

Гендерний вимір підприємницької діяльності

М. В. Школяр, І. Я. Добрянська

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів, Україна

Paper received 13.02.17; Accepted for publication 18.02.17.

Анотація. Стаття присвячена висвітленню актуальних аспектів підприємницької діяльності в сучасній Україні у гендерному вимірі. На основі результатів емпіричного дослідження, проведеного методом глибинного інтерв'ю із жінками- та чоловіками-підприємцями, виявлені особливості ведення ними бізнесової діяльності. Порівнюються основні мотиви, типові труднощі, ризики та переваги у підприємницькій діяльності жінок і чоловіків. Виведені та описані моделі підприємницької діяльності, які застосовуються представниками обох статей.

Ключові слова: гендер, моделі підприємницької діяльності, гендерні стереотипи, жінка-підприємець, чоловік-підприємець.

Вступ. Глобальні процеси, що відбуваються у соціумі та впливають на основні його сфери – економіку, політику, культуру і т. ін., проблеми розширення особистісного життєвого простору у контексті економічної діяльності людини, зумовлюють особливу важливість гендерних досліджень. Пріоритетність досліджень гендерних проблем зумовили і такі фактори, як зміна стереотипної поведінки, яка раніше приписувалась винятково або чоловікам, або жінкам, нове наповнення ролівої реальності представників обох статей у зв'язку із значними змінами в характері й об'ємах трудової та підприємницької діяльності зокрема, та соціальної активності в цілому. Сучасні студії, присвячені гендерним аспектам трудової діяльності, виказують зміну традиційних уявлень про роліову поведінку чоловіків і жінок у трудовій сфері та у сфері підприємницької діяльності, фіксують численні факти, коли жіноча трудова діяльність відбувається у галузях, які протягом тривалого часу традиційно вважалися виключно чоловічими.

Разом з тим, гендерний порядок сучасного українського суспільства не раз демонструє так звану гендерну асиметрію, що виявляється у нерівності між чоловіками і жінками у сфері зайнятості. Не зважаючи на широку залученість жінок до суспільної праці, вони все ж не одержують рівних шансів із чоловіками у реалізації свого особистісного потенціалу. Так, відповідно до даних Програми рівних можливостей ПРООН [4], жінки в Україні контролюють лише 5–10% економічних ресурсів. Окрім того, жінки становлять 38% усіх підприємців, які займаються індивідуальною трудовою діяльністю, очолюють 26% малих підприємств, 15% середніх, 12% великих.

Вітчизняні та західні дослідники відзначають, що суттєві зміни у гендерному порядку в політичній, економічній і соціальній сферах в Україні відбулися у середині 80-х років ХХ ст. Це було викликано, насамперед, здобуттям Україною своєї державності і, відповідно, важливими змінами у соціально-політичному устрої, зокрема, розвитком ринкової економіки. Розвиток ринкових відносин в Україні закономірно послужив імпульсом становлення малого підприємництва.

Гендерні стереотипи призвели до певної дискримінації жінок у сфері зайнятості, до економічної нерівності між чоловіками і жінками. І хоча на законодавчому рівні де-юре існує закон про гендерну рівність: „Закон України Про забезпечення рівних прав і можливостей жінок і чоловіків” [2], де-факто в українському суспільстві він, на жаль, діє ще недостатньо. Сутність дискримінації за гендерною ознакою полягає у тому, що до працівників, які володіють однаковими характеристиками за ознакою продуктивності, існує відмінне ставлення залежно

від того, до якої демографічної групи вони належать.

Звичайно, що для представників малого та середнього бізнесу в Україні існують не лише проблеми, пов'язані із їх гендерною приналежністю, тому актуальним видається виявити і спільні проблеми для представників обох статей, що могло б допомогти подолати власне гендерні стереотипи. Разом з тим, окреме вивчення досвіду діяльності чоловіків-бізнесменів та бізнес-леді дозволило б не лише виявити сильні сторони кожної із демографічних груп, але й допомогло б чоловікам та жінкам здійснити взаємообмін корисними напрацюваннями задля подолання і спільних, і гендерно-специфічних бар'єрів у їхній економічній діяльності. Гендерні дослідження на сьогоднішній день, як особливо актуальні, в перспективі зможуть вплинути на перегляд ролей жінок та чоловіків у трудовій діяльності та реорганізацію основних інститутів суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема гендерного аспекту в трудовій та підприємницькій діяльності добре опрацьована в працях багатьох вітчизняних авторів. Зокрема, актуальні аспекти адаптації жінок до ринкових відносин були розглянуті Т.В. Орловою; Н.П. Ісакова здійснила дослідження малого бізнесу в Україні в гендерному розрізі; Т.М. Камінська зосередилась на проблемі гендерної дискримінації на ринку праці; Костюченко та Т. О. Марценюк Т. С. дослідили жіноче підприємництво з точки зору використання соціального капіталу та трансформації різних типів зв'язків на різних етапах розвитку малого бізнесу і т.д. Гендерний аспект у підприємницькій діяльності у ракурсі вивчення феномену підприємництва та його ролі в соціально-економічних відносинах у суспільстві досліджували також російські вчені: В.А. Суковата дослідила гендерні стереотипи підприємництва у масовій свідомості; Л.В. Корель вивчала адаптацію жінок-підприємців; Е.А. Здравомислова досліджувала особливості кар'єри жінок-підприємців; С.Ю. Барсукова акцентувала увагу на відносинах жінок-підприємців з діловими партнерами; А.Г. Турецька, Л.В. Бабаєва і А.Є. Чирікова зробили вагомий внесок у дослідження гендерних відмінностей підприємців-чоловіків та підприємців-жінок у ставленні до партнерства та конкуренції у бізнесі, і т.д. Проте, ці дослідження стосувались російського суспільства, а також вони дещо втратили свою актуальність через терміни проведення.

Не зважаючи на зростання наукового і практичного інтересу до питань гендерного аспекту у трудовій сфері та питань підприємницької діяльності зокрема, слід зазначити, що проблема розгляду соціокультурних особливостей трудової діяльності чоловіків та жінок, а також

гендерного аспекту підприємництва, ще не повністю вивчена і вирішена як у вітчизняній, так і в зарубіжній науці.

Мета статті: з'ясувати реальний стан підприємництва у гендерному розрізі, порівняти особливості жіночого та чоловічого підприємництва в сучасних соціально-економічних умовах.

Виклад основного матеріалу. Дослідження здійснювалось на основі теорії соціального конструювання гендеру. В рамках соціально конструктивістської теорії гендер розуміється як система міжособистісних взаємодій, шляхом яких створюється, стверджується, підтверджується і відтворюється уявлення про „чоловіче” та „жіноче” як базові категорії соціального порядку. Ця теорія передбачає аналіз і вивчення ресурсів створення чоловічого і жіночого як не рівних соціальних позицій. Оскільки ми робимо спробу дослідити думку жінок- і чоловіків-підприємців щодо рівності можливостей обох статей на ринку праці та бізнес-просторі зокрема, ми вважаємо доцільним обрати саме цей напрямок як основу нашого дослідження. Також було використано парадигму П. Бурдь’є щодо економічного, культурного та соціального капіталів підприємця, які впливають на досягнення ним успіху у підприємницькій діяльності. В межах цієї теорії здійснюється спроба з’ясувати, яким чином людський капітал, а саме особисті якості підприємців та зв’язки, якими вони володіють, впливають на їх бізнесову діяльність [1].

Збір первинної соціологічної інформації відбувався за допомогою методу глибинного інтерв’ю. На основі 16-ти глибинних інтерв’ю було здійснено порівняльну характеристику унікального досвіду ведення бізнесу чоловіками- та жінками-підприємцями м.Львова. Для аналізу первинних соціологічних даних був використаний інтерпретативний метод. Результати дослідження були проаналізовані із орієнтацією на певні тематичні блоки, а саме: 1) ставлення підприємців до труднощів бізнесової діяльності, досвід їх подолання; 2) стереотипи та уявлення чоловіків-підприємців та жінок-підприємців про можливість один одного у бізнесі; 3) чинники, які впливають на успішність чоловіків- та жінок підприємців у бізнесовій діяльності. Проведене якісне соціологічне дослідження дозволило з’ясувати основні мотиви ведення бізнесової діяльності, її вигідні та ризиковані сторони, основні труднощі на шляху бізнесової діяльності чоловіків та жінок, а також виявити риси характеру, якими, на думку чоловіків-бізнесменів та бізнес-леді, повинен володіти успішний підприємець.

Результати дослідження засвідчили, що у чоловіків-підприємців та жінок-підприємців є дуже багато спільного. Зокрема, серед основних спільних *мотивів* діяльності представників для обох статей можна виділити прагнення бути незалежним, бажання заробити гроші, а також керувати своїм часом. У чоловіків перелік цих мотивів є дещо ширшим, порівняно із жінками. Зокрема, їх мотивують також свобода, самореалізація та можливість бути корисними для інших людей. Спільними *вигідними сторонами* бізнесу для представників обох статей є можливість працювати на себе і одержувати заробіток відповідно до власних вкладених зусиль.

Ризики у бізнесі є загалом однаковими як для чоловіків, так і жінок-підприємців. Серед них можемо виділити: ймовірність значних фінансових втрат, банкрут-

ство, виникнення боргів, крадіжки, тощо. З-поміж *труднощів*, з якими стикаються чоловіки-бізнесмени та бізнес-леді, спільними є: відсутність стартового капіталу, криза, нестабільна економічна та політична ситуація в країні, відсутність державної підтримки, а інколи, - й негативний вплив держави на бізнес, зокрема, корупція. Разом з тим, ще на етапі проведення глибинних інтерв’ю була помітною певна різниця у ставленні чоловіків- та жінок-підприємців до труднощів. Хоча ризик бізнесової діяльності є для них однаковим, все ж жінкам набагато складніше пережити труднощі. В інтерв’ю жінки-підприємці дуже часто повторювали, що бізнес є дуже жорстоким. Чоловіки-підприємці сприймають проблеми в бізнесі як певний досвід, щось незначне і буденне, з чим доводиться мати справу постійно (примітно, що чоловікам взагалі важко було пригадати хоч якісь труднощі).

В основному, проблеми чоловіків-підприємців стосувались персоналу і підбору кадрів. Чоловіки частіше, ніж жінки, вдаються до найму працівників. Попри те, що наймані кадри через людський фактор нерідко спричиняють багато проблем, чоловіки все ж вважають за краще ризикнути і найняти працівника задля того, щоб звільнити час для себе, а також мати можливість розширювати свою справу. Жінки-підприємці, стикаючись з проблемою кадрів, намагаються покладатись лише на власні сили і працюють самі. Намагання жінок-підприємців взагалі все робити самостійно помітно відрізняє їх від чоловіків-бізнесменів. Дуже часто в інтерв’ю з жінками-підприємцями звучать їхні думки про те, що в бізнесі немає друзів і немає від кого чекати допомоги. Натомість чоловіки, навпаки, наголошують на тому, що потрібно навчатися, спілкуватися з іншими підприємцями, обмінюватись досвідом. Деякі вважають, що бізнес не заважає дружбі. Відмінним є те, що чоловіки-підприємці простіше ставляться до перешкод, і схильні сприймати їх як досвід. Крім того, чоловіки переважно позитивно ставляться до набуття нового досвіду через спілкування із колегами, користуються їхніми порадами. В свою чергу, жінки остерігаються надмірної близькості з колегами по бізнесу і покладаються лише на себе. Отже, можна підсумувати, що підприємці-чоловіки, порівняно з підприємцями-жінками, характеризуються вищими оцінками надійності ділових партнерів і значущості партнерських відносин у розвитку бізнесу, позитивнішим ставленням до конкуренції та порівняно вищими оцінками своєї конкурентоспроможності, аніж це властиво жінкам.

Дещо відмінними є труднощі жінок-підприємців, пов’язані із впливом бізнесу на їх особисте та сімейне життя. Оскільки часто жінкам-підприємцям доводиться розставляти пріоритети між сім’єю та бізнесом, в результаті страждає або одне, або інше. У чоловіків-підприємців таких труднощів не спостерігалось. Орієнтуючись на проведенні інтерв’ю, можна зробити припущення, що жінка-підприємець більшою мірою обтяжена сім’єю, ніж чоловік-підприємець, що, в свою чергу, створює для бізнес-леді низку перешкод у підприємницькій діяльності, яких чоловік-підприємець може уникнути або й взагалі не мати. Таким чином, коли мова йде про початок власного бізнесу, то чоловік має певні переваги над жінкою – він більшою мірою залежить сам від себе, йому простіше ризикувати, більше часу приді-

ляти розвитку свого бізнесу. Жінці, яка має дітей, складніше відкривати власну справу, оскільки вона більшою мірою прив'язана до сім'ї. Їй часто доводиться жертвувати сім'єю заради розвитку бізнесу або ж, навпаки, недостатньо займатись власною справою, жертвуючи нею заради сім'ї. Також сімейні проблеми виникали у жінок не лише через дітей, але й через непорозуміння з чоловіками. Зокрема, бізнес-леді розповідали, що чоловікам не раз було дуже складно прийняти факт фінансової незалежності жінки, через що стосунки в сім'ї могли погіршуватися. Опитані чоловіки підтримали припущення про більшу обтяженість жінки сім'єю і про те, що вони мають певну перевагу над жінками, як більш вільні у згаданому контексті. Також чоловіки погоджуються із необхідністю приділяти достатньо часу своїй сім'ї, однак, на їх думку, того, що повинна робити для сім'ї жінка, вони зробити не зможуть.

Загалом можна стверджувати, що нерівність, пов'язана із більшою сімейною прив'язаністю жінки, хоча і є природною, але все ж має місце. Так, чоловіки відбирають у бізнесу певний час, щоб займатися сім'єю, натомість жінка, навпаки, постійно опікуючись родиною, при цьому виділяє час для свого бізнесу. Тобто, як бачимо, специфічно «жіночими» труднощами є ситуації, пов'язані із сім'єю у таких трьох основних аспектах: 1) необхідність поєднувати виконання робочих та сімейних обов'язків (матері, жінки); або ж 2) відсторонення від сімейних обов'язків заради бізнесу (або навіть нехтування ними); 3) ускладненні стосунків з чоловіком і близькими у випадку досягнення успіху. У чоловіків-підприємців подібні проблеми не спостерігалися.

Крім того, бізнес-леді набагато гостріше відчувають потребу у допомозі в процесі ведення бізнесу, в той час, як чоловіки-бізнесмени, ведучи мову про допомогу зі сторони, кажуть, що допомога – це добре, але її відсутність не впливає на ведення бізнесу чоловіком-підприємцем.

Щодо *рис характеру та особливостей ведення бізнесу*, жінки та чоловіки підприємці сходяться на думці, що бізнес – це справа сильних людей, які готові ризикувати. Проте, якщо жінки більшою мірою наголошують на тих рисах, які стосуються міцності характеру, жорсткості та наполегливості, то чоловіки-підприємці частіше роблять акцент на аналітичних здібностях людини, її кваліфікації та на вмінні комунікувати з колом осіб, задіяних до їхньої бізнесової діяльності: партнерами, постачальниками, представниками державних структур, клієнтами і т.д. Прослідковуються також факти дещо заниженої самооцінки жінок-підприємців та критичне ставлення до власних здібностей у порівнянні з чоловіками-підприємцями.

З'ясувалось, що певний вплив на жіночий бізнес мають гендерні стереотипи. На думку жінок-підприємців, для них надто складним завданням є проникнення у сферу великого бізнесу, оскільки це вважається невластивим самій природі жінки і бізнес взагалі є територією чоловіків. Разом з тим, самі бізнес-леді не погодилися із думкою, що стать є визначальною для успіху в бізнесі, натомість набагато більшою мірою успішність підприємця залежить від його характеру та зусиль. Чоловіки-підприємці, у свою чергу, не погоджувалися з думкою про те, що бізнес більшою мірою чоловіча територія, та наголошували на тому, що серед жінок є чудові, успішні

підприємці, які в багатьох питаннях перевершують чоловіків-підприємців. Проте, як показали результати дослідження, чоловіки-бізнесмени також піддаються впливу гендерних стереотипів, особливо щодо жінок-підприємців. Вони, загалом, вважають, що жінка повинна більшою мірою присвячувати себе сім'ї, у випадку необхідності, зобов'язана заради неї залишити бізнес, оскільки, на їх думку, жінці не так важливо реалізувати себе в бізнесі, як чоловікові.

У процесі дослідження нам вдалось виявити *дві підприємницькі моделі жінок-підприємців*, а саме: «маскулінну» та «фемінну». Перша характеризується набуттям жінками типових «чоловічих» рис характеру та поведінки задля забезпечення існування та стабільного розвитку бізнесу, а друга – використанням бізнес-леді типових «жіночих» рис характеру й поведінки з цією ж метою. Для «фемінної» моделі характерним є застосування таких якостей, як ласкавість, комунікабельність, довірливість, любов до стабільності, небажання ризикувати, миролюбність, доброта, співчутливість, гнучкість, хитрість, вміння просити про допомогу та ін. Особливістю жінок-підприємців з «фемінною» моделлю є також те, що для них сім'я залишається на першому місці і при потребі вони пожертвують бізнесом заради сім'ї. Також такі жінки схильні просити про допомогу, а не робити все самотужки. Можна припустити, що «фемінна» підприємницька модель формується у жінок, які відчували підтримку рідних і близьких, мали можливість поклатись на когось у важкі моменти. «Маскулінна» модель характеризується тим, що жінка-підприємець в процесі своєї ділової діяльності починає набувати маскулінних рис характеру та стилю поведінки, щоб втримати свій бізнес на плаву. Вона набуває чоловічих рис, таких як: рішучість, схильність до ризику, самостійність, небажання комусь підкорятися, активність, холоднокрівність, впевненість, жорсткість, відповідальність, амбіційність та ін. Такі жінки часто схильні жертвувати сім'єю заради бізнесу. Характерним є і те, що їм дуже складно просити когось про допомогу. На формування «маскулінної» підприємницької моделі, найімовірніше, може впливати такий соціальний контекст як складний життєвий досвід (виходячи з розповідей інформантів, це, наприклад, смерть близьких, велика фінансова скрута, обмани, приниження, пограбування і т.п.); відсутність підтримки сім'ї чи близьких людей.

Оскільки в Україні бізнес традиційно вважається чоловічим, жінки, щоб підтримати свою справу, часто змушені виживати, звертаючись саме до «маскулінної» моделі поведінки, конкуруючи з чоловіками за їхніми правилами. Вони починають набувати якостей, притаманних чоловікам, що, в свою чергу, певним чином впливає на їхню сім'ю. Як зазначали опитані бізнес-леді, нерідко бажання досягнути успіху у власній справі призводило до розпаду сім'ї. Деякі респонденти зазначали, що часто чоловікам важко прийняти їхні амбіції та фінансову незалежність.

Чоловіки-підприємці у своїх уявленнях також розділяють жінок-підприємців на два типи: жінок, які користуються своїми жіночими якостями, і жінок із переважаючими чоловічими рисами характеру. Крім того, було з'ясовано, що чоловікам-підприємцям у веденні бізнесу комфортніше співпрацювати із жінками, які схильні більшою мірою до «маскулінної» моделі. Проте, чоло-

віки-підприємці звертали увагу на той факт, що у конкурентних стосунках жінці вигідніше користуватися своїми «фемінними» рисами, оскільки в такому випадку у чоловіків-підприємців бажання конкурувати з бізнеследі змінюється на протилежне – надати допомогу, посприяти.

Також видалось цікавим з'ясувати, чи існують *підприємницькі моделі у чоловіків-підприємців*. Було з'ясовано, що всі опитані чоловіки у своїй бізнесовій діяльності діють за однією схожою схемою, тому, у першому наближенні, можна виділити лише одну підприємницьку модель для чоловіків. Цю модель можна назвати «традиційною», оскільки традиційно бізнес вважається чоловічим заняттям. Можливо, такий стан речей зумовлений певними стереотипами, які існують в українському суспільстві, проте назва цієї моделі демонструє саме ті характеристики чоловіків-бізнесменів, які притаманні усім інформантам чоловічої статі. Представник цієї моделі - чоловік, який звик вирішувати проблеми, цілеспрямований і наполегливий, який сприймає труднощі, як щось буденне, який докладає зусиль, щоб чогось досягнути, не боїться ризикувати, намагається постійно розвиватися, знаходити нові ідеї та розширювати свій бізнес.

Результати дослідження також вказують на спільні чинники, які впливають на успішність бізнесу як чоловіків-підприємців, так і жінок-підприємців: мотиви стати підприємцем, попередній досвід бізнесу або роботи, освіта, стартовий капітал, корисні зв'язки, досвід підприємця, особисті риси характеру, вміння і таланти підприємця, економічна та політична ситуація в країні, особливості впливу сім'ї на бізнес підприємця, допомога близьких та знайомих. Для жінок-підприємців найважливішим чинником, що сприяє успішності в бізнесі є, насамперед, допомога зі сторони друзів, рідних, близьких, держави. Оскільки жінка, яка намагається постійно діяти самотужки, дуже виснажується і рідко дося-

гає успіху без підтримки та допомоги. Для успішних чоловіків-підприємців найважливішим чинником успіху є постійне підвищення кваліфікації, саморозвиток та навчання.

Висновки. Отже, результати дослідження засвідчили, що між представниками обох статей у підприємницькій діяльності відмінностей насправді менше, ніж спільних характеристик за різними параметрами. Бар'єри у бізнесовій діяльності жінок, не враховуючи більшу їх прив'язаність, порівняно з чоловіками, до сімейних обов'язків, мають переважно уявний характер, спровокований актуалізацією в їх свідомості деяких гендерних стереотипів. Важливим кроком до подолання цих стереотипів є відповідна інформаційна політика у згаданій сфері, а саме: публікація досліджень на тему гендерного виміру бізнесу, організація тематичних лекцій, консультацій та семінарів у відповідних бізнесових колах. Розповсюдження такої інформації допомогло б як жінкам-, так і чоловікам-підприємцям переосмислити стереотипні уявлення про бізнес як виключно чоловічу сферу, обмежені можливості жінок у веденні успішного бізнесу і т.д., які не є актуальними для сучасного суспільства. Це відкрило б перспективи збільшення кількості жінок у сфері підприємницької діяльності, призвело б до лояльнішого ставлення суспільства та держави до «жіночого» бізнесу в нашій країні.

Для з'ясування дієвості виділених нами чинників впливу на успішність бізнесу чоловіків- та жінок-підприємців, необхідно провести соціологічне дослідження кількісними методами. Також перспективним є продовження роботи в обраному напрямку, зокрема, шляхом здійснення серії лонгітюдних досліджень гендерного аспекту підприємницької діяльності в Україні. Подібні студії дозволять прослідкувати якісні та кількісні зміни у можливостях відкриття та способах ведення своєї справи у складному сучасному економічному та соціально-політичному контексті.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бурдые П. Формы капитала [Електронний ресурс] // Экономическая социология, Вып.5 (3) – 2002. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/formy-kapitala> (дата обращения 10.12.2016).
2. Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2005. – № 52. – С. 561.
3. Програма рівних можливостей та прав жінок в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://donmolod.gov.ua/downloads/prog_rivnyh_mojlyvostei.pdf

REFERENCES

1. Bourdieu P. The Forms of capital [Electronic resource] // Economic sociology, Vol. 5 (3), 2002. -Access mode: <http://cyberleninka.ru/article/n/formy-kapitala> (12.10.2016).
2. The Collected Legislation Council of Ukraine (VVR), 2005, № 52, P. 561.
3. The program of equal opportunities and women's rights in Ukraine [Electron resource]. - Access mode: http://donmolod.gov.ua/downloads/prog_rivnyh_mojlyvostei.pdf (12.10.2016)

Gender dimension of entrepreneurship

M. V.Shkolyar, I. Y.Dobrianska

Abstract. The following article is dedicated to the coverage of information regarding important aspects of entrepreneurship in modern Ukraine in gender dimensions. The features of business activities are revealed on the basis of empirical research results conducted by in-depth interview method with both women and men entrepreneurs. Principal motives, typical difficulties, risks and benefits of men's and women's entrepreneurship are compared. Models of entrepreneurial activities, used by both of sexes are derived and described.

Keywords: gender, models of entrepreneurial activities, gender stereotypes, businesswoman, businessman.

Гендерное измерение предпринимательской деятельности

М. В. Школяр, И. Я. Добрянская

Аннотация: Статья посвящена актуальным аспектам предпринимательской деятельности в современной Украине в гендерном измерении. На основе результатов эмпирического исследования, проведенного методом глубинного интервью с женщинами- и мужчинами-предпринимателями, выявлены особенности ведения ими бизнес-деятельности. Сравниваются основные мотивы, типичные трудности, риски и преимущества в предпринимательской деятельности женщин и мужчин. Выведены и описаны модели предпринимательской деятельности, применяемые представителями обоих полов.

Ключевые слова: гендер, модели предпринимательской деятельности, гендерные стереотипы, женщина-предприниматель, мужчина-предприниматель.