

«Портрет українських жінок-підприємниць»»



Результати дослідження



УКРАЇНА 2021



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ



INVESTMENT & TRADE
FACILITATION CENTER



ЗМІСТ

1. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЖІНОЧОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

5

2. ЖІНКА-ПІДПРИЄМНИЦЯ В УКРАЇНІ: ХТО ВОНА ТА ЯКИЙ ЇЇ ШЛЯХ?

13

3. СКЛАДНОСТІ, БАР'ЄРИ ТА ПЕРЕПОНИ, ЩО ВИНИКАЮТЬ НА ШЛЯХУ ЖІНОК-ПІДПРИЄМНИЦЬ. ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ

23

4. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ, ЦІЛІ ТА ПРІОРИТЕТИ ЖІНОК-ПІДПРИЄМНИЦЬ

30

5. НАСЛІДКИ ВПЛИВУ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ЖІНОЧЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ

35

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

38



ЗАВДАННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

-  **СУЧАСНИЙ СТАН та ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЖІНОЧОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ** — включно з цільовою аудиторією ветеранів та внутрішньо переміщених осіб
-  **СТАВЛЕННЯ ЖІНОК ДО ПІДПРИЄМНИЦТВА** — причини відкриття власної справи, мотивація, результати підприємницької діяльності
-  **ОСНОВНІ СФЕРИ ДІЯЛЬНОСТІ ЖІНОК-ПІДПРИЄМНИЦЬ** — яким чином було обрано галузь, що впливало на прийняття рішення
-  Поточну ситуацію **МОЖЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ** жінками-підприємницями
-  **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ**, цілі та пріоритети жінок-підприємниць
-  **СКЛАДНОСТІ, БАР'ЄРИ та ПЕРЕПОНИ**, що виникають на шляху жінок-підприємниць — стереотипи щодо жіночого підприємництва в суспільстві, шляхи подолання перешкод, фінансова підтримка
-  **ЯКІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТА ІНШІ ПОТРЕБИ ВИНИКАЮТЬ У ЖІНОК-ПІДПРИЄМНИЦЬ:** маркетингова та комунікаційна стратегія, бізнес планування, репутація, діджиталізація, ведення перемовин, брендинг, позиціонування особистого бренду, вихід на зовнішні ринки, сертифікація, управління персоналом, доступ до джерел фінансування, менторство, антикризовий менеджмент.
-  Існуючі та потенційні **ВИДИ ДОПОМОГИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЖІНОЧОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА** в Україні
-  **НАСЛІДКИ ВПЛИВУ ПАНДЕМІЇ COVID-19** на підприємницьку діяльність
-  **ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ** на підприємстві
-  **ВЛАСНИЙ ДОСВІД ГЕНДЕРНО ЧУТЛИВИХ ПИТАНЬ** під час ведення бізнесу
-  **КОРПОРАТИВНО-СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ** на підприємствах, якими володіють та керують жінки

МЕТОДОЛОГІЯ

Якісний етап

Кількісний етап

МЕТОД І ВИБІРКА

12 Глибинних інтерв'ю в Києві з жінками-підприємницями, власницями свого бізнесу

Онлайн опитування за допомогою онлайн панелі UMG та пре-рекруту

Тривалість анкети до 40 хвилин

Вибірка: 500 респонденток (150 опитаних alumni Business Women Camp / Days)

Кількісна вибірка не у всіх відповідях цілісна

Репрезентативна вибірка для України (довірчий інтервал = 5%, довірна ймовірність = 97%)

ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ

12 ГІ:

- 2 ГІ – з представницями мікро-бізнесу
- 2 ГІ – з представницями малого бізнесу
- 2 ГІ – з представницями середнього бізнесу
- 2 ГІ – з представницями великого бізнесу
- 2 ГІ – з жінками-ветеранами
- 2 ГІ – з жінками – внутрішньо переміщеними особами

- Жінки-підприємниці (власниці бізнесу)
- Жінки-ветерани (брали участь особисто у військових діях, в т.ч. на території АТО)
- Жінки-переселенці (ВПО – внутрішньо переміщені особи)
- Інші жінки-підприємниці

ГЕОГРАФІЯ

Київ

Вся Україна,
міста з населенням 100 000+

ПЕРІОД

Квітень 2021

Квітень-травень 2021

1.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЖІНОЧОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Жінки-підприємниці дуже суб'єктивно та неоднозначно оцінюють сучасний стан підприємництва в Україні – більшість аналізують лише своє оточення, тому стан підприємництва оцінюється діаметрально протилежно:

- ➔ бізнес «вижив», «втримався на плаву»
- ➔ бізнес функціонує на тому ж рівні з незначними змінами
- ➔ бізнес функціонує, але у невизначеності щодо подальших перспектив розвитку
- ➔ бізнес повністю або частково призупинив свою діяльність та переглядає засади й доцільність свого існування

Українські підприємці на міжнародній арені, в сприйнятті жінок, мають досить позитивний імідж – пропонують кращий варіант «ціна-якість», працелюбні та креативні «рвуть шаблони», наприклад у виготовленні продукції та дизайні.

Ситуація настільки погіршилась, що для опису недостатньо негативних слів.

Я маю більш ніж 30-літній досвід підприємства, але у такій скруті як зараз мій бізнес не був ніколи!

Молочанськ, 49 років, ФОП

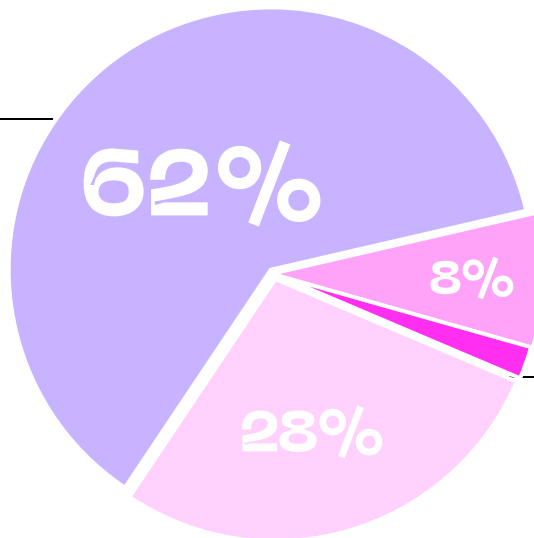


Незважаючи на складнощі, які виникають на шляху українських підприємців, наші бізнеси мають велику перспективу, тому що є нові незвичайні ідеї, використовуються новітні технології, з'являються стартапи, відомі на весь світ...

Одеса, 36 років, ФОП

СТАН УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ СЬОГОДНІ: ПОГЛЯД ЖІНОК-ПІДПРИЄМНИЦЬ

Ситуація **ПОГІРШИЛАСЯ**,
але продовжують діяльність



Не просто продовжують діяльність,
але і відчувають
ПОЗИТИВНІ ПЕРСПЕКТИВИ

Ситуація
значно ПОКРАЩИЛАСЯ

Ситуація
значно ПОГІРШИЛАСЯ

Непрогнозованість	73%	Відкритість	8%
Корупція	35%	Стабільність	7%
Закритість	19%	Безпечність	7%
Соціальна відповідальність	14%	Непотизм	4%
Інноваційність	14%	Правомірність	3%
Доступність	14%		

Закритість та Відкритість (+ Доступність) = дві протилежні аудиторії:

- ➔ позитивно сприймають (в т.ч. 10%, які відчувають позитивні зміни і навіть перспективи розвитку) — молоді жінки (до 35 років), власники з партнерами, в більшій мірі відвідують всілякі форуми, ставлять перед собою цілі самореалізації, а не тільки прибутку (здебільшого Київ), при цьому уже експортують, їм потрібне навчання: вихід на зовнішні ринки та ведення перемовин
- ➔ негативно сприймають жінки віком 45+, одноосібні власники, які потребують інформаційного навчання у сфері діджиталізації (особливо, Південь та Захід)

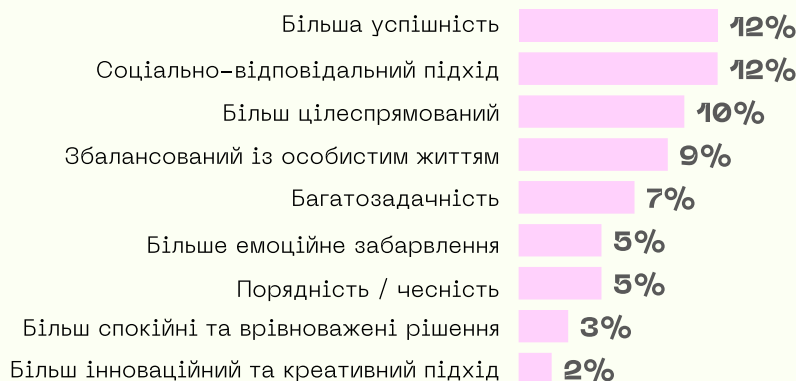
НАСКІЛЬКИ ЖІНОЧЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ВІДРІЗНЯЄТЬСЯ ВІД ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЦІЛОМУ?



Недоліки 43%



Переваги 62%



Жіночий бізнес більш успішний (адже запрограмовані на багато задач одночасно та є більш рішучими) – так стверджують жінки до 35 років, які постійно займаються саморозвитком та відвідують безліч загально бізнесових подій. Цілі – не тільки прибуток, а й довести власну значимість. Потребують зменшення податкового навантаження та навчання за напрямками репутація та ведення перемовин.

Меншу успішність жіночого бізнесу відчувають жінки підприємниці у сфері роздрібної торгівлі, які потребують виключно фінансової підтримки та часу, адже їм важко поєднувати сім'ю та підприємницьку діяльність. Напрямок навчання = антикризовий менеджмент.

Вікторія Залізнюк

керівниця бренду
доглядової косметики Vesna

Alumni Women Biz Days

Vesna — український виробник рослинної доглядової косметики, з якісних сертифікованих інгредієнтів. Діяльність бренду розпочалася у 2015 році. Зібравши найкращі джерела та досвід по створенню засобів по догляду за тілом з усього світу та з усіх часів, підприємство створює інноваційну косметику на найсучаснішому обладнанні з рослинної сировини, яка вирощується та екстрагується самостійно.

Українське виробництво рослинної доглядової косметики Vesna, яким керує Вікторія Залізнюк, під час пандемії до своєї місії також додало новий напрям — підтримка населення з дезінфікуючими засобами для захисту організму. Ще на початку карантину до асортименту було додано антисептик, в основі якого використовуються медичні дезінфектори та активні речовини рослинного походження. Ця ініціатива також відрізняється від інших своєю соціальною складовою — малозабезпечені верстви населення могли безкоштовно отримати розчин, звернувшись до офіційного магазину.



Також в 2020 році Вікторія відкрила Центр розвитку людини Vesna в м.Буча — дослідницький центр з науково-природничим нахилом, в межах якого відбувається навчання про все необхідне для людини на практиці

З і з 4 жінок-підприємниць вважають, що жіночий бізнес НЕ відрізняється від бізнесу в Україні в цілому. Особливо така думка притаманна власникам ТОВ, жінкам-ветеранам, підприємницям із Заходу та Києва, а також тим, хто максимально діджиталізує продажі.

ЖІНОЧЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО VS ПІДПРИЄМНИЦТВО В ЦІЛОМУ

Більш висока відповідальність,
необхідність поєднувати з домашніми обов'язками,
неготовність до ризикових операцій

”

Хмельницький, 52 роки, ФОП

”

Від жінок очікують певних соціальних моделей поведінки.
Ті хто їх "порушують" викликають реакцію оточуючих,
не завжди позитивну.
Якщо жінка надумає мати дітей, фізіологічно їй буде
важче у період вагітності та перших днів життя малюка.
Якщо захоче проводити більше часу з малою дитиною,
ризикуює втратити бізнес, або виховувати дитину на роботі

Ірпінь, 37 років, ТОВ

Жінки створюють більш продуктивні команди,
які дають кращий результат

”

Мелітополь, 35 років, ФОП

”

Має свою "особистість", більш душевний.
Є фокус на маленькі деталі та емоції

Вугледар, 40 років, ФОП

Жінки більше від чоловіків цінують гнучкість робочого графіка, можливість
збалансувати час між роботою та сімейним життям. Можливо, тому жіноче
підприємництво — в більшості мікро, мале та середнє

”

Мелітополь, 35 років, ФОП

”

Бізнес по-жіночому передбачає, що жінка займається
улюбленою справою і віддає бізнесу стільки часу,
скільки вважає за потрібне віддати

Одеса, 64 роки, ФОП

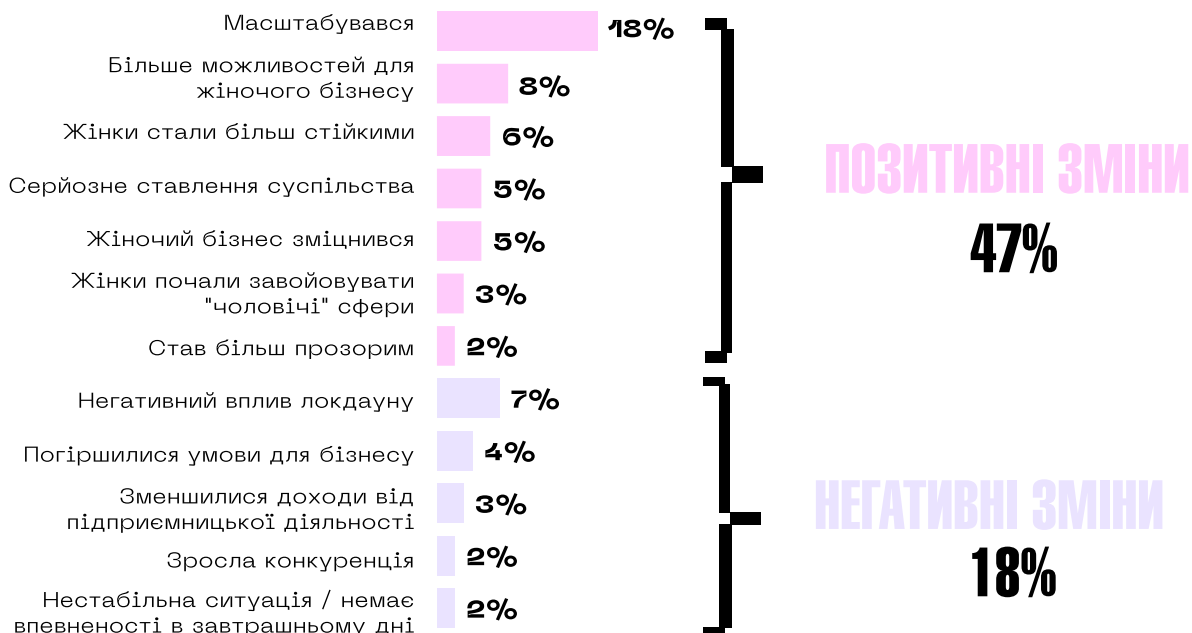
Жінка-підприємець одночасно змушена суміщати декілька соціальних
ролей, що ускладнює її роботу як підприємниці.
Часто більш обмежена у фінансах, ніж чоловік-підприємець.
Частіше стикається із стереотипами

”

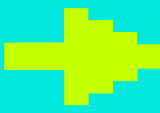
Вугледар, 40 років, ФОП

ЖІНОЧЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО


Сьогодні: **36% змін не відчули**



Майбутнє



Кількість жіночих підприємств буде зростати	30%
Жінки будуть завойовувати позиції в більш важких бізнесах	6%
Жінки стануть більш рішучими в своїх рішеннях	4%
Гендерна рівність в бізнесі / нівелюється поняття статі	4%
Держава підтримуватиме Жіноче підприємництво	2%
Жінки-підприємниці стануть більш обізнані / освічені	2%
Будуть з'являтися інновації	1%
Більшість бізнесу перейде в онлайн	1%
Малий бізнес буде закриватися	2%



Вікторія Наливайко

співзасновниця VazaIT

Alumni Women Biz Days

Вікторія Наливайко є співзасновницею VazaIT – Business to People орієнтованої IT hiring платформи. Діяльність Вікторії орієнтована на задоволення потреби бізнесу в наймі спеціалізованих IT фахівців в СНД, враховуючи ціннісне співпадіння між спеціалістом та компанією.

Основними досягненнями підприємства з останній рік є залучення інвестицій від ангельського інвестора, проходження навчання в американському інкубаторі стартапів eo Business Incubator, формування команди з 7 закоханих у свою справу професіоналів, аналіз основних трендів в HR, рекрутинг та маркетинг напрямках, проведення глибокого аналізу 160 конкурентів, участь півфіналі найкращих стартапів на IT Арені 2020



На думку жінок-підприємниць, за останні кілька років в Україні відбулися скоріше позитивні зміни в жіночому бізнесі. В першу чергу, масштабувався = збільшилася кількість жіночих бізнесів в цілому (особливо притаманна така думка жінкам, які мають бізнес в партнерстві, впроваджують КСВ, ведуть діяльність на Сході).

ЗМІНИ В ЖІНОЧОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ ЗА ОСТАННІ КІЛЬКА РОКІВ

Більше жінок почали відкривати власну справу через те, що знайти роботу з достойною оплатою праці важко

Київ, 42 роки, ФОП



До жінок, як підприємців, почали серйозніше відноситись і ставити на одному рівні з чоловіками

Носівка, 28 років, ФОП



Більше жінок стали займатися малим та середнім бізнесом в сільській місцевості, створювати жіночі кооперативи, розвивати зелений туризм, готельний туризм, займатися ягідництвом, тепличним господарством, сироварінням, медоварінням, виробництвом крафтової продукції та ін.

Полтава, 62 роки, Кооператив

Жінки більш діяльніші, стабільніші, непохитніші, впевненіші за чоловіків в останні часи, так само і їх бізнес більш сталий, стабільніший в ці нелегкі кризові часи

Київ, 39 років, ФОП

Завдяки можливостям інтернету, створити онлайн-бізнес простіше. Однак у зв'язку з локдауном багато можливостей перестали бути відкритими. І держава багато в чому підтримує лише великий бізнес, а малий утискає

Одеса, 23 роки, ФОП



Зміни відбулись у загальних можливостях жінок – жінка за кермом вже не диво, тому і більше жінок наважуються зайнятися бізнесом.

За останні кілька років збільшилась кількість жінок-власниць бізнесу, розширились види діяльності, в тому числі й у сільському господарстві

Харків, 49 років, Фермерське господарство

Жінки є важливою частиною трудових ресурсів, але їхній потенціал далеко не повністю використовується. Через силу різних причин жінки проявляють меншу економічну активність, ніж чоловіки, а на світовому та вітчизняному ринках праці все ще присутні ознаки дискримінації жінок

Харків, 49 років, Фермерське господарство



Жінки стали більш рішучими в прийнятті різного роду рішень, вони покладаються тільки на свої сили і діють стратегічно виглядаючи сильною статтю

Мелітополь, 46 років, ФОП

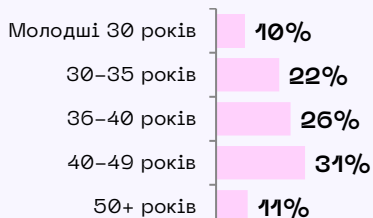
Більш впевнено про себе заявляють, об'єднуються в асоціації, комітети більш освічені, багато хто отримує MBA, я б сказала, що жіноче підприємництво зараз на підйомі в Україні. Ідуть в політику і держструктури, підтримують один одного

Київ, 57 років, ТОВ

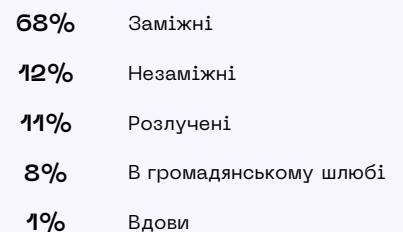


2.

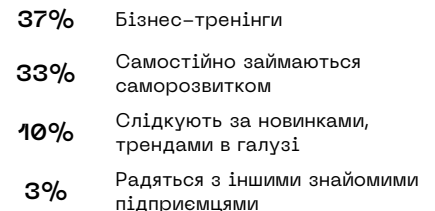
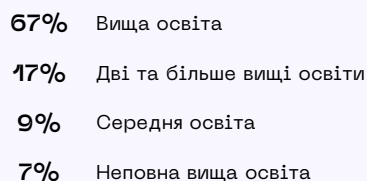
ЖІНКА-ПІДПРИЄМНИЦЯ В УКРАЇНІ: ХТО ВОНА ТА ЯКИЙ ЇЇ ШЛЯХ?



81%
мають дітей



12%
мають хронічні
захворювання або
інвалідність



- Жінка-підприємниця = 30–50 років, вища освіта (кожна п'ята жінка навіть 2 і більше), мають дітей, заміжні
- Кожна 9-та жінка-підприємниця має хронічні захворювання або інвалідність
- Розвиток = бізнес-тренінги (як платні, так і безкоштовні) або саморозвиток (в т.ч. бізнес-література)



УКРАЇНСЬКА ЖІНКА – ПІДПРИЄМНИЦЯ

Витривала, спортивна, амбітна,
здатна адаптуватись під нестабільні
умови сьогодення.

Стресостійка і медіаграмотна

Слов'янськ, 35 років, ФОП



Впевнена, цілеспрямована, креативна,
яка може швидко перелаштовуватися в
залежності від ситуації і потреб
ринку. Постійно розвивається, має
шалену енергію

Київ, 39 років, ФОП



Років 30–50, самовпевнена, амбіційна,
має конкретні цілі і працює на результати

Київ, 33 роки, ТОВ

Войовнича амазонка

Одеса, 25 років, ФОП



Мама двох дітей, яка розуміє,
що якщо не вона, то ніхто



Київ, 37 років, ТОВ



Із залізним характером

Білгород–Дністровський, 45 років, ФОП



Залізна леді, яка готова йти напролом до своєї мети, минаючи будь–які
перешкоди, встигаючи вирішувати 1000 справ водночас. А ввечері,
повернувшись додому, – це любляча дружина і мама.
В цьому поєднанні і є сила сучасної української жінки

Івано–Франківськ, 29 років, ФОП

Капітан корабля в бурхливому морі
повному піратських кораблів



Одеса, 37 років, ФОП



«Коня на скаку зупинить»,
а хотілось би: тендітна, жіночна, витончена, розкута

Львів, 57 років, ПП

ЯК ВОНА ПРАЦЮЄ

ФОРМА ПІДПРИЄМСТВА

74%	ФОП
22%	ТОВ
4%	Інші

РОЗМІР БІЗНЕСУ

	68%	Мікробізнес
	23%	Малий
	8%	Середній
	0.4%	Великий

КІЛЬКІСТЬ ВЛАСНИКІВ



Одноосібні
власники






Власники
з партнерами

77%

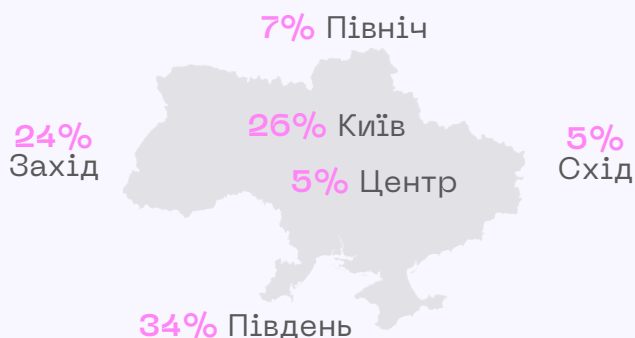
23%

КІЛЬКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ

	91%	1 підприємство
	8%	2 підприємства
	1%	3 і більше підприємств

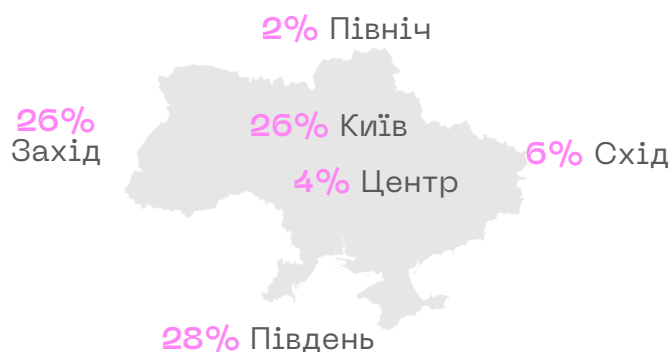
- Середній вік жіночого бізнесу в Україні = 8 років
- Здебільшого ОДНООСІБНІ власниці ОДНОГО підприємства
- Переважно ФОПи, мікро або малий бізнес

РЕГІОН РЕЄСТРАЦІЇ



РЕГІОН ДІЯЛЬНОСТІ

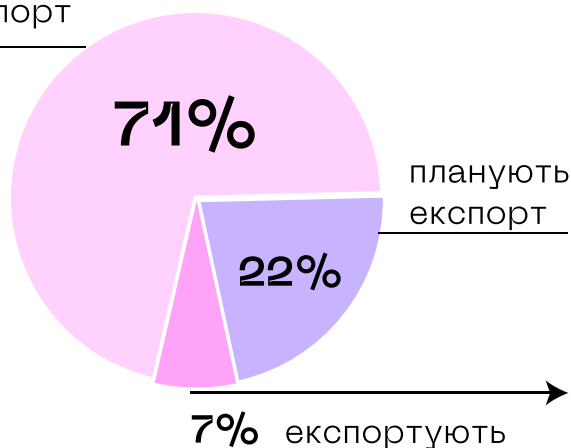
Середній показник 13%



ЯК ВОНА ПРАЦЮЄ

ЕКСПОРТ ТОВАРІВ/ПОСЛУГ

НЕ планують експорт



59%	Країни ближнього зарубіжжя
56%	Європейські країни (ЄС)
24%	США
21%	Африка
18%	Країни Прибалтики

ONLINE

48%

ПРОДАЮТЬ продукцію/послуги на онлайн майданчиках чи маркетплейсах

51%

РОБЛЯТЬ ЗАКУПІВЛЮ для бізнесу на онлайн майданчиках чи маркетплейсах

- Лише 13% жінок-підприємниць здійснюють свою діяльність по всій Україні – переважна більшість працюють виключно в своєму регіоні
- Лише 7% жіночих-підприємств займаються експортом (Польща, Молдова, Узбекистан, Росія, Білорусія, ЄС). Кожна п'ята жінка-підприємець розглядає для себе можливість експорту в майбутньому

51% жінок-підприємниць НЕ відвідують жодних бізнес-подій. Це ФОПи – торгівля, заміжні жінки з дітьми із Заходу, для яких ситуація значно погіршилася, основна мета – виключно заробіток, не зацікавлені в експорті та не впроваджують КСВ

РОЗВИТОК БІЗНЕС-НАВИЧОК



Переважно жінки-підприємниці **НЕ сліdkують за певними особистостями / каналами** в Інтернеті.

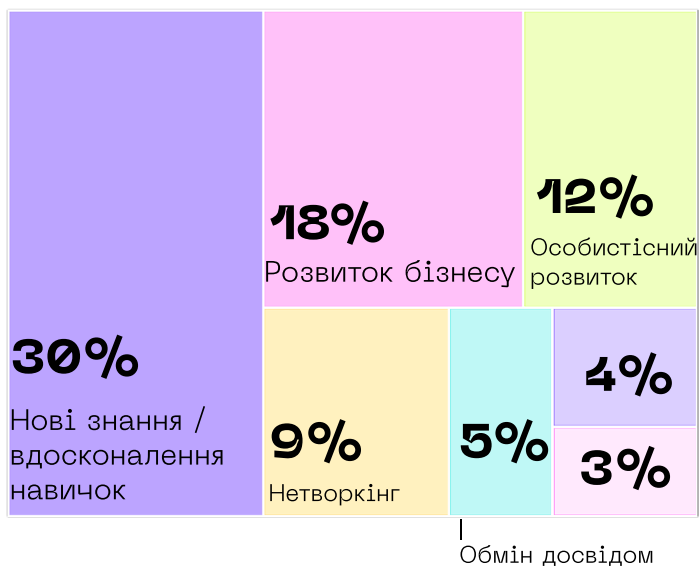
Лише незначна частина приділяє уваги можливостям розвитку своїх навичок через онлайн-ресурси за рахунок досвіду та порад успішних підприємців = здебільшого молоді жінки віком до 35 років, цілі – не тільки прибуток, а й довести власну значимість, потребують зменшення податкового навантаження та навчання за напрямками репутація та ведення перемовин

ЧИ СЛІDKУЮТЬ ЗА ПІДПРИЄМЦЯМИ / БІЗНЕС-КАНАЛАМИ ТА ПОДКАСТАМИ В ІНТЕРНЕТІ?



ТАК

- | | |
|--------------------------|----------------------------|
| Fedoriv Vlog | Ольга Берек |
| Big Money & Євген Черняк | ТК «Український бізнесмен» |
| Валентин Касюк | Інші ресурси |



МОТИВАЦІЯ ВІДВІДУВАННЯ БІЗНЕС-ЗАХОДІВ

ПОРТРЕТ ЖІНКИ-ПІДПРИЄМНИЦІ

ВETERАНИ АТО

Розпочинати підприємницьку діяльність було **не дуже складно**

Найбільший страх:
фінансові зобов'язання

Стан бізнесу в Україні **погіршився, але вони продовжують діяльність**

Задоволені станом свого бізнесу в даний момент



Проживають переважно на **Заході України**



Заміжні + мають дітей



Мають **одну вищу** освіту



Мають **хронічні захворювання** або інвалідність



Власники **малого** бізнесу



Зареєстровані як **ТОВ**

ВНУТРІШНЬО-ПЕРЕМІЩЕНІ ОСОБИ

Розпочинати підприємницьку діяльність було **складно**

Найбільші страхи: **криза та фінансові зобов'язання**

Стан бізнесу в Україні **погіршився, але вони продовжують діяльність**

НЕ дуже задоволені станом свого бізнесу в даний момент



Проживають у **Києві** та на **Заході й Півдні**



Віком **від 30 до 40 років**



Не мають **хронічних захворювань** або інвалідності



Власники **мікро** бізнесу



Зареєстровані як **ФОП**

Пандемія COVID-19 **ЧАСТКОВО ВПЛИНУЛА** на їх підприємницьку діяльність

Пандемія COVID-19 **ВІДЧУТНО ВПЛИНУЛА** на їх бізнес

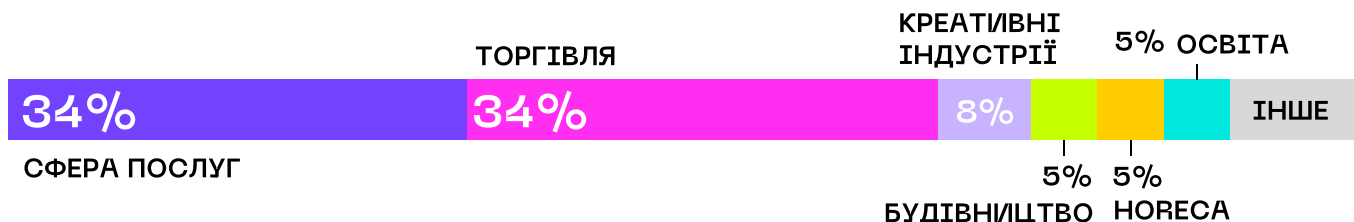
ПОТРЕБУЮТЬ нематеріальної допомоги:

- державні програми підтримки
- правова допомога
- підтримка близьких людей

ПОТРЕБУЮТЬ фінансової допомоги:

- допомога з боку держави
- доступні кредити
- зменшення податкового навантаження

СФЕРИ ДІЯЛЬНОСТІ ЖІНОК-ПІДПРИЄМНИЦЬ



СТАРТ БІЗНЕСУ: КОНТЕКСТ

ЧИ СКЛАДНО БУЛО РОЗПОЧАТИ ПІДПРИЄМНИЦЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ?



ЯКЕ ДЖЕРЕЛО КАПІТАЛУ ВИКОРИСТАЛИ ДЛЯ ВІДКРИТТЯ БІЗНЕСУ?



ПЕРЕД ПОЧАТКОМ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

94% працювали за наймом

6% відразу відкрили власну справу

ЧИ ВАРТІ ЗУСИЛЛЯ ОТРИМАНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ?

91% ТАК 9% НІ

Бажання мати хороший зарібок, забезпечувати себе та родину є ключовим мотивом переходу жінки до підприємницької діяльності (особливо для жінок 50+років).

Жінки також мотивуються прагненням до незалежності від роботодавця та бажанням самореалізації (=можливість втілювати власні ідеї). Додатково, жінки хочуть мати можливість поєднувати кар'єру та сім'ю.

ПРОТЕ, у жінок виникають і певні острахи: загроза економічної кризи, постійні фінансові зобов'язання, загроза втрати бізнесу, а також високе особисте навантаження, особисте емоційне розчарування, розчарування оточуючих

Софія Теребова

засновниця Пекарні March & Co

Alumni Women Biz Days

Софія Теребова відкрила Пекарню March & Co після закінчення першого курсу університету. Початок бізнесу було закладено на фестивалі вуличної їжі, на якому продано 150 штук домашніх хлібобулочних виробів всього за дві години. Після цього стало зрозуміло, що попит на дану продукцію є. Найголовніший принцип виробництва — якісна сировина та продукція, яка використовується (натуральне масло, бельгійський шоколад, мигдальне борошно, свіжі яйця — все, чим можна годувати власну дитину). Солодощі виявляються трохи дорожчими, але клієнти знають, що купують якісну продукцію для своїх родин.

Розташування цеху періодично змінювалося — останній переїзд припав саме на початок 2020 року, коли сталася непередбачувана ситуація з пандемією в світі. Проте не дивлячись на такий період, пекарня успішно пройшла час карантину, започаткувавши ініціативу #купуйумалих.



Для турботи за близькими людьми, в пекарні виготовляли «карантин-кейки», на яких можна було за бажанням зробити підтримуючий напис — «мий руки», «залишайся вдома» або обрати на власний розсуд. Наразі Софія готується до відкриття першого офлайн магазину в просторі «Рейтерська Circle»

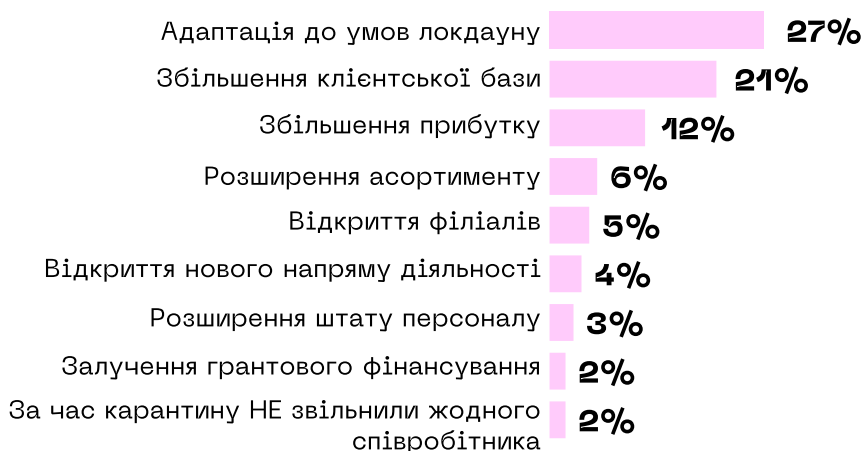
Однозначно зробивши крок в бізнес, жінка розуміє, що **витрачені зусилля того варті** (майже всі жінки-підприємниці, а особливо із Заходу, які використовують онлайн для свого бізнесу, обізнані про гранти, та діють в партнерстві), адже отримують прибуток від своєї діяльності, займаються улюбленою справою, яка приносить задоволення, є незалежними від роботодавця (особливо виділяється для ветеранів АТО), при цьому бачать можливості подальшого розвитку.

Проте, **кожна десята жінка-підприємниця** вважає, що витрачені ресурси та зусилля **НЕ варті того результату**, який вони отримали (особливо виражено для жінок з хронічними захворюваннями або інвалідністю), адже доходи настільки малі від підприємницької діяльності, що їх вистачає лише на податки = бізнес не є прибутковим, при цьому важко зробити прогноз розвитку бізнесу, адже актуальність послуг / товарів знизилася через карантинні обмеження.

ЧИ ЗАДОВОЛЕНІ РОЗВИТКОМ СВОГО БІЗНЕСУ?



ОСНОВНІ ПЕРЕМОГИ / ДОСЯГНЕННЯ ЗА ОСТАННІ ПІВРОКУ



В результаті карантину / локдауна почала торгувати онлайн, що сприяло залученню нових клієнтів

Київ, 41 рік,



Впровадження певних інновацій стосовно електронної реєстрації клієнтів. І, звичайно, те, що вистояли в локдаун, зберігши і не звільнивши жодного працівника.

Львів, 38 років, ФОП

* **18%** складно вказати певні досягнення

18% жінок-підприємниць, не дивлячись на задоволеність результатами свого бізнесу, не можуть вказати досягнення / перемоги своєї підприємницької діяльності.

В основному це: жінки, 30-40 років, одноосібні власниці, для яких ситуація погіршилася, але вони залишаються «на плаву», вважають свій бізнес прибутковим, при цьому займаються улюбленою справою, загалом не бачать перешкод для розвитку підприємницької діяльності

ЧИ ВПРОВАДЖУЮТЬ КОРПОРАТИВНО-СОЦІАЛЬНУ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ?

63%

ТАК

37%

НІ

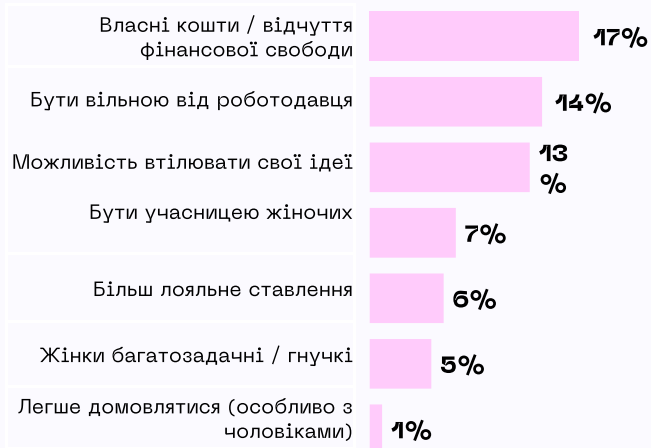


Більшість жінок **НЕ ЗНАЮТЬ, ЩО САМЕ Є КОРПОРАТИВНО-СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ (КСВ)** або мають складності з тим, щоб пояснити це поняття. Саме тому, впровадження КСВ НЕ є розповсюдженим — лише третина жіночих підприємств

3.

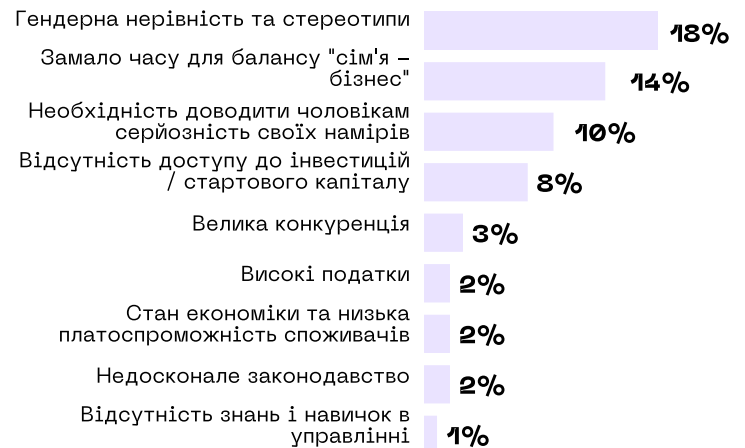
СКЛАДНОЩІ, БАР'ЄРИ ТА ПЕРЕПОНИ, ЩО ВИНИКАЮТЬ НА ШЛЯХУ ЖІНОК – ПІДПРИЄМНИЦЬ. ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ

ПЕРЕВАГИ БУТИ ЖІНКОЮ – ПІДПРИЄМНИЦЕЮ

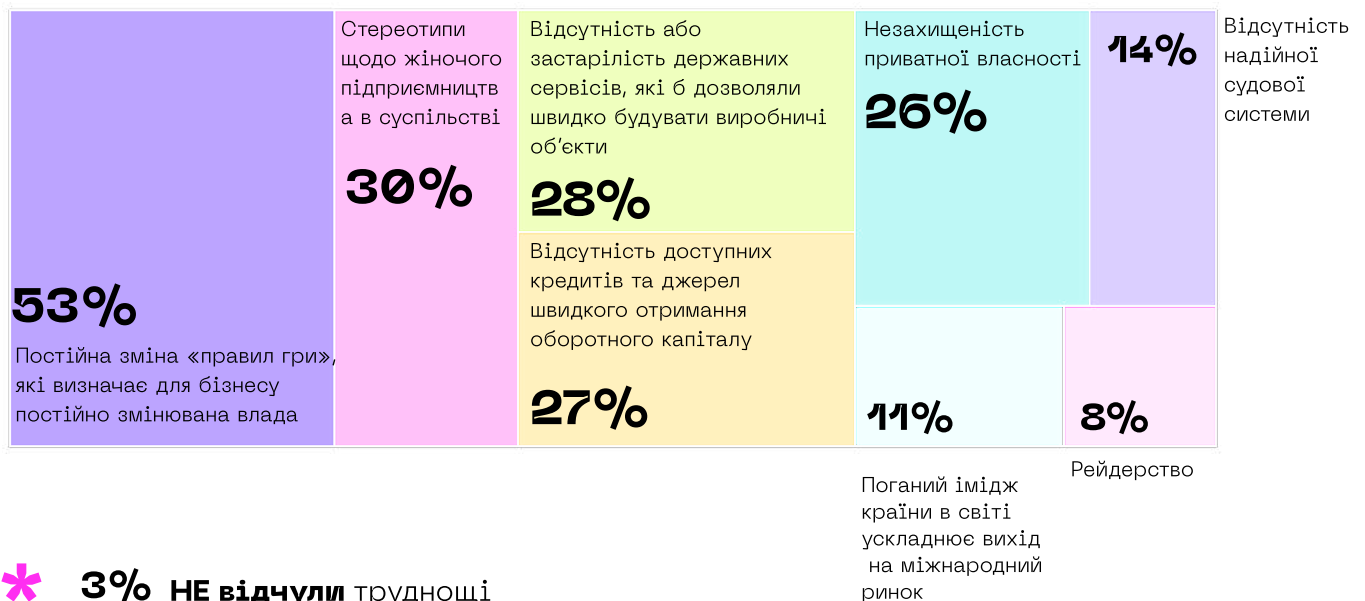


ПЕРЕШКОДИ ДЛЯ ЖІНКИ – ПІДПРИЄМНИЦІ

40% НЕ бачать перешкод



ТРУДНОЩІ, ЩО ВИНИКАЮТЬ НА ШЛЯХУ ЖІНКИ ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ



* **3%** НЕ відчували труднощі

СТЕРЕОТИПИ ЩОДО ЖІНОЧОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУСПІЛЬСТВІ

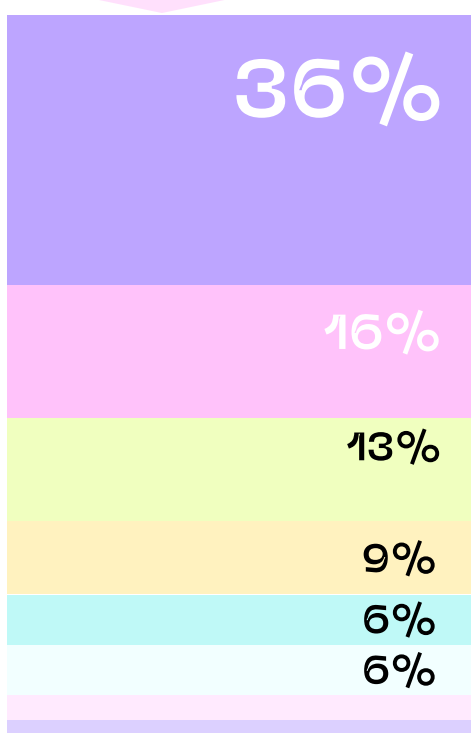
ТАК

30%

НІ

70%

з якими?



Бізнес – не жіноча справа

Чоловіки – найкращі підприємці

«Жінки – слабка стать»

«Вона нічого не розуміє»

Жінка не може бути керівником

Місце жінки на кухні / має сидіти дома

3% Красива жінка НЕ може досягнути чогось самотужки / тільки «через ліжко»

2%

Жінки емоційно не стримані

СТЕРЕОТИПИ ЩОДО ЖІНОЧОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Все завжди зводиться більше до психологічного впливу чоловіків на жінок під час започаткування та ведення бізнесу

Хмельницький, 32 роки, ФОП

”

Жінки — це слабка стать, вони повинні сидіти вдома та варити борщ. АБО Дівчинка, то хто?

Київ, 39 років, ФОП

”

Банально "жінки — це слабка стать" і найкращі підприємці це чоловіки (стереотипи)

Київ, 36 років, ТОВ

Неможливість створення підприємства, опираючись на слабку стать, недостатню відповідальність та емоційну нестриманість

Київ, 22 роки, ПАТ

”

Доволі часто незнайомі люди сприймають отримання вигідних замовлень "через обосливі обставини". Початково робочі таким самим чином сприймали мою появу як партнера. Не вірили, що у 26 років красива дівчина може досягнути чогось самотужки. Як наслідок – несприйняття всерйоз моїх рішень, допоки не наставало покарання за їх невиконання

Львів, 40 років, ТОВ

”

”

Жінка не може розвивати бізнес і коректно керувати рухом грошей в ньому

Носівка, 28 років, ФОП

Чоловік може більше і він сильніше і витриваліше за жінку

Котовськ, 44 роки, ФОП

”

ЖІНКА – ПАРТНЕР ПО БІЗНЕСУ: КОНТЕКСТ

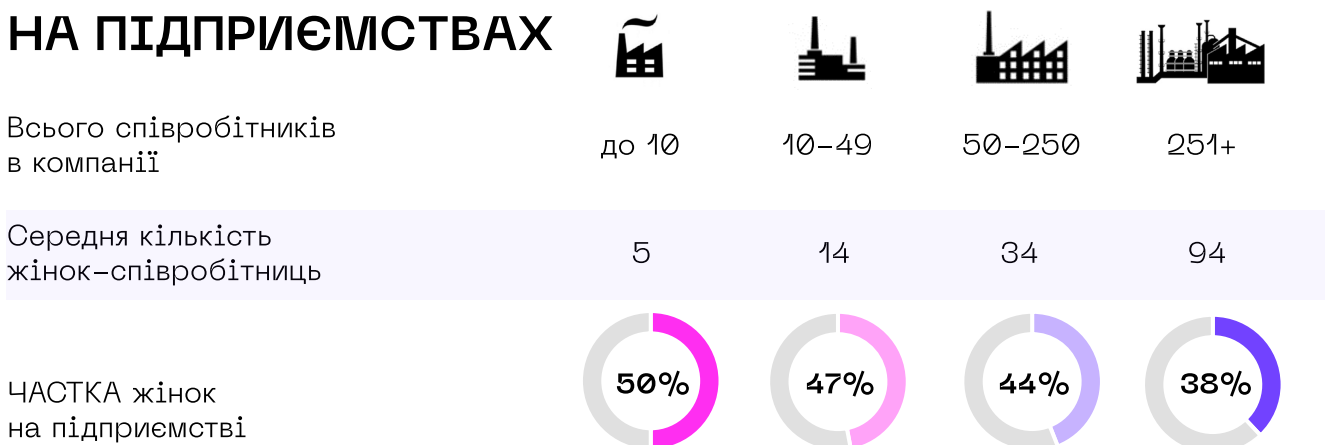
ЯК СТАВЛЯТЬСЯ ДО ЖІНКИ-ПАРТНЕРА ПО БІЗНЕСУ?



чому?

- 37%** сильний вплив мають негативні риси характеру жінки (емоційність, істеричність, похливість)
- 24%** з чоловіками легше домовитися / легше працювати
- 20%** надають перевагу одноосібному веденню бізнесу / розраховують лише на себе
- 10%** з жінкою важко розподіляти обов'язки

ЖІНКИ-ПРАЦІВНИКИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ



Чим більше підприємство, тим менша частка жінок-співробітниць.
В середньому половина співробітників = жінки

Серед тих, хто виказує негативне ставлення до жінки-партнера, виділяється ДВА типи жінок:

- «надають перевагу чоловікам» (з ними легше домовитися, жінки надто заздрисні і недовірливі, мають негативні риси характеру – емоційні, істеричні, похливі, з ними важко розподіляти обов'язки)
- «надають перевагу одноосібному веденню бізнесу» (тобто розраховують тільки на себе = не потрібен ні чоловік, ні жінка в якості партнерів)

ХТО Є ПАРТНЕРОМ ПО БІЗНЕСУ?





Юлія

Буглак



Alumni Women Biz Days



Марина

Баньковська

Акcesуари зі шкіри риби — такий незвичний напрямок дозволив скооперуватися Юлії Буглак, власниці **ТОВ "Аквакультура України"**, та Марині Баньковській, яка займається виготовленням акcesуарів з екзотичних шкір. Наприклад, шкіра лосося, за правильної обробки нічим не відрізняється за своїми властивостями від телячої, вона міцна та зовсім не пахне. А використання риб'ячої шкіри фактично перетворює рибництво на безвідходне виробництво.

Юлія вивчила технологію й знайшла постачальників шкіри. Єдине чого не вистачало підприємниці — партнерки, яка допоможе створювати вироби з такої унікальної для України сировини. Разом підприємниці розробили декілька тестових виробів зі шкіри риби. Зараз Юлія шукає грантові кошти для запуску лінійки акcesуарів для чоловіків та жінок, й надалі розвиватиме партнерство в цьому напрямку.

Засновниця проекту **UnexploredCity** Марина Черновол та продюсерка Ольга Журженко розробили та запустили перший двомовний кіномаршрут **morefilm.fun** в Одесі. Кіномаршрут складається з 15-ти найвідоміших локацій Одеси, серед яких Потьомкінські сходи, пам'ятник Арману де Рішельє, Одеський театр опери та балету, порт та інші. В межах маршруту можна познайомитися із Одесою, яка у кінострічках зіграла стільки міст — від Лос-Анджелесу до Будапешту; дізнатися, де знімали відомі фільми, серед яких класика українського кінематографу, що стала світовою, сучасне українське кіно й голлівудські стрічки; знайти локації, на яких відбувався весь кінопроцес



**Ольга
Журженко**

**Марина
Черновол**

ПРИЧИННИ НЕГАТИВНОГО СТАВЛЕННЯ ДО ЖІНКИ-ПАРТНЕРА ПО БІЗНЕСУ

Мені простіше самій вести бізнес і вирішувати всі питання, без винесення їх на обговорення з партнером

Київ, 34 роки, ФОП



Мені комфортніше займатися справами самостійно і брати на себе відповідальність

Обухів, 34 роки, ФОП



Непередбачуваність поведінки, вплив емоцій на ведення бізнесу, інколи – необґрунтована заздрість. Жінці варто вести бізнес або одноосібно, або з чоловіками

Київ, 33 роки, ТОВ

Я довіряю лише собі, хочу мати змогу самостійно розвиватись і досягати успіху, не розраховуючи ні на кого, і бути незалежною в прийнятті рішень від свого партнера

Запоріжжя, 24 роки, ФОП



Жінки дуже емоційні, з ними важко домовлятися

Одеса, 37 років, ФОП



В бізнесі мені легше домовитися з чоловіками

Київ, 45 років, ТОВ



Дві господині на кухні — це погано

Івано-Франківськ, 42 роки, ФОП



Анна Змієвська

власниця Anzyhome

Alumni Women Biz Days

Яскравим прикладом мікропідприємства де працюють жінки є Anzyhome, власницею якого є Анна Змієвська. Anzyhome – бренд стильного в'язаного декору і меблів для дому ручної роботи. Асортимент підприємства постійно розширюється в результаті попиту від споживачів, але основними товарами є в'язані пуфи, килими, стільці з в'язаними елементами, кошики для зберігання, пледи, люльки, подушки та святковий тематичний декор.



Вироби Анни – це поєднання аутентичних технік в'язання руками, простих натуральних матеріалів та сучасного дизайну. Бренд розвинувся з хобі, яким Анна почала займатися з 2016 року, а вже сьогодні пропонує портфоліо різних дизайнів та моделей товарів, співпрацює з магазинами декору, подарунків, дизайнерами інтер'єрів тощо. Вироби мають попит як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку, і рівень продажів регулярно зростає.

Наразі майже 90% продажів відбувається через онлайн канали – найбільший обсяг продажів припадає на платформу Etsy.

Також Анна використовує і різні способи залучення фінансування для розвитку діяльності, зокрема отримала грант від Фонду Олени Пінчук «Я Зможу»

Найвагоміший вклад в жіноче підприємництво робить мікробізнес: кількість співробітників до 10, майже всі з них – жінки.

В свою чергу, серед малих підприємств, найвагоміший вклад мають ті, в котрих працює до половини жінок (до 25 чоловік).

4.

ЖІНКА-ПІДПРИЄМНИЦЯ В УКРАЇНІ: ХТО ВОНА ТА ЯКИЙ ЇЇ ШЛЯХ?

ЧИ Є В УКРАЇНІ МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЖІНОЧОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА?

ТАК 87%

НІ 13%

Чого не вистачає особисто підприємницям?

27%	Фінансової допомоги для розвитку	43%
19%	Часу	
8%	Стабільності в країні	6%
6%	Досвіду і знань	5%
5%	Клієнтської бази	
3%	Розуміння і підтримки рідних	
3%	Впевненості в собі / своїх силах	2%
2%	Кваліфікаційних кадрів	
2%	Правової грамотності	

Особисто мені не вистачає часу, оскільки маю ще приділяти час догляду за дітьми. Економічної стабільності України. Хотілось би більш стабільний рівень доходів, підвищення ЗП, тоді люди більше б витрачали, а не економили, тоді б малий та середній бізнес процвітав

Київ, 35 років, ТОВ



Катастрофічно не вистачає в людях бажання працювати. Бажання отримувати гроші є, а виходити з зони комфорту – немає. Всі мріють про роботу в офісі, без відповідальності, з можливістю випити каву протягом дня. Але вчитись не хочуть і не можуть вже.

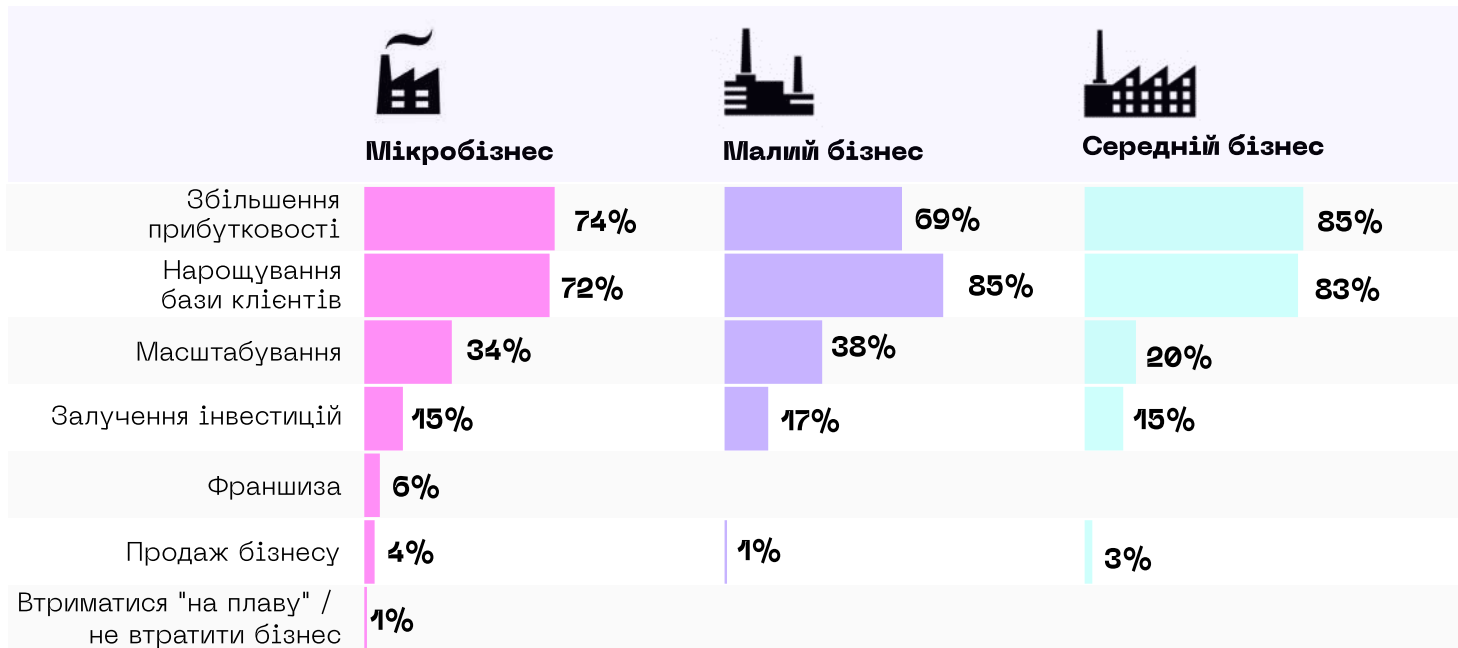
Харків, 49 років,
Фермерське господарство

9 з 10 жінок-підприємниць стверджують, що в Україні присутні можливості для розвитку жіночого підприємництва

Ключовий дефіцит = фінансова допомога для розвитку: підтримка держави, доступні кредити, зменшення податкового навантаження

НЕ вистачає досвіду і знань особливо жінкам до 35 років, мікробізнесу, які потребують навчальних курсів із підприємництва та інформування про можливості для жінок підприємців

ЦІЛІ ЖІНОЧОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА



Саме збільшення прибутковості та нарощування бази клієнтів (останнє особливо важливе для малого бізнесу та тих підприємств, що працюють хоча б частково в онлайн) є ключовими цілями жінок-підприємниць

Третина бізнесів (здебільшого мікро та малий) ставлять за мету масштабування та залучення інвестицій для подальшого розвитку

ЯКОЇ ДОПОМОГИ ПОТРЕБУЄ ЖІНОЧЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ



Жінки-підприємниці, в першу чергу, потребують саме фінансової допомоги (41% – особливо одноосібні власники): з боку держави, безвідсоткові або доступні кредити, зменшення податкового навантаження.

Третина жінок потребують нематеріальної допомоги: розуміння і підтримка близьких, державні програми підтримки, правова допомога, інформування про можливості для жінок-підприємниць.

Додатково необхідні різноманітні навчальні курси / тренінгові програми, а також впровадження європейських гендерних норм

ЯКОЇ ДОПОМОГИ ПОТРЕБУЄ ЖІНОЧЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ

Вважаю, ваш бізнес курс дуже допоможе жінкам стати більш впевненішими! Головна проблема у жінок – це побудова бізнес моделі, вміння аналізувати показники, навчитися прогнозування через Cash Flow, можливо дізнатися більше про державні ресурси про ведення бізнесу (дуже подобається Дія Бізнес – треба більше розповідати про створення бізнесу)! Не всі жінки знають, що є багато безкоштовного навчання, є різні відеоролики та семінари – як в УкрПошти)

”

Київ, 33 роки, ФОП

”

Жінкам потрібна допомога з переборюванням свого страху, необхідні центри, де жінці можуть розповісти все про жіночий бізнес, про те, як зареєструвати власний бізнес, не витрачаючи багато часу, також програми лояльності для молодих підприємців (в тому числі і жінок) у банках, тобто з пільговими умовами

Мелітополь, 31 рік, ФОП

”

Єдина платформа для отримання якісної інформації про зміни в законодавстві (в тому числі податковому), грантові програми, державну та недержавну підтримку, консультації тощо

Хотів, 49 років, ФОП

Мотивація дівчаток зі шкільного віку на відчуття перспективи, на соціальну сферу, на всі напрямки сервісу та комфорту. Відродження позашкільної підготовки з урахуванням футуроможливостей країни

”

Одеса, 42 роки, ФОП



Ольга Гургула

Ольга Гургула вирішила користуватися можливостями, які створила пандемія. Разом з чоловіком Михайлом вони **виробляють та продають стільці під брендом Gurgula меблі**. Коли почалася пандемія, якраз планували відкрити власний цех. Одна з головних проблем — на підведення електропостачання потрібно було близько 400 тис. грн.

Раніше для цього довелося брати б позику за високими ринковими відсотками або довго збирати кошти. Але під час пандемії набула популярності програма доступних кредитів 5–7–9%. Під заставу свого приміщення Ользі вдалося залучити пільговий кредит за ставкою 7%, яку потім вдалося знизити до 6%, коли вони найняли ще одного працівника. Кредит таким чином допоміг запустити виробництво набагато швидше.

Людмила Ткачук

Ткачук Людмила, **власниця Студії декору «Квітне Кохання»** займається виготовленням предметів декору ручної праці із застосуванням різноманітних інструментів та деякого професійного обладнання. Напрямки виготовлення предметів декору: квіткові композиції для інтер'єру, облаштування оселі та офісів, ресторанів, готелів тощо – ззовні та зсередини, створення фотозон, облаштування весілля, корпоративних заходів, ювілеїв, карнавалів, а також квіткових подарунків на різноманітні свята та брендування товарів та інтер'єрів.

У 2020 році вдосконалила свою діяльність за рахунок виграного гранту та отриманого фінансування від Програми USAID «конкурентоспроможна економіка України» – було придбано фотоапарат та ноутбук



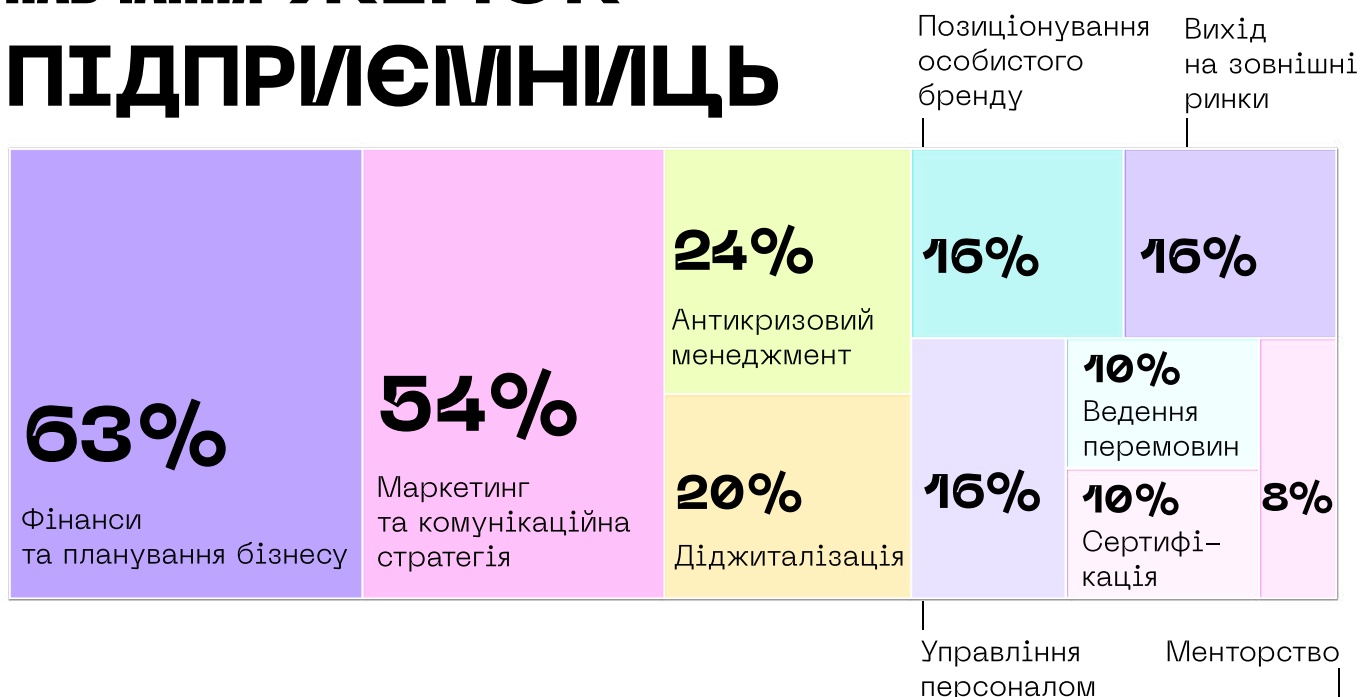
Олександра Українець

Українець Олександра, **засновниця виробництва поживних середовищ для мікробіології «Sanimed»**, за рахунок грантових коштів від Програми USAID «конкурентоспроможна економіка України» компанія пройшла процедуру сертифікації згідно зі стандартами ISO 9001:2015, ISO 13485:2016.

Це дозволило оптимізувати виробництво та пропонувати ринку України діагностичні матеріали високої якості.



АКТУАЛЬНІ НАПРЯМКИ НАВЧАННЯ ЖІНОК – ПІДПРИЄМНИЦЬ



ЯКЕ ДЖЕРЕЛО КОШТІВ ПЛАНУЮТЬ ВИКОРИСТАТИ ДЛЯ ДОДАТКОВОГО ФІНАНСУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ?



САМЕ ТОМУ грантове фінансування **НЕ є першочерговим джерелом коштів**, який жінки бажали б залучити при необхідності. Грантове фінансування поступається зі значним відривом кредиту в банку (на нього погодиться половина жінок) та державним програмам підтримки.

Відкриті до грантового фінансування = жінки-підприємниці віком від 30 до 50 років, мікробізнес з декількома власниками, в т.ч. ВПО, які відвідують різноманітні «жіночі» форуми, заходи (в т.ч. *Women Biz Camp*), що ведуть діяльність у сфері послуг та освіти, бажать бути учасницями жіночих ком'юніті, а також планують експорт та впроваджують КСВ, додаткова освіта цікавить їх більше, ніж інших = за всіма напрямками.

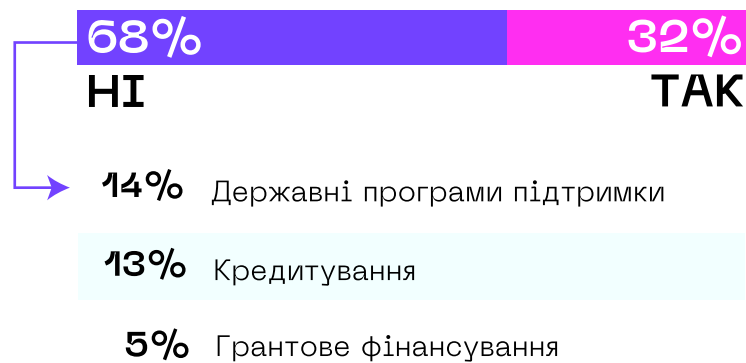
5.

НАСЛІДКИ ВПЛИВУ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ЖІНОЧЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ

ЧИ ВПЛИНУЛА ПАНДЕМІЯ COVID-19 НА ПІДПРИЄМНИЦЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ ЖІНОК?



ЧИ ЗВЕРТАЛИСЯ ПО ФІНАНСОВУ ДОПОМОГУ?



ЩО САМЕ ЗРОБИЛИ, ЩОБ ЗАЛИШАТИСЯ «НА ПЛАВУ» ЧИ РОЗВИВАТИСЯ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ?





Анна та Наталія Морозова Гордейчук

засновниці бренду
«Вітамінна Коробка»

Alumni Women Biz Days

Під час карантину почала свою діяльність бізнес ініціатива «Вітамінна Коробка». Анна Морозова та Наталія Гордейчук, засновниці бренду, працюють із фермерами та виробниками України, формуючи їх продукцію у спеціальний бокс та доставляючи його до споживача.

Вітамінна коробка об'єднали локальних виробників овочів, аспарагусу, ягід, фруктів, олії, меду, пастили, навіть м'яса та багатьох супутніх товарів аби споживачі могли в кілька кліків замовити Вітамінну коробку та насолоджуватися затишними родинними обідами і вечереми

Вся продукція запакована згідно європейських норм та виготовлена із дотримання стандартів якості і вимог сертифікації.



ШЛЯХИ БОРОТЬБИ З ВПЛИВОМ COVID-19

Приймали замовлення онлайн, доставляли квіти та розробляли маркетингову стратегію з урахуванням нових потреб споживачів. Букети з доставкою протягом години, а також прийом замовлень з відтермінуванням до 1 тижня. Також розпочали спільний проект з колегами з виробництва сувенірів та іграшок ручної роботи. Ці товари, як доповнення, пропонуємо на подарунок разом із квітами

Київ, 41 рік, ФОП



Матеріальна і моральна підтримка для мене і моїх співробітників

Мелітополь, 46 років, ФОП

Ми напрацювали, напевно, свою репутацію за 5 років, і під час кризи люди надавали перевагу перевіреним компаніям, щоб замовляти товари та послуги

Київ, 45 років, ТОВ



Вихід на маркетплейси, розширення асортименту, інстаграм маркетинг

Львів, 41 рік, ФОП



Індивідуально комунікували з кожним клієнтом та робили адресну доставку овочів для споживачів

Торецьк, 39 років, ФОП



ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Жіноче підприємництво в Україні потребує розробки та впровадження

КОМПЛЕКСНОЇ ПРОГРАМИ РОЗВИТКУ та ПІДТРИМКИ



З цією метою, рекомендуємо **ПРОЛОБІЮВАТИ** та по можливості **СТВОРИТИ СПІЛЬНУ З ДЕРЖАВОЮ ПРОГРАМУ ПІДТРИМКИ УКРАЇНСЬКОГО ЖІНОЧОГО БІЗНЕСУ**

- ➔ забезпечення **РІВНИХ УМОВ** жіночого бізнесу з чоловічим для всіх бізнесів без винятку
- ➔ надання **ФІНАНСОВОЇ ПІДТРИМКИ** існуючому жіночому бізнесу (грантів, дотацій, пільг)
- ➔ максимальне **СПРОЩЕННЯ УМОВ ВІДКРИТТЯ І ВЕДЕННЯ ЖІНОЧОГО БІЗНЕСУ** (лояльне ставлення до початківців, вигідні умови кредитування, державні гарантії щодо надання кредитів)
- ➔ **ЗАХИСТ** приватної власності та бізнесу (від рейдерства, необґрунтованих перевірок силовими та контролюючими структурами)
- ➔ формування **ЗРОЗУМІЛОГО, СТАБІЛЬНОГО ТА ПРАЦЮЮЧОГО ЗАКОНОДАВСТВА** = фіксованих правил ведення бізнесу, які не будуть змінюватися з приходом кожної нової влади + започаткування закону про пріоритет товарів українського виробництва над іноземними
- ➔ **ПОДАТКОВА РЕФОРМА** (зменшення податкового навантаження, прозора та стабільна система оподаткування, податкові канікули, динамічне оподаткування)
- ➔ **МОДЕРНІЗАЦІЯ ДЕРЖАВНИХ СЕРВІСІВ**, які б дозволили швидко будувати виробничі об'єкти, державно-приватне партнерство
- ➔ виборювання **ПОВАГИ ДО УКРАЇНСЬКОГО ЖІНОЧОГО БІЗНЕСУ** на зовнішніх ринках, організація презентацій та дегустацій у посольствах та міжнародних інституціях

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

**ЖІНКИ-ПІДПРИЄМЦІ в Україні
ПОТРЕБУЮТЬ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДОПОМОГИ ...**



- ➔ **ДОСТУП ДО ІНФОРМАЦІЇ ПРО МОЖЛИВІ ШЛЯХИ ФІНАНСУВАННЯ** = надання «первинного» та «повторного» оборотного капіталу, особливо в регіональному контексті
- ➔ **МАСШТАБУВАННЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ОТРИМАННЯ ГРАНТІВ, ФІНАНСУВАННЯ ЗА РАХУНОК КОШТІВ МІЖНАРОДНИХ ДОНОРІВ**
- ➔ **ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЖІНОЧИХ КЛУБІВ / РІЗНОМАНІТНИХ НАВЧАЛЬНИХ КУРСІВ / ТРЕНІНГОВИХ ПРОГРАМ** на безоплатній основі (або із символічною оплатою) за напрямками: бізнес-планування та маркетингова / комунікаційна стратегії, антикризовий менеджмент, діджиталізація, позиціонування особистого бренду, вихід на зовнішні ринки, управління персоналом

... та допомоги в НАЛАГОДЖЕННІ ПРОЦЕСІВ ДІЯЛЬНОСТІ



- ➔ **ФІНАНСУВАННЯ УЧАСТІ В МІЖНАРОДНИХ ВИСТАВКАХ ТА ТОРГОВЕЛЬНИХ МІСІЯХ** — один із найбільш привабливих напрямів підтримки як один з найбільш дорогих та ефективних напрямів просування, особливо для тих, хто хоче вийти на зовнішні ринки
- ➔ **ОРГАНІЗАЦІЯ В2В ЗУСТРІЧЕЙ ТА ПОШУК ПАРТНЕРІВ** — зазвичай внутрішня зона відповідальності та функція компанії. Може бути актуальна лише для B2B-сегменту — потенційно в ній можуть бути зацікавлені ті, хто не знає як в сучасних умовах знайти доступ до закордонних партнерів
- ➔ **ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙ ТА НАЛАГОДЖЕННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ** — може застосовуватися або бути актуальним лише для деяких бізнесів. Для багатьох це питання оновлення обладнання до рівня сучасних технологій (який може бути й не-інноваційним) та можливе покращення існуючих процесів

Для отримання повної версії дослідження звертатись на електронну пошту info@tradecenter.org.ua

При використанні та поширенні матеріалів, що містяться у дослідженні «Портрет українських жінок-підприємниць», обов'язкове посилання на оригінальне джерело в одній із зазначених форм:

- Інформація з дослідження підготовлена Українським центром сприяння інвестиціям та торгівлі в партнерстві з Українською Маркетинговою Групою за підтримки Програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України» (USAID KEY) в рамках ініціативи Women Biz Days;
- посилання на розміщену електронну версію дослідження.

Програма USAID

«Конкурентоспроможна економіка України»

www.facebook.com/usaidecp.ua/



Український центр сприяння інвестиціям та торгівлі

www.facebook.com/itfcua/



Українська маркетингова група

www.facebook.com/UMGInternational/



Дослідження «Портрет українських жінок-підприємниць» було підготовлено Українським центром сприяння інвестиціям та торгівлі в партнерстві з Українською Маркетинговою Групою за підтримки американського народу, наданої через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID) в рамках Програми «Конкурентоспроможна економіка України». Результати дослідження не обов'язково відображають погляди Агентства США з міжнародного розвитку або уряду Сполучених Штатів Америки

