

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

Кафедра истории, теории и прикладной социологии

**Профессиональная идентичность женщин-предпринимателей  
в современной России (на примере Саратовской области)**  
(автореферат бакалаврской работы)

студентки 5 курса 511 группы  
направления 39.03.01 «Социология»  
социологического факультета  
Гриневич Виолетты Игоревны

Научный руководитель

доцент, кандидат философских наук, доцент

\_\_\_\_\_

подпись, дата

М.Б. Аракчеева

Зав. кафедрой

доктор социологических наук, профессор

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Д.В. Покатов

## ВВЕДЕНИЕ

В современной социологии предпринимательство рассматривается не только как форма экономической активности, но и как специфическая социальная практика, связанная с конструированием профессиональных ролей, ценностей и моделей поведения. Женское предпринимательство в этом контексте выступает как социальный феномен, формирующийся на пересечении гендерных, институциональных и культурных факторов, что непосредственно отражается на процессах становления и трансформации профессиональной идентичности женщин.

**Актуальность темы исследования** обусловлена структурными изменениями, происходящими в российском обществе и экономике. Развитие малого и среднего бизнеса, расширение предпринимательских инициатив, а также трансформация гендерных ролей в сфере труда способствуют росту числа женщин, вовлеченных в предпринимательскую деятельность. В этих условиях профессиональная идентичность женщин-предпринимателей приобретает особое значение, поскольку именно она определяет степень устойчивости профессионального самоопределения, успешность адаптации к рыночной среде и способность совмещать профессиональные и социальные роли. Процессы формирования идентичности протекают в ситуации противоречивых социальных ожиданий, институциональных ограничений и сохраняющихся гендерных стереотипов, что делает данную проблематику социально значимой и научно востребованной.

Современная предпринимательская среда характеризуется высокой степенью неопределенности, конкуренции и нестабильности, что предъявляет повышенные требования к субъекту предпринимательской деятельности. Для женщин-предпринимателей данные условия усложняются необходимостью согласования профессиональной идентичности с традиционными представлениями о женских социальных ролях. В результате профессиональная идентичность женщин-предпринимателей формируется как динамическая и многомерная конструкция, включающая элементы экономического рационализма, ценностных

ориентаций, гендерного самовосприятия и социального опыта. Научный анализ этих процессов позволяет выявить устойчивые и изменчивые компоненты идентичности, а также факторы, способствующие или препятствующие ее развитию.

Особую значимость исследованию придает наличие структурных неравенств в предпринимательской сфере. Несмотря на формальное равенство возможностей, женщины-предприниматели сталкиваются с ограниченным доступом к финансовым ресурсам, сетям делового взаимодействия и институциональной поддержке. Эти обстоятельства оказывают прямое влияние на профессиональное самоощущение, стратегии поведения и способы легитимации предпринимательской роли. В данном контексте профессиональная идентичность выступает не только как индивидуальная характеристика, но и как результат социального конструирования, отражающий специфику гендерных отношений в современном российском обществе.

**Степень научной разработанности проблемы** профессиональной идентичности женщин-предпринимателей характеризуется фрагментарностью. С одной стороны, накоплен значительный массив работ по теории предпринимательства, с другой – лишь в последние десятилетия исследователи обратились к субъективному измерению этой деятельности, а региональный аспект проблемы остается едва намеченным.

Более ранние работы, заложившие фундамент теории предпринимательства, А. Смита, Ж.-Б. Сэя, Дж. С. Милля, А. Маршалла, Т. Веблена, М. Вебера и В. Зомбарта, сформировали взгляд на предпринимателя как на мужчину-новатора, рационального организатора или носителя особого «духа», оставляя гендерное измерение за рамками научной рефлексии. Ни в одной из этих концепций предприниматель не рассматривался как субъект, конструирующий профессиональную идентичность; сама постановка вопроса о профессиональной Я-концепции возникла значительно позже.

Именно это наследие, наделившее деловую активность маскулинными коннотациями, впоследствии стало предметом критического пересмотра. К. Браш,

А. де Брюин и Ф. Вельтер предложили расширенную модель «5М», включающую материнство и мезо-/макроокружение в число ключевых факторов, дифференцирующих женский предпринимательский опыт. С. Картер и С. Марлоу акцентировали гетерогенность профессиональных траекторий женщин-собственниц бизнеса и показали, что их идентичность конструируется в процессе преодоления стереотипных ожиданий и множественных ролевых конфликтов. Э. Тоффлер рассматривает непрерывное образование и развитие человеческого потенциала как важнейшие факторы адаптации к технологическим и социальным трансформациям, что напрямую влияет на возможности женщин в предпринимательской деятельности.

Отечественная исследовательская традиция, активизировавшаяся с начала 2000-х годов, восприняла эти концептуальные импульсы и направила их на анализ российского контекста. Особое внимание уделяется гендерным аспектам профессиональной идентичности. Г. Е. Зборовский подчеркивает, что профессиональная идентичность приобретает фрагментарный характер и часто ориентирована на адаптацию к нестабильной экономической среде.

М. П. Белоусова, Г. В. Березовская, Э. Ф. Калимуллина, Ю. А. Ражнева и К. В. Фофанова исследуют социальные условия, ограничения и возможности женской занятости в различных регионах России, выявляя, что профессиональная идентичность женщин формируется под влиянием институциональных, культурных и региональных факторов.

М. Е. Баскакова и И. В. Соболева акцентируют внимание на образовательном потенциале и балансе между трудовой и семейной деятельностью как важнейших аспектах формирования профессиональной идентичности женщин-предпринимателей.

Региональные аспекты и специфику малого предпринимательства анализируют Е. В. Басистая-Проконова, И. В. Мальчихина, Ю. Ю. Лыгденова, О. О. Коробова, С. Н. Мозулев, Л. В. Санина, И. С. Шавкунова и Ю. В. Тарануха. Их исследования показывают, что профессиональная идентичность женщин-предпринимателей формируется с учетом социально-экономических условий

региона, отраслевой специфики бизнеса, возможностей обучения и институциональной поддержки.

Отдельные аспекты образовательных стратегий женского предпринимательства представлены в исследованиях А. А. Моисеевой. В своих работах она обосновывает образовательные стратегии как ключевой фактор профессиональной мобильности женщин, подчеркивая значимость системного подхода к формированию компетенций, необходимых для успешного предпринимательства, а также влияние региональных особенностей на эффективность образовательных практик.

Особый вклад в изучение женского предпринимательства и факторов формирования профессиональной идентичности женщин в региональном контексте внесла Ю. А. Семенова. Опираясь на количественные и качественные методы, она доказала возрастную дифференциацию предпринимательской мотивации и профессиональных траекторий: для средней возрастной когорты характерно стремление к самореализации и автономии, тогда как старшая группа чаще мотивирована вынужденными обстоятельствами. Исследователь также выявила значимость публичного признания и информационной среды как ресурсов укрепления профессионального статуса женщин-предпринимателей в региональном контексте.

Таким образом, современные исследования женского предпринимательства в России демонстрируют тесную взаимосвязь профессиональной идентичности, образовательных стратегий и регионального контекста, показывая необходимость комплексного подхода к изучению профессиональной мобильности и социального положения женщин-предпринимателей. Вместе с тем остается недостаточно изученным вопрос о том, как именно региональная специфика преломляется в субъективных смыслах и структурах профессиональной идентичности женщин-предпринимателей, какие поколенческие и мотивационные факторы определяют ее устойчивость и трансформацию. Настоящая работа призвана восполнить этот пробел.

**Объектом исследования** выступают женщины-предприниматели.

**Предметом исследования** являются особенности профессиональной идентичности женщин-предпринимателей в современной России.

**Цель исследования** заключается в выявлении сущности, факторов и специфики профессиональной идентичности женщин-предпринимателей.

Для достижения целей необходимо решить следующие **задачи**:

1) исследовать теоретико-методологические подходы к изучению профессиональной идентичности женщин-предпринимателей;

2) раскрыть содержание институциональных и социокультурных факторов, определяющих региональную специфику формирования и поддержки женской предпринимательской активности;

3) проанализировать социально-экономические условия и количественные показатели развития женского предпринимательства в Саратовской области;

4) выявить особенности профессиональной идентичности женщин-предпринимателей в региональном контексте с учетом возрастной дифференциации и мотивационных характеристик предпринимательской деятельности.

**Эмпирическую базу** исследования составляют данные официальной статистики Росстата за 2023–2026 гг., результаты социологических опросов ВЦИОМ (стратифицированная случайная выборка, N=1600, охват не менее 80 регионов РФ) и аналитического центра НАФИ (случайная выборка, N=2000, из них 500 – женщины в декрете, география исследования: все регионы России), посвященных развитию предпринимательства и социально-экономическому положению женщин в России.

**Структура бакалаврской работы** определяется логикой исследования и включает введение, три раздела, заключение, список использованных источников и приложения.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы, раскрывается степень её научной разработанности, формулируются объект, предмет, цель и задачи исследования, описывается эмпирическая база, а также обосновывается структура работы.

В первом разделе **«Теоретико-методологические подходы к изучению профессиональной идентичности женщин-предпринимателей»** профессиональная идентичность трактуется как динамичный, рефлексивный конструкт, формируемый в ходе профессиональной социализации. Классические теории предпринимательства, будучи гендерно нейтральными, не учитывали женский опыт. Современные подходы, прежде всего модель «5М» К. Браш, А. де Брюин и Ф. Вельтер, вводят материнство, мезо- и макроокружение в число ключевых факторов, дифференцирующих предпринимательский путь женщин. На основе синтеза теоретических положений выделены три идеально-типические проекции профессиональной идентичности: «Я – продолжатель семейных практик», «Я – автономный профессионал» и «Я – экономически активный субъект по необходимости».

Второй раздел **«Региональные особенности развития женского предпринимательства»** посвящен анализу ситуации в Саратовской области. С ноября 2024 г. по март 2025 г. число женщин-предпринимателей выросло с 87 до 94 тыс. (главным образом за счет самозанятых), к марту 2026 г. число женщин-ИП достигло 23 тыс. (около 40 %). При этом сохраняется гендерная асимметрия (среди вновь регистрируемых ИП 57 % мужчин) и отраслевая сегрегация: женщины сверхконцентрированы в сферах красоты, ухода, образования (до 99 % среди самозанятых). По доле самозанятых (41,2 %) Саратовская область уступает среднероссийскому показателю (44 %). Институциональная поддержка (центр «Мой бизнес», программа «Мама-предприниматель», гранты) расширяется – в 2024 г. доля женщин среди получателей господомощи впервые превысила 50 %. Однако социокультурные барьеры сохраняются: опросы фиксируют асимметрию в восприятии мужского и женского успеха (77 % и 53 % соответственно). Возрастная

дифференциация и цифровизация дополняют картину, снижая порог входа в бизнес, но усиливая конкуренцию.

Третий раздел **«Специфика формирования профессиональной идентичности женщин-предпринимателей в региональном контексте»** представляет центральный результат – трехкомпонентную типологию. Интегративная идентичность (старше 35 лет, сферы красоты, ухода, клининга) характеризуется слиянием профессиональной и семейной ролей, бизнес вырастает из домашних практик. Достиженческая идентичность (ядро – женщины 35–50 лет, 65 % ИП) формируется вокруг ценностей автономии и признания, сопровождается ролевым напряжением из-за расхождения с массовыми ожиданиями. Адаптивная идентичность (старшие возраста, сельские территории) возникает вынужденно, на начальном этапе диффузна, но способна эволюционировать в достиженческую при накоплении опыта и адресной поддержке. Выявлены сквозные противоречия: парадокс легитимации, институциональный парадокс, цифровая амбивалентность, возрастная асимметрия ролевых моделей. На основе типологии обоснован переход к дифференцированной поддержке: интегративному типу – гибкое микрофинансирование и наставничество, достиженческому – менторство и акселераторы, адаптивному – обучение основам бизнеса и работа с психологическими барьерами.

В **заключении** подведены итоги проведенного исследования, сформулированы основные выводы, подтверждающие исходные положения работы, и обозначены перспективные направления развития.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование позволило изучить профессиональную идентичность женщин-предпринимателей с фокусом на специфику Саратовской области, обобщить теоретические подходы и предложить объяснительную модель, раскрывающую, как региональные условия преломляются в профессиональном самоопределении.

Значимость проблемы обусловлена не только численным ростом женского предпринимательства, но и глубиной социальных противоречий: экономическая рациональность сталкивается с инерцией гендерных стереотипов, личные устремления – с институциональными и культурными барьерами. На региональном уровне эта напряженность проявляется особенно отчетливо. Саратовская область, будучи типичным диверсифицированным регионом, демонстрирует уникальную конфигурацию факторов, что сделало ее показательным объектом для анализа.

Теоретический фундамент работы составил пересмотр классических гендерно нейтральных концепций предпринимательства. Профессиональная идентичность была раскрыта как динамичный, рефлексивный конструкт. Синтез современных подходов, в первую очередь модели «5М» К. Браш, позволил поместить в центр анализа материнство, мезо- и макроокружение, задав многомерную рамку для последующего эмпирического анализа.

Анализ институциональных и социокультурных факторов показал противоречивость среды. С одной стороны, в регионе функционирует развитая инфраструктура поддержки (центр «Мой бизнес», программа «Мама-предприниматель»), а доля женщин среди получателей господомощи в 2024 г. впервые превысила 50 %. С другой – сохраняется фундаментальная асимметрия: при высоком декларативном одобрении женского бизнеса на глубинном уровне успех мужчины воспринимается как его личная заслуга, тогда как женский успех требует внешнего оправдания.

Эмпирическая картина социально-экономической динамики зафиксировала устойчивый рост: число женщин-предпринимателей в регионе увеличилось с 87 до 94 тыс. (2024–2025 гг.), а к марту 2026 г. достигло 23 тыс. ИП (около 40 %). Однако

за этими позитивными сдвигами сохраняется отраслевая сегрегация (сверхконцентрация в торговле и обслуживающих нишах) и гендерный разрыв среди вновь регистрируемых ИП (57 % мужчин против 43 % женщин).

Центральный результат работы – трехкомпонентная типология профессиональной идентичности, построенная на пересечении мотивации и способа согласования предпринимательской роли с семейными ожиданиями. Интегративная идентичность характеризуется слиянием бизнеса и домашних практик, достиженческая – ориентацией на автономию, карьерный рост и признание, адаптивная возникает как вынужденная стратегия выживания. Принципиально важна возможность эволюции адаптивной идентичности в достиженческую при накоплении опыта и адресной поддержке. Выявлены сквозные противоречия: парадокс легитимации, институциональный парадокс, цифровая амбивалентность и возрастная асимметрия ролевых моделей.

Практическая значимость работы состоит в обосновании перехода к дифференцированной политике поддержки. Для каждого типа определены приоритетные меры: гибкое микрофинансирование и наставничество для интегративного типа, менторство и акселераторы для достиженческого, интенсивное обучение и работа с психологическими барьерами для адаптивного. Такой подход способствует не только количественному росту, но и качественному укреплению женского предпринимательства.

Таким образом, профессиональная идентичность женщин-предпринимателей Саратовской области предстает как процессуальный, внутренне дифференцированный и социально укорененный феномен, адекватное понимание которого открывает путь к более точной настройке мер поддержки, нацеленной на укрепление устойчивости и субъектного потенциала женщин в региональной экономике.