

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. Сэя¹.

Женскому предпринимательству были посвящены работы С.Ю. Барсуковой², Г.Х. Гильманова³, Е.Л. Тимшина⁴, Е.В. Бабистоя-Прокопова⁵ 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.⁶

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

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

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

⁴ 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.

⁵ 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.

⁶ 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 и 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 бизнеса¹, характерные для женщин способы построения карьеры², причины стресса, социально-психологические особенности предпринимательской деятельности женщин³. 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.

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

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

³ 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 РФ¹, взаимоотношений между представителями бизнеса по признаку пола и исполнения негласных этических норм², доверительности по отношению к бизнесу мужчины и женщины.³

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

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

² 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.

³ 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 людей¹.

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 экономики². 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 будущее³.

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

¹ 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.

² Этнос предпринимательства. М.: ИНИОН РАН, 2005.

³ 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 инноваций¹.

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.

Глава3. «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

¹ 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 данным¹, 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.Чириковой², 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 проблематику³, 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.

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

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

³ 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.Бодрова¹ 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

Самотивированность 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

¹ 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 постфеодального 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