

НИНА ИСАКОВА,

кандидат экономических наук, старший научный сотрудник Центра исследований научно-технического потенциала и истории науки НАН Украины

ЛИДИЯ КАВУНЕНКО,

кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник Центра исследований научно-технического потенциала и истории науки НАН Украины

ФРИДЕРИКЕ ВЕЛТЕР,

старший исследователь научно-исследовательской группы "Ремесла и малые и средние предприятия" Рейн-Вестфальского института экономических исследований (Германия)

ДЕВИД СМОЛЛБОУН,

профессор, руководитель Центра исследований экономического развития и предпринимательства Бизнес-школы университета Мидлсекс (Великобритания)

Предприниматели-женщины в Украине: путь в бизнес

Abstract

The paper considers main characteristics and types of female entrepreneurs in Ukraine on the background of results of a study on female entrepreneurship in transition economies. The authors conclude that female entrepreneurship is playing a significant role in modernization of post-Soviet society, changing the attitude of public to women. Entrepreneurial activity has an impact on personal features and settings of a female entrepreneur, and this reduces the number of "reluctant" entrepreneurs and increases the entrepreneurial potential of the nation.

Женское предпринимательство в странах переходной экономики развивается в сложных условиях трансформации не только экономики, но и стереотипов общества. Л.Дегтярь отмечает возрождение патриархальных взглядов на роль женщины в обществе и выделяет ряд тенденций:

- Возрождается и укрепляется традиционное распределение семейных ролей, общественное мнение высоко ценит женщину, посвящающую себя семье. В известной мере — это ответ на чрезмерно высокую занятость женщин в производственной сфере, признак возрождения индивидуалистических и семейных ценностей в противовес насаждавшемуся в прошлом коллективизму;
- Восстанавливается авторитет церкви с ее традиционными взглядами на место женщины в обществе и ее репродуктивные права;
- Символ женщины-матери широко используется в качестве инструмента национальной политики; повышение рождаемости рассматривается как путь возрождения нации” [1, с. 67].

По мнению Т.Журженко, хотя демократические реформы в постсоветских обществах создали условия для развития независимого женского движения и активной защиты женщинами своих экономических и политических прав, положение женщин ухудшилось, выросла женская безработица, разрушена система социальной защиты [2, с. 175]. Современная профессионально-отраслевая структура занятости женщин также подтверждает укрепление традиционных начал в социально-экономической сфере [3].

Как и в начале 1990-х годов, женщины по-прежнему сталкиваются с барьерами на пути реализации их экономических прав в области предпринимательства, в том числе и социально-психологическими. Доминирующим остается мнение о том, что бизнес — занятие для мужчин, и если женщина имеет свой бизнес, она должна следовать принятым жестким правилам. Общество снисходительно смотрит на тех женщин, которых нищета толкнула в бизнес, преимущественно в торговлю, что помогает им прокормить свою семью и сводить концы с концами. Другой стереотип предпринимателя-женщины, широко распространенный в общественном сознании, — это одинокая (разведенная) женщина, которая не смогла успешно выйти замуж и опять-таки *вынуждена* самоутверждаться на поприще бизнеса. Научные публикации по проблемам женского предпринимательства, в том числе в странах переходной экономики, представляют не столь упрощенную типологию женщин-предпринимателей, хотя тип “предпринимательниц поневоле” присутствует во многих классификациях, включая принадлежащие западным исследователям [4; 5].

В данной статье авторы используют результаты своего научного проекта “Женское предпринимательство в переходных экономиках: пример Украины, Молдовы и Узбекистана”¹ (2001–2003), позволяющие представить все разнообразие типов женщин в бизнесе в переходный период. В Украине были опрошены 297 женщин-предпринимателей и для сравнения 81 мужчина-предприниматель (июль–сентябрь 2002 года), а также проведены 36 углубленных интервью с женщинами-предпринимателями и 4 — с мужчи-

¹ Проект выполнен при финансовой поддержке программы ИНТАС Европейского Союза № 00-00843

нами-предпринимателями (февраль–май 2003 года). В опросе приняли участие владельцы предприятий без нанятого персонала и с количеством работающих до 50 человек. По видам деятельности предприятия включали производство и строительство (21%), торговлю (28%), услуги (50%) и агробизнес (1%). Большинство опрошенных являются владельцами фирм с персоналом численностью до 10 человек, еще треть (31%) — с персоналом численностью 10–49 человек. Самую малочисленную группу составляют индивидуальные предприниматели (8%). Среднее число нанятого персонала составило 10 человек. Производственные фирмы были крупнее (в среднем 16 человек), чем фирмы в секторах торговли (8 человек) и услуг (9 человек). Сравнение данных 2002 года с данными 2001 года показало, что за это время численность персонала предприятий почти не изменилась.

“Возраст” предприятий, представители которых участвовали в опросе, составил от трех месяцев до 14 лет. В основном в опросе были охвачены предприятия со сроком работы более 60 месяцев (38%) и 31–60 месяцев (38%). Небольшой процент составили предприятия “возрастом” от 13 до 30 месяцев (15%) и “моложе” 12 месяцев (9%). Подавляющее большинство предприятий (77%) находятся в частной собственности. Представлены также коллективные (18%) и совместные предприятия (3%). Среди всех предприятий было 87% вновь созданных, 8% реструктурированных и 5% приватизированных.

Таблица

Распределение женщин-предпринимателей по возрасту и семейному положению, %

Демографические категории	Сферы предпринимательской деятельности				
	Производство N = 62	Торговля N = 82	Услуги N = 149	Агробизнес N = 4	Всего по выборке N = 297
Возрастная категория					
20–29 лет	8,1	13,4	10,7	25,0	11,1
30–39 лет	21,0	28,0	36,2	50,0	31,0
40–49 лет	45,2	42,7	30,2	25,0	36,7
50–59 лет	22,6	15,9	22,1	–	20,2
60 лет и более	3,2	–	0,7	–	1,0
Семейное положение					
Не замужем	6,5	8,5	8,7	–	8,1
Замужем	83,9	62,2	72,5	100	72,4
Разведена	6,5	25,6	16,8	–	16,8
Неофициальный брак	1,6	1,2	–	–	0,7
Вдова	1,6	2,4	2,0	–	2,0

В опросе принимали участие женщины всех возрастов, однако доминировали две возрастные группы: от 40 до 49 лет и от 30 до 39 лет (табл.). Большинство опрошенных предпринимателей-женщин замужем (чаще всего имеют одного ребенка), но были представлены и разведенные женщины, не-

замужние и вдовы. Женщины-предприниматели, как правило, имеют высшее (73%) или среднее специальное образование (24%), что еще раз подтверждает высокий образовательный уровень владельцев малых предприятий в странах переходной экономики. В основном до занятия бизнесом женщины работали в государственной непроизводственной сфере или на государственном предприятии, однако довольно большая доля тех, кто работал в частном секторе на другого владельца (22%). Таким образом, прежде чем начать свое дело, часть предпринимательниц уже имели опыт ведения бизнеса. Можно сказать, что при ограниченных финансовых ресурсах эти женщины начинают свой бизнес, имея, по крайней мере, начальные навыки ведения бизнеса.

Некоторым женщинам принадлежит более одной фирмы, преимущественно в секторе услуг. Больше трети женщин прошли тренинг по менеджменту, особенно это характерно для предприятий с персоналом более 10 человек. Владельцы имели некоторый опыт менеджмента, однако чаще всего на государственной службе, что не совсем соответствует особенностям управления частной фирмой. Для большинства предшествующий опыт работы пригодился для ведения бизнеса, но в некоторых случаях бизнес никак не был связан с предыдущей работой.

Важным вопросом для понимания сущности такого явления, как женское предпринимательство в переходной экономике, является мотивация предприниматель-женщин при открытии собственного дела. Почему женщины приходят в бизнес и как они приходят в бизнес? Во многом это определяет стратегии выживания бизнеса, его успешность и дальнейшее развитие. В Украине, судя по ответам опрошенных женщин, чаще всего причиной является стремление женщины быть независимой (работать независимо) (25%). Что подразумевается под этим стремлением? Исторически сложилось так, что в советское время большинство женщин не могли себе позволить не работать и выполнять только функцию жены/матери, то есть в семье женщины экономически были независимы. Можно предположить, что предприниматель-женщины стремятся быть независимыми не от мужей (семьи), как это часто бывает в странах с низким уровнем участия женщин в экономической жизни страны. Скорее разочарование правительством, которое было неспособно обеспечить их в первые годы перестройки оплачиваемой работой, заставило многих женщин взять на себя ответственность за свое трудоустройство. Можно сказать, что предприниматель-женщины открывают собственное дело, чтобы быть независимыми от любых колебаний на рынке труда. Конечно же, экономическая независимость от мужа, семьи, работодателя может быть одной из составляющих мотивации обращения к бизнесу.

В 18% случаев предприниматель-женщины начинали свое дело, оставшись без оплачиваемой работы, хотя только 1% приходится на тех, кто был безработным перед открытием бизнеса. Эта разница объясняется известным явлением скрытой безработицы, характерной для начала 1990-х годов в Украине, когда значительная часть трудоспособного населения работала без оплаты или находилась в неоплачиваемых отпусках. Нужда заставила прийти в бизнес 14% предприниматель-женщин, для которых получение дохода было главным мотивом. Женщины, занятые в торговом бизнесе или работающие без нанятого персонала, чаще, чем другие категории, указывали, что безработица или потребность в доходе привели их в бизнес. Женщи-

ны, занятые в секторе производства или услуг, чаще других открывали свое дело в ответ на рыночные возможности и/или имея для этого определенные ресурсы (умения и навыки, но не финансы). По сравнению с женщинами, мужчины чаще приходили в бизнес в силу наличия ресурсов, включая финансы, знания, умения, навыки, связи (21% мужчин и 6% женщин).

Двойная нагрузка женщин — совмещение работы (бизнеса) и семейных обязанностей является существенной характеристикой, которая влияет на успех в бизнесе. Большинству женщин-предпринимателей бизнес не мешает выполнять семейные обязанности, только 19% женщин считают, что он отвлекает от домашних дел, прежде всего, у них не остается времени на общение с детьми. Чаще всего мужья и другие члены семьи одобряют и поддерживают занятия женщин бизнесом (54%), еще 31% составляют те, кто работает в бизнесе вместе с мужем. Очень незначительный процент случаев, когда занятия бизнесом не одобряются в семье (5%). Чаще неодобрение касается женщин, которые ведут бизнес в торговле или являются индивидуальными предпринимателями без нанятого персонала. Помощь со стороны мужей и родственников выражается преимущественно в советах и эмоциональной поддержке. Однако предприниматели-женщины чаще, чем мужчины, получают от своих супругов помощь в виде финансовых ресурсов (25% по сравнению с 11%). Относительно распределения семейных обязанностей женщины ответили следующее: 51% женщин считают распределение справедливым, некоторые думают, что могли бы больше внимания уделять семье (20%), другие наоборот полагают, что члены их семьи могли бы вносить больший вклад в работу по дому (22%).

Данные опроса позволили выявить некоторые гендерные различия характеристик предпринимателей-женщин и предпринимателей-мужчин и их предприятий. По мнению предпринимателей-женщин, успех или проблемы в бизнесе не связаны с их полом. Однако мужчины склонны считать, что пол влияет на управление бизнесом и женщины менее успешны (по разным аспектам управления бизнесом от 43% до 73% ответов мужчин). Эти оценки косвенно характеризуют доминирующее отношение бизнес-сообщества к предпринимателям-женщинам, которых не всегда воспринимают как равных партнеров по бизнесу. У женщин в среднем ниже самооценка своих способностей к бизнесу (4,0 балла по пятибалльной шкале по сравнению с 4,4 балла у мужчин).

Предприниматели-женщины более остро ощущают проблему стартового капитала: 51% женщин признают, что это была основная проблема на старте (37% мужчин). Проблема финансов и со временем сохраняется и, хотя и уходит на третье место после налогов и законодательства, для женщин более актуальна, чем для мужчин (23% женщин, 8% мужчин). Было выявлено, что женщины больше боятся риска при привлечении внешних финансовых средств: 38% женщин не берут кредит только по этой причине (у мужчин боятся рисковать 20%). Если судить по таким показателям, как рост оборота продаж, соотношение доходов и затрат и экспортная деятельность, женщины работают в бизнесе менее успешно¹. За последний год оборот про-

¹ Контрольная мужская группа соответствует женской выборке по численности предприятий, видам деятельности и стажу работы.

даж вырос в 47% случаев у женщин и в 82% случаев у мужчин. За 12 месяцев 2001–2002 годов в 28% случаев доходы женщин-предпринимателей превышали затраты по сравнению с 63% предпринимателей-мужчин. 73% женщин не имеют рынков в Украине за пределами своего региона (68% мужчин); зарубежных рынков не имеют 96% женщин и 91% мужчин.

Данные проекта свидетельствуют, что характерной особенностью женского предпринимательства является его неоднородность. Обобщение результатов опроса и углубленных интервью позволило авторам выявить несколько типичных групп предпринимателей-женщин в переходной экономике:

- предприимчивые предприниматели;
- предприниматели-профессионалы;
- владельцы/совладельцы объектов малой приватизации;
- вынужденные предприниматели (включая теневых предпринимателей);
- владельцы семейного бизнеса;
- молодые предприниматели.

В основу типологии положены различия в мотивации для начала бизнеса, в целях бизнеса, в наличии ресурсов для открытия своего дела и в бизнес-стратегиях. Результаты углубленных интервью предоставляют иллюстративный материал для характеристики указанных типов предпринимателей-женщин.

С точки зрения развития и роста бизнеса, самым перспективным типом можно считать *предприимчивых предпринимателей*. Эта группа предпринимателей немногочисленна, и, как правило, они начинают бизнес в ответ на рыночные возможности и ориентированы на рост предприятия. Примером может служить владелица фирмы по производству трикотажных изделий в Киеве, которая пришла в бизнес в 1995 году, узнав о возможности арендовать оборудование на государственной трикотажной фабрике и зная потребности внутреннего рынка в товарах легкой промышленности. До открытия своего дела предпринимательница работала в научном учреждении, имеет ученую степень кандидата наук. Предприятие было зарегистрировано без какой-либо внешней помощи. Со временем оборудование было выкуплено, и фирма приобрела постоянную клиентуру среди индивидуальных и корпоративных потребителей. В планах предприятия — снять более дешевое помещение и приобрести новое оборудование из Германии. Несмотря на успешную деятельность, предпринимательница не успокаивается на достигнутом и стремится передать приобретенный опыт ведения бизнеса другим. Она публикует статьи по проблемам бизнеса, а в рамках деятельности общественной организации проводит исследования по малому бизнесу, тренинги для тех, кто хочет начать свое дело в депрессивных регионах страны.

Предприниматели-профессионалы менее предприимчивы, чем вышеописанный тип. Как правило, они приходят в бизнес, используя “капитал” своих знаний, умений и навыков; бизнес для них является возможностью заниматься своей профессией независимо, получая максимально возможный доход и удовлетворение от реализации своих способностей. Обычно это люди интеллектуального труда — врачи, преподаватели, аудиторы, юристы,

переводчики или другие специалисты (закройщицы, кондитеры и др.). Одна из опрошенных предпринимателей-женщин в Сумах, имея 21 год трудового стажа в строительстве и высшее строительное образование, учредила собственную строительную фирму в 1997 году. Стартового капитала не было, и фирма начала работать, используя предоплату клиентов. Оборотные средства были самой серьезной проблемой на начальном этапе, но репутация специалиста высокого уровня и контакты с потенциальными клиентами, которые удалось приобрести, работая на другого частного предпринимателя, помогли сохранить фирму и наладить стабильный бизнес без внешней финансовой помощи. По словам предпринимательницы, работа на себя приносит ей удовольствие, дает силы и уверенность в себе. Она планирует активно заниматься своим бизнесом до 60 лет, а затем передать свое дело наследникам.

Еще одним типом предпринимателей-женщин являются *владельцы объектов малой приватизации* — магазинов, ателье, парикмахерских и пр. Бизнес не был для них самостоятельным выбором, но мало кто из этих людей оставил свою работу. Изменилась форма собственности этих предприятий и отношения с внешней средой. Те руководители (многие из которых женщины), кто сумел адаптироваться к новым условиям, изменить стиль руководства и управления предприятием, стали успешными предпринимателями.

Вынужденные предприниматели, по оценкам экспертов, составляют большинство предпринимателей-женщин. Отличительной чертой этой категории является то, что они не хотели заниматься бизнесом, и основной причиной прихода в бизнес стала материальная заинтересованность. Отсутствие альтернативных возможностей зарабатывать на жизнь и необходимость содержать семью привели их в бизнес. Чаще всего эта категория встречается среди тех, кто занимается мелкой розничной торговлей, в том числе среди “челноков”. На вопрос, остались ли бы вы в бизнесе, если бы вам предложили другую работу с аналогичным заработком, они отвечают отрицательно. Следует отметить, однако, что не все вынужденные предприниматели остаются в данной категории. Некоторые, придя в бизнес поневоле, приобретают опыт предпринимательской деятельности и начинают работать с увлечением, расширяя или изменяя виды деятельности и ставя новые цели — не только получить доход, но и преуспеть в бизнесе. Для сравнения рассмотрим два случая.

Предприниматель-женщина из Черновцов занимается розничной торговлей женской одеждой на базаре, “импортируя” товар из Польши. Свой первый торговый патент она оформила в 1994 году. До перестройки работала сварщицей на предприятии с вредным производством, которое практически перестало функционировать к 1991 году. Оставшись без средств к существованию, женщина несколько лет работала по найму на рынке на частного предпринимателя, а затем оформила собственный торговый патент; вела торговлю сначала по тетради учета товаров, а затем перешла на фиксированный налог. Бизнес шел неплохо, и со временем предпринимательница купила собственный контейнер, который в народе называют “жабка”. Наиболее успешным бизнес был в начале деятельности, торговля приносила значительную прибыль. На Черновицкий рынок приезжали покупатели со всей Украины, в том числе и оптовые. Если в первые годы можно было гово-

речь о расширении деятельности (покупка «жабки», расширение ассортимента товара), то теперь речь идет только о выживании фирмы. Торговые обороты постоянно уменьшаются из-за низкой покупательной способности населения и возросшей конкуренции. Предпринимательница отмечает крайне недоброжелательное отношение продавцов на рынке друг к другу, тяжелую психологическую обстановку. В 2002 году (на момент интервью) фирма практически была поставлена на грань выживания. Ситуация усложняется введением визового режима с Польшей, что предполагает безвизовый въезд. Эта мера лишит такого рода предприятия источника поставки товара. Проблемы в бизнесе предпринимательница не связывает со своим полом, считая, что все зависит от способностей, удачи и везения. Она отмечает, что ее работа не приносит ей личного удовлетворения, ей не нравится то, чем она занимается. Положительным моментом, связанным с бизнесом, для нее является материальный фактор, возможность обеспечивать семью самым необходимым. Она бы с радостью работала по найму, если бы ей платили хорошую зарплату.

Второй случай — торговая фирма в Харькове, учрежденная в 2000 году с количеством нанятого персонала 4 человека. Фирма занимается розничной торговлей кисломолочными продуктами отечественного производства и арендует киоск-магазин в одном из жилых районов города. Доход в основном покрывает затраты: средства от продаж позволяют предприятию осуществлять закупки товара, платить налоги. Торговля является единственным и основным видом деятельности для этой предпринимательницы. Других фирм и другой занятости по найму у нее нет. Она пришла в бизнес вынужденно. После окончания библиотечного факультета Института культуры работала в районной библиотеке. Низкая заработная плата и нерегулярные ее выплаты заставили искать альтернативу. С 1997 года она стала работать у своего брата, который затем продал ей бизнес за символическую плату. Предприятие работает стабильно, а дальнейшее развитие хозяйка видит в увеличении ассортимента товара. Она планирует произвести ремонт торгового зала, приобрести новую холодильную камеру. Фирма имеет своих постоянных покупателей, что вселяет уверенность в успешности бизнеса. За время работы на себя женщина приобрела решительность и самостоятельность, намного лучше стала разбираться в людях. В какой-то мере она сумела реализовать себя, хоть и не в той области, в которой планировала или мечтала. О другом деле мечтать некогда, этот небольшой бизнес забирает все время. Предпринимательница хотела бы создать собственное предприятие по переработке молочной продукции. Это хорошая идея, но для такого дела у нее пока нет средств и времени, однако в будущем она планирует приступить к реализации этой идеи.

Владельцы семейного бизнеса составляют особую категорию предпринимателей-женщин. По определению, для них характерно то, что вся семья, как правило, занята в бизнесе. В Украине предприниматели-женщины часто играют ведущую роль, как в бизнесе, так и в семье. Одним из примеров является семейный бизнес в Черновцах — кафе на авторынке, организованное в марте 1995 года. Женщина открыла свое дело после ухода на пенсию, проработав более 30 лет на одном из крупных заводов города, занимающихся электронной промышленностью. Фирма оформлена на нее, она самостоя-

тельно принимает все ключевые решения. Муж, сын и зять заняты на вспомогательной работе, связанной с доставкой продуктов и функционированием кухонного оборудования. Дочь помогает в приготовлении пищи. С 1997 года в кафе работает 7 человек нанятого персонала. Предпринимательница не вполне удовлетворена тем, как распределены обязанности и в бизнесе, и в повседневной жизни. Она считает, что ее семья могла бы вносить больший вклад, особенно муж. Она также считает, что ей удалось преуспеть благодаря особенностям характера, так как она привыкла и дома, и на работе быть лидером. Женщина недовольна тем, что ей приходится выполнять все основные функции, ей надоело быть генератором идей; хочется, чтобы эти функции хотя бы частично взяли на себя другие члены семьи, в первую очередь, муж.

Аналогичная ситуация в семейном бизнесе в Киеве. Например, фирма, торгующая цветами на рынке, которая была учреждена в 1991 году и имеет 15 человек нанятого персонала. Предпринимательница начала заниматься цветочным бизнесом, находясь в отпуске по уходу за ребенком. Семье нужны были деньги. Сначала она выращивала и продавала свои цветы, а затем стала завозить цветы из Польши и приобрела место на Бессарабском рынке. Муж был против открытия собственного предприятия, он боялся неудач. В настоящее время он работает в бизнесе, но не принимает участия в управлении. Фактически он работает шофером в фирме своей жены. Другой работы у него нет, но его устраивает эта ситуация. Женщина ведет и дом, и бизнес, при этом довольно успешно. Она сумела построить три теплицы для выращивания роз и хризантем. В настоящее время она может позволить себе нанять няню для ребенка и не каждый день бывать в фирме (а заниматься выращиванием цветов), хотя выполняет сразу несколько функций: директора, менеджера и бухгалтера. Предпринимательница пришла в бизнес, не имея понятия о том, как его вести. Но она всему научилась самостоятельно, включая вопросы общего менеджмента, бухгалтерского учета, управления персоналом, а также оформление букетов и уход за срезанными цветами. По ее словам, она не нуждается в советах и консультациях, а может сама написать учебник «Как стать предпринимателем в Украине». Она мечтает иметь большой цветочный магазин, чтобы передать его своим детям по наследству.

Молодые предприниматели — этот тип требует особого внимания и отличается от остальных тем, что молодые женщины в большей степени, чем предпринимательницы старшего возраста, стоят перед выбором — заниматься бизнесом или семьей. Молодые предприниматели-женщины имеют небольшой стаж работы и более открыты новым возможностям в бизнесе. По результатам проекта, примеры гендерной дискриминации или гендерного дискомфорта в общении с внешней средой приводят обычно молодые предприниматели-женщины. Им приходится своей работой доказывать право заниматься бизнесом. На начальном этапе с негативным отношением окружающих, прежде всего конкурентов, пришлось столкнуться владельцу юридической фирмы в Черновцах (27 лет); она смогла преодолеть эту ситуацию благодаря высокому профессионализму и победам в судебных делах своих клиентов. В Харькове 25-летняя женщина, специалист с высшим образованием по бухучету открыла швейную мастерскую, пригласив стать соучредителем профессиональную закройщицу. Она смогла добиться успеха

благодаря своему образованию, поддержке мужа и родителей. На момент интервью женщина готовилась стать матерью, при этом в ее планы не входило отойти от бизнеса на длительное время. Для 32-летней предпринимательницы из Киева бизнес стал возможностью удачно сочетать работу и семейные обязанности, так как она производит и продает на рынке молочные продукты. Поскольку производство находится дома, женщина успевает заниматься домашним хозяйством и детьми, при этом большую роль играет помощь родителей и мужа.

В заключение следует отметить, что женское предпринимательство уже сыграло и продолжает играть важную роль в модернизации постсоветского общества и изменении отношения общественности к женщинам, что, в свою очередь, поможет лучше использовать экономический потенциал женщин-предпринимателей. Таким образом, оказывая женщинам помощь в основании бизнеса и помогая росту функционирующих предприятий, можно внести вклад в создание более конкурентоспособной экономики, а также уменьшить социальную изоляцию женщин.

Литература

1. *Дегтярь Л.* Процесс трансформации и положение женщин (на примере стран Центральной и Восточной Европы) // Вопросы экономики. — 2000. — № 3. — С. 66–73.
2. *Журженко Т.* Дискурс рынка и проблема гендера в экономике // Общественные науки и современность. — 1999. — № 5. — С. 175–187.
3. *Ржаницына Л.* Работающие женщины в России в конце 90-х // Вопросы экономики. — 2000. — № 3. — С. 46–53.
4. *Cromie S., Hayes J.* Towards a Typology of Female Entrepreneurs // Sociological Review. — 1988. — Vol. 36. — № 1. — P. 87–113.
5. *Goffee R., Scase R.* Women in Charge: the Experiences of Women Entrepreneurs. — London, 1985.