

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра экономической теории
и национальной экономики

**Женское предпринимательство как современная форма в
предпринимательской деятельности в российской экономике**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТА

Студентки 5 курса 561 группы

Направления подготовки бакалавриата 38.03.01

Экономика предпринимательства

экономического факультета

Герасимовой Марии Сергеевны

Научный руководитель:

к.э.н., доцент

О.В. Сенокосова

Зав. кафедрой:

к.э.н., доцент

Е.В. Огурцова

Саратов 2025

Введение. Актуальность темы выпускной квалификационной работы обусловлена ростом значимости женского предпринимательства в формировании современной экономики России. Женщины вносят существенный вклад в развитие социально-ориентированных бизнесов, создают рабочие места, участвуют в цифровизации и преодолевают гендерные барьеры, несмотря на структурные и институциональные ограничения. Эти процессы требуют научного анализа и осмысления.

Цель работы — провести комплексное исследование женского предпринимательства в России для выявления его особенностей, факторов развития, существующих проблем и перспектив.

Задачи исследования:

- Исследовать формы и этапы развития женского бизнеса;
- Выявить внутренние и внешние факторы, влияющие на предпринимательскую активность женщин;
- Проанализировать роль женского предпринимательства в социально-экономическом развитии;
- Сравнить особенности женского бизнеса в России и за рубежом;
- Выработать практические рекомендации по поддержке женщин-предпринимателей.

Объект исследования: женское предпринимательство в России.

Предмет: формы функционирования и механизмы развития женского бизнеса.

Методы исследования: сравнительный, системный, контент-анализ, статистический анализ, экспертные оценки.

Материалы: официальные данные Росстата, ВЦИОМ, GEM, аналитика «Тинькофф Бизнеса», публикации НИУ и бизнес-ассоциаций.

Научная значимость заключается в междисциплинарном подходе к изучению женского предпринимательства, а **практическая значимость** — в

возможности использования рекомендаций для разработки механизмов поддержки.

Структура работы: введение, три главы, заключение, список источников и приложения.

Основное содержание работы. Работа состоит из трёх глав, каждая из которых логически раскрывает исследуемую проблему и приближает к решению поставленных задач.

Глава 1. Теоретические основы женского предпринимательства в контексте современной экономики

В первой главе рассматриваются ключевые теоретико-методологические положения, характеризующие женское предпринимательство как социально-экономическое явление. Особое внимание уделено историческим предпосылкам формирования женского бизнеса в России, начиная с дореволюционного периода, когда женщины активно участвовали в торговле и создании коммерческих домов, и заканчивая периодом становления рыночной экономики в 1990-е годы.

Анализ литературных источников позволил выделить, что предпринимательская активность женщин представляет собой результат сложного взаимодействия социокультурных норм, государственной политики и экономических факторов. Значительный вклад в развитие теоретической базы внесли такие учёные, как М. Вебер, С. Ю. Барсукова, Г. Минцберг и др.

Важными факторами становления женского бизнеса стали:

- доступ к образованию;
- изменения в трудовом законодательстве;
- развитие цифровой экономики;
- формирование институтов поддержки.

Рассматриваются формы женского бизнеса: малые предприятия, самозанятость, микропредприятия, социальное предпринимательство. Особое внимание уделено неформальной экономике и самозанятым женщинам в отдалённых регионах.

Также анализируется нормативно-правовая база, включая Федеральный закон №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства», в котором предусмотрены меры поддержки, применимые к женщинам.

Глава 2. Специфика и стратегия развития женского предпринимательства в России

Вторая глава содержит углублённый анализ современного состояния женского предпринимательства на примере статистических и аналитических данных. Приводится оценка структуры женского бизнеса: по данным Росстата и Минэкономразвития, в 2023 году женщины составляли около 44% предпринимателей и самозанятых в России, при этом 70% из них ориентированы на сферу услуг, 28% — на розничную торговлю, 14% — на производство.

Выявлена тенденция активного роста числа женщин, вовлечённых в онлайн-торговлю. Женщины чаще открывают интернет-магазины и работают на маркетплейсах (Wildberries, Ozon), совмещая предпринимательство с семейной нагрузкой.

Описаны ключевые мотивы, побуждающие женщин начать бизнес:

- финансовая независимость;
- гибкий график;
- возможность самореализации;
- социальная значимость деятельности.

Анализируется география женского бизнеса: активность выше в городах федерального значения (Москва, Санкт-Петербург), в Татарстане, а также в регионах с развитыми программами поддержки.

Подробно рассмотрена федеральная программа **«Мама-предприниматель»**, позволяющая женщинам в декретном отпуске получить образование и грант на запуск бизнеса. В 2023 году её участницами стали более 4000 женщин, 74% из которых открыли своё дело.

В рамках главы также исследуется роль женских бизнес-сообществ, деловых ассоциаций и образовательных курсов. Установлено, что участие в таких структурах повышает устойчивость бизнеса, способствует росту компетенций и формированию горизонтальных связей.

Значительное внимание уделено **индексу женской предпринимательской активности (WBI)**, который в 2023 году достиг рекордных 73,7 пункта. Это отражает улучшение условий, в том числе в части доступа к финансированию и программам обучения.

Глава 3. Современные проблемы женского предпринимательства и способы их преодоления

Третья глава посвящена анализу проблем, сдерживающих развитие женского бизнеса, и разработке рекомендаций по их преодолению.

К числу **внешних барьеров** относятся:

- ограниченный доступ к стартовому капиталу;
- высокие процентные ставки по кредитам;
- отсутствие адаптированных программ поддержки в некоторых регионах;
- слабая правовая защита;
- недоступность информации о мерах поддержки.

Внутренние барьеры включают:

- недостаток уверенности в себе;
- ограниченный предпринимательский опыт;
- психологические установки и страх неудачи;
- социальные ожидания, связанные с семейными ролями.

Оценивается влияние стереотипов: женщины реже занимают руководящие посты, менее склонны к риску, что отражается на структуре бизнеса. Большинство женщин ориентированы на ниши, где уже присутствует высокая концентрация женщин (услуги, образование, здоровье).

- Предложены пути решения проблем:
- усиление информационно-образовательной поддержки;
- развитие mentoring-программ;
- расширение грантовой и финансовой инфраструктуры;

- внедрение социальной рекламы, направленной на разрушение гендерных стереотипов;
- развитие женских акселераторов и бизнес-инкубаторов.

Проводится **международное сравнение** с практиками поддержки женского бизнеса в США, Канаде, Скандинавии и Индии. Отмечено, что в этих странах активно развиваются стартап-инкубаторы, бизнес-школы и государственные льготы, способствующие вовлечению женщин в инновационные сферы.

В числе перспективных направлений для России названы:

- цифровизация женского бизнеса;
- участие в экспортных проектах;
- развитие креативных индустрий;
- социальное предпринимательство.

Также рассматриваются изменения в восприятии женщин в бизнесе после 2022 года: рост спроса на отечественные товары, освобождение рыночных ниш, снижение конкуренции со стороны зарубежных брендов.

Женское предпринимательство в современных условиях приобретает всё более устойчивый и структурный характер. Одной из ключевых особенностей женского бизнеса в России является высокая социальная направленность. Многие женщины-предприниматели концентрируются на создании бизнесов, ориентированных на благо общества: проекты в сфере образования, здравоохранения, экологии, поддержки уязвимых групп населения. По данным аналитического центра НАФИ, более 70% социальных бизнесов в России возглавляются женщинами. Это связано с тем, что женщины склонны к интеграции ценностного подхода в бизнес-модель, стремятся к устойчивому развитию, а не только максимизации прибыли.

Сфера **креативных индустрий** также стала благоприятной средой для реализации женских предпринимательских инициатив. Женщины активно участвуют в создании образовательных платформ, брендов одежды, дизайн-

студий, маркетинговых агентств и проектов в сфере культуры. Эти направления требуют высокой степени вовлечённости, но часто позволяют совмещать предпринимательство с другими аспектами жизни. Согласно исследованию Tinkoff Data, в период с 2020 по 2024 год в сфере онлайн-образования и цифрового маркетинга число женщин-основателей выросло более чем на 60%.

Отдельного внимания заслуживает влияние **цифровых платформ** и маркетплейсов. Женщины чаще, чем мужчины, выбирают форматы онлайн-торговли, так как они позволяют запускать бизнес с минимальными вложениями и гибким графиком. Особенно активны женщины в возрасте 25–40 лет. В исследовании, проведённом в 2024 году, установлено, что 52% новых ИП, зарегистрированных в сегменте электронной коммерции, были открыты женщинами. Средний возраст — 34 года. Такие платформы, как Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет, стали популярным инструментом реализации женских бизнес-проектов. Это позволяет женщинам, проживающим в малых городах или сельских районах, выходить на федеральный рынок.

Помимо внутренних факторов, существенное влияние оказывает институциональная среда. Программы поддержки женского бизнеса стали разнообразнее. Кроме «Мама-предприниматель», реализуются инициативы:

- «Женщина-лидер» — для тех, кто уже имеет опыт в управлении бизнесом;
- «Академия женского бизнеса» — образовательный цикл от РЭУ им. Плеханова;
- «Финансовая грамотность для женщин» — курсы, организуемые при поддержке Минэкономразвития и Банка России.

Важным трендом стало развитие **женских предпринимательских клубов**, которые предоставляют участницам доступ к менторству, кейсам, инвестиционным сессиям и нетворкингу. Примеры таких организаций — «Opora Women», «Business Women of Russia», «Форум Женщин Лидеров». Они

проводят форумы, мастер-классы, акселерационные программы и создают женскую бизнес-культуру на федеральном уровне.

Сравнительный анализ с зарубежным опытом показывает, что Россия находится на среднем уровне по благоприятности условий для женского бизнеса. Например:

- В США доля женщин среди владельцев малого бизнеса составляет 42%;
- В Канаде существует государственная программа «Women Entrepreneurship Strategy», предусматривающая прямое финансирование до 100 тыс. CAD;
- В странах ЕС — система субсидий, налоговых послаблений и менторской поддержки.

В отличие от западных стран, в России сохраняется менее выраженная гендерная сегрегация в политике занятости, однако женщины всё ещё сталкиваются с высоким уровнем неоплачиваемого труда — особенно в семьях с детьми. Это делает крайне важным развитие гибких форм занятости, включая удалённую работу, самозанятость и микробизнес.

Важно отметить, что влияние **кризисных событий последних лет** (санкции, отток инвестиций, уход международных компаний) вызвало переоценку бизнес-стратегий. Многие женщины нашли в этих условиях возможности для импортозамещения, создания локальных брендов, ниши которых освободились после ухода западных компаний. Открылись возможности арендовать лучшие торговые площади и занять долю в офлайн-продажах.

Также прослеживается тренд на **повышение деловой уверенности у молодых женщин**. По данным ВЦИОМ, среди женщин в возрасте 18–24 лет доля тех, кто хочет открыть бизнес в ближайшие 3 года, достигает 46%. Это связано с изменениями в восприятии карьеры, развитием стартап-культуры, популяризацией примеров успешных женщин в бизнесе и ростом уровня образования.

Одним из ключевых вызовов остаётся **недостаточная информированность**. Согласно опросу, проведённому среди женщин-предпринимательниц в регионах, только 9% знали о программах господдержки, а менее 6% реально ими пользовались. Это говорит о необходимости развития единых цифровых платформ, навигаторов и горячих линий, а также повышения прозрачности процедур получения помощи.

Также стоит отметить, что **разнообразие форм женского бизнеса** требует гибких и адресных мер поддержки. Условия, подходящие для предпринимательниц из Москвы, не всегда подходят для женщин из сельской местности. В этой связи необходим региональный подход, учитывающий особенности экономического, демографического и культурного контекста.

Таким образом, женское предпринимательство в России — это не просто экономическое явление, а часть более широкой социальной трансформации. Женщины становятся драйверами устойчивого, социально ориентированного и инклюзивного бизнеса, формируя новую этику предпринимательства.

Заключение. В результате исследования сделаны следующие выводы:

- Женское предпринимательство в России демонстрирует устойчивый рост и становится важным элементом социально-экономической системы;
- Женщины активно осваивают не только традиционные отрасли, но и высокотехнологичные и инновационные направления;
- Социальная направленность, гибкость, ответственность — отличительные черты женского бизнеса;
- Основные барьеры — доступ к финансам, гендерные стереотипы, двойная нагрузка;
- Государственные инициативы, такие как программа «Мама-предприниматель», играют значимую роль, но нуждаются в расширении;
- Необходима системная политика по поддержке женского бизнеса на региональном и федеральном уровнях, включая образовательные и финансовые меры.

Исследование подтверждает высокую значимость женского предпринимательства как фактора устойчивого развития и социальной модернизации российской экономики.