



РАЗВИТИЕ ЖЕНСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ

Пиньковецкая Ю. С.

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономического анализа и государственного управления,
Ульяновский государственный университет (Россия), 432017, Россия, Ульяновск, ул. Льва Толстого, д. 42, contact@ulsu.ru

УДК 334.7-055.2

ББК 65.290-649

Цель. Оценка сложившихся уровней ранней предпринимательской активности женщин и их мотивационных предпочтений при создании собственного бизнеса. Сравнительный анализ ранних женской и мужской предпринимательских активностей.

Методы. Исследование базируется на методах экономико-статистического анализа. В качестве исходных данных была использована информация, полученная в 2016–2017 годах в процессе обследования женского предпринимательства в 74 странах, представленная в отчете по проекту глобального мониторинга предпринимательства (GEM). В процессе моделирования использовались функции плотности нормального распределения. Проверка, проводившаяся на основе критериев Колмогорова-Смирнова, Пирсона и Шапиро-Вилка показала, что полученные по итогам вычислительного эксперимента функции обладают высоким качеством аппроксимации эмпирических данных.

Результаты. Выявлены особенности женского предпринимательства и барьеры, тормозящие его развитие. Выполнен анализ ранней предпринимательской активности женщин, которая в среднем по всем рассматриваемым странам достигала 10,8% от общей численности взрослых трудоспособных женщин в возрасте от 18 до 64 лет. Оценены сложившиеся уровни добровольной и вынужденной мотивации женщин. Доказано преобладание добровольной мотивации в абсолютном большинстве стран. Проведен сравнительный анализ соотношения женской и мужской ранней предпринимательской активности, а также соотношений удельных весов добровольной мотивации у женщин и мужчин. Показано, что последнее соотношение к настоящему времени во всех странах превышает 80%. Определены страны с высокими и низкими значениями рассматриваемых показателей.

Научная новизна. Научная новизна заключается в исследовании распределения показателей, характеризующих мотивацию женщин предпринимателей и сложившегося гендерного разрыва между ними и мужчинами-предпринимателями. Предложены новые методы и инструменты такого анализа. Приведен сравнительный анализ развития женского предпринимательства в России и зарубежных странах.

Ключевые слова: женское предпринимательство, малый и средний бизнес, ранняя предпринимательская активность, мотивация, вынужденные предприниматели, добровольные предприниматели.

DEVELOPMENT OF WOMEN ENTREPRENEURSHIP: ECONOMIC AND SOCIAL ASPECTS

Pinkovetskaya Yu. S.

candidate of Economics, associate professor, associate professor of the Department of Economic Analysis and Public Administration,
Ulyanovsk State University (Russia), 432017, Russia, Ulyanovsk, Leo Tolstoy str., 42, contact@ulsu.ru

Purpose. Assessment of the existing levels early entrepreneurial activity of women and their motivational preferences in creating their own business. Comparative analysis of the early women's and men's entrepreneurial activities.

Methods. The study is based on the methods of economic and statistical analysis. The information obtained in the 2016–2017 survey of women's entrepreneurship in 74 countries, presented in the report of Global entrepreneurship monitor (GEM) project, that was used as a baseline. Normal distribution density functions were used in the modeling process. The test conducted on the basis of Kolmogorov-Smirnov, Pearson and Shapiro-Wilk criteria showed that the functions obtained from the computational experiment have a high quality of empirical data approximation.



Results. The features of women's entrepreneurship and barriers hindering its development are revealed. The analysis of early women entrepreneurial activity, which on average reached 10.8% of the total number of adult women aged 18 to 64 years in all countries under consideration, was made. The existing levels of voluntary and forced motivation of women are estimated. Proved the preponderance of the voluntary motivation in the majority of countries. A comparative analysis ratio of women's and men's early entrepreneurial activity, as well as ratio of share voluntary motivation in women and men. It is shown that the last ratio to date in all countries exceeds 80%. The countries with high and low values of the considered indicators are defined.

Scientific novelty. Scientific novelty lies in the study on the distribution of indicators characterizing the motivation of women entrepreneurs and the existing gender gap between them and men entrepreneurs. New methods and tools of such analysis are proposed. Presented comparative analysis development of women's entrepreneurship in Russia and foreign countries.

Key words: women's entrepreneurship, early entrepreneurial activity, motivation, forced entrepreneurs, voluntary entrepreneurs.

Малое и среднее предпринимательство получило развитие в Российской Федерации в процессе трансформации государственной экономики в рыночную начиная с 1992 года. Таким образом, к настоящему времени этот сектор национальной экономики существует в нашей стране немногим более 25 лет. Соответственно, столько же лет и женскому предпринимательству в России.

Вопросам женского предпринимательства в России исследователи уделяли недостаточно внимания. Ряд научных работ был опубликован только после 2002 года. В работе В. А. Морозова [1] сделан вывод, что формирование сообщества женщин, владельцев бизнесов, на начальном этапе основывалось на инициативе части инженерно-технической интеллигенции в процессе трансформации государственных предприятий и организаций. Обзор И. В. Долгоруковой и А. Н. Колесникова [2] посвящен отличиям, характерным для женского предпринимательства. В статье З. А. Грицаюк [3] показано, что при наличии дискриминации женщин на рынке труда, большинство женщин-предпринимателей не видят существенных проявлений недоверия к ним со стороны представителей власти и бизнесменов-мужчин. В работе Г. Х. Гильмановой [4] основное внимание уделено развитию женского предпринимательства в условиях Башкортостана. При этом делается вывод о том, что большинство женщин начинают свой бизнес, поскольку не могут зарабатывать другим образом. Особенности предпринимательства в другом регионе (Омской области) рассмотрены в статье Е. А. Кипевар и М. А. Севеловой [5]. В статье указывается, что среди российских предпринимателей в нулевых годах женщины составляли от 25% до 30%. Причем, среди женских бизнесов преобладали предприятия с малой численностью работников. Анализ барьеров, противодействующих женскому предпринимательству, приведен в работе Л. В. Московцевой [6]. В ней же указывается, что доля женщин в бизнесе

в 1997 году составляла всего 18% от общего количества предпринимателей. Ю. С. Семенова [7] обращает внимание на то, что среди женщин-предпринимателей преобладают женщины с высшим специальным образованием, среднего и зрелого возраста (относящиеся к группе потенциального риска по безработице). При этом проявлять инициативу и самостоятельную творческую активность решаются в основном женщины, имеющие значительный опыт руководящей работы, либо обладающие не только высокой квалификацией, но и необходимыми материальными ресурсами и связями для создания и развития своего бизнеса. В статье М. А. Полutowой [8] демонстрируются возможности развития женского предпринимательства в постиндустриальный период, когда преобладающим видом продукции становятся не товары, а услуги. Итоги интервью, проведенных А. Е. Колобовой [9], показали большое значение предпринимательской активности для женщин старшего и среднего возраста, которые занялись предпринимательством, имея альтернативой только безработицу. В своем исследовании Р. Р. Галлямов [10] доказывает, что главными мотивами для организации своего бизнеса женщинами являются потребность в самореализации и желание иметь высокие доходы. По его мнению, они стремятся в первую очередь добиться успеха, независимости и высокого социального статуса. В статье Н. Ю. Уткиной [11] сформулированы гендерные проблемы и социокультурные стереотипы современного предпринимательства, в том числе мешающие деловой активности женщин.

Проблема существенного увеличения объемов производства товаров и услуг силами женского предпринимательства требует понимания его особенностей и отличий от мужского предпринимательства. Для разработки мероприятий по увеличению вклада женщин в предпринимательство и снижения сложившегося гендерного разрыва в количестве предприятий, которыми владеют женщины и мужчины, необходимо исследо-



вание широкого круга вопросов, связанных с женским предпринимательством. К сожалению, феномену женского предпринимательства в отечественных исследованиях уделялось неоправданно мало внимания. Поэтому актуальным в настоящее время является анализ закономерностей, характеризующих сложившийся уровень предпринимательской активности женщин, а также выявление резервов роста женского предпринимательства.

Проведенные зарубежные исследования демонстрируют положительное влияние женщин-предпринимателей на экономический рост, увеличение занятости и снижение социальной напряженности во многих странах [1, 13–14]. По мнению авторов работы [15], более полное использование потенциала, который имеют женщины-предприниматели, предусматривающее их участие в экономике на уровне, сопоставимом с мужчинами, способно увеличить на 26 % мировой внутренний валовой продукт. В последние годы был опубликован ряд статей, направленных на углубление понимания роли женщин и их вовлеченность в предпринимательскую деятельность [16–18]. Так, женщины-предприниматели сталкиваются с более серьезными проблемами как при создании собственных бизнесов и в процессе их деятельности по сравнению с мужчинами-предпринимателями. Такие проблемы не являются уникальными для отдельных стран, они ярко выражены как в развивающихся странах, так и в экономически развитых странах. К числу проблем, с которыми сталкиваются женщины-предприниматели, относятся объективные и субъективные. Объективные проблемы обусловлены трудностями в достижении баланса между предпринимательством и личной жизнью, в том числе с уходом за детьми, выполнением домашних и семейных обязанностей [19–20]. Субъективные проблемы вызваны социально-культурными предубеждениями, наличием институциональных, правовых и налоговых пробелов в законодательстве многих стран, а также сложившимися в настоящее время стереотипами, связанными с ролью женщин, особенно в патриархальных обществах [21–23]. Доказательства того, что в настоящее время все еще широко распространен так называемый гендерный разрыв в предпринимательстве, связанный с преобладанием мужчин в качестве владельцев бизнесов, приведены в статье [24]. В работе [25] рассматриваются некоторые гендерные стереотипы, а также индивидуальные, институциональные и структурные барьеры, сдерживающие предпринимательскую активность женщин.

Изучение мотивов для открытия собственного бизнеса является популярной темой в научных исследованиях. Так факторы, связанные с отсутствием других возможностей зарабатывать себе на жизнь, приведены в статье [26]. Эти факторы, определяющие вынужден-

ное предпринимательство могут включать безработицу, плохие перспективы карьерного роста, неприемлемые условия работы, профессиональную неудовлетворенность, отсутствие детских учреждений. Наряду с вынужденной мотивацией имеет место и добровольная мотивация. В качестве факторов добровольной мотивации в статье [27] упоминаются такие, как стремление к независимости, автономии, самореализации, удовлетворенности работой, а также социальные цели, стремление к богатству. В исследованиях женского предпринимательства подчеркивалось наличие двойной нагрузки на женщин-предпринимателей: производственной и семейной [28]. При этом указывалось, что одним из достоинств предпринимательской деятельности по сравнению с наемным трудом, для женщин является возможность использования нестандартных графиков работы, которые позволяют снизить проблему ухода за детьми и пожилыми членами семьи. Гибкие графики, как и расширение возможностей для работы на дому, обеспечивают хороший баланс между производственной деятельностью, семейной жизнью, а также финансовыми потребностями [29].

Целью исследования, итоги которого приведены в настоящей статье, являлась комплексная оценка ранней предпринимательской активности женщин и их мотивационных предпочтений при создании собственного бизнеса в различных странах. В процессе исследования были решены следующие задачи:

- изучены значения женской предпринимательской активности на ранних стадиях в различных странах в 2016–2017 годах;
- оценены значения добровольной и вынужденной мотивации в женском предпринимательстве;
- проведен анализ гендерного разрыва, характерного для женской и мужской предпринимательской активности на ранних стадиях.

Решение указанных задач основывалось на информации, описанной в отчете по проекту глобального мониторинга предпринимательства (GEM) за 2016–2017 годы [30]. Глобальный мониторинг предпринимательства направлен на организацию страновых исследований развития предпринимательства и предпринимательской активности. Указанный проект основывается на опросе взрослого трудоспособного населения (то есть граждан в возрасте от 18 до 64 лет) с помощью специально разработанных анкет. В процессе глобального мониторинга за 2016–2017 годы были собраны данные, характеризующие широкий круг показателей по 74 странам.

Уровень предпринимательской активности на ранних стадиях (называемой также РПА), описывает удельный вес (%) количества граждан каждой из стран, включенных в проект GEM в возрасте от 18 до 64 лет, находящихся в момент проведения социологического



Таблица 1. Характеристика ранней предпринимательской активности (РПА) женщин, %

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

опроса в процессе открытия бизнеса или владеющими новым бизнесом менее 42 месяцев, в общей численности женщин (мужчин) указанных возрастов в рассматриваемой стране.

Оценка сложившейся мотивации, характерной для ранней предпринимательской активности женщин, включала два основных вида мотивов, рассмотренных ранее, а именно добровольную мотивацию и вынужденную мотивацию, и соответственно два типа предпринимателей. Первый тип – это добровольные предприниматели (называемые также предпринимателями по возможности). К ним относятся взрослые трудоспособные граждане, которые используют открывающиеся возможности и стремятся получить преимущества от предпринимательской деятельности по сравнению с работой по найму. К числу таких преимуществ относятся увеличение доходов от своего труда, получение независимости в деятельности, повышение социального статуса, возможность самореализации и творческой активности. Второй тип – это вынужденные предприниматели (называемые также предпринимателями по необходимости). К ним относятся граждане, которые пытаются начать свой бизнес в связи с отсутствием других путей для получения доходов. Мотивация предпринимателей влияет на предпринимательские

устремления. Вынужденные предприниматели, зачастую, при появлении возможности трудоустройства на наемную работу (с сопоставимым заработком) предпочтут перейти на эту работу. Соответственно, бизнесы, созданные такими предпринимателями, имеют низкую выживаемость. Краткосрочность горизонта деятельности приводит к меньшему желанию владельцев производить инвестиции в развитие и рост своего бизнеса. В этом заключается наиболее существенное различие добровольных и вынужденных предпринимателей. Добровольные предприниматели все свои силы направляют на развитие и совершенствование бизнеса, получение от него максимального положительного эффекта. Информация, полученная в процессе глобального мониторинга, показывает, что добровольные предприниматели чаще осваивают новые рынки, создают инновационные продукты и услуги, планируют наращивание количества рабочих мест.

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

Для обеспечения сопоставимости показателей по странам, исследования были основаны на относитель-

ных показателях. Рассматривались три группы показателей. К первой группе относились значения ранней предпринимательской активности, сложившиеся в рассматриваемый период в каждой из входивших в проект мониторинга стран. Вторая группа показателей описывала сложившуюся мотивацию женщин-предпринимателей и включала удельные веса соответственно добровольных и вынужденных предпринимателей в их общей численности по всем странам. Третья группа показателей была связана со сравнительным анализом ранней женской и мужской предпринимательской активности и включала два показателя:

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

В процессе исследований были выдвинуты и проверялись следующие гипотезы: показатели второй и третьей групп имеют существенную дифференциацию по странам. Для проверки этих гипотез проводилось моделирование распределения показателей по всем 74 странам. Моделирование было основано на оценке функций нормального распределения [31].

Значения женской предпринимательской активности на ранних стадиях по 74 странам, приведены в таблице 1. Значения РПА представлены в порядке их убывания. Кроме того, в последней ячейке таблицы 1, указано среднее значение РПА по всем 74 странам.

Как показывают данные, приведенные в таблице 1, уровни ранней предпринимательской активности женщин, находятся в очень широком диапазоне значений (от 3,1 % до 36,8 %). При этом, средняя по всем 74 странам величина равна 10,8 %. Наиболее высокие уровни ранней предпринимательской активности женщин (от 24 % до 36,8 %) отмечаются в таких странах, как Сенегал, Буркина-Фасо, Ботсвана и Камерун, расположенных в Африке (к югу от Сахары), а также находящихся в Латинской Америке – Эквадоре, Белизе, Колумбии и Перу.

В семи из 74 стран, включенных в выборку, отмечаются низкие (от 3 % до 4 %) показатели ранней предпринимательской активности женщин. Четыре из них высокоразвитые европейские страны, в которых у наемных работников хорошие экономические и социальные условия, зачастую лучшие, чем у начинающих предпринимателей. Кроме того можно указать на некоторые аспекты, сдерживающие развитие женского предпринимательства в ряде европейских стран. Так, отсутствие доступных детских учреждений существенно ограничивает возможности предпринимательской деятельности женщин. В ряде европейских стран социальная и налоговая политика оказывает

негативное влияние на развитие женского предпринимательства в том, что касается уровня социального обеспечения, связанного с предпринимательской деятельностью. В качестве примера можно указать Германию, которая характеризуется довольно традиционным распределением рабочей силы, где мужчины обеспечивают основной вклад в доходы, а женщины в большей степени связаны с уходом за детьми. Именно поэтому ранней предпринимательской активностью охвачено всего 3,1 % немецких женщин.

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

Во многих странах отставание ранней предпринимательской активности женщин от аналогичного показателя по предпринимателям-мужчинам обусловлено, на наш взгляд, большой загрузкой женщин в семье, наличием барьеров, обусловленных имеющимися культурными, социальными и религиозными стереотипами, а также требованиями к образовательному уровню предпринимателей.

Оценка достигнутого удельного веса добровольных и вынужденных женщин-предпринимателей в общей ранней предпринимательской активности женщин основывалось на информации, полученной в процессе глобального мониторинга. Вычислительный эксперимент по экономико-математическому моделированию эмпирических данных по 74 рассматриваемым странам основывался, как указано выше, на разработке функций плотности нормального распределения.

Функции, характеризующие сложившуюся мотивацию женщин-предпринимателей и описывающие удельные веса (x_1 , % и x_2 , %) соответственно добровольных и вынужденных предпринимателей в их общей численности, приведены далее:

- по добровольным предпринимателям

$$y_1(x_1) = \frac{601,25}{12,56 \cdot \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_1 - 70,92)^2}{2 \cdot 12,56 \cdot 12,56}}, \quad (1)$$

- по вынужденным предпринимателям

$$y_2(x_2) = \frac{518,00}{12,28 \cdot \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_2 - 26,01)^2}{2 \cdot 12,28 \cdot 12,28}}, \quad (2)$$

Сравнительный анализ ранней женской и мужской предпринимательской активности проводился, как указывалось ранее, по двум показателям: уровням такой активности и удельным весам добровольных предпринимателей среди женщин и мужчин. Анализ основывался на относительных индикаторах, а именно соотношениях женской и мужской ранней предприни-

Таблица 2. Расчетные значения статистик

Номер функции	Расчетные значения по критериям качества		
	Колмогорова-Смирнова	Пирсона	Шапиро-Вилка
1	2	3	4
(1)	0,05	2,61	0,97
(2)	0,06	4,58	0,95
(3)	0,10	4,56	0,94
(4)	0,07	2,05	0,96

мательской активности по каждой из стран (x_3), а также соотношениях удельных весов добровольной мотивации женщин и мужчин (x_4). Разработанные функции плотности нормального распределения, приведены далее:

- по соотношению женской и мужской ранней предпринимательской активности

$$y_3(x_3) = \frac{14,80}{0,20 \cdot \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_3-0,69)^2}{2 \cdot 0,20 \cdot 0,20}}, \quad (3)$$

- по соотношению удельных весов добровольной мотивации у женщин и мужчин

$$y_4(x_4) = \frac{8,46}{0,11 \cdot \sqrt{2\pi}} \cdot e^{-\frac{(x_4-0,94)^2}{2 \cdot 0,11 \cdot 0,11}}. \quad (4)$$

Проверка того, насколько хорошо функции нормального распределения аппроксимируют изученные данные, основана на применении критериев согласия, вытекающих из теории математической статистики. В таблице 2 приведены фактические значения статистик по итогам вычислительного эксперимента.

Автор использовал критерии Колмогорова-Смирнова, Пирсона и Шапиро-Вилка. Эти критерии позволяют сравнить эмпирическое распределение исследуемых показателей с теоретическими, описанными функциями нормального распределения. Они демонстрируют уровень отклонения эмпирических данных от указанных функций. В таблице 2. приведены расчетные значения соответствующих статистик. Расчетные значения статистик по критерию Колмогорова-Смирнова (приведенные во втором столбце таблицы 2) составляют от 0,05 до 0,10, что меньше табличного значения 0,152 при уровне значимости 0,05. Аналогичным образом, расчетные значения критерия Пирсона (приведенные в третьем столбце таблицы 2) составляют от 2,05 до 4,58, что меньше табличного значения, равного 9,49. Расчетные значения критерия Шапиро-

Вилка (приведенные в четвертом столбце таблицы 2) составляют от 0,94 до 0,97. Эти величины больше, чем табличное значение 0,93 при уровне значимости 0,01. Таким образом, все разработанные модели (1)-(4) обладают высоким качеством по всем критериям и хорошо описывают аппроксимируемые данные.

Функции плотности нормального распределения позволяют определять средние значения рассматриваемых показателей ранней предпринимательской активности женщин. Соответствующие показатели приведены в таблице 3. В этой же таблице представлены интервалы изменения рассматриваемых показателей (столбцы 3), характерные для большинства (68%) стран. Интервалы рассчитываются исходя из средних значений показателей и величин стандартных отклонений. При этом для расчета границ интервала к среднему значению показателя соответственно прибавляется и вычитается указанное отклонение. Средние значения и интервалы изменения показателей в таблице 3 соответствуют функциям плотности нормального распределения функций (1)-(4).

Данные, приведенные в таблице 3, свидетельствуют о преобладании добровольной мотивации современных женщин-предпринимателей в абсолютном большинстве стран. Наиболее высокие индикаторы добровольной мотивации женщин-предпринимателей (от 86% до 94%), имеют место в таких странах, как Италия, Франция, США, Саудовская Аравия, Катар, Швеция, Израиль, Норвегия, Малайзия. В России уровень добровольной предпринимательской активности женщин составляет 63,1%. Значения добровольной мотивации менее 50% (от 44% до 50%) отмечаются всего в четырех странах: Грузии, Бельгии, Ямайке и Словакии. При этом, только в Грузии вынужденная ранняя предпринимательская активность достигает 55%. В остальных трех странах этот показатель менее 50%.

Таблица 3. Средние значения и интервалы изменения показателей

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

Средний уровень вынужденной предпринимательской активности женщин, как следует из таблицы 3, составляет 26,01 %. По абсолютному большинству (84%) рассматриваемых стран этот показатель не превышает 38,29%. Ниже этого значения показатель по России – 31,7%, что свидетельствует о небольшой доле соотечественниц, вынужденных создавать бизнес от безвыходного положения.

Сравнительный анализ ранней женской и мужской предпринимательской активности проводился по двум показателям, а именно уровням такой активности и удельным весам добровольных предпринимателей среди женщин и мужчин. Наиболее высокие значения этих соотношений (от 1,0 до 1,3) имеют место в пяти странах: Филиппинах, Вьетнаме, Индонезии, Бразилии и Мексике. Именно в этих странах уровни предпринимательской активности женщин равны или выше, чем у мужчин. Эти страны расположены в двух регионах: Азии (Индонезия, Филиппины и Вьетнам) и Латинской Америке (Мексика и Бразилия). Самое высокое соотношение женщин и мужчин в предпринимательской активности наблюдается во Вьетнаме, где женщины на одну треть чаще начинают бизнес, чем мужчины. Необходимо отметить, что все эти страны относятся к категории развивающихся. Значения женской и мужской ранней предпринимательской активности, равное 0,9, отмечается в таких странах, как Казахстан, Белиз, Эквадор, Сальвадор, Перу, Барбадос, Камерун, Сенегал и Малайзия. Минимальные значения указанного соотношения (0,3–0,4) отмечаются только в шести странах: Македонии, Турции, Кипре, Египте, Тунисе и Иордании. То есть, в 68 странах из 74, значения соотношений женской и мужской ранней предпринимательской активности составляют от 0,5 и выше. Таким образом, гендерное неравенство в предпринимательской активности в абсолютном большинстве стран меньше 50%. Отметим, что в России в 2016 году соотношение женской и мужской ранней предпринимательской активности составляло 0,8.

Среднее значение по всем рассматриваемым странам соотношения удельных весов добровольной мотивации у женщин и мужчин, достигает 0,94. Наиболее высокие значения соотношений удельных весов добровольной мотивации у женщин и мужчин (от 1,1 до 1,2) имеют место в таких странах, как Италия, Норвегия, Румыния, Катар, Тайвань, Гонконг, Израиль, Норвегия, Иран, Ливан и Малайзия. То есть, в этих странах уровень добровольной мотивации у женщин существенно выше, чем уровень добровольной мотивации у мужчин. Минимальные значения указанного соотношения (0,6) отмечаются только в двух странах: Бельгии и Нидерландах. То есть, в 72 странах из 74 значения соотношений удельных весов добровольной мотивации у женщин и мужчин составляют от 0,8 и выше.

В целом, можно сделать вывод, что в настоящее время гендерный разрыв в добровольной мотивации женщин и мужчин относительно не велик. В России соотношение удельных весов добровольной мотивации у женщин и мужчин составляет 0,9.

Данные таблицы 3 показали, что гипотеза о существенной дифференциации показателей, относящихся ко второй группе, получила свое подтверждение. Вместе с тем, соотношения добровольной мотивации женщин и мужчин по большинству стран, как следует из последней строки таблицы 3, отличаются не очень сильно. Это позволяет сделать вывод об отсутствии существенной дифференциации показателей третьей группы по рассматриваемым 74 странам.

В процессе исследования был проведен анализ развития женского предпринимательства в России в 2016 году. При этом, наряду с итогами нашей работы, были использованы данные, приведенные в отчете [32]. Проведенный анализ позволил сделать следующие выводы:

- женское предпринимательство в России, как и предпринимательство в целом, развивается в нашей стране уже четверть века. При этом только в последние десять лет участие женщин в предпринимательстве получило значительное развитие;
- общее количество женщин, вовлеченных в предпринимательство, достигло в 2016 году 5,2 миллиона человек в России;
- гендерный разрыв в предпринимательской активности в последние годы существенно сократился;
- добровольных ранних предпринимателей-женщин было почти в два раза больше, чем вынужденных ранних предпринимателей;
- уровень предпринимательской активности женщин на ранних стадиях по России превышал аналогичные показатели по таким экономически развитым европейским странам, как Германия, Италия, Франция;
- доля женщин в общем количестве начинающих собственный бизнес в нашей стране достигала 47%;
- соотношение женской и мужской предпринимательской активности на ранних стадиях в России было значительно выше аналогичных показателей по США и крупнейшим экономикам Европейского Союза.

Научная новизна заключается в исследовании распределения показателей, характеризующих мотивацию женщин предпринимателей и сложившегося гендерного разрыва между ними и мужчинами-предпринимателями. Предложены новые методы и инструменты такого анализа. Их использование возможно в последующих научных исследованиях, при обосновании развития женского предпринимательства в России и ее регионах. Результаты исследования могут быть использованы в учебной деятельности высших и средних специальных учебных заведений, научными работ-

никами, а также сотрудниками органов государственного и муниципального управления.

Социальная значимость исследования связана со снижением предрассудков и стереотипов в отношении женщин-предпринимателей в России и получением данных, подтверждающих возможности самореализации женщин путем создания собственных бизнесов.

Дальнейшие исследования женского предпринимательства могут быть связаны с обоснованием мероприятий по развитию этого сектора национальной экономики и обеспечению целевой поддержки женщин-предпринимателей со стороны органов власти, финансовых учреждений и общественных организаций.

Литература:

1. Морозов В. А. С надеждой на женщин. Женское предпринимательство как основа развития малого бизнеса // Российское предпринимательство. 2003. № 3. С. 3–10.
2. Долгорукова И. В., Колесников А. Н. Аз... Буки... Леди... Возможность самовыражения женщины в малом бизнесе // Российское предпринимательство. 2004. № 3. С. 3–8.
3. Грицаюк З. А. Дискриминация женщин в реальном секторе экономики // Вестник Тихоокеанского государственного университета. 2006. № 1. С. 161–170.
4. Гильманова Г. Х. Региональные особенности развития женского предпринимательства в российском обществе // Вестник Оренбургского государственного университета. 2007. № 9(73). С. 31–36.
5. Кипервар Е. А., Севелова М. А. Женское предпринимательство: особенности и перспективы развития в регионах (на примере Омской области) // Омский научный вестник. 2009. № 2(76). С. 96–99.
6. Московцева Л. В. Социально-экономические условия женского предпринимательства в российском малом и среднем бизнесе // ФЭС: Финансы. Экономика. 2011. № 8. С. 12–14.
7. Семенова Ю. А. О социальном механизме оптимизации женского предпринимательства // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2013. Т. 13. № 1. С. 33–35.
8. Полутова М. А. Специфика генезиса женского предпринимательства в постиндустриальный период // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. 2015. № 12-4. С. 53–55.
9. Колобова А. Е. Женщины-предпринимательницы среднего и старшего возраста: штрихи к портрету // Женщина в российском обществе. 2016. № 1(78). С. 51–59.
10. Галлямов Р. Р. Особенности женского предпринимательства в современной России // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2016. № 3(131). С. 56–67.
11. Уткина Н. Ю. Объективные и субъективные факторы развития женского предпринимательства в России // Женщина в российском обществе. 2017. № 1(82). С. 17–27.
12. Cuberes D., Teignier M. Aggregate Effects of Gender Gaps in the Labor Market: A Quantitative Estimate. Economics Working Paper E14/308, University of Barcelona, Barcelona. [электронный ресурс]. 2015. URL: http://www.marctaignier.com/research_files/GGLMAP_CT.pdf (дата обращения: 28.08.2018).
13. Fetsch E., Jackson C., Wiens J. Women Entrepreneurs are Key to Accelerating Growth. Kauffman Foundation. 2015. [электронный ресурс]. URL: <http://www.kauffman.org/what-we-do/resources/entrepreneurship-policy-digest/women-entrepreneurs-are-key-to-accelerating-growth> (дата обращения: 28.08.2018).
14. Lewis K. V., Henry C., Gatewood E. J., Watson J. Women's Entrepreneurship in the 21st Century: An International Multi-Level Research Analysis. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. 2014.
15. Woetzel J., Madgavkar A., Ellingrud K., Labaye E., Devillard S., Kutcher E., Manyika J., Dobbs R., Krishnan M. The Power of Parity: How Advancing Women's Equality Can Add \$12 Trillion to Global Growth. Washington, DC: McKinsey & Co. 2015.
16. Aidis R., Weeks J. Mapping the Gendered Ecosystem: The Evolution of Measurement Tools for Comparative High-Impact Female Entrepreneur Development // International Journal of Gender and Entrepreneurship. 2016. № 8 (4). P. 330–352.
17. Golla A. M., Malhotra A., Nanda P., Mehra R. Understanding and Measuring Women's Economic Empowerment: Definition, Framework and Indicators. Washington, DC: International Center for Research on Women. 2011.
18. Wang Q. Child care, work-family policy and female entrepreneurship. Social Science Research Network. 2015. [электронный ресурс]. URL: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2669282> (дата обращения: 15.08.2018).
19. Woldie A., Adersua A. Female Entrepreneurs in a Transitional Economy: Businesswomen in Nigeria // International Journal of Social Economics. 2004. № 31(1/2). P. 78–93.
20. Achtenhagen L., Welter F. Female Entrepreneurship in Germany: Context, Development and Its Reflection in German Media. in J. Butler (ed.), New Perspectives on Women Entrepreneurs. Greenwich, CT: Information Age Publishing. 2003. P. 77–100.
21. Ogbor J. Mythicizing and Reification in Entrepreneurial Discourse: Ideology Critique of Entrepreneurial Studies // Journal of Management Studies. 2000. Vol. 37(5). P. 605–635.
22. Hamilton E. Entrepreneurship across generations: narrative, gender and learning in family business. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. 2013.



23. Gupta V. K., Turban D. B., Wasti S. A., Sikdar A. The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2009. № 33(2). P. 397–417.
24. Jennings J. E., Brush C. G. Research on women entrepreneurs: challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? // *The Academy of Management Annals*. 2013. № 7(1). P. 663–715.
25. Clark Muntean S., Ozkazanc-Pan S. C. A gender integrative conceptualization of entrepreneurship. *New England Journal of Entrepreneurship*. 2015. № 1(19). P. 27–40.
26. McClelland E., Swail J., Bell J., Ibbotson P. Following the pathway of female entrepreneurs: A six country investigation // *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 2005. V. 11. № 2. P. 84–107.
27. Muriel O., Don S. Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model // *Women in Management Review*. 2001. V. 16. № 5. P. 232–247.
28. Sciascia S., Mazzola P., Astrachan J., Pieper T. The role of family ownership in international entrepreneurship: Exploring nonlinear effects // *Small Business Economics*. 2012. № 38 (1). P. 15–31.
29. Connelly R. Self-employment and providing child care // *Demography*. 1992. № 29. P. 17–29.
30. Global Entrepreneurship Monitor 2016–2017. Global Entrepreneurship Research Association (GERA). 2017. 180 p.
31. Пиньковецкая Ю. С. Анализ выручки малых и средних предприятий в России: управленческий аспект // *Вопросы управления*. 2017. № 2 (45). С. 187–194.
32. Верховская О. Р., Александрова Е. А., Богатырева К. А., Джелепова М. В., Шмелева Э. В. Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2016–2017. СПб: Институт «Высшая школа менеджмента» Санкт-Петербургского государственного университета. 2017. 66 с.
- (on the example of Omsk region) // *Omsk scientific Bulletin*. 2009. № 2(76). P. 96–99.
6. Moskovtseva L. V. Socio-economic conditions of women's entrepreneurship in Russian small and medium business // *FES: Finance. Economy*. 2011. № 8. P. 12–14.
7. Semenov J. A. Social optimization mechanism of female entrepreneurship // *Proceedings of Saratov University. New series. Series: Sociology. Political science*. 2013. V. 13. № 1. P. 33–35.
8. Polutov M. A. Specifics of the Genesis of women entrepreneurship in the post-industrial period // *Fundamental and applied studies in the modern world*. 2015. № 12-4. P. 53–55.
9. Kolobova A. E. Women entrepreneurs of middle and older age: strokes to the portrait // *Woman in Russian society*. 2016. № 1(78). P. 51–59.
10. Gallyamov R. R. Features of women's entrepreneurship in modern Russia // *Economics and management: scientific and practical journal*. 2016. № 3(131). P. 56–67.
11. Utkina N. J. Objective and subjective factors of development of women's entrepreneurship in Russia // *Woman in Russian society*. 2017. № 1(82). P. 17–27.
12. Cuberes d'Teignier M. Aggregate Effects of Gender Gaps in the Labor Market: A Quantitative Estimate. *Economics Working Paper E14/308*, University of Barcelona, Barcelona. 2015. [e-resource]. URL: http://www.marcteignier.com/research_files/GGLMAP_CT.pdf (date of reference 28.08.2018).
13. Fetsch E., Jackson C., Wiens J. Women Entrepreneurs are Key to Accelerating Growth. Kauffman Foundation. 2015. URL: <http://www.kauffman.org/what-we-do/resources/entrepreneurship-policy-digest/women-entrepreneurs-are-key-to-accelerating-growth> (date of reference 28.08.2018).
14. Lewis K. V., Henry C., Gatewood E. J., Watson J. Women's Entrepreneurship in the 21st Century: An International Multi-Level Research Analysis. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2014.
15. Woetzel J., Madgavkar A., Ellingrud K., Labaye E., Devillard S., Kutcher E., Manyika, J., Dobbs R., Krishnan M. The Power of Parity: How Advancing Women's Equality Can Add \$12 Trillion to Global Growth. Washington, DC: McKinsey & Co, 2015.
16. Aidis R., Weeks J. Mapping gendered is the Ecosystem: The Evolution of Measurement Tools for Comparative High-Impact Female Entrepreneur Development // *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. 2016. № 8 (4). P. 330–352.
17. Golla A. M., Malhotra A., Nanda P., Mehra R. Understanding and Measuring Women's Economic Empowerment: Definition, Framework and Indicators. Washington, DC: International Center for Research on Women. 2011.
18. Wang Q. Child care, work-family policy and female entrepreneurship. *Social Science Research Network*. 2015. URL: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2669282> (date of reference 28.08.2018).

References:

1. Morozov V. A. With hope for women. Women's entrepreneurship as a basis for the development of small business // *Russian entrepreneurship*. 2003. № 3. P. 3–10.
2. Dolgorukov I. V., Kolesnikov A. N. AZ... Beeches... Lady... The possibility of self-expression of women in small business // *Russian entrepreneurship*. 2004. № 3. P. 3–8.
3. Gricauk Z. A. Discrimination against women in the real sector of economy // *Bulletin of Pacific national University*. 2006. № 1. P. 161–170.
4. Gilmanova G. H. Regional features of the development of women's entrepreneurship in the Russian society // *Bulletin of Orenburg state University*. 2007. № 9(73). P. 31–36.
5. Kipervar E. A., Sevelova M. A. Women's entrepreneurship: features and prospects of development in the regions



19. Woldie A., Adersua A. Female Entrepreneurs in a Transitional Economy: Businesswomen in Nigeria // *International Journal of Social Economics*. 2004. №31(1/2). P. 78–93.
20. Achtenhagen L., Welter F. Female Entrepreneurship in Germany: Context, Development and Its Reflection in German Media. in J. Butler (ed.), *New Perspectives on Women Entrepreneurs*. Greenwich, CT: Information Age Publishing. 2003. P. 77–100.
21. Ogbor J. Mythicizing and Reification in Entrepreneurial Discourse: Ideology Critique of Entrepreneurial Studies // *Journal of Management Studies*. 2000. V. 37(5). P. 605–635.
22. Hamilton E. *Entrepreneurship across generations: narrative, gender and learning in family business*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2013.
23. Gupta V. K., Turban D. B., Wasti S. A., Sikdar A. The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2009. №33(2). P. 397–417.
24. Jennings, J. E., Brush C. G. Research on women entrepreneurs: challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? / *The Academy of Management Annals*. 2013. №7(1). P. 663–715.
25. Clark Muntean S., Ozkazanc-Pan S. C. A gender integrative conceptualization of entrepreneurship. *New England Journal of Entrepreneurship*. 2015. №1(19). P. 27–40.
26. McClelland E., Swail J., Bell J., Ibbotson P. Following the pathway of female entrepreneurs: A six country investigation // *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 2005. V. 11. №2. P. 84–107.
27. Muriel O., Don S. Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model // *Women in Management Review*. 2001. V. 16. №5. P. 232–247.
28. Sciascia S., Mazzola P., Astrachan J., Pieper T. The role of family ownership in international entrepreneurship: Exploring nonlinear effects // *Small Business Economics*. 2012. №38 (1). P. 15–31.
29. Connelly R. Self-employment and providing child care // *Demography*. 1992. №29. P. 17–29.
30. *Global Entrepreneurship Monitor 2016–2017*. Global Entrepreneurship Research Association (GERA). 2017. 180 p.
31. Pinkovetskaia I. S. Analysis of turnover small and medium enterprises in Russia: management aspect // *Management Issues*. 2017. №2 (45). P. 187–194.
32. Verkhovskaya O. R., Aleksandrova O. A., Bogatyrev K. A., Dgulepova M. V., Shmeleva E. V. *Global entrepreneurship monitor. Russia 2016–2017*. St. Petersburg: Institute “Higher school of management” of St. Petersburg state University. 2017. 66 p.