

## Moterų antreprenerystės formavimasis lyčių lygybės politikos kontekste

**Julija Mažuolienė**

*Lietuvos socialinių tyrimų centras  
A. Goštauto g. 9, LT-01108 Vilnius*

**crossref** <http://dx.doi.org/10.5755/j01.ppa.19.1.25126>

**Anotacija.** Straipsnyje nagrinėjama moderniojoje visuomenėje itin aktuali ekonominė moterų ir vyrų lygybė verslo sektoriuje, moterų antreprenerystės formavimosi problematika įgyvendinant lyčių lygybės politiką versle. Moterų dalyvavimas inovacijų, informacinių technologijų ir socialinio verslo kūrime yra prioritetinė sritis politinėje moterų ekonominio įgalinimo darbotvarkėje Lietuvoje ir visoje Europos Sąjungoje. Straipsnyje, remiantis lyčių lygybės, moterų verslo finansavimo bei plėtros rodiklių ir literatūros analize Lietuvoje ir Europos Sąjungoje, išryškunami tyrimo lauko svarbiausi aspektai, moterų antreprenerystei būdingi bruožai, moterų aktyvumo verslo sektoriuje kliūtys, analizuojama šeimos ir karjeros suderinimo problematika, galimybės plėtoti nuosavą verslą. Straipsnyje analizuojamos perspektyvos integruoti lyčių aspektą į strategiškai svarbias sritis, kuriose turi vykti pokyčiai norint įtvirtinti moterų ir vyrų lygybę verslo sektoriuje, paskatinti moteris aktyviau įsitraukti į verslą Lietuvoje, tai apima moterų atstovavimą finansinių įmonių valdybose, moterų verslo finansavimo užtikrinimą, į lygybę orientuotos šeimos politikos skatinimą, struktūrinius pokyčius šalies valdyme.

**Raktažodžiai:** *lyčių lygybės politika, moterų antreprenerystė, moterys versle.*

**Keywords:** *gender equality policies, women entrepreneurship, women in business.*

### Įvadas

Žmogus modernioje visuomenėje yra greitų pokyčių darbo rinkoje ir ekonomikoje stebėtojas ir dalyvis, kurio užimtumas kinta dėl pasikeitusio darbo ir gamybos pobūdžio technologinio progreso rezultate (Castells, 2005). Tai turi įtakos žmogaus socialiniam ir ekonominiam gyvenimui bei lyčių lygių galimybių politikos formavimuisi. Lyčių lygybės politika šio straipsnio kontekste apima moterų ir vyrų lygių galimybių darbo rinkoje užtikrinimą, lyčių aspekto integravimą į valstybės socialinę-ekonominę politiką, siekiant ekonominės galios pasidalijimo tarp vyrų ir moterų, lygių galimybių moterims ir vyrams įgyti ekonominį savarankiškumą užtikrinimą, lygias sąlygas moterims ir vyrams pradėti savo verslą bei siekti karjeros (Rakauskienė & Lissauskaitė 2005; Ulickaite, 2017).

Darbo organizavimo pokyčiai sąlygoja naujus reikalavimus darbuotojams, darbdaviams ir individualiai dirbantiems verslininkams, todėl svarbus tapo gebėjimas būti konkurencingu, reaguoti į pokyčius, veikti prasmingai, sukuriant pridėtinę vertę veiklos srityje – būti antrepreneriu. Apibendrinus šioje srityje dirbančių autorių išvagas, antreprenerystė laikomas reiškinys, susijęs su įvairiomis gyvenimo sritimis, aptinkamas įvairiuose sektoriuose, kuriuose svarbus žmogiškasis kapitalas. Kartu su inovacijomis atsiradusios naujos darbo formos gali padėti rasti konsensuą tarp lyčių.

Nors šiuo metu vis daugiau moterų įsitraukia į verslo sektorių, tačiau ankstesnių tyrimų metu nustatyta, kad jos nepakankamai atstovaujamos kaip verslo savininkės, ypač aukščiausiam lygmenyje (Ahi, 2004, Foss et al., 2018, Bush, 2013). Nuo tada kai moterys pradėjo dirbti ir konkuruoti su vyrais darbo rinkoje, jos susiduria su kliūtimis siekiant vienodo vertinimo darbe, joms sunkiau suderinti darbą ir šeimos įsipareigojimus, siekti aukštesnių pareigų tradiciškai vyriškomis laikomose srityse, todėl joms sunkiau išlikti konkurencingoms darbo rinkoje, ypač auginant vaikus

(Matera, 2015; Reingardė, 2006). Ekonomiškai pažangiose Europos Sąjungos šalyse – Olandijoje, Danijoje ir Švedijoje – įvykdytos darbo reformos, naujų darbo modelių diegimas davė teigiamą poveikį nedarbo mažinimui bei ekonomikos augimui (Mikienė, 2007). Švedijoje taikomos vienos iš pažangiausių lyčių lygybės politikos priemonių, nukreiptų į visus ūkio sektorius ir visuomenės sritis, šeiminių gyvenimą bei kultūrinius pokyčius, moterys aktyviai įsitraukia į politinę veiklą, visuomeninius judėjimus, veikia partijose, siekia didesnio moterų atstovavimo sprendimų priėmimo, todėl turi daugiau galimybių rinktis karjeros kelią versle (Potter, 2014; Ulickaite, 2017).

Lietuvoje, remiantis Global Entrepreneurship Monitor (GEM) rodikliais, moterų verslininkų skaičius didėja tarp pradedančių verslą, tai dažniau jaunesnio amžiaus ir labiau išsilavinusios moterys, tačiau moterų atstovavimas įmonių valdybose, sprendimų priėmėjų ir investuotojų gretose yra menkas (GEM, 2018). Moterų antreprenerių, kuriančių reikšmingus, į pokyčius orientuotus verslus, galimybės Lietuvoje yra ribotos. Nors Lietuva pirmauja tarp ES šalių pagal moterų, steigiančių inovatyvius, informacines ir ryšio technologijas naudojančius verslus, investicijas į jas nesiekia penkių procentų visų verslo investicijų, joms sunkiau įsijungti į verslo tinklus, gauti finansavimą (Women in the Digital Age, EC, 2018).

Šio straipsnio tikslas yra atskleisti moterų antrepreneriškos veiklos vystymo problematiką Lietuvoje bei jos aktualumą lyčių lygybės politikos kontekste. Pirmoje straipsnio dalyje gilinama ši antreprenerystės sąvokos ypatumus ir verslo organizavimo formas, kuriose atsiranda antreprenerystei būdingi bruožai, antroje dalyje nagrinėjami lyčių lygybės aspektai verslo sektoriuje, socialinė, ekonominė moters aplinka, kuri gali turėti įtakos moterų veiklos pasirinkimui. Paskesnėje dalyje aptariamas moterų antreprenerių perspektyvinis diskursas, modeliuojamas šio reiškinio tyrimo galimybių spektras, formuluojamos išvados. Pagrindiniai tyrimo metodai – mokslinės literatūros analizė, dokumentų analizė. Atliekant tyrimą, remtasi naujais ir reikšmingais Lietuvos ir užsienio autorių moksliniais darbais, Europos Sąjungos, Lietuvos ir pasaulio mastu renkamais verslumo rodikliais, verslumo ir užimtumo tyrimais, viešosios politikos dokumentais lyčių lygybės srityje, lygybės indeksu (Gender Equality Index), Jungtinių Tautų ir Europos Komisijos oficialiais dokumentais.

Straipsnyje nagrinėjama tema yra neabejotinai aktuali, nagrinėtina ir turi potencialą kisti kartu su aplinka. Užsienio šalyse atlikti tyrimai rodo, kad moterų antreprenerystė yra didžiulis neišnaudotas inovacijų šaltinis, susijęs su darbo vietų kūrimu ir ekonomikos augimu besivystančiose šalyse (Niethammer, 2013). Vis dėlto, moterų dalyvavimo versle tema nėra pakankamai ištirta tiek užsienio šalyse, tiek Lietuvoje, trūksta kompleksiško požiūrio į moterų antreprenerystės reiškinį, jo ištakas, potencialą ir plėtrą lemiančius veiksnius. Užsienio autorių darbuose lyčių lygybės problematiką darbo rinkos ir verslo kontekstuose buvo nagrinėjama atskirų šalių tyrimuose (Kelan, 2012; Faghih, 2014; Majd, 2014; Klercg 2009; Joosten, 2009) bei Europos ir pasaulio mastu renkamų rodiklių kontekste, vertinant bendrą Europos ir kitų šalių situaciją, šeimos ir darbo įsipareigojimų derinimo progresą, lankstaus darbo formas, pajamų skirtumus tarp vyrų ir moterų, ekonominius ir socio-kultūrinius rodiklius.

Lietuvoje iki šiol į moterų verslo karjeros pasirinkimą buvo žiūrima kaip į moters dalyvavimą ir aktyvumą darbo rinkoje, buvo vertinama šeiminei ir darbo aplinka bei galimybės jas suderinti, rasti tinkamą pasirinkimą, dirbti lanksčiai derinant vaikų priežiūrą su gyvenimo partneriu (Reingardė, 2004, 2006, 2009; Baltrušaitytė, 2009; Jančaitytė, 2006). Lyčių lygybės problematika darbo rinkos ir verslo kontekstuose buvo nagrinėjama vertinant struktūrines priežastis ir kliūtis moterims siekti karjeros, išryškinant didesnę moterų užimtumą bei neapmokamą darbą namuose, kultūrinės nuostatas (Purvaneckienė, 2004; Andrikiienė & Vaičiūnienė, 2016; Daukantienė, 2006), moterų ir vyrų atlyginimų skirtumus, moterų ir vyrų vaidmenų bei gebėjimų stereotipizavimą darbo vietoje (Šidlauskienė, 2010; Rakauskienė, 2014).

Nors teisinė bazė ir socialinės apsaugos sistema Lietuvoje yra palanki dirbančioms moterims, suteikia socialines garantijas laikinai nedirbančioms dėl ligos, vaikų priežiūros, tačiau moterų dalyvavimas versle ir su tuo susijusios kliūtys bei galima pažanga šioje srityje nėra pakankamai aiški.

Svarbu gilintis į moterų antreprenerystės problematiką, nustatyti reikšminį lemiančius veiksnius, priežastis, socialinę aplinką, charakterizuoti lyčių lygybės politikos vaidmenį verslo sektoriuje.

### **Antreprenerystės sąvokos naudojimas socio-ekonominiame kontekste ir viešosios politikos tekstuose**

Nagrinėjant antreprenerystės temą svarbu tiksliai suvokti sąvokos naudojimo lauką ir kontekstą, atskirti reikšmę nuo kitų, iš pažiūros tapačių sąvokų – verslumo, verslininkystės. „Antreprenerystė – gebėjimas kūrybiškai panaudoti mokslininkų išradimus ir rasti jiems technologinį komercinį pritaikymą“ (Schumpeter, 1934). Mokslinė pažanga ir išradimai, sėkmingai pritaikyti kituose sektoriuose yra laikomi inovacija ir antreprenerystė glaudžiai susijusi su šiais procesais.

Mokslinėje literatūroje antrepreneriško verslo koncepcijos vystymas analizuojamas klasikų ir neoklasikų teorinių įžvalgų kontekste (Landstrim & Lohrke, 2010). Antreprenerystės terminas priklauso prancūziškai mokyklai ir priskiriamas Richard Cantillon (1759) ir reiškė asmenį, kuris ėmėsi svarbaus projekto ar veiklos ir prisiimantis su tuo susijusią riziką. Šis terminas vartojamas kalbant apie naujo verslo kūrimą ir augimą, unikalų vertingų išteklių panaudojimą bei naudos gavimą iš to (OECD 1998), pažangos skatinimą, naujų ir geresnių praktinių problemų sprendimo būdus (Strazdas, Černevičiūtė & Jančoras, 2014). Antreprenerystė lyginama su atradimais, kūrybingumo pasireiškimu priimant alternatyvius sprendimus, galimybių ieškojimu, siekiant išlaikyti konkurencinį pranašumą (Fillis, Rentschler, 2010). P. F. Druckeris (2011) antreprenerį apibūdina kaip asmenį, kuris nuolatos ieško pokyčių, reaguoja į juos ir išnaudoja atsiradusią galimybę (Drucker, 2011).

Literatūroje daug dėmesio skirta apibrėžti „antreprenerišką asmenybę“, šias savybes nagrinėjo Zimmerer, et al., (2007), Burns et al., (2005), Longenecker et al., (2003), Lambing & Kuehl (2000), kurie išskiria atsakomybės jausmą už įkurtos įmonės sėkmę, apskaičiuoja ir kompetencija bei žiniomis pagrindžia verslo riziką, pasitiki savo jėgomis ir galimybėmis, net kai jų verslai žlunga ne vieną kartą, pasitikrina savo sėkme grįžtamuju ryšiu, pasižymi didesniu darbštumu nei vidutinis verslininkas. Antreprenerystės sąvokas nagrinėjo ir kiti mokslininkai – Gartneris (1990), Stevenson (1995), Shane (2000, 2003), Venkataraman (2000), Hjort (2008), Steyaert (2008) ir kiti užsienio autoriai.

Lietuvos informaciniuose šaltiniuose taip pat viešosios politikos ir administravimo tekstuose, neretai ir akademiname diskurse šalia „antreprenerystės“ vartojama „verslumo“ sąvoka (Židonis, 2008). Lietuvių autoriai nagrinėjo sąvokų skirtumus ir pateikia skirtingą termino vartosenos paaiškinimą. Autoriai pabrėžia, kad sąvokos skiriasi priklausomai nuo verslo kūrimo, vystymo ir veiklos principų, ir sutaria, kad antrepreneris nėra bet koks verslininkas. Norkus (2014), nagrinėjantis racionalų antreprenerišką kapitalizmą, pritaiko J. Schumpeterio<sup>1</sup> įžvalgas ir antreprenerį apibūdina kaip verslininką novatorių, gamybos reformatorių ar revoliucionierių, naudojančių naujas neišmėgintas technologijas ar žaliavas naujai prekei gaminti, reorganizuojančių gamybos struktūrą ar pramonę (Norkus, 2014). Remiantis šiuo paaiškinimu antreprenerystė suprantama plačiau nei verslumas ar komercinė veikla ir apima ne tik verslo, ekonomikos, bet ir švietimo, mokslo, kultūros, socialinį sektorius, kuriuose vyksta inovatyvūs pokyčiai, taikomi kūrybiški metodai problemų sprendimui.

Žvinkys ir Vabalas straipsnyje „Apie verslo kalbą“ (2006) pateikė paaiškinimą dėl terminų „verslininkas“ bei „antrepreneris“ apibūdinimo. Pagrindinis autorių išskirtas antreprenerio bruožas yra asmeninės rizikos, susijusios su verslo, kuris „paprastai yra perleidžiamas verslininkams, o pastarieji vykdo ūkinę komercinę veiklą“ steigimu (Žvinklys & Vabalas, 2006, p. 106). Autoriai pastebi, kad kai iš anglų kalbos žodis entrepreneur verčiamas kaip „verslininkas“, jis neatitinka ir net iškraipo termino esmę bei jo ekonominę prasmę. Autoriai taip pat išskiria ir verslo savininko terminą, kuris nurodo verslo priklausomybę (akcijas, investicijų portfelį) tam tikram subjektui, kuris gali neprisidėti prie verslo vystymo ir neturėti verslininkui būdingų savybių, todėl negali būti vadinamas

<sup>1</sup> J. Schumpeter – vienas žymiausių 20 a. ekonomistų ir antreprenerystės tyrinėtojų siekė sukurti naują ekonomikos teoriją, paremtą pokyčiais ir naujovėmis.

nei verslininku nei antrepreneriu (Žvinklys & Vabalas, 2006). Antreprenerystės sąvokos vartojimui pritaria ir lietuvių kalbos komisija, kuri 2017 metais pripažino žodį „antrepreneris“, „antreprenerystė“ kaip vartotiną ir skirtiną nuo „verslininko“.

Verslininkystė labiau siejama su veiklos pobūdžiu, pajamų gavimo būdu, principu, tačiau antreprenerystė siejama su tam tikrais veiksmais, mąstysena, elgesiu, gebėjimu pamatyti naujas galimybes. Schumpeterio manymu su antreprenerio elgsena siejami veiksniai yra šie: 1) naujų ir inovatyvių produktų plėtojimas, 2) naujų organizacijos formų siūlymas; 3) naujų rinkų tyrinėjimas 4) naujų gamybos metodų įdiegimas, 5) naujų tiekimo šaltinių ir medžiagų paieška. J. Schumpeteris prie svarbiausių antreprenerių savybių priskyrė gebėjimą kūrybiškai panaudoti mokslininkų išradimus ir rasti jiems technologinį komercinį pritaikymą (Schumpeter, 1934).

Antreprenerystei priskiriami vaidmenys, kuriuos prisiima verslą kuriantys žmonės, Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija (Organization for Economic Co-operation and Development, OECD) išskyrė dažniausiai minimus funkcinis antreprenerio vaidmenis: 1) rizikos prisiėmimas: antrepreneris nori prisiimti riziką, susijusią su neapibrėžtumu; 2) novatoriškumas: antrepreneris pagreitina naujų idėjų išskėlimą, platinimą ir pritaikymą; 3) galimybių ieškojimas: antrepreneris suvokia naujas pelno gavimo galimybes ir pasinaudoja jomis (OECD, 1998).

Apibendrinant autorių įžvalgas, darytina išvada, kad antreprenerystės reiškinio atsiradimui ir plėtojimui svarbiausias yra žmogus, kuris priima sprendimus, eksperimentuoja, yra smalsus, ieško naujovių ir alternatyvių, dažnai netradicinių atsakymų ir veiklos atlikimo būdų. Nagrinėdami antreprenerystės reiškinį ir antreprenerius, jų savybes, galimybes, veikimo principus ir pažangą srityje, kurioje jie dirba, matome, kad moterų ir vyrų galimybės ir patirtys vystyti antreprenerišką veiklą yra skirtingos, jie susiduria su skirtingais iššūkiais. Mokslininkų Sarfaraz, Faghieh ir Asadi Majd (2014), nagrinėjančių lyčių lygybės aspektą versle, teigimu lyčių lygybė ir moterų antreprenerystė yra esminiai faktoriai ekonomikos augimui, kuris neįmanomas be aktyvaus moterų dalyvavimo visose gyvenimo srityse (Sarfaraz, Faghieh & Asadi Majd, 2014).

Moterų dalyvavimas versle nėra vienareikšmis, kadangi skiriasi verslo formos, sektorių specifika ir su tuo susiję atitinkami iššūkiai, tačiau nepriklausomai nuo pasirinktos verslo formos, antreprenerystė gali pasireikšti bet kurioje iš jų. Remiantis aptarta informacija formuluojama moters antreprenerystės sąvoka, kuri šiame kontekste suprantama kaip moters novatorės, kuriančios sėkmingą verslą, ar vadovujančios inovatyviam komerciniam projektui, sprendžiančios visuomenei reikšmingą ekonominę ir socialinę situaciją verslo įrankių pagalba. Ši sąvoka apima moterų grupę, kuri ne tik dalyvauja verslo sektoriuje, užsiima ūkine komercine veikla, bet prisiima asmeninę riziką, įsteigia naujus verslus, sprendžia socialines problemas verslo pagalba, vadovauja mokslo – verslo projektams bei generuoja pelną, taikant inovatyvius veiklos vystymo metodus.

### **Lyčių lygybės politikos įgyvendinimas verslo sektoriuje**

Lyčių lygybės aspekto integravimas į visas gyvenimo sritis Europos Sąjungos šalyse yra vienas iš esminių principų, turinčių teigiamą poveikį šalių ekonominiam augimui ir lyčių lygių gailmybių politikos formavimuisi (Rakauskiene & Lisauskaite, 2005). Verslo sektoriuje, kaip ir kitose viešosios politikos srityse vyrauja su lyčių lygybės problematika susiję veiksniai – moterų veiklos stereotipizavimas, lyčių segregacija pagal sritis, skirtingos pajamos iš verslo sektoriaus (2nd European Start-up Monitor, 2016). Moterims yra sunkiau veikti „vyriskose“ srityse ir tai susiję ne tik su išorinėmis kliūtimis, kurios atsiranda darbo aplinkoje, bet ir su pačių moterų profesijų pasirinkimu, kuris gali kisti priklausomai nuo amžiaus ir aplinkybių (Gray, 2007). Be to, lyčių stereotipai viešojoje erdvėje turi didelę įtaką vertybinėms ir kultūrinėms potencialių investuotojų nuostatoms, jie į moteris investuoja mažiau, rečiau<sup>2</sup> (Women in the Digital Age, EC, 2018).

<sup>2</sup> 2016 m. rizikos kapitalo investicijų sandoriai į informacinių ir skaitmeninių technologijų (ICT) sritis moterų įsteigtas įmones Europoje sudarė 4,9 %. Vidutinės investicijos į verslininkes nuo 2014 metų sumažėjo 0,7 % (Women in the Digital Age, EC, 2018).

Lygių galimybių politikos įgyvendinimas Lietuvoje dažnai mokslininkų darbuose lyginamas su pažangių Europos Sąjungos šalių (Švedija, Danija) modeliais, išskiriamos sritys ir sektoriai, kuriuose investicijos į lyčių lygybę turi teigiamą ekonominį ir socialinį pokytį – tai šeimos ir darbo derinimas, lanksčių darbo formų įtvirtinimas, lyčių stereotipų ir diskriminacijos mažinimas, tėvystės skatinimas, teisinio reglamentavimo pokyčiai (Krinickienė, 2014; Leinartė; 2008, Reingardė; 2004, Purvaneckienė, 2005, 2009; Ulickaite, 2017). Vienas iš esminių šių autorių įvardinamų pokyčių, įgyvendinant lyčių lygybės politiką Lietuvoje, yra efektyvesnis moterų atstovavimas aukščiausiose valdžios institucijose bei įmonių valdybose.

Lyčių segregacija versle priklauso nuo verslo sektoriaus, kuriame veikiama. Europoje ICT (informacinių ir skaitmeninių technologijų) srityje tik 14,8 % „verslo startuolių“ įsteigti moterų (2nd European Start-up Monitor, 2016). Moterų dalyvavimas ICT sektoriuje yra skatinamas Europos Sąjungos strateginėse programose ir jas lydinčiuose dokumentuose, pažymima, kad tai ypatingai svarbu siekiant lyčių lygybės ir vienodo moterų ir vyrų atstovavimo visuose sektoriuose, tai padeda užtikrinti ir sprendimų priėmimo lygybę (Gender in entrepreneurship, EIGE, 2016). Remiantis periodinių rodiklių duomenimis, į moteris ICT verslo sektoriuje investuojama mažiau, rečiau ir šis finansavimas mažėja. Tam gali turėti įtakos nevienodas moterų ir vyrų pasiskirstymas įmonių, teikiančių verslo paramą, valdybose, verslo angelų tinkluose ir rizikos kapitalo grupėse. Mažiau nei 8 % investuotojų ir verslo angelų Europoje yra moterys (Women in the Digital Age, EC, 2018). Šie duomenis rodo tendenciją, kad neužtikrinus moterų ir vyrų lygybės strategiškai svarbiuose sektoriuose, moterų dalyvavimas versle tampa sudėtingesnis.

Net ir aktyviai įsitraukusios į verslą ne tik „vyriškomis“ laikomose srityse, moterys susiduria su pajamų iš verslo veiklos skirtumais. Remiantis Europos žemyne renkama statistine informacija apie moterų ir vyrų dalyvavimą versle, didžiausias neigiamas pajamų iš verslo skirtumas fiksuojamas Vokietijoje, Lietuvoje, Danijoje ir Lenkijoje. Didžiausias teigiamas skirtumas, kuris reiškia, kad moterys uždirba daugiau nei vyrai verslo sektoriuje, yra Ispanijoje, Norvegijoje ir Maltoje. Lietuvoje vyrai gauna vidutiniškai 14,2 % daugiau pajamų iš verslo (Statistical data on Womens Entrepreneurs in Europe, 2014).

Lyčių aspekto integravimas į verslo finansavimo priemones yra reikšminga lyčių lygybės politikos dalis, kuri susijusi su moterų dalyvavimu ekonomikos augimo procesuose ir lygybės užtikrinimu ekonominės galios pasiskirstyme tarp vyrų ir moterų. Europos Sąjungos (ES) šalyse atliktas verslo finansavimo priemonių, fondų ir privačių investicijų tyrimas parodė, kad tik nedaugelis šalių turi lyties aspektą (gender lens) skirstant finansavimą verslo pradžiai ar verslo plėtrai – septyniose ES šalyse įsteigta vienuolika privačių fondų, turinčių lyties kriterijų bei tikslingai investuojančių į moterų vadovaujamus verslus (Eurofound, 2019). Dalyje ES šalių, įgyvendinančių moterų verslumo skatinimo programas, yra taikomos lengvatos imant verslo kreditą, skiriant finansinius apdovanojimus, išmokas, taikant mokesčių lengvatas, kredito paliūkanų kompensavimą, investicijas verslo pradžiai, verslo angelų finansinį palaikymą. Lietuvoje lyčių lygybės priemonės taikomos skiriant kreditą verslo pradžiai (moterų verslams skiriami papildomi balai), kompensuojant verslo kredito palūkanas, nepaisant to, Lietuvoje tik 30 % finansuojamų verslų priklauso moterims (Verslumo skatinimo programos ataskaita, 2018; Eurofound, 2019).

Nuo 2005 metų Lietuvoje buvo pradėtas matuoti lyčių lygybės indeksas, parodantis lyčių lygybės pažangą kiekvienoje iš vertinamų sričių – finansų, galios, laiko, sveikatos, išsilavinimo, socialinės apsaugos, darbo rinkos. 2019 metais atliktas periodinis šalių vertinimas parodė, kad Lietuva vienintelė valstybė Europos Sąjungoje nepadariusi progreso lyčių lygybės srityje, turinti neigiamą rodiklį finansų ir galios srityje, kuri labiausiai išryškėja vertinant moterų ir vyrų pajamų skirtumus, skurdą bei nepakankamą moterų atstovavimą biržinių bendrovių valdybose ir centriniame banke (GEI, EIGE, 2019).

Aptartų tyrimų duomenys išryškina lyčių lygybės politikos priemonių fragmentiškumą, nepakankamą dėmesį moterų verslo steigimo problematikai, ekonominių kliūčių identifikavimui, moterų atstovavimui investicinių kompanijų valdybose ir lygybės užtikrinimui, priimant sprendimus dėl verslo finansavimo skyrimo. Siekiant geresnių rezultatų ir aukštesnių GEI rodiklių, valdžios

prioritetai turėtų būti nukreipti į lyčių lygybę, tai turi tapti neatsiejama viešosios politikos dalimi (Ulickaite, 2017), kuri turi reikšmingą poveikį moterų ir vyrų ekonominei lygybei, šeimų namų ūkiams, moterų motyvacijai įsitraukti į verslą ar antreprenerišką veiklą, šeimų finansinių galimybių užtikrinimui.

### **Moterų aktyvumą versle sąlygojantys veiksniai ir iššūkiai**

Moterų dalyvavimas versle yra aktualus šiuolaikinės visuomenės reiškinys, kuriam pastaruosius penkerius metus skiriamas ypatingas dėmesys viešojoje politikoje. Moterų - verslo steigėjų daugėja visame pasaulyje, tyrėjai ir sprendimų priėmėjai skiria vis daugiau dėmesio moterų verslumo skatinimui (Nedelcheva, 2012), steigia ir finansuoja verslo steigimo pagalbos programas, organizuoja viešas diskusijas, remia verslių moterų tinklų ir nevyriausybinių organizacijų veiklą. Šios organizacijos pirmiausia rūpinasi moterų įvaizdžio formavimu viešojoje erdvėje, stereotipų apie moterų ir vyrų verslo galimybes keitimu bei komunikacija, bendradarbiavimu tarp verslus kuriančių moterų, tarpusavio pagalba. Per paskutinius penkerius metus moterų tinklų, kurių vienas iš tikslų skatinti moteris siekti karjeros versle, ženkliai išaugo ir šiuo metu Lietuvoje veikia daugiau nei 10 moterų verslininkų organizacijų.

Europoje moterys mažiau nei vyrai įsitraukusios į verslą "ankstyvoje stadijoje", kuomet verslas yra steigiamas, vystomas iki savarankiškai veikiančio ir pelną generuojančio subjekto, nei vakarų šalyse. Nors Lietuvoje moterys sudaro tik trečdalį visų šalyje veikiančių verslų savininkų, šalis išsiskiria tarp kitų Europos valstybių didžiausiu moterų aktyvumu naujai steigiamuose versluose (start-up) – net 39,5 % naujų verslo savininkų Lietuvoje yra moterys, kurios aktyviai veikia (Women in the Digital Age, EC, 2018). Šie rodikliai rodo moterų susidomėjimą inovatyviais, į skaitmenines technologijas orientuotais verslais. Tyrimų išvadose taip pat pažymima, kad jaunesnės moterys labiau nei vyresnio amžiaus linkusios kurti verslą, taip pat verslu labiau domisi didesnes pajamas gaunančios ir aukštesnį išsilavinimą turinčios moterys (Sarfraz, Mian & Karadeniz, 2013).

Moterų antreprenerystės tema yra glaudžiai susijusi su šeimos kontekstu, socialiniais ir ekonominiais šeiminių gyvenimo aspektais, socialine šeimos gerove bei demografiniais procesais, todėl neretai pabrėžiama, kad vienas iš reikšmingų veiksnių sąlygojančių moterų verslumą yra šeiminių moterų gyvenimas. B. Matera Europos Parlamento pranešime „Dėl Europos moterų verslumui trukdančių išorės veiksnių“ (2015) pabrėžė, kad verslumas labai svarbus užimtumui, ekonomikos augimui, inovacijoms, vystymuisi ir skurdo mažinimui, tačiau reikalauja labai didelės atsakomybės ir nuolatinio įsitraukimo. Šeiminių gyvenimą ir darbą moteris verslininkė gali suderinti tik palankiai susiklosčius išorės aplinkybėms, esant palankiai socialinės apsaugos sistemai ir teisei bazei. Autorė atkreipia dėmesį, kad pačios moterys nurodo, jog yra priverstos kurti verslą, nes verslumas joms padeda derinti darbą ir su priežiūra susijusias pareigas bei suteikia daugiau galimybių dirbti namuose (Matera, 2015). Šiuos duomenis patvirtina ir Europos Komisijos atlikti tyrimai – ne visą darbo dieną dirba 30 % moterų verslininkų ir 12 % vyrų (Matera, EC, 2015).

Moterys dažnai pasirenka „namų verslą“, įkuria smulkias arba vidutinio dydžio verslo įmones, ne pelno siekiančias organizacijas. Socialinių inovacijų fondo pokyčių verslo sektoriuje vertinimo metu nustatyta, kad daugiausia moterų verslininkų 2007-2014 metais vadovavo individualioms įmonėms, kuriose veiklą vykdo pati įmonės savininkė – 32,1 %, o didelių įmonių (turinčių daugiau nei 50 darbuotojų) savininkės sudarė 5,3 % (Socialinių inovacijų fondas, 2014). Tai reiškia, kad virš 90 % stambių verslų, kurie uždirba pelną, formuoja darbo rinką bei daro įtaką inovacijų politikai, yra vyrai.

Šiuos skaičius galima paaiškinti sociologinių tyrimų rezultatais, kurie rodo, jog antrepreneriška moterų veikla nukreipta ne tik į ekonominę naudą ar finansų poreikį, bet turi teigiamą socialinį poveikį pačioms moterims ir jų socialinei aplinkai (Anggadwita & Dhewanto, 2016). 2007 ir 2014 metais atliktos sociologinės apklausos atskleidė, kad vienas ryškiausių moterų motyvų, kurio pokytis didžiausias ir kuris parodo skirtumą tarp vyrų ir moterų motyvacijos kurti verslą, yra socialinės rūpybos aspektas, galimybė pasirūpinti savo vaikų ateitimi, suderinti profesinę veiklą ir šeimą, tuo tarpu vyrų motyvai daugiausia apima siekius realizuoti savo potencialą ir norą būti turtingu

(Krinickiene, 2014). Šie skirtumai iš esmės atspindi šalyje vyraujančias šeimos politikos vertybes bei šalies tradicijas dėl vyrų ir moterų vaidmenų, kuomet lūkesčiai moteriai dėl vaikų rūpybos yra dideli, tuo tarpu į vyrus investuojama kaip į „tikrus“ verslininkus, kurie galės išpildyti investuotojų lūkesčius ir skirs daugiau laiko verslui.

Moterys renkasi verslus, kurie padeda išspręsti visuomenei svarbias socialines problemas, todėl moterų daug tarp socialinio verslo kūrėjų. Moterys dažniau nei vyrai pasirenka būtent socialinio verslo modelį ir yra geriau atstovaujamos šioje srityje nei tradiciniame versle (Westart report, 2017). Socialinis verslas padeda ne tik uždirbti pelną, bet sprendžia tam tikrą socialinę problemą. Šį reiškinį nagrinėjo I. Kostetska ir I. Berezyak (2014), M. Clarke (2011), F. Spreckley (2011), Lietuvoje – L. Labanauskas (2017), Ž. Židonis (2008), A. Novelskaitė, R. Pučetaitė ir R. Pušinaitė-Gelgotė (2017). Socialinių verslo įmonių ypatybes tyrinėjo G. Dees (2001), kuris ištyrė, kad nuolatinis socialinės įmonės funkcionavimas lemia teigiamus pokyčius visuomenėje, tokiu būdu diferencijuodamas šią sritį (Dees, 2001). Moterys, vystydamos socialinius verslus koncentruojasi labiau į socialinę misiją, savirealizaciją, nei į pelno generavimą, nesieja vystomo verslo su reikšmingu novatoriškumu ar ekonominiu proveržiu (Novelskaite et al., 2017), tačiau atskirų šalių tyrimai rodo, kad tam tikrose „moteriškos“ srityse moterys priima labiau kūrybingus ir inovatyvius sprendimus nei vyrai (Huysentruyt, 2014).

Moterų karjerai versle turi poveikį lyčių segregacija ir tradicinių lyčių vaidmenų suardymas, stereotipinių moterų veiklos bei galimybių įvaizdžio įsigalėjimo verslo sektoriuje iššūkiai (Huysentruyt, 2014; 2nd European Start-up Monitor, 2016). Pirmiausia, tai reiškia neatitikimą tarp moterų turimos kompetencijos ir jos panaudojamumo, tai patvirtina pasaulio mastu, Europoje ir Lietuvoje atliekami tyrimai. Lietuvoje aukštąjį išsilavinimą ir aukštą verslo kompetenciją turinčių moterų skaičius yra didesnis nei vyrų, tačiau moterys turi mažiau galimybių atskleisti ir panaudoti savo kūrybinį bei darbinį potencialą, rečiau imasi kurti nuosavą veiklą, mažiau pasitiki savimi, rečiau sulaukia pripažinimo (AGER, 2018). Antra, moterų dalyvavimo versle stereotipizacija sudaro kliūtis gauti finansavimą veiklai. Europos Sąjungos šalyse atliktas eksperimentas, kurio metu abiejų lyčių kuriamų naujų verslų (start-up) idėjos buvo įgarsintos ir duotos perklausti potencialiems investuotojams, parodė, kad labiau yra linkstama investuoti į vyrų kuriamus verslus, net 67 % dalyvių pasirinko vyrišku balsu pristatantį verslą kaip tinkamą investiciją, nors realybėje ši idėja buvo sukurta moters. Tai rodo vis dar stipriai vyraujančius lyčių stereotipus, kad vyrai geresni verslininkai. Yra tikima, jie geriau susitvarkys su investicijomis, nepaisant to, kad moterų rezultatai versle tampa vis labiau pripažįstami visame pasaulyje (Women in the Digital Age, EC, 2018).

Europoje atliekamų periodinių tyrimų duomenimis Lietuva nėra versli šalis, ji yra 28-toje vietoje pagal verslumo rodiklius tarp 37 Europos žemyno šalių, tačiau pirmauja pagal gyventojų išreikštą norą siekti verslo (AGER, 2018), nors savo kompetencija ir gebėjimais nepasitiki (67 % apklaustųjų nepasitiki savo gebėjimais kurti verslą). Atlikto tyrimo metu nustatyta, kad moterys dažniau nei vyrai nori kurti savo verslą, tačiau vyrai labiau pasitiki savimi ir dažniau pasiryžta įsteigti verslo įmonę (AGER, 2018). Europos Sąjungos šalyse atliktas tyrimas rodo, kad tik viena iš trijų apklaustų moterų gali identifikuoti save turint gebėjimų pradėti nuosavą verslą, tuo tarpu kas antras vyras pažymėjo turintis tokių gebėjimų ir patirties (OECD, 2016). Moterų nepasitikėjimas savo kompetencija ir įgūdžiais yra viena ir svarbiausių priežasčių, dėl kurių jos nepradeda verslo, tačiau nepasitikėjimas savimi yra kompleksinė tai sąlygojančių veiksnių problema.

Tyrimų duomenys patvirtina lyčių segregacijos egzistavimą pagal verslo sričių pelningumą, tuo pačiu diferencijuoja pačias moteris pagal verslo pobūdį ir siekiamus rezultatus. Nepaisant barjerų verslo kūrimo pradžioje, yra daugybė priežasčių ir motyvų pradėti antreprenierės karjerą ir vienos pagrindinių yra laisvė ir kontrolė priimant sprendimus, taip pat finansinė nauda, savirealizacijos poreikis, galimybė dirbti sau, tuo tarpu socialinis statusas įvardinamas kaip mažiau svarbus (Ramadani, 2013).

## Išvados ir rekomendacijos

Antreprenerystė sukuria pagrindą išradimams, neeiliniams projektams, unikaliems verslams, tačiau sąlygoja ir su tuo susijusius išipareigojimus, nestabilumą verslo pradžioje, sudėtingumą numatant rezultata, didesnes laiko sąnaudas verslo pradžioje tiek vyrams, tiek moterims. Tačiau daugumoje atvejų sprendimas steigti verslą priklauso nuo pasitikėjimo savo žiniomis ir patirtimi verslo srityje – vyrai labiau pasitiki savimi, nei moterys. Lietuvoje moterys dažniau nei vyrai savo išsilavinimą, įgūdžius, patirtį, finansavimo neturėjimą, šeimos ir karjeros suderinimo sudėtingumą vertina kaip kliūtis kuriant verslą (OECD, 2016, AGER 2018). Imtis verslo ar antrepreneriškos veiklos moteris paskatintų į lygybę šeimoje nukreiptos šeimos politikos bei lyčių lygybės politikos priemonių įgyvendinimas bei lanksčių darbo formų plėtra.

Moterų įsitraukimas į verslą turi teigiamo poveikio šalies ekonomikai, tačiau moterų trūkumas stambių verslų savininkų pozicijose, valdybose, verslo angelų gretose turi didžiulę įtaką moterų antreprenerystės plėtrai. Nors moterys, vertinant kapitalo augimą ir verslo stabilumą rečiau priima neapgalvotus sprendimus, stereotipiškai yra linkstama investuoti į vyrus, kadangi vyrai laikomi geresni verslininkai iš prigimties. Lietuvoje į moteris investuojama nepelnytai mažai, moterims yra sunkiau gauti finansavimą verslui, jos susiduria su didesnėmis kliūtimis gaunant verslo kreditą, mokantis, jungiantis į verslo tinklus bei turi didesnius konkurencijos iššūkius (Neithammer, 2013).

Lietuvos lygių galimybių politikos priemonės šiuo metu nėra efektyvios, palyginus su Europos Sąjungos šalių rezultatais, vyrų ir moterų pajamų skirtumai yra vieni didžiausių tarp bendrijos šalių ir tai suponuoja būtinus pokyčius moterų ir vyrų ekonominės veiklos srityje, lygybės užtikrinime.

Aptarti tyrimų rezultatai ir verslumo rodikliai rodo moterų padėties verslo sektoriuje sudėtingumą ir kompleksiskumą, vis dėlto, analizuojant Lietuvos lygių galimybių politikos įgyvendinimo perspektyvas, svarbu nustatyti strategines sritis, kuriose lyčių aspekto integravimas padėtų iš esmės spręsti moterų padėtį verslo sektoriuje: a) adekvatus moterų atstovavimas verslo finansavimą skirstančių įmonių valdybose; b) lyčių aspekto integravimas į verslo rėmimo priemones bei programas; c) moterų skatinimas įsitraukti į inovatyvius, aukštą pridėtinę vertę sukuriančius, verslus bei moterų ir vyrų lygybės užtikrinimas finansuojant tokius verslus; d) lyčių lygybės kultūrinių nuostatų formavimas, į lygybę orientuotų šeimos politikos priemonių įgyvendinimas; e) struktūrinių pokyčių organizavimas valstybiniame sektoriuje, sudarant vienodas galimybes moterims ir vyrams priimti sprendimus strateginėse srityse.

## Literatūra

1. Abdesselam, R., Bonnet, J, Renou-Maissant, P., Aubry, M. Entrepreneurship, economic development, and institutional environment: evidence from OECD countries. *Journal of International Entrepreneurship*, 2018, Vol. 16, Iss. 4, p. 504-546.
2. AGER2015 Defining the entrepreneurial spirit: Amway Global Entrepreneurship Report, 2015. [interaktyvus] Prieiga per internetą: [https://www.amwayglobal.com/wp-content/uploads/2017/09/ager\\_2015\\_report.pdf](https://www.amwayglobal.com/wp-content/uploads/2017/09/ager_2015_report.pdf) [žiūrėta 2019-10-10].
3. Anggadwita, G., Dhewanto, W. The influence of personal attitude and social perception on women entrepreneurial intentions in micro and small enterprises in indonesia. *Entrepreneurship and Small Business*, 2016, Vol. 27, No 2/3, p. 131-148.
4. Barrow, C., Burke, G. Molian D, Brown, R. Enterprise Development: The challenges of starting, growing and Selling Business, 2nd ed. Thompson, Croatia, 2005, 275 p.
5. Burns, P. Entrepreneurship and small business 2nd ed. Palgrave, Macmillan, New York, USA, 2007, 538 p.
6. Castells M. Informacijos amžius: ekonomika, visuomenė ir kultūra. Tinklaveikos visuomenės raida. – Vilnius: Poligrafija ir informatika, 2005, 536 p.
7. Clarke, M. Advancing women's careers through leadership development programs. *Employee Relations*, 2011, Vol. 33, Iss: 5, p. 498 – 515.



8. Dees, J. G. The meaning of „Social entrepreneurship“. Kauffman Foundation and Stanford University. Kansas City, MO and Palo Alto, CA, 2001, 5 p.
9. Drucker, F., Noel, L. J. Innovation and Entrepreneurship: Practices and Principles. Journal of Continuing higher Education, 2011, Vol. 34, Iss. 1, p. 22-23.
10. Dowling, M., Schmude, J., ed. Empirical Entrepreneurship in Europe: New Perspectives. Edward Elgar Pub, 2007, 256 p.
11. 2nd European Start-up Monitor. German Startups Association. Telefonica, Deutschland, 2016, 122 p.
12. Fillis, Rentschler Fillis, I., Rentschler, R. The Role of Creativity in Entrepreneurship. Journal of Enterprising Culture 18(1), 2010, p. 49–81.
13. Fostering Entrepreneurship. The OECD Jobs Strategy. Paris: Organization for Economic Co-operation and Development 29 OECD, 1998.
14. Foss, L., Henry, C., Ahl, H. et al. Women’s entrepreneurship policy research: a 30-year review of the evidence. Small Bus Econ, 2019, p. 1-20
15. Gartner, W. B. What are we talking about when we are talking about entrepreneurship? Journal of Business Venturing, 1990, Vol. 5, Iss. 1, p. 15-25.
16. Gender in entrepreneurship. European institute for Gender Equality. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2016, 23 p.
17. Gender Equality Index 2019, EIGE. [interaktyvus] Prieiga per internetą: <https://eige.europa.eu/gender-equality-index/2019/LT> [žiūrėta 2020-04-23].
18. Gray, M. P., O'Brien, K. M. Advancing the Assessment of Women's Career Choices: The Career Aspiration Scale Journal of Career Assessment, 2007, Vol. 15. Issue 3, p. 317-337
19. Huysentruyt, M. Women’s social entrepreneurship and innovation. OECD Local Economic and Employment Development (LEED) Working Papers 2014/01. OECD Publishing [interaktyvus] Prieiga per internetą: <http://dx.doi.org/10.1787/5jxzkq2sr7d4-en> [žiūrėta 2019-11-15].
20. Kostetska, I, Berezyak, I. Social entrepreneurship as an innovative solution mechanism of social problems of society. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development, 2014, Vol. 36. No. 3, p. 569-577.
21. Krinickienė, E. Lyčių aspekto poveikio ekonominei politikai vertinimas: Lietuvos atvejis. [Daktaro disertacija], MRU, 2014, 328 p.
22. Labanauskas, L. Socialinės inovacijos ir kūrybiškumas švietimo ir inovacijų politikos kontekste. LEU, Socialinis ugdymas, 2017, Nr. 3 p. 33-45. Vol 47.
23. Lambing, P., Kuehl, Ch.. Entrepreneurship. 2nd ed. Prentice Hall, New Jersey, USA, 2000.
24. Landstrom, H., Lohrke, F. T. Historical Foundations of Entrepreneurship Research. Edward Elgar Publishing Ltd, 2010, 448 p.
25. Longenecker, J., G., Moore, C.W, Petty J., W. Small Business Management 12th ed. Thomson, USA, 2003, 786 p.
26. Matera, B. Pranešimas dėl Europos moterų verslumui trukdančių išorės veiksnių: Plenarinio posėdžio dokumentas Nr. A8-0369/2015, Europos Parlamentas, 2015. Prieiga per internetą <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A8-2015-0369+0+DOC+PDF+V0//LT> [žiūrėta 2019-10-10].
27. Mikienė, S. Darbo organizavimo modelio pokyčių tendencijos lietuvoje ir Europos Sąjungoje. Sociologija. Mokslo darbai, 2007, p. 5-14
28. Moterys ir vyrai Lietuvos visuomenėje. Moterų ir vyrų padėties pokyčių visose srityse išplėstinis lyginamasis poveikio vertinimas. Socialinių inovacijų fondas, Kaunas, 2014, 110 p.
29. Moreira J, Marques CS, Braga A, Ratten V. A systematic review of women’s entrepreneurship and internationalization literature. Thunderbird Int. Bus. Rev. 2019, p. 1-14
30. Niethammer, C. Women, entrepreneurship and the opportunity to promote development and business. Brookings Blum Report. Session V: Female entrepreneurship, 2013, p. 31-39.

31. Nedelcheva, S.. Female Entrepreneurship in Denmark: Multiple Case Study on Danish and International Women Who Have Business in the Country. MSc Thesis. Denmark: International Business Aarhus University, Business and Social Sciences, 2012, 89 p.
32. Norkus, Z. Du nepriklausomybės dvidešimtmečiai: Kapitalizmas, klasės ir demokratija Pirmojoje ir Antrojoje Lietuvos Respublikoje lyginamosios istorinės sociologijos požiūriu [mokslinė monografija]. Vilnius: Aukso žuvys, 2014, 703 p.
33. Novelskaitė, A., Pučetaitė, R., Pušinitė-Gelgotė, R. Lietuvos socialinių verslų novatoriškumas ir darniosios inovacijos: socialinių verslininkų patirtys Informacijos Mokslai, 2017, p. 81-89.
34. Policy Brief on Women's Entrepreneurship 2016. EC & OECD, [interaktyvus] <https://www.oecd.org/cfe/smes/Policy-Brief-on-Women-s-Entrepreneurship.pdf> Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2016 [žiūrėta 2019-09-15].
35. Potter, M. The Swedish General Election 2014 and the Representation of Women. Belfast: Northern Ireland Assembly, 2014.
36. Ramadani, V., Gerguri, S., Dana L-P., Tašaminova, T. Women entrepreneurs in the Republic of Macedonia: waiting for directions. Int J. Entrepreneurship and Small Business, 2013, Vol. 19, Nr. 1, p 95-121. Reingardė, J. Moterų karjeros ir šeimos dilemos. Sociologija. Mintis ir veiksmas. 2004, Vol. 1, p. 59-72
37. Reingardė, J., Tereškinas, A. Darbo ir šeimos gyvenimo suderinimas Lietuvoje bei lyčių lygybė : iššūkiai ir galimybės (Ne)apmokamas darbas: šeimai palanki darbo aplinka ir lyčių lygybė Europoje. Vilnius : Socialinių tyrimų centras, 2006 p. 47-103 Sarfaraz, L., Faghhih, N., Majd, A. A. The relationship between women entrepreneurship and gender equality. Journal of Global Entrepreneurship Research, 2014, Vol 4. [Interaktyvus] prieiga per internetą <https://link.springer.com/content/pdf/10.1186%2F2251-7316-2-6.pdf> [žiūrėta 2019-09-05].
38. Sarfaraz, L., Karadeniz, E. E., Mian, S. Women entrepreneurship in the eco region: do financial, human and social capital matter? University Frontiers of Entrepreneurship Research, 2013, Vol. 33, Iss. 8.
39. Sarfaraz, L., Faghhih, N. Women's Entrepreneurship in Iran: A GEM Based-Data Evidence Journal of Global Entrepreneurship Research, Winter & Spring, 2011, Vol.1, No.1, p. 45-57.
40. Schumpeter, J. A., 1934 The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle. New York: Routledge, 2017, 244 p.
41. Shane, S. A General Theory of Entrepreneurship: the Individual-Opportunity Nexus. New Horizons Entrepreneurship series, Edward Elgar Publishing, 2003, 352 p.
42. Shane, S., Venkataraman, S. 2000. The promise of entrepreneurship as a field of research. Academy of management review. Vol. 25, Iss. 1. P. 217-226.
43. Spreckley, F. Social Enterprise planning toolkit. British Council, 2011, 67 p. [http://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/social\\_enterprise\\_planning\\_toolkit.pdf](http://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/social_enterprise_planning_toolkit.pdf) [žiūrėta 2019-11-15]
44. Statistical Data on Women's Entrepreneurs in Europe: Country Fiche. Enterprise and industry. European Commission. Brussels, Belgium, 2014, 13 p.
45. Strazdas R., Černevičiūtė, J., Jančoras Ž. Kūrybinio verslo valdymas: procesų tobulinimas. Monografija. VU Tarptautinio verslo mokykla, 2014, 176 p.
46. Stivensons, H., Roberts, R., Grousbeck, H. New Business Ventures and the Entrepreneur. Homewood: Irwin, 1995, 692 p. Šidlauskienė, V. Ką atskleidžia moterų ir vyrų lygybės įmonėje vertinimas? Kaip priimti lyčių . lygybės iššūkius darbovietėje?. Šiauliai : VšĮ Šiaulių universiteto leidykla. 2010, 2010(8), p. 32-50
47. Venkataraman, S., Shane, S. The promise of Entrepreneurship as a field of research. Academy of management review, 2000, Vol. 25, No 1, p. 217-226
48. Westart: Mapping Women's Social Entrepreneurship in Europe. Synthesis report. European Women's Lobby. Brussels, Belgium, 2017.

49. Women in the Digital Age. [Digital Agenda for Europe]. European Commission. Publication office of the EU. Brussels, Belgium, 2018, 227 p.
50. Zimmerer, T., W., Scarborough, N.M. Essentials of Entrepreneurship and small Business Management 5th ed., Prentice Hall, New Jersey, USA, 2007, 744 p.
51. Zoltan, J. A., David, B. A. [Eds] Handbook of Entrepreneurship Research– An Interdisciplinary Survey and Introduction. 5th. book. International Handbook Series on Entrepreneurship. Springer Science & Business Media, 2010, 2nd ed., 678 p.
52. Žickienė, S., Kovierienė, A. Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos, 2008, 3 (12) p. 405-419
53. Židonis, Ž. Verslumo skatinimo politika Lietuvoje: produktyvi, neproduktyvi ir destruktvyi antreprenerystė. Viešoji politika ir administravimas, 2008, Nr. 26., p. 9-16.
54. Žvinklys, J.; Vabalas, E. V. Apie verslo kalbą, 2006, Pinigų studijos 1: 105–112.

Julija Mažuolienė

### **The Development of Women Entrepreneurship in the Gender Equality Policy Context**

#### *Summary*

Female entrepreneurship plays a significant role in the improvement of the country's social policies and makes positive changes in the field of gender equality and women economic empowerment. Despite the fact that participation of women in innovation, information technology and social business development is a priority area in the political agenda for women's empowerment in Lithuania and the European Union, women still face greater barriers to establishing new enterprises, access funds and loans, and be an equal player in the business sector. The principle study areas of this issue are social and economic indicators in Lithuania and across the European Union, social gender roles in family and labour market, innovation policy, social and legal policies. Women entrepreneurs as a research subject are perceived as women innovators, creating successful businesses, leading innovative commercial projects, addressing economic and social situations of significant importance to society. An integrated and inclusive gender equality policy in the business sector should include equal access to business funding and business networks, improve social security system and legal frameworks, achieve equality in family roles and childcare, and promote women participation in innovative business activities through improving business skills and level of confidence.

*Julija Mažuolienė* – doktorantė, Visuomenės geografijos ir demografijos institutas, Lietuvos socialinių tyrimų centras, Lietuva  
email: [julija.mazuoliene@lstc.lt](mailto:julija.mazuoliene@lstc.lt)

*Julija Mažuolienė* – PhD Student at the Institute of Human Geography and Demography, Lithuanian Social Research Centre, Lietuva  
email: [julija.mazuoliene@lstc.lt](mailto:julija.mazuoliene@lstc.lt)