

## ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ · ECONOMICS: PROBLEMS AND PROSPECTS

Вестник МИРБИС. 2025. № 3 (43). С. 42–54.  
Vestnik MIRBIS. 2025; 3 (43): 42–54.

Научная статья

УДК: 334.012

DOI: 10.25634/MIRBIS.2025.3.5

### Образы, понятия, термины и концепты женского предпринимательства в России

**Надежда Алексеевна Матвеева** — Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Москва, Россия. [arisnaida888@gmail.com](mailto:arisnaida888@gmail.com)

**Аннотация.** В русскоязычной общегражданской и предпринимательской медиа-средах идут противоречивые процессы концептуализации и автоконцептуализации образа российской бизнес-леди. Обсуждаются вопросы наличия или отсутствия объективно измеримых (обозначаемых как гендерные и ценностные) принципов женского управления в бизнесе и в национальной экономике.

**Ключевые слова:** гендерные особенности, менеджмент, вербальный образ, визуальный образ, концептуализация, принцип управления, концепт женщина-предприниматель.

**Для цитирования:** Матвеева Н. А. Образы, понятия, термины и концепты женского предпринимательства в России. DOI: 10.25634/MIRBIS.2025.3.5 // Вестник МИРБИС. 2025; 3: 42–54.

JEL: L26, O10

Original article

### Images, notion, terms and concepts of women's entrepreneurship in Russia

**Nadezhda A. Matveeva** — The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia. [arisnaida888@gmail.com](mailto:arisnaida888@gmail.com)

**Abstract.** There are contradictory processes of conceptualization and auto-conceptualization of the image of a Russian businesswoman in the Russian-speaking civil and entrepreneurial media environment. The issues of the presence or absence of objectively measurable (labeled as gender and value) principles of women's management in business and in the national economy are discussed.

**Key words:** gender characteristics, management, verbal image, visual image, conceptualization, management principle, concept woman entrepreneur.

**For citation:** Matveeva N. A. Images, notion, terms and concepts of women's entrepreneurship in Russia. DOI: 10.25634/MIRBIS.2025.3.5. *Vestnik MIRBIS*. 2025; 3: 42–54 (in Russ.).

JEL: L26, O10

### Введение

На рисунке 1 представлен диалектически разворачивающийся цикл взаимосвязанных концептов, используемых в научном сообществе для обозначения и сущностного описания сложных явлений. Цепочка «идея — образ — слово — понятие — термин — концепт — антиконцепт — идея» предполагает последовательные этапы теоретического обобщения и осмысления наблюдаемого, контролируемого и управляемого объекта (конкретного, обобщенного или абстрактного) в объективной действительности. Эта визуализация цикла (рисунок 1) применима и для субъекта исследования или большого (группового) мета-субъекта.



Рисунок 1. Цикл взаимосвязанных концептов  
(идея, образ, понятие, концепт, антиконцепт)

Источник: составлено автором

На рисунке 1 представлен цикл, который разворачивается от умственного представления, формируемого в сознании человека, к мысленной конструкции (ментальной репрезентации) в процессе мышления, к звуковому и письменному

обозначению образа и передаче информации в коммуникации (знак, значение, смысл), к обобщению идеи в понятии, к терминологическим (в рамках предметных областей деятельности) дефинициям, к концептам — сложным ментальным структурам, целостно объединяющим всё упомянутое в однозначное представление (знание) об объективной действительности, задавая границы человеческого познания на данный момент времени. Антиконтцепт возникает при диалектическом отрицании концепта, меняя тем самым актуальные (общепринятые) сценарии деятельности (человеческого поведения) и порождая идеи.

Определение специфики гендерного менталитета и устойчивых форм поведения в бизнес-среде представителей разных, но взаимосвязанных, частей социума; концептуализация конкретно феминного предпринимательства и менеджмента, вероятно, позволят выстроить более адекватную русскоязычную картину мира для современного развивающегося российского общества.

Гендерные отношения присутствуют в жизни современного российского общества. Актуальность исследования обусловлена тем, что они опосредованы в социуме (для разных технологических и экономических укладов) в виде устойчивых социальных стереотипов и задают формы, иногда искаженные, экономического, в том числе, предпринимательского и управленческого поведения, что может приводить к существенным ресурсным потерям (личным, организационным и отраслевым).

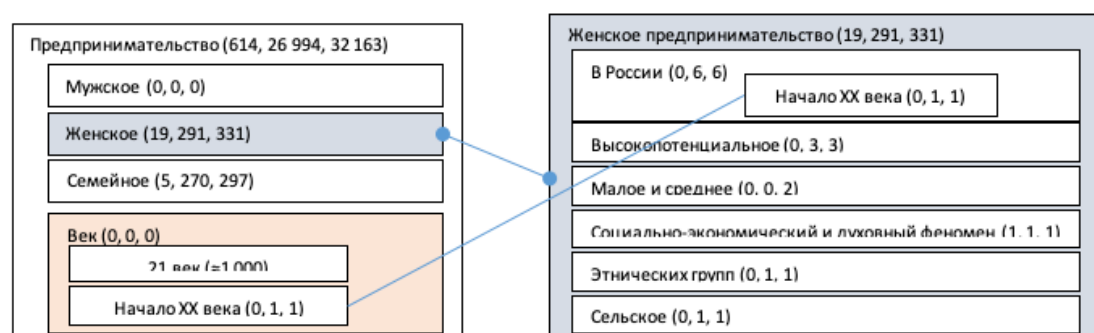
В России ценности семьи и материнства никто не отменял. За женщинами законодательно признаётся их право на равноправие в личностном

росте и профессиональной самореализации. Гендерные дискриминация и карьерные ограничения недопустимы.

Позиционирование в современном общественном сознании образа «деловая женщина», образа «женщина-предприниматель», образа «бизнес-леди» несколько рознятся, но совпадают в том, обладают универсальной совокупностью свойств образа «делового человека», который в первую очередь (исторически) ассоциируется с мужчинами. Однако, отрицать существование объективно феминных черт, принципов и поведенческих стратегий в бизнес-сфере тоже недопустимо.

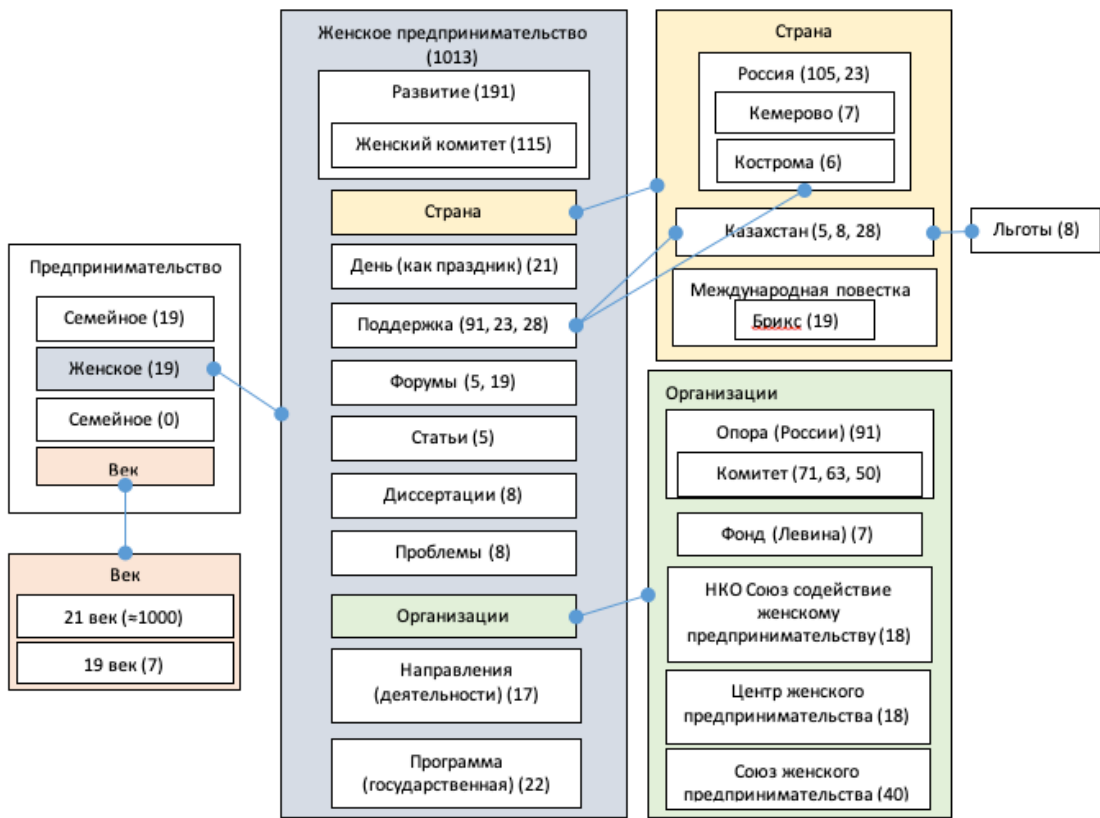
### Обзор литературы

По всем публикациям в РИНЦ (за всё время существования [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)) поиск с ключевым словом «термин «предпринимательство»» по ядру РИНЦ результатов не дал, по РИНЦ и по [elibrary.ru](http://elibrary.ru) найдена всего одна публикация. По ключевому слову «женское предпринимательство» было обнаружено 19 публикаций на русском и английском языках [Бадалян 2016; Барсукова 1999; Бессчетнова 2020; Воронкова 2019; Ершова 2022; Зорина 2023; Кванина 2020; Натсак 2022; Окладникова 2019; Пиньковецкая 2019; Похощев 2015; Тарануха 2024; Уткина 2017]. На рисунках 2 и 3 в виде сетей фреймов дана для РФ (на 15.07.2025) оценка статуса термина «женское предпринимательство». На рисунке 2 в круглых скобках, соответственно число статей (по ядру РИНЦ, по РИНЦ и по [elibrary.ru](http://elibrary.ru)). На рисунке 3 в скобках — число запросов в интернете по всей России (в интервале 14.06.2025 — 14.07.2025).



**Рис. 2.** Фрагмент сети фреймов по всем публикациям в РИНЦ ([www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)) с ключевым словом «Женское предпринимательство», за всё время осуществления мониторинга публикаций

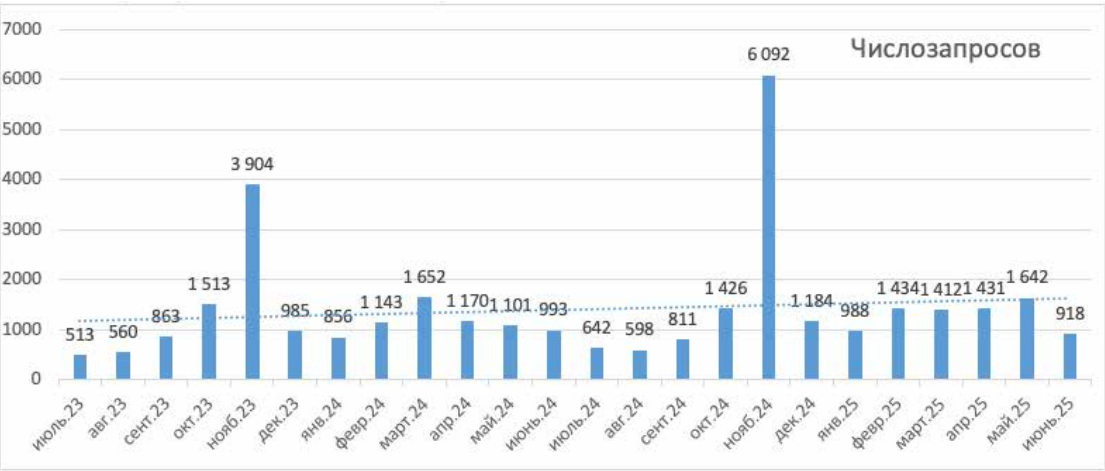
Источник: составлено автором.



**Рис. 3.** Яндекс Вордстат. Сеть фреймов для термина «женское предпринимательство». Число и структура запросов в интервале 14.06.2025 — 14.07.2025, вся Россия

Источник: составлено автором.

При отчасти схожей структуре фреймов содержание слотов этих фреймов на рисунках 2 и 3 не совпало, что свидетельствует о разнонаправленности интересов авторов научных публикаций и авторов запросов в интернет-среде. На рисунке 4 представлена динамика числа запросов на термин «женское предпринимательство» в интервале 14.06.2025 — 14.07.2025, вся Россия.



**Рис. 4.** Динамика числа запросов на термин «женское предпринимательство»

Источник: составлено автором

За период 14.06.2025 — 14.07.2025, вся Россия, в Яндекс Вордстат нет запросов, похожих на устойчивые словосочетания: «образ женщины-предпринимателя», «когнитивная атрибутив-ная модель образа женщины-предпринимателя», «предпринимательница» и «успешная предпринимательница», но есть запросы на игривое словосочетание «бизнес-леди» — 19 494, которые

часто атрибутируются, отнюдь, не с бизнес-контекстом и деятельностью (например, с отношением полов, красотой, гламурностью, одеждой, чулками, кино и фото, праздниками, молодостью, фиаско и др.).

Кратное увеличение запросов в интернете в октябре–ноябре (рисунок 4), вероятно, связано с ежегодными событиями, аналогичными «Неделе женского предпринимательства» или Финалу конкурса бизнес-леди.

### Исследовательский вопрос

«Возможно ли построить когнитивную атрибутивную модель визуального и вербального образа женщины-предпринимателя?»

### Методы исследования

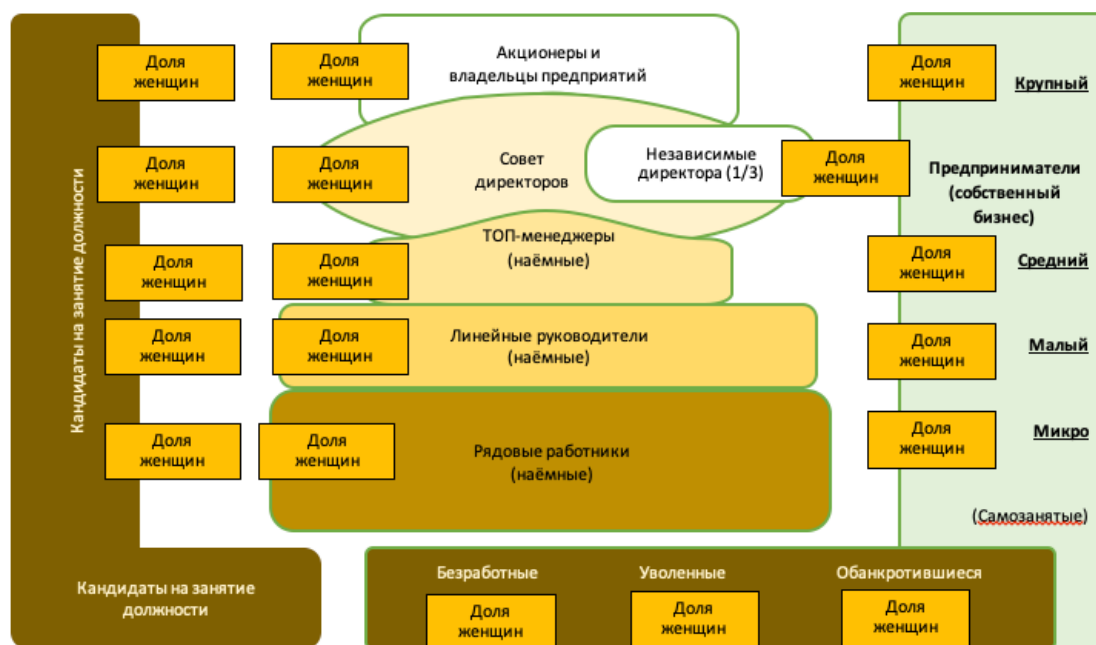
Биографический метод исследования — качественный (понимающий) гуманитарный метод, который, в частности, использует в качестве источника эмпирической информации, медийные нарративы из средств массовой информации и коммуникации, содержащих сведения об прошлой, актуальной и будущей деятельности женщин-предпринимателей, их биографии и автобиографии, фото и видеоматериалы. Исследова-

ния медиаконтекста для обнаружения концепта (как сложной ментальной единицы) в современной и противоречивой картины русскоязычного мира удобно проводить по контентной сетке, которая содержит два укрупнённых типа ресурсов, которые можно субъективно и объективно измерить (верифицировать): физические инфраструктуры (1. Время; 2. Пространство; 3. Материалы и артефакты; 4. Драйверы физических изменений (энергии и финансовые средства)) и психологические инфраструктуры (5. Социальные; 6. Информационные; 7. Технологические; 8. Драйверы психологических изменений (мотивированная деятельность)).

### Темпы роста числа женщин-предпринимателей

Темпы роста числа женщин-предпринимателей опережают темпы роста числа мужчин-предпринимателей, так утверждает российская и мировая статистика.

На рисунке 5 представлен вариант сегментации для оценки динамики распределения (представленности, в %) женщин в корпоративной экономической деятельности.



**Рис. 5.** Вариант сегментация для оценки динамики представленности женщин (доли в % по отношению к мужчинам) в российской экономике

Источник: составлено автором

Настал момент, когда давно существующие стратегиями, успешными сценариями, принципами и не всегда работающие мускулинные теории предпринимательства, разработанные для давних и стародавних условий, следует обогатить

Успешная женская предпринимательская карьера, её гендерные факторы, объективные и субъективные сложности, которые существова-

ли и существуют в экономическом развитии всей страны, отраслей и территорий, групп организаций и конкретных людей, в настоящее время стали предметом пристального исследовательского рассмотрения российским и международным научными сообществами. Увеличился поток инициативных и заказных исследований, научных и научно-популярных публикаций на темы: «женское предпринимательство», «высокопотенциальное женское предпринимательство», «женское предпринимательство как социально-экономический и духовный феномен», «женское предпринимательство этнических групп», «малое и среднее женское предпринимательство», «мужское и женское предпринимательство».

В России наблюдается тенденция постепенного превращения общеупотребительного, индивидуально понимаемого, бытового и немного

размытого понятия «женское предпринимательство» в профессиональные термин и концепт.

Этапы жизненного цикла организации и динамика атрибутивной модели деятельности предпринимателя, в том числе женщины-предпринимателя

На рисунке 6 представлена типовая сегментация этапов жизненного цикла организации, по сути это череда смен идентичности при переходе из одного ресурсного<sup>1</sup> состояния в другое. На этой модели удобно позиционировать специфические для каждого этапа и вида деятельности жизненного цикла атрибуты (акценты) экономического поведения женщины-предпринимателя.

Надо учитывать, что объективно складывающиеся образы и автообразы могут не совпадать, что может давать дополнительную богатую пищу для восприятия, размышлений и выводов.

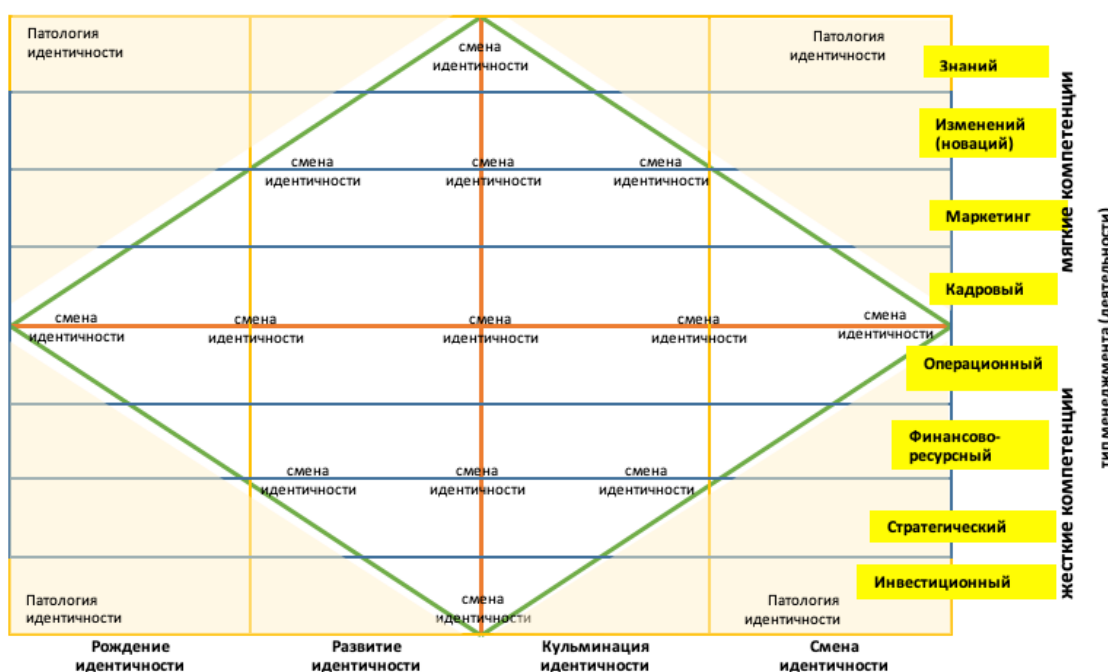


Рис. 6. Вариант сегментация для оценки динамики представленности женщин (доли в % по отношению к мужчинам) в российской экономике

Источник: [Киселев 2018]

### Вариант контентной сетки для исследования «Наблюдаемые образы и символы, принципы и понятия феминного предпринимательства и менеджмента»

#### По времени

В экономической литературе описаны Спринт-модели (напр., консалтинговые) и Стартер-модели женского предпринимательства.

#### По пространству

Сегментацию для последующего позиционирования можно делать в рамках территории России, СНГ, по другим регионам мира.

#### По материалам и артефактам

Сегментацию для последующего позиционирования можно делать по производимым продуктам обмена (товарам, работами, услугам, мемам).

#### По энергиям и финансовым показателям

<sup>1</sup> Ресурсы (в т. ч. их 1-го и 2-го порядков): время; пространство; материалы и артефакты; драйверы физических изменений (энергии и финансовые средства); инфраструктуры социальные; инфраструктуры информационные; инфраструктуры технологические; драйверы психологических изменений (мотивированная деятельность).

Сегментацию для последующего позиционирования можно делать по доступу к энергиям, недорогим инвестициям, достаточным для устойчивого развития.

### По людям (социальным инфраструктурам)

#### Принципы управления

Обращение к возможностям GPT + Midjourney in Telegram дает ниже процитированные результаты в оценки сути и разницы мужского и женского принципа управления.

«Суть мужского принципа управления заключается в использовании логики, рациональности, аналитического мышления, стратегического планирования и принятия решений на основе объективных фактов и данных. Мужчины, следуя этому принципу, обычно ориентируются на конкретные цели и результаты, умеют эффективно распределять ресурсы, принимать быстрые и решительные действия, контролировать процессы и достигать поставленных задач. Они стремятся к достижению успеха, лидерству и власти, предпочитая действовать в условиях соревнования и конкуренции».

«Суть женского принципа управления заключается в использовании эмоционального интеллекта, сочувствия, толерантности, эмпатии, сотрудничества и поддержки. Женщины, следуя этому принципу, обычно ориентируются на отношения, коммуникацию, развитие сотрудников, создание доверия и уважения в коллективе. Они стремятся к сбалансированным решениям, учитывая мнение и чувства других, и предпочитают работать в команде, где каждый член имеет равные права и возможности. Женский принцип управления основан на сотрудничестве, взаимопонимании и уважении к разнообразию, а не на прямой конкуренции и стремлении к собственной власти».

С такими, по сути вероятностными, оценками можно соглашаться или не соглашаться, однако, сложная шкала «фазовое пространство состояний идентичности «домохозяйки» — «деловые женщины», представленная на таблице 1, может отражать элементы объективной реальности в жизни современной российской женщины.

*Роли и статусы «деловой женщины» и «женщины-домохозяйки»*

Роли и статусы «деловой женщины» и «женщины-домохозяйки» могут присутствовать в разных обстоятельствах жизни одной и той же женщины.

Текст (прямой и открыто предъявленный), контекст (ситуация, окружение), подтекст (скрытые глубинные личностные смыслы говорящего) и за-текст (недосказанное или утаенное говорящим) могут существенно влиять на конкретное содержание ролей и статусов.

Обще принято, что «деловая женщина» (левый угол в таблице 1) ориентирована на профессиональную деятельность, успех и достижения в карьере; обладает лидерскими качествами, стремится к самореализации и власти в рабочей среде; вынуждена балансировать между работой и личной жизнью, что может приводить к стрессу; осознает необходимость саморазвития, обучения и профессионального роста; может быть амбициозной, сфокусированной на достижении поставленных целей.

«Женщина-домохозяйка» (см. правый угол в таблице 1), как правило, основное внимание уделяет семье и домашним делам, заботе о домашнем уюте и благополучии семьи; ориентирована на поддержание гармонии и равновесия в семейных отношениях, может испытывать удовлетворение от заботы о близких, доме и умении создавать уютную атмосферу; стремится к созданию теплых и доверительных отношений внутри семьи.

Важно понимать, что каждая женщина уникальна, и может в разных сферах жизни динамично сочетать в себе черты ролей и статусов, играть ими, чередуя.

Главное — осознание своих ценностей и целей, потребностей, запросов и стремлений.

Главное — баланс и гармония в своей (женской) жизни.

Таблица 1. Фазовое пространство состояний идентичности женщины

|                                                      |   |                                      |   |                                                    |
|------------------------------------------------------|---|--------------------------------------|---|----------------------------------------------------|
| «Домохозяйки»,<br>100 %<br>«Деловые<br>женщины», 0 % | → | Смена<br>идентичности<br>50 % / 50 % | ← | «Домохозяйки»,<br>0 %, «Деловые<br>женщины», 100 % |
|------------------------------------------------------|---|--------------------------------------|---|----------------------------------------------------|

Источник: составлено автором

С такими, по сути вероятностными, оценками можно соглашаться или не соглашаться, однако, сложная шкала «фазовое пространство состояний идентичности «

#### Семейный бизнес

Женщина играет важную и многофункциональную роль в семейном бизнесе.

Аспекты её участия и вклады (см. рисунок 7) могут быть ключевыми факторами для успеха и

процветания бизнеса. Роли и статусы женщины в семейном бизнесе весьма разнообразны и значимы, способствуя успешному развитию компании и сохранению семейных ценностей.

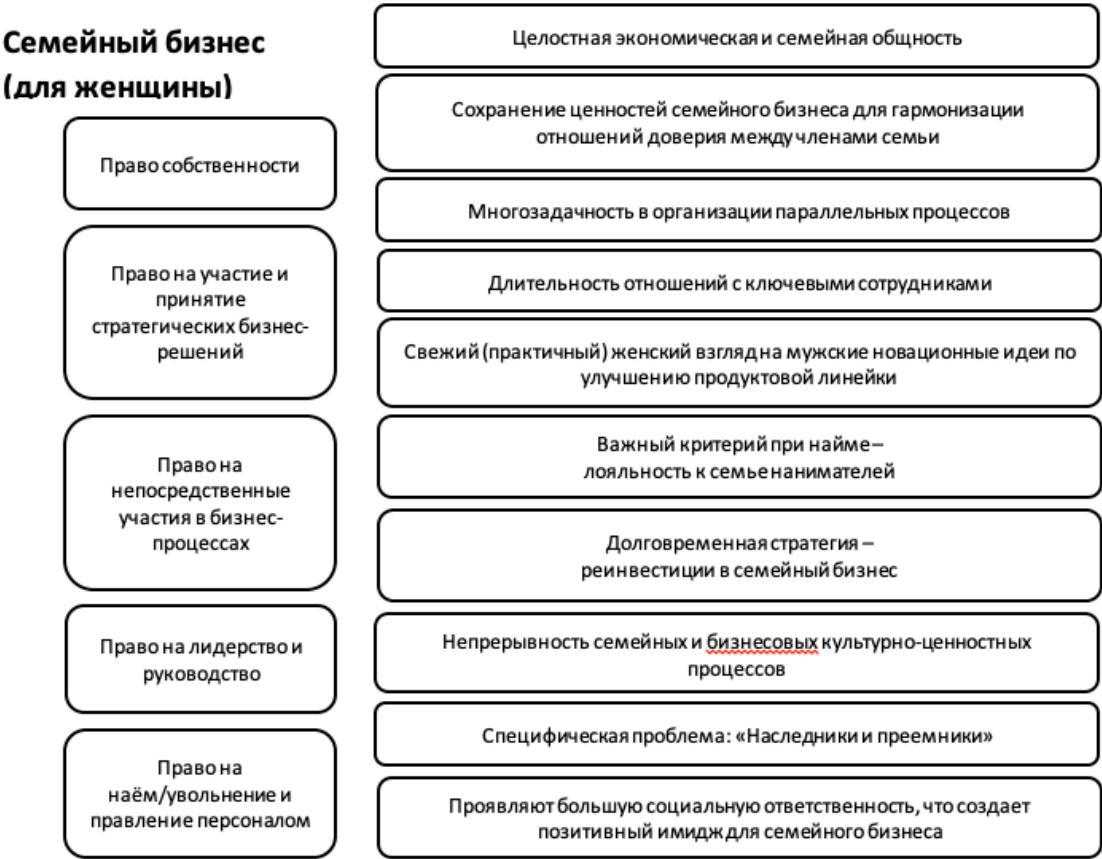


Рис. 7. Аспекты (роли и статусы) участия женщины в семейном бизнесе

Источник: составлено автором

**По информации**  
На рисунке 8 Представлен фрагмент интеллект-карты для терминов «Предприимчивость», «Предпринимать», «Предприниматель», «Предпринимательство», «Женское предпринимательство».

**По отраслевым технологиям**  
В первую очередь для женского малого бизнеса — это салоны красоты, магазины одежды или обуви, детские клубы, производство продуктов питания, общепит, в сфере образования, оказания социальной помощи, издательского дела, производства одежды, отдыха, туризм и др.

Сейчас в разработке специальные программы по государственной поддержке женщин-предпринимателей.

Технологии могут порождать новые рынки, создавать пул новых клиентов, менять систему производства и/или организационную структуру и/или каналы распространения.

**По мотивационной деятельности**  
На предпринимательскую мотивацию (по внутриличностным, внешним групповым и комму-

никационным причинам), на выбор конкретного жизненного пути деловой женщины в современном российском обществе влияет экономическая и моральная атмосфера её ближнего и дальнего окружения, её личное здоровье и амбиции достижения, внешняя продуктивная и конструктивная поддержка государства и социума в целом.

На рисунке 9 приведены некоторые базовые мотивы женского предпринимательства.

Степень адекватности осознания возможности успешного и гармоничного достижения влияют на приоритеты (регуляцию поведения) в личной и деловой жизни женщины, социальное и психологическое здоровье и судьбу людей, с которыми она связана и с которыми занимается совместно-распределенными продуктивными деятельностями.

Несформированность, утрата или временное размытие ценностей и целей совместной деятельности может привести к жизненному краху, но по утверждению Аристотеля: «Счастье — единственная цель человеческого существования».

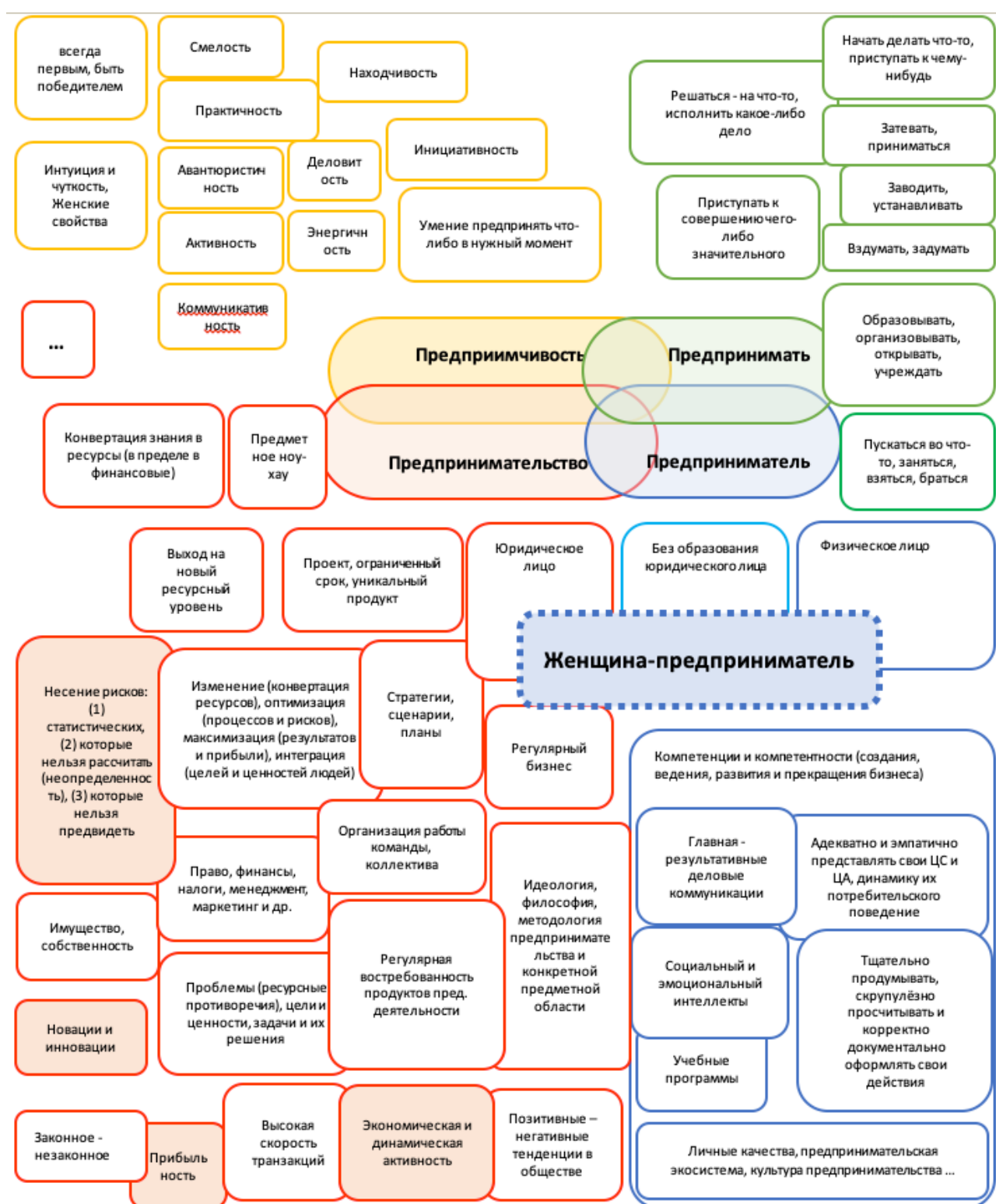


Рис. 8. Аспекты (роли и статусы) участия женщины в семейном бизнесе

Источник: составлено автором

Проблема мотивированного выбора (ориентации) остается очень острой и противоречивой: что важнее — семья, карьера, совмещение и /или чередование (акцентирование) одного и другого на разных этапах жизнедеятельности современной женщины? Наш объект исследования — современная женщина, гражданка России. Динамика наполнения и модификация мотивационной структуры личности (иногда уникальной по своей направленности и развитию), целевые и ценностные ориентации женщины — важный предмет нашего исследования.

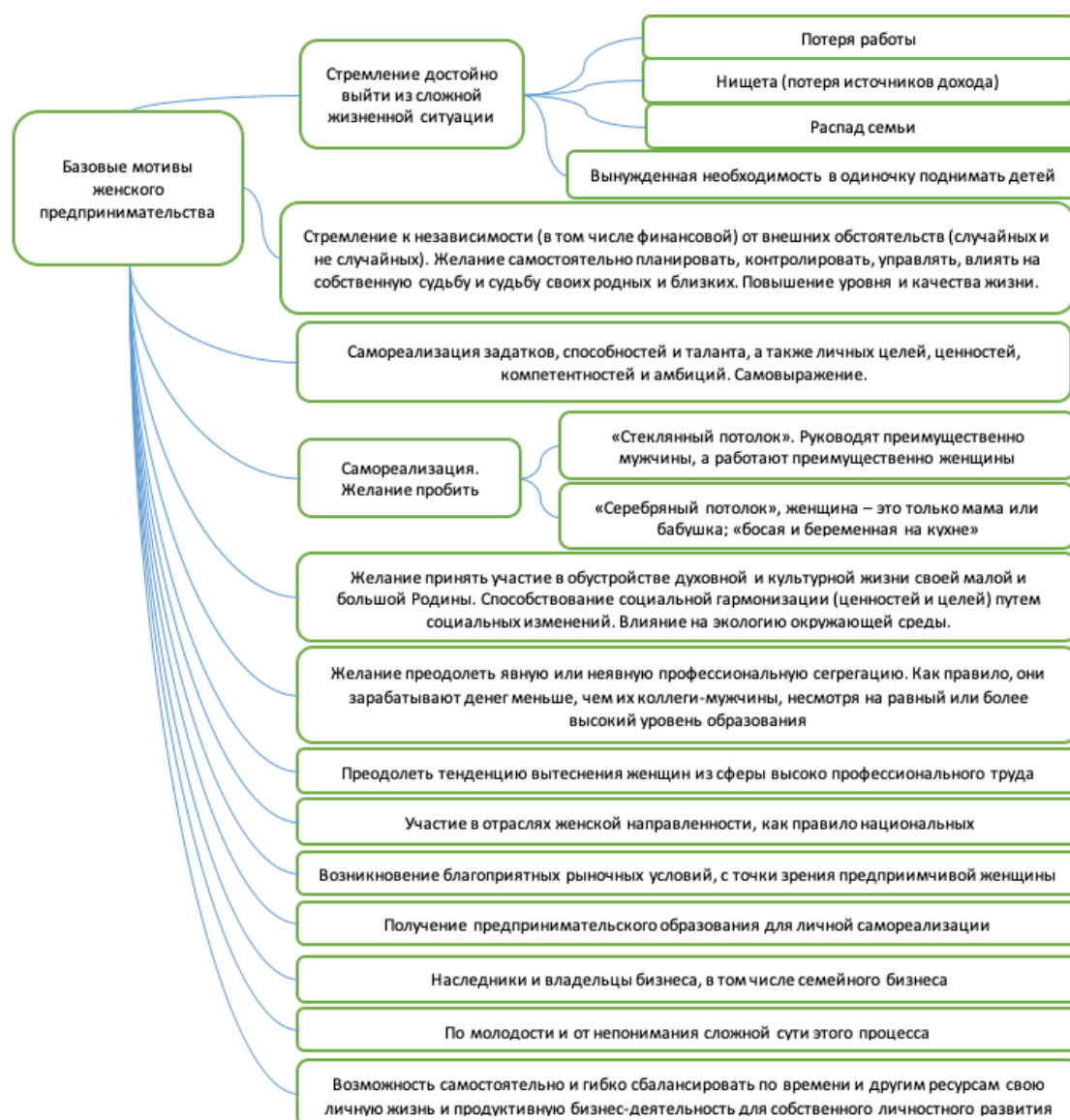


Рис. 9. Аспекты (роли и статусы) участия женщины в семейном бизнесе

Источник: составлено автором

В качестве акцента в исследовании можно выделить направленные на отношения, терминальные (личностные) и инструментальные результаты проведенного автором исследования. В таблице 2 приведен пример рефлексии наполнения (содержания, АЦ\*, АПр\*, Апе\*, АФ\*) мультиатрибутивной модели.

Ключевая ценность (центральная выгода) женского предпринимательства и предпринимательства в безгендерном варианте должны совпадать, чтобы оставаться бизнесом по сути своей деятельности (в представлениях потребителей). Провинциальные и периферийные атрибуты (таблица 3) конкретного варианта предпринимательства могут несколько отличаться, что может отражать его специфику ситуации и отношений с клиентом.

### Обсуждение

На исследовательский вопрос «Возможно ли построить когнитивную атрибутивную модель визуального и вербального образа женщины-пред-

Таблица 2. Мультиатрибутивная модель (концепт)

| Образ «женского предпринимательства» (в представлении самих женщин-предпринимателей) |          |          | Образ «женского предпринимательства» (в представлении предпринимательского сообщества) |          |                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------|
| Уровень приоритетности                                                               | Атрибуты | Атрибуты | Атрибуты                                                                               | Атрибуты | Уровень приоритетности                                    |
| Центр (по замыслу, функциональная полезность)                                        | АЦ1      | АЦ2      | АЦ2                                                                                    | ...      | Центр (по факту, функциональная полезность)               |
|                                                                                      | АФ1      | ...      | ...                                                                                    | АЦ1      |                                                           |
|                                                                                      | ...      | ...      | ...                                                                                    | ...      |                                                           |
| Провинция (в реальном исполнении)                                                    | АПр1     | ...      | АПр1                                                                                   | АПр2     | Провинция (в реальном исполнении)                         |
|                                                                                      | ...      | АПр2     | ...                                                                                    | ...      |                                                           |
|                                                                                      | ...      | ...      | ...                                                                                    | ...      |                                                           |
| Периферия (с подкреплением, в высокой ресурсной потенции)                            | АПе1     | АПе2     | ...                                                                                    | АПе1     | Периферия (с подкреплением, в высокой ресурсной потенции) |
|                                                                                      |          |          |                                                                                        |          |                                                           |
|                                                                                      |          |          |                                                                                        |          |                                                           |

Источник: составлено автором

 Таблица 3. Мультиатрибутивная модель (концепт).  
Оценка сложившегося позиционирования образа женщины-предпринимателя

|                                                                                      |                                                                                        |                 |           |           |                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------|-----------|-------------------------|
| Образ «женского предпринимательства» (в представлении самих женщин-предпринимателей) | Центр                                                                                  | ...             | АФ1       | ...       | Ключевая ценность (АЦ1) |
|                                                                                      | Провинция                                                                              | ...             | ...       | АПр1      | ...                     |
|                                                                                      | Периферия                                                                              | ...             | АПе1      | ...       | ...                     |
|                                                                                      | Терра инкогнито                                                                        | ...             | ...       | ...       | ...                     |
|                                                                                      | Уровень приоритетности атрибутов                                                       | Терра инкогнито | Периферия | Провинция | Центр                   |
| Точка зрения                                                                         | Образ «женского предпринимательства» (в представлении предпринимательского сообщества) |                 |           |           |                         |

Источник: составлено автором

## Заключение

Показателям успеха женского предпринимательства могут послужить созданная среда, способная воспринять женское предпринимательство как долговременное экономическое явление, как некая социальная сеть, ориентированная на устойчивое развитие и имеющее некоторую специфику. Например, женское предпринимательство и бизнес-менеджмент включают в себя ряд образов, понятий, символов, принципов и концептов, отражающих феминный подход к предпринимательству и управлению бизнесом.

В первую очередь надо обратить внимание на ниже перечисленные акценты, которые могут проявиться в их экономическом поведении. Женский подход к предпринимательству и менеджменту — ориентация в выстраивания взаимоотношений с сотрудниками, клиентами, партнерами на развитие заботы и сочувствия, эмпатии,

как процесса понимания чужого переживания и отклика на него.

Женщины могут придавать большее, чем мужчины-предприниматели, значение совместно-распределенной коллективной деятельности, сотрудничеству в продуктивной активности и групповой командной работе, а также поддержке других предпринимателей.

Очень важный фактор — ответственное развитие и устойчивость достигнутых результатов. Феминное предпринимательство и бизнес-менеджмент ориентированы на устойчивое развитие бизнеса с учетом экологических, социальных и экономических аспектов, а также на принятие ответственности за свои действия. Этичность поведения, справедливость и доверие.

Женщины-предприниматели и менеджеры часто могут акцентировать внимание на установлении доверительных отношений, справедливости,

этике и ценностях в бизнесе. Гибкая адаптивность с получением в процессе обучения непосредственной обратной связи, накопленными личными знаниями и поддержкой с другими женщинами и предпринимателями.

Выше упомянутые образы, слова, понятия, термины, символы и принципы отражают уникальный вклад женщин в предпринимательство и стили управления. Различные аспекты феминного предпринимательства и менеджмента могут сочетаться и комбинироваться в зависимости от конкретной ситуации и личных особенностей женщин-предпринимателей.

На исследовательский вопрос: «Возможно ли построить когнитивную атрибутивную модель визуального и вербального образа женщины-предпринимателя?» — ответ будет положительным.

#### Список источников

1. Бадалян 2016 — *Бадалян И. Ф.* Концепт «деловая женщина» и его языковая экспликация в современном медиадискурсе (на материале русского и немецкого языков): диссертация ... кандидата филологических наук. Ростов-на-Дону, 2016.
2. Барсукова 1999 — *Барсукова С. Ю.* Женское предпринимательство: специфика и перспективы. EDN: XYOZLN // Социологические исследования. 1999; 9:75–84. ISSN: 0132-1625.
3. Бессчетнова 2020 — *Бессчетнова О. В.* Женское предпринимательство в России: pro et contra? / О. В. Бессчетнова, М. М. Крекова, Е. Л. Арзамасова. DOI: 10.18334/errp.10.12.111499. EDN: CJKSND // Экономика, предпринимательство и право = Journal of Economics, Entrepreneurship and Law. 2020; 10(12):3059–3074. eISSN: 2222-534X.
4. Воронкова 2019 — *Воронкова А. И.* Метаописание женских сценариев вовлечения в бизнес. DOI: 10.19181/vis.2019.31.4.618. EDN: CSYHXJ // Вестник Института социологии = Bulletin of the Institute of Sociology. 2019; 10(4):231–248. eISSN: 2221-1616.
5. Ершова 2022 — *Ершова И. В.* Женское предпринимательство: от эмпирики и доктрины к правовому регулированию. DOI: 10.17803/1729-5920.2022.189.8.009-022. EDN: MIZRYO // Lex Russica (Русский закон). 2022; 75(8):9–22. ISSN: 1729-5920; eISSN: 2686-7869.
6. Зорина 2023 — *Зорина А. Е.* Детерминанты готовности к риску как ресурса женского предпринимательства. DOI: 10.19181/snsp.2023.11.3.9. EDN: NLPJWW // Социологическая наука и социальная практика. 2023; 11(3):176–186. ISSN: 2308-6416; eISSN: 2413-6891.
7. Кванина 2020 — *Кванина В. В.* Государственная поддержка женского предпринимательства / В. В. Кванина, Е. А. Громова, А. В. Спиридонова. DOI: 10.21064/WinRS.2020.4.5. EDN: ZSEXHZ // Женщина в российском обществе = Woman in Russian Society. 2020; 4:52–65. ISSN: 1992-28928; eISSN: 2500-221X.
8. Киселев 2018 — *Киселев В. Д.* Как написать авторский проектный социально-экономический кейс в формате Кейкис. Методика и сборник деловых игр. Москва : Галактика, 2018, 320 с. ISBN: 978-5-9500662-5-2. DOI: 10.5281/zenodo.4009065.
9. Натсак 2022 — *Натсак О. Д.* Женское предпринимательство в Республике Тыва: мотивы, барьеры и возможности. DOI: 10.19181/vis.2022.13.4.850. EDN: PCUGXZ // Вестник Института социологии = Bulletin of the Institute of Sociology. 2022; 13(4):68–93. eISSN: 2221-1616.
10. Окладникова 2019 — *Окладникова Е. А.* Современные мотивы сельского женского социального активизма в зоне Нечерноземья. DOI: 10.21064/WinRS.2019.4.4. EDN: BMITUT // Женщина в Российском обществе = Woman in Russian Society, 2019; 4:41–52. ISSN: 1992-2892; eISSN: 2500-221X.
11. Пиньковецкая 2019 — *Пиньковецкая Ю. С.* Предпринимательская активность женщин в современной экономике. DOI: 10.21064/WinRS.2019.1.4. EDN: PQBVQF // Женщина в российском обществе = Woman in Russian Society. 2019; 1:40–51. ISSN: 1992-2892; eISSN: 2500-221X.

12. Похвощев 2015 — *Похвощев В. А.* Развитие женского предпринимательства как фактор обеспечения эффективной занятости / В. А. Похвощев, О. А. Колесникова. EDN: TIBYLL // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие) = MIR (Modernization. Innovation. Research). 2015; 21:103–107. ISSN: 2079-4665; eISSN: 2411-796X.
13. Тарануха 2024 — *Тарануха Ю. В.* Женское предпринимательство в России: состояние и тенденции. DOI: 10.21064/WinRS.2024.3.3. EDN: TWGZXB // Женщина в российском обществе = Woman in Russian Society. 2024; 3:39–63. ISSN: 1992-2892; eISSN: 2500-221X.
14. Уткина 2017 — *Уткина Н. Ю.* Объективные и субъективные факторы развития женского предпринимательства в России. DOI: 10.21064/WinRS.2017.1.2. EDN: YGSNSP // Женщина в российском обществе = Woman in Russian Society. 2017; 1:17–28. ISSN: 1992-2892; eISSN: 2500-221X.

### References

1. Badalyan I. F. Kontsept "delovaya zhenshchina" i yego yazykovaya eksplikatsiya v sovremennom mediadiskurse (na materiale russkogo i nemetskogo yazykov) [The concept of «business woman» and its linguistic explication in modern media discourse (based on the Russian and German languages)] : dissertation ... candidate of philological sciences. Rostov-on-Don, 2016 (in Russ.).
2. Barsukova S. Yu. Zhenskoye predprinimatel'stvo: spetsifika i perspektivy [Women's entrepreneurship: specifics and prospects]. EDN: XYOZLN. *Sotsiologicheskiye issledovaniya*. 1999; 9:75–84. ISSN: 0132-1625 (in Russ.).
3. Besschetnova O. V. Zhenskoye predprinimatel'stvo v Rossii: pro et contra? [Women's entrepreneurship in Russia: pro et contra?]. By O. V. Besschetnova, M. M. Krekova, E. L. Arzamasova. DOI: 10.18334/epp.10.12.111499. EDN: CJKSND. *Journal of Economics, Entrepreneurship and Law*. 2020; 10(12):3059–3074. eISSN: 2222-534X (in Russ.).
4. Voronkova A. I. Metaopisaniye zhenskikh stsenariyev vovlecheniya v biznes [Meta-description of women's scenarios of involvement in business]. DOI: 10.19181/vis.2019.31.4.618. EDN: CSYHXJ. *Bulletin of the Institute of Sociology*. 2019; 10(4):231–248. eISSN: 2221-1616 (in Russ.).
5. Ershova I. V. Zhenskoye predprinimatel'stvo: ot empiriki i doktriny k pravovomu regulirovaniyu [Women's entrepreneurship: from empirics and doctrine to legal regulation]. DOI: 10.17803/1729-5920.2022.189.8.009-022. EDN: MIZRYO. *Lex Russica*. 2022; 75(8):9–22. ISSN: 1729-5920; eISSN: 2686-7869 (in Russ.).
6. Zorina A. E. Determinanty gotovnosti k risku kak resursa zhenskogo predprinimatel'stva [Determinants of Risk Readiness as a Resource of Women's Entrepreneurship]. DOI: 10.19181/snsp.2023.11.3.9. EDN: NLPJWW. *Sotsiologicheskaya nauka i sotsial'naya praktika*. 2023; 11(3):176–186. ISSN: 2308-6416; eISSN: 2413-6891 (in Russ.).
7. Kvanina V. V. Gosudarstvennaya podderzhka zhenskogo predprinimatel'stva [State Support for Women's Entrepreneurship]. By V. V. Kvanina, E. A. Gromova, A. V. Spiridonova. DOI: 10.21064/WinRS.2020.4.5. EDN: ZSEXHZ. *Woman in Russian Society*. 2020; 4:52–65. ISSN: 1992-2892; eISSN: 2500-221X (in Russ.).
8. Kiselev V. D. Kak napisat' avtorskiy proyektnyy sotsial'no-ekonomicheskiy keys v formate Keykis. *Metodika i sbornik delovykh igr* [How to write an original project socio-economic case in the Keykis format. Methodology and collection of business games]. Moscow : Galaktika Publ., 2018, 320 p. ISBN: 978-5-9500662-5-2. DOI: 10.5281/zenodo.4009065 (in Russ.).
9. Natsak O. D. Zhenskoye predprinimatel'stvo v Respublike Tyva: motivy, bar'yery i vozmozhnosti [Women's entrepreneurship in the Republic of Tyva: motives, barriers and opportunities]. DOI: 10.19181/vis.2022.13.4.850. EDN: PCUGXZ. *Bulletin of the Institute of Sociology*. 2022; 13(4):68–93. eISSN: 2221-1616 (in Russ.).
10. Okladnikova E. A. Sovremennyye motivy sel'skogo zhenskogo sotsial'nogo aktivizma v zone Nechernozem'ya [Modern motives of rural female social activism in the Non-Black Earth Zone]. DOI: 10.21064/WinRS.2019.4.4. EDN: BMITUT. *Woman in Russian Society*. 2019; 4:41–52. ISSN: 1992-2892; eISSN: 2500-221X (in Russ.).
11. Pinkovetskaya Yu. S. Predprinimatel'skaya aktivnost' zhenshchin v sovremennoy ekonomike [Women's entrepreneurial activity in the modern economy]. DOI: 10.21064/WinRS.2019.1.4. EDN: PQBVQF. *Woman in Russian Society*. 2019; 1:40–51. ISSN: 1992-2892; eISSN: 2500-221X (in Russ.).
12. Pokhvoshchev V. A. Razvitiye zhenskogo predprinimatel'stva kak faktor obespecheniya effektivnoy zanyatosti [Development of female entrepreneurship as a factor in ensuring effective employment]. By V. A. Pokhvoshchev, O. A. Kolesnikova. EDN: TIBYLL. *MIR (Modernization. Innovation. Research)*. 2015; 21:103–107. ISSN: 2079-4665; eISSN: 2411-796X (in Russ.).
13. Taranukha Yu. V. Zhenskoye predprinimatel'stvo v Rossii: sostoyaniye i tendentsii [Female

entrepreneurship in Russia: status and trends]. DOI: 10.21064/WinRS.2024.3.3. EDN: TWGZXB. *Woman in Russian Society*. 2024; 3:39–63. ISSN: 1992-2892; eISSN: 2500-221X (in Russ.).

14. Utkina N. Yu. Ob»yektivnyye i sub»yektivnyye faktory razvitiya zhenskogo predprinimatel'stva v Rossii [Objective and subjective factors of development of female entrepreneurship in Russia]. DOI: 10.21064/WinRS.2017.1.2. EDN: YGSNSP. *Woman in Russian Society*. 2017; 1:17–28. ISSN: 1992-2892; eISSN: 2500-221X (in Russ.).

*Информация об авторе:*

**Матвеева Надежда Алексеевна** — генеральный директор ООО «Центр семейного консультирования «Ольвия», докторант программы «Доктор делового администрирования», федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Институт управления, проспект Вернадского, 82/1, Москва, 119571, Россия.

*Information about the author:*

**Matveeva Nadezhda A.** — General Director of Olvia Family Counseling Center LLC, doctoral student of the Doctor of Business Administration program, The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Institute of Management, Vernadsky Prospect, 82/1, Moscow, 119571, Russia.

*Статья поступила в редакцию 21.07.2025; одобрена после рецензирования 05.08.2025; принята к публикации 26.09.2025. The article was submitted 07/21/2025; approved after reviewing 08/05/2025; accepted for publication 09/26/2025.*