

УДК: 346.26; 334.012

DOI: 10.31857/S0869049924050071
EDN: JUQJWJ

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ SOCIAL AND ECONOMIC STUDIES

Оригинальная статья / Original article

Женское предпринимательство в экономических и социологических исследованиях

© Ю.В. ТАРАНУХА

Тарануха Юрий Васильевич, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (Москва, Россия), yu.taranukha@mail.ru. ORCID: 0000-0002-7578-874X

Развитие женского предпринимательства – потенциальный источник экономического роста. На основе анализа исследований раскрывается процесс осмысления экономистами и социологами женского предпринимательства. Цель работы – выявить специфику развития женского предпринимательства. Внимание фокусируется на двух основных вопросах: эволюция подходов к трактовке термина; выделение факторов, обуславливающих активность женщин в бизнесе. Установлено, что за внешней схожестью с мужским предпринимательством, активизация женского предпринимательства – свидетельство стремления к установлению гендерного равенства. Практическая значимость исследования состоит в выделении тех болевых точек, которые препятствуют развитию женского бизнеса.

Ключевые слова: предпринимательство, женщины, Россия, мотивация, социология, экономическая наука, гендер

Цитирование: Тарануха Ю.В. (2024) Женское предпринимательство в экономических и социологических исследованиях // Общественные науки и современность. № 5. С. 86–97. DOI: 10.31857/S0869049924050071, EDN: JUQJWJ

Women's Entrepreneurship in Economic and Sociological Research

© Yu. TARANUKHA

Yury V. Taranukha, Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia), yu.taranukha@mail.ru.
ORCID: 0000-0002-7578-874X

Abstract. The development of women's entrepreneurship is a potential source of economic growth. An analysis of research by economists and sociologists reveals the process of comprehending women's entrepreneurship. The aim is to identify the specifics of studying women's entrepreneurship. Attention is focused on the evolution of approaches to the interpretation of women's entrepreneurship and the identification of factors that determine its activity. The conclusion is that behind the external similarity with male entrepreneurship, the activation of women's entrepreneurship serves as evidence of the desire to establish gender equality. The practical significance of the article lies in the identification of obstacles that hinder the development of women's business.

Keywords: entrepreneurship, women, Russia, motivation, gender, economics, sociology

Citation: Taranukha Yu. (2024) Women's Entrepreneurship in Economic and Sociological Research. *Obshchestvennyye nauki i sovremennost'*, no. 5, pp. 86–97. DOI: 10.31857/S0869049924050071, EDN: JUQJWJ (In Russ.)

Поворот в сторону женского предпринимательства

Большинство авторов (преимущественно женского пола) считает, что роль женщин в экономике сильно недооценена. Между тем почти 80% решений во всех секторах экономики принимают потребители-женщины, а их доля в производстве и в бизнесе постоянно растет¹. Тем не менее, ситуация кардинально меняется. Нобелевская премия по экономике за 2023 г. присуждена Клаудии Голдин за раскрытие роли женщин на рынке труда, которая с начала XX в. устойчиво увеличивается благодаря росту численности образованных женщин, распространению эффективных контрацептивных средств и общему изменению социальных норм. Утверждают даже, что знаменитые 3К – kinder, küche, kirche, (дети, кухня, церковь) – уже сменяются на 4Е – electricity, electronics, energy, engineering (электричество, электроника, энергетика, инженерия), – где особенно заметна активность женщин. Не осталось в стороне и предпринимательство. По мнению Р. Петерсон и К. Вермейера в конце XX в. состоялась «тихая революция в мировом масштабе, прошедшая по всем странам и континентам» [Peterson, Weiermair 1988], которая состояла в массовом проникновении женщин в сферу предпринимательства. И хотя женское предпринимательство имеет давнюю историю, научный интерес к нему возник в последнее время. В нынешнем тысячелетии его исследования настолько активизировались, что можно говорить о пристальном внимании к данной проблеме [Henry, Foss, Ahl, 2016; Jennings, Brush 2013]. Доказательством служат не только участвовавшие публикации, но и издание в 2021 г. специального выпуска Глобального мониторинга предпринимательства [Women's entrepreneurship... 2022], посвященного проблемам женщин в бизнесе.

¹ Швецова А. (2015). 8 новых исследований о женщинах в бизнесе. 01.12.2023. (<http://www.forbes.ru/forbes-woman-photogallery/zhenshchiny-v-biznese/275281-8-novykh-issledovaniy-o-zhenshchinakh-v-bizne/photo/8>).

В Российской Федерации изучение женского предпринимательства началось существенно позже в силу отсутствия объекта анализа. Однако, интерес к нему фактически совпадает с ростом интереса к указанному явлению на Западе, т.е. в конце 90-х гг. XX в. [Римашевская, Сергеева, 1995; Бабаева, Чирикова 1996; Малютина 1997; Чирикова 1998; Тончу 1998; Барсукова 1999]. В новом тысячелетии проблема получает широкое признание не только среди исследователей, о чем свидетельствует множество работ по данной тематике, но и на уровне государственных институтов, что подтверждается созданием институций и программ, направленных на развитие женского предпринимательства.

Объяснение смещения акцентов сводится к ресурсному и предпринимательскому потенциалам, которыми располагают женщины [Foss et al. 2019; Noguera et al. 2013; Jakhar, Krishna 2020]. Указанные возможности могут оказать существенное положительное влияние на экономическое развитие в виде создания новых рабочих мест и роста ВВП [Bahmani-Oskooee et al. 2013; Уткина 2017], а также на сокращение бедности [Langowitz, Minniti 2007; Пиньковецкая 2019]. В настоящее время темпы развития женского предпринимательства опережают темпы развития мужского предпринимательства [Cardella et al. 2020]. Исследования показывают, что Канада, добившись гендерного равенства, может увеличить ВВП на 150 млрд долл. США². В Соединенных Штатах, например, в 2019 г. женщины открыли 28% новых предприятий, а в 2021 г. – 49%. В Великобритании женщины управляют почти 40% микропредприятий (менее 10 занятых)³.

Некоторые авторы связывают необходимость изучения женского предпринимательства не только с его ресурсной ролью, но и с потребностью выработать политику, которая устранила бы недостатки рынка, препятствующие женщинам в их стремлении стать предпринимателями и добиться успеха [Jakhar, Krishna 2020, 38]. Таким образом, интерес к женскому предпринимательству полностью укладывается в более широкое русло исследований, в рамках которых предпринимательство трактуется как определяющий фактор экономического роста и развития, особенно учитывая вероятность того, что ограниченность материальных ресурсов может обостриться. В этой связи ожидается, что женщины-предприниматели будут активизировать инновационную функцию предпринимательства [Jakhar, Krishna 2020, 38].

Еще более значима проблема женского предпринимательства в странах с низким уровнем экономического развития. Помимо ресурсной роли, женское предпринимательство становится важным фактором борьбы с бедностью, что для указанной группы стран имеет первостепенное значение, чтобы преодолеть «ловушку бедности». Более того, в ряде таких стран доля женского предпринимательства выше, чем мужского [Gomes et al. 2014]. Россию нельзя отнести к странам с низким уровнем развития. Однако уровень и распространение бедности делает фактор самозанятости, особенно среди одиноких женщин с детьми, значимым условием экономического развития. Российская экономика получила статус рыночной, и развитие женского предпринимательства весьма положительно сказалось бы на распространении и укреплении рыночных принципов, в частности такого, как конкуренция.

Следовательно, женское предпринимательство играет существенную роль в обществе и вносит значимый вклад в экономику. Для государства – это фактор поддержания устойчивого экономического роста и социальной стабильности. Выступая в качестве бес-

² Women Entrepreneurship Strategy. (2022). 01.12.2023 (<https://ised-isde.canada.ca/site/women-entrepreneurship-strategy/en>).

³ Here's what women's entrepreneurship looks like around the world (2022). 03.05.2023 (<https://www.weforum.org/agenda/2022/07/women-entrepreneurs-gusto-gender>).

платного и относительно неограниченного производительного ресурса, предпринимательницы не только снижают социальную нагрузку на бюджеты разных уровней, но и повышают уровень доходов, тем самым способствуя сокращению бедности. В качестве руководителей бизнес-процессов женщины-предприниматели обеспечивают подготовку кадрового потенциала, который государство и общество могут эффективно использовать. Для социума значимость женского предпринимательства раскрывается в его влиянии на трансформацию гендерных взаимоотношений в сторону их демократизации. Таким образом, в обществе укореняются принципы равноправия, что поддерживает социальную стабильность. Наконец, развитие женского предпринимательства имеет и цивилизационную значимость, внося неоспоримый вклад в развитие и укрепление общечеловеческих ценностей, таких как равенство полов, право на развитие своих способностей и право на достойную жизнь.

В результате, вполне обоснованно сформулировать следующие утверждения [Women's entrepreneurship... 2021, 10]:

- женское предпринимательство – недооцененное явление, несмотря на быстрорастущую численность представительниц в данной предпринимательской группе населения во всем мире;
- актуальность проблемы состоит в том, что, не обращая внимания на потенциал женского предпринимательства, правительство лишает страну ценного источника экономического развития;
- активное участие женщин в бизнесе влияет на экономические факторы путем создания новых рабочих мест и развития экономики страны, а также на социальные – эмансипацию и самореализацию женщин.

Добавим, что причины глубокого анализа проблемы связаны с общей тенденцией эмансипации, в процессе которой присутствует стремление женщин к стиранию различий в гендерных ролях.

Цель статьи – установить степень теоретической проработанности сферы женского предпринимательства и выявить нерешенные вопросы на основе анализа результатов исследований. Особое внимание уделено таким вопросам, как мотивация женщин в предпринимательской деятельности; факторы, препятствующие женщинам в занятии бизнесом; направления политики, которые могут способствовать развитию женского предпринимательства.

Исследование женского предпринимательства

Женское предпринимательство имеет непродолжительную историю как реального существования этого рода деятельности, так и изучения самого феномена предпринимательства. Долгое время сферу предпринимательства молчаливо считали чисто мужским занятием, несмотря на непосредственное участие женщин в коммерческой деятельности. Присутствие в ней представителей дамского общества рассматривали как исключение, обусловленное особыми жизненными ситуациями. Действительно, участие женщин в бизнесе было следствием вынужденного наследственного принятия на себя соответствующих функций, т.е. продолжения семейного бизнеса из-за отсутствия наследников мужского пола. Более того, женское предпринимательство общество воспринимало как нечто чужеродное – допустимое и терпимое, но требующее исправления при первой же возможности. В такой среде оно не могло стать объектом научного интереса.

Исторический период изучения женского предпринимательства оценивают в литературе по-разному. Одни авторы датируют первую публикацию, посвященную этому фено-

мену 1950 г. [Cardella *et al.* 2020, 4], другие – 1976 г. [Gomes *et al.* 2014, 322]. Однако, вплоть до начала нынешнего тысячелетия данная тема не привлекала к себе особого внимания исследователей, о чем свидетельствует крайне малое количество публикаций. Подлинный интерес к женскому предпринимательству зарождается только после 2006 г., но отличается экспоненциальным ростом количества публикаций (рис. 1). Переломным моментом следует считать середину 1970-х гг. в. Во-первых, с указанного периода начинается неуклонно увеличиваться количество публикаций, посвященных участию женщин в предпринимательской деятельности. Во-вторых, возникает серьезная причина для стремительного роста исследований – программа администрации президента США Дж. Картера по поддержке женщин предпринимателей.

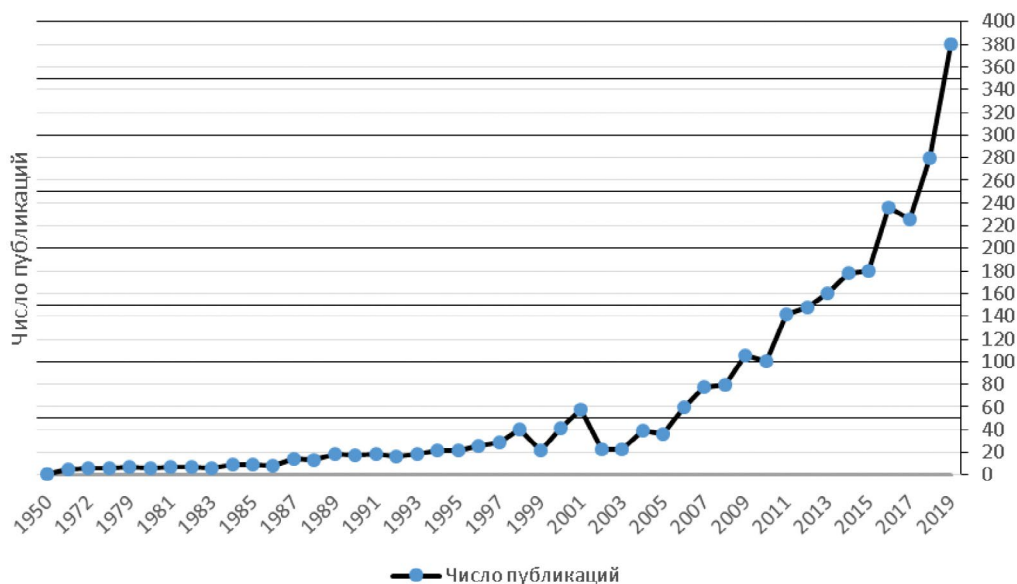


Рис. 1. Динамика количества публикаций по женскому предпринимательству

Figure 1. Dynamics of the number of publications on women's entrepreneurship

Источник: Cardella G.M., Hernández-Sánchez B.R., Sánchez-García J.C. *Women Entrepreneurship: A Systematic Review to Outline the Boundaries of Scientific Literature* // *Front. Psychol.*, 17 July 2020 Sec. *Organizational Psychology*. 2020. Vol. 11.

Source: Cardella G.M., Hernández-Sánchez B.R., Sánchez-García J.C. *Women Entrepreneurship: A Systematic Review to Outline the Boundaries of Scientific Literature* // *Front. Psychol.*, 17 July 2020 Sec. *Organizational Psychology*. 2020. Vol. 11.

Впоследствии женское предпринимательство стало объектом внимания не только ученых, но и госорганов:

1979 г. – отчет Президентской межведомственной рабочей группы по делам женщин-предпринимателей;

1998 г. – конференция о женском предпринимательстве под руководством Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР);

2003 г. – Первая Международная конференция по женскому предпринимательству;

2006 г. – специальный тематический отчет о женщинах и предпринимательстве, выпущенный Global Entrepreneurship Monitor (GEM);

2009 г. – первый выпуск Международного специализированного журнала гендера и предпринимательства (*International Journal of Gender and Enterprernership*);

2015 г. – первый доклад «Индекс женского предпринимательства» с анализом страновых условий для развития женского предпринимательства.

Изначально исследователи в качестве приоритетных ставили перед собой задачи выявить мотивацию, личностные особенности и трудности женского предпринимательства [Schwartz 1976; Decarlo, Lyons 1979]. Их работы показали, что причины, побуждающие женщин создать свой собственный бизнес, схожи с мотивами, которые стимулируют к этому и мужчин. К концу XX в. количество публикаций о женском предпринимательстве существенно возрастает. Причина – рост численности женщин среди предпринимательского корпуса и руководителей компаний вследствие более активного обращения женщин к рынку труда. В США часть такого роста была обусловлена стимулам со стороны администрации президента Дж. Картера, которая проводила программы по поддержке женщин предпринимателей [Hisrich, Brush 1984]. В России вовлечение женщин в предпринимательство было связано с резкой трансформацией рынка труда и занятости вследствие радикальных реформ 1992 г. [Римашевская, Сергеева 1995; Чирикова 1998]. Указанные публикации имели эмпирическую направленность и ставили перед собой задачу отразить профиль деловой женщины. Они не были массовыми, но проведенные в этот период исследования заложили фундамент исследования тех проблем, которые стали не только объектами последующих работ, но и опорными точками для анализа женского предпринимательства в целом.

Начало нового тысячелетия продемонстрировало не только всплеск интереса к проблеме, но и стремление к углубленному ее изучению. На первый план стали выдвигаться вопросы теории и методологии исследования женского предпринимательства, влияния политики на его развитие. Следовательно, возникла необходимость изучать причины и факторы, препятствующие расширению участия женщин в предпринимательской деятельности, а также вопросы, связанные с мотивацией и процессом создания нового бизнеса. В данный период произошло радикальное расширение географии исследований. Если публикации 1980–1990-х гг. ограничивались странами северного полушария [Hisrich et al. 1997, 323], то в новом тысячелетии к исследованию женского предпринимательства подключились представители развивающихся и постсоциалистических стран [Jakhar, Krishna 2020; Gomes et al. 2014]. Появились обзоры, в которых обобщались полученные результаты в виде основных выводов и нерешенных вопросов для дополнительного изучения [Alгада 2021]. Между тем, в литературе превалирует точка зрения, что разработка проблемы пока еще находится в зачаточном состоянии [Henry et al. 2015; Women's entrepreneurship... 2021, 17].

Таким образом, анализ результатов эмпирического анализа и библиометрических исследований затрагивает следующие основополагающие направления для изучения женского предпринимательства:

- развитие теории;
- исследование особенностей мотивации;
- причины и препятствия;
- направления и меры политики.

В первом направлении наиболее существенно в продвижении теории женского предпринимательства признание того, что предпринимательство – явление, находящееся под влиянием гендерного фактора [Ahl 2006; Pines et al. 2010]. До конца XX в. господствовала точка зрения, что женское предпринимательство не обладает спецификой и не заслуживает особого изучения. Затем была признана значимость социальных ролей и практик, кото-

рые формируются под влиянием маскулинности (сила, рациональность, решительность, смелость, соревновательность, ответственность, лидерство) и женственности (нежность, чувствительность, сострадательность, заботливость). Таким образом, возникли объективные основания для обособления и, соответственно, отдельного изучения мужского и женского предпринимательства. Тем не менее, в литературе представлены два типа понятий: «женщины-предприниматели» (women entrepreneurs или female entrepreneurs)⁴ – без оснований для выделения гендерных причин; «женское предпринимательство» (women entrepreneurship или female entrepreneurship) – подчеркнуть гендерную особенность носителя предпринимательства. В данном исследовании указанные понятия использованы как синонимы, так как особые признаки женского предпринимательства позволяют выделить его в особый тип.

Однако в публикациях существует еще несколько проблем. С одной стороны, принято различать две группы «деловых женщин» – женщина-руководитель (business woman) и женщина-предприниматель (business lady). Несмотря на то, что в профилях женщин-предпринимательниц и женщин-руководителей больше общего, чем отличий, в исследованиях обосновано положение о необходимости изучать их отдельно. Обособленный анализ аргументирован не только расхождением поведенческих характеристик, стиля управления и социального статуса, но и психологическими различиями. При этом женщины-предпринимательницы чаще обнаруживают такие признаки, как высокий уровень энергии, настойчивость и способность влиять на других. Как показывают исследования [Fagenson 1993], различия в системах ценностей двух групп имеют негендерную природу, так как они наблюдаются и среди соответствующих групп мужчин. Отметим, что в данной работе рассмотрены только проблемы, связанные с деятельностью женщин-предпринимателей. Указанный аспект существенным образом затрудняет ответ на вопрос о конкурентных преимуществах полов и в какой-то степени делает его неразрешимым. Содержательный аспект рыночной конкуренции подчеркивает, что проявление конкурентных преимуществ – прежде всего фактор времени и места. На основании данного обстоятельства и с опорой на особенности женской психологии (сдержанность и гибкость, склонность к компромиссам и постановке долгосрочных целей) можно предположить, что конкурентные преимущества предпринимательниц возникнут в рыночных ситуациях, требующих ожидания и выдержки, а, следовательно, с решениями долгосрочного характера.

С другой стороны, некоторые исследователи, опираясь на особенности поведения, подразделяют занятых в бизнесе женщин на предпринимательниц и собственников бизнеса [Welter et al. 2006]. В сущности, присутствует идентичная проблема, что и в отношении мужского предпринимательства. Вопрос о том, какую деятельность следует считать женским предпринимательством, до сих пор стоит перед учеными. Одни исследователи включают только ту деятельность, которая соответствует шумпетерианскому пониманию предпринимательства, – принятие на себя риска в связи с инновационной деятельностью [Adom and AsarteYeboa 2016; Humbert and Brindley 2015]. Другие – любую деятельность, связанную с бизнесом как профессиональным занятием [Dolinsky et al. 1993; Marlow 2002; Welch et al. 2008; Hughes et al. 2012; Hecheverria et al. 2019; Santos et al. 2018; Deng et al. 2020], т.е. включая в корпус предпринимателей владельцев бизнеса и всех самозанятых.

⁴ Women's entrepreneurship and self-employment, including aspects of gendered Corporate Social Responsibility (2021). Ed. Bastida M. Policy Department for Citizens' Rights and Constitutional Affairs Directorate-General for Internal Policies PE 694.301. European Parliament. 15.02.2024. (<http://www.europarl.europa.eu/supporting-analyses>).

Решение указанного вопроса во многом зависит от общего понимания предпринимательства. В настоящее время господствует подход, согласно которому оно трактуется как образ мышления, который позволяет людям задействовать свою мотивацию и потенциал для новаторских действий. Предпринимателем считается любой, чья деятельность связана с извлечением дохода посредством рыночных операций. На практике такое понимание трансформируется в отнесение к предпринимателям лиц, работающих в бизнесе или находящихся в процессе его создания. Учитывая, что фактологические данные о предпринимательстве (в том числе и женском) подавляющее большинство ученых собирает на основании данной трактовки, в представленном исследовании автор будет придерживаться указанного направления. Такой подход справедлив и для изучения женского предпринимательства в развивающихся странах, где оно практически полностью представлено в форме samozанятости женщин.

Более того, возникает второе направление исследований через выявление уникальных поведенческих характеристик, которые позволяют зафиксировать особенности женского предпринимательства, т.е. выявить специфические черты, отличающие его от мужского (мотивация, источники финансирования, стиль управления, сетевые контакты, достижения) [Isakova et.al. 2006]. Главная задача – показать, что специфика поведения женщин в предпринимательской сфере обусловлена «женской природой». Результаты исследований оказались весьма скромными и размытыми. С одной стороны, поиск различий между мужчинами и женщинами затрагивал преимущественно такие параметры, как демография и семейное состояние, образование и квалификация, что мало способствует раскрытию гендерной специфики в предпринимательской деятельности. С другой стороны, значимые отличия относились к аспектам личностного характера, а не гендерного [Carter 1989; Wilkens 1989]. Они объяснялись различиями в мотивации и личностных амбициях предпринимателей, но не в их половой принадлежности. Например, Лихи и Эггертс обнаружили⁵, что многие исследования женского предпринимательства опираются на стереотипы, согласно которым определенные женские навыки – это следствия их сущности. Однако данный факт не соответствует действительности. Например, ученые показали, что вопреки распространенному мнению, женщины-предприниматели сосредотачивают свое внимание отнюдь не на людях, а на задачах.

Следовательно, используемые в настоящее время методики не позволяют получить однозначные ответы на вопросы о специфике женского предпринимательства. Неслучайно корпус его исследователей разделился на две группы. В первую входят последователи, которые рассматривают женское предпринимательство как разновидность мужского. В другую – сторонники выделения женского предпринимательства в особый тип деятельности, которая находится под влиянием исключительно особенностей женской природы. Однако в обоих случаях отсутствует аргументация, позволяющая увидеть сущностные различия мужского и женского предпринимательства. Проблема в том, что в каждом конкретном сравнении можно выделить различия. Однако невозможно однозначно определить, чем они вызваны. Вероятно, и гендерные особенности представлены в выявленных различиях. Тем не менее, они могут быть и следствием специфики рыночной ситуации или конкретной личности – отличить одно от другого довольно сложно. Очевидно, что в настоящее время главный фактор сдерживания развития женского предпринимательства – социальная нагрузка, которую несут на себе женщины (ведение домашнего хозяйства, воспитание детей и уход за родными).

⁵ Leahy K. T., Eggers J. H. (1998). Is gender still a factor in entrepreneurial leader behavior? *Frontiers of Entrepreneurship Research*. 01.12.2023. (http://www.babson.edu/entrep/fer/papers98/V/V_F/V_F_text.htm > MasterCard Index of Women Entrepreneurs).

Таким образом, по мере уравнивания гендерных ролей и развития сферы услуг, связанных с воспитанием подрастающего поколения и ведением домашнего хозяйства, активность женщин в сфере предпринимательства будет возрастать. Росту будет способствовать и развертывание сервисной экономики, в которой можно ожидать более рельефного проявления преимуществ женского предпринимательства в сравнении с мужским.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

- Алгада Х. (2021) Женское предпринимательство как предмет научных исследований // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. Т. 2. № 1. С. 5–12.
https://doi.org/10.51965/2076-7919_2021_2_1_5
- Algada H. (2021) Women's entrepreneurship as a subject of scientific research. *Vestnik Volzhskogo universiteta imeni V.N. Tatishcheva*. Vol. 2, no. 1, pp. 5–12.
https://doi.org/10.51965/2076-7919_2021_2_1_5 (In Russ.)
- Бабаева Л.В., Чирикова А.Е. (1996) Женщины в бизнесе // Социологические исследования. № 3. С. 75–81.
- Babaeva L.V., Chirikova A.E. (1996) Women in business. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. no. 3, pp. 75–81. (In Russ.)
- Барсукова С.Ю. (1999) Специфика женского предпринимательства: гендерная специфика российского бизнеса // Экономическое обозрение. № 1. С. 142–150.
- Barsukova S.Yu. (1999) Specifics of Women's Entrepreneurship: Gender Specifics of Russian Business. *Ekonomicheskoe obozrenie*. no. 1, pp. 142–150. (In Russ.)
- Верховская О.Р. (2022) Мониторинг предпринимательской активности. Россия 2022/2023. СПб.: ВШБ СПбГУ. 51 с.
- Verhovskaya O.R. (2022) Monitoring predprinimatel'skoi aktivnosti. Rossiya 2022/2023 [Monitoring of entrepreneurial activity. Russia 2022/2023]. Saint Petersburg: VShB SPbGU. 51 p.
- Малютина Г. (1997) Женское предпринимательство: проблемы и перспективы // Бизнес и политика. № 9. С. 107–112.
- Malyutina G. (1997) Women's Entrepreneurship: Problems and Prospects. *Biznes i politika*. no. 9, pp. 107–112. (In Russ.)
- Пиньковецкая Ю.С. (2018) Женская предпринимательская активность и ее отраслевая структура // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». № 4 (64). С. 126–137.
<https://doi.org/10.25513/1812-3988.2018.4.126-137>
- Pin'koveckaya Yu.S. (2018) Women's entrepreneurial activity and its sectoral structure. *Herald of Omsk University. Series «Economics»*. no. 4 (64), pp. 126–137.
<https://doi.org/10.25513/1812-3988.2018.4.126-137> (In Russ.)
- Пиньковецкая Ю.С. (2019) Развитие женского предпринимательства в России: управленческий анализ // Вопросы управления. № 2 (38). С. 122–131. <https://doi.org/10.22394/2304-3369-2019-2-122-131>
- Pin'koveckaya Yu.S. (2019) Development of Women's Entrepreneurship in Russia: Management Analysis. *Voprosy upravleniya*. no. 2 (38), pp. 122–131.
<https://doi.org/10.22394/2304-3369-2019-2-122-131> (In Russ.)
- Римашевская Н.М., Сергеева Т.П. (1995) Женщины на российском рынке труда // Социологические исследования. № 7. С. 57–61.
- Rimashevskaya N.M., Sergeeva T.P. (1995) Women on the Russian labor market. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. no. 7, pp. 57–61. (In Russ.)
- Тарануха Ю.В. (2022) Что мешает переходу к креативному предпринимательству? // Общественные науки и современность. № 3. С. 67–87. <https://doi.org/10.31857/S0869049922030054>

Taranuha Yu.V. (2022) What prevents the transition to creative entrepreneurship? *Obshchestvennyye nauki i sovremennost'*. no. 3, pp. 67–87. <https://doi.org/10.31857/S0869049922030054> (In Russ.)

Тончу Е. (1998) Женское предпринимательство в России. Как организовать свое дело. СПб.: Общество «Знание России». 284 с.

Tonchu E. (1998) Zhenskoe predprinimatel'stvo v Rossii. Kak organizovat' svoe delo [Women's entrepreneurship in Russia. How to organize your own business]. Saint Petersburg: Obshchestvo «Znanie Rossii». 284 p.

Уткина Н.Ю. (2017) Объективные и субъективные факторы развития женского предпринимательства в России // Женщина в российском обществе. № 1 (82). С. 17–28. <https://doi.org/10.21064/WinRS.2017.1.2>

Utkina N.Yu. (2017) Objective and subjective factors in the development of women's entrepreneurship in Russia. *Zhenshchina v rossiiskom obshchestve*. no. 1 (82), pp. 17–28. <https://doi.org/10.21064/WinRS.2017.1.2> (In Russ.)

Чирикова А. (1998) Женщина во главе фирмы. М.: Институт социологии РАН. 358 с.

Chirikova A. (1998) Zhenshchina vo glave firmy. [A Woman at the Head of the Firm]. Moscow: Institut sociologii RAN. 358 c. (In Russ.)

Чирикова А.Е. (2000) Женщина во главе фирмы (проблемы становления женского предпринимательства в России) // Вопросы экономики. № 3. С. 94–102.

Chirikova A.E. (2000) Woman at the Head of the Firm (problems of Women's Entrepreneurship in Russia) // *Voprosy ekonomiki*. no. 3, pp. 94–102. (In Russ.)

Шмелева А.Н., Алгада Х. (2020) Женское предпринимательство в России и за рубежом: обзор проблем развития // Компетентность. № 8. С. 20–27. <https://doi.org/10.24411/1993-8780-2020-10802>

Shmeleva A.N., Algada H. (2020) Women's Entrepreneurship in Russia and Abroad: Overview of Development Challenges. *Competency*. no. 8, pp. 20–27. <https://doi.org/10.24411/1993-8780-2020-10802> (In Russ.)

Bahmani-Oskooee M., Kutan M.A., and Xi D. (2013) The Impact of Economic and Monetary Uncertainty on the Demand for Money in Emerging Economies // *Appl. Econ*. no. 45. Pp. 3278–3287. <https://doi.org/10.1080/00036846.2012.705430>

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*. no. 6(3). Pp. 242–276. <https://doi.org/10.1504/IJEV.2014.064691>

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*. no. 23(3). Pp. 227–236. <https://doi.org/10.1023/B:SBEJ.0000032032.21192.72>

Buttner E. H., Rosen B. (1988) Bank Loan Officers' Perceptions of the Characteristics of Men, Women, and Successful Entrepreneurs // *Journal of Business Venturing*, Amsterdam. Vol. 3. Issue 3. Pp. 249–258. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(88\)90018-3](https://doi.org/10.1016/0883-9026(88)90018-3)

Cardella G.M., Hernández-Sánchez B.R., Sánchez-García J.C. (2020) Women Entrepreneurship: A Systematic Review to Outline the Boundaries of Scientific Literature // *Front. Psychol*. Vol. 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01557>

Carter S. (1989) The dynamics and performance of female-owned entrepreneurial firms // *Journal of Organizational Change Management*. Bradford. Vol. 2. Issue. 3. Pp. 54–64. <https://doi.org/10.1108/09534818910006060>

Decarlo J.F., Lyons P.R. (1979) A comparison of selected personal characteristics of minority and non-minority female entrepreneurs // *Journal of Small Business Management*. Vol. 17. Issue. 4. Pp. 222–229. <https://doi.org/10.5465/AMBPP.1979.4977629>

Enterprising Women in Transition Economies (2006) / Edited by F. Welter, D. Smallbone and N. Isakova // Ashgate Publishing Company, England. Pp. 67–68.

- Fagenson E.A. (1993) Personal Value Systems of Men and Women Entrepreneurs Versus Managers // *Journal of Business Venturing*. Vol. 8. Issue 5. Pp. 409–430. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(93\)90022-W](https://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90022-W)
- Foss L., Henry C., Ahl H., Mikalsen G.H. (2019) Women's Entrepreneurship Policy Research: A 30-year Review of the Evidence // *Small Business Economics*. Springer. Vol. 53. Issue 2. Pp. 409–429. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-9993-8>
- Gomes Almiraiva Ferraz, Santana Wesley Gusmão Piau, Araújo Uajará Pessoa, Martins Caroline Miriã Fontes (2014) Female Entrepreneurship as Subject of Research // *Revue business management*. Vol. 16. Issue 51. Pp. 319–342. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v16i51.1508>
- Hechavarria D.M., Terjesen S.A., Ingram A.E., Renko M., Justo R., Elam A. (2017) Taking Care of Business: The Impact of Culture and Gender on Entrepreneurs' Blended Value Creation Goals // *Small Business Economics*. Vol. 48. Issue 1. Pp. 225–257. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9747-4>
- Henry, C., Foss, L., & Ahl, H. (2016) Gender and Entrepreneurship: A Review of Methodological Approaches // *International Small Business Journal*. no. 34(3). Pp. 217–241. <https://doi.org/10.1177/0266242614549779>
- Hisrich R. D., Brush C. (1984) The Woman Entrepreneur: Management Skills and Business Problems // *Journal of Small Business Management*. Vol. 22. Issue. 3. Pp. 30–37.
- Hisrich, R., Brush, C., Good, D., & DeSouza, G. (1997). Performance in Entrepreneurial Ventures: Does Gender Matter? *Frontiers of Entrepreneurship*, Babson College. 384 p.
- Isakova N.B., Krasovska O., Kavunenko L., Lugovy A. (2006) Entrepreneurship in the Ukraine: A Male Female Comparison // *Enterprising Women in Transition Economies*. Ed.: F.Welter, D.Smallbone and N.Isakova. England: Ashgate Publishing Company. Pp. 17–43
- Jakhar R., Krishna C. (2020) Women Entrepreneurship: Opportunities and Challenges (A Literature Review) // *International Journal of Management and Information Technology*. no. 5(2). Pp. 38–42.
- Jennings, J.E., Brush, C.G. (2013) Research on Women Entrepreneurs: Challenges to (and from) the Broader Entrepreneurship Literature? // *The Academy of Management Annals*. no. 7. Pp. 661–713.
- Kepler E., Shane S. (2007) Are Male and Female Entrepreneurs Really That Different? Washington, DC: Office of Advocacy, US Small Business Administration. 59 p.
- Klapper L.F., Parker, S.C. (2011) Gender and the Business Environment for New Firm Creation // *The World Bank Research Observer*. no. 26(2). Pp. 237–257. <https://doi.org/10.1093/wbro/lkp032>
- Langowitz N., Minniti M. (2007) The Entrepreneurial Propensity of Women // *Entrepreneurship*. no. 31. Pp. 341–364. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00177.x>
- Noguera, M., Álvarez, C., and Urbano, D. (2013) Socio-Cultural Factors and Female Entrepreneurship // *International Entrepreneurship Management* no. 9. Pp. 183–198. <https://doi.org/10.1007/s11365-013-0251-x>
- Panda S., Dash S. (2014) Constraints Faced by Entrepreneurs in Developing Countries: A Review and Assessment // *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*. Vol. 10. Issue 4. Pp. 405–421. <https://doi.org/10.1504/WREMSD.2014.064951>
- Pérez-Pérez C., Avilés-Hernández M. (1916) Explanatory Factors of Female Entrepreneurship and Limiting Elements // *Negocios*. Vol. 7. Issue. 15. Pp. 1–72. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.12.004>
- Peterson, R., Weiermair K. (1988) Women Entrepreneurs, Economics Development and Change // *Journal of Development Planning, Entrepreneurship and Economic Development* (United Nations Publication, New York). Pp. 95–111.
- Raina S. (2016) Research: the gender gap in startup success disappears when women fund women. *Harvard Business Review*.
- Schwartz E.B. (1976) Entrepreneurship: a New Female Frontier // *Journal of Contemporary Business*. Vol. 5. Issue. 1. Pp. 47–76. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2684511>

Verheul, I., Stel, A.V., Thurik, R. (2006) Explaining Female and Male Entrepreneurship at the Country Level // Entrepreneurship and Regional Development. no. 18(2). Pp. 151–183.

<https://doi.org/10.1080/08985620500532053>

Women's Entrepreneurship Report: From Crisis to Opportunity. GEM 2021/22. 183 p.

Информация об авторе

Тарануха Юрий Васильевич, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры политической экономики Экономического факультета, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова. Адрес: 199991, Россия, Москва, Ленинские горы, д. 1, стр. 46. E-mail: yu.taranukha@mail.ru

About the author

Yury V. Taranukha, Doctor of Sciences (Economics), Professor, Professor of the Department of Political Economy, Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University. Address: Leninskie Gory, 1, bld. 46, Moscow, 199991, Russia. E-mail: yu.taranukha@mail.ru

Статья поступила в редакцию / Received: 12.03.2024

Статья поступила после рецензирования и доработки / Revised: 03.09.2024

Статья принята к публикации / Accepted: 11.11.2024