

Женско предприемачество: основни характеристики, равнопоставеност, подкрепа

Силвия Георгиева*

Резюме: В публикацията се изследват основни аспекти на женското предприемачество в България. Проучени са ключови въпроси, изясняващи предприемаческия профил на жените, които стартират и управляват собствено предприятие, както и равнопоставеността на половете в тази област. Разгледани са силните страни и необходимостта от специфична подкрепа за дамите, които развиват предприемачески дейности. Анкетирани са 178 жени предприемачи, с различно образование и възраст, а техните фирми се отличават по размер и предмет на дейност. Българските жени предприемачи са основно с високо образование – икономическо или техническо. Около половината от техните фирми са създадени преди 2008 г., като работят преимуществено в секторите услуги и търговия. Според резултатите от изследването, жените считат, че имат равни шансове с мъжете за успех при стартиране и развитие на бизнес. Желаната от тях подкрепа включва предимно осигуряване на достъп до финансови ресурси, популяризиране на успешни примери на жени предприемачи и обучение по предприемачество. Сред техните силни оръжия в бизнеса са: комуникативността, интуицията, адаптивността.

Ключови думи: женско предприемачество, характеристики, равнопоставеност, подкрепа.

JEL: L26, L25.

* Силвия Георгиева е доктор, главен асистент в катедра „Предприемачество“ на УНСС.

Увод

Жените все по-често се включват в създаването и управлението на собствени бизнеси. По този начин, те също участват активно в предприемачески дейности, които са двигател за обществено-икономическо развитие, като осигуряват не само заетост и растеж на икономиката, но също така допринасят за техническия напредък, повишаване на качеството на живот, постигане на регионална кохезия и на социална стабилност. Въпреки нарастващото значение на женското предприемачество, все още стартирането и развитието на бизнес се асоциира с мъжете, тъй като те доминират както по брой, така също и по други показатели. Дискусионен е въпросът дали жените и мъжете се различават в предприемаческата си практика и доколко тези различия са съществени в такава степен, че да пораждаат необходимост от целенасочени изследвания и специфични мерки за подкрепа. Всъщност, могат да се приемат за жени предприемачи тези, които са създали свой собствен бизнес, управляват предприятие самостоятелно или в партньорство, като притежават мажоритарния дял от собствеността. Данните показват, че в нашата страна има добре развиващо се женско предприемачество (ИАНМСП, 2020, Симеонова-Ганева, Владимир, Ганев и др., 2013), а сред причините за това са: достъпът на жените до образование, тяхната активност в обществено-икономическия и политически живот, традициите и изградените социални структури, подпомагащи майчинството и постигането

на баланс между семейните и професионалните ангажименти. В тази връзка интерес представлява доколко дамите предприемачи считат, че имат еднакви шансове за успех и какви са техните предимства в бизнеса, как може да се насърчи тяхната предприемаческа инициативност и повиши конкурентоспособността на предприятията им. В настоящата публикация се търсят отговори на тези въпроси и целта е да се осветлят някои основни характеристики на женското предприемачество в нашата страна, както и да бъдат направени обобщения, насочени към формиращите политики за подкрепа на жените в бизнеса.

Основни характеристики на женското предприемачество

Предприемачеството се асоциира основно с мъжете, които създават и развиват собствен бизнес. Това не е изненадващо, като се има предвид, че доминиращата част от предприемачите са именно от мъжки пол. Безспорно, стартирането на свой бизнес се е превърнало в значим източник на заетост и за жените в много сфери, но като цяло обаче тяхното участие в стопанския живот е все още значително по-ограничено (Langowitz, Minniti, 2007). Дори в страни като България, например, където дамите активно основават и ръководят свои предприятия и са сравнително значим дял от предприемачите, все пак преимуществено предприемачите са от мъжки пол. Тези обстоятелства се отразяват и в научните разработки и проучвания. Още от 30-те години на XX век обект на изследване са предимно мъжете предприемачи. Според някои автори (Jennings and Brush, 2013), едва в края на 70-те години се появяват условия за оформяне на поднаправление, насочено към жените в бизнеса. През следващите десетилетия женското предприемачество става все по-атрактивно за изследователи, организации и институции, създаващи политики за неговата подкрепа (Yadav, Unni, 2016). Проучванията, насочени към стартирането и развитието на бизнеси от дами,

придобиват все по-голямо значение от края на 90-те години на XX век. Всичко това е израз на значителния напредък на женското предприемачество през последните повече от три десетилетия, което повишава интереса към него от гледна точка и на неговото социално-икономическо значение (Camelo-Ordaz, Diáñez-González, Ruiz-Navarro, 2016). Глобалният институт за развитие на предприемачеството посвещава доклад на тази тема и представя индекс на женското предприемачество, където се анализират условията за насърчаването му в седемдесет и седем страни (Yadav, Unni, 2016).

Всъщност, ако погледнем назад в историята, ще открием, че жените участвали в бизнес начинания и притежавали своя собственост още в Древен Египет и в Древна Спарта. Бракът бил определен като съюз между равни духовно партньори и мъжете са имали по-малък контрол над съпругите си през времето на протестантската Реформация. Активно в общественно-политическия живот се включили образованите жени през периода на Ренесанса. Някои изследователи считат, че предефиниране на мъжко-женските роли е започнало след Втората световна война (Николова, 2012). Днес жените се приемат за предприемачи, когато са основали предприятие, притежават в него мажоритарен дял от собствеността и участват активно във вземането на решения, поемането на рискове и ежедневното управление (Комисия по правата на жените и равенството между половете, 2011).

Въпрос, който често се поставя, е дали и доколко между мъжете и жените като предприемачи могат да бъдат открити достатъчно съществени разлики. Представители на някои направления акцентират на разграничаване на изпълняваните социални роли, основани на пола, които са обусловени от биологични различия. Констатации на други автори са, че тези разлики са малки и поведението се формира от обществените условия. Същевременно, предприемаческият избор се повлиява от фактори като: семейство, култура, съществуващи политически

и индустриални структури. Това от своя страна предполага по-различен опит при вземане на решения за професионално развитие и може да обясни донякъде по-слабото представяне на дамите като предприемачи (Bridge, O'Neill, Martin, 2009). Изследвания, отбелязващи, че жените и мъжете, развиващи бизнес, имат своите различия, продължават да насърчават научните и изследователските усилия в тази област, както и разработването на политики за подкрепа на жените предприемачи (Ahl, Marlow, 2012).

Сред причините за формиране на мерки за насърчаване на женското предприемачество е не само по-малкият брой на жените в бизнеса, но и изнасяните в научни и медийни публикации данни, свързани с относително по-неубедителните резултати от тяхната дейност, като за измерители се използват: постигнатата рентабилност, генерираният оборот и броят на заетите в техните предприятия. Поради тези причини в редица проучвания вниманието се насочва към представянето на фирмите, създадени и управлявани от жени, както и растежа, който постигат тези бизнеси (Dean, Larsen, Ford, Akram, 2019). Не трябва да се пренебрегва обаче и констатацията, че приносът на дамите и тяхното участие в икономическия живот често остават не особено забележими, поради което се е възприемало, че идеалният профил на предприемача е мъж (Westhead, Solesvik, 2016). Още повече, че изследователи (Nechavari et al., 2016) разкриват, че в сравнение с мъжете, жените често показват голяма готовност да се фокусират върху цели с по-висока социална ценност, отколкото към такива, имащи единствено икономически резултати. Това може да доведе до постигане на отговорно и устойчиво развитие, както и многомерен предприемачески успех (Xie Xiemei, Wu Yonghui, 2021).

Разбирането на спецификата на женското предприемачество и неговото насърчаване налага познаването на силните страни и барьерите пред стартирането и управлението на бизнеси от жени. Най-често се разглежда въздействието на майчинство-

то, здравето, семейното положение, наличните финансови ресурси, човешкия капитал, състоянието на трудовите пазари и развитието на социалното предприемачество. Освен това, в някои публикации се изследва и ролята на фертилността, която има пряко отношение към избора на кариера и професионално развитие (Dutta, Mallick, 2018).

Разлики между мъжете и жените по отношение на възприемането на съществуващите барieri в бизнеса са установени в изследване на значението на културата и пола за формиране на представа и намерение за предприемачески дейности. Тези различия обаче не са еднакви в отделните културни контексти. Констатира се умериращ ефект на пола върху връзката между барьерите и предприемаческите намерения (Shipnar, Giacomin, Janssen, 2012). Влиянието на субективните възприятия върху склонността на дамите да се занимават с бизнес е сред обясненията за разликите в предприемаческата активност между половете. Установено е, че те приемат себе си и предприемаческата среда в по-неблагоприятна светлина от мъжете, което е потвърдено от направено изследване в седемнадесет страни, като във всяка една от тях това се оказва факт, без значение каква е предприемаческата мотивация (Langowitz, Minniti, 2007).

Същевременно, освен установените разлики между половете на етап намерения и стартиране на бизнес, има такива и на следващите фази от неговото развитие. Мъжете и жените предприемачи изглежда в еднаква степен желаят да постигнат растеж, но се различават по начина, по който считат, че това може да се случи. При достигане на определен размер на бизнеса жените предпочитат да ограничат неговото разширяване, докато тези прагови стойности на развитие при мъжете са много по-високи. Освен това, те са и по-предпазливи относно поемането на рискове, свързани с по-бързия растеж, и са по-склонни да предпочетат бавен и стабилен темп на неговото разрастване (Cliff, 1998).

Жените управляват относително по-малки бизнеси, като към барьерите за тяхното

Икономическо развитие

развитие освен отношението към риска и начина на растеж може да се отнесе и достъпът до средства, необходими за инвестиране в тяхната дейност. Въпреки че е дискусионно се счита, че мъжете предприемачи успяват да привлекат по-голям размер на финансиране (Kanze, Huang, Conley, Higgins, 2018). Освен това се отчита, че дамите имат по-слаби познания за възможностите за привличане на средства, както и опит във финансовото управление. Поради тези причини се нуждаят от подкрепа не само в началния етап, но също така и през следващите фази от жизнения цикъл на фирмата (Комисия по правата на жените и равенството между половете, 2011). Това вероятно обяснява и положителния ефект върху предприемаческата дейност на жените от наличието на семейни ресурси. От друга страна пък се установява, че семейните потребности влияят отрицателно върху бизнес операциите на жените, а опосредстват ефектите, които семейните нужди и ресурси имат върху техните предприемачески резултати (Zhang, Zhou, 2021).

Всички тези специфики налагат провеждане на целенасочени изследвания за женското предприемачество, изясняване на техните силни страни, както и затрудняващите фактори, които биха могли да бъдат преодолени с подходящи инструменти за подкрепа.

Специфики и предизвикателства пред жените предприемачи в България

Женското предприемачество в нашата страна е сравнително добре развито, като броят на дамите, създали и управляващи собствен бизнес, е над средното равнище, установено за държавите – членки на ЕС, показват различни изследвания. Това се дължи на социални нагласи и специфики на средата, които благоприятстват неговото развитие. Жените, притежаващи собствен бизнес, се увеличават устойчиво, като от 2010 г. до 2014 г. нарастването е с 50%, а през последната година от този петгодишен период неговият

дял е 32% (ИАНМСП, 2020). Тези резултати дават основание да се приеме, че по отношение на условията за развитие на предприемачеството в България няма неравенство между половете (Андонова, Кръстева и др., 2017).

Жените предприемачи в България са основно над 40-годишна възраст, а 57% от тях са създали бизнеса си след 2001 г., според проучване, направено сред малки и средни предприятия от Агенция „Кантар“ през 2020 г. Жените собственици на бизнеси имат придобито висше образование и оперират в търговията (35%), преработващата промишленост (13%), професионални дейности и научни изследвания (11%). Трябва да се отбележи, че последните два са високо или средно технологични и интензивни на знания сектори (ИАНМСП, 2020). Изследване установява, че всяко трето земеделско стопанство у нас се управлява от жена предприемач (Цвяткова, 2017).

Насърчаването на жените, включително и на младите от тях, с идеи и амбиции за стартиране на собствен бизнес, трябва да се базира на познаването на техните силни страни, на мотивиращите фактори и на предизвикателствата, които трябва да преодоляват при реализиране на предприемаческите си намерения. В тази връзка, сред целите, които са залегнали за подкрепа за женското предприемачество в стратегически документи на ЕС като Small Business Act и Entrepreneurship 2020, са: елиминиране на административни пречки, насърчаване на обучението, създаване на нова предприемаческа култура и ново поколение предприемачки (ИАНМСП, 2020).

Интересно е да се отбележи, че в нашата страна мотивираното от необходимост предприемачество сред мъжете и жените е със сходен дял, а насърченото от възможност при жените е дори малко по-високо (Андонова, Кръстева и др., 2017). Водещи стимули за стартиране на бизнес от младите жени (на възраст между 15-34 години) са желанието да получат доходи и да изкарват прехраната си, сигурност на работното място или осигуряване на заетост, както и постигане на

лично удовлетворение, реализиране на мечта и осъществяване на конкретна бизнес идея (Златева, Величков, 2018).

Същевременно, най-често посочваните трудности, пред които са изправени жените при стартиране и развитие на собствен бизнес, са: значими семейни отговорности, образователно равнище, достъп до по-малко мрежи с бизнес насоченост, недостиг на капитал и активи, културно обусловена липса на самоувереност и на ролеви модели, както и по-ниско доверие в своите способности да успеят в бизнеса (Андонова, Кръстева и др., 2017). Констатацията, че примери на успешни жени предприемачи не са достатъчно популяризирани се потвърждава и от друго изследване, което показва, че в печатни медии те са представени преди всичко като мениджъри, т.е. по-успешни са като ръководители на чужд, отколкото като основатели и управляващи на собствен бизнес. Анализът на публикациите на няколко издания сочи, че жената предприемач попада на техните страници относително много по-рядко, а освен това в известна степен е представена едностранно (Николова, 2012).

Трябва да се отчете обаче фактът, че младите жени предприемачи са възпрепятствани основно от липсата на финансиране. Други бариери са недостиг на информация за начина на започване на бизнес и на предприемачески умения. Най-сериозната „мека“ бариера е несигурността, която несъмнено е свързана със започването на предприемаческа дейност и риск от непостигане на баланс между професионалния и личния живот (Златева, Величков, 2018). Консултантската подкрепа, наставничеството и пазарните проучвания са най-полезни форми на подпомагане за стартиращи фирми. Семейството и приятелите пък имат най-силно влияние върху решението за започване на собствен бизнес (Златева, Величков, 2018). В земеделското, например, жените често се сблъскват с повече трудности при създаване на бизнес, като наред с осигуряване на средства за дейността, възможностите за обучение и повишаване на предприемачески

компетенции, се отбелязват и техните социални отговорности (Цвяткова, 2017). Въпреки отчетените трудности, по условия за осъществяване на предприемачество сред дамите България заема двадесет и шеста позиция в света, а в ЕС се нарежда на седемнадесето място. Постигнатият индекс на страната по предпоставки за развитие на женско предприемачество е 93.8 от възможни 100 пункта, като основният идентифициран тук проблем е свързан с получаването на пенсии (ИАНМСП, 2020).

Може да се направи обобщението, че в нашата страна жените активно участват в предприемачески дейности, като за това допринасят редица исторически, икономически и културни предпоставки. Мотивирането на все повече дами да създават и развиват бизнес преминава през задълбоченото изясняване на техните специфики и предимства като предприемачи, както и формиране на конкретни мерки за преодоляване на стоящите пред тях бариери.

Методология на изследването

Характеристика на проведеното изследване

В рамките на четири месеца са анкетирани чрез структуриран въпросник 176 жени, които са основали и управляват свой бизнес на територията на цялата страна. Проучването е проведено и с помощта на няколко организации, които обединяват бизнес дами и работят за подкрепа на техните предприемачески дейности. Респондентите се различават по възраст, образование, период на стартиране на бизнеса. Освен това са създали и ръководят различни по размер и предмет на дейност предприятия.

Цел, изследователски въпроси и концепция на проучването

Проучването е насочено към изследване и анализиране на основни аспекти на женското предприемачество в България, като се акцентира върху следните проблемни области на разглежданата тематика:

Икономическо развитие

- характеристики на жени предприемачи: възраст, степен и тип на полученото образование;
- характеристики на фирмата: сектор, година на стартиране, размер на бизнеса, генериран растеж на дейността;
- характеристики на бизнес дейността: основни конкурентни предимства, равнище на използваната техника, степен на интернационализация на бизнеса;
- специфични въпроси, касаещи жените предприемачи: равнопоставеност с мъжете за стартиране и развитие на бизнес, предимства и предизвикателства пред жените предприемачи, мотивация за започване на предприемаческа дейност, предпоставки за успех в бизнеса, ключови знания, нужни на предприемача, необходимост от подкрепа и др.

В рамките на настоящата публикация се акцентира върху следните основни въпроси, посочени във фигура 1.

- *равнопоставеност* – равни възможности за стартиране и развитие на предприемачески инициативи от мъжете и жените в нашата страна;
- *предприемачески профил* – възраст, тип на полученото образование, година на стартиране и сектор на дейност на фирмите;
- *источници на конкурентоспособност* – силни страни на жените (вътрешни), като предприемачи и необходимост от подкрепа (външни).

Етапи на провеждане на проучването

Настоящата публикация е организирана в рамките на няколко етапа. В първия етап е проучена релевантна на изследвания проблем литература, която включва както чуждестранни, така също и български автори. Във втория етап е формирана обобщена рамка на изследването, която е насочена към разглеждане на основни въпроси, свързани с женското предприемачество в страната. Ключови аспекти в нея са изследване на някои предприемачески характеристики, равнопоставеност, предимства и подкрепа за жени, които създават и развиват свой бизнес. Третият етап включва представяне и анализ на емпирични данни от проведено проучване, съгласно формирания модел. В четвъртия етап се правят обобщения, въз основа на получените основни резултати. Въз основа на проучената литература, обработената и анализирана информация от проведеното емпирично изследване са формулирани изводи, които могат да бъдат полезни на различни заинтересовани страни, свързани с развитието на женското предприемачество в страната: институции и организации, оказващи подкрепа на жени, занимаващи се с бизнес; жени предприемачи и мениджъри, както и на тези, които обмислят възможността да създадат свое предприятие.



Фигура 1. Обобщена рамка на изследване на основни характеристики на жените предприемачи в България (посочената изследователска рамка е разработена за нуждите на настоящото проучване)

Резултати и обобщения от изследването

При избор на предприемаческа кариера, фактор с важно значение е доколко жените оценяват **възможностите си като равни** с мъжете за развитие на собствен бизнес. Категорична е позицията на анкетираните, че в нашата страна по отношение на предприемаческите възможности има равнопоставеност на половете (фигура 2). Според 64% от респондентите, жените в България имат еднакви шансове за реализиране на свои предприемачески инициативи. Почти шест пъти по-малко (11%) са тези, които считат, че не са равнопоставени при стартиране и развитие на свой бизнес. Вероятно сред причините за тези категорични резултати и немалкия дял на женското предприемачество в нашата страна са: високото образование на българските жени, активно им участие в обществено-политическия живот, амбицията и възможностите за кариерно развитие, както и социалната база, позволяваща да съчетават семейния живот и професионалната реализация.

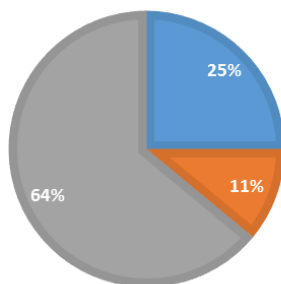
Сред най-важните последици от равнопоставеността на половете в нашето общество е достъпът до образование. Направеното изследване показва, че дамите, развиващи собствен бизнес, са високо образовани: 63% от анкетираните са с висше образование. Този резултат потвърждава представени данни от предходни проучва-

ния (ИАНМСП, 2020; Златева и Вълчинов, 2018), според които българските жени, които стартират и управляват собствени бизнеси, са получили подготовка във висши училища. Прави впечатление, че най-голям дял от жените предприемачи са завършили **икономическо образование** (фигура 3).

Вероятно това се дължи на знанията и уменията, които този тип обучение предоставя, чрез изучаване на дисциплини, които са свързани с предприемачеството, мениджмънта, счетоводството, финансите, маркетинга и други икономически и бизнес ориентирани учебни курсове. Познанията за стартиране и управление на бизнес може би им дават и по-голяма увереност, която е необходима, за да изберат предприемачеството като свой път на развитие. Донякъде съвсем очаквано, втората група от анкетираните са завършили техническо образование. Получените инженерни и технически знания и формираният начин на мислене вероятно са били решаващи за генериране и развитие на нови идеи и решения, които дават начало и на нов бизнес. Другите „повидими“ типове завършено образование на жените предприемачи са педагогика и право.

Голяма част от жените предприемачи са **над четиридесет години**, което е констатирано и в други проучвания (Андонова, Кръстева и др., 2017; OECD, 2020). Това показва, че те имат житейски опит, което се отразява и на вземаните решения и направените избори. Все по-актуален става въпросът за изследва-

■ не мога да преценя ■ не ■ да

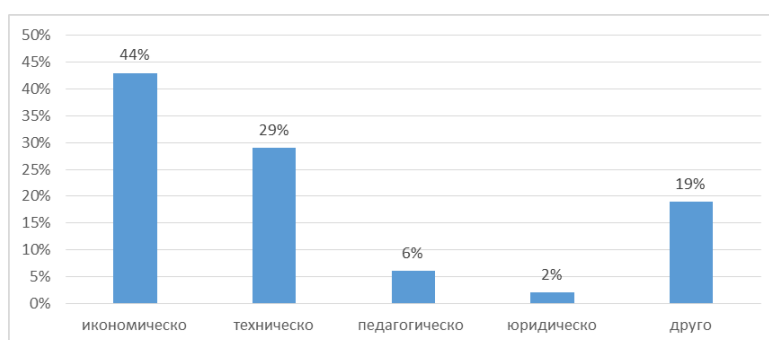


Фигура 2. Равни шансове за стартиране и развитие на собствен бизнес в България

Икономическо развитие

не и търсене на подходящи инструменти за подкрепа на т.нар. „сребърно предприемачество“, още повече, че застаряването на населението в нашата страна е трайно установяваща се тенденция. Направени прогнози сочат, че към 2040 г. населението над 65-годишна възраст ще достигне до 25,8%-28,0% (Институт за изследване на населението и човека, БАН, 2015), което показва, че в различни обществени сфери, включително и по отношение на предприемачеството, трябва

пак придобит в много различна среда от пандемичната обстановка, която засегна световната икономика от началото на 2020 г. Характерно за последните почти осемнадесет месеца е прерастването на здравна криза в икономическа поради необходимостта от пълно или частично затваряне за немалък период на редица бизнеси. Прави впечатление, че след криза има повишаване на предприемаческата активност, което може да е свързано както с подобряване на среда-



Фигура 3. Разпределение на жените предприемачи, според типа на полученото от тях образование

да се обмислят и въвеждат нови политики. Същевременно е необходимо да се намерят подходящи форми за насърчаване и популяризиране на предприемачеството сред младите хора, както и оказване на необходимата им помощ, особено в първоначалните стъпки, свързани със създаване и оцеляване на техните бизнеси (Georgieva, Ivanova, 2019).

Според **годината на стартиране** на фирмите може да се направи изводът, че една немалка част от жените предприемачи имат не само житейски, но и натрупан професионален и предприемачески опит. Още повече, че те са управлявали бизнес в трудни, дори критични условия (фигура 4). Първият ясно очертан такъв период е политическата и финансовата криза в страната през 1996-1997 г. Следващият е глобалната финансова криза от 2007-2009 г., която прераства в рецесия и често е определена като най-тежката след Голямата депресия от 30-те години на миналия век. Разбира се, този опит, колкото и да е полезен, е все

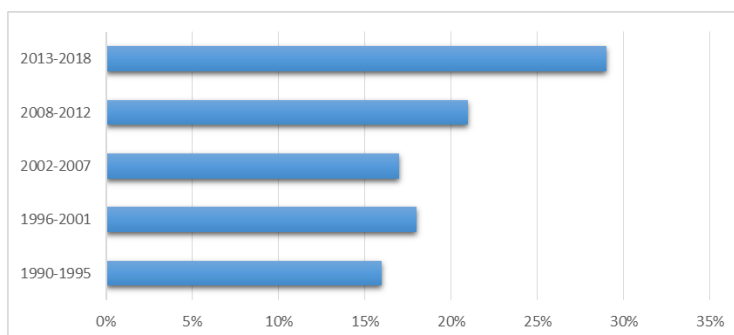
та, а така също и със загуба на работа през кризисния период и продължителна безработица, което принуждава част от жените да си осигурят заетост самостоятелно чрез създаване на свой бизнес.

Равнопоставеността на половете, високото образование, житейският, професионален и предприемачески опит са предпоставки, формиращи предимствата, характерни за жените в бизнеса. Кои са техните **силни страни**, които ги правят успешни предприемачи, според тях самите, е въпрос, който буди интерес, тъй като осветява техните осъзнати предимства в света на бизнеса, където доминират мъжете (фигура 5). Прави впечатление, че гамите разчитат основно на качества, свързани с умението да общуват ефективно, да изграждат добри отношения на работното място, тяхната способност да се адаптират към промените и да се въздържат от предприемане на бизнес начинания, отличаващи се с по-висок риск.

Освен това, интуицията е посочена като силно женско оръжие от голяма част от анкетираните, което подсказва, по какъв начин вероятно жените вземат различни решения, свързани с предприемаческите си дейности. Формирането на учебни програми, насочени към настоящи и потенциални жени предприемачи, отчитайки техните силни страни, би оптимизирало процеса

в изследването жени предприемачи развиват дейност в услугите или търговията. Около шест пъти по-малко са тези, чиито фирми оперират в производството (фигура 6).

Това може да се обясни както с по-ниските бариери за навлизане в посочените два сектора, типа на полученото образование, а така също с предпочитаните и често доминирани от жените бизнеси, които попадат основно

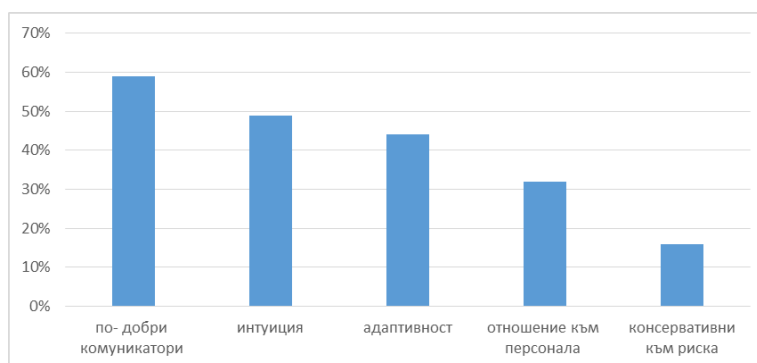


Фигура 4. Разпределение на фирмите според периода на стартиране на дейността

на обучение чрез избиране на подходящи методи, което да допринесе за постигане на по-висока степен на удовлетвореност от преподаването и по-добри резултати в тяхната бизнес дейност.

Силните страни на жените предприемачи, тяхното образование и опит са сред предпоставките, които определят в известна степен сферите на дейност, в които техните фирми най-често оперират. Малко над 60% от вклю-

в сферата на услугите и търговията. Стартирането на дейност в тях в повечето случаи не изисква голям първоначален капитал, но пък се отличават със силна и интензивна конкуренция. Трябва да се отбележи, че бизнес сферите, в които развиват дейност жените предприемачи в нашата страна, са сред сериозно засегнатите от световната пандемия, породена от COVID-19. Интерес представляват резултати от изследвания как и доколко



Фигура 5. Силни страни на жените предприемачи

(Процентите надвишават 100%, тъй като респондентите са давали повече от един отговор)



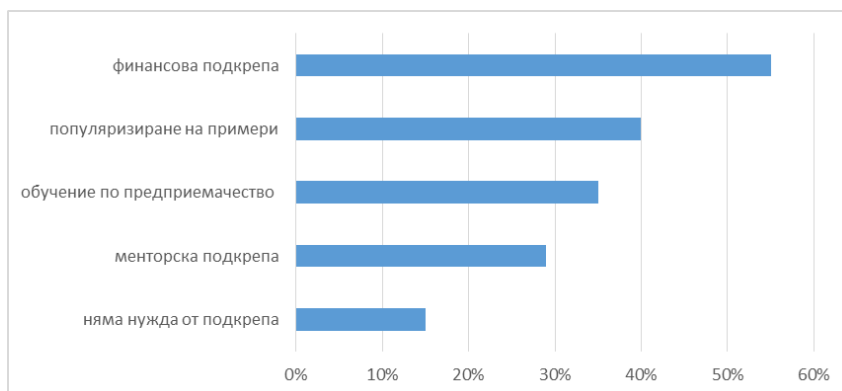
Фигура 6. Предмет на дейност на фирмите, притежавани от жени предприемачи

те са успели да се справят в тази извънредна и необичайна за бизнеса среда. Официални данни на НСИ показват, че сред факторите, затрудняващи предприятията в сектора на услугите днес, е несигурната икономическа среда (56,3%); конкуренцията (28,1%); недостигът на търсене (18,1%); 7,4% от предприятията срещат финансови проблеми; а 14,4% нямат затруднения (НСИ, 2021). В търговията на гребно сред пречките на първо място отново е несигурната икономическа среда (63,8%), търсенето (39,3%), конкуренцията в сектора (31,3%), а без затруднения са 9,8% от предприятията (НСИ, 2021).

От управленска гледна точка интерес предизвиква въпросът как жените предприемачи, освен оценката на своите силни страни, възприемат барриерите, с които се сблъскват, и преценяват каква подкрепа е необходимо да им бъде оказана от институции и организации, насочени към развитие на бизнеса (фигура 7).

Очаквано, най-желана е **помощта**, насочена към осигуряване на финансов ресурс, което е констатирано и в други изследвания (Андонова, Кръстева и др. 2017; Николова, 2012; Kanze, Huang, Conley, Higgins, 2018). Сред важните фактори за вземане на решение за започване на предприемаческа дейност е и популяризиране на успешни примери, което да насърчи повече жени и да им даде повече увереност в техните способности, което се потвърждава и от други изследвания (Андонова, Кръстева и др.

2017; Николова, 2012). Прави впечатление, че обучението, което да предостави нужните знания и да формира основни умения, е посочено от немалка част от анкетираниите като необходима подкрепа. Това означава, че трябва да се обмислят подходящи форми за предприемаческо обучение, насочени към потребностите на жените, които имат амбицията да стартират и управляват бизнес. Участието в менторска програма е вероятно продиктувано от необходимостта от персонален контакт с предприемач с опит, както и желание за получаване на конкретни отговори на възникнали проблеми. Донякъде тези резултати са в унисон с изложени в европейски стратегически документи политики, в които обобщено подкрепата за жени предприемачи е насочена към осигуряване на възможности за използване на финансова и образователна помощ, както и за тяхното насърчаване за свързване чрез бизнес мрежи и активно използване на информационни и комуникационни технологии (Комисия по правата на жените и равенството между половете, 2011). Оптимистично изглежда фактът, че 15% от анкетираниите са посочили, че не се нуждаят от някаква специфична подкрепа. Този отговор може да се обясни и с обстоятелството, че изследването е проведено преди настъпилата криза, породена от пандемията от Ковид-19 и е вероятно този процент да бъде различен, ако същият въпрос се постави в настоящия момент.



Фигура 7. Желани форми на подкрепа от жените предприемачи

(Процентите надвишават 100%, тъй като респондентите са давали повече от един отговор)

Въз основа на проучената литература и направеното изследване могат да се направят някои **обобщения** за женското предприемачество в нашата страна.

Две трети от анкетираните жени предприемачи считат, че имат *равни шансове с мъжете за създаване и успешно развитие на собствен бизнес*. Освен от културно-исторически и икономически предпоставки, тази увереност вероятно идва от тяхното високо образование, както и от предприемаческия опит, които им позволяват да управляват ефективно своите предприятия.

Голям е дялът на завършилите висше образование български жени предприемачи. Загълбочаването на *обучението по предприемачество в икономическите и техническите висши училища* ще е полезно за младите хора с идеи. Още повече, че респондентите в направено проучване посочват като желана подкрепа именно провеждане на такова обучение. Популяризирането на успешни жени предприемачи ще насърчи повече млади дами да изберат предприемачеството за своя професионален път.

Възрастта и годината на стартиране на фирмите, създадени от жени, показват, че те имат *житейски и предприемачески опит*. Нарастването на гела на хората на възраст над 65 години налага обмисляне на политики и формиране на програми за по-дългото задържане на жените в бизнеса, дори и след навършване на пенсионна възраст.

Силните страни на жените предприемачи са свързани с техните меки умения като комуникации, изграждане на добра работна среда за персонала, приспособимост към променящи се условия, вероятно и заради по-силната им интуиция. Обстоятелството, че немалка част от бизнесите, притежавани от жени, са в секторите, силно засегнати от пандемията през последните повече от осемнадесет месеца, както и уязвимостта им от промени в средата поставят въпроса за *ефективната им подкрепа*.

В литературата се констатира, че между жените и мъжете предприемачи има разлика по отношение на тяхното разбиране за границите на разширяване и начина на растеж, както поемането на риск и осведомеността им за различни възможности за финансиране на бизнеса. *Осигуряването на ресурс за инвестиции във фирмите, създавани от жени, „видимостта“ на успешни ролеви модели, както и обучението по предприемачество*, което включва в учебните си програми и възможните начини за финансиране на дейността, източници на финансова помощ, оценка на риска при използване на различните алтернативи, са сред най-желаните инструменти за подкрепа.

Разбирането на силните страни на жените предприемачи, както и на специфичните им характеристики и барieri, въз основа на които да се предложат конкретни мерки за

Икономическо развитие

подкрепя, ще повиши конкурентоспособността на техните бизнеси, което ще се отрази на техния растеж и развитие, а оттам и на българската икономика като цяло.

Заклучение

Предприемачеството е движеща сила за развитие на обществата не само в икономически, но и в социален план. Макар че по-малка част от предприемачите са жени, те също допринасят активно за повишаване на заетостта, динамизирането, интернационализирането и растежа на икономиката, както и за регионален и технически напредък.

В нашата страна жените се включват в създаването и управлението на свои бизнеси и делът им е относително над средното равнище за ЕС. Това се дължи на редица фактори, сред които традиционното социално положение на жените, възможността да получават образование и да участват дейно в обществено-икономическия живот.

Проведено изследване сред 178 жени предприемачи в страната показва, че те са с високо образование. Типът на полученото образование е основно икономическо или техническо. Фирмите, притежавани от дами, оперират в услугите и търговията, а около половината са създадени преди 2008 г., т.е. много от жените предприемачи имат опит, включително и в кризисни ситуации. Голяма част от жените предприемачи са убедени, че имат равни шансове с мъжете за успех в бизнеса. Определят за свои силни страни някои меки умения, които им дават конкурентно предимство, а сред желаната подкрепа, освен достъп до финансови ресурси, които да инвестират в началните етапи и разширяването на дейността, е и популяризиране на добри примери, както и обучение по предприемачество.

Бъдещи изследвания по тази тема могат да се насочат към проучване на женското предприемачество в условия на пандемия, да се оцени начинът, по който жените предприемачи са се справили в необичайната бизнес среда, както и ефективните форми на подкрепа в пандемична обстановка. Проучванията могат да се задълбочат, като се разглеждат

спецификите на тези бизнеси според предприемаческия опит, степен на иновативност, както и техния принос към реализирането на социално значими за обществото цели.

Цитирани източници:

Андонова, В., М. Кръстева (с участието на Георгиев, Я., ИИП, Е. Исаза, Университет на Андите, Колумбия), 2017. Национален доклад на GEM предприемачеството в България 2016/17, Сгружение „Глобален предприемачески мониторинг“.

(Andonova, V., Krasteva M. (s uchastieto na Georgiev, Ya., IIP, E. Isaza, Universitet na Andite, Kolumbia), 2017. Natsionalen doklad na GEM predpriemachestvoto v Bulgaria 2016/17, Sdruzhenie „Globalen predpriemacheski monitoring“)

Златева, М., В. Величков, 2018. Анализ на състоянието на предприемачеството сред младите жени в България. Регионална агенция за предприемачество и иновации – Варна, INTERREG Danube Transnational Programme.

(Zlateva, M., V. Velichkov, 2018. Analiz na sastoyaniето na predpriemachestvoto sred mladite zheni v Bulgaria. Regionalna agentsia za predpriemachestvo i inovatsii – Varna, INTERREG Danube Transnational Programme)

ИАНМСП, 2020. Изследване и анализ на тема „Състояние на малкия и средния бизнес в България и перспективи за развитието му“, налична на: https://www.sme.government.bg/uploads/2020/07/SME_desk-research_report_May-2020-BG-2-converted-1.pdf, посетен на 23.05.2021.

(IANMSP, 2020. Izsledvane i analiz na tema: „Sastoyanie na malkia i srednia biznes v Bulgaria i perspektivi za razvitiето mu“, nalichna na: https://www.sme.government.bg/uploads/2020/07/SME_desk-research_report_May-2020-BG-2-converted-1.pdf, poseten na 23.05.2021)

Институт за изследване на населението и човека (авторски колектив), 2015. Прогнози за демографското развитие на България в периода 2015-2040 г., Българска академия на науките.

(Institut za izsledvane na naselenieto i choveka

(avtorski kolektiv), 2015. Prognozi za demografskoto razvitiе na Bulgaria v perioda 2015-2040 g., Balgarska akademija na naukite)

Комисия по правата на жените и равенството между половете, 2011. Доклад относно предприемаческата дейност на жените в малките и средните предприятия, Европейски парламент, наличен на: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-7-2011-0207_BG.html, посетен на 23.07.2021.

(Komisia po pravata na zhenite i ravenstvo mezhdu polovete, 2011. Doklad odnosno predpriemacheskata deynost na zhenite v malkite i srednite predpriyatia, Evropeyski parlament, nalichen na: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-7-2011-0207_BG.html, poseten na: 23.07.2021)

Николова, Е., 2012. Образът на жената-предприемач в публичното пространство: функционални и дисфункционални ефекти (дисертационен труд), Факултет по журналистика и масова комуникация, Катедра на ЮНЕСКО „Комуникация и връзки с обществеността“, СУ „Св. Климент Охридски“.

(Nikolova, E., 2012. Obrazat na zhenata-predpriemach v publichnoto prostranstvo: funktsionalni i disfunktsionalni efekti (disertatsionen trud), Fakultet po zhurnalistika i masovi komunikatsii, Katedra na YUNESKO „Komunikatsii i vrazki s obshtestvenostta“, SU „Sv. Kliment Ohridski“)

НСИ, 2021. Наблюдение на бизнес тенденциите в сектора на услугите – м. юни, налично на: <https://www.nsi.bg/bg/content/11322/%D0%BD%D0%B0%D0%B1%D0%BB%D1%8E%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D0%BD%D0%B0-%D0%B1%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D0%B2-%D1%83%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D0%BA%D0%B8%D0%B4-2008>, посетен на 19.07.2021.

(NSI, 2021. Nablyudenie na biznes tendentsiite v sektora na uslugite – m. yuni, nalichno na: <https://www.nsi.bg/bg/content/11322/%D0%BD%D0%B0%D0%B1%D0%BB%D1%8E%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D0%BD%D0%B0-%D0%B1%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D0%B2-%D1%83%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D0%BA%D0%B8%D0%B4-2008>, poseten na: 19.07.2021)

%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D0%BD%D0%B0-%D0%B1%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D0%B2-%D1%83%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D0%BA%D0%B8%D0%B4-2008, poseten na: 19.07.2021)

НСИ, 2021. Наблюдение на бизнес тенденциите в търговията на дребно – м. юни, налично на: <https://www.nsi.bg/bg/content/11321/%D0%BD%D0%B0%D0%B1%D0%BB%D1%8E%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D0%BD%D0%B0-%D0%B1%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D0%B2-%D1%82%D1%8A%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B0-%D0%BA%D0%B8%D0%B4-2008>, посетен на 19.07.2021.

(NSI, 2021. Nablyudenie na biznes tendentsiite v trgoviyata na drebno – m. yuni, nalichno na: <https://www.nsi.bg/bg/content/11321/%D0%BD%D0%B0%D0%B1%D0%BB%D1%8E%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D0%BD%D0%B0-%D0%B1%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D0%B2-%D1%82%D1%8A%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B0-%D0%BA%D0%B8%D0%B4-2008>, poseten na: 19.07.2021)

Симеонова-Ганева, Р., Ж. Владимиров, К. Ганев, Н. Панайотова, Цв. Димитрова, Т. Давидкова, Д. Йорданова, 2013. Изследване на предприемачеството и перспективите за развитие на иновациите в МСП 2012-2013 г., ИАНМСП, налично на: <https://www.sme.government.bg/?p=15942>, посетен на 21.07.2021.

(Simeonova-Ganeva, R., Zh. Vladimirov, K. Ganev, N. Panayotova, Tsv. Dimitrova, T. Davidkova, D. Yordanova, 2013. Izsledvane na predpriemachestvoto i perspektivite za razvitiе na inovatsiite v MSP 2012-2013 g., IANMSP, nalichno na: <https://www.sme.government.bg/?p=15942>, poseten na: 21.07.2021)

- Цвяткова, Д., 2017. Предприемачеството в земеделието: ролята на жените в управлението на земеделското стопанство (дисертационен труд), Селскостопанска академия – Институт по аграрна икономика. (Tsvyatkova, D., 2017. *Predpriemachestvoto v zemedeliето: rolyata na zhenite v upravlenieto na zemedelskoto stopanstvo* (disertatsionen trud), Selskostopanska akademiya – Institut po agrarna ikonomika)
- Ahl, H., S. Marlow, 2012. Exploring the dynamics of gender, feminism and entrepreneurship: advancing debate to escape a dead end?. *Organization*, 19(5) 543-562.
- Bridge, S., K. O'Neill, F. Martin, 2009. *Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business*, Third Edition, London: Palgrave Macmillan Press.
- Cliff, JE, 1998. Does one size fit all? Exploring the relationship between attitudes towards growth, gender, and business size. *Journal of Business Venturing*, Volume: 13, Issue: 6, Pages: 523-542, DOI: 10.1016/S0883-9026(97)00071-2
- Camelo-Ordaz, C., J.R. Diáñez-González, J. Ruiz-Navarro, 2016. The influence of gender on entrepreneurial intention: The mediating role of perceptual factors. *BRQ Business Research Quarterly*, Volume 19, Issue 4, October–December 2016, Pages 261-277.
- Dean, H., G. Larsen, J. Ford, M. Akram, 2019. Female Entrepreneurship and the Metanarrative of Economic Growth: A Critical Review of Underlying Assumptions. *International Journal of Management Reviews*, Vol. 21, 24–49, DOI: 10.1111/ijmr.12173
- Dutta, N., S. Mallick, 2018. Enabling Women Entrepreneurs: Exploring Factors That Mitigate the Negative Impact of Fertility Rates on Female Entrepreneurship, *KYKLOS*, Vol. 71 – August – No. 3, 402–432.
- Georgieva, S., Y. Ivanova, 2019. Gender, Age, Support and Performance of SMEs in a Transition Economy – Evidence from Bulgaria, Todorov, K. & Degadt, J. (eds.), *Youth and Women Entrepreneurship in Challenging International (Global) Business Environment*. Sofia: BAMDE, pp. 95-115.
- Kanze, D., L. Huang, M.A. Conley, E.T. Higgins, 2018. We Ask Men to Win and Women Not to Lose: Closing the Gender Gap in Startup Funding. *Academy of Management Journal*, Volume: 6, Issue: 2, Pages: 586-614, DOI: 10.5465/amj.2016.1215
- Langowitz, N., M. Minniti, 2007. The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 31(3), 341-364. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00177.x>
- OECD, 2020. *Inclusive Entrepreneurship Policies, Country Assessment Notes Bulgaria 2020*, available at: <https://www.oecd.org/cfe/smes/Bulgaria-IE-2020.pdf>, accessed: 29.06.2021.
- Shinnar, RS, O. Giacomini, F. Janssen, 2012. Entrepreneurial Perceptions and Intentions: The Role of Gender and Culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Volume: 36 (3), pp 465-493, Special Issue: SI.
- Westhead, P., M. Solesvik, 2016. Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: Do female students benefit?. *International Small Business Journal*, Vol. 34(8) 979–1003.
- Xie Xuemei, Wu Yonghui, 2021. Doing Well and Doing Good: How Responsible Entrepreneurship Shapes Female Entrepreneurial Success. *Journal of Business Ethics*, <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04799-z>
- Yadav, V., J. Unni, 2016. Women entrepreneurship: research review and future directions. *Journal of Global Entrepreneurship Research* 6:12, DOI 10.1186/s40497-016-0055-x
- Zhang, J., N. Zhou, 2021. The Family's Push and Pull on Female Entrepreneurship: Evidence in China, *Emerging Markets Finance and Trade*, VOL. 57, NO. 5, 1312–1332, <https://doi.org/10.1080/1540496X.2019.169767>