
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ SOCIOLOGICAL SCIENCES

Женщина в российском обществе. 2024. № 3. С. 39—63.

Woman in Russian Society. 2024. No. 3. P. 39—63.

Научная статья

УДК 334.012:316.346.2-055.2

DOI: 10.21064/WinRS.2024.3.3

ЖЕНСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РОССИИ: СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ

Юрий Васильевич Тарануха

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова,
г. Москва, Россия, yu.taranukha@mail.ru

Аннотация. Актуальность проблемы женского предпринимательства обусловлена необходимостью нивелировки сложившегося гендерного разрыва в сфере предпринимательской деятельности, которая может стать значимым источником устойчивого экономического роста. В статье на основе анализа имеющихся исследований по проблеме показан процесс осмысления женского предпринимательства и дан обзор оценок его состояния в настоящее время. Главной целью является обнаружение общих закономерностей и отличительных особенностей развития женского предпринимательства в России. При этом внимание фокусируется на трех основных вопросах: выделении мотивационных факторов, побуждающих женщин к вступлению в бизнес, барьеров, препятствующих этому, а также на политике, которая может способствовать развитию женского предпринимательства. Опираясь на анализ результатов, полученных исследователями в России и за рубежом, автор приходит к выводу о том, что во всех странах участие женщин в бизнесе обуславливается одинаковыми мотивационными факторами. Различие состоит лишь в разном их соотношении. В странах с высоким уровнем дохода доминируют факторы добровольного предпринимательства, в странах с низким уровнем дохода — вынужденного. Столь же однотипны и препятствия, с которыми сталкиваются женщины в процессе создания и развития своего бизнеса. Существенная разница состоит в том, что российские предпринимательницы имеют дело с системой поддержки, которая не только менее развита, но и страдает от присутствия гендерных стереотипов. Делается вывод о том, что именно эти обстоятельства тормозят активный переход к предпринимательству российских женщин, теоретически обладающих большей психологической готовностью к занятию бизнесом. Практическая значимость исследования состоит в выделении тех болевых точек, которые препятствуют развитию женского бизнеса в России, а также в выявлении упущений в политике его поддержки.

Ключевые слова: предпринимательство, женское предпринимательство, женское предпринимательство в России, мотивация женского предпринимательства, барьеры женского предпринимательства, гендерные особенности осуществления предпринимательства

Для цитирования: Тарануха Ю. В. Женское предпринимательство в России: состояние и тенденции // *Женщина в российском обществе. 2024. № 3. С. 39—63.*

Original article

WOMEN'S ENTREPRENEURSHIP IN RUSSIA: STATUS AND TRENDS

Yury V. Taranukha

Lomonosov Moscow State University,
Moscow, Russian Federation, yu.taranukha@mail.ru

Abstract. The relevance of the problem of women's entrepreneurship is caused by the need to level the existing gender gap in the field of entrepreneurial activity, which can become a significant source of sustainable economic growth. Based on an analysis of existing research on the problem, the article shows the process of understanding women's entrepreneurship and provides an overview of assessments of its current state. The main goal is to discover general patterns and distinctive features of the development of women's entrepreneurship in Russia. At the same time, attention is focused on three main issues: identifying the motivational factors that encourage women to enter business, the barriers that prevent this, as well as policies that can contribute to the development of women's entrepreneurship. Based on an analysis of the results obtained by researchers in Russia and abroad, the author comes to the conclusion that women's participation in business is determined by the same motivational factors in all countries. The difference lies only in their different ratios. In high-income countries, factors of voluntary entrepreneurship dominate; in low-income countries, forced entrepreneurship dominates. Equally similar are the obstacles women face in the process of creating and developing their businesses. The only significant difference is that women entrepreneurs in Russia face a support system that is not only less developed, but also suffers from the presence of gender stereotypes. It is concluded that it is precisely these circumstances that hinder the active transition to entrepreneurship of Russian women, who theoretically have greater psychological readiness to engage in entrepreneurial activity. The practical significance of the study lies in highlighting those problems that limit the development of women's business in Russia, as well as in identifying omissions in the policy of supporting it.

Key words: entrepreneurship, women's entrepreneurship, women's entrepreneurship in Russia, motivation for women's entrepreneurship, barriers to women's entrepreneurship, gender characteristics of entrepreneurship

For citation: Taranukha, Yu. V. (2024) Zhenskoe predprinimatel'stvo v Rossii: sostoianie i tendentsii [Women's entrepreneurship in Russia: status and trends], *Zhenshchina v rossiiskom obshchestve*, no. 3, pp. 39—63.

Введение

Несмотря на то что исторически участие женщин в предпринимательской деятельности насчитывает многие века, это явление не вызывало интереса у исследователей. Хотя участие в бизнесе считалось неженским делом, в женском предпринимательстве, тем не менее, не видели ничего особенного, того, что отличало бы его от мужского. Первые публикации о женском предпринимательстве появляются только во второй половине XX в. И хотя первоначально они носили эпизодический характер, к концу столетия, когда проблема стала актуализироваться, число публикаций стало расти. На Западе этот интерес был вызван ростом количества женщин среди руководителей корпораций, а также в предпринимательской среде. Немаловажную роль, по всей видимости, сыграла также реализация администрацией президента США Дж. Картера в конце 70-х гг. XX в. программы по поддержке женщин, занимающихся бизнесом [Hisrich, Brush, 1984]. В России интерес к женскому предпринимательству объективно возник позже. Но первые работы появляются уже в 1990-х гг. в связи с трансформацией рынка труда и занятости, произошедшей вследствие радикальных реформ 1992 г. [Римашевская, Сергеева, 1995; Бабаева, Чирикова, 1996; Малюткина, 1997; Чирикова, 1998; Тончу, 1998; Барсукова, 1999; Алгада, 2021].

Ситуация радикально меняется в начале текущего тысячелетия. Количество публикаций по проблемам женского предпринимательства выросло с 61-й в 2006 г. до 381-й в 2019 г. [Cardella et al., 2020]. Причем эта публикационная активность продемонстрировала не только всплеск интереса к проблеме, но и стремление к более углубленному ее изучению. Авторы уже не ограничивались созданием портрета деловой женщины, а ставили вопросы теории и методологии исследования женского предпринимательства, а также влияния политики на его развитие. Еще одна особенность состояла в том, что если прежде географически публикации не выходили за рамки стран северного полушария, то теперь к обсуждению проблемы активно подключились представители развивающихся и постсоциалистических стран [Gomes et al., 2014; Jakhar, Krishna, 2020]. С 2009 г. начинает выходить первый специализированный журнал — «Международный журнал гендера и предпринимательства». В 2021 г. выходит специальный выпуск Глобального мониторинга предпринимательства [GEM... , 2022], посвященный вопросам женского предпринимательства. Проводятся международные конференции на данную тему.

Произошедшая перемена была вызвана несколькими причинами. Главная состояла в осознании того, что роль женщин в обществе, особенно в сфере экономики, сильно недооценена. Во-первых, недооценен женский предпринимательский потенциал [Noguera et al., 2013; Jakhar, Krishna, 2020], который обеспечивает рост ВВП за счет внедрения инноваций и создания рабочих мест [Bahmani-Oskooee et al., 2013; Ayogu, Agu, 2015; Уткина, 2017]. Он также может стать важным инструментом в сокращении бедности [Rae, 2014; Пиньковецкая, 2018, 2019]. Эта значимость усиливается еще и тем обстоятельством, что сейчас темпы роста женского предпринимательства опережают темпы роста мужского [Cardella et al., 2020]. В США, например, в 2019 г. женщины открыли 28 % новых предприятий, а в 2021 г. — уже 49 % [Masterson... , 2022]. Во-вторых,

расширение доли и усиление роли сервисной экономики создает наиболее благоприятные условия для развития именно женского предпринимательства, о чем свидетельствуют материалы всех индустриально развитых стран. В-третьих, в современном обществе усиливается значимость социальной сферы, которая все больше и больше превращается в фактор экономического роста. Статистические данные указывают, что именно в этой сфере женское предпринимательство в настоящее время занимает господствующие позиции и имеет обоснованную тенденцию к усилению. Наконец, нельзя сбрасывать со счетов тот специфический инновационный потенциал, который могут реализовать женщины благодаря своей наблюдательности, предпринимательской бдительности, а также терпению и упорству.

Вторая причина, вызвавшая взрывной интерес к женскому предпринимательству, исключительно методологического свойства. Причем дело вовсе не в том, осуществилась ли трансформация знаменитых 3К (*kinder, küche, kirche*) в 4E (*electricity, electronics, energy, engineering*), как полагают некоторые [Jakhar, Krishna, 2020], или нет. Суть проблемы в обосновании места женского предпринимательства. Является ли оно самостоятельным, имеющим особую гендерную природу и потому заслуживающим особенного подхода к его изучению? Или все же остается формальным указанием на гендерную принадлежность предпринимателя, не отражающим гендерную специфику самого предпринимательства? В настоящее время ответа на этот вопрос нет. Тот факт, что женщины как предприниматели обладают целым рядом отличительных признаков поведения, — недостаточное основание для выделения разных типов предпринимательства, опирающихся на биологический детерминизм. Во всяком случае, мы будем исходить из того, что проявление в предпринимательской деятельности таких качеств, как трудолюбие, терпение и упорство, эмоциональность и мягкость, жесткость и напористость, выступают преимущественно личностными признаками, которые могут на гендерном уровне проявляться с разной интенсивностью. Поэтому, на наш взгляд, пока нет оснований для того, чтобы говорить об особой форме или разновидности предпринимательства в виде женского предпринимательства. Это, однако, не означает игнорирования тех особых условий, которые оказывают влияние на осуществление предпринимательской деятельности женщинами. Например, когда говорят о низкой эффективности женского бизнеса (более низкая прибыльность и более медленный рост) [Bosma et al., 2004; Klapper, Parker, 2011; Bergmann et al., 2014; Raina, 2016], то важно определить, что выступает причиной этого — внутренние (гендер) или внешние условия. Некоторые исследования показывают, что при прочих равных условиях женщины не уступают мужчинам [Kepler, Shane, 2007]. Именно влияние внешних условий на осуществление женского предпринимательства нам представляется наиболее значимым в настоящее время, так как этот аспект анализа проблемы оказывает непосредственное влияние на нахождение способов повышения вклада женского бизнеса в экономический рост.

Все это заставляет согласиться с мнением о том, что женское предпринимательство — актуальная исследовательская тема, с учетом множественности порождаемых им эффектов: экономических (создание новых рабочих мест,

инновационность и экономический рост) и социальных (эмансипация и самореализация женщин). Одновременно изучение этого феномена является практически значимым, поскольку это важный источник социально-экономического развития, ценность которого в будущем будет только возрастать [Bastida, 2021]. В российских условиях, где еще сильны традиционные взгляды на гендерные роли, а значительная часть женщин относится к низкодоходной группе населения, значимость анализа женского предпринимательства возрастает многократно.

Цель данной статьи — сформировать представление о состоянии женского предпринимательства в России на основе анализа результатов отечественных исследований. При этом внимание будет фокусироваться на таких вопросах, как мотивация к вступлению женщин в бизнес, факторы, способствующие и препятствующие этому. На основе сопоставительного анализа отечественного и зарубежного опыта поддержки предпринимательства раскрываются основополагающие меры политики, помогающей развитию женского предпринимательства.

Современное состояние женского предпринимательства в России

Женское предпринимательство в России имеет очень непродолжительную историю. Его нельзя назвать абсолютно новым явлением, поскольку, как и на Западе, женщины России реализовывали себя в качестве предпринимателей на протяжении многих столетий. Тем не менее современный этап развития российского предпринимательства вообще и женского в частности следует рассматривать как совершенно новое явление, никак не связанное с предыдущим периодом. Главная особенность состоит в том, что современное российское предпринимательство, выросшее из рыночных реформ 90-х гг. XX в. [Шмелева, Алгада, 2020], имеет не эволюционную, а революционную природу. Это означает, что оно родилось не только вне предпринимательской среды, но и вне какого-либо накопленного практического наследия. Что касается современного российского женского предпринимательства, то оно формировалось в высшей степени эмансипированной среде. И хотя, как справедливо указывается, патриархальный характер отношений в российских семьях еще далеко не изжит, а Россию нельзя считать страной с прогрессивными взглядами на гендерный вопрос [Швецова, 2015], российские женщины располагают большой свободой действий и, что самое главное, имеют в этом поддержку со стороны общества и закона. Доказательство тому — лидерство России по количеству женщин-руководителей. По данным Grant Thornton International, в России 45 % высших управленческих позиций занимают женщины. В Германии женщин-руководителей в 3 раза меньше, в Великобритании и США — в 2 раза [Козлова, 2017].

Проект Национального агентства финансовых исследований (НАФИ) [Индекс... , 2023] и Комитета по развитию женского предпринимательства организации «Опора России» показывает высокую степень позитивного восприятия предпринимательской деятельности у женщин. 94 % россиянок положительно относятся к женщинам-предпринимателям, 75 % — допускают возможным для себя стать предпринимательницами. В 2023 г. 46 % женщин в возрасте 18—24 лет заявили о своем желании заняться бизнесом [Женское предпринимательство... , 2023]. Определяемый с 2015 г. НАФИ и профильным комитетом «Опоры России»

индекс предпринимательской активности российских женщин демонстрирует устойчивый рост: с 56,0 пунктов в 2015 г. до 73,7 пункта в 2022 г. Это позволяет утверждать, что в России существует устойчивая тенденция к росту вовлечения женщин в сферу предпринимательства. При этом почти треть опрошенных предпринимательниц позитивно оценивают перспективы своего бизнеса. Более того, в экспертном сообществе распространено мнение, что в будущем «женщины будут все более востребованными в роли предпринимателей из-за своих качеств: способности вызывать доверие, развитой интуиции, ориентации на глубокие ценности, способности договариваться, проявлять гибкость... и действовать в рамках более долгосрочных решений в пользу общего блага» [Кузнецова, 2023]. Помимо этого, женщины-предпринимательницы благодаря своему стилю поведения способны качественно оздоровить российскую предпринимательскую среду в целом. Исследования Института социально-экономических стратегий, проведенные в начале нулевых, показывают, что для 56 % женщин-предпринимателей этические нормы являются неременным условием деятельности, для 44 % женщин соблюдение этических норм — дело совести, 55 % предпринимательниц считают непорядочность в бизнесе неприемлемой, а 40 % не допускают выход за рамки Уголовного кодекса [Босак, 2005]. Да и последние события, связанные с Covid-19, продемонстрировали более высокую устойчивость и адаптивность женского бизнеса к резким изменениям рыночных условий. Как следует из данных GEM, в период пандемии показатели роста выхода из бизнеса у женщин в целом по миру были ниже, чем у мужчин: с 2,9 до 3,6 % и с 3,5 до 4,4 % соответственно [GEM... , 2022].

Женское предпринимательство в современной России имеет те же характеристики, что и женское предпринимательство в других индустриально развитых странах. По данным Минэкономразвития РФ на март 2020 г., около трети компаний малого и среднего бизнеса принадлежат женщинам. Федеральная налоговая служба оценивает долю женщин — владельцев малого и среднего бизнеса в России в 40 %, что превосходит лидерские позиции США по этому показателю — 35,6 %. Как показывают результаты исследований, проводимых GEM с 2006 г., в российском предпринимательстве, как и в других странах, мужчины преобладали на протяжении всех лет, за исключением 2019 г. В 2022 г. среди предпринимателей было 63 % мужчин и 47 % женщин. Ранняя предпринимательская активность мужчин была выше, чем у женщин, также на протяжении всего периода исследований. В 2022 г. она составила 13,4 % у мужчин и 8,7 % у женщин. Однако при этом, как и в других странах, наблюдается опережающий рост активности женщин. Главная особенность России состояла в том, что вовлеченность женщин в раннее предпринимательство имела скачкообразный характер, как показано на рисунке 1. Среди владельцев устоявшегося бизнеса также чаще преобладают мужчины, хотя различия в уровнях активности мужчин и женщин среди устоявшихся предпринимателей не такие значительные, как среди ранних предпринимателей. После максимальных показателей за все годы наблюдений, в 2016—2018 гг. (4,6 %), у женщин с 2019 г. наблюдается постепенный спад устоявшейся предпринимательской активности. В 2022 г. разрыв между активностью устоявшихся предпринимателей — мужчин и женщин оказался максимальным за все время наблюдений [Мониторинг... , 2022].

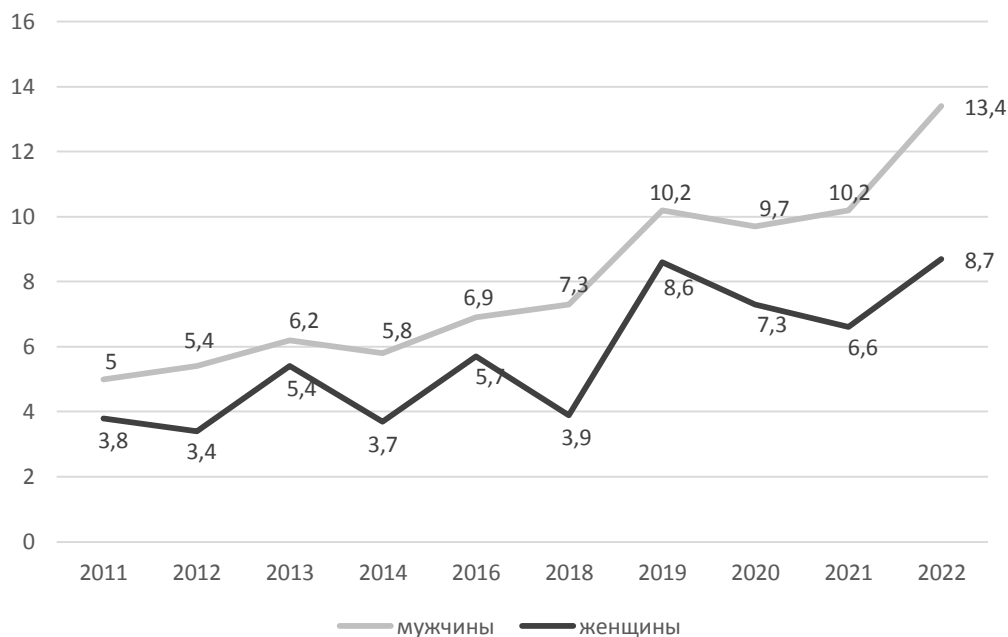


Рис. 1. Ранняя предпринимательская активность мужчин и женщин в России, %
(Мониторинг предпринимательской активности. Россия, 2022/2023 / под ред. О. Р. Верховской.
СПб.: ВШМ СПбГУ, 2022. С. 39)

Эти данные указывают на присущую женщинам осторожность и осмотрительность, а также на отсутствие склонности к риску. Поэтому они так чувствительны к рыночным изменениям, особенно негативным, и предпочитают реализовывать предпринимательские инициативы в более благоприятных экономических условиях. С другой стороны, это может рассматриваться в качестве свидетельства наличия различий между мужским и женским предпринимательством, по-разному реагирующим на однородные факторы внешней среды. К показателям меньшей устойчивости женского бизнеса следует относиться осторожно, так как весьма часто причиной выхода из него является не низкая рентабельность, а чисто личностные причины, обусловленные семейными обязанностями.

Для российского женского предпринимательства характерна та же отраслевая особенность, что и для других стран, — ориентация на сферу услуг. По данным «Опоры России», только 14 % женщин заняты в производстве, в торговле — 28 %, в сфере услуг занято 58 % компаний, возглавляемых женщинами. При этом преобладающая форма организации предпринимательства — самозанятость [Попова, 2022]. Наиболее распространенными видами деятельности, по данным Федеральной налоговой службы, являются маркетинг и реклама, парикмахерские услуги, дизайн интерьера, пошив и ремонт одежды, издательская деятельность. Значительная доля женского предпринимательства занята в так называемых креативных индустриях. По данным НАФИ, каждая четвертая фирма, руководимая женщиной, производит дизайн-макеты, чертежи, проекты или проводит обучающие курсы, тренинги, консультации, а каждая пятая создает информационные материалы, рекламу, организует праздники

или экскурсионные программы. В то же время женщины-предприниматели крайне слабо представлены в секторах экономики, характеризующихся высокой добавленной стоимостью. Некоторые исследования показывают, что в небольших фирмах женщины демонстрируют более высокую рентабельность по валовой прибыли: на 16 % выше, чем у мужчин. Примерно на том же уровне показатель остается на средних предприятиях и меняется лишь в сегменте крупного бизнеса [там же].

Если говорить в целом, то, как показывает Women Business Index (WBI), отношение к женскому предпринимательству в России, хотя и с некоторыми колебаниями, характеризуется положительной динамикой. В 2023 г. это отметили 54 % женщин, не являющихся предпринимателями. В 2022 г. таких был 41 %, хотя в 2021 г. их было больше — 51 %. Ожидания женщин в отношении результатов реализации своих предпринимательских намерений нельзя назвать устойчивыми, но в общем они тоже положительны. В 2023 г. 65 % женщин считали, что предпринимательство позволит им достигнуть финансового благополучия и обеспечит самореализацию, в 2022 г. такие ожидания были у 66 %, тогда как в 2021 г. они были самыми высокими — у 96 % женщин [Индекс... , 2023; Адлейба, 2022]. И все же, несмотря на достигнутые успехи, условия для осуществления женского предпринимательства в РФ нельзя назвать благоприятными. И дело здесь не в наличии финансовых трудностей, на что указывает большинство начинающих женщин-предпринимателей — 96 % в 2021 г. и 74 % в 2022 г., а в той совокупности условий, которая превращает намерения в склонность к действию. По этому параметру индекс предпринимательской активности женщин [Индекс... , 2023] отводит России далеко не первые места в рейтинге лучших стран для женщин-предпринимателей, которые занимают Израиль, США и Швейцария. Причем если в 2020 г. России отводилось 22-е место из 58, то в 2022 г. уже 29-е место [Попова, 2022]. Возможно, поэтому Россия существенно уступает индустриально развитым странам по уровню включенности женщин в сферу предпринимательства. В РФ женщины составляют более половины трудоспособного населения страны, но их доля в малом бизнесе не превышает трети.

Стимулы женского предпринимательства и препятствия

Что подвигает женщин заняться предпринимательской деятельностью? В поиске ответа на этот вопрос принято выделять мотивационные и способствующие факторы. Первые формируют намерения, вторые обуславливают реализацию намерений в виде действий, направленных на создание собственного бизнеса. Как показывают исследования Комитета по развитию женского предпринимательства организации «Опора России», для женщин важным мотивационным фактором является экономическая необходимость. В этом женщины России ничем не отличаются от российских мужчин, а также от женщин других стран, особенно относящихся к группе развивающихся стран, в которых эта причина проявляется наиболее отчетливо. И хотя весомость этого фактора отличается существенными колебаниями по годам, значимость его бесспорна (рис. 2). Причины этого достаточно очевидны. Женщины всегда демонстрируют

большую ответственность в отношении заботы о семье и подрастающем поколении, особенно в неполных семьях, что подталкивает их к поиску большего дохода, которым может стать предпринимательская деятельность. Значительная часть российских женщин потеряли работу в процессе реформ 90-х гг. и, имея в качестве альтернативы только безработицу [Колобова, 2016], вынуждены были заняться бизнесом. Тем более что в тот период государство не обеспечивало надежной системы ни социальной поддержки женщин, ни социальной поддержки вообще. О весомости рассматриваемого фактора свидетельствует резкий всплеск оценок его значимости в период пандемии Covid-19 с 35 % в 2017 г. до 90 % в 2021 г., которая ударила прежде всего по сферам занятости, где преобладали женщины. Все это указывает на доминирование вынужденного типа предпринимательства среди российских женщин.

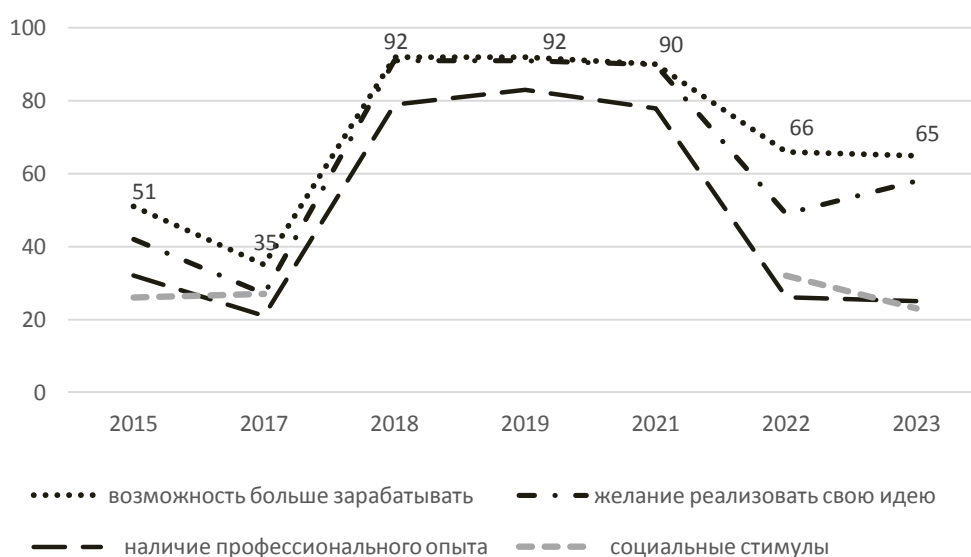


Рис. 2. Факторы, мотивирующие женщин к вступлению в бизнес, %

(графики на рис. 2—6 составлены на основе данных исследования «Индекс предпринимательской активности женщин» Комитета по развитию женского предпринимательства «Опоры России» (URL: <https://womanopora.ru/projects/indeks-predprinimatelskoy-aktivnosti-zhenshchin/>))

Вместе с тем, как свидетельствуют данные WBI, не менее важным, а формально и более значимым мотивационным драйвером женского предпринимательства является стремление к независимости и к самореализации (рис. 3). Общество на протяжении длительного времени женщинам в этом отказывало. Поэтому их стремление получить свободу в принятии решений, а значит, обрести прежде всего экономическую независимость вполне объяснимо. Привлекательность предпринимательской деятельности состоит в том, что она способна дать не только экономическую свободу, но и возможность самовыражения и достижения высокого социального статуса [Галлямов, 2016]. Это очень важные факторы для женщин, являющихся созидателями по своей природе. Создавать и воспитывать — их призвание. Поэтому такие показатели, как стремление

к свободному времени, свободе принятия решений и реализации профессиональных навыков, получают у женщин самые высокие оценки. Снижение этих оценок в постковидный период лишь подчеркивает значимость указанных факторов. Дело в том, что стремление к самореализации наиболее остро проявляется в сложных условиях: нестабильность дохода, потеря работы. Для российских женщин подобные оценки можно назвать закономерными, учитывая высокий уровень их образованности. Поэтому тот факт, что среди российских предпринимательниц преобладают женщины с высшим специальным образованием, а наибольшую инициативу и творческую активность проявляют женщины, имеющие опыт руководящей работы [Семенова, 2013], вполне закономерен. Но главное состоит в том, что стремление реализовать собственное видение решения проблемы, желание решить поставленную карьерную задачу и наличие профессионального опыта остаются важными драйверами мотивации к открытию женщинами собственного бизнеса. Все это указывает на то, что в России имеются предпосылки для развития женского предпринимательства «по возможности», которое несет в себе значительный инновационно-созидательный потенциал.

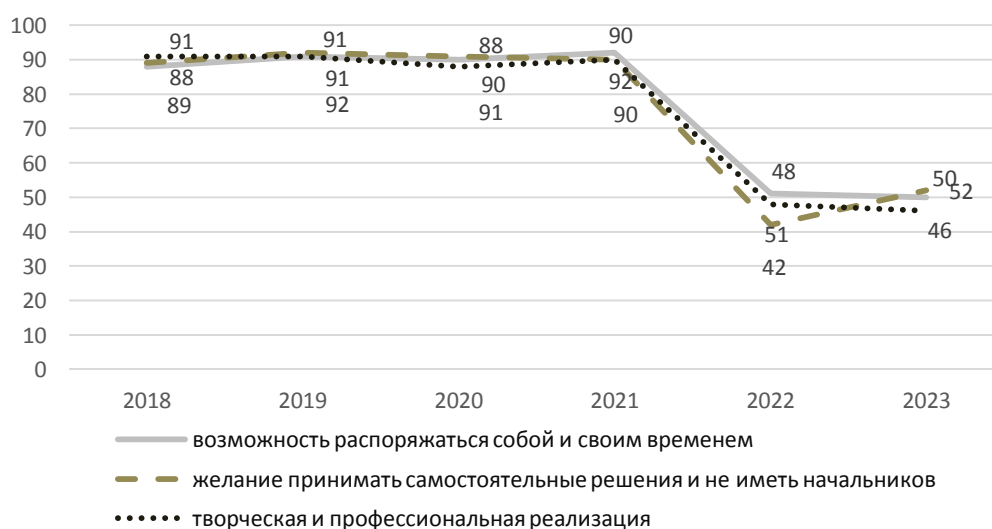


Рис. 3. Психологические факторы, мотивирующие женщин к вступлению в бизнес, %

Социальные факторы также играют определенную роль. Опцию WBI «стремление быть полезной обществу и изменить общество, мир к лучшему» в 2023 г. отметили 23 % опрошенных российских женщин. Опцию «вдохновение теми, у кого получилось открыть свое дело» отметил 21 % опрошенных. Это говорит о том, что, наряду со стремлением приносить пользу, дух подражательства и соперничества также занимает значимое место среди мотивов перехода к предпринимательству. Учитывая усиление доминирования деятельности, связанной с оказанием услуг, следует ожидать роста потенциала и роли женского предпринимательства [Полутова, 2015: 53].

Следует также отметить и роль государственных программ развития и поддержки предпринимательства вообще и женского предпринимательства в частности. Однако в России, как следует из опросов, о таких программах и мерах поддержки осведомлены только 10 % женщин, а на получение реальной помощи указали лишь 3 %.

В индустриально развитых странах существенное место среди мотивов участия в предпринимательской деятельности занимает такой фактор, как продолжение семейных традиций. Около трети женщин становятся предпринимателями по этой причине. У нас такой фактор пока не работает.

Намерение стать предпринимателем может остаться замыслом даже при сильной мотивации. Для того чтобы мотивы превратились в действия, должны наличествовать определенные условия — факторы, способствующие принятию решения о переходе к предпринимательской деятельности. Другими словами, факторы, которые обуславливают практически действия, направленные на создание бизнеса. Среди них принято выделять группу ресурсных, инфраструктурных и психологических факторов. Поскольку их действие фактически играет роль триггера в процессе принятия решения о переходе к действиям, то эти же факторы логично рассматривать в качестве препятствий для соответствующих действий. Все будет зависеть от того, с каким знаком — положительным или отрицательным — будет оказывать влияние данная группа факторов. Мы представим их в качестве препятствий для открытия женщинами собственного дела. Основанием для этого служит то обстоятельство, что, рассматриваемые в таком качестве, эти факторы позволят более глубоко раскрыть проблему женского предпринимательства. К ним можно отнести финансовые возможности, склонность к риску и готовность к нестандартным решениям, инициативность и инновационное мышление, поддержку семьи и близких людей.

Аналитики WBI называют три группы факторов: 1) ресурсы, 2) инфраструктура и внешняя среда, 3) психологические барьеры. В группе ресурсных факторов (рис. 4) выделяются такие категории препятствий, как отсутствие финансовых возможностей, занятость в семье и в доме, нехватка времени и отсутствие поддержки в семье. Наличие необходимого стартового капитала — фактор, несомненно, значимый, а возможно, и решающий, особенно на этапе старта. Как видно из рис. 4, на протяжении всего периода исследований значимость этого фактора отмечали большинство опрошенных. Значимость данного фактора подтверждается еще и тем, что в период кризиса, когда финансовая обеспеченность снижается, отсутствие финансовых средств в качестве препятствия для открытия бизнеса отмечали от 88 до 94 % респондентов. Но дело не в наличии проблемы, а в ее гендерной природе. Как в других странах, так и в России исследования указывают на то, что женщины наталкиваются на более значимые препятствия при финансировании своего бизнеса, чем мужчины.

Во-первых, женщины изначально располагают более скромными личными финансовыми активами. Это объясняется тем, что женщины преимущественно занимают должности с более низкой оплатой труда, работают меньше часов из-за занятости в семье и по дому. Все это ограничивает возможность для накоплений. Это означает, что при данных возможностях и равных способностях женщины должны обеспечить дополнительные ресурсы по сравнению с мужчинами,

чтобы использовать эту возможность, потому что они контролируют меньше капитала. Во-вторых, и это главное, женщинам значительно труднее получить кредитные средства, причем не только для открытия бизнеса, но и на его развитие. Причин для этого много. Ссылаются на то, что женщины не обладают должной предпринимательской хваткой и необходимым опытом; что женский бизнес чаще всего представлен в низкодоходных отраслях; предприятия, принадлежащие женщинам, преимущественно небольшие по размеру, располагают незначительными капитальными активами и потому менее финансово устойчивые. Парадокс состоит в том, что у женщин-предпринимателей показатели погашения кредитов обычно лучше, чем у мужчин. Поэтому на поверку оказывается, что единственное объяснение недоверия к женщинам — гендерная дискриминация, состоящая в неверии в способности женщин быть успешными предпринимателями. Особенно явственно это проявляется в случае с финансированием венчурных проектов, где причиной отказа могут стать исключительно особенности женского поведения при принятии решений.

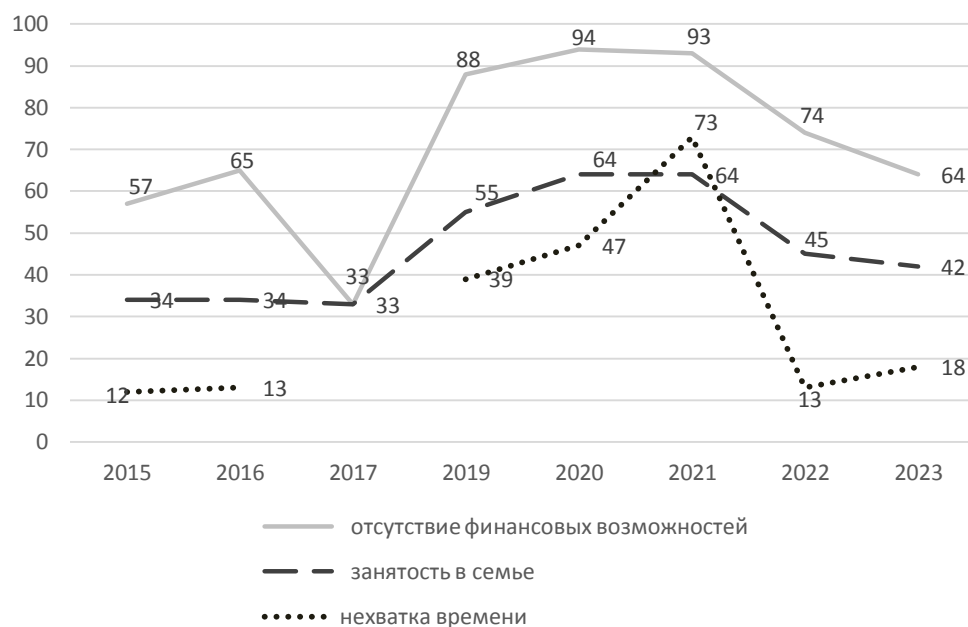


Рис. 4. Роль ресурсных факторов в развитии женского предпринимательства, %

Многие исследования проблем финансирования женского предпринимательства подтверждают дискриминационное отношение к нему со стороны кредитных учреждений, а также свидетельствуют о незначительном количестве предпринимательниц, получавших банковские ссуды. Поэтому главным источником для финансирования женского бизнеса служили собственные средства и неформальные источники — средства, заимствованные у родственников и знакомых. Между тем около 70 % предпринимательниц ни разу не обращались за банковским кредитом. Что характерно, среди причин необращения за кредитом преобладающими оказались 1) отсутствие информации об учреждениях, которые

занимаются кредитной деятельностью, 2) неверие в то, что кредит может быть получен, 3) неумение правильно обосновать кредитную заявку. Главный вывод из этого состоит в том, что трудности привлечения внешних ресурсов изначально обуславливают специфику женского предпринимательства относительно формы организации и масштаба бизнеса. Женщины начинают с небольших фирм, которые могут финансироваться за счет собственных ресурсов. Бизнес, принадлежащий женщинам, с большей вероятностью будет организован в форме индивидуального предпринимателя, с меньшей вероятностью в нем будут использованы наемные работники. Соответственно и рост таких фирм будет замедленным.

Занятость в семье — это второй по значимости ресурсный фактор, препятствующий женщинам заниматься предпринимательской деятельностью. По данным Федеральной службы государственной статистики, в 2019 г. временные затраты российских семейных женщин с детьми составляли в будние дни на оплачиваемый труд 5 ч 39 мин, а на неоплачиваемый домашний труд — 5 ч 47 мин [Федеральная служба...]. И это неудивительно, учитывая характерную для российского общества гендерную инерцию: домашние и семейные обязанности рассматриваются как главные функциональные обязанности женщин. Причем подобный взгляд разделяется подавляющим большинством российских женщин, несмотря на то что Россия занимает 7-е место в мире по уровню гендерного развития. Поэтому Россия существенно уступает европейским странам в уровне гендерного разрыва во времени, уделяемом неоплаченному домашнему труду. В России он составляет 2,68, в Швеции — 1,28, Германии — 1,55, Польше — 1,78, Казахстане — 2,79 [Time... , 2020]. Справедливо отмечается, что причина этого, по всей видимости, в том, что процесс эмансипации женщин проходил сверху, а не снизу, т. е. осуществлялся под давлением государства, а не самих женщин [На пике женского предпринимательства, 2023]. Фактор нехватки времени отличается резкими колебаниями, что можно объяснить его тесной связью с предыдущим, что, по-видимому, и обуславливает эти колебания. К сожалению, фактор поддержки семьи почему-то не получил широкого представления в WBI. Возможно, потому что показал свою малую значимость в глазах будущих предпринимательниц. В 2015 г. на него указали только 14 %, а в 2016 г. — 16 % опрошенных женщин. Однако это не подразумевает мало-значимости фактора внешней поддержки вообще. По данным того же WBI, в период 2018—2021 гг. от 77 до 81 % опрошенных россиянок в качестве мотива для открытия собственного дела указали на необходимость наличия хорошей команды и партнеров.

Другая группа факторов, создающих барьеры для вступления в бизнес, — состояние внешней среды и рыночной инфраструктуры. Если исходить из оценок, которые дают этим факторам опрашиваемые, то нетрудно прийти к выводу о том, что эти факторы играют ключевую роль в принятии решения о занятии предпринимательством. Нестабильность экономической среды — наиболее значимый среди сдерживающих факторов, что хорошо видно из результатов опросов, представленных на рисунке 5. В доковидный период, когда условия для бизнеса были достаточно благоприятными, этот показатель колебался в пределах 37—42 %. Однако в период распространения Covid-19, когда экономическая

ситуация в стране существенно усложнилась, на него стали указывать 76—89 % респонденток. Улучшение экономической ситуации после завершения пандемии сразу же понизило оценку значимости данного фактора до 45—46 %. По мнению исследовательской группы Института «Высшая школа менеджмента» СПбГУ, это является свидетельством также того, что женщины более чутко реагируют на состояние окружающей среды, предпочитая реализовывать предпринимательские инициативы в более благоприятные для этого периоды [Глобальный мониторинг... , 2021; Шмелева, Алгада, 2020].



Рис. 5. Влияние макроэкономических и инфраструктурных факторов, %

Понятно, что в ковидный период высокую оценку получили такие факторы, как административные барьеры — от 67 до 77 % и недоступность инфраструктуры — от 36 до 52 %. Однако обращает на себя внимание, что и в условиях, благоприятствующих предпринимательству, наличие административных барьеров как препятствия для развития бизнеса отмечает фактически треть респонденток. Это говорит о том, что женщины-предприниматели нуждаются в большем внимании со стороны местных органов власти в плане информационной и правовой помощи.

Третья группа факторов — психологические барьеры. В этой части стабильно высокие результаты в опросах WBI демонстрируют такие показатели, как нехватка знаний и опыта и неуверенность в собственных силах (рис. 6).



Рис. 6. Психологические барьеры для перехода к предпринимательству, %

По данным центра НАФИ, нехватка знаний и опыта ведения бизнеса — один из ключевых факторов, из-за которых женщины не идут в бизнес (не готовы его развивать) [Адлейба, 2022]. Склонность российских женщин считать, что им не хватает предпринимательских навыков, может показаться совершенно необоснованной, учитывая то обстоятельство, что в настоящее время уровень образования женщин, во всяком случае по формальным показателям, в среднем превышает уровень образования мужчин. Тем не менее доля женщин, заявляющих о наличии у них достаточных знаний и опыта для открытия бизнеса, существенно ниже, чем доля мужчин. Так, в Европейском союзе это одна треть против половины у мужчин. Причем в странах бывшего социалистического лагеря этот разрыв еще больше. В Польше, Словакии и Венгрии только пятая часть женщин считает имеющиеся у них знания и опыт достаточными для занятия бизнесом. И такой показатель, скорее всего, характерен для Российской Федерации, судя по данным WBI. Резкие колебания результатов опросов нас не должны смущать. Напротив, всплеск осознания недостатка знаний и опыта в периоды усложнения экономической обстановки, в данном случае в связи с Covid-19, лишь подчеркивает обоснованность проблемы. Объяснить это можно следующим. Во-первых, женщины по-прежнему имеют меньше возможностей занимать руководящие должности, что, естественно, не способствует накоплению организационного и управленческого опыта. Показательно и то, что наибольшая доля состоявшихся предпринимательниц — лица, имеющие управленческий опыт. Во-вторых, несмотря ни на что, женщины сталкиваются с большими препятствиями в приобретении навыков предпринимательства из-за семейной занятости, а также специфики своего образования, чаще всего гуманитарного, а не технического. В-третьих, многие исследования показывают, что женщины имеют менее обширные социальные сети, а наличествующие — менее эффективно используют. В результате сужается возможность получения информации и поддержки, а также использования социального капитала с предыдущего места работы.

Нехватка знаний и опыта может рассматриваться в качестве базы для формирования у начинающих предпринимательниц неуверенности в своих

силах, о чем может говорить довольно жесткая корреляция между двумя показателями. Поэтому показатель неуверенности практически не уступает показателю, который рассмотрен выше. Свидетельством этой неуверенности может служить такой показатель, как непонимание, в какой сфере развивать бизнес. В период Covid-19 он колебался в пределах от 62 % в 2019 г. до 77 % в 2020 г. С улучшением экономической ситуации этот показатель упал до 35 % в 2023 г.

Между тем исследователи проблем женского предпринимательства указывают и на другие источники женской неуверенности. И возможно, главный из них имеет исключительно гендерную природу. Несмотря на провозглашенное равенство полов, в России продолжают доминировать полоролевые стереотипы. Поэтому женщина всегда вынуждена доказывать, что она ни в чем не уступает мужчине и даже что ее профессионализм выше. Женщины знают, что при прочих равных условиях выберут мужчину. Это формирует базу для неуверенности и низкой самооценки женщин, что, естественно, не способствует проявлению честолюбия и напористости. По той же причине возникает не только страх неудачи, но и успеха, так как и то и другое чаще всего воспринимается в обществе неадекватно. Неслучайно женщины чаще, чем мужчины, отмечают страх неудачи в качестве препятствия к участию в предпринимательской деятельности. Таким образом, именно гендерные по своей природе причины формируют у женщин внутренний барьер для занятия бизнесом. Это означает, что формальное признание гендерного равенства выступает необходимым, но отнюдь не достаточным требованием для создания благоприятных условий для развития женского предпринимательства. Следовательно, необходимы усилия, которые обеспечили бы трансформацию провозглашенных принципов гендерного равенства в практику повседневной действительности.

Обычно, особенно в зарубежной литературе, много говорится о необходимости популяризации положительных примеров женского предпринимательства и удачливых предпринимательниц. Однако опросы среди российских женщин показали малую значимость для них данного фактора. В 2022 г. его отметили только 4 % опрошенных, в 2023 г. — 8 % [Индекс... , 2023]. Хотя директор стратегических проектов Аналитического центра НАФИ И. Гильдебрандт указывает на то, что 20 % женщин начали свое дело, вдохновившись успехом других [На пике женского предпринимательства, 2023].

Как и во многих других странах, в России женское предпринимательство располагает определенной поддержкой со стороны общества и государства. Еще в 1991 г. была основана Ассоциация женщин-предпринимательниц России, которая объединяла женщин — руководителей частных и государственных предприятий. В 2015 г. в рамках «Опоры России» был учрежден Комитет по развитию женского предпринимательства, задача которого состояла в реализации комплексной программы поддержки женских предпринимательских инициатив. Учреждена рабочая группа по развитию женского предпринимательства при поддержке Совета Федерации ФС РФ. Разработанный «Опорой России» Проект по развитию женского предпринимательства включен в Национальную стратегию действий в интересах женщин на 2017—2022 гг. Начиная с 2019 г. в рамках национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» Минэкономразвития

России уделяет приоритетное внимание развитию женского предпринимательства путем организации мастер-классов, круглых столов и бизнес-девичников для обмена опытом состоявшихся и начинающих предпринимательниц. В отдельных регионах реализуются специальные программы поддержки женского предпринимательства. Например, правительством Санкт-Петербурга осуществляется программа, нацеленная на развитие кадрового потенциала женщин, ведущих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица. В Екатеринбурге действует негосударственная некоммерческая организация «Региональный фонд помощи женскому предпринимательству», оказывающая юридическую, образовательную, психологическую и маркетинговую помощь представителям малого бизнеса. На федеральном уровне реализуется ряд образовательных проектов, например «Мама-предприниматель». Целью этого является не только усиление женской предпринимательской активности и роли женщин в социально-экономическом развитии страны, но и встраивание национальной экономики в общемировой тренд.

И все же существующие условия для осуществления женщинами предпринимательства не могут быть оценены как благоприятные. В нашей стране во властных структурах, где доминируют мужчины, до сих пор продолжают преобладать представления о женщинах только как о женах и матерях и в лучшем случае как о предпринимательницах, способных руководить предприятиями, занимающимися мелкорозничной торговлей и услугами. Возможно, поэтому Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» № 209-ФЗ, принятый в 2007 г. и с тех пор многократно дополнявшийся, так и не включает понятие «женское предпринимательство» и соответственно не предусматривает мер поддержки, направленных на целевое развитие женского бизнеса. По всей видимости, это результат общей гендерной политики в нашей стране, которая пока что носит декларативный характер. Если в развитых странах участие женщин в высших сферах бизнеса — это общественная необходимость, то в нашей стране всего лишь результат личных достижений. В этой связи мнение президента Бизнес-школы РСПП Е. Шохиной, считающей, что суть проблемы заключается в недооценке массовым сознанием и властными элитами возможностей женщин в бизнесе, а переосмысление этих стереотипов является условием выстраивания механизмов поддержки объектов малого и среднего предпринимательства, где женщины играют заметную роль [там же], является вполне обоснованным.

Заключение

Обозревая результаты проведенного анализа, трудно не согласиться с мнением о том, что российское женское предпринимательство значимо отличается от предпринимательства, осуществляемого женщинами в индустриально развитых странах. Даже попытки увязать особенности женского предпринимательства с переходным характером постсоветских экономик не увенчались успехом [Барсукова, 2008]. Да и российская экономика уже давно является не переходной. Женское предпринимательство в России, как и в других странах, по числу занятых и тем более по обороту уступает мужскому, но характеризуется опережающей динамикой развития. Мотивы прихода в бизнес идентичные: либо чисто

экономические, связанные с необходимостью увеличения дохода, либо личностные, связанные со стремлением реализации собственных амбиций. Единственное различие состоит в доминировании добровольного предпринимательства над вынужденным в странах с высоким уровнем дохода. Идентичными являются и ресурсные ограничения, препятствующие вступлению в бизнес и его развитию. Это прежде всего недостаток финансовых средств и трудности, связанные с доступом к кредиту. Второй по значимости барьер — домашний труд. Оба фактора можно считать определяющими ограниченный размер женского бизнеса. Особенно показательным является то, что во всем мире доминирующая парадигма развития женского предпринимательства — это поиск компромисса между бизнесом и выполнением женщинами своих гендерных ролей. Скорее всего, поэтому женщины всего мира отдают предпочтение фактору стабильности в сравнении с уровнем доходности. Не отличается российский женский бизнес и своей отраслевой направленностью. Как в Европе и в Северной Америке, он имеет сервисную ориентацию, что также свидетельствует о влиянии гендерного фактора. Показательно, что все женщины связывают успех своих начинаний с внутренними факторами, такими как наличие знаний и опыта, уверенности в своих силах. Это — несмотря на более высокий, чем у мужчин, образовательный ценз в индустриально развитых странах. Единственное объяснение этому — более серьезный подход к делу и более обостренное чувство ответственности, о чем свидетельствуют указания на готовность женщин к обретению новых знаний и повышению своей квалификации.

Специального выделения заслуживает такой параметр, как отношение к женскому предпринимательству со стороны общества и государства. Что касается общества, то даже при сохраняющихся проявлениях патриархального мышления у значительной части населения, российское общество демонстрирует в целом положительное отношение к участию женщин в бизнесе и в этом смысле почти ничем не отличается от стран Запада. Другое дело — отношения с государством. В этой сфере у Российской Федерации имеется еще большой потенциал. И в этом, по-видимому, заключается главная отличительная особенность российского женского предпринимательства. Неслучайно незавершенность системы отношений, сложившейся между властью и бизнесом, которая проявляется прежде всего в непоследовательности проводимой политики, часто сочетающей элементы патернализма и агрессии по отношению к бизнесу, отмечают многие исследователи [Малютина, 1997; Барсукова, 1999; Чирикова, 2000]. Нередко отмечается даже усиление давления на бизнес. Далека от совершенства и инфраструктура поддержки предпринимательства вообще, а тем более женского. Обычно незначительное число предпринимательниц (10—15 %) отмечают, что знают о программах поддержки, а еще меньшее их количество (3—5 %) указывают на получение помощи. Реализация имеющегося потенциала стала бы серьезным шагом в направлении создания благоприятных условий для развития женского предпринимательства в России. Для этого в первую очередь необходимо законодательно позиционировать женский бизнес в качестве особого вида. Это позволило бы законодательно выделять в программах поддержки малого и среднего предпринимательства меры, целенаправленно ориентированные на развитие женского бизнеса. Одновременно это послужило бы основанием для создания

специализированных государственных институций по вопросам женского предпринимательства, единственной заботой которых было бы его развитие.

В настоящее время магистральным путем развития предпринимательства вообще и женского в частности становится все расширяющееся сотрудничество малого бизнеса с крупными экосистемами, реализующими себя в виде онлайн-платформ. Как показывает практика, такие экосистемы создают новые возможности для развития малого женского бизнеса, так как открывают доступ к новым рынкам и категориям покупателей, а также позволяют снизить затраты на ведение бизнеса. В России этот тренд также набирает обороты, и все большая часть малого и среднего бизнеса сотрудничает с онлайн-платформами. Однако для закрепления и развития данной тенденции требуется участие государства с целью материальной поддержки малого бизнеса и его ограждения от монопольных притязаний со стороны платформ.

Имеется, однако, один аспект, за которым действительно может скрываться специфика российского женского предпринимательства. Он связан со степенью готовности женщин к занятию предпринимательством. В капиталистических странах вплоть до последнего времени эта готовность традиционно тормозилась господством идеологии о том, что удел женщины — семья. В СССР и других социалистических странах изначально господствовала идеология раскрепощения женщины и обязательного ее включения в общественное производство. Это означало, что совмещение общественного труда с работой по дому было обыденным делом для советской женщины. На этом фоне вполне обоснованно было бы ожидать более активного, чем на Западе, включения женщин в предпринимательский процесс. Однако российские женщины не продемонстрировали особой склонности к предпринимательству. Что означает этот факт? Он может свидетельствовать об отсутствии должной инфраструктуры, которая необходима для замещения ряда функций, традиционно закрепленных за женщинами: воспитания детей и ведения домашнего хозяйства. Эти проблемы решаются путем создания детских учреждений (ясли и детские сады). Но обозначенный факт может быть и следствием неизжитого патриархального мышления, преодолеть которое непросто. И это может стать главным препятствием на пути развития женского предпринимательства в России. Неслучайно высокой готовности к занятию предпринимательством среди женской молодежи 18—24 лет (46 %) противостоит предельно низкая готовность среди 45—59-летних (5 %) [Женское предпринимательство... , 2023].

Список источников

- Адлейба С.* Женская доля: сколько предпринимательниц в РФ и как они строили бизнес в 2022 году // Forbes. 2022. URL: <https://www.forbes.ru/forbes-woman/483042-zenskaa-dola-skol-ko-predprinimatel-nic-v-rf-i-kak-oni-stroili-biznes-v-2022-godu> (дата обращения: 21.10.2023).
- Алгада Х.* Женское предпринимательство как предмет научных исследований // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2021. Т. 2, № 1. С. 5—12.
- Бабаева Л. В., Чирикова А. Е.* Женщины в бизнесе // Социологические исследования. 1996. № 3. С. 75—81.

- Барсукова С. Ю.* Специфика женского предпринимательства: гендерная специфика российского бизнеса // *Экономическое обозрение*. 1999. № 1. С. 142—150.
- Барсукова С. Ю.* И снова о женском предпринимательстве: (о книге «Женщины-предприниматели в транзитных экономиках») // *Социологические исследования*. 2008. № 5. URL: www.isras.ru/files/File/Socis/2008-05/barsukova.pdf (дата обращения: 21.10.2023).
- Босак И.* Женское предпринимательство // *Теория и практика управления*. 2005. № 8. С. 4—7.
- Галлямов Р. Р.* Особенности женского предпринимательства в современной России // *Экономика и управление: научно-практический журнал*. 2016. № 3. С. 56—67.
- Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия, 2020/2021: национальный отчет / под ред. О. Р. Верховской и др.; Высш. шк. менеджмента С.-Петербурга. гос. ун-та. 2021. 98 с. URL: https://gsom.spbu.ru/images/cms/data/2010_12_13_cil_seminar/otchet_2021-red-3.pdf (дата обращения: 11.11.2023).
- Женское предпринимательство: перспективы и сложности // ВЦИОМ. Новости. 2023. 7 сентября. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zhenskoe-predprinimatelstvo-perspektivy-i-slozhnosti?ysclid=lpi7g5hj27475991058> (дата обращения: 11.11.2023).
- Индекс предпринимательской активности женщин WBI-10 / Аналит. центр НАФИ; Ком. по развитию жен. предпринимательства «Опоры России». 2023. 13 с. URL: <https://womanopora.ru/upload/iblock/df4/df40a639837f54f6b7b1ef5b3b1377fc.pdf> (дата обращения: 01.12.2023).
- Козлова А.* В шефы — только девушки: Россия заняла первое место в мире по числу женщин-руководителей // *Комсомольская правда*. 2017. 1 августа. URL: <https://www.kp.ru/daily/26711/3737152/> (дата обращения: 11.11.2023).
- Колобова А. Е.* Женщины-предпринимательницы среднего и старшего возраста: штрихи к портрету // *Женщина в российском обществе*. 2016. № 1. С. 51—59.
- Кузнецова Е.* На пике женского предпринимательства // *Коммерсантъ*. Санкт-Петербург. 2023. 31 марта. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5899866> (дата обращения: 11.11.2023).
- Малютина Г.* Женское предпринимательство: проблемы и перспективы // *Бизнес и политика*. 1997. № 9. С. 107—112.
- Мониторинг предпринимательской активности. Россия, 2022/2023 / под ред. О. Р. Верховской. СПб.: ВШМ СПбГУ, 2022. 51 с. URL: https://gsom.spbu.ru/images/1/1/monitoring_predpr_aktivnosti_2022-23.pdf (дата обращения: 11.11.2023).
- На пике женского предпринимательства: россиянки активно занялись собственным бизнесом. 2023. 7 марта. URL: <https://opora.ru/news/media-about-us/na-pike-zhenskogo-predprinimatelstva-rossiyanki-aktivno-zanyalis-sobstvennym-biznesom/?ysclid=lp9h2v9c79912016816> (дата обращения: 01.12.2023).
- Пиньковецкая Ю. С.* Женская предпринимательская активность и ее отраслевая структура // *Вестник Омского университета. Сер.: Экономика*. 2018. № 4. С. 126—137.
- Пиньковецкая Ю. С.* Развитие женского предпринимательства в России: управленческий анализ // *Вопросы управления*. 2019. № 2. С. 122—131.
- Полутова М. А.* Специфика генезиса женского предпринимательства в пост-индустриальный период // *Фундаментальные и прикладные исследования*. 2015. № 12. С. 53—55.
- Попова Е.* «Тупая блондинка»: особенности женского бизнеса в России // *The Voice Mag*. 2022. URL: <https://www.thevoicemag.ru/social/stories/tupaya-blondinka-osobennosti-zhenskogo-biznesa-v-rossii/> (дата обращения: 02.12.2023).
- Римашевская Н. М., Сергеева Т. П.* Женщины на российском рынке труда // *Социологические исследования*. 1995. № 7. С. 57—61.

- Семенова Ю. А. О социальном механизме оптимизации женского предпринимательства // Известия Саратовского университета. Сер.: Социология. 2013. № 13. С. 33—35.
- Тончу Е. Как организовать свое дело. СПб.: О-во «Знание» России, 1998. 284 с.
- Уткина Н. Ю. Объективные и субъективные факторы развития женского предпринимательства в России // Женщина в российском обществе. 2017. № 1. С. 17—28.
- Федеральная служба государственной статистики. URL: https://gks.ru/free_doc/new_site/population/urov/sut_fond19/index.html (дата обращения: 21.11.2023).
- Чирикова А. Е. Женщина во главе фирмы. М.: Ин-т социол. РАН, 1998. 358 с.
- Чирикова А. Е. Женщина во главе фирмы: (проблемы становления женского предпринимательства в России) // Вопросы экономики. 2000. № 3. С. 94—102.
- Швецова А. 8 новых исследований о женщинах в бизнесе. 2015. URL: <https://www.forbes.ru/forbes-woman-photogallery/zhenshchiny-v-biznese/275281-8-novykh-issledovaniy-o-zhenshchinakh-v-bizne> (дата обращения: 01.12.2023).
- Шмелева А. Н., Алгада Х. Женское предпринимательство в России и за рубежом: обзор проблем развития // Компетентность. 2020. № 8. С. 20—27.
- Ayogu D. U., Agu E. O. Assessment of the contribution of women entrepreneur towards entrepreneurship development in Nigeria // International Journal of Current Research and Academic Review. 2015. Vol. 3, № 10. P. 190—207. URL: <http://www.ijcrar.com/vol-3-10/Ayogu,%20Deborah%20U.%20and%20Agu,%20Everistus%20Ogadimma2.pdf> (дата обращения: 01.12.2023).
- Bahmani-Oskooee M., Kutan M. A., Xi D. The impact of economic and monetary uncertainty on the demand for money in emerging economies // Applied Economics. 2013. Vol. 45. P. 3278—3287.
- Bastida M. Women's entrepreneurship and self-employment, including aspects of gendered Corporate Social Responsibility / Policy Department for Citizens' Rights and Constitutional Affairs Directorate-General for Internal Policies. European Parliament, 2021. 88 p. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/694301/IPOL_STU\(2021\)694301_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/694301/IPOL_STU(2021)694301_EN.pdf) (дата обращения: 03.05.2023).
- Bergmann H., Mueller S., Schrettle T. The use of global entrepreneurship monitor data in academic research: a critical inventory and future potentials // International Journal of Entrepreneurial Venturing. 2014. Vol. 6, iss. 3. P. 242—276.
- Bosma N., van Praag M., Thurik R., De Wit G. The value of human and social capital investments for the business performance of startups // Small Business Economics. 2004. Vol. 23, iss. 3. P. 227—236.
- Cardella G. M., Hernández-Sánchez B. R., Sánchez-García J. C. Women entrepreneurship: a systematic review to outline the boundaries of scientific literature // Frontiers in Psychology. 2020. Vol. 11.
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor) 2021/22 Women's Entrepreneurship Report: From Crisis to Opportunity. London: GEM, 2022. 184 p. URL: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-202122-womens-entrepreneurship-report-from-crisis-to-opportunity> (дата обращения: 03.05.2023).
- Gomes A. F., Santana W. G. P., Araújo U. P., Martins C. M. F. Female entrepreneurship as subject of research // Revue Business Management. 2014. Vol. 16, № 51. P. 319—342.
- Hisrich R. D., Brush C. The woman entrepreneur: management skills and business problems // Journal of Small Business Management. 1984. Vol. 22, № 3. P. 30—37.
- Jakhar R., Krishna C. Women entrepreneurship: opportunities and challenges: (a literature review) // International Journal of Management and Information Technology. 2020. Vol. 5, iss. 2. P. 38—42. URL: <http://www.publishingindia.com/anwesh/106/women-entrepreneurship-opportunities-and-challenges-a-literature-review/914/6301/> (дата обращения: 03.05.2023).

- Kepler E., Shane S. Are Male and Female Entrepreneurs Really That Different? Washington (DC): U.S. Small Business Administration: An Office of Advocacy Working Paper, 2007. 6 p.
- Klapper L. F., Parker S. C. Gender and the business environment for new firm creation // The World Bank Research Observer. 2011. Vol. 26, № 2. P. 237—257.
- Masterson V. Here's what women's entrepreneurship looks like around the world // World Economic Forum. 2022. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2022/07/women-entrepreneurs-gusto-gender/> (дата обращения: 03.05.2023).
- Noguera M., Álvarez C., Urbano D. Socio-cultural factors and female entrepreneurship // International Entrepreneurship Management. 2013. № 9. P. 183—198.
- Rae D. Opportunity-Centred Entrepreneurship. London: Bloomsbury Publishing, 2014. 304 p.
- Raina S. Research: the gender gap in startup success disappears when women fund women // Harvard Business Review. 2016. URL: <https://hbr.org/2016/07/research-the-gender-gap-in-startup-success-disappears-when-women-fund-women> (дата обращения: 21.11.2023).
- Time use statistics // Demographic and Social Statistics UN. 2020. URL: <https://unstats.un.org/unsd/demographic-social/time-use/#dmdata> (дата обращения: 21.11.2023).

References

- Adleyba, S. (2022) Zhenskaia dolia: skol'ko predprinimatel'nits v Rossiiskoi Federatsii i kak oni stroili biznes v 2022 godu [Women's lives: how many women entrepreneurs are there in the Russian Federation and how they built a business in 2022], *Forbes*, available from <https://www.forbes.ru/forbes-woman/483042-zenskaa-dola-skol-ko-predprinimatel-nic-v-rf-i-kak-oni-stroili-biznes-v-2022-godu> (accessed 21.10.2023).
- Algada, Kh. (2021) Zhenskoe predprinimatel'stvo kak predmet nauchnykh issledovaniĭ [Women's entrepreneurship as a subject of scientific research], *Vestnik Volzhskogo universiteta imeni V. N. Tatishcheva*, vol. 2, no. 1, pp. 5—12.
- Ayogu, D. U., Agu, E. O. (2015) Assessment of the contribution of women entrepreneur towards entrepreneurship development in Nigeria, *International Journal of Current Research and Academic Review*, vol. 3, no. 10, pp. 190—207, available from <http://www.ijcrar.com/vol-3-10/Ayogu,%20Deborah%20U.%20and%20Agu,%20Everistus%20Ogadimma2.pdf> (accessed 01.12.2023).
- Babaeva, L. V., Chirikova, A. E. (1996) Zhenshchiny v biznese [Women in business], *Sotsiologicheskie issledovaniia*, no. 3, pp. 75—81.
- Bahmani-Oskooee, M., Kutan, M. A., Xi, D. (2013) The impact of economic and monetary uncertainty on the demand for money in emerging economies, *Applied Economics*, vol. 45, pp. 3278—3287.
- Barsukova, S. Yu. (1999) Spetsifika zhenskogo predprinimatel'stva: gendernaia spetsifika rossiiskogo biznesa [Specifics of women's entrepreneurship: gender specifics of Russian business], *Ėkonomicheskoe obozrenie*, no. 1, pp. 142—150.
- Barsukova, S. Yu. (2008) I snova o zhenskom predprinimatel'stve: (O knige "Zhenshchiny-predprinimateli v tranzitnykh ėkonomikakh") [And again about women's entrepreneurship: (About the book "Women Entrepreneurs in Transit Economies")], *Sotsiologicheskie issledovaniia*, no. 5, available from www.isras.ru/files/File/Socis/2008-05/barsukova.pdf (accessed 21.10.2023).
- Bastida, M. (2021) *Women's entrepreneurship and self-employment, including aspects of gendered Corporate Social Responsibility*, Policy Department for Citizens' Rights and Constitutional Affairs Directorate-General for Internal Policies, European Parliament,

- available from [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/694301/IPOL_STU\(2021\)694301_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/694301/IPOL_STU(2021)694301_EN.pdf) (accessed 03.05.2023).
- Bergmann, H., Mueller, S., Schrettle, T. (2014) The use of global entrepreneurship monitor data in academic research: A critical inventory and future potentials, *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, vol. 6, iss. 3, pp. 242—276.
- Bosak, I. (2005) Zhenskoe predprinimatel'stvo [Women's entrepreneurship], *Teoriia i praktika upravleniia*, no. 8, pp. 4—7.
- Bosma, N., van Praag, M., Thurik, R., De Wit, G. (2004) The value of human and social capital investments for the business performance of startups, *Small Business Economics*, vol. 23, iss. 3, pp. 227—236.
- Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R., Sánchez-García, J. C. (2020) Women entrepreneurship: A systematic review to outline the boundaries of scientific literature, *Frontiers in Psychology*, vol. 11.
- Chirikova, A. E. (1998) *Zhenshchina vo glave firmy* [Women as heads of companies], Moscow: Institut sotsiologii Rossiiskoi akademii nauk.
- Chirikova, A. E. (2000) Zhenshchina vo glave firmy: (Problemy stanovleniia zhenskogo predprinimatel'stva v Rossii) [Women as heads of companies: (Problems of developing women's entrepreneurship in Russia)], *Voprosy ekonomiki*, no. 3, pp. 94—102.
- Federal'naiia sluzhba gosudarstvennoi statistiki* [Federal State Statistics Service], available from https://gks.ru/free_doc/new_site/population/urov/sut_fond19/index.html (accessed 21.11.2023).
- Gallyamov, R. R. (2016) Osobennosti zhenskogo predprinimatel'stva v sovremennoi Rossii [Features of women's entrepreneurship in modern Russia], *Ekonomika i upravlenie: nauchno-prakticheskii zhurnal*, no. 3, pp. 56—67.
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor) 2021/22 Women's Entrepreneurship Report: From Crisis to Opportunity* (2022), London: GEM, available from <https://www.gemconsortium.org/report/gem-202122-womens-entrepreneurship-report-from-crisis-to-opportunity> (accessed 03.05.2023).
- Gomes, A. F., Santana, W. G. P., Araújo, U. P., Martins, C. M. F. (2014) Female entrepreneurship as subject of research, *Revue Business Management*, vol. 16, no. 51, pp. 319—342.
- Hisrich, R. D., Brush, C. (1984) The woman entrepreneur: management skills and business problems, *Journal of Small Business Management*, vol. 22, no. 3, pp. 30—37.
- Indeks predprinimatel'skoi aktivnosti zhenshchin WBI-10* (2023) [Women's Entrepreneurial Activity Index WBI-10], Analiticheskii tsentr Natsional'nogo agentstva finansovykh issledovaniĭ, Komitet po razvitiu zhenskogo predprinimatel'stva "Opory Rossii", available from <https://womanopora.ru/upload/iblock/df4/df40a639837f54f6b7b1ef5b3b1377fc.pdf> (accessed 01.12.2023).
- Jakhar, R., Krishna, C. (2020) Women entrepreneurship: opportunities and challenges: (A literature review), *International Journal of Management and Information Technology*, vol. 5, iss. 2, pp. 38—42, available from <http://www.publishingindia.com/anwesh/106/women-entrepreneurship-opportunities-and-challenges-a-literature-review/914/6301/> (accessed 03.05.2023).
- Kepler, E., Shane, S. (2007) *Are Male and Female Entrepreneurs Really That Different?*, Washington, DC: U.S. Small Business Administration, An Office of Advocacy Working Paper.
- Klapper, L. F., Parker, S. C. (2011) Gender and the business environment for new firm creation, *The World Bank Research Observer*, vol. 26, no. 2, pp. 237—257.
- Kolobova, A. E. (2016) Zhenshchiny-predprinimatel'nitsy srednego i starshego vozrasta: shtriki k portretu [Middle-aged and older women entrepreneurs: touches to the portrait], *Zhenshchina v rossiiskom obshchestve*, no. 1, pp. 51—59.

- Kozlova, A. (2017) V shefy — tol'ko devushki: Rossiia zaniala pervoe mesto v mire po chislu zhenshchin-rukovoditelei [Only girls are bosses: Russia ranks first in the world in the number of women executives], *Komsomol'skaia pravda*, 1 avgusta, available from <https://www.kp.ru/daily/26711/3737152/> (accessed 11.11.2023).
- Kuznetsova, E. (2023) Na pike zhenskogo predprinimatel'stva [At the peak of women's entrepreneurship], *Kommersant*". *Sankt-Peterburg*, 31 marta, available from <https://www.kommersant.ru/doc/5899866> (accessed 11.11.2023).
- Malyutina, G. (1997) Zhenskoe predprinimatel'stvo: problemy i perspektivy [Women's entrepreneurship: problems and prospects], *Biznes i politika*, no. 9, pp. 107—112.
- Masterson, V. (2022) Here's what women's entrepreneurship looks like around the world, *World Economic Forum*, available from <https://www.weforum.org/agenda/2022/07/women-entrepreneurs-gusto-gender/> (accessed 03.05.2023).
- Na pike zhenskogo predprinimatel'stva: rossiianki aktivno zanialis' sobstvennym biznesom (2023) [At the peak of women's entrepreneurship: Russian women are actively starting their own businesses], 7 marta, available from <https://opora.ru/news/media-about-us/na-pike-zhenskogo-predprinimatelstva-rossiyanki-aktivno-zanyalis-sobstvennym-biznesom/?ysclid=lp9h2v9c79912016816> (accessed 01.12.2023).
- Noguera, M., Álvarez, C., Urbano, D. (2013) Socio-cultural factors and female entrepreneurship, *International Entrepreneurship Management*, no. 9, pp. 183—198.
- Pinkovetskaya, Yu. S. (2018) Zhenskaia predprinimatel'skaia aktivnost' i ee otraslevaia struktura [Women's entrepreneurial activity and its sectoral structure], *Vestnik Omskogo universiteta*, seriia Ekonomika, no. 4, pp. 126—137.
- Pinkovetskaya, Yu. S. (2019) Razvitie zhenskogo predprinimatel'stva v Rossii: upravlencheskiĭ analiz [Development of women's entrepreneurship in Russia: management analysis], *Voprosy upravleniia*, no. 2, pp. 122—131.
- Polutova, M. A. (2015) Spetsifika genezisa zhenskogo predprinimatel'stva v post-industrial'nyiĭ period [Specifics of the genesis of women's entrepreneurship in the post-industrial period], *Fundamental'nye i prikladnye issledovaniia*, no. 12, pp. 53—55.
- Popova, E. (2022) "Tupaia blondinka": osobennosti zhenskogo biznesa v Rossii ["Dumb blonde": features of women's entrepreneurship in Russia], *The Voice Mag*, available from <https://www.thevoicemag.ru/social/stories/tupaya-blondinka-osobennosti-zhenskogo-biznesa-v-rossii/> (accessed 02.12.2023).
- Rae, D. (2014) *Opportunity-Centred Entrepreneurship*, London: Bloomsbury Publishing.
- Raina, S. (2016) Research: the gender gap in startup success disappears when women fund women, *Harvard Business Review*, available from <https://hbr.org/2016/07/research-the-gender-gap-in-startup-success-disappears-when-women-fund-women> (accessed 21.11.2023).
- Rimashevskaya, N. M., Sergeeva, T. P. (1995) Zhenshchiny na rossiiskom rynke truda [Women in the Russian labor market], *Sotsiologicheskie issledovaniia*, no. 7, pp. 57—61.
- Semenova, Yu. A. (2013) O sotsial'nom mekhanizme optimizatsii zhenskogo predprinimatel'stva [On the social mechanism for optimizing women's entrepreneurship], *Izvestiia Saratovskogo universiteta*, seriia Sotsiologiya, no. 13, pp. 33—35.
- Shmeleva, A. N., Algada, Kh. (2020) Zhenskoe predprinimatel'stvo v Rossii i za rubezhom: obzor problem razvitiia [Women's entrepreneurship in Russia & abroad: development issues overview], *Kompetentnost'*, no. 8, pp. 20—27.
- Shvetsova, A. (2015) 8 novykh issledovaniĭ o zhenshchinakh v biznese [Eight new studies on women in business], available from <https://www.forbes.ru/forbes-woman-photogallery/zhenshchiny-v-biznese/275281-8-novykh-issledovaniĭ-o-zhenshchinakh-v-bizne> (accessed 01.12.2023).
- Time use statistics (2020), *Demographic and Social Statistics UN*, available from <https://unstats.un.org/unsd/demographic-social/time-use/#dmdata> (accessed 21.11.2023).

- Tonchu, E. (1998) *Kak organizovat' svoë delo* [How to organize your business], St. Petersburg: Obshchestvo "Znanie" Rossii.
- Utkina, N. Yu. (2017) Ob"ektivnye i sub"ektivnye faktory razvitiia zhenskogo predprinimatel'stva v Rossii [Objective and subjective factors in the development of women's entrepreneurship in Russia], *Zhenshchina v rossiiskom obshchestve*, no. 1, pp. 17—28.
- Verkhovskaya, O. R. et al. (eds) (2021) *Global'nyĭ monitoring predprinimatel'stva. Rossiia, 2020/2021: Natsional'nyĭ otchet* [Global Entrepreneurship Monitor. Russia, 2020/2021: National report], Vysshaia shkola menedzhmenta Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta, available from https://gsom.spbu.ru/images/cms/data/2010_12_13_cil_seminar/otchet_2021-red-3.pdf (accessed 11.11.2023).
- Verkhovskaya, O. R. (ed.) (2023) *Monitoring predprinimatel'skoĭ aktivnosti. Rossiia, 2022/2023* [Monitoring of entrepreneurial activity. Russia, 2022/2023], St. Petersburg: Vysshaia shkola menedzhmenta Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta, available from https://gsom.spbu.ru/images/1/1/monitoring_predpr_aktivnosti_2022-23.pdf (accessed 11.11.2023).
- Zhenskoe predprinimatel'stvo: perspektivy i slozhnosti (2023) [Women's entrepreneurship: prospects and challenges], *Vserossiiskii tsenr izucheniia obshchestvennogo mneniia. Novosti*, 7 sentiabria, available from <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheski-obzor/zhenskoe-predprinimatelstvo-perspektivy-i-slozhnosti?ysclid=lpj7g5hj27475991058> (accessed 11.11.2023).

Статья поступила в редакцию 09.01.2024; одобрена после рецензирования 23.01.2024; принята к публикации 30.01.2024.

The article was submitted 09.01.2024; approved after reviewing 23.01.2024; accepted for publication 30.01.2024.

Информация об авторе / Information about the author

Тарануха Юрий Васильевич — доктор экономических наук, профессор кафедры экономики для естественных и гуманитарных факультетов, Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, г. Москва, Россия, yu.taranukha@mail.ru (Dr. Sc. (Econ.), Professor at the Department of Economics for Faculties of Natural Sciences and Humanities, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation).