



Ю. С. Пиньковецкая

# ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИКАХ

Монография

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**

**ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ  
В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИКАХ**

*Монография*

Ульяновск

2021

**УДК 332.05**  
**ББК 65.09**  
**ПЗ2**

*Печатается по решению Ученого совета  
Института экономики и бизнеса  
Ульяновского государственного университета  
(протокол № 240/07 от 31 марта 2021 года)*

**Рецензенты:**

профессор кафедры экономики и предпринимательства  
Ульяновского государственного университета,  
д.э.н., профессор *Е. В. Пустынникова*;  
доцент кафедры управления качеством ФГБОУ ВО «Национальный  
исследовательский Мордовский государственный университет  
им. Н. П. Огарева», к.э.н., доцент *А. Т. Шилкина*

**Пиньковецкая Ю. С.**

**ПЗ2** **Предприниматели в современных экономиках : моногр. /**  
Ю. С. Пиньковецкая. – Ульяновск : УлГУ, 2021. – 170 с.

**ISBN 978-5-88866-859-7**

В монографии рассмотрены итоги исследований автора, посвященных проблемам предпринимательства в России и зарубежных странах. Основное внимание уделяется таким аспектам, как мотивы и интенции людей, создающих собственные бизнесы, а также инновационная и экспортная деятельность предпринимателей. Кроме того, рассматриваются мнения населения различных стран о карьере и статусе предпринимателей, об имеющихся возможностях и способностях, а также доступности информации о предпринимательстве. Приведен сравнительный анализ соответствующих показателей женского и мужского предпринимательства. В основе исследований лежат данные, полученные в процессе социологических обследований по программе Глобального мониторинга предпринимательства, и информация, приведенная в отечественных и зарубежных научных публикациях.

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 предпринимателей (особенно начинающих).

УДК 332.05  
ББК 65.09

**ISBN 978-5-88866-859-7**

© Пиньковецкая Ю. С., 2021

© Ульяновский государственный университет, 2021

# ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение .....	4
Глава 1. Мотивация предпринимателей.....	14
Глава 2. От интенций к начинающим предпринимателям.....	39
Глава 3. Инновационная деятельность предпринимателей .....	55
Глава 4. Экспортная активность предпринимателей.....	69
Глава 5. Выход предпринимателей из своего бизнеса .....	81
Глава 6. Компаративный анализ мнений людей о предпринимательстве.....	96
Заключение.....	151
Список литературы.....	153

## **ВВЕДЕНИЕ**

Предпринимательство в настоящее время является одним из важнейших секторов экономики большинства современных стран. Создание предпринимателями новых бизнесов повышает эффективность национальных экономик, усиливает рыночную конкуренцию, способствует экономическому росту, повышает уровень занятости и создает социальную стабильность. Значение предпринимателей особенно возрастает в периоды экономических кризисов, поскольку они способны лучше адаптироваться к изменениям рыночных условий [14, 32, 67, 77, 100]. Именно предприниматели являются владельцами около 93 % нефинансовых компаний в Европейском Союзе и других экономически развитых странах, в них занято около половины экономически активного населения.

Предпринимательский сектор экономики способен эффективно реагировать на возникающие проблемы, в том числе во время экономических кризисов, порождающих высокий уровень нестабильности рынков [50]. По сравнению с более крупными компаниями предприниматели могут гибко и быстро подстраиваться под изменения окру-

жающей среды [73]. Работа [4] обращает внимание на следующий феномен: если раньше экономическая политика предусматривала создание крупных концернов, в том числе при государственном участии, то в настоящее время больше внимания уделяется партнерству между средними и малыми предпринимателями и государством.

Таким образом, имеется настоятельная потребность в ускоренном росте предпринимательского сектора большинства стран, особенно развивающихся. Этот рост требует понимания факторов, влияющих на деятельность предпринимателей, и особенно на стимулирование появления новых предпринимателей в национальных экономиках [1, 2]. Поэтому среди насущных вопросов развития современного предпринимательства выступает определение резервов роста предпринимательского сектора в современных странах.

Научные исследования, например [6, 74, 116], показали существенные различия между мужчинами и женщинами, создающими новые бизнесы. При этом количество женщин, начинающих предпринимательскую деятельность в последние десятилетия, значительно выросло [11, 54]. Поэтому одной из главных целей органов государственного управления как в развитых, так и в развивающихся странах является разработка и реализация мероприятий, обеспечивающих эффективную гендерную политику в области развития предпринимательства. Учитывая это, одной из наиболее актуальных научных проблем можно считать изучение сложившихся гендерных различий в мотивах создания людьми собственных бизнесов и деятельности предпринимателей [19, 66, 104], то есть изучение особенностей пред-

принимательства, характерных для женщин и мужчин [23, 27, 42]. Именно этим аспектам предпринимательства посвящена настоящая монография.

Развитие предпринимательства в Российской Федерации началось в 90-х годах XX века в процессе формирования рыночной экономики. Концептуальные основы предпринимательства 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 всех граждан страны 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 судеустройства, гражданского, гражданско-процессуального и арбитражно-процессуального законодательства, правового регулирования интеллектуальной собственности, а также установления налогов и сборов. Свобода экономической деятельности предполагает возможность для людей 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. 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 получение и 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 июля 2006 года № 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 соответствии 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 подразделяются 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.

В настоящей монографии рассмотрены принципы и концепции создания взрослыми людьми (в возрасте от 18 до 64 лет) собственных бизнесов, особенности предпринимательской деятельности в современных национальных экономиках, а также уровень развития бизнеса в различных странах. В качестве исходной информации были использованы итоги опросов взрослых людей (в том числе являющихся предпринимателями), проведенных в соответствии с проектами Глобального мониторинга предпринимательства за последние годы, а также результаты отечественных и зарубежных научных исследований, описанные в научных публикациях.

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 предпри-

нимательства. Без понимания этих особенностей невозможно решение задач поддержки предпринимательства со стороны федеральных, региональных и муниципальных органов власти, оказания организационной, финансовой, инфраструктурной, информационной помощи, а также создания необходимых институциональных условий эффективной работы предпринимательских структур.

## *Глава 1*

### **МОТИВАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ**

Как мужское, так и женское предпринимательство не только играет существенную роль в экономиках современных стран, но и представляется важным для развития личности предпринимателя [35]. Развитие предпринимательства требует рассмотрения мотиваций мужчин и женщин, принимающих решения о создании своих собственных бизнесов. Предпринимательская мотивация отражает их стремление к саморазвитию, созданию нового, основанное на внутреннем импульсе [44]. При этом предполагается, что все человеческие действия являются результатом как мотивации людей, так и когнитивных факторов, к которым относятся способности, интеллект и навыки [72]. Внешние факторы, а именно состояние национальной экономики, доступность финансовых средств, государственное регулирование, рыночные условия, также оказывают существенное влияние на решение стать предпринимателем. По мнению ряда исследователей [57, 98], именно мотивация имеет наибольшее значение при проявлении пред-

принимательской активности. Необходимо отметить, что мотивация влияет на построение стратегии и, соответственно, на успех созданного бизнеса [49]. При этом под успехом имеется в виду тот факт, соответствует ли бизнес ожиданиям предпринимателя.

Мотивация оказывает большое влияние на поведение предпринимателей в процессе их деятельности [15, 58], в том числе на укрепление устойчивости своего бизнеса и создание конкурентных преимуществ на рынке.

Предпринимательские мотивации могут изучаться на основе различных научных теорий, в том числе теории предпринимательства [20, 64, 112], теории мотивации и стимулирования [24], теории личности и карьеры [53], социальной теории [92], а также психологии [87].

За последние годы ученые много внимания уделили исследованию мотивации людей, принимающих участие в предпринимательской деятельности. В качестве наиболее важных работ, посвященных вовлечению населения различных стран в предпринимательство, по указанной тематике можно выделить публикации [9, 41, 114]. Необходимо отметить, что в этих исследованиях основное внимание уделяется таким видам мотивации, как добровольная и вынужденная.

Безусловно, многие люди в качестве причин для начала бизнеса приводят следующие мотивы – желание обеспечить себе и своей семье экономическую безопасность, улучшить благосостояние и получать более высокие доходы [103].

Ряд научных исследований продемонстрировали связь между предпринимательской деятельностью членов семьи и вероятностью того, что дети и внуки будут создавать собственный бизнес [25, 101]. По мнению [96], эта тенденция наиболее выражена в мотивации мужчин, которые в процессе проведенного опроса указывали в качестве примера для начала бизнеса своего отца, дедушку или дядю.

Еще одним упоминаемым в публикациях мотивом предпринимательства является необходимость зарабатывать на жизнь, обусловленная трудностями трудоустройства в качестве наемных работников [12, 61].

Большинство научных исследований, посвященных мотивации предпринимателей, относятся к экономическому контексту, игнорируя общественные и социальные аспекты, например такой, как желание изменить окружающий мир к лучшему. Этот мотив, наряду с потребностью предпринимателей в повышении своего статуса, самореализации и демонстрации своих достижений, рассмотрен в статьях [65, 120].

Как указывалось выше, исследованиям добровольного и вынужденного предпринимательства в предыдущие годы уделялось значительное внимание. Вместе с тем эта дихотомия не может в полной мере отражать мотивацию начинающих предпринимателей, создающих новые бизнесы. Учитывая данное обстоятельство и исходя из анализа публикаций, далее рассматриваются два подхода к оценке мотивации мужчин и женщин.

Первый подход связан с четырьмя общими социальными мотивами людей, считающих целесообразным начать предпринимательскую деятельность:

- изменение окружающего мира к лучшему;
- улучшение благосостояния и получение более высоких доходов;
- продолжение семейных традиций;
- необходимость зарабатывать на жизнь.

В качестве исходной информации в процессе нашего исследования использовались данные, приведенные в проекте Глобального мониторинга предпринимательства [48]. В указанном проекте представлены в том числе значения показателей, характеризующих мотивацию граждан, как участвующих в создании нового бизнеса, так и желающих начать эту деятельность в ближайшее время. При этом по каждому из указанных выше вариантов мотивации в проекте Глобального мониторинга предпринимательства приведены значения удельных весов опрашиваемых ранних предпринимателей в общем их количестве. Отметим, что опрашиваемые предприниматели могли одновременно выбрать не только один, но и больше вариантов ответов.

В проекте Глобального мониторинга предпринимательства за 2019 год приведены соответствующие данные по 50 странам. Географическое расположение этих стран разнообразно. Информация представлена по 21 европейской стране, двум североамериканским странам, восьми латиноамериканским странам, 14 азиатским странам, четырем африканским странам и Австралии. По уровню доходов населения эти страны подразделяются следующим образом: высокие до-

ходы достигнуты в 33 странах, средние доходы отмечались в 12 странах, низкие доходы – пяти странах. Отметим, что в процессе реализации проекта Глобального мониторинга предпринимательства в каждой из стран проводился опрос не менее двух тысяч начинающих предпринимателей.

В процессе работы нами проверялись следующие три гипотезы:

– первая гипотеза – значения показателей, характеризующих каждый из вариантов предпринимательской мотивации, существенно отличались по рассматриваемым странам;

– вторая гипотеза – значения каждого из показателей не были связаны с географическим расположением рассматриваемых стран;

– третья гипотеза – значения каждого из показателей не коррелируют с уровнем доходов населения в соответствующих странах.

Для проверки каждой из указанных гипотез разрабатывались экономико-математические модели, представляющие собой функции плотности нормального распределения. Такой методический подход основывается на выполненном ранее автором исследовании [85].

В процессе разработки функций исходные эмпирические данные объединялись в группы по диапазонам изменения значений показателей. Эти группы данных геометрически отображаются в виде соответствующих гистограмм. Аппроксимация данных с использованием функций нормального распределения осуществляется по общепринятым статистическим методам. Важно отметить, что среднее значение рассматриваемых показателей, а также их стандартные отклонения для функций плотности нормального распределения отображаются

в самих формулах разработанных функций. Следовательно, построив конкретную функцию, мы без дополнительных расчетов получаем указанные параметры рассматриваемых показателей.

В процессе вычислительного эксперимента нами были разработаны экономико-математические модели (функции плотности нормального распределения), описывающие закономерности странового распределения четырех показателей, характеризующих мотивацию мужчин-предпринимателей и женщин-предпринимателей. Эти функции плотности нормального распределения ( $y$ ), описывающие распределение значений ( $x$ , %) каждого из четырех мотивов людей, начинающих собственный бизнес, по всем рассматриваемым странам, приведены ниже:

– изменение окружающего мира к лучшему, мужчины:

$$y_{1.1}(x_{1.1}) = \frac{604,29}{16,36 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_{1.1}-42,39)^2}{2 \times 16,36 \times 16,36}}; \quad (1.1)$$

– изменение окружающего мира к лучшему, женщины:

$$y_{1.2}(x_{1.2}) = \frac{637,86}{17,11 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_{1.2}-46,03)^2}{2 \times 17,11 \times 17,11}}; \quad (1.2)$$

– улучшение благосостояния и получение более высоких доходов, мужчины:

$$y_{1.3}(x_{1.3}) = \frac{528,75}{17,68 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_{1.3}-55,51)^2}{2 \times 17,68 \times 17,68}}; \quad (1.3)$$

– улучшение благосостояния и получение более высоких доходов, женщины:

$$y_{1.4}(x_{1.4}) = \frac{637,86}{18,50 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_{1.4}-49,11)^2}{2 \times 18,50 \times 18,50}}; \quad (1.4)$$

– продолжение семейных традиций, мужчины:

$$y_{1.5}(x_{1.5}) = \frac{678,57}{17,49 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_{1.5}-36,19)^2}{2 \times 17,49 \times 17,49}}; \quad (1.5)$$

– продолжение семейных традиций, женщины:

$$y_{1.6}(x_{1.6}) = \frac{625,00}{18,73 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_{1.6}-34,35)^2}{2 \times 18,73 \times 18,73}}; \quad (1.6)$$

– необходимость зарабатывать на жизнь, мужчины:

$$y_{1.7}(x_{1.7}) = \frac{833,33}{21,49 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_{1.7}-61,57)^2}{2 \times 21,49 \times 21,49}}; \quad (1.7)$$

– необходимость зарабатывать на жизнь, женщины:

$$y_{1.8}(x_{1.8}) = \frac{916,67}{22,07 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_{1.8}-66,40)^2}{2 \times 22,07 \times 22,07}}. \quad (1.8)$$

Как указывалось ранее, разработанные функции позволяют установить сложившиеся в странах средние значения показателей ранней предпринимательской активности по рассмотренным видам мотивации и интервалы их изменения. Они приведены в таблице 1.1:

средние значения – в столбце 2, а диапазоны изменения значений показателей по большинству стран – в столбце 3.

Таблица 1.1

Показатели, характеризующие мотивацию РПА, %

Вариант мотивации	Средняя величина показателя	Диапазон изменения показателей по большинству стран
1	2	3
изменение окружающего мира к лучшему, мужчины	42,39	26,03-58,75
изменение окружающего мира к лучшему, женщины	46,03	28,92-63,14
улучшение благосостояния и получение более высоких доходов, мужчины	55,51	37,83-73,19
улучшение благосостояния и получение более высоких доходов, женщины	49,11	30,61-67,61
продолжение семейных традиций, мужчины	36,19	18,70-53,68
продолжение семейных традиций, женщины	34,35	15,62-53,08
необходимость зарабатывать на жизнь, мужчины	61,57	40,08-83,06
необходимость зарабатывать на жизнь, женщины	66,40	44,33-88,47

Источник: составлено автором с использованием функций (1.1)-(1.8).

Наиболее высокий уровень мотивов среди ранних предпринимателей в рассматриваемых странах наблюдается в связи с необходимостью зарабатывать на жизнь в соответствующей стране. Такой мотив начала предпринимательской деятельности указали почти две трети всех опрошенных взрослых людей в 50 странах, охваченных проектом Глобального мониторинга предпринимательства.

По предпринимателям-мужчинам среднее значение показателя достигло почти 62 %. В ряде стран на соответствующий мотив ссылались более 83 % взрослых мужчин. К этим странам относятся Панама, Италия, Бразилия, Армения, Колумбия, ЮАР, Пакистан, Индия, Иордания, Марокко. Эти страны расположены в Европе (одна страна), Азии (четыре страны), Африке (две страны), Латинской Америке (три страны). Они характеризуются высокими доходами населения (три страны), средними доходами населения (четыре страны) и низкими доходами населения (три страны). Странами, в которых уровень соответствующей мотивации был меньше нижней границы диапазона, приведенного в третьем столбце таблицы, то есть 40 %, являются Польша, Нидерланды, Норвегия, Япония, Тайвань, Южная Корея, Испания, США, Ирландия, Люксембург. Эти страны расположены в Европе (шесть стран), Азии (три страны), Северной Америке (одна страна) и характеризуются высоким уровнем доходов.

По предпринимателям-женщинам среднее значение показателя, характеризующего необходимость зарабатывать на жизнь, достигло 66 %. В ряде стран на соответствующий мотив ссылались более 88 % взрослых женщин. К этим странам относятся Панама, Бразилия, Ар-

мения, Колумбия, Северная Македония, ЮАР, Иордания, Марокко, Гватемала, Италия. Они расположены в Европе (две страны), Азии (две страны), Африке (две страны), Латинской Америке (четыре страны). По уровню доходов населения страны подразделяются следующим образом: с высокими доходами – три страны, со средними доходами – шесть стран, с низкими доходами – одна страна. Странами, в которых уровень соответствующей мотивации был меньше нижней границы диапазона, приведенного в третьем столбце таблицы, то есть 44 %, являются Польша, Норвегия, Нидерланды, Швеция, Люксембург, Тайвань, Австралия, Япония, Южная Корея. Они расположены в Европе (пять стран), Азии (три страны) и Австралии. По доходам населения все эти страны характеризуются высоким уровнем.

Около половины ранних предпринимателей в качестве мотивации указали улучшение благосостояния и получение более высоких доходов. По мужчинам среднее значение соответствующего показателя составило более 55 %. Значения показателя улучшения благосостояния большие, чем верхняя граница диапазона (приведенная в столбце 3), отмечались в таких странах, как Кипр, Египет, Иран, ЮАР, Катар, Пакистан, Индия и Италия. Эти страны расположены в Европе (две страны), Азии (четыре страны), Африке (две страны). По уровню доходов населения эти страны относятся к высокому (три страны), среднему (две страны) и низкому (три страны). Значения показателя меньшие, чем нижняя граница диапазона, были в таких странах, как Польша, Норвегия, Ирландия, Мадагаскар, Германия, Нидерланды, Словакия, Эквадор. Эти страны расположены в Европе (шесть

стран), Африке (одна страна) и Латинской Америке (одна страна). Они характеризуются высокими доходами населения (шесть стран), средними доходами (одна страна), низкими доходами (одна страна). Средний уровень этого показателя по предпринимателям-женщинам составил 49 %. При этом в таких странах, как Российская Федерация, Израиль, ОАЭ, ЮАР, Египет, Белоруссия, Катар, Индия, Иран, Италия, отмечались значения показателя, превышающие верхнюю границу диапазона. Они расположены в Европе (три страны), Азии (четыре страны), Африке (две страны). Четыре страны характеризуются высоким уровнем доходов населения, четыре страны – средним доходом населения и одна страна – низким доходом населения. Значения показателя меньше нижней границы диапазона (столбец 3) отмечаются в таких странах, как Польша, Нидерланды, Норвегия, Мадагаскар, Швейцария, Словения, Латвия. Шесть из этих стран расположены в Европе, а одна в Африке. Все расположенные в Европе страны характеризуются высоким уровнем дохода населения, а в Африке – низким уровнем.

Более 40 % начинающих предпринимателей в качестве мотива создания собственного бизнеса выделили изменение окружающего мира к лучшему. При этом в среднем по рассматриваемым странам более 42 % опрошенных мужчин указывали этот мотив. Анализ показал, что к странам с высоким уровнем этого показателя (в соответствии со столбцом 3 таблицы 1.1) относятся США, Мексика, Канада, Люксембург, Польша, Пуэрто-Рико, Панама, Гватемала, ЮАР, Индия. Указанные страны расположены в Европе (две страны), Северной

Америке (две страны), Латинской Америке (четыре страны), Азии (одна страна) и Африке (одна страна). По уровню доходов населения эти страны распределяются следующим образом: шесть стран – высокий, три страны – средний, одна страна – низкий. Значения показателя меньше нижней границы диапазона имели место в Италии, Южной Корее, Мадагаскаре, Армении, Иордании, Белоруссии, Марокко, Российской Федерации. Эти страны находятся в Европе (три страны), Азии (три страны), Африке (две страны). В них отмечается высокий уровень доходов населения в двух странах, средний уровень доходов – в четырех странах, низкий уровень – в двух странах.

В среднем по рассматриваемым странам 46 % женщин в качестве мотива начала предпринимательства указали изменение окружающего мира к лучшему. При этом более 63 % женщин определили этот мотив в таких странах, как Мексика, Оман, Северная Македония, США, Канада, Гватемала, Панама, ЮАР, Индия, Пакистан. Эти страны расположены в Европе (одна страна), Азии (три страны), Африке (одна страна), Северной Америке (две страны), Латинской Америке (три страны). Они характеризуются высоким уровнем доходов населения – четыре страны, средним уровнем доходов населения – четыре страны, низким уровнем дохода – две страны. Меньше нижней границы диапазона (столбец 3) предпринимательская мотивация женщин в Мадагаскаре, Южной Корее, Италии, Армении, Иордании, Марокко, Ирландии, Белоруссии, Российской Федерации. Эти страны расположены в Европе (четыре страны), Азии (три страны), Африке (две страны). Они характеризуются высоким уровнем доходов населения –

три страны, средним уровнем доходов населения – четыре страны, низким уровнем доходов – две страны.

Около трети ранних предпринимателей в рассматриваемых странах решили продолжить имеющуюся в их семье традицию предпринимательства. Среди мужчин среднее значение этого показателя в 2019 году составило 36 %. Относительно высокий уровень указанного показателя отмечался в Египте, Германии, Ирландии, Пакистане, Северной Македонии, Индии, Польше. Эти страны расположены в Европе (четыре страны), Азии (две страны), Африке (одна страна). В трех странах отмечаются высокие доходы населения, в одной стране – средние доходы, в трех странах – низкие доходы населения. Низкий уровень показателя был в таких странах, как Великобритания, Южная Корея, Норвегия, Испания, Тайвань. Эти страны находятся в Европе (три страны) и Азии (две страны). Все они характеризуются высокими доходами населения. Продолжение семейных традиций является мотивом для 34 % женщин в среднем по рассматриваемым 50 странам. При этом значения большие верхней границы диапазона имели место в Гватемале, Пакистане, Панаме, Ирландии, Германии, Индии и Польше. Эти страны находятся в Европе (три страны), Азии (две страны), Латинской Америке (две страны). В четырех странах отмечаются высокие доходы населения, в одной стране отмечались средние доходы, в двух странах – низкие доходы населения. В таких странах, как Южная Корея, Великобритания, Швейцария, Испания, Израиль, Белоруссия и Нидерланды, отмечалась низкая мотивация женщин, решивших продолжить семейные традиции. Они располага-

ются в Европе (пять стран) и Азии (две страны). Эти страны характеризуются высоким уровнем доходов населения – шесть стран и средним уровнем доходов населения – одна страна.

Необходимо отметить, что средние значения мотивации мужчин по таким показателям, как улучшение благосостояния и получение более высоких доходов, а также продолжение семейных традиций, превышали соответствующие значения предпринимательской мотивации женщин. При этом по первому из указанных показателей данная закономерность соблюдается в 30 из 50 стран. По показателю «продолжение семейных традиций» превышение удельного веса мужчин-предпринимателей наблюдается в 31 стране. Противоположная тенденция имела место при сравнении средних значений по показателям «изменение окружающего мира к лучшему» и «необходимость зарабатывать на жизнь». Соответственно, по этим показателям большее количество стран характеризуется преобладанием женской мотивации над мужской. Так, по показателю «изменение окружающего мира к лучшему» женщины преобладают в 36 из 50 стран, а по показателю «необходимость зарабатывать на жизнь» – также в 36 странах.

Приведенные в таблице 1.1 данные, как и их последующее обобщение, подтвердили правильность трех выдвинутых гипотез.

Представляет интерес изучение данных, характеризующих значения четырех рассматриваемых мотивов раннего предпринимательства по России:

- изменение окружающего мира к лучшему, мужчины – 25,6 %;
- изменение окружающего мира к лучшему, женщины – 28,7 %;

– улучшение благосостояния и получение более высоких доходов, мужчины – 70,8 %;

– улучшение благосостояния и получение более высоких доходов, женщины – 68,5 %;

– продолжение семейных традиций, мужчины – 26,4 %;

– продолжение семейных традиций, женщины – 23,3 %;

– необходимость зарабатывать на жизнь, мужчины – 76,0 %;

– необходимость зарабатывать на жизнь, женщины – 81,7 %.

Сравнение этих данных со средними значениями по зарубежным странам позволяет сделать следующие выводы. Первый из рассматриваемых мотивов как у мужчин, так и у женщин в России встречается значительно реже, чем в зарубежных странах. То есть отечественные предприниматели слабо верят в то, что их деятельность может существенно улучшить жизнь в нашей стране и изменить ее экономику. Второй предпринимательский мотив в опросе российских предпринимателей (мужчин и женщин) упоминался чаще, чем в зарубежных странах. Следовательно, начинающие предприниматели в России больше внимания уделяют проблеме доходности своего бизнеса. Продолжение семейных традиций в нашей стране, по мнению опрошенных мужчин и женщин, реже выступает в качестве мотива начала бизнеса, чем в зарубежных странах. Четвертый предпринимательский мотив в России охватывает более трех четвертей людей, начинающих свой бизнес, в то время как за рубежом этот показатель составляет около двух третьих от количества начинающих предпринимателей (мужчин и женщин).

Второй из указанных выше подходов связан с рассмотрением двух комплексных мотивов: добровольной и вынужденной мотивации. В нашем исследовании рассматривалась оценка шести показателей, характеризующих гендерные аспекты мотивации раннего предпринимательства, по 59 странам:

– удельный вес женщин, которые вынужденно создают собственный бизнес, в общей численности ранних предпринимателей-женщин (показатель 1);

– удельный вес мужчин, которые вынужденно создали собственный бизнес, в общей численности ранних предпринимателей-мужчин (показатель 2);

– отношение значений показателей по женщинам и по мужчинам, которые вынужденно создают свой бизнес (показатель 3);

– удельный вес женщин, которые добровольно создают собственный бизнес, в общей численности ранних предпринимателей-женщин (показатель 4);

– удельный вес мужчин, которые добровольно создают собственный бизнес, в общей численности ранних предпринимателей-мужчин (показатель 5);

– отношение значений показателей по женщинам и по мужчинам, которые добровольно создают свой бизнес (показатель 6).

В качестве исходной информации в нашем исследовании использовались данные, полученные по итогам реализации проекта Глобального мониторинга предпринимательства за 2019 год [47].

В процессе исследования была проведена проверка трех следующих гипотез:

- гипотеза 1 – значения рассматриваемых шести показателей имеют существенную дифференциацию по разным странам;
- гипотеза 2 – территориальное расположение стран не оказывает существенного влияния на значения каждого из шести показателей;
- гипотеза 3 – уровень доходов населения в рассматриваемых странах не оказывает существенного влияния на значения каждого из шести показателей.

В процессе вычислительного эксперимента проводилось экономико-математическое моделирование на основе эмпирических данных. Модели, которые описывают распределения шести показателей по всем 59 странам, продемонстрированы далее:

- удельный вес женщин, которые вынужденно создают собственный бизнес, в общей численности ранних предпринимателей-женщин, %:

$$y_{1.9}(x_{1.9}) = \frac{547,86}{12,87 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_{1.9} - 24,97)^2}{2 \times 12,87 \times 12,87}}; \quad (1.9)$$

- удельный вес мужчин, которые вынужденно создали собственный бизнес, в общей численности ранних предпринимателей-мужчин, %:

$$y_{1.10}(x_{1.10}) = \frac{540,83}{9,07 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_{1.10} - 21,33)^2}{2 \times 9,07 \times 9,07}}; \quad (1.10)$$

– отношение значений показателей по женщинам и по мужчинам, которые вынужденно создают свой бизнес:

$$y_{1.11}(x_{1.11}) = \frac{25,07}{0,47 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{1.11} - 1,19)^2}{2 \times 0,47 \times 0,47}}; \quad (1.11)$$

– удельный вес женщин, которые добровольно создают собственный бизнес, в общей численности ранних предпринимателей-женщин, %:

$$y_{1.12}(x_{1.12}) = \frac{632,14}{12,13 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{1.12} - 63,59)^2}{2 \times 12,13 \times 12,13}}; \quad (1.12)$$

– удельный вес мужчин, которые добровольно создают собственный бизнес, в общей численности ранних предпринимателей-мужчин, %:

$$y_{1.13}(x_{1.13}) = \frac{463,57}{9,01 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{1.13} - 74,03)^2}{2 \times 9,01 \times 9,01}}; \quad (1.13)$$

– отношение значений показателей по женщинам и по мужчинам, которые добровольно создают свой бизнес:

$$y_{1.14}(x_{1.14}) = \frac{6,88}{0,11 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{1.14} - 0,93)^2}{2 \times 0,11 \times 0,11}}. \quad (1.14)$$

Средние значения показателей приведены в столбце 2 таблицы 1.2. В столбце 3 этой же таблицы приведены интервалы изменения значений показателей по большинству стран.

Таблица 1.2

Показатели, характеризующие  
мотивацию ранних предпринимателей

Показатели	Средние значения	Значения, характерные для большинства стран
1	2	3
удельный вес женщин, которые вынужденно создают собственный бизнес, в общей численности ранних предпринимателей-женщин, %	24,97	12,10-37,84
удельный вес мужчин, которые вынужденно создали собственный бизнес, в общей численности ранних предпринимателей-мужчин, %	21,33	12,25-30,41
отношение значений показателей по женщинам и по мужчинам, которые вынужденно создают свой бизнес	1,19	0,72-1,66
удельный вес женщин, которые добровольно создают собственный бизнес, в общей численности ранних предпринимателей-женщин, %	69,59	57,46-81,72
удельный вес мужчин, которые добровольно создают собственный бизнес, в общей численности ранних предпринимателей-мужчин, %	74,03	65,02-83,04
отношение значений показателей по женщинам и по мужчинам, которые добровольно создают свой бизнес	0,93	0,82-1,04

Источник: расчеты проведены автором на основе функций (1.9)-(1.14).

Приведенные в таблице 1.2 (столбец 2) данные показывают, что основным мотивом при создании своих новых бизнесов является желание людей использовать появившиеся возможности. В большинстве рассматриваемых стран взрослое население, вовлеченное в предпринимательство, в процессе опроса относило себя в 2018-2019 годах к добровольным предпринимателям. При этом средний по рассматриваемым странам удельный вес мужчин, которые добровольно создавали свой бизнес, в общей численности ранних предпринимателей составлял более 74 %. Уровень такой мотивации у женщин был несколько ниже, однако достигал почти 70 %. Тенденция превышения указанного показателя по женщинам была характерна для большинства стран. Вместе с тем в 16 странах, а именно Швеции, Люксембурге, Израиле, Польше, Канаде, Турции, Казахстане, Кипре, Иране, Латвии, Марокко, Австрии, Китае, Корее, Панаме и США, удельный вес вынужденных мужчин-предпринимателей был выше, чем женщин-предпринимателей. Соответственно, в среднем по всей выборке соотношение значений указанных показателей по женщинам и по мужчинам составляло 1,19.

В среднем по изучаемым нами странам показатели вынужденной мотивации людей, создающих собственный бизнес, были в 2018-2019 годах существенно ниже по сравнению с показателями добровольной мотивации. Вынужденно проявляло раннюю предпринимательскую активность примерно в три раза меньше взрослого населения по сравнению с теми, кто был вовлечен в этот процесс добровольно. Эта закономерность отмечалась по обоим гендерным груп-

пам. Так, удельный вес мужчин, которые вынужденно создавали свой бизнес, в общей численности ранних предпринимателей-мужчин составлял около 25 %. Уровень вынужденной мотивации у женщин-предпринимателей был немногим более 21 %. Тенденция превышения указанных показателей по женщинам была характерна для большинства стран. Только в семи странах, а именно Канаде, Китае, Иране, Латвии, Марокко, Польше и Катаре, удельный вес добровольных женщин-предпринимателей был выше, чем мужчин-предпринимателей. Соответственно, в среднем по всей выборке соотношение значений указанных показателей по женщинам и по мужчинам составляло 0,93.

Для проверки гипотезы 1 проводился анализ данных, представленных в столбце 3 таблицы 1.2. Анализ показал существенную дифференциацию по рассматриваемым странам значений каждого из шести показателей. Следовательно, гипотеза 1 подтвердилась.

На следующем этапе выявлялись страны, в которых отмечались максимальные и минимальные значения каждого из показателей. При этом к максимальным относятся значения, превышающие верхние границы диапазонов, указанных в столбце 3 таблицы 1.2, а к минимальным – меньшие, чем нижние границы указанных диапазонов. Итоги этого анализа приведены в таблице 1.3. Наряду с перечнями стран в этой таблице представлено также подразделение выявленных стран по их географическому положению и уровню доходов населения.

Таблица 1.3

## Страны с высокими и низкими значениями показателей

Показатели	Высокие значения показателей	Низкие значения показателей
1	2	3
удельный вес женщин, которые вынужденно создают собственный бизнес, в общей численности ранних предпринимателей-женщин, %	Судан, Саудовская Аравия, Гватемала, Бразилия, Босния и Герцеговина, Эквадор, Египет, Ангола, Индия, Российская Федерация. Расположены в Европе (две страны), Азии (две страны), Африке (три страны), Латинской Америке (три страны). Доходы населения: высокие (одна страна), средние (пять стран), низкие (четыре страны)	Швеция, Люксембург, Польша, Малайзия, США, Нидерланды, Канада, Кипр, Италия, Израиль. Расположены в Европе (шесть стран), Азии (две страны), Северной Америке (две страны). Доходы населения: высокие (девять стран), средние (одна страна)
удельный вес мужчин, которые вынужденно создали собственный бизнес, в общей численности ранних предпринимателей-мужчин, %	Хорватия, Гватемала, Марокко, Российская Федерация, Ливан, Эквадор, Иран, Индия, Египет. Расположены в Европе (две страны), Латинской Америке (две страны), Азии (три страны), Африке (две страны). Доходы населения: высокие (одна страна), средние (три страны), низкие (пять стран)	Швейцария, Малайзия, Нидерланды, США, Греция, Колумбия, Польша, Италия, Великобритания. Расположены в Европе (шесть стран), Азии (одна страна), Латинской Америке (одна страна), Северной Америке (одна страна). Доходы населения: высокие (семь стран), средние (две страны)
отношение значений показателей по женщинам и	Аргентина, Чили, Ангола, Судан, ЮАР, Швейцария, Босния и Герцеговина,	Швеция, Люксембург, Израиль, Польша, Канада, Турция, Казахстан.

Показатели	Высокие значения показателей	Низкие значения показателей
1	2	3
по мужчинам, которые вынужденно создают свой бизнес	Греция. Расположены в Европе (три страны), Африке (три страны), Латинской Америке (две страны). Доходы населения: высокие (три страны), средние (три страны), низкие (две страны)	Расположены в Европе (три страны), Азии (три страны), Северной Америке (одна страна). Доходы населения: высокие (пять стран), средние (две страны)
удельный вес женщин, которые добровольно создают собственный бизнес, в общей численности ранних предпринимателей-женщин, %	Российская Федерация, Индия, Египет, Ангола, Босния и Герцеговина, Эквадор, Бразилия, Судан, Гватемала. Расположены в Европе (две страны), Азии (одна страна), Латинской Америке (три страны), Африке (три страны). Доходы населения: средние (пять стран), низкие (четыре страны)	Нидерланды, Люксембург, Колумбия, Канада, Панама, Кипр, Швейцария, Малайзия, Польша. Расположены в Европе (пять стран), Латинской Америке (две страны), Азии (одна страна), Северной Америке (две страны). Доходы населения: высокие (семь стран), средние (две страны)
удельный вес мужчин, которые добровольно создают собственный бизнес, в общей численности ранних предпринимателей-мужчин, %	Панама, Великобритания, Вьетнам, Швейцария, Греция, Колумбия, Польша, Малайзия, Франция. Расположены в Европе (пять стран), Азии (две страны), Латинской Америке (две страны). Доходы населения: высокие (шесть стран), средние (две страны), низкие (одна страна)	Индия, Египет, Иран, Эквадор, Марокко, Российская Федерация, Ливан, Хорватия, Словацкая Республика. Расположены в Европе (три страны), Латинской Америке (одна страна), Азии (три страны), Африке (две страны). Доходы населения: высокие (две страны), средние (две страны), низкие (четыре страны)

Показатели	Высокие значения показателей	Низкие значения показателей
1	2	3
отношение значений показателей по женщинам и по мужчинам, которые добровольно создают свой бизнес	Канада, Китай, Иран, Латвия, Марокко, Польша, Катар, Швеция. Расположены в Европе (три страны), Азии (три страны), Африке (одна страна), Северной Америке (одна страна). Доходы населения: высокие (пять стран), средние (одна страна), низкие (две страны)	Российская Федерация, Ангола, Босния и Герцеговина, Судан, Аргентина, Бразилия, Чили, Греция, Гватемала. Расположены в Европе (три страны), Африке (две страны), Латинской Америке (четыре страны). Доходы населения: высокие (две страны), средние (пять стран), низкие (две страны)

Источник: разработано автором на основе данных таблицы 1.2 и проекта Глобального мониторинга предпринимательства.

В таблице 1.3 приведена информация по территориальному расположению стран с высокими (столбец 2) и низкими (столбец 3) значениями каждого из шести оцениваемых в нашем исследовании показателей. Анализ этой информации показал отсутствие связей между этими значениями и территориальным расположением стран, а также уровнем доходов населения в этих странах. То есть как высокие, так и низкие значения показателей наблюдаются в странах, расположенных в различных частях света, а также с разным уровнем доходов населения. Это позволило сделать выводы о том, что гипотезы 2 и 3 получили свое подтверждение.

Представляет интерес изучение данных, характеризующих значения рассматриваемых показателей по России:

– значение показателя 1 составляет 51,2 %, что в 2 раза больше средней величины по зарубежным странам;

– значение показателя 2 составляет 32,9 %, что в 1,5 раза больше средней величины по зарубежным странам;

– значение показателя 3 составляет 1,6, что в 1,3 раза больше средней величины по зарубежным странам;

– значение показателя 4 составляет 39,0 %, что почти в 1,8 раза ниже по сравнению с зарубежными странами;

– значение показателя 5 составляет 62,9 %, что на 18 % меньше средней величины по зарубежным странам;

– значение показателя 6 составляет 0,6, что в 1,5 раза ниже средней величины по зарубежным странам.

## *Глава 2*

# **ОТ ИНТЕНЦИЙ К НАЧИНАЮЩИМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМ**

Для большинства развитых и развивающихся экономик актуальной проблемой является вовлечение новых людей в предпринимательскую деятельность [3], в том числе повышение заинтересованности населения в такой деятельности, оказание мер поддержки зарождающимся предпринимателям, а также оказание всесторонней помощи людям, которые создали собственные фирмы или являются самозанятыми [46].

Наше исследование было посвящено такой проблеме, как раннее предпринимательство [88, 113]. При этом рассматривались три стадии развития положительного отношения людей к созданию своих собственных бизнесов. На первой стадии находятся люди, у которых имеются интенции принять личное участие в предпринимательстве [70, 111, 118]. Вовлеченность людей в создание собственных предприятий

[38, 55] соответствует второй стадии. К третьей стадии относятся предприниматели, которые открыли свой бизнес, но занимаются им менее трех с половиной лет [63, 93].

Необходимо отметить, что в выполненных ранее научных исследованиях проблеме гендерных различий, сложившихся на ранних стадиях предпринимательства, уделялось недостаточно внимания.

Далее рассматривается оценка сложившихся уровней заинтересованности и участия женщин и мужчин в раннем предпринимательстве в современных национальных экономиках. В исследовании были решены задачи определения значений показателей, характеризующих интенции людей по созданию новых собственных бизнесов, их вовлеченности в эту деятельность, а также владение вновь созданными предприятиями.

В качестве исходной информации в исследовании использовались результаты опросов, проведенных в 59 странах, в процессе реализации проекта Глобального мониторинга предпринимательства [47]. Опросы взрослого населения (в возрасте 18-64 лет) в этих странах позволили выделить три группы людей, имевших определенные отношения к такому явлению, как предпринимательская активность. В первую группу входили люди, у которых отмечались интенции создания собственных бизнесов. Во вторую группу входили те, которые начали деятельность по реализации этих интенций, то есть уже вовлечены в создание бизнесов. В третью группу включались люди, начавшие предпринимательскую деятельность и ведущие ее менее трех с половиной лет.

В нашем исследовании рассматривалась оценка девяти показателей, характеризующих раннее предпринимательство женщин и мужчин, а также соответствующие гендерные различия, по 59 странам в 2018 году:

– удельный вес женщин, имеющих интенции создания собственных бизнесов, в численности взрослых женщин (показатель 1);

– удельный вес мужчин, имеющих интенции создания собственных бизнесов, в общей численности взрослого мужского населения (показатель 2);

– отношение значений показателей, описывающих интенции женщин и мужчин по созданию собственных бизнесов (показатель 3);

– удельный вес женщин, вовлеченных в создание собственных бизнесов, в численности взрослых женщин (показатель 4);

– удельный вес мужчин, вовлеченных в создание собственных бизнесов, в общей численности взрослого мужского населения (показатель 5);

– отношение значений показателей, описывающих участие женщин и мужчин в создании собственных бизнесов (показатель 6);

– удельный вес женщин, начавших предпринимательскую деятельность, в численности взрослых женщин (показатель 7);

– удельный вес мужчин, начавших предпринимательскую деятельность, в общей численности взрослого мужского населения (показатель 8);

– отношение значений показателей, характеризующих женщин и мужчин, начавших предпринимательскую деятельность (показатель 9).

Первые три показателя соответствуют первой из указанных выше групп людей, показатели с четвертого по шестой – второй группе людей, а показатели с седьмого по девятый – третьей группе.

Проведенное исследование включало проверку трех следующих гипотез:

- гипотеза 1 – значения рассматриваемых девяти показателей имеют существенную дифференциацию по разным странам;
- гипотеза 2 – территориальное расположение стран не оказывает значительного влияния на значения каждого из девяти показателей;
- гипотеза 3 – уровень доходов населения в рассматриваемых странах не оказывает значительного влияния на значения каждого из девяти показателей.

Оценка распределения величин каждого из показателей проводилась с использованием таких экономико-математических моделей, как функции плотности нормального распределения. Методический подход к разработке таких функций описан в статье [85]. С использованием функций были рассчитаны средние значения девяти показателей, диапазоны их вариации, характерные для большинства стран. Кроме того, в процессе исследования определялись страны, в которых рассматриваемые показатели находились в 2018 году на максимальном и минимальном уровнях. Границы диапазонов, соответствующих максимальным и минимальным величинам показателей, рассчитывались следующим образом: максимальные значения превышали сумму средних значений показателей и соответствующих стандартных от-

клонений, а минимальные значения были меньше разности указанных величин.

В процессе вычислительного эксперимента проводилось экономико-математическое моделирование на основе эмпирических данных. Модели, которые описывают распределения девяти показателей по всем 59 странам, продемонстрированы далее:

– удельный вес женщин, имеющих интенции создания собственных бизнесов, в численности взрослых женщин, %:

$$y_{2.1}(x_{2.1}) = \frac{505,71}{12,32 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{2.1}-19,86)^2}{2 \times 12,92 \times 12,92}}; \quad (2.1)$$

– удельный вес мужчин, имеющих интенции создания собственных бизнесов, в общей численности взрослого мужского населения, %:

$$y_{2.2}(x_{2.2}) = \frac{786,67}{15,32 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{2.2}-24,65)^2}{2 \times 15,32 \times 15,32}}; \quad (2.2)$$

– отношение значений показателей, описывающих интенции женщин и мужчин по созданию собственных бизнесов:

$$y_{2.3}(x_{2.3}) = \frac{7,38}{0,18 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{2.3}-0,80)^2}{2 \times 0,18 \times 0,18}}; \quad (2.3)$$

– удельный вес женщин, вовлеченных в создание собственных бизнесов, в численности взрослых женщин, %:

$$y_{2.4}(x_{2.4}) = \frac{104,89}{2,81 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{2.4}-5,05)^2}{2 \times 2,81 \times 2,81}}; \quad (2.4)$$

– удельный вес мужчин, которые вовлечены в создание собственных бизнесов, в численности взрослых мужчин, %:

$$y_{2.5}(x_{2.5}) = \frac{177,05}{4,52 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{2.5} - 8,26)^2}{2 \times 4,52 \times 4,52}}; \quad (2.5)$$

– отношение значений показателей вовлеченности женщин и мужчин в создание бизнесов:

$$y_{2.6}(x_{2.6}) = \frac{8,43}{0,20 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{2.6} - 0,69)^2}{2 \times 0,20 \times 0,20}}; \quad (2.6)$$

– удельный вес женщин, начавших предпринимательскую деятельность, в численности взрослых женщин, %:

$$y_{2.7}(x_{2.7}) = \frac{126,43}{2,85 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{2.7} - 4,34)^2}{2 \times 2,85 \times 8,85}}; \quad (2.7)$$

– удельный вес мужчин, которые находились на начальной стадии предпринимательства, в общей численности взрослых мужчин, %:

$$y_{2.8}(x_{2.8}) = \frac{147,50}{3,35 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{2.8} - 6,12)^2}{2 \times 3,35 \times 3,35}}; \quad (2.8)$$

– отношение значений показателей, характеризующих женщин и мужчин на начальной стадии предпринимательства:

$$y_{2.9}(x_{2.9}) = \frac{14,32}{0,29 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{2.9} - 0,73)^2}{2 \times 0,29 \times 0,29}}. \quad (2.9)$$

На следующем этапе исследования были выявлены закономерности, характеризующие сложившиеся интенции, вовлеченность и начальную стадию предпринимателей-женщин и предпринимателей-мужчин по рассматриваемым экономикам. В столбце 2 таблицы 2.1 приведены данные, характеризующие средние величины показателей. Максимальные и минимальные величины показателей, характерные для большинства стран, приведены в столбце 3 этой же таблицы.

Таблица 2.1

Характеристика показателей, отражающих раннюю предпринимательскую активность мужчин и женщин

Показатели	Средние величины	Значения по большинству стран
1	2	3
удельный вес женщин, имеющих интенции создания собственных бизнесов, в численности взрослых женщин, %	19,86	6,94-32,78
удельный вес мужчин, имеющих интенции создания собственных бизнесов, в общей численности взрослого мужского населения, %	24,65	9,33-39,97
отношение значений показателей, описывающих интенции женщин и мужчин по созданию собственных бизнесов	0,80	0,67-0,93
удельный вес женщин, вовлеченных в создание собственных бизнесов, в численности взрослых женщин, %	5,05	2,24-7,86
удельный вес мужчин, которые вовлечены в создание собственных бизнесов, в численности взрослых мужчин, %	8,26	3,74-12,78

Показатели	Средние величины	Значения по большинству стран
1	2	3
отношение значений показателей вовлеченности женщин и мужчин в создание бизнесов	0,69	0,49-0,89
удельный вес женщин, начавших предпринимательскую деятельность, в численности взрослых женщин, %	4,34	1.49-7,19
удельный вес мужчин, которые находились на начальной стадии предпринимательства, в общей численности взрослых мужчин, %	6,12	2,77-9,47
отношение значений показателей, характеризующих женщин и мужчин на начальной стадии предпринимательства	0,73	0,34-1,02

Источник: расчеты проведены автором на основе функций (2.1)-(2.9).

Средние значения показателей по женщинам и мужчинам, относящихся к первой из рассматриваемых групп людей, существенно (в 3 раза) превышают соответствующие показатели по второй группе людей. В свою очередь средние удельные показатели по второй группе людей больше по сравнению с аналогичными показателями по третьей группе людей. Это представляется логичным, поскольку не все женщины и мужчины, имеющие интенции к предпринимательству, совершают конкретные действия по подготовке к этой деятельности и не все начавшие такую подготовку доходят до стадии создания собственных бизнесов, то есть становятся начинающими предпринимателями.

Среднее значение удельного веса женщин, имевших интенции создания собственных бизнесов, достигало в 2018 году почти 20 %. Соответствующий показатель по мужчинам был несколько выше – почти 25 %. Тенденция превышения указанного показателя по мужчинам характерна для большинства стран, но в ряде стран наблюдались исключения. В Бразилии, Эквадоре, Индонезии, Перу, Судане и Вьетнаме значения показателей по женщинам и мужчинам были равны, а в Казахстане, Мадагаскаре, Российской Федерации, ОАЭ и Катаре значения показателей по женщинам были выше, чем по мужчинам. Соответственно, среднее значение отношения показателей, описывающих интенции женщин и мужчин по созданию собственных бизнесов, составляло 0,80.

Оценка показателей, характеризующих вторую из выделенных групп людей, позволила сделать следующие выводы. Среднее значение удельного веса женщин, вовлеченных в создание собственных бизнесов, достигало в 2018 году немногим более 5 %. То есть каждая пятая женщина в рассматриваемых странах прилагала усилия, чтобы стать предпринимателем. По мужчинам значение соответствующего показателя существенно (в 1,6 раза) больше и составляет более 8 %. Тенденция превышения значений показателей вовлеченности мужчин в создание бизнесов характерна для большинства стран, но в ряде стран наблюдались исключения. В Болгарии, Казахстане, Перу, ОАЭ имеется гендерное равенство. Показатели по женщинам, характерные для Анголы, Бразилии и Вьетнама, выше, чем по мужчинам. Средняя

величина отношения показателей вовлеченности в создание бизнесов по женщинам и мужчинам составляло в 2018 году 0,69.

Оценка значений показателей, характеризующих третью из выделенных групп людей, позволила сделать следующие выводы. Среднее значение удельного веса женщин, являющихся начинающими предпринимателями, составило в 2018 году 4,3 %. Значение аналогичного показателя по мужчинам в 1,4 раза больше – 6,1 %. Тенденция превышения значений показателей по мужчинам наблюдалась в большинстве стран. Исключения отмечены только в 13 странах. В Аргентине, Канаде, Люксембурге и Таиланде значения показателей по женщинам и мужчинам были равны, а в Индонезии, Казахстане, Панаме, Тайване, Вьетнаме, Израиле, Мадагаскаре, Катаре и Эквадоре значения показателей по женщинам были выше, чем по мужчинам. Соответственно, среднее значение отношения показателей, описывающих начинающих женщин и мужчин, составляло 0,73.

Необходимо отметить, что в среднем по рассматриваемым странам общий удельный вес людей, относящихся ко всем трем группам, составлял более 29 % по женщинам и 39 % по мужчинам. То есть почти треть опрошенных имели интенции создания собственных бизнесов и начали соответствующую подготовку либо уже стали начинающими предпринимателями.

Для проверки гипотезы 1 проводился анализ данных, представленных в столбце 3 таблицы 2.1. Анализ показал существенную дифференциацию по рассматриваемым странам значений каждого из девяти показателей. Следовательно, гипотеза 1 подтвердилась.

На следующем этапе выявлялись страны, в которых отмечались максимальные и минимальные значения каждого из показателей. При этом к максимальным относятся значения, превышающие верхние границы диапазонов, указанных в столбце 3 таблицы 2.1, а к минимальным – меньшие, чем нижние границы указанных диапазонов. Итоги этого анализа приведены в таблице 2.2. Наряду с перечнями стран в этой таблице представлено также подразделение выявленных стран по их географическому положению и уровню доходов населения.

Таблица 2.2

Страны с максимальными и минимальными значениями показателей

Показатели	Страны с высокими значениями показателей	Страны с низкими значениями показателей
1	2	3
удельный вес женщин, имеющих интенции создания собственных бизнесов, в численности взрослых женщин, %	ОАЭ, Перу, Чили, Колумбия, Гватемала, Эквадор, Казахстан, Египет, Судан, Ангола. Расположены в Азии (две страны), Африке (три страны), Латинской Америке (пять стран). Доходы населения: высокие (две страны), средние (пять стран), низкие (три страны)	Российская Федерация, Болгария, Босния и Герцеговина, Германия, Япония, Греция, Испания, Великобритания, Швейцария. Восемь из этих стран расположены в Европе, а одна – в Азии. Высокие доходы населения отмечаются в пяти странах, а средние – в трех странах

Показатели	Страны с высокими значениями показателей	Страны с низкими значениями показателей
1	2	3
удельный вес мужчин, имеющих интенции создания собственных бизнесов, в общей численности взрослого мужского населения, %	Марокко, Казахстан, Иран, Эквадор, Гватемала, Колумбия, Чили, Египет, Судан, Ангола. Расположены в Латинской Америке (четыре страны), Азии (две страны), Африке (четыре страны). Доходы населения: высокие (одна страна), средние (четыре страны), низкие (пять стран)	Российская Федерация, Босния и Герцеговина, Болгария, Япония, Испания, Швейцария, Германия, Нидерланды, Италия. Расположены в Европе (восемь стран), Азии (одна страна). Доходы населения: высокие (восемь стран), средние (одна страна)
отношение значений показателей, описывающих интенции женщин и мужчин по созданию собственных бизнесов	Бразилия, Эквадор, Индонезия, Перу, Судан, Вьетнам, Казахстан, Мадагаскар, Российская Федерация, ОАЭ. Расположены в Европе (одна страна), Азии (четыре страны), Латинской Америке (три страны), Африке (две страны). Доходы населения: высокие (одна страна), средние (шесть стран), низкие (две страны)	Болгария, Германия, Греция, Япония, Турция, Австрия, Босния и Герцеговина, Канада. Пять из этих стран расположены в Европе, две страны – в Азии и одна – в Северной Америке. В пяти странах отмечаются высокие доходы населения, а в трех странах – средние доходы
удельный вес женщин, вовлеченных в создание собственных бизнесов, в численности взрослых женщин, %	Канада, Эстония, Гватемала, Чили, Колумбия, Малайзия, Перу, Эквадор, Ангола. Расположены в Европе (одна страна), Азии (одна страна), Латинской Америке (пять стран), Северной Америке (одна страна), Африке (одна страна).	Кипр, Германия, Босния и Герцеговина, Бразилия, Италия, Российская Федерация, Словения, Египет. Расположены в Европе (шесть стран), Африке (одна страна), Латинской Америке (одна страна).

Показатели	Страны с высокими значениями показателей	Страны с низкими значениями показателей
1	2	3
	Доходы населения: высокие (три страны), средние (четыре страны), низкие (две страны)	Доходы населения: высокие (четыре страны), средние (три страны), низкие (одна страна)
удельный вес мужчин, которые вовлечены в создание собственных бизнесов, в численности взрослых мужчин, %	Мексика, Уругвай, Гватемала, Малайзия, Эстония, Перу, Колумбия, Чили, Ангола, Эквадор. Расположены в Европе (одна страна), Азии (одна страна), Африке (одна страна), Латинской Америке (семь стран). Доходы населения: высокие (две страны), средние (шесть стран), низкие (две страны)	Бразилия, Вьетнам, Германия, Кипр, Индонезия, Италия, Болгария, Испания, Босния и Герцеговина, Российская Федерация. Семь из этих стран расположены в Европе, одна – в Латинской Америке и две – в Азии. Доходы населения: высокие (четыре страны), средние (пять стран), низкие (одна страна)
отношение значений показателей вовлеченности женщин и мужчин в создание бизнесов	Эквадор, Малайзия, Панама, Испания, Таиланд, Болгария, Казахстан, Перу, ОАЭ, Ангола, Бразилия, Вьетнам. Расположены в Европе (две страны), Азии (пять стран), Африке (одна страна), Латинской Америке (четыре страны). Доходы населения: высокие (три страны), средние (семь стран), низкие (две страны)	Кипр, Египет, Германия, Иран, Великобритания, Босния и Герцеговина, Греция, Израиль. Расположены в Европе (пять стран), Африке (одна страна), Азии (две страны). Доходы населения: высокие (пять стран), средние (одна страна), низкие (две страны)
удельный вес женщин, начавших предприни-	Чили, Судан, Эквадор, Индонезия, Мадагаскар, Таиланд, Гватемала, Ливан,	Польша, Швеция, Босния и Герцеговина, Греция, Италия, Япония.

Показатели	Страны с высокими значениями показателей	Страны с низкими значениями показателей
1	2	3
матерскую деятельность, в численности взрослых женщин, %	Бразилия, Ангола, Вьетнам. Расположены в Азии (четыре страны), Африке (три страны), Латинской Америке (четыре страны). Доходы населения: высокие (одна страна), средние (пять стран), низкие (пять стран)	Расположены в Европе (пять стран), Азии (одна страна). Доходы населения: высокие (пять стран), средние (одна страна)
удельный вес мужчин, которые находились на начальной стадии предпринимательства, в общей численности взрослых мужчин, %	Турция, Чили, Индонезия, Таиланд, Гватемала, Судан, Бразилия, Ангола, Вьетнам, Ливан. Расположены в Азии (пять стран), Африке (две страны), Латинской Америке (три страны). Доходы населения: высокие (одна страна), средние (пять стран), низкие (четыре страны)	Польша, Босния и Герцеговина, Италия, Франция, Индия, Германия. Расположены в Европе (три страны), Азии (две страны), Африке (одна страна), Латинской Америке (две страны). Доходы населения: высокие (пять стран), средние (две страны), низкие (одна страна)
отношение значений показателей, характеризующих женщин и мужчин на начальной стадии предпринимательства	Индонезия, Казахстан, Панама, Тайвань, Вьетнам, Израиль, Мадагаскар, Катар, Эквадор. Шесть из этих стран расположены в Азии, одна страна – в Африке и две – в Латинской Америке. В четырех странах отмечаются высокие доходы, в трех странах – средние и в двух странах – низкие	Греция, Словацкая Республика, Швеция, Египет, Япония, Марокко. Три страны расположены в Европе, две страны – в Африке и одна – в Азии. Доходы населения: высокие (четыре страны), низкие (две страны)

Источник: разработано автором на основе данных таблицы 2.1 и проекта Глобального мониторинга предпринимательства.

В таблице 2.2 приведена информация по территориальному расположению стран с высокими (столбец 2) и низкими (столбец 3) значениями каждого из девяти оцениваемых в нашем исследовании показателей. Анализ этой информации позволил сделать вывод, что связи между значениями показателей и территориальным расположением стран, а также уровнем доходов населения в этих странах не наблюдается. То есть страны с высокими и низкими значениями показателей расположены в различных частях света и характеризуются разным уровнем доходов населения. Таким образом, можно констатировать подтверждение гипотез 2 и 3.

Сравнительный анализ значений рассматриваемых показателей по России и зарубежным странам позволил сделать следующие выводы:

- значение показателя 1 составляет 2,3 %, что существенно (в 8,6 раза) меньше средней величины по зарубежным странам;
- значение показателя 2 составляет 2,1 %, что существенно (в 12 раз) меньше средней величины по зарубежным странам;
- значение показателя 3 составляет 1,1, что в 1,4 раза выше средней величины по зарубежным странам;
- значение показателя 4 составляет 1,9 %, что в 2,6 раза выше средней величины по зарубежным странам;
- значение показателя 5 составляет 3,7 %, что в 2,2 раза меньше средней величины по зарубежным странам;
- значение показателя 6 составляет 0,5, что в 1,4 раза меньше средней величины по зарубежным странам;

– значение показателя 7 составляет 2 %, что в 2,1 раза меньше средней величины по зарубежным странам;

– значение показателя 8 составляет 3,8 %, что в 1,6 раза меньше средней величины по зарубежным странам;

– значение показателя 9 составляет 0,5, что на 46 % ниже средней величины по зарубежным странам.

## *Глава 3*

# **ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ**

В большинстве современных национальных экономик актуальной проблемой является развитие инновационной деятельности, в том числе осуществляемой предпринимателями, поскольку именно инновации позволяют обеспечивать высокое качество производимых товаров и оказываемых услуг, а также получать конкурентные преимущества на соответствующих рынках.

Выживание созданных предпринимателями фирм в современной динамичной конкурентной среде во многом зависит от уровня инноваций [5, 13]. Инновации позволяют предпринимателям лучше удовлетворять потребности потребителей, извлекать выгоду из стратегических рыночных возможностей и согласовывать их с сильными сторонами своих бизнесов [94].

Анализ научных публикаций показал, что эффективность инноваций выросла в последние десятилетия в результате увеличения потребительского спроса на различные продукты и услуги [62, 95, 106]. В ряде работ отмечается, что инновации также важны для повышения эффективности бизнеса и его развития [33, 107].

Предприниматели создают в большинстве случаев малые предприятия и микропредприятия. Из-за своих размеров и ограниченности ресурсов таким предприятиям трудно разрабатывать оригинальные технологии и выпускать новую продукцию [37, 69, 123]. В связи с этим, а также необходимостью значительных финансовых вложений [122] инновационная деятельность предпринимателей существенно тормозится в большинстве стран.

Исходя из вышеизложенного, можно заключить, что для большинства развитых и развивающихся экономик актуальной проблемой является оценка показателей, характеризующих инновационную деятельность предпринимателей. Изучение сложившегося уровня инноваций в предпринимательстве важно как для государственных органов, осуществляющих регулирование деятельности этого сектора экономики, так и непосредственно для предпринимателей.

Учитывая возрастание роли гендерных исследований в предпринимательстве [23, 27, 42], основное внимание далее уделяется анализу наличия различий в достигнутых уровнях инновационной предпринимательской деятельности женщин и мужчин. Необходимо отметить, что в выполненных ранее научных исследованиях проблеме

гендерных особенностей, сложившихся в инновационной деятельности предпринимателей, уделялось недостаточно внимания.

Цель исследования – оценка сложившихся уровней инновационной активности женщин и мужчин, которые являются предпринимателями, в современных национальных экономиках. При этом были решены задачи оценки удельного веса женщин, осуществляющих инновационную деятельность, в общей численности женщин-предпринимателей; удельного веса мужчин, осуществляющих инновационную деятельность, в общей численности мужчин-предпринимателей; отношения значений показателей, описывающих инновационную деятельность женщин-предпринимателей и мужчин-предпринимателей; показателей по России и зарубежным странам.

Процесс исследования включал пять этапов. На первом этапе формировались исходные данные, описывающие доли женщин и мужчин, вовлеченных в инновационную деятельность, в общей численности соответственно женщин-предпринимателей и мужчин-предпринимателей в различных странах. На втором этапе оценивались значения показателей, характеризующих сложившиеся в национальных экономиках уровни инновационной деятельности женщин и мужчин. На третьем этапе определялись средние значения показателей по рассматриваемым странам и диапазоны, в которых находятся значения этих показателей для большинства из них. На четвертом этапе проводился компаративный анализ, в процессе которого устанавливались страны с высокими и низкими значениями показателей, характеризующих предпринимателей, использующих инновации. На

пятом этапе проводилось сравнение рассматриваемых показателей по России и зарубежным странам.

В качестве исходной информации в исследовании использовались результаты опросов предпринимателей, проведенных в 59 странах в процессе реализации проекта Глобального мониторинга предпринимательства [47]. Эти опросы позволили получить информацию об использовании предпринимателями инноваций в своей деятельности.

В нашем исследовании рассматривалась оценка трех показателей, характеризующих инновационную деятельность предприниматель-женщин и мужчин в 2018 году:

- удельный вес женщин, осуществляющих инновационную деятельность, в общей численности женщин-предпринимателей;
- удельный вес мужчин, осуществляющих инновационную деятельность, в общей численности мужчин-предпринимателей;
- отношение значений показателей, описывающих инновационную деятельность женщин-предпринимателей и мужчин-предпринимателей.

Проведенное исследование включало проверку четырех следующих гипотез:

- гипотеза 1 – в большинстве стран имеются гендерные различия в участии предпринимателей в инновационной деятельности;
- гипотеза 2 – значения трех рассматриваемых показателей имеют существенную дифференциацию по разным странам;

– гипотеза 3 – территориальное расположение стран не оказывает существенного влияния на значения каждого из трех показателей;

– гипотеза 4 – уровень доходов населения в рассматриваемых странах не оказывает существенного влияния на значения каждого из трех показателей.

Оценка значений трех рассматриваемых показателей основывалась на экономико-математическом моделировании исходных эмпирических данных. В качестве моделей использовались функции плотности нормального распределения, методика разработки которых для оценки значений удельных показателей была предложена автором. Некоторые аспекты использования методики приведены в работах автора (например, [85]).

Полученные функции позволили установить средние по рассматриваемым странам значения каждого из трех показателей, а также диапазоны их вариации, характерные для большинства стран. Кроме того, в процессе исследования определялись страны, в которых рассматриваемые показатели имеют значения более высокие, чем верхняя, и меньшие, чем нижняя границы диапазонов. Границы диапазонов значений показателей по 68 % стран определялись исходя из средних значений показателей и соответствующих стандартных отклонений. Нижняя граница интервала равна разности между средним значением и стандартным отклонением, а верхняя граница – их сумме.

В процессе вычислительного эксперимента проводилось экономико-математическое моделирование на основе эмпирических данных.

Модели, которые описывают распределения трех показателей по всем 59 странам, продемонстрированы далее:

– по удельному весу женщин, осуществляющих инновационную деятельность, в общей численности женщин-предпринимателей, %:

$$y_{3.1}(x_{3.1}) = \frac{547,85}{11,08 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{3.1} - 25,28)^2}{2 \times 11,08 \times 11,08}}; \quad (3.1)$$

– по удельному весу мужчин, осуществляющих инновационную деятельность, в общей численности мужчин-предпринимателей, %:

$$y_{3.2}(x_{3.2}) = \frac{442,52}{9,96 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{3.2} - 26,45)^2}{2 \times 9,96 \times 9,96}}; \quad (3.2)$$

– по отношениям значений показателей, описывающих инновационную деятельность женщин-предпринимателей и мужчин-предпринимателей:

$$y_{3.3}(x_{3.3}) = \frac{11,14}{0,28 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{3.3} - 0,96)^2}{2 \times 0,28 \times 0,28}}. \quad (3.3)$$

На следующем этапе исследования были выявлены значения показателей, характеризующих инновационную деятельность женщин и мужчин в 2018 году. Значения показателей, средние по странам, указаны в столбце 2 таблицы 3.1. Величины показателей, характеризующие верхние и нижние границы интервалов, соответствующие большинству стран, продемонстрированы в столбце 3.

Таблица 3.1

Значения показателей, описывающих  
инновационную деятельность предпринимателей

Показатели	Средние величины	Значения по большинству стран
1	2	3
удельный вес женщин, осуществляющих инновационную деятельность, в общей численности женщин-предпринимателей, %	25,28	14,20-36,36
удельный вес мужчин, осуществляющих инновационную деятельность, в общей численности мужчин-предпринимателей, %	26,45	16,49-36,41
отношение значений показателей, описывающих инновационную деятельность женщин-предпринимателей и мужчин-предпринимателей	0,96	0,68-1,24

Источник: расчеты проведены автором на основе функций (3.1)-(3.3).

Среднее значение удельного веса женщин-предпринимателей, осуществляющих инновационную деятельность, составило в 2018 году почти 25,3 %. Величина аналогичного показателя по мужчинам составила почти 26,5 %. Следовательно, почти четверть всех женщин и мужчин, относящихся к предпринимателям, участвуют в инновационных процессах. На наш взгляд, достигнутый уровень инновационной деятельности в рассматриваемых странах представляется значи-

тельным. При этом необходимо учитывать, что, как указано во введении, для малого и среднего бизнеса (являющегося основным для предпринимателей) характерны существенные проблемы, тормозящие инновационную деятельность. К основным из этих проблем относятся небольшие размеры создаваемых предпринимателями фирм, отсутствие у них значительных финансовых ресурсов, а также невысокая рентабельность деятельности. Преодоление этих проблем и дальнейшее развитие инноваций, по мнению ряда исследователей [108, 119, 125], может быть достигнуто на основе сетевого взаимодействия между предпринимателями. Этот подход способен помочь им за счет экономии от масштаба, а также объединения и интеграции взаимодополняющих технологий и компетенций.

Тенденция превышения значений рассмотренных удельных показателей по мужчинам наблюдалась в 27 странах. В 24 странах значения показателей по женщинам были выше, чем по мужчинам. Только в восьми странах значения показателей по женщинам и мужчинам были равны. Это позволяет сделать вывод о наличии в большинстве стран гендерных различий в участии предпринимателей в инновационной деятельности. Следовательно, гипотеза 1 получила подтверждение.

Среднее значение отношения показателей, описывающих инновационную деятельность женщин-предпринимателей и мужчин-предпринимателей, составляло 0,96. При этом в 25 странах из 59 значения отношений указанных показателей находились в диапазоне от 0,9 до 1,1.

В целом приведенный выше анализ показал следующее:

- почти каждый четвертый предприниматель в 59 рассматриваемых странах был вовлечен в инновационную деятельность;
- в целом по рассматриваемым странам женщины на 5 % реже осуществляли инновационную деятельность по сравнению с мужчинами;
- количество стран, в которых мужчины-предприниматели чаще использовали инновации, немногим, всего на три страны, больше тех, в которых преобладают инноваторы среди женщин-предпринимателей.

Для проверки гипотезы 2 проводился анализ данных, представленных в столбце 3 таблицы 3.1. Анализ показал существенную дифференциацию по рассматриваемым странам значений каждого из трех показателей. Следовательно, гипотеза 2 подтвердилась.

На следующем этапе выявлялись страны, в которых отмечались максимальные и минимальные значения каждого из показателей. При этом к максимальным относятся значения, превышающие верхние границы диапазонов, указанных в столбце 3 таблицы 3.1, а к минимальным – меньшие, чем нижние границы указанных диапазонов. Итоги этого анализа приведены в таблице 3.2. Наряду с перечнями стран в этой таблице представлено также подразделение выявленных стран по их географическому положению и уровню доходов населения.

Таблица 3.2

Характеристика стран, в которых отмечались  
максимальные и минимальные показатели

Показатели	Страны	Географическое положение	Доходы населения
1	2	3	4
удельный вес женщин, осуществляющих инновационную деятельность, в общей численности женщин-предпринимателей, %	С максимальными значениями показателей		
	Австрия	Европа	Высокие
	Канада	Северная Америка	Высокие
	Ливан	Азия	Низкие
	Чили	Латинская Америка	Высокие
	Люксембург	Европа	Высокие
	Индия	Азия	Низкие
	С минимальными значениями показателей		
	Босния и Герцеговина	Европа	Средние
	Бразилия	Латинская Америка	Средние
	Панама	Латинская Америка	Высокие
	Болгария	Европа	Средние
	Индонезия	Азия	Низкие
	Иран	Азия	Низкие
	Эквадор	Латинская Америка	Средние
	Российская Федерация	Европа	Средние
	Колумбия	Латинская Америка	Средние
	Судан	Африка	Низкие
	удельный вес мужчин, осуществляющих инновационную деятельность, в общей численности	С максимальными значениями показателей	
Ливан		Азия	Низкие
Кипр		Европа	Высокие
Канада		Северная Америка	Высокие
Израиль		Азия	Высокие

Показатели	Страны	Географическое положение	Доходы населения	
1	2	3	4	
мужчин-предпринимателей, %	Индия	Азия	Низкие	
	Чили	Латинская Америка	Высокие	
	Люксембург	Европа	Высокие	
	Гватемала	Латинская Америка	Средние	
	С минимальными значениями показателей			
	Бразилия	Латинская Америка	Средние	
	Российская Федерация	Европа	Средние	
	Мадагаскар	Африка	Низкие	
	Польша	Европа	Высокие	
	Панама	Латинская Америка	Высокие	
	Вьетнам	Азия	Низкие	
	Марокко	Африка	Низкие	
	Судан	Африка	Низкие	
	Босния и Герцеговина	Европа	Средние	
отношение значений показателей, описывающих инновационную деятельность женщин-предпринимателей и мужчин-предпринимателей	С максимальными значениями показателей			
	Франция	Европа	Высокие	
	Казахстан	Азия	Средние	
	Уругвай	Латинская Америка	Высокие	
	Австралия	Австралия	Высокие	
	Пуэрто-Рико	Латинская Америка	Высокие	
	Марокко	Африка	Низкие	
	Мадагаскар	Африка	Низкие	
	Нидерланды	Европа	Высокие	
	Российская Федерация	Европа	Средние	

Показатели	Страны	Географическое положение	Доходы населения
1	2	3	4
	С минимальными значениями показателей		
	Иран	Азия	Низкие
	Босния и Герцеговина	Европа	Средние
	Эквадор	Латинская Америка	Средние
	Индонезия	Азия	Низкие
	Болгария	Европа	Средние
	Тайвань	Азия	Высокие
	Китай	Азия	Высокие
	ЮАР	Африка	Средние

Источник: разработано автором на основе данных таблицы 3.1 и проекта Глобального мониторинга предпринимательства.

В таблице 3.2 приведена информация по территориальному расположению стран (столбец 3) и доходам населения в них (столбец 4). Анализ этой информации показал, что связи между максимальными и минимальными значениями показателей и территориальным расположением стран, а также уровнем доходов населения в этих странах не наблюдается. То есть страны с высокими и низкими значениями показателей расположены в различных частях света и характеризуются разным уровнем доходов населения. Таким образом, можно констатировать подтверждение гипотез 3 и 4.

Сравнительный анализ значений рассматриваемых показателей по России и зарубежным странам показал следующее:

– значение показателя удельного веса женщин, осуществляющих инновационную деятельность, в общей численности женщин-предпринимателей в России составляло 12,2 %, что существенно (более чем в 2 раза) меньше средней величины по зарубежным странам;

– значение показателя удельного веса мужчин, осуществляющих инновационную деятельность, в общей численности мужчин-предпринимателей составляло 5,7 %, что существенно (в 4,6 раза) меньше средней величины по зарубежным странам;

– отношение значений показателей, описывающих инновационную деятельность женщин-предпринимателей и мужчин-предпринимателей, составляет 2,1, что в 2 раза выше средней величины по зарубежным странам.

Таким образом, можно сделать вывод о меньшей вовлеченности в инновационную деятельность предпринимателей в России по сравнению с зарубежными странами. Причем эта тенденция наблюдается как в женском, так и в мужском предпринимательстве. Такое положение, на наш взгляд, обусловлено слабым трансфером инноваций от крупных предприятий и корпораций малому и среднему бизнесу в России. Кроме того, исследователи редко переносят свои достижения в создаваемые фирмы.

Приведенная информация показывает, что в России удельный вес осуществляющих инновационную деятельность женщин-предпринимателей существенно выше по сравнению с аналогичным показателем по мужчинам-предпринимателям. По мнению автора, этот феномен обусловлен более высоким образовательным уровнем, характерным для женщин в нашей стране.

## *Глава 4*

# **ЭКСПОРТНАЯ АКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ**

Одной из наиболее актуальных проблем развития современного предпринимательства является стремление владельцев фирм к реализации своей продукции на максимальном количестве рынков, в том числе ее экспорте. Вопросы интернационализации продаж фирмами, созданными предпринимателями, рассматривались в ряде научных публикаций. Так, теоретические основы и детерминанты, обуславливающие принятие предпринимателями решений о начале экспортной деятельности, описаны в работах [59, 82, 83]. В исследованиях [80, 91] основное внимание уделялось управленческим аспектам развития экспорта, его преимуществам, а также преодолению барьеров, мешающих повышению эффективности деятельности предпринимателей в зарубежных странах. В статьях [17, 52] приведена информация о влиянии государственных программ стимулирования экспорта. При

этом подчеркивается необходимость расширения помощи предпринимателям в сфере маркетинга и поиска подходящих деловых партнеров, а также обеспечения более легкого доступа к контактам на экспортной территории. Использование человеческого капитала, новых знаний и инноваций является движущим фактором интернационализации фирм, что следует из публикаций [36, 43, 75]. В работах [18, 86] сделан вывод, что большинство предпринимательских структур функционирует на рынках в своем регионе и лишь немногие предпочитают экспортировать свою продукцию.

Учитывая возрастание роли гендерных исследований в предпринимательстве [23, 27, 51, 102], наряду с межстрановым анализом далее рассматриваются сложившиеся различия в экспортной активности женщин и мужчин.

Необходимо отметить, что в выполненных ранее научных исследованиях проблеме гендерных различий, сложившихся в экспортно ориентированных фирмах, уделялось недостаточно внимания.

Целью нашего исследования была оценка уровня экспорта продукции фирмами, созданными предпринимателями, в современных национальных экономиках. Процесс исследования включал пять этапов. На первом этапе формировались исходные данные, описывающие уровень экспорта продукции фирмами, созданными женщинами и мужчинами. На втором этапе оценивались значения показателей, характеризующих экспортный потенциал бизнесов, которыми владеют женщины-предприниматели и мужчины-предприниматели. На третьем этапе определялись средние значения указанных показателей

по рассматриваемым странам и диапазоны, в которых находятся значения этих показателей для большинства из них. На четвертом этапе проводился компаративный анализ, в процессе которого устанавливались страны, в которых отмечались минимальные и максимальные значения показателей. На пятом этапе проводился сравнительный анализ значений показателей по России и зарубежным странам.

На первом этапе использовались данные опросов предпринимателей, выполненных в процессе реализации проекта Глобального мониторинга предпринимательства [47]. Необходимо отметить, что указанные опросы проводились в 59 странах и затрагивали не менее 200 предпринимателей в каждой из них. Опрос предпринимателей в этих странах позволил получить информацию о фирмах, в которых экспорт продукции превышал 25 % от общего объема выпуска.

В нашем исследовании рассматривалась оценка трех показателей, характеризующих занятость работников в фирмах, созданных женщинами и мужчинами в 2018 году:

- удельный вес созданных женщинами бизнесов, которые экспортируют более 25 % своей продукции, в общем количестве бизнесов, которыми владеют женщины-предприниматели;
- удельный вес созданных мужчинами бизнесов, которые экспортируют более 25 % своей продукции, в общем количестве бизнесов, которыми владеют мужчины-предприниматели;
- отношение значений показателей, описывающих экспорт более 25 % продукции по бизнесам женщин-предпринимателей и мужчин-предпринимателей.

Проведенное исследование включало проверку пяти следующих гипотез:

– гипотеза 1 – в большинстве стран имеет место гендерный разрыв в уровнях экспортных поставок по женщинам-предпринимателям и мужчинам-предпринимателям;

– гипотеза 2 – большинство как женщин-предпринимателей, так и мужчин-предпринимателей не экспортируют свою продукцию либо экспортируют не более четверти ее;

– гипотеза 3 – значения трех рассматриваемых показателей имеют существенную дифференциацию по разным странам;

– гипотеза 4 – территориальное расположение стран не оказывает существенного влияния на значения каждого из трех показателей;

– гипотеза 5 – уровень доходов населения в рассматриваемых странах не оказывает существенного влияния на значения каждого из трех показателей.

В экономико-математическом моделировании, используемом для оценки каждого из трех показателей, применялись функции нормального распределения. Функция плотности распределения содержит полную информацию о случайной величине, в нашем исследовании в качестве случайных величин рассматриваются значения показателей по каждой из стран. Исходя из разработанной функции плотности нормального распределения, могут быть легко установлены такие ее характеристики, как среднее значение, а также среднее квадратическое отклонение. Именно эти индикаторы входят в стандартную модель, то есть уравнение функции. Необходимо отметить, что для

функций плотности нормального распределения частоты значений показателей, укладывающихся в интервал с центром, соответствующим среднему значению, и диапазоном, определяемым двумя средними квадратическими отклонениями (то есть разностью между средним значением и этим отклонением, а также суммой среднего значения и отклонения), соответствует 68,3 % всех наблюдений. В нашем случае в этом диапазоне находятся показатели по большинству стран.

В статье автора [85] представлен методический подход к их разработке и использованию для определения средних значений по рассматриваемым государствам, а также диапазонов вариации значений по большинству государств. В процессе нашей работы устанавливались государства с максимальными и минимальными величинами показателей.

В процессе вычислительного эксперимента проводилось экономико-математическое моделирование на основе эмпирических данных. Модели, которые описывают распределения трех показателей по всем 59 странам, продемонстрированы далее:

– удельный вес созданных женщинами бизнесов, которые экспортируют более 25 % своей продукции, в общем количестве бизнесов, которыми владеют женщины-предприниматели, %:

$$y_{4.1}(x_{4.1}) = \frac{712,51}{13,55 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{4.1}-17,47)^2}{2 \times 13,55 \times 13,55}}; \quad (4.1)$$

– удельный вес созданных мужчинами бизнесов, которые экспортируют более 25 % своей продукции, в общем количестве бизнесов, которыми владеют мужчины-предприниматели, %:

$$y_{4.2}(x_{4.2}) = \frac{786,67}{15,82 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_{4.2} - 21,55)^2}{2 \times 15,82 \times 15,82}}; \quad (4.2)$$

– отношение значений показателей, описывающих экспорт более 25 % продукции по бизнесам женщин-предпринимателей и мужчин-предпринимателей:

$$y_{4.3}(x_{4.3}) = \frac{17,91}{0,42 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{\frac{-(x_{4.3} - 0,87)^2}{2 \times 0,42 \times 0,42}}. \quad (4.3)$$

На следующем этапе исследования были выявлены закономерности, характеризующие сложившуюся экспортную активность предпринимателей-женщин и предпринимателей-мужчин. В столбце 2 таблицы 4.1 приведены данные, характеризующие средние величины показателей. Диапазоны, в которых находятся значения показателей по большинству стран, продемонстрированы в третьем столбце таблицы.

Среднее значение удельного веса созданных женщинами бизнесов, которые экспортируют более 25 % своей продукции, в общем количестве бизнесов, которыми владеют женщины-предприниматели, достигало в 2018 году почти 17,5 %. То есть каждая шестая женщина-предприниматель в рассматриваемых странах осуществляла экспорт указанной выше доли своей продукции.

Таблица 4.1

Значения показателей, характеризующих экспорт бизнесов,  
созданных мужчинами и женщинами

Показатели	Средние величины	Значения по боль- шинству стран
1	2	3
удельный вес созданных женщинами бизнесов, которые экспортируют более 25 % своей продукции, в общем количестве бизнесов, которыми владеют женщины-предприниматели, %	17,47	4,02-30,92
удельный вес созданных мужчинами бизнесов, которые экспортируют более 25 % своей продукции, в общем количестве бизнесов, которыми владеют мужчины-предприниматели, %	21,55	5,73-37,37
отношение значений показателей, описывающих экспорт более 25 % продукции по бизнесам женщин-предпринимателей и мужчин-предпринимателей	0,87	0,45-1,29

Источник: расчеты проведены автором на основе функций (4.1)-(4.3).

Соответствующий показатель по мужчинам был в 1,2 раза больше – 21,6 %. Следовательно, почти каждый пятый мужчина-предприниматель экспортировал более четверти своей продукции. Тенденция превышения указанного показателя по мужчинам характерна для большинства стран, но наблюдались исключения. В трех странах, а именно Индии, Швейцарии и Хорватии, значения показателей по женщинам и мужчинам были равны. В 18 странах, таких как

Перу, Малайзия, Казахстан, Ирландия, Кипр, США, Великобритания, Словацкая Республика, ЮАР, Марокко, Панама, Катар, Турция, Мадагаскар, Вьетнам, Аргентина, Болгария и Российская Федерация, экспортный потенциал женских бизнесов был выше, чем мужских. Среднее значение отношения величин показателей, описывающих уровень экспорта по бизнесам женщин-предпринимателей и мужчин-предпринимателей, составляло 0,87. Таким образом, гипотеза 1 о наличии в большинстве стран гендерного разрыва в уровнях экспортных поставок по женщинам-предпринимателям и мужчинам-предпринимателям подтвердилась.

Данные столбца 2 таблицы 4.1 свидетельствуют, что в рассматриваемых странах относительное меньшинство предпринимателей экспортируют более четверти своей продукции (это характерно как для мужчин, так и для женщин). Таким образом, мы доказали, что большинство как женщин-предпринимателей, так и мужчин-предпринимателей не экспортируют свою продукцию либо экспортируют не более четверти ее. Удельный вес таких женщин-предпринимателей в общем количестве женщин-предпринимателей в среднем по рассматриваемым странам достигал в 2018 году более 82 %. Аналогичный показатель по мужчинам-предпринимателям составлял почти 78 %. Следовательно, подтвердилась вторая гипотеза.

Для проверки гипотезы 3 проводился анализ данных, представленных в столбце 3 таблицы 4.1. Анализ показал существенную дифференциацию по рассматриваемым странам значений каждого из трех показателей. Следовательно, третья гипотеза подтвердилась.

На следующем этапе выявлялись страны, в которых отмечались максимальные и минимальные значения каждого из показателей. При этом к максимальным и минимальным относятся значения, соответственно превышающие верхние границы диапазонов, продемонстрированных в третьем столбце таблицы 4.1, и меньшие нижних границ диапазонов. Итоги этого анализа приведены в таблице 4.2. Наряду с перечнями стран в этой таблице представлено также подразделение выявленных стран по их географическому положению и уровню доходов населения.

Таблица 4.2

Страны с максимальными и минимальными значениями показателей

Наименование показателя	Максимальные значения	Минимальные значения
1	2	3
удельный вес созданных женщинами бизнесов, которые экспортируют более 25 % своей продукции, в общем количестве бизнесов, которыми владеют женщины-предприниматели, %	Австрия, Ирландия, Кипр, Хорватия, Канада, Катар, Ливан, Марокко, ОАЭ. Расположены в Европе четыре страны, в Северной Америке и Африке – по одной стране, в Азии – три страны. Доходы населения: высокие (семь стран), низкие (две страны)	Ангола, Эквадор, Гватемала, Польша, Мадагаскар, Вьетнам, Российская Федерация, Аргентина. По две из этих стран расположены в Европе и Африке, в Азии – одна страна, в Латинской Америке – три страны. Высокие доходы населения отмечаются в одной стране, средние – в четырех странах, а низкие – в трех странах

Наименование показателя	Максимальные значения	Минимальные значения
1	2	3
удельный вес созданных мужчинами бизнесов, которые экспортируют более 25 % своей продукции, в общем количестве бизнесов, которыми владеют мужчины-предприниматели, %	Катар, Хорватия, ОАЭ, Саудовская Аравия, Канада, Австрия, Марокко, Ливан, Люксембург. Расположены в Европе три страны, в Азии – четыре страны, в Северной Америке и Африке – по одной стране. Доходы населения: высокие (семь стран), низкие (две страны)	Бразилия, Чили, Мадагаскар, Вьетнам, Российская Федерация, Эквадор, Аргентина, Ангола, Гватемала, Польша. По две страны расположены в Европе и Африке, одна страна – в Азии, пять стран – в Латинской Америке. Доходы населения: высокие (две страны), средние (пять стран), низкие (три страны)
отношение значений показателей, описывающих экспорт более 25 % продукции по бизнесам женщин-предпринимателей и мужчин-предпринимателей	Панама, Катар, Турция, Мадагаскар, Вьетнам, Аргентина, Болгария, Российская Федерация. По две страны расположены в Европе и Латинской Америке, в Азии – три страны, в Африке – одна страна. Доходы населения: высокие (две страны), средние (четыре страны), низкие (две страны)	Ангола, Франция, Эстония, Гватемала, Польша, Германия, Босния и Герцеговина, Уругвай, Тайвань. Пять из этих стран расположены в Европе, по одной стране – в Азии и Африке, две страны – в Латинской Америке. Высокие доходы населения имели место в пяти странах, средние доходы были в трех странах, а в одной стране – низкие доходы

Источник: разработано автором на основе данных таблицы 4.1 и проекта Глобального мониторинга предпринимательства.

В таблице 4.2 приведена информация по территориальному расположению стран с высокими (столбец 2) и низкими (столбец 3) значениями каждого из трех оцениваемых в нашем исследовании показателей. Анализ этой информации показал, что связи между значениями показателей и территориальным расположением стран, а также уровнем доходов населения в этих странах не наблюдается. То есть страны с высокими и низкими значениями показателей расположены в различных частях света и характеризуются разным уровнем доходов населения. Таким образом, можно констатировать подтверждение четвертой и пятой гипотез.

Сравнительный анализ значений рассматриваемых показателей по России и зарубежным странам позволил сделать следующие выводы:

– значение первого показателя (удельный вес созданных женщинами бизнесов, которые экспортируют более 25 % своей продукции, в общем количестве бизнесов, которыми владеют женщины-предприниматели) составляет 2,9 %, что почти в 6 раз больше средней величины по зарубежным странам;

– значение второго показателя (удельный вес созданных мужчинами бизнесов, которые экспортируют более 25 % своей продукции, в общем количестве бизнесов, которыми владеют мужчины-предприниматели) составляет 1,5 %, что в 14 раз больше средней величины по зарубежным странам;

– значение третьего показателя (отношение значений показателей, описывающих экспорт более 25 % продукции по бизнесам женщин-

предпринимателей и мужчин-предпринимателей) составляет 1,9, что почти в 2,2 раза больше средней величины по зарубежным странам.

Приведенные данные показывают, что в сравнении с зарубежными странами в России существенно ниже экспортный потенциал как женщин-предпринимателей, так и мужчин-предпринимателей. Это представляется логичным, поскольку абсолютное большинство предпринимателей в России ориентировано на внутренний рынок. Необходимо обратить внимание на некий феномен, связанный с тем, что в России женщины-предприниматели экспортируют свою продукцию почти в 2 раза чаще по сравнению с мужчинами-предпринимателями.

## *Глава 5*

# **ВЫХОД ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ ИЗ СВОЕГО БИЗНЕСА**

Наряду с изучением вопросов создания предпринимателями новых бизнесов, для большинства развитых и развивающихся экономик актуальной проблемой является оценка показателей, характеризующих прекращение ими своей деятельности, а также определение факторов, обуславливающих данные процессы. Эти показатели дают на- сущную информацию о демографических процессах в предпринимательском секторе и факторах, влияющих на закрытие фирм на национальном и региональном уровнях.

Проведенный анализ показал, что завершению предпринимательской деятельности посвящено значительное количество научных публикаций. Теоретические и практические аспекты процессов завершения предпринимателями своей деятельности приведены в работах [16, 22, 26, 34]. В качестве основных факторов, определяющих эти

процессы, указываются убыточная деятельность фирм, а также отсутствие необходимых финансов [29, 110, 117].

Необходимо отметить, что в выполненных ранее научных исследованиях проблеме гендерных различий, сложившихся на стадии выхода предпринимателей из своих бизнесов, уделялось недостаточно внимания.

Целью исследования являлась оценка сложившихся уровней завершения женщинами и мужчинами деятельности в качестве предпринимателей в современных национальных экономиках.

Процесс исследования включал четыре этапа. На первом этапе формировались исходные данные, описывающие доли женщин и мужчин, завершивших деятельность в качестве предпринимателей, в общей численности соответствующих страт взрослого населения в различных странах, а также основных факторов, определяющих эти процессы. На втором этапе оценивались значения показателей, характеризующих сложившиеся в национальных экономиках уровни завершения женщинами-предпринимателями и мужчинами-предпринимателями своей деятельности. На третьем этапе определялись средние значения показателей по рассматриваемым странам и диапазоны, в которых находятся значения этих показателей для большинства из них. На четвертом этапе проводился компаративный анализ, в процессе которого устанавливались страны с высокими и низкими значениями показателей, характеризующих предпринимателей, завершивших деятельность.

В качестве исходной информации в исследовании использовались результаты опросов, проведенных в 59 странах, в процессе реализации проекта Глобального мониторинга предпринимательства [47]. Опросы взрослого населения (18-64 лет) в этих странах позволили получить информацию о людях, завершивших в текущем году предпринимательскую деятельность.

В нашем исследовании рассматривалась оценка девяти показателей, характеризующих завершение деятельности предпринимателями-женщинами и мужчинами, по 59 странам в 2018 году:

- удельный вес женщин-предпринимателей, завершивших деятельность, в численности взрослых женщин (показатель 1);
- удельный вес мужчин-предпринимателей, завершивших деятельность, в общей численности взрослых мужчин (показатель 2);
- отношение значений показателей, описывающих завершение деятельности женщинами-предпринимателями и мужчинами-предпринимателями (показатель 3);
- удельный вес женщин, завершивших деятельность в связи с убыточностью производства, в общей численности женщин-предпринимателей (показатель 4);
- удельный вес мужчин, завершивших деятельность в связи с убыточностью производства, в общей численности мужчин-предпринимателей (показатель 5);
- отношение значений показателей женщин и мужчин, завершивших деятельность в связи с убыточностью производства (показатель 6);

– удельный вес женщин, завершивших деятельность в связи с отсутствием финансов, в общей численности женщин-предпринимателей (показатель 7);

– удельный вес мужчин, завершивших деятельность в связи с отсутствием финансов, в общей численности мужчин-предпринимателей (показатель 8);

– отношение значений показателей, описывающих завершение деятельности в связи с отсутствием финансов (показатель 9).

Проведенное исследование включало проверку трех следующих гипотез:

– гипотеза 1: значения девяти рассматриваемых показателей имеют существенную дифференциацию по разным странам;

– гипотеза 2: территориальное расположение стран не оказывает существенного влияния на значения каждого из девяти показателей;

– гипотеза 3: уровень доходов населения в рассматриваемых странах не оказывает существенного влияния на значения каждого из девяти показателей.

Оценка значений девяти рассматриваемых показателей основывалась на экономико-математическом моделировании исходных эмпирических данных, приведенных в проекте Глобального мониторинга предпринимательства [47]. В качестве моделей использовались функции плотности нормального распределения, методика разработки которых для оценки значений показателей приведена в статье автора [85]. Полученные функции позволяют установить средние по рассматриваемым странам значения каждого из девяти показателей,

диапазоны их вариации, характерные для большинства стран. Кроме того, в процессе исследования определялись страны, в которых рассматриваемые показатели имеют значения более высокие, чем верхняя, и меньшие, чем нижняя границы диапазонов. Границы диапазонов значений показателей по 68 % стран определялись исходя из средних значений показателей и соответствующих стандартных отклонений. Нижняя граница интервала равна разности между средним значением и стандартным отклонением, а верхняя граница – их сумме.

В процессе вычислительного эксперимента проводилось экономико-математическое моделирование на основе эмпирических данных. Модели, которые описывают распределения девяти показателей по всем 59 странам, продемонстрированы далее:

– удельный вес женщин-предпринимателей, завершивших деятельность, в численности взрослых женщин, %:

$$y_{5.1}(x_{5.1}) = \frac{51,63}{1,57 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{5.1} - 2,68)^2}{2 \times 1,57 \times 1,57}}; \quad (5.1)$$

– удельный вес мужчин-предпринимателей, завершивших деятельность, в общей численности взрослых мужчин, %:

$$y_{5.2}(x_{5.2}) = \frac{55,72}{1,64 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{5.2} - 3,35)^2}{2 \times 1,64 \times 1,64}}; \quad (5.2)$$

– отношение значений показателей, описывающих завершение деятельности женщинами-предпринимателями и мужчинами-предпринимателями:

$$y_{5.3}(x_{5.3}) = \frac{12,98}{0,36 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{5.3} - 0,85)^2}{2 \times 0,36 \times 0,36}}; \quad (5.3)$$

– удельный вес женщин, завершивших деятельность в связи с убыточностью, в общей численности женщин-предпринимателей, %:

$$y_{5.4}(x_{5.4}) = \frac{557,22}{14,31 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{5.4} - 28,89)^2}{2 \times 14,31 \times 14,31}}; \quad (5.4)$$

– удельный вес мужчин, завершивших деятельность в связи с убыточностью, в общей численности мужчин-предпринимателей, %:

$$y_{5.5}(x_{5.5}) = \frac{716,43}{13,54 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{5.5} - 30,98)^2}{2 \times 1354 \times 13,54}}; \quad (5.5)$$

– отношение значений показателей женщин и мужчин, завершивших деятельность в связи с убыточностью:

$$y_{5.6}(x_{5.6}) = \frac{18,85}{0,28 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{5.6} - 0,98)^2}{2 \times 0,98 \times 0,38}}; \quad (5.6)$$

– удельный вес женщин, завершивших деятельность в связи с отсутствием финансов, в общей численности женщин-предпринимателей, %:

$$y_{5.7}(x_{5.7}) = \frac{580,05}{11,03 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{5.7} - 15,72)^2}{2 \times 11,03 \times 11,03}}; \quad (5.7)$$

– удельный вес мужчин, завершивших деятельность в связи с отсутствием финансов, в общей численности мужчин-предпринимателей, %:

$$y_{5.8}(x_{5.8}) = \frac{331,43}{8,07 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{5.8} - 13,92)^2}{2 \times 8,07 \times 8,07}}; \quad (5.8)$$

– отношение значений показателей, описывающих завершение деятельности в связи с отсутствием финансов:

$$y_{5.9}(x_{5.9}) = \frac{37,33}{0,67 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{5.9} - 1,15)^2}{2 \times 0,67 \times 0,67}}. \quad (5.9)$$

На следующем этапе исследования были выявлены значения показателей, характеризующих женщин и мужчин, закончивших в 2018 году свою деятельность в качестве предпринимателей. Средние значения показателей по странам указаны в столбце 2 таблицы 5.1. Величины показателей, характеризующие верхние и нижние границы интервалов, соответствующие большинству стран, продемонстрированы в столбце 3.

Среднее значение удельного веса женщин-предпринимателей, завершивших деятельность, составило в 2018 году почти 2,7 %. Значение аналогичного показателя по мужчинам было в 1,25 раза больше и составляло более 3,3 %. Тенденция превышения значений показателей по мужчинам наблюдалась в 39 странах (то есть в большинстве). В 20 странах эта тенденция не наблюдалась.

Таблица 5.1

Значения показателей, описывающих  
завершивших деятельность предпринимателей

Показатели	Средние величины	Значения по боль- шинству стран
1	2	3
удельный вес женщин-предпринимателей, завершивших деятельность, в численности взрослых женщин, %	2,68	1,11-4,25
удельный вес мужчин-предпринимателей, завершивших деятельность, в общей численности взрослых мужчин, %	3,35	1,71-4,99
отношение значений показателей, описывающих завершение деятельности женщинами-предпринимателями и мужчинами-предпринимателями	0,85	0,49-1,21
удельный вес женщин, завершивших деятельность в связи с убыточностью, в общей численности женщин-предпринимателей, %	28,89	14,58-43,20
удельный вес мужчин, завершивших деятельность в связи с убыточностью, в общей численности мужчин-предпринимателей, %	30,98	17,44-44,52
отношение значений показателей женщин и мужчин, завершивших деятельность в связи с убыточностью	0,98	0,60-1,36
удельный вес женщин, завершивших деятельность в связи с отсутствием финансов, в общей численности женщин-предпринимателей, %	15,72	4,69-26,75

Показатели	Средние величины	Значения по большинству стран
1	2	3
удельный вес мужчин, завершивших деятельность в связи с отсутствием финансов, в общей численности мужчин-предпринимателей, %	13,92	5,85-21,99
отношение значений показателей, описывающих завершение деятельности в связи с отсутствием финансов	1,15	0,48-1,82

Источник: расчеты проведены автором на основе функций (5.1)-(5.9).

В Словацкой Республике и Судане значения показателей по женщинам и мужчинам были равны. В Бразилии, Канаде, Чили, Таиланде, Болгарии, Гватемале, Малайзии, Катаре, Саудовской Аравии, ЮАР, США, Эквадоре, Израиле, Ливане, Вьетнаме, Перу, ОАЭ, Анголе и Мадагаскаре значения показателей по женщинам были выше, чем по мужчинам. Соответственно, среднее значение отношения показателей, описывающих женщин и мужчин, завершивших предпринимательскую деятельность, составляло 0,85.

Среднее значение удельного веса женщин, завершивших деятельность в связи с убыточностью, в общей численности женщин-предпринимателей составило в 2018 году 28,9 %. Значение аналогичного показателя по мужчинам составляло почти 31 %. Превышение значений показателей по мужчинам наблюдалось в 31 стране. В 11 странах (Чили, Хорватии, Эстонии, Гватемале, Казахстане, Ли-

ване, Марокко, Пуэрто-Рико, Саудовской Аравии, Словении, ОАЭ) значения показателей по женщинам и мужчинам были равны. В 17 странах (Австралии, Бразилии, Кипре, Великобритании, Латвии, Перу, Испании, Панаме, Боснии и Герцеговине, Израиле, Китае, Греции, Республике Корея, Анголе, Люксембурге, США и Италии) значения показателей по женщинам были выше, чем по мужчинам. Соответственно, среднее значение отношения показателей, описывающих женщин и мужчин, вышедших из бизнеса, составляло 0,98.

Среднее значение удельного веса женщин, завершивших деятельность в связи с отсутствием финансов, в общей численности женщин-предпринимателей в 2018 году составило 15,7 %. Значение аналогичного показателя по мужчинам было немного ниже – 13,9 %. Превышение значений показателей по женщинам имело место в 28 странах. В двух странах значения показателей по женщинам и мужчинам были равны. В 29 странах значения показателей по мужчинам были больше, чем по женщинам. Среднее значение отношения показателей, описывающих женщин и мужчин, завершивших деятельность в связи с отсутствием финансов, достигало 1,15.

Необходимо отметить, что в среднем по рассматриваемым странам общий удельный вес людей, завершивших деятельность в связи с убыточностью либо отсутствием финансов, составлял более 44,6 % по женщинам и 44,9 % по мужчинам. То есть почти половина женщин и мужчин завершили деятельность в качестве предпринимателей по указанным причинам в рассмотренных 59 странах.

В целом приведенный выше анализ позволил сделать вывод о наличии в большинстве стран гендерных различий по удельным весам женщин и мужчин, завершивших свою деятельность, в общей численности соответствующих страт взрослых людей. По показателям, характеризующим завершение деятельности в связи с убыточностью либо отсутствием финансов, существенных гендерных различий в средних значениях по 59 странам не наблюдалось. Для проверки гипотезы 1 проводился анализ данных, представленных в столбце 3 таблицы 5.1. Анализ показал существенную дифференциацию по рассматриваемым странам значений каждого из девяти показателей. Следовательно, гипотеза 1 подтвердилась.

На следующем этапе выявлялись страны, в которых отмечались максимальные и минимальные значения каждого из показателей. При этом к максимальным относятся значения, превышающие верхние границы диапазонов, указанных в столбце 3 таблицы 5.1, а к минимальным – меньшие, чем нижние границы указанных диапазонов. Итоги этого анализа приведены в таблице 5.2. Наряду с перечнями стран в таблице представлено также подразделение выявленных стран по их географическому положению и уровню доходов населения.

В таблице 5.2 приведена информация по территориальному расположению стран с высокими (столбец 2) и низкими (столбец 3) значениями каждого из девяти оцениваемых в нашем исследовании показателей.

Таблица 5.2

Характеристика стран, в которых отмечались  
максимальные и минимальные показатели

Показатели	Страны с максимальными значениями показателей	Страны с минимальными значениями показателей
1	2	3
удельный вес женщин-предпринимателей, завершивших деятельность, в численности взрослых женщин, %	Египет, Чили, Гватемала, ЮАР, Малайзия, Таиланд, Судан, Саудовская Аравия, Эквадор, Перу, Ангола. Расположены в Азии (три страны), Африке (четыре страны), Латинской Америке (четыре страны). Доходы населения: высокие (две страны), средние (шесть стран), низкие (три страны)	Швейцария, Босния и Герцеговина, Индонезия, Япония, Кипр, Франция, Италия, Российская Федерация, Германия, Польша. Расположены в Европе (шесть стран), Азии (две страны). Доходы населения: высокие (пять стран), средние (три страны)
удельный вес мужчин-предпринимателей, завершивших деятельность, в общей численности взрослых мужчин, %	Чили, Таиланд, Казахстан, Перу, Иран, Уругвай, Эквадор, Египет, Марокко, Судан. Расположены в Азии (пять стран), Африке (две страны), Латинской Америке (три страны). Доходы населения: высокие (одна страна), средние (пять стран), низкие (четыре страны)	Италия, Босния и Герцеговина, Индонезия, Испания, Германия, Япония, Болгария, Республика Корея, Польша, Швейцария. Расположены в Европе (семь стран), Азии (три страны). Доходы населения: высокие (семь стран), средние (три страны)
отношение значений показателей, описывающих завершение	Эквадор, Израиль, Ливан, Вьетнам, Перу, ОАЭ, Ангола, Мадагаскар. Расположены в Азии (четыре	Швейцария, Кипр, Франция, Иран, Люксембург, Российская Федерация, Великобритания.

Показатели	Страны с максимальными значениями показателей	Страны с минимальными значениями показателей
1	2	3
деятельности женщинами-предпринимателями и мужчинами-предпринимателями	страны), в Африке и Латинской Америке (по две страны). Доходы населения: высокие (две страны), средние (три страны), низкие (три страны)	Расположены в Европе (шесть стран), Азии (одна страна). Доходы населения: высокие (пять стран), средние (одна страна), низкие (одна страна)
удельный вес женщин, завершивших деятельность в связи с убыточностью, в общей численности женщин-предпринимателей, %	Ливан, Республика Корея, Греция, Болгария, Испания, Панама, Российская Федерация. Расположены в Азии (две страны), Европе (четыре страны), Латинской Америке (одна страна). Доходы населения: высокие (четыре страны), средние (две страны), низкие (одна страна)	Япония, Вьетнам, Нидерланды, Швейцария, Индонезия, Германия, Саудовская Аравия. Расположены в Европе (три страны), Азии (четыре страны). Доходы населения: высокие (пять стран), средние (одна страна), низкие (одна страна)
удельный вес мужчин, завершивших деятельность в связи с убыточностью, в общей численности мужчин-предпринимателей, %	Аргентина, Испания, Индия, Панама, Египет, Ливан, Уругвай, Болгария, Российская Федерация. Расположены в Европе (три страны), Азии (две страны), Африке (одна страна), Латинской Америке (три страны). Доходы населения: высокие (две страны), средние (четыре страны), низкие (три страны)	Вьетнам, Италия, Люксембург, Индонезия, Саудовская Аравия, Нидерланды, Пуэрто-Рико. Расположены в Европе (три страны), Латинской Америке (одна страна), Азии (три страны). Доходы населения: высокие (пять стран), средние (одна страна), низкие (одна страна)

Показатели	Страны с максимальными значениями показателей	Страны с минимальными значениями показателей
1	2	3
отношение значений показателей женщин и мужчин, завершивших деятельность в связи с убыточностью	Босния и Герцеговина, Израиль, Китай, Греция, Республика Корея, Ангола, Люксембург, США, Италия. Расположены в Европе (четыре страны), Азии (три страны), Африке и Северной Америке (по одной стране). Доходы населения: высокие (пять стран), средние (две страны), низкие (одна страна)	Швейцария, Катар, Нидерланды, Швеция, Канада, Египет, Тайвань. Расположены в Европе (три страны), Азии (две страны), Северной Америке и Африке (по одной стране). Доходы населения: высокие (шесть стран), низкие (одна страна)
удельный вес женщин, завершивших деятельность в связи с отсутствием финансов, в общей численности женщин-предпринимателей, %	Судан, Египет, Индия, Индонезия, Ангола, Вьетнам, ЮАР, Кипр, Турция, Франция. Расположены в Европе (две страны), Азии (четыре страны), Африке (четыре страны). Доходы населения: высокие (две страны), средние (две страны), низкие (четыре страны)	США, Тайвань, Китай, Швеция, Словацкая Республика, Мадагаскар, Австралия, Эстония, Пуэрто-Рико, Латвия. Расположены в Европе (четыре страны), Азии (две страны), Австралии, Африке, Латинской и Северной Америке (по одной стране). Доходы населения: высокие (семь стран), средние (две страны), низкие (одна страна)
удельный вес мужчин, завершивших деятельность в связи с отсутствием финансов,	Болгария, Индия, Индонезия, Малайзия, Таиланд, Китай, Босния и Герцеговина, Иран, Ангола, Франция. Расположены в Европе (три страны), Азии (шесть	Великобритания, Польша, Словения, Швейцария, Аргентина, Греция, Испания, Тайвань. Расположены в Европе (шесть стран), Азии (одна страна), Латин-

Показатели	Страны с максимальными значениями показателей	Страны с минимальными значениями показателей
1	2	3
в общей численности мужчин-предпринимателей, %	стран), Африке (одна страна). Доходы населения: высокие (одна страна), средние (пять стран), низкие (четыре страны)	ской Америке (одна страна). Доходы населения: высокие (семь стран), средние (одна страна)
отношение значений показателей, описывающих завершение деятельности в связи с отсутствием финансов	Франция, Греция, Российская Федерация, Вьетнам, Ирландия, ЮАР, Мексика, Польша, Великобритания, Швейцария. Расположены в Европе (семь стран), Азии (одна страна), Африке (одна страна), Латинской Америке (одна страна). Доходы населения: высокие (шесть стран), средние (три страны), низкие (одна страна)	Словацкая Республика, США, Эстония, Швеция, Латвия, Катар, Тайвань. Расположены в Европе (четыре страны), Азии (две страны), Северной Америке (одна страна). Доходы населения: высокие (шесть стран), средние (одна страна)

Источник: составлено автором на основе данных таблицы 5.1 и проекта Глобального мониторинга предпринимательства.

Анализ информации по странам с максимальными и минимальными значениями показателей свидетельствует об отсутствии связи между значениями показателей в них и территориальным расположением стран, а также уровнем доходов населения в этих странах. То есть страны как с максимальными, так и минимальными значениями показателей расположены в различных частях света и характеризуются разным уровнем доходов населения. Таким образом, можно констатировать подтверждение гипотез 2 и 3.

## *Глава 6*

# **КОМПАРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ МНЕНИЙ ЛЮДЕЙ О ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ**

Одной из наиболее актуальных проблем развития современного предпринимательства является привлечение новых людей в создание бизнесов. Этот процесс во многом определяется тем, что, по их мнению, предпринимательство обеспечивает хорошую карьеру и повышает социальный статус. Мнения взрослых людей о предпринимательской карьере и социальном статусе предпринимателей рассматривались в ряде исследований. Остановимся на наиболее интересных зарубежных научных публикациях. В статье [7] указывается, что люди воспринимают целесообразность создания и ведения собственных бизнесов под влиянием существующего в обществе социального фона. В работе [39] подчеркивается, что предпринимательство выступает в качестве совместного социального достижения людей. Социальная значимость предпринимательства, а также значительное влияние

общественного мнения на намерения людей создать новые фирмы изучались в статье [89]. Анализ социальных предпосылок предпринимательской активности, облегчающей соответствующие процессы, рассмотрен в работе [40]. В исследованиях [60, 81] показано, что деятельность предпринимателей важна для формирования положительных социальных черт, она пользуется уважением в большинстве обществ и рассматривается в качестве хорошей карьеры для людей. В работах [99, 105] подчеркивается восприятие предпринимательства как деятельности, позволяющей увеличить семейный доход. Предприниматели в большей степени довольны своей карьерой и статусом по сравнению с наемными работниками [10, 20, 112].

Необходимо отметить, что в выполненных ранее научных исследованиях проблеме гендерных особенностей мнений людей о предпринимательской карьере и социальном статусе предпринимателей уделялось недостаточно внимания.

Целью исследования была оценка мнений людей о том, является ли хорошим выбором карьеры предпринимательство, а также обладают ли предприниматели высоким социальным статусом. Процесс исследования включал пять этапов. На первом этапе формировались исходные данные, описывающие мнения женщин и мужчин об их отношении к предпринимательской карьере и статусу предпринимателей по различным странам. На втором этапе оценивались значения удельных показателей, характеризующих указанные мнения людей, в общей численности этих страт населения. На третьем этапе определялись средние значения указанных показателей по рассматриваемым

странам и диапазоны, в которых находятся значения этих показателей для большинства из них. На четвертом этапе проводился компаративный анализ, в процессе которого устанавливались страны, в которых отмечались минимальные и максимальные значения показателей. На пятом этапе проводился сравнительный анализ значений показателей по России и зарубежным странам.

В качестве исходной информации в исследовании использовались результаты опросов, проведенных в 59 странах, в процессе реализации проекта Глобального мониторинга предпринимательства [47]. Опросы взрослого населения (18-64 лет) в этих странах позволили получить мнения людей о восприятии ими предпринимательских возможностей и способностей.

В нашем исследовании рассматривалась оценка шести показателей, характеризующих то, как женщины и мужчины оценивали свои возможности и способности создать новый бизнес, по 59 странам в 2018 году. К этим показателям относятся:

- удельный вес женщин, считающих, что предпринимательство является хорошим вариантом карьеры, в численности взрослых женщин (показатель 1);
- удельный вес мужчин, считающих, что предпринимательство является хорошим вариантом карьеры, в общей численности взрослых мужчин (показатель 2);
- отношение значений показателей, описывающих предпринимательство как хороший вариант карьеры по женщинам и мужчинам (показатель 3);

– удельный вес женщин, считающих, что предприниматели обладают высоким социальным статусом, в численности взрослых женщин (показатель 4);

– удельный вес мужчин, считающих, что предприниматели обладают высоким социальным статусом, в общей численности взрослых мужчин (показатель 5);

– отношение значений показателей, характеризующих предпринимательство в качестве высокого социального статуса, по женщинам и мужчинам (показатель 6).

Проведенное исследование включало проверку пяти следующих гипотез:

– гипотеза 1 – в большинстве стран имеет место гендерный разрыв во мнениях взрослых людей о предпринимательстве в качестве хорошего варианта карьеры, то есть мужчины и женщины по-разному относятся к своей карьере в качестве предпринимателей;

– гипотеза 2 – в большинстве стран имеет место гендерный разрыв во мнениях взрослых людей о высоком социальном статусе предпринимателей, то есть мужчины и женщины по-разному относятся к своему потенциальному статусу в качестве предпринимателей;

– гипотеза 3 – значения шести рассматриваемых показателей имеют существенную дифференциацию по разным странам;

– гипотеза 4 – территориальное расположение стран не оказывает существенного влияния на минимальные и максимальные значения каждого из шести показателей;

– гипотеза 5 – уровень доходов населения в рассматриваемых странах не оказывает существенного влияния на минимальные и максимальные значения каждого из шести показателей.

В экономико-математическом моделировании, используемом для оценки каждого из шести показателей, применялись функции нормального распределения. В статье автора [85] представлен методический подход к их разработке и использованию для определения средних значений по рассматриваемым государствам, а также диапазонов вариации значений по большинству государств. В процессе нашей работы устанавливались государства с максимальными и минимальными величинами показателей.

В процессе вычислительного эксперимента проводилось экономико-математическое моделирование на основе эмпирических данных. Модели, которые описывают распределения шести показателей по всем 59 странам, продемонстрированы далее:

– удельный вес женщин, считающих, что предпринимательство является хорошим вариантом карьеры, в численности взрослых женщин, %:

$$y_{6.1}(x_{6.1}) = \frac{758,57}{12,92 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.1} - 63,28)^2}{2 \times 12,92 \times 12,92}}; \quad (6.1)$$

– удельный вес мужчин, считающих, что предпринимательство является хорошим вариантом карьеры, в общей численности взрослых мужчин, %:

$$y_{6.2}(x_{6.2}) = \frac{800,71}{13,54 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.2}-61,59)^2}{2 \times 13,54 \times 13,54}}; \quad (6.2)$$

– отношение значений показателей, описывающих предпринимательство как хороший вариант карьеры, по женщинам и мужчинам:

$$y_{6.3}(x_{6.3}) = \frac{16,01}{0,10 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.3}-1,07)^2}{2 \times 0,29 \times 0,29}}; \quad (6.3)$$

– удельный вес женщин, считающих, что предприниматели обладают высоким социальным статусом, в общей численности взрослых женщин, %:

$$y_{6.4}(x_{6.4}) = \frac{442,52}{9,96 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.4}-69,63)^2}{2 \times 9,96 \times 9,96}}; \quad (6.4)$$

– удельный вес мужчин, считающих, что предприниматели обладают высоким социальным статусом, в общей численности взрослых мужчин, %:

$$y_{6.5}(x_{6.5}) = \frac{540,83}{10,15 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.5}-69,32)^2}{2 \times 10,15 \times 10,15}}; \quad (6.5)$$

– отношение значений показателей, характеризующих предпринимательство в качестве высокого социального статуса, по женщинам и мужчинам:

$$y_{6.6}(x_{6.6}) = \frac{11,06}{0,24 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.6}-1,03)^2}{2 \times 0,24 \times 0,24}}. \quad (6.6)$$

На следующем этапе исследования были выявлены закономерности, характеризующие сложившиеся мнения людей по рассматриваемым экономикам. Во втором столбце таблицы 6.1 приведены данные, характеризующие средние величины показателей. Диапазоны, в которых находятся значения показателей по большинству стран, продемонстрированы в третьем столбце таблицы.

Среднее значение удельного веса женщин, считающих, что предпринимательство является хорошим вариантом карьеры, в общей численности взрослых женщин достигало в 2018 году почти 63,3 %. Соответствующий показатель по мужчинам был несколько меньшим – 61,6 %. Таким образом, в среднем по рассматриваемым странам женщины более оптимистично относятся к предпринимательской карьере по сравнению с мужчинами. На наш взгляд, это обусловлено тем, что в большинстве развивающихся стран женщинам труднее найти хорошо оплачиваемую работу, чем мужчинам. Поэтому многие из них мечтают о создании собственных бизнесов для решения финансовых и семейных задач.

Интересно отметить, что только в десяти странах значения удельных весов женщин и мужчин, считающих предпринимательство хорошим вариантом карьеры, были примерно равны. В остальных странах имелся гендерный разрыв во мнениях по этому вопросу. В 28 странах мнения женщин о хорошем варианте карьеры предпринимателей были выше, чем мужчин. А превышение указанного показателя по мужчинам наблюдалось в 21 стране.

Таблица 6.1

## Значения показателей, характеризующих мнения людей

Наименование показателя	Средние величины	Значения по большинству стран
1	2	3
удельный вес женщин, считающих, что предпринимательство является хорошим вариантом карьеры, в общей численности взрослых женщин, %	63,28	50,36-76,20
удельный вес мужчин, считающих, что предпринимательство является хорошим вариантом карьеры, в общей численности взрослых мужчин, %	61,59	48,05-75,23
отношение значений показателей, описывающих предпринимательство как хороший вариант карьеры, по женщинам и мужчинам	1,07	0,78-1,36
удельный вес женщин, считающих, что предприниматели обладают высоким социальным статусом, в численности взрослых женщин, %	69,63	59,67-79,59
удельный вес мужчин, считающих, что предприниматели обладают высоким социальным статусом, в общей численности взрослых мужчин, %	69,32	59,17-79,47
отношение значений показателей, характеризующих предпринимательство в качестве высокого социального статуса, по женщинам и мужчинам	1,03	0,79-1,27

Источник: расчеты проведены автором на основе функций (6.1)-(6.6).

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в 49 странах (в большинстве стран) имел место гендерный разрыв, то есть гипотеза 1 получила свое подтверждение. Обратим внимание на то, что среднее по всем 59 рассматриваемым странам значение отношения показателей, описывающих предпринимательство как хороший вариант карьеры по женщинам и мужчинам, в 2018 году составляло 1,07. Это также подтвердило вывод о немного более оптимистичном отношении женщин к предпринимательской карьере по сравнению с мужчинами.

Среднее значение удельного веса женщин, считающих, что предприниматели обладают высоким социальным статусом, в численности взрослых женщин достигало в 2018 году 69,6 %. Соответствующий показатель по мужчинам был почти на том же уровне – 69,3 %. Это подтверждает возрастание роли предпринимателей в современных экономиках, о чем было указано ранее во введении, и их высокий общественный статус как в развитых, так и в развивающихся странах.

Анализ показал, что только в шести странах значения удельных весов женщин и мужчин, отмечавших в процессе опроса высокий социальный статус предпринимателей, были примерно равны. Вместе с тем в большинстве остальных стран (53) в 2018 году отмечался гендерный разрыв. Причем, как и в случае с предыдущим показателем, имело место разнонаправленное действие этого разрыва. Интересно, что преобладающие мнения мужчин и женщин по рассматриваемым странам разделились почти поровну. Превышение значений указанных показателей по мужчинам наблюдалось в 26 странах. А в 27 странах мнение женщин о высоком общественном статусе предпринима-

телей было выше, чем мужчин. Преобладание стран, в которых наблюдался гендерный разрыв, свидетельствует о том, что гипотеза 2 получила свое подтверждение. Среднее отношение значений показателей, характеризующих предпринимательство в качестве высокого социального статуса по женщинам и мужчинам, составило в 2018 году 1,03.

Необходимо отметить, что, по мнению как женщин, так и мужчин, высокий статус имеет несколько большее значение по сравнению с карьерными устремлениями. Это следует из сравнения значений показателей, приведенных в столбце 2 таблицы 6.1.

Для проверки гипотезы 3 проводился анализ данных, представленных в столбце 3 таблицы 6.1. Анализ показал существенную дифференциацию по рассматриваемым странам значений каждого из шести показателей. Следовательно, третья гипотеза подтвердилась.

Дифференциация показателей обусловлена, на наш взгляд, влиянием многих факторов, основными из которых являются:

- исторические особенности развития предпринимательства в различных странах;
- менталитет, культурные особенности и традиции;
- уровень развития крупных концернов и корпораций со стабильной и нерисковой деятельностью;
- уровень оплаты труда и социальных гарантий в бюджетных организациях;
- сложившийся уровень безработицы;
- желание продолжить бизнесы, начатые предыдущими поколениями.

На следующем этапе выявлялись страны, в которых отмечались максимальные и минимальные значения каждого из показателей. При этом к максимальным и минимальным относились значения, соответственно превышающие верхние границы диапазонов, продемонстрированных в третьем столбце таблицы 6.1, и меньшие нижних границ диапазонов. Итоги этого анализа приведены в таблице 6.2. Наряду с перечнями стран в этой таблице представлено также подразделение выявленных стран по их географическому положению и уровню доходов населения.

Таблица 6.2

Страны с максимальными и минимальными значениями показателей

Наименование показателя	Максимальные значения	Минимальные значения
1	2	3
удельный вес женщин, считающих, что предпринимательство является хорошим вариантом карьеры, в общей численности взрослых женщин, %	США, Израиль, Гватемала, Словения, Китай, Великобритания, Казахстан, Швеция, Республика Корея, Пуэрто-Рико. Расположены в Европе три страны, в Азии – четыре страны, в Северной Америке – одна страна, в Латинской Америке – две страны. Доходы населения: высокие (семь стран), средние (три страны)	Бразилия, Колумбия, Индия, Перу, Латвия, Чили, Австрия, Ливан. По две страны расположены в Европе и Азии, в Латинской Америке – четыре страны. Высокие доходы населения отмечаются в трех странах, средние – в трех странах, а низкие – в двух странах
удельный вес мужчин, считающих, что пред-	Испания, Бразилия, Колумбия, Таиланд, Люксембург, Босния и Герцеговина, Лат-	Индия, Канада, Ангола, Словения, Марокко, Тайвань, Италия. По две

Наименование показателя	Максимальные значения	Минимальные значения
1	2	3
предпринимательство является хорошим вариантом карьеры, в общей численности взрослых мужчин, %	Ирландия. Расположены в Европе пять стран, в Азии – одна страна, в Латинской Америке – две страны. Доходы населения: высокие (четыре страны), средние (три страны), низкие (одна страна)	страны расположены в Европе, Азии и Африке, одна страна – в Северной Америке. Доходы населения: высокие (четыре страны), низкие (две страны)
отношение значений показателей, описывающих предпринимательство как хороший вариант карьеры, по женщинам и мужчинам	Казахстан, Пуэрто-Рико, Республика Корея, Швеция, Великобритания, Ангола, Словения, Индия, Канада. По три страны расположены в Азии и Европе, по одной стране – в Африке, Латинской и Северной Америке. Доходы населения: высокие (шесть стран), средние (одна страна), низкие (две страны)	Бразилия, Колумбия, Ирландия, Латвия, Австралия, Босния и Герцеговина, Испания. Четыре из этих стран расположены в Европе, две страны – в Латинской Америке, одна страна – в Австралии. Высокие доходы населения имели место в четырех странах, средние доходы – в трех странах
удельный вес женщин, считающих, что предприниматели обладают высоким социальным статусом, в численности взрослых женщин, %	Колумбия, Гватемала, Эквадор, Польша, США, Египет, Таиланд, Панама, Китай. Расположены в Азии две страны, в Европе, Африке и Северной Америке – по одной стране, в Латинской Америке – четыре страны. Доходы населения: высокие (три страны), средние (четыре страны), низкие (две страны)	Ирландия, Индия, Мексика, Иран, Испания, Бразилия, Вьетнам, Израиль, Хорватия. Три страны расположены в Европе, четыре – в Азии, две – в Латинской Америке. Высокие доходы населения отмечаются в четырех странах, средние – в двух странах, низкие – в трех странах

Наименование показателя	Максимальные значения	Минимальные значения
1	2	3
удельный вес мужчин, считающих, что предприниматели обладают высоким социальным статусом, в общей численности взрослых мужчин, %	Япония, Уругвай, Швеция, Ангола, Таиланд, Кипр, Колумбия, Греция, Эквадор. В Европе и Латинской Америке расположены по три страны, в Азии – две страны, в Африке – одна страна. В трех странах доходы населения высокие и средние, а низкие – в двух странах	Франция, Марокко, Республика Корея, Канада, Российская Федерация, Чили, Перу, Индия, Австрия. Три страны расположены в Европе, по одной стране – в Африке и Северной Америке, по две страны – в Азии и Латинской Америке. Доходы населения: высокие (пять стран), средние (две страны), низкие (две страны)
отношение значенных показателей, характеризующих предпринимательство в качестве высокого социального статуса, по женщинам и мужчинам	Австрия, Китай, Канада, Чили, Польша, Российская Федерация, Франция, Республика Корея, Марокко. В Европе расположены четыре страны, в Африке, Северной и Латинской Америке – по одной стране, в Азии – две страны. Доходы населения: высокие (шесть стран), средние (две страны), низкие (одна страна)	Ирландия, Мексика, Греция, Иран, Испания, Бразилия, Хорватия. Четыре страны расположены в Европе, одна страна – в Азии, две – в Латинской Америке. Высокие доходы населения имели место в четырех странах, средние доходы – в двух странах, а в одной стране – низкие доходы

Источник: разработано автором на основе данных таблицы 6.1 и проекта Глобального мониторинга предпринимательства.

В таблице 6.2 приведена информация по территориальному расположению стран с максимальными (столбец 2) и минимальными (столбец 3) значениями каждого из шести оцениваемых в нашем ис-

следовании показателей. Анализ этой информации показал, что связи между значениями показателей и территориальным расположением стран, а также уровнем доходов населения в этих странах не наблюдается. То есть страны с высокими и низкими значениями показателей расположены в различных частях света и характеризуются разным уровнем доходов населения. Таким образом, можно констатировать подтверждение гипотез 4 и 5.

Сравнительный анализ значений рассматриваемых показателей по России и зарубежным странам позволил сделать следующие выводы:

- значение показателя 1 составляет 69,9 %, что в 1,1 раза больше средней величины по зарубежным странам;
- значение показателя 2 составляет 53,0 %, что в 1,2 раза меньше средней величины по зарубежным странам;
- значение показателя 3 составляет 1,3, что в 1,2 раза выше средней величины по зарубежным странам;
- значение показателя 4 составляет 74,4 %, что в 1,1 раза выше средней величины по зарубежным странам;
- значение показателя 5 составляет 51,7 %, что в 1,3 раза меньше средней величины по зарубежным странам;
- значение показателя 6 составляет 1,4, что в 1,4 раза больше средней величины по зарубежным странам.

Таким образом, значения удельных показателей по женщинам превышают соответствующие средние величины по зарубежным странам. Значения аналогичных показателей по мужчинам ниже в России, чем в зарубежных странах. Интересно отметить, что в России женщи-

ны более высоко, чем мужчины, оценивают как предпринимательскую карьеру, так и социальный статус предпринимателей.

Цель исследования, заключающаяся в оценке мнений людей о предпринимательской карьере и предпринимательском статусе в национальных экономиках по данным за 2018 год, была достигнута. К выводам, обладающим научной новизной и оригинальностью, относятся:

1. Проведена оценка показателей, описывающих мнения женщин и мужчин о предпринимательской карьере и высоком социальном статусе предпринимателей.

2. Проведено моделирование распределения шести показателей по 59 странам.

3. Представлено, что в различных странах значения удельных показателей по женщинам и мужчинам различаются не очень значительно, то есть в большинстве из них отсутствует так называемый гендерный разрыв.

4. По рассматриваемым странам почти две трети людей положительно относятся к предпринимательской карьере и высоко оценивают социальный статус предпринимателей.

5. В 2018 году имели место существенные различия в значениях шести рассматриваемых показателей по странам.

6. Выявлены страны, для которых были характерны максимальные и минимальные значения этих шести показателей.

7. Проведено сопоставление значений показателей по России и зарубежным странам.

Рассмотрим мнения взрослых людей о том, по каким каналам им поступает информация о сути предпринимательства, достоинствах и недостатках этой деятельности, качествах и компетенциях, которыми должны обладать успешные предприниматели, особенностях создания и функционирования бизнесов в стране, где они живут. Известно, что тремя основными каналами, по которым можно получить такую информацию, являются обучение в высших и средних специальных учебных учреждениях по программам подготовки предпринимателей, средства массовой информации (СМИ), а также непосредственное знакомство с предпринимателями. Учитывая, что большинство взрослого населения (от 18 до 64 лет) использует второй и третий каналы, далее рассматриваются их мнения о том, получают ли они информацию о предпринимательстве из СМИ или от знакомых предпринимателей в своих странах. Вопросы получения соответствующей информации нашли определенное отражение в зарубежных научных публикациях [30, 79, 84, 109].

Необходимо отметить, что в выполненных ранее научных исследованиях проблеме гендерных особенностей информирования людей о предпринимательстве в различных странах уделялось недостаточно внимания.

Целью исследования была оценка информированности взрослого населения в различных странах о современном предпринимательстве. При этом были решены задачи оценки показателей, характеризующих два канала получения соответствующей информации – средства массовой информации и знакомые предприниматели. Процесс исследования включал пять этапов. На первом этапе формировались

исходные данные, описывающие мнения женщин и мужчин по указанным вопросам по различным странам. На втором этапе оценивались значения удельных показателей, характеризующих указанные мнения женщин и мужчин, в общей численности этих гендерных страт населения. На третьем этапе определялись средние значения указанных показателей по рассматриваемым странам и диапазоны, в которых находятся значения этих показателей для большинства из них. На четвертом этапе проводился компаративный анализ, в процессе которого устанавливались страны, в которых отмечались минимальные и максимальные значения показателей. На пятом этапе проводился сравнительный анализ значений показателей по России и зарубежным странам.

В качестве исходной информации в исследовании использовались результаты опросов, проведенных в 59 странах, в процессе реализации проекта Глобального мониторинга предпринимательства [47]. Опросы не менее двух тысяч взрослых людей (в возрасте 18-64 лет) в каждой из этих стран позволили узнать, каким образом они получали информацию о предпринимательстве.

В нашем исследовании рассматривалась оценка шести показателей, характеризующих то, как женщины и мужчины оценивали уровень полученной информации от СМИ и личных знакомых, по 59 странам в 2018 году:

– удельный вес женщин, считающих, что в СМИ приведена информация о предпринимательстве, в общей численности взрослых женщин (показатель 1);

– удельный вес мужчин, считающих, что в СМИ приведена информация о предпринимательстве, в общей численности взрослых мужчин (показатель 2);

– отношение значений показателей, характеризующих наличие информации о предпринимательстве в СМИ, по мнению женщин и мужчин (показатель 3);

– удельный вес женщин, имеющих информацию от лично знакомых предпринимателей, в общей численности взрослых женщин (показатель 4);

– удельный вес мужчин, имеющих информацию от лично знакомых предпринимателей, в общей численности взрослых мужчин (показатель 5);

– отношение значений показателей, характеризующих мнения женщин и мужчин, имеющих информацию от лично знакомых предпринимателей (показатель 6).

Проведенное исследование включало проверку пяти следующих гипотез:

– гипотеза 1 – в большинстве стран имеет место гендерный разрыв во мнениях людей, считающих, что в СМИ приведена информация о предпринимательстве;

– гипотеза 2 – в большинстве стран имеет место гендерный разрыв во мнениях людей, имеющих информацию от лично знакомых предпринимателей;

– гипотеза 3 – значения рассматриваемых шести показателей имеют существенную дифференциацию по разным странам;

– гипотеза 4 – территориальное расположение стран не оказывает существенного влияния на значения каждого из шести показателей;

– гипотеза 5 – уровень доходов населения в рассматриваемых странах не оказывает существенного влияния на значения каждого из шести показателей.

В экономико-математическом моделировании, используемом для оценки каждого из шести показателей, применялись функции нормального распределения. В статье автора [85] представлен методический подход к их разработке и использованию для определения средних значений показателей по рассматриваемым государствам, а также диапазонов вариации значений по большинству государств. В процессе нашей работы устанавливались государства с максимальными и минимальными величинами показателей.

В процессе вычислительного эксперимента проводилось экономико-математическое моделирование на основе эмпирических данных. Модели, которые описывают распределения шести показателей по всем 59 странам, продемонстрированы далее:

– удельный вес женщин, считающих, что в СМИ приведена информация о предпринимательстве, в общей численности взрослых женщин, %:

$$y_{6.7}(x_{6.7}) = \frac{674,28}{12,64 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.7} - 61,77)^2}{2 \times 12,64 \times 12,64}}; \quad (6.7)$$

– удельный вес мужчин, считающих, что в СМИ приведена информация о предпринимательстве, в общей численности взрослых мужчин, %:

$$y_{6.8}(x_{6.8}) = \frac{632,14}{12,33 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.8}-60,82)^2}{2 \times 12,33 \times 12,33}}; \quad (6.8)$$

– отношение значений показателей, характеризующих информацию о предпринимательстве в СМИ, по мнению женщин и мужчин:

$$y_{6.9}(x_{6.9}) = \frac{15,73}{0,33 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.9}-1,06)^2}{2 \times 0,33 \times 0,33}}; \quad (6.9)$$

– удельный вес женщин, имеющих информацию от лично знакомых предпринимателей, в общей численности взрослых женщин, %:

$$y_{6.10}(x_{6.10}) = \frac{516,25}{10,80 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.10}-34,67)^2}{2 \times 10,80 \times 10,80}}; \quad (6.10)$$

– удельный вес мужчин, имеющих информацию от лично знакомых предпринимателей, в общей численности взрослых мужчин, %:

$$y_{6.11}(x_{6.11}) = \frac{557,23}{12,04 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.11}-42,58)^2}{2 \times 12,04 \times 12,04}}; \quad (6.11)$$

– отношение значений показателей, характеризующих мнения женщин и мужчин, имеющих информацию от лично знакомых предпринимателей:

$$y_{6.12}(x_{6.12}) = \frac{5,16}{0,10 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.12}-0,82)^2}{2 \times 0,10 \times 0,10}}. \quad (6.12)$$

На следующем этапе исследования были выявлены закономерности, характеризующие мнения женщин и мужчин о получении информации о деятельности предпринимателей по рассматриваемым экономикам. В столбце 2 таблицы 6.3 приведены данные, характеризующие средние величины показателей. Диапазоны, в которых находятся значения показателей по большинству стран, продемонстрированы в третьем столбце таблицы.

Среднее значение удельного веса женщин, считающих, что в СМИ приведена информация о предпринимательстве, в общей численности взрослых женщин достигало в 2018 году почти 61,8 %. Соответствующий показатель по мужчинам был немного меньше – 60,8 %. То есть величины средних значений отличаются менее чем на 2 %. В целом данные таблицы 6.3 свидетельствуют о том, что в рассматриваемых странах относительное большинство взрослого населения (почти две трети) считает, что в СМИ приведена информация о предпринимательстве.

Превышение показателей уровня информированности мужчин о предпринимательстве из СМИ, по сравнению с аналогичными показателями по женщинам, характерно для 26 стран. В шести странах значения показателей по женщинам и мужчинам были практически равны. В 27 странах значения показателей по женщинам были выше, чем по мужчинам. Таким образом, гипотеза 1 о наличии в большинстве стран гендерного разрыва во мнениях женщин и мужчин о том, что СМИ позволяют получить информацию о предпринимательстве, подтвердилась. Среднее значение отношения по рассматриваемым странам величин показателей по женщинам и мужчинам составило в 2018 году 1,06.

Таблица 6.3

Значения показателей, характеризующих мнения людей  
о наличии информации о предпринимательстве

Наименование показателя	Средние величины	Значения по боль- шинству стран
1	2	3
удельный вес женщин, считающих, что в СМИ приведена информация о предпринимательстве, в общей численности взрослых женщин, %	61,77	49,13-74,41
удельный вес мужчин, считающих, что в СМИ приведена информация о предпринимательстве, в общей численности взрослых мужчин, %	60,82	48,49-73,15
отношение значений показателей, характеризующих наличие информации о предпринимательстве в СМИ, по мнению женщин и мужчин	1,06	0,73-1,39
удельный вес женщин, имеющих информацию от лично знакомых предпринимателей, в общей численности взрослых женщин, %	34,67	23,87-45,47
удельный вес мужчин, имеющих информацию от лично знакомых предпринимателей, в общей численности взрослых мужчин, %	42,58	30,54-54,62
отношение значений показателей, характеризующих мнения женщин и мужчин, имеющих информацию от лично знакомых предпринимателей	0,82	0,72-0,92

Источник: расчеты проведены автором на основе функций (6.8)-(6.12).

Среднее значение удельного веса женщин, имеющих информацию от лично знакомых предпринимателей, в численности взрослых женщин достигало в 2018 году почти 34,7 %. Соответствующий показатель по мужчинам был больше в 1,2 раза – почти 42,6 %. Тенденция превышения указанного показателя по мужчинам характерна для большинства стран. Исключения наблюдались в трех странах – Вьетнаме, Казахстане и Тайване, в которых значения показателей по женщинам и мужчинам были практически одинаковы. Среднее значение отношения величин показателей составило в 2018 году 0,82. Таким образом, подтвердилась гипотеза 2 о наличии в большинстве стран гендерного разрыва между женщинами и мужчинами, имеющими информацию от лично знакомых предпринимателей.

Данные таблицы 6.3 свидетельствуют о том, что в рассматриваемых странах относительное меньшинство взрослого населения имеет информацию от лично знакомых предпринимателей. Соответственно, относительное большинство населения такой информации по рассматриваемым странам не имеет.

Необходимо отметить, что женщины по сравнению с мужчинами выше оценивают наличие информации о предпринимательской деятельности от СМИ. В это же время мужчины чаще, чем женщины, получают аналогичную информацию от знакомых предпринимателей. На наш взгляд, это обусловлено тем, что во многих странах доля мужчин-предпринимателей выше по сравнению с женщинами-предпринимателями.

Для проверки гипотезы 3 проводился анализ данных, представленных в столбце 3 таблицы 6.3. Анализ показал существенную дифференциацию по рассматриваемым странам значений каждого из шести показателей. Следовательно, третья гипотеза подтвердилась.

На следующем этапе выявлялись страны, в которых отмечались максимальные и минимальные значения каждого из показателей. При этом к максимальным и минимальным относились значения, соответственно превышающие верхние границы диапазонов, продемонстрированных в третьем столбце таблицы 6.3, и меньшие нижних границ диапазонов. Итоги этого анализа приведены в таблице 6.4. Наряду с перечнями стран в этой таблице представлено также подразделение выявленных стран по их географическому положению и уровню доходов населения.

В таблице 6.4 приведена информация по территориальному расположению стран с высокими (столбец 2) и низкими (столбец 3) значениями каждого из девяти оцениваемых в нашем исследовании показателей. Согласно анализу этой информации, связи между значениями показателей и территориальным расположением стран, а также уровнем доходов населения в этих странах не наблюдается. То есть страны с высокими и низкими значениями показателей расположены в различных частях света и характеризуются разным уровнем доходов населения. Таким образом, можно констатировать подтверждение гипотез 4 и 5.

Таблица 6.4

Страны с максимальными и минимальными значениями показателей

Наименование показателя	Максимальные значения	Минимальные значения
1	2	3
удельный вес женщин, считающих, что в СМИ приведена информация о предпринимательстве, в общей численности взрослых женщин, %	Судан, Босния и Герцеговина, Турция, Марокко, Ангола, Германия, Канада, Уругвай, Гватемала. Расположены в Европе две страны, в Азии и Северной Америке – по одной стране, в Латинской Америке – две страны, в Африке – три страны. Доходы населения: высокие (две страны), средние (четыре страны), низкие (три страны)	ЮАР, Латвия, Республика Корея, Мадагаскар, Иран, Вьетнам, Индия, Мексика, Великобритания, Япония. Две страны расположены в Европе, в Азии – пять стран, в Африке – две страны, в Латинской Америке – одна страна. Высокие доходы населения отмечаются в четырех странах, средние – в двух странах, а низкие – в четырех странах
удельный вес мужчин, считающих, что в СМИ приведена информация о предпринимательстве, в общей численности взрослых мужчин, %	Саудовская Аравия, США, Швейцария, Мадагаскар, Израиль, Индия, Германия, Испания, Нидерланды, Таиланд. По четыре страны расположены в Европе и Азии, а также Северной Америке и Африке – по одной стране. Доходы населения: высокие – в семи странах, низкие – в трех странах	Хорватия, Республика Корея, Марокко, Пуэрто-Рико, Латвия, Аргентина, Ирландия, Италия. Четыре страны расположены в Европе, по одной стране – в Азии и Африке, в Латинской Америке – две страны. Доходы населения: высокие (шесть стран), средние (одна страна), низкие (одна страна)

Наименование показателя	Максимальные значения	Минимальные значения
1	2	3
отношение значе- ний показателей, характеризующих наличие информа- ции о предпринима- тельстве в СМИ, по мнению женщин и мужчин	Аргентина, Российская Федерация, Канада, Ки- тай, Эстония, Турция, Ан- гола, Уругвай, Марокко, Хорватия. Три страны расположены в Европе, в Азии – две страны, две страны – в Африке, две – в Латинской Америке, в Северной Америке – одна страна. Доходы населе- ния: высокие (три стра- ны), средние (пять стран), низкие (две страны)	ЮАР, Индия, Иран, Ма- дагаскар, Испания, Таи- ланд, Вьетнам. Одна из этих стран расположена в Европе, две страны – в Африке, четыре страны – в Азии. Высокие и сред- ние доходы населения имели место в одной стране, низкие доходы были в пяти странах
удельный вес жен- щин, имеющих ин- формацию от лично знакомых предпри- нимателей, в общей численности взрос- лых женщин, %	Перу, Мадагаскар, Анго- ла, Израиль, Панама, Ка- захстан, Судан, Вьетнам, Индонезия, Саудовская Аравия. Расположены в Азии пять стран, три страны – в Африке и две страны – в Латинской Америке. Доходы населе- ния: высокие (три стра- ны), средние (две страны), низкие (пять стран)	Египет, Япония, Пуэрто- Рико, Турция, Греция, Италия, Германия. Три страны расположены в Европе, две страны – в Азии, по одной стране – в Латинской Америке и Африке. Высокие доходы населения отмечаются в пяти странах, средние и низкие доходы – по одной стране

Наименование показателя	Максимальные значения	Минимальные значения
1	2	3
удельный вес мужчин, имеющих информацию от лично знакомых предпринимателей, в общей численности взрослых мужчин, %	Перу, Израиль, Панама, Ангола, Ливан, Вьетнам, Судан, Индонезия, Саудовская Аравия. В Азии расположены пять стран, в Латинской Америке и Африке – по две страны. В трех странах доходы населения высокие, низкие доходы – в пяти странах, средние – в одной стране	Египет, Пуэрто-Рико, Япония, Германия, Греция, ОАЭ, Италия. Три страны расположены в Европе, в Латинской Америке и Африке – по одной стране, две страны – в Азии. Доходы населения: высокие (шесть стран), низкие (одна страна)
отношение значений показателей, характеризующих мнения женщин и мужчин, имеющих информацию от лично знакомых предпринимателей	Панама, Латвия, Ирландия, Китай, Мадагаскар, Индонезия, Саудовская Аравия, Вьетнам, Казахстан, Тайвань. В Азии расположены шесть стран, по одной стране – в Африке и Латинской Америке, в Европе – две страны. Доходы населения: высокие (пять стран), средние (две страны), низкие (три страны)	Египет, Турция, Италия, Иран, Индия, Греция, Бразилия. Две страны расположены в Европе, три страны – в Азии, в Африке и Латинской Америке – по одной стране. Высокие доходы населения имели место в двух странах, средние доходы – в двух странах, а в трех странах – низкие доходы

Источник: разработано автором на основе данных таблицы 6.3 и проекта Глобального мониторинга предпринимательства.

Сравнительный анализ значений рассматриваемых показателей по России и зарубежным странам продемонстрировал следующее:

– значение показателя 1 составляет 72,1 %, что в 1,2 раза больше средней величины по зарубежным странам;

– значение показателя 2 составляет 50,5 %, что в 1,2 раза меньше средней величины по зарубежным странам;

– значение показателя 3 составляет 1,4, что в 1,3 раза выше средней величины по зарубежным странам;

– значение показателя 4 составляет 32,8 %, что в 1,1 раза меньше средней величины по зарубежным странам;

– значение показателя 5 составляет 38,8 %, что в 1,1 раза меньше средней величины по зарубежным странам;

– значение показателя 6 составляет 0,85, что немногим больше средней величины по зарубежным странам.

Таким образом, в России женщины чаще, чем за рубежом, черпают информацию о предпринимательстве из СМИ. По мужчинам ситуация противоположная. Информации от знакомых предпринимателей женщины и мужчины в России получают меньше, чем за рубежом. Это логично, поскольку доля предпринимателей в нашей стране существенно ниже по сравнению с большинством зарубежных стран.

Цель исследования, заключающаяся в оценке информированности взрослых людей о предпринимательстве в современных национальных экономиках по данным за 2018 год, была достигнута.

К выводам, обладающим научной новизной и оригинальностью, относятся:

1. Приведена методика оценки показателей, описывающих информированность женщин и мужчин о смысле и сущности предпринимательской деятельности.

2. Проведено моделирование распределения шести показателей по 59 странам.

3. Доказано, что почти две трети взрослого населения согласны с тезисом о наличии в СМИ информации о предпринимательстве.

4. Показано, что в большинстве стран информацию о предпринимательстве взрослые люди получают в большей мере из СМИ, а в меньшей степени – от знакомых предпринимателей.

5. Значения показателей, характеризующих получение информации от СМИ и знакомых предпринимателей, в большинстве стран по женщинам и мужчинам различаются, то есть присутствует гендерный разрыв.

6. В 2018 году имели место существенные различия в значениях шести рассматриваемых показателей по странам.

7. Выявлены страны, для которых были характерны максимальные и минимальные значения шести показателей.

8. Проведено сопоставление значений показателей по России и зарубежным странам.

Рассмотрим воспринимаемые населением возможности и способности создания собственного бизнеса. Вопросы их восприятия взрослыми людьми рассматривалась в ряде научных публикаций. Так,

воспринимаемые возможности нашли отражение в статьях [31, 71, 90]. Восприятие предпринимательских способностей рассматривается в работах [8, 78, 115].

Необходимо отметить, что в выполненных ранее научных исследованиях проблеме гендерных различий, сложившихся в мнениях о предпринимательских возможностях и способностях, уделялось недостаточно внимания.

Целью исследования являлась оценка уровня восприятия предпринимательских возможностей и способностей взрослыми людьми в современных национальных экономиках. Процесс исследования включал пять этапов. На первом этапе формировались исходные данные, описывающие мнения женщин и мужчин о наличии у них возможностей и способностей создания собственных бизнесов. На втором этапе оценивались значения показателей, характеризующих удельные значения женщин и мужчин, воспринимающих предпринимательские возможности и способности, в общей численности этих страт населения. На третьем этапе определялись средние значения указанных показателей по рассматриваемым странам и диапазоны, в которых находятся значения этих показателей для большинства из них. На четвертом этапе проводился компаративный анализ, в процессе которого устанавливались страны, в которых отмечались минимальные и максимальные значения показателей. На пятом этапе проводился сравнительный анализ значений показателей по России и зарубежным странам.

В качестве исходной информации в исследовании использовались результаты опросов, проведенных в 59 странах, в процессе реализации проекта Глобального мониторинга предпринимательства [47]. Опросы взрослого населения (18-64 лет) в этих странах позволили получить мнения людей о восприятии ими предпринимательских возможностей и способностей.

В нашем исследовании рассматривалась оценка шести показателей, характеризующих то, как женщины и мужчины оценивали свои возможности и способности создать новый бизнес, по 59 странам в 2018 году:

- удельный вес женщин, считающих, что у них есть возможности создания бизнеса, в численности взрослых женщин (показатель 1);
- удельный вес мужчин, считающих, что у них есть возможности создания бизнеса, в общей численности взрослых мужчин (показатель 2);
- отношение значений показателей, описывающих возможности создания бизнеса женщинами и мужчинами (показатель 3);
- удельный вес женщин, считающих, что у них есть способности создания бизнеса, в численности взрослых женщин (показатель 4);
- удельный вес мужчин, считающих, что у них есть способности создания бизнеса, в общей численности взрослых мужчин (показатель 5);
- отношение значений показателей, описывающих способности создания бизнеса женщинами и мужчинами (показатель 6).

Проведенное исследование включало проверку пяти следующих гипотез:

– гипотеза 1 – в большинстве стран имеет место гендерный разрыв в уровнях воспринимаемых предпринимательских возможностей по женщинам и мужчинам;

– гипотеза 2 – в большинстве стран имеет место гендерный разрыв в уровнях воспринимаемых предпринимательских способностей по женщинам и мужчинам;

– гипотеза 3 – значения шести рассматриваемых показателей имеют существенную дифференциацию по разным странам;

– гипотеза 4 – территориальное расположение стран не оказывает существенного влияния на значения каждого из шести показателей;

– гипотеза 5 – уровень доходов населения в рассматриваемых странах не оказывает существенного влияния на значения каждого из шести показателей.

В экономико-математическом моделировании, используемом для оценки каждого из шести показателей, применялись функции нормального распределения. В статье автора представлен методический подход к их разработке и использованию для определения средних значений по рассматриваемым государствам, а также диапазонов вариации значений по большинству государств. В ходе нашей работы устанавливались государства с максимальными и минимальными величинами показателей.

В процессе вычислительного эксперимента проводилось экономико-математическое моделирование на основе эмпирических дан-

ных. Модели, которые описывают распределения шести показателей по всем 59 странам, продемонстрированы далее:

– удельный вес женщин, считающих, что у них есть возможности создания бизнеса, в численности взрослых женщин, %:

$$y_{6.13}(x_{6.13}) = \frac{700,63}{16,05 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.13} - 42,86)^2}{2 \times 16,05 \times 16,05}}; \quad (6.13)$$

– удельный вес мужчин, считающих, что у них есть возможности создания бизнеса, в общей численности взрослых мужчин, %:

$$y_{6.14}(x_{6.14}) = \frac{560,52}{16,07 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.14} - 47,45)^2}{2 \times 16,07 \times 16,07}}; \quad (6.14)$$

– отношение значений показателей, описывающих возможности создания бизнеса женщинами и мужчинами:

$$y_{6.15}(x_{6.15}) = \frac{5,16}{0,10 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.15} - 0,89)^2}{2 \times 0,10 \times 0,10}}; \quad (6.15)$$

– удельный вес женщин, считающих, что у них есть способности создания бизнеса, в численности взрослых женщин, %:

$$y_{6.16}(x_{6.16}) = \frac{674,29}{14,02 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.16} - 43,91)^2}{2 \times 14,02 \times 14,02}}; \quad (6.16)$$

– удельный вес мужчин, считающих, что у них есть способности создания бизнеса, в общей численности взрослых мужчин, %:

$$y_{6.17}(x_{6.17}) = \frac{590,12}{13,10 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.17} - 55,28)^2}{2 \times 13,10 \times 13,10}}; \quad (6.17)$$

– отношение значений показателей, описывающих способности создания бизнеса женщинами и мужчинами:

$$y_{6.18}(x_{6.18}) = \frac{6,64}{0,13 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.18} - 0,77)^2}{2 \times 0,13 \times 0,13}}. \quad (6.18)$$

На следующем этапе исследования были выявлены закономерности, характеризующие сложившуюся занятость в фирмах предпринимателей-женщин и предпринимателей-мужчин, а также ее предполагаемый рост по рассматриваемым экономикам. В столбце 2 таблицы 6.5 приведены данные, характеризующие средние величины показателей. Диапазоны, в которых находятся значения показателей по большинству стран, продемонстрированы в третьем столбце таблицы.

Среднее значение удельного веса женщин, считающих, что у них есть возможности создания бизнеса, в численности взрослых женщин достигало в 2018 году почти 42,9 %. Соответствующий показатель по мужчинам был в 1,1 раза больше – 47,45 %. Тенденция превышения указанного показателя по мужчинам характерна для большинства стран, но наблюдались исключения. В трех странах, а именно Аргентине, Индонезии и Вьетнаме, значения показателей по женщинам и мужчинам были равны. В пяти странах, а именно Латвии, Казахстане, ОАЭ, Тайване и Российской Федерации, воспринимаемые возможности создания женских бизнесов были выше, чем мужских. Среднее значение отношения величин показателей, описывающих предпринимательские возможности женщин и мужчин, составило в 2018 году 0,89. Таким образом, гипотеза 1 о наличии в большинстве

стран гендерного разрыва в уровнях воспринимаемых возможностей по женщинам и мужчинам подтвердилась.

Таблица 6.5

Значения показателей, характеризующих воспринимаемые предпринимательские возможности и способности

Наименование показателя	Средние величины	Значения по большинству стран
1	2	3
удельный вес женщин, считающих, что у них есть возможности создания бизнеса, в численности взрослых женщин, %	42,86	26,81-58,91
удельный вес мужчин, считающих, что у них есть возможности создания бизнеса, в общей численности взрослых мужчин, %	47,45	31,38-63,52
отношение значений показателей, описывающих возможности создания бизнеса женщинами и мужчинами	0,89	0,79-0,99
удельный вес женщин, считающих, что у них есть способности создания бизнеса, в численности взрослых женщин, %	43,91	29,89-57,91
удельный вес мужчин, считающих, что у них есть способности создания бизнеса, в общей численности взрослых мужчин, %	55,28	42,18-18,38
отношение значений показателей, описывающих способности создания бизнеса женщинами и мужчинами	0,77	0,64-0,90

Источник: расчеты проведены автором на основе функций (6.13)-(6.18).

Данные таблицы 6.5 свидетельствуют, что в рассматриваемых странах относительное меньшинство населения воспринимает возможность предпринимательской деятельности как начало либо продолжение своей жизненной карьеры.

Среднее значение удельного веса женщин, считающих, что у них есть способности для создания бизнеса, в численности взрослых женщин достигало в 2018 году почти 43,9 %. Соответствующий показатель по мужчинам был в 1,2 раза больше – 55,3 %. Тенденция превышения указанного показателя по мужчинам характерна для большинства стран, но наблюдались исключения. В шести странах, а именно Индонезии, Кипре, Израиле, Казахстане, Саудовской Аравии и Вьетнаме, значения показателей по женщинам и мужчинам были равны. В Анголе воспринимаемые способности создания женских бизнесов были выше, чем мужских. Среднее значение отношения величин показателей, описывающих предпринимательские возможности женщин и мужчин, составило в 2018 году 0,77. Таким образом, гипотеза 2 о наличии в большинстве стран гендерного разрыва в уровнях воспринимаемых способностей по женщинам и мужчинам подтвердилась.

Необходимо отметить, что, по мнению как женщин, так и мужчин, уровень их предпринимательских способностей несколько выше уровня предпринимательских возможностей.

Для проверки гипотезы 3 проводился анализ данных, представленных в столбце 3 таблицы 6.5. Анализ показал существенную дифференциацию по рассматриваемым странам значений каждого из шести показателей. Следовательно, третья гипотеза подтвердилась.

На следующем этапе выявлялись страны, в которых отмечались максимальные и минимальные значения каждого из показателей. При этом к максимальным и минимальным относились значения, соответственно превышающие верхние границы диапазонов, продемонстрированных в третьем столбце таблицы 6.5, и меньшие нижних границ диапазонов. Итоги этого анализа приведены в таблице 6.6. Наряду с перечнями стран в этой таблице представлено также подразделение выявленных стран по их географическому положению и уровню доходов населения.

Таблица 6.6

Страны с максимальными и минимальными значениями показателей

Наименование показателя	Максимальные значения	Минимальные значения
1	2	3
удельный вес женщин, считающих, что у них есть возможности создания бизнеса, в численности взрослых женщин, %	Канада, Эстония, ОАЭ, Нидерланды, США, Польша, Судан, Ангола, Саудовская Аравия, Швеция. Расположены в Европе четыре страны, в Северной Америке, Азии и Африке – по две страны. Доходы населения: высокие (восемь стран), низкие (две страны)	Япония, Босния и Герцеговина, Греция, Болгария, Иран, Российская Федерация, Франция, Испания. Шесть стран расположены в Европе, в Азии – две страны. Высокие доходы населения отмечаются в четырех странах, средние – в трех странах, а низкие – в одной стране
удельный вес мужчин, считающих, что у них есть возможности соз-	Чили, ОАЭ, Канада, Польша, Нидерланды, Судан, США, Ангола, Саудовская Аравия, Швеция. Расположены в Европе три страны,	Япония, Босния и Герцеговина, Болгария, Греция, Российская Федерация, Иран, Тайвань, Уругвай, Испания. Пять стран расположены

Наименование показателя	Максимальные значения	Минимальные значения
1	2	3
дания бизнеса, в общей численности взрослых мужчин, %	в Азии, Африке и Северной Америке – по две страны, в Латинской Америке – одна страна. Доходы населения: высокие (восемь стран), низкие (две страны)	в Европе, три страны – в Азии, одна страна – в Латинской Америке. Доходы населения: высокие (четыре страны), средние (четыре страны), низкие (одна страна)
отношение значений показателей, описывающих возможности создания бизнеса женщинами и мужчинами	Аргентина, Индонезия, Вьетнам, Латвия, Казахстан, ОАЭ, Тайвань, Российская Федерация. Две страны расположены в Европе, одна страна – в Латинской Америке, в Азии – пять стран. Доходы населения: высокие (две страны), средние (три страны), низкие (две страны)	Франция, Босния и Герцеговина, Египет, Япония, Словацкая Республика, Китай, Германия, Индия. Четыре из этих стран расположены в Европе, три страны – в Азии, одна страна – в Африке. Высокие доходы населения имели место в четырех странах, средние и низкие – в двух странах
удельный вес женщин, считающих, что у них есть способности создания бизнеса, в численности взрослых женщин, %	Гватемала, Колумбия, Судан, Перу, Казахстан, Индонезия, Ангола, Эквадор, Саудовская Аравия. Расположены в Азии три страны, в Латинской Америке – четыре страны, в Африке – две страны. Доходы населения: высокие (одна страна), средние (пять стран), низкие (три страны)	Япония, Китай, Российская Федерация, Тайвань, Италия, Марокко, Швейцария, Босния и Герцеговина, Швеция, Франция. Пять из этих стран расположены в Европе, три страны – в Азии, одна страна – в Африке. Высокие доходы населения отмечаются в шести странах, средние – в двух странах, низкие доходы – в одной стране

Наименование показателя	Максимальные значения	Минимальные значения
1	2	3
удельный вес мужчин, считающих, что у них есть способности создания бизнеса, в общей численности взрослых мужчин, %	Чили, Гватемала, Колумбия, Ангола, Перу, Эквадор, Ливан, Судан, Саудовская Аравия. По две страны расположены в Азии и Африке, в Латинской Америке – пять стран. Доходы населения: высокие (две страны), средние (четыре страны), низкие (три страны)	Япония, Китай, Российская Федерация, Тайвань, Марокко, Италия, Израиль. Две страны расположены в Европе, одна страна – в Африке, четыре страны – в Азии. Доходы населения: высокие (четыре страны), средние (две страны), низкие (одна страна)
отношение значений показателей, описывающих способности создания бизнеса женщинами и мужчинами	Кипр, Индонезия, Израиль, Казахстан, Саудовская Аравия, Вьетнам, Ангола. По одной стране расположены в Европе и Африке, в Азии – пять стран. Доходы населения: высокие (три страны), средние (одна страна), низкие (три страны)	Япония, Босния и Герцеговина, Франция, Иран, Италия, Люксембург, Нидерланды, Швеция, Швейцария. Семь из этих стран расположены в Европе, две страны – в Азии. Высокие доходы населения имели место в восьми странах, а в одной стране – низкие доходы

Источник: разработано автором на основе данных таблицы 6.5 и проекта Глобального мониторинга предпринимательства.

В таблице 6.6 приведена информация по территориальному расположению стран с высокими (столбец 2) и низкими (столбец 3) значениями каждого из девяти оцениваемых в нашем исследовании показателей. Анализ этой информации показал, что связи между значениями показателей и территориальным расположением стран, а также

уровнем доходов населения в этих странах не наблюдается. То есть страны с высокими и низкими значениями показателей расположены в различных частях света и характеризуются разным уровнем доходов населения. Таким образом, можно констатировать подтверждение гипотез 4 и 5.

Сравнительный анализ значений рассматриваемых показателей по России и зарубежным странам позволил сделать следующие выводы:

– значение показателя 1 составляет 23,3 %, что в 1,8 раза меньше средней величины по зарубежным странам;

– значение показателя 2 составляет 22,3 %, что в 2,1 раза меньше средней величины по зарубежным странам;

– значение показателя 3 составляет 1,04, что в 1,2 раза выше средней величины по зарубежным странам;

– значение показателя 4 составляет 22,2 %, что в 2 раза выше средней величины по зарубежным странам;

– значение показателя 5 составляет 33,1 %, что в 1,7 раза меньше средней величины по зарубежным странам;

– значение показателя 6 составляет 0,67, что в 1,1 раза меньше средней величины по зарубежным странам.

Таким образом, воспринимаемые предпринимательские возможности и способности взрослого населения в России существенно ниже по сравнению с зарубежными странами.

Цель исследования, заключающаяся в оценке мнений людей об имеющихся предпринимательских возможностях и способностях в на-

циональных экономиках по данным за 2018 год, была достигнута. К выводам, обладающим научной новизной и оригинальностью, относятся:

1. Проведена оценка показателей, описывающих восприятие женщинами и мужчинами возможностей и способностей создания бизнесов.

2. Проведено моделирование распределения шести показателей, описывающих гендерные различия по 59 странам.

3. Доказано, что в большинстве стран удельные веса женщин, имеющих предпринимательские возможности и способности, ниже по сравнению с аналогичными показателями по мужчинам.

4. В 2018 году имели место существенные различия в значениях шести рассматриваемых показателей по странам.

5. Выявлены страны, для которых были характерны максимальные и минимальные значения шести показателей.

6. Проведено сопоставление значений показателей по России и зарубежным странам.

Рассмотрим мнения взрослых людей в различных странах о том, способны ли они стать успешными бизнесменами, а также насколько в стране, где они проживают, имеются условия для легкого начала предпринимательской деятельности. Мнения взрослых людей по указанным вопросам нашли определенное отражение в зарубежных научных публикациях.

В работах [21, 45] рассматриваются рискованные аспекты предпринимательской деятельности и их влияние на боязнь возможной неуда-

чи при создании своего бизнеса. В статье [121] на примере двух регионов Германии описывается важное значение институциональных мероприятий, повышающих у потенциальных предпринимателей уверенность в достижении поставленных целей. Исследование [28] показало, что в Сингапуре большинство молодежи не предполагает предпринимательство в качестве варианта карьеры. При этом отмечается, что государственные органы проделали большую работу по облегчению создания собственных бизнесов. Стремление к предпринимательскому успеху как потребности к самоутверждению и обеспечению финансовой независимости описывается в статье [76]. Исследование [109], проведенное с использованием данных по Китаю и Тайваню, позволило оценить мнения мужчин и женщин о возможности удачного создания ими бизнесов в этих странах. При этом было обращено внимание на то, что в Тайване имеют место существенные гендерные различия в этом вопросе. В Китае этих различий значительно меньше. Особенности формирования требований к облегчению начала предпринимательской деятельности рассмотрены в статье [56]. Теоретические и прикладные аспекты формирования у людей мнений о легком создании собственных бизнесов рассмотрены в статьях [30, 97]. Готовность индийских студентов стать предпринимателями анализируется в работе [68].

Необходимо отметить, что в выполненных ранее научных исследованиях проблеме гендерных особенностей мнений людей об удачном предпринимательстве и легком создании собственных бизнесов уделялось недостаточно внимания.

Целью исследования являлась оценка мнений людей об удачном создании своих бизнесов, а также о том, легко ли стать предпринимателями в современных национальных экономиках. Процесс исследования включал пять этапов.

На первом этапе формировались исходные данные, описывающие мнения женщин и мужчин по указанным вопросам по различным странам.

На втором этапе оценивались значения удельных показателей, характеризующих указанные мнения женщин и мужчин, в общей численности этих гендерных страт населения.

На третьем этапе определялись средние значения указанных показателей по рассматриваемым странам и диапазоны, в которых находятся значения этих показателей для большинства из них.

На четвертом этапе проводился компаративный анализ, в процессе которого устанавливались страны, в которых отмечались минимальные и максимальные значения показателей. На пятом этапе проводился сравнительный анализ значений показателей по России и зарубежным странам.

В качестве исходной информации в исследовании использовались результаты опросов, проведенных в 59 странах, в процессе реализации проекта Глобального мониторинга предпринимательства [47]. Опросы взрослого населения (18-64 лет) в этих странах позволили получить мнения людей о восприятии удачного создания своих бизнесов и легком начале предпринимательской деятельности.

В нашем исследовании рассматривалась оценка шести показателей, характеризующих, как женщины и мужчины оценивали свои возможности и способности создать новый бизнес, по 59 странам в 2018 году:

– удельный вес женщин, считающих, что они способны быть удачными предпринимателями, в общей численности взрослых женщин;

– удельный вес мужчин, считающих, что они способны быть удачными предпринимателями, в общей численности взрослых мужчин;

– отношение значений показателей, характеризующих предполагаемое удачное предпринимательство, по мнению женщин и мужчин;

– удельный вес женщин, считающих, что они легко могут стать предпринимателями, в общей численности взрослых женщин;

– удельный вес мужчин, считающих, что они легко могут стать предпринимателями, в общей численности взрослых мужчин;

– отношение значений показателей, характеризующих мнения женщин и мужчин о легком начале предпринимательской деятельности.

Проведенное исследование включало проверку пяти следующих гипотез:

– гипотеза 1 – в большинстве стран имеет место гендерный разрыв во мнениях об удачной предпринимательской деятельности;

– гипотеза 2 – в большинстве стран имеет место гендерный разрыв во мнениях женщин и мужчин о том, легко ли начать предпринимательскую деятельность;

- гипотеза 3 – значения шести рассматриваемых показателей имеют существенную дифференциацию по разным странам;
- гипотеза 4 – территориальное расположение стран не оказывает существенного влияния на значения каждого из шести показателей;
- гипотеза 5 – уровень доходов населения в рассматриваемых странах не оказывает существенного влияния на значения каждого из шести показателей.

В экономико-математическом моделировании, используемом для оценки каждого из шести показателей, применялись функции нормального распределения. В статье автора представлен методический подход к их разработке и использованию для определения средних значений по рассматриваемым государствам, а также диапазонов вариации значений по большинству государств. В процессе нашей работы устанавливались государства с максимальными и минимальными величинами показателей.

В процессе вычислительного эксперимента проводилось экономико-математическое моделирование на основе эмпирических данных. Модели, которые описывают распределения шести показателей по всем 59 странам, продемонстрированы далее:

- удельный вес женщин, считающих, что они способны быть удачными предпринимателями, в общей численности взрослых женщин, %:

$$y_{6.19}(x_{6.19}) = \frac{547,86}{10,82 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.19} - 54,88)^2}{2 \times 10,82 \times 10,82}}; \quad (6.19)$$

– удельный вес мужчин, считающих, что они способны быть удачными предпринимателями, в общей численности взрослых мужчин, %:

$$y_{6.20}(x_{6.20}) = \frac{479,37}{10,27 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.20} - 61,64)^2}{2 \times 10,27 \times 10,27}}; \quad (6.20)$$

– отношение значений показателей, характеризующих предполагаемое удачное предпринимательство, по мнению женщин и мужчин:

$$y_{6.21}(x_{6.21}) = \frac{3,32}{0,08 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.21} - 0,89)^2}{2 \times 0,08 \times 0,08}}; \quad (6.21)$$

– удельный вес женщин, считающих, что они легко могут стать предпринимателями, в общей численности взрослых женщин, %:

$$y_{6.22}(x_{6.22}) = \frac{786,67}{18,42 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.22} - 40,14)^2}{2 \times 18,42 \times 18,42}}; \quad (6.22)$$

– удельный вес мужчин, считающих, что они легко могут стать предпринимателями, в общей численности взрослых мужчин, %:

$$y_{6.23}(x_{6.23}) = \frac{785,83}{19,08 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.23} - 42,06)^2}{2 \times 19,08 \times 19,08}}; \quad (6.23)$$

– отношение значений показателей, характеризующих мнения женщин и мужчин о легком начале предпринимательской деятельности:

$$y_{6.24}(x_{6.24}) = \frac{8,52}{0,19 \times \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_{6.24} - 0,97)^2}{2 \times 0,19 \times 0,19}}. \quad (6.24)$$

На следующем этапе исследования были выявлены закономерности, характеризующие мнения женщин и мужчин об удачном создании своих бизнесов, а также легком начале предпринимательской деятельности по рассматриваемым экономикам. В столбце 2 таблицы 6.7 приведены данные, характеризующие средние величины показателей. Диапазоны, в которых находятся значения показателей по большинству стран, продемонстрированы в третьем столбце таблицы.

Среднее значение удельного веса женщин, считающих, что они способны быть удачными предпринимателями, в общей численности взрослых женщин достигало в 2018 году почти 55 %. Соответствующий показатель по мужчинам был в 1,1 раза больше – 61,6 %. Тенденция превышения указанного показателя по мужчинам характерна для большинства стран, но наблюдались исключения. В четырех странах, а именно Индонезии, Пуэрто-Рико, Мадагаскаре, Перу, значения показателей по женщинам и мужчинам были практически равны. В трех странах, а именно Израиле, Саудовской Аравии, Казахстане, воспринимаемые возможности создания женских бизнесов были выше, чем мужских. Среднее значение отношения величин показателей, описывающих предпринимательские возможности женщин и мужчин, составило в 2018 году 0,89. Таким образом, гипотеза 1 о наличии в большинстве стран гендерного разрыва во мнениях женщин и мужчин о способности стать удачными предпринимателями подтвердилась.

Таблица 6.7

Значения показателей, характеризующих мнения людей

Наименование показателя	Средние величины	Значения по большинству стран
1	2	3
удельный вес женщин, считающих, что они способны быть удачными предпринимателями, в общей численности взрослых женщин, %	54,88	44,06-65,70
удельный вес мужчин, считающих, что они способны быть удачными предпринимателями, в общей численности взрослых мужчин, %	61,64	51,37-71,91
отношение значений показателей, характеризующих предполагаемое удачное предпринимательство, по мнению женщин и мужчин	0,89	0,81-0,97
удельный вес женщин, считающих, что они легко могут стать предпринимателями, в общей численности взрослых женщин, %	40,14	21,72-58,56
удельный вес мужчин, считающих, что они легко могут стать предпринимателями, в общей численности взрослых мужчин, %	42,06	22,98-61,14
отношение значений показателей, характеризующих мнения женщин и мужчин о легком начале предпринимательской деятельности	0,97	0,78-1,16

Источник: расчеты проведены автором на основе функций (6.19)-(6.24).

Данные таблицы 6.7 свидетельствуют о том, что в рассматриваемых странах относительное большинство взрослого населения воспринимает возможность удачной предпринимательской карьеры.

Среднее значение удельного веса женщин, считающих, что они легко могут стать предпринимателями, в численности взрослых женщин достигало в 2018 году почти 40,1 %. Соответствующий показатель по мужчинам был несколько больше – почти 42,1 %. Тенденция превышения указанного показателя по мужчинам характерна для большинства стран, но наблюдались исключения. В шести странах, а именно Ливане, Франции, Ирландии, Республике Корея, Словацкой Республике, Греции, значения показателей по женщинам и мужчинам были практически одинаковы. В 13 странах, к которым относятся Малайзия, Чили, Саудовская Аравия, Таиланд, Испания, Тайвань, Ангола, Марокко, ЮАР, Вьетнам, США, Турция, ОАЭ, мнение о легком начале предпринимательства у женщин было выше, чем у мужчин. Среднее значение отношения величин показателей составило в 2018 году 0,97. Таким образом, гипотеза 2 о наличии в большинстве стран гендерного разрыва во мнениях женщин и мужчин о том, легко ли начать предпринимательскую деятельность, подтвердилась.

Данные таблицы 6.7 свидетельствуют о том, что в рассматриваемых странах относительное меньшинство взрослого населения считает, что можно легко начать предпринимательскую деятельность.

Необходимо отметить, что как женщины, так и мужчины выше оценивают возможность своей удачной предпринимательской деятельности по сравнению с легким ее началом. То есть не все из тех,

кто полагает, что способен к удачному предпринимательству, реально начинают создание своих бизнесов.

Для проверки гипотезы 3 проводился анализ данных, представленных в столбце 3 таблицы 6.7. Анализ показал существенную дифференциацию по рассматриваемым странам значений каждого из шести показателей. Следовательно, третья гипотеза подтвердилась.

На следующем этапе выявлялись страны, в которых отмечались максимальные и минимальные значения каждого из показателей. При этом к максимальным и минимальным относились значения, соответственно превышающие верхние границы диапазонов, продемонстрированных в третьем столбце таблицы 6.7, и меньшие нижних границ диапазонов. Итоги этого анализа приведены в таблице 6.8. Наряду с перечнями стран в этой таблице представлено также подразделение выявленных стран по их географическому положению и уровню доходов населения.

В таблице 6.8 приведена информация по территориальному расположению стран с высокими (столбец 2) и низкими (столбец 3) значениями каждого из девяти оцениваемых в нашем исследовании показателей. Анализ этой информации показал, что связи между значениями показателей и территориальным расположением стран, а также уровнем доходов населения в этих странах не наблюдается. То есть страны с высокими и низкими значениями показателей расположены в различных частях света и характеризуются разным уровнем доходов населения. Таким образом, можно констатировать подтверждение гипотез 4 и 5.

Таблица 6.8

Страны с максимальными и минимальными значениями показателей

Наименование показателя	Максимальные значения	Минимальные значения
1	2	3
удельный вес женщин, считающих, что они способны быть удачными предпринимателями, в общей численности взрослых женщин, %	Катар, Колумбия, Мексика, Республика Корея, ОАЭ, Казахстан, Пуэрто-Рико, Панама, Ангола. Расположены по четыре страны в Азии и Латинской Америке, в Африке – одна страна. Доходы населения: высокие (пять стран), средние (три страны), низкие (одна страна)	Греция, Таиланд, Болгария, Марокко, Израиль, Кипр, Люксембург, Вьетнам, Австрия. Пять стран расположены в Европе, в Азии – три страны, в Африке – одна страна. Высокие доходы населения отмечаются в пяти странах, средние – в одной стране, а низкие – в трех странах
удельный вес мужчин, считающих, что они способны быть удачными предпринимателями, в общей численности взрослых мужчин, %	Гватемала, Египет, Пуэрто-Рико, Мексика, ОАЭ, Колумбия, Панама, Ангола. Расположена в Азии одна страна, в Латинской Америке – пять стран, в Африке – две страны. Доходы населения: высокие и средние (три страны), низкие (две страны)	Греция, Таиланд, Израиль, Марокко, Вьетнам, Кипр, Болгария, Люксембург, Италия, Канада. Пять стран расположены в Европе, в Азии – три страны, в Африке и Северной Америке – по одной стране. Доходы населения: высокие (шесть стран), средние (одна страна), низкие (три страны)
отношение значений показателей, характеризующих предполагаемое удачное предпринимательство,	Республика Корея, Индия, Индонезия, Пуэрто-Рико, Мадагаскар, Перу, Израиль, Саудовская Аравия, Казахстан. Пять стран расположены в Азии, одна страна – в Африке, две	Ливан, Польша, Словацкая Республика, Аргентина, Таиланд, Швеция, Болгария, Австрия. Пять из этих стран расположены в Европе, по одной стране – в Латинской Америке, Африке и Азии.

Наименование показателя	Максимальные значения	Минимальные значения
1	2	3
по мнению женщин и мужчин	страны – в Латинской Америке. Доходы населения: высокие (четыре страны), средние (одна страна), низкие (три страны)	Высокие доходы населения имели место в четырех странах, средние и низкие доходы были в двух странах
удельный вес женщин, считающих, что они легко могут стать предпринимателями, в общей численности взрослых женщин, %	Ангола, Перу, Греция, США, Республика Корея, Испания, Эквадор, Люксембург, Мексика, Словацкая Республика. Расположена в Азии одна страна, в Европе – четыре страны, в Африке и Северной Америке – по одной стране, в Латинской Америке – три страны. Доходы населения: высокие (шесть стран), средние (три страны), низкие (одна страна)	Австрия, Гватемала, Эстония, Босния и Герцеговина, Китай, Польша, Индонезия, Канада, Индия, Тайвань. По четыре страны расположены в Европе и Азии, по одной стране – в Северной и Латинской Америке. Высокие доходы населения отмечаются в пяти странах, средние – в трех странах, низкие – в двух странах
удельный вес мужчин, считающих, что они легко могут стать предпринимателями, в общей численности взрослых мужчин, %	Словения, Уругвай, Греция, Кипр, Перу, Республика Корея, Словацкая Республика, Мексика, Люксембург, Эквадор. В Европе расположены пять стран, в Латинской Америке – четыре страны, в Азии – одна страна. В шести странах доходы населения высокие, средние – в четырех странах	Эстония, Австрия, Гватемала, Босния и Герцеговина, Вьетнам, Канада, Индонезия, Индия, Тайвань, Китай. Три страны расположены в Европе, в Северной и Латинской Америке – по одной стране, пять стран – в Азии. Доходы населения: высокие (четыре страны), средние (три страны), низкие (три страны)

Наименование показателя	Максимальные значения	Минимальные значения
1	2	3
отношение значений показателей, характеризующих мнения женщин и мужчин о легком начале предпринимательской деятельности	Таиланд, Ангола, Марокко, ЮАР, США, Вьетнам, Турция, ОАЭ. В Азии расположены четыре страны, в Африке – три страны, в Северной Америке – одна страна. Доходы населения: высокие (две страны), средние (две страны), низкие (четыре страны)	Польша, Китай, Египет, Судан, Уругвай, Босния и Герцеговина, Гватемала, Иран, Италия. Три страны расположены в Европе, по две страны – в Азии, Африке, Латинской Америке. Высокие доходы населения имели место в двух странах, средние – в четырех странах, а низкие – в трех

Источник: разработано автором на основе данных таблицы 6.8 и проекта Глобального мониторинга предпринимательства.

Сравнительный анализ значений рассматриваемых показателей по России и зарубежным странам позволил сделать следующие выводы:

- значение показателя 1 составляет 50,4 %, что в 1,1 раза меньше средней величины по зарубежным странам;
- значение показателя 2 составляет 60,4 %, что немногим меньше средней величины по зарубежным странам;
- значение показателя 3 составляет 0,8, что в 1,1 раза ниже средней величины по зарубежным странам;
- значение показателя 4 составляет 28,1 %, что в 1,4 раза меньше средней величины по зарубежным странам;

– значение показателя 5 составляет 31,0 %, что в 1,4 раза меньше средней величины по зарубежным странам;

– значение показателя 6 составляет 0,9, что в 1,1 раза меньше средней величины по зарубежным странам.

Таким образом, значения удельных показателей в России как по женщинам, так и по мужчинам ниже соответствующих средних величин по зарубежным странам. Существенно, что мнения об успешном предпринимательстве в России в меньшей степени отличаются от зарубежных по сравнению с мнениями о легком начале предпринимательства. Необходимо отметить, что в России мужчины более оптимистично, чем женщины, оценивают как успешное участие в предпринимательстве, так и легкое вхождение в этот процесс.

Цель исследования, заключающаяся в оценке мнений людей об удачном создании собственных бизнесов, а также легком вхождении в предпринимательскую деятельность в национальных экономиках по данным за 2018 год, была достигнута. К выводам, обладающим научной новизной и оригинальностью, относятся:

1. Проведена оценка показателей, описывающих мнения женщин и мужчин, считающих, что они способны быть удачными предпринимателями и способны легко стать предпринимателями.

2. Проведено моделирование распределения шести показателей по 59 странам.

3. Показано, что в различных странах значения удельных показателей по женщинам и мужчинам различаются значительно, то есть в большинстве из них присутствует так называемый гендерный разрыв.

4. По рассматриваемым странам немногим более половины людей положительно оценивают свою возможность стать удачными предпринимателями.

5. По рассматриваемым странам немногим менее половины людей положительно оценивают свою возможность создать собственные бизнесы.

6. В 2018 году имели место существенные различия в значениях шести рассматриваемых показателей по странам.

7. Выявлены страны, для которых были характерны максимальные и минимальные значения этих шести показателей.

8. Проведено сопоставление значений показателей по России и зарубежным странам.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

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

Теоретическое значение работы заключается в разработке методических подходов, которые могут быть использованы при проведении дальнейших исследований различных сторон деятельности женского предпринимательства. Результаты исследования 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.

Учитывая большое значение, уделяемое в настоящее время рассмотрению вопросов трансформации национальной экономики, полученные результаты исследований могут обеспечить существенное улучшение деятельности органов управления, общественных организаций, финансово-кредитных организаций. 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 предпринимательства.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дежаткин М. Е. Совершенствование методов и инструментов управления малыми предприятиями / М. Е. Дежаткин, Ю. С. Пиньковецкая // Актуальные вопросы аграрной науки и образования : материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 65-летию Ульяновской ГСХА. – Ульяновск, 2008. – С. 190-193.
2. Пиньковецкая Ю. С. Производственная функция для решения задач управления малым бизнесом в регионах Российской Федерации / Ю. С. Пиньковецкая // Вестник Московского университета. Серия 21: Управление (государство и общество). – 2010. – № 1. – С. 79-88.
3. Пиньковецкая Ю. С. Численность предприятий малого бизнеса в Российской Федерации: результаты анализа / Ю. С. Пиньковецкая // Экономика региона. – 2009. – № 2 (18). – С. 224-229.
4. Acs Z. J., Naudé W. Entrepreneurship, stages of development, and industrialization, United Nations University – Maastricht Economic and Social Research Institute on Innovation and Technology (MERIT). MERIT Working Papers 021. 2012. 21 p.

5. Adams R., Bessant J., Phelps R. Innovation Management Measurement: A Review // International Journal of Management Review. 2006. N 8 (1). P. 21-47.
6. Ahl H., Nelson T. Moving forward: Institutional perspectives on gender and entrepreneurship // International Journal of Gender and Entrepreneurship. 2010. Vol. 2. P. 5-9.
7. Anderson A. R., Miller C. J. "Class matters": Human and social capital in the entrepreneurial process // Journal of Socio-Economics. 2003. Vol. 1. P. 17-36.
8. Bayon M., Vaillant Y., Lafuente E. Antecedents of perceived entrepreneurial ability in Catalonia: the individual and the entrepreneurial context // Journal of Global Entrepreneurship Research. 2012. Vol. 5 (3).
9. Benz M., Frey B. S. The value of doing what you like: evidence from the self-employed in 23 countries // Journal of Economic Behavior & Organization. 2008. Vol. 68 (3). P. 445-455.
10. Binder M., Coad A. Life satisfaction and self-employment: A matching approach // Small Business Economics. 2013. Vol. 40. P. 1009-1033.
11. Bjerke B. Understanding Entrepreneurship. Cheltenham and Northampton, MA: Edward Elgar. 2007. 288 p.
12. Block J., Kohn K., Miller D., Ullrich K. Necessity entrepreneurship and competitive strategy // Small Business Economic. 2015. Vol. 44. P. 37-54.

13. Boly V., Morel L., Assielou N., Camargo M. Evaluating Innovative Processes in French Firms: Methodological Proposition for Firm Innovation Capacity Evaluation // *Research Policy*. 2014. N 43 (3). P. 608-622.

14. Borbás L. The Role of SMEs in the European Entrepreneurship Policy // *Volume of Management, Enterprise and Benchmarking in the 21st Century II*. Óbuda University. Keleti Faculty of Business and Management. 2015. P. 71-88.

15. Bourlès R., Cozarenco A. Entrepreneurial motivation and business performance: evidence from a French Microfinance Institution // *Small Business Economics*. 2018. Vol. 51 (4). P. 943-963.

16. Box M. The death of firms: exploring the effects of environment and birth cohort on firm survival in Sweden // *Small Business Economics*. 2008. N 31. P. 379-393.

17. Breckova P. Export Patterns of Small and Medium Sized Enterprises // *European Research Studies Journal*. 2018. Vol. XXI. N 1. P. 43-51.

18. Brouthers K. D., Nakos G., Dimitratos P. SME Entrepreneurial Orientation, International Performance, and the Moderating Role of Strategic Alliances // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2015. Vol. 39 (5). P. 1161-1187.

19. Brush C. G., de Bruin A., Welter F. A gender-aware framework for women's entrepreneurship // *International Journal of Gender Entrepreneurship*. 2009. Vol. 1. P. 8-24.

20. Burton M. D., Sorensen J. B., Dobrev, S. D. A career perspective on entrepreneurship // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2016. Vol. 40. P. 237-247.

21. Cacciotti G., Hayton J., Mitchell R., Giazitzoglu A. A reconceptualization of fear of failure in entrepreneurship // *Journal of Business Venturing*. 2016. Vol. 31. N 3. P. 302-325.

22. Cardon M. S., Stevens C. E., Potter D. R. Misfortunes or mistakes? Cultural sensemaking of entrepreneurial failure // *Journal of Business Venturing*. 2011. Vol. 26 (1). P. 79-92.

23. Carlianne P., Stephens H., Weinstein A. Where are all the self-employed women? Push and pull factors influencing female labor market decisions // *Small Business Economics*. 2016. Vol. 46 (3). P. 365-390.

24. Carsrud A., Brannback M. Entrepreneurial motivations: What do we still need to know? // *Journal of Small Business Management*. 2011. Vol. 39 (1). P. 9-26.

25. Carr J. C., Sequeira J. M. Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A Theory of Planned Behavior approach // *Journal of Business Research*. 2007. Vol. 60 (10). P. 1090-1098.

26. Cefis E., Marsili O. Born to flip. Exit decisions of entrepreneurial firms in high-tech and low-tech industries // *Journal of Evolutionary Economics*. 2011. Vol. 21 (3). P. 473-498.

27. Chhabra M., Karmarkar Y. Gender gap in entrepreneurship – a study of small and micro enterprises // ZENITH International Journal of Multidisciplinary Research. 2016. Vol. 6 (8). P. 82-99.
28. Chua H., Bedford O. A Qualitative Exploration of Fear of Failure and Entrepreneurial Intent in Singapore // Journal of Career Development. 2015. Vol. 9 (4). P. 319-334.
29. Coad A. Death is not a success: Reflections on business exit // International Small Business Journal. 2014. Vol. 32 (7). P. 721-732.
30. Colombo L., Dawid H., Piva M., Vivarelli M. Does easy start-up formation hamper incumbents' R&D investment? // Small Business Economics. 2017. Vol. 49. P. 513-531.
31. Davidsson P. Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A reconceptualization // Journal of Business Venturing. 2015. Vol. 30 (5). P. 674-695.
32. De Carolis D. M., Saporito P. Social capital, cognition, and entrepreneurial opportunities: a theoretical framework // Entrepreneurship Theory and Practice. 2006. Vol. 1. P. 41-56.
33. De Jong M., Marston N., Roth E. The eight essentials of innovation // McKinsey Quarterly. 2014. N 2. P. 1-12.
34. De Tienne D., McKelvie A., Chandler G. Making Sense of Entrepreneurial Exit Strategies: A Typology and Test // Journal of Business Venturing. 2015. Vol. 30 (2). P. 255-272.
35. Decker R., Haltiwanger J., Jarmin R., Miranda J. The Role of Entrepreneurship in US Job Creation and Economic Dynamism // Journal of Economic Perspectives. 2014. Vol. 3. P. 3-24.

36. Descotes R., Walliser B. International marketing related competences and SMEs' export performance during the recession // *Projectics*. 2018. Vol. 21. P. 61-82.
37. Diallo O. Small and medium enterprises (SMEs) as drivers of productive capacity and job creation in Africa. Background Paper for Regional Preparatory Meeting for Africa. ECOSOC. New York, 2012.
38. Dimov D. Nascent Entrepreneurs and Venture Emergence: Opportunity Confidence, Human Capital, and Early Planning // *Journal of Management Studies*. 2010. Vol. 47 (6). P. 1123-1153.
39. Downing S. The social construction of entrepreneurship: Narrative and dramatic processes in the coproduction of organizations and identities // *Entrepreneurship: Theory & Practice*. 2005. Vol. 2. P. 185-204.
40. Eckhardt J., Shane S. A. Opportunities and entrepreneurship // *Journal of Management*. 2003. Vol. 3. P. 333-349.
41. Estay C., Durrieu F., Akhter M. Entrepreneurship: From motivation to start-up // *Journal of International Entrepreneurship*. 2013. Vol. 11 (3). P. 243-267.
42. Fairlie R. W., Robb A. M. Gender Differences in Business Performance: Evidence from the Characteristics of Business Owners Survey // *Small Business Economics*. 2009. Vol. 33. P. 375-395.
43. Francioni B., Pagano A., Castellani D. Drivers of SMEs' exporting activity: a review and a research agenda // *Multinational Business Review*. 2016. Vol. 24 (3). P. 194-215.

44. Frese M., Gielnik M. M. The psychology of entrepreneurship // Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior. 2014. Vol. 1 (1). P. 413-438.

45. Geibel R., Askari H., Heinzl J. How do certain Factors affect the fear of Failure in Entrepreneurship? // Conference: 4th Annual International Conference on Business Strategy and Organizational Behavior (Biz Strategy 2014). Singapore. 2014. Vol. IV.

46. Gladkova V. E., Yakhyaev M. A., Korolkov V. E., Smirnova I. A., Litvinenko I. L., Pinkovetskaya Ju. S. The access of Russian small enterprises to public procurement markets: data analysis // Amazonia Investiga. 2018. Vol. 7. N 15. P. 20-31.

47. Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Women's Entrepreneurship Report. Global Entrepreneurship Research Association (GERA). London Business School, London, United Kingdom. 2019. 108 p.

48. Global Entrepreneurship Monitor 2019-2020. Global Entrepreneurship Research Association (GERA). 2020.

49. Gorgievski M. J., Ascalon M. E., Stephan U. 'Small Business Owners' Success Criteria, a Values Approach to Personal Differences // Journal of Small Business Management. 2011. Vol. 49 (2). P. 207-232.

50. Grewal R., Tansuhaj P. Building Organizational Capabilities for Managing Economic Crisis: The Role of Market Orientation and Strategic Flexibility // Journal of Marketing. 2001. N 65. P. 67-80.

51. Grosser K., Moon J. CSR and feminist organization studies: towards an integrated theorization for the analysis of gender issues // Journal of Business Ethics. 2019. Vol. 155 (2). P. 321-342.

52. Haddoud M. Y., Jones P., Newbery R. Export promotion programmes and SMEs' performance. Exploring the network promotion role // *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 2017. Vol. 24 (1). P. 68-87.

53. Hall D. T., Chandler D. Psychological success: When the career is a calling // *Journal of Organizational Behavior*. 2005. Vol. 26. P. 155-176.

54. Holienka M., Jančovičová Z., Kovačičová Z. Drivers of women entrepreneurship in Visegrad countries: GEM evidence // *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2016. N 220. P. 124-133.

55. Hopp C., Sonderegger R. Understanding the Dynamics of Nascent Entrepreneurship – Prestart-Up Experience, Intentions, and Entrepreneurial Success // *Journal of Small Business Management*. 2015. Vol. 53 (4). P. 1076-1096.

56. Hsieh Y.-J., Wu Y. J. Entrepreneurship through the platform strategy in the digital era: Insights and research opportunities // *Computers in Human Behavior*. 2019. Vol. 95. P. 315-323.

57. Huang, Y. Does Entrepreneurial Motivation help build resilience and facilitate success in SMEs? – A study of Founder-entrepreneurs from High-Tech Software SMEs in China *Applied Research / Y. Huang, B. Baruah, T. Ward // International Conference on Business & Interdisciplinary Studies (ARICBIS)*. 17-18 February. London. United Kingdom. 2020.

58. Ismail I., Husin N., Rahim N. A., Kamal M. H. M., Mat R. C. Entrepreneurial Success Among Single Mothers: The Role of Motivation and Passion // *Procedia Economics and Finance*. 2016. Vol. 37 (16). P. 121-128.

59. Jones M. V., Coviello N. E. Internationalisation: Conceptualising an entrepreneurial process of behavior in time // *Journal of International Business Studies*. 2005. Vol. 36 (3). P. 284-303.
60. Kalden J., Cunningham J., Anderson A. The social status of entrepreneurs: Contrasting German perspectives // *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*. 2017. Vol. 18 (2). P. 91-104.
61. Kautonen T., Palmroos J. The impact of a necessity-based startup on subsequent entrepreneurial satisfaction // *International Entrepreneurship and Management Journal*. 2010. Vol. 6 (3). P. 285-300.
62. Klewitz J., Hansen, E. Sustainability-oriented innovation of SMEs: a systematic review // *Journal of Cleaner Production*. 2014. Vol. 65. P. 57-75.
63. Korent D., Vukovic K., Brcic R. Entrepreneurial activity and regional development // *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*. 2015. Vol. 28 (1). P. 939-958.
64. Korsgaard S., Anderson A. R. Enacting entrepreneurship as social value creation // *International Small Business Journal*. 2011. Vol. 2. P. 135-151.
65. Korunka C., Frank H., Lueger M., Mugle J. The Entrepreneurial Personality in the Context of Resources, Environment, and the Startup Process – A Configurational Approach // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2003. Vol. January. P. 23-42.
66. Kostetska I., Berezyak I. Social Entrepreneurship as an Innovative Solution Mechanism of Social Problems of Society // *Management*

Theory & Studies for Rural Business & Infrastructure Development. 2014. Vol. 36 (2/3). P. 569-577.

67. Kraemer-Eis H., Lang F., Torfs W., Gvetadze S. European Small Business Finance Outlook. June 2017. EIF Working Paper 2017/43. 2017 [Electronic resource]. URL: [http://www.eif.org/news\\_centre/research/index.htm](http://www.eif.org/news_centre/research/index.htm) (access date: 16.12.2020).

68. Kumar S. Students' Willingness to Become an Entrepreneur: A Survey of Non-Business Students of President University // Journal of Business and Management. 2013. Vol. 15 (2). P. 94-102.

69. Lee S, Park G, Yoon B, Park J. Open innovation in SMEs: An intermediated network model // Research Policy. 2010. Vol. 39. P. 290-300.

70. Linan F., Fayolle A. A systematic literature review on Entrepreneurial Intentions: Citation, Thematic Analyses, and Research Agenda // International Entrepreneurship and Management Journal. 2015. Vol. 11 (4). P. 907-933.

71. Linan F., Santos F., Fernandez J. The influence of perceptions on potential entrepreneurs // International Entrepreneurship and Management Journal. 2011. Vol. 7. P. 373-390.

72. Locke E. A. Motivation, cognition and action: an analysis of studies of task goals and knowledge // Applied Psychology: An International Review. 2000. Vol. 49. P. 408-429.

73. Lopez L., Hiebl M. Management Accounting in Small and Medium-sized Enterprises: Current Knowledge and Avenues for Further Research // Journal of Management Accounting Research. 2015. N 27 (1). P. 81-119.

74. Menzies T. V., Diochon M., Gasse Y. Examining Venturerelated Myths Concerning Women Entrepreneurs // Journal of Developmental Entrepreneurship. 2004. V. 9 (2). P. 89-107.

75. Miguel E., Heras-Saizarbitoria I., Tarí J. J. TQM and market orientation in care home services // International Journal of Quality & Reliability Management. 2016. Vol. 33 (8). P. 1076-1098.

76. Morgan J., Sisak D. Aspiring to succeed: A model of entrepreneurship and fear of failure // Journal of Business Venturing. 2016. Vol. 31 (1). P. 1-21.

77. Muller P., Julius J., Herr D., Koch L., Psycheva V., Mckiernan S. Annual Report on European SMEs 2016/2017. SME Performance Review. European Union. Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. 2017 [Electronic resource]. URL: <https://www.researchgate.net/publication/321268021> (access date: 20.12.2020).

78. Naser M., Afzal I., Siddiqui S., Dutta S. Determinants of entrepreneurial capability (EC) environment in ASEAN-05 economies – a log-linear stochastic frontier analysis // Journal of Global Entrepreneurship Research. 2018. Vol. 8 (14).

79. Neumann T. The impact of entrepreneurship on economic, social and environmental welfare and its determinants: a systematic review // Management Review Quarterly. 2020. Vol. 70 (3). P. 1-32.

80. Ortiz R. F., Ortiz J. A., Ramirez A. M. How Does Management Perceive Exporting? An Empirical Study of SMEs // Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics. 2012. Vol. 23 (2). P. 200-208.

81. Padovez-Cualheta L., Borges C., Camargo A., Tavares L. An entrepreneurial career impacts on job and family satisfaction // RAUSP Management Journal. 2019. Vol. 2. P. 125-140.

82. Pangarkar N. Internationalization and performance of Small and Medium-sized Enterprises // Journal of World Business. 2008. Vol. 43 (4). P. 475-485.

83. Pascucci F., Bartoloni S., Gregori G. L. Export market orientation and international performance in the context of SMEs // Journal of Small Business & Entrepreneurship. 2016. Vol. 28 (5). P. 1-15.

84. Pejic-Bach M., Aleksic A., Merkač-Skok M. Examining determinants of entrepreneurial intentions in Slovenia: applying the theory of planned behaviour and an innovative cognitive style // Economic Research-Ekonomska Istraživanja. 2018. Vol. 31 (1). P. 1453-1471.

85. Pinkovetskaia I., Slepova V. Estimation of Fixed Capital Investment in SMEs: the Existing Differentiation in the Russian Federation // Business Systems Research. 2018. Vol. 9 (1). P. 65-78.

86. Pickernell D., Jones P., Thompson P., Packham G. Determinants of SME exporting Insights and implications // Entrepreneurship and innovation. 2016. Vol. 17. No. 1. P. 31-42.

87. Piperopoulos, P. Burst bubbles or build steam? Entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intentions / P. Piperopoulos, D. Dimov // Journal of Small Business Management. 2015. Vol. 53 (4). P. 970-985.

88. Popescu N. E. The Evolution of Entrepreneurship Activity Indicators in Two European Countries // *Procedia Economics and Finance*. 2013. Vol. 6. P. 562-572.

89. Rantanen T., Toikko T. Social values, societal entrepreneurship attitudes and entrepreneurial intention of young people in the Finnish welfare state // *Poznan University of Economics Review*. 2013. Vol. 1. P. 8-25.

90. Renko M., Shrader R., Simon M. Perception of Entrepreneurial Opportunity: A General Framework // *Management Decision*. 2012. Vol. 50 (7). P. 1233-1251.

91. Ribau C., Moreira A., Raposo M. SMEs innovation capabilities and export performance: an entrepreneurial orientation view // *Journal of Business Economics and Management*. 2017. Vol. 18 (5). P. 920-934.

92. Robichaud Y. LeBrasseur R., Nagarajan K. V. Necessity and opportunity-driven entrepreneurs in Canada: An investigation into their characteristics and an appraisal of the role of gender // *The Journal of Applied Business and Economics*. 2010. Vol. 11 (1). P. 59-79.

93. Rotefoss B., Kolvereid L. Aspiring, Nascent and Fledgling Entrepreneurs: An Investigation of the Business Start-Up Process // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2005. Vol. 17 (2). P. 109-127.

94. Rujirawanich P., Addison R., Smallman C. The effects of cultural factors on innovation in a Thai SME // *Management Research Review*. 2011. Vol. 34 (12). P. 1264-1279.

95. Schaarschmidt M., Kilian T. Impediments to Customer Integration into the Innovation Process: A Case Study in the Telecommunications Industry // *European Management Journal*. 2014. Vol. 32 (2). P. 350-361.

96. Schoon I., Duckworth K. Who Becomes an Entrepreneur? Early Life Experiences as Predictors of Entrepreneurship // *Developmental Psychology*. 2012. Vol. 48 (6). P. 1719-1726.

97. Segal G., Borgia D., Schoenfeld J. The Motivation to Become an Entrepreneur // *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. 2005. Vol. 11 (1). P. 42-57.

98. Shane S., Locke E. A., Collins C. J. Entrepreneurial motivation // *Human Resource Management Review*. 2012. Vol. 13 (2). P. 257-279.

99. Sharma P., Sharma J. To Study the Status of Entrepreneurs in the Bikaner City (Urban Area) // *International Journal of Science and Research (IJSR)*. 2017. Vol. 6 (6). P. 2738-2740.

100. Simon-Moya V., Revuelto-Taboada L., Ribeiro-Soriano D. Influence of economic crisis on new SME survival: reality or fiction? // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2016. Vol. 28. N 1-2. P. 157-176.

101. Solesvik M. Z. Entrepreneurial motivations and intentions: investigating the role of education major // *Education + Training*. 2013. Vol. 55 (3). P. 253-271.

102. Sperber S., Linder C. Gender-specifics in startup strategies and the role of the entrepreneurial ecosystem // *Small Business Economics*. 2018. Vol. 53 (4). P. 1-14.

103. Stephan U., Hart M., Mickiewicz T., Drews C.-C. Understanding Motivations for Entrepreneurship / BIS Research paper No. 212. Department for Business, Innovation and Skills Drews IFF Research. London. United Kingdom. 2015. 109 p.

104. Sullivan D. M., Meek W. R. Gender and entrepreneurship: A review and process model // *Journal of Managerial Psychologies*. 2012. Vol. 27. P. 428-458.

105. Summers D. The economic impact of entrepreneurship: setting realistic expectations // *Academy of Entrepreneurship Journal*. 2015. Vol. 21. P. 99-107.

106. Tamayo M., Huergo E. Determinants of Internal and External R&D Offshoring: Evidence from Spanish Firms // *Industry and Innovation*. 2017. Vol. 24 (2). P. 143-164.

107. Teirlink P., Spithoven A. Formal R&D Management and Strategic Decision Making in Small Firms in Business Services // *R&D Management*. 2013. Vol. 43. P. 37-51.

108. Tomlinson P., Fai F. The nature of SME co-operation and innovation: a multi-scalar and multi-dimensional analysis // *International Journal of Production Economics*. 2013. Vol. 141. P. 316-326.

109. Tsai K.-H., Chang H.-C., Peng C.-Y. Refining the Linkage between perceived capability and entrepreneurial intention: roles of perceived opportunity, fear of failure, and gender // *International Entrepreneurship Management Journal*. 2016. Vol. 10. P. 1-19.

110. Ucbasaran D., Shepherd D. A., Lockett A., Lyon S. J. Life after business failure: The Process and Consequences of Business Failure for Entrepreneurs // *Journal of Management*. 2012. Vol. 39 (1). P. 163-202.

111. Uddin M.-R., Bose T.-K. Determinants of entrepreneurial intention of business students in Bangladesh // *International Journal of Business and Management*. 2012. Vol. 7 (24). P. 128-137.

112. Van der Zwan P. W., Hessels J., Rietveld C. A. Self-employment and satisfaction with life, work, and leisure // *Journal of Economic Psychology*. 2018. Vol. 64. P. 73-88.

113. Van Stel A., Suddle K. The impact of new firm formation on regional development in the Netherlands // *Small Business Economics*. 2008. Vol. 30. P. 31-47.

114. Verheul I., Thurik R., Hessels J., Zwan P. Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs // *Eurasian Business Review*. 2016. Vol. 6. P. 273-295.

115. Walker J. K., Jeger M., Kopecki D. The role of perceived abilities, subjective norm, and intentions // *Journal of Entrepreneurship*. 2013. Vol. 22 (2). P. 181-202.

116. Welter F. Smallbone D., Isakova E. Female Entrepreneurship in Transition Economies: The case of Lithuanian and Ukraine // *Feminist Economics*. 2006. Vol. 13 (2). P. 157-183.

117. Wennberg K., De Tienne D. What do we really mean when we talk about 'exit'? A critical review of research on entrepreneurial exit // *International Small Business Journal*. 2014. Vol. 32 (1). P. 4-16.

118. Werner A., Gast J., Kraus S. The effect of working time preferences and fair wage perceptions on entrepreneurial intentions among employees // *Small Business Economics*. 2014. Vol. 43. P. 137-160.

119. Williamson P., De Meyer. A Ecosystem Advantage: How to Successfully Harness the Power of Partners // *California Management Review*. 2012. Vol. 55. P. 24-46.

120. Woldie A., Leighton P., Adesua A. Factors influencing small and medium enterprises (SMEs): An exploratory study of owner manager and firm characteristics // *Banks and Bank Systems*. 2008. Vol. 3 (3). P. 5-13.

121. Wyrwich M., Stuetzer M., Sternberg R. Entrepreneurial role models, fear of failure, and institutional approval of entrepreneurship: A tale of two regions // *Small Business Economics*. 2016. Vol. 46. N 3. P. 467-492.

122. Xie X., Zeng S., Peng Y., Tam C. What affects the innovation performance of small and medium-sized enterprises in China? // *Innovation: Management, Policy & Practice*. 2013. Vol. 15 (3). P. 271-286.

123. Yadollahi F. J., Toghraee M. T. Identification the main challenges of small and medium sized enterprises in exploiting of innovative opportunities // *Journal of Global Entrepreneurship Research*. 2014. Vol. 4 (4). P. 1-15.

124. Zahra S., Wright M. Understanding the Social Role of Entrepreneurship // *Journal of Management Studies*. 2016. Vol. 53 (4). P. 610-629.

125. Zeng S. X., Xie X. M., Tam C. M. Relationship between cooperation networks and innovation performance of SMEs // *Technovation*. 2010. Vol. 30. P. 181-194.

Научное издание

**Пиньковецкая Юлия Семеновна**

**ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ  
В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИКАХ**

*Монография*

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

Подписано в печать 07.12.2021.  
Формат 60×84/16. Усл. печ. л. 10,0.  
Тираж 500 экз. Заказ № 103/

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

В монографии рассмотрены итоги исследований автора, посвященных проблемам предпринимательства в России и зарубежных странах. Основное внимание уделяется таким аспектам, как мотивы и интенции людей, создающих собственные бизнесы, а также инновационная и экспортная деятельность предпринимателей. Кроме того, рассматриваются мнения населения различных стран о карьере и статусе предпринимателей, об имеющихся возможностях и способностях, а также доступности информации о предпринимательстве. Приведен сравнительный анализ соответствующих показателей женского и мужского предпринимательства. В основе исследований лежат данные, полученные в процессе социологических обследований по программе Глобального мониторинга предпринимательства, и информация, приведенная в отечественных и зарубежных научных публикациях.

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 предпринимателей (особенно начинающих).

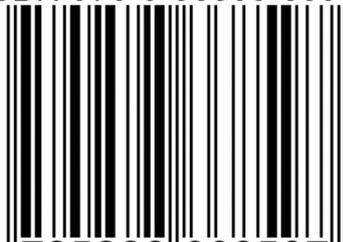


**ПИНЬКОВЕЦКАЯ  
Юлия Семеновна**

Кандидат экономических наук, в 2006 году с отличием окончила Ульяновский государственный университет, в котором в настоящее время работает доцентом.

Автор 8 монографий, более 200 научных публикаций в журналах, рекомендованных ВАК РФ, и более 60 в журналах, индексируемых в международных базах Web of Science и Scopus. Имеет 4 зарегистрированные в Федеральной службе по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам программы для ЭВМ.

ISBN 978-5-88866-859-7



9 785888 668597 >