

SOME ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF WOMEN'S ENTREPRENEURSHIP IN BULGARIA AND THE UNITED STATES: A COMPARATIVE ANALYSIS

Petya Nikolova

International Business School, Botevgrad, pnikolova@yahoo.com

Abstract. Over the last thirty years a growing interest in the problems and development of entrepreneurship and in particular women entrepreneurship is observed. There are women entrepreneurs in all countries and their contribution to the global economy has a huge impact. This phenomenon is not limited to managing small businesses and businesses that are run from home. Their ventures now include companies that generate millions, and their numbers are growing steadily over the years. Studies reveal that the main factor for the ever-growing number of women entrepreneurs is the created equal opportunities for acquiring knowledge, experience and talent in the context of globalization. More and more women are entering the labor market, becoming a workforce and successfully performing in a number of sectors of the economy such as trade, consulting, education and other services. Thus, their contribution to the economic development of the countries increases significantly. Through a research among women entrepreneurs from the USA and Bulgaria, the study aims to find similar and distinguishing characteristics of women entrepreneurs operating in the two countries and raises the need of concrete public policies for women entrepreneurship in Bulgaria.

Keywords: women entrepreneurship, family, motivation

НЯКОИ АСПЕКТИ НА РАЗВИТИЕ НА ЖЕНСКОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В БЪЛГАРИЯ И САЩ: СРАВНИТЕЛЕН АНАЛИЗ

Петя Николова

Международно висше бизнес училище, Ботевград pnikolova@yahoo.com

Резюме. През последните тридесет години се наблюдава нарастващ интерес към проблемите и развитието на предприемачеството, и по-специално на женското предприемачество. Във всички страни има жени предприемачи и техният принос в световната икономика има огромно въздействие. Това явление не се ограничава до управлението на малък бизнес и бизнеса, който се управлява от вкъщи. Сега техните начинания включват компании, които генерират милиони, а броят им непрекъснато нараства с годините. Проучванията разкриват, че основният фактор за непрекъснато нарастващия брой жени предприемачи е създадените равни възможности за придобиване на знания, опит и талант в контекста на глобализацията. Все повече жени влизат на пазара на труда, стават работна сила и успешно се представят в редица сектори на икономиката като търговия, консултации, образование и други услуги. По този начин техният принос за икономическото развитие на страните се увеличава значително. Чрез изследване сред жени предприемачи от САЩ и България, изследването има за цел да намери сходни и отличителни характеристики на жените предприемачи, опериращи в двете страни, и повдига необходимостта от конкретни публични политики за жените предприемачи в България.

Ключови думи: женско предприемачество, семейство, мотивация

1. УВОД

През последните тридесет години сме свидетели на логичен възходящ интерес към проблемите и развитието на предприемачеството, и в частност на женското. Жени предприемачи има във всички страни като техният принос към глобалната икономика става все по-голям. Размерът и вида на бизнесите, притежавани и упражнявани от жени, претърпява значимо нарастване. Областите, в които жените се представят не се ограничават само до управление на малки фирми и бизнеси, които се управляват от вкъщи и се извършват в неформална среда. Техните смели начинания сега включват компании, които генерират обороти в милиони, с милиони наети работници. Компаниите, създадени от жени - предприемачи допринасят не само за благоденствието на семействата им, но и за растежа на националните икономики. Те създават нови бизнеси и нови работни места, разрушавайки установени стереотипи и индустрии. Те реинвестират печалбата си в полза на своите работници и на общностите, където живеят. Създавайки иновативни продукти те променят бизнес средата и представата за бизнеса не само за себе си, но и за следващите поколения.

Преди тридесет години жените предприемачи в САЩ са били около 4 милиона. Днес те са над 11 милиона, което е повече от 39 % от всички фирми.⁷⁰ В Европа жените съставляват 52% от общото население, но едва 34.4% от населението в ЕС са самонаети и 30% са стартър предприемачи.⁷¹ Променя се и ролята на жената в обществото както в развитите икономики като САЩ, така и в развиващата се икономика на България, като присъствието на жените на пазара на труда става все по-внушително, защото тя е не само нает работник, но и работодател. Основната причина за постоянно увеличаващия се брой жени предприемачи се дължи в най-голяма степен на създадените сравнително равнопоставени възможности за изява на знания, опит и талант в условията на глобализация⁷². Все повече и повече жени излизат на пазара на труда, превръщат се в работна сила и успешно се изявяват в редица сектори на икономиката като търговия, консултантска дейност, образование. По този начин приносът им в икономическото развитие на страните нараства значително. Настоящото изследване има за цел да направи опит да изведе някои характеристики на жените-предприемачи в САЩ и България, без да фокусира в дълбочина върху влиянието на бизнес средата върху развитието на предприемачеството сред жените, което ще бъде предмет на следващи изследвания.

2. ЛИТЕРАТУРЕН ПРЕГЛЕД

В научната литература, поради редица съображения, женското предприемачество се третира като **отделна област и концепция за изследване** в сравнение с предприемачеството при мъжете, най-малкото защото очакванията са различни към двата пола. Женското предприемачество се налага да се изследва отделно и поради факта, че днес ролята и мястото на жената в съвременния бизнес свят са все по-нарастващи за разрешаване на управленските и организационни проблеми. Извършени са значим брой изследвания по темата в различни страни. Същевременно може да се установи, че то е значително по-малко застъпено от изследванията като цяло на предприемачеството и на предприемачество сред мъже. Тъй като интересът ни е насочен конкретно към две страни, трябва да се отбележи още в началото, че публикациите отнасящи се за предприемачеството сред жени са наистина многобройни в САЩ. В България също се наблюдава засилен интерес и са налице изследвания, но в далече по-малък мащаб, както и не са забелязани сравнителни изследвания на женското предприемачество за двете страни. Причините за по-слабия интерес към изследвания на женското предприемачество в България могат да имат най-различен характер, като сред основните могат да бъдат отнесени „младата възраст“ на предприемачеството в една нова икономическа среда като цяло в България и на женското предприемачество по-специално, недостатъчната гласност на предприемаческите изяви на жените, липса или недооценяване на икономическия и социалния принос на този феномен в България. Сред няколкото, колкото и скромни изследвания върху феномена на женското предприемачество в България, се отбелязва подобна загриженост за необходимостта от изследване и разкриване на спецификите в развитието на женското предприемачество^{73, 74}. Ето защо считаме, че настоящото изследване ще бъде в полза на изясняване на някои аспекти на женското предприемачество в България и ще позволи да се изведат отличителни характеристики в България и САЩ, което ще спомогне за създаването на нови политики и среда за развитието му.

3. МЕТОДИ НА ИЗСЛЕДВАНЕ

Тъй като изследваният предмет по естество е сложно и многостранно явление са използвани няколко изследователски метода с цел да се бъдат генерирани прозрения, които не могат да бъдат получени с помощта на един единствен метод. Използваните за целите на изследването методи се основават на логическия, дедуктивния и сравнителен метод в съчетание с качествено и количествено изследване сред целева група.

⁷⁰ Shaheen, J. (2017) Tackling the Gender Gap: What Women Entrepreneurs Need to Thrive, U.S. Senate Committee on Small Business & Entrepreneurship.

⁷¹ Women entrepreneurship: facts and figures

<https://wegate.eu/about/women-entrepreneurship-facts-and-figures>, посетена на 1 февруари 2021.

⁷² Николова, П. (2019). Предизвикателствата пред управлението на таланти днес. Аспекти на предприемачеството. Научни трудове, Том 11, МВБУ, с. 145-178.

⁷³ Davidkov, Ts., Yordanova, D. (2012) Similarities and differences between Female and Male Entrepreneurs in a Transition Context: Evidence from Bulgaria, Journal of Applied Economic Sciences (JAES) 10: 571-582.

⁷⁴ Baltov, M., (2016) Women-Run Companies' Growth and Finance, Chapter in „Women and Sustainability in Business“ (eds. Caliyurt, Kiymet), Gower, Farnham.

Създаден бе въпросник от 21 отворени въпроси, които са организирани около следните тематични области: образование, възраст, опит като предприемач, въпроси, свързани със семейството, трудности, които имат като жени, какви съвети биха дали на бъдещи жени, поемащи по техния път и др. Изискването към респондентите бе да отговорят писмено на въпросите. Броят на интервютата е 41, от които 24 сред жени-предприемачи в САЩ и 17 в България. В настоящата статия са представени някои от резултатите, получени в това проучване.

4. ЖЕНСКОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО: КОНТЕКСТ

Женското предприемачество се асоциира с концепцията за постигане на все по-голяма и по-голяма независимост на жените^{75, 76, 77}. Постепенно се признава, че предприемачество сред жените се превръща в решаващ фактор за подобряване качеството на живот във всички страни по света и особено в развитите страни. Женското предприемачество се възползва от различните възможности, които правителствата на развитите страни предоставят - финансови и технически средства, курсове за преквалификация и развитие на управленски способности, както и други подобни възможности за започване на собствен бизнес. Политиките за насърчаване и подпомагане развитието на предприемачеството сред жените намират израз в конкретни програми, но много жени остават неинформирани за тези възможности и не се възползват от тях. Други обаче, успяват да се възползват от предлаганите от държавата възможности, като все повече такива политики, конкретно насочени към женското предприемачество, се разработват и изпълняват и в развиващите се икономики.

4.1. Профил на американския предприемач днес

Ако направим сравнение между докладите на Global Entrepreneurship Monitoring 2016 за САЩ и за България ще установим, че в доклада за САЩ има раздел посветен на развитието само на женското предприемачество. Но такъв раздел липсва в българския доклад. В американската икономика, основаваща се на иновации, статусът на предприемача е високо ценен, за което допринася не малко и ролята на медиите. Около $\frac{3}{4}$ от американците вярват във високия обществен статус и успехи на предприемачите. Възможностите за развитие на собствен бизнес с всяка изминала година стават все по-големи, защото новите технологии откриват нови хоризонти за започване на самостоятелен бизнес по-лесно, без значими инвестиции, а новите бизнес модели като тези на споделената икономика, особено в услугите като UBER, AIRBNB предоставят на хората възможност да управляват компаниите значително по-лесно и ефикасно. Съвременните американци както никога досега бързат да се възползват от тези възможности и условия. Именно положителните перспективи, които се откриват пред предприемачите са движещ мотивационен фактор за предприемаческа дейност. 88% при мъжете и 87% при жените предприемат стъпки към предприемачество, окуражени от перспективите, откриващи се пред тях.⁷⁸

4.1.1. Жените предприемачи в САЩ

Световната тенденция все повече и повече жени да се насочват към основаване на собствен бизнес се наблюдава и в САЩ. По данни на Американската администрация за малък бизнес около 10 милиона са заетите със собствен бизнес като това представлява 36% от всички бизнеси в страната. Днес около 9-10 милиона жени със собствен бизнес правят около 40 – 50% от всички бизнеси в страната и осигуряват работа на около 27 милиона души.⁷⁹ Известно е, че започването на нов бизнес е свързано с риск и несигурност. Традиционно жените демонстрират по-високи нива на страх от неуспех. Наблюдава се и друга тенденция, че жените са по-малко склонни в сравнение с мъжете да се заемат с предприемаческа дейност. 70% от мъжете и 57% от жените в САЩ казват, че биха рискували да започнат собствен бизнес отколкото да работят за

⁷⁵ Gram, L., Morrison, J., Skordis-Worrall, J. (2019) Organising Concepts of 'Women's Empowerment' for Measurement: A Typology, Social Indicators Research, 143, 1349–1376.

⁷⁶ Ojedian, F., Anderson, A. (2020) Women's Entrepreneurship in the Global South: Empowering and Emancipating? Administrative Sciences, 10, 87.

⁷⁷ Digan, S.P., Sahi, G., Mantok, S., Patel, P. (2018) Women's Perceived Empowerment in Entrepreneurial Efforts: The Role of Bricolage and Psychological Capital, Journal of Small Business Management, 206-229.

⁷⁸ Global Entrepreneurship Monitor for the US 2016, p.18 <https://www.gemconsortium.org/report/gem-usa-2016-report>, посетена на 22.02.2021

⁷⁹ United States Small Business Administration Report 2016 https://www.sba.gov/sites/default/files/March_April_2016_FINAL_508_compliant.pdf, посетена на 19.02.2021.

друг.⁸⁰ Секторите, в които жени се самонаемат са търговия на дребно, здравеопазване, образование, социални услуги и само 3% започват собствен бизнес в сферата на информационните технологии и телекомуникациите.

Модерната американска жена-предприемач е между 25 – 44 годишна, тя е **силно мотивирана да се възползва от създадените се възможности на средата**, а не защото ѝ се налага или е принудена да се захваща със свой бизнес поради липса на друга алтернатива. Фактичното състояние, че днес в САЩ има толкова много успешни жени предприемачи и отлично позиционирани на високи управленски позиции жени, които дори са придобили световна известност в различни сектори на икономиката, може да се счита като **особеност на американската икономика**.

Изследването на предприемачите жени в историческа план дава възможност да се обясни и проследи уникалното в техния опит и постижения. Изучавайки традицията, би могло да се допуска, че постиженията на днешните жени се дължат до определена степен на усилията и положените основи от по-ранните поколения жени-предприемачи и на техните предшественици. Историческата перспектива обяснява и изключителните предизвикателства, пред които те са се изправяли, **предопределени от техния социален статус**. Последният е предоставял и създавал едновременно условия за издигане, но и ограничение за професионалното израстване. В продължение на десетилетия ролята на жената в бизнеса, а и като работна сила, е определяна въз основа на културната представа за нейното място в обществото.

В американската традиция от 19 век представата за мястото на жената е диктувана от разбирането, че най-подходящото работно място за нея е дома. Единственият начин жената да служи на политическите и социални интереси на републиката е като създава и отглежда здраво семейство и дом. Защото само добър дом, управляван от любяща майка и жена е подходящата среда за обучение на дъщерите и уютно място за синовете и съпрузите след приключване на изморителния трудов ден. Тази представа за ролята на жената се е отнасяла и до ролята ѝ в обществената сфера и дейности. Според общественото мнение в този период, за жената са подходящи само определени професии, които тя да упражнява извън дома и фамилната ферма. Но в средата на 19 век жените започват да развиват бизнеси в сферата на услугите, свързани с приготвянето на храна и производството и продажба на дрехи. Работят като библиотекарки, акушерки, медицински сестри. Периодът 1880-1920 г. се характеризира със силно женско присъствие в предприемачеството, който период се бележи с възход на бизнеса като цяло и трансформация на икономиката на САЩ в световна икономическа сила. Старите фирми се разрастват и нови се основават в земеделието, химическата и петролната индустрии. Промените, предизвикани от възхода на индустриализацията и урбанизацията помагат за рedefинирането на мястото на жената в американския бизнес. Все повече жени търсят и намират работа извън дома, но на помощни позиции, поради съществуващите предразсъдъци за мястото на жената в обществото. Те работят като работници във фабрики, чиновници, продавачки или супервайзори в търговски обекти. След Втората световна война от 1945 до 1995 г., броят на жените, които се превръщат в работна сила, продължава да нараства. Постепенно някои поемат управленски позиции дори в корпорации, които оперират извън страната.

4.2. Жените предприемачи в България

В специализираната научна литература са налице публикации върху живота на българката, нейното място и роля в обществото през 19 век. Липсват обаче сериозни изследвания за статуса на българската жена-предприемач в този период. Резултати от по-фокусирани и задълбочени изследвания започват да се появяват след влизането на страната в Европейския съюз през 2007 г. В. Златарева описва статуса на жената у нас преди 9 септември 1994 г. така: „Претрупаност, презаеост е първият характерен белег на селянката. Поради това, че тя не е само домакиня, че тя не е само работничка в земеделското производство, че тя е не само занаятчийка, а едновременно е и домакиня и работничка в земеделското стопанство и обща работничка, работният ден на нашата селянка не е ограничен в 8-часов, а нерядко надхвърля 18-часов“⁸¹. От този цитат би могло да се направи извода, че през този исторически период българската жена е не само майка, домакиня, съпруга, но и равностойна партньорка на съпруга си в почти всички семейни земеделски дейности. Като се има предвид, че страната ни е била преобладаващо земеделска, би могло да се каже, че жената тогава има **силно присъствие в стопанския живот**. Иван Хаджийски в „Бит и душевност“ пише: „Някогашната еснафска жена – това бе майка светица, предадена изцяло на семейството, съпруг и деца“⁸².

⁸⁰ Global Entrepreneurship Monitor for the US 2016 , p. 26, <https://www.gemconsortium.org/report/gem-usa-2016-report> , посетена на 22.02.2021.

⁸¹ Златарева, В. (1947) Селянката и новото време, Изд. „Единство“.

⁸² Хаджийски, Иван., 2002, Бит и душевност на нашия народ , Изд. „Изток-Запад”

4.2.1. Наследственост на социализма и жените предприемачи

През периода на социализма жените представляват около 45-51% от работната сила (не само в България, но във всички социалистически страни. От тях над 70% са били наети работници или са се обучавали в курсове за придобиване на някаква квалификация. В германската демократична република 91 % от жените са работили през 1989 г., докато във федерална република Германия този процент е бил само 55. Изследователи отбелязват, че бившите комунистически страни са оставили парадоксално наследство – много висок процент работещи жени и очакване за висок процент на жени предприемачи след разпадането на комунизма⁸³. Но това не се случва. Според статистиката, в европейските страни традиционно повечето от жените, които започват собствен бизнес са с дългогодишен професионален опит. По време на социализма много жени са били назначени на високи управленски позиции в държавни предприятия. Но поради естеството на социалистическото общество и режим, може основателно да определим този период като характеризиращ се с отсъствие на динамика на предприемачески дух.

4.2.2. Българската жена-предприемач днес

Жените в България се сблъскват с почти същите трудности като жените от цял свят, които се оказват сериозна пречка по пътя на тяхното професионално израстване. Тези пречки произтичат от грижата за семейството и семейните задължения. Поради тези причини жените често остават на същите позиции без професионално развитие, нямат достатъчно време да развият своя лидерски потенциал и невъзможност да демонстрират в пълнота своите качества и умения. Според изследване на Eurobarometer, проведено през 2017 г. сред респонденти във всички страни на Европейския съюз, около 81% от общественото мнение за мястото на жената в България е, че то все още е традиционно, а именно, че нейната най-важна роля е да се грижи за дома, семейството и децата, а мъжът да печели.⁸⁴ Докато 54% от целия ЕС са на точно обратното мнение, а именно, че грижата за семейството не е най-важната и основна роля за жената днес, като в някои страни като Швеция, Дания и Холандия то е едва 11%, 14% и съответно 15%, като за други страни от бившия социалистически лагер то остава също на високи нива като в Унгария (78%) и Чехия и Полша (77%). Тук би могло да се направи извода, че в България все още битува едно стереотипно мнение за ролята и мястото на жената в обществото. Друг интересен извод от това изследване е, че 78% от анкетираните смятат, че жените разполагат с по-малко свобода за професионални изяви заради ангажиментите около семейството. Все още съществуват стари стереотипи за ролята на жената в обществото. Така например, бременни жени или майки с малки деца в много случаи е трудно да намерят постоянна работа, защото работодателите отказват да ги наемат. Очаква се, че те ще отсъстват от работа за продължителен период от време. Жените в България разполагат с по-малко свободно време отколкото мъжете, защото са заети с отглеждане на деца и грижи около стари и болни родители. Някои фирми предпочитат да наемат мъже, за да се избегнат потенциални дълги отсъствия.

4.3. Равенство между половете

България заема добри позиции по отношение на равенството между половете. Това означава, че жени и мъже имат равни възможности за професионално и личностно развитие. Примери за случаи на дискриминация са рядкост.⁸⁵ В доклада на Global Entrepreneurship Monitor за 2016 се посочва, че не се наблюдава дискриминация на половете в България, „няма сведения за неравенство между половете що се отнася до предприемачеството”. Тук е мястото да се изтъкне, че всички интервюирани за целите на настоящото изследване жени отговориха, че не са се чувствали дискриминирани спрямо мъжете в тяхната работа. Същевременно 87% от българите одобряват законови мерки за гарантиране равенство между жените и мъжете като 67 % вярват, че е постигнато равенство между половете на работното място. Не само това, 62 % смятат, че е постигнато равенство дори по отношение на лидерството, на заемане на високи изпълнителни позиции в компании. Същевременно 28 % считат, че няма равенство в заплащането на труда на мъжете и жените, 23%, че има, а 31% са отговорили, че това „не е въпрос в моята компания”. В България се наблюдава постоянно увеличаване на разликата в заплащането между двата пола в полза на мъжете, което от 10.6% през 2010 г. е нараснало на 13.7% през 2019 г. средно за икономическите дейности в страната по данни на националния статистически институт.⁸⁶ Тези данни са в средния диапазон на различията в

⁸³ Данните са от доклади, изнесени на конференцията „Women’s Entrepreneurship Conference: East-West Cooperation”, Brijuni, Croatia, October 1999, organized by the Organization for Economic Cooperation and Development

⁸⁴ Special Eurobarometer 465 Gender Equality, EU, 2017.

⁸⁵ Bakardzhieva, Milka. Women in Power and Decision Making. Narodnostopanski arhiv, 2/2013.

⁸⁶ НСИ, Различие в заплащането по пол

заплащането на мъжете и жените в ЕС, където през 2016 г. средната брутна почасова заплата при жените е била с 16.2% по-малка отколкото при мъжете.

Някои резултати от изследването

Свободата да се вземат независими бизнес решения се очертава като главен мотивационен фактор при жените – предприемачи в България и САЩ. Изтъкват се и по-големите възможности да се правят пари, желание за израстване, лична независимост. Друга причина е стремежът към постигане на по-добри условия за кариерно развитие, свободата за самостоятелно вземане на бизнес решения и по-добрите финансови възможности. Търсене на нови възможности за личностна изява и развитие.

Промените след 1989 година се оказват решаващи за преминаването към самоосигуряване според 20 % от интервюираните българските жени-предприемачи. В отговори на американските жени-предприемачи се акцентира също върху свободата, която имаш когато работиш за себе си, но тук се откроява и една друга мотивационна причина – **престижа да бъдеш предприемач**.

В зависимост от естеството на бизнеса им всеки определя своя работен ден и в САЩ и в България. Но отговорите показват, че всички интервюирани жени работят повече от нормалните осем часа на ден. Почти всички работят в сферата на услугите като се започне от туристически агент и се стигне до ИТ консултант.

Повече от петдесет процента от респондентите от двете страни споделят, че най-трудният момент е бил началният етап от започването на бизнеса поради различни причини. В допълнение се изтъкват и други особености, но те са повече от лично естество. Някои от респондентите от САЩ посочват и налагането на допълнителни държавни регулации, но от българска страна не се повдига този въпрос. Две от българските респонденти казват, че не си спомнят за такъв момент изобщо.

Като най-голям и основен риск в работата им се определя финансовият риск и всеки трети респондент посочва липсата на постоянен, гарантиран доход и това, че всеки собственик поема риск за инвестиции, като отговорността е изцяло негова и за наетите работниците. Три четвърти от **респондентите от двете страни** посочват **финансовият риск като основен**. Риск от фалит, когато разходите са по-големи от приходите, ненавременно изплащане от страна на инвеститори, риск от текучество, защото например младите ИТ специалисти предпочитат големите компании. Ето защо на въпроса коя е според вас характерната черта на предприемача, всички интервюирани жени акцентираха, че най-важната черта на характера на предприемача е умението да се поема риск, да се демонстрира висока толерантност към риска. Думата риск в българските интервюта се споменава само в 5 от направените 25 интервюта, което е само 1/5. Думата риск се споменава в 10 от направените интервюта с американски жени.

На въпроса дали фирмата развива благотворителна дейност, обикновено отговорите на българските жени-предприемачи са кратки като: „Да, помага“, без да се уточнява по какъв начин, като 25% от отговорите са „НЕ“, докато от американска страна има само един отговор „НЕ“. Според нас това показва, че българските жени-предприемачи са все още далеч от идеята за благотворителност или ако те се включват в подобни инициативи, те не са така мащабни и толкова разнообразни както е в САЩ.

Сходство в отговорите на жените от двете държави се открива и при въпросите свързани със семейството и коя е най-голямата подкрепа при сблъскване с трудности в бизнеса. Шестдесет процента от българските респонденти отговарят, че най-голямата подкрепа е семейството. Следват приятели, съдружниците, служителите от фирмата. Само един респондент отговаря, че разчита на себе си. И един негативен отговор: „Не съм получавала подкрепа от хора или институции“. Петдесет процента от американските респондентки отговарят съпруга ми или семейството, както и колектива, с който работи. Очевидно е, че семейството се очертава като нещо много важно за жените-предприемачи в България и в САЩ, за тях това е приоритет. Само един респондент от САЩ отговаря, че „моят личен живот е част от моя бизнес и не мога да ги разделя“. Споделя се, че въпреки, че е трудно постижим баланс, всички респонденти от двете страни се опитват и го постигат. Като съобразяват всекидневната програма с училището на децата. Успяват да постигнат организация така, че работата да не ощетява семейството. Следват се строги правила за баланс между двете. Реалистично се подхожда към времето за работа, прави се програма, така че да има време за семейство и приятели. Служителите на фирмата са сериозни хора, на които би могло да се разчита в отсъствие на собственика. Дава се на семейството необходимото внимание. Философията, която някои прилагат е да умееш да спреш работа, за да релаксираш, да кажеш „не“.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящото изследване представя само малък поглед върху някои аспекти на женското предприемачество в две различни като икономическо състояние и култура страни. Въпреки различията в развитието на женското

предприемачество в САЩ и България, жените предприемачи днес се сблъскват със сходни проблеми – като търсене на нови възможности, семейни задължения, финансови несигурност и управление на финансите. По-малко са различията когато ги сравняваме, отколкото общите неща. Днес жените демонстрират постоянство, мотивация, кураж и увереност в това, което работят, но за да бъдат още по-успешни те трябва да инвестират повече усилия в областта на маркетинг, финанси, информационни технологии, наука и технология за да могат още по-добре да управляват своя бизнес. Също така е важна подкрепата от държавните институции и неправителствени организации за бъдещите жени-предприемачи в техните начинания, особено в началния етап от дейността им. Жените преследват своите предприемачески цели по-рефлексивно, анализират рисковете и възможности за доходи, поемайки по-малкия риск и търсейки по-сигурни дейности. Българските жени-предприемачи могат да бъдат достойни конкуренти на американските жени-предприемачи. Но поради културни, традиционни и социални обстоятелства те заемат догонващи позиции. Те са с високо самочувствие, с независимо мислене и поведение, никога не са се чувствали дискриминирани. Настоящият поглед насърчава извършването на по-задълбочени изследвания с оглед влияние на бизнес екосистемата върху предприемаческите намерения и постижения в двете страни, за да могат да бъдат направени по-разширени изводи и препоръки.

ЛИТЕРАТУРА

- Златарева, В. (1947). *Селянката и новото време*, Изд. „Единство“.
- Николова, П. (2019). Предизвикателствата пред управлението на таланти днес. Аспекти на предприемачеството. Научни трудове, Том 11, МВБУ, с. 145-178.
- НСИ, Различие в заплащането по пол.
- Хаджийски, И. (2002). *Бит и душевност на нашия народ*, Изд. „Изток-Запад”
- Bakardzhieva, M. (2013). Women in Power and Decision Making. *Narodnostopanski arhiv*, 2/2013.
- Baltov, M. (2016). Women-Run Companies' Growth and Finance, Chapter in „Women and Sustainability in Business“ (eds. Caliyurt, Kiymet), Gower, Farnham.
- Davidkov, Ts., & Yordanova, D. (2012). Similarities and differences between Female and Male Entrepreneurs in a Transition Context: Evidence from Bulgaria, *Journal of Applied Economic Sciences (JAES)* 10: 571-582.
- Digan, S.P., Sahi, G., Mantok, S. & Patel, P. (2018). Women's Perceived Empowerment in Entrepreneurial Efforts: The Role of Bricolage and Psychological Capital, *Journal of Small Business Management*, 206-229.
- GEM 2016 US Report
- Gram, L., Morrison, J. & Skordis-Worrall, J. (2019). Organising Concepts of 'Women's Empowerment' for Measurement: A Typology, *Social Indicators Research*, 143, 1349–1376.
- Jennings, J., & Brush, C. (2013). Research on women entrepreneurs: Challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? *Academy of Management Annals*, 7 (1), 663-715.
- Ojediran, F. & Anderson, A. (2020). Women's Entrepreneurship in the Global South: Empowering and Emancipating? *Administrative Sciences*, 10, 87.
- Shaheen, J. (2017). Tackling the Gender Gap: What Women Entrepreneurs Need to Thrive, *U.S. Senate Committee on Small Business & Entrepreneurship*
- Special Eurobarometer 465 Gender Equality, EU, 2017.
- Yadav, V. & Unni, J. (2016). Women entrepreneurship: research review and future directions, *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6 (12), 1-18.
- United States Small Business Administration Report 2016