

MOTERŲ IŠ ETNINIŲ MAŽUMŲ ĮGALINIMAS PER SOCIALINIO VERSLO ĮMONES

LITERATŪROS APŽVALGA

Turinys

Socialinio verslo įmonė	1
Socialinio verslumo įgūdžiai	3
Etninės mažumos	4
Moterų įgalinimas	5
Moterys profesiniame gyvenime	6
Galimos kliūtys moterims patekti į darbo rinką	7
Iššūkiai, kuriuos patiria moterys iš etninių mažumų darbo rinkoje	10
Moterų iš etninių mažumų verslumo įgūdžiai	14
Galimos moterų iš etninių mažumų įgalinimo rėmimo strategijos ir politika	15

Įvadas

Socialinio verslo įmonė (SĮ) turi kitokią egzistavimo priežastį. Socialinio verslo įmonių organizacijos stengiasi sukurti novatorišką politiką skurdo, nedarbo, bado, apgyvendinimo, sveikatos, švietimo ir žmogaus teisių srityse – pagrindinės šių dienų socialinių problemų sritys, kurios yra didelės socialinės politikos problemos. Socialinio verslo įmonių organizacijos gali būti savanoriškos bendruomenės organizacijos, išreiškiamos įvairiais būdais, kaip ne pelno siekiančios organizacijos ar NVO. Socialinis verslumas atsirado su mintimi kurti socialinių problemų sprendimus iš verslo perspektyvos. Visų pirma, tai apima novatoriškų ir kūrybiškų sprendimų, susijusių su skurdu, švietimu, aplinkos problemomis, ekologiniu žemės ūkiu, socialiai remtinomis grupėmis, vaikais, pagyvenusiais žmonėmis, neįgaliaisiais, benamiais gyvūnais ir kt., kūrimo praktiką. Pastaraisiais metais įvairių organizacijų, grupių ir asmenų susidomėjimas socialinio verslo įmonėmis tik didėjo.

Šia literatūros apžvalga siekiama suprasti, kaip etninių mažumų moterys galėtų būti įgalinamos per socialinio verslo įmones. Tam bus ištirtos keturios pagrindinės sritys. Pirma, norint padėti pamatus, šioje ataskaitoje bus nagrinėjamas platus socialinio verslo įmonių ir etninių mažumų apibrėžimų spektras, kad būtų galima nustatyti konkretų projekto tikslams taikomą apibrėžimą, susijusį su moterų iš etninių mažumų socialinio verslo įmonėmis. Antra, šioje ataskaitoje bus nagrinėjamas moterų įgalinimas atskiruose regionuose globaliai, siekiant suprasti sąlygas, būtinas socialinio verslo įmonių sektoriaus atsiradimui. Trečia, bus nagrinėjamas moterų profesinis gyvenimas, norint suprasti dabartinę moterų padėtį versle. Ketvirta ir, svarbiausia, šioje ataskaitoje bus nagrinėjami iššūkiai, su kuriais susiduria etninių mažumų moterys darbo rinkoje, galimos kliūtys patekti į darbo rinką, moterų iš etninių mažumų verslumo įgūdžiai, galimos paramos strategijos ir politika, susijusi su moterų iš etninių mažumų įgalinimu ir jų mokymo poreikiais socialinio verslo įmonėse.

Socialinio verslo įmonė

Socialiniai verslininkai ir socialinio verslo įmonės gyvuoja daugelį amžių, tačiau pastaruoju metu jos iškilo, kai jų identifikavimui buvo imta naudoti speciali „socialinio verslininko“ etiketė (Poon, 2011). Socialinis verslas iš esmės yra procesas, kurio metu individai „kuria arba pertvarko institucijas, siekdami rasti socialinių problemų sprendimus“ (Bornstein ir Davis, 2010, p. 10). Mair ir Marti (2006, p. 37) socialinį verslą apibūdina kaip „procesą, apimantį išteklių derinimą ir novatorišką naudojimą, siekiant palengvinti socialinius pokyčius ir (arba) pasinaudoti galimybėmis patenkinti socialinius poreikius“. Jie teigia, kad procesą sudaro trys elementai:

- a) vertės kūrimas derinant išteklius naujais būdais,
- b) socialinių pokyčių skatinimas arba galimybių patenkinti socialinius poreikius paieška ir panaudojimas,
- c) paslaugų ir produktų siūlymas ir naujų organizacijų kūrimas.

Pagrindinis socialinio verslumo ir socialinio verslo tikslas yra sumažinti pažeidžiamumą ir ieškoti socialinės lygybės visame pasaulyje. Pagrindinis tikslas yra rasti galimybių ir novatoriškų darnaus verslo modelių, kurie padėtų išspręsti visuomenės poreikius (Barki,

Comini, Cunliffe, Hart & Rai, 2015). Socialiniai verslininkai vaidina pokyčių agentų vaidmenį socialiniame sektoriuje, atlikdami tokius veiksmus kaip (Sivathanu ir Bhise, 2013):

- palaikyti misiją kurti ir palaikyti socialinę vertę (ne tik privačią vertę),
- atpažinti ir nepaliaujamai ieškoti naujų galimybių atlikti šią misiją,
- įsitraukti į nuolatinį naujovių, adaptacijos ir mokymosi procesą,
- elgtis drąsiai, neapsiribojant šiuo metu turimais ištekliais,
- demonstruoti padidėjusią atskaitomybę aptarnautiems klientams ir sukurtus rezultatus.

Socialinio verslo įmonės tapo veiksminga priemone siekiant dviejų pagrindinių socialinės ir ekonominės politikos sričių: paslaugų teikimo ir socialinės įtraukties, politikos tikslų.

Paslaugų teikimas. Socialinio verslo įmonės gali teikti gerovės paslaugas konkrečioms asmenų grupėms arba tam tikroje bendruomenėje. Dalyvaujantis socialinio verslo įmonių pobūdis suteikia išskirtinių pranašumų, susijusių su suinteresuotųjų šalių dalyvavimu kuriant ir teikiant paslaugas, prisidedant nepiniginiais ištekliais, nustatant paslaugų teikimo spragas ir pradėdant teikti naujas paslaugas, kuriančias socialinę sanglaudą.

Socialinė įtrauktis. Naujausios socialinio verslo įmonių formos palengvina socialinę įtrauktį per socialiai atskirtų žmonių (pvz., ilgalaikių bedarbių, neįgaliųjų, mažumų ir kt.) integraciją, derinat mokymą ir įgūdžių plėtrą per laikiną ir (arba) nuolatinį užimtumą versle su socialine dimensija, parduodant ją rinkoje (OECD, 2019).

Kita vertus, London ir Morfopoulos (2010) tvirtina, kad socialinio verslo įmonė atsiranda tada, kai asmenys imasi veiksmų socialinei gerovei užtikrinti, ir teigia, kad šį procesą vykdančios socialiniai verslininkai yra tiltas tarp socialinių poreikių ir turimų išteklių. Anot autorių, kai kurie socialinio verslo įmonių veiklos pavyzdžiai gali būti šie (London & Morfopoulos, 2010):

- Protestų organizavimas norint atkreipti dėmesį į aplinkos taršą,
- Maitinimo centro benamiams ir vargšams atidarymas,
- Eitynės siekiant atkreipti dėmesį į visuomenėje nuolat plintančias ligas,
- Gydytojų savanorių grupės įkūrimas, kuri padėtų šalims, kuriose trūksta gydytojų,
- Mokytojų savanorių grupės įkūrimas, siekiant padėti šalims, kurių švietimas yra prastas,
- Knygų skaitymo renginių organizavimas mokyklų bibliotekoms steigti.

Norint paskatinti novatorišką visuomenę reikia pakeisti dominuojantį visuomenės mentalitetą, o socialiniai verslininkai vaidina pagrindinį vaidmenį įgyvendinant tokius pokyčius. Visuomenės nariai turi daugybę iš anksto egzistuojančių įsitikinimų ir palaiko nusistovėjusius elgesio modelius, kurie nebeaktualūs šiandieninei globaliai visuomenei ir trukdo kai kurių grupių (pvz., skurstančiųjų, neįgaliųjų) progresui atsižvelgiant į jų suvoktus trūkumus. Socialiniai verslininkai siekia pakeisti esamą mentalitetą didindami supratimą apie mūsų pasaulio tarpusavio ryšį ir padėti visuomenei realizuoti savo užslėptą potencialą. Taip pat socialiniai verslininkai padeda pakeisti visuomenės požiūrį pradėdant nuo individo ar grupės, o vėliau – ir visos visuomenės narių (Bornstein ir Davis, 2010, p. 14). Sijabat (2015) teigia, kad svarbūs socialinių verslininkų vaidmenys kuriant ekonomines galimybes apima:

1. Galimybės naudotis finansiniais ištekliais sukūrimas;
2. Socialinių inovacijų panaudojimas;
3. Įgalinimas ir socialinė įtrauktis; ir
4. Darbo vietų kūrimas.

Toliau šioje ataskaitoje bus aptarti socialinio verslumo įgūdžiai.

Socialinio verslumo įgūdžiai

Šiais laikais socialinis verslas yra pasaulio piliečio atsakymas į pokyčius, vykstančius globaliu mastu (Bornstein ir Davis, 2010, p. 11). Socialiniai verslininkai prisiima pokyčių agentų vaidmenį socialiniame sektoriuje (Dees, 1998).

1. Jie imasi misijos kurti ir išlaikyti socialinę vertę.
2. Jie nepaliaujamai ieško naujų galimybių atlikti šią misiją.
3. Jie visada yra nuolatinių naujovių, harmonijos ir mokymosi procese.
4. Jie neleidžia esamiems ištekliams jų apriboti.
5. Jie jaučiasi itin atsakingi už žmonių aptarnavimą ir pasiektus rezultatus.

Socialiniai verslininkai privalo turėti įvairių įgūdžių, kad galėtų pasiekti minėtųsias vaidmenis. Socialiniai verslininkai, kaip ir įmonių verslininkai, naudoja efektyvią komunikaciją, išpūdzio valdymą, politiką socialiniam spaudimui formuoti ir pritraukti šalininkus. Be abejo, socialiniams verslininkams taip pat reikia ir stiprių pagrindinių tarpasmeninių įgūdžių. Jie turi atvirai reikšti savo mintis raštu ir žodžiu, kantriai ir atidžiai klausytis žmonių, tiksliai interpretuoti žodines ir neverbalines išraiškas, išreikšti savo jausmus, suprasti kitų jausmus, gerbti kitus ir įgyti kitų pasitikėjimą. Jie taip pat turi suprasti žmonių lūkesčius ir suvokti, kaip šie lūkesčiai įtakoja jų elgesį. Todėl socialiniai verslininkai turi užmegzti pagarbius, draugiškus ir prijaučiančius ryšius su savanoriais, paramos teikėjais, politikos formuotojais, partneriais ir tais, kuriems šios iniciatyvos yra naudingos. Tam reikia daugiau nei tarpasmeninių įgūdžių, t.y. tarpasmeninio jautrumo ir emocinio intelekto, kultūrinio jautrumo, savireguliacijos įgūdžių ir emocijų kontrolės (London & Morfopoulos, 2010). Miller, Wesley ir William (2012) teigia, kad penkios svarbiausios kompetencijos, kurias turi turėti socialiniai verslininkai, yra

1. Problemų sprendimo įgūdžiai,
2. Efektyvių komandų sudarymas,
3. Finansinio kapitalo valdymas,
4. Gebėjimas valdyti ir tobulinti kitus, ir
5. Gebėjimas bendrauti su klientais, tiekėjais ir kitomis suinteresuotosiomis šalimis.

Kad socialiniai verslininkai būtų pasitikintys savimi, tobulėjantys, jie turi turėti ir transformacinius įgūdžius (įžvalgumas, įkvėpimas, novatoriškumas, savireguliacija, dalyvavimas – atvirumas – dalijimasis), ir vadovavimo įgūdžius (organizavimas, planavimas, valdymas, kontrolė, įgalinimas). Norint tapti sėkmingais socialiniais verslininkais, tikimasi, kad jie stebės sektinus pavyzdžius, dalyvaus bandymų ir mokymosi iš klaidų iniciatyvose,

prašys grįžtamojo ryšio ir savanoriškai atliks užduotis, kurioms reikalingi nauji įgūdžiai (London & Morfopoulos, 2010). Wronka-Pośpiech (2016) pabrėžia šias socialinio verslumo kompetencijas:

1. Kūrybiškas ribotų išteklių panaudojimas,
2. Verslo plano įgyvendinamumo/vykdomo koreliavimas/įvertinimas.
3. Konfliktų sprendimo įgūdžiai,
4. Gebėjimas bendrauti su klientais, tiekėjais ir kitomis suinteresuotosiomis šalimis,
5. Socialinės ekonomikos veiklos, veikėjų ir idėjų identifikavimas,
6. Pasitikėjimas savimi sėkmingai atliekant sudėtingas užduotis,
7. Gebėjimas valdyti administracinius darbus,
8. Optimizmas,
9. Gebėjimas apibrėžti socialines problemas, ir
10. Gebėjimas vadovauti kitiems ir užtikrinti jų tobulėjimą.

Toliau bus išnagrinėti etninių mažumų apibrėžimai, siekiant reziumuoti jų galimą vaidmenį socialinio verslo įmonėse.

Etninės mažumos

Etniškumo sąvoka siejama su graikų „ethos“, reiškiančiu tautos ar genties žmones, ir „ethnikos“, reiškiančiu tautybę. Todėl etninė kilmė reiškia etnines savybes arba priklausymą grupei, kuri kultūriškai apibūdinama kaip normali. Tai taip pat paaiškina, kodėl terminas dažnai yra vartojamas kaip kultūros sinonimas. Istorinės ir šiuolaikinės diskusijos apie etninę kilmę kaip kultūrinį ar socialinį kintamąjį grindžiamos prielaida, kad sąvoka yra svarbi pirmiausia todėl, kad ji susijusi su mažumų grupe. Todėl etninė kilmė yra struktūra, dažniausiai naudojama apibūdinti mažumoms priklausantiems žmonėms atsižvelgiant į jų vertybes, įsitikinimų sistemas ir psichologinius veiksnius (English, 2006).

Terminas „etninė mažuma“ yra suprantama kaip grupės, turinčios skirtingas kultūrinės nuostatas ar skirtingą kultūrinę ir socialinę kilmę nei dauguma gyventojų (Kahanec, Zaiceva ir Zimmermann, 2010). Li ir Heath (2017) siūlo etnines mažumas skirstyti į keturis pagrindinius tipus:

1. Pirmasis tipas apima imigrantus ir vaikus, kurie imigruoja iš besivystančių šalių į išsivysčiusias šalis. Tai tipinė imigrantų grupė, kuriai skiriamas didžiausias dėmesys atliekant etninius tyrimus.
2. Antrasis tipas susijęs su etninėmis mažumomis, kurios neturi migracijos kilmės, bet turi mažumų statusą vietos visuomenėse ar nacionaliniu mastu.
3. Trečiasis tipas, kita vertus, yra susijęs su žmonėmis, kurie turi mažumos statusą, bet nebūtinai yra visuomenės matomi. Per pastarąjį dešimtmetį daug žmonių persikėlė į kitas ES šalis ir susidūrė su ambivalencijos, arba dualizmo, problema, taip pat su kliūtimis būti socialiai matomiems, nes jie dažnai buvo suvokiami ar traktuojami kaip „tarytum–etniniai kiti“ ir nesugebėjo visiškai integruotis nei gimtojoje šalyje, nei tikslinėje šalyje.

4. Ketvirtasis tipas apima tuos, kurie nėra kvalifikuojami kaip mažuma, bet nėra vadinami teisėtais gyventojais, pavyzdžiui, imigrantai darbuotojai ir yra traktuojami kaip mažuma.

Šie pavyzdžiai iliustruoja šių identifikuojančių terminų kompleksiskumą ir persidengimą. Kitame skyriuje bus aptariamos moterų įgalinimo galimybės, siekiant apibrėžti galimą jų vaidmenį socialinio verslo įmonėse.

Moterų įgalinimas

Įgalinimas gali būti apibūdinamas kaip procesas, padedantis žmonėms kontroliuoti veiksmus, turinčius įtakos jų gyvenimui (Mokta, 2014). Įgalinimas yra teigiamų pokyčių procesas, pagerinantis moterų pozicijas ir galias patriarchalinėje struktūroje. Trumpai tariant, įgalinimas yra sąmoningumo ir gebėjimų gerinimo procesas, kuris lemia didesnę dalyvavimą, didesnę sprendimų priėmimo galią, kontrolę ar transformacinę veiklą (Rahman, 2013). Įgalinimo sąvoka turi senas tradicijas socialinių pokyčių tyrimuose. Ši koncepcija laikoma galios paskirstymo pokyčių procesu tiek tarpasmeniniuose santykiuose, tiek visuomenės institucijose (Stromquist, 1995).

Moterų įgalinimas gali būti apibūdinamas kaip asmeninių ir socialinių pokyčių procesas, kurio metu moterys įgyja galią savo gyvenime, priima prasmingus sprendimus ir perima kontrolę (O'Neil, Domingo ir Valters, 2014). Kitaip tariant, įgalinimas yra procesas, kurio metu asmuo įgyja gebėjimą daryti strateginius gyvenimo pasirinkimus. Šis procesas gali būti individualus arba kolektyvinis ir vykti šiose skirtingose gyvenimo srityse (O'Neil, Domingo ir Valters, 2014):

1. *Psichologinis įgalinimas*. Tai įvyksta tuomet, kai moterys mano, kad joms reikia priimti sprendimus, turinčius įtakos jų gyvenimui, arba daryti įtaką jiems, ir įgyja pasitikėjimo šiuo klausimu.
2. *Politinis įgalinimas*. Tai įvyksta tuomet, kai moterys įgyja gebėjimą vykdyti arba paveikti taisykles ir normas, įtakojančias visuomenę, taip pat priimti sprendimus dėl to, kas, kada ir kaip priims kokius sprendimus.
3. *Socialinis įgalinimas*. Tai įvyksta tuomet, kai moterys įgyja gebėjimą priimti arba daryti įtaką sprendimams, lemiančius jų socialinius ryšius, sveikatą, vaikų auginimą ir išsilavinimą.
4. *Ekonominis įgalinimas*. Tai įvyksta tuomet, kai moterys įgyja gebėjimą priimti sprendimus ar daryti įtaką dalyvavimui darbo rinkoje, neapmokamo darbo dalijimuisi, taip pat namų ūkio turto paskirstymui ir jo naudojimui.

Toliau pateikiami moterų įgalinimui būdingi bruožai (Mokta, 2014):

- Moterų savęs pasitikėjimo ir savigarbos padidėjimas,
- Diskriminacijos ir visų smurto rūšių prieš moteris ir mergaites panaikinimas,
- Partnerysčių su pilietinėmis bendruomenėmis, ypač – moterų organizacijomis, užmezgimas ir stiprinimas,
- Konstitucinių ir teisinių nuostatų taikymas ir moterų teisių gynimas,

- Teigiama moters įvaizdžio visuomenėje kūrimas ir jų indėlio socialinėje, ekonominėje ir politinėje srityse pripažinimas,
- Moterų kritinio mąstymo gebėjimų ugdymas,
- Sprendimų priėmimo ir kolektyvinių veiksmų skatinimas,
- Leidimas moterims priimti pagrįstus sprendimus,
- Galimybės suteikimas moterims dalyvauti visose gyvenimo srityse,
- Informacijos, žinių ir įgūdžių teikimas savarankiškam darbui.

Per pastaruosius kelerius metus, socialinis verslumas, įskaitant moteris verslininkes, eksponentiškai išaugo. Moterų įgalinimas įgyja verslo įgūdžių, tokių kaip socialinio verslumo įgūdžiai.

Moterys profesiniame gyvenime

Nors industrializacija turėjo įtakos moterų dalyvavimui darbo rinkoje, Antrojo pasaulinio karo vaidmuo yra kur kas didesnis. Tuo laikotarpiu buvo smarkiai diskutuojama apie moterų dalyvavimą darbo rinkoje (Kıral & Karlılar, 2017). 1940-ieji žymiai padidino moterų užimtumą daugelyje EBPO šalių. Pastebėta, kad aštuntajame dešimtmetyje padidėjo moterų dalis bendrame užimtume (Yılmaz, Bozkurt ir Izci, 2008). Moterų dalyvavimas darbo rinkoje daugelyje Europos šalių vystėsi dar septintajame dešimtmetyje. Tačiau dirbančiųjų moterų įvaizdis pagerėjo aštuntajame ir devintajame dešimtmėčiuose (Thevenon, 2009). Moterų užimtumo lygis įvairiose Europos šalyse skiriasi. Pirmoji lentelė rodo užimtų moterų pasiskirstymą daugelyje šalių.

Lentelė Nr. 1

Įdarbintų moterų pasiskirstymas procentais

<i>Šalis</i>	<i>Moterų dalis darbo rinkoje (2018)</i>	<i>Moterų dalis ankstyvojoje verslumo veikloje</i>
Europos Sąjunga	45.9%	12%
Airija	55.0%	9%
Vokietija	46.5%	5.7%
Graikija	43.9%	7.6%
Italija	42.2%	2.1%
Lietuva	50.6%	6.3% (2012)
Turkija	32.7%	8.4% (2018)
Jungtinė Karalystė	46.7%	7%

Šaltinis: Pasaulio bankas, 2019 ir Global Entrepreneurship Monitor (2012, 2018, 2019)

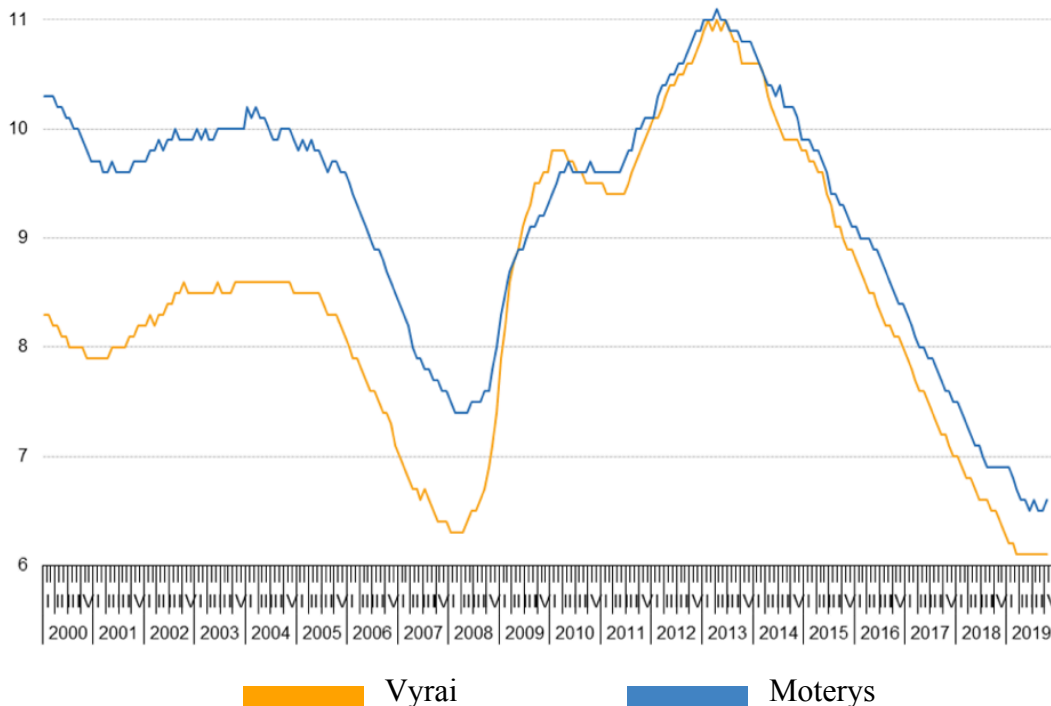
Kaip matyti pirmoje lentelėje, 2018 m. procentinė moterų dalis darbo rinkoje Europos Sąjungoje yra 45,9%, o 12% moterų užsiima ankstyvojo etapo verslumo veikla. Turimi duomenys rodo, kad ES šalyse dažniausiai pasitaikančios moterų profesijų kategorijos yra: parduotuvių pardavėjos, valytojos, asmens priežiūros darbuotojos, priešmokyklinio ir pradinio ugdymo mokytojos bei sekretorės (Europos Sąjunga, 2018).

Remiantis Tarptautinės darbo organizacijos (TDO) pranešimu „Pasaulio užimtumas ir socialinė perspektyva: moterų tendencijos 2018“, moterų dalyvavimas darbo rinkoje vis dar yra 26,5 punktais mažesnis nei jų kolegų vyrų. Be to, moterų nedarbo lygis pasaulyje yra maždaug 0,8 punkto didesnis nei vyrų. Tai reiškia, kad santykis yra šešios dirbančios moterys,

prie dešimt dirbančių vyrų. ES tikslas – iki 2020 m. pasiekti 75% vyrų ir moterų užimtumo lygį (Europos Sąjunga, 2018). Tačiau moterys gali patirti iššūkių ar kliūčių siekiant visapusiškai dalyvauti darbo rinkoje.

Galimos kliūtys moterims patekti į darbo rinką

Lyginant su vyrais, moterys vis dar yra įdarbinamos rečiau, dirba mažiau apmokamuose sektoriuose, dirba vidutiniškai 6 valandas ilgiau per savaitę (apmokamas ir neapmokamas), tačiau turi mažiau apmokamų valandų, daro daugiau karjeros pertraukų, paaukštinių sulaukia rečiau ir ne taip greitai (Europos Sąjunga, 2018). Tas pats pasakytina apie savarankišką darbą ir verslą, kuomet vyrai paprastai yra labiau linkę pradėti verslą, lyginant su moterimis. Dėl naujų iniciatyvų ir politikos krypčių, pavyzdžiui, moterų verslumo iniciatyvos Vokietijoje, moterų aktyvumas verslininkystėje auga (GEM, 2019, p. 55). Moterų dalyvavimas darbo rinkoje priklauso nuo įvairių elementų. Ekonominės ir socialinės srities pokyčiai daro įtaką moterų užimtumui (Kıral & Karlılar, 2017). Mokykla, amžius, šeimyninė padėtis ir vaikų skaičius yra svarbūs veiksniai, lemiantys moterų dalyvavimą darbo rinkoje (Dayioğlu ir Kırdar, 2010). Nors visoje ES moterų išsilavinimas yra geresnis nei vyrų, tačiau jos vis dėl to yra nepakankamai atstovaujamos gerai apmokamuose sektoriuose ir labiau atstovaujamos žemų atlyginimų sektoriuose. Lyčių segregacijos ataskaita rodo, kad visose ES valstybėse narėse vyrai dominuoja tokiuose srityse kaip inžinerija ir technologijos, tačiau kur kas mažiau dalyvauja tokiuose sektoriuose kaip mokymo ir priežiūros darbai. Kai kuriose profesijose, tokiose kaip priešmokyklinis ugdymas, slauga ar akušerija, sekretorių darbas, kur vis dar dominuoja moterys. Iš tikrųjų, net 80% sveikatos ir socialinių paslaugų sektoriaus darbuotojų sudaro moterys (Europos Sąjunga, 2018). Nedarbo lygis pagal lytį ES nuo 2000 m. sausio mėn. iki 2019 m. spalio mėn. pateiktas 1 paveikslėlyje žemiau.



1 paveikslėlis: Nedarbo lygis pagal lytį-ES, sezoniškai pakoreguotas, 2000 m. sausis – 2019 m. spalio mėn. Šaltinis: Eurostatas (internetinis duomenų kodas: une_rt_m)

Moterų patirtys, susijusios su kliūtimis įsidarbinant ir progresuojant, yra sudėtingos ir dažnai tarpusavyje susijusios. Remiantis Green, Moore, Easton ir Heggie (2004 m.), toliau pateikiamos kelios pagrindinės kliūtys moterų užimtumui ir progresui:

1. Vaikų priežiūra / rūpinimasis kitais. Vaikų priežiūra ir rūpinimasis kitais žmonėmis yra labai svarbus veiksnys moterų gyvenime, o jų gebėjimas suvokti šias problemas kaip jų užimtumo ar progresavimo kliūtis buvo daugialypis ir įtakojo sprendimus dėl darbo (Green, Moore, Easton & Heggie, 2004). 2016 m. daugiau nei 19% neaktyvių moterų ES buvo neaktyvios dėl vaikų priežiūros ar neveiksnių suaugusiųjų. Vidutiniškai moterų, turinčių vaiką(-ų) iki 6 metų, užimtumo lygis yra 9 procentais mažesnis nei moterų, neturinčių vaikų, užimtumo lygis (Europos Sąjunga, 2018).
2. Lanksčios darbo valandos ir laikas. Lankstaus darbo laiko trūkumas kliudė moterims įsidarbinti ar progresuoti (Green, Moore, Easton ir Heggie, 2004). Nepakankama lanksčių darbo sąlygų pasiūla – tokių kaip nuotolinis darbas ir lankstus darbo grafikas ir sutrumpintos darbo valandos (darbas ne visą darbo dieną) – gali priversti žmones, einančius priežiūros pareigas, o ypač moteris, palikti darbo rinką (Europos Sąjunga, 2017). Šalyse, kuriose plačiau paplitusi lanksti darbo tvarka, susijusi su darbu ne visą darbo dieną, tokiose kaip Vokietija, Nyderlandai ir Jungtinė Karalystė, moterų užimtumo lygis yra didesnis (viršija ES vidurkį) (Europos Sąjunga, 2018).
3. Paramos stoka. Mokymų galimybės taip pat susijusios su moterų padėtimi darbo rinkoje. Jų kvalifikacija / mokymasis gali būti kliūtis įsidarbinti ar tobulėti (Green, Moore, Easton & Heggie, 2004). Yra du pagrindiniai paramos tipai. Pirmasis paramos tipas yra nematerialus paramos tipas, išreikštas emocine parama, apimančia rūpestį, priėmimą ir pagarbą. Antrasis yra instrumentinis (arba elgesio) palaikymas. Šis tipas reiškia apčiuopiamą pagalbą teikiant finansinę paramą, žinias, informaciją ar patarimus (Drach-Zahavy, 2004).
4. Progresavimo lūkesčiai – savivertė, pasitikėjimas savimi ir saviveiksmingumas. Kai kurios moterys mano, kad jos stabdo save dėl pasitikėjimo savimi stokos, žemų lūkesčių ir nesugebėjimo įžvelgti savojo progreso (Green, Moore, Easton & Heggie, 2004).
5. Tinkamos įsidarbinimo galimybės ir mokymai. Siekimas likti srityje, kurioje jos jaučia priklausymo bendruomenei jausmą, arba sprendimas dirbti ne visą darbo dieną, lėmė tinkamų darbo galimybių trūkumą kai kurioms moterims. Darbo pasiūlos trūkumas taip pat gali būti laikomas kliūtimi įsidarbinti ar siekti pažangos (Green, Moore, Easton & Heggie, 2004).

Moterims verslininkėms gali kilti įvairių iššūkių. Finansai paprastai akcentuojami kaip viena iš sisteminių ar struktūrinių kliūčių moterims, norinčioms pradėti ar plėsti savo verslą (Harding, 2007). Dėl šios priežasties moterys verslininkės dažnai dalyvauja mažesniuose ir mažiau į finansus nukreiptuose sektoriuose (Carter ir Shaw, 2006). Moterys maždaug 10% dažniau nei vyrai linkusios finansus suvokti kaip pagrindinę kliūtį verslumui (Kwong, Jones-Evans ir Thompson, 2012).

Kaip matyti iš 2 lentelės, kliūtis ir galimus iššūkius moterims iš etninių mažumų galima suskirstyti į: 1) galimybę dirbti, (2) finansinius sunkumus, (3) komunikaciją ir kalbą, (4) socialinius, (5) institucinius, (6) kultūrinius ir (7) psichologinius iššūkius (Harding, 2007, Carter & Shaw, 2006; & Kwong, Jones-Evans ir Thompson, 2012).

2 lentelė *Galimi iššūkiai moterims iš etninių mažumų*

Kategorijos	Subkategorijos
<i>Galimybė dirbti:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Patekimas į rinką • Patyčios, diskriminacija darbo vietose • Vertinimas kaip pigios darbo jėgos • Segregacija darbo rinkoje
<i>Finansiniai:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Finansinė patirtis • Žinių trūkumas apie finansavimo strategijas • Finansų ekspertų įtraukimas • Verslo planas / modelis • Bendros finansinės žinios • Finansinis raštingumas • Ekonominės kliūtys (pvz., dideli kaštai, siekiant įkurti įmonę) • Sunkumai gaunant finansavimą
<i>Komunikacija ir kalba:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pagrindinės šalies kalbos nemokėjimas • Išskylantys sunkumai išsakant savo poreikius ar atsakant į prašymus • Sunkumai siekiant suprasti kliento užklausą
<i>Socialiniai:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Socializacija • Socialinė kompetencija • Socialinės kliūtys (pvz., ribota prieiga prie esamų tinklų) • Žemas visuomenės sąmoningumas • Socialinė integracija į bendruomenę • Santuoka ir šeima
<i>Instituciniai:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Instituciniai barjerai (tokie kaip esamų normų nežinojimas ar negalėjimas prie jų prisitaikyti) • Darbuotojų, turinčių komercinį supratimą, trūkumas • Menka motyvacija įsteigti įmonę • Perspektyvių verslo modelių trūkumas
<i>Kultūriniai:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kultūrinės kliūtys (pvz., nesugebėjimas prisiderinti prie rinkos nuostatų, įsitikinimų ir lūkesčių)
<i>Psichologiniai:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pasitikėjimo savimi trūkumas • Savivertės stoka • Savęs suvokimas • Nežinojimas apie savo asmenines savybes • Nuvertinta socialinė tapatybė • Išmoktas bejėgiškumas • Pasiekimų priskyrimas

Kaip matyti iš 2 lentelės, moterims egzistuoja daug kliūčių norint patekti į darbo rinką. Pasak Süssmuth (2007): remiantis ekspertais, svarbiausios kliūtys patenka į švietimo ir (formaliųjų) įgūdžių kategorijas. Tai apima ne tik kalbos įgūdžių, bet ir profesinių įgūdžių bei profesinės kvalifikacijos stoką. Toliau Süssmuth (2007) identifikavo šiuos pagrindinius barjerus:

1. Švietimo ir mokymų stoka
2. Kalbos įgūdžių stoka
3. Įgūdžių ir kvalifikacijos pripažinimo trūkumas

4. Profesijų prieinamumo stoka
5. Pilietybės neturėjimas
6. Integracijos politikos trūkumas
7. Išankstiniai nusistatymai, stereotipai ir neigiamos nuostatos
8. Mobilumo ir susikaupimo stoka tam tikrose srityse
9. Industrinės permainos
10. Neigiamos paskatos per gerovės sistemas

Socialiniai ir kultūriniai veiksniai, kaip ir aukščiau minėtieji veiksniai, taip pat yra kliūtys moterų dalyvavimui socialinių įmonių veikloje. Tokie veiksniai kaip stereotipai, šeimos ir kolegų nusistatymas, vyriškų verslumo modelių paplitimas ir toliau daro stiprų ir dažnai apribojantį poveikį moterų karjeros pasirinkimui bei nepakankamam efektyvumui ištraukiant į verslo veiklą (Europos mokymo fondas [ETF], 2014).

Įėjimas į verslo sektorių, finansinės (verslo planas / modelis, finansinis raštingumas ir kt.), socialinės (žemas visuomenės sąmoningumas, socialinė integracija ir kt.), institucinės (darbuotojų, turinčių komercinį supratimą, trūkumas), kultūrinės (požiūris į rinką, įsitikinimai ir lūkesčiai ir kt.), psichologinės (nepasitikėjimas savimi, savivertės stoka ir kt.) kliūtys, patenkančios tarp barjerų, su kuriais susiduria moterys. Kiti iššūkiai, su kuriais tenka susidurti moterims, yra darbo, kurį dažniausiai atlieka moterys, nuvertinimas ir darbo–šeimos infrastruktūros stoka.

Literatūroje menki finansiniai ištekliai, nepakankamas darbuotojų skaičius ir tinklų ar kontaktų trūkumas yra nurodomi kaip vieni iš pagrindinių socialinių verslininkų problemų ir kliūčių siekiant įkurti socialinio verslo įmones. Šeimos ir mokesčių politika taip pat gali atgrasyti nuo dalyvavimo darbo rinkoje ir verslumo bei formuoti neigiamą socialinį požiūrį į moterų verslumą. Taip pat yra rinkos nesėkmių, dėl kurių moterims sunkiau sekasi kurti verslą ir savarankiškai dirbti. Pavyzdžiui, finansų rinkose ar viešosios politikos iniciatyvose gali būti nesėkmių, tad jos gali būti neveiksmingos norint pasiekti potencialias verslininkes. Vis dėlto svarbu nepamiršti asmeninio pasirinkimo elemento, nes moterys verslumui dažnai turi skirtingus motyvus ir intencijas. Todėl politikos formuotojai neturėtų siekti pašalinti visų skirtumų tarp vyrų ir moterų verslininkų, o turėtų stengtis pašalinti institucinį poveikį, neigiamai veikiantį motyvaciją ir intencijas, bei ištaisyti rinkos nesėkmes, kurios riboja moterų verslumą (OECD, 2016). Toliau pateikiama keletas pavyzdžių, kaip gali būti trukdoma verslininkėms kurti socialinio verslumo įmones:

- Kultūra ir visuomenė dažnai nepalaiko moterų verslumo
- Moterys linkusios manyti, kad joms trūksta verslumo įgūdžių
- Moterims verslininkėms sunkiau nei vyrams gauti finansavimą
- Moterys paprastai turi mažesnius ir mažiau veiksmingus verslo tinklus
- Šeimos ir mokesčių politika gali atgrasyti moterų dalyvavimą darbo rinkoje, įskaitant verslą

Toliau bus nagrinėjami iššūkiai, su kuriais susiduria moterys verslininkės iš etninių mažumų socialinio verslo įmonėse.

Iššūkiai, kuriuos patiria moterys iš etninių mažumų darbo rinkoje

Etninės mažumos yra nepalankioje padėtyje kalbant apie darbo rinką. Etninių mažumų nariai pasižymi didesniu nedarbo lygiu arba uždirba mažiau, jeigu yra įdarbinti. Be to, didesnė tikimybė, kad etninės mažumos bus įdarbintos mažiau kvalifikuotam darbui, tuo pačiu jų pažanga darbo rinkoje yra mažesnė (Glasgow Works, 2011). Barrett (2010) teigia, kad nedarbo ir savarankiško darbo lygis etninių mažumų grupėse yra didesnis. Todėl moterys iš

etninių mažumų gali būti nepalankioje padėtyje darbo rinkoje (Glasgow Works, 2011). Etninių mažumų moterys yra labiau linkusios susirasti žemesnės kvalifikacijos darbą, laikiną ar darbą ne visą darbo dieną mažą darbo užmokestį turinčiuose sektoriuose (Harding, 2007). Be nepalankios etninių mažumų padėties patekti į darbo jėgą, tikėtina, kad jos gali susidurti ir su netinkamu elgesiu.

“The Race at Work” ataskaitoje („Ashe & Nazroo“, 2017 m.) pažymėta, kad 32% visų darbuotojų, kilusių iš etninių mažumų, pranešė, kad per pastaruosius penkerius metus yra matę ar patyrę kolegų rasistinius priekabiavimus ar patyčias. Be to, 17 proc. darbuotojų iš etninių mažumų yra liudininkai, o 16 proc. tiesiogiai patyrė klientų, pirkėjų ir paslaugų vartotojų rasistines patyčias ir priekabiavimą. Be to, pasak Berdahl ir Moore (2006), mažumos patyrė didesnę etninę priekabiavimą nei baltieji, o mažumoms priklausančios moterys patyrė didesnę priekabiavimą nei vyrai iš etninių mažumų ar vietiniai vyrai bei moterys. Tyrime, kuriame dalyvavo juodaodžių, azijiečių ir etninių mažumų verslo savininkės moterys, Davidson, Fielden ir Omar (2010) remdamiesi kokybinės analizės duomenimis (giluminiais interviu), analizavo diskriminaciją ir socialinę paramą. Jų išvados rodo, kad dauguma respondentių buvo patyrusios diskriminaciją dėl savo lyties ir etninės kilmės, o dėl to buvo sunku gauti verslo ir finansinę paramą. Vis dėlto, naujausiame tyrime Carter ir kt. (2015) nerado jokių diskriminacinių kliūčių norint patekti į verslą ir gauti finansinę paramą.

Wang (2013), naudodamas daugialypę statistinę analizę, ištyrė etninių mažumų moteris, kurios turėjo verslą JAV. Šis tyrimas įvertino lyties ir etninės priklausomybės santykį su bendra verslo veikla. Išvados rodo, kad etninių mažumų verslininkės turi skirtingą nišą, lyginant su kitomis verslininkėmis. Be to, dauguma etninėms mažumoms priklausančių verslininkių ėmėsi mažesnių užsakymų, atsižvelgiant į įmonių dydį. Atitinkamai, palyginti su bendrąja verslininkyste, jos uždirba tik nedidelį pelną (Wang, 2013). Nepaisant šio palyginimo, verslininkės, kilusios iš etninių mažumų, palyginti su visa verslininkų populiacija, pasiekė pakankamą rezultatą.

Žmonės, kilę iš etninių mažumų grupių, darbo rinkoje dažnai yra nepalankioje padėtyje. Jie pernelyg dažnai dirba menkai apmokamuose ir nestabiliuose darbuose ir yra mažiau pajėgūs užsitikrinti įgūdžius ir sugebėjimus, atitinkančius užimtumo galimybes ar įsidarbinimą (Wood and Wybron 2015). Remiantis Grimshaw ir Rubery (2007), nepakankamas moterų ekonominės veiklos įvertinimas gali būti apibendrintas penkiomis V:

1. *Matomumas (Visibility)*. Ribota sektorių įvairovė;
2. *Vertinimas (Valuation)*. Endeminis kultūrinis moterų darbo nuvertinimas;
3. *Profesija (Vocation)*. Moterų, kaip motinų ir globėjų, siejimas su „natūraliais talentais“, taip pat asocijavimas su socialine ar emocine sritimis, o ne su profesiniais įgūdžiais;
4. *Pridėtinė vertė (Value-added)*. Moterys labiau linkusios dirbti mažai pridėtinės vertės sukuriančiose ir daug intensyvaus darbo reikalaujančiose srityse (pvz., prižiūrėti vaikus ir pagyvenusius žmones), kur mažai galimybių naudoti technologijas, kurios padidintų produktyvumą;
5. *Variacija (Variance)*. Manymas, kad moterų darbas ir darbo įpročiai (atsižvelgiant į namų ūkio poreikius) iš esmės skiriasi nuo vyrų.

Etninių mažumų moterys gali atsidurti nepalankioje padėtyje dėl tokių veiksnių (Stiell & Tang, 2006):

1. Migracijos istorija, kalba, kvalifikacija, įgūdžiai ir patirtis,
2. Siekiai / pasitikėjimas savimi (tai priklauso nuo asmeninių ir šeimos aplinkybių, kvalifikacijos ir įgūdžių lygio bei patirties darbo rinkoje),
3. Vietos teritorija (vietos paramos infrastruktūros, įskaitant vaikų priežiūrą, viešąjį transportą ir kitas paslaugas, trūkumai),
4. Tinkamos darbo galimybės,
5. Kultūrinės / šeimos aplinkybės,
6. Diskriminacija ir rasizmas.

Toliau pateikiamos problemos yra iššūkiai, su kuriais susiduria etninių mažumų moterys dirbdamos versle.

- Kultūriniai barjerai
- Vaikų priežiūra
- Finansavimo klausimai
- Būsto klausimai
- Bendravimo problemos / kalbos barjerai

Papildomi iššūkiai yra ribotas nacionalinės kalbos mokėjimas, taip pat neturintiems dokumentų galimybių trūkumas gauti teisinį statusą (Hess, Henrici ir Williams 2011; Hess ir Henrici 2013). Kita kliūtis, su kuria susiduria etninių mažumų moterys, yra kultūriniai įsipareigojimai. Kaip teigia Ceci ir kt. (2011), moterys iš etninių mažumų, turinčios ir auginančios vaikus, turi mažiau galimybių užimti aukštesnes hierarchines pozicijas. Tačiau moterys, nenorinčios turėti vaikų, pretenduoja į aukštesnes pareigas. Felicitas Hilmann (1998) atliktas tyrimas dėl savarankiškai dirbančių Turkijos vyrų ir moterų Berlyne parodė, kad vyrai, remdami savo verslą, labiau linkę į šeimos narių pagalbą, o moterys pasižymi kitomis strategijomis ir neturi tokių pačių galimybių migrantų bendruomenėse.

Etninių mažumų moterų hierarchinė pažanga linijiniame karjeros kelyje yra mažiau tikėtina nei kitų moterų. Dėl rasistinio požiūrio ir stereotipų jų organizacijoje moterys iš etninių mažumų turi įveikti papildomas karjeros galimybių ir pažangos kliūtis (Kamenou, 2002). Etninių mažumų moterys dėl lyties ir rasės patiria dvigubą diskriminaciją darbo vietoje (TDO, 2013). Moterys, siekdamos užimti vadovo pareigas, susiduria su kliūtimis darbo rinkoje. Taigi, analizuojant moteris, dirbančias verslo pasaulyje, pastebėta, kad jos yra darbdavėmis keturis kartus rečiau nei vyrai (TDO, 2018). Todėl galima teigti, kad etninių mažumų moterys vadovės susiduria su stipresnėmis kliūtimis nei „stiklinių lubų“ fenomenas, su kuriuo susiduria jų kolegos moterys (Kamenou, 2002).

Verslumo srityje etninės mažumos susiduria su įvairiais iššūkiais. Rahman, Ullah ir Thompson (2018) teigia, kad etniniai verslininkai susiduria su keletu iššūkių, tokių kaip: (1) galimybė gauti finansavimą, (2) bendravimo įgūdžiai (kalbų mokėjimas ir bendras kultūrinis supratimas) ir darbo rinka, (3) reglamentai (mokesčių įstatymai, taisyklės ir nuostatos) ir valdymo įgūdžių stoka. Marlow (1997) nustatė, kad nors abiejų lyčių verslininkai manė, kad moterys buvo diskriminuojamos pradedant verslą, kad diskriminacija egzistuoja tikėtoji didesnė dalis moterų. Taip pat Hisrich ir Brush (1984) parodė, kad kliūtys, su kuriomis susiduria verslininkės, yra finansai ir kreditai, verslo ir finansų planavimo mokymų stoka. Taip pat yra keletas iššūkių BAME (angl. Black, Asian and Minority Ethnic), t.y. juodaodžių, azijiečių ir etninių mažumų moterims dalyvauti socialinio verslumo veikloje. Šie iššūkiai pateikiami žemiau (Government Equalities Office, 2008):

1. Etninių mažumų menkesnis supratimas apie socialinį verslumą,
2. Laiko apribojimai ir šeimos įsipareigojimai,
3. Finansai (kaip nustatyti potencialius finansuotojus; kaip kreiptis dėl finansavimo ir jį užsitikrinti; kaip nustatyti, kuriems ištekliams lėšos reikalingiausios ir pan.),
4. Įgūdžių trūkumas (arba žinių apie verslo plėtrą ir finansus stoka),
5. Menkas pasitikėjimas savimi ir motyvacijos stoka,
6. Daugialypiai trūkumai (kultūriniai stereotipai, kalba, izoliacija ir pan.).

Carter ir kt. (2015) sutinka su Wong (2013) tyrimu, kad dauguma etninių mažumų moterų daugiausia dėmesio skiria pigiems verslams, tokiems kaip mažmeninės prekybos ir viešojo maitinimo, maisto paslaugų verslo ir kitoms įmonėms. Deja, šios rūšies nišos rinkoje tapo labai prisotintos ir yra susijusios su didele konkurencija. Dėl šios priežasties moterys verslininkės, kilusios iš etninių mažumų, konkurencingose rinkose uždirba tik nedidelį, mažesnę pelną. Taigi, šis fenomenas paaiškina, kodėl kai kurių etninių mažumų moterims priklausančių įmonių išgyvenimo procentas yra palyginti mažesnis nei apskritai visos verslininkų populiacijos. Visgi tokius skaičius, be abejo, lemia kiti išoriniai veiksniai. Pavyzdžiui, Carter ir kt. (2015) pabrėžė, kad etninėms mažumoms priklausančios verslininkės susiduria su finansinėmis kliūtimis dėl būdingų rizikos veiksnių, tokių kaip palyginti žemas verslo įžvalgumas ir tvirtos finansinės patirties stoka; tai apima skolų vengimą kaip žemą etninių mažumų moterų našumo rodiklį. Moterys iš etninių mažumų, turinčios ribotus išteklius, dažnai yra motyvuojamos nepalankiomis darbo rinkos sąlygomis (Inman, 1999). Jos linkusios savo verslą vykdyti mažumų apgyvendintose vietose, ir priklauso nuo jų kaip nuo klientų (Smith-Hunter ir Boyd, 2004). Daugelis šių moterų yra orientuotos į pasiekimus, tačiau jų verslas paprastai turi ribotą augimo potencialą dėl to, kad jų socialinis kapitalas priklauso nuo draugų ir šeimos (Smith-Hunter ir Boyd, 2004).

Kalbant apie verslumą, Gyapong, Monem ir Hu (2016) ištyrė, ar vadovės iš etninių mažumų daro įtaką įmonės sėkmei. Jų tyrimas davė mišrių rezultatų: verslininko vertė didesnė, kai valdybose dirba daugiau vadovių moterų, o vadovai, kilę iš etninių mažumų, mažiau prisideda prie tvirtų įmonės vertybių. Gyapong, Monem ir Hu (2016) teigia, kad sėkmingas verslas labiau susijęs su didesne etnine įvairove nei su lyčių įvairove.

Aukščiau pateikta literatūra (pvz., Carter ir kt., 2015) rodo, kad kai kurie etninių mažumų moterims priklausančių įmonių tyrimai duoda įvairių rezultatų, ypač lyginant jų veiklą su kitų verslininkų rezultatais. Dėl šios priežasties apibendrintai pateikti išvados gali būti neįmanoma. Be abejo, tolesni tyrimai turėtų būti atliekami dar nepakankamai ištyrinėtose srityse, kalbant apie moteris verslininkes iš etninių mažumų, tokiose kaip diskriminacija, sugebėjimai (atsakant į klausimą: kodėl etninių mažumų moterų vaidmuo buvo laikomas nereikšmingu?), ir produktyvumas (atsakant į klausimą: kodėl atsirada tam tikri sunkumai gaunant finansinę ir kitokią paramą verslui?). Be šių sričių, galima būtų teigti, kad smulkaus verslo etninių mažumų moterys turi perprojektuoti savo konkurencijos strategiją, kad padidintų savo unikalius pardavimo gebėjimus ir palaikytų jų augimą. Dabartinėje literatūroje šios studijų sritys vis dar nepakankamai ištirtos.

Kaip matyti, etninių mažumų moterys patiria daug sunkumų tiek darbo vietoje, tiek dalyvaudamos socialinio verslumo veikloje. Vis dėlto dažniausiai šios moterys verslininkės susiduria su problemomis, susijusiomis su viso gyvenimo mokymosi ir išsilavinimo galimybėmis, siekiant ugdyti pagrindines verslumo kompetencijas ir verslo įgūdžius; paramos

verslui sistemų trūkumu, galimybių gauti kapitalą ir prieigų prie paramos tinklų stoka (ETF, 2014).

Moterų iš etninių mažumų verslumo įgūdžiai

Verslumo įgūdžių lavinimas yra pagrindinis žingsnis įgalinant moteris kaip verslininkes, tačiau norint užtikrinti išties transformacinius pokyčius mokymo programose reikia atsižvelgti į gilesnius psichologinius ir socialinius suvaržymus, su kuriais susiduria šios moterys (Siba, 2019). Literatūroje kai kurie įgūdžiai laikomi esminiais verslumui / verslui. Šiuos įgūdžius Smith, Schallenkamp ir Eichholz (2006) apibūdina keturiomis dimensijomis: technine, vadybine, verslumo ir asmeninės brandos. Šie įgūdžiai aprašyti 3 lentelėje.

3 lentelė *Esminiai verslumo įgūdžiai*

Kategorijos	Įgūdžiai
Techniniai įgūdžiai	<ol style="list-style-type: none"> 1. Veiklos vykdymas (įgūdžiai, reikalingi gaminiui ar paslaugai gaminti) 2. Prekės / žaliavos (įgūdžiai jas įsigyti, jeigu yra poreikis) 3. Biuro ar gamybinė erdvė (įgūdžiai, atitinkantys poreikius ir prieinamumą) 4. Įranga / gamykla / technologijos (įgūdžiai jas identifikuoti ir įsigyti)
Vadybiniai įgūdžiai	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vadyba (planavimas, organizavimas, priežiūra, vadovavimas, tinklų kūrimas) 2. Rinkodara (klientų identifikavimas, kanalų paskirstymas, tiekimo grandinės nustatymas) 3. Finansiniai (finansinių išteklių valdymas, apskaita, biudžeto sudarymas) 4. Teisiniai (organizacijos forma, rizikos valdymas, privatumas ir saugumas) 5. Administraciniai (žmonių santykiai, patiriamosios tarybos santykiai) 6. Aukštesnės pakopos – mokymasis, problemų sprendimas
Verslumo įgūdžiai	<ol style="list-style-type: none"> 1. Verslo koncepcija (verslo planas, pristatymo įgūdžiai) 2. Aplinkos tyrimas (rinkos spragų identifikavimas, pasinaudojimas rinkos galimybėmis) 3. Patariamoji valdyba ir tinklų kūrimas (nepriklausomumo išlaikymas ir kreipimasis pagalbos)
Asmeninės brandos įgūdžiai	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sąmoningumas (gebėjimas viską apsvarstyti, introspekcija) 2. Atskaitingumas (gebėjimas prisiimti atsakomybę už problemos sprendimą) 3. Emocinis (emocinis sugebėjimas susidoroti su problema) 4. Kūrybiškumas (gebėjimas kūrybiškai išspręsti problemą)

Šaltinis: Smith, Schallenkamp & Eichholz, 2006.

Kaip matyti 3 lentelėje, egzistuoja daug įgūdžių, reikalingų verslininkėms, siekiančioms tapti sėkmingomis. Be to, šiuolaikinėje verslo aplinkoje moterims reikia metakompetencijų, pradedant nuo techninių įgūdžių iki problemų sprendimo, iniciatyvumo ir institucinių įgūdžių, komandinio darbo, mokymosi ir savęs valdymo, taip pat bendravimo ir skaitmeninės ekonomikos įgūdžių, tokių kaip nauji verslo modeliai, taip pat technologijų naudojimas, interaktyvus bendravimas ir socialiniai tinklai (Braun, 2008).

Adeyemo (2009) teigia, kad verslumo įgūdžiai yra pagrindiniai įgūdžiai, reikalingi norint, kad socialiniai verslininkai galėtų įkurti, plėtoti, finansuoti ir sėkmingai vykdyti savo namų įmonę. Šiuos įgūdžius jis suskirstė į keturias kategorijas:

- 1) Asmeninės savybės (optimizmas, vizija, iniciatyvumas, noras kontroliuoti, paskata ir atkaklumas, tolerancija rizikai, atsparumas);
- 2) Tarpasmeniniai įgūdžiai (lyderystė ir motyvacija, komunikaciniai įgūdžiai, klausymasis, asmeniniai santykiai, derybos ir etika);
- 3) Kritinio ir kūrybinio mąstymo įgūdžiai (kūrybinis mąstymas, problemų sprendimas, galimybių atpažinimas);
- 4) Praktiniai įgūdžiai (tyrimų atlikimas, duomenų rinkimas ir analizė).

Galimos moterų iš etninių mažumų įgalinimo rėmimo strategijos ir politika

Moterys vaidina pagrindinį vaidmenį plėtojant bendruomenės ir ekonomiką visame pasaulyje. Todėl tautos verslumą vertina kaip būdą įtraukti moteris į ekonominio vystymosi procesą (Harding, 2007). Be to, moterų verslumas laikomas svarbiu ekonominio vystymosi komponentu, ypač besivystančiose šalyse. Moterys padeda savo šalims mažinti nedarbo lygį sukurdamos savo įmones ir padidindamos šalies užimtumą, įdarbinant kitus savo įmonėse (Alexandre-Leclair, 2014).

Visame pasaulyje įgyvendinamos įvairios socialinės politikos, kuriomis siekiama padidinti moterų dalyvavimą darbo rinkoje. Dažniausiai šios politikos koncentruojasi į vaikų priežiūros paslaugas, priežiūros laiką, lanksčių darbo sąlygų kūrimą ir aktyvios darbo jėgos politiką. Formalios priežiūros paslaugos yra svarbi priemonė pašalinant kliūtis užimtumui (Europos Sąjunga, 2017). Geros kokybės, pasiekiamos ir prieinamos oficialios priežiūros paslaugos yra svarbios, kad vyrai ir moterys, atsakingi už priežiūrą, galėtų įsidarbinti. Vis dėlto, galimybė gauti kokybiškas ir prieinamas vaikų priežiūros paslaugas daugelyje valstybių, pavyzdžiui, Vokietijoje, Ispanijoje, Italijoje, Vengrijoje, Lenkijoje, Rumunijoje, Maltoje, Slovakijoje ir Jungtinėje Karalystėje, tebėra iššūkis (Europos Sąjunga, 2018).

Darbuotojų atostogų politika daro didelę įtaką moterų patekimui ir buvimui darbo rinkoje bei jų sprendimui palikti darbo rinką. Be to, aktyvi darbo rinkos politika yra gana svarbi didinant moterų dalyvavimą darbo rinkoje. Aktyvi darbo rinkos politika buvo sukurta remiantis tokiais principais, kaip iššūkių, su kuriais ieškant darbo susiduria bedarbiai, pašalinimas, naujų įsidarbinimo galimybių sukūrimas, palengvinant prieigą prie darbo rinkos, suderinant darbo jėgos pasiūlą ir paklausą su institucine struktūra. Ši politika apima profesinio mokymo politiką, vyriausybės kuriamas naujas užimtumo sritis, užimtumą didinančias subsidijas, užimtumo konsultavimo paslaugas, subsidijas verslininkams, lanksčių darbo grafikų apibendrinimą, informacijos, konsultavimo ir įdarbinimo paslaugas, darbo vietų kūrimo programas ir programas jaunimui, moterims, pagyvenusiems žmonėms ir neįgaliesiems. Politikos, įgyvendinamos moterims, mažai dalyvaujančioms darbo rinkoje, pavyzdžiai yra finansinių kliūčių panaikinimas, tokiu būdu palengvinant moterų dalyvavimą užimtumo srityje, turint omenyje darbo užmokesčius ir mokesčius, pagalba joms įsidarbinti, mokymų siūlymai, darbo laiką reglamentuojančios praktikos, skatinančios moterų verslumą, ir subsidijų skyrimas moterims (Sümer, 2015). Tiesą sakant, gan svarbu kalbėti apie lyčių ir socialinį verslumą tame pačiame kontekste, kadangi moterys yra fundamentalus sėkmingo kovos su skurdu elementas. Šios įmonės geriausiai pasiekiamos įtraukiant moteris tiesiogiai į

socialinio verslo įmonės plėtrą. Taigi, tiriant kaip moterų verslumas gali padėti sumažinti skurdą ir paskatinti socialinį bei ekonominį vystymąsi, socialinis verslumas turi būti įtrauktas kaip veiksnys (Boateng, 2018).

Anot Tarptautinės darbo organizacijos (TDO, 2018), moterų skatinimas įsitraukti į formalųjį švietimą ir profesinį mokymą bei verslumo programas yra itin svarbus palaikant moterų įsidarbinimą geresnėse darbo vietose. Švietimas ir mokymai yra veiksminga priemonė kovojant su skurdu, badu ir moterų įgalinimu (FAO, IFAD ir TDO, 2010). Turkijoje atlikto tyrimo metu nustatyta, kad svarbiausias padidėjusios moterų dalyvavimo darbo rinkoje veiksnys buvo padidėjęs išsilavinimo lygis (Akgeyik, 2017). Žemiau pateikiamos konkrečios politikos rekomendacijos (TDO, 2018; ES, 2017; ir ES, 2018)) ir strategijos, kaip remti socialinio verslo įmones ir etninių mažumų moteris:

- Skleisti žinią apie socialinio verslo įmonės koncepciją
- Gerinti įvairių lygių valstybinių subjektų veiklos koordinavimą
- Sukurti nuoseklią teisinę aplinką ir veiklos reglamentavimą
- Gerinti galimybes gauti finansavimą
- Panaudoti ES struktūrinius fondus
- Patekti į viešąsias ir privačias rinkas
- Kurti socialinio verslo įmonių verslo paramos struktūras
- Plėtoti socialinio verslo įmonių tinklus ir verslo paramos struktūras
- Ugdyti socialinio verslumo įgūdžius ir teikti paramą moksliniams tyrimams
- Ugdyti socialinį verslumą ir atlikti tyrimus
- Diskutuoti apie dabartines kliūtis ir įgalinančius socialinio verslo įmonių plėtros veiksnius
- Didinti socialinio verslo žinomumą ir matomumą (regti reklamines kampanijas)
- Plėtoti verslo idėjas (inkubatoriai ...)
- Planuoti ir plėtoti verslą (bendras įgūdžių ugdymas)
- Ugdyti socialinį verslumą ir lyderystę (įgūdžių ugdymas, patarimai, kuravimas ir instruktavimas).
- Pasitelkiant teigiamą diskriminaciją, pagerinti verslo sektoriaus įvairovę
- Teikti paskolas startuoliams, kovojantiems su nelygybe visuomenėje
- Suteikti galimybę moterims, kilusioms iš etninių mažumų, gauti finansavimą, kad jų verslas galėtų augti ir sėkmingai veikti
- Steigti atvirus kultūros centrus moterims iš etninių mažumų
- Teikti nacionalinės šalies kalbos mokymus etninių mažumų moterims (pabėgėlėms, migrantėms)
- Teikti profesinį mokymą
- Suteikti lengvesnę prieigą prie privačių ir viešųjų paslaugų

Socialinio verslo įmonėse dirbančioms moterims svarbu plėtoti bendradarbiavimą ir kurti tinklus verslo rinkoje su įvairiais veikėjais, tokiais kaip paramos tinklai, kitos socialinio verslo įmonės, vietos valdžia / institucijos ir privatusis sektorius. Literatūroje socialiniams verslininkams siūloma naudotis parama finansuojant ir plėtojant socialinio verslo įmones iš savivaldybės, verslo, vyriausybės, Europos Sąjungos ir bankų sektorių fondų.

Apibendrinimas

Be strategijos ir kvalifikuotų darbuotojų organizacija yra nekontroliuojama ir ilgai neišgyventų kasdien kintančiame ir reikliame pasaulyje. Nepateikus potencialiems darbuotojams, instruktoriams ir verslo patarėjams tinkamų valdymo ir (arba) instruktavimo priemonių, tvarus verslumas neįmanomas. Šioje literatūros apžvalgoje siekiama suprasti, kaip etninių mažumų moterys galėtų būti įgalinamos per socialinio verslo įmones.

Socialinio verslo įmonės tapo veiksminga priemone siekiant dviejų pagrindinių socialinės ir ekonominės politikos sričių tikslų: paslaugų teikimo ir socialinės įtraukties. Literatūroje terminas „etninė mažuma“ nukreiptas į tas grupes, kurios turi skirtingas kultūrinės nuostatas ar skirtingą kultūrinę ir socialinę kilmę nei dauguma gyventojų (Kahanec, Zaiceva ir Zimmermann, 2010)

Ataskaitoje didžiausias dėmesys buvo skiriamas etninių mažumų moterų įgalinimui per socialinio verslo įmones. Todėl svarbu pažvelgti į moterų užimtumą visame pasaulyje, kad suprastumėme sąlygas, būtinas socialinio verslo įmonių sektoriaus atsiradimui. Moterų užimtumo lygis įvairiuose sektoriuose skiriasi. Pavyzdžiui, ataskaita (ES, 2018) dėl lyčių segregacijos rodo, kad visose ES narėse vyrai dominuoja tokiose specifinėse srityse kaip inžinerija ir technologijos, tačiau kur kas mažiau dalyvauja tokiuose sektoriuose kaip mokymo ar priežiūros darbai. Moterys dažniausiai dirba švietimo ir sveikatos sektoriuje, lyginant su vyrų užimtumo lygiu šiame sektoriuje.

Šioje literatūros apžvalgoje buvo nagrinėjami iššūkiai, su kuriais susiduria etninių mažumų moterys darbo rinkoje, galimos kliūtys patekti į darbo rinką, verslo įgūdžiai, reikalingi moterims iš etninių mažumų, taip pat galimos paramos strategijos ir strategijos, susijusios su tautinių mažumų moterų įgalinimu. Green, Moore, Easton ir Heggie (2004) apibendrina pagrindinius barjerus moterų, priklausančių etninėms mažumoms, įsidarbinimui ir progresui:

1. Vaikų priežiūra / rūpinimasis kitais,
2. Lankstaus darbo laiko stoka,
3. Paramos stoka,
4. Lūkesčiai progresuoti – savigarba, pasitikėjimas savimi ir saviveiksmingumas,
5. Tinkamos įsidarbinimo galimybės ir mokymai.

Moterys iš etninių mažumų verslo sektoriuje taip pat susiduria su tokiais barjerai, kaip menkos galimybės įsidarbinti, finansiniai sunkumai, komunikacija ir kalba, socialiniai, instituciniai, kultūriniai ir psichologiniai barjerai.

Norint įgalinti moteris iš etninių mažumų, būtina suteikti joms reikiamų įgūdžių, reikalingų socialinio verslo įmonėje. Todėl verslo įgūdžių lavinimas yra pagrindinis žingsnis įgalinant moteris verslininkes socialinio verslo įmonėse. Literatūroje pagrindiniai verslumo įgūdžiai yra suskirstyti į keturias pagrindines kategorijas: 1) techninius įgūdžius, 2) vadybos įgūdžius, 3) verslumo įgūdžius ir 4) asmeninės brandos įgūdžius. Adeyemo (2009) teigia, kad verslumo įgūdžiai yra esminiai įgūdžiai, reikalingi norint kad socialiniai verslininkai galėtų pradėti, plėtoti, finansuoti ir sėkmingai vystyti savo įmonę.

Taip pat labai svarbu sukurti galimas paramos strategijas ir politiką, skirtą etninėms mažumoms priklausančioms moterims pasauliniu lygmeniu. Visame pasaulyje įgyvendinamos įvairios socialinės strategijos, kuriomis siekiama padidinti moterų dalyvavimą darbo rinkoje.

Paprastai jos orientuojasi į vaikų priežiūros paslaugas, laisvalaikio praleidimą, lanksčių darbo sąlygų kūrimą ir aktyvios darbo jėgos politiką. Geros kokybės, pasiekiamos ir prieinamos oficialios priežiūros paslaugos yra svarbios suteikiant galimybes vyrams ir moterims, atsakingiems už kitų priežiūrą. Tai yra reikšmingos užimtumo kliūčių pašalinimo priemonės (Europos Sąjunga, 2017; 2018). Be to, labai svarbu kurti ir plėtoti mokymo programas, pagrįstas etninių mažumų atstovų mokymo poreikiais socialinio verslo įmonėse.

Etninių mažumų moterims suteikiant reikiamų įgūdžių ir įrankių, reikalingų plėtojant socialinio verslo įmones, vyks jų įgalinimas ir bus užtikrintas geresnis moterų įsitraukimas į verslo rinką. Mokymų darbe galimybės ir įsitraukimas į netradicinius vaidmenis gali padidinti moterų galimybes patekti į naujas ir aukštesnio lygio pareigas ir pagerinti jų vadovavimo bei sprendimų priėmimo įgūdžius. Padidėjusios pajamos ir padidėjusi pajamų kontrolė taip pat padidina moterų perkamąją galią. Šios įgalintos moterys gali dažniau pirkti socialinio verslo įmonių paslaugas ir tapti socialinio verslo įmonių konteksto dalimi padidinant socialinį poveikį. Orientavimas ir konsultavimas yra pagrindiniai strateginiai elementai įgyvendinant mokymosi visą gyvenimą ir įsidarbinimo strategijas regioniniu ir nacionaliniu mastu.

Remiantis literatūros apžvalga, buvo nustatyti pagrindiniai elementai, siekiant įtraukti moteris iš etninių mažumų į socialinio verslo įmonių aplinką ir kurti bei diegti novatorišką mokymo medžiagą ir priemones įvairiais etapais ir lygiais.

Literatūros ir šaltinių sąrašas

- Adeyemo, S.A. (2009). Understanding and acquisition of entrepreneurial skills: A pedagogical re-orientation for classroom teacher in science education, *TÜFED-TUSED/ 6(3)*, 57 – 65.
- Akgeyik, T. (2017). Factors That Affect Labor Force Participation Of Women in Turkey: Analysis of data from Turkish statistical institute. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 70(1), 31-53.
- Alexandre-Leclair, L. (2014). Diversity as a motive for entrepreneurship?: The case of gender, culture and ethnicity. *Journal of Innovation Economics & Management*, 2(14), 157-175.
- Barrett, R. (2010). Disadvantaged groups in the labour market. *Economic and Labour Market Review*, 4(6), 18-24.
- Berdahl, J.L., & Moore C. (2006). Workplace harassment: double jeopardy for minority women. *Journal of Applied Psychology* 2006, 91(2):426-36.
- Boateng, A. (2018). *African female entrepreneurship merging profit and social motives for the greater good*. Palgrave Macmillan.
- Bornstein, D., & Davis, S. (2010). *Social entrepreneurship: What everyone needs to know*. Teaching notes. Oxford University Press, New York.
- Braun, P. (2008). Women Entrepreneurs In The Digital Economy: What Skills Do They Really Need?. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/28ab/5a278c1f8532e36278fdda037e52f1b30da5.pdf>
- Carter, S., Mwaura, S., Ram, M., Trehan, K. and Jones, T. (2015). 'Barriers to ethnic minority and women's enterprise: Existing evidence, policy tensions and unsettled questions', *International Small Business Journal*, Vol. 33, No. 1, pp. 49–69.
- Catalyst. (2009). Quick Take: Women in the Workforce—Europe. Retrieved from <https://www.catalyst.org/research/women-in-the-workforce-europe/>.
- Ceci, S.J., Williams, W.M., Sumner, R.A., & DeFraine, W.C. (2011). Do subtle cues about belongingness constrain women's career choices? *Journal of Psychological Inquiry*, 22(4), 255-258.
- Davidson, M. J., Fielden, S. L. and Omar, A. (2010). 'Black, Asian and minority ethnic female business owners: Discrimination and social support', *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 16, No. 1, pp. 58-80.
- Dees, J.G. (1998). *The meaning of social entrepreneurship*. Kauffman Foundation and Stanford University, Kansas City, MO and Palo Alto, CA.
- English, F.W. (2006). *Encyclopedia of educational leadership and administration*. United States of America: Sage Publications.
- ETF. (2014). Training and support for women's entrepreneurship. ETF Working Paper. Retrieved from

- https://www.etf.europa.eu/sites/default/files/m/A6FAE24F1DE8FA27C12580DC005F733D_Women%20entrepreneurship.pdf
- European Union. (2017). European Semester: Thematic factsheet – Women in the labour market. Retrieved from https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/european-semester_thematic-factsheet_labour-force-participation-women_en_0.pdf
- European Union. (2018). 2018 Report on equality between women and men in the EU. Retrieved from https://ec.europa.eu/newsroom/just/document.cfm?doc_id=50074.
- Eurostat (2019). (Online data code: une_rt_m). Retrived from:
https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=une_rt_m&lang=en
- FAO, IFAD & ILO (2010). Investing in skills for socio-economic empowerment of rural women. Retrieved from https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/documents/publication/wcms_150831.pdf
- Global Entrepreneurship Monitor (2019/2020) Global Report. Retrieved from: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50443>
- Global Entrepreneurship Monitor (2018/2019) Global Report. Retrieved from: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50213>
- Glasgow Works. (2011). *Working with ethnic minority clients: A toolkit for employability partnerships and projects*. Retrieved from http://www.employabilityinscotland.com/media/111232/working_with_ethnic_minority_clients.pdf.
- Government Equalities Office. (2008). Social Enterprise: Making it Work for Black, Asian and Minority Ethnic Women. Retrieved from https://www.equality-ne.co.uk/downloads/271_SocialEnterprise.pdf
- Gyapong, E., Monem, R. M. and Hu, F. (2016). ‘Do Women and Ethnic Minority Directors Influence Firm Value? Evidence from Post-Apartheid South Africa’, *Journal of Business Finance*, Vol. 43, No. 3-4, Issue: March-April, pp. 370-413.
- Harding, R. (2007). *State of women’s enterprise in the UK*. Prowess Ltd.
- Hilmann, F. (1998). Türkische Unternehmerinnen und Beschäftigte im Berliner ethnischen Gewerbe. WZB discussion paper FS I 97-101, Berlin
- Hisrich, R., & Brush, C. (1984). The woman entrepreneur: Management skills and business problems. *Journal of Small Business Management*, 22(1), 30-37. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1505240>
<http://repository.upenn.edu/sire/8>
- ILO. (2013). The sex and race workplace double whammy. Retrieved from https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/features/WCMS_203525/lang-en/index.htm
- International Labor Organization (ILO). (2018). *World employment social outlook trends for women 2018 Global snapshot*. Retrieved from https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_619577.pdf.
- Kahanec, M., Zaiceva, A., & Zimmermann, K.F. (2010). *Ethnic minorities in the European union: An overview*. Germany: The Institute for the Study of Labor (IZA).

- Kamenou, N. (2002). *Ethnic minority women in English organisations career experiences and opportunities*. Thesis. The University of Leeds.
- Kıral, G., & Karlılar, S. (2017). Factors affecting female labor force participation in Turkey: an analysis on Adana province. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(3), 272-286.
- Kwong, C., Jones-Evans, D., & Thompson, P. (2012). Differences in perceptions of access to finance between potential male and female entrepreneurs: Evidence from the UK. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 18(1), 75-97.
- Li, Y., & Heath, A. (2017). The socio-economic integration of ethnic minorities. *Social Inclusion*, 5(1), 1-4.
- London, M., & Morfopoulos, R.G. (2010). *Social entrepreneurship*. New York: Routledge.
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.
- Miller T.L., Wesley C. L., & Williams D.E. (2012). Educating the minds of caring hearts: Comparing the views of practitioners and educators on the importance of social entrepreneurship competencies. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 349-370.
- Mokta, M. (2014). Empowerment of women in India: a critical analysis. *Indian Journal Of Public Administration*, LX(3), 478-88.
- O'Neil, T., Domingo, P., & Valters, C. (2014). *Progress on women's empowerment from technical fixes to political action*. Working Paper No. 6. London: ODI. Retrieved from <https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/9282.pdf>.
- Poon, D. (2011), The emergence and development of social enterprise sectors, *Social Impact Research Experience (SIRE)*. 8.
- Rahman, A. (2013). Women's Empowerment: Concept and Beyond. *Global Journal of Human Social Science*, 13(6), 8-14.
- Rahman, M. Z. Ullah, F. and Thompson, P. (2018). Challenges and issues facing ethnic minority small business owners: The Scottish experience. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, doi: 10.1177/1465750317753932
- Smith, W.L., Schallenkamp, K., & Eichholz, D.E. (2006). Entrepreneurial skills assessment: An exploratory study. *International Journal of Management and Enterprise Development*, 4(2). <https://doi.org/10.1504/IJMED.2007.011791>
- Stiell, B., & Tang, N. (2006) Ethnic minority women and access to the labour market in Newcastle. Sheffield Hallam University [online]. Retrieved from <http://circle.group.shef.ac.uk/wp-content/uploads/2018/05/bme-women-newcastle.pdf>
- Stromquist, N. P. (1995). The theoretical and practical bases for empowerment. In C. Medel-Anonuevo (Ed.), *Women, Education and Empowerment: Pathways towards Autonomy* (pp. 13-22). Hamburg, Germany: UNESCO Institute for Education.
- Sümer, G. (2015). *Effect of social policies for women on participation labor force and employment of the women: An implementation on people receiving widows' and orphans' payments in Bursa (Turkey)*. Master thesis. Uludağ University, Social Science Institution.

- Thevenon, O. (2009). Increased women's labour force participation in Europe: Progress in the worklife balance or polarization of behaviours?. *Population*, 64(2), 235-272.
- Wang, Q. (2013). 'Industrial concentration of ethnic minority- and women-owned businesses: Evidence from the survey of business owners in the united states', *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, Vol. 26, No. 3, pp. 299-321
- World Bank, (2019). Labor force, female (% of total labor force). Retrieved from <https://data.worldbank.org/indicator/SL.TLF.TOTL.FE.ZS?locations=LT>
- Yılmaz, A., Bozkurt, Y., & Izcı, F. (2008). A research on difficulties women employees face at public sector workplaces. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 89-114.