

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

кафедра социологии регионов

**СОЦИАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЖЕНСКОГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ**

**АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ**

студентки 2 курса 224 группы

по направлению 39.04.01 – Социология, Профиль «Демография»

Социологического факультета

Семеновой Юлии Александровны

Научный руководитель

доктор социологических наук, профессор \_\_\_\_\_ З.М. Дыльнова  
подпись, дата

Зав. кафедрой

кандидат философских наук, профессор \_\_\_\_\_ И.А. Бегина  
подпись, дата

Саратов 2016

## Введение

**Актуальность темы исследования.** Изменение социального и экономического положения женщины, произошедшее благодаря рыночным реформам становится всё более актуальной темой гендерных исследований в постсоветских обществах. В советский период социологами и экономистами неоднократно поднимался и исследовался вопрос об участии женщин в производстве наряду с исполнением обязанностей по дому. Несмотря на то, что понятия «гендерное неравенство», «профессиональная сегрегация» и «дискриминации на рынке труда» фактически исключены из современного социологического языка все-таки тема причин гендерной диспропорции практически не поднималась. Эти исследования являются редким примером попытки рассмотреть вопрос о положении женщины в обществе в целом и в рамках её профессиональной деятельности в частности. С началом реформ в бывшем СССР именно эта тематика начала активно выдвигаться в различных исследованиях, посвящённых гендерным вопросам. В 1990 году на основе Института социально-экономических проблем народонаселения РАН создается Московский центр гендерных исследований. основообразующим звеном коллектива стали женщины-ученые, обладающие большим исследовательским опытом различных областях знаний и естественно в сфере общественной политики и занятости женщин. Желание вскрыть причины гендерного неравенства в период переходной экономики, найти способы и пути его преодоления определяют основные пути для проведения исследований в этих областях.

Всё более усложняющиеся социальные отношения в постсоветской России ставят перед социологией задачу стратегического приспособления. Она должна стать созвучной новому этапу в сфере гендерных отношений. Возможно, один из способов достижения баланса заключается не только в разрыве связи социологии и социальной философии с эпистемологическими и онтологическими основами Нового времени, но и в их трансформации в постмодернистскую междисциплинарную ответственность в гендерных

отношениях. Социология нуждается в новом центре исследований, в пересмотренном наборе категорий, соотнесенном с трансформацией гендерных отношений в новой социальной реальности. Представляется, что категория «гендер» должна стать таким новым центром, который для современной социологии является одной из важнейших в анализе оснований «социальности» и её форм.

Сегодня «гендер» рассматривается как социально-экономический концепт, отличающийся фундаментальностью, многомерностью, полифункциональностью. В анализе «гендера» уже сложилось несколько подходов, что позволяет выделить его социально-экономические аспекты.

**Степень научной разработанности проблемы.** Изучению предпринимательства положили начало труды экономистов А. Смита, Д. Рикардо, Р. Кантильона, Ж.-Б. Сэя<sup>1</sup>.

Женскому предпринимательству были посвящены работы С.Ю. Барсуковой<sup>2</sup>, Г.Х. Гильманова<sup>3</sup>, Е.Л. Тимшина<sup>4</sup>, Е.В. Бабистоя-Прокопова<sup>5</sup> Различные аспекты предпринимательства в своих научных работах рассмотрели такие саратовские ученые как Е.В. Орлова, О.Ю. Голуб, Е.В. Лукьянова, Ю.А. Семенова, З.М. Дыльнова А.С. Абриталина.<sup>6</sup>

---

<sup>1</sup> Смит А. Игра на деньги. М., 2012; Рикардо Д. Начала налогообложения. М., 2010; Сэй Ж.-Б. Трактат по политической экономии. М., 2000.

<sup>2</sup> Барсукова С.Ю. Женское предпринимательство: специфика и перспективы // Социологические исследования. - Москва, - 2008г.

<sup>3</sup> Гильманова Г.Х.. Развитие женского предпринимательства в условиях трансформации российского общества: социологический анализ: автореферат дис. ... кандидата социологических наук - Волгоград, 2008. - 22 с.

<sup>4</sup> Тимшина Е.Л. Женское движение в общественно-политической жизни современной России: 1991-2011: автореферат дис. ... кандидата исторических наук : 07.00.02 / Тимшина. - Москва, 2012. - 31 с.

<sup>5</sup> Е.В.Басистая-Прокопова Особенности гендерного уклада малого предпринимательства: региональный аспект: Опыт социологического исследования: автореферат дис. ... кандидата социологических наук: 22.00.03 / Волгогр. гос. ун-т. - Волгоград, 2004. - 25 с.

<sup>6</sup> Орлова Е.В. Современное российское предпринимательство. Экономико-социологический анализ. Саратов, 2002; Семенова Ю.А Развитие малого предпринимательства в условиях формирующегося местного самоуправления современной России. Автореф. дис. ... на соиск. уч. ст. к. с. н. Саратов, 2005; Абриталина А.С. Женское предпринимательство: социально-экономические мотивации и факторы. Автореф. дис. ... на соиск. уч. ст. к. с. н. Саратов, 2006; З.М. Дыльнова Предпринимательство в транзитивном российском обществе : социологический анализ : диссертация ... доктора социологических наук : 22.00.03. - Саратов, 2006. - 332 с Лукьянова Е.В. Предпринимательство в аграрной сфере современной России: состояние и тенденции развития (социологический анализ). Автореф. дис. ... на соиск. уч. ст. д. с. н. Саратов, 2005.

**Объектом** исследования магистерской работы выступает женское предпринимательство как инициативная, самостоятельная деятельность граждан, осуществляемая от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность.

**Предметом** исследования является анализ социального потенциала женского предпринимательства в современной России.

**Целью исследования** является анализ социального потенциала женского предпринимательства в связи с особенностями становления предпринимательства в России.

Осуществление этой цели требует решения **исследовательских задач:**

1) проанализировать теоретические подходы к исследованию женского предпринимательства и уточнить сущность его природы;

2) определить социальное позиционирование субъектов предпринимательства современной России;

3) проанализировать социально-экономические факторы развития женского предпринимательства.

**Научная новизна магистерского исследования состоит в следующем:**

- проведен анализ гендерных отношений в дискурсе рыночных реформ в России;

- дана авторская интерпретация понятий «гендерное неравенство», «профессиональная сегрегация» и «дискриминации на рынке труда» применительно к условиям современного российского общества;

- изучены основные факторы развития женского предпринимательства;

- определена необходимость выявления новых социальных механизмов повышения адаптационных возможностей женского предпринимательства на рынке труда.

**Научная и практическая значимость** работы определяется его актуальностью, научной новизной, а также выводами как

общетеоретического, так и практического характера. Значимость работы определяется тем, что полученные результаты подтверждают данные об особенностях предпринимательства разделенного по гендерному признаку, говорят о разнообразии подходов к определению исследуемых феноменов. Стоит отметить, что практическая значимость гендерных исследований предпринимательской деятельности реализуется в порядке построения общественных взаимоотношений, характерных для мужчины и женщины, а также воздействия на общественные процессы (так называемый, «социальный аспект»), на основе изучения личностных характеристик внутри одной гендерной группы.

**Методология и методы исследования** социального потенциала женского предпринимательства сложились на базе концептуального аппарата социологической, экономической и политической наук. Из числа общенаучных методов в магистерском исследовании нашли применение системный и сравнительный подходы, междисциплинарный анализ. На основе системного подхода осмысливалась социальная сущность понятия женского предпринимательства. Сравнительный подход был использован в части анализа эмпирического материала при конструировании профиля образования и жизненного потенциала женщины-предпринимателя. Междисциплинарный анализ позволил обобщить и систематизировать теоретическую исследовательскую базу в различных областях знания.

**Эмпирической базой диссертационного исследования являются**

1. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», «О занятости населения в РФ»; указы Президента РФ и иные нормативные правовые акты федеральных органов государственной власти; законы и иные нормативно-правовые акты субъектов РФ; программные документы в области реформирования предпринимательства, целевые программы о дополнительных мероприятиях, направленных на поддержку предпринимательства в регионе.

2. Статистические данные Федеральной службы государственной статистики РФ, Управления Федеральной государственной службы занятости населения по Саратовской области.

3. Результаты социологических исследований Фонда «Общественное мнение» («О предпринимателях: возрастные границы, ценности, особенности» 2014 г., «Итоги 2014-го и ожидания от 2015-го» 2014 г.).

4. Собственную эмпирическую базу магистерской работы составляют - авторское исследование проведено методом анкетирования в 2015 году. В состав выборочной совокупности вошли женщины-предприниматели в Саратовской области (N=250).

**Апробация результатов исследования.** Основные положения выводы магистерской работы были представлены на заседаниях кафедры социологии регионов социологического факультета Саратовского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского в 2014-2016 гг. и в докладах на конференциях: Всероссийской научно-практической конференции «Социальные проблемы региона глазами студентов» (Саратов, СГУ, 2015, 2016 гг.); Международной научно-практической конференции «Этнический конфликт в современном мире: социологический аспект» (Саратов, 9 октября 2015 г.); Всероссийской научно-практической конференции «Поведенческие зависимости в повседневной жизни: социальные проекции» (Саратов, СГУ, 2014 г.); Международной научно-практической конференции «Дыльновские чтения» (Саратов, СГУ, 2015, 2016 гг.); Всероссийской научной конференции «Сорокинские чтения» (МГУ, Москва, 2016 г.).

**Структура работы.** Магистерская работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

### Глава 1 «Теоретические аспекты женского предпринимательства»

В современном российском обществе в результате экономических реформ и перехода к рыночным отношениям сформировалась, заняв прочные позиции, новая социальная группа предпринимателей, объединяющая бизнесменов и деловых людей. Не только их деятельность, но и личностные качества являются одним из ключевых элементов, оказывающих влияние на происходящее в социально-экономической сфере. Социально-профессиональная группа предпринимателей не однородна по своему составу. Это обуславливается несколькими факторами: выбранной сферой деятельности предпринимателя, степенью представленности на рынке и развитости бизнеса, индивидуальными моральными, культурными и психологическими особенностями бизнесмена.

Участие женщины в экономической деятельности бизнеса – это ещё одно из направлений гендерных исследований предпринимательской деятельности. Изучению подверглись: особенности адаптации «бизнесвумен» на различных этапах в особенности в период открытия бизнеса<sup>1</sup>, характерные для женщин способы построения карьеры<sup>2</sup>, причины стресса, социально-психологические особенности предпринимательской деятельности женщин<sup>3</sup>. В трудах Г.В. Турецкой «Деловая активность женщин и семья» и «Социально-психологическая типология деловой активности женщин» были определены типы этой активности. Как отмечает автор, ни один из них не соответствует стереотипам женственности, и наиболее это выражено в инновационном типе, который характерен для женщин в сфере бизнес.

---

<sup>1</sup> Корель Л.В. Женщина и рынок: социальные угрозы и факторы риска: социол. исслед / Общество и экономика. 2015. №5. С.87-101

<sup>2</sup> Здравомыслова О.М. Семья и общество: гендерные измерения российской трансформации. Текст.-М.: Едиториал УРСС, 2013.-152с.

<sup>3</sup> Чирикова А.Е., Кричевская О.Н. Социально-психологические проблемы становления женского предпринимательства. М.: ИП РАН, 2016.

Помимо прочего, происходило изучение персональных качеств, присущих двум группам предпринимателей: мужчинам и женщинам. Рассматривались вопросы построения отношений с деловыми партнерами, условий партнерства в бизнесе на этапе увеличения его доли в экономике РФ<sup>1</sup>, взаимоотношений между представителями бизнеса по признаку пола и исполнения негласных этических норм<sup>2</sup>, доверительности по отношению к бизнесу мужчины и женщины.<sup>3</sup>

Формирование гендерной теории в социологии представляет собой гораздо более масштабное явление, чем создание новой теории. Это пересмотр многих, ставших привычными, истин и представлений, касающихся взаимоотношений между людьми, признание изменений ценностных ориентаций человека; это новый взгляд на общество и на перспективы его развития. Гендерный аспект стратификации постиндустриального общества, ориентирующегося на индивида, на его уровень развития, качество и образ жизни, способствует изменению статуса индивида во всех общественных сферах, то есть на уровне реалий социальной жизни.

**Глава 2 «Социальное позиционирование субъектов предпринимательства современной России».** Как и любые хозяйствующие субъекты, малые предприятия предпринимательства выполняют двойную функции в системе социально-экономических отношений. С одной стороны, малые предприятия выполняют экономическую функцию, выступая как элемент социально-экономической структуры, т.е. ведя хозяйственную деятельность и уплачивая налоги. Но, одновременно с этим, они выполняют

---

<sup>1</sup> Барсукова С.Ю. Женское предпринимательство: специфика и перспективы / Социологические исследования. 2009. №9. С.75-84.

<sup>2</sup> Купрейченко А.Б. Отношения личности к соблюдению нравственных норм в зависимости от психологической дистанции (у предпринимателей и менеджеров). Дисс..... к.п.н. М., 2001. С.117-119.

<sup>3</sup> Журавлев А.Л., Сумарокова В.А. Доверие предпринимателей к разным видам организаций: региональные особенности / Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений / Отв.ред.А.Л. Журавлев, Е.В. Шорохова. М., Изд-во «Институт психологии РАН», 2008. С. 258-272, Позняков В.П. Региональные и гендерные особенности доверия российских предпринимателей к различным видам организаций / Экономическая психология в России и Беларуси / Под ред.А.Л.Журавлева и В.А.Поликарпова. Минск: Экономпресс, 2007.С.294-298.

и социальную функцию, так как воспроизводят социальное отношение работающих на них людей<sup>1</sup>.

В условиях экономического кризиса целевой функцией макроэкономической политики России становится переход экономики с сырьевого на инновационный путь развития и обеспечение устойчивого экономического роста. Малое предпринимательство представляет собой один из самых массовых форм бизнеса; при эффективной политике именно малое предпринимательство в значительной мере определяет социально-экономическое и инновационное развитие страны. Малое предпринимательство – в силу своих особенностей – наиболее чувствительно к изменениям внешней среды и является весьма рискованным видом деятельности, особенно в условиях нестабильно функционирующей экономики<sup>2</sup>. Предприниматель – один из важнейших акторов любых рынков, потому что предпринимательская деятельность – целенаправленный поиск, открытие и использование возможностей. Предпринимательские стратегии строятся на сочетании рационального и эмоционального, использовании формальных и неформальных институтов, рыночных и сетевых ресурсов, в поле применения различных социологических концептов. Предприниматели – одна из немногих социальных групп, обладающих возможностью влиять на социально-экономическое развитие России, предвидеть будущее<sup>3</sup>.

В верно функционирующей экономике предпринимательство выполняет ряд функций. Перечислим некоторые из них: способствует развитию рыночных отношений, поскольку по своей природе антимонопольно; обеспечивает политическую и социальную стабильность; сглаживает последствия структурных изменений в экономике, особенно в период кризиса; способствует уменьшению уровня безработицы, обеспечивая население новыми рабочими местами; содействует развитию частного

---

<sup>1</sup> Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления. – М.: ГУ ВШЭ, 2013. – 325 с., Радаев В.В. Эволюция организационных форм в условиях растущего рынка. – М.: ГУ ВШЭ, 2010. – 60 с.

<sup>2</sup> Этнос предпринимательства. М.: ИНИОН РАН, 2005.

<sup>3</sup> Вавилов О.О. Предпринимательство как социальный институт // Регионоведение, 2007, №3. – С.190-196.

бизнеса и мотивирует граждан на ведение предпринимательской деятельности; привлекает накопления людей в инвестиции; подготавливает кадры; создает здоровую конкуренцию; способствует внедрению инноваций<sup>1</sup>.

Уровень развития предпринимательства определяют три фактора, носящих социальный характер: мобильность рабочей силы, развитость традиций предпринимательства, сложившихся в обществе, качество поддержки.

В этих условиях, на наш взгляд, должна быть создана возможность для бизнеса, участвовать в развитии социальных услуг, что является одним из направлений социального предпринимательства. Сейчас на уровне федерального Правительства решается вопрос о выделении дополнительных средств на формирование сети муниципальных, дошкольных учреждений. Всего на 2013-2016гг. требуется 541 млрд. рублей. Из них 281,5 – из федерального бюджета и 259,5 – из региональных. Но не проще ли создать условия для развития частного сектора в соцсфере при финансовом участии государства? Скорейшее решение этого вопроса будет способствовать улучшению демографической ситуации в регионах. Ведь по оценкам экспертов доступность социальных услуг для детей – один из главных факторов, способствующих росту рождаемости.

**Глава 3. «Социально-экономический анализ женского предпринимательства»** В настоящее время жизненная стратегия женщин определяется в зависимости от отношений исследуемой группы женщин к таким видам жизнедеятельности, как: семья, образование, предпринимательство, профессия, общественно-политическая деятельность, другие, то есть подчинены их интеграционной включенности в общественные процессы, степени ее адаптированности в социуме. Семейно-ориентированные и профессионально-ориентированные модели реализации

---

<sup>1</sup> Беленький В.Х., Паульман В.Ф. Предпринимательство: развитие природа проблемы. Социс, 2012, №10.- С.11-20, . Паульман В.Ф. Системный анализ экономического кризиса // Банковское дело. 2012, №2.

жизненных потребностей являются для них главенствующими и находятся в состоянии конкуренции.

Женское предпринимательство в нашей стране весьма разнообразно по своим формам и способам бизнеса. Активизируется бизнес, который традиционно считается женским: торговля, сервис, салоны моды и красоты. Женщины с предпринимательской жилкой не ограничиваются освоенными сферами, они вторгаются в типично мужские отрасли бизнеса и завоевывают новые рубежи. В настоящее время, по данным<sup>1</sup>, для женщин-предпринимателей, открывающих собственное дело, характерны следующие мотивы: ориентированность на высокую прибыль; освобождение от начальства; самостоятельность; самореализация; занятие любимым делом.

Согласно отечественным источникам, рассматривающим проблемы женского предпринимательства, для современных женщин-предпринимателей в достаточной мере характерна нацеленность на материальные достижения. Однако, по мнению А.Е.Чириковой<sup>2</sup>, материальный мотив в деятельности женщин-предпринимателей не является единственно доминирующим: в числе других определяющих мотивов – наравне с получением высоких доходов – следует назвать такие мотивы, как профессиональный интерес и самореализация.

На основе существующих публикаций, исследующих данную проблематику<sup>3</sup>, выделим три основных способа вхождения женщин в предпринимательскую деятельность, обосновывающих их систему мотиваций.

1. Связан с теми жесточайшими материальными проблемами, в которых оказались многие россиянки после начала в стране реформ.

---

<sup>1</sup> Бабаева Л.В., Нельсон Л. Деловая активность женщин в новых экономических структурах // Социс, 2012. №5.

<sup>2</sup> Чирикова А.Е. Лидеры женского бизнеса: материалы интервью // Социологический журнал. 2006. №3/4.

<sup>3</sup> Вейнингер О. Пол и характер: принципиальное исследование. Текст.-М., 2012.-480с., Гендерное измерение социальной и политической активности в переходный период / под ред. Е. Здравовысловой, А. Тимкиной. СПб., 2006. Женщины в меняющемся мире. М., 2012, Женщины России: проблемы адаптации и развития в новых экономических условиях: сб.науч.-метод. Материалов. Иваново, 2015.

Женщины, оставшиеся без работы, были вынуждены заняться коммерческой деятельностью. Чаще всего такая работа не была связана с прежней профессией, а имела отношение к торговле и посреднической деятельности. Такой способ адаптации к рыночным отношениям характерен, на наш взгляд, для второй и четвертой групп семейно-профессиональной ориентации по В.Брайсон.

2. Стимулировался внешними обстоятельствами, которые подталкивали женщин к тому, чтобы взять на себя дополнительную ответственность. Этот способ получил распространение в период смены форм собственности в ходе системных реформ. Чаще всего здесь встречаются представительницы административного управления в сфере бытовых услуг, в которых имеется традиционное преобладание женщин. Такой путь вхождения в бизнес характерен в большей степени для представительниц второй группы, ориентированных в равной степени на работу и семью.

3. Это женщины, четко ориентированные на бизнес как самоцель (представительницы третьей группы, имеющие осознанную ориентацию на построение карьеры). Отметим, что россиянки в первой и четвертой группах, преимущественно сконцентрированные на семье, не получали реальной возможности развития своего бизнеса. Характерная для них самозанятость, дает возможность иметь им дополнительный источник дохода в большей социальной защищенности женщин, занимающихся домашним хозяйством. Женский вопрос остается наиболее проблематичным и обсуждаемым на всех уровнях власти. В настоящее время это одно из приоритетных направлений в социальной политике РФ.

## Заключение

Сегодня женское предпринимательство - весьма перспективное направление, имеющее особую социальную значимость. Нестабильная экономика во времена кризиса способствует дальнейшему подъему женского предпринимательства. Именно женщины активно приобретают навыки управления фирмами в ситуации неопределенности, опираясь на свою внутреннюю гармонию и интуитивный подход к решению проблем. Многие женщины-предприниматели открывают бизнес, движимые материальными и социальными обстоятельствами, вынуждающих их брать ответственность на себя. Лишь немногие деловые женщины реализуются в бизнесе как личности. Изучая структуру мотивации женщин и мужчин-бизнесменов, В.В.Бодрова<sup>1</sup> пишет, основные различия между ними: бизнес-деятельность у женщин в гораздо большей степени сконцентрирована на состояниях и ощущениях людей, находящихся в ее окружении, за которых она несет свою ответственность. Внутренняя ее сензитивность порождает ту особую восприимчивость к состоянию других людей, которая в большой мере способствует регулированию мотивационного

Самомотивированность женщин, которые активны в бизнесе, более динамична, чем у мужчин, профессионально реализующих себя в бизнесе. Состояние фирмы; команда, с которой она делает бизнес; финансовое давление, высвобождающееся на нее; личная ее самооценка и т.п. являются факторами, определяющими иерархию ценностей в системе ценностей предпринимательниц. Для женщин, развивающих свой бизнес, со временем достаточно важным становится профессиональный рост; они предъявляют к себе достаточно высокие профессиональные требования. Находясь в бизнес-пространстве, деловые женщины быстро ориентируются и переосмысливают свои профессиональные возможности. Однако такой мотив, как самоутверждение, занимает довольно скромную позицию в системе

---

<sup>1</sup> Бодрова В.В. Поведение женщин на рынке труда. М., 1994. С.41-44.

мотивов женщин-предпринимателей. Низкий рейтинг данного мотива в качестве фактора, способствующего росту карьерных устремлений женщин-предпринимателей, свидетельствует об особой, специфической структуре мотивов российского женского предпринимательства по сравнению с материалами международных исследований. Это означает, что в России женский менеджмент имеет свою траекторию развития.

Выводы, полученные в рамках теоретических исследований и эмпирическое подтверждение данных об особенностях предпринимательства разделенного по гендерному признаку, говорят о разнообразии подходов к определению исследуемых феноменов. Стоит отметить, что большинство гендерных исследований предпринимательской деятельности реализованы на базе изучения порядка построения общественных взаимоотношений, характерных для мужчины и женщины, а также воздействия на общественные процессы (так называемый, «социальный аспект»), на основе изучения личностных характеристик внутри одной гендерной группы. В отличие от этих работ, мы предприняли попытку комплексно рассмотреть социальный потенциал женского предпринимательства.

**Основное содержание работы** изложено в следующих публикациях автора:

1. Семенова Ю.А. Женское предпринимательство в современном российском обществе: особенности и перспективы // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. Выпуск 2. 2014. Т.14. С.17-19. ISSN 1814-733X. ISSN 1818-9601
2. Семенова Ю.А. К вопросу об идеальном типе предпринимательства. // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. №3(52)2014. С.125-128. ISSN 1994-5094
3. Семенова Ю.А. Социальное предпринимательство: Мифы и реальность.// Мир в эпоху модернизации и глобализации: политические, экономические и социокультурные аспекты. Международная научно-практической

- конференция. - Пенза: Приволжский Дом знаний, 2014.-С.105-107. ISBN 978-5-8356-1479-0
4. Семенова Ю.А. Некоторые аспекты постфеодалного мышления и женское предпринимательство в современной России.// Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. Выпуск 2. 2015. Т.15. С.42-44. ISSN 1814-733X. ISSN 1818-9601
  5. Семенова Ю.А. Социальное предпринимательство в современном российском обществе: особенности и перспективы.// Международная научно-практическая конференция « Social and economic development and quality of life: history and modern times» Пенза.,2015г.-С.74-77 ISBN 978-80-7526-007-9
  6. Семенова Ю.А. Общественное движение женщин как основной фактор развития предпринимательства.// Международная научно-практическая конференция «Современные пути развития науки и образования» г. Смоленск, 2015.-С.165-167. ISBN 978-5-9906398-3-6
  7. Семенова Ю.А. Развитие системы социальной ответственности предпринимательства. Национальная ассоциация ученых. №7(12)2015. Часть 2. XII Международная научно-практическая конференция «Отечественная наука в эпоху изменений: постулаты прошлого и теории нового времени» г.Екатеринбург. С.114-116 ISSN 3385-8879
  8. Семенова Ю.А. Предпринимательство в России на рубеже столетий: старые и новые проблемы // Международная научно-практическая конференция «Дыльновские чтения» Саратов, 12 февраля, 2016 г. С.64-67