

Как преодолеть гендерный разрыв в предпринимательстве: Роль близкого окружения и национальной культуры.

Во всем мире имеются данные о растущем уровне вовлеченности молодых людей в предпринимательскую деятельность (Kew et al., 2013; Sieger et al., 2021; Schøtt et al., 2015). Поскольку значительная часть молодежи получает университетское образование, предпринимательская активность студентов университетов отражает предпринимательскую активность молодого населения в целом (Gimenez-Jimenez et al., 2022). Тем временем данные GUESSS (Глобальное исследование предпринимательского духа студентов) за 2018 год показывают, что доля активных, зарождающихся и намеренных студентов-предпринимателей - как непосредственно, так и через 5 лет после обучения - среди женщин относительно меньше, чем среди мужчин (Sieger et al., 2019).

Настоящее исследование направлено на изучение совместной роли поддержки близкого окружения и национальных ценностей в вовлечении в предпринимательскую деятельность девушек и юношей. Предпринимательская активность молодых женщин встроена в более широкий национальный контекст, который может повлиять на то, влияет ли поддержка близкого окружения на предпринимательскую активность. Мы утверждаем, что молодые женщины, по сравнению с молодыми мужчинами, выиграют от внутригрупповой поддержки предпринимательской активности, особенно если они являются частью общества с сильными ценностями встроенности, то есть стран, где доминируют консервативные ценности, такие как групповая солидарность, послушание и традиционный социальный порядок (Schwartz, 1994, 1999).

Исходя из этого, мы ставим два исследовательских вопроса: 1) *Как внутригрупповая поддержка умеряет гендерный разрыв в молодом предпринимательстве?* и 2) *Как ценности национальной встроенности определяют умеряющий эффект внутригрупповой поддержки на гендерный разрыв в молодом предпринимательстве?*

Мы используем концепцию "смешанной встроенности" (Brieger and Glienic, 2021; Kloosterman et al., 1999; Kloosterman, 2003) для теоретизирования о том, как важные различия между контекстами на индивидуальном уровне и на уровне страны влияют на вовлеченность молодых женщин в предпринимательство. Смешанная встроенность является особенно актуальной концептуальной основой для анализа antecedентов и

результатов предпринимательской деятельности людей, которые имеют ограниченный доступ к предпринимательским ресурсам (Zhu et al., 2019).

Мы рассматриваем два теоретических механизма для объяснения модераторского влияния внутригрупповой поддержки и ценностей национальной встроенности на гендерный разрыв в предпринимательстве: (1) внутригрупповую инструментальную, моральную и эмоциональную поддержку (Coleman, 1988; Liñán and Chen, 2009), (2) культурные ценности (Greenman, 2013). Иными словами, мы утверждаем, что культурные ценности могут усиливать или ограничивать поддержку женского предпринимательства со стороны близких через восприятие и интерпретацию людьми культурных норм в данном обществе.

Мы тестируем нашу теоретическую модель на обширной выборке с многоуровневыми данными о почти 125 000 студентов из 33 стран с помощью количественных методов - многоуровневых (иерархических) пробит-регрессий с множественными проверками. Данные на индивидуальном уровне были собраны в 2018 году в рамках проекта GUESSS. Данные на уровне страны получены, в частности, в ходе исследования Schwartz Value Survey (Schwartz, 2006, 2008).

Наши результаты заставляют взглянуть на предыдущие исследования по-новому. Во-первых, неблагоприятные условия, с которыми сталкиваются женщины в таких гендерно предвзятых обществах в плане доступа к предпринимательским ресурсам (Gupta et al., 2009; Webb et al., 2015), могут быть смягчены благодаря сильной внутригрупповой поддержке (Batjargal et al., 2019). Во-вторых, предыдущие исследования показали, что женщины, в том числе менее опытные, с большей вероятностью будут заниматься предпринимательской деятельностью в странах, где отсутствует благоприятная политика в отношении рабочих и семейных отношений, частью которой, вероятно, являются культуры встраивания, из-за того, что их подталкивают к samozанятости в качестве запасной стратегии трудоустройства (Thébaud, 2015). В то же время наши результаты показывают, что поддержка в группе значительно увеличивает склонность женщин к начинающему предпринимательству по сравнению с мужчинами в контекстах встроенности, что говорит о том, что женщины в таких контекстах действительно выигрывают от благоприятной среды - от своих близких.

Национальные культурные ценности могут быть измерены и другими способами, помимо встроенности, поэтому мы призываем будущие исследования теоретизировать и эмпирически проверять влияние других национальных культурных измерений на гендерный разрыв в предпринимательстве. Будущие исследования могут также проанализировать, в какой степени культурные факторы за пределами близкого окружения,

но меньше масштаба уровня страны могут сократить гендерный разрыв в предпринимательстве, например, предпринимательские нормы на уровне региона (см., например, Liñán et al., 2020). Это может дать ценную информацию для гендерной региональной политики в области предпринимательства. Наконец, данные индивидуального уровня, используемые в данном исследовании, состоят из студентов университета, которые обычно менее опытны в предпринимательской деятельности. Следовательно, их намерения и решения могут следовать другим мотивам, чем те, которые встречаются у более опытных людей. Будущие исследования в этой области могут решить эту проблему, сосредоточившись на других учебных когортах, таких как работающее население.