



Co-funded by  
the European Union



Research Lab

## Предпринимательская активность женщин-иммигранток в Литве

### Research Lab

Цель исследования — изучить особенности предпринимательской активности женщин-мигранток в Литве, их мотивы, барьеры и потребности в поддержке. На основе анализа литературы, опроса 186 эмигранток из Беларуси и Украины, а также интервью с экспертом выявлено, что предпринимательство для мигранток является как инструментом адаптации, так и способом самореализации. Чаще всего бизнес развивается в сферах с низким порогом входа (handmade, услуги красоты и здоровья), а ключевыми препятствиями остаются нехватка знаний, ограниченный доступ к финансированию и сложность законодательства. В то же время женщины демонстрируют высокий уровень амбиций и ориентированы на рост, особенно при наличии образовательных и финансовых программ, менторской поддержки и возможностей для интеграции в литовское бизнес-сообщество. Результаты подчеркивают необходимость адресных мер поддержки, учитывающих различия между национальными группами и стадиями развития бизнеса.

## Содержание

|   |    |
|---|----|
| Введение.....   | 3  |
| 1. Методология.....   | 4  |
| 2. Обзор предпринимательской активности женщин-иммигранток в мире .....                 | 5  |
| 2.1 Женское предпринимательство: Мотивы, стереотипы и барьеры .....                     | 5  |
| 2.2 Сферы деятельности и особенности бизнеса женщин-мигранток .....                     | 6  |
| 2.3 Личность и окружение: Влияние пола, национальности и среды.....                     | 7  |
| 2.4 Итоги обзора литературы .....   | 7  |
| 3. Особенности женского предпринимательства в Литве .....                               | 8  |
| 3.1 Общая характеристика предпринимательства среди женщин .....                         | 8  |
| 3.2 Мотивы для начала бизнеса .....   | 9  |
| 3.3 Благоприятные факторы .....   | 10 |
| 3.4 Основные барьеры.....   | 10 |
| 3.5 Сферы .....   | 11 |
| 3.6 Миграционный контекст .....   | 11 |
| 4. Предпринимательской активностью женщин в условиях вынужденной миграции в Литве ..... | 12 |
| 4.1 Портрет белорусской и украинской предпринимательницы в Литве .....                  | 12 |
| 4.2 Сферы .....   | 13 |
| 4.3 Барьеры.....  | 14 |
| 4.4 Мотиваторы ведения предпринимательской деятельности.....                            | 16 |
| 4.5 Меры поддержки .....  | 19 |
| 4.6 Образовательные потребности .....   | 20 |
| 4.7 Основные выводы .....   | 21 |
| 5. Рекомендации и направления для дальнейшего исследования .....                        | 22 |
| Заключение.....   | 23 |
| Список использованных источников.....   | 24 |
| Приложения.....   | 26 |

## Введение

В условиях современных миграционных процессов женское предпринимательство приобретает заметную социальную и экономическую значимость. Многие женщины, переезжая в другую страну, отказываются от традиционного наемного труда в пользу создания собственного бизнеса. Для них предпринимательская деятельность становится не только источником дохода, но и важным инструментом социальной интеграции, адаптации и выстраивания нового жизненного пространства [3, 4, 5].

В более широком контексте малый бизнес и предпринимательство играют ключевую роль в экономическом и социальном развитии любой страны, выступая основными двигателями роста, создания рабочих мест и инноваций, а также обеспечивая долгосрочную стабильность [2]. Предпринимательская деятельность женщин-мигранток приносит значительные позитивные результаты на разных уровнях: от финансовой независимости и самореализации для самих предпринимательниц, до создания новых рабочих мест и стимулирования экономического роста на уровне фирм [4]. На общественном уровне этот вид предпринимательства способствует диверсификации экономики, социальной интеграции и активному участию в развитии местных сообществ, формируя социальный капитал и благополучие окружения [10, 6].

Особую исследовательскую ценность представляет вынужденное миграционное предпринимательство женщин — когда бизнес создаётся в ситуации ограниченного выбора, нестабильности и социальной уязвимости. Женщины, покинувшие свои страны из-за политических кризисов, военных конфликтов или угроз личной безопасности, сталкиваются с комплексом сложностей в новых странах проживания. Эти сложности связаны с незнанием языка, культурными различиями, ограниченной доступностью информации, затруднённым доступом к финансам и ограниченными возможностями для включения в профессиональные сообщества [2, 5, 8]. Изучение женского мигрантского предпринимательства важно для лучшего понимания процессов социальной и экономической интеграции. Этот вопрос имеет высокую практическую значимость, поскольку позволяет разрабатывать более точные и эффективные меры поддержки, способствующие снижению барьеров и созданию инклюзивной предпринимательской среды.

Мы изучили предпринимательство в Литве, которая в последние годы активно принимает вынужденных мигранток из постсоветского пространства, в частности из Беларуси, Украины и России. Важно проанализировать, какие барьеры и мотивации определяют предпринимательскую активность этих женщин в литовской институциональной и культурной среде.

Дополнительно актуальность темы усиливается тем, что женское предпринимательство сегодня играет всё более значимую роль в развитии местных сообществ, способствует созданию рабочих мест и укрепляет межкультурный диалог [3, 4]. При этом опыт

женщин-мигранток в бизнесе, особенно в контексте Восточной Европы, остаётся недостаточно изученным.

В связи с этим в работе ставится следующий исследовательский вопрос: Какие барьеры и мотивы определяют предпринимательскую активность женщин, находящихся в миграции в Литве? Ответ на этот вопрос позволит глубже понять социальные, экономические и институциональные условия, в которых развивается бизнес мигранток, и будет способствовать лучшему осмыслению их вклада в принимающее общество.

## 1. Методология

### **Анализ литературы**

Для проведения обзора предпринимательской активности женщин-мигранток в мире использовался структурированный подход, где мы отбирали статьи, соответствующие нашей теме, затем ключевые данные из каждой статьи систематизировались в таблице Excel (см. Приложение А). В этой таблице собиралась информация о факторах ведения бизнеса, мотивах старта, положительных влияющих факторах, основных барьерах, а также о размере выборки и стране исследования с окончательной оценкой релевантности. В общей сложности было проанализировано 23 статьи различных авторов, охватывающих различные страны и контексты. При анализе мы уделяли внимание ключевым факторам, влияющим на предпринимательскую активность женщин-мигранток, включая их мотивацию к открытию бизнеса, поддержку со стороны окружения, культурные и экономические условия, а также препятствия, с которыми они сталкиваются. Такой систематизированный подход позволил выявить общие тенденции и специфические особенности женского миграционного предпринимательства в разных странах.

### **Организация и проведение анкетирования**

В рамках нашего исследования мы использовали онлайн-формы Google Forms, подходящие как для проведения опросов, так и для структурирования собранной информации. Онлайн-опрос проводился в два этапа: с 12 июня по 1 июля 2024 года и с 11 августа по 27 августа 2025 года.

Рассылка приглашений к участию осуществлялась среди целевой группы - русскоговорящих женщин-мигранток, проживающих в Литве, через специализированные группы и сообщества в социальных сетях, а также посредством личных контактов. Всего за указанный период было собрано 197 заполненных анкет, из которых 126 предоставлены белорусками, 60 – украинками и 11 – эмигрантками из других стран.

Следует отметить, что выборка имеет определённое смещение: на первом этапе опрос распространялся преимущественно в сообществе рукодельниц, что привело к значительной представленности женщин, занятых handmade. На втором этапе анкета рассылалась более широкой аудитории, однако этот этап принес лишь 13 дополнительных ответов. В связи с этим в итоговой базе данных сохраняется дисбаланс в сторону представительниц рукодельного сообщества, что необходимо учитывать при интерпретации результатов и объясняет перевес этого направления в ряде графиков и аналитических выводов.

Кроме того, структура выборки демонстрирует, что предпринимательской деятельностью занимаются 54% участниц: 45% работают в формате самозанятости, а 9% являются основательницами зарегистрированного бизнеса. Остальные 46% не имеют собственного дела и не ведут самостоятельной экономической активности.

## **Проведение интервью**

Для того чтобы дополнить данные анкетирования и анализа литературы, мы провели интервью с Мариной Абрамович, директором VšĮ “Imigrantų verslo plėtros centras”, организации, поддерживающей предпринимательство мигрантов в Литве. В ходе интервью мы подробно обсуждали женщин, которые переезжают в Литву и открывают собственный бизнес: кто они, чем занимаются, какие у них мотивы для начала предпринимательской деятельности, а также с какими трудностями сталкиваются и что им помогает достигать успеха. Полученная информация позволила глубже понять реальные потребности, ожидания и барьеры женщин-мигранток, а также уточнить, какие факторы действительно влияют на их предпринимательскую активность. Данные из интервью использовались вместе с результатами опроса и анализом литературы для того, чтобы сделать выводы исследования более полными и обоснованными.

## **2. Обзор предпринимательской активности женщин-иммигранток в мире**

### **2.1 Женское предпринимательство: Мотивы, стереотипы и барьеры**

Число женщин, активно участвующих в бизнесе, значительно возросло, что является устойчивым мировым трендом. Основные мотивы, побуждающие женщин к предпринимательству, включают стремление к автономии и контролю над собственной деятельностью, увеличение дохода, баланс работы и семьи и избежание дискриминации на рынке труда. Для многих женщин-мигранток предпринимательство становится не столько осознанным выбором, сколько вынужденной мерой. Когда найти официальную работу трудно, квалификация не признаётся, а адаптироваться в новом обществе непросто, открытие собственного дела становится способом обеспечить себя и реализовать свой потенциал [3]. Несмотря на растущее признание их вклада,

женщины-предприниматели по-прежнему сталкиваются с укоренившимися стереотипами и системными барьерами, в том числе с явной и скрытой дискриминацией по гендерному и миграционному признаку, проявляющейся при получении финансирования, установлении деловых связей и признании их квалификаций [2, 5]. Немалую роль играют культурные и социальные нормы, которые не поощряют женщин к предпринимательству, возлагая на них основную ответственность за домашние обязанности и тем самым ограничивая их ресурсы и время на развитие бизнеса [5, 6, 7]. Отдельным вызовом остаётся так называемый "стеклянный потолок"— невидимые препятствия, ограничивающие доступ женщин к карьерному росту, наставничеству и важной информации [4, 5, 6]. Кроме того, женщины нередко сталкиваются с трудностями в получении стартового капитала и кредитов, вынужденно полагаясь на ограниченные неформальные источники [4, 7]. На фоне этих условий у многих формируется заниженная самооценка и неуверенность в собственных предпринимательских способностях, а языковые барьеры дополнительно затрудняют интеграцию и доступ к клиентам и информации.

## **2.2 Сферы деятельности и особенности бизнеса женщин-мигранток**

Академические исследования демонстрируют, что предпринимательская активность женщин-мигранток чаще всего сосредоточена в секторах, не требующих значительных стартовых инвестиций и позволяющих опираться на уже имеющиеся профессиональные навыки, а также культурный и социальный опыт [6]. Такой выбор обусловлен стремлением минимизировать финансовые риски и повысить адаптивность в условиях ограниченного доступа к формальной занятости [3, 5]. Наиболее распространёнными направлениями предпринимательства среди женщин-мигранток являются так называемые этнические ниши: открытие ресторанов, кейтерингов, магазинов этнических продуктов и товаров, а также предоставление услуг в сфере красоты, таких как парикмахерские и маникюрные салоны [4,10,1]. Эти виды деятельности позволяют использовать знания культуры и вкусов целевой аудитории, преимущественно из числа соотечественников, формируя устойчивую клиентскую базу. Важное место также занимают услуги персонального характера, включая уборку помещений, уход за детьми и пожилыми людьми [8]. Кроме того, женщины активно вовлечены в малый ритейл, зачастую с элементами транснациональной торговли, в рамках которой используются связи со страной происхождения [1,10]. Особенностью многих таких предприятий является их малый масштаб и неформальный характер на первоначальных этапах. Это позволяет предпринимательницам обойти часть административных барьеров, упростить процесс запуска бизнеса и снизить издержки, связанные с бюрократическими и правовыми процедурами. Часто подобные предприятия регистрируются как самозанятость или функционируют в форме семейного бизнеса, где члены семьи играют ключевую роль в поддержке и выполнении рабочих функций. Социальный капитал играет решающую роль в устойчивости этих бизнесов. В городских условиях женщины-

6

мигрантки часто опираются на этнические сообщества, которые предоставляют не только сеть клиентов, но и доступ к информации, рекомендациям и материальной поддержке [8,10]. Однако в периферийных или сельских районах, где такие сообщества могут быть слабо представлены, важную роль играют локальные и семейные сети, в том числе супруги и родственники, выступающие как источники доверия, ресурсов и содействия. Гибкость структуры бизнеса является важной чертой предпринимательства среди женщин-мигранток. Возможность совмещения профессиональной деятельности с семейными обязанностями, адаптация к ограничениям на рынке труда и использование неформальных каналов поддержки позволяют женщинам формировать устойчивые и жизнеспособные бизнес-модели даже в условиях уязвимости [2,3].

### **2.3 Личность и окружение: Влияние пола, национальности и среды**

Путь женщин мигранток в бизнесе неразрывно связан с формированием их самоопределения, которое постоянно строится на пересечении их пола, национальной принадлежности и миграционного статуса. Исследования Essers & Venschop [6] показывают, как эти предпринимательницы стратегически управляют своей идентичностью, подчеркивая или, наоборот, скрывая определенные аспекты, чтобы оспаривать традиционные представления о предпринимательстве и адаптироваться к внешней среде. Внешние условия также играют значительную роль в развитии их бизнеса. Поддержка со стороны собственного этнического сообщества (диаспоры) может быть чрезвычайно ценной, предоставляя неформальные ресурсы и эмоциональную поддержку. Однако чрезмерная зависимость от этнической группы может ограничить потенциал роста, препятствуя интеграции в более широкое местное сообщество [10]. При этом страна пребывания оказывает решающее влияние: законодательство, доступность государственных программ поддержки и общие культурные нормы, включая уровень дискриминации, формируют бизнес-среду. Поэтому специальные программы поддержки, ориентированные на женщин предпринимателей, критически важны для преодоления специфических барьеров [4].

### **2.4 Итоги обзора литературы**

Предпринимательская активность женщин иммигранток — это важное и растущее явление. Многие женщины начинают свой бизнес не только по желанию, но и из-за необходимости: когда сложно найти работу, признать квалификацию или адаптироваться в новой стране. Их главные цели — финансовая независимость, гибкость, возможность совмещать работу с семьей и избежать дискриминации. Чаще всего такие бизнесы возникают в привычных сферах — еда, уход, красота, уборка — где можно использовать уже имеющиеся навыки и минимальные вложения. Женщины активно опираются на поддержку семьи, этнических сообществ и личные связи, так как получить кредиты и официальную помощь им труднее. Несмотря на сложности —

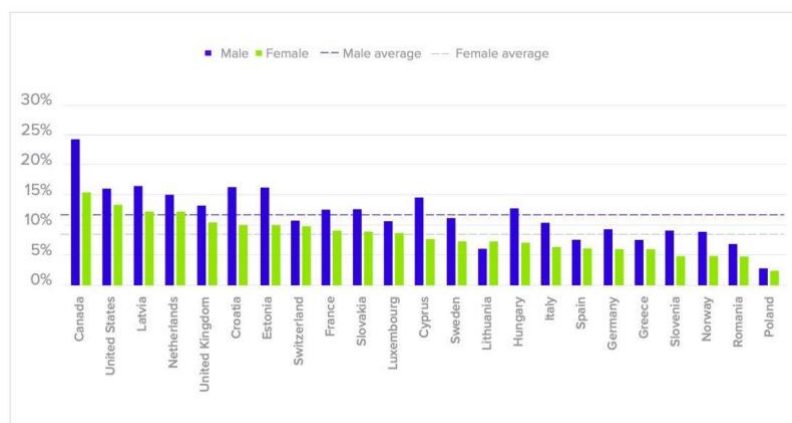
стереотипы, “стеклянный потолок”, языковые и финансовые барьеры — женщины мигрантки вносят большой вклад в экономику, создавая рабочие места, развивая местные сообщества и повышая свою уверенность и статус. Поэтому важно поддерживать их предпринимательство специальными программами и мерами, чтобы раскрыть их потенциал и укрепить общество в целом.

### 3. Особенности женского предпринимательства в Литве

#### 3.1 Общая характеристика предпринимательства среди женщин

Развитие женского предпринимательства в Литве происходит в условиях, определяемых как институциональной политикой Европейского Союза, так и местными экономическими, культурными и социальными особенностями. Женщины в Литве демонстрируют высокий уровень вовлеченности в предпринимательскую деятельность, особенно на ранних стадиях запуска бизнеса, однако сталкиваются с рядом барьеров, препятствующих достижению устойчивого успеха и роста компаний. В 2023 году Литва демонстрирует один из самых высоких уровней раннего предпринимательства среди женщин (рис. 1) (Total Entrepreneurial Activity — TEA) в развитых экономиках. На 100 мужчин, участвующих в TEA, приходится более 100 женщин, что делает Литву одним из немногих примеров гендерного превосходства в этой категории [12].

Рис. 1: Общая предпринимательская активность по полу в странах с развитой экономикой (ВВП более 25000\$, 2023)

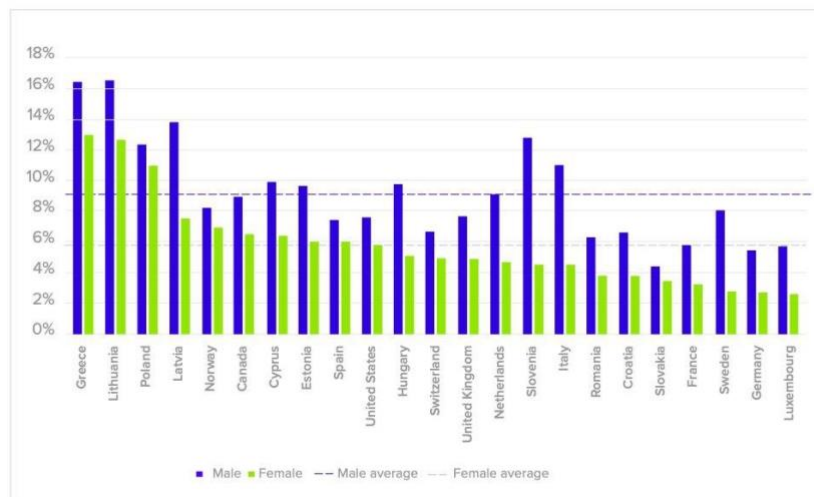


Источник: GEM Adult Population Survey, 2023

Что касается уже устоявшихся бизнесов (Established Business Ownership — EBO), то здесь наблюдается высокая степень гендерного баланса: на каждые 100 мужчин-предпринимателей приходится 77 женщин (рис. 2). Это указывает на то, что женщины

не только активно создают бизнесы, но и способны их удерживать и развивать, несмотря на барьеры [12].

Рис. 2: Владельцы устоявшегося бизнеса по полу в странах с развитой экономикой (ВВП более 25000\$, 2023)

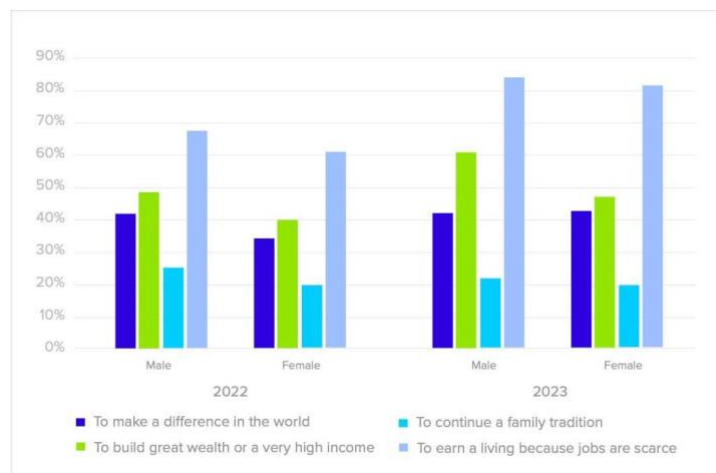


Источник: GEM Adult Population Survey, 2023

### 3.2 Мотивы для начала бизнеса

Основным мотивом для начала бизнеса среди женщин в Литве является необходимость заработка из-за нехватки рабочих мест — этот фактор в 2023 году указали более 80% респонденток (рис. 3). Это свидетельствует о вынужденном характере значительной части женского предпринимательства. Женщины также реже мужчин стремятся к высокому доходу (47% против 60%), при этом обе группы демонстрируют стабильный интерес к социально значимому бизнесу: около 42% женщин и мужчин указали желание «сделать мир лучше». Продолжение семейной традиции остаётся малозначимым мотивом. В совокупности это указывает на необходимость рассматривать женское предпринимательство не только как форму самореализации, но и как механизм адаптации к нестабильности рынка труда [11].

Рис. 3: Мотивы старта бизнеса по половому признаку в Литве, 2022-2023.



Источник: GEM Adult Population Survey, 2022-2023

### 3.3 Благоприятные факторы

Развитие женского предпринимательства в Литве поддерживается рядом благоприятных условий. Одним из них является институциональная поддержка: действуют программы грантов, льготного кредитования и консультационного сопровождения, особенно для стартапов и социального бизнеса [11]. Женщины также всё активнее объединяются в профессиональные сообщества, что способствует обмену опытом, менторству и расширению деловых контактов [11]. Дополнительно, многие предпринимательницы ориентируются на социальную и экологическую миссию бизнеса, рассматривая его не только как способ заработка, но и как инструмент общественного воздействия [11].

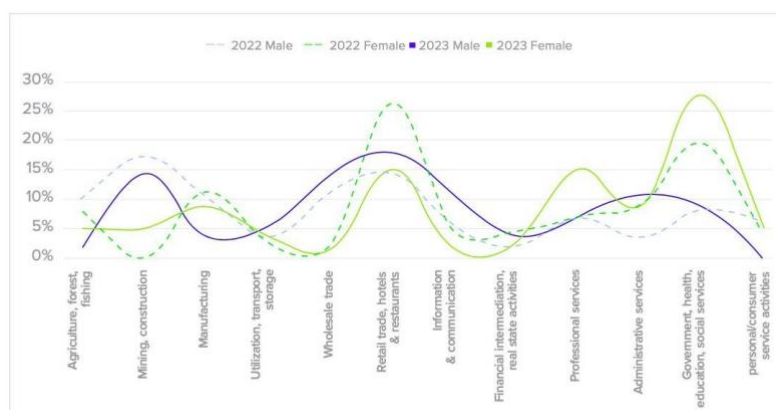
### 3.4 Основные барьеры

Несмотря на позитивные тенденции, женщины сталкиваются с рядом ограничений. В первую очередь — это ограниченный доступ к инвестициям: менее 5% венчурного капитала приходится на женские стартапы. Нагрузка по уходу за детьми и домашними обязанностями снижает возможности женщин для развития бизнеса [11]. Устойчивые гендерные стереотипы, особенно в технологических и производственных сферах, ослабляют уверенность женщин в этих секторах [13]. Женщины также чаще мужчин боятся неудачи: в 2023 году этот страх сдерживал 41% потенциальных предпринимательниц [12]. Таким образом, несмотря на наличие институциональной поддержки, таких как программы финансирования и консультирования, сохраняющиеся структурные и культурные барьеры продолжают ограничивать полноценную реализацию предпринимательского потенциала женщин.

### 3.5 Сферы

Сфокусированность на рынке отражает как масштаб потенциальной аудитории, так и предпринимательские амбиции. Среди женщин-предпринимательниц в Литве наибольшей популярностью пользуются сферы государственного управления, здравоохранения, образования и социальных услуг — в этих отраслях работают 28% женщин. По 15% выбрали профессиональные услуги и розничную торговлю (рис. 4) [12].

Рис. 4: Отрасли промышленности по половому признаку в Литве, 2022-2023.



Источник: GEM Adult Population Survey, 2022-2023

Такое распределение свидетельствует о склонности женщин выбирать социально ориентированные и обслуживающие сектора, что может быть связано как с личными ценностями, так и с возможностью совмещать бизнес с семейными обязанностями.

Таким образом, женское предпринимательство в Литве характеризуется высокой начальной активностью, институциональной поддержкой и социальной направленностью, но по-прежнему сталкивается с устойчивыми барьерами. Анализ этих особенностей важен не только для понимания положения местных предпринимательниц, но и для последующего сопоставления с опытом женщин мигранток, чья деловая активность развивается в сходной институциональной среде, но в условиях дополнительной уязвимости.

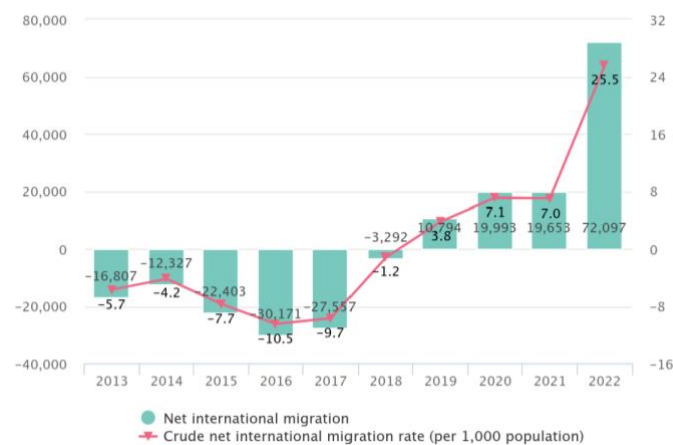
### 3.6 Миграционный контекст

Демографическая ситуация в Литве за последнее десятилетие претерпела значительные изменения, и они напрямую отражаются на развитии предпринимательской среды. Если в 2013–2017 гг. страна сталкивалась с постоянным оттоком населения, и число уезжающих превышало число приезжающих (например, в 2016 году миграционное сальдо составило – 30,2 тыс. человек), то начиная с 2018 года ситуация постепенно

улучшилась. Уже в 2019 году был зафиксирован переломный момент — число въехавших превысило число выехавших, и миграционное сальдо стало положительным (+10,8 тыс.). В последующие годы наблюдался стабильный рост, а в 2022 году этот показатель достиг рекордного уровня +72,1 тыс. человек (рис. 5).

Таким образом, Литва постепенно превратилась из страны эмиграции в страну, привлекающую мигрантов. Этот перелом имеет важное значение для исследования женского предпринимательства: вместе с ростом числа приезжих в стране формируется новая социальная группа — женщины-мигрантки, которые начинают или развивают бизнес в условиях иной уязвимости и специфических барьеров.

Рис. 5: NET International Migration in Lithuania



Источник: Официальный портал статистики Литвы (OSP Stat)

## 4. Предпринимательской активность женщин в условиях вынужденной миграции в Литве

### 4.1 Портрет белорусской и украинской предпринимательницы в Литве

Анализ данных позволяет выделить усреднённый социально-демографический и профессиональный портрет женщин-мигранток, ведущих бизнес в Литве.

#### Белорусская предпринимательница

Средний возраст — около 40 лет (подробнее в приложении Б). Большинство замужем (82%) и мигрировали в Литву преимущественно в 2020–2021 годах, то есть в период политического кризиса в Беларуси. Для них характерна высокая вовлечённость в предпринимательское сообщество: более 65% лично знакомы с пятью и более другими

предпринимателями. Уровень образования достаточно высок — 69% имеют высшее образование, а почти пятая часть прошла обучение на уровне магистратуры (10,4%) и аспирантуры (9%). Владение английским языком в среднем оценивается как A1–B1, литовским — от нулевого до A2. Характерна высокая ориентация на развитие: 48% основательниц бизнеса считают, что через пять лет будут иметь в найме более пяти сотрудников.

### **Украинская предпринимательница**

Средний возраст — 33 года (подробнее в приложении Б), что делает их моложе белорусок. Замужем около 60% участниц. Большинство мигрировали в 2021–2022 годах, после начала полномасштабной войны. Уровень вовлеченности в предпринимательскую среду также высок: 76% знакомы с пятью и более предпринимателями. Среди них 64% имеют высшее образование, а 16% окончили магистратуру. Уровень владения английским и литовским языками сопоставим с белорусками (A1–B1 и A1–A2 соответственно). При этом украинские предпринимательницы демонстрируют еще более амбициозные ожидания: 70% уверены, что через пять лет их бизнес позволит нанять более пяти сотрудников.

Таким образом, портреты обеих групп показывают, что, несмотря на различия в возрасте и миграционных волнах, и белорусские, и украинские предпринимательницы характеризуются высокой образовательной подготовкой, активным нетворкингом и выраженной ориентацией на рост бизнеса.

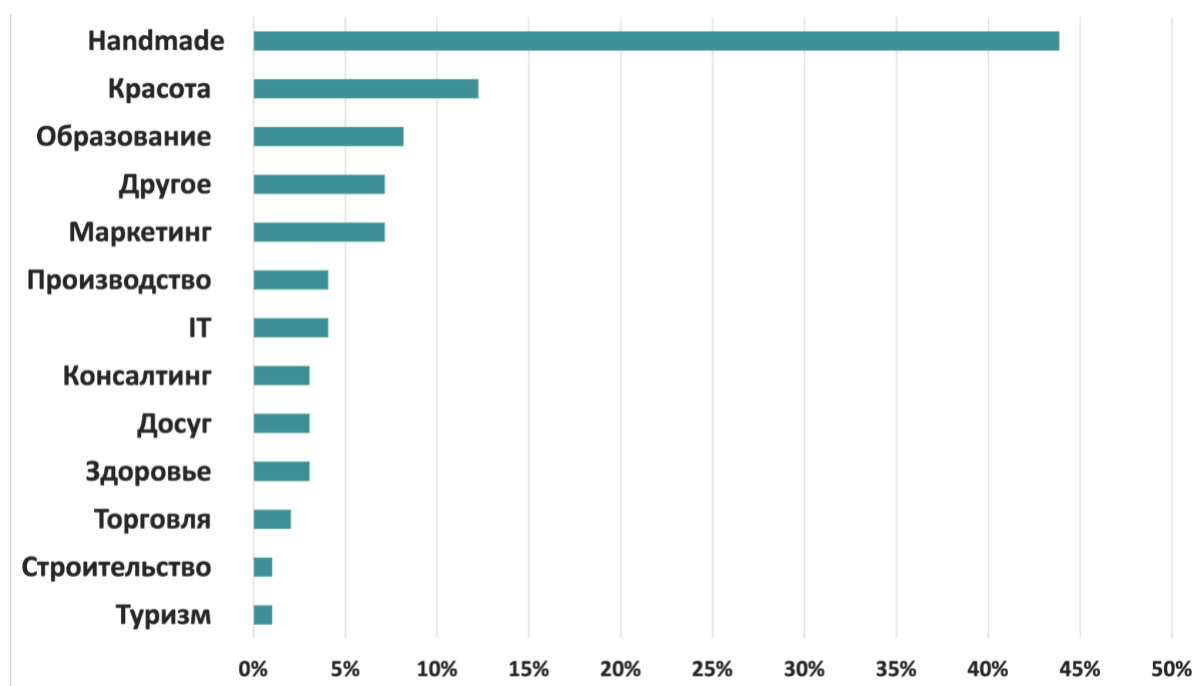
## **4.2 Сферы**

Распределение по сферам деятельности среди женщин-мигранток в Литве показывает, что большинство респонденток сосредоточено в направлении handmade. Это связано с особенностями выборки, где значительная часть участниц — рукодельницы. Для большинства эта деятельность реализуется в формате самозанятости. Сферы красоты и здоровья сопоставимы по масштабам, хотя в выборке представлены меньше, что указывает на потенциал этих направлений для профессиональной активности. И если рассматривать именно зарегистрированные бизнесы, то наибольшее количество основательниц зафиксировано в сфере красоты.

Другие сферы, такие как маркетинг, финансы, строительство и производство, встречаются реже, что может отражать более высокий порог входа или необходимость значительных ресурсов и навыков.

Выбор направления деятельности отражает стратегию адаптации к новым условиям: женщины выбирают виды занятости с низким порогом входа, гибким графиком и минимальными требованиями к капиталу и знанию литовского языка (рис. 6).

Рис. 6: Сферы предпринимательской деятельности.

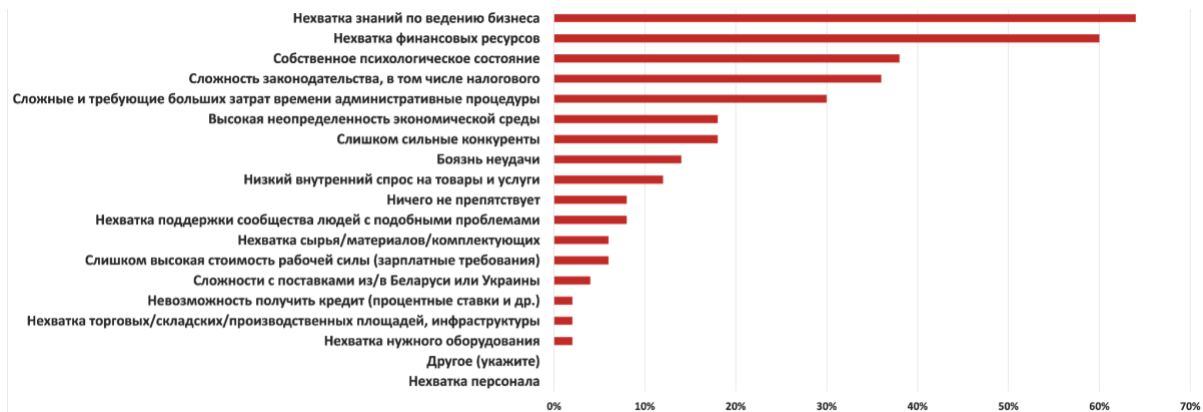


Источник: Собственная обработка анкетирования

### 4.3 Барьеры

По данным опроса основными препятствиями, отмеченными респондентками, являются недостаток знаний о ведении бизнеса (64%), нехватка финансовых ресурсов (60%), собственное психологическое состояние (38%) и сложность законодательства (36%) (рис. 6). Эти результаты указывают на преобладание внутренних (психологических, когнитивных) и институциональных (доступ к финансам, знания о ведении бизнеса) барьеров над чисто рыночными или техническими препятствиями (рис. 7).

Рис. 7: Факторы, препятствующие развитию бизнеса.



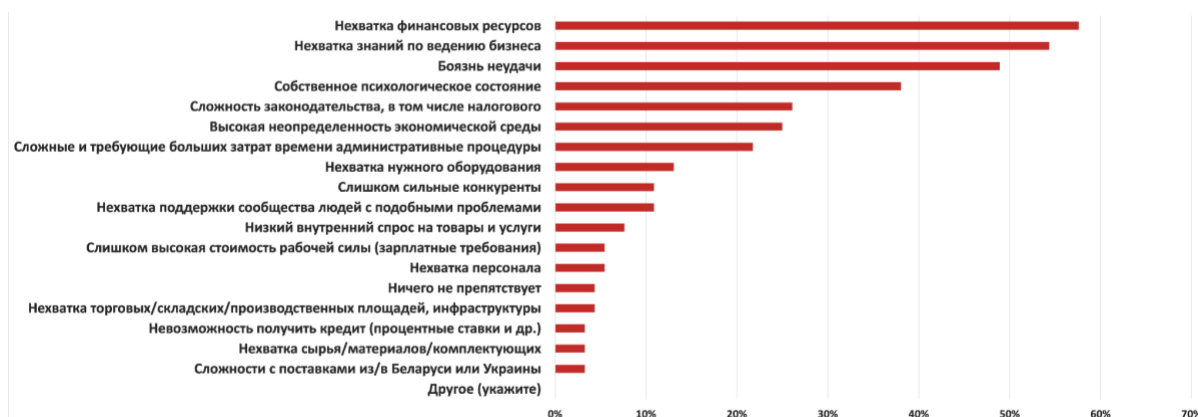
Источник: Собственная обработка анкетирования. Респондентки могли выбрать не более пяти вариантов ответа.

Белоруски начали переезжать раньше и имели больше возможностей для поиска информации, участия в обучающих инициативах и постепенной адаптации по сравнению с украинками. Это отражается в меньшем числе упоминаний о нехватке знаний (61% против 92%) и сложности законодательства (29% против 58%). Украинки, напротив, прибывали массово и в сжатые сроки в условиях войны, что ограничивало их возможности для предварительной подготовки и повышало чувствительность к правовым и институциональным барьерам.

В то же время белоруски чаще отмечали собственное психическое состояние как препятствие (43% против 25%), что может быть связано с накопленным стрессом долгосрочной эмиграции и неопределённости. Украинки же, хотя и находятся в крайне уязвимой ситуации, реже упоминали этот фактор.

Сравнение тех, кто ещё не имеет бизнеса, но планирует его открыть, и тех, у кого бизнес уже есть, выявляет иные акценты: боязнь неудачи значительно выше среди потенциальных предпринимательниц (49% и 14%), тогда как сложности, связанные с законодательством (26% и 36%) и административными процедурами (22% и 30%), более ощутимы у действующих предпринимательниц. Это согласуется с идеей, что психологические барьеры доминируют на этапе намерения, тогда как практические и институциональные препятствия становятся реальными по мере начала и ведения бизнеса (рис. 8).

Рис. 8: Факторы, препятствующие созданию/запуску собственного бизнеса.



Источник: Собственная обработка анкетирования. Респондентки могли выбрать не более пяти вариантов ответа.

#### 4.4 Мотиваторы ведения предпринимательской деятельности

Анализ причин ведения предпринимательской деятельности показывает, что мотивация женщин-мигранток в Литве носит преимущественно проактивный характер. Основными мотивами являются стремление к высокому доходу (92%), желание заниматься любимым делом и зарабатывать на нём (90%), а также стремление изменить мир к лучшему (88%). Причины «вынужденного» предпринимательства, такие как нехватка рабочих мест по специальности (42%) или недостаток компетенций для трудоустройства (12%), занимают промежуточное положение, тогда как семейные традиции играют минимальную роль (2%) (рис. 9).

Рис. 9: Причины ведения предпринимательской деятельности.



Источник: Собственная обработка анкетирования

Следует учитывать особенности выборки: значительная часть респонденток сосредоточена в сфере handmade и ремесленничества, что формирует перевес мотивации, связанной с личным удовлетворением и самореализацией. Направления, такие как IT, SMM и другие профессионально более прибыльные, представлены в выборке меньше, поэтому их потенциал заработка в данном исследовании не отражён в полной мере. Для большинства женщин handmade – хобби, которое приносит моральное удовлетворение и покрывает расходы на материалы, но редко обеспечивает финансовую независимость. Исключения составляют единичные случаи, когда хобби перерастает в полноценный бизнес.

Анализ национальных различий показывает интересные закономерности. Белоруски чаще, чем украинки, указывают на стремление кардинально изменить собственную жизнь (61% против 42%). Украинки более заметно сталкиваются с ограничениями на рынке труда: отсутствие возможностей устроиться по специальности отмечают 42% против 30% у белорусок, а нехватку компетенций для трудоустройства — 33% против 18%. Эти различия могут отражать особенности миграционных потоков (время, уже проведенное в эмиграции, и причина эмиграции), профессиональный опыт.

Также выявлены различия между действующими предпринимательницами и теми, кто только планирует открыть бизнес. Планирующие чаще называют экономические и профессиональные барьеры значимыми: мотивация «Хочу зарабатывать на жизнь, так как недостаточно подходящих рабочих мест» выражена у 51% планирующих и 42% действующих предпринимательниц; «Хочу кардинально поменять собственную жизнь» — 52% против 33%; «Отсутствуют возможности устроиться по специальности» — 36% против 28%; «Мне не хватает компетенций для трудоустройства по специальности» — 26% против 12%. Мотивация «Хочу продолжать семейную традицию» почти не играет роли ни для действующих предпринимательниц (2%), ни для планирующих (7%). В целом, планирующие предпринимательницы больше ориентированы на изменение жизненной ситуации и преодоление ограничений на рынке труда, тогда как действующие предпринимательницы уже реализуют эти цели и сильнее мотивированы личной и профессиональной самореализацией (рис. 10).

Рис. 10: Причины планируемого начала предпринимательской деятельности



Источник: Собственная обработка анкетирования

Марина Абрамович, директор VšĮ “Imigrantų verslo plėtros centras”, отмечает, что, поскольку основными респондентками исследования были женщины, для них особенно важно чувствовать, что они делают что-то полезное и стремятся изменить мир к лучшему. Создавая изделия, украшения и одежду, они воспринимают это как способ создавать что-то красивое и интересное, что приносит радость другим людям.

Она подчёркивает, что заниматься любимым делом для таких женщин важно, особенно для белорусок, которые переехали в Литву вместе с семьями и мужьями, работающими в разных сферах. Многие из них имеют педагогическое, социальное или психологическое образование — профессии, которые в новой стране сложно применить. Поэтому они начинают с хобби, которым занимались раньше, и постепенно оно может начать приносить небольшой доход. Тем не менее, этого заработка обычно недостаточно для полноценного содержания себя и семьи.

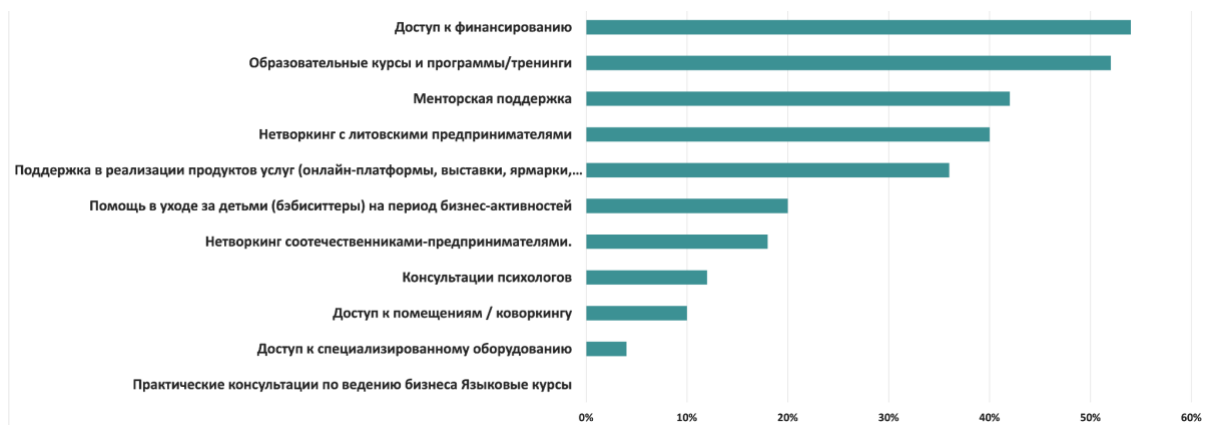
Марина Абрамович поясняет, что часто это выглядит так: жена переезжает с мужем, муж работает, а она занимается рукоделием — например, вяжет игрушки или делает изделия из эпоксидной смолы. Главная цель при этом — не заработок, а хотя бы покрытие расходов на материалы, чтобы любимое дело не было «в минус».

Таким образом, предпринимательство среди женщин-мигранток в Литве является инструментом самореализации, творческой активности и частичного дохода, где преобладает мотивация личного удовлетворения, а не исключительно экономическая необходимость. Особенности выборки, национальные различия и различия между планирующими и действующими предпринимательницами следует учитывать при интерпретации данных.

#### 4.5 Меры поддержки

График по мерам поддержки показывает, что среди всех респонденток наиболее востребованными являются доступ к финансированию (54%), образовательные курсы и тренинги (52%), менторская поддержка (42%) и нетворкинг с литовскими предпринимателями (40%). Эти показатели свидетельствуют о том, что женщины ценят как ресурсы для запуска и развития бизнеса, так и возможности получить знания и контакты, необходимые для профессиональной деятельности в новой среде (рис. 11).

Рис. 11: Важные меры поддержки для действующих предпринимателей



Источник: Собственная обработка анкетирования. Респондентки могли выбрать не более пяти вариантов ответа.

Сравнение между действующими предпринимательницами и теми, кто только планирует открыть бизнес, выявляет некоторые различия в приоритетах. Планирующие чаще отмечают значимость менторской поддержки (52% против 42% у действующих), консультаций психологов (25% против 12%) и доступа к помещениям/коворкингу (22% против 10%). Действующие предпринимательницы, напротив, чаще нуждаются в поддержке реализации продуктов и услуг (36% против 23% у планирующих) и в помощи по уходу за детьми (20% против 16%) (рис. 12).

Рис. 12: Важные меры поддержки для будущих предпринимателей



Источник: Собственная обработка анкетирования. Респондентки могли выбрать не более пяти вариантов ответа.

Анализ по национальности показывает заметные различия в сетевых предпочтениях. Среди действующих предпринимательниц белоруски значительно чаще выбирают нетворкинг с литовскими предпринимателями (50%) по сравнению с украинками (25%). Среди тех, кто только планирует открыть бизнес, белоруски также демонстрируют более высокий интерес к сетевым контактам (45% против 14% у украинок). Это указывает на различия в стратегии интеграции в местное деловое сообщество и доступе к профессиональным ресурсам.

В целом, результаты подтверждают, что женщины-мигрантки в Литве особенно ценят доступ к финансированию, образовательные ресурсы, наставничество и контакты с местными предпринимателями, в то время как услуги по оборудованию или специализированные ресурсы менее востребованы. Различия по этапу предпринимательской деятельности и национальности респонденток подчеркивают необходимость адаптированных программ поддержки, учитывающих опыт и цели различных групп предпринимательниц.

#### 4.6 Образовательные потребности

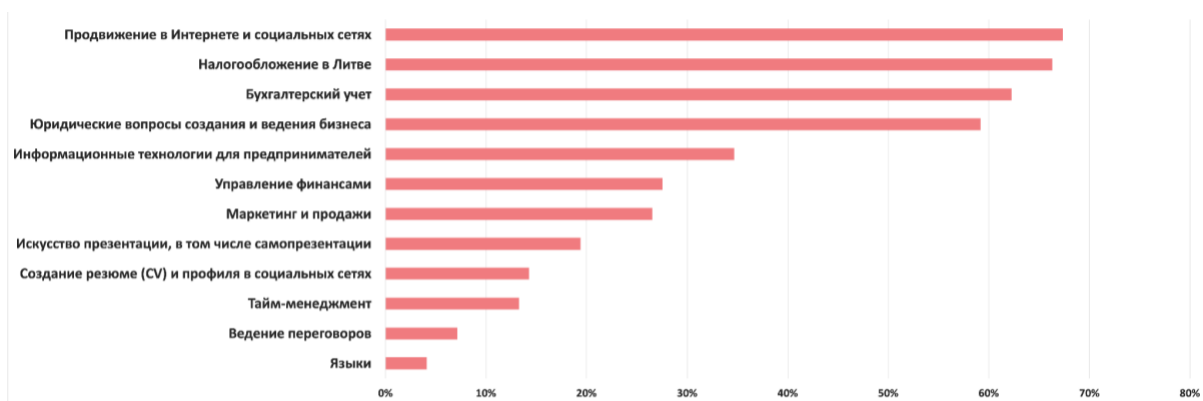
Анализ образовательных потребностей показывает, что женщины-мигрантки в Литве прежде всего выбирают налогообложение (66%), бухгалтерский учет (62%) и юридические аспекты (59%) как наиболее полезные темы для изучения. Эти направления рассматриваются как ключевые для обеспечения финансовой и правовой безопасности бизнеса, минимизации рисков штрафов и потерь репутации. Наиболее востребованной темой среди инструментов продвижения является онлайн-продвижение (67%), которое обеспечивает быстрый и доступный канал для поиска клиентов при ограниченных социальных сетях и языковых барьерах. Остальные темы остаются менее значимыми, так как в логике респонденток сначала необходимо

заложить основу легальности и прозрачности предпринимательской деятельности, а уже затем переходить к оптимизации процессов и освоению технических новшеств.

Марина Абрамович, директор VšĮ «Imigrantų verslo plėtros centras», отмечает, что образовательные приоритеты в меньшей степени связаны с изучением языков. По её словам, многие респондентки не считают знание литовского языка обязательным условием для ведения предпринимательства, что связано с сохранением ориентации на диаспору и использованием доступных цифровых инструментов.

Таким образом, образовательные потребности женщин-мигранток сосредоточены на обеспечении правовой и финансовой безопасности бизнеса и освоении инструментов цифрового продвижения. Это указывает на прагматическую стратегию, где приоритет отдается тем знаниям, которые непосредственно влияют на устойчивость и доходность предпринимательской деятельности (рис. 13).

Рис. 13: Востребованные темы образовательных курсов и программ



Источник: Собственная обработка анкетирования. Респондентки могли выбрать не более пяти вариантов ответа.

#### 4.7 Основные выводы

Женщины-мигрантки в Литве чаще всего открывают бизнес в сферах с низким порогом входа — handmade, красота и здоровье. Основные трудности связаны не столько с рынком, сколько с нехваткой знаний, денег и понимания законодательства. Белоруски и украинки сталкиваются с разными барьерами: у белорусок больше влияет психологическое состояние, у украинок — правовые и институциональные сложности.

Главные мотивы ведения бизнеса — желание хорошо зарабатывать, заниматься любимым делом и самореализоваться. Для планирующих бизнес важнее мотивация изменить жизнь и преодолеть ограничения, а для действующих — удовольствие от деятельности и развитие.

В целом, результаты показывают, что для женщин-мигранток в Литве наибольшее значение имеют доступ к финансированию, образовательные программы, наставничество и установление контактов с местными предпринимателями. Различия между действующими и потенциальными предпринимательницами, а также между белорусками и украинками, указывают на важность гибких программ поддержки, которые учитывают как этап развития бизнеса, так и особенности стратегии интеграции разных национальных групп

Образовательные приоритеты — налоги, бухгалтерия, юридические вопросы и онлайн-продвижение. Языковая подготовка воспринимается как менее значимая, что помогает сохранить связи внутри диаспоры, но ограничивает расширение бизнеса.

В целом, предпринимательство для женщин-мигранток в Литве — это в первую очередь путь к самореализации и частичной финансовой независимости, а для его успешного развития нужны знания, ресурсы и поддержка.

## 5. Рекомендации и направления для дальнейшего исследования

Анализ показывает, что ключевым запросом женщин-мигранток в Литве являются образовательные программы, направленные на освоение налогового учета, бухгалтерии, юридических аспектов и инструментов цифрового продвижения. Важно развивать курсы, которые дают практическое понимание работы с литовскими государственными структурами, банками и налоговыми органами.

Поддержка предпринимательниц также требует комплексного подхода. Доступ к финансированию через грантовые программы и микрокредитование является приоритетом для тех, кто только планирует запуск бизнеса. Наставничество, как со стороны литовских предпринимателей, так и со стороны более опытных мигранток, может сыграть важную роль в передаче знаний и практических стратегий адаптации. Нетворкинг с литовскими предпринимателями особенно востребован среди белорусок, в то время как для украинок он может стать эффективным инструментом более глубокой интеграции в бизнес-среду. Дополнительно значимыми направлениями поддержки остаются психологическая помощь, а также меры, позволяющие облегчить совмещение бизнеса с семейными обязанностями, включая доступ к коворкингам и услугам по уходу за детьми.

Продолжение исследования видится в нескольких направлениях. Во-первых, с учетом смещения выборки в сторону секторов с низким порогом входа (handmade, сфера услуг, индустрия красоты) для получения более репрезентативных данных в будущем

целесообразно инициировать специализированные исследования женщин-предпринимательниц, работающих в высокотехнологичных отраслях (IT, финтех, биотехнологии). Это позволит нивелировать существующий информационный дисбаланс, глубже изучить специфические потребности инновационного бизнеса и разработать адресные меры поддержки для более масштабируемых и технологичных проектов среди женщин-мигранток.

Во-вторых, следует изучать долгосрочные траектории развития бизнеса у мигранток, фиксируя, как меняются их стратегии и потребности по мере увеличения времени проживания в Литве. Наконец, перспективным направлением является проведение углубленных интервью и кейс-стади, которые позволят выявить успешные практики адаптации и создать более детализированное понимание процессов, стоящих за статистическими результатами.

## Заключение

Женщины мигрантки в Литве сталкиваются с рядом универсальных проблем, характерных для всех женщин-предпринимательниц в этой стране: ограниченность финансовых ресурсов, нехватка предпринимательских знаний, необходимость совмещать бизнес с семейными обязанностями. Однако в их случае эти трудности усугубляются специфическими миграционными барьерами — языковым, правовым и институциональным. Это затрудняет доступ к информации, образовательным и государственным программам поддержки. В то время как местные предпринимательницы могут сосредоточиться на развитии и оптимизации бизнеса, женщины мигрантки вынуждены в первую очередь адаптироваться к новой правовой, экономической и культурной среде.

Сравнение литовского случая с международной литературой показывает как точки пересечения, так и важные отличия. Подобно глобальным тенденциям, предпринимательство для мигранток становится инструментом адаптации, преодоления структурных барьеров и экономической самореализации. Однако, в отличие от многих зарубежных исследований, где бизнес мигранток часто носит вынужденный характер и ориентирован на транснациональные связи, мигрантки в Литве чаще подчеркивают личную мотивацию — стремление к самореализации и независимости. Предпринимательство для них — это не столько вынужденная стратегия выживания, сколько осознанный выбор.

При этом их деятельность сконцентрирована преимущественно в секторах с низким порогом входа, где не требуется больших стартовых инвестиций или сложных юридических процедур. Главные барьеры связаны не с дискриминацией, как это подчеркивается в ряде международных исследований, а с нехваткой ресурсов, знаний и институциональной поддержки.

Это указывает на необходимость сфокусированной поддержки — образовательных программ, наставничества, сетевых инициатив и облегченного доступа к финансированию. Важно учитывать различия между белорусками и украинками, а также между действующими и будущими предпринимательницами: стратегии поддержки должны быть гибкими и адаптированными к особенностям конкретных групп.

Литовский кейс подчеркивает, что женщины-мигрантки не являются пассивной уязвимой группой. Целенаправленная поддержка их инициатив способна не только укрепить их экономическую независимость, но и внести вклад в развитие принимающей экономики, расширяя социальные связи и формируя новые культурные и профессиональные мосты.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- [1] Chreim, S., Spence, M., Crick, D., & Liao, X. (2018). Review of female immigrant entrepreneurship research: Past findings, gaps and ways forward. *European Management Journal* , 36 (2), 210-222.
- [2] Essers, C., Benschop, Y., & Doorewaard, H. (2010). Female ethnicity: Understanding Muslim immigrant businesswomen in the Netherlands. *Gender, Work & Organization* , 17 (3), 320-339.
- [3] Constant, A. (2006). Female proclivity to the world of business. *Kyklos* , 59 (4), 465-480.
- [4] De Vita, L., Mari, M., & Poggesi, S. (2014). Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidence from the literature. *European Management Journal* , 32 (3), 451-460.
- [5] Elo, M., Aman, R., & Täube, F. (2025). Female migrants and brain waste—A conceptual challenge with societal implications. *International Migration* , 63 (1), e12783.
- [6] Essers, C., & Benschop, Y. (2007). Enterprising identities: Female entrepreneurs of Moroccan or Turkish origin in the Netherlands. *Organization Studies* , 28 (1), 49-69.
- [7] Fischer, E. M., Reuber, A. R., & Dyke, L. S. (1993). A theoretical overview and extension of research on sex, gender, and entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 8(2), 151-168.
- [8] Hellermann, C. (2006). Migrating alone: tackling social capital? Women from Eastern Europe in Portugal. *Ethnic and Racial Studies*, 29(6), 1135-1152.
- [9] Vershinina, N., Rodgers, P., McAdam, M., & Clinton, E. (2019). Transnational migrant entrepreneurship, gender and family business. *Global Networks*, 19 (2), 238-260.

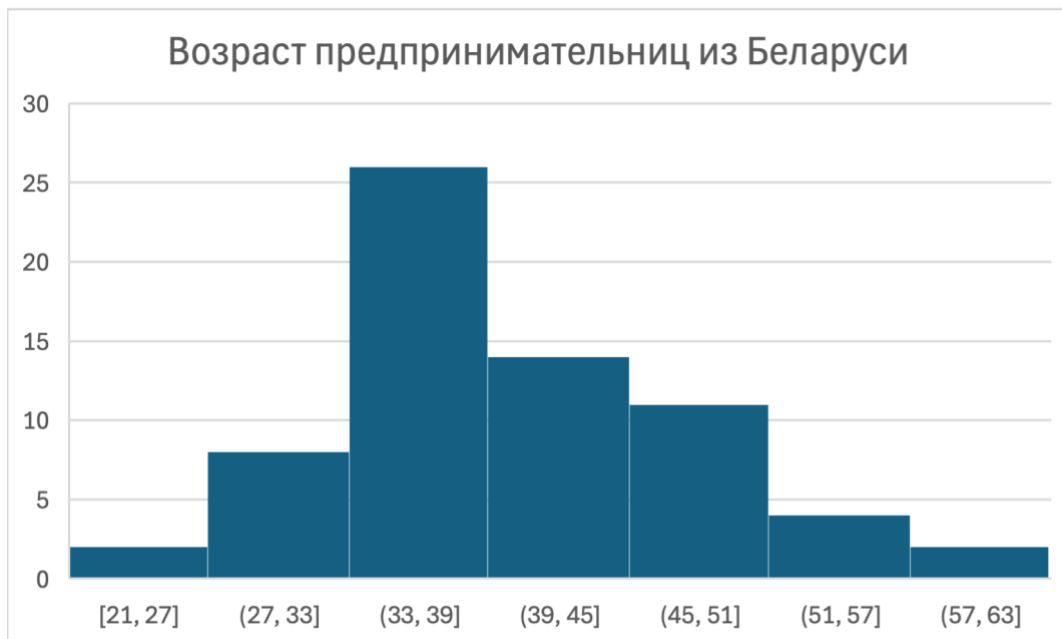
- [10] Wang, Q. & Morrell, E. (2015). Gender and entrepreneurship revisited from a community perspective: experiences in a new immigrant gateway and beyond. *Environment and Planning A*, 47(12), 2645-2662.
- [11] Mažuolienė, J. (2020). Moterų antreprenerystės formavimasis lyčių lygybės politikos kontekste. *Viešoji politika ir administravimas*, 19(1), 139-149.
- [12] GEM Lithuania National Report 2023/2024, Vilnius University Business School.
- [13] Guščinskienė, J. & Čiburienė, J. (2009) Lietuvos moterų verslumo galimybių kaita integracijos į Europos sąjungą sąlygomis, *Ekonomika ir vadyba*: 2009. Nr. 14, p. 771–773.
- [14] Официальный портал статистики Литвы (OSP Stat) <https://osp.stat.gov.lt/lietuvos-gyventojai-2023/gyventoju-migracija/tarptautine-migracija?>





Приложение Б

Белоруски-предпринимательницы в Литве



Украинки-предпринимательницы в Литве

