

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Ульяновский государственный университет»  
Институт экономики и бизнеса  
Кафедра экономического анализа и государственного управления

**Ю. С. Пиньковецкая**

# **ЖЕНСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РОССИИ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ**

**Монография**

Ульяновск  
2020

**УДК 332.05**  
**ББК 65.09**  
**П32**

Печатается по решению Ученого совета Института экономики и бизнеса  
Ульяновского государственного университета  
(протокол № 231/08 от 23 апреля 2020 года)

**Рецензенты:**

профессор кафедры экономики и предпринимательства  
ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный университет»,  
д.э.н., профессор *Е. В. Пустынникова*;  
зав. кафедрой финансов, кредита и экономической безопасности  
ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет им. И. Н. Ульянова»,  
к.э.н., доцент *Н. В. Березина*

**Пиньковецкая Ю. С.**

**П32 Женское предпринимательство в России и зарубежных странах : моногр. / Ю. С. Пиньковецкая. – Ульяновск : УлГУ, 2020. – 170 с.**

**ISBN 978-5-88866-805-4**

В монографии рассмотрены итоги исследований автора, посвященных проблемам женского предпринимательства в России и зарубежных странах. Основное внимание уделяется особенностям современных предпринимателей-женщин, их мотивации и социальной роли в национальных экономиках. Приведен сравнительный анализ основных показателей женского и мужского предпринимательства. Показано, что в последние годы гендерный разрыв в создании собственных бизнесов сокращается. В основе исследований лежат данные, полученные в процессах социологических исследований, а также информация, приведенная в отечественных и зарубежных научных публикациях. Рассмотрены принципы и концепции ранней предпринимательской активности женщин в странах Европейского Союза. Приведен опыт поддержки женщин-предпринимателей на основе преодоления имеющихся барьеров, финансовой помощи и улучшения отношения к ним в обществе.

Монография предназначена для преподавателей и студентов высших и средних специальных учебных заведений, научных работников, руководителей и специалистов предпринимательских структур, сотрудников органов государственного и муниципального управления. Определенный интерес итоги исследования представляют непосредственно для женщин-предпринимателей (особенно начинающих).

**УДК 332.05**  
**ББК 65.09**

**ISBN 978-5-88866-805-4**

© Пиньковецкая Ю. С., 2020

© Ульяновский государственный университет, 2020

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение .....</b>	<b>4</b>
<b>Глава 1. Женское предпринимательство в Российской Федерации.....</b>	<b>14</b>
1.1. Проблемы женского предпринимательства в научных публикациях.....	14
1.2. Женское предпринимательство в 2007-2016 годах .....	19
1.3. Индексы предпринимательской активности женщин в 2015-2018 годах .....	35
<b>Глава 2. Женское предпринимательство в современных странах.....</b>	<b>47</b>
2.1. Роль женщин-предпринимателей в национальных экономиках.....	47
2.2. Женская предпринимательская активность в 2016-2017 годах .....	52
2.3. Женская ранняя предпринимательская активность в 2018 году.....	73
2.4. Особенности женского предпринимательства.....	80
<b>Глава 3. Женское предпринимательство в развитых странах: опыт Европейского Союза.....</b>	<b>97</b>
3.1. Социально-политические аспекты женского предпринимательства .....	97
3.2. Женское предпринимательство в Чехии, Италии, Швеции и Великобритании .....	114
3.3. Опыт поддержки женщин-предпринимателей.....	130
<b>Заключение.....</b>	<b>156</b>
<b>Литература.....</b>	<b>158</b>

## Введение

Концептуальные основы женского предпринимательства, как и малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации в целом, базируются на Конституции, Гражданском кодексе и федеральных законах, а также принимаемых в соответствии с ними иных нормативных правовых актах Российской Федерации.

Конституция России определяет основы рыночной экономики в стране и закрепляет права женщин (как и всех граждан) на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской деятельности, свободное распоряжение своими способностями к труду, свободное передвижение и выбор места жительства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, а также на интеллектуальную собственность.

Непосредственно с предпринимательской деятельностью связаны следующие аспекты правового регулирования, нашедшие отражение в Конституции:

– единство экономического пространства, свободное движение товаров и финансовых средств, поддержка конкуренции, свобода экономической деятельности, а также защита всех форм собственности (статья 8);

– свободное использование способностей и имущества для предпринимательской деятельности, за исключением деятельности, направленной на монополизацию и недобросовестную конкуренцию (статья 34);

– неприкосновенность частной собственности, право владения, пользования и распоряжения ею как единолично, так и совместно с другими лицами. Отчуждение имущества для государственных нужд может быть произведено только при условии предварительного и равноценного возмещения (статья 35);

– использование земли и других природных ресурсов осуществляется их собственниками свободно (статья 36);

– право свободно распоряжаться своими способностями к труду, выбирать род деятельности и профессию (статья 37);

– право на интеллектуальную собственность (статья 44);

– право на возмещение государством вреда, причиненного незаконными действиями (или бездействием) органов государственной власти или их должностных лиц (статья 53).

Гарантии предпринимательства обеспечиваются также закрепленными в Конституции неимущественными правами. Например, правом на неприкосновенность частной жизни и правом на коммерческую тайну.

Более подробно правовой статус предпринимательской деятельности сформирован в Гражданском кодексе и федеральных законодательных актах. При этом государство обеспечивает предпосылки функционирования всех участников предпринимательской деятельности. К государственному регулированию на федеральном уровне относятся вопросы установления правовых основ единого рынка; фи-

нансовое, валютное, кредитное, таможенное регулирование, денежная эмиссия, основы ценовой политики; вопросы судоустройства, гражданского, гражданско-процессуального и арбитражно-процессуального законодательства, правового регулирования интеллектуальной собственности, а также установления налогов и сборов. Акты законодательства о налогах и сборах должны быть сформулированы таким образом, чтобы каждый точно знал, какие налоги и сборы, когда и в каком порядке он должен платить.

Свобода экономической деятельности предполагает возможность женщинам выбрать сферу приложения своих способностей, имущества, чтобы реализовать свой творческий потенциал, знания, умения, навыки. Они могут, например, работать на основе трудового договора и не брать на себя риски и ответственность, характерные для предпринимательской деятельности. Женщины вправе заниматься экономической деятельностью в виде участия в уставных капиталах хозяйственных обществ, получать от этого дивиденды. Такая деятельность не рассматривается в качестве предпринимательской, подтверждением чего является тот факт, что для участия в хозяйственных обществах гражданину не требуется предварительная государственная регистрация в качестве индивидуального предпринимателя.

Сущность свободы предпринимательской деятельности заключается в возможности выбора:

- вида и формы предпринимательства;
- сферы деятельности;
- территории деятельности;
- организационно-правовой формы предпринимательства.

При этом реализуются следующие аспекты предпринимательской деятельности:

- привлечение трудовых, материальных, финансовых и иных ресурсов, необходимых для осуществления деятельности;
- производство и реализация товаров и услуг, своей деятельности на рынке;
- управление своим бизнесом;
- право на распределение полученных доходов и прибыли.

Предприниматели (физические и юридические лица) могут совмещать различные виды деятельности, если на этот счет нет ограничений в законе или в учредительных документах. Граждане реализуют свободу предпринимательства, действуя самостоятельно в качестве индивидуальных предпринимателей или создавая коммерческие организации – юридические лица. В любом случае имущественной основой такой деятельности является частная собственность – граждан и юридических лиц.

Выбор территории, на которой предприниматели регистрируют свою деятельность, определяется к моменту подготовки необходимых документов для регистрации. Так, юридическое лицо должно регистрироваться по месту нахождения постоянно действующего исполнительного органа. А индивидуальный предприниматель регистрируется в налоговом органе по месту своего жительства. Государство гарантирует единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств. Всякие ограничения перемещения товаров по территории страны, запреты местными органами власти на ввоз или вывоз товаров с их территории, например сельскохозяйственной продукции, противоречат Конституции.

Выбор организационно-правовой формы предпринимательства ограничивается перечнем, установленным законодательством. Юридическим лицом считается организация, имеющая обособленное имущество и отвечающая им по своим обязательствам, способная от своего имени приобретать и осуществлять гражданские права и обязанности, а также быть истцом и ответчиком в суде.

Юридическое лицо может быть создано на основании решения учредителя (учредителей) об учреждении юридического лица. В случае учреждения юридического лица одним лицом решение принимается учредителем единолично. В случае учреждения юридического лица двумя и более учредителями указанное решение принимается ими единогласно. В решении об учреждении юридического лица указываются сведения об учреждении юридического лица, утверждении его устава, о порядке, размере, способах и сроках образования имущества юридического лица, об избрании органов управления.

Действующее в Российской Федерации законодательство, и в частности Федеральный закон от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», определяет критерии отнесения к малому и среднему предпринимательству хозяйствующих субъектов. При этом необходимо отметить, что хозяйствующими субъектами в соответствии с Федеральным законом от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» являются коммерческие и некоммерческие организации, осуществляющие деятельность, приносящую им доход, а также индивидуальные предприниматели и иные физические лица, не зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей, но осуществляющие профессиональную деятельность, приносящую доход, в соот-



ветствии с федеральными законами на основании государственной регистрации или лицензии.

Обязательным условием отнесения к субъектам малого и среднего предпринимательства является их регистрация в соответствии с законодательством Российской Федерации, и в частности с требованиями закона от 8 августа 2001 года № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».

Юридические лица и индивидуальные предприниматели, отнесенные к субъектам малого и среднего предпринимательства, в зависимости от численности работников разделяются на средние предприятия и малые предприятия. В составе малых предприятий выделяются микропредприятия. Критерии отнесения к этим размерным категориям следующие. Среднесписочная численность работников за предшествующий календарный год не должна превышать следующих значений:

- от ста одного до двухсот пятидесяти человек для средних предприятий;
- до ста человек для малых предприятий;
- до пятнадцати человек для микропредприятий.

Кроме предельной численности, законодательно устанавливаются также критерии предельной выручки для каждой из указанных размерных категорий. Так, в настоящее время действуют критерии, определенные постановлением Правительства от 13 июля 2015 года № 702 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства». В соответствии с этим постановлением предельные значения выручки от реализации товаров (работ, услуг) за пред-

шествующий календарный год без учета налога на добавленную стоимость составляют:

- для микропредприятий – 120 млн руб.;
- для малых предприятий – 800 млн руб.;
- для средних предприятий – 2 млрд руб.

Причем категории субъектов малого или среднего предпринимательства пересматриваются в случаях, если имеет место невыполнение этих предельных значений в течение трех календарных лет, следующих один за другим.

Малые и средние предприятия (МСП) играют важную роль в экономике большинства стран. Их удельный вес в странах Европейского Союза достигает около 99 %, при этом количество замещенных рабочих мест в предпринимательском секторе превышает две трети общей занятости в экономиках этих стран. По сравнению с более крупными фирмами МСП имеют более простую внутреннюю организацию, что позволяет им гибче и быстрее реагировать и адаптироваться к изменениям внешней среды.

В сегодняшней сложной глобальной экономике предпринимательство стало важным направлением для получения устойчивых конкурентных преимуществ. В научной литературе утверждается, что предпринимательство обеспечивает стабильный рост производства и устойчивые конкурентные преимущества. Это особенно касается предприятий, работающих в быстро меняющихся и конкурентных условиях. В периоды экономических кризисов с особенно высокими уровнями рыночной нестабильности и сложной деловой неопределенности субъекты малого и среднего предпринимательства способны достаточно эффективно реагировать на возникающие проблемы. При

высокой доле предпринимателей в национальной экономике происходит рост экономики и уровня жизни населения. В свою очередь предпринимательская деятельность должна быть стимулирована государством посредством экономических и законодательных механизмов. Развитие малого и среднего предпринимательства оказывает непосредственное воздействие на становление рыночных отношений: ведь очень важно, чтобы каждый человек имел возможность реального выбора – быть наемным работником или предпринимателем.

Предприниматель ищет новые возможности получения доходов, ведь от того, как работает предприятие, зависит его благополучие. Способность благодаря собственной интуиции определить, сможет ли продукция, которую предприниматель собирается предложить для реализации на рынке, принести прибыль, выступает в качестве ключевой особенности мышления успешного предпринимателя.

Факторы, необходимые для производства и дальнейшей реализации товаров или услуг, соединяются воедино предпринимателем для успешного производства. При этом создание собственного бизнеса, требующее инвестирования финансовых ресурсов (зачастую значительных) в весьма спорное и непредсказуемое производство товаров или оказание услуг, всегда связано с риском для предпринимателя. Риск в предпринимательстве – это нормальное явление, к которому должны готовиться все участники данной деятельности.

Личность предпринимателей играет важную роль. Они должны быть лидерами, так как их личностные качества влияют на направление будущего развития созданного ими бизнеса. Решение стать предпринимателем определяется подходом к жизни и окружающему миру. Человек, желающий стать предпринимателем, должен соответство-

вать определенным требованиям и иметь определенные личностные черты, которые включают способности, знания и умения, а также наличие потенциала. К личным качествам относятся как общие: надежность, честность, справедливость, приверженность принципам, последовательность, вежливость, внимание, точность, так и специфические: решительность, инициативность, целеустремленность, настойчивость, самостоятельность, ответственность, трудолюбие и социальные навыки. Предприниматели должны совмещать в себе черты сразу нескольких личностей, а именно инвесторов, изобретателей, бухгалтеров, исследователей споров, лидеров, технологов, маркетологов и продавцов. Соответственно, чем больше знаний и навыков способен продемонстрировать предприниматель, тем лучше.

В настоящей монографии рассмотрены принципы и концепции женского предпринимательства, а также его уровень развития в России и зарубежных странах. В качестве исходной информации были использованы официальные статистические данные, итоги опросов, проведенных в процессе глобального мониторинга предпринимательства, анализа отечественных и зарубежных научных исследований.

Представленные в монографии материалы могут быть использованы в последующих научных исследованиях, а также в учебном процессе высших и средних профессиональных учебных заведений. Учитывая большое значение, уделяемое в настоящее время рассмотрению вопросов трансформации национальной экономики, полученные знания могут обеспечить существенное улучшение деятельности органов управления, общественных организаций, предпринимательских структур.

---

Кроме того, информация, приведенная в монографии, может применяться непосредственно предпринимателями, а также работниками органов государственного и муниципального управления для анализа закономерностей и тенденций, характерных для сегодняшнего уровня функционирования субъектов малого и среднего предпринимательства.

# **Глава 1**

## **Женское предпринимательство в Российской Федерации**

### **1.1. Проблемы женского предпринимательства в научных публикациях**

Предпринимательство получило развитие в Российской Федерации в процессе трансформации государственной экономики в рыночную начиная с 1991 года. Таким образом, к настоящему времени этот сектор национальной экономики существует в нашей стране немногим менее 30 лет. Соответственно, столько же лет и женскому предпринимательству в России. В первые годы существования феномену женского предпринимательства в отечественных исследованиях оказывалось неоправданно мало внимания. Можно отметить ряд работ А. Е. Чириковой, среди которых наибольший интерес представляет монография [31]. В ней приведены интервью, которые дали автору женщины-предприниматели, работавшие в городе Москве и пяти рос-

сийских регионах. В интервью были рассмотрены проблемы женского лидерства, включающие как теоретические подходы, так и эмпирические закономерности.

В период с 2002 года по настоящее время вопросам женского предпринимательства в России исследователи стали уделять существенно больше внимания. Среди работ, опубликованных в эти годы, можно выделить следующие. В статье Л. Н. Старовой [27] анализируются некоторые аспекты самозанятости женщин в торговле косметикой с использованием сетевого маркетинга. В работе В. А. Морозова [15] сделан вывод, что формирование сообщества женщин, владельцев бизнесов, на начальном этапе основывалось на инициативе части инженерно-технической интеллигенции в процессе трансформации государственных предприятий и организаций. Обзор И. В. Долгоруковой и А. Н. Колесникова [8] посвящен отличиям, характерным для женского предпринимательства. В статье З. А. Грицаюк [7] показано, что при наличии дискриминации женщин на рынке труда большинство женщин-предпринимателей не видят существенных проявлений недоверия к ним со стороны представителей власти и бизнесменов-мужчин. В работе Г. Х. Гильмановой [6] основное внимание уделено развитию женского предпринимательства в условиях Башкортостана. При этом делается вывод о том, что большинство женщин начинают свой бизнес от «безысходности», поскольку не могут зарабатывать другим образом. Обращается внимание на противоречие между отраслевой структурой бизнесов (в которой преобладают торговля и операции с недвижимым имуществом) и базовым высшим педагогическим или другим социально-гуманитарным образованием женщин-предпринимателей. Особенности предпринимательства в другом

регионе (Омской области) рассмотрены в статье Е. А. Кипервар и М. А. Севеловой [12], где указывается, что среди российских предпринимателей в нулевых годах женщины составляли от 25 до 30 %. Причем среди женских бизнесов преобладали предприятия с малой численностью работников. Видами экономической деятельности, наиболее активно осваиваемыми женщинами, по мнению этих авторов, являлись розничная торговля, общественное питание, наука и здравоохранение. Анализ сил, противодействующих женскому предпринимательству, приведен в работе Л. В. Московцевой [16]. В ней же указывается, что доля женщин в бизнесе в 1997 году составляла 18 % от общего количества предпринимателей.

Алимпиева А. В. [1] анализирует поведенческие стратегии женщин в сфере бизнеса, а также влияние предпринимательства на семейную деятельность. В статье А. В. Орловой [19] основное внимание уделяется методике эмпирического анализа и источникам данных о развитии женского предпринимательства. Р. И. Семенов и З. И. Райманова [24, 23] рассматривают ряд барьеров, тормозящих развитие женского предпринимательства. В работе Ю. А. Копытовой и Г. И. Петровой [14] основной акцент делается на социальных аспектах предпринимательства женщин. В статье Е. В. Симоновой [26] рассматриваются некоторые организационные мероприятия по повышению роли женщин в предпринимательском секторе страны.

Семенова Ю. А. [25] делает вывод, что среди женщин-предпринимателей преобладают женщины с высшим специальным образованием, среднего и зрелого возраста (относящиеся к группе потенциального риска по безработице). При этом проявлять инициативу и самостоятельную творческую активность решаются в основном женщи-



ны, имеющие значительный опыт руководящей работы либо обладающие не только высокой квалификацией, но и необходимыми материальными ресурсами и связями для создания и развития своего бизнеса. В статье М. А. Полутовой [21] рассматриваются возможности реализации значительного потенциала женского предпринимательства в постиндустриальный период, когда преобладающим видом экономической деятельности становится не производство товаров, а оказание разнообразных услуг.

Проведенные А. Е. Колобовой опросы [13] показали важную роль предпринимательской активности, проявляемой женщинами старшего и среднего возраста, которые вынуждены были заняться предпринимательством, имея альтернативой только безработицу. На другие мотивы создания собственных предприятий женщинами указал в своем исследовании Р. Р. Галлямов [5]. Главными мотивами предпринимательства, на его взгляд, являются потребность в самореализации и желание иметь высокие доходы. По его мнению, большинство женщин стремится в первую очередь добиться успеха, независимости и высокого социального статуса. В статье Н. Ю. Уткиной [29] основное внимание уделено гендерным проблемам, социальным и культурным стереотипам, характерным для современного женского предпринимательства. Автор особо останавливается на стереотипах, мешающих деловой активности женщин.

В большинстве опубликованных в России работ была приведена информация о значительном преобладании среди владельцев предприятий мужчин и, соответственно, относительно низкой доле предпринимателей-женщин в отечественной экономике. Мнения о мотивации предпринимательской активности женщин разделились. Ряд

авторов считают основным мотивом безработицу, другие же говорят о преобладании стремления к самореализации и повышению своего социального статуса. Большинство научных исследований основывалось на итогах локальных социологических опросов. Оценке показателей, характеризующих участие женщин в предпринимательском секторе национальной экономики, уделялось неоправданно мало внимания. Не собирались соответствующие данные и в процессе ежегодно проводимых официальных статистических наблюдений, посвященных развитию малого и среднего бизнеса в России.

Далее в настоящей главе рассматриваются результаты исследований автора по проблемам предпринимательской деятельности женщин в России, в том числе достигнутым уровням участия женщин в формировании предпринимательского сектора национальной экономики и передовому опыту поддержки женщин-предпринимателей со стороны государственных, финансовых и общественных структур.

Проведенные исследования позволяют получить новую информацию о женском предпринимательстве и отраслях, в которых оно наиболее развито. Наличие такой информации необходимо потенциальным предпринимателям для принятия обоснованных решений о начале предпринимательской деятельности и выбора ее вида. Кроме того, соответствующие данные необходимы государственным органам для формирования планов, программ и прогнозов развития предпринимательского сектора.

## **1.2. Женское предпринимательство в 2007-2016 годах**

В настоящем разделе рассмотрена проблема вовлеченности женщин в предпринимательство в современной России. Целью исследования является комплексная оценка предпринимательской активности женщин и их мотивация при создании собственного бизнеса в нашей стране. В процессе исследования были решены следующие задачи:

- рассмотрены показатели, характеризующие общую предпринимательскую активность в России за период с 2007 по 2016 год;
- приведены социально-демографические характеристики взрослых людей, имевших предпринимательские намерения в 2016 году;
- изучена динамика изменения предпринимательской активности женщин в России за период с 2007 по 2016 год;
- проведено сопоставление мужской и женской предпринимательской активности;
- выполнен сравнительный анализ уровня предпринимательской активности женщин и представлена их мотивация в России и ряде наиболее крупных экономик мира.

Изучение динамики изменения предпринимательской активности в России за период с 2007 по 2016 год обусловлено тем, что Федеральным законом от 24.07.2007 № 209-ФЗ [18] были установлены институциональные основы малого и среднего предпринимательства в современной российской экономике. В нем приведены критерии отнесения к субъектам малого и среднего предпринимательства (то есть юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям), определен порядок поддержки предпринимательства на федеральном, регио-

нальном и муниципальном уровнях. Закон вступил в силу с 2008 года. Именно в 2008 году начался современный этап развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации. В процессе проведения исследований использовались результаты отчета по проекту Глобального мониторинга предпринимательства за 2016-2017 годы [58], а также соответствующего отчета по России [3]. Глобальный мониторинг предпринимательства является проектом по организации страновых исследований развития предпринимательства и предпринимательской активности. Указанный проект основывается на опросе взрослого трудоспособного населения (то есть граждан в возрасте от 18 до 64 лет) с помощью специально разработанных анкет. Россия участвует в проекте с 2006 года.

В 2016 году в процессе опроса взрослого трудоспособного населения были получены данные, которые характеризуют три основных индикатора (показателя) предпринимательской активности в России. Этими индикаторами являются уровень предпринимательской активности на ранних стадиях создания своего бизнеса, уровень активности устоявшихся предпринимателей, а также данные о мотивации ранних предпринимателей. Подробная характеристика этих индикаторов приведена далее.

*Уровень предпринимательской активности на ранних стадиях* описывает удельный вес граждан (в возрасте от 18 до 64 лет), находящихся в момент проведения социологического опроса в процессе открытия бизнеса (то есть являющихся нарождающимися предпринимателями, вовлеченными в создание своего бизнеса) или владеющих новым бизнесом менее 42 месяцев, в общей численности трудоспособного взрослого населения.

*Уровень активности устоявшихся предпринимателей* (называемый также уровнем зрелой предпринимательской активности) отражает удельный вес граждан (в возрасте от 18 до 64 лет), которые являются владельцами бизнесов, ведущих деятельность более 42 месяцев, в общей численности взрослого трудоспособного населения. Этот индикатор дает представление об устойчивости предпринимательского сектора национальной экономики. Именно устоявшиеся предприниматели обеспечивают стабильное производство продукции и оказание услуг, занятость населения, развитие инновационных продуктов и процессов.

Рассматривая *мотивацию ранних предпринимателей*, можно выделить два их основных типа.

Первый тип – это добровольные предприниматели (называемые также предпринимателями по возможности). К ним относятся взрослые трудоспособные граждане, которые используют открывающиеся возможности и стремятся получить преимущества от предпринимательской деятельности по сравнению с работой по найму. К числу таких преимуществ относятся увеличение доходов от своего труда, получение независимости в деятельности, повышение социального статуса, возможность самореализации и творческой активности.

Второй тип – это вынужденные предприниматели (называемые также предпринимателями по необходимости). К ним относятся граждане, которые пытаются начать свой бизнес в связи с отсутствием других возможностей для получения доходов. Мотивация предпринимателей влияет на предпринимательские устремления. Вынужденные предприниматели зачастую при появлении возможности трудоустройства на наемную работу (с сопоставимым заработком) пред-

почтут перейти на эту работу. Соответственно, бизнесы, созданные такими предпринимателями, имеют низкую выживаемость. Краткосрочность горизонта их деятельности приводит к меньшему желанию владельцев производить инвестиции в развитие и рост своего бизнеса. В этом заключается наиболее существенное различие добровольных и вынужденных предпринимателей. Добровольные предприниматели все свои силы направляют на развитие и совершенствование бизнеса, получение от него максимального положительного эффекта. Данные проекта Глобального мониторинга предпринимательства показывают, что добровольные предприниматели чаще осваивают новые рынки, создают инновационные продукты и услуги, планируют наращивание количества рабочих мест. В качестве индикаторов мотивации используются удельные веса соответственно добровольных и вынужденных предпринимателей в общей численности ранних предпринимателей.

На первом этапе были рассмотрены показатели, характеризующие общую предпринимательскую активность (без разделения по гендерному признаку) в России за период с 2007 по 2016 год. Соответствующие показатели по годам, в которых проводился глобальный мониторинг предпринимательства, приведены в таблице 1.1.

Анализ данных, приведенных в таблице 1.1, позволяет сделать следующие выводы. Индекс ранней предпринимательской активности за период с 2007 по 2016 год вырос более чем в 2,3 раза. Еще больший рост (в 3 раза) отмечался по показателю уровня активности владельцев устоявшегося бизнеса.

Таблица 1.1

Показатели предпринимательской активности в России  
за период с 2007 по 2016 год

Показатели	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2016
Индекс ранней предпринимательской активности, %	2,7	3,5	3,9	3,9	4,6	4,3	5,8	4,7	6,3
Уровень активности владельцев устоявшегося бизнеса, %	1,7	1,1	2,3	2,8	2,8	2,0	3,4	3,9	5,3
Доля добровольных предпринимателей, %	81	79	71	68	73	64	65	61	69
Доля вынужденных предпринимателей, %	19	21	29	32	27	36	35	39	30
Индекс мотивации (соотношение добровольных и вынужденных предпринимателей)	4,3	3,8	2,4	2,1	2,7	1,8	1,9	1,6	2,3
Доля населения, имеющего предпринимательские намерения, %	5,0	5,3	4,6	4,3	6,2	3,8	4,7	5,7	5,0
Доля населения, положительно оценивающего условия для создания бизнеса, %	10,6	30,1	17,1	21,7	27,1	20,1	18,2	26,5	17,9
Доля населения, положительно оценивающего свои предпринимательские способности, %	8,7	17,6	23,7	22,7	33,2	23,5	28,2	27,8	28,4

Доля добровольных предпринимателей в ранней предпринимательской активности была подвержена существенным изменениям. Однако можно отметить тенденцию к снижению этого показателя в

последние годы, что, на наш взгляд, связано с кризисными явлениями. Соответственно, возросла доля вынужденных предпринимателей. Индекс мотивации за рассматриваемый период снизился почти в 2 раза, однако остается еще достаточно высоким. Доля взрослого населения, имеющего предпринимательские намерения, не претерпела существенных изменений. Доля взрослого населения, положительно оценивающего условия для создания бизнеса, сильно изменялась по годам. А показатель, характеризующий долю взрослого населения, положительно оценивающего свои предпринимательские способности, за прошедшие десять лет вырос более чем в 3 раза.

Определенный интерес представляют социально-демографические характеристики респондентов, имевших предпринимательские намерения в 2016 году в России, которые приведены в таблице 1.2.

Анализ данных, представленных в таблице 1.2, позволяет сделать следующие выводы. Мужчины и женщины практически в одинаковой степени имеют намерение стать предпринимателями и создать собственный бизнес. Возрастная структура взрослых людей, обладающих предпринимательскими намерениями, показывает преобладание относительно молодых граждан в возрасте от 18 до 34 лет, на долю которых приходится 63 % всех респондентов. Существенно, что желающих заняться предпринимательской деятельностью в возрасте от 45 до 64 лет в нашей стране немного (11 %). Образовательный уровень оказывает значительное влияние на раннюю предпринимательскую активность. В основном это люди, имеющие высшее (46 %) и среднее профессиональное образование (31 %).



Таблица 1.2

Социально-демографические характеристики респондентов, имевших предпринимательские намерения в 2016 году

Характеристика	Распределение, тех, кто имеет намерения, %
Пол:	
мужчины	51
женщины	49
Возраст:	
от 18 до 24 лет	29
от 25 до 34 лет	34
от 35 до 44 лет	26
от 45 до 54 лет	9
от 55 до 64 лет	2
Образование:	
общее среднее и ниже	23
среднее профессиональное	31
высшее	46
Статус занятости:	
работа по найму, полный рабочий день	54
работа по найму, неполный рабочий день	5
самозанятый	23
безработный	18

Большинство потенциальных предпринимателей во время социологического опроса работали по найму (59 %). Этот показатель подтверждает широко известный тезис о том, что работа по найму не устраивает многих людей. Именно они вместе с самозанятыми формируют большой резерв добровольных предпринимателей. В то же

время потенциал предпринимателей по необходимости определяется в основном теми, кто не имеет работы.

Показатели, характеризующие предпринимательскую активность российских женщин в 2016 году, приведены в таблице 1.3. В ней же для сопоставления представлены соответствующие показатели по предпринимательской активности мужчин.

Таблица 1.3

Индикаторы, характеризующие предпринимательскую активность  
в 2016 году

Индикаторы	Значение индикатора, %	
	женщины	мужчины
Уровень предпринимательской активности на ранних стадиях	5,7	6,9
Уровень активности устоявшихся предпринимателей	4,6	6,0
Удельный вес добровольных предпринимателей	63,1	69,2
Удельный вес вынужденных предпринимателей	31,7	29,6

Уровень предпринимательской активности женщин на ранних стадиях по России составлял в 2016 году 5,7 %. Уровень активности устоявшихся предпринимателей-женщин (4,6 %) меньше по сравнению с активностью на ранних стадиях.

Представляет интерес сравнение предпринимательской активности женщин в 2016 году с соответствующими показателями в 2007 году. Сравнение с 2007 годом обусловлено тем, что в этом году Федеральным законом от 24.07.2007 № 209-ФЗ были установлены институциональные основы малого и среднего предпринимательства в со-

временной российской экономике. В 2007 году уровень предпринимательской активности женщин на ранних стадиях составлял всего 1,6 %. То есть рост этого показателя за период 2008-2016 годов составил 3,6 раза. Аналогично отмечается существенный рост (в 2,7 раза) уровня активности устоявшихся предпринимателей-женщин. Относительно низкий уровень предпринимательской активности женщин на ранних стадиях в предыдущие годы обусловил низкий уровень активности устоявшихся предпринимателей-женщин в 2016 году. Это позволило сформироваться феномену, заключающемуся в том, что в 2016 году наблюдалось превышение уровня ранней предпринимательской активности женщин над уровнем активности устоявшихся предпринимателей.

Исходя из официальных статистических данных о численности взрослого трудоспособного женского населения, которое в 2016 году составляло 50,3 миллиона человек, удалось оценить количество женщин, вовлеченных в предпринимательскую деятельность. Учитывая приведенную в таблице 1.3 информацию, можно предположить, что предпринимательской активностью на ранних стадиях было охвачено около 2,9 миллиона женщин, а количество устоявшихся женщин-предпринимателей составило около 2,3 миллиона. Соответственно, общее количество женщин, вовлеченных в предпринимательство, достигало в России в 2016 году 5,2 миллиона человек.

Соотношение женской и мужской предпринимательской активности на ранних стадиях в 2016 году составляло 0,83, то есть на 100 ранних предпринимателей-мужчин приходилось 83 предпринимателя-женщины. Несколько ниже (0,77) значение аналогичного показателя активности по устоявшимся предпринимателям. Соответст-

венно, на 100 зрелых предпринимателей-мужчин приходилось 77 предпринимателей-женщин. Сложившиеся соотношения во многом связаны с образовательным уровнем предпринимателей. Необходимо отметить две разнонаправленные закономерности, которые характеризуют профессиональную подготовку российских женщин. Высшее образование (наиболее распространенное у предпринимателей) в 2015 году имели 27,7 % женщин [10], что превышало аналогичное значение у мужчин (23,4 %). Вместе с тем, как указала в своей статье О. А. Хасбулатова [30], большинство женщин имеет высшее гуманитарное и экономическое образование. Это вызывает определенные трудности при создании ими предприятий, имеющих техническую и технологическую направленность.

Доля женщин в общем количестве ранних предпринимателей в 2016 году достигала 47 %, а среди устоявшихся предпринимателей – 44 %. Наличие тенденции увеличения доли женщин в общем числе вовлеченных в предпринимательство подтверждает сопоставление этих показателей с приведенными ранее в обзоре литературы данными по девяностым и нулевым годам.

Рассматривая мотивацию предпринимателей на ранних стадиях, можно отметить некоторое отставание доли добровольных предпринимателей среди женщин (63,1 %) по сравнению с аналогичным показателем среди мужчин (69,2 %). Вместе с тем удельный вес вынужденных предпринимателей среди женщин (31,7 %) достаточно близок к показателю среди мужчин (29,6 %). Количество вынужденных предпринимателей-женщин, как показывает расчет, достигало в 2016 году 0,9 миллиона человек. Сравнивая это значение с официальными данными [9] о безработице среди женщин (1,9 миллиона), можно сделать

важный вывод, что почти половина безработных проявляла интерес к предпринимательству, в том числе на основе самозанятости. Существенную роль при этом сыграли программы, направленные на субсидирование занятости в регионах.

Большой интерес представляет сопоставление показателей ранней предпринимательской активности в России и ряде наиболее крупных экономик мира. Соответствующие данные приведены в таблице 1.4.

Таблица 1.4

Показатели ранней предпринимательской активности (РПА)  
в 2016 году

Страны	Уровень РПА женщин, %	Соотношение уровней РПА женщин и мужчин	Удельный вес добровольных предпринимателей среди женщин, %	Удельный вес вынужденных предпринимателей среди женщин, %	Индекс мотивации
1	2	3	4	5	6
Россия	5,7	0,83	63,1	31,7	2,0
США	10,5	0,71	86,9	12,0	7,2
Англия	5,6	0,47	80,6	14,1	5,7
Германия	3,1	0,52	77,6	21,9	3,5
Франция	3,4	0,47	88,3	11,7	7,5
Италия	3,3	0,59	91,3	5,9	15,5
Китай	8,6	0,73	68,4	30,3	2,3
Индия	7,6	0,56	61,6	33,1	1,9
Бразилия	19,9	1,04	51,9	47,7	1,1

Сравнение данных, представленных в таблице 1.4, показывает, что по уровню ранней предпринимательской активности женщин в 2016 году Россия существенно превосходила показатели в таких европейских странах, как Германия, Италия, Франция. Вместе с тем значение этого показателя по России было немногим ниже, чем уровень предпринимательской активности женщин на ранних стадиях в таких странах, как Китай, Индия. Очень высокие показатели ранней предпринимательской активности отмечались в Бразилии и США.

Соотношение уровней ранней предпринимательской активности женщин и мужчин в России в 2016 году было существенно выше, чем в абсолютном большинстве зарубежных стран, приведенных в таблице 1.4. При этом указанное соотношение в таких странах, как Италия, Франция, Германия, Англия и Индия, почти в 1,5 раза меньше, чем в нашей стране. Только в Бразилии уровень ранней предпринимательской активности женщин превышает соответствующий показатель по мужчинам.

Удельный вес женщин, которые относятся к ранним добровольным предпринимателям в России, был выше по сравнению с аналогичными показателями в таких странах, как Индия, Бразилия и Китай. В то же время уровень добровольного предпринимательства в таких странах, как США, Италия, Англия, Германия, Франция, существенно выше по сравнению с Россией (на 14 и более процентных пунктов). Соответственно, в этих странах по сравнению с Россией значительно меньший уровень вынужденного предпринимательства.

В качестве одного из показателей, характеризующих предпринимательство, используется индекс мотивации (столбец 6 таблицы 1.4). Он представляет собой соотношение значений добровольной и вынуж-

жденной предпринимательской активности по каждой из стран. Большое значение (15,5) этого соотношения характерно для Италии, что обусловлено такими факторами, как трудности карьерного роста женщин, имеющих высшее образование, а также наличие значительного количества вакантных наемных рабочих мест. Поэтому раннее предпринимательство характерно для женщин в Италии, стремящихся к нему на добровольной основе, в то время как те, кто нуждается в трудоустройстве, имеют возможность заполнять вакантные рабочие места в экономике [79, 92]. В экономически развитых странах указанное соотношение принимает значение от 3,5 до 7,5. В России, Индии и Китае соотношение добровольной и вынужденной предпринимательской активности женщин принимает значение около 2. Существенно ниже соотношение по Бразилии (1,1). Это, как и высокий показатель уровня ранней предпринимательской активности женщин в Бразилии, на наш взгляд, обусловлено небольшим количеством вакансий для женщин в сфере наемного труда [99].

Проведенный анализ уровня женской предпринимательской активности за период с 2007 по 2016 год позволил сделать следующие выводы:

– женское предпринимательство в России, как и предпринимательство в целом, развивается уже четверть века. Наибольшее развитие вовлеченность женщин в предпринимательство получила с 2007 по 2016 год;

– уровень предпринимательской активности женщин на ранних стадиях по России в 2016 году превышал аналогичные показатели по таким экономически развитым европейским странам, как Германия, Италия, Франция;

- доля женщин в общем количестве начинающих собственный бизнес в России достигала 47 %;
- общее количество женщин, вовлеченных в предпринимательство, достигало в России 5,2 миллиона человек;
- соотношение женской и мужской предпринимательской активности на ранних стадиях в России было значительно выше аналогичных показателей по США и крупнейшим экономикам Европейского Союза;
- добровольных предпринимателей-женщин в 2016 году было почти в 2 раза больше, чем вынужденных предпринимателей.

Некоторые данные по гендерной структуре предпринимательства в России в 2018 году приведены в Национальном отчете [4]. Так, в отчете указывается, что в российском предпринимательстве преобладали мужчины-предприниматели, доля которых составляла 55,9 %. Соотношение мужчин и женщин, вовлеченных в предпринимательство в России, не претерпевало за все рассмотренные годы серьезных изменений. На протяжении всего времени ранняя предпринимательская активность мужчин остается стабильно выше, чем предпринимательская активность женщин. Эта ситуация типична для потенциальных и нарождающихся предпринимателей, а также для владельцев нового бизнеса. В 2018 году при небольшом росте количества мужчин, вовлеченных в создание своих бизнесов, наблюдается резкое снижение данного показателя среди женщин, а именно 7,3 % мужчин и только 3,9 % женщин являлись ранними предпринимателями. С 2012 года наблюдается скачкообразное изменение показателя вовлеченности женщин в создание предприятий. После резкого увеличения показателя в 2013 и 2016 годах происходит его уменьшение в 2018 го-



ду. Можно предположить, что ситуация в экономике оказывает неодинаковое влияние на предпринимательскую активность мужчин и женщин. Последние более чутко реагируют на волны кризиса: предпочтение, отдаваемое предпринимательским инициативам в более благоприятные для экономики годы, может сменяться выбором занятости по найму в кризисные периоды.

Различие в уровне ранней предпринимательской активности мужчин и женщин происходит в первую очередь за счет группы нарождающихся предпринимателей. В 2018 году их доля среди мужчин составила 3,4 %. Она мало изменялась за прошедшие годы: 2012 год – 3,2 %, 2013 год – 3,3 %, 2014 год – 3 %, 2016 год – 3,9 %. Для нарождающихся предпринимателей-женщин в 2018 году значение этого показателя было зарегистрировано на уровне 2 %. При этом на протяжении исследования наблюдаются волнообразные изменения уровня ранней предпринимательской активности женщин: 2012 год – 1,9 %, 2013 год – 2,8 %, 2014 год – 1,8 %, 2016 год – 2,7 %. Наиболее ярко выраженным фактором, влияющим на отказ от предпринимательских интенций у женщин, является отсутствие мотива поиска новых возможностей и преимуществ открытия своего бизнеса: в 2018 году этот показатель снизился на 2 % по сравнению с 2016 годом и составил 1,56 %. Таким образом, женщины избегали кардинальных изменений, выбирая более стабильный и гарантированный источник дохода.

В 2018 году процент вынужденной ранней предпринимательской активности был значительно выше у женщин-предпринимателей – 48,8 % по сравнению с 34,3 % у мужчин. Эти женщины отмечали, что начинали предпринимательскую деятельность в связи с отсутствием других вариантов работы. Вынужденная ранняя предпринима-

тельская активность мужчин за последние 5 лет колеблется в пределах 34-37 %, а для предпринимателей-женщин картина более динамична. Кроме 2018 года, высокое значение показателя отмечалось в 2014 году (42,5 %). Это демонстрирует более острую реакцию женщин на предпринимательский климат и требует больше времени на приспособление к новым экономическим условиям.

Гендерная структура устоявшихся предпринимателей незначительно менялась за время наблюдений: так, с 2012 года индекс активности устоявшихся предпринимателей-мужчин выше, чем предпринимателей-женщин. Вплоть до 2016 года наблюдался рост предпринимательской активности как у мужчин, так и у женщин. В 2018 году было зафиксировано снижение активности предпринимателей-мужчин, а значение активности женщин-предпринимателей составило 4,6 %, как и двумя годами ранее.

Соотношение ранних и устоявшихся предпринимателей среди мужчин и женщин свидетельствует о сокращении разрыва между вовлеченностью в раннее и устоявшееся предпринимательство в обеих гендерных группах. При переходе от этапа раннего предпринимательства к устоявшемуся наблюдается сокращение разрыва в предпринимательской активности мужчин и женщин. Мужчины больше вовлечены в создание нового бизнеса, а женщины – в уже устоявшийся бизнес. В 2018 году наблюдается незначительное увеличение разрыва, что может свидетельствовать о том, что хотя женщины в России действуют более последовательно, реже выходя из бизнеса на этапе выживания, в кризисные периоды они менее склонны к продолжению существующего и открытию нового бизнеса. Мужчины же, в свою очередь, показывают более рискованное предпринимательское поведение, инициируя создание новых бизнесов именно в кризисные периоды.

### **1.3. Индексы предпринимательской активности женщин в 2015-2018 годах**

В 2015-2018 годах Общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства («ОПОРА России») проводила оценку индекса предпринимательской активности женщин [11]. Всего было выпущено пять отчетов, соответствующих пяти волнам исследования.

Индекс предпринимательской активности описывает уровень благоприятствования деловой и социальной среды для развития женского предпринимательства в России. Он включал в себя три показателя, которые отражают отношение общества к женскому предпринимательству, а именно культуру предпринимательства, его экономические условия и инфраструктуру, а также личные качества и таланты предпринимателей. В процессе обследования по этим трем показателям учитывались мнения женщин, которые уже владеют собственным бизнесом, а также тех, которые заняты на рынке труда в качестве наемных работников и временно не работают. Каждому из показателей при проведении опросов соответствовал блок вопросов. При этом положительная оценка деловой и социальной среды описывалась величинами выше 50 пунктов, а отрицательная оценка – ниже 50 пунктов. Значение индексов предпринимательской активности по каждому из показателей подсчитывалось на основании итогов обследования по вопросам, входящим в соответствующий показатель. Сводный индекс предпринимательской активности женщин строился с учетом условных удельных весов, которые, по мнению исследователей, отражают важность показателей. Так, показателю культуры предпринимательст-

ва соответствовал удельный вес 0,2; предпринимательской экосистеме (экономическим условиям и инфраструктуре) – 0,6; личным качествам женщин-предпринимателей – 0,2. С учетом этих удельных весов сводный показатель представлял сумму произведений значений указанных трех показателей на соответствующие им удельные веса.

Таким образом, значения сводных индексов предпринимательской активности женщин выше 50 пунктов указывают на благоприятную среду, а ниже 50 пунктов – на неблагоприятную среду. Такой подход позволил получить комплексную оценку деловой среды. Сводные индексы предпринимательской активности женщин и значения показателей, входящих в сводные индексы, приведены в таблице 1.5.

Таблица 1.5

**Характеристика индексов  
предпринимательской активности женщин**

Сводный индекс и его показатели	Первая волна, вторая половина 2015 года	Вторая волна, первая половина 2016 года	Третья волна, первая половина 2017 года	Четвертая волна, вторая половина 2017 года	Пятая волна, вторая половина 2018 года
WBI в целом	55,9	56,8	58,7	69,2	69,4
Культура предпринимательства	75,2	65,6	66,3	71,2	81,3
Личные качества	63,2	67,8	66,7	66,8	76,3
Предпринимательская экосистема	47,0	50,1	53,5	57,6	63,2

Анализ данных таблицы 1.5 показывает, что за период с 2015 по 2018 год сводный индекс вырос на 13,5 пункта. При этом показатель культуры предпринимательства снижался во второй, третьей и четвертой волне по сравнению с первой волной. В итоге во второй половине 2018 года он имел более высокое значение даже по сравнению со второй половиной 2015 года. Показатель личных качеств несколько снизился в опросах третьей и четвертой волн. Показатель оценки предпринимательской экосистемы продемонстрировал тенденцию стабильного роста. В 2018 году как сводный индекс, так и каждый из входящих в него показателей достигли наибольших значений за рассматриваемый период. При этом наибольшие значения отмечались в показателях «культура предпринимательства» (81,3) и «личные качества» (76,3). Существенно меньшее значение имел показатель «предпринимательская экосистема» (63,2).

Наряду с оценкой условий предпринимательской деятельности был проведен опрос об отношении к женскому предпринимательству населения России. Абсолютное большинство опрошенных (96 %) положительно относились к предпринимательской деятельности, в том числе к самозанятости женщин. Опрос показал, что три четверти женщин видят себя в качестве предпринимателя в той или иной временной перспективе. Только 11 % опрошенных женщин не хотели бы заниматься предпринимательской деятельностью.

Кроме того, организация «ОПОРА России» провела интервью с женщинами-предпринимателями по проблемам ведения ими собственного бизнеса. Выборка опрашиваемых основывалась на статистических данных о размере бизнеса и видах деятельности. Структура опрашиваемых сложилась следующим образом. Половина респонден-

тов являлись владельцами микропредприятий, 35 % были собственниками малых предприятий и 15 % относились к средним предприятиям. Специализация женщин-предпринимателей, участвующих в обследовании, была следующая: торговля (40 %), производство товаров (10 %), оказание различных услуг (50 %).

Некоторые мнения респондентов по итогам проведенных опросов приведены далее.

По данным за 2015 год, основными причинами, по которым опрашиваемые женщины начали заниматься предпринимательством, были следующие:

- получение дополнительного дохода – 37 %;
- возможность самореализации – 28 %;
- независимость от работодателя – 23 %;
- желание оставить бизнес детям – 4 %;
- другие причины – 8 %.

Дополнительная информация о драйверах и мотивах женщин, побудивших их заниматься предпринимательской деятельностью, была получена в процессе третьей и четвертой волн исследования. Эти данные приведены в таблице 1.6.

В качестве основных драйверов, влияющих на предпринимательскую активность женщин, выступают желание обеспечить себе получение большего дохода, чем работа по найму (в среднем 27 % респондентов), и потребность в реализации имеющихся идей и планов (в среднем 25 %). Несколько меньшее влияние (в среднем 12 %) связано с наличием предыдущего опыта работы в конкретном виде экономической деятельности.

Таблица 1.6

## Драйверы и мотивы женщин-предпринимателей, %

Цели	Третья волна (первое полугодие 2017 г.)	Четвертая волна (второе полугодие 2017 г.)
<i>Драйверы</i>		
Желание реализовать свою идею	27	22
Большой доход, чем при работе по найму	33	21
Наличие опыта в работы в соответствующей отрасли	8	16
<i>Мотивы</i>		
Материальные стимулы (деньги, уровень жизни)	48	35
Профессиональные стимулы (развитие, интерес, опыт)	32	37
Социальные стимулы (семья, статус, общение)	20	27

Основными мотивами предпринимательства являются материальные и профессиональные стимулы, а именно повышение уровня жизни, материальное благополучие, а также дальнейшее профессиональное развитие, наличие интересной работы и получение дополнительного опыта. В комплексе эти мотивы отметили от 72 до 80 % респондентов. При этом социальные стимулы также представляются существенными – на них указали более 20 % опрошенных женщин-предпринимателей нашей страны.

В процессе первой волны обследования (2015 год) был установлен широкий круг проблем, тормозящих женское предпринимательство.

В качестве этих проблем указывались:

- недостаток времени (41 %);
- недостаточность знаний и опыта ведения бизнеса (40 %);
- отсутствие финансовых возможностей (39 %);
- неуверенность в себе (32 %);
- влияние экономической ситуации в регионе и конкуренции (21 %).

По данным за 2017 год, в качестве основных барьеров, мешающих развитию женского предпринимательства, респонденты указали:

- отсутствие финансовых возможностей – 33 %;
- неуверенность в себе и личные качества – 16 %;
- недостаточность знаний и опыта ведения бизнеса – 10 %;
- влияние экономической ситуации в регионе, конкуренции и инфраструктуры – 19 %.

Сравнение данных за 2017 и 2015 годы показывает, что в качестве основного барьера сохранилось отсутствие средств. Отмечается существенное снижение в 2017 году по сравнению с 2015 годом упоминания таких проблем, как неуверенность в себе, недостаточность знаний и опыта ведения бизнеса. Из часто называемых барьеров в 2017 году исчез такой, как недостаток времени.

Учитывая, что основным барьером, препятствующим развитию предпринимательства, являются трудности финансирования, в таблице 1.7 приведены удельные веса различных форм привлечения финансовых ресурсов. Соответствующее анкетирование было проведено в процессе первой, второй и третьей волн обследования.



Таблица 1.7

## Структура привлечения финансовых ресурсов, %

Формы финансирования	Волны обследования		
	1 (2015 год)	2 (2016 год)	3 (первое полугодие 2017 года)
Брали деньги в долг у друзей, родственников и знакомых	20	16	43
Оформляли банковские кредиты от имени физического лица	32	26	36
Оформляли банковские кредиты от имени предприятия	32	36	19
Привлекли частные инвестиции	7	9	15
Получили государственные субсидии	2	3	Нет данных

Данные, приведенные в таблице 1.7, существенно отличаются по различным периодам. Поэтому анализ структуры финансирования может основываться на средних значениях показателей. Такой анализ показывает, что удельные веса банковских кредитов, оформленных от имени физических лиц и предприятий, за рассматриваемый период существенно не изменялись и находились в интервале от 55 до 64 %. Ниже доля финансовых ресурсов, одолженных у друзей, родственников и знакомых. От 7 до 15 % женщин-предпринимателей привлекали частные инвестиции. Государственными субсидиями пользовалось незначительное число предпринимателей.

Специализация бизнесов, которые принадлежат женщинам, достаточно разнообразна. Наибольшее распространение получило женское предпринимательство в сфере услуг. При этом, как показали результаты опросов, около трети всех предпринимателей работают в

сфере торговли. Кроме торговли, большой интерес у предприниматель-женщин вызывают оказание социальных услуг населению, общественное питание, косметические и парикмахерские услуги, образование, медицина, искусство, культура и туризм. Производство различных товаров (продуктов питания, товаров повседневного спроса и другой продукции) составляет около 14 %.

Вторая и четвертая волны исследования включали опросы о популярных сферах социального предпринимательства. Удельные веса различных видов такого предпринимательства, рассчитанные по итогам опросов, приведены в таблице 1.8.

Таблица 1.8

## Структура социального предпринимательства, %

Виды деятельности	Вторая волна (2016 год)	Четвертая волна (второе полугодие 2017 года)
Социальная помощь населению	29	20
Спорт и здоровый образ жизни	11	11
Культура, искусство, архитектура	7	9
Творческое развитие детей и взрослых	6	9
Образование для детей и взрослых	11	7
Медицина	11	5
Экология	10	4
Защита и помощь животным	1	3

Женское социальное предпринимательство, как показывают данные, представленные в таблице 1.8, достаточно разнообразно.

Дальнейшее развитие женского предпринимательства в России определяется двумя стратегическими документами. Это «Стратегия

развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года» [28], относящаяся ко всем предпринимателям, и «Национальная стратегия действий в интересах женщин на 2017-2022 годы» [17], которая включает мероприятия по повышению предпринимательской активности женщин.

Первая из стратегий предусматривает снижение административных барьеров, повышение доступности финансирования, оказание информационной, правовой, технологической и других видов поддержки, стимулирование спроса на продукцию малых и средних предприятий.

Вторая стратегия включает следующие мероприятия:

- создание условий для получения женщинами профессионального образования в наиболее передовых областях экономики;
- расширение возможностей женщин в сфере малого и среднего предпринимательства, а также обеспечение участия женщин в развитии объектов инфраструктуры социального предпринимательства;
- профессиональное обучение и дополнительное образование женщин, находящихся в отпуске по уходу за ребенком до достижения им возраста 3 лет, женщин, нуждающихся в повышении квалификации и переподготовке в связи с необходимостью формирования актуальных компетенций и квалификаций, а также безработных женщин;
- создание и развитие поддержки самозанятости, в том числе на основе ресурсных центров социально ориентированных некоммерческих организаций и центров инноваций социальной сферы;
- создание специализированных форм грантовой поддержки и проведение профессиональных конкурсов в целях стимулирования участия женщин в высокотехнологичных отраслях и инновационной деятельности;

– проведение конкурсов деловых и социально активных женщин в субъектах России.

Реализация мероприятий должна объединить усилия федеральных, региональных органов власти, общественных организаций по созданию условий для обеспечения возможностей участия женщин в предпринимательской деятельности и решения задач увеличения доходов, обретения независимости, развития самореализации и творческой активности.

Рассмотрим некоторые мероприятия по поддержке женского предпринимательства в России. В рамках реализации мер кредитно-гарантийной поддержки бизнеса Корпорация МСП и МСП Банк разработали специализированные кредитные продукты, предназначенные для женщин-предпринимателей. В настоящее время для них доступны кредитные продукты «Экспресс на текущие цели» и «Экспресс на инвестиции». Целью кредитов могут быть как пополнение оборотных средств и финансирование текущей деятельности предприятия, так и реализация инвестиционных проектов. Ставка для специального сегмента, к которому относится женское предпринимательство, составляет 10,6 %. Это на 2 % меньше по сравнению со стандартной кредитной ставкой.

Проведенный партнерами Корпорации МСП анализ кредитных заявок, поступающих от женщин-предпринимателей, показал, что в большинстве случаев размер запрашиваемого кредита не превышает 100 миллионов рублей. По мнению экспертов, это обусловлено масштабами бизнеса женщин и свойственной им осторожностью при совершении капитальных инвестиций. Учитывая это, Корпорация МСП

разработала специальный финансовый продукт для женщин-предпринимателей.

В последние годы в России реализуется проект «Мама-предприниматель», организаторами которого являются благотворительный фонд «В ответе за будущее», Высшая школа экономики и «ОПОРА России». Проект предусматривает бесплатное обучение основам индивидуального предпринимательства для молодых мам. Этот федеральный социальный проект реализуется уже несколько лет. Длительность обучения составляет около полутора месяцев и включает в себя дисциплины, помогающие повысить уровень предпринимательской активности: основы бизнес-планирования, маркетинга, бухгалтерского учета, налогообложения малого бизнеса и другие аналогичные экономические предметы. В процессе обучения рассматриваются также дополнительные предметы: тайм-менеджмент, управление стрессом, стиль деловой женщины. К обучению привлекаются женщины, находящиеся в отпуске по уходу за детьми, мамы детей дошкольного возраста и многодетные мамы.

Кроме обучения, проект «Мама-предприниматель» включает конкурс бизнес-планов, подготовленных участницами. Победительница получает грант в размере 200 000 рублей, который поможет воплотить бизнес-идею в жизнь. В качестве цели проекта выступает использование потенциала женщин для развития экономики и повышение их мотивации в создании собственного бизнеса. Проект создан для женщин, которым важно сочетать профессиональную самореализацию с заботой о семье. К участию в проекте приглашаются женщины, имеющие несовершеннолетних детей, и женщины, находящиеся в декретном отпуске.

Говоря об обучении и дополнительном образовании женщин, находящихся в отпуске по уходу за ребенком до достижения им возраста 3 лет, необходимо отметить, что соответствующие мероприятия направлены на женщин, которые до ухода в отпуск не были связаны с предпринимательством. Находясь в оплачиваемом отпуске, эти женщины имеют возможность посещать бесплатные учебные курсы и получать теоретические знания, а также практические компетенции по широкому кругу вопросов: законодательство, бухгалтерский учет и отчетность, финансирование и кредитование, лизинг, франчайзинг, работа с персоналом, реклама, а также управление производством. После окончания отпуска, учитывая высокий уровень детских учреждений в России, женщины имеют возможность создать собственный бизнес. Тем более что одним из достоинств предпринимательской деятельности по сравнению с наемным трудом для женщин является возможность использования нестандартных графиков работы, которые позволяют снизить проблему ухода за детьми и пожилыми членами семьи.

Авторы прошедших в финал проектов защищают свои бизнес-планы перед независимым экспертным жюри, состоящим из представителей организаторов, профильных и финансовых ведомств и структур, бизнес-ассоциаций и СМИ. В своей оценке жюри руководствуется критериями реализуемости проекта, обоснованности предварительных расчетов прибыли, оригинальности и социальной значимости бизнес-идеи. По условиям гранта, бизнес-идея должна быть реализована в течение ближайшего календарного года, а грантодатель (благотворительный фонд Amway «В ответе за будущее») контролирует целевое расходование средств.

## **Глава 2**

### **Женское предпринимательство в современных странах**

#### **2.1. Роль женщин-предпринимателей в национальных экономиках**

В настоящее время не вызывает сомнения важное значение женского предпринимательства для экономического развития. Многочисленные исследования демонстрируют положительное влияние женщин-предпринимателей на экономический рост и развитие многих стран [47, 54, 78]. При этом необходимо учитывать существенную роль женщин – владельцев бизнеса как работодателей, способствующих увеличению занятости и снижению социальной напряженности, особенно в развивающихся странах. Страны, в которых отмечается высокий уровень предпринимательской активности женщин, более устойчивы к финансовым кризисам и реже испытывают экономические спады [59]. По мнению Вотцеля с коллегами [103], более полное

использование потенциала, который имеют женщины, предусматривающее их участие в экономике на уровне, сопоставимом с мужчинами, способно увеличить на 26 % мировой внутренний валовой продукт. Отметим, что в настоящее время во многих странах потенциал женщин-предпринимателей реализован не в полной мере.

В 1976 году была опубликована первая научная статья о женском предпринимательстве в США. В 1978 году был выпущен первый доклад о политике в этой области [98]. Хисрих и О'Брайен [71] выступили на первой научной конференции, посвященной женщинам-предпринимателям, в 1981 году. Первая учебная книга о женщинах-предпринимателях была опубликована в 1985 году [61].

В последние годы было опубликовано большое количество научных работ, направленных на углубление понимания роли женщин и их вовлеченности в предпринимательскую деятельность, среди которых наибольший интерес представляют статьи [33, 62, 101].

Женщины-предприниматели вносят значительный вклад в экономический рост большинства стран. Вместе с тем женщины-предприниматели сталкиваются с более серьезными проблемами при создании собственных бизнесов и в процессе их деятельности по сравнению с мужчинами-предпринимателями. Такие проблемы не являются уникальными для отдельных стран, они ярко выражены как в развивающихся странах, так и в экономически развитых странах. К числу проблем, с которыми сталкиваются женщины-предприниматели, относятся объективные и субъективные. Объективные проблемы обусловлены трудностями в достижении баланса между предпринимательством и личной жизнью, в том числе уходом за детьми, выполнением домашних и семейных обязанностей [32, 102, 104]. Субъектив-



ные проблемы вызваны социально-культурными предубеждениями, наличием институциональных, правовых и налоговых пробелов в законодательстве многих стран, а также сложившимися в настоящее время стереотипами, связанными с ролью женщин, особенно в патриархальных обществах [64, 66, 84]. Комплексное и всеобъемлющее решение этих проблем может в полной мере раскрыть потенциал женщин-предпринимателей.

Доказательства того, что в настоящее время все еще широко распространен так называемый гендерный разрыв в предпринимательстве, связанный с преобладанием мужчин в качестве владельцев бизнесов, приведены в статье [75]. Этот разрыв определяется социальными, культурными, политическими и идеологическими особенностями, характерными для различных стран. В работах [45, 64] рассматриваются некоторые гендерные стереотипы, а также индивидуальные, институциональные и структурные барьеры, сдерживающие предпринимательскую активность женщин.

Изучение мотивов для открытия собственного бизнеса является популярной темой в научных исследованиях. Так, факторы, связанные с необходимостью обеспечить себя доходами, приведены в статье [81]. Это факторы, которые вынуждают людей становиться предпринимателями. Они обычно включают негативные характеристики возможного предпринимательства и экономического статуса, о чем описано в работах [63, 76]. Данные факторы могут включать безработицу, плохие перспективы карьерного роста, неприемлемые условия работы, профессиональную неудовлетворенность, отсутствие детских учреждений или экономическую необходимость.

Другой разновидности мотивации соответствует добровольная мотивация (мотивация, определяемая наличием возможностей). Добровольное предпринимательство связано с высокими амбициями, желанием повысить свой статус, стремлением к финансовому успеху, наличием индивидуального опыта и оценкой рыночных перспектив. В качестве факторов добровольной мотивации в статье [85] упоминаются такие, как стремление к независимости, автономии, самореализации, удовлетворенности работой, а также социальные цели, стремление к богатству. Аналогичный вывод о значительных различиях предпринимательских мотивов между различными индивидуумами, а также людьми, проживающими в разных странах, показан в статье [95]. Факторы, которые являлись мотивами женщин, начинающих свой собственный бизнес в Мексике, описаны на основе глубинных интервью женщин-предпринимателей и экспертов в работе [41].

В исследованиях женского предпринимательства вопрос о семье всегда занимал центральное место [34, 44, 94]. При этом учитывалась двойная нагрузка на женщин-предпринимателей: производственная и семейная. В публикациях указывалось, что одним из достоинств предпринимательской деятельности по сравнению с наемным трудом для женщин является возможность нестандартных графиков работы, которые обусловлены проблемами ухода за детьми и пожилыми членами семьи. Гибкие графики рабочего времени, как и расширение возможностей для работы на дому, позволяют обеспечить хороший баланс между трудовой и семейной жизнью, а также финансовыми потребностями [46, 74, 89].

Существует общее мнение, что для начала предпринимательской деятельности необходимы такие предпосылки, как доступ к рын-

кам [77, 93], наличие финансовых ресурсов [36, 88], а также управленческие знания и навыки [35]. Эти структурные элементы соответствуют современным экономическим взглядам на предпринимательство. В работе [37] было предложено дополнить структурные элементы для целостного изучения женского предпринимательства еще двумя элементами: социальной ролью предпринимателей и гендерными особенностями внешней среды. Данные элементы определяют уникальность женского предпринимательства и учитывают основополагающие причины, по которым предприятия, созданные женщинами, отличаются от предприятий, созданных мужчинами. Нельзя отрицать, что мужчины и женщины весьма схожи в плане мотивации и сталкиваются с рядом одинаковых проблем в процессе создания бизнеса и последующей предпринимательской деятельности. Однако накопленный практический опыт [38, 39] показывает, что социальное положение женщин во многих странах приводит к более низкому доступу женщин по сравнению с мужчинами к рынкам, финансовым ресурсам, управленческим знаниям и навыкам. В наибольшей мере это относится к венчурному капиталу, в котором доминируют в основном мужчины, что сказывается на доступе женщин к финансированию [40].

Внешняя среда включает такие аспекты, как политика, культура, законодательство и традиции на национальном уровне. Она оказывает значительное влияние на широкий спектр контекстов принятия решений. В исследовании [87] показано, как внешняя среда сигнализирует об имеющихся альтернативах и определяет, какие нормы поведения являются приемлемыми в конкретных обществах и странах. Эти механизмы определяют возможности женщин начать собственный бизнес и сделать соответствующий стратегический выбор, а также то, как

женщины рассматривают свой бизнес. Особое значение имеет тот факт, каким образом власти, общины и члены семьи оказывают воздействие, зачастую незаметное или скрытое, на предпринимательскую деятельность женщин.

## **2.2. Женская предпринимательская активность в 2016-2017 годах**

Проблема существенного увеличения объемов производства товаров и услуг силами женского предпринимательства требует понимания его особенностей и отличий от мужского предпринимательства. Для разработки мероприятий по увеличению вклада женщин в предпринимательство и снижению сложившегося гендерного разрыва в количестве предприятий, которыми владеют женщины и мужчины, необходимо исследование широкого круга вопросов, связанных с женским предпринимательством. Поэтому актуальным на современном этапе исследования предпринимательства является анализ закономерностей, характеризующих сложившийся уровень предпринимательской активности женщин, а также выявление резервов роста женского предпринимательства в конкретных странах и видах экономической деятельности.

Целью нашего исследования является комплексная оценка ранней предпринимательской активности женщин и их отраслевых предпочтений при создании собственного бизнеса в различных странах.

В процессе исследования были решены следующие задачи:

- изучены значения женской предпринимательской активности на ранних стадиях в различных странах в 2016-2017 годах;
- проведен анализ сложившейся отраслевой структуры женского предпринимательства в разных странах;
- оценены значения добровольной и вынужденной мотивации в женском предпринимательстве по различным странам;
- проведен анализ гендерного разрыва, характерного для женской и мужской предпринимательской активности на ранних стадиях.

Решение указанных задач основывалось на информации, описанной в отчете по проекту Глобального мониторинга предпринимательства (GEM) за 2016-2017 годы [58]. Глобальный мониторинг предпринимательства направлен на организацию страновых исследований развития предпринимательства и предпринимательской активности. Указанный проект основывается на опросе взрослого трудоспособного населения (то есть граждан в возрасте от 18 до 64 лет) с помощью специально разработанных анкет. В процессе Глобального мониторинга за 2016-2017 годы были собраны данные, характеризующие широкий круг показателей по 74 странам.

Уровень предпринимательской активности на ранних стадиях (называемой также ранней предпринимательской активностью, или кратко РПА) описывает удельный вес (%) количества граждан каждой из стран, включенных в проект GEM, в возрасте от 18 до 64 лет, находящихся в момент проведения социологического опроса в процессе открытия бизнеса или владеющих новым бизнесом менее 42 месяцев, в общей численности женщин (мужчин) указанных возрастов в рассматриваемой стране.

Для оценки сложившейся отраслевой структуры женского предпринимательства на ранних стадиях были рассмотрены пять отраслей, объединяющих наиболее популярные у женщин-предпринимателей виды экономической деятельности:

1. Сельское хозяйство и добыча полезных ископаемых.
2. Промышленность и транспорт.
3. Оптовая и розничная торговля.
4. Здравоохранение, образование и социальные услуги.
5. Управленческие и бытовые услуги.

Оценка сложившейся мотивации, характерной для ранней предпринимательской активности женщин, включала два основных вида мотивов, рассмотренных ранее: добровольную мотивацию и вынужденную мотивацию.

Анализируя мотивацию ранних предпринимателей, можно выделить два основных типа предпринимателей. Первый тип – это добровольные предприниматели (называемые также предпринимателями по возможности). К ним относятся взрослые трудоспособные граждане, которые используют открывающиеся возможности и стремятся получить преимущества от предпринимательской деятельности по сравнению с работой по найму. К числу таких преимуществ относятся увеличение доходов от своего труда, получение независимости в деятельности, повышение социального статуса, возможность самореализации и творческой активности. Второй тип – это вынужденные предприниматели (называемые также предпринимателями по необходимости). К ним относятся граждане, которые пытаются начать свой бизнес в связи с отсутствием других возможностей для получения доходов. Мотивация предпринимателей влияет на предпринимательские

устремления. Вынужденные предприниматели зачастую при появлении возможности трудоустройства на наемную работу (с сопоставимым заработком) предпочтут перейти на эту работу. Соответственно, бизнесы, созданные такими предпринимателями, имеют низкую выживаемость. Краткосрочность горизонта их деятельности приводит к меньшему желанию владельцев производить инвестиции в развитие и рост своего бизнеса. В этом заключается наиболее существенное различие добровольных и вынужденных предпринимателей. Добровольные предприниматели все свои силы направляют на развитие и совершенствование бизнеса, получение от него максимального положительного эффекта. Данные проекта Глобального мониторинга предпринимательства показывают, что добровольные предприниматели чаще осваивают новые рынки, создают инновационные продукты и услуги, планируют наращивание количества рабочих мест. В качестве индикаторов мотивации используются удельные веса соответственно добровольных и вынужденных предпринимателей в общей численности ранних предпринимателей.

Эти виды мотивов носят комплексный характер, обладают существенными различиями и оказывают значительное влияние на деятельность создаваемых предприятий.

Анализ гендерного разрыва, характерного для женской и мужской предпринимательской активности на ранних стадиях в конкретных странах, был основан на расчете соответствующих соотношений по каждой из 74 стран, вошедших в проект GEM за 2016-2017 годы.

Для обеспечения сопоставимости показателей по странам исследования были основаны на относительных показателях. Рассматривались четыре группы показателей. К первой группе относились значе-

ния ранней предпринимательской активности, сложившиеся в рассматриваемый период в каждой из входивших в проект мониторинга стран. Вторая группа показателей включала удельные веса количества женщин-предпринимателей, относящихся к каждой из пяти указанных выше отраслей, в общей численности субъектов ранней женской предпринимательской активности по каждой из стран. Третья группа показателей описывала сложившуюся мотивацию женщин-предпринимателей и включала удельные веса соответственно добровольных и вынужденных предпринимателей в их общей численности по всем странам. Четвертая группа показателей была связана со сравнительным анализом ранней женской и мужской предпринимательской активности и включала два показателя:

- соотношения уровней РПА, характерных для женщин и мужчин в рассматриваемых странах;
- соотношения удельных весов добровольных предпринимателей среди женщин и мужчин в общих значениях соответственно ранней женской и мужской предпринимательской активности по каждой из стран.

В процессе исследований были выдвинуты и проверялись три гипотезы: показатели второй, третьей и четвертой групп имеют существенную дифференциацию по странам. Для проверки этих гипотез проводилось моделирование распределения показателей по всем 74 странам. В качестве таких моделей рассматривались функции нормального распределения. Минимальное количество наблюдений, используемых при разработке функций плотности нормального распределения, обосновано в статье [69], где указано, что количество наблюдений должно быть не менее 40. Общее количество наблюдений



в нашем исследовании больше этой величины, поскольку составляет 74 (что соответствует количеству стран, охваченных глобальным мониторингом).

Качество разработанных функций нормального распределения может проверяться с помощью соответствующих критериев (тестов). Как показал анализ литературных источников [2, 72, 86, 96], наиболее распространенными в современных исследованиях являются тесты Колмогорова-Смирнова, Пирсона и Шапиро-Вилка.

Данные по ранней предпринимательской активности по всем странам, охваченным глобальным мониторингом в 2016-2017 годах, приведены в таблице 2.1. Значения РПА представлены в порядке их убывания. Кроме того, в последней ячейке таблицы 2.1 указано среднее значение РПА по всем 74 странам.

Как показывают данные, приведенные в таблице 2.1, уровни ранней предпринимательской активности женщин находятся в очень широком диапазоне значений (от 3,1 до 36,8 %). При этом средняя по всем 74 странам величина равна 10,8 %. Наиболее высокие уровни ранней предпринимательской активности женщин (от 24 до 36,8 %) отмечаются в таких странах, как Сенегал, Буркина-Фасо, Ботсвана и Камерун, расположенных в Африке (к югу от Сахары), а также находящихся в Латинской Америке – Эквадоре, Белизе, Колумбии и Перу. В семи из 74 стран, включенных в выборку, отмечаются низкие (от 3 до 4 %) показатели ранней предпринимательской активности женщин. Четыре из них – высокоразвитые европейские страны, в которых у наемных работников хорошие экономические и социальные условия, зачастую лучшие, чем у начинающих предпринимателей [83].

Таблица 2.1

Характеристика ранней предпринимательской активности (РПА)  
женщин, %\*

Страны	РПА	Страны	РПА	Страны	РПА
Сенегал	36,8	Мексика	10	ЮАР	5,9
Эквадор	30,2	Уругвай	9,9	Россия	5,7
Буркина-Фасо	30,2	Саудовская Аравия	9,7	Хорватия	5,6
Ботсвана	30,1	Латвия	9,6	Финляндия	5,6
Белиз	27,3	Казахстан	9,5	Великобритания	5,6
Камерун	26,5	Израиль	9,4	Южная Корея	5,3
Колумбия	24,7	Иран	8,9	Швейцария	5,3
Перу	24,0	Ямайка	8,8	Тунис	5,3
Бразилия	19,9	Китай	8,6	Тайвань	5,2
Барбадос	19,8	Нидерланды	8,6	Словения	5,1
Чили	19,8	Польша	8,1	Венгрия	5,0
Филиппины	19,5	Австрия	8,1	Бельгия	5,0
Гватемала	16,4	Пуэрто-Рико	7,7	Греция	4,8
Ливан	16,1	Индия	7,6	Испания	4,7
Таиланд	15,7	Словакия	7,6	Малайзия	4,5
Индонезия	15,6	Румыния	7,5	Марокко	4,5
Вьетнам	15,5	Египет	7,5	Болгария	4,3
Сальвадор	13,6	Кипр	7,3	Норвегия	3,8
Канада	13,3	Ирландия	7,3	Македония	3,7
Аргентина	13,1	Катар	6,8	ОАЭ	3,7
Панама	12,3	Гонконг	6,5	Франция	3,4
Эстония	11,7	Грузия	6,5	Италия	3,3
Австралия	11,5	Люксембург	6,5	Иордания	3,3
США	10,5	Швеция	6,3	Германия	3,1
Турция	10,0	Португалия	6,1	В среднем	10,8

\* Составлено автором на основе расчетов по данным проекта мониторинга [58].

Кроме того, можно указать на некоторые аспекты, сдерживающие развитие женского предпринимательства в некоторых европейских странах. Детские учреждения играют определенную роль в поддержке или ограничении предпринимательской деятельности женщин. Германия характеризуется довольно традиционным распределением рабочей силы, где мужчины обеспечивают основной вклад в доходы, а женщины в большей степени связаны с уходом за детьми. При этом в Германии только 9 % детей дошкольного возраста находятся в детских садах.

В странах Северной Европы институциональные условия гораздо более благоприятные для женщин. Так, в Швеции 60 % детей посещают детские сады [65]. Такое положение во многом определяет низкий уровень ранней предпринимательской активности женщин в Германии (3,1 %) и существенно более высокий в Швеции (6,3 %). В ряде европейских стран социальная и налоговая политика оказывает негативное влияние на развитие женского предпринимательства в том, что касается уровня социального обеспечения, связанного с предпринимательской деятельностью. В частности, в работе [73] указывается на ограничивающие женское предпринимательство аспекты немецкой налоговой системы.

Необходимо отметить аналогичное положение и в некоторых других экономически развитых странах Европы. Вместе с тем в таких экономически развитых странах, как США, Австралия и Канада, уровни РПА существенно выше по сравнению с европейскими странами, поскольку в них реализуются программы развития женского предпринимательства.

Отставание ранней предпринимательской активности женщин от аналогичного показателя по предпринимателям-мужчинам определено, на наш взгляд, большой загрузкой женщин в семье, наличием барьеров, обусловленных имеющимися культурными, социальными и религиозными стереотипами, а также требованиями к образовательному уровню предпринимателей. Остановимся на последней причине подробнее. Большинство женщин имеет высшее гуманитарное и экономическое образование. Это создает определенные трудности при основании ими предприятий, имеющих техническую и технологическую направленность и являющихся областями высокого роста. Отсюда следует важность поощрения молодых женщин к изучению таких предметов, как естественные науки, технология, инженерия и математика (называемых также по первым английским буквам STEM), в школах и университетах. Отметим, что этот аспект стимулирования развития женского предпринимательства рассматривается среди других мероприятий в программе, утвержденной Европарламентом [105].

Оценка сложившейся отраслевой структуры ранней предпринимательской активности женщин основывалась на информации, полученной в процессе глобального мониторинга. По этим данным были определены удельные веса основных видов экономической деятельности, характерных для женщин-предпринимателей в каждой из 74 стран. Вычислительный эксперимент по экономико-математическому моделированию эмпирических данных по всем рассматриваемым странам основывался, как указано в методике, на разработке функций плотности нормального распределения.

Разработанные функции плотности нормального распределения, которые описывают удельные веса женских предприятий, специали-

зированных на пяти отраслях, включающих указанные выше виды экономической деятельности, приведены далее:

– по предприятиям сельского хозяйства и добычи полезных ископаемых

$$y_{2.1}(x_{2.1}) = \frac{151,2}{5,48 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_{2.1}-8,05)^2}{2 \times 5,48 \times 5,48}}; \quad (2.1)$$

– по предприятиям промышленности и транспорта

$$y_{2.2}(x_{2.2}) = \frac{333,30}{5,58 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_{2.2}-9,29)^2}{2 \times 5,58 \times 5,58}}; \quad (2.2)$$

– по предприятиям оптовой и розничной торговли

$$y_{2.3}(x_{2.3}) = \frac{822,23}{20,17 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_{2.3}-46,54)^2}{2 \times 20,17 \times 20,17}}; \quad (2.3)$$

– по организациям здравоохранения, образования и социальных услуг

$$y_{2.4}(x_{2.4}) = \frac{444,34}{9,97 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_{2.4}-19,22)^2}{2 \times 9,97 \times 9,97}}; \quad (2.4)$$

– по организациям, оказывающим управленческие и бытовые услуги,

$$y_{2.5}(x_{2.5}) = \frac{82,00}{1,36 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{(x_{2.5}-5,05)^2}{2 \times 1,36 \times 1,36}}. \quad (2.5)$$

Вычислительный эксперимент по экономико-математическому моделированию эмпирических данных, характеризующих сложившуюся мотивацию женщин-предпринимателей и описывающих удель-

ные веса соответственно добровольных и вынужденных предпринимателей в их общей численности по 74 странам, приведен далее:

– по добровольным предпринимателям

$$y_{2.6}(x_{2.6}) = \frac{601,25}{12,56 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{2.6}-70,92)^2}{2 \times 12,56 \times 12,56}} ; \quad (2.6)$$

– по вынужденным предпринимателям

$$y_{2.7}(x_{2.7}) = \frac{518,00}{12,28 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{2.7}-26,01)^2}{2 \times 12,28 \times 12,28}} . \quad (2.7)$$

Сравнительный анализ ранней женской и мужской предпринимательской активности проводился по двум показателям: уровням такой активности и удельным весам добровольных предпринимателей среди женщин и мужчин. Анализ основывался на относительных индикаторах, а именно соотношениях женской и мужской ранней предпринимательской активности по каждой из стран, а также соотношениях удельных весов добровольной мотивации. Вычислительный эксперимент по экономико-математическому моделированию эмпирических данных основывался, как указано в методике, на разработке функций плотности нормального распределения. Разработанные функции плотности нормального распределения, описывающие указанные соотношения, приведены далее:

– по соотношению женской и мужской ранней предпринимательской активности

$$y_{2.8}(x_{2.8}) = \frac{14,80}{0,20 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{2.8}-0,69)^2}{2 \times 0,20 \times 0,20}} ; \quad (2.8)$$

– по соотношению удельных весов добровольной мотивации у женщин и мужчин

$$y_{2.9}(x_{2.9}) = \frac{8,46}{0,11 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{2.9}-0,94)^2}{2 \times 0,11 \times 0,11}} \quad (2.9)$$

Проверка того, насколько хорошо функции нормального распределения аппроксимируют изученные данные, основана на применении критериев согласия, вытекающих из теории математической статистики. В таблице 2.2 приведены фактические значения статистик по итогам вычислительного эксперимента.

Таблица 2.2

## Расчетные значения статистик\*

Номер функции	Расчетные значения по критериям качества		
	Колмогорова-Смирнова	Пирсона	Шапиро-Вилка
1	2	3	4
(2.1)	0,03	1,81	0,98
(2.2)	0,04	1,26	0,99
(2.3)	0,10	4,91	0,94
(2.4)	0,07	1,57	0,97
(2.5)	0,05	4,60	0,95
(2.6)	0,05	2,61	0,97
(2.7)	0,06	4,58	0,95
(2.8)	0,10	4,56	0,94
(2.9)	0,07	2,05	0,96

\* Составлено автором по результату вычислительного эксперимента.

Автор использовал тесты Колмогорова-Смирнова, Пирсона и Шапиро-Вилка. Тесты позволяют сравнить эмпирическое распределение исследуемых показателей с теоретическими, описанными функциями нормального распределения. Тесты демонстрируют уровень отклонения эмпирических данных от указанных функций. Методология использования тестов подробно изложена в литературе, на которую дана ссылка в методике. В таблице 2.2 приведены расчетные значения соответствующих статистик. Рассчитанные значения статистик по тесту Колмогорова-Смирнова (приведенные во втором столбце таблицы 2.2) составляют от 0,03 до 0,10, что меньше табличного значения 0,152 при уровне значимости 0,05. Аналогичным образом расчетные значения теста Пирсона (приведенные в третьем столбце таблицы 2.2) составляют от 1,26 до 4,91, что меньше табличного значения, равного 9,49. Расчетные значения теста Шапиро-Вилка (приведенные в четвертом столбце таблицы 2.2) составляют от 0,94 до 0,99. Эти величины больше, чем табличное значение 0,93 при уровне значимости 0,01. Таким образом, все разработанные модели (2.1) – (2.9) обладают высоким качеством по всем тестам и хорошо описывают аппроксимируемые данные.

Функции плотности нормального распределения позволяют определять средние значения рассматриваемых показателей ранней предпринимательской активности женщин. Соответствующие показатели приведены в таблицах 2.3 и 2.4. В этих же таблицах представлены интервалы изменения рассматриваемых показателей (столбец 3), характерные для большинства (68 %) стран. Интервалы рассчитываются исходя из средних значений показателей и величин стандартных отклонений. При этом для расчета границ интервала к среднему зна-



чению показателя соответственно прибавляется и вычитается указанное отклонение. Средние значения и интервалы изменения показателей в указанных таблицах соответствуют функциям плотности нормального распределения (2.1) – (2.5).

Таблица 2.3

Отраслевая структура раннего женского предпринимательства, %\*

Отрасли	Среднее значение	Интервал изменения
1	2	3
Сельское хозяйство и добыча полезных ископаемых	8,04	2,56-13,52
Промышленность и транспорт	9,24	3,66-14,82
Оптовая и розничная торговля	46,54	26,37-66,71
Здравоохранение, образование и социальные услуги	19,22	9,25-29,19
Управленческие и бытовые услуги	15,70	6,17-25,23

\* Составлено автором на основании приведенных выше функций (2.1) – (2.5).

Приведенные в таблице 2.3 данные показывают, что среди женщин-предпринимателей наиболее популярна торговля, которой охвачено немногим менее половины всех женщин, связанных с ранней предпринимательской активностью. Почти пятая часть ранних предпринимателей открывают свой бизнес в здравоохранении, образовании и социальных услугах. Немногим меньше женщин-предпринимателей специализируются на таких видах услуг, как управленческие и бытовые. В целом деятельность в сфере услуг выбирают 81,46 % предпринимателей-женщин. По отраслям, относящимся к сфере производства и транспорта, средние значения удельных весов составляют

соответственно 9,24 и 8,04 %. Необходимо отметить, что на раннюю предпринимательскую активность женщин по видам деятельности, не вошедшим в пять рассмотренных в процессе исследования отраслей, приходится всего 1,26 %.

Из данных столбца 3 таблицы 2.3 видна существенная дифференциация значений предпринимательской активности по странам, характерная для всех рассмотренных отраслей. То есть выдвинутая в процессе исследования гипотеза о дифференциации отраслевой РПА по странам получила свое подтверждение.

Наибольшее распространение ранняя предпринимательская активность женщин в среднем по всем странам, изученным в процессе глобального мониторинга, получила в оптовой и розничной торговле. Это представляется логичным, особенно для развивающихся стран и стран с низким уровнем экономического развития. Как видно из таблицы 2.3, среднее значение РПА в торговом секторе по всем странам достигает более 46 %. По большинству (68 %) стран диапазон изменения этого показателя составляет от 26 до 67 %. Торговля привлекает женщин-предпринимателей в наибольшей степени в Гватемале, Индонезии, Филиппинах и Сальвадоре, где удельный вес этого вида деятельности в ранней предпринимательской активности женщин выше 80 %. От 70 до 80 % женщин-предпринимателей в сфере торговли отмечается в Сенегале, Вьетнаме, Эквадоре, Ямайке и Таиланде. Наименьшим интересом этот вид деятельности пользуется у женщин-предпринимателей в Швейцарии (11,8 %). Несколько выше значения указанного показателя (от 15 до 23 %) в Австралии, а также таких европейских странах, как Австрия, Бельгия, Россия, Эстония, Румыния, Норвегия, Словения и Франция.

Создание собственных бизнесов в здравоохранении, образовании или оказании социальных услуг привлекает внимание немногим более 19 % женщин-предпринимателей в среднем по всем странам. При этом наибольший уровень женской РПА в этой отрасли характерен для Великобритании (47,8 %) и Швейцарии (44,7 %). От 30 до 40 % женщин-предпринимателей создают бизнес в этих видах экономической деятельности в таких странах, как Саудовская Аравия, Швеция, Испания, Турция, Словения, Словакия, Португалия, Иордания и Бразилия. Менее 7 % этот показатель составляет в Эквадоре, Индонезии, Сенегале, Вьетнаме, Буркина-Фасо, Перу, Сальвадоре, Ямайке и Филиппинах, то есть в странах с низким уровнем доходов населения.

Организации, оказывающие управленческие и бытовые услуги, в ранней предпринимательской активности женщин составляют в среднем 15,70 %. При этом они практически отсутствуют в таких странах, как Ямайка, Иордания, Буркина-Фасо и Гватемала. Минимальные значения (менее 3 %) отмечаются во Вьетнаме, Сальвадоре, Филиппинах, Индонезии, Малайзии и Камеруне. Максимальные значения уровня РПА по управленческим и бытовым услугам имеют место в Австрии (41,9 %), Эстонии (39,7 %) и Франции (39,3 %). Кроме того, удельный вес управленческих и бытовых услуг более 30 % в отраслевой структуре характерен для таких стран, как Россия, Израиль, Греция, Словения, Италия и Швейцария.

В определенной мере феноменом выглядят высокие значения ранней предпринимательской активности женщин в отраслях промышленности и транспорта следующих стран: Иран (28,1 %), Марокко (24,9 %) и ЮАР (24,4 %). Существенно ниже значения этого пока-

зателя (от 19 до 15 %) по таким странам, как Румыния, Латвия, Австрия, Бразилия, Барбадос и Грузия. В Катаре, ОАЭ, Ямайке и Великобритании значения ранней предпринимательской активности женщин в промышленности и на транспорте составляют менее 2 %. Немногим выше (от 2 до 3 %) этот показатель в четырех странах: Индонезии, Китае, Филиппинах и Германии.

В таких видах деятельности, как сельское хозяйство и добыча полезных ископаемых, средний уровень ранней предпринимательской активности женщин невелик и составляет около 8 %. Вместе с тем в трех странах – Бельгии, Грузии и Тунисе – этот показатель достаточно высок и составляет около 30 %. В 1,5 раза меньше (около 20 %) уровень показателя в семи странах: Камеруне, Латвии, Румынии, Казахстане, Хорватии, Ямайке и Буркина-Фасо. Относительно низкие значения (менее 2 %) уровня РПА в сельском хозяйстве и добыче полезных ископаемых отмечаются в таких странах, как Саудовская Аравия, Израиль, Индия, Южная Корея, Болгария, Сальвадор, Аргентина, Ливан и ЮАР.

В России отраслевая структура ранней предпринимательской активности женщин следующая:

- сельское хозяйство и добыча полезных ископаемых – 13,0 %;
- промышленность и транспорт – 4,7 %;
- оптовая и розничная торговля – 17,2 %;
- здравоохранение, образование и социальные услуги – 28,1 %;
- управленческие и бытовые услуги – 35,9 %.

Таким образом, в России, как и в странах Европы, женщины-предприниматели специализируются в большей степени на оказании разнообразных услуг, то есть видах экономической деятельности, ко-

торые, по мнению европейских исследователей [105], считаются менее прибыльными по сравнению с производством товаров.

Характеристики показателей, распределения которых оценивались при разработке остальных функций плотности нормального распределения, приведены в таблице 2.4. Речь идет о таких показателях, как удельный вес добровольных предпринимателей-женщин (функция 2.6), удельный вес вынужденных предпринимателей-женщин (функция 2.7), соотношения женской и мужской ранней предпринимательской активности (функция 2.8) и соотношения удельных весов добровольной мотивации у женщин и мужчин (функция 2.9).

Таблица 2.4

Характеристика показателей,  
соответствующих функциям (2.6) – (2.9)\*

Показатель	Среднее значение	Интервал изменения
1	2	3
Удельный вес добровольных предпринимателей-женщин, %	70,92	58,36-83,48
Удельный вес вынужденных предпринимателей-женщин, %	26,01	13,73-38,29
Соотношение женской и мужской ранней предпринимательской активности	0,69	0,49-0,89
Соотношение удельных весов добровольной мотивации у женщин и мужчин	0,94	0,83-1,05

\* Составлено автором на основании приведенных выше функций (2.6) – (2.9).

Данные, приведенные в таблице 2.4, свидетельствуют о преобладании добровольной мотивации и стратегической нацеленности современных женщин-предпринимателей в абсолютном большинстве стран на обеспечение своей самостоятельности, самореализации и повышение социального статуса. Наиболее высокие индикаторы добровольной мотивации женщин-предпринимателей (от 86 до 94 %) имеют место в таких странах, как Италия, Франция, США, Саудовская Аравия, Катар, Швеция, Израиль, Норвегия, Малайзия. В России уровень добровольной предпринимательской активности женщин составляет 63,1 %. Значения добровольной мотивации менее 50 % (от 44 до 50 %) отмечаются всего в четырех странах: Грузии, Бельгии, Ямайке и Словакии. При этом только в Грузии вынужденная ранняя предпринимательская активность достигает 55 %. В остальных трех странах этот показатель менее 50 %.

Средний уровень вынужденной предпринимательской активности женщин, как следует из таблицы 3.4, составляет 26,01 %. По абсолютному большинству (84 %) рассматриваемых стран этот показатель не превышает 38,29 %. Ниже этого значения показатель по России – 31,7 %.

Сравнительный анализ ранней женской и мужской предпринимательской активности проводился по двум показателям: уровням такой активности и удельным весам добровольных предпринимателей среди женщин и мужчин. Наиболее высокие значения этих соотношений (от 1,0 до 1,3) имеют место в пяти странах: Филиппинах, Вьетнаме, Индонезии, Бразилии и Мексике. Именно в этих странах уровни РПА у женщин равны или выше, чем у мужчин. Данные страны расположены в двух регионах: Азии (Индонезия, Филиппины и Вьетнам)

и Латинской Америке (Мексика и Бразилия). Самое высокое соотношение женщин и мужчин в предпринимательской активности наблюдается во Вьетнаме, где женщины на одну треть чаще начинают бизнес, чем мужчины. Необходимо отметить, что все эти страны относятся к развивающимся. Значение женской и мужской ранней предпринимательской активности равное 0,9 отмечается в таких странах, как Казахстан, Белиз, Эквадор, Сальвадор, Перу, Барбадос, Камерун, Сенегал и Малайзия. Минимальные значения указанного соотношения (0,3-0,4) отмечаются только в шести странах: Македонии, Турции, Кипре, Египте, Тунисе и Иордании. То есть в 68 странах из 74 значения соотношений женской и мужской ранней предпринимательской активности составляют от 0,5 и выше. Таким образом, гендерное неравенство в предпринимательской активности в абсолютном большинстве стран меньше 50 %. Отметим, что в России в 2016 году соотношение женской и мужской ранней предпринимательской активности составляет 0,8.

Среднее значение по всем рассматриваемым странам соотношения удельных весов добровольной мотивации у женщин и мужчин достигает 0,94. Наиболее высокие значения соотношений удельных весов добровольной мотивации у женщин и мужчин (от 1,1 до 1,2) имеют место в таких странах, как Италия, Норвегия, Румыния, Катар, Тайвань, Гонконг, Израиль, Норвегия, Иран, Ливан и Малайзия. То есть в этих странах уровень добровольной мотивации у женщин существенно выше, чем уровень добровольной мотивации у мужчин. Минимальные значения указанного соотношения (0,6) отмечаются только в двух странах: Бельгии и Нидерландах. То есть в 72 странах из 74 значения соотношений удельных весов добровольной мотива-

ции у женщин и мужчин от 0,8 и выше. В целом же можно сделать вывод, что в настоящее время гендерный разрыв в добровольной мотивации женщин и мужчин относительно невелик. В России соотношение удельных весов добровольной мотивации у женщин и мужчин составляет 0,9.

Данные таблицы 2.4 показали, что гипотезы о существенной дифференциации показателей, относящихся к третьей и четвертой группам по 74 рассматриваемым странам, получили свое подтверждение.

К результатам исследования, содержащим научную новизну, относятся следующие:

– показано, что сложившиеся значения раннего женского предпринимательства по странам изменяются в широком диапазоне от 36,8 до 3,1 %. Наиболее высокие уровни ранней предпринимательской активности женщин отмечаются в таких развивающихся странах, как Сенегал, Буркина-Фасо, Ботсвана, Камерун, Эквадор, Белиз, Колумбия и Перу;

– предложены формулы, позволяющие оценить четыре группы показателей, указанных выше;

– доказано, что наибольшее распространение получила женская предпринимательская активность в торговле; существенно ниже соответствующие показатели в таких видах деятельности, как здравоохранение, образование и социальные услуги, а также управленческие и бытовые услуги. В целом около 81 % предпринимателей-женщин предпочитают деятельность в сфере услуг;

– показана существенная дифференциация значений предпринимательской активности по странам, характерная для всех отраслей.



### **2.3. Женская ранняя предпринимательская активность в 2018 году**

В настоящем разделе приведен анализ гендерного разрыва, характеризующего предпринимательскую активность женщин и мужчин на ранних стадиях в 2018 году. Он основан на расчете соответствующих коэффициентов для каждой из 48 стран, включенных в отчет по проекту Глобального мониторинга предпринимательства за 2018 год [60].

Для обеспечения сопоставимости данных по странам расчеты проводились на основе относительных показателей. Были рассмотрены три группы показателей. Первая группа включала показатели женского РПА (процент от общей численности взрослого женского населения) по всем странам. Вторая группа показателей описывала соотношение добровольных и вынужденных женщин-предпринимателей. К третьей группе показателей относились соотношения между уровнями РПА женщин и РПА мужчин, а также добровольных предпринимателей среди женщин и мужчин.

Для проверки выдвинутой гипотезы о том, что показатели 1, 2 и 3 групп имеют значительную дифференциацию по странам, были разработаны функции плотности нормального распределения показателей по 48 странам. Методика их разработки приведена в работе [20].

В таблице 2.5 представлены значения женской ранней предпринимательской деятельности по 48 странам, обследованным в процессе глобального мониторинга предпринимательства. Величины РПА в процентах от общей численности женского взрослого населения (в возрасте от 18 до 64 лет) представлены в порядке убывания.

Таблица 2.5

## Женская ранняя предпринимательская активность, %

Страна	РПА	Страна	РПА	Страна	РПА
Ангола	40,7	Объединенные Арабские Эмираты	10,1	Испания	6,0
Гватемала	24,5	Китай	9,3	Болгария	5,6
Чили	21,2	Словакия	9,0	Египет	5,4
Мадагаскар	21,1	Тайвань	8,8	Великобритания	5,4
Перу	20,9	Индия	8,7	Франция	5,3
Таиланд	19,3	Люксембург	8,7	Швейцария	4,7
Колумбия	17,8	Саудовская Аравия	8,5	Польша	4,5
Ливан	17,4	Пуэрто-Рико	8,4	Марокко	4,3
Бразилия	17,3	Катар	8,4	Япония	4,0
Судан	17,1	Турция	8,4	Швеция	4,0
Канада	17	Нидерланды	8,3	Греция	3,9
Индонезия	14,1	Аргентина	8,1	Россия	3,9
Панама	13,9	Австрия	7,9	Словения	3,8
США	13,6	Ирландия	7,5	Германия	3,3
Уругвай	12,3	Хорватия	7,1	Кипр	2,9
Корея	12,2	Иран	6,5	Италия	2,8

Данные таблицы 2.5 показывают, что уровни ранней предпринимательской деятельности в рассматриваемых странах находятся в очень широком диапазоне (от 2,8 до 40,7 %). При этом средний уровень по всем 48 странам составляет 10,5 %. Самые высокие показатели РПА – более 36,8 % – наблюдаются в пяти развивающихся странах. Две из них (Ангола и Мадагаскар) расположены в Африке, а три (Гватемала, Чили и Перу) – в Латинской Америке. В целом для большинства развивающихся стран характерен относительно высокий уровень женской РПА.

В шести из 48 стран уровень женской ранней предпринимательской деятельности низкий (менее 4 %). Все они являются развитыми европейскими странами, в которых наемные работники имеют хорошие экономические и социальные условия, зачастую лучшие, чем у начинающих предпринимателей. К этим странам относятся Италия, Германия, Словения, Кипр, Россия и Греция.

Кроме того, можно отметить некоторые аспекты, препятствующие развитию предпринимательской деятельности женщин в ряде европейских стран. К таким факторам относится отсутствие доступных учреждений по уходу за детьми, что существенно ограничивает предпринимательские возможности женщин. В ряде европейских стран социальная и налогово-бюджетная политика оказывает негативное воздействие на развитие женского предпринимательства. Существенную роль играет также высокий уровень заработной платы, который позволяет иметь в семье только одного работника. В качестве примера можно привести Германию и Италию, для которых характерно довольно традиционное распределение труда, где мужчины вносят основной вклад в доход, а женщины больше занимаются уходом за детьми. Именно поэтому только 2,8 % взрослого женского населения в Италии и соответственно 3,1 % в Германии занимаются предпринимательской деятельностью. Такая ситуация не является характерной для всех экономически развитых стран. Например, в США и Канаде уровень женского РПА (соответственно 13,6 и 17 %) значительно выше, чем в европейских странах. Отметим, что в этих странах большое внимание уделяется разработке и реализации программ по развитию женского предпринимательства.

Наряду с отмеченными причинами во многих странах низкий уровень РПА, на наш взгляд, обусловлен большой загруженностью женщин в семье, существующими культурными, социальными и религиозными стереотипами.

Оценка удельного веса добровольных и вынужденных женщин-предпринимателей в общей ранней предпринимательской деятельности женщин основывалась на информации, полученной в процессе глобального мониторинга. Экономико-математическое моделирование эмпирических данных по 48 рассматриваемым странам было основано, как указано выше, на разработке функций плотности нормального распределения.

Функции, характеризующие распределение мотивации женщин-предпринимателей и описывающие удельный вес соответственно добровольных и вынужденных предпринимателей ( $x_1$ , % и  $x_2$ , %) в общем количестве женщин-предпринимателей, приведены далее:

– по добровольным женщинам-предпринимателям

$$y_{2.10}(x_{2.10}) = \frac{514,295}{12,31 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{2.10}-69,29)^2}{2 \times 12,31 \times 12,31}}; \quad (2.10)$$

– по вынужденным женщинам-предпринимателям

$$y_{2.11}(x_{2.11}) = \frac{518,00}{12,98 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{2.11}-24,99)^2}{2 \times 12,98 \times 12,98}}. \quad (2.11)$$

На следующем этапе исследований был проведен сравнительный анализ ранней предпринимательской деятельности женщин и мужчин по двум показателям: соотношению женской и мужской РПА и соотношению добровольных предпринимателей среди женщин и

мужчин. Важно отметить, что анализ проводился на основе относительных показателей. Это позволило обеспечить сравнение указанных показателей ( $x_3$ ) и ( $x_4$ ) по разным странам. Ниже приведены разработанные функции плотности нормального распределения:

– соотношение женской и мужской предпринимательской активности на ранних стадиях

$$y_{2.12}(x_{2.12}) = \frac{4,80}{0,19 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{2.12}-0,68)^2}{2 \times 0,19 \times 0,19}}; \quad (2.12)$$

– соотношение уровней добровольной женской РПА и добровольной мужской РПА на ранних стадиях

$$y_{2.13}(x_{2.13}) = \frac{3,90}{0,11 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{2.13}-0,94)^2}{2 \times 0,11 \times 0,11}}. \quad (2.13)$$

Проверка того, насколько хорошо функции нормального распределения аппроксимируют исследуемые данные, основана на применении трех тестов, которые используются в теории математической статистики. Автор использовал тесты Колмогорова-Смирнова, Пирсона и Шапиро-Вилка. Эти тесты позволяют сравнить эмпирическое распределение исследуемых параметров с теоретическим распределением, описанным функцией нормального распределения. Проведенный анализ показал, что все разработанные функции (2.10) – (2.13) обладают высоким качеством во всех тестах и хорошо описывают эмпирические данные.

Функции плотности нормального распределения позволяют определить средние значения по указанным ранее первой, второй и третьей группам показателей, которые приведены в столбце 2 табли-

цы 2.6. В этой таблице приведены также интервалы изменения рассматриваемых показателей (столбец 3), характерные для большинства (68 %) стран. Интервалы оцениваются на основе средних значений показателей и соответствующих им значений среднеквадратических отклонений. Для оценки границ интервалов указанное отклонение добавляется к среднему значению индикатора или соответственно вычитается из него. Средние значения и интервалы изменения показателей в таблице 2.6 соответствуют функциям плотности нормального распределения (2.10) – (2.13).

По данным таблицы 2.6 (столбец 3) можно сделать вывод о том, что в процессе исследований была подтверждена гипотеза о существенной дифференциации показателей, относящихся к первой, второй и третьей группам показателей.

Таблица 2.6

## Средние значения и интервалы изменения показателей

Показатели	Среднее значение	Интервал изменения
1	2	3
Удельный вес добровольной мотивации женщин, %	69,29	56,98-81,60
Удельный вес вынужденной мотивации женщин, %	24,99	12,01-37,97
Соотношение женской РПА и мужской РПА	0,68	0,49-0,87
Соотношение добровольной мотивации женщин и мужчин	0,94	0,83-1,05

Данные, представленные в таблице 2.6, свидетельствуют о преобладании добровольной мотивации современных женщин-предпринимателей в абсолютном большинстве стран. Самые высокие показате-

тели такой мотивации женщин-предпринимателей (от 82 до 95 %) отмечаются в Люксембурге, Нидерландах, Колумбии, Канаде, Панаме, Швейцарии, Польше, Кипре. Низкий уровень добровольной мотивации женщин менее 57 % (от 40 до 56 %) зарегистрирован только в пяти странах: Гватемале, Бразилии, Анголе, Египте, Индии.

Среднее значение вынужденной мотивации женщин, как показано в таблице 2.6, составляет 24,99 %. Для абсолютного большинства (84 %) рассматриваемых стран этот показатель не превышает 37,97 %. Только в шести странах эта величина имеет большее значение. К ним относятся Судан, Саудовская Аравия, Гватемала, Бразилия, Египет, Индия. Очень низкий показатель (1,3 %) указывает, что минимальное число женщин в Швеции начинают свой бизнес по необходимости. В пяти странах этот показатель составляет менее 10 % (США, Люксембург, Польша, Нидерланды, Кипр).

Сравнительный анализ распространенности женских и мужских предприятий был основан на соотношении женской РПА и мужской РПА. Наибольшее значение этого соотношения (от 1,01 до 1,03) отмечалось в трех странах: Чили, Перу и Канаде. В этих странах, расположенных в Северной и Латинской Америке, уровень предпринимательства среди женщин выше, чем среди мужчин. Соотношение женского РПА и мужского РПА в интервале от 0,92 до 0,99 отмечается в таких странах, как Нидерланды, Мадагаскар, Судан, Пуэрто-Рико и Ирландия. Минимальные значения этого соотношения (от 0,38 до 0,44) отмечаются только в пяти странах: Швейцарии, Аргентине, Китае, Индии и Панаме. В 40 из 48 стран значения соотношения женского и мужского РПА колеблются от 0,5 и выше. Таким образом, гендерный

разрыв в предпринимательской деятельности в подавляющем большинстве стран не превышает в настоящее время 50 %.

Среднее соотношение добровольной мотивации женщин и мужчин по рассматриваемым странам достигает 0,94. То есть различия в уровнях добровольной мотивации женщин и мужчин не представляются существенными. Наибольшее соотношение добровольных предпринимателей (от 1,02 до 1,13) наблюдается в 14 странах: Швеции, Иране, Канаде, Марокко, Польше, Катаре, Китае, Люксембурге, Нидерландах, Турции, Кипре, Австрии, Ирландии и Ливане. В этих странах уровень добровольной мотивации среди женщин-предпринимателей выше, чем среди мужчин. Низкий уровень этого показателя (менее 80 %) был в 2018 году в пяти странах: Аргентине, Греции, Судане, Анголе и России. То есть в 43 странах из 48 рассматриваемые соотношения составляют от 0,8 и выше. В целом можно сделать вывод о том, что в настоящее время гендерный разрыв в добровольной мотивации женщин и мужчин относительно невелик.

## **2.4. Особенности женского предпринимательства**

Наряду с Глобальным мониторингом предпринимательства некоторые специфические особенности, характерные для женского предпринимательства, изучались в 2017 году компанией Mastercard [80] и Всемирным банком [82]. Основные результаты этого анализа по 54 странам приведены далее. Обследование деятельности женщин-



предпринимателей позволило выделить шесть основных трудностей, с которыми они сталкиваются:

- нехватка финансовых средств;
- нормативно-правовые ограничения и институциональные недостатки;
- отсутствие уверенности в своих возможностях;
- опасения, связанные с особенностями рискованной предпринимательской деятельности, и страх возможной неудачи в бизнесе;
- социально-культурные ограничения, характерные для конкретных стран;
- отсутствие у многих женщин профессиональной подготовки и образования в сфере предпринимательства.

Необходимо отметить, что как минимум один из этих барьеров, сдерживающих участие женщин в предпринимательской деятельности, отмечался в каждой из 54 стран, где проводилось обследование.

В процессе анализа участия женщин в предпринимательстве была проведена оценка удельного веса их численности от общего числа владельцев бизнеса. Анализ показал, что в большинстве стран отмечаются относительные высокие значения указанного показателя, которые находятся в интервале от 25 до 35 %. Несколько ниже уровень этого показателя (от 20 до 25 %) в Гонконге, Индонезии, Южной Корее, Коста-Рике, Эквадоре, Чехии, Чили, Филиппинах, Мексике, Швеции, Ирландии и Дании. Низкий удельный вес женщин-предпринимателей (от 15 до 20 %) наблюдается в ЮАР, Малайзии, Израиле, Японии и Тайване. Слабо развито женское предпринимательство в Индии, Турции, Иране, Египте, Алжире, Тунисе, Арабских Эмиратах и

Саудовской Аравии. В этих странах значения показателя составляют менее 10 %.

При этом в первую десятку стран с наиболее высокими удельными весами численности женщин-предпринимателей в общем количестве предпринимателей входят Уганда (34,8 %), Ботсвана (34,6 %), Новая Зеландия (33,3 %), Россия (32,6 %), Австралия (32,4 %), Бангладеш (31,6 %), Вьетнам (31,4 %), Китай (30,9 %), Испания (30,8 %) и Соединенные Штаты (30,7 %). Анализируя значения рассматриваемого показателя, можно отметить отсутствие связи его значений с уровнем развития соответствующей экономики и доходов населения. Из 10 указанных выше стран только четыре характеризуются высоким уровнем доходов – это Новая Зеландия, Австралия, Испания и Соединенные Штаты. А в Уганде, Бангладеш и Вьетнаме доходы населения существенно ниже средних страновых значений.

В исследовании, проведенном Mastercard, каждой стране был присвоен условный индекс исходя из трех компонентов:

– первый компонент оценивал участие женщин в таких сферах рынка труда соответствующих стран, как руководство предприятиями, работа в качестве специалистов, занятость в качестве рабочих;

– второй компонент сводного индекса женского предпринимательства связан с уровнем доступности и возможностями использования дополнительного финансирования, а также получения необходимых знаний и поступления в высшие учебные заведения;

– третий компонент сводного индекса Mastercard связан с оценкой поддержки условий женского предпринимательства.

Сводный индекс женского предпринимательства по итогам анализа позволил выделить страны с наиболее высоким рейтингом. В первую десятку этих стран вошли (в скобках указан рейтинг в баллах):

- Новая Зеландия (74,4);
- Канада (72,4);
- США (69,9);
- Швеция (69,6);
- Сингапур (69,5);
- Бельгия (69,0);
- Австралия (68,5);
- Филиппины (68,4);
- Великобритания (67,9);
- Таиланд (67,5).

Эти результаты показывают сильную корреляцию рассчитанных значений индекса с уровнем экономики соответствующих стран. Абсолютное большинство из 10 указанных выше стран характеризуется высокими доходами населения. Исключением являются только Филиппины с доходами ниже среднего уровня. В экономически развитых странах женщины, которые являются предпринимателями, добиваются высоких результатов, имеют хороший доступ к поддержке своего бизнеса, пользуются доступными финансовыми услугами, имеют возможность получить высшее образование.

В большинстве стран сводный индекс женского предпринимательства характеризуется рейтингами от 58 до 68 баллов. В число этих стран входят как высокодоходные экономики, так и экономики с относительно более низкими доходами. Среди данных стран можно отметить рейтинг России, который составляет 59,6 балла.

Низкие значения сводного индекса женского предпринимательства (от 32 до 58 баллов) отмечаются в 13 странах. При этом значения менее 40 баллов имеют место в Иране, Саудовской Аравии, Алжире, Египте и Бангладеш.

Значительный интерес представляет анализ каждой из трех компонентов, которые входят в сводный индекс женского предпринимательства. Остановимся на них более подробно.

По первому компоненту анализ рейтингов, присвоенных странам в исследовании Mastercard, показал, что в первую десятку стран с наибольшими рейтингами входят:

- Филиппины (65,5);
- Таиланд (62,7);
- Ботсвана (62,6);
- Канада (62,4);
- Колумбия (62,2);
- Бразилия (61,4);
- Новая Зеландия (59,9);
- Вьетнам (59,6);
- Перу (59,6);
- Россия (59,4).

Эти страны существенно отличаются по уровню доходов населения. Большинство из них (Россия, Таиланд, Ботсвана, Колумбия, Бразилия, Перу) составляют страны с доходом около среднего. Высокие доходы отмечаются в Канаде и Новой Зеландии. Доходы ниже среднестранового уровня имеют место только в Филиппинах и Вьетнаме. Преобладание в рассматриваемой компоненте стран с невысоким уровнем доходов представляется логичным. Именно в этих стра-

нах женщины широко представлены на рынках труда, поскольку зарплата мужчин не хватает для обеспечения семей. Это же относится к предпринимательской активности женщин. В большинстве из этих стран женщины ориентированы на предпринимательство по необходимости, чтобы зарабатывать себе на жизнь. Широкое участие женщин в производственной деятельности и выполнение ими функций специалистов на предприятиях увеличивает кадровый резерв потенциальных женщин-предпринимателей, которые к тому же обладают необходимыми компетенциями для управления бизнесом.

В большинстве (34) стран значения первого компонента индекса Mastercard находятся в интервале от 40 до 58 баллов. Низкие значения этого компонента (до 32 баллов включительно) отмечаются в 10 странах. К ним относятся страны с высокими доходами – Объединенные Арабские Эмираты, Япония и Саудовская Аравия, страны с доходами выше среднего уровня – Турция, Иран и Алжир, а также с доходами ниже среднего уровня – Тунис, Индия, Египет, Бангладеш. В этих странах роль женщины на рынках труда невысока исходя из исторических, социальных и культурных традиций.

Второй компонент сводного индекса женского предпринимательства связан с уровнем доступности и возможностями использования дополнительного финансирования, а также получения необходимых знаний и поступления в высшие учебные заведения. Этот компонент включает четыре показателя: наличие у женщин средств для развития бизнеса и возможностей их получения в заем от родственников и знакомых, доступность банковских кредитов, возможности использования лизинга и других аналогичных схем, а также простота получения высшего образования и обучения предпринимательству.

Результаты анализа по этому компоненту показывают его относительно более высокий уровень по сравнению с первым компонентом. Рейтинги в интервале от 80 до 90 баллов отмечаются в следующих 15 странах:

- Сингапур (90,6);
- Новая Зеландия (89,5);
- Южно-Африканская Республика (86,7);
- Вьетнам (86,6);
- Португалия (86,4);
- Бельгия (84,9);
- Таиланд (83,5);
- Испания (82,8);
- Великобритания (82,5);
- Филиппины (82,3);
- Индонезия (82,0);
- Китай (81,9);
- Дания (81,7);
- Израиль (81,3);
- США (80,0).

Среди этих стран только во Вьетнаме, Филиппинах и Индонезии уровень доходов ниже среднего. Остальные страны характеризуются высоким уровнем поддержки женского предпринимательства и доступными финансовыми продуктами. Кроме того, большинство из указанных выше стран имеет хорошо развитую систему образования, доступную всему населению страны, в том числе женщинам.

В 34 странах второй компонент находится в интервале от 61 до 80 баллов. Значение компонента по России составляет 69,1 балла. При

этом можно отметить, что относительно низкий уровень этого компонента в нашей стране обусловлен низкой доступностью финансовых ресурсов при большом количестве женщин, имеющих высшее образование.

В четырех странах, а именно Саудовской Аравии, Индии, Бангладеш и Египте, уровень второго компонента ниже 56 баллов.

Третий компонент сводного индекса Mastercard связан с оценкой поддержки условий женского предпринимательства. Этот компонент описывает, насколько благоприятны условия предпринимательской деятельности и имеются ли ограничения прав женщин на владение собственным бизнесом. Он включает в себя четыре показателя: легкость ведения бизнеса, социально-культурные особенности конкретных стран в сфере женского предпринимательства, качество управления в предпринимательском секторе, а также уровень поддержки женщин-предпринимателей.

Наиболее высокий рейтинг по третьему компоненту и, соответственно, наиболее благоприятные условия для предпринимательской деятельности отмечаются в экономически развитых странах. В первую десятку стран с рейтингом более 78 баллов входят:

- Сингапур (83,3);
- Новая Зеландия (82,6);
- Гонконг (82,2);
- Дания (82,1);
- Швеция (81,9);
- Швейцария (81,7);
- Канада (81,2);
- Ирландия (79,5);

- Австралия (79,4);
- Великобритания (78,5).

Все перечисленные страны относятся к категории экономически развитых. Кроме того, в этих странах созданы необходимые институциональные элементы, отличающиеся высоким качеством регулирования предпринимательства, минимальные существующие административные барьеры и обеспечена легкость ведения бизнеса.

В 38 странах значения третьего компонента находятся в интервале от 50 до 78 баллов. При этом следует отметить существенную дифференциацию указанных значений, что свидетельствует о значительной разнице в уровнях поддержки женского предпринимательства в настоящее время. В странах с большими доходами эта поддержка намного существеннее, чем в странах менее экономически развитых. Еще одним аспектом является то, что в экономически развитых странах уже длительное время реализуются специализированные программы поддержки именно тех женщин, которые желают создать собственный бизнес. Значение третьего компонента в России относительно невелико (51,7 балла), что, на наш взгляд, обусловлено отсутствием до 2015 года мероприятий, направленных конкретно на поддержку и помощь женскому предпринимательству.

В шести странах значения третьего компонента составляют менее 50 баллов. К ним относятся Эквадор, Уганда, Алжир, Эфиопия, Египет, Иран и Бангладеш, где поддержка женского предпринимательства крайне низкая.

Исследование показало, что в таких странах, как Ботсвана, Вьетнам, Китай, Россия, Уганда и Италия, женское предпринимательство развито достаточно хорошо в связи с его значительной поддерж-



кой, а также благоприятным предпринимательским климатом и отсутствием высоких барьеров. Высокий удельный вес женщин-предпринимателей в странах с высоким уровнем дохода, таких как Австралия и Испания, обусловлен преобладанием добровольной мотивации, благоприятными предпринимательскими условиями и более широким доступом к финансовым ресурсам.

Вместе с тем отмечается феномен относительно высокой доли женщин-предпринимателей Бангладеш и Эфиопии (более 25 %), несмотря на плохие условия поддержки и низкие показатели индекса. В Уганде доля женщин-предпринимателей является самой высокой по сравнению с аналогичными по экономическому развитию странами. Эти данные свидетельствуют о том, что женщины в указанных странах способны преодолевать имеющиеся ограничения, проблемы и неблагоприятные условия в своей местной среде. Учитывая, что это в основном страны с низким уровнем доходов, неожиданно высокий уровень женщин-предпринимателей, вероятно, обусловлен отсутствием возможностей для работы и необходимостью выживания.

В ряде стран, несмотря на высокий уровень экономического развития и благоприятные условия, имеется существенное отставание в уровне владения бизнесом женщинами. Такое положение отмечается в таких странах с высоким уровнем дохода населения, как Канада, Швеция и Израиль, где уровень владения женщинами бизнесом ниже, чем можно было бы ожидать.

Результаты исследований показали, что такие факторы, как поддержка МСП, простота ведения бизнеса, качество управления, восприятие женщин-предпринимателей обществом, оказывают наибольшее влияние на развитие женского предпринимательства. Оказывая

влияние на эти факторы, можно добиться прогресса в доле женщин в предпринимательстве. Очевидно, что потенциал женщин как владельцев бизнеса еще не раскрыт в полной мере. Для его раскрытия необходимы согласованные усилия самих женщин, членов их семей, социальных, экономических и политических институтов.

В целях формирования информации о предпринимательской деятельности женщин, содержащей сопоставимые данные по различным странам, в 2017 году Всемирный банк провел соответствующую работу. Это исследование включало анализ закономерностей, характеризующих владельцев МСП (юридических лиц и индивидуальных предпринимателей) с разделением по гендерному признаку.

Созданная в процессе исследования база данных о предпринимательстве опирается на официальную статистику, которая поступает главным образом из реестров предприятий и национальных статистических учреждений. В этой базе данных за 2017 год содержатся ежегодные сведения по 143 странам о количестве зарегистрированных юридических лиц (ЮЛ) и индивидуальных предпринимателей (ИП). В базе данных приведена сопоставимая межстрановая информация о новых предприятиях, зарегистрированных в тех странах, где национальная статистика ведет учет с разбивкой по признаку пола. Учитывая важность дифференцированного подхода к предпринимательству с точки зрения организационной формы, данные о владельцах женского и мужского бизнеса собираются отдельно по юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям. Это позволяет проводить углубленный анализ гендерных различий при открытии бизнеса.

В тех случаях, когда официальная статистика не предоставляет гендерные данные, используются альтернативные источники, такие как налоговые и трудовые агентства, министерства экономики и торговые палаты. Всего рассматривались данные по странам, относящимся к шести крупным регионам: Восточная Азия и Тихоокеанский регион, Европа и Центральная Азия, Латинская Америка и Карибский бассейн, Ближний Восток и Северная Африка, Южная Азия, Африка к югу от Сахары. Кроме того, в отдельную группу были объединены страны, входящие в Организацию экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), с высоким уровнем дохода.

Анализ исходных данных показал, что из 143 стран, включенных в базу данных по предпринимательству Всемирного банка, только в 44 странах имелось разделение информации по женскому и мужскому предпринимательству. Из них в 15 странах отмечаются высокие доходы населения, в 24 странах наблюдается средний уровень этих доходов, а в пяти странах – низкие доходы. Эти 44 страны характеризуются различными культурными, политическими, институциональными, географическими и социально-экономическими условиями.

Проведенный анализ выявил существенное различие в удельных весах новых женщин-предпринимателей в общем количестве новых юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Так, удельный вес новых ЮЛ по различным странам находился в интервале от 39,1 % в Румынии до 1,2 % в Афганистане. В целом по большинству стран менее трети новых владельцев ЮЛ в 2016 году составляли женщины. По всем рассматриваемым странам отмечались гендерные разрывы между женщинами-предпринимателями и мужчинами-пред-

принимателями. При этом большинство новых юридических лиц создавались последними.

Удельный вес новых женщин – индивидуальных предпринимателей в общем количестве всех новых предпринимателей находился в интервале от 60,7 % в Австрии до 0,7 % в Афганистане. При этом только в трех странах – Австрии, Филиппинах и Эстонии – в 2016 году было зарегистрировано большее число женщин – индивидуальных предпринимателей, чем мужчин. Необходимо отметить, что женщины-предприниматели предпочитают создавать свои бизнесы в качестве индивидуальных предпринимателей чаще, чем в форме юридических лиц.

Сложившиеся гендерные диспропорции в участии женщин в предпринимательской деятельности приводят к значительным потерям для ВВП и снижают уровни экономического развития. Существенно, что гендерный разрыв во владении бизнесом наблюдается в странах, относящихся к разным группам по доходам населения. Однако у женщин в странах с низким уровнем доходов меньше шансов начать бизнес, чем в странах со средним и высоким уровнем дохода.

Один из самых больших гендерных разрывов наблюдается в регионе Ближнего Востока и Северной Африки, где только одна из четырех женщин участвует в рабочей силе. Несмотря на незначительное увеличение участия женщин в экономической деятельности в последние годы, по оценкам исследователей, потребуется около 150 лет для того, чтобы экономика стран Ближнего Востока и Северной Африки достигла нынешнего среднемирового показателя участия женщин в предпринимательстве. Женщины-предприниматели в этом регионе сталкиваются с препятствиями, включая финансовые трудности и от-

сутствие благоприятной политики в области предпринимательства. Например, женщины на Ближнем Востоке в 2 раза реже, чем мужчины, имеют официальный банковский счет. Кроме того, женщины-предприниматели по всему региону имеют проблемы в ведении бизнеса, обучении навыкам управления и обеспечении финансирования своих предприятий. Неравенство, связанное с юридическими правами, также препятствует участию женщин-предпринимателей. Из стран региона, включенных в базу данных по предпринимательству, правовое неравенство меньше всего проявляется в Марокко, а наибольшее неравенство отмечается в Саудовской Аравии.

Проведенный анализ показал, что в ряде стран за период с 2012 по 2016 год произошло значительное увеличение доли новых женщин-предпринимателей. Гендерный разрыв во владении бизнесом сократился в Азербайджане, Беларуси, Грузии, Косово, Непале, Омане и Румынии. Наибольшее увеличение доли женщин, которые стали владельцами ЮЛ, зарегистрировано в Непале, где их удельный вес вырос с 4 % в 2012 году до 11 % в 2016 году. И, наоборот, в таких странах, как Афганистан, Саудовская Аравия и Турция, отмечалось сокращение числа новых владельцев женских ЮЛ. Увеличение доли новых женщин – индивидуальных предпринимателей наблюдалось в таких странах, как Азербайджан, Грузия, Косово, Непал и Оман, где гендерный разрыв сократился по сравнению с 2012 годом. Наибольший общий рост наблюдался в Косово, где доля новых владельцев женского бизнеса выросла с 9 % в 2012 году до 25 % в 2016 году.

В процессе исследования была показана положительная взаимосвязь между образованием и предпринимательством. Ее объясняют следующие факторы. Во-первых, для начала и успешного ведения

бизнеса необходимы навыки начинающих предпринимателей. Во-вторых, национальные системы образования играют решающую роль в создании качественного человеческого капитала и формировании позитивного отношения к предпринимательству. Как таковой, человеческий капитал является важным фактором развития предпринимательства. Образованные и опытные предприниматели лучше подготовлены к решению проблем, возникающих в быстро меняющейся и высококонкурентной деловой среде. Уровень образования предпринимателя имеет особое значение для более сложных форм предпринимательской деятельности. Кроме того, только специалисты с высокой профессиональной подготовкой обладают потенциалом для создания инновационных предприятий в наиболее технологически развитых отраслях. Более развитые страны с более высоким уровнем образования также характеризуются более высокими показателями участия женщин в предпринимательстве. Важно отметить, что положительный эффект образования несколько сильнее для женщин – индивидуальных предпринимателей.

В целом данные свидетельствуют о том, что образование имеет решающее значение для развития женского предпринимательства. Существует широкий консенсус в отношении того, что люди, имеющие более высокое среднее образование, способны открывать предприятия в наиболее технологически развитых отраслях. В этом контексте сокращение гендерного разрыва в сфере образования, имеющегося в большинстве стран, также способствует сокращению разрыва между мужчинами и женщинами – владельцами предприятий.

Во многих странах сохраняются значительные гендерные различия в доступе к капиталу, банковским счетам и финансам, несмотря на прогресс в расширении охвата финансовыми услугами. Значительное число женщин остаются неохваченными этими услугами во многих странах. В 2011 году только около 47 % женщин имели счета в банке по сравнению с 54 % мужчин; к 2014 году эти показатели возросли до 58 и 65 % соответственно. Кроме того, между странами, относящимися к различным группам доходов, существуют значительные различия в том, что касается владения счетами. В развивающихся странах этот разрыв достигает 9 %, а в странах ОЭСР с высоким уровнем дохода он практически отсутствует. Учитывая существующие различия во владении счетами женщинами, живущими в странах с различными группами доходов, можно утверждать, что женщины в менее развитых странах имели бы больше предпринимательских возможностей при облегчении доступа к банковским счетам.

Еще одним препятствием, которое особенно ограничивает предпринимательскую деятельность женщин, является доступ к финансовым ресурсам, необходимым для открытия нового бизнеса. Эта проблема сохраняется во многих странах мира. Даже женщины в странах ОЭСР с высоким уровнем дохода на 20 % менее склонны, чем их коллеги-мужчины, заимствовать средства в финансовых учреждениях. Еще хуже положение в развивающихся странах, которые характеризовались в целом низким уровнем официального кредитования как мужчин, так и женщин.

Этот анализ свидетельствует о том, что улучшение возможностей получения официальных займов для женщин, которые открывают свои собственные предприятия, может способствовать развитию

женского предпринимательства как ЮЛ, так и ИП. Однако для ряда стран характерны крайне низкие уровни доступа женщин к капиталу. В таких случаях женщины-предприниматели часто вынуждены полагаться на неформальные социальные сети для получения ресурсов. В этой связи подчеркивается важность государственной политики, направленной на расширение охвата женщин финансовыми услугами.



## **Глава 3**

### **Женское предпринимательство в развитых странах: опыт Европейского Союза**

#### **3.1. Социально-политические аспекты женского предпринимательства**

Анализ научных исследований, проведенных в Европейском Союзе и посвященных предпринимательской деятельности женщин, позволил выделить ряд концепций и принципов, на которых основываются эти работы. Основные из таких концепций и принципов приведены далее.

Важнейшей проблемой научных исследований предпринимательской деятельности женщин является отсутствие дезагрегированных по признаку пола данных, поскольку основные показатели по МСП (в том числе и официальная статистика) формируются без соответствующей дифференциации. Поэтому изучение особенностей, характерных для бизнесов, которыми владеют и управляют женщины,

необходимо проводить на основе информации, распределенной по многочисленным государственным, финансовым, общественным и другим организациям, а также проводя выборочные обследования, анкетирования и опросы женщин-предпринимателей и тех, кто предполагает начать предпринимательскую деятельность в перспективе.

Предпринимательская деятельность женщин может изучаться с экономической, статистической и политической точек зрения. Целесообразно проведение сплошных и выборочных статистических обследований, проводимых соответствующими государственными службами, а также структурами, связанными с поддержкой и финансированием женского предпринимательства. Одним из путей решения этой задачи является разделение собираемых в процессе статистических наблюдений данных по гендерному признаку. Другим подходом к формированию информации является изучение деятельности конкретных предприятий, владельцами которых являются женщины. При этом составляются подробные характеристики женщин-предпринимателей и их предприятий. Особое внимание должно уделяться гендерночувствительным аспектам, оценке сложившихся потребностей у предпринимателей-женщин и стоящих перед ними препятствий. Итогом этой работы должно быть улучшение аналитического понимания роли и влияния женщин-предпринимателей в экономике и обществе.

Четкая политическая воля лиц, принимающих решения, имеет существенное значение для обеспечения всеобъемлющих интегрированных стратегий развития женского предпринимательства. Необходим системный и комплексный подход, основанный на понимании всех имеющихся проблем. Следует избегать фрагментации путем уст-

ранения многочисленных противоречий в реализации политики в различных областях (институциональное обеспечение, нормативная база, образование и обучение) и различных направлениях деятельности (проведение семинаров, финансовые услуги, наставничество). Это также важно для повышения осведомленности среди всех заинтересованных в поддержке женского предпринимательства сторон, а именно правительственных структур, финансовых учреждений, гражданского общества, частного сектора. Должны учитываться различные культурные, религиозные, социальные, экономические и другие препятствия и барьеры, мешающие развитию предпринимательской деятельности женщин.

Следует обратить внимание на гендерные аспекты потребностей и проблем женщин-предпринимателей и женских предприятий. Необходимо прислушиваться к голосу женщин-предпринимателей, консультироваться с женскими группами и содействовать развитию социальных сетей женщин-предпринимателей. Эти сети являются ценными инструментами для получения прямых знаний о предпринимательской деятельности женщин. Такие сети способны организовывать общественное мнение и отстаивать права женщин-предпринимателей в деловых, личных, организационных и финансовых вопросах.

Мероприятия и программы должны разрабатываться на всех этапах развития предпринимательства и для всех типов женских предприятий. Следует уделять внимание не только стартапам и малым предприятиям, но и инструментам консолидации и расширения бизнеса, стимулирования быстрорастущих фирм и развития среднего бизнеса. Желательно продвижение женщин на рынки с более высокой стоимостью продукции, товаров и услуг в традиционных или новых

секторах экономики. Для обеспечения высокого качества реализации мероприятий и программ необходимы независимые внешние оценки, а также наличие дезагрегированных по признаку пола данных. Поэтому нужна комплексная система мониторинга, с тем чтобы показать, достигнут ли прогресс, эффективность и экономическая отдача от целенаправленной гендерной политики. Мониторинг представляется особенно полезным, в частности, для выявления передовых практик, а также соответствия между предложенными услугами и потребностями женщин-предпринимателей.

Возможности оценки передового практического опыта опираются на внутренние и внешние элементы знаний. Внутренние элементы связаны с документацией о самом опыте, особенно с описанием и анализом его ключевых особенностей, а также оценкой уровня полученных результатов. Внешние элементы исходят из контекстного анализа, направленного на выявление внешних условий и оценки воздействия на целевую аудиторию, а также всех заинтересованных лиц. Следует отметить, что отсутствие некоторых из указанных элементов приводит к тому, что зачастую ценный и успешный опыт не удается правильно оценить.

Создание социальных сетей, обеспечивающих деятельность женщин-предпринимателей, нацелено на решение следующих задач:

– обеспечение открытости женского предпринимательства внешнему миру. Отражение особенностей и приоритетов предпринимательской деятельности женщин и связанных с ней проблем. Описание сотрудничества с другими заинтересованными сторонами, такими как финансовые институты, профессиональные объединения и гражданское общество;

– развитие внешней хорошо спланированной коммуникационной деятельности, направленной на различные аудитории (государственный сектор, крупные предприятия и корпорации, мужское малое и среднее предпринимательство и т. д.), способные усилить влияние и лоббирование поддержки женщин-предпринимателей. Коммуникационная деятельность должна способствовать изменению отношения общества к женщинам в качестве бизнесменов и показывать их достижения;

– информирование о формах и методах финансовой поддержки и мобилизации средств, необходимых для развития предпринимательской активности женщин на различных этапах;

– поощрение лидерства женщин в качестве руководителей своих фирм и их активности, с тем чтобы способствовать социальной трансформации в направлении обеспечения гендерного равенства, распространения успешного опыта и использования таких образовательных инструментов, как наставничество, коучинг и т. д.;

– обеспечение обмена опытом, навыками, компетенциями, распространения и передачи знаний по различным аспектам между членами сети, в том числе через каналы информационно-коммуникационных технологий.

Профессиональная подготовка по вопросам предпринимательской деятельности женщин должна включать:

– хорошо разработанную стратегию обучения, обеспечивающую различные уровни подготовки, от повышения осведомленности и информации до специализированных и продвинутых знаний (например, включая базовые и дополнительные курсы, ознакомление с конкрет-

ными обязанностями и стажировкой, индивидуальное наставничество, консультирование во время и после обучения);

- текущие программы профессиональной подготовки, содержащие изучение вопросов организации бизнеса, формирования ресурсов и финансирования;

- предпринимательское образование и обучение как в школах, так и в высших и специальных учебных учреждениях, а также включение ключевых компетенций предпринимательства в учебные планы для распространения предпринимательской культуры и содействия в приобретении соответствующих навыков и компетенций у девочек и молодых женщин, для которых бизнес может стать жизнеспособным и привлекательным вариантом;

- разработку специализированных программ обучения, содержащих широкий перечень предметов, в том числе маркетинг, бизнес-планирование, менеджмент, бухгалтерский учет и отчетность, оценку рисков, информационные технологии, управление временем, лидерство, переговоры и т. д.;

- диверсификацию навыков и компетенций, то есть подготовку к более разнообразной деятельности, в том числе ориентированной на различные рыночные секторы и на веб-предпринимательство.

Развитие финансирования женского предпринимательства включает следующие мероприятия:

- разработку конкретных финансовых услуг и инструментов для женщин-предпринимателей, а также оказание поддержки для доступа к внешним источникам стартового капитала (низкие процентные ставки, программы микрокредитования, реструктуризация и т. д.);

– работу с банками и финансовыми учреждениями в целях повышения их осведомленности и понимания женского бизнеса. Например, разработку гендерных методов продаж, создание деловых и финансовых продуктов и услуг, учитывающих особенности и потребности женщин-предпринимателей на различных этапах бизнеса;

– интеграцию различных источников финансирования на национальном и региональном уровнях, как государственных, так и частных;

– развитие широкого круга дополнительных индивидуальных услуг, а именно предоставление информации, проведение консультаций, оценку бизнес-планов, регулярный мониторинг и т. д.;

– поощрение и финансирование социального предпринимательства и работы в секторах, где женщины-предприниматели пока недостаточно представлены.

Важным является проведение мониторинга достигнутого уровня женского предпринимательства. Мониторинг должен базироваться на следующих принципах:

1. Четкое понимание значения и роли женского предпринимательства в экономике каждого из регионов и страны в целом. При этом необходимо учитывать, что предпринимательство женщин является источником их экономической независимости, расширения прав и потенциальных возможностей.

2. Оценка вклада женского предпринимательства в создание рабочих мест, экономический рост и инновации, а также сокращение масштабов бедности.

3. Реализация научно обоснованного подхода к сбору данных, характеризующих показатели предприятий, которыми владеют женщины, в том числе расширение перечня этих показателей, а также ре-

гулярное обновление этой информации на муниципальном, региональном и национальном уровнях.

4. Изучение передового опыта женщин-предпринимателей, в том числе историй их успеха (для информационно-пропагандистских кампаний).

5. Выявление барьеров и препятствий для предпринимательской деятельности женщин.

6. Системный и многомерный подход к анализу деятельности женщин-предпринимателей, включая взаимодействие и сотрудничество с различными финансовыми институтами, организациями гражданского общества.

7. Привлечение женщин к непосредственному участию в разработке и осуществлении мероприятий, в том числе в качестве наставников, репетиторов, тренеров и т. д.

8. Выявление традиционных женских видов деятельности.

Рассмотрим некоторые социальные и политические аспекты, определяющие предпринимательскую деятельность женщин (в том числе самостоятельную занятость) в странах Европейского Союза (ЕС). Предпринимательство как многомерная концепция рассматривается в директивных документах ЕС в различных контекстах (например, экономических или социальных) и для различных типов организаций (малых и средних предприятий, а также индивидуальных предпринимателей). В целом концепция предпринимательства имеет позитивный смысл и предполагает более осознанную форму участия индивидуума на рынке труда по сравнению с наемной работой. Именно предпринимательство характеризуется осознанным выбором и стремлением к самореализации. Оно позволяет людям выявить свои



способности и возможности, а также задействовать мотивацию к повышению социального статуса и финансовой независимости.

В сентябре 2011 года Европейский парламент принял резолюцию о женском предпринимательстве в малых и средних предприятиях, в которой отличительными чертами женщины-предпринимателя являются создание собственного бизнеса, в котором она имеет контрольный пакет акций (преобладающую долю в уставном капитале), при условии, что она участвует в повседневном управлении и проявляет активный интерес к принятию решений, учету возможных рисков. Понятие «индивидуальный предприниматель» (самостоятельно занятое лицо) подразумевает женщину, которая осуществляет доходную деятельность за свой счет на условиях, установленных национальным законодательством. Этими условиями определено, что лицами, занятыми в сфере индивидуальной трудовой деятельности, являются:

- индивидуальные предприниматели, которые ведут свой бизнес с помощью наемных работников или работают с партнерами;
- ремесленники, торговцы и фермеры, часто работающие с членами своей семьи;
- самостоятельно занятые работники и свободные специалисты, не имеющие наемных работников.

Необходимо отметить, что самозанятость часто рассматривается как необходимый или обязательный путь, особенно для женщин, в связи с неблагоприятными обстоятельствами, при отсутствии возможностей их трудоустройства. Во многих странах самозанятость выступает как форма неполной занятости, когда люди работают, но не зарабатывают достаточно, чтобы содержать семьи на уровне выше черты бед-

ности. Согласно статистическим данным Евростата, в 2012 году только 24 % индивидуальных предпринимателей-женщин в ЕС были работодателями по сравнению с 31 % предпринимателей-мужчин [49].

Женское предпринимательство и, соответственно, создание рабочих мест способствует достижению целей стран Европейского Союза по повышению эффективности рынка труда. Кроме того, европейские данные свидетельствуют о том, что сектор предпринимательства продемонстрировал определенную устойчивость к экономическим кризисам, поскольку относительное снижение занятости в нем было меньшим по сравнению с крупными компаниями и концернами [51].

Женщины реже, чем мужчины, являются самозанятыми из-за традиционных представлений о гендерных ролях. Также у женщин больше трудностей при взаимодействии с финансовыми фондами. Им в ряде стран сложнее получить необходимое образование, особенно в областях, относящихся к STEM, то есть естественным наукам, технологиям, инженерии и математике. Важным аспектом для самозанятости женщин является необходимость совмещения бизнеса и семьи. Поэтому, по данным Евростата [52], менее одного из трех (31 %) самозанятых работников в странах ЕС были женщины.

Изучение мотивов для открытия бизнеса является популярной темой в исследовании предпринимательства. В нескольких исследованиях, которые включают гендерные различия, подчеркивается, что женщины могут иметь различные профессиональные стратегии и желания в отношении нестандартных графиков работы, главным образом из-за проблем ухода за детьми и престарелыми членами семьи [42, 48, 74, 90]. Индивидуальное предпринимательство может быть более жизнеспособным вариантом, чем оплачиваемая работа, для

женщин с детьми, поскольку оно позволяет совместить получение доходов с уходом за детьми [46] путем использования гибкого графика рабочего времени и расширения возможностей для работы на дому. Эмпирические исследования и опросы [89] подтвердили, что причины, по которым женщины начинают индивидуальное предпринимательство, могут отличаться от причин, характерных для предпринимателей-мужчин. Для большого числа женщин решение быть предпринимателями мотивируется поиском хорошего баланса между трудовой и семейной жизнью и финансовыми потребностями. В то же время мужчины, как правило, выбирают работу исходя из потенциального заработка.

Интересно отметить, что, несмотря на указанные выше потенциальные преимущества предпринимательства с точки зрения гибкости графиков работы, доля женщин в численности предпринимателей пока меньше, чем доля мужчин. По мнению европейских исследователей, это объясняется традиционными представлениями о роли мужчин и женщин в обществе, а также большими трудностями, с которыми сталкиваются женщины при получении доступа к финансовым средствам, профессиональной подготовке, налаживании связей, и слабыми предпринимательскими навыками. Исследования Евробарометра [53, 55] показывают, что только 39,4 % женщин хотели бы заниматься предпринимательской деятельностью. Это существенно меньше по сравнению с 50,2 % мужчин. То есть у женщин в странах ЕС более скептическое отношение к предпринимательству, чем у мужчин.

В последние несколько десятилетий важная роль женского предпринимательства и связанные с ним экономический рост и развитие общества были признаны национальными и международными уч-

реждениями. Проведенные исследования, как и основанная на фактах информация, позволили расширить знания о женщинах-предпринимателях. В ЕС были разработаны три направления развития женского предпринимательства: расширение доступа женщин к финансированию, создание социальных сетей для женщин-предпринимателей и адресные меры поддержки. В частности, было принято постановление [22], в котором предусматривается предоставление государственной помощи новым предприятиям, организованным женщинами, и оказывается поддержка созданию сетей, ориентированных на женщин-предпринимателей. В качестве примера такой сети может рассматриваться структура, включающая 270 предпринимателей из 22 европейских стран, добившихся наибольших успехов. Эти женщины-предприниматели выступили в качестве наставников для женщин, которые начинают свой бизнес. Они добровольно предоставляют консультационные услуги женщинам, а также обеспечивают поддержку женского предпринимательства. Еще одним направлением стало создание в ЕС портала по вопросам женского предпринимательства, который содержит ссылки на контакты, мероприятия и другую информацию в рамках и между государствами – членами ЕС. В составе правительств 30 европейских стран созданы подразделения для предоставления консультаций, поддержки и решения других актуальных для женщин-предпринимателей вопросов, помогая им повысить свой авторитет и расширить бизнес.

Принцип равенства между мужчинами и женщинами был распространен на samozанятость в соответствии с нормативным документом № 2010/41/ЕС. Этот документ значительно улучшает защиту samozанятых женщин и помогает супругам в случае рождения детей.

Им предоставляется пособие по беременности и родам и отпуск продолжительностью не менее 14 недель.

В стратегии «Европа 2020» [50] женское предпринимательство определено как ключ к достижению разумного, устойчивого и инклюзивного роста. Подчеркнут тот факт, что оно делает экономику более конкурентоспособной и имеет решающее значение для достижения целей европейских отраслевых стратегий.

Реализация стратегии предусматривает выполнение следующих мероприятий государствами ЕС:

- разработка и осуществление национальных стратегий развития женского предпринимательства, направленных на увеличение доли компаний, которыми владеют женщины;
- сбор данных о положении женщин-предпринимателей на национальном уровне;
- продолжение использования практики наставничества женщин-предпринимателей;
- развитие адекватного баланса между работой и семьей, основанного на рациональном распределении рабочего времени женщин-предпринимателей и направленного на обеспечение надлежащего ухода за детьми и пожилыми членами семьи.

Сохраняющиеся проблемы гендерного характера создают определенные трудности для женщин-предпринимателей в странах ЕС. К их числу относятся доступ к финансированию, культурные барьеры, выбор видов деятельности, недостатки информации и профессиональной подготовки, отсутствие необходимых контактов и доступа к социальной поддержке. Увеличение числа женщин, занимающихся предпринимательской деятельностью, приведет к увеличению как ко-

личества, так и качества имеющихся предпринимателей. Исходя из анализа литературы по гендерной проблематике в предпринимательстве, были выявлены потенциальные выгоды гендерного равенства как на макроуровне, так и для отдельных индивидуумов. При этом потенциальные и фактические выгоды могут быть сгруппированы по четырем основным направлениям: экономические, социальные, политические и культурные.

К числу экономических выгод гендерного равенства относятся:

- вклад в экономический рост;
- повышение занятости населения;
- сокращение масштабов бедности;
- освоение новой продукции и услуг;
- развитие социального предпринимательства;
- новые управленческие и организационные решения.

К социальным выгодам для женщин относятся:

- большая гибкость в структуре рабочего времени;
- развитие эффективного баланса между работой и личной жизнью;

– повышение уровня образования и предпринимательских компетенций;

- независимость как в семье, так и за ее пределами;
- повышение социального статуса.

К политическим выгодам относятся:

- большее представительство женщин в деловых кругах;
- повышение доли женщин в предпринимательских общественных организациях;

- развитие ролевых моделей для женщин.

К выгодам в культурной сфере относятся:

- снижение предрассудков и стереотипов в отношении роли женщин в бизнесе;

- развитие восприятия женщинами собственного бизнеса и возможностей самореализации;

- продвижение женского подхода к бизнесу.

Для увеличения числа женщин, занимающихся предпринимательской деятельностью, по мнению европейских исследователей, необходима в ближайшее время реализация следующих мероприятий:

- развитие дальнейших исследований для оценки роли, которую гендерное равенство в предпринимательстве играет в сокращении социальной изоляции и предоставлении новых возможностей для развития предпринимательской активности женщин;

- уравнивание размеров пособий в сфере социальной защиты (особенно с точки зрения оплачиваемого времени для ухода за детьми и престарелыми членами семьи) для самозанятых и предпринимателей с теми пособиями, которые выплачиваются при работе по найму;

- внедрение гендерного подхода в политику в сфере труда, позволяющего женщинам достичь надлежащего баланса между трудовой деятельностью и личной жизнью в случаях, когда они являются предпринимателями, тем самым поддерживая потенциальные выгоды на индивидуальном и общественном уровнях;

- обеспечение равного доступа к финансированию для женщин и мужчин-предпринимателей путем принятия мер, влияющих как на предложение, так и на спрос на денежные ресурсы;

- осуществление информационно-просветительских кампаний, учебных программ, наставничества, инфраструктуры поддержки женского предпринимательства;
- внедрение гендерного подхода в подготовку предпринимателей, в том числе в процессе всех этапов получения образования;
- пропаганда позитивных достижений и опыта женщин-предпринимателей.

Большое внимание в последние годы уделяется решению проблемы сокращения гендерного разрыва силами правительств стран ЕС. При этом предусматривается решение следующих задач:

1. Разработка мер реагирования на пробелы и сбои в функционировании рынков, включая политику снижения барьеров для женского предпринимательства и административного бремени для соответствующих фирм. Снятие чрезмерных регулятивных ограничений. Обеспечение поддержки в разработке информационных систем, учебных программ, наставничества, включая профессиональные консультации по правовым и налоговым вопросам.

2. Облегчение доступа к финансированию для жизнеспособных предприятий, принадлежащих женщинам. Развитие знаний в отношении финансовых институтов и инструментов, а также повышение осведомленности о них. Поощрение использования женщинами возможностей, предоставляемых бизнес-ангелами и венчурными фондами.

Необходимо отметить, что в настоящее время в странах ЕС существует два подхода к формированию предпринимательской политики. Первый из них ориентирован на решение задач без учета гендерных аспектов и дифференцированного воздействия на женщин и мужчин. Он в основном ориентирован на развитие деловых и техни-



ческих навыков и на инвестиции в малые и средние предприятия, которые являются наиболее распространенной формой предпринимательства во всей Европе. Этот подход включает консультационные услуги и поддержку молодых предпринимателей в целом без какого-либо различия между женщинами и мужчинами.

В свою очередь второй подход, ориентированный на женщин, основан на предположении о том, что они сталкиваются с более значительными и многообразными препятствиями, чем мужчины, при создании своего бизнеса. Этот подход исходит из учета сложившегося в настоящее время существенного гендерного дисбаланса в предпринимательстве и направлен на конкретные стратегии и мероприятия, способствующие и поддерживающие развитие женского предпринимательства в странах ЕС.

Накопленный опыт позволяет сформулировать тезис о жизнеспособности женского предпринимательства и значительных потенциальных возможностях его развития. Оно является мощным источником экономической независимости и расширения прав женщин, а также создания рабочих мест, экономического роста и инноваций, развития и сокращения масштабов бедности во всех странах ЕС. Хотя в настоящее время женщины составляют меньшинство предпринимателей, можно сделать вывод о наличии неиспользованных резервов роста женского предпринимательства в ЕС. При этом следует учитывать, что женщины сталкиваются с рядом трудностей и препятствий в деле создания и поддержания предприятий. Несмотря на то, что большинство из этих трудностей характерны для обоих полов, во многих случаях они, как правило, более значительны для женщин-предпринимателей, о чем указывалось выше.

### **3.2. Женское предпринимательство в Чехии, Италии, Швеции и Великобритании**

Рассмотрены итоги исследования, проведенного по данным о гендерном предпринимательстве в четырех странах Европейского Союза: Чехии, Италии, Швеции и Великобритании [52]. Исследования включали обзор литературы и основных статистических данных по положению женщин-предпринимателей. Основное внимание в процессе исследования уделялось качественным углубленным интервью, проведенным с тремя группами респондентов: женщинами-предпринимателями, банками и другими финансовыми учреждениями, а также организациями, оказывающими поддержку и консультативную помощь предпринимателям.

#### *Чехия*

Согласно исследованию GEM [58], в целом уровень предпринимательской активности в Чехии остается относительно стабильным, несмотря на стагнацию экономики. Женщины недостаточно представлены в качестве предпринимателей. Средний предприниматель в Чешской Республике – мужчина в возрасте до 35 лет со средним или высшим образованием.

Женщины-предприниматели и организации по поддержке предпринимательства сообщили о ряде препятствий, мешающих женщинам получить доступ к финансированию для создания и ведения бизнеса. Эти барьеры связаны с низким спросом со стороны женщин, а также с низким предложением финансовых средств со стороны кредитных организаций. Причины этого положения рассмотрены далее.

Женщины в Чехии, как правило, обращаются с просьбами о финансировании реже, чем мужчины, а если они это делают, то просят меньшие суммы. Это обусловлено рядом факторов. Социально обусловленная гендерная роль и повышенное чувство ответственности женщин за семью по сравнению с мужчинами приводят к тому, что женщины-предприниматели менее склонны к риску и стараются быть независимыми и не хотят становиться должниками. В большинстве случаев женщины реже стремятся получить финансирование для развития своего бизнеса. Банковское долговое финансирование, такое как кредиты или овердрафты, мало использовалось женщинами-предпринимателями по нескольким причинам. Во-первых, некоторые респонденты сообщили, что они хотели бы использовать кредит в банке, но не имеют на это право, поскольку для его получения требуется не менее одного года предпринимательской деятельности. Другим условием, которое иногда применяется к заявкам на получение кредита, является предложение личного недвижимого имущества в качестве залога. Женщины имеют более низкие показатели владения собственностью по сравнению с мужчинами. Кроме того, они не желают угрожать безопасности семьи.

По мнению специалистов по поддержке бизнеса, банки рассматривают те сектора, где преобладают женщины (торговля и услуги), как наиболее рискованные. Еще одним потенциальным барьером для женщин-предпринимателей в обеспечении финансирования, по мнению этих специалистов, является недостаточная уверенность при представлении своих бизнес-идей и планов. Это объясняется как относительно более низким опытом женщин по сравнению с мужчинами, так и тенденцией недооценивать свои способности и убеждения.

Положение, когда женщины, как правило, обращаются за небольшими объемами кредитования, приводит к тому, что они становятся финансово непривлекательными для банков. Венчурный капитал и инвестиции бизнес-ангелов редко использовались женщинами-предпринимателями. Ряд респондентов высказали мнение, что таких инвесторов интересуют только предприятия, которые рассчитывают на быстрый рост.

В процессе опроса был определен ряд альтернативных вариантов финансирования в качестве важных для женщин. Одним из них является пособие по безработице для начинающих предпринимателей, которое конкретно предназначено для женщин. Пособие выплачивается при условии, что заявитель будет вести бизнес от 1 до 2 лет и проходить курс обучения для предпринимателей. В среднем пособие составляет около 40 000 чешских крон. Поскольку большинство женщин-предпринимателей не занимаются бизнесом, требующим больших денежных затрат, такая сумма представлялась достаточной. Однако существует ряд ограничений и условий для этой схемы. Лица, переходящие с наемной работы на предпринимательскую деятельность, не имеют права на получение этого пособия. Кроме того, пособие не может использоваться для поддержки существующего предпринимательства.

Другим альтернативным вариантом финансирования является предпринимательская конкуренция. В последние годы в Чешской Республике был проведен ряд конкурсов. Краудфандинг также представляет собой альтернативный источник финансирования для женщин. Вместе с тем залогом успеха в этой области является высокая

степень уверенности в своих силах, поэтому женщин-предпринимателей необходимо соответствующим образом обучать.

Женщины по сравнению с мужчинами сталкиваются с дополнительными проблемами в своей предпринимательской деятельности, обусловленными бременем ухода за детьми. Очевидно, что женщины должны брать на себя обязанности по уходу за детьми в гораздо большей степени, чем мужчины. Это двойная нагрузка на женщин. Матери-одиночки, которым не хватает семейной поддержки, потенциально находятся в крайне неблагоприятном положении, если они хотят стать предпринимателями. Политика поддержки семьи в Чехии не обеспечивает ликвидации барьеров для женщин-предпринимателей. Однако имеются и положительные сдвиги. Так, отпуск по уходу за ребенком в Чешской Республике является более продолжительным по сравнению с другими европейскими странами. Родители могут взять отпуск от 2 до 4 лет, причем до 3 лет он оплачиваемый. 98 % родительского отпуска берут матери. Кроме того, из-за плохой доступности услуг по уходу за детьми [68] женщины часто не имеют выбора, чтобы оставаться за пределами рынка труда в течение длительного времени после рождения ребенка [67]. Во время отпуска по уходу за ребенком женщины могут заниматься приносящей доход деятельностью и, в частности, начать свой бизнес.

Необходимо отметить, что женщины часто делают выбор в пользу открытия предприятий по необходимости, поскольку некоторые из них считают рынок наемного труда враждебным по отношению к женщинам с маленькими детьми. Многие респонденты указывают, что при поиске работы наличие маленького ребенка является огром-

ной проблемой. Обычно об этом не говорят, но если кандидатов много, то компании предпочитают кого-то без маленьких детей.

В отличие от отпуска по уходу за ребенком, пособие по беременности и родам, которое предоставляется матерям до рождения ребенка и до выплаты родительского пособия, создает определенные проблемы для женщин-предпринимателей. Пособие по беременности и родам предоставляется женщинам через систему страхования. Для того чтобы иметь право на получение пособия по беременности и родам, необходимо внести достаточно высокие взносы. Для женщин-предпринимателей, чей бизнес не обеспечивает им высокий доход, страховые взносы могут оказаться финансовым бременем. Кроме того, получатели пособия не имеют права продолжать предпринимательскую деятельность, пока они получают это пособие, в противном случае пособие изымается. Данный факт означает, что предприниматели с низкими доходами, меньшими, чем пособие по беременности и родам, должны прекратить свою деятельность. Это представляет собой риск для бизнеса, особенно для индивидуальных предпринимателей, которые не могут поддерживать отношения со своими постоянными клиентами и могут их потерять.

Уровень уверенности в себе и оптимизма являются важными индивидуальными факторами, влияющими на способность женщин добиваться успеха в качестве предпринимателей. Часто наблюдается, что женщины имеют более низкие уровни этих факторов по сравнению с мужчинами. Одна из причин этого, по мнению респондентов, заключалась в том, что женщины имеют более низкий уровень знаний, навыков и опыта в создании и ведении бизнеса по сравнению с мужчинами. Низкая степень уверенности в себе связана с тенденци-

ей женщин избегать риск. Отчасти это объясняется чувством ответственности женщин за свою семью и опасениями за семейную безопасность. Женщины более охотно начинают рискованные проекты, когда у них нет семьи.

Из проведенных авторами исследования интервью можно сделать вывод, что есть два основных препятствия, с которыми сталкиваются женщины-предприниматели в Чехии. Первое связано с отмеченным желанием избежать риска и меньшей уверенностью в своем будущем в бизнесе по сравнению с мужчинами. Это снижает вероятность получения финансирования и ограничивает их амбиции роста. Второе препятствие обусловлено тем, что женщины находятся в неблагоприятном положении с точки зрения истории рынка труда, навыков и опыта.

Одним из важных путей поощрения женщин-предпринимателей было бы снижение имеющихся барьеров посредством создания социальных сетей, наставничества, поддержки и ознакомления с накопленным передовым опытом и навыками, необходимыми для формирования предприятий.

### *Италия*

В Италии, по данным исследования GEM [58], почти в 2 раза больше мужчин, чем женщин, участвуют в ранней стадии предпринимательской деятельности. Средний предприниматель – это мужчина с высшим или средним образованием, работающий в сфере услуг. Исследование [100] показывает, что женщины-предприниматели традиционно выбирают виды деятельности, связанные с ритейлом, салонами красоты, ресторанами и здравоохранением.

По данным, приведенным в работе [43], доступ к банковским кредитам являлся особо актуальной проблемой для итальянской женщины-предпринимателя. Это обусловлено ограниченным опытом и недостаточной уверенностью женщин, когда дело доходит до переговоров о кредитах и условиях финансирования с банком. Кроме того, по мнению представителей банков и организаций поддержки предпринимательства, женщины, как правило, создают предприятия в секторах, в которых уже традиционно доминируют женщины, поскольку именно в этих секторах они имеют опыт или знания. Однако банки считают, что такие предприятия обладают более низким потенциалом роста и поэтому не являются привлекательными для инвесторов или кредиторов. С другой стороны, женщины-предприниматели в этих секторах могут быть менее склонны обращаться за финансированием. Кроме того, существуют гендерные различия между суммами займов, предоставляемых женщинам и мужчинам в Италии:

- средняя сумма кредитов, предоставленных женщинам-предпринимателям, значительно ниже средней суммы кредитов, предоставленных мужчинам;

- женские предприятия гораздо чаще берут среднесрочные и долгосрочные кредиты по сравнению с краткосрочными.

Кроме того, женщины сталкиваются с дополнительными проблемами по сравнению с мужчинами в создании и ведении бизнеса с точки зрения социальных гендерных ролей и ожиданий. По-прежнему существуют социальные ожидания в отношении роли женщин в семье, что побуждает женщин брать на себя больше семейных обязанностей, чем мужчины. Это ограничивает возможности женщин тратить время на создание и ведение бизнеса.



Учитывая наличие этих специфических для женщин барьеров, в 2013 году правительство Италии организовало специальный гарантийный фонд для МСП, создаваемых женщинами. Также в 2013 году была проведена кампания по информированию общественности в целях повышения осведомленности о расширении доступа женщин к микрокредитам. В 2014 году итальянское правительство и представители банков подписали соглашение об оказании поддержки женщинам-предпринимателям. Это соглашение обеспечило доступ к кредитам МСП с преобладанием женского участия. В частности, были задействованы специальные банковские продукты для новых инвестиций, а также стартапов, которые обеспечиваются государственными гарантиями. Банки, участвующие в финансировании, предоставляют кредиты по следующим направлениям:

- инвестиции в материальные или нематериальные активы для развития женского бизнеса;
- финансирование, направленное на содействие созданию новых предприятий;
- финансирование, направленное на восстановление деятельности тех МСП, которые в настоящее время сталкиваются с трудностями.

Женщины-иммигранты являются динамичными субъектами итальянского предпринимательства. Они участвуют в проектах государственного финансирования и программах по созданию бизнеса. Вместе с тем широко распространены культурные предубеждения против них, особенно это касается аренды помещений. Кроме того, банки с осторожностью относятся к ним, поскольку они не имеют личной собственности, которая могла бы служить гарантией. Опрошенные женщины-иммигранты считают, что они сталкиваются с до-

полнительными проблемами по сравнению с мужчинами из-за шовинистической культуры в Италии, которая дискриминирует их.

Альтернативной формой финансирования, которая оказалась популярной среди женщин-предпринимателей в Италии, являются социальные кооперативы. Это старая форма предпринимательства в Италии. Социальные кооперативы создают рабочие места для женщин (около 70-75 % работников кооперативов). Система финансирования отличается от других. Членам кооперативов предоставляют так называемые «социальные кредиты». В случаях, когда социальному кооперативу необходимы деньги, он обращается к банкам за краткосрочными кредитами. Банк запрашивает такие гарантии, как баланс и капитал участников. С другой стороны, большинство социальных кооперативов работают совместно с органами местного самоуправления и муниципалитетами в качестве местных благотворительных дочерних компаний, поэтому их финансирование зависит от политических решений.

Респонденты-предприниматели сообщили, что важно иметь высокую образовательную квалификацию, соответствующую предприятию, которое они создали. Это помогло им завоевать доверие банков и других лиц, необходимых для начала их бизнеса.

Стремление к созданию бизнеса является заметной особенностью среди опрошенных женщин-предпринимателей. Многие женщины-предприниматели специализируются в традиционных видах деятельности, таких как услуги в области красоты, здравоохранение, образование, рестораны и туризм.

Трудности совмещения трудовой и семейной ответственности могут быть или препятствием, или средством женского предпринима-

тельства. Семья может оказывать финансовую или эмоциональную поддержку, а также обеспечивать бесплатный уход за детьми. Однако семья также является значительным бременем для женщин, поскольку итальянские женщины берут на себя подавляющее большинство обязанностей по уходу за детьми и пожилыми родителями. Кроме того, в Италии также часто существует семейный бизнес, то есть предприятия, которые принадлежат и управляются более чем одним членом одной семьи, и многие женщины участвуют в создании и управлении. В последние годы число женщин, возглавляющих семейные предприятия, увеличилось в результате постепенных изменений в культурных стереотипах и в сфере образования. Эти изменения позволили многим дочерям взять на себя семейный бизнес, тогда как раньше это в основном передавалось сыновьям.

В Италии наблюдается недостаточная численность женщин-предпринимателей до такой степени, что итальянское правительство разработало ряд инициатив, направленных на поощрение создания бизнесов женщинами. Хотя был достигнут определенный прогресс в плане улучшения предпринимательского климата и стимулирования женского предпринимательства, сохраняется необходимость принятия политических мер по содействию женской предпринимательской активности. Для развития женского предпринимательства необходимо учитывать многие факторы (культуру, старение населения, квалификацию, образование, систему налогообложения, трудности с совмещением производственных и семейных обязанностей).

### *Швеция*

Предпринимательская активность в Швеции в целом увеличилась в последние годы, при этом количество стартапов удвоилось за последние 10 лет. Абсолютное большинство (78 %) шведских предпринимателей являются мужчинами. Они чаще (59 %) владеют фирмами с ограниченной ответственностью [97]. Типичным шведским предпринимателем является мужчина в возрасте 44 лет с высшим или средним образованием.

В процессе опроса все респонденты-женщины в Швеции указали на то, что социально обусловленные гендерные роли во многом препятствуют созданию и ведению бизнеса, особенно в плане доступа к финансированию. Было высказано мнение о том, что девочки и мальчики играют в обществе различные социально обусловленные роли, которые усиливаются по мере взросления. Эти роли оказывают тонкое, но важное влияние на то, как женщины и мужчины ведут себя в различных деловых ситуациях. Другим примером влияния гендерных ролей является тенденция женщин недооценивать ценность и эффективность своего бизнеса. Женщины-предприниматели сообщили, что они зачастую проявляют излишнюю скромность и сводят к минимуму успех и потенциал своего бизнеса. Например, при подаче заявки на финансирование или описании своего бизнеса потенциальным инвесторам женщины не всегда уверенно представляют свой бизнес. Респонденты сочли, что это является результатом укоренившегося гендерного поведения, которое мешает девочкам и женщинам освещать свои достижения, опасаясь, что это будет казаться нескромным.

Укоренившиеся гендерные нормы препятствуют проявлению качеств, которые являются важными для предпринимателей, таких

как стремление к авантюрам, расширение границ и освоение нового опыта, а также склонность к риску. Кроме того, по мнению женщин-предпринимателей, именно этими качествами восхищаются и их в большей степени склонны вознаграждать специалисты в области предпринимательства. Например, потенциальные инвесторы больше заинтересованы в предпринимателях, которые имеют высокие амбиции роста, потому что их предприятия, вероятно, обеспечат лучшую отдачу от инвестиций.

Еще одним фактором, влияющим на шансы женщин получить финансирование и создать возможности для предпринимательской деятельности, является размер и характер социальных сетей, в которых они участвуют. Женщины-предприниматели в Швеции высказали мнение о том, что важно создать такие сети для женщин-специалистов, поскольку женщины с большей вероятностью понимают и поддерживают предприятия, которыми руководят женщины. В частности, существует острая нехватка женщин, выступающих в качестве бизнес-ангелов. Наличие коллег-предпринимателей также представляется важным, поскольку предприниматели, находящиеся в одной социальной сети, способны обмениваться рекомендациями по широкому кругу проблем, в том числе по источникам финансирования. Таким образом, предприниматели, которые имеют опыт обеспечения финансирования, более сведущи при выдаче соответствующих рекомендаций. Женщины-предприниматели, как правило, просят меньше кредитного финансирования по сравнению с мужчинами. Они в большинстве случаев ориентируются на кредитные ресурсы в размерах, достаточных, чтобы покрыть свои непосредственные затраты.

Наиболее сложным барьером при ведении бизнеса для женщин-предпринимателей является необходимость соблюдения баланса между выполнением семейных обязанностей и руководством своими предприятиями. Эта проблема была рассмотрена в исследовании [57], посвященном женщинам в странах Северной Европы.

Половина опрошенных либо имеют маленьких детей, либо начали свой бизнес в раннем возрасте. Эти респонденты заявили о важности того, чтобы государство предоставляло доступный уход за детьми. Однако даже при наличии доступных услуг по уходу за детьми респонденты неоднократно сообщали о случаях, когда семейные обязанности противоречили их деловым потребностям. Например, необходимость доставить детей в школу, или в детский сад и обратно, или на другие мероприятия, которые проводятся вне школы или детского сада, трудно сбалансировать с ведением бизнеса. Женщины-предприниматели высказали мнение о том, что важно иметь поддержку со стороны своей семьи и друзей. Следует отметить, что члены семьи (особенно родители) и друзья являются источниками финансирования.

Женщины-предприниматели подчеркнули, что существуют определенные качества, общие для предпринимателей независимо от их пола. Однако эти качества чаще проявляются у мужчин, чем у женщин, в силу социальных и гендерных норм, о которых говорилось выше. Женщины-предприниматели должны больше работать, чтобы доказать мужчинам, что они являются надежными деловыми партнерами.

Критическим фактором, который, как представляется, объясняет относительно низкий уровень развития женского предпринимательст-

ва в Швеции, является то, что женщины неохотно становятся предпринимателями. Респонденты отметили, что более низкие показатели участия женщин в предпринимательской деятельности по сравнению с мужчинами тесно связаны с социально обусловленными гендерными ролями, которые влияют на поведение мужчин и женщин. Эти ограничения являются тонкими, сложными и укоренившимися. Такие ограничения можно преодолеть главным образом путем создания критической массы предприятий, принадлежащих женщинам. Это продемонстрирует широкому деловому сообществу, что женщины в равной степени способны вести успешный бизнес.

### *Великобритания*

Согласно опросу GEM, проведенному в 2016 году, предпринимательская активность на ранних стадиях в Великобритании сравнительно высока и находится выше, чем во Франции и Германии, но ниже, чем в США. Женщины по-прежнему недостаточно представлены в качестве предпринимателей. Типичным британским предпринимателем на ранней стадии является мужчина в возрасте 39 лет, имеющий высшее образование. По данным RBS Group [91], предприятия, которые принадлежат женщинам в Великобритании, значительно реже используют внешнее финансирование, чем предприятия, принадлежащие мужчинам.

Структурные факторы, которые препятствуют женщинам-предпринимателям, связаны с более низкими показателями доступа к кредитам. Вместе с тем женщины реже обращаются за финансированием, а если и обращаются, то просят меньше, чем мужчины. Таким обра-

зом, гендерные различия с точки зрения доступа к финансированию являются сдерживающим фактором со стороны спроса.

Низкий уровень финансирования в форме инвестиций для женщин-предпринимателей является результатом сочетания различных факторов, основными из которых являются:

- более низкий потенциал роста женских предприятий, чем предприятий, принадлежащих мужчинам;
- специализация на видах деятельности, которые не привлекают много инвестиций;
- отсутствие значительных эксплуатационных расходов, которые требуют крупных инвестиций, что делает предприятия, которыми владеют женщины, менее привлекательными для финансистов. Женщины чаще, чем мужчины, просят финансирование только для покрытия расходов.

Факторы, которые влияют на предложение финансирования для женских предприятий, включают:

- относительно низкий деловой опыт женщин, а также отсутствие положительной кредитной биографии и возможностей обеспечения внешнего финансирования;
- недооценку реальной значимости и потенциала своего бизнеса, а также завышение возможных рисков по сравнению с мужчинами. Эта тенденция является результатом тонкого влияния гендерных норм. Существенно, что инвесторы более склонны иметь дело с теми, кто уверен в своем бизнесе;
- решения о том, в какие предприятия вкладывать средства, которые, как правило, принимают мужчины – банковские работники.



Они, возможно, проявляют меньший интерес к предприятиям, которые создают женщины.

Еще одним важным фактором, который влияет на доступ женщин к финансированию, является более низкий процент женщин, имеющих квалификацию в области науки, технологии, инженерии и математики (STEM), что было доказано в отчете [105]. Это приводит к снижению показателей участия женщин в инновационных и высокотехнологичных производствах, которые наиболее привлекательны для венчурных фондов.

Важным событием для женщин-предпринимателей, учитывая потенциальные барьеры, с которыми они сталкиваются при доступе к традиционному финансированию, является растущий рынок краудфандинга в Великобритании. Этот рынок позволяет инвесторам вкладывать небольшие суммы для маленьких долей бизнеса. В такой ситуации инвесторы не подвергаются высокому риску. Это создает дополнительные возможности для женщин-предпринимателей, имеющих трудности в доступе к традиционным источникам финансирования.

Кроме того, инвесторы чаще финансируют предприятия в областях, в которых традиционно доминируют женщины, таких как здравоохранение и образование. Среди особо важных качеств, которыми должны обладать женщины для того, чтобы быть успешными предпринимателями, были выделены нетипичность, предприимчивость и решимость. Также в процессе опросов женщины-предприниматели отметили чувство личной гордости за преодоление барьеров, с которыми они сталкиваются в результате того, что являются женщинами. Одна из основных проблем, выявленных при опросе женщин-предпринимателей, заключалась во влиянии социально обуслов-

ленных гендерных ролей. Речь идет о том, что женщины должны брать на себя большую долю семейных обязанностей по сравнению с мужчинами. Женщины чаще владеют фирмами, которые позволяют работать неполный рабочий день и из своего дома. Это приводит к ограничениям в траекториях роста.

Банки в Великобритании предложили ряд способов оказания помощи в обеспечении финансирования и поддержки бизнеса женщин. К их числу относится оказание женщинам наставнической помощи в разработке бизнес-планов и поддержки в подготовке кадров с тем, чтобы они могли эффективно финансировать мероприятия. Интересно также отметить, что органы банковского сектора в настоящее время поддерживают схемы направления и консультирования женщин в целях обеспечения массового финансирования. Очевидно, что существует определенная потребность в нетрадиционных источниках финансирования участия женщин в предпринимательской деятельности.

### **3.3. Опыт поддержки женщин-предпринимателей**

Первый проект ЕС по оценке, выявлению и обмену информацией о передовом практическом опыте в области поддержки и помощи женскому предпринимательству был осуществлен в 2001 году по инициативе Европейской комиссии и Генерального директората по предпринимательству и промышленности. В последующие годы изучался широкий спектр передовых практик в рамках программы развития предпринимательства и, в частности, малых и средних предпри-

ятий. При этом проводился сбор информации о конкретных действиях и мерах поддержки, способствующих развитию женского предпринимательства, и выявление передового опыта конкретных организаций. Эта информация включала актуальность рассматриваемых программ, их цели и задачи, ориентированность программ, данные о количестве привлеченных женщин-клиентов. Кроме того, описывались особенности выявленного передового опыта в деле поощрения женского предпринимательства, а также критические факторы успеха рассматриваемых программ поддержки. Вместе с тем систематического анализа программ поддержки предпринимательской деятельности женщин во всех странах ЕС пока не проводилось, а существующие оценки действующих программ представляются недостаточными. Однако, несмотря на это, в ряде европейских исследований были определены наиболее эффективные программы, опыт которых был рекомендован к широкому использованию. Краткое описание этих программ поддержки предпринимательской деятельности женщин приведено далее.

#### *Опыт Ирландии*

Обучающая программа «Движение к росту» (Going for Growth) была создана в Ирландии в 2008 году Паулой Фитцсимонс, которая поддержала инициативу отдела гендерного равенства в Министерстве юстиции. Эта программа направлена на поддержку женщин-предпринимателей, которые интересуются возможностями развития собственных бизнесов, а также экономическим ростом и повышением социального статуса. Программа направлена на женщин, которые являются владельцами предприятий, ведущих деятельность не менее 2 лет.

Программа финансируется государственным агентством Ирландии по развитию экспорта, предпринимательства и инноваций (Enterprise Ireland) и аудиторско-консалтинговой сетью (KPMG). Необходимо отметить, что правительственная организация «Энтерпрайз Ирландия» занимается развитием ирландских предприятий. На протяжении многих лет она участвует также в других инициативах, направленных на поощрение женщин-предпринимателей по всей Ирландии. Так, в 2012 году Enterprise Ireland разработала комплексную стратегию женского предпринимательства, которая поощряет начальную деятельность женщин на предприятиях с потенциалом роста и включает конкретные инициативы по финансированию только для женщин. Хотя в Ирландии доля мужчин, занимающихся предпринимательской деятельностью, намного выше, чем доля женщин, и уровень самозанятости женщин ниже, чем в среднем по ЕС, число женщин в Ирландии, открывающих новые предприятия, начало в последнее время расти.

«Движение к росту» обеспечивает структурированную поддержку женщин-предпринимателей, которые много внимания уделяют росту своего бизнеса. В программе принимают участие наставники, которые являются ведущими предпринимателями и имеют значительный личный опыт.

К 2017 году было проведено девять обучающих циклов, каждый из которых состоял из шести ежемесячных круглых столов и одного национального форума, который проводился в середине каждого цикла. Стоимость участия в одном цикле составляла около 1500 евро на одного участника. Участие в круглых столах позволило участницам ознакомиться с новыми стратегическими перспективами и путями воплощения их в практические изменения в рамках своего бизнеса.

В течение шестимесячного цикла участницам предлагается уникальная среда обучения с коллегами по бизнесу, основанная на обмене опытом между ними. В круглых столах в качестве наставников участвуют 16 ведущих предпринимателей, каждый из которых около 3 часов раз в месяц встречается с группой женщин-предпринимателей. Таким образом, ведущие предприниматели делятся практически всеми знаниями, которые они приобрели из собственного опыта владения и управления бизнесом, достигшим к настоящему времени значительного роста. Необходимо отметить, что указанные предприниматели владеют разнообразными по видам деятельности предприятиями, включая продажи онлайн, туризм, экологический анализ, выпуск фармацевтических препаратов, налоговое консультирование, выпуск электроники, разработку программного обеспечения, веб-маркетинг и т. д.

Круглые столы призваны быть не теоретическими или академическими, а должны основываться на положительном и отрицательном опыте из реальной жизни. Неформальная среда обучения является одним из основных драйверов.

Еще одним ключом к успеху программы является участие в ней известных успешных женщин-предпринимателей. Они служат примером для подражания, демонстрируя своими достижениями то, что возможно для других женщин-предпринимателей. Они охотно делятся своим опытом и знаниями с участницами. Интересно, что в последнее время некоторые из ведущих предпринимателей сформировали круглый стол для себя, чтобы продвигать рост своего бизнеса.

Национальный форум, проходящий в середине цикла, – неотъемлемая часть обучающей программы. Он дает возможность всем участникам глубже изучить ряд тем, которые, по их мнению, являются

ся важными. Участники также могут в процессе форума общаться с коллегами и ведущими предпринимателями из других групп.

Начиная с четвертого цикла обучающей программы был отмечен рост товарооборота, занятости и появление новых экспортеров. Этот результат зафиксирован благодаря анкетам, разосланным участницам программы после завершения цикла. Из 59 участниц, завершивших четвертый цикл, 60 % увеличили объем продукции в среднем на 17 %, а семь впервые сделали экспортные продажи. Двадцать восемь участниц из 59 опрошенных наняли в общей сложности 50 новых сотрудников. Общий оборот 59 участниц к концу цикла составил 54 млн евро.

Из 56 участниц программы обучения, завершивших пятый цикл, 64 % увеличили свои продажи в среднем на 18 %, шесть освоили экспорт. Общий оборот 56 участников составил 41,2 млн евро.

По мнению создателей рассмотренной программы, она стимулирует сокращение гендерного неравенства и показывает, что женщины могут не только успешно начать бизнес, но и не должны ограничивать стремление к дальнейшему его росту.

Необходимо отметить, что в 2009 году «Движение к росту» было выбрано ЕС в качестве передовой практики продвижения предпринимательства и впоследствии вошло в десятку лучших инициатив. Эта инициатива подтвердила ожидания, возлагавшиеся на нее, и благодаря включению механизмов оценки и обратной связи на каждом этапе этого процесса продолжала совершенствоваться и развиваться в течение девяти циклов.

### *Опыт Венгрии*

В Венгрии была реализована программа «Доббанто – повышение компетентности женщин-предпринимателей», которая представляет собой интенсивный курс для женщин, намеревающихся открыть свой бизнес или уже являющихся предпринимателями. Эта программа была начата в 2004 году. Она использует комплексный подход, включающий такие методы, как обучение, консультации, коллегиальная поддержка и создание сетей. Программа продолжается 90 часов в течение 6 недель. Группа из 20 участниц изучает базовые навыки управления, планирования, бухгалтерского учета и информационных технологий, а также получает навыки подготовки презентаций и участия в тендерах. В рамках аккредитованного учебного курса участницы получают представление о теории и имеют возможность проверить полученные знания с помощью ситуативных игр и групповых упражнений. В последний день тренинга они могут проверить знания на практике, представляя свои бизнес-планы и обсуждая их совместно. В этой форме обучения важна также индивидуальная работа и подготовка. Программа обучения включает блок практических занятий (60 часов) и теоретическую и индивидуальную работу (30 часов).

Программа управляется Фондом экономического развития малых предприятий (SEED), финансируется Будапештским банком и частично за счет взносов участниц. SEED был основан в 1990 году группой предпринимателей, высшими учебными заведениями, финансовыми учреждениями и министерствами. Эта организация начала свою деятельность с расширения базы знаний о предпринимательстве, развития предпринимательской культуры и бизнес-климата в Венгрии. Благодаря своей деятельности она получила высокий обществен-

ный статус уже к 1998 году. SEED работает в трех основных направлениях: развитие бизнес-инкубаторов, наставничество, женское предпринимательство.

Начиная с 2014 года женщины-предприниматели включены в оперативную программу экономического развития и инноваций, а их обучение будет финансироваться за счет структурных фондов ЕС.

Необходимо отметить, что в 2012-2013 годах аналогичная методика обучения была реализована в рамках программы «Вернись», ориентированной на матерей, возвращающихся на рынок труда после рождения ребенка и отпуска по уходу за ним, которая финансируется Европейским социальным фондом социального обновления.

### *Опыт Греции*

Программа «Предпринимательство для безработных женщин в возрасте 22-64 лет» осуществлялась в Греции с 2010 по 2013 год. Она была проведена греческой организацией трудовых ресурсов (ОАЕД), которая действует в качестве греческой государственной службы занятости. Эта программа была направлена на поощрение предпринимательской деятельности женщин, особенно в связи с тяжелыми условиями на рынке труда, обусловленными экономическим и финансовым кризисом, который усугубил безработицу среди женщин. Еще одним направлением программы стала борьба с дискриминацией по признаку пола, неравенством и отчуждением женщин на рынке труда путем поощрения устойчивой занятости и расширения экономических прав и возможностей ранее безработных женщин.



Программа финансировалась как ОАЕД, так и Европейским научным фондом (ESF) на основе софинансирования. Бюджет программы составил 87,4 миллиона евро за 3 года. Отметим, что основной задачей ESF является продвижение науки высокого качества в Европе, чтобы стимулировать прогресс в исследованиях и инновациях. В частности, большое внимание уделяется предоставлению практической, квалифицированной и междисциплинарной поддержки, а также консультационным услугам в различных секторах экономики.

Программа «Предпринимательство для безработных женщин в возрасте 22-64 лет» предлагала участницам грант в размере 24 000 евро в течение 3 лет, а также обучающие семинары, индивидуальные консультации и мониторинг эффективности. Несмотря на то, что первоначально программа была ориентирована на предприятия с высоким потенциалом роста и инновациями, большинство ее участниц планировали создавать небольшие предприятия.

Потенциальные женщины-предприниматели были заинтересованы в создании детских садов, модных дизайнерских фирм, салонов красоты и небольших туристических компаний.

Программа оказала значительное влияние на поддержку женского предпринимательства. К декабрю 2012 года из первоначально принявших участие в ней 4000 женщин большей части, а именно 3348 безработным женщинам была оказана помощь в открытии и развитии собственного бизнеса.

В соответствии с условиями программы во вновь организованных предприятиях женщины должны иметь не менее 51 % уставного капитала.

Наряду с выделенным грантом в программе использовались такие инструменты оказания помощи женщинам-предпринимателям, как:

- индивидуальные консультации, рекомендации и поддержка со стороны назначенного консультанта, включая консультации до подачи заявки на открытие своего бизнеса;

- семинары, содержащие информацию, советы и рекомендации по вопросам предпринимательской деятельности в целях подготовки женщин к ее началу;

- оценка бизнес-плана и других документов специально созданным комитетом в составе трех членов;

- регулярный мониторинг выполнения бизнес-плана и прогресса бизнеса.

Необходимо отметить, что исторически женщины подвергались дискриминации на греческом рынке труда. Эта дискриминация по признаку пола является явной или скрытой и выражается в том, что женщины вынуждены платить более высокие процентные ставки по кредитам или предоставлять более крупные гарантии. Разработанная в процессе реализации программы методика выделения субсидий была направлена на решение этой проблемы путем предоставления доступного финансирования женщинам-предпринимателям.

В целом, по мнению греческих экспертов, совокупный эффект мер, направленных на содействие предпринимательской деятельности женщин, является положительным. Рассматриваемая программа была целесообразной для продвижения экономической независимости женщин в условиях очень сложной экономической ситуации, поскольку ВВП Греции упал на 21 % в период с 2010 по 2013 год. В своем докладе по Греции Комитет Организации Объединенных Наций по лик-

видации дискриминации в отношении женщин упоминает эту программу в качестве одного из ключевых мероприятий по борьбе с безработицей и обеспечению равных возможностей на рынке труда.

### *Опыт Германии*

В Германии в 1982 году была создана микрофинансовая организация Goldrausch Frauennetzwerk, которая предоставляла небольшие займы женщинам-предпринимателям в Берлине. К настоящему времени она существует уже на протяжении более 35 лет и предлагает широкие возможности для инноваций и расширения бизнеса. С 2010 года эта организация является единственной общегерманской структурой по финансированию женщин, которая аккредитована в микрокредитном Фонде ФРГ.

Цель Goldrausch Frauennetzwerk – помощь женщинам-предпринимателям в создании бизнесов и инвестировании в них путем выдачи микрозаймов. В последние годы предпочтение отдается женщинам в возрасте старше 45 лет и мигрантам. В основном потребителями кредитов являются индивидуальные предприниматели, которые ведут бизнес без наемных работников. Они функционируют в сфере услуг, таких как косметология, рестораны, розничные магазины, пекарни и службы по уходу за детьми.

Организация предоставляет небольшие кредиты женщинам, которые хотят инвестировать в бизнес, в процессе начала бизнеса или при расширении существующего предприятия. Доступны два вида кредитных продуктов:

1. Классические микрокредиты могут варьироваться от 1000 до 10 000 евро и предоставляются по низкой процентной ставке. Поло-

вина суммы должна быть гарантирована третьей стороной, а кредиты выдаются на максимальный срок 3 года. Погашение может быть ежемесячным или в конце срока кредита. Дополнительная плата при этом не взимается.

2. Второй продукт был разработан для женщин, которые хотят создать фирму в секторе здравоохранения и социальных услуг. Срок кредита – до 12 месяцев. По этому кредиту (до 2000 евро) заемщикам не нужно предоставлять залог.

В обоих случаях клиенты выполняют одни и те же процедуры. После первоначальной телефонной встречи проводится информационная сессия с кредитным консультантом и более углубленная консультативная сессия с предоставлением всех необходимых документов. Предварительное решение принимается кредитным консультантом и передается на утверждение в консультативный совет. Затем составляется кредитный договор и документы направляются для выплаты кредита.

Рассматриваемая организация оказывает безвозмездную помощь в деятельности, связанной с правами женщин, и привлекает при решении проблем экспертов, политиков, ученых.

Преимуществами Goldrausch Frauennetzwerk по сравнению с другими финансовыми организациями являются:

- быстрая проверка запроса на получение кредита;
- оказание экспертных консультаций;
- быстрое принятие решения и выплата кредита;
- возможность досрочного погашения кредита;
- активные контакты по возникающим вопросам;

- регулярное возобновление кредитной линии при успешном погашении предыдущего кредита;
- повышение кредитного рейтинга.

За время своего существования организация выдала более 570 кредитов на общую сумму около 1,2 миллиона евро.

В целом деятельность рассматриваемой организации обеспечивает увеличение присутствия женщин в деловом мире. Немецкий бизнес-ландшафт становится все более женским, и в настоящее время каждый четвертый владелец бизнеса в стране является женщиной. Вместе с тем можно отметить, что имеющийся потенциал вклада женщин в предпринимательскую деятельность используется далеко не в полной мере. Кроме того, согласно исследованию, проведенному по заказу Министерства экономики ФРГ, большинство предприятий, созданных женщинами, относятся к типичным женским видам деятельности и связаны со сферой услуг. В технологически ориентированных предприятиях доля женщин составляет всего около 15 %.

Деятельность Goldrausch Frauennetzwerk в области микрокредитования в основном направлена на создание дружественной среды для женщин, которые имеют интересные идеи для предпринимательства и нуждаются в небольшом количестве денег, чтобы позволить своему бизнесу расти. Не будучи банком, эта организация лучше способствует поддержке женщин в получении доступа к кредитам, чем обычная банковская кредитная система.

Еще один опыт Германии связан с женским стартап-центром Grunderinnenzentrale, который был создан в 2006 году в Берлине и продолжает деятельность до настоящего времени. Немецкий деловой ландшафт привлекает женщин. Вместе с тем потенциально огромный

предпринимательский потенциал женщин далеко не исчерпан. Особенно это относится к высокотехнологичным стартапам, доля которых в женском бизнесе составляет не более 15 %.

Целью создания стартап-центра было укрепление связей между женщинами, которые хотят создать свой собственный бизнес, женщинами, являющимися предпринимателями и бизнес-экспертами. Центр поддерживает гендерное равенство в социальной жизни и занятости путем улучшения интеграции на рынке труда, предоставления женщинам специализированных услуг и обеспечения более эффективного сочетания трудовых и семейных обязанностей. Grunderinnenzentrale был открыт в качестве дочернего предприятия крупнейшего в Европе женского кооператива WeiberWirtschaft, который был основан в 1989 году 17 безработными выпускниками университетов и в настоящее время насчитывает 1750 членов.

Grunderinnenzentrale располагает бизнес-центром площадью 7100 кв. м, в котором работают около 65 предприятий, принадлежащих женщинам. Эти предприятия специализируются на таких видах деятельности, как услуги, производство, ремесла, гастрономия, культура и образование. Экологическая реконструкция здания в центре Берлина стоимостью 18,6 млн евро финансировалась за счет подписок членов WeiberWirtschaft, поддержки из бюджета Берлина и банковских кредитов.

Инфраструктура центра включает в себя детский сад, кафетерий и конференц-зал. Недорогие дошкольные учреждения для детей в возрасте от 10 месяцев до 6 лет гарантированы для каждой матери, арендующей помещение.

Благодаря своей деятельности центр оказывает помощь женщинам, желающим открыть свое дело, путем оказания всесторонней поддержки на начальном этапе и в управлении бизнесом. Grunderinnenzentrale имеет очень хорошую репутацию. Более 10 000 женщин пользовались его услугами, 3700 посещали его мероприятия. Около 80 % женщин, обратившихся в центр, создали свои собственные предприятия.

Основными направлениями деятельности Grunderinnenzentrale являются:

1. Обмен информацией и проведение встреч, где зрелые предприниматели могут обмениваться опытом с владельцами стартапов. Такие встречи проводятся каждый первый четверг месяца. Они бесплатные, регистрация не требуется.
2. Семинары и информационные вечера для женщин, желающих стать предпринимателями, которые дают общую информацию по вопросам, связанным с управлением предприятием, бухгалтерскому учету и ценообразованию.
3. Регулярные встречи команд, которые состоят из четырех-шести женщин-предпринимателей. На встречах обсуждаются вопросы мотивации, а также создания и управления предприятием.
4. Наставничество, когда индивидуальные эксперты оказывают поддержку женщинам на начальном этапе стартапов.
5. Предоставление списка консультантов и организаций, которые могут оказывать дальнейшую и более специализированную поддержку.
6. Ознакомление с данными о местоположении производственных баз.

7. Помощь в поиске делового партнера.
8. Предоставление доступа к базам данных предпринимателей, в том числе на веб-сайте.
9. Предоставление календаря мероприятий, которые проводит центр.
10. Бесплатные рабочие места, где женщины могут написать свой бизнес-план или найти необходимую информацию.

Центр получил в 2008 году приз регионов Конгресса Совета Европы, а в 2011 году награду за инновации Социал-демократической партии Германии.

#### *Опыт Финляндии*

Поддержка деятельности женщин, обладающих предпринимательским потенциалом, является одной из основных целей и лежит в основе политики Финляндии в области предпринимательства и гендерного равенства. Помощь женщинам-предпринимателям в сфере инновационных услуг осуществлялась в Финляндии по программе *Innolady Camp* в течение 2011-2013 годов. Появление этой программы обусловлено следующим. Исследования, проведенные в Финляндии, показали, что высшее образование снижает предпринимательскую активность женщин, в то время как оно увеличивает ее для мужчин. *Innolady Camp* была направлена на преодоление этой тенденции и предоставление предпринимательской подготовки женщинам, которые планировали создать инновационные предприятия. Программа явилась важной инициативой по поощрению женского предпринимательского потенциала и сокращению гендерного разрыва среди высокообразованных предпринимателей в Финляндии.



Innolady Camp – программа обучения предпринимательству для женщин Финляндии, которые планировали создать свой собственный инновационный бизнес, но работали в качестве наемных работников или являлись студентами университетов. Программа управляется женским агентством предпринимательства. Учрежденное в 1996 году агентство является государственно-частным партнерством, финансируемым Министерством занятости и экономики, Европейским социальным фондом (ESF), а также несколькими частными компаниями. Его миссия заключается в содействии предпринимательству и поддержке существующих предпринимателей в развитии их бизнеса путем предоставления услуг для стартапов, проведения учебных курсов по предпринимательству, бизнес-наставничества и сетевых мероприятий.

Финансирование агентства происходило через программу «Валтава», национальную программу развития гендерной проблематики.

Программа Innolady Camp проходила в сельской местности. Всего в ней приняли участие 40 женщин. В качестве наставников были задействованы 30 специалистов. Многие участницы программы уволились со своих рабочих мест и создали собственный бизнес, пока шло обучение. К концу 2013 года 31 из 40 участниц (77,5 %) начали предпринимательскую деятельность.

Успеху Innolady Camp способствовало несколько факторов. В выходные дни были организованы сборы, которые позволили принять участие тем, кто работал в течение недели. Методики обучения основывались на совмещении учебных курсов, наставничества со стороны коллег и эффективного взаимодействия между опытными предпринимателями и участницами. Кроме того, Innolady Camp дополнялась

инновационным веб-сервисом InnoLady Cloud. Эта услуга позволяла развивать свои бизнес-идеи на самом раннем этапе путем диалога с участницами, наставниками, бизнес-ангелами и другими пользователями сети.

Innolady Camp способствовала разработке концепции «инновационного лагеря», которая включает в себя консультирование предпринимателей, их обучение, формирование конкретных инновационных моделей и бизнес-планов.

Можно отметить, что программа Innolady Camp уже в 2012 году получила премию KONSTA Финской ассоциации поддержки изобретателей.

### *Опыт Франции*

Во Франции в 2005 году была создана сеть бизнес-инкубаторов, которая называлась Federation Pionnieres. Программа была нацелена на помощь женщинам-предпринимателям в их желании работать в инновационном бизнесе сектора услуг. Программа включала мероприятия, направленные на то, чтобы дать женщинам из различных регионов и социальных слоев возможность создавать успешные бизнесы, рабочие места и добавленную стоимость, способствуя тем самым экономическому росту экономики Франции.

Federation Pionnieres обеспечивала групповое обучение, индивидуальное обучение и наставничество, а также сетевые возможности. Всего она оказала поддержку 575 женщинам-предпринимателям, которые открыли 338 новых предприятий. То есть 85 % ее клиентов были успешными в создании своих бизнесов. Большинство клиентов яв-

лялись женщинами старше 40 лет, которые либо не имели работы, либо хотели изменить свою карьеру.

Организация *Federation Pionnieres* также проводила множество промоакций и пропаганду женского предпринимательства среди предприятий и общественности, в частности студентов.

До создания *Federation Pionnieres* французская политика не учитывала гендерную перспективу, особенно в части инновационных стартапов. Данные о числе женщин, участвующих в предпринимательстве, были неполными, кроме того, отсутствовали какие-либо конкретные инструменты для оказания поддержки женщинам, желающим создать свой собственный бизнес. Рассматриваемая организация решила изменить эту ситуацию, создав сеть бизнес-инкубаторов и поставщиков инновационных решений для женщин, начинающих предпринимателей. Бизнес-инкубаторы были созданы с помощью Министерства малого и среднего предпринимательства, региональных, финансовых и предпринимательских структур. Первоначальный проект в Париже был основан на наблюдении, что традиционные бизнес-инкубаторы были полезны только для менее 5 % женщин, которые хотели создать свой собственный бизнес. Они в основном ориентировались на высокотехнологичные стартапы, в то время как женщины гораздо чаще хотели начать работу в секторе услуг. Создаваемая организация больше внимания уделяла предприятиям в традиционных женских секторах, таких как уход и услуги, расширяя поддержку на разных этапах развития бизнеса и не фокусируясь исключительно на стартапах. Она оказывала поддержку женщинам-предпринимателям от первоначальной идеи до создания бизнеса.

Организация оказывает следующие услуги:

- индивидуальный коучинг, при котором каждый предприниматель получает индивидуальную поддержку на протяжении всего процесса создания своего бизнеса;
- групповые тренинги по таким темам, как правовые и финансовые вопросы и методы управления;
- создание социальных сетей для оказания помощи женщинам-предпринимателям в поиске источников начального финансирования, грантов и инвестиций, обмене опытом и взаимной поддержке;
- поиск наставников, которые готовы потратить часть своего времени на помощь молодым женщинам-предпринимателям.

Программа была направлена на различные целевые группы женщин, при этом большинство женщин, которых она поддерживала, были старше 40 лет и являлись матерями. Как правило, они были безработными или искали новую работу. Эти женщины не планировали начало крупных бизнесов, поэтому среднее значение первоначальных инвестиций было около 50 тысяч евро.

### *Опыт Испании*

Проект «Сельская женщина: занятость и новые технологии» стартовал в 2010 году. В нем участвовали восемь местных инициативных групп в шести испанских регионах – Андалусии, Астурии, Кастилии-Ла-Манча, Кастилии, Леоне и Мадриде. Этот проект являлся частью Национальной сети сельских районов и был направлен на стимулирование предпринимательской деятельности женщин и расширение использования ими информационно-коммуникационных технологий. В каждой области проект имел своего агента, который

оказывал поддержку женщинам-предпринимателям. Проект действовал до 2013 года, однако некоторые из его мероприятий финансируются до настоящего времени из других источников. Всего по проекту было организовано 11 онлайн-учебных курсов, в которых приняли участие 833 женщины. В результате создано 43 новых предприятия.

Проект стоимостью 500 000 евро являлся частью более широкой Национальной сельской сети (NRN), которая функционировала при поддержке Министерства сельского хозяйства, продовольствия и окружающей среды.

Женщины в сельских районах Испании подвергаются различным видам дискриминации. Гендерные роли им строго навязываются, а гендерные стереотипы имеют глубокие корни. Поэтому проект «Сельская женщина: занятость и новые технологии» являлся весьма актуальным. Проект был направлен на поощрение предпринимательской деятельности женщин, создание равных возможностей с мужчинами, расширение индивидуального предпринимательства среди женщин, повышение их самооценки и мотивации. Он также был направлен на создание связей, которые позволяют женщинам обмениваться знаниями и опытом и содействовать женским деловым ассоциациям. Участницами проекта являлись женщины в сельских районах в возрасте от 20 до 60 лет. Проект уделял особое внимание молодым женщинам, вовлеченным в неформальную деятельность.

Проект состоял из двух этапов. На подготовительном этапе был проведен обзор текущей деятельности женщин-предпринимателей, их поддержки, секторов, в которых они работают, препятствий, с которыми они сталкиваются, и способов, с помощью которых они справляются. Были разработаны стратегический план и индивидуальные

пути обучения. Для консультирования и поддержки бизнес-инициатив по мере их возникновения была создана группа так называемых агентов, в которую вошли специалисты и эксперты.

На следующем этапе проводилось онлайн-обучение на основе индивидуальных методов, подготовленных в ходе первого этапа. Существенное внимание уделялось лидерству в бизнесе, информационным технологиям, созданию бизнес-планов и цифровому маркетингу. В каждой области был задействован агент, который являлся специалистом в сфере предпринимательства, обеспечивал информирование, консультирование и помощь женщинам в создании, консолидации, диверсификации и совершенствовании своего бизнеса. Агенты отдавали приоритет творческому и инновационному бизнесу, особенно в части развития местных услуг.

Позитивным результатом проекта стало предоставление конкретных инструментов для содействия женщинам в сельских районах. Используя их, женщины-предприниматели эффективно расходовали свои финансовые ресурсы, налаживая связи с местными государственными службами.

### *Опыт Великобритании*

Aspire Fund (Фонд стремления) был создан в Великобритании в 2008 году. Фонд в размере 12,5 млн фунтов стерлингов нацелен на обеспечение помощи женским предприятиям. Он работает на основе совместного инвестирования, в котором частные инвестиции составляют не менее 50 % от общего объема. Фонд действует под эгидой Capital for Enterprise (CfEL), экспертного центра правительства Великобритании по финансовым мерам поддержки МСП. Цель фонда со-

стоит в том, чтобы увеличить число успешных предприятий, возглавляемых женщинами, в Великобритании, гарантируя, что те, у кого есть реальный потенциал для роста, не будут иметь проблем в своем развитии из-за отсутствия капитала. Фонд оказывает финансовую поддержку в размере от 100 000 до 1 млн фунтов стерлингов. Он обеспечивает до половины финансирования для любой инвестиции наряду с другими частными инвесторами. Такой подход к совместному инвестированию направлен на увеличение числа компаний, которые могут быть поддержаны имеющимся капиталом при соблюдении положений о государственной помощи. Чтобы иметь право на инвестиции, предприятия должны располагаться в Великобритании и выпускать продукцию для ее рынков, соответствовать критериям МСП в ЕС. Кроме того, предприятие должно принадлежать и руководиться женщинами.

В Великобритании женщины примерно в 2 раза реже, чем мужчины, становятся предпринимателями (5 % женщин по сравнению с 10 % мужчин в 2011 году). В мае 2003 года Министерство торговли и промышленности приступило к осуществлению первой национальной стратегии в отношении женского предпринимательства в Великобритании. За период с 2008 по 2012 год количество новых МСП возросло на 367 тысяч, при этом женщины обеспечили 80 % этого прироста. В последние годы финансовая поддержка МСП, принадлежащих женщинам, рассматривается как имеющая первостепенное значение, потому что эти предприятия вносят около 75 млрд фунтов стерлингов в валовую добавленную стоимость.

Фонд *Aspire* направлен на решение проблемы гендерного неравенства и дискриминации в сфере финансирования предприниматель-

ской деятельности. Он обслуживает предприятия всех размеров, развивает диверсифицированные и конкретные финансовые услуги и поощряет женщин-предпринимателей в секторах, где они представлены недостаточно.

При этом фонд оказывает финансовую поддержку в тех случаях, когда имеется обоснование целесообразности выпуска продукции, а также наличия соответствующих рынков. Фонд не спасает неудавшиеся предприятия. Он не предоставляет грантов, и любые инвестиции, которые он делает, должны быть обеспечены активами.

### *Опыт Хорватии*

Women Entrepreneurs Loan Programme – программа кредитования женщин-предпринимателей, действовавшая в 2011-2014 годах. Эта программа была разработана хорватским Банком реконструкции и развития (НВОР) в сотрудничестве с Министерством предпринимательства и ремесел (которое предоставило средства для субсидирования процентных ставок) и хорватским Агентством по МСП и инвестициям (НАМАГ Invest), которое предоставляет гарантии женщинам-предпринимателям. В программе принимали участие 22 коммерческих банка, действующих в Хорватии.

Его основные цели заключались в поощрении создания и развития малых и средних предприятий, принадлежащих женщинам, увеличении числа женщин-предпринимателей, создании условий для более широкого участия женщин в экономике и формировании благоприятного предпринимательского климата.

Программа была инициирована в 2011 году в рамках национальной политики по обеспечению гендерного равенства на 2011-



2015 годы, которая направлена на решение проблемы неблагоприятного положения женщин на рынке труда и включает в себя меры по развитию женского предпринимательства. Политическими документами, связанными с программой, являлись Стратегия развития женского предпринимательства в Хорватии на 2010-2013 годы и Закон о гендерном равенстве. Необходимость содействия предпринимательству женщин приобрела критический характер в связи с затянувшимся экономическим кризисом (который начался в 2009 году) и особенно низким уровнем занятости. Общий уровень занятости составил 55,4 % в 2012 году в Хорватии, а уровень занятости женщин составил всего 50,2 %.

Программа была ориентирована на торговые и ремесленные фирмы, которые принадлежат женщинам и возглавляются ими, а также на индивидуальных предпринимателей-женщин. Она предоставляла женщинам-предпринимателям льготные займы для инвестирования в первоначальное финансирование, землю, здания, оборудование, животноводство и выращивание многолетних культур, разработку продуктов или услуг, патенты, лицензии, авторские права и франшизы, а также обеспечивала оборотный капитал (до 30 % от общего объема кредита). Условия кредитования были намного выгоднее, чем текущая ситуация на рынке.

Сумма кредита варьировалась от 10 000 до 90 000 евро с процентной ставкой 4 % в год за вычетом субсидий. Был льготный период до 2 или 5 лет. Срок погашения кредита составлял 12 лет с возможностью финансирования до 100 % от инвестиций. Средний размер кредита составлял 63 000 евро. Большинство предпринимателей, получивших кредиты, относились к сфере услуг, включая личные ус-

луги, здравоохранение, юридическую и бухгалтерскую деятельность. Кроме того, кредитовались предприятия по производству продуктов питания, выращиванию овощей, животноводству. Заявок от предприятий обрабатывающей промышленности было значительно меньше.

Программа стала самой крупной в истории страны с точки зрения финансирования и количества пользователей. Наиболее важным аспектом ее являлось субсидирование процентных ставок, которые финансировались из государственного бюджета через Министерство предпринимательства и ремесел.

### *Опыт Кипра*

Кипрский Женский кооперативный банк (WCB), один из первых кооперативных банков, созданных женщинами в мире, начал свою деятельность в январе 2001 года в Ларнаке под юрисдикцией Министерства торговли, промышленности и туризма. В то время около 350 женщин-предпринимателей на Кипре основали некоммерческое кредитное учреждение, занимающееся поддержкой предпринимательской деятельности женщин. 350 женщин-основателей выставили по 680 евро каждая и собрали первоначальный капитал в 410 000 евро. Члены Совета директоров представляют банковский, промышленный и научный сектор. Они предлагают свои услуги бесплатно. Примечательно, что банк был одним из первых учреждений такого типа в мире, получивших полную банковскую лицензию.

Целью банка является стимулирование женского предпринимательства путем предоставления специализированных программ и легкого доступа к финансированию. При этом он стремится предоставлять полный спектр финансовых услуг. Хотя банк обслуживает как

мужчин, так и женщин, его основной целевой группой клиентов являются женщины. Отметим, что 32 % его клиентов – мужчины, а 68 % – женщины.

Задачами банка являются:

- содействие созданию и развитию предприятий, принадлежащих женщинам, путем устранения трудностей, связанных с доступом к финансированию;

- сотрудничество с правительством, а также различными учреждениями на Кипре и за рубежом в целях освоения средств и услуг в рамках проектов;

- проведение исследований по вопросам, касающимся женщин, в целях разработки своей политики и формирования продуктов.

## **Заключение**

Становление женского предпринимательства в России, как и предпринимательства в целом, началось почти 30 лет тому назад. Этот процесс происходил во многом неравномерно и хаотично, что обуславливалось неоднократным изменением законодательной и нормативной базы, особенностями развития субъектов страны, политикой региональных органов власти. Уровень развития женского предпринимательства определялся большим количеством как объективных, так и субъективных факторов.

В монографии рассматривалась такая актуальная для современной экономики проблема, как развитие женского предпринимательства. При этом анализировались специфические особенности предпринимательской активности женщин, проблемы и барьеры, тормозящие ее развитие. На основе изучения отечественного и зарубежного опыта были приведены передовые формы и методы стимулирования участия женщин в создании собственных бизнесов.

Представленные в монографии материалы могут быть использованы для разработки научно обоснованных рекомендаций по дальнейшему развитию предпринимательства в России и в ее регионах, повышению роли этого сектора национальной экономики на основе

анализа закономерностей и тенденций, характерных для сегодняшнего уровня функционирования субъектов малого и среднего предпринимательства. Без понимания этих особенностей невозможно решение задач поддержки женского предпринимательства со стороны федеральных, региональных и муниципальных органов власти, оказания организационной, финансовой, инфраструктурной, информационной помощи, а также создания необходимых институциональных условий эффективного функционирования предпринимательских структур.

Полученные результаты имеют определенное теоретическое и прикладное значение, в частности, при проведении научных исследований женского предпринимательства, обосновании предложений по его развитию, а также оказании необходимой помощи и поддержки на всех уровнях управления (федеральном, региональном, муниципальном).

Теоретическое значение исследования заключается в разработке методических подходов, которые могут быть применены при проведении дальнейших исследований различных сторон деятельности женского предпринимательства. Результаты могут быть использованы с целью совершенствования образовательного процесса в высших учебных заведениях по таким учебным курсам, как «Предпринимательство», «Социальное предпринимательство», «Региональная экономика», «Государственное регулирование экономики», «Менеджмент», «Организация деятельности предпринимательских структур», «Экономический анализ», «Инвестиционный анализ», «Математические методы в экономике» и др.

## Литература

1. Алимпиева, А. В. Женское предпринимательство в белорусском и российском публичном дискурсе / А. В. Алимпиева // PRIMO ASPECTU. – 2017. – № 4 (32). – С. 19-30.
2. Большев, Л. Н. Таблицы математической статистики / Л. Н. Большев, Н. В. Смирнов. – М. : Наука. Главная редакция физико-математической литературы, 1983. – 416 с.
3. Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2016/2017» / О. Р. Верховская, Е. А. Александрова, К. А. Богатырева, М. В. Джелепова, Э. В. Шмелева. – СПб. : Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета, 2017. – 66 с.
4. Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2018/2019» / О. Р. Верховская, К. А. Богатырева, Д. М. Кнатько, М. В. Дорохина, Э. В. Шмелева. – СПб. : Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета, 2019. – 92 с.
5. Галлямов, Р. Р. Особенности женского предпринимательства в современной России / Р. Р. Галлямов // Экономика и управление : научно-практический журнал. – 2016. – № 3 (131). – С. 56-67.
6. Гильманова, Г. Х. Региональные особенности развития женского предпринимательства в российском обществе / Г. Х. Гильманова

- // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2007. – № 9 (73). – С. 31-36.
7. Грицаюк, З. А. Дискриминация женщин в реальном секторе экономики / З. А. Грицаюк // Вестник Тихоокеанского государственного университета. – 2006. – № 1. – С. 161-170.
  8. Долгорукова И. В. Аз... Буки... Леди... Возможность самовыражения женщины в малом бизнесе / И. В. Долгорукова, А. Н. Колесников // Российское предпринимательство. – 2004. – № 3. – С. 3-8.
  9. Женщины и мужчины России. 2016 : статистический сборник. – М. : Федеральная служба государственной статистики (Росстат), 2016. – 208 с.
  10. Индикаторы образования. 2017 : статистический сборник. – М. : Высшая школа экономики, 2017. – 320 с.
  11. Индекс предпринимательской активности женщин. Комитет по развитию женского предпринимательства «ОПОРЫ РОССИИ». – URL: [womanopora.ru/proekty/indeks-zhenskoj-predprinimatelskoj-aktivnosti-\(wbi\)/](http://womanopora.ru/proekty/indeks-zhenskoj-predprinimatelskoj-aktivnosti-(wbi)/) (дата обращения: 15.02.2019).
  12. Кипервар, Е. А. Женское предпринимательство: особенности и перспективы развития в регионах (на примере Омской области) / Е. А. Кипервар, М. А. Севелова // Омский научный вестник. – 2009. – № 2 (76). – С. 96-99.
  13. Колобова, А. Е. Женщины-предпринимательницы среднего и старшего возраста: штрихи к портрету / А. Е. Колобова // Женщина в российском обществе. – 2016. – № 1 (78). – С. 51-59.
  14. Копытова, Ю. А. Характерные черты женского предпринимательства в России / Ю. А. Копытова, Г. И. Петрова // Фундаментальная наука и технологии – перспективные разработки : материалы XV международной научно-практической конференции. – Издательство CreateSpace, 2018. – С. 63-68.

15. Морозов, В. А. С надеждой на женщин. Женское предпринимательство как основа развития малого бизнеса / В. А. Морозов // Российское предпринимательство. – 2003. – № 3. – С. 3-10.
16. Московцева, Л. В. Социально-экономические условия женского предпринимательства в российском малом и среднем бизнесе / Л. В. Московцева // ФЭС: Финансы. Экономика. – 2011. – № 8. – С. 12-14.
17. Национальная стратегия действий в интересах женщин на 2017-2022 годы от 8 марта 2017 г. № 410-р // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2017. – № 11. – Ст. 1618.
18. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации : Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ.
19. Орлова, А. В. Организация аналитической работы в исследованиях женского предпринимательства / А. В. Орлова // Экономика. Бизнес. Финансы. – 2018. – № 2. – С. 17-21.
20. Пиньковецкая, Ю. С. Закономерности и тенденции развития предпринимательства в России / Ю. С. Пиньковецкая. – Ульяновск : УлГУ, 2018. – 240 с.
21. Полутова, М. А. Специфика генезиса женского предпринимательства в постиндустриальный период / М. А. Полутова // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. – 2015. – № 12-4. – С. 53-55.
22. Постановление комиссии (ЕС) № 800/2008. – URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32008R0800> (дата обращения: 21.07.2018).
23. Райманова, З. И. Актуальные проблемы развития женского предпринимательства в России / З. И. Райманова // Доклады Башкирского университета. – 2018. – № 3 (6). – С. 661-664.



24. Семенов, Р. И. Развитие женского предпринимательства в России / Р. И. Семенов // Качество науки – качество жизни. – 2018. – № 11. – С. 72-75.
25. Семенова, Ю. А. О социальном механизме оптимизации женского предпринимательства / Ю. А. Семенова // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. – 2013. – № 13 (1). – С. 33-35.
26. Симонова, Е. В. Женское предпринимательство как фактор роста экономики России / Е. В. Симонова // Вестник ОРЕЛГИЭТ. – 2018. – № 2 (44). – С. 177-183.
27. Старова, Л. Н. Женские сети. Женщины и бизнес в XXI веке / Л. Н. Старова // Российское предпринимательство. – 2002. – № 3. – С. 73-78.
28. Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года : Распоряжение Правительства от 2 июня 2016 г. № 1083-р // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2016. – № 24. – Ст. 3549.
29. Уткина, Н. Ю. Объективные и субъективные факторы развития женского предпринимательства в России / Н. Ю. Уткина // Женщина в российском обществе. – 2017. – № 1 (82). – С. 17-27.
30. Хасбулатова, О. А. Гендерные аспекты развития STEM-образования в России / О. А. Хасбулатова // Женщина в российском обществе. – 2016. – № 3 (80). – С. 3-15.
31. Чирикова, А. Е. Женщина во главе фирмы / А. Е. Чирикова ; Институт социологии РАН. – М. : Издательство Института социологии РАН, 1998. – 358 с.
32. Achtenhagen L., Welter F. (2003), “Female Entrepreneurship in Germany: Context, Development and Its Reflection in German Media,” in J. Butler (ed.), *New Perspectives on Women Entrepreneurs*. Greenwich, CT: Information Age Publishing, 77-100.

33. Aidis R., Weeks J. 2016. Mapping the Gendered Ecosystem: The Evolution of Measurement Tools for Comparative High-Impact Female Entrepreneur Development // *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. 8 (4): 330-52.
34. Aldrich H. E., Cliff J. E. 2003, The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective // *Journal of Business Venturing*, vol. 18, no. 5, p. 573-596.
35. Aldrich H. E., Ruef M. 2006. *Organizations evolving*. SAGE Publications Ltd London, 345.
36. Bruno A., Tyebjee T. The environment for entrepreneurship. In Kent C. A., Sexton D. L. & Vesper K. (eds) *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood, Cliffs, NJ: Prentice Hall. 1982. P. 288-307.
37. Brush C. G., de Bruin A. M., Welter F. A Gender Aware Framework for Women's Entrepreneurship // *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. 2009. N 1:1. P. 8-24.
38. Brush C., Carter N., Gatewood E., Greene P., Hart M. *Growth Oriented Women Entrepreneurs and their Businesses: A Global Research Perspective*. Cheltenham. UK: Edward Elgar. 2006.
39. Brush C., Carter N., Gatewood E., Greene P. & Hart M. *Women and Entrepreneurship: Contemporary Classics*, Cheltenham. UK: Edward Elgar. 2006.
40. Brush C., Greene P., Hart M., Saparito P. Patterns of venture capital funding: Is gender a factor? *Venture Capital*. 2001. N 3. P. 63-83.
41. Cantu Cavada M., Bobek V., Macek A. Motivation Factors for Female Entrepreneurship in Mexico. *Entrepreneurial Business and Economics Review*. 2017. N 5 (3). P. 133-148.
42. Casper L. M., O'Connell M. Work, income, the economy, and married fathers as child-care providers // *Demography*. 1998. N 35. P. 243-250.

43. Cesaroni F. M., Lotti F., Mistrulli P. E. Female firms and banks' lending behaviour: What happened during the great recession? Occasional Paper 177, Banca d'Italia. 2013.
44. Cesaroni F. M., Paoloni P. Are family ties an opportunity or an obstacle for women entrepreneurs? Empirical evidence from Italy. Palgrave Communications. Palgrave Communications volume 2, Article number: 16088. 2016.
45. Clark M. S., Ozkazanc-Pan S. C. A gender integrative conceptualization of entrepreneurship. New England Journal of Entrepreneurship. 2015. N 1 (19). P. 27-40.
46. Connelly R. Self-employment and providing child care // Demography. 1992. N 29. P. 17-29.
47. Cuberes D., Teignier M. 2015. Aggregate Effects of Gender Gaps in the Labor Market: A Quantitative Estimate. Economics Working Paper E14/308, University of Barcelona, Barcelona. URL: [http://www.marcteignier.com/research\\_files/GGLMAP\\_CT.pdf](http://www.marcteignier.com/research_files/GGLMAP_CT.pdf)
48. Darian J. C. Convenience of work and the job constraint of children // Demography. 1975. N 12. P. 245-258.
49. Eurofound. European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions. URL: <https://www.eurofound.europa.eu/> (дата обращения: 25.08.2018).
50. Europe 2020. A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex:52010DC2020> (дата обращения: 25.08.2018).
51. European Employment Observatory (EEO). URL: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1086&langId=en> (дата обращения: 25.08.2018).
52. European Commission. Eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/publications/all-publications> (дата обращения: 25.08.2018).

53. European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions (Eurofound), *Self-employed workers: industrial relations and working conditions*, Dublin, 2009.
54. Fetsch E., Jackson C., Wiens J. *Women Entrepreneurs are Key to Accelerating Growth*. Kauffman Foundation. 2015. URL: <http://www.kauffman.org/what-we-do/resources/entrepreneurshippolicy-digest/women-entrepreneurs-are-key-to-accelerating-growth> (дата обращения: 20.07.2018).
55. Flash Eurobarometer 283: *Entrepreneurship in the EU and beyond – A survey in the EU, EFTA countries, Croatia, Turkey, the US, Japan, South Korea and China*. URL: [https://data.europa.eu/euodp/data/dataset/S765\\_283](https://data.europa.eu/euodp/data/dataset/S765_283) (дата обращения: 20.08.2018).
56. European Commission. *Female entrepreneurs*. URL: [https://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/we-work-for/women\\_en](https://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/we-work-for/women_en) (дата обращения: 25.08.2018).
57. Gawell M. *Activist Entrepreneurship – Attacing Norms and Articulating Disclosive Stories*. Stockholm: Stockholm University Press. 2007.
58. *Global Entrepreneurship Monitor 2016-2017*. Global Entrepreneurship Research Association (GERA). 2017. 180 p.
59. Global Entrepreneurship Research Association. 2017. *The 2015/2016 Global Entrepreneurship Monitor*. London: Global Entrepreneurship Research Association. URL: <http://www.gemconsortium.org/report> (дата обращения: 24.08.2018).
60. *Global Entrepreneurship Monitor 2018-2019*. (2019). Global Entrepreneurship Research Association (GERA). 152 p.
61. Goffee R., Scase R. *Women in charge: The experiences of female entrepreneurs*. London: George Allen and Unwin. 1985.
62. Golla A. M., Malhotra A., Nanda P., Mehra R. *Understanding and Measuring Women’s Economic Empowerment: Definition, Frame-*

- work and Indicators. Washington, DC: International Center for Research on Women. 2011.
63. Gray K. R., Finley-Hervey J. Women and Entrepreneurship in Morocco: Debunking Stereotypes and Discerning Strategies // *The International Entrepreneurship and Management Journal*. 2005. Volume 1. Issue 2. P. 203-217.
  64. Gupta V. K., Turban D. B., Wasti S. A., Sikdar A. The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2009. N 33 (2). P. 397-417.
  65. Gustafsson S., Wetzels C. Family Policies and Women's Labour Force Transitions in Connection with Childbirth // *Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung*. 1997. N 1. P. 118-124.
  66. Hamilton E. *Entrepreneurship across generations: narrative, gender and learning in family business*, Cheltenham: Edward Elgar Publishing. 2013.
  67. Hašková H., 2005. Czech women's organising under the state socialist regim, socio-economic transformation and the EU accession period // *Czech sociological review*. 2005. Vol. 41. N 6. P. 1077-1100.
  68. Hašková H., Saxonberg S. Mýtus pátý: Češi a Češky jesle nechtějí. in Hašková, Hana, Steven Saxonberg (eds.), Jiří Mudrák. *Péče o nejmenší. Boření mýtů*. Praha: Sociologické nakladatelství SLON. 2012. P. 105-122. 199 p.
  69. Heinhold I., Gaede K. W. *Ingenieur statistic*. München, Wien, Springer Verlag. 1964. 352 p.
  70. Hermosa J., Paton J., Barroeta B. Smart specialization and entrepreneurial discovery: Theory and reality *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*. 2015. N 39. P. 5-22.

71. Hisrich R. D., O'Brien M. The woman entrepreneur as a reflection of the type of business. In K. H. Vesper (Ed.), *Frontiers of entrepreneurial research* (p. 54-67). Boston, MA: Babson College. 1981.
72. Hollender M., Wulf D. *Nonparametric methods of statistic*. Moscow. Finance and statistic. 1983. 518 p.
73. Holst E. *Institutionelle Determinanten der Erwerbsarbeit: Zur Notwendigkeit einer Gender-Perspektive in den Wirtschaftswissenschaften*. DIW Diskussionspapier. Berlin: DIW. 2001.
74. Hundley G. Male/female earnings differences in self-employment: The effects of marriage, children, and the household division of labor // *Industrial and Labor Relations Review*. 2000. 54 (1). P. 95-115.
75. Jennings J. E., Brush C. G. Research on women entrepreneurs: challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? // *The Academy of Management Annals*. 2013. N 7 (1). P. 663-715.
76. Kirkwood J. Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship // *Gender in Management: An International Journal*. 2009. Vol. 24. Issue 5. P. 346-364.
77. Kirzner I. *Discovery and the Capitalist Process*. Chicago: Univ. of Chicago Press. 1985.
78. Lewis K. V., Henry C., Gatewood E. J., Watson J. *Women's Entrepreneurship in the 21st Century: An International Multi-Level Research Analysis*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. 2014.
79. Mari M., Poggesi S., De Vita L. Italian women entrepreneurs: An empirical investigation // 28th Annual Conference of the British Academy of Management (BAM), September, 9th-11th 2014. Belfast. 31 p.
80. *Mastercard Index of Women Entrepreneurs*. 2017. 60 p.
81. McClelland E., Swail J., Bell J., Ibbotson P. Following the pathway of female entrepreneurs: A six-country investigation // *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 2005. Vol. 11. Issue 2. P. 84-107.

82. Meunier F., Krylova Y., Ramalho R. Women's Entrepreneurship: How to Measure the Gap between New Female and Male Entrepreneurs? 2017 World Bank Group, Development Economic, Global Indicators Group. 28 p.
83. Nielsen S., Klyver K., Evald M. Denmark. In: Fielden, S. and M. Davidson (eds.), International Research Handbook on Successful Women Entrepreneurs. Edward Elgar, Cheltenham. 2010.
84. Ogbor J. Mythicizing and Reification in Entrepreneurial Discourse: Ideology Critique of Entrepreneurial Studies // Journal of Management Studies. 2000. Vol. 37 (5). P. 605-635.
85. Orhan M., Scott D. Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model // Women in Management Review. 2001. Vol. 16. Issue 5. P. 232-247.
86. Pearson, E. S. Test for departure from normality: Comparison of powers / E. S. Pearson, R. B. D'Agostino, K. O. Bowmann // Biometrika. 1977. N 64. P. 231-246.
87. Peng M. W., Heath P. S. The growth of the firm in planned economies in transition: Institutions, organizations, and strategic choice // Academy of Management Review. 1996. N 21 (2). P. 492-528.
88. Penrose E. The Theory of Growth of the Firm. New York: John Wiley & Sons. 1959.
89. Piacentini M. Women entrepreneurs in the OECD: Key evidence and policy challenges. OECD Social, Employment and Migration Working Papers. 147. 2013. OECD Publishing.
90. Presser H. Job, family, and gender: Determinants of nonstandard work schedules among employed Americans in 1991 // Demography. 1995. N 32. P. 577-598.
91. RBS Group. Women in Enterprise, a Different Perspective. 2013. URL: <http://www.inspiringenterprise.rbs.com/sites/default/files/resources/womeninenterprise.pdf> (дата обращения: 24.06.2018).

92. Rinaldi A., Tagliazucchi G. Women Entrepreneurs in Italy: A Prosopographic Study // European Business History Association 21<sup>st</sup> Annual Congress “Transformation in Business and Society: A Historical Approach”, 24 to 26 August 2017, Vienna University of Economics and Business, 22 p.
93. Schumpeter J. A. The theory of economic development. Cambridge, MA: Harvard University Press. 1934.
94. Sciascia S., Mazzola P., Astrachan J., Pieper T. The role of family ownership in international entrepreneurship: Exploring nonlinear effects // Small Business Economics. 2012. N 38 (1). P. 15-31.
95. Shane S., Locke E. A., Collins C. J. Entrepreneurial motivation. Human Resource Management Review. 2003. N 13 (2). P. 257-279.
96. Shapiro S. S., Francia R. S. An approximate analysis of variance test for normality. Journal of the American Statistical Association. 1972. Vol. 67. P. 215-216.
97. Swedish Agency for Economic and Regional Growth (SAERG). Women’s and men’s enterprise in Sweden. Stockholm. 2009.
98. The bottom line: unequal enterprise in America: report of the President's Interagency Task Force on Women Business Owners, Washington: U.S. Govt. Print. Off. 1978. 221 p.
99. The World Bank. 2017. Labor force, female (% of total labor force). URL: <https://data.worldbank.org/indicator/SL.TLF.TOTL.FE.ZS> (дата обращения: 10.04.2018).
100. Varesi P., Vergani A. Self-employment e sostegno pubblico all’imprenditorialità. Il caso della Provincia di Cuneo e dei Programmi di creazione d’impresa. Milano: Angeli. 2014.
101. Wang Q. Child care, work-family policy and female entrepreneurship. Social Science Research Network. 2015. Available at <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2669282> (дата обращения: 10.04.2018).



- 
102. Welter F., Smallbone D., Aculai E., Isakova N., Schakirova N. Female Entrepreneurship in Post-Soviet Countries. in J. Butler (ed.), *New Perspectives on Women Entrepreneurs*. Greenwich, CT: Information Age Publishing. P. 243-269. 2003.
  103. Woetzel J., Madgavkar A., Ellingrud K., Labaye E., Devillard S., Kutcher E., Manyika J., Dobbs R., Krishnan M. 2015. *The Power of Parity: How Advancing Women's Equality Can Add \$12 Trillion to Global Growth*. Washington, DC: McKinsey & Co.
  104. Woldie A., Adersua A. Female Entrepreneurs in a Transitional Economy: Businesswomen in Nigeria // *International Journal of Social Economics*. 2004. N 31 (1/2). P. 78-93.
  105. *Women's Entrepreneurship: closing the gender gap in access to financial and other services and in social entrepreneurship*. European Parliament. Brussels. 2015.

Научное издание

**Пиньковецкая Юлия Семеновна**

**ЖЕНСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО  
В РОССИИ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ**

Монография

Директор Издательского центра *Т. В. Максимова*  
Редактирование и подготовка оригинал-макета *Г. И. Петровой*  
Оформление обложки *Н. В. Пеньковой*

Подписано в печать 26.08.2020.  
Формат 60×84/16. Усл. печ. л. 10,0.  
Тираж 500 экз. Заказ № 42/

Оригинал-макет подготовлен в Издательском центре  
Ульяновского государственного университета  
432017, г. Ульяновск, ул. Л. Толстого, 42

Отпечатано с оригинал-макета в Издательском центре  
Ульяновского государственного университета  
432017, г. Ульяновск, ул. Л. Толстого, 42