

УДК 338.2

## ГЕНДЕРНЫЕ АСИММЕТРИИ В ЭКОНОМИКЕ: ВЛИЯНИЕ «НАЛОГА НА РОЗОВОЕ» И «СТЕКЛЯННОГО ПОТОЛКА» НА РАЗВИТИЕ ЖЕНСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Кочнева А.А., студент гр. ЭОб-211, IV курс

Научный руководитель: Шутько Л.Г., к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО Кузбасский государственный технический университет  
имени Т. Ф. Горбачева  
г. Кемерово

Современные экономические системы характеризуются устойчивым воспроизводством гендерных асимметрий, которые на микроэкономическом уровне проявляются в гендерной дифференциации механизмов ценообразования товаров и услуг, а на макроэкономическом – в ограничениях профессиональной мобильности женщин в корпоративном секторе и предпринимательской деятельности. Примером данных гендерных неравенств в рыночной экономике являются такие феномены как «налог на розовое» и эффект «стеклянного потолка».

Актуальность исследования данных феноменов обусловлена не только экономическими причинами, такими как необходимость устранения дискриминационных барьеров для развития женского предпринимательства и изучения влияния гендерных диспропорций на совокупный спрос и производительность труда для их дальнейшего развития, но и социальными последствиями для общества. Феномены «налога на розовое» и «стеклянного потолка» представляют собой взаимосвязанные институциональные барьеры, формирующие гендерную дискриминацию в современной рыночной экономике. «Налог на розовое» как форма ценовой дифференциации и «стеклянный потолок» как система неформальных ограничений, создают устойчивые диспропорции, оказывающие существенное влияние на макроэкономические показатели страны.

Современные рынки демонстрируют устойчивые шаблоны и правила ценообразования, которые обусловлены не только объективными факторами такими как себестоимость, спрос и конкуренция, но и социально-культурными стереотипами участников рынков. Одним из таких проявлений является «налог на розовое» – практика установления более высокой цены на товары и услуги, предназначенные для женщин, при отсутствии значимых различий в функциональности или качестве по сравнению с аналогичными «мужскими» товарами. Данное явление имеет глубокие исторические корни, связанные с гендерными ролями и потребительскими ожиданиями, однако стоит отметить, что изучение названного феномена началось лишь в последние десятилетия.

Феномен получил своё название благодаря культурно-исторической распространённой практике использования розового цвета и «женственных» дизайнов для маркировки товаров, предназначенных для женщин.

А. Э. Назарова, Ю. С. Якунина приводят результаты исследования гендерного ценообразования на основе 35 типов товаров в результате которого было выявлено, что «женские товары стоят в среднем на 7% дороже по сравнению с мужскими, т.ч. :

- игрушки и аксессуары – на 7%;
- детская одежда – на 4%;
- одежда для взрослых – на 8%;
- товары личной гигиены на – на 13%» [1].

Стоит отметить, что современные ученые-экономисты высказывают мнение, что термин «налог» в данном феномене носит формальный характер. Е. В. Ягудинова и А. С. Рыжова отмечают, что «розовый налог» «по своей экономической сущности налогом не является, так как не обладает ни одним из признаков налога», а скорее является лаконичным названием для понимания под ним наценки или дополнительной суммы денег на товары или услуги, входящих в стоимость товара и начисляемых по гендерному признаку [2].

Появление феномена «налога на розовое» современные экономисты и маркетологи обосновывают целым рядом причин, в т.ч. тем, что производители используют гендерные стереотипы для создания иллюзии уникальности продукта, что позволяет устанавливать более высокие цены. Считается, что женщины демонстрируют меньшую ценовую чувствительность при покупке товаров, ассоциируемых с традиционными женскими ролями. Культурные ожидания также формируют устойчивый спрос даже при завышенных ценах на данную категорию товаров.

Влияние «налога на розовое» заключается не только в ценовой дискриминации потребителей по гендерному признаку, но и негативно оказывается на инвестиционной составляющей развития женского предпринимательства. Отягощение семейных бюджетов «налогом на розовое» приводит к сокращению личных сбережений потенциальных предпринимательниц. Уменьшается их финансовая возможность накапливать стартовый капитал для организации бизнеса. Налог способствуетискажению потребительского поведения и рыночных возможностей для женщин-предпринимательниц. Страх неконкурентоспособности из-за ценовых стереотипов снижает мотивацию к запуску собственных бизнес-проектов.

Феномен «стеклянного потолка» представляет собой сложный институциональный барьер, оказывающий существенное влияние на экономическую динамику через механизмы ограничения социальной мобильности в силу гендерной дискриминации и неэффективного распределения человеческого капитала по сферам деятельности. Искусственные (гендерные) ограничения профессионального роста квалифицированных кадров приводят к существенным потерям совокупной производительности в экономике в целом.

Проблема «стеклянного потолка» в трудовых корпоративных отношениях рассматривается во многих научных современных исследованиях. Н. С. Гилева, О. В. Кайгородова и Г. М. Радянская приводят результаты распределение-

ния ответов респондентов на вопрос: «Бывали ли случаи, когда вас не продвигали по службе, отдавая предпочтение претенденту мужчине, при том, что ваша квалификация и опыт были одинаковыми/сопоставимы?» [3]. Результаты опроса представлены в виде диаграммы на рис. 1.

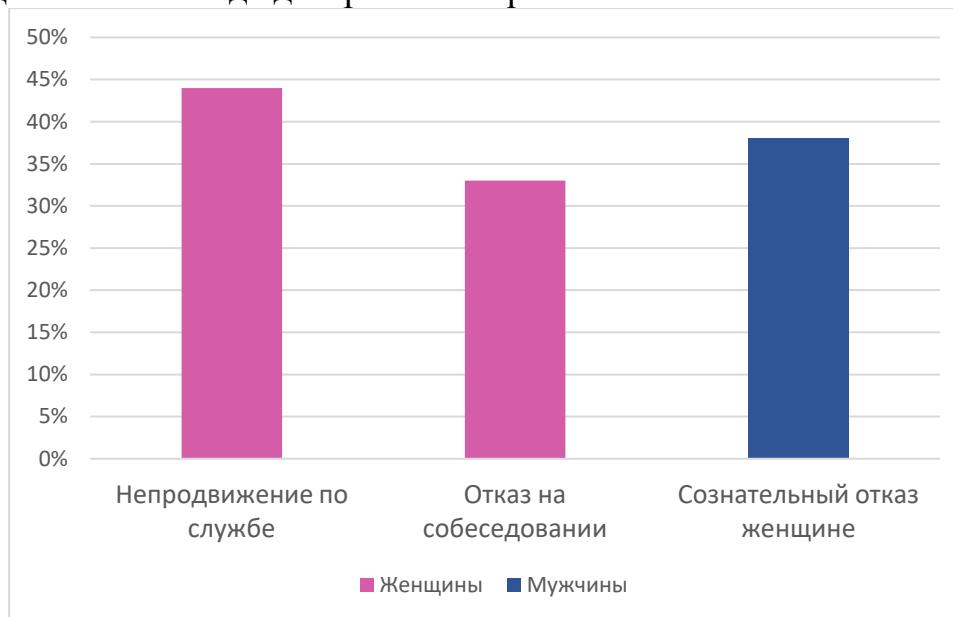


Рис. 1. Результаты опроса мужчин и женщин по вопросам гендерной трудовой дискриминации

Следует отметить, что в России практически отсутствует официальная статистика по гендерной трудовой дискриминации, что усложняет процесс систематизации и анализ подобных случаев.

Особую проблему представляет влияние данного феномена на инновационную активность российской экономики. Ограничение доступа к управляемым позициям для значительной части высокообразованных женщин-специалистов снижает общий уровень предпринимательской инициативы и тормозит технологическое развитие. В российских условиях это усугубляется региональной асимметрией – в субъектах РФ с более традиционными социальными нормами гендерные диспропорции в бизнесе выражены значительно сильнее, а также отраслевой спецификой региональной экономики, например, в Кузбассе [4].

Ограниченные карьерные перспективы в целом ряде секторов экономики снижают отдачу от инвестиций в образование для женщин, что в долгосрочной перспективе ведет к недоинвестированию в человеческий капитал. В результате экономика недополучает квалифицированные кадры, а потенциальные работники-женщины не видят смысла в повышении своей квалификации.

Вместе с тем позитивный тренд выражается в том, что «стеклянному потолку» и другим на него похожим феноменам, имеющим такие метафорические названия как, например, «стеклянная скала», «липкий пол», «стеклянный эскалатор», выражают специфику процессов продвижения женщин по служебной карьерной лестнице и осуществления предпринимательской деятельности, государством уделяется все большее внимание в последнее десятилетие

в нашей стране. Это послужило стимулом для формирования положительных изменений и трендов в профессиональной занятости населения страны и развитии женского предпринимательства.

Примером таких изменений является то, что в Кузбассе благодаря нацпроекту «Эффективная и конкурентная экономика», обучающим программам, направленным на развитие женского предпринимательства, консультативной помощи Центра поддержки предпринимательства Кемеровской области-Кузбасса «Мой бизнес Кузбасс» растет число женщин-предпринимателей. На март 2025 года было зарегистрировано 21646 женщин-индивидуальных предпринимателей (в 2024 г. – 21060), что составляет 43,9 % регионального бизнес-сообщества [5]. Вследствие этого можно сделать вывод, что целевые госпрограммы, развитие инфраструктуры поддержки предпринимательства дают значительный эффект в решение вопросов гендерной асимметрии в экономике.

Итак, «налог на розовое» способствует воспроизведству гендерного неравенства, увеличивая финансовую нагрузку на женщин, ограничивает их инвестиционные возможности. «Стеклянный потолок» ограничивает социальную мобильность женщин и способствует неэффективному межотраслевому (секторальному) распределению человеческого капитала. Рассмотренные феномены негативного влияют на развитие женского предпринимательства, ведут к потерям производительности труда, снижают экономический потенциал страны. Гендерное ценообразование и «стеклянный потолок» усугубляют финансовое неравенство в обществе, что делает эти явления не только социально, но и макро экономически значимыми. Проведенное исследование показало, что государство играет важную роль в преодолении гендерной асимметрии в экономике.

#### Список литературы:

1. Назарова А. Э. Ценовая дискриминация: налог на розовое // А. Э. Назарова, Ю. С. Якунина. – Текст: электронный // Сборник материалов XIV Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых с международным участием «Россия молодая», 19-2 апреля 2022 г. – г. Кемерово, 2022. – URL: <https://science.kuzstu.ru/wp-content/Events/Conference/RM/2022/RM22/pages/Articles/083919.pdf> (Дата обращения: 25.03.2025).
2. Ягудина Е. В. Экономическая сущность «розового налога» или «налога на розовое» // Е. В. Ягудина, А. С. Рыжова. – Текст: электронный // Сборник материалов V Международной научной конференции «Социально-экономические предпосылки и результаты развития новых технологий в современной экономике», 15 февраля 2023 г. – г. Нижний Новгород, 2023. URL: [https://kpfu.ru//staff\\_files/F1679410672/SBORNIK\\_5\\_Konferenciya\\_07.10.23.pdf](https://kpfu.ru//staff_files/F1679410672/SBORNIK_5_Konferenciya_07.10.23.pdf) (Дата обращения: 26.03.2025)
3. Гилева Н. С. Проблема стеклянного потолка в трудовых отношениях // Н. С. Гилева, О. В. Кайгородова, Г. М. Радянская, А. В. Присекин – Текст: электронный // Научный журнал «Закон и право». – Владивосток, 2021. – №. 9

– С. 200-205. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-steklyannogo-potolka-v-trudovyh-pravootnosheniyah/viewer> (Дата обращения: 27.02.2025) – Режим доступа : Научная электронная библиотека «КиберЛенинка».

4. Шутько, Л. Г. Накопление человеческого капитала и конкурентная привлекательность сибирского макрорегиона / Л. Г. Шутько // Материалы Международного экономического симпозиума «Интеграция Сибири в глобальное социально-экономическое пространство» : Сборник материалов на основе докладов Международного экономического симпозиума, Томск, 17–19 октября 2019 года / Под общей редакцией Е.В. Нехода, М.В. Чикова. – Томск: Издательский Дом ТГУ, 2020. – С. 122-128. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41559258> (Дата обращения: 25.03.2025).

5. Администрация Правительства Кузбасса // официальный сайт. – Текст: электронный. 2025. – URL: <https://ako.ru/news/detail/v-kuzbasse-blagodarya-natsproektu-uvelichilos-kolichestvo-zhenshchin-predprinimateley> (Дата обращения: 22.03.2025).