы "Атамекен" ҚР ҰКП сайтында хабарланды. Солтановтар отбасылық бизнесі Сәуле Солтанова дикреттен шыққан уақытта үйде торт әзірлеп оны сатуымен басталды [4].

2. 2021 жылы «Тәлім ТВ» деген жаңа телеарнаның тұсауы кесілген. Бұл туралы «Асыл арна» телеарнасының бас директоры Мұхаметжан Тазабек хабарлады. Батыр Сиябек - кәсіпкер кәсіпкерлікке 15 жасында келген, 16 жастағы баласын өз кәсібіне үйретіп, мұрагер ретінде дайындайды [5].

3. Әдемі білімді және табысты Мерей Мұстафина екі кездесу арасындағы сұхбатқа уақыт бөлді. Ол төрт баланың анасы және 3 бизнес жобасының жетекшісі. Ол Қазақстанда нетворкингті дамытумен айналысады [6].

Кәсіпкер әйелдерді жеткіліксіз қолдау, әйелдердің өнімді экономикалық қызметпен айналысу мүмкіндігін шектеу болып табылады. Әйел өкілдер кәсіпкерлікті тек қаржылық қолдау ретінде ғана емес, сонымен қатар өзінің ішкі дамуының мүмкіндігі ретінде қарастырады. Әйелдердің әлеуметтік-психологиялық қабілеттері: стандартты емес жағдайларда тың идеяларды тудыру, өзін-өзі жеңу, интуиция, икемділік және т.б. қасиеттер тән.

Әйелдер кәсіпкерлігі гендерлік стереотиптерді жеңу үшін одан әрі жетілдіруді қажет етеді. Қазіргі қоғам әлеуметтік, мәдени, сондай-ақ экономикалық саладағы адам жынысының мәнін қайта қарастыруда. Қоғамда ерлер мен әйелдерге түбегейлі әртүрлі мәртебелер беріледі, бұл бөлу қоғамның іргелі негіздерімен байланысты. Қоғамдағы ерлер мен әйелдердің рөлдерінің дифференциациясы, сондай-ақ әртүрлі қызмет салаларында, соның ішінде кәсіпкерлікте мінез-құлықтағы айырмашылықтар бар. Гендерлік айырмашылықтар - рөлді орындаудың белгілі бір ерекшеліктерінің болуын анықтайды [7].

Әйел бизнесмендерді кәсіпкерлікпен айналысуға итермелейтін мотивтер өзін-өзі жүзеге асыруға деген ұмтылыс, сүйікті ісімен айналысуға ұмтылу, тәуелсіздікке ұмтылу, басқа біреудің басқаруымен жұмыс істегісі келмеуі, сондай-ақ қамтамасыз ету қажеттілігін түсіну болды. Әйелдер ерлерге қарағанда көбінесе кәсіпкерлікпен айналысуының басты себебі ретінде өзін-өзі жүзеге асыруға және тәуелсіздікке деген ұмтылысын көрсетеді. Көшбасшылыққа, өзін-өзі жүзеге асыруға және тәуелсіздікке ұмтылу жалпы сипатқа ие және гендерлік айырмашылықтарға байланысты емес. Бірақ қоғамдағы «ер» және «әйел» рөлдерінің ерекшеліктеріне байланысты ерлер мен әйелдердің бизнес стратегияларында белгілі бір ерекшеліктер бар. Зерттеулер көрсеткендей, гендерлік стереотиптер көмескіленіп, әйелдер отбасылық және кәсіби рөлдерді бірдей деңгейде орындай алады [8].

Отбасылық кәсіпорын деп меншіктің немесе басқарудың көп бөлігі бір отбасы мүшелеріне тиесілі кәсіпорындарды санауға болады, олардың кейбіреулері тікелей осы

кәсіпорында жұмыс істейді. Шағын өндірістік зауыттардағы шағын сауда қызметінен бастап, отбасылық бизнес кейіннен ірі зауыттарға, зауыттар мен кәсіпорындарға айналды. Индустрияға дейінгі және индустриалды дәуірдің бастапқы кезеңінде отбасы тек адамдар арасындағы ғана емес, сонымен бірге экономикалық қатынастарды да реттейтін маңызды институт болды. Соңғы онжылдықтарда әйелдердің отбасылық бизнестегі рөлі айтарлықтай өсті. Соңғы уақытта әйелдер көшбасшылардың функцияларын үнемі қабылдауда. Тарихи тұрғыдан алғанда, отбасылық кәсіпорындарда "әйелдік" және "әйелдік емес" рөлдерге қатаң ресми немесе бейресми бөліну болды. Қазіргі отбасылық амбиция әлемінде жыныстық қатынасқа деген бейтараптықтың артуын ескере отырып, әйелдер рөлдері ұйымдық иерархияда маңызды бола түсуде, әйелдер рөлдердің кең ауқымында белсенділік танытуда[9].

Отбасылық бизнес халықтың өмір сүру сапасын жақсартуда, даму мен инновацияға ресурстар салуға басымдық беретін отбасылық құндылықтар мен ұзақ мерзімді жоспарлаулар негізінде елдің тұрақты дамуын қалыптастыратын қазіргі экономиканың маңызды субъектілерінің бірі. Отбасылық бизнесті ұйымдастыру мен нығайту, оның ұрпақтан ұрпаққа берілетіндей дәрежеге дейін жетілдіруді зерттеу қазіргі таңдағы өзекті мәселелердің бірі. Бұл мәселелерді шешу халықтың өмір сүру сапасын жақсартып қана қоймай, аймақтың әлеуметтік-экономикалық дамуына үлкен үлесін қосатындығы сөзсіз.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Алгада Х., Шмелева А.Н. Женское предпринимательство в России и за рубежом: обзор проблем развития // Компетентность. 2020. № 8. С. 20-27. . Алиханов М.М., Бансова С.Р. Женщины как предприниматели: социологическое исследование //
2. Баскакова М.Е. Гендерное преломление целей развития тысячелетия для России // Народонаселение. 2016. № 1. С. 44.
3. Габдрахманов О.Ф., Нехамкин В.Г., Серегин В.Н. Особенности формирования гендерной ассиметрии в российском бизнесе // Актуальные проблемы социально-экономического развития России. 2017. № 4. С. 32-37.
4. <https://youtu.be/tCnfFGkej84?si=pP9znZkdIGtyBj-F>
5. https://youtu.be/Kr9ZSy4S17M?si=E_-qa3WCaFf0fcu0
6. <https://youtu.be/b3Vq843Ek7o?si=sfLkd2cSXuACDjrww>
7. Голубцова Н.А. Мужское и женское предпринимательство: общее и отличия // Научные достижения и открытия современной молодежи. Пенза, 2017. С. 1138-1140.
8. Никитина Л.М., Шкред Т.В. Меры государственной поддержки и программы развития женского предпринимательства в России // Социально-экономическое развитие России: проблемы, тенденции, перспективы. Курск, 2019. С. 245-249. Семенова Ю.А. Гендерные аспекты мотивации предпринимательской деятельности // Тенденции развития науки
9. Шувалова Ю.А., Левченко Е.А. Гендерные особенности развития малого бизнеса в зарубежных странах // Актуальные проблемы экономики современной России. 2017. № 4. С. 184-188.

УДК 314.122.66

РОЛЬ КУРДСКИХ ЖЕНЩИН КАЗАХСТАНА В ФОРМИРОВАНИИ ИДЕНТИЧНОСТИ БУДУЩЕГО ПОКОЛЕНИЯ

Тынгишева Назгуль Мухмедкалиевна

tyngisheva_n@mail.ru

Магистрант 2 курса кафедры социологии, ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан
Научный руководитель – Отар Э.С.