

УЧАСТИЕ ЖЕНЩИН РОССИИ В STEM-БИЗНЕСЕ

А. А. Илимбетова

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова,
г. Москва, Россия, akkosh@inbox.ru

Трансформация борьбы за гендерное равенство привела к переходу от борьбы за равенство прав к борьбе за равенство возможностей. Предусмотренное законами равенство прав мужчин и женщин натолкнулось на существование неписанных норм в отношении должного поведения и занятий женщин, на «стеклянный потолок», существование которого ощутимо, но часто недоказуемо. В то же время развитие технологий и всеобщая информатизация породили эру цифровой экономики, в которой женщинам также предстоит занять свое место. Социальный статус и возможности человека в цифровую эпоху будут зависеть от того, насколько успешно он смог адаптироваться к меняющимся технологическим условиям, требованиям к образованию и квалификации. Задача данной статьи — определить степень участия женщин в цифровой экономике через призму их предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: цифровая экономика, STEM, предпринимательская деятельность, наукоемкое предпринимательство.

PARTICIPATION OF RUSSIAN WOMEN IN STEM BUSINESS

A. A. Ilimbetova

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, akkosh@inbox.ru

The transformation of the fight for gender equality has led to a shift from the fight for equal rights to the fight for equality of opportunity. Provided by the laws the equal rights of men and women came across the existence of unwritten standards of proper behavior and occupations of women, “glass ceiling”, the existence of which is noticeable, but often unprovable. At the same time, technological development and universal informatization have created an era of digital economy in which women also have to take their place. The social status and capabilities of the individual in the digital age will depend on how well they have been able to adapt to changing technological conditions, educational requirements and skills. As a result of the analysis of the data, it was found that Russian women are full participants in economic relations and entrepreneurship. About one third of entrepreneurs in STEM business are women. In that sphere of business, there is gender differentiation and niches traditionally occupied by women: accounting services, advertising, textiles and food production, humanities and social sciences, biotechnology and medicine. The larger the business and the more employees it employs, the fewer women managers there are. The structure of business activities of men and women is similar to the educational structure of the population: technical specialties — male,

humanitarian — female. In general, the analysis of the data leads to the conclusion that women's participation in STEM business is insufficient.

Key words: digital economy, STEM, entrepreneurial activity, high-tech entrepreneurship.

По своей сути, цифровая экономика — это экономика, основанная на STEM-сфере (Science, Technology, Engineering, Maths), т. е. процесс цифровизации связан с развитием науки в целом, научных исследований в области естественно-биологических, физико-математических наук, техники и технологии, как следствие — с компьютеризацией и проникновением результатов подобного развития во все сферы жизни, трансформацией профессиональной структуры населения, изменениями в характере труда (наемного, домашнего) и занятости (предпринимательство). Процесс цифровизации не может обойти предпринимательскую деятельность, которая является одним из каналов превращения научных достижений в практически значимые и доступные потребителям блага и сферой, требующей применения STEM-знаний.

Уровень развития STEM-сфер в экономике и вовлеченность в нее различных социально-демографических групп будут определять динамику экономического развития государства, его политический вес в мировом сообществе. С изменениями в характере экономической конъюнктуры будут связаны социальные изменения и стратификация общества, на которую окажут влияние не только наследственный статус, продолжающий и сейчас влиять на возможности человека, не только наличие высшего образования, но и сам характер этого образования и занятости, их соответствие новому технологическому укладу. Низкий уровень вовлеченности женщин в инновационные сферы экономики может стать новым фактором феминизации бедности, так как женщины, не обладающие актуальной профессией, смогут претендовать только на низкооплачиваемые рабочие места, в большей степени находясь под риском сокращения и увольнения в результате перехода к цифровым технологиям. Наличие актуального образования влияет и на перспективы предпринимательства. При выборе вида производимой продукции будущие предприниматели ориентируются на свое образование, поскольку организация производства требует специальных профессиональных знаний в конкретной сфере, и в этом аспекте STEM-образование напрямую влияет на участие в таком бизнесе.

Среди проблем экономики России, которые отмечены в «Национальной стратегии действий в интересах женщин на 2017—2022 годы», указано, что «женщины недостаточно интегрируются в рынок труда, связанный с новым технологическим укладом, и не всегда могут участвовать в инновационном развитии страны, что ведет к сохранению разницы в доходах женщин и мужчин». Реализация направления «Улучшение экономического положения женщин, обеспечение роста их благосостояния» предполагает «расширение возможностей занятости женщин в сфере малого и среднего предпринимательства» [Об утверждении... , 2017]. Предпринимательство в данном контексте выступает как средство сокращения разницы в доходах и обеспечения устойчивости финансового положения женщин.

О предпринимательстве как действенном средстве повышения благосостояния можно судить исходя из ответов женщин, опрошенных в ходе выборочного обследования репродуктивных планов населения за 2017 г. Из всех опрошенных женщин 39,7 % женщин-предпринимателей оценили свое материальное положение как очень хорошее и хорошее. Всего 0,6 % предпринимательниц ответили, что их материальное положение очень плохое. Для сравнения: среди сотрудниц бюджетных организаций 25,8 % оценивают свое материальное положение как очень хорошее и хорошее, 1,3 % — как очень плохое [Выборочное обследование... , 2017].

Несмотря на эффективность предпринимательства в обеспечении материального благосостояния, сохраняются трудности, препятствующие всем желающим женщинам заняться собственным бизнесом. Такими трудностями являются отсутствие начального капитала, нужных знаний и качеств, соответствующего образования и опыта работы, противодействие внешней среды [Кузнецова, Чжэнун, 2018: 48], психологический дискомфорт, страх, неуверенность в себе [Юдина, 2012: 69]. Указанные причины говорят о неустойчивости финансового положения женщин и непризнанности социальной значимости женского предпринимательства. Несмотря на неблагоприятные условия деловой среды, женщины составляют 34,6 % всех российских предпринимателей. Эта цифра различается по регионам. Например, в Москве доля женщин в малом бизнесе составляет 38,0 %, а в республике Башкортостан — 44,8 % [Mastercard... , 2018].

Однако в условиях цифровой трансформации гендерная дифференциация в доходах сохранится даже в случае выравнивания участия женщин и мужчин в бизнесе, так как актуализируется другая проблема — слабое участие женщин в STEM-бизнесе, который влияет на социальный статус человека в условиях цифровой экономики, способствует реализации профессионального потенциала женщин и выравниванию доходов.

Анализ участия в STEM-бизнесе должен основываться на видах предпринимательской деятельности мужчин и женщин, информация о которых не содержится в статистических базах, поэтому в нашей работе привлекаются данные информационной системы СПАРК [Информационный ресурс... , 2018] и Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства Федеральной налоговой службы РФ [Единый реестр... , 2018].

Единый реестр ведет учет по фамилии, имени, отчеству индивидуальных предпринимателей и видам деятельности согласно Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности (ОКВЭД-2). Для анализа юридических лиц, работающих в сфере среднего и крупного бизнеса, эта база не подходит, так как по ним не выдается персонализированная информация.

ОКВЭД-2 содержит 99 видов деятельности, но задача статьи состоит в анализе STEM-бизнеса, поэтому были выделены сферы деятельности, максимально коррелирующие с идеей STEM: разделы J — «Деятельность в области информации и связи», М — «Деятельность профессиональная, научная и техническая», а также С — «Обрабатывающие производства» (сферы деятельности, требующие знания технологии производства). К разделам J и М отнесли свои малые предприятия 133 462 женщины (40,9 % всех предприятий этих разделов) и 192 850 мужчин (59,1 %). В сфере обрабатывающей промышленности работают

55 265 женских предприятий (31,6 %) и 119 382 мужских (68,4 %). Другие виды деятельности по ОКВЭД-2 также могут быть связаны с использованием современных технологий, требуют знаний STEM-сферы, однако на предприятиях выделенных разделов не только используются такие знания, но и продуцируются, они вносят вклад в развитие науки, подразумевают знания не только о правилах манипуляции техникой, но и о ее строении.

Как можно судить по данным таблицы 1, женщин меньшинство во всех подразделах деятельности, кроме области права и бухгалтерского учета и ветеринарной области. Реже всего женщины занимаются разработками программного обеспечения (подраздел 62 «Разработка компьютерного программного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги») (16,3 % женщин и 83,7 % мужчин). Этот подраздел включает в себя создание программного обеспечения, приложений, веб-страниц, баз данных, создание и ведение компьютерных систем. Ближким по содержанию работ является подраздел 63 «Деятельность в области информационных технологий», но он подразумевает работу с уже созданными программами, ведение деятельности интернет-порталов, создание систем поиска, обработку данных. В сфере этих услуг — 36,3 % женщин, что означает следующее: созданием базового продукта заняты мужчины, а женщины работают в созданных ими программах.

Таблица 1

Участие мужчин и женщин в сфере информации, связи и научной деятельности, %

Раздел ОКВЭД-2	Женщины	Мужчины
<i>Раздел J «Деятельность в области информации и связи»</i>	30,3	69,7
58 — деятельность издательская	42,1	57,9
59 — производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ, издание звукозаписей и нот	31,6	68,4
60 — деятельность в области теле- и радиовещания	31,6	68,4
61 — деятельность в сфере телекоммуникаций	24,1	75,9
62 — разработка компьютерного программного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги	16,3	83,7
63 — деятельность в области информационных технологий	36,3	63,7
<i>Раздел M «Деятельность профессиональная научная и техническая»</i>	48,9	51,1
69 — деятельность в области права и бухгалтерского учета	61,4	38,6
70 — деятельность головных офисов, консультирование по вопросам управления	44,7	55,3
71 — деятельность в области архитектуры и инженерно-технического проектирования, технических испытаний, исследований и анализа	32,2	67,8
72 — научные исследования и разработки	28,1	71,9
73 — деятельность рекламная и исследование конъюнктуры рынка	45,4	54,6
74 — деятельность профессиональная научная и техническая прочая	49,5	50,5
75 — деятельность ветеринарная	59,6	40,4
В среднем по разделам J и M	40,9	59,1

Сост. по: [Единый реестр..., 2018].

Подраздел 69 «Деятельность в области права и бухгалтерского учета» характеризуется преобладанием доли женщин (61,4 % женщин и 38,6 % мужчин), однако он требует подробного изучения внутренней структуры. Так, женщины в большинстве своем оказывают бухгалтерские услуги, консультируют по финансовым и налоговым вопросам, а мужчины преобладают в сфере правовых и финансовых консультаций, т. е. здесь наблюдается гендерная дифференциация и закрепление за женщинами и мужчинами определенных ниш.

Подраздел 71 «Деятельность в области архитектуры и инженерно-технического проектирования, технических испытаний, исследований и анализа» включает в себя предоставление архитектурных, инженерных услуг, услуг по изготовлению чертежей, проведению физических, химических и прочих испытаний с целью анализа, управление проектами строительства, выполнение строительного контроля и авторского надзора. Здесь нужно подчеркнуть, что во всех пунктах подраздела 71 гендерная дифференциация повторяет общую картину по подразделу (32,2 % женщин, 67,8 % мужчин).

В подразделе 72 «Научные исследования и разработки» чуть более половины женщин занимаются научными и техническими разработками в области естественных и технических наук, в том числе защитой информации и разработками в области нанотехнологий. В то время как почти 72 % мужчин-предпринимателей, отнесших свой бизнес к подразделу 72, заняты в области естественных и технических наук. Научными исследованиями и разработками в области общественных и гуманитарных наук занимаются 37,0 % женщин и только 19,0 % мужчин. В сфере научных исследований и разработок только треть предпринимателей женщины, при этом они заняты в большей степени в гуманитарных областях.

Участие мужчин и женщин в организации обрабатывающих производств (раздел С) демонстрирует наличие гендерной дифференциации и закрепление за женщинами сфер производства повседневных потребительских товаров, а за мужчинами — наукоемких производств, требующих специального образования и длительного изучения производственного процесса (табл. 2).

Всего в двух видах производства — текстиля и одежды — женщин большинство, 65,4 % и 77,8 % соответственно. В производстве бумажных изделий (одноразовая посуда, бумажные платочки и полотенца и др.) (36,7 %), пищевых продуктов (45,1 %) и лекарственных средств (40,5 %), полиграфической деятельности (39,1 %) женщины конкурируют с мужчинами, составляя более трети всех производителей такой продукции. Во всех остальных видах производства женщин менее трети. Особенно стоит подчеркнуть низкий уровень представленности женщин в производстве оборудования: компьютерного, электрического, электронного. То есть женщины производят готовую продукцию, которую они могут сразу предложить розничному покупателю. Женщины не стремятся работать в сферах, требующих поиска партнеров и крупных заказчиков, крупных финансовых вложений. Предпринимательская занятость может вырасти из хобби в дело, приносящее прибыль, и часто это происходит в пищевой отрасли и производстве одежды. Отрасли, которые требуют профильного образования, оказываются не «женскими». С другой стороны, создание цифрового предприятия с внедрением сложных автоматизированных систем требует наличия инженерно-технического образования у собственника предприятия. Без профильного

образования придется оплачивать обслуживание оборудования аутсорсинговыми компаниями [Семенова, 2018: 119], что повысит издержки производства и снизит конкурентоспособность предприятия.

Таблица 2

**Распределение мужчин и женщин
среди собственников предприятий обрабатывающей отрасли, %**

Раздел С «Обрабатывающие производства»	Женщины	Мужчины
10 — производство пищевых продуктов	45,1	54,9
11 — производство напитков	28,4	71,6
12 — производство табачных изделий	7,1	92,9
13 — производство текстильных изделий	65,4	34,6
14 — производство одежды	77,8	22,2
15 — производство кожи и изделий из кожи	32,9	67,1
16 — обработка древесины и производство изделий из дерева и пробки, кроме мебели, производство изделий из соломки и материалов для плетения	15,8	84,2
17 — производство бумаги и бумажных изделий	36,7	63,3
18 — деятельность полиграфическая и копирование носителей информации	39,1	60,9
19 — производство кокса и нефтепродуктов	18,2	81,8
20 — производство химических веществ и химических продуктов	29,6	70,4
21 — производство лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях	40,5	59,5
22 — производство резиновых и пластмассовых изделий	19,8	80,2
23 — производство прочей неметаллической минеральной продукции	19,7	80,3
24 — производство металлургическое	17,1	82,9
25 — производство готовых металлических изделий, кроме машин и оборудования	13,1	86,9
26 — производство компьютеров, электронных и оптических изделий	18,6	81,4
27 — производство электрического оборудования	15,6	84,4
28 — производство машин и оборудования, не включенных в другие группировки	13,9	86,1
29 — производство автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов	12,7	87,3
30 — производство прочих транспортных средств и оборудования	12,7	87,3
31 — производство мебели	17,9	82,1
32 — производство прочих готовых изделий	27,5	72,5
33 — ремонт и монтаж машин и оборудования	10,8	89,2
В среднем по разделу С	31,5	68,5

Сост. по: [Единый реестр... , 2018].

Отчуждению женщин от крупного, технологически сложного производства способствовала специфика пути перехода России к рыночной экономике

и приватизация. Как отмечает Т. И. Заславская, «процесс с самого начала приобрел преимущественно силовой, противоправный характер, поэтому активно участвовать в нем смогли очень немногие женщины» [Заславская, 2006: 28]. В результате современные российские женщины заняты по большей части в сфере малого бизнеса, без использования приватизированных активов.

На гендерное распределение собственников малого бизнеса влияет образовательный профиль современных жителей России. В таблице 3 приведено распределение выпускников организаций высшего образования — бакалавров, специалистов, магистров — по укрупненным группам специальностей в 2015 г. В STEM-специальностях доля женщин ниже 50 % (в сравнении с периодом существования СССР привлекательность технического образования снизилась как для мужчин, так и для женщин). Это подтверждается исследованием Т. И. Заславской, проведенным среди слушателей программ бизнес-образования MBA. Базовое образование отразилось на структуре слушателей программ: по мере снижения возраста слушателей-мужчин доля лиц с техническим образованием уменьшалась (от 69 до 49 %), по мере снижения возраста слушателей-женщин — также уменьшалась, но более значимо (от 51 до 28 %) [Заславская, 2006].

Таблица 3

Распределение выпускников организаций высшего образования — бакалавров, специалистов, магистров — по группам специальностей в 2015 г., %

Специальности	Женщины	Мужчины
Физико-математические науки	40	60
Естественные науки	66	34
Гуманитарные науки	58	42
Информационная безопасность	22	78
Прикладная геология, горное дело, нефтегазовое дело и геодезия	31	69
Энергетика, энергетическое машиностроение и электротехника	16	84
Металлургия, машиностроение и материалобработка	19	81
Авиационная и ракетно-космическая техника	16	84
Оружие и системы вооружения	18	82
Морская техника	8	92
Транспортные средства	19	81
Приборостроение и оптотехника	42	58
Электронная техника, радиотехника и связь	41	59
Автоматика и управление	59	41
Информатика и вычислительная техника	27	73
<i>Итого</i>	57	43

Сост. по: [Женщины и мужчины России... , 2016: 63—64].

Гендерная дифференциация в российском бизнесе не будет полной без анализа средних и крупных предприятий. Данные по ним можно получить из Информационной базы СПАРК, но категории видов деятельности не совпадают с ОКВЭД-2, по которому предоставляются данные Единого реестра малых и средних предприятий России, поэтому по средним и крупным предприятиям

можно привести цифры только по полу руководителя. Так как СПАРК выдает сведения не более чем по 10 тыс. предприятий, работающих как юридическое лицо, а в России их гораздо больше, то мы вынуждены ограничиться данными по одному региону, и этим регионом был выбран г. Москва (табл. 4).

Таблица 4

Юридические лица с различной среднесписочной численностью работников по полу руководителя (г. Москва, 2018 г.)

Среднесписочная численность сотрудников юридического лица, чел.	Пол руководителя, %	
	Мужчины	Женщины
Более 5000	97,1	2,9
1001—5000	90,6	9,4
501—1000	90,8	9,2
101—500	88,7	11,3
50—100	84,6	15,4
<i>Итого</i>	<i>87,6</i>	<i>12,4</i>

Притом что треть малых предприятий возглавляют женщины, среди руководителей средних и крупных предприятий женщин только 12,4 %. Чем крупнее предприятие, тем ниже вероятность того, что его возглавляет женщина.

Человечество более века борется за гендерное равенство, добиваясь результатов в законодательном закреплении равных прав. Однако развитие технологий и последовавшая за ним цифровизация экономики порождают новые вызовы и трудности на пути его достижения. Россиянки являются полноценными участниками экономики и бизнеса, но их структура меняется, и женщины должны вовлекаться в новые сферы, требующие иных знаний. Хотя в ряде отраслей предпринимательства женщины закрепились на ведущих позициях, их предпринимательская деятельность имеет ряд особенностей:

— сосредоточение в малом бизнесе, имеющем такие недостатки, как неустойчивость на рынке, зависимость от крупных поставщиков, сложности получения дополнительного финансирования [Груздева, 2015];

— «скромность» женского бизнеса по первоначальным затратам и дальнейшим инвестициям, его меньшая «амбициозность» [Барсукова, 2015] (это подтверждается распределением мужских и женских предприятий по видам деятельности);

— работа с небольшими объемами товара или индивидуальный труд;

— концентрация в сфере услуг, для которой характерна неустойчивость, вовлеченность в теневую сферу;

— выбор сферы общественных и гуманитарных научных разработок;

— низкий уровень вовлечения в STEM-бизнес;

— влияние профильного образования на предпринимательскую деятельность женщин, что демонстрирует распределение долей мужчин и женщин по трем рассмотренным разделам ОКВЭД-2. Девочки получают преимущественно гуманитарное образование и организуют бизнес в торговле готовыми товарами, в сфере услуг, образовании и здравоохранении. Если речь идет об IT-технологиях, то доля участвующих в таком бизнесе женщин снижается, что особенно заметно при сравнении разных видов занятости.

Таким образом, анализ данных Единого реестра предприятий малого и среднего бизнеса и информационной базы СПАРК позволил сделать вывод о взаимосвязи профильного образования и предпринимательской деятельности населения России, о преобладании мужчин в предпринимательской деятельности всех масштабов, усилении гендерного дисбаланса по мере увеличения размеров предприятия (передовые и актуальные отрасли, развивающиеся в аспекте цифровой экономики, являются прерогативой мужчин).

Библиографический список

- Барсукова С. Ю. И снова о женском предпринимательстве // Социологические исследования. 2008. № 5. С. 149—150.
- Выборочное обследование репродуктивных планов населения за 2017 год. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. 2017. URL: <http://std.gmcrosstata.ru/webapi/jsf/tableView/tableView.xhtml> (дата обращения: 15.12.2018).
- Груздева Е. В. Нужно ли кредитовать малый и средний бизнес в кризис? // Экономические науки. 2015. № 10. С. 31—34.
- Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства Федеральной налоговой службы РФ. 2018. URL: <https://ofd.nalog.ru> (дата обращения: 15.12.2018).
- Женщины и мужчины России, 2016. М.: Росстат, 2016. 208 с.
- Заславская Т. И. Авангард российского делового сообщества: гендерный аспект // Социологические исследования. 2006. № 4. С. 26—37.
- Информационный ресурс СПАРК. 2018. URL: <http://www.spark-interfax.ru> (дата обращения: 15.12.2018).
- Кузнецова Т., Чжэнун Ч. Женское предпринимательство в России и Китае // Проблемы теории и практики управления. 2018. № 5. С. 47—52.
- Об утверждении Национальной стратегии действий в интересах женщин на 2017—2022 годы: распоряжение Правительства РФ № 410-р от 8 марта 2017 г. URL: <http://docs.cntd.ru/document/420393412> (дата обращения: 13.01.2019).
- Семенова Ю. А. Деловые стратегии и новые модели женского предпринимательства в условиях цифровой экономики // Дискурс. 2018. № 5. С. 114—120.
- Юдина А. А. Социологический анализ женского малого предпринимательства (на примере малого женского предпринимательства города Гатчина) // Женщина в российском обществе. 2012. № 2. С. 67—71.
- Mastercard Index of Women Entrepreneurs (MIWE). 2018. URL: https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2018/03/MIWE_2018_Final_Report.pdf (дата обращения: 13.01.2019).

References

- Barsukova, S. Iu. (2008) I snova o zhenskom predprinimatel'stve [And again about women's entrepreneurship], *Sotsiologicheskie issledovaniia*, no. 5, pp. 149—150.
- Gruzdeva, E. V. (2015) Nuzhno li kreditovat' malyy i sredniy biznes v krizis? [Do I need to lend to small and medium-sized businesses in a crisis?], *Ekonomicheskie nauki*, no. 10, pp. 31—34.

- Iudina, A. A. (2012) Sotsiologicheskii analiz zhenskogo malogo predprinimatel'stva: (Na primere malogo zhenskogo predprinimatel'stva goroda Gatchina) [The sociological analysis of female small business: (On the example of small female business in the city of Gatchina)], *Zhenshchina v rossiiskom obshchestve*, no. 2, pp. 67—71.
- Kuznetsova, T., Chzhënun, Ch. (2018) Zhenskoe predprinimatel'stvo v Rossii i Kitae [Women's entrepreneurship in Russia and China], *Problemy teorii i praktiki upravleniia*, no. 5, pp. 47—52.
- Mastercard Index of Women Entrepreneurs (MIWE)* (2018), available from https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2018/03/MIWE_2018_Final_Report.pdf (accessed 13.01.2019).
- Semenova, Iu. A. (2018) Delovye strategii i novye modeli zhenskogo predprinimatel'stva v usloviakh tsifrovoi ekonomiki [Business strategies and new models of female entrepreneurship in the digital economy], *Diskurs*, no. 5, pp. 114—120.
- Vyborochnoe obsledovanie reproduktivnykh planov naseleniia za 2017 god (2017) [Sample survey of reproductive plans of the population for 2017], *Ofitsial'nyi sait Federal'noi sluzhby gosudarstvennoi statistiki*, available from <http://std.gmcrossdata.ru/webapi/jsf/tableView/tableView.xhtml> (accessed 15.12.2018).
- Zaslavskaia, T. I. (2006) Avangard rossiiskogo delovogo soobshchestva: gendernyi aspekt [The vanguard of the Russian business community: gender], *Sotsiologicheskie issledovaniia*, no. 4, pp. 26—37.
- Zhenshchiny i muzhchiny Rossii, 2016* [Women and men of Russia], Moscow: Rosstat.

Статья поступила 02.02.2019 г.

Информация об авторе / Information about the author

Илимбетова Айсылу Амировна — кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры народонаселения, Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, г. Москва, Россия, akkosh@inbox.ru (Cand. Sc. (Econ.), Senior Lecturer at the Department of Population, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation).