



СИЛА ПЕРЕТВОРЕННЯ: ЖІНОЧЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ПІД ЧАС ВІЙНИ

Аналітичне дослідження про жінок-підприємниць



Вступ

Український бізнес тримає економіку країни, незважаючи та всупереч воєнній агресії російської федерації в Україні. **Підприємці продовжують чи розпочинають свою справу і значну частину в цьому сегменті займають жінки-підприємці.**

В довоєнні часи жінки в Україні становили понад половину населення, а їхній трудовий та підприємницький потенціал завжди використовувався неповною мірою. Разом із цим, **розвиток жіночого підприємництва все частіше розглядається як суттєвий чинник економічного зростання, створення робочих місць, рівності доходів, соціальної інклюзії.** Підприємництво пробуджує в жінках ініціативу до саморозвитку, ділової активності, впевненості у завтрашньому дні.

Цей звіт підготовлено ГО "Центр "Розвиток Корпоративної Соціальної Відповідальності" за результатами опитування, проведеного під час реєстрації жінок-підприємниць на участь у навчальній онлайн – програмі UWE Hub 2.0, яка реалізується в межах програми USAID «Мріємо та діємо» та спрямована на підтримку жінок-підприємниць (нинішніх та майбутніх) в сучасних умовах і викликах через навчання, обмін досвідом для посилення одна одної, нетворкінг та допомогу у створенні бізнесу із соціальним імпаком.



Методологія

Вибірка / дані:

639

заповнених анкети від українських жінок-підприємниць (нинішніх і майбутніх).

Мета дослідження:

проаналізувати особливості розвитку жіночого підприємництва в Україні, дослідити вплив війни на створення / ведення бізнесу жінками, нові виклики та потреби жінок-підприємниць під час війни та на період відновлення, продемонструвати історії жінок та вплив жіночого бізнесу на спроможність і посилення міст України.

Методологія:

Учасниці заходу заповнили анкету на сайті UWE Hub та надали розгорнуті відповіді на запитання щодо стану розвитку власного підприємництва, його переваг та недоліків, свого бачення подальшого розвитку в умовах воєнного стану в Україні.

ДЕМОГРАФІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СУЧАСНИХ ЖІНОК-ПІДПРИЄМИЦЬ

У дослідженні взяли участь **639** жінок-підприємниць.

Переважно аудиторія представлена жінками віком 30-39 років.

На момент опитування **3/4 жінок перебували в Україні**, ще чверть – за її межами, переважно в країнах Європейського союзу.

За регіонами України, крім м. Києва, найбільша частка учасниць Програми була сконцентрована у Львівській (14%) та Київській (12%) областях. Натомість були і представниці частково окупованих регіонів – Донецької, Запорізької та Херсонської областей (12 жінок). При цьому 90% бізнесу жінок-підприємниць була сконцентрована у великих містах.



Рис. 1 Розподіл респондентів за віковими групами, %

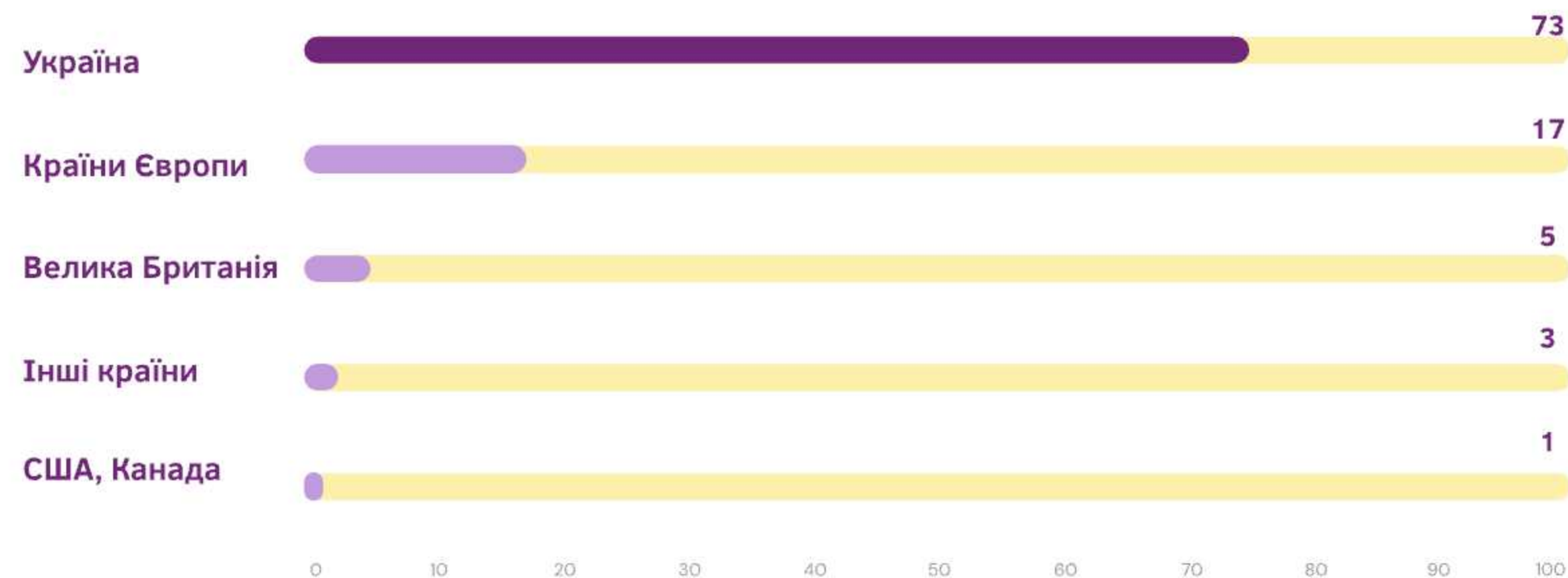


Рис. 2 Розподіл респондентів за країною перебування на момент опитування %

Серед тих, хто залишався в Україні, переважна більшість жінок перебували в Західному економіко-географічному регіоні (Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Рівненська, Тернопільська, Хмельницька, Чернівецька області) та м. Києві (30% та 21% відповідно).

РОЗПОДІЛ ЖІНОК-ПІДПРИЄМИЦЬ ЗА РЕГІОНАМИ УКРАЇНИ

Варто зазначити, що серед жінок-підприємниць, які залишалися в Україні, 31% повідомили, що **змінити місце свого постійного проживання**.

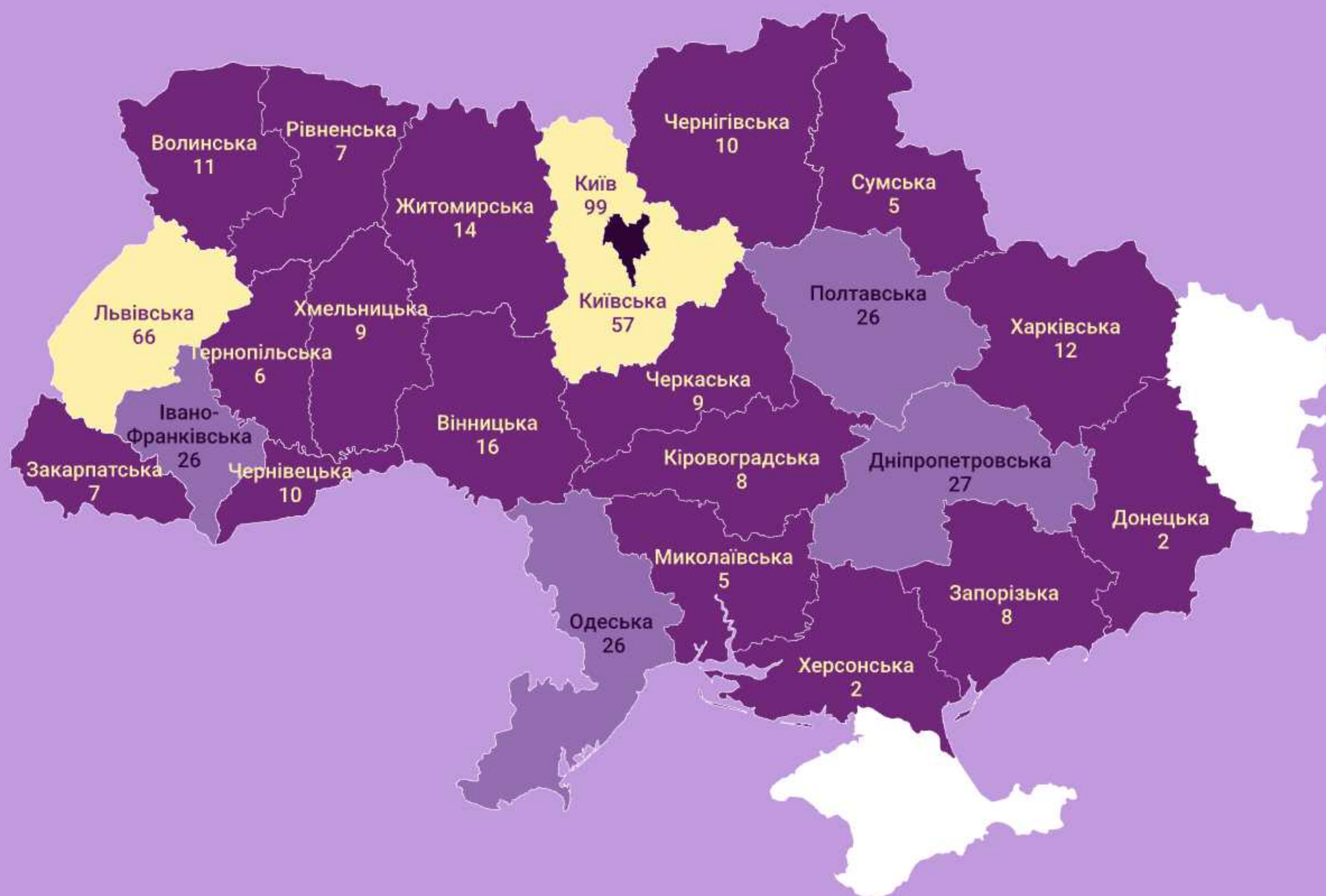


Рис. 3 Карта розподілу респондентів за регіонами України, осіб

Для більшості жінок-підприємниць на момент опитування **основним джерелом доходу була заробітня плата або дохід від власного бізнесу**. Однак значний відсоток (18%) респондентів вказали, що не мали власних доходів – їх фінансово підтримували родина або друзі. Ще 14% жінок отримували соціальні виплати, що і було їхнім основним джерелом доходу.

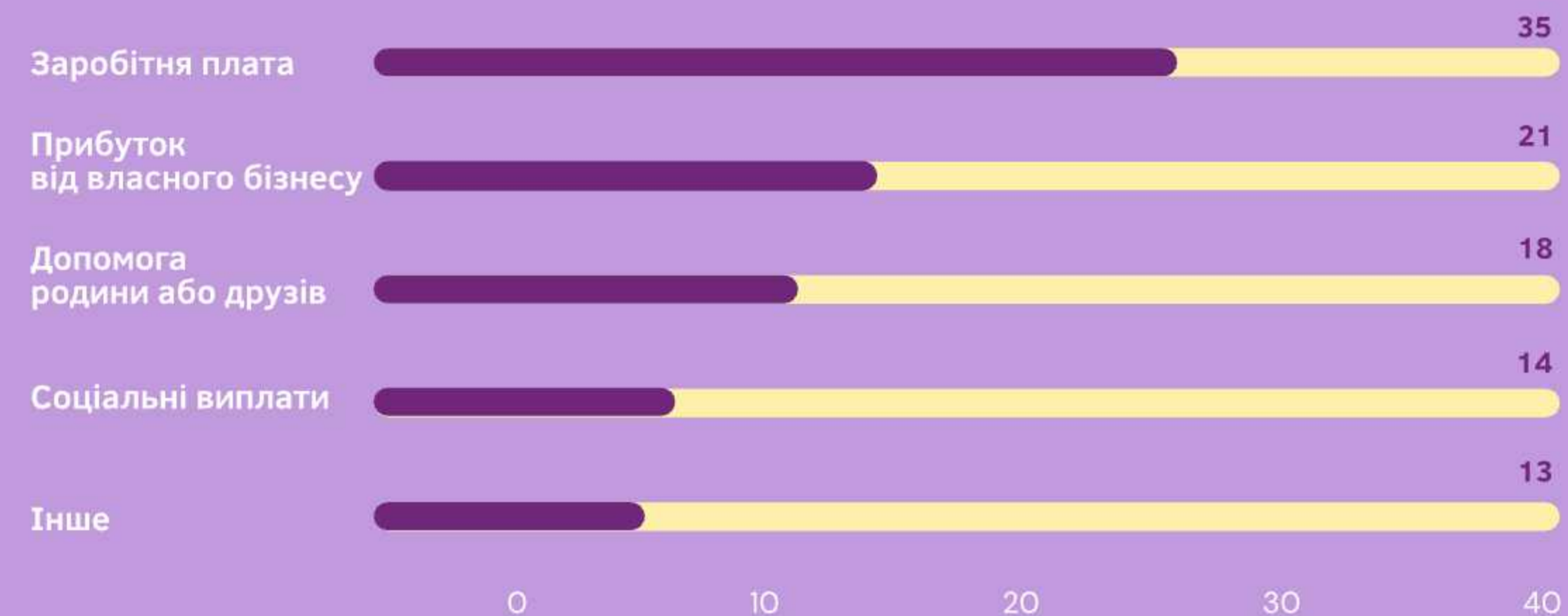


Рис. 4 Розподіл респондентів за основним джерелом доходу %

СТАДІЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Кожна четверта жінка-підприємиця досконало володіє англійською мовою, ще понад чверть – знає, але не на достатньому рівні. І лише 3% жінок зазначили, що зовсім не володіють англійською мовою. Проте всі розуміють, що знання мови є важливим для розвитку і масштабування бізнесу.

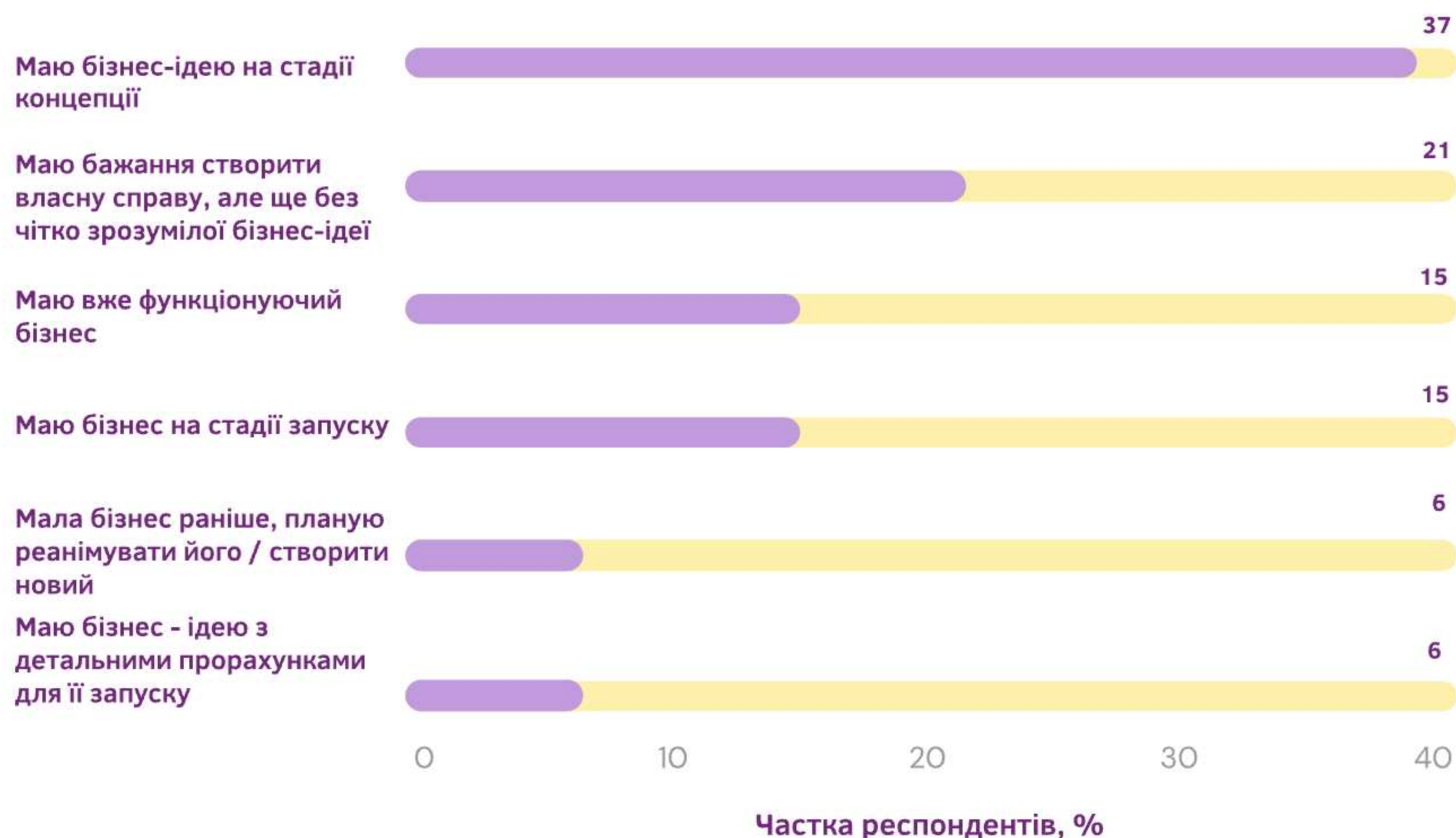


Рис. 5 Розподіл відповідей респондентів на запитання "На якому етапі створення власної справи Ви знаходитесь?", %



Більшість жінок-підприємиць (58%) на момент участі в Програмі мали бажання створити власну справу, але ще без чітко зрозумілої бізнес-ідеї, або ж таку ідею мали лише на стадії концепції. Ще 30% жінок мали вже функціонуючий бізнес або бізнес на стадії запуску. А 6% опитаних зазначили, що мали досвід ведення бізнесу в минулому, а зараз планують бізнес реанімувати / створити новий.

ЮРИДИЧНЕ ОФОРМЛЕННЯ БІЗНЕСУ

Від стадії створення власної справи залежить відсоток жінок-підприємниць, які вже юридично оформили бізнес.

Аналіз відповідей респондентів показав, **що юридично бізнес оформлений переважно у жінок, у яких він вже функціонував на момент заповнення анкети, або тих, хто мав бізнес раніше** (86% та 61% відповідно). Жінки-підприємці, які мали бізнес на стадії запуску, у переважній більшості (70%) вже юридично оформили бізнес або перебували на стадії його оформлення. Близько 2/3 жінок, які лише мали бізнес-ідею на стадії концепції до її оформлення ще не приступали.



Рис. 6 Розподіл відповідей респондентів на запитання "Якщо у вас є бізнес/бізнес-ідея, чи він юридично оформлений (як ФОП, ТОВ, тощо)?", %

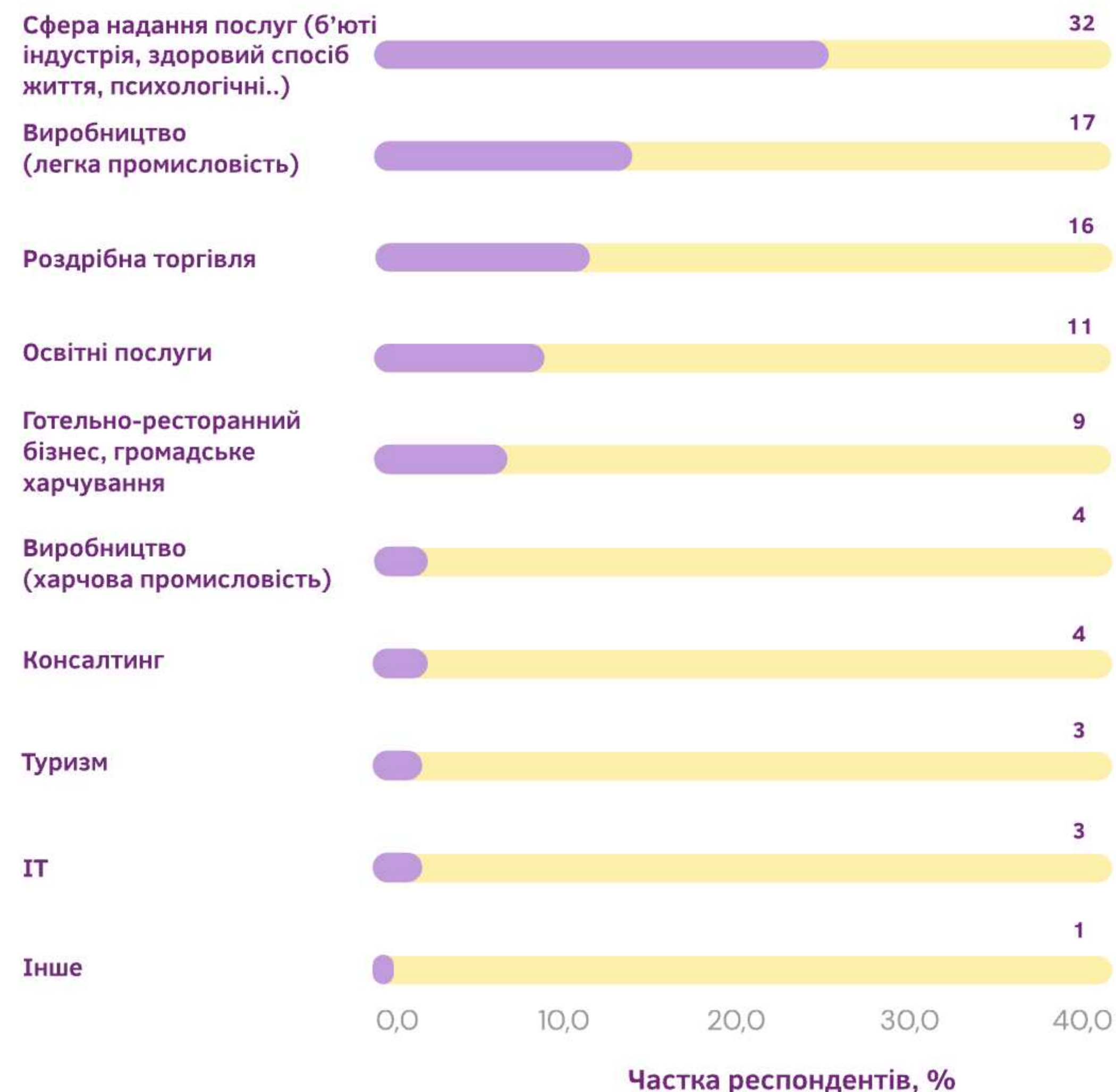
ГАЛУЗІ БІЗНЕСІВ, ЯКІ ЗАПУСКАЮТЬ ЖІНКИ

Кожна третя жінка реалізовує підприємницьку діяльність в сфері надання послуг, таких як: здоров'я та краса, фешніндустрія, психологія, організація дозвілля, тощо.

11% жінок надають/планують надавати освітні послуги, зокрема у галузях вивчення іноземних мов, особистісного та творчого розвитку, раннього розвитку дитини. Кожна шоста жінка обрала сферу виробництва (легка та харчова промисловості). Переважно мова йде про масове або індивідуальне пошиття одягу (жіночого та дитячого), текстильне виробництво, виготовлення галантереї, хендмейд прикрас, декору, іграшок, часто з використанням екологічних матеріалів, а також з акцентом на українське етно.

Цільова аудиторія бізнесу прямо обумовлена галуззю, в якій жінки-підприємці ведуть/планують вести діяльність. Для більшості (87%) це безпосередньо населення, 10% - планують співробітництво з юридичними особами (переважно малий та середній бізнес), ще 2% - вбачають серед своїх клієнтів як з юридичних, так і фізичних осіб.

Рис. 7 Розподіл відповідей респондентів на запитання "В якій галузі Ви плануєте/ вже маєте бізнес?", %



ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ БІЗНЕСУ

Варто відзначити, що жінки-підприємці не обмежували власну цільову аудиторію лише віком. Так, **26% респондентів зазначили, що їх бізнес стосується «переважним чином» або «виключно» жінок.** Також частина бізнесу націлена на специфічну категорію населення – ту, яка має хобі, захоплення в конкретній сфері – спорті, творчості, зоосфері (власники та власниці тварин) та інші. Ця категорія становить 17,4%. Крім цього, жінки-підприємці пропонують послуги для визначених видів професій – 3,7%, а також вразливим верствам населення, зокрема особам з інвалідністю, ВПО, постраждалим від бойових дій – 2,8%.

На запитання **«Які потреби цільової аудиторії закриває Ваш бізнес?»** отримано незначну кількість відповідей. В широкому розумінні всі вони стосуються недопущення повної зупинки українського бізнесу, забезпечення повноцінного функціонування економіки України у воєнний час та збереження робочих місць.

В більш вузькому розумінні, бізнес прагне наситити ринок унікальним, якісним, доступним продуктом (товарами/ послугами) відповідно до сфер підприємництва.

Методи/ способи вивчення своїх цільових аудиторій.

- Проводили власне спостереження за відвідувачами/ками та покупцями;
- Здійснювали аналіз онлайн продажів;
- Проводили гугл-опитування та опитування друзів/подруг;
- Аудиторію визначали інтуїтивно.



УНІКАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ

Бізнес, який ведуть/запроваджують жінки, є абсолютно різноманітним: від масового пошиття одягу до надання індивідуальних консультацій щодо унікального стилю та образу, від простих та корисних страв у закладах громадського харчування до вишуканих кондитерських виробів з натуральних продуктів під замовлення.



Кожен продукт має свою специфіку, але водночас їх об'єднують спільні риси: надання послуг на найвищому рівні якості/виготовлення якісного продукту, споживач/ка – в центрі уваги, індивідуальний підхід, зручність, доступність та корисність.

Рис. 8 Хмара слів щодо унікальності бізнесу/бізнес-ідеї

ДЖЕРЕЛА ЗАЛУЧЕННЯ ФІНАНСУВАННЯ БІЗНЕСІВ

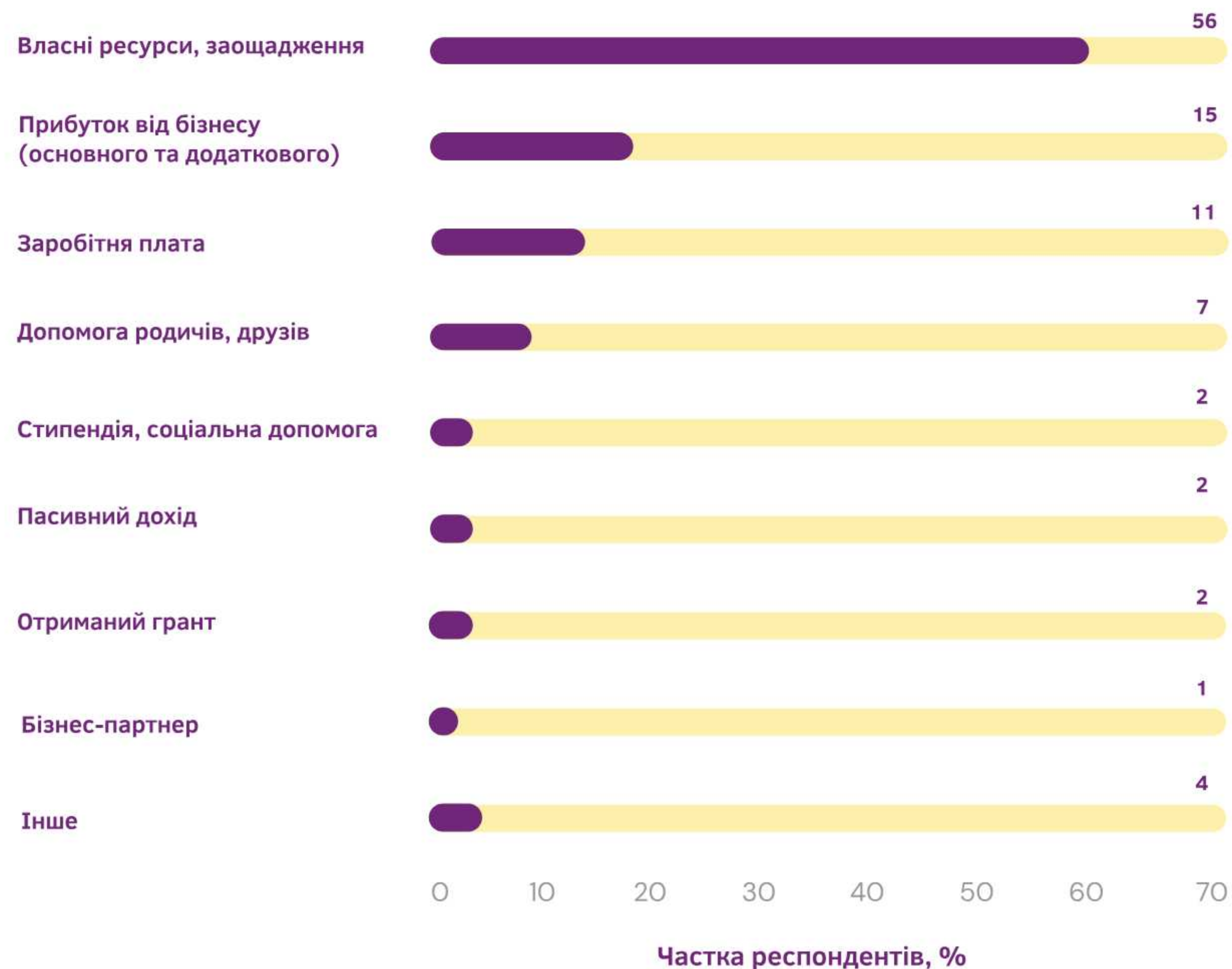


Рис. 9 Розподіл відповідей на запитання "Які у Вас є власні ресурси, додаткові джерела або інші ресурси по залученню фінансування для реалізації своєї бізнес-ідеї?", %

Для розвитку власного бізнесу **53%** жінок-підприємниць мають додаткові джерела доходів/заощадження, окрім основного джерела. Серед них, найбільшу частку (56%) становлять підприємці, які свій стартовий інвестиційний капітал створюють за рахунок власних коштів, заощаджень. Ще близько 15% готові реінвестувати в розвиток, збільшення чистого прибутку від свого функціонуючого бізнесу.

Серед тих, хто не мав додаткових джерел фінансування, близько 13% шукали можливості залучення інвесторів або отримання гранту на розвиток власного бізнесу.

ВИКЛИКИ У ВЕДЕННІ БІЗНЕСУ

Головним глобальним викликом щодо ведення бізнесу для більшості жінок-підприємниць (40%) є нестабільні економічні умови в Україні, що є наслідком ведення війни з російським агресором. Невизначеність на ринку виробництва товарів та послуг призводить до цілого ряду внутрішніх проблем, таких як: залучення клієнтів/ок, обмеженість ресурсів для повноцінного ведення бізнесу, відсутність професійних кадрів, про що сумарно зазначили 53% жінок.

Серед зовнішніх ризиків розвитку власного бізнесу, жінки-підприємці звертають увагу на:

- **проблеми виходу на міжнародний ринок товарів та послуг (6% жінок)**
- **наслідки ймовірних стихійних лих, складних погодних умов, пандемії (3%)**
- **сезонний характер виробництва окремих продуктів (3%).**

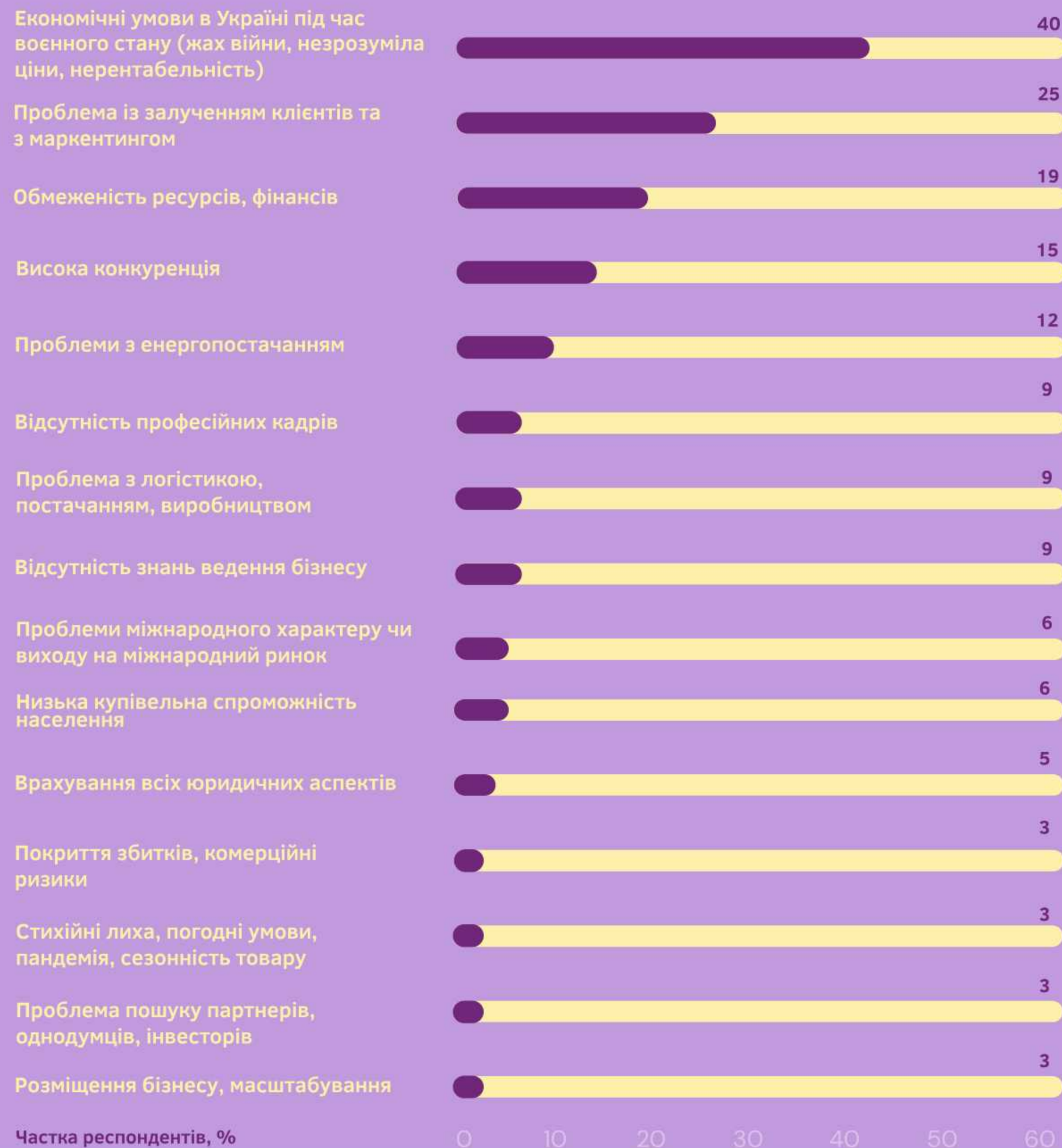


Рис. 10 Розподіл відповідей респондентів на запитання "Якими є виклики та ризики у розвитку Вашого бізнесу на сьогодні?", %

ДІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

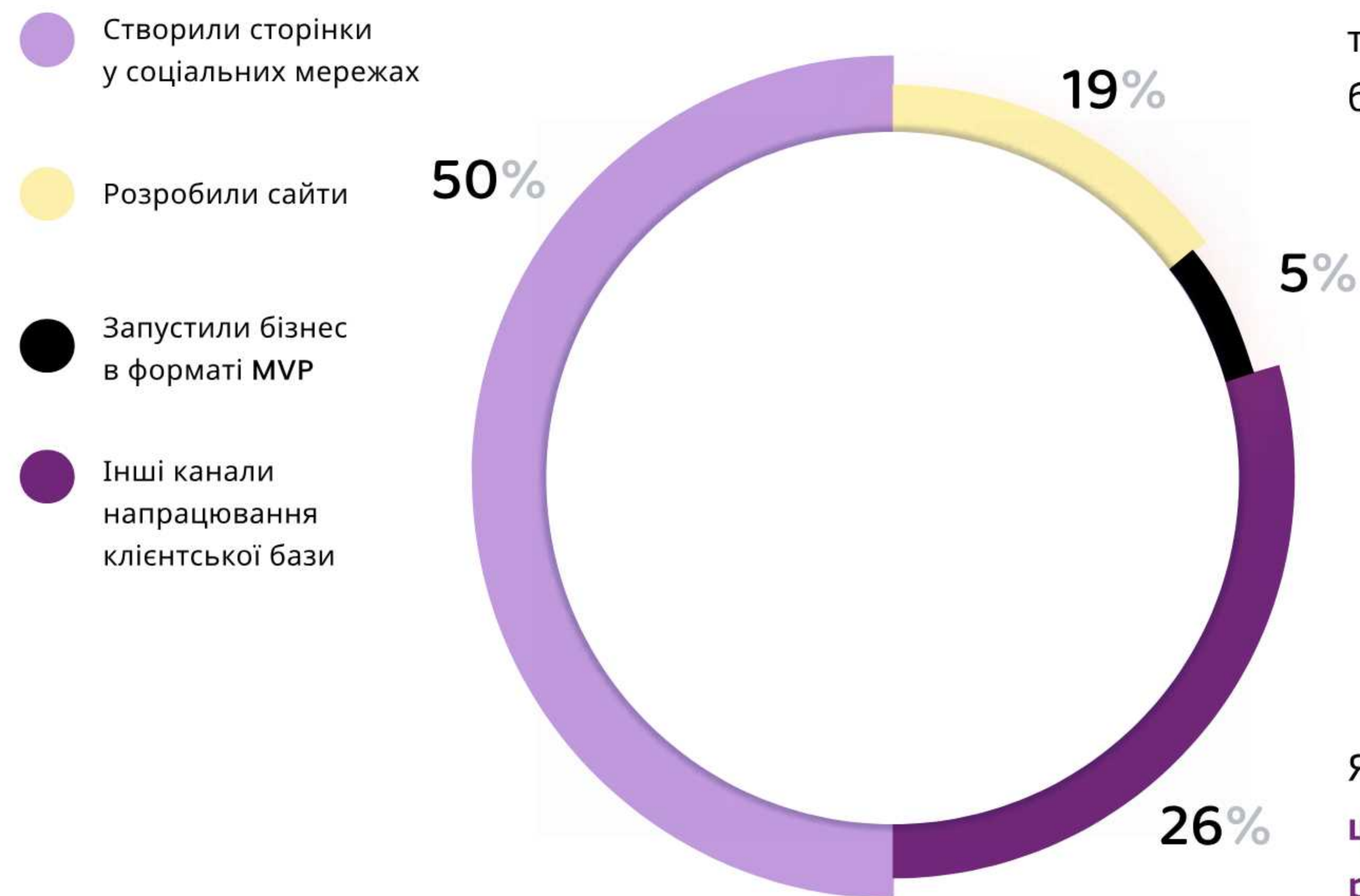
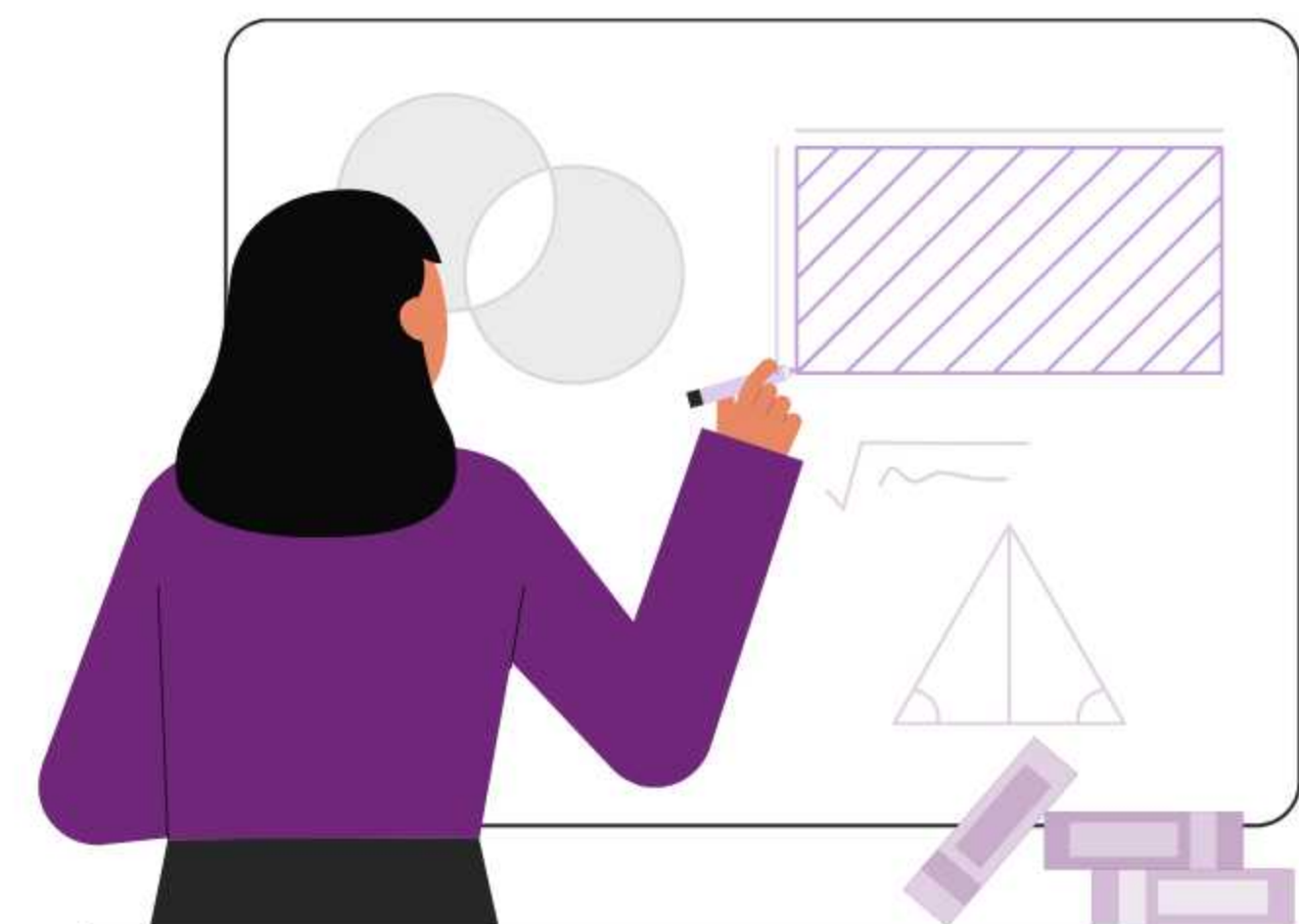


Рис. 11 Розподіл відповідей респондентів на питання: «Які дії Ви вже зробили для запуску /розвитку свого бізнесу, %»

Переважна більшість жінок (62%) зазначили про те, що на момент опитування вже мали релевантний досвід у обраній галузі підприємництва або досвід попереднього ведення бізнесу загалом. Цей показник становить 82% серед тих, хто вже має функціонуючий бізнес, і 38% серед тих, хто лише має бажання створити власну справу, але ще без чітко зрозумілої бізнес-ідеї.



Як показав аналіз відповідей на запитання: «Чи Ви вже щось робили у напрямку впровадження бізнес-ідеї / розвитку бізнесу? Що саме?», 83% жінок дали позитивні відповіді.

ДІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Значна частина жінок-підприємниць приділили увагу для розвитку бізнесу наступним активностям (рис. 12)

Варто зазначити, що як правило кожна підприємниця проявляла не одну, а дві і більше активностей, що цілком зрозуміло.

Серед 17% жінок, які зазначили, що до тепер нічого не робили у напрямку впровадження власної бізнес-ідеї / розвитку бізнесу, основними причинами були наступні:

- **недостатність знань, що саме потрібно робити;**
- **мають негативний попередній досвід;**
- **припинили підприємницьку діяльність через карантинні обмеження/ воєнний стан та не впевнені, чи потрібно зараз реанімувати бізнес;**
- **залишаються за кордоном і вагаються, чи потрібно розвивати бізнес в чужій країні.**



Рис. 12 Розподіл відповідей респондентів на запитання "Що саме Ви вже робили у напрямку впровадження бізнес-ідеї/ розвитку бізнесу?", %

РОЗВИТОК ВЖЕ ФУНКЦІОНУЮЧОГО НА РІЗНИХ СТАДІЯХ БІЗНЕСУ

97%

Жінок, які займаються підприємницькою діяльністю, зазначили, що вже мають назву свого бізнесу, а 3/4 мають активний веб-сайт та/або сторінку в соціальних мережах.

58%

Наразі отримують дохід/прибуток від бізнесу.

У 69 випадках із 100 жінки-підприємці не мають/ не планують залучати найманих працівників/ць до свого бізнесу. Водночас, серед тих, хто залучив/ планує залучити, кількість працівників/ць коливається в межах від 1 до 30 осіб, середній показник становить – 5 найманих працівників/ць в розрахунку на один бізнес.

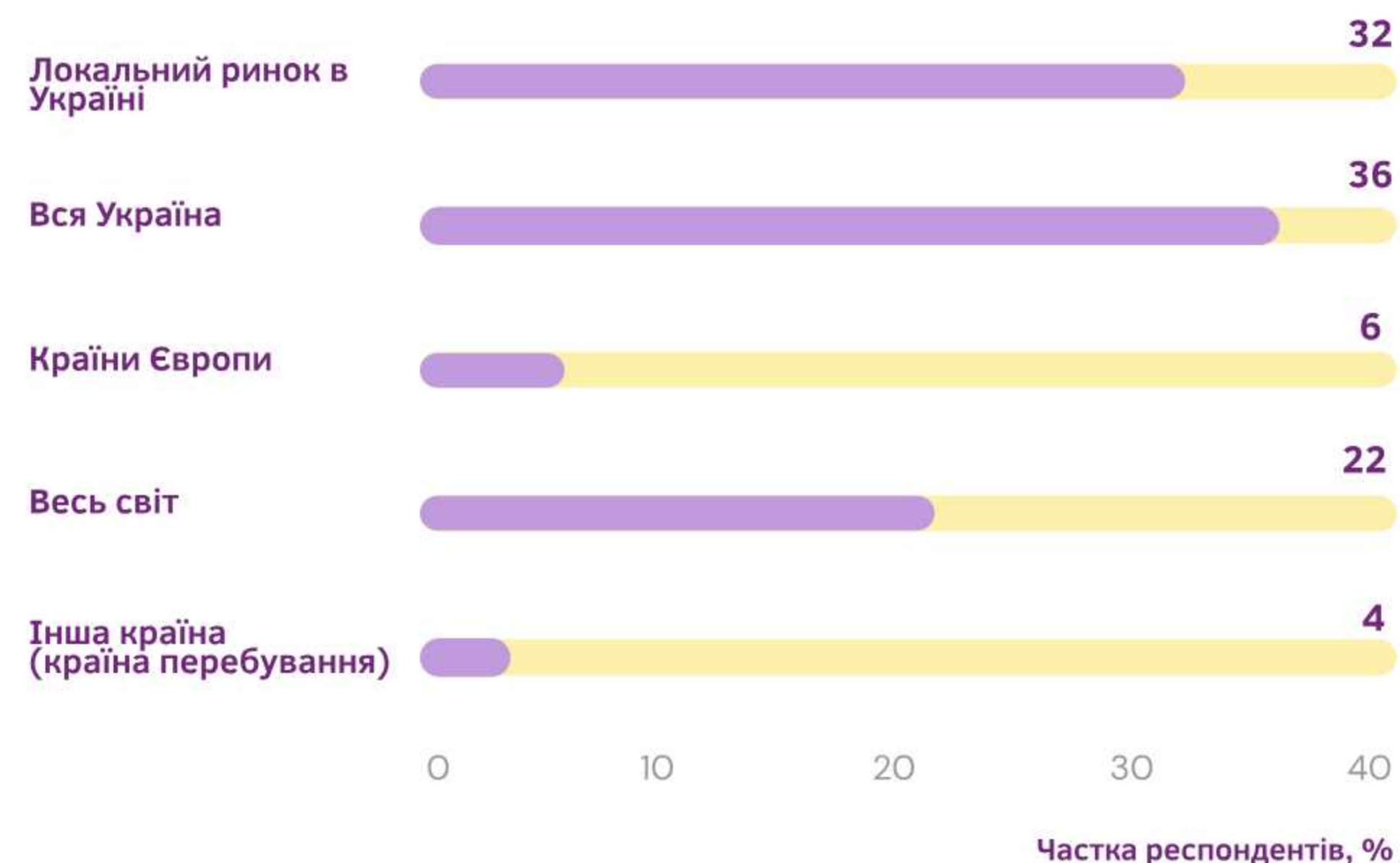


Рис. 13 Розподіл респондентів за географією ведення бізнесу, %

Бізнес жінок в Україні має широку географію ведення бізнесу: споживачі/ки товарів та багатьох послуг, розміщені як по Україні в цілому, так і за її межами.

Так, 68% опитаних орієнтуються на споживачів/ок в межах України. Водночас, 28% здійснюють/планують здійснювати продажі своєї продукції/послуг як в Україні, так і в інших країнах світу. При цьому варто відмітити, що 4% українських жінок ведуть/планують бізнес у країні свого перебування на момент опитування.

ВПЛИВ ВІЙНИ НА БІЗНЕС

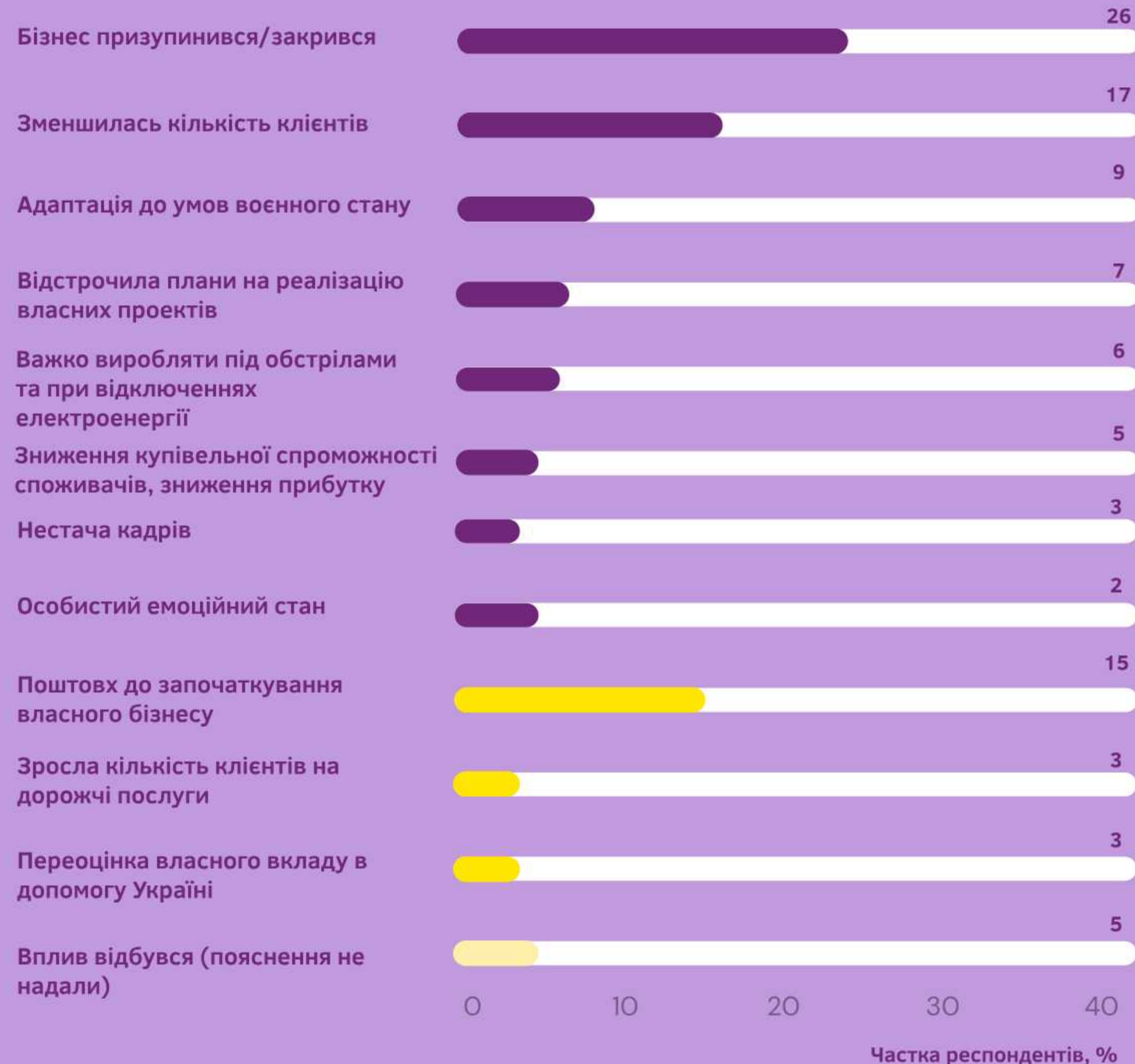


Рис. 14 Розподіл відповідей респондентів на запитання “Як війна вплинула на Ваш бізнес?”, %

Майже 90% жінок-підприємниць зазначили, що вплив війни в Україні на ведення/ розвиток їхнього бізнесу мав місце.

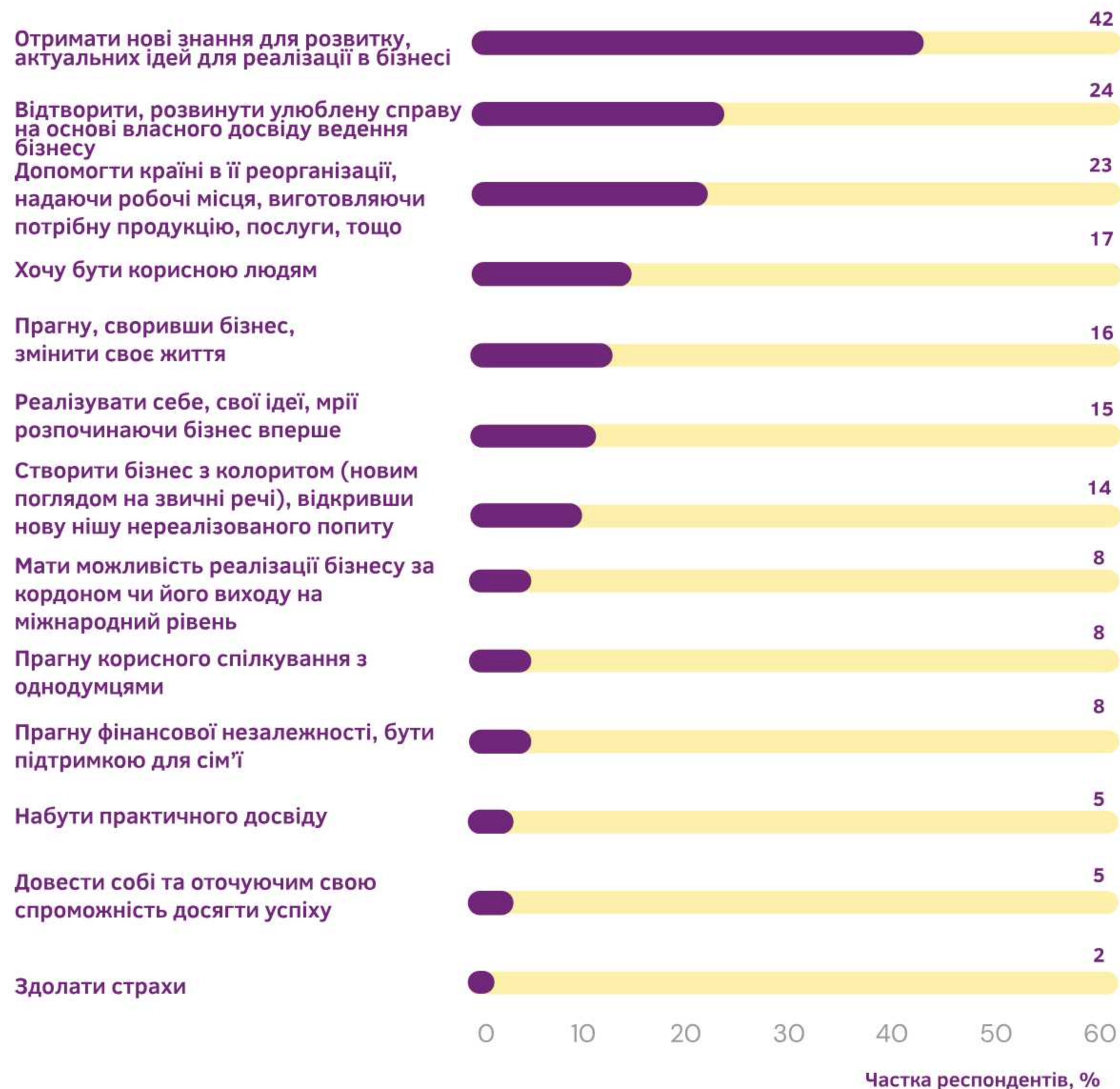
Переважно війна вплинула на бізнес негативно. Внаслідок російської воєнної агресії проти України кожна четверта жінка, що займалася підприємницькою діяльністю в Україні, була змушена призупинити діяльність, або навіть зовсім закрити свій бізнес. Ще 7% жінок відстрочили свої плани по реалізації власних проектів.

17% опитаних зазначили про те, що суттєво скоротилася їх клієнтська база, а ще 6% скоротили обсяги виробництва, оскільки «важко виробляти продукцію під обстрілами та за умови частого відключення електроенергії».

Водночас, важливо відзначити той факт, що **21% жінок зазначили, що воєнний стан і ситуація пов’язана з ним стала тригером для розвитку бізнесу:** жінки рішуче почали відкривати власну справу та розширювати її масштаби всупереч обставинам.

МОТИВАЦІЯ УЧАСТІ В ПРОГРАМІ

Рис. 15 Розподіл відповідей респондентів на запитання щодо мотивації участі у навчальній програмі UWE Hub, %



Найбільшою мотивацією взяти участь в Програмі UWE Hub жінки-підприємці вважають **можливість отримання нових знань для розвитку, актуальних ідей для реалізації в бізнесі (42%)**, відтворити, розвинути улюблену справу на основі власного досвіду ведення бізнесу (24%) та допомогти країні в її реорганізації, надаючи робочі місця, виготовляючи потрібну продукцію, послуги, тощо (23%). Для 16% жінок відкриття власної справи – це спосіб змінити своє життя і бути корисною людям (17%).

Найбільшим очікуванням від Програми UWE Hub для жінок-підприємців є:

- набуття практичних знань щодо ведення і розвитку бізнесу, їх структуризації для втілення бізнес-моделей по всіх етапах ведення бізнесу;
- нетворкінгу, нових ідей, натхнення, інсайтів, пошуку партнерів, впевненості та досвіду, саморозвитку;
- сучасних прийомів маркетингу.

Жінки прагнуть здобути вмінь залучати інвесторів, навичок масштабування, просування бізнесу, а також менторської підтримки.

ПЛАНИ У РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ ЗАВДЯКИ ПРОГРАМІ

Більшість жінок-підприємниць (68%) переконані, що немає причин, через які, вони мають менше можливостей брати участь **у житті суспільства або їм складніше** досягати бажаних цілей. (Рис. 16)

Проте деякі зазначили такі причини:

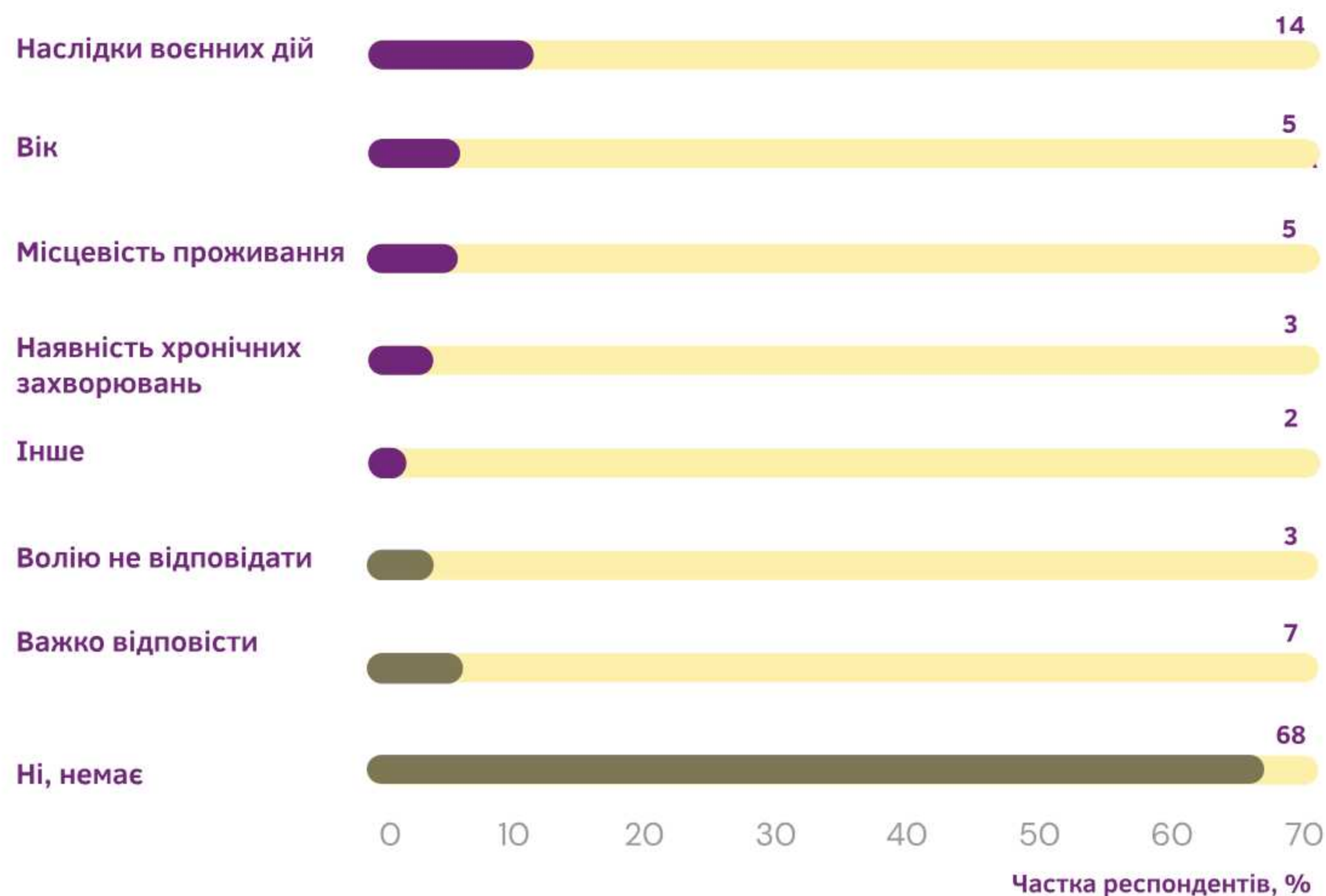


Рис. 16 Чи є причини, через які, на Вашу думку, Ви маєте менше можливостей брати участь у житті суспільства або Вам складніше досягати бажаних цілей?», %

На запитання «І як плануєте далі використовувати отримані практичні знання / досвід / знайомства після участі в Програмі UWE Hub?» **кожна друга жінка зазначила, що участь у навчанні допоможе їй сформувати бізнес-ідею/ бізнес-модель, створити свій бренд і розпочати власний бізнес.**

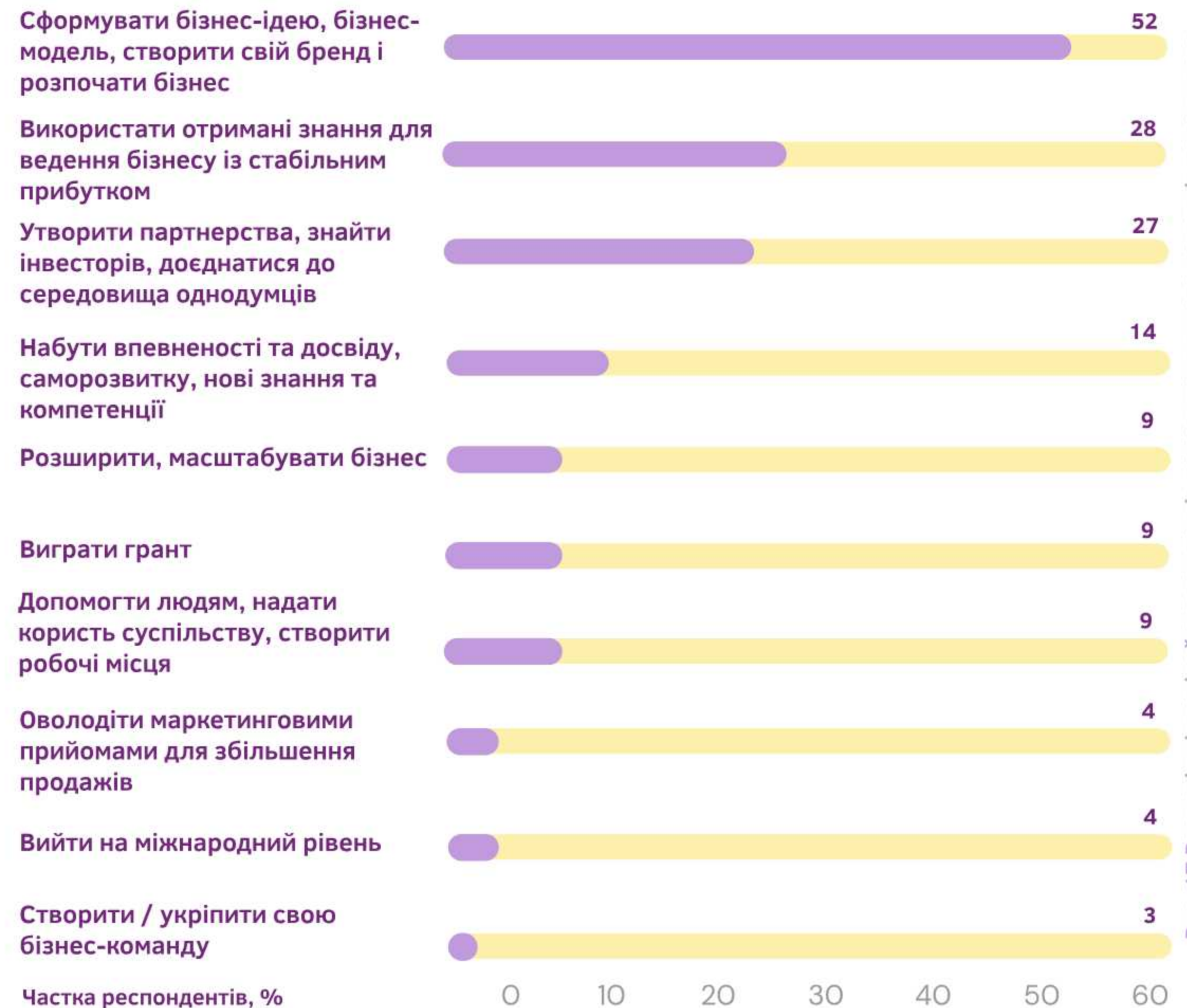
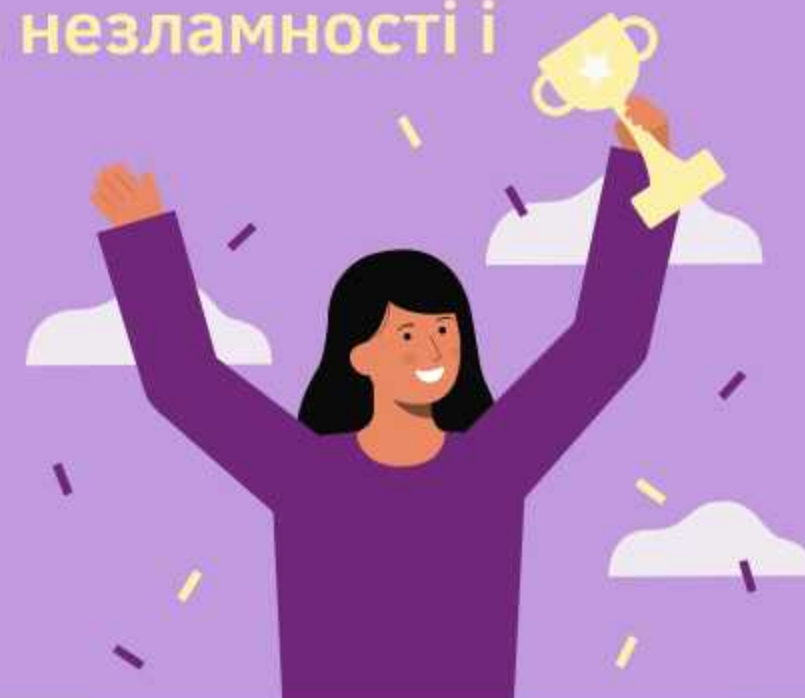


Рис. 17 Розподіл відповідей респондентів на запитання щодо напрямів подальшого використання набутих знань, %

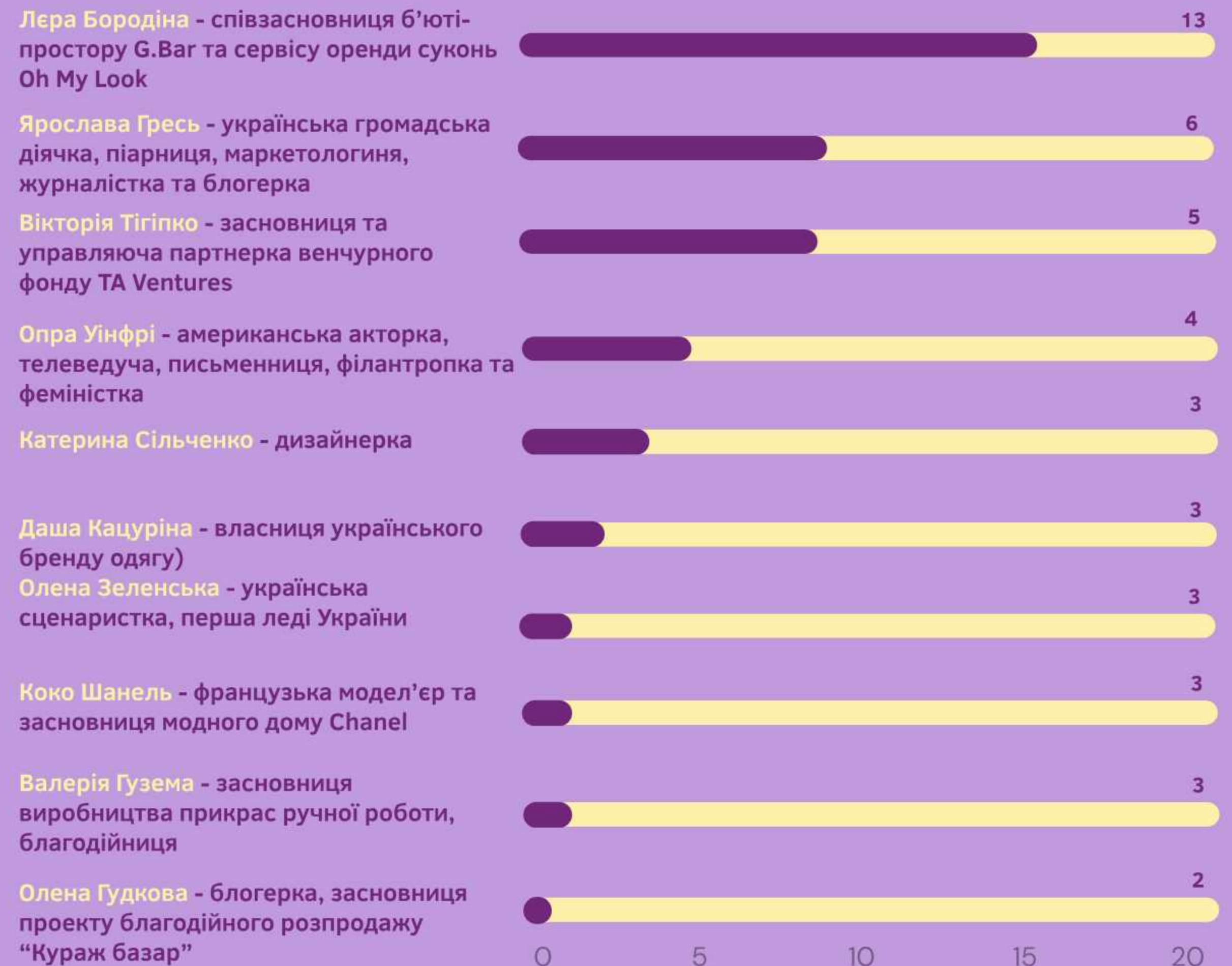
ЖІНКИ-ПІДПРИЄМИЦІ, ЩО НАДИХАЮТЬ

Важливим фактором підвищення мотивації щодо розвитку власної справи для багатьох є приклади відомих жінок, які захоплюють своїми вміннями будувати і вести бізнес, своєю цілеспрямованістю та впевненістю у своїх силах. Такими жінками є представниці різних сфер діяльності (громадські діячки, акторки, модельєрки, журналістки тощо), однак всіх їх поєднує **професійна реалізованість та успіх.**

Варто зазначити також, що близько 50% опитаних називали імена жінок, що надихають, які не є достатньо публічними. Як правило, це жінки із кола близьких знайомих, друзів, колег. Ще близько **10%** респондентів вважають, що **кожна жінка України є прикладом сили духу, незламності і впевненості у досягненні своїх цілей.**



ТОП-10 жінок, які надихають українок бути успішними, незалежними і сильними, представлено на рис. 18



ВИСНОВКИ

- Професійна реалізація жінки набуває сьогодні все більшого значення. Жінки поєднують в собі багато якостей, важливих, щоб бути успішною у бізнесі: **діловитість, організованість, готовність набувати нових знань і вмінь, вони знають, чого хочуть і впевнено, наполегливо рухаються до своєї мети.**
- Основними галузями, в яких жінки-підприємці мають або планують створювати бізнес: **діяльність в сфері надання послуг, таких як: здоров'я та краса, фешн-індустрія, психологія, організація дозвілля, освітні послуги, а також сфера виробництва (легка та харчова промисловості).**
- Цільова аудиторія бізнесу для близько 90% - **це безпосередньо населення різних вікових груп та категорій.** Майже всі підприємці орієнтуються на споживачів в Україні, а чверть з них – вже вийшли/ планують вихід на міжнародний ринок.
- Вже функціонуючий бізнес серед жінок-підприємців є абсолютно різноманітним і унікальним, водночас є спільні риси, які їх об'єднують: **надання послуг на найвищому рівні якості/ виготовлення якісного продукту, споживач – в центрі уваги, індивідуальний підхід, зручність, доступність та корисність.**

Головним глобальним викликом щодо ведення бізнесу для більшості жінок-підприємців є нестабільні економічні умови в Україні, що є наслідком ведення війни з російським агресором.

Переважно війна вплинула на бізнес негативно. Внаслідок російської воєнної агресії проти України кожна четверта жінка, що займалася підприємницькою діяльністю в Україні, була змушена призупинити діяльність, або навіть зовсім закрити свій бізнес. Водночас, непоодинокими є випадки, коли воєнний стан і ситуація пов'язана з ним стала тригером для розвитку бізнесу: **жінки рішуче почали відкривати власну справу та розширювати її масштаби всупереч обставинам.**

Абсолютна більшість жінок-підприємців є високо вмотивованими на участь в Програмі UWE Hub. Вони прагнуть розвинути свій бізнес і самореалізуватися:

- **Найбільшою мотивацією є** можливість отримання нових знань для розвитку, актуальних ідей для реалізації в бізнесі, відтворити, розвинути улюблену справу на основі власного досвіду ведення бізнесу та допомогти країні в її реорганізації, надаючи робочі місця, виготовляючи потрібну продукцію, послуги, тощо.
- **Головним очікуванням є** набуття практичних знань щодо ведення і розвитку бізнесу, їх структуризації для втілення бізнес-моделей по всіх етапах ведення бізнесу, нетворкінгу, нових ідей, натхнення, інсайтів, пошуку партнерів, впевненості та досвіду, саморозвитку; сучасних прийомів маркетингу.

UWE Hub (Ukrainian Women Entrepreneurs) – це спільнота свідомих підприємниць, які зацікавлені у розвитку власної справи і стейкхолдерів, які готові підтримувати бізнеси жінок.

НАША МІСІЯ

Підтримка жінок-підприємниць (нинішніх та майбутніх) в сучасних умовах і викликах через навчання, обмін досвідом для посилення одна одної, нетворкінг та допомогу у створенні бізнесу із соціальним імпаком.

НАШІ ЦІННОСТІ



Підтримка



Обмін досвідом



Натхнення



Позитивний вплив



Навчання протягом життя



Залучення

CSR Ukraine, Центр «Розвиток КСВ» - експертна організація в Україні, що понад 15 років розвиває та впроваджує корпоративну соціальну відповідальність в Україні, об'єднує понад 40 великих компаній, спільно з якими просуває принципи сталого ведення бізнесу та соціальної відповідальності. Серед флагманських проєктів організації Конкурс кейсів з КСВ, Індекс ESG компаній, SDG Ambassadors, та багато інших. CSR Ukraine є національним партнером CSR Europe (Брюссель, Бельгія) і Всесвітньої бізнес-ради зі сталого розвитку (Женева, Швейцарія) та був залучений у підготовку Концепції з розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні.



UWE = YOU & WE

U: CREATE YOUR BUSINESS

WE: HELP TO MAKE IT GLOBAL





**Зробимо дружнє підприємницьке
середовище для українських жінок
РАЗОМ!**