

ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНСЬКИХ ЖІНОК-ПІДПРИЄМНИЦЬ В УКРАЇНІ ТА ВЕЛИКОБРИТАНІЇ:

виклики та підтримка в умовах
вимушеного переміщення

Звіт дослідження розвитку українського жіночого бізнесу, переміщеного із зони військового конфлікту у приймаючі громади України та Великобританії в рамках спільного проекту між Cambridge Judge Business School (UK) та Маріупольським державним університетом (Україна) «Інтеграція переміщених українських жінок-підприємниць щодо викликів та підтримки в умовах вимушеного переміщення в Україні та Великобританії» між Cambridge Judge Business School (UK) та Маріупольським державним університетом (Україна) за підтримки Cambridge University's Research England Policy Support Fund, UKRI, 2024-2025.

Метою дослідження є вивчення моделей інтеграції переміщених українських жіночих бізнесів у приймаючі громади України та Великобританії, а також викликів, потреб, можливостей та механізмів їх адаптації до нового соціально-економічного середовища.

В опитуванні прийняли участь українські жінки-підприємниці, які продовжують займатися бізнесом, але у зв'язку з військовим конфліктом в Україні змушені перемістити свій бізнес в приймаючі громади в Україні та Великобританії, пропонують послуги та товари у нових умовах.

Проект пройшов етичний огляд та експертизу Ради якості Навчально-наукового інституту управління Маріупольського державного університету

Дослідницька група:

професор Андрій Кириленко,
Cambridge Judge Business School (UK)
професор Анна Чечель,
Cambridge Judge Business School (UK)
професор Денис Тарасенко,
Маріупольський державний університет (Україна)
доцент Марина Зелінська,
Маріупольський державний університет (Україна)

- 02 Вступ**
- 04** Предмет дослідження
- 04** Мета дослідження
- 04** Місія дослідження
- 04** Методика дослідження
- 05** Основні результати (за індикаторами дослідження)
- 05 1. Соціально-демографічний портрет української підприємниці-переселенки у приймаючі громади України та Великобританії**
- 05** Вік
- 06** Рівень освіти
- 08** Причини переміщення
- 10** Стаж ведення підприємницької діяльності
- 11** Сфера та особливості ведення бізнесу
- 14 2. Виклики та підтримка українського жіночого бізнесу, переміщеного із зони конфлікту в приймаючі громади України та Великобританії**
- 16** Виклики
- 23** Підтримка: види та форми
- 29 3. Гендерна рівність у бізнес-середовищах приймаючих громад України та Великобританії**
- 37 4. Основні потреби, які виникли після переміщення бізнесу та доступність ресурсів, необхідних для успішного ведення бізнесу у приймаючих громадах України та Великобританії**
- 37** Потреби
- 45** Доступність ресурсів
- 49 5. Планування майбутнього та досвід реалізації підприємницької діяльності в умовах переміщення бізнесу у безпечні громади України та Великобританії**
- 49** Планування майбутнього
- 51** Досвід ведення бізнесу у приймаючих громадах
- 52 Моделі інтеграції переміщених українських жіночих бізнесів у приймаючі громади України та Великобританії**
- 53 Оцінка гендерного розриву між українськими підприємницями-переселенками, які ведуть бізнес в Україні та у Великій Британії**
- 58** Загальні висновки
- 60** Рекомендації
- 75** Додатки

Додаток 1. Описова статистика доступності таких ресурсів як міжнародні організації та благодійні фонди, професійні об'єднання та бізнес-асоціації, доступність до державних пільг та/або податкових преференцій:

Розподіл відповідей на питання онлайн опитування, що стосуються ресурсів підтримки : «чи зверталися ви за підтримкою до міжнародних організацій або благодійних фондів?»

Розподіл відповідей на питання онлайн опитування: «чи зверталися ви до місцевих бізнес-інкубаторів або центрів розвитку підприємництва, професійних об'єднань та бізнес-асоціацій для отримання консультацій або ресурсів?»

Розподіл відповідей на питання онлайн опитування: «чи достатньо у вас контактів із іншими підприємцями у новому регіоні, щоб отримувати взаємну підтримку та ділитися досвідом?»

Розподіл відповідей на питання онлайн опитування: «чи отримували ви доступ до державних пільг або податкових преференцій у новому регіоні для відновлення бізнесу?»

Додаток 2. Описова статистика проявів гендерної нерівності під час взаємодії із новими постачальниками та партнерами, доступності фінансових ресурсів для розвитку жіночого бізнесу у приймаючих громадах:

Розподіл відповідей на питання онлайн опитування: «чи відчували ви дискримінацію з боку нових постачальників, партнерів або клієнтів у новому регіоні через те, що ви - жінка?»

Розподіл відповідей на питання онлайн опитування «як ви оцінюєте доступність фінансових ресурсів (кредитів, інвестицій) у вашій сфері для розвитку жіночого бізнесу?»

Додаток 3. Описова статистика потреби додаткового інформування у формі навчання або консультацій після переміщення бізнесу у приймаючі громади

Розподіл відповідей на питання онлайн опитування «чи відчуваєте ви потребу у додаткових навчаннях або консультаціях (у сфері менеджменту, фінансів, маркетингу тощо) після переміщення бізнесу?»

Розподіл відповідей на питання онлайн опитування «які навички або знання ви б хотіли покращити для успішного ведення бізнесу?»

Розподіл відповідей на питання онлайн опитування «чи є у вас потреба у мережевій взаємодії з іншими жінками-підприємницями, які також перемістили свій бізнес?»

Додаток 4. Контент відповідей респондентів на відкрите питання: «що може бути для вас вагомим мотивацією у прийнятті рішення щодо повернення чи не повернення у рідні громаду?»

Предмет дослідження

Процеси реалізації підприємницької діяльності українських жінок-переселенок, які продовжують займатися бізнесом в приймаючих громадах в Україні та Великобританії. Реалізація дослідження спрямована на підтримку жінок-підприємниць, які надають свої послуги/товари у нових соціокультурних умовах, для сприяння їх економічній інтеграції та адаптації у приймаючих громадах шляхом створення умов для розширення мережі контактів, отримання доступу до нових ринків, а також розвитку навичок управління та інновацій у веденні бізнесу

Мета дослідження

Мета дослідження полягає у аналізі моделей інтеграції переміщених українських жіночих бізнесів у приймаючі громади України та Великобританії, а також викликів, потреб, можливостей та механізмів їх адаптації до нового соціально-економічного середовища.

Основна увага під час аналізу була зосереджена на визначенні/фіксації індикаторів, які надають можливість сформулювати розуміння не лише про моделі інтеграції жінок-підприємниць у бізнес-середовища приймаючих громад України та Великобританії, а й виявити економічні та соціальні особливості ведення бізнесу під час реалізації підприємницької діяльності. Під час дослідження були використані як кількісні індикатори (фіксували, наскільки виражена певна ознака), так і якісні (фіксували наявність чи відсутність певних ознак через словесне описання), а саме:

- соціально-демографічні характеристики українських підприємниць-переселенок;
- наявність викликів та ступінь підтримки в їх подоланні українського жіночого бізнесу, переміщеного із зони конфлікту у приймаючі громади України та Великобританії;
- наявність гендерної рівності у бізнес-середовищі приймаючих громад України та Великобританії;
- потреби та ресурсна доступність для реалізації підприємницької діяльності в новому соціально-економічному середовищі;
- досвід та планування майбутнього, визначення т.з. «точок зростання».

Місія дослідження

Місія дослідження полягає у сприянні розвитку теоретичних підходів і практичних інструментів підтримки соціального підприємництва, зокрема жіночого бізнесу, в умовах та після військових конфліктів, шляхом аналізу і розширення емпіричних даних про досвід українських жінок-підприємниць, які перемістили свій бізнес у нові соціокультурні умови.

Методологія дослідження

Методика дослідження ґрунтується на поєднанні двох підходів отримання та аналізу емпіричної інформації:

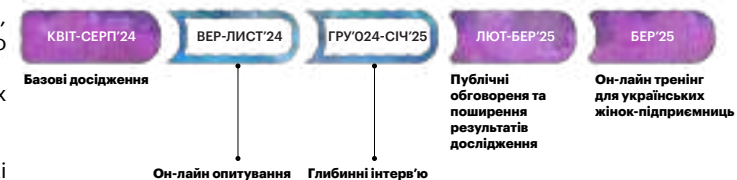
- експертний (аналіз процесів інтеграції у нові соціально-економічні середовища приймаючих громад в Україні та Великобританії на підставі експертних оцінок представниць спільноти «українські жінки-підприємниці», які перемістили свій бізнес в умовах відкритого військового конфлікту);
- емпіричний (висновки на основі зібраних емпіричних даних).

У рамках дослідження було реалізовано такі дослідницькі компоненти:

- онлайн опитування жінок-підприємниць, з використанням потенціалу Google Forms (42 особи: 26 респонденток, які перемістили свій бізнес із зони конфлікту в приймаючі громади України; 16 - у приймаючі громади Великобританії);
- глибокі інтерв'ю з представницями жінок-переселенок, які реалізують підприємницьку діяльність у приймаючих громадах України та Великобританії (26 осіб: 13 інформанток, які перемістили свій бізнес із зони конфлікту в приймаючі громади України; 13 – у приймаючі громади Великобританії).

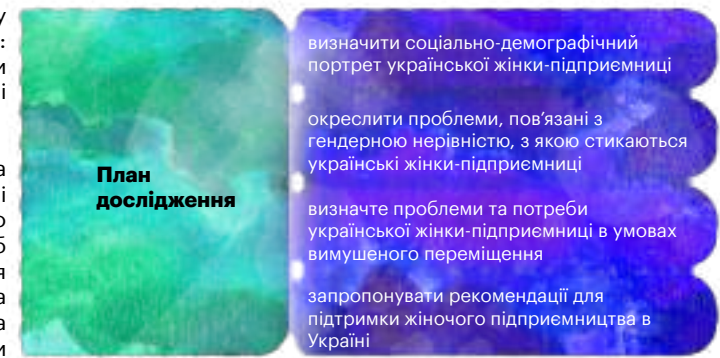
Процедура відбору респондентів та інформантів побудована методом «снігової кулі» (коли дослідник встановлює первинні контакти з невеликою групою людей, які мають відношення до теми дослідження, а потім використовує їх для того, щоб встановити контакт з іншими людьми). Цей підхід формування вибірки ґрунтується більше на теоретичній побудові, ніж на статистичній. Такий метод відбору респондентів та інформантів не є випадковим, бо одиниці для відбору мали чітку ознаку – жінки-підприємниці, які перемістили свій бізнес із зони військового конфлікту у більш безпечні громади України та у Великобританію.

Обрані методи забезпечили: релевантність отриманої інформації та висновків через збереження певної пропорційності представниць цільових груп (Україна/Великобританія) у вибірковій сукупності під час онлайн опитування та глибоких інтерв'ю; синергетичний ефект (результати, отримані за допомогою одного методу, доповнені результатами, які були отримані за допомогою іншого методу); валідність результатів, що обумовлено застосуванням процедур триангуляції (перевірка результатів одного методу результатами іншого).



Проведено за допомогою Google Forms серед українських жінок-підприємниць (42 учасниці: 26 респонденток, що перемістили свій бізнес в приймаючі громади громад в Україні, і 16 у приймаючі громади у Великобританії).

Проведено з жінками-підприємницями, які займаються підприємницькою діяльністю в приймаючих громадах (26 учасниць: 13 інформанток, які перенесли свій бізнес до приймаючих громад в Україні, та 13 до Великобританії).



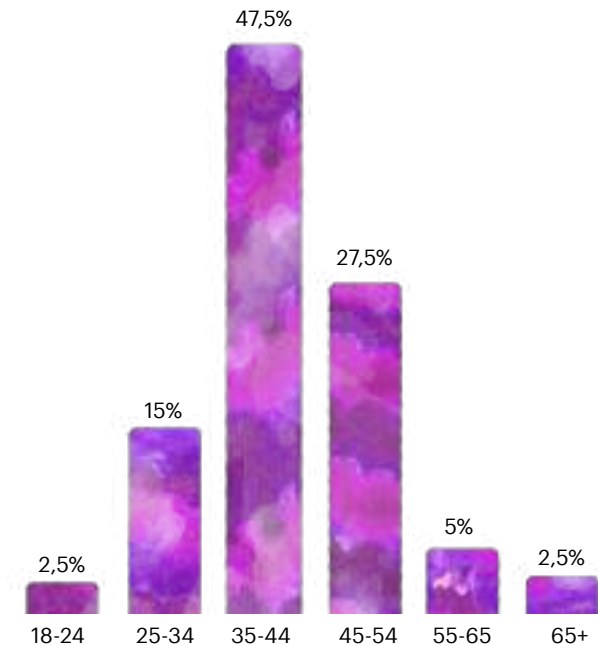
Аналіз ключових індикаторів дослідження ґрунтувався, перш за все, на результатах онлайн опитування для виявлення узагальнених тенденцій щодо процесів інтеграції жінок-підприємниць у приймаючі громади України/Великобританії та адаптації їх бізнесів до нових соціально-економічних умов. Результати аналізу індивідуальних (глибинних) інтерв'ю використовувались для отримання розуміння впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на формування моделей інтеграції жінок-переселенок у новий соціокультурний контекст приймаючих громад, моделей реалізації підприємницької діяльності на місцях, фіксації таких аспектів, як: соціально-економічний стан на місцевому рівні, соціально-психологічний стан жінок-переселенок, рівень згуртованості громад, толерантність представників місцевих спільнот до українських підприємниць тощо, що дозволило забезпечити комплексний аналіз вищезначених тенденцій, враховуючи як кількісні, так і якісні показники результатів.

1. соціально-демографічний портрет української підприємниці-переселенки

Основними показниками соціально-демографічного портрету жінок-підприємниць, які мають потенційний вплив на процеси інтеграції та адаптації до нових умов реалізації підприємницької діяльності були визначені: вік, рівень освіти, причина переселення, стаж підприємницької діяльності, сфера бізнесу та особливості його реалізації. Саме ці показники дозволили визначити непрямий вплив вищезазначених характеристик не лише на процеси інтеграції у приймаючі громади України та Великобританії, а й спрогнозувати тенденції розвитку підприємницької діяльності. Маємо зазначити, що співвідношення соціально-демографічних характеристик респонденток (тих, хто брав участь у онлайн опитуванні) та інформанток (ті, хто брали участь у глибинних інтерв'ю) були тотожними, щоб уникнути емпіричного перекося впливу певного показника на релевантність отриманої інформації.

Для валідизації наших міркувань, щодо впливу віку на процеси інтеграції та адаптації жінок-підприємниць ми застосували існуючий у сучасній соціологічній теорії принцип формування умовних вікових когорт за концептом "покоління", який обумовлений тим, що у соціальній структурі українського суспільства наявні спільноти, які за своїми поглядами, ідеями, цінностями помітно відрізняються одна від одної, що особливо проявляється під час соціальних змін.

Сформувавши умовні групи «молоде покоління» (18-34), що серед опитаних становить 17,5%, «середнє покоління» (35-54) – 75% та «старше покоління» (55+) – 7,5%, можна констатувати, що українські жінки-підприємниці, в цілому, мають високий адаптивний потенціал до нових соціальних та економічних умов. Так, серед опитаних домінують жінки «середнього покоління», які вже мають сформовані навички управління бізнесом і професійний досвід, а також здатність адаптувати попередній власний досвід до нових умов, що, безсумнівно може допомогти в інтеграції до приймаючих громад. Представниці «молодого покоління» реалізують свій адаптивний потенціал через більшу відкритість до нових культур та технологій, що сприяє швидкій інтеграції. Вони мають більше можливостей для навчання, перекваліфікації та активної участі у соціальному житті приймаючих громад. Інтеграційні практики жінок «старшого покоління» обумовлені наявністю життєвого досвіду, який може допомогти в прийнятті рішень у складних (неоднозначних) ситуаціях. Вони, зазвичай, менш амбіційні, але більш прагматичні щодо цілей інтеграції у приймаючих громадах, які орієнтовані на досягнення соціальної стабільності.



Вік жінок-підприємниць:

Загальний розподіл респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні, за показником «вік»

Застосувавши принцип «покоління» до вікового розподілу жінок-переселенок за країнами переміщення, то можемо побачити, що як в Україні, так і в Великобританії домінують представниці «середнього покоління» (73,2% в Україні; 78,6% у Великобританії). Як ми вже зазначали, жінки-підприємниці «середнього покоління» мають високу здатність адаптувати попередній досвід до нових умов через, наприклад, започаткування бізнесу або участі у місцевих програмах підтримки. У них більша мотивація забезпечити стабільність для родини, що стимулює їх до активного пошуку рішень. Проте, це обумовлює і певні інтеграційні обмеження. Наприклад, високий рівень відповідальності (дбати про дітей, старших членів родини тощо) може обмежувати їх час і ресурси для інтеграції у приймаючі громади. А також варто враховувати на сформовані стійкі культурні звички, які важче адаптувати до нового середовища.

Якщо говорити про інтеграційний потенціал представниць «молодого покоління», які взяли участь у опитуванні (19,2% в Україні; 14,3% у Великобританії), то здатність швидше встановлювати нові соціальні зв'язки через участь у навчальних чи молодіжних програмах, намагання брати активну участь у громадському/публічному житті приймаючих громад, дозволяє жінкам-підприємницям цих вікових груп швидше розв'язувати складні життєві проблеми у новому середовищі, через знаходження нових орієнтирів, які визначатимуть їх майбутнє у приймаючих громадах.

Аналіз розподілу вікових характеристик респонденток «старшого покоління» (7,6% в Україні; 7,1% у Великобританії) залежно від країни переміщення показав, що процеси інтеграції у нове соціокультурне середовище може бути ускладнене меншими можливостями для працевлаштування чи перекваліфікації (причому, незалежно від країни переміщення), а от втрата соціальних зв'язків з «рідним» середовищем може викликати почуття ізоляції у жінок-підприємниць, які мешкають у Великобританії, що суттєво ускладнює процеси інтеграції у приймаючі громади.

Молодші підприємниці (18–34 роки):

Здебільшого працюють у сфері послуг або ІТ. Відкриті до інновацій, легко освоюють сучасні маркетингові інструменти (таргетована реклама, соцмережі).

Виклик: відсутність досвіду управління фінансами, складнощі з побудовою бізнес-репутації.

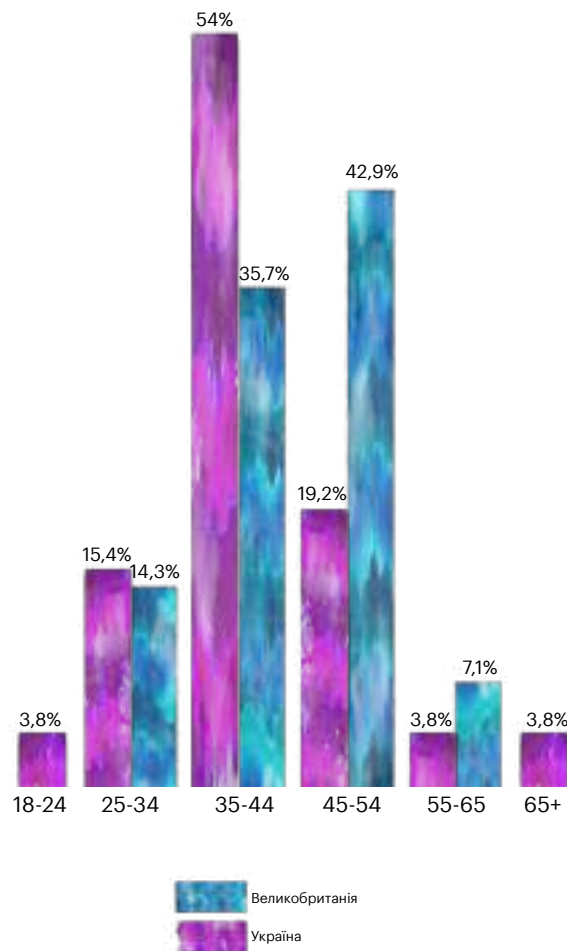
Середнє покоління (35–54 роки):

Переважають у виробничих бізнесах або малих підприємствах із локальним впливом (магазини, кафе).

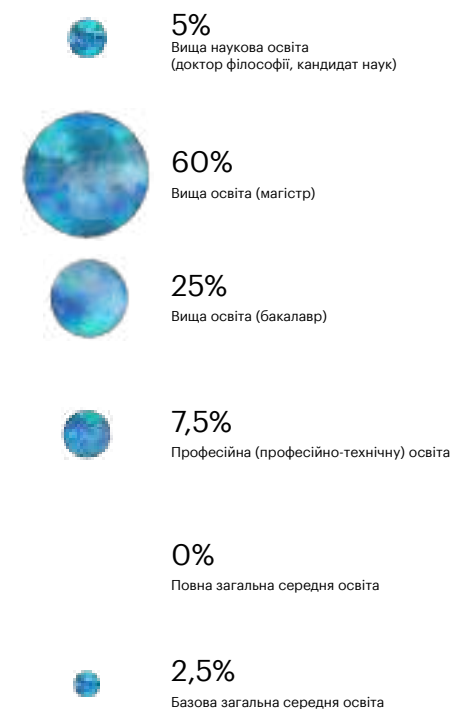
Виклик: подвійне навантаження через родину та бізнес, особливо в громадах із обмеженими ресурсами.

Старше покоління (55+ років):

Основна частина займається дрібною торгівлею або традиційними



Розподіл респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні, за показником «вік» залежно від приймаючої країни



Загальний розподіл респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні, за показником «рівень освіти»

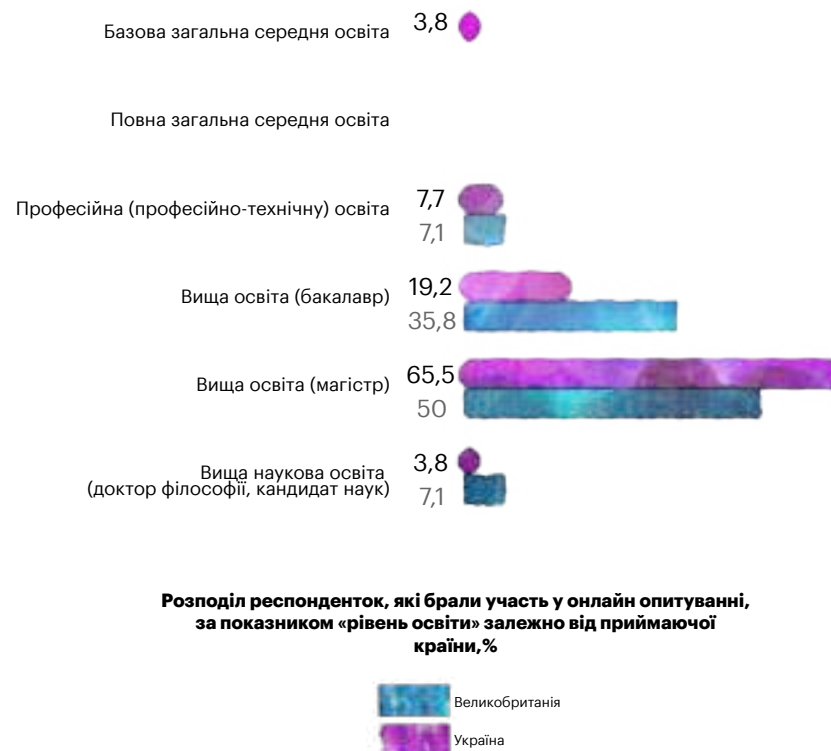
Аналізуючи наведені дані, можна визначити певні тенденції:

- більшість опитаних жінок-переселенок мають вищу освіту (90%): 25% з них мають ступінь бакалавра, 60% — магістра, і 5% — докторську ступінь. Це вказує на високий освітній потенціал групи, що може сприяти їхній інтеграції у приймаючі громади, який обумовлений: навичкам самонавчання та аналізу інформації; можливостями долучатися або ініціювати громадські ініціативи, що впливає на соціальну інтеграцію;
- жінки-підприємниці з професійною освітою можуть знайти можливість працевлаштування у вузьких спеціалізованих галузях, що дає їм певні переваги для інтеграції у приймаючі громади;
- невелика частка опитаних жінок (2,5%) має лише базову загальну середню освіту. Для них можуть виникати труднощі інтеграції, пов'язані як з обмеженим працевлаштуванням через брак професійної підготовки, так і через знижену самооцінку чи можливе стигматизаційне ставлення з боку представників місцевих громад та інших жінок-переселенок з більш високим рівнем освіти.

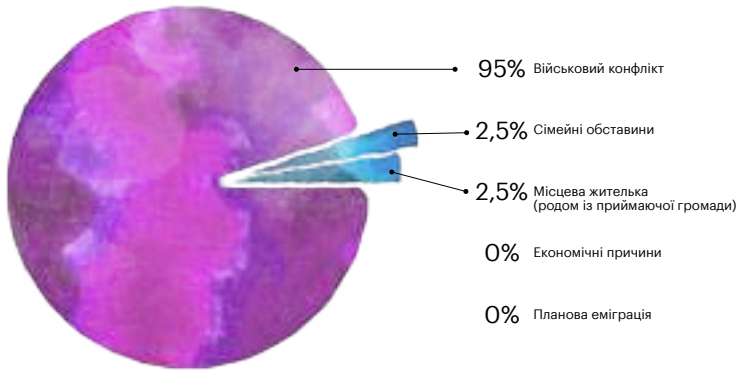
Аналіз емпіричних даних онлайн опитування щодо розподілу опитаних жінок-переселенок за рівнем освіти в Україні та Великобританії дозволяє виявити кілька тенденцій щодо їх інтеграційних можливостей у приймаючих громадах. Так,

- 88,5% опитаних жінок-переселенок, які перебувають в Україні мають вищу освіту (бакалавр, магістр, доктор філософії); 92,9% опитаних жінок, які перебувають у Великобританії мають вищу освіту, хоча серед них більший відсоток з дипломом бакалавра (35,8% проти 19,2% в Україні). Це розкриває перед жінками-переселенками більше можливостей для інтеграції у приймаючі громади через ширший вибір роботи у професійній сфері, можливості долучатися до програм професійної перепідготовки чи перекваліфікації, спрощенню інтеграції через доступ до інформації та набутого соціального капіталу;
- у Великобританії більше жінок з науковим ступенем (7,1%) порівняно з Україною (3,8%). Це вказує на кращі умови для академічної діяльності, доступ до міжнародних дослідницьких програм та більш сприятливе ставлення у приймаючих громадах до інтеграції висококваліфікованих кадрів.
- в обох країнах частка опитаних жінок з професійно-технічною освітою є відносно стабільною (7,7% в Україні та 7,1% у Великобританії). Ця категорія має потенціал для інтеграції у сфери, де потрібна середня кваліфікація, зокрема у сфері послуг тощо.

Отже, показник «рівень освіти» є одним із ключових інтеграційних ресурсів жінок-підприємниць, який дозволяє їм бути більш впевненим у своєму майбутньому у приймаючих громадах.



причина переміщення жінок-підприємниць

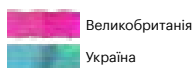


Загальний розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні, за показником «причина переміщення»

Як бачимо, домінуюча частина опитаних жінок-підприємниць переселилися через загрозу власній безпеці собі та своїм рідним.

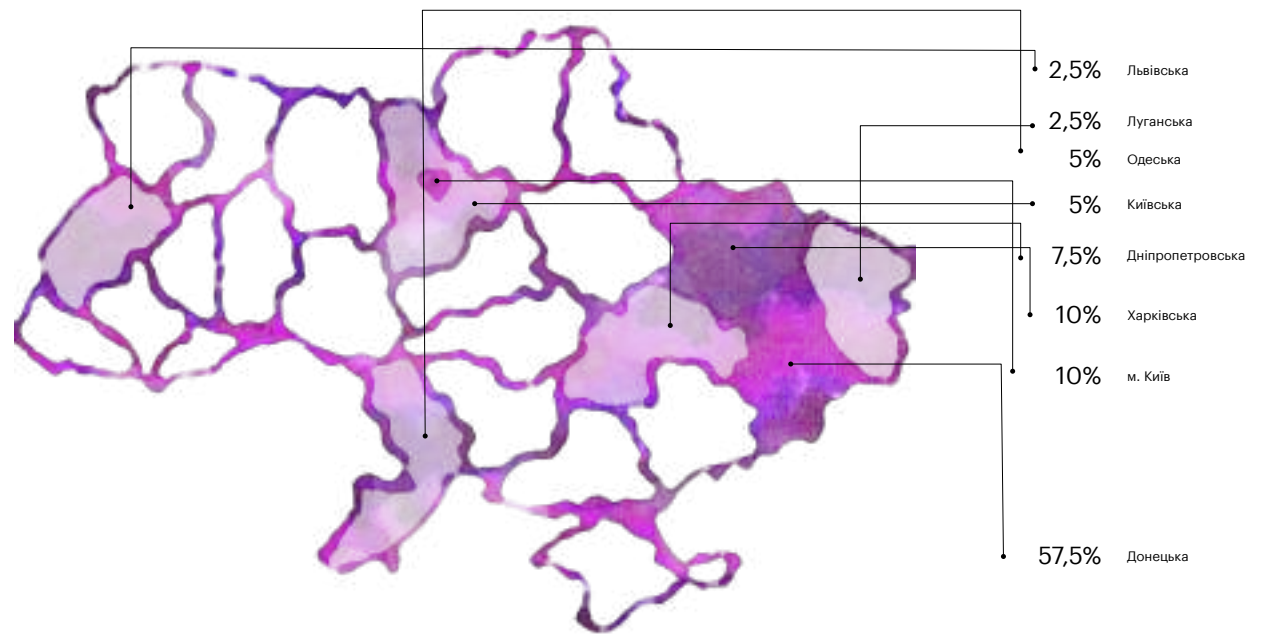


Розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні, за показником «причина переміщення» залежно від приймаючої країни



Аналізуючи отримані дані через призму інтеграційних можливостей опитаних жінок-підприємниць, можна припустити, що вимушене переселення через військовий конфлікт створює додатковий стрес, який впливає на здатність інтегруватися в нові громади. Проте, ті, хто переселився з економічних причин або у «знайоме/рідне» соціально-економічне середовище можуть бути більше адаптовані до нових умов.

Ці тенденції підтверджуються і емпіричними даними як щодо регіонів, які були місцем постійного проживання жінок-підприємниць і який вони були вимушені покинути, так і обранням місця для подальшого проживання. Емпіричні дані підтверджують загальновідому тенденцію щодо причин переміщення, та свідчать про те, що жінки-підприємниці покинули ті області, які перебувають під систематичними обстрілами (різної інтенсивності) з боку Російської Федерації.



Загальний розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні, за показником «регіон постійного проживання, який були вимушені покинути»

Зазначений розподіл жінок-переселенок, які обрали залишитися на території України (у більш безпечних громадах) може бути обумовлений кількома чинниками:

- сподівання на більш низький (порівняно з Великобританією) рівень витрат;
- можливість відновити зв'язки з рідними та знайомими, що живуть в інших регіонах України;
- небажанням виходити з «природного» соціокультурного середовища; недостатнім досвідом (або його відсутністю) туристичних поїздок за кордон;
- недостатнім рівнем володіння англійською мовою та/або небажанням її вивчати з «0» у Великобританії.

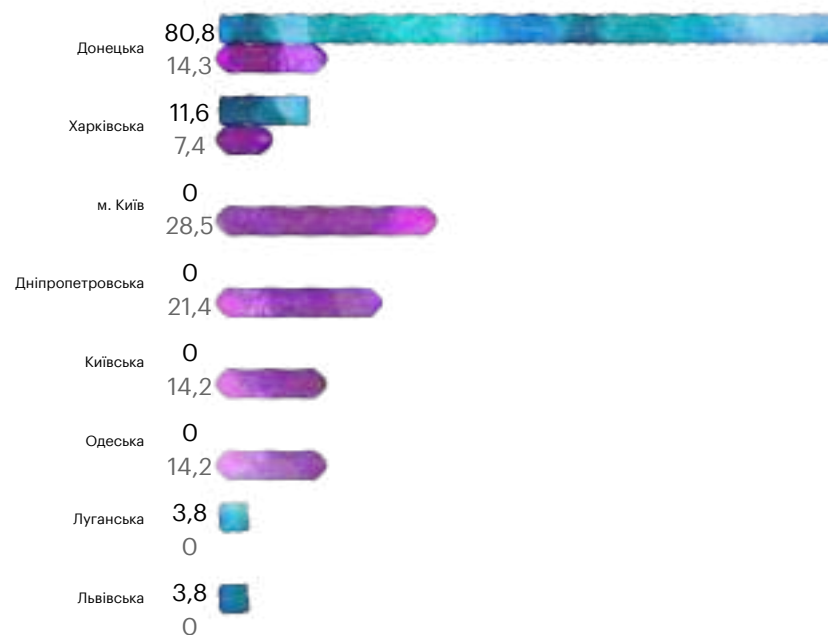
Про це може свідчити й вибір респондентками регіонів, до яких вони перемістили свій бізнес:

- 30,8% обрали для подальшого проживання та ведення підприємницької діяльності Дніпропетровську область;
- 27,1% - Полтавську;
- 15,4% - Львівську;
- 11,5% - Київську;
- по 3,8% - обрали Донецьку, Житомирську, Кіровоградську області та м. Київ.

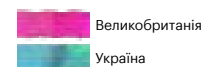
Зазначений розподіл жінок-переселенок, які обрали переміщення у Великобританію може бути обумовлений: міграційними програмами цієї країни для біженців з України, які включають фінансову підтримку, інтеграційні заходи тощо

Ці тенденції підтверджуються і аналізом відповідей на питання щодо того, де респондентки продовжують свою бізнес-діяльність на момент проведення дослідження:

- 60% продовжують свою бізнес діяльність у приймаючій громаді в Україні;
- 37,5% - у Великобританії;
- 15% - в рідній громаді в Україні

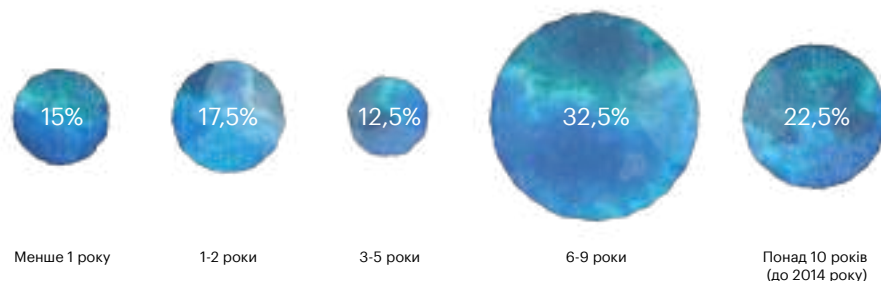


Розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні, за показником «регіон постійного проживання, який були вимушені покинути» залежно від приймаючої країни



СТАЖ ВЕДЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Загальний розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні, за показником «стаж ведення підприємницької діяльності»



Аналіз даних свідчить про те, що:

- домінуюча частка респонденток (32,5%) має значний досвід у підприємстві (6–9 років), що може вказувати на сформовану базу підприємницької активності, яка зберігалася навіть під час кризових періодів, включно з війною;
- 22,5% респонденток ведуть підприємство понад 10 років (до 2014 року), що свідчить про їхню високу стійкість до змін і здатність адаптуватися до тривалих викликів;
- 15% респонденток почали підприємство менше року тому, а 17,5% — у період від 1 до 2 років. Це може свідчити про те, що частина жінок активно залучається до підприємництва у відповідь на виклики, зокрема пов'язані з переселенням або пошуком нових джерел доходу;
- лише 12,5% респонденток мають стаж у межах 3–5 років.

Це може вказувати на певний розрив у стабільності підприємницької діяльності через зовнішні фактори, як-от пандемія COVID-19 або військовий конфлікт, що змусило частину підприємців в Україні припинити свою діяльність. Також варто звернути увагу на два моменти:

- 1) на збільшення частки респонденток із меншим стажем (15% + 17,5% = 32,5%), що може свідчити про позитивну тенденцію до активного залучення жінок до підприємництва останнім часом. Це вказує на зростання популярності підприємництва як форми самозайнятості серед жінок;
- 2) значна частка досвідчених підприємниць із стажем понад 6 років (32,5% + 22,5% = 55%) може свідчити про те, що значна кількість опитаних жінок має довготривалий досвід і пережила кілька кризових періодів, зокрема економічні труднощі або зміни, пов'язані з переселенням. Це також може вказувати на те, що жінки з великим досвідом частіше залишаються у підприємницькій діяльності завдяки своїм навичкам та адаптивності.

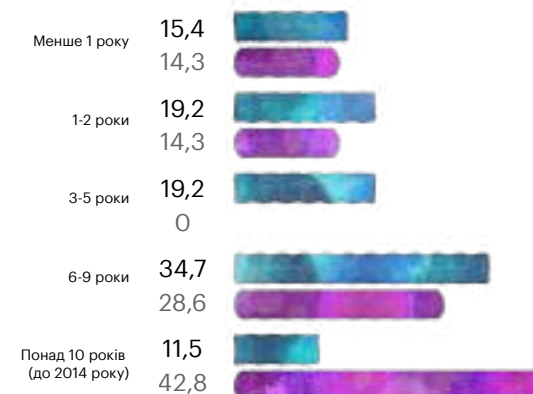
Аналіз стажу підприємницької діяльності дозволив визначити основні тенденції, які можуть потенційно суттєво впливати на їх інтеграцію у приймаючі громади:

- досвід підприємницької діяльності дає жінкам-переселенкам можливість бачити або створювати джерела доходу, що сприяє фінансовій незалежності. Це дозволяє їм швидше адаптуватися до умов у новій громаді, орендувати житло, забезпечувати потреби сім'ї тощо;
- розуміння потенційних економічних труднощів та шляхів їх вирішення у конкретних соціально-економічних умовах допомагає зменшити стрес і покращує загальне самопочуття;
- підприємницький досвід сприяє розвитку комунікаційних навичок, які допомагають налагоджувати контакти з клієнтами, партнерами та іншими місцевими підприємцями;
- наявність соціальних зв'язків, напрацьованих під час підприємницької діяльності, дозволяє створювати професійні спільноти, бізнес-об'єднання або бізнес-клуби, які можуть стати платформою для соціальної підтримки у приймаючих громадах;
- підприємницька діяльність часто потребує розуміння особливостей місцевої культури, ринку і звичаїв. Жінки-переселенки з досвідом у підприємстві швидше опановують ці аспекти, ефективніше адаптують продукти або послуги до потреб приймаючої громади, що сприяє більш ефективній інтеграції через довіру та визнання серед місцевих мешканців;
- підприємницький досвід зазвичай формує високу впевненість у власних силах, а самореалізація через бізнес допомагає уникнути соціальної ізоляції, яка часто виникає у переселенців;
- жінки з досвідом ведення бізнесу володіють навичками планування, управління фінансами та вирішення проблем, які є корисними не лише у

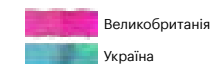
підприємстві, а й у побуті. Ці навички полегшують подолання труднощів, з якими стикаються переселенці у приймаючих громадах;

- жінки-підприємниці можуть краще орієнтуватися в можливостях отримання грантів, кредитів чи підтримки від місцевих органів влади та міжнародних організацій, що значно підвищує шанси на успішну інтеграцію у приймаючі громади.

Отже, стаж у підприємстві може виступати важливим інструментом для інтеграції жінок-переселенок, сприяючи їхній економічній, соціальній та культурній адаптації. Це обумовлено тим, що досвідчені підприємниці, які вели бізнес тривалий час, зазвичай мають більш розвинені навички кризового управління та адаптації, а також стійкіші бізнес-моделі, а ті, хто лише нещодавно розпочав підприємницьку діяльність, можуть потребувати додаткової підтримки, включаючи доступ до ресурсів і консультаційних послуг. Саме тому нас цікавила тривалість ведення бізнесу жінками-підприємницями, яка брали участь у онлайн опитуванні та глибинних інтерв'ю.



Розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні, за показником «стаж ведення підприємницької діяльності» залежно від приймаючої країни



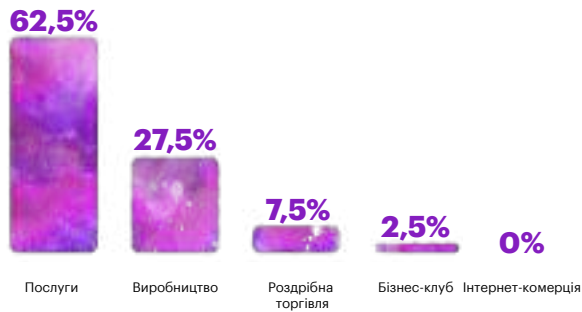
сфери та особливості ведення бізнесу

сфери ведення бізнесу

Аналіз сфери ведення бізнесу надав розуміння потенціальних викликів та ризиків, з якими можуть стикатися жінки-підприємниці у приймаючих громадах. Адже, загальновідомо, що бізнеси, пов'язані з наданням послуг, можуть швидше адаптуватися до нових ринків завдяки легшому встановленню контактів з клієнтами, а виробничі бізнеси можуть стикатися з викликами через потребу в новій інфраструктурі, обладнанні чи логістиці тощо.

Як бачимо тенденція, про яку ми згадували вище підтвердилася - сфера послуг надає можливості більш швидко адаптуватися до нового середовища приймаючих громад. А значна частка тих, хто займається виробництвом серед підприємниць, які залишилися в Україні свідчить про більшу залежність цього виду бізнес-діяльності від традиційних секторів економіки та від знання нормативно-правової бази, яка детермінує цей вид підприємницької діяльності.

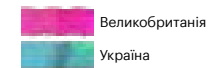
Відсутність серед опитаних респонденток, які перемістилися до Великобританії (на відміну від 11,5% в приймаючих громадах в Україні) представниць роздрібної торгівлі може свідчити про те, що цей вид бізнесу частіше орієнтується на локальні потреби, товари першої необхідності та локальні мережі постачальників та реалізаторів.



Загальний розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні, за показником «сфера ведення бізнесу»

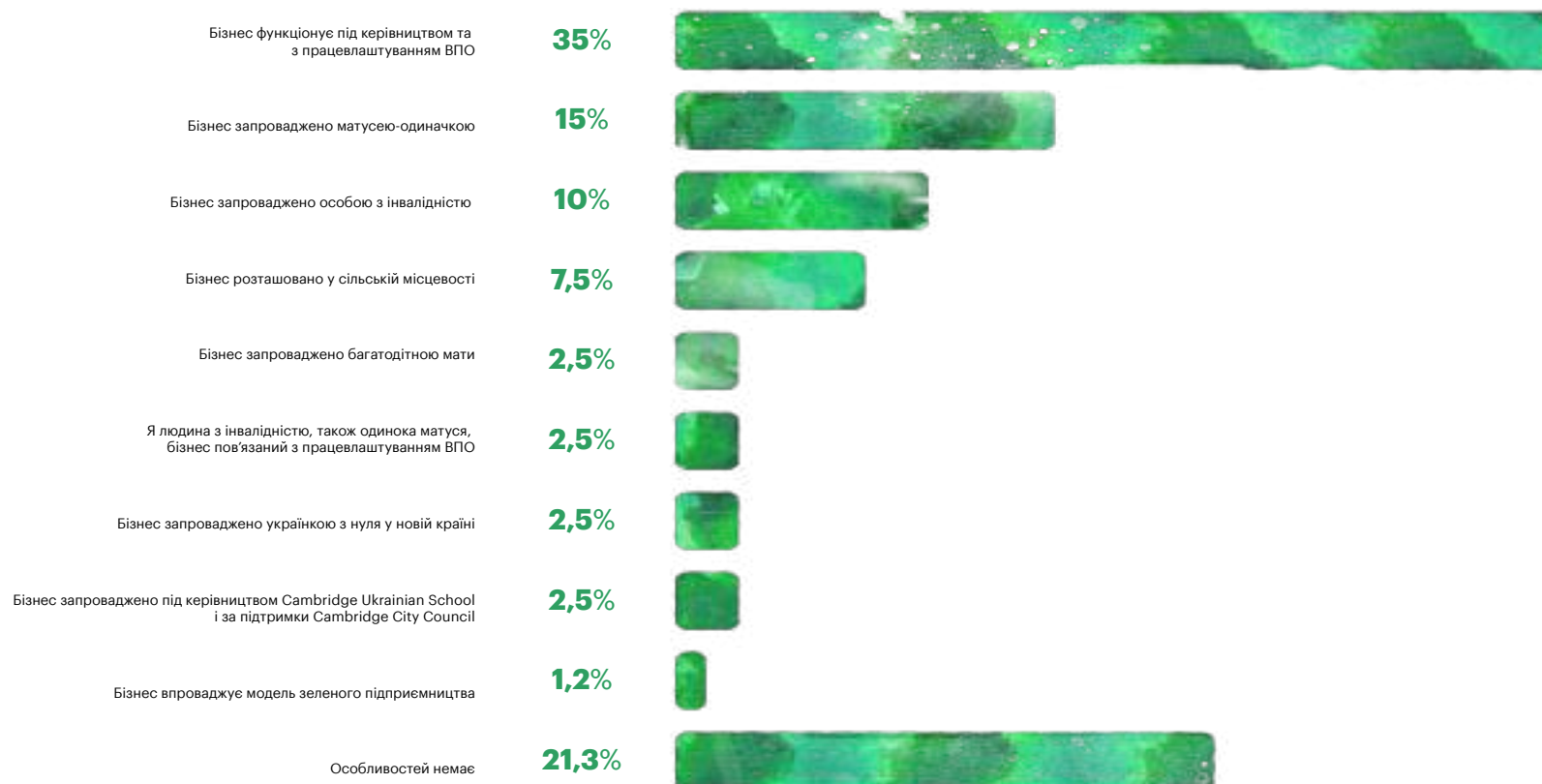


Розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні, за показником «стаж ведення підприємницької діяльності» залежно від приймаючої країни



ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

Зрозуміло, що особливості ведення бізнесу можуть по-різному впливати на інтеграцію в приймаючих громади, сприяючи соціальній взаємодії, подоланню бар'єрів та створенню економічних можливостей. Натомість певні особливості можуть стримувати та/або ускладнювати інтеграцію жінок-переселенок у інший соціально-економічний простір через потребу особливої підтримки з боку місцевої влади приймаючих громад.



Загальний розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні, за показником «особливості ведення бізнесу»

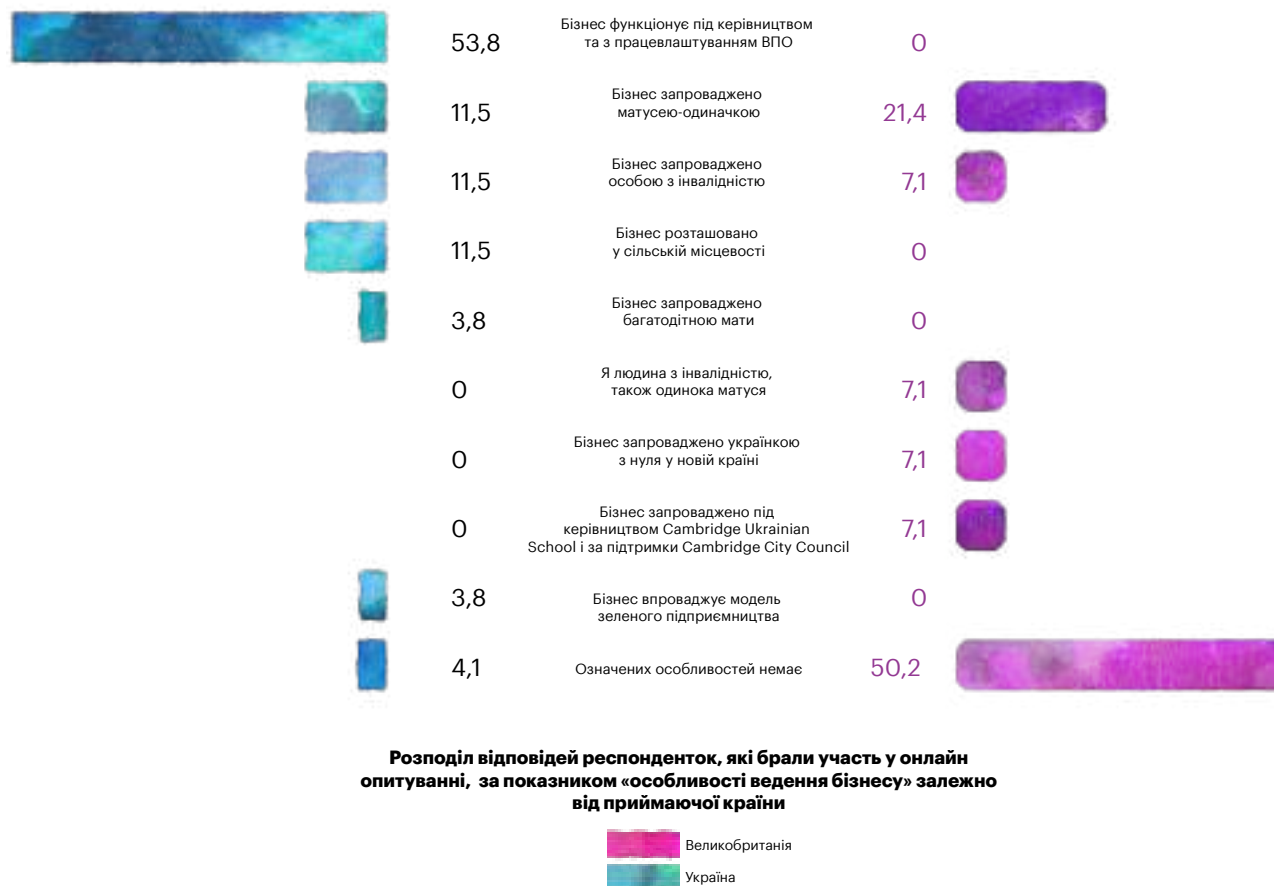
Аналіз наявних особливостей ведення підприємницької діяльності у опитаних респонденток підтверджує нашу тезу про те, що ефективність інтеграції у приймаючі громади може залежати від наявних у них форм та інструментів, здатних відповідати вищезазначеним специфічним вимогам до продовження або початку реалізації підприємницької діяльності.

Емпіричні дані щодо особливих умов ведення підприємницької діяльності залежно від приймаючої країни підтвердили наші висновки. Як бачимо, переважна кількість жінок-підприємниць, які перемістили або заснували свій бізнес у Великобританії не мають специфічних умов для його реалізації (50,2%) на відміну від 4,1% жінок-переселенок у приймаючі громади в Україні. Ми зробили спробу узагальнити тенденції впливу особливих умов ведення бізнесу як чинника, який може сприяти інтеграції респонденток у приймаючі громади:

- Функціонування бізнесу під керівництвом та з працевлаштуванням ВПО сприяє виникненню відчуття спільності між ВПО та місцевими жителями, зміні ставлення приймаючої громади до ВПО як до активних і корисних членів громади. І як результат – підвищення довіри між ВПО та громадою, що, у свою чергу, призводить до зменшення соціальної напруги;
- Запровадження бізнесу матусею-одиначкою демонструє її силу та самостійність, викликаючи повагу та емпатію у оточуючих. Це може допомогти встановити соціальні зв'язки через підтримку місцевої громади;
- Запровадження бізнесу особою з інвалідністю демонструє можливості для самореалізації людей із фізичними вадами, руйнує стереотипи про їхню нездатність вести бізнес. Така діяльність також може бути прикладом для інших та сприяти створенню інклюзивного середовища у приймаючій громаді;
- Ведення бізнесу у сільській місцевості може стати важливим джерелом економічного розвитку, надаючи робочі місця та необхідні послуги представникам приймаючої громади. Це може допомагати підвищувати якість життя в громаді;
- Бізнес, запроваджений багатодітною матір'ю часто орієнтується на сімейні чи дитячі товари і послуги, що сприяє взаємодії з іншими сім'ями громади. Місцева підтримка багатодітної матері як підприємця може створити позитивний імідж приймаючій громаді під час запровадження в ній (або претендування на запровадження) якихось національних та міжнародних програм підтримки місцевих громад;
- Запровадження бізнесу людиною з декількома особливими вимогами реалізації підприємницької діяльності (людина з інвалідністю, також одинока матуся) може мати потужний вплив на інтеграційні процеси. Так: він створює можливості для ВПО, допомагаючи їм стати частиною приймаючої громади; сприяє зміні ставлення

до осіб із інвалідністю через активність і професіоналізм жінки-підприємниці; надихає інших жінок (особливо одиноких матерів) шукати самореалізації, навіть у складних обставинах. І як наслідок, такий бізнес може стати прикладом соціальної згуртованості, взаємодопомоги та інклюзії у приймаючій громаді;

- Бізнес, який впроваджує модель зеленого підприємництва може залучати місцевих мешканців, які цінують турботу про довкілля, та об'єднувати приймаючу громаду навколо спільних цінностей. Зелений бізнес може ініціювати колективні екопроекти, зміцнюючи соціальну згуртованість у громаді.



2. виклики та підтримка українського жіночого бізнесу, переміщеного із зони конфлікту у приймаючих громадах України та Великобританії

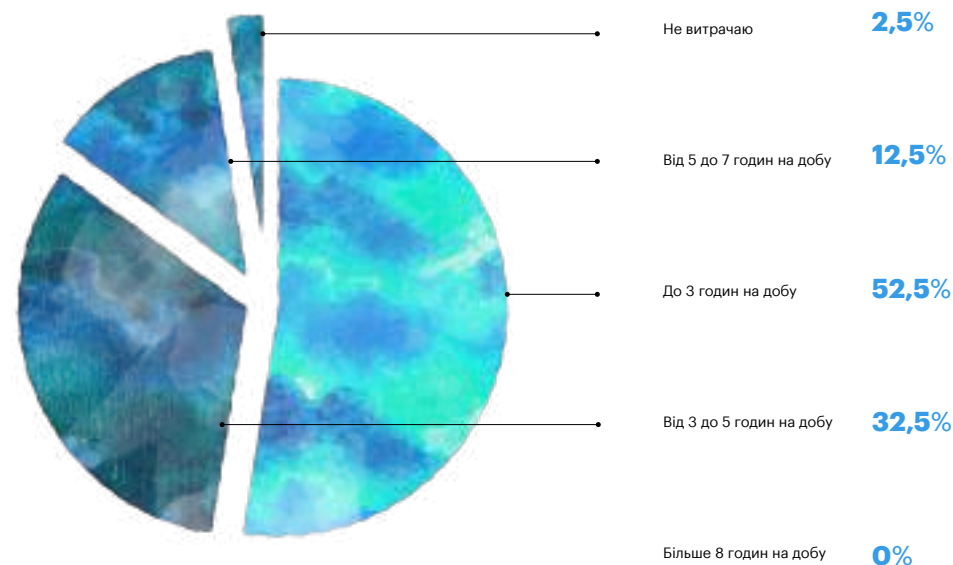
необхідність поєднання ведення підприємницької діяльності із виконанням домашніх справ, піклування про себе та близьких

Можливості для підприємницької діяльності напряду залежать від часу, який жінки витрачають на себе та на виконання традиційних для жінок домашніх обов'язків.

Аналізуючи отримані дані, можна зазначити, що: переважна більшість жінок (52,5%) витрачають до 3 годин на добу на домашні справи. Це може свідчити про достатню кількість часу для інших видів діяльності, зокрема і підприємництва; 32,5% респондентом витрачають від 3 до 5 годин на домашні обов'язки. Це вже суттєве навантаження, яке може обмежувати можливості для розвитку бізнесу; лише 12,5% опитаних респондентом витрачають від 5 до 7 годин на добу, що свідчить про високий рівень зайнятості щодо домашніх обов'язків. Їм найскладніше займатися підприємницькою діяльністю через брак вільного часу; 2,5% респондентом не витрачають час на домашні справи і, як результат, мають найбільше можливостей для зосередження на підприємницькій діяльності; варіант відповіді «більше 8 годин на добу» не обрала жодна респондентка, що свідчить про відсутність серед опитаних жінок з критично високим навантаженням.

Спираючись на емпіричні дані можна узагальнити певні тенденції:

- Жінки-підприємниці, які зазначили, що не залежать від часу виконання домашніх обов'язків мають повну свободу для інших активностей, спрямованих на розвиток власного бізнесу;
- Жінки-підприємниці, які витрачають (у середньому) до 3 годин на добу на домашні справи, майже не стикаються із викликами обмеження часу та мають найбільші можливості для розвитку бізнесу;
- Суттєва частка жінок (45%), які витрачають від 3 до 7 годин на добу стикається із викликами обмеження часу на підприємницьку діяльність через домашнє навантаження.

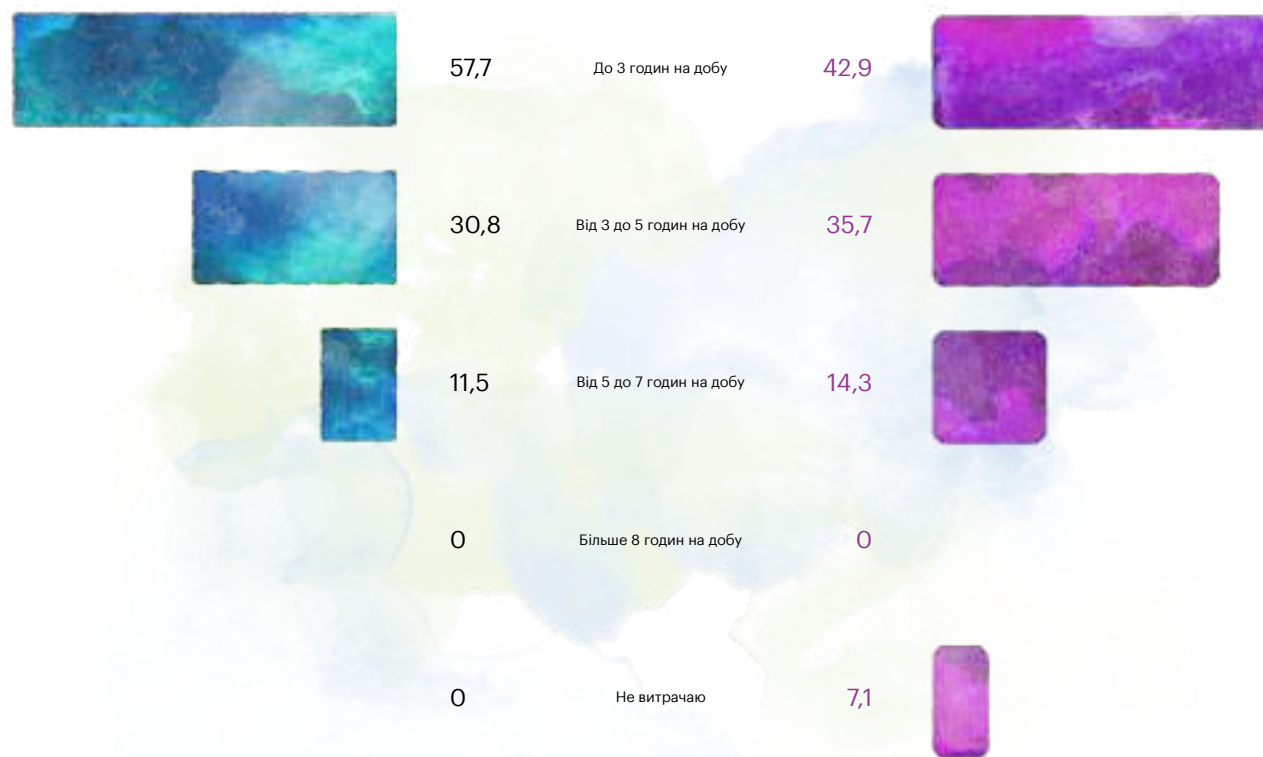


Загальний розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні за показником «середній час на добу, який витрачається на домашні справи, піклування про близьких в умовах переміщення»

Аналізуючи розподіл середнього часу, витраченого на домашні справи і піклування про близьких, у розрізі приймаючих країн, можна помітити наступне:

- Жінки-підприємниці, які перемістилися у приймаючі громади в Україні, частіше витрачають менше часу на домашні справи (до 3 годин), ніж респондентки у приймаючих громадах Великобританії. В Україні цей показник становить 57,7%, тоді як у Великобританії лише 42,9%. Це може бути пов'язано з ускладненою адаптацією жінок у громадах Великобританії до нового середовища, де вони, можливо стикаються з додатковими соціальними завданнями (наприклад, мовним бар'єром, необхідністю вивчати мову, пошуком житла, інтеграцією дітей у освітню систему Великобританії, орієнтування у місцевих системах медичного та фінансового забезпечення тощо);
- Переважання серед опитаних жінок, які витрачають на домашні справи від 3 до 5 годин, частки тих, хто перебуває у приймаючих громадах Великобританії (35,7%) підтверджує виявлену вище тенденцію щодо ускладнення підприємницької діяльності інтеграційними процесами, пов'язаними із адаптацією до функціонування системи соціально-економічного забезпечення м у Великобританії;
- У Великобританії дещо переважає кількість респонденток, які, у середньому, витрачають на домашні справи від 5 до 7 годин на добу (14,3%) порівняно з опитаними жінками у приймаючих громадах України (11,5%). Це, знову ж таки, підтверджує тенденцію, що «витрачання часу на домашні справи» є більшим викликом для жінок-підприємниць у Великобританії, ніж в Україні;
- Серед опитаних респонденток у Великобританії (на відміну від респонденток з України) є відсоток тих (7,1%), які взагалі не займаються домашніми справами, що дозволяє їм повністю зануритися у процес розвитку власного бізнесу. Це може бути пов'язано з особливостями організації побуту, системи соціального забезпечення переселенців з України у Великобританії.

Отже, домашнє навантаження є більшим викликом для жінок-підприємниць у приймаючих громадах Великобританії. У Великобританії жінки мають більший діапазон у витраченому часі, включаючи тих, хто взагалі не виконує домашніх обов'язків. Це обумовлено тим, що інтеграція у приймаючі громади Великобританії може призводити до збільшення часу на вирішення побутових проблем, але одночасно створюють можливості для зниження цього навантаження завдяки урядовим/місцевим програмам підтримки українських переселенців на місцях.

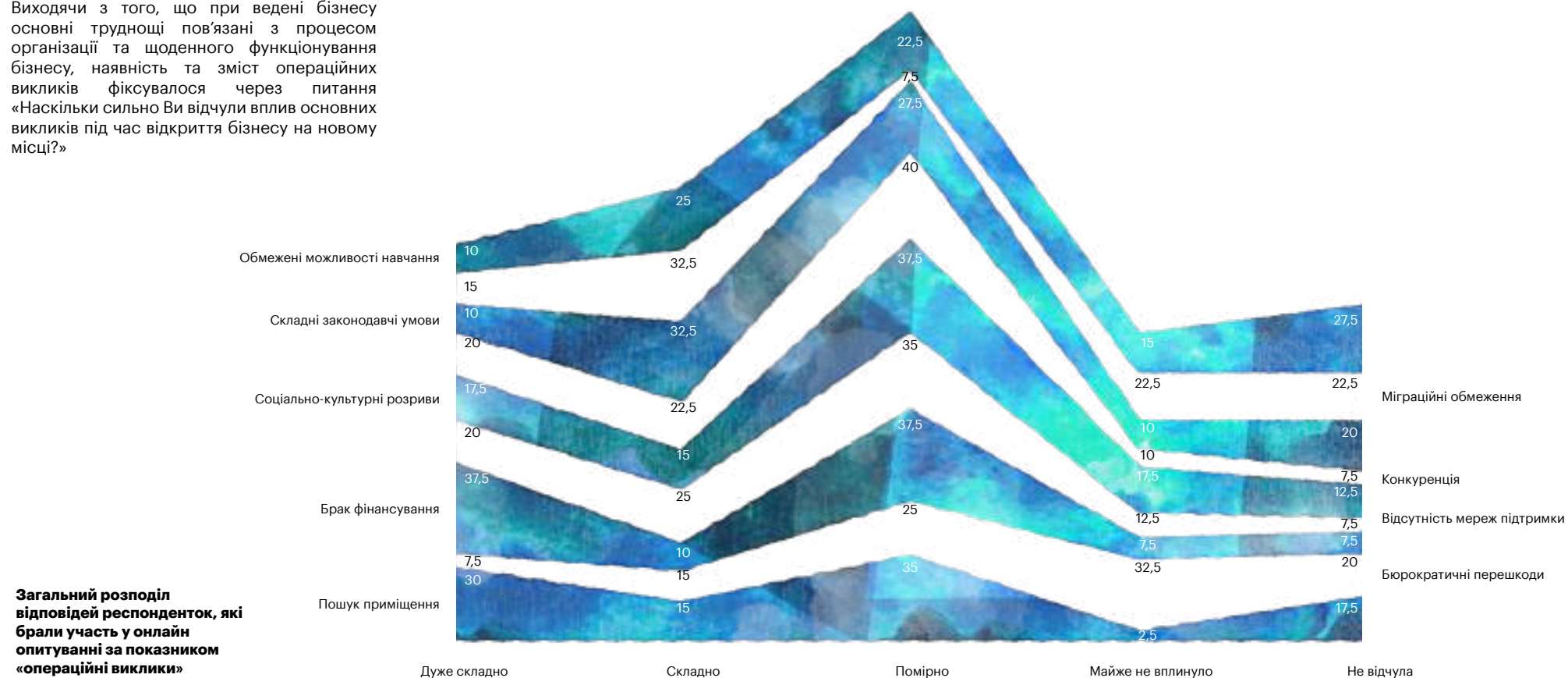


Розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні за показником «середній час на добу, який витрачається на домашні справи, піклування про близьких в умовах переміщення» залежно від приймаючої країни

Великобританія
Україна

операційні виклики, спрямовані на забезпечення функціонування бізнесу

Виходячи з того, що при веденні бізнесу основні труднощі пов'язані з процесом організації та щоденного функціонування бізнесу, наявність та зміст операційних викликів фіксувалося через питання «Наскільки сильно Ви відчули вплив основних викликів під час відкриття бізнесу на новому місці?»



Спираючись на отримані дані можна визначити кілька загальних тенденцій щодо операційних викликів з якими стикаються жінки-підприємниці у приймаючих громадах:

- Найбільш критичні виклики: «брак фінансування» має найвищий показник складності для респонденток (37,5% респонденток оцінюють його як «дуже складний», і ще 37,5% оцінюють цю проблему як «помірну»); «пошук приміщення» 30% респонденток оцінюють як дуже складну проблему для ведення бізнесу у приймаючих громадах;
- Виклики середнього рівня критичності: «відсутність мереж підтримки» 25% опитаних оцінюють як складну проблему, а 35% — як помірну; «соціально-культурні розриви» 17,5% вважають дуже складними викликами для себе, 37,5% — помірними; «конкуренцію» 20% жінок-підприємниць оцінюють як дуже складну проблему, а 40% - як помірну;
- Найменш критичні виклики: «складні законодавчі умови» та «міграційні обмеження» більшість респонденток оцінили як помірні (27,5% і 7,5% відповідно), або такі, що майже не впливають (10% і 22,5%); «обмежені можливості навчання» 27,5% опитаних взагалі не відчули цього виклику, що є найвищим показником серед варіантів відповідей; «бюрократичні перешкоди» значна частина респонденток (32,5%) оцінює їх як такі, що майже не впливають, що може свідчити про певну адаптацію до регуляторних вимог.

F.3: «Найбільший мій виклик – це зберегти вид діяльності (будівництво житлових і нежитлових будівель). З початком повномасштабного вторгнення в мене в один день зупинилися всі роботи і деяких працівників мобілізували на фронт, бо вони були в резерві одразу прямо з будівельного майданчика. Але все ж таки знаходимо нові важливості і я так трішки змінила кваліфікацію..., і я почала більше розвивати напрямок, який був в мене не досить розвинений».

F.6: «Якщо чесно, я навіть не очікувала, що в Україні настільки в громадах буде відрізняться підхід, буде відрізняться ментальність. Тому що ті інструменти, які працювали в Маріуполі, вони тут не працюють взагалі. Тобто в них дуже добре чомусь працює реклама на радіо. Ми в Маріуполі ніколи ці інструменти не використовували».

F.10: «На початку повномасштабного вторгнення прийшлося повністю змінити все. Скажімо так, поринути у діяльність знову, аналітику ринку, пошук постачальників. Займатися тим, чим я ніколи не займалась».

F.12: «Ми шукали приміщення в Україні, де-небудь. У Фейсбукці я просто написала «Допоможіть знайти місто в Україні», просто записала в соцмережі.

І єдине місто, яке нам надало такі умови, це був Славутич, Київська область. І тому ми вже онлайн зустрічали з представниками мерії міста, з директоркою агентства регіонального розвитку міста. І вже в тісному такому контакті, співпраці тут знайшли приміщення, так ми його орендуємо».

F.15: «Я приїхала, я англійську взагалі не знала, мені було дуже важко, і коли я приїхала, я розуміла, що тут краще реалізуються ті люди, у яких професія «в руках». Ну там манікюр, там дівчатки-парикмахери, от ті, які руками щось роблять. У мене таких навиків не було ніяких».

F.16: «Якщо у нас в Україні працює таргетинг, якщо до клієнта можна без проблем, він побачив рекламу і купив, то у Великобританії на таку рекламу рідше реагують, тут більше реагують на поради: хто порекомендував, дуже багато більше дивляться на кейси, які є, дуже вивчають сторінки в LinkedIn, Facebook, що компанія із себе представляє, тобто більш ретельно відбувається відбір підприємця, партнера у плані вивчення його з усіх сторін, перед тим, як прийняти рішення».

F.19: «Ми написали грантовий проект, за яким у нас дуже багато обладнання було завезено і нам потрібно було вже постійне приміщення, куди ми могли це вже обладнання поставити. І ми знайшли вже приміщення, в якому ми зараз переїхали туди і вже зараз у нас стабільна робота».

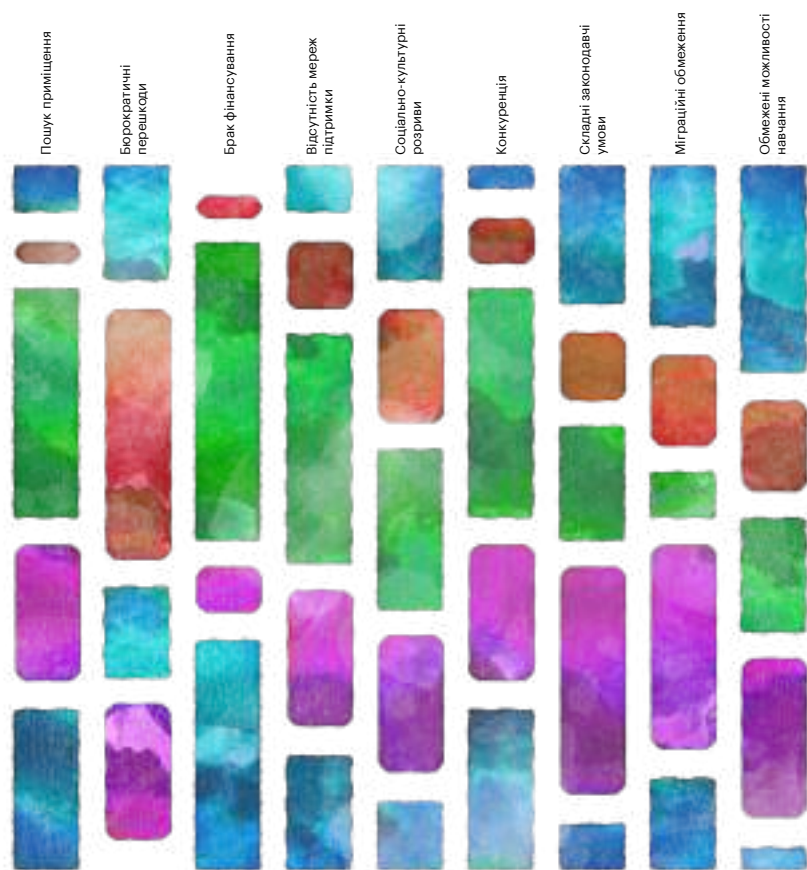
F.23: «Як людина, яка приїхала в Англію і не знала нікого. Треба було зорієнтуватись. І в цій сфері знайомитись будувати соціальні кола знаходити інших фотографів, розуміти ринок, кого знаходити клієнтів, адаптуватися ментально під запити і вони інші і змінився напрямок моєї фотографії. Напрямок моєї роботи він значно став ширшим».

F.25: «Я намагаюся збалансувати цей час, бо, так, це все забирає багато зусиль. Бо як приватний підприємець ти стикаєшся з тим, що ніхто не нічого тобі не принесе, ніхто тобі не скаже – ось зроби таку роботу сьогодні до третьої години. Ця робота вони не має терміну, немає робочого, часу. Ти сама – одна – постійно знаходишся у цьому процесі. один ти постійно такі знаходишся в цьому процесі.»

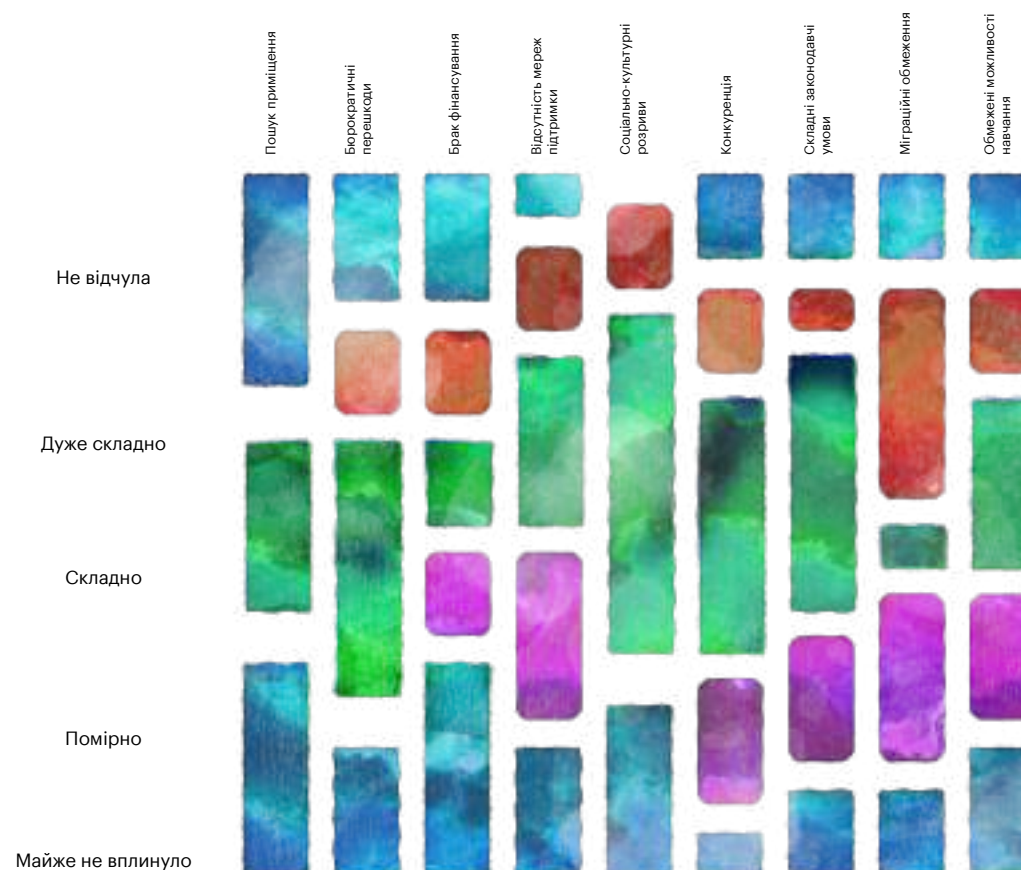
F.26: «Була можливість виїхати в Шотландію. Переміщувати свій бізнес, це було не на часі. І не те, що ми там готувалися спеціально виїжджати і там вивчали мову так досконально, щоб бути юристом, наприклад. Тут дуже важко. Це було спонтанне рішення. Тому коли ми сюди приїхали, звичайно, ми шукали роботу, де б могли. То чоловік працював, то я працювала десь, бо діти малі».



Аналізуючи загальні тенденції (не залежно від приймаючих громад), можна констатувати певну гетерогенність впливу операційних викликів на підприємницьку діяльність жінок-переселенок. Фіксується нерівномірний розподіл викликів – одні проблеми є критичними для значної кількості респонденток (наприклад, «брак фінансування»), а інші впливають лише частково (наприклад, «обмежені можливості навчання»).



Розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні за показником «операційні виклики» залежно від приймаючої країни (Україна)



Розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні за показником «операційні виклики» залежно від приймаючої країни (Великобританія)

На підставі порівняння операційних викликів для жінок-підприємниць у приймаючих громадах України та Великобританії можна визначити ключові тенденції для обох країн.

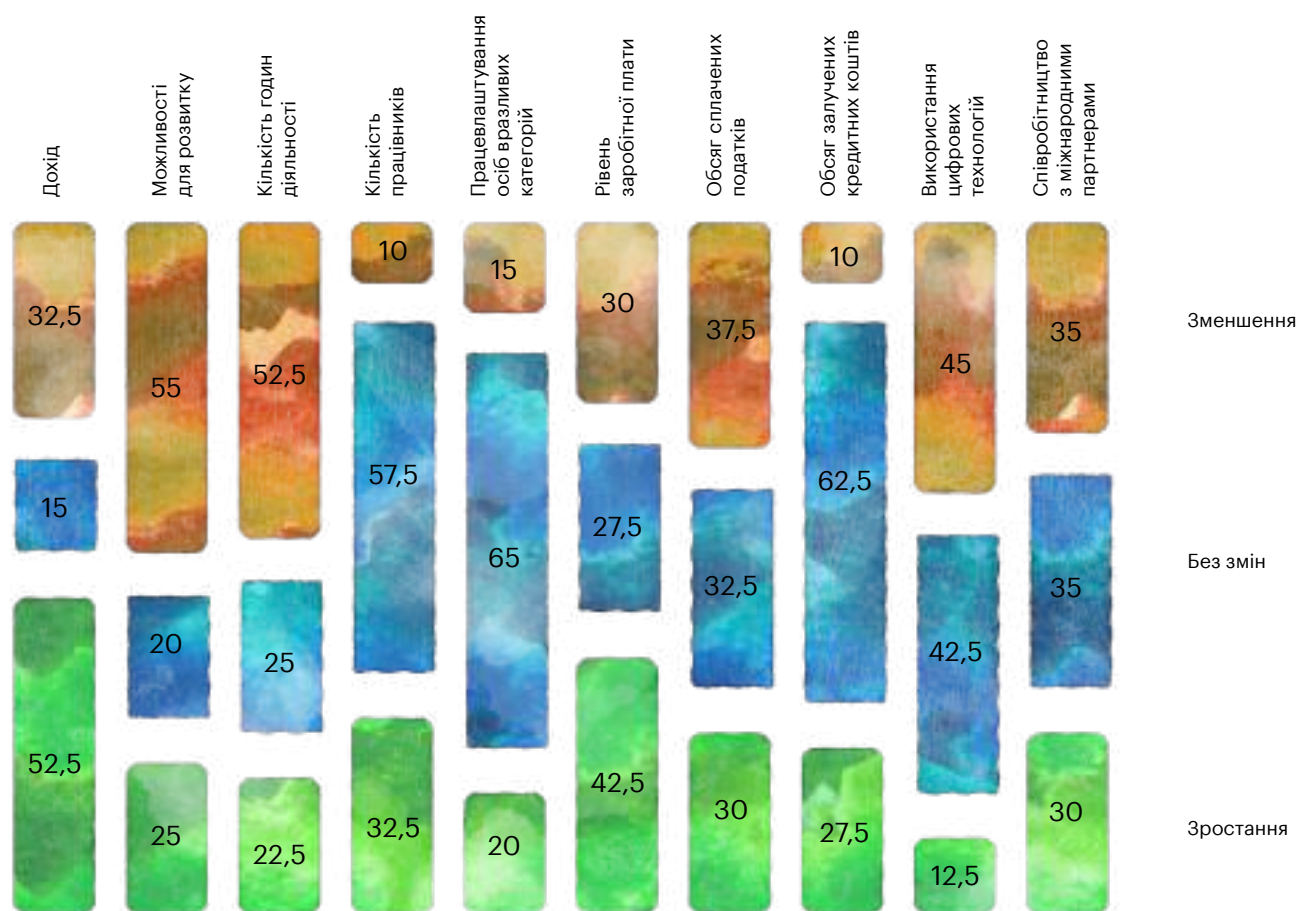
| | рівень складності операційних викликів | | |
|-----------------------|--|-----------------------------|-------------------------------|
| | найбільш критичні виклики | виклики середнього рівня | найменш критичні виклик |
| Україна | Брак фінансування | Відсутність мереж підтримки | Обмеження можливості навчання |
| | Пошук приміщення | Соціально-культурні розриви | Бюрократичні перешкоди |
| | Конкуренція | | Міграційні обмеження |
| Великобританія | Брак фінансування | Соціально-культурні розриви | Міграційні обмеження |
| | Пошук приміщення | Конкуренція | Обмеження можливості навчання |
| | | Складні законодавчі умови | |

Якщо акцентувати увагу на основних відмінностях, спираючись на оцінки «дуже складно» та «не відчула», можна помітити, що: «пошук приміщення» для жінок-підприємниць в приймаючих громадах України є критичним (26,9%), проте у Великобританії вирішення цієї проблеми є значно гострішим (35,7%); «соціально-культурні розриви» є більш актуальним викликом для жінок-підприємниць у приймаючих громадах Великобританії (28,5%), ніж в Україні (11,5%); «бюрократичні перешкоди» значно більше впливають на підприємницьку діяльність опитаних респонденток у Великобританії (21,4% оцінили їх як «дуже складно»), тоді як в Україні більшість респондентом не відчувають їх впливу (42,3% відмітили цей виклик як «майже не впливає»).

Отже, фінансові труднощі є спільним критичним викликом для респонденток з приймаючих громад обох країн. У Великобританії жінки-підприємниці гостріше відчувають виклики, пов'язані з соціально-культурною адаптацією та пошуком приміщення у порівнянні з приймаючими громадами України. Проте, в Україні більш помітною є проблема конкуренції та відсутності мереж підтримки, що говорить про брак формування підприємницького середовища для переміщеного бізнесу.

зміна показників бізнес-діяльності у приймаючих громадах

Зміна показників підприємницької діяльності є викликом для переміщеного бізнесу через кілька ключових аспектів – адаптації до нового ринку через відмінності у споживацьких уподобаннях; ресурсні обмеження (зменшення фінансових можливостей та проблеми з логістикою), зміни у трудових ресурсах (його дефіцит або адаптація до нових умов); регуляторні та правові виклики (нові вимоги щодо ліцензування, податків, сертифікації, зміна системи звітності тощо) та ін. Цей виклик аналізувався через розподіл відповідей респонденток на питання щодо формату змін основних показників їх бізнес-діяльності після переселення у приймаючі громади.



Загальний розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні за показником «зміна основних показників бізнес-діяльності»

фрагменти глибинних інтерв'ю

F.5: «В Україні було 4 особи, зараз 1 особа на неповний робочий день, аутсорсинг. Хоча я розширилась, додалися багато турів по Великобританії. З постійними партнерами продовжуємо працювати, передаємо клієнтів, щоб забезпечити якість послуг. Перестали працювати лише з російським бізнесом».

F.6: «Навіть, мабуть, рази в три в мене асортимент зріс. До мене почали їхати повсюди з Запорожжя теж переселенці з Донецької і Луганської областей».

F.13: «Особливо в моїй історії, але в Англії досить швидко я зробила ці всі документи і немає якихось перешкод. Ти працюєш, якщо заробляєш до 12 500 фунтів на рік, ти не платиш податки. Після цього 20% я більше не заробляю. Навіть тут якісь звіти особливі не потрібні, навіть менша звітність, ніж в Україні».

F.15: «В плані наших постачальників у нас всі ті ж самі залишилися, але ми все ж таки вже хочемо відходити від китайців і ми хочемо зараз перейти на співпрацю або з Європою, або з Туреччиною, саме по тканинах. Зараз шукаємо виробництво, яке зможе нам цю тканину виробляти, тому що Китай – це довго, і Китай так щось не дуже дружньо до нас налаштований, ну саме наші партнери».

F.23: «Потреба в роботі була набагато гостріша, ніж в Україні. Я погоджувалась на будь яку роботу пов'язану з фотографії. Тим чином розширились мої навички комунікативні. Напевно, вперше все я вдячна своїй роботі в своїй камері за такі можливості, і я дуже щаслива, що я можу продовжувати свій шлях в іншій країні, і це неймовірно складно, але це так само неймовірно, цікаво»

F.24: «З персоналом не все так дуже гарненько-рожевенько. Тобто було, наприклад, дівчатки, які в нас працювали, я так називаю дівчатки, тобто працівники, які в нас працювали, яких ми так, ну, не то, щоб звільняли так жорстоко... Ми бачили в якийсь момент, що погляди наші розходяться на викладання. І ми не могли сказати, ні, все-таки ти роби отак, отак, отак. Це ж люди, які мали свою волю. І ми мушили просто прощатися»

F.25: «Зараз, власне, ми запустили новий веб-сайт, де є заняття з носіями мови, де можна собі вибрати самому, де є, воно, знаєте, так більше структуровано, тобто, не, наприклад, от ми зустрілися і собі там з носіями мови про щось собі говоримо. А є конкретно перед заняттям учень вибирає тему, спочатку рівень, який в нього, потім тему, по якій він хоче говорити, є 12, здається, різних тем, потім він вибирає ритм, темп, тобто викладач вже перед заняттям бачить, чи говорити швидко, чи трошки повільніше. А потім може бути чи відео, чи аудіо, потім що там ще є, які там ще є нюанси».

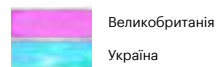
F.26: «Звісно, я починаю більше тут розвиватися. У мене вже є дівчата, які працюють зі мною. Я відкрила вже не просто косметологію, як естетичну косметологію, що розвинула цю нішу апаратно. Тобто я почала відкриватися більше так широко. І, звичайно, в мене вже клієнти, не тільки наші, україномовні, російськомовні, але і вже місцеві, які вже отримують послуги від мене, від моїх дівчат, і вже задоволені».



Аналізуючи отримані дані можна визначити основні тенденції зміни показників бізнес-діяльності респонденток залежно від приймаючих громад:

- у Великобританії опитані жінки-підприємниці мають більше можливостей для зростання доходів від підприємницької діяльності (35,7%) та можливості для розвитку (64,3%) у порівнянні із респондентками з України, які частіше стикаються зі скороченням доходів (53,8%) і мають менше можливостей для розвитку (26,9%);
- в Україні респондентки відмічають зростання кількості годин, які вони присвячують підприємницькій діяльності (57,7%) на відміну від їх колег у Великобританії (42,9%);
- опитані жінки-підприємниці у приймаючих громадах в Україні більше працевлаштовують вразливі категорії (19,2% респонденток зазначили зростання серед своїх працівників представників означених категорій). Це свідчить про більшу соціальну спрямованість бізнесу або політику підтримки у приймаючих громадах подібних ініціатив. У Великобританії у опитаних жінок-підприємниць постерігається скорочення працевлаштування вразливих груп (50%);
- респондентки, незалежно від приймаючої країни, відмічають скорочення рівня заробітної плати, зростання обсягів сплачених податків, незмінний стан обсягу залучених кредитних коштів та активне впровадження цифрових технологій;
- опитані жінки-підприємниці у Великобританії більшою мірою реалізують співробітництво з міжнародними партнерами (42,9%), тоді як тільки 30,8% респонденток з України відмітили його зростання.

Розподіл відповідей респонденток, які брали участь у опитуванні за показником «зміна основних показників бізнес-діяльності» залежно від приймаючої країни



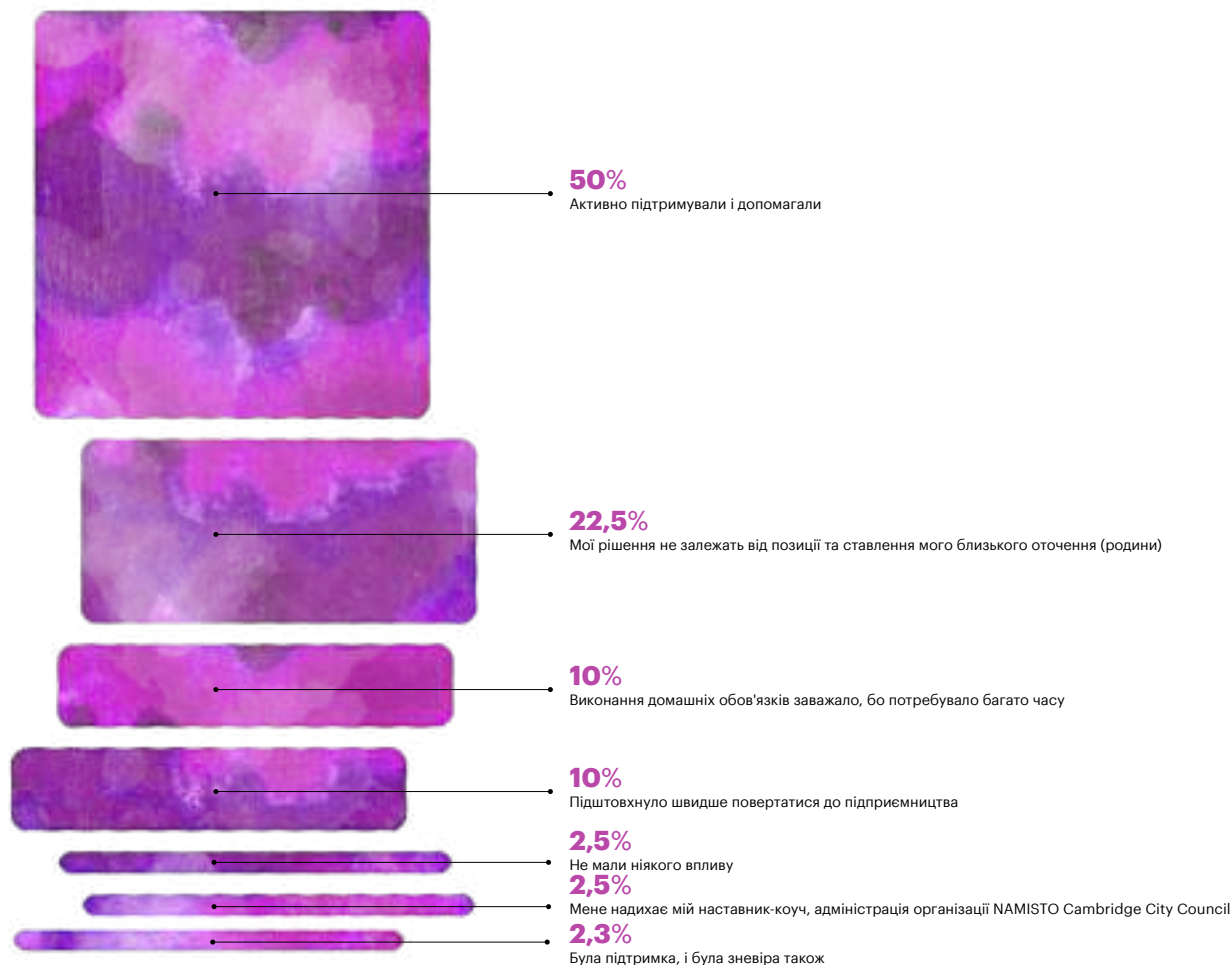
форми та види підтримки для українського жіночого бізнесу у приймаючих громадах України та Великобританії

вплив близького оточення на процеси відновлення/запровадження підприємницької діяльності

Блиьке оточення відіграє важливу роль у відновленні або започаткуванні підприємницької діяльності жінок-підприємниць в умовах переселення до нового соціального середовища. Його вплив можна розділити на кілька аспектів: емоційна підтримка, мотивація, фінансова підтримка, інформаційна підтримка, практична допомога тощо. Проте є й ризики негативного впливу оточення, гендерні стереотипи і т.п. Іншими словами, близьке оточення жінки-підприємниці, яка є переміщеною особою, може як сприяти успішності її бізнесу, так і створювати додаткові виклики.

Загальний розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні за показником «вплив близького оточення на процеси відновлення/запровадження підприємницької діяльності»

Відповіді респонденток свідчать про те, що більшість опитаних жінок-підприємниць відчувають активний або помірний вплив близького оточення, яке переважно має позитивний характер. Разом із цим, певні бар'єри, такі як виконання домашніх обов'язків, а також неоднозначний вплив оточення, залишаються проблемними аспектами.



F.16. «Так, сталося, що в мене вже є тут знайомі люди, які живуть багато років, є мої такі друзі. Вони підтримують мої ідеї. Зараз ми повинні з ними зустрітись, щоб, можливо, вони допомогли знайти інвесторів».

F.18. «Коли поряд з тобою людина, яка тисне на тебе постійно і не дає тобі розвиватися. Крім того, знецінює тебе постійно, то це дуже важливо. Я з цим почала розбиратися, може, дуже запізно, зрозуміла, що така людина поруч зі мною. І мені було зрозуміло, що вирватися просто так мені неможливо. Це цинічні речі кажу, але потім я коли почала спілкуватися з жінками, оце в рамках групи Надія, то я побачила, що не я одна таким чином просто бігли від тієї тотальної такої несправедливої дискримінації жінок в родинях».

F.23. «Немає на що жалітися. Ця робота може займати дуже багато часу. Я маю на увазі, я можу повернутися додому з Лондона о першій годині ночі після великої події. Наприклад, я знаю, що старша донька «закрие» потреби моєї молодшої доньки. Це дуже складно, бо першочергово - я мама. Я забезпечую потреби моїх дітей, їх емоційний фон. Вони потребують увагу і підтримку набагато гостріше, ніж тому самому віці, якщо б ми залишились у власній домівці да в власній країні. А тому хочеться бути такою «ковдрою», якою вистачить накрити всіх і дітей. І щоб не хвилюватися про місце, де ми живемо і щоб побудувати, да не втрачати роботу, розвиватися у своєму бізнесі. Реалізувати свої таланти. А ще, якимось чином, знаходити енергію, щоб піклуватися про себе. Бо, як кажуть у літаку - коли є небезпека, спочатку вдягаємо цю маску дихальну на себе, а потім ми рятуємо дітей».



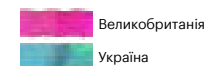
Аналіз отриманих результатів дозволив зафіксувати певні спостереження:

- респондентки, які перебувають в Україні, частіше повідомляли про активну підтримку з боку близького оточення (57,7%) у порівнянні з Великобританією (35,8%). Це може бути пов'язано з більшою фізичною близькістю до родини чи друзів в Україні або сильнішими соціокультурними зв'язками;
- учасниці опитування в обох країнах вказали на незалежність своїх рішень від позиції близького оточення (23,1% в Україні та 21,5% у Великобританії). Це може свідчити про подібність проявів індивідуальної рішучості та самостійності;
- домашні обов'язки як бар'єр для підприємницької діяльності опитаними у Великобританії сприймається менше, ніж представницями жінок-підприємниць в Україні (7,1% та 11,5% відповідно);
- У Великобританії 14,3% респонденток зазначили, що близьке оточення підштовхнуло їх швидше повертатися до підприємництва, що перевищує показник в Україні (7,7%).
- У Великобританії 7,1% респонденток зазначили, що відчували як підтримку, так і зневіру. Такий амбівалентний досвід не згадувався в Україні.

Якщо визначати основні тенденції форм підтримки для українського жіночого бізнесу у приймаючих громадах України та Великобританії, то варто зазначити, що в Україні домінує активна підтримка близького оточення, тоді як у Великобританії більша роль відводиться зовнішнім «мотиваторам», як-от наставники чи необхідність адаптації до нових обставин. Також у Великобританії спостерігається більша різноманітність впливів (включно з відсутністю впливу чи змішаним досвідом), що може бути наслідком культурних відмінностей або певних складнощів процесу інтеграції у приймаючі громади.

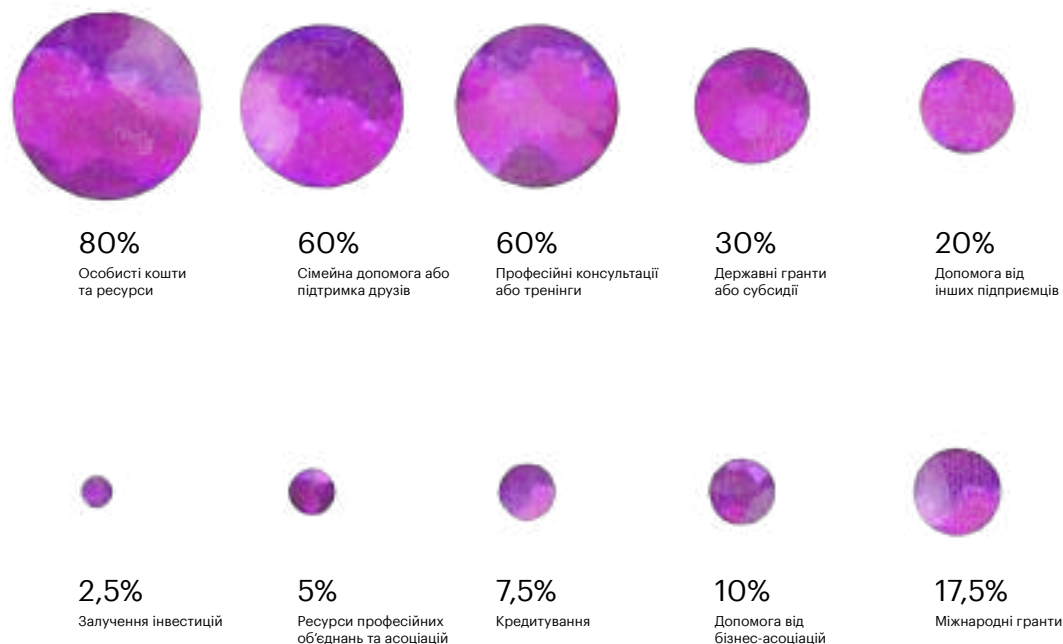


Розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні, за показником «особливості ведення бізнесу» залежно від приймаючої країни



ресурси підтримки відновлення/запровадження підприємницької діяльності

Традиційними європейськими практиками підтримки відновлення/запровадження підприємницької діяльності для жінки-підприємниці, якщо вона перемістила свій бізнес із зони військового конфлікту у безпечні громади є: фінансова підтримка та гранти, навчання та консультації, менторські програми, юридична допомога.



Загальний розподіл відповідей респонденток, у онлайн опитуванні за показником «ресурси підтримки відновлення/запровадження підприємницької діяльності»

*Сума відсотків перевищує 100, так як респондентки мали можливість обрати декілька варіантів відповідей

Отримані дані дозволили визначити основні загальні тенденції щодо доступних для жінок-підприємниць ресурсів підтримки у приймаючих громадах:

- опитані жінки-підприємниці переважно покладаються на свої фінансові можливості (80%), що може свідчити про обмежену доступність зовнішніх джерел фінансування та/або небажання (страх) брати кредити та залучати сторонніх інвесторів;
- усвідомлення важливості знань і навичок для успішного ведення бізнесу в умовах нового соціально-економічного середовища (60% використовують професійні консультації та тренінги);
- сімейна підтримка є додатковим важливим ресурсом (60%), що підтверджує роль близького оточення у подоланні труднощів ведення бізнесу у новому соціально-економічному середовищі;
- наявність співпраці з іншими підприємцями (20%), що свідчить про наявний потенціал для розвитку горизонтальної підтримки та взаємодопомоги у середовищі підприємниць-переселенок;
- недостатнє використання організаційної підтримки. Лише 10% використовують ресурси професійних об'єднань та асоціацій, і 5% отримують допомогу від бізнес-асоціацій, що може свідчити або про недостатній рівень розвитку цих організацій у приймаючих громадах, або про слабку поінформованість підприємців про їхні можливості;
- обмежене залучення інвестицій і кредитів. Лише 17,5% зазначили залучення інвестицій, а 7,5% скористалися кредитами. Це може бути пов'язано, як зі складнощами у отриманні кредитів, низьким рівнем довіри до кредитування або інвесторів тощо;
- низька залученість міжнародних грантів (2,5%), що може свідчити як про недостатню інформованість жінок-переселенок про ці програми, або про конкуренцію за грантові кошти та складність у їх отриманні;

фрагменти глибинних інтерв'ю

F.3: «Я отримувала гранти ще, знаходячись на Донеччині, розвивала будівельний бізнес. На сьогодні я маю можливість, маю програми, які можуть мене підтримати».

F.5: «Я використовую власні кошти. Допомагає підхід щодо проплачених депозитів за тури. Отримувала гранти за програмами Кембриджської міської ради. Це дозволило мені подивитися Англію, намітити перспективи розвитку бізнесу, нові тури. Кредитами не користувалась».

F.6.: «Я використовую кредитні кошти».

F.8: «У Львові нам надавали ваучер в розмірі 100 тисяч. Раз на рік, всього один раз ти можеш ними скористатися. Якщо ти у Львівську область релокуєшся, то звертаєшся до своєї громади, якщо у Львів, то до Львівської громади».

F.9: «Мені дали 250 тисяч їм грантової програми, по 10 тисяч для релакованого місцевого бізнесу. Гранти були».

F.12: «Коли я, як ВПО, я не знаю, до кого звернутися, я звернулася до агенції регіонального розвитку. Я подзвонила, вони написали мені всі відповіді, всю інформацію надали, допомогли, показали, розказали».

F.16: «Гранти у мене були, досвід є, але це такі малі гранти просто для проведення якогось підприємства, для курсу, наприклад, те, що я отримувала. Але це не той об'єм, це не ті гроші, які мені допоможуть відкрити саме як бізнес, як підтримка проекту, але як відкрити бізнес саме глобально, але це трохи не те, звісно».

F.18: «Щоб починати це все, це потрібно мати або якісь такі фінансові вкладення, щоб організувати людей і так далі, з чимось виходити на ринок. Кредитування не хочу. Я не люблю взагалі позичати гроші, це не моя політика».

F.19: У нас тут (у приймаючій громаді) були наші партнери, наші клієнти. Ми їм подзвонили, у них тут виробництво скляних виробів, склопереробне виробництво. І вони нас запросили до себе. В перший рік вони нам надали на своїй території свої фабрики, надали нам приміщення абсолютно безкоштовно. І вони нам допомогли стартанути тут у Дніпрі. Дуже велика підтримка від них була. Якщо б не вони, ми, мабуть, просто не змогли запуститися, за що ми їм дуже вдячні».

F.20: «Ну, взагалі, я розраховую на себе, на ці виплати, знаєте, яюсь не сподіваюсь».

F.23: «Я вважаю, що жінкам потрібно підтримувати жінок, перш за все, допомагати навіть в таких простих речах, як материнство. Інколи, як от я з подругами, можливо взяти дитину до себе, щоби мама просто відпочила, щоб знаходити сили на подальше життя».

F.24: «Якщо допомога родини може бути як грант, ну, то так... А інших грантів, ну, напевно, немає можливості... Якби я була в Україні, там є можливість, багато можливостей, ну, я не знаю, може, я не дуже в курсі».

F.26: «Тут дуже складно спиратися лише на власні ресурси. Англія, Великобританія, вона закрита така країна. Вона любить свої бренди, свої якісь товари в першу чергу просувати. Але так, звичайно, я працювала на одній косметиці, яку я не хотіла навіть міняти. І тут не було, немає представника. Зараз вже є, але раніше не було представників деяких косметичних брендів. І так, я виходила на фабрики, заводи, і вже напямую працювала».



Аналіз емпіричних даних дозволив визначити декілька важливих тенденцій у ресурсах підтримки жінок-підприємниць, які перемістилися у безпечні громади України та Великобританії:

- особисті кошти та ресурси є основним джерелом підтримки для опитаних жінок-підприємниць як в Україні (23 з 26), так і у Великобританії (9 з 14);
- значна частка опитаних респонденток використовує професійні консультації або тренінги: 18 з 26 в Україні та 8 з 14 у Великобританії;
- сімейна допомога або підтримка друзів є більш популярною у Великобританії (10 з 14), ніж в Україні (9 з 26);
- державні гранти або субсидії частіше використовуються в Україні (9 з 26), ніж у Великобританії (3 з 14);
- використання міжнародних грантів зафіксовано лише серед опитаних респонденток з України, що пов'язано з більшою кількістю подібних програм у межах міжнародної допомоги Україні.
- ресурси професійних об'єднань та асоціацій частіше використовуються у Великобританії (3 з 14), ніж в Україні (1 з 26).
- кредитування майже не використовується респондентками (лише 1 випадок у кожній країні).

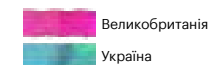
Отже, опитані жінки-підприємниці в Україні ресурсно більше залежать від власних коштів і професійних тренінгів. У Великобританії - більше покладаються на сімейну підтримку та професійні асоціації.

Гранти, інвестиції та кредитування для респонденток в обох країнах залишаються обмеженими ресурсами підтримки. Освітні програми є важливим ресурсом у розвитку підприємництва як для респонденток в Україні, так і у Великобританії.

Деталізовані дані щодо використання таких ресурсів як міжнародні організації та благодійні фонди, професійні об'єднання та бізнес-асоціації, доступність до державних пільг та/або податкових преференцій наведені у ДОДАТКАХ (додаток 1).



Розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні за показником «ресурси підтримки відновлення/запровадження підприємницької діяльності» залежно від приймаючої країни



3. гендерна рівність у бізнес-середовищі приймаючих громад

Соціально-економічне середовище, яке сприяє гендерній рівності слугує рушійною силою для розвитку підприємницьких ініціатив. Проте прояви гендерних стереотипів, які сформувалися всередині приймаючих громад може ускладнювати процес інтеграції жінок-переселенок у нове підприємницьке середовище. Саме тому, фіксація гендерних аспектів реалізації підприємницької діяльності жінками-переселенками, які брали участь у дослідженні відбувалася на трьох рівнях: мікро-рівні (рівень міжособистісної взаємодії); мезо-рівні (рівень організаційної взаємодії під час реалізації/відновлення бізнес-діяльності); макро-рівні (рівень інституційної взаємодії з державними органами, місцевою владою тощо).

Аналізуючи емпіричну інформацію за цим індикатором, у деяких випадках, ми наводили дані не лише у відсотках, а й у особах, так як під час дослідження проявів гендерної нерівності/дискримінації важливий кожний окремих випадок (навіть якщо він є один на весь масив емпіричних даних). Тут для нас було важливим мати розуміння рівень прояву гендерної нерівності, спрямованої на жінок-підприємниць у приймаючих громадах.

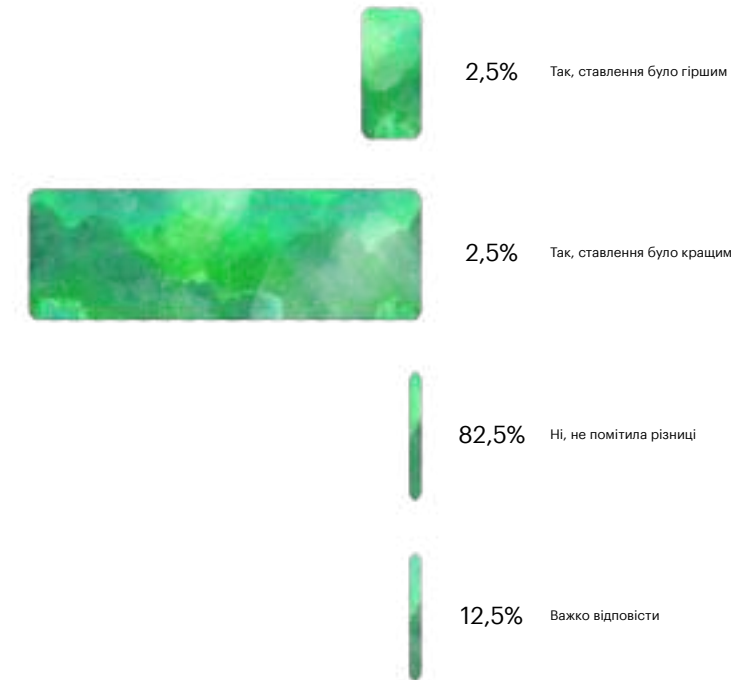
мікро- рівень гендерної рівності у приймаючих громадах

На перший погляд, аналіз відповідей респонденток свідчить про відсутність, в цілому, систематичних проявів гендерної нерівності по відношенню до жінок-підприємниць у порівнянні з чоловіками-підприємцями (82,5% респонденток не помітили різниці у ставленні, а 2,5% зазначили, що ставлення було до них кращим).

Проте, варто звернути увагу на значну кількість відповідей «важко відповісти» (12,5%). Опитані жінки-підприємниці можуть не розрізняти прояви гендерної дискримінації. Це може бути пов'язано з:

- нормалізацією гендерної нерівності (певні форми дискримінації настільки поширені, що стають «невидимими». Жінки можуть сприймати нерівне

Загальний розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні на питання: «Чи помітили Ви (відчули на собі) різницю у ставленні до Вас як до жінки-підприємця порівняно з чоловіками-підприємцями під час переміщення бізнесу?»



ставлення як «норму» або частину бізнес-середовища, навіть не замислюючись про те, що це дискримінація);

- браком обізнаності у гендерних питаннях (жінки-підприємниці можуть не бути достатньо поінформованими про свої права або про те, які ситуації є проявами дискримінації);
- униканням конфліктів (деякі жінки можуть ігнорувати дискримінацію або намагатися виправдати її, щоб уникнути конфліктів чи зберегти партнерські відносини в бізнесі);
- самостигматизацією (Іноді жінки самі можуть вважати, що нерівне ставлення є результатом їхніх «особистих недоліків» або «недостатніх зусиль», а не структурних проблем);

- фокусуванням на досягненнях (жінки-підприємниці, які досягли успіху, можуть вважати, що особисті зусилля важливіші за обставини. Це може призводити до ігнорування дискримінаційних практик, які вони долають на своєму шляху);
- відсутністю підтримки чи спільноти однодумців (якщо жінка не має оточення, де можна відкрити дискусію про такі питання, вона може не усвідомлювати, що інші стикаються з подібними проблемами).

F.3: «У мене є такий досвід, такий незвичайний для жінки напрямок бізнесу, тобто будівництва, і мені як жінці, як кваліфікованого інженеру доводилося керувати чоловіками. І вже маючи такий достатній досвід, а вже я завжди бачу, якщо новий працівник, тобто його ставлення, деякі чоловіки не можуть сприйняти, що їм в цьому напрямку буде керувати жінка».

F.6: «Я була дуже вражена, в них дуже велика кількість саме жінок-підприємців. В них жінки, вони майже в усіх сферах. Навіть аграрний бізнес, тут також він, скажімо так, в жіночих руках. В них тут навіть такий є напрям жінки-підприємці».

F.14: «В Україні ми вели бізнес з чоловіком разом. Я відчувала цю підтримку - «за мужем». Да і в інших справах, намагалась надавати перевагу чоловікам в бізнесі, не претендуючи на рівні умови... а у Британії - всі партнери».

F.15: «Ще, в основному, у мене клієнти чоловіки, тільки там 2-3 жінки. Взагалі, в основному, це клієнти чоловіки. З чоловіками - легше. Це, знову ж таки, моя думка. Чоловіки дуже...такі цільні, можна сказати. Вони завжди знають більше, чого не хочуть. У них немає, сьогодні я хочу це, завтра я хочу те, як у жінок».

F.17: «У мене клієнтів 50% жінок, 50% чоловіків. А от у моїй команді у мене є упередження по дівчатам. Хоча, з іншого боку, рекрутери-дівчин по комунікаціях, мені краще з ними. А ось саме, де потрібна системна частина, програмувати, ось такі штуки, то там вже з чоловіками комфортніше працювати. Вони більш структурні. Краще розуміють. Тобто, коли є більше емоційна частина роботи тут жіночий менталітет, скажімо, ближче, а все ж таки технічні моменти більше довіряю чоловікам».

F.20: «В меблевому бізнесі переважно працюють чоловіки. Там цього є трошки. Вони не хочуть слухатися жінок, а так – нерівності немає».

F.23: «Якщо казати загальною я працюю з людьми і, звісно, ніякого гендерного розподілу в моїй роботі немає. Мені неймовірно цікаво працювати з жінками і з чоловіками це не має значення. А якщо казати більш особисто. То я відчуваю саме жіночу підтримку. Хоча, в моїй голові вибудовувалися картинка того, що я можу підтримати інших українських дівчат, надаючи їм роботу в студії та адміністрування спілкування з клієнтами».

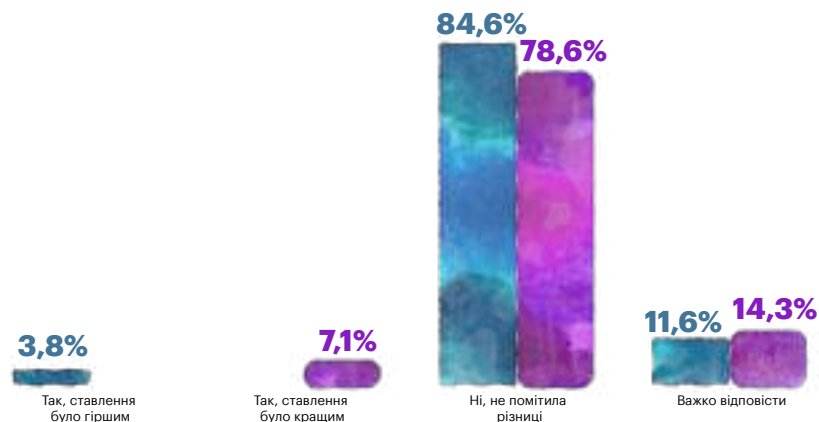
F.26: «Ви бачите, я не дуже фінансово грамотна, будемо казати, мій чоловік більше до цього здатний. Але така ситуація в нас була, що в нього просто не було сил і інтересу до мого бізнесу, тобто розвивати його. І я не знала взагалі до кого йти, тобто розраховувала на свої гроші, на якісь збереження, які були привезені сюди».



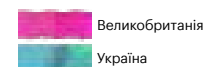
Емпіричні дані за приймаючими країнами, в цілому, свідчать про те, що сприйняття гендерної нерівності жінками-підприємницями на мікро- рівні має певну універсальність, хоча й проявляється з деякими відмінностями залежно від приймаючої країни. Переважна більшість респонденток як в Україні (84,6%), так і у Великобританії (78,6%) зазначили, що не помітили різниці у ставленні до себе як до жінок-підприємців порівняно з чоловіками. Частка респонденток, яким було важко визначитися з відповіддю, в Україні (11,6%) і Великобританії (14,3%) є подібною, що може свідчити про загальну складність в усвідомленні або оцінці гендерної дискримінації у контексті бізнес-середовища. Ці дані дозволяють припустити, що хоча більшість опитаних жінок-підприємниць не помічають гендерної нерівності на мікро-рівні, рівень усвідомленості та специфіка гендерних упереджень можуть змінюватися залежно від культурного, економічного та соціального контексту приймаючої країни.

мезо- рівень гендерної рівності у приймаючих громадах

Узагальнюючи отримані дані, можна зробити висновок, що домінуючою тенденцією є відсутність відчуття гендерної дискримінації серед жінок-підприємниць при реєстрації або перенесенні бізнесу в нове місце. Переважна більшість респонденток (85%) не стикалися з проявами дискримінації, що свідчить про загальне сприйняття рівності у цьому процесі. Водночас незначна частка (5%) повідомляє про такі випадки, що вказує на наявність окремих бар'єрів. Крім того, 7,5% респонденток вагаються з відповіддю, що може свідчити про складність у визначенні або розпізнанні дискримінаційних проявів. Інноваційний підхід, такий як відкриття бізнесу онлайн (2,5%), може бути альтернативою, яка зменшує ризик зіткнення з дискримінацією.



Розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні на питання: «Чи помітили Ви (відчули на собі) різницю у ставленні до Вас як до жінки-підприємця порівняно з чоловіками-підприємцями під час переміщення бізнесу?» залежно від приймаючої країни



F.5: «Ні, не відчувала, але й не замислювалась про це. Одного разу мала потребу зробити невеличкий ремонт, звернулась про допомогу до міської ради з заявою. В заяві зазначила, що я мати-одиначка з дитиною. То попросили видалити з заяви цю інформацію, бо це не є підставою для якихось преференцій. Щодо стереотипів, ніяких яскравих прикладів навести не можу».

F.19: «Міська влада Дніпра нас дуже тепло зустріла, і я можу сказати, нас тут як дітей нянчили, нас перезнайомили просто з усіма швейниками, ну, там, ну, пані е, є з адміністрації, яка просто нас взяла під свою опіку і возила нас по всім підприємствам, і допомагала нам знайти приміщення, і на всі зустрічі нас запрошувала».

F.23: «Я вважаю, що це впливає. Я відчуваю, що самого початку, коли я казала про саму першу пораду мене як фотографа в коледж. Ця порада відбулася через жінку. Вона мені порадила в жіночий коледж. Я відчула на собі, що жіночий коледж, хоче підтримати жінку фотографа. Враховуючи обставини, через які втрапила в цю країну, все спрацювало. Жіноча підтримка – я її відчула і я дуже цьому вдячна».

F.26: «Це доступно, в принципі доступно, якщо ти як людина, яка платить податки, добропорядна. Вони бачать всі твої документи, декларації і так далі, вони бачать рух твоїх коштів, як воно все проходить, в принципі. І якщо ти не захмарних грошей просиш, то це можливо. Я думаю, мені не було би важко отримати тут кредит».

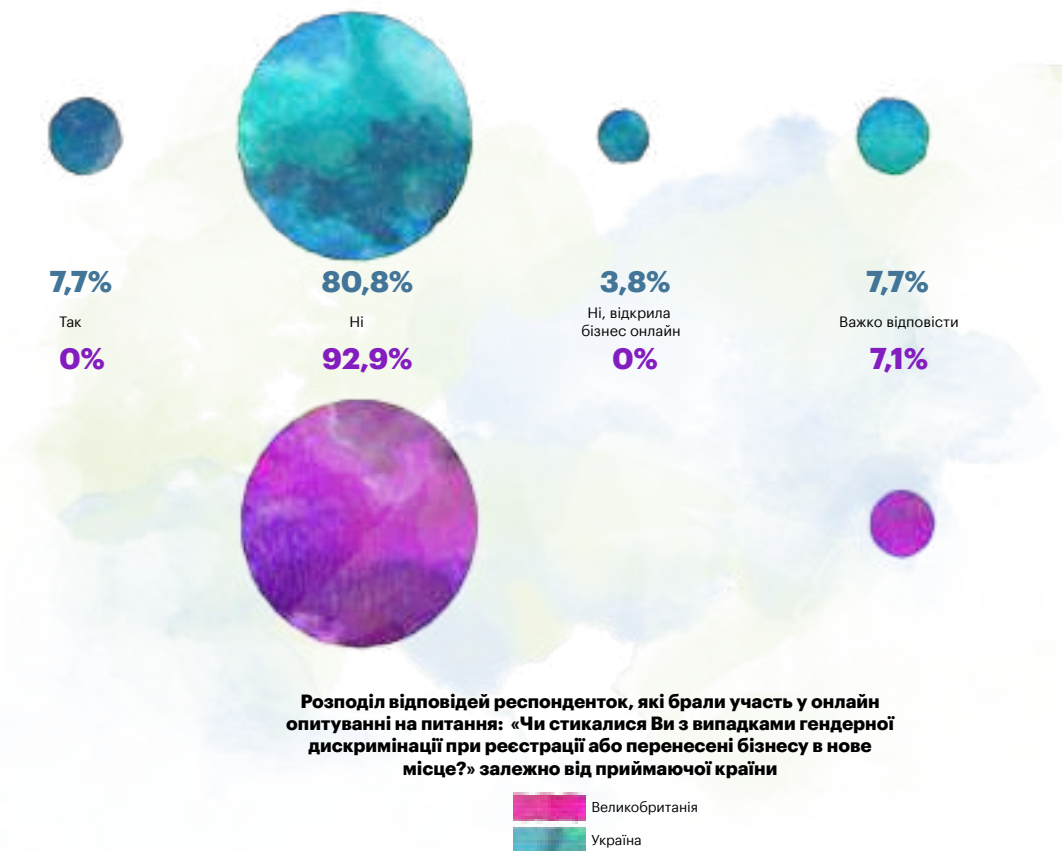


На основі розподілу відповідей за приймаючою країною можна зробити висновок, що домінуючою тенденцією як в Україні, так і у Великобританії є відсутність відчуття гендерної дискримінації при реєстрації або перенесенні бізнесу в нове місце.

Однак, у Великобританії 92,9% респонденток не стикалися з гендерною дискримінацією, що є вищим показником порівняно з Україною (80,8%). В Україні 7,7% респонденток відзначили випадки гендерної дискримінації, тоді як у Великобританії таких відповідей не було. Це може вказувати на наявність певних гендерних стереотипів на рівні структур, які займаються оформленням реєстрації бізнесу у приймаючих громадах.

Отже, можна зазначити, що на мезо-рівні прояви гендерної нерівності є низькими, проте в Україні фіксується більша ймовірність її проявів. Це підкреслює важливість подальшого аналізу національних контекстів та заходів щодо підвищення гендерної рівності в бізнес-середовищі.

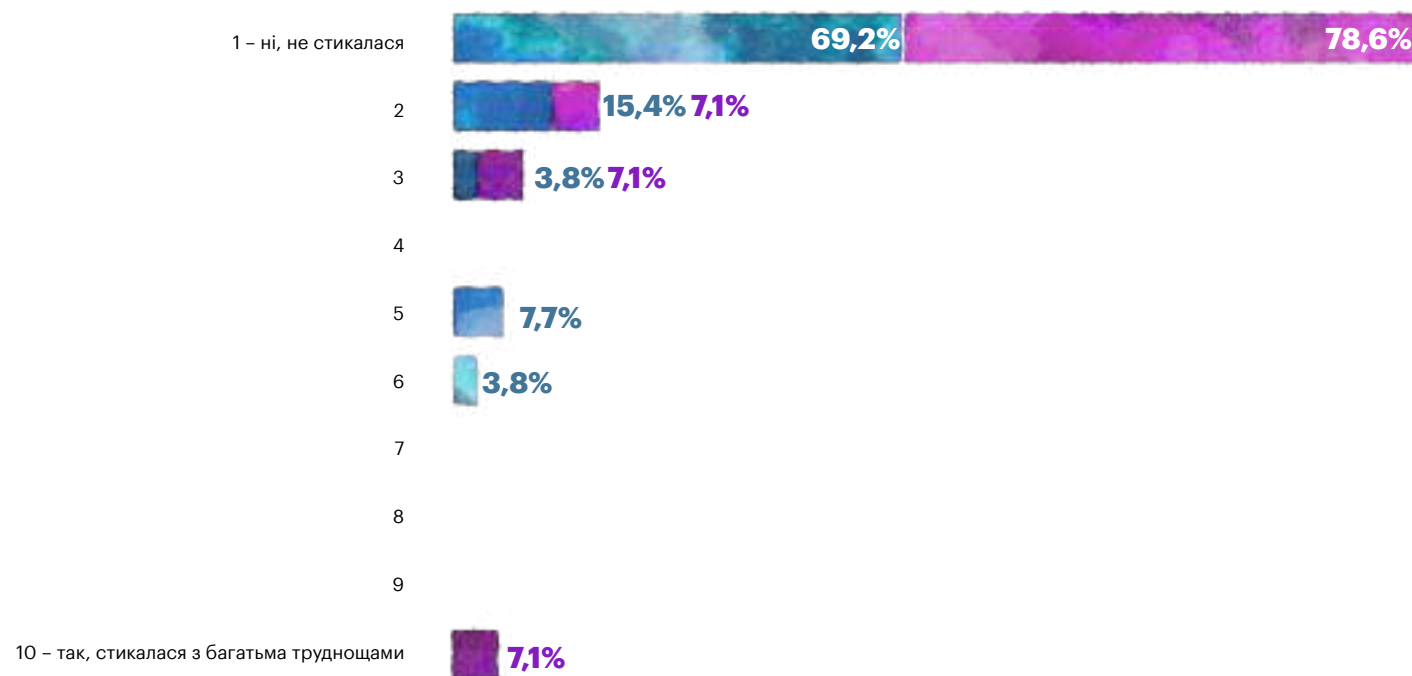
Аналізуючи відповіді респонденток на уточнююче питання «Чи були у Вас труднощі з доступом до фінансування або кредитів через вашу стать після переміщення бізнесу?», під час відповіді на яке потрібно було визначити рівень дискримінації від 1 до 10 (де 1 – ні, не стикалася; 10 - так, стикалася з багатьма труднощами) переважна більшість жінок-підприємниць (87%) оцінили рівень гендерної дискримінації як «низький» (на рівні 1-3 бали); 7,5% респондентів – оцінили рівень гендерної дискримінації як «помірний» (на рівні 5-7 балів) і лише 1 респондентка оцінила рівень гендерної дискримінації як «високий», поставивши оцінку в 10 балів.



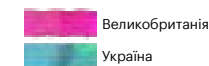
Аналізуючи відповіді респонденток, можна побачили, що більшість жінок-підприємниць як в Україні, так і у Великобританії не стикалися з труднощами у доступі до фінансування або кредитів через їхню стать після переміщення бізнесу (69,2% в Україні, 78,6% у Великобританії). Також спостерігається й певна подібність у визначенні помірного рівня труднощів (2 і 3 бали) 19,2% - респондентки в Україні, 14,2% - у Великобританії. В обох країнах не зафіксовано відповідей з середніми балами (4, 7-9).

Отже, на мезорівні опитані жінки-підприємниці у Великобританії загалом стикаються з меншими труднощами у доступі до фінансування або кредитів через їхню стать, порівняно з опитаними жінками в Україні. Проте наявність респонденток, які повідомляють про високий рівень труднощів у обох країнах, вказує на необхідність подальшого аналізу специфічних причин і розробки адресних заходів для усунення гендерних бар'єрів у фінансовій сфері.

Деталізовані дані щодо проявів гендерної нерівності під час взаємодії із новими постачальниками та партнерами, доступності фінансових ресурсів для розвитку жіночого бізнесу у приймаючих громадах наведені у ДОДАТКАХ (додаток 2).



Розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні на питання: «Чи були у Вас труднощі з доступом до фінансування або кредитів через вашу стать після переміщення бізнесу?» залежно від приймаючої країни



макро- рівень гендерної рівності у приймаючих громадах

Абсолютна більшість респонденток (90%) не стикалися з гендерними стереотипами або упередженнями з боку державних органів чи інших організацій під час переміщення бізнесу. Незначна частка респонденток (10%) відзначили, що такі випадки все ж мали місце, але вони були поодинокими.

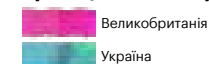
Усі опитані респондентки у Великобританії (100%) не стикалися з гендерними стереотипами або упередженнями під час переміщення бізнесу, тоді як в Україні цей показник становить 84,6%. Окремі респондентки в Україні (15,4%) зазначили, що такі випадки траплялися, але, у процесі дослідження ми не виявили систематичний характер цих проявів



Загальний розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні на питання: «Чи доводилось Вам стикатися з гендерними стереотипами або упередженнями від державних органів чи інших організацій під час переміщення бізнесу?»

10 – так, стикалася з багатьма труднощами

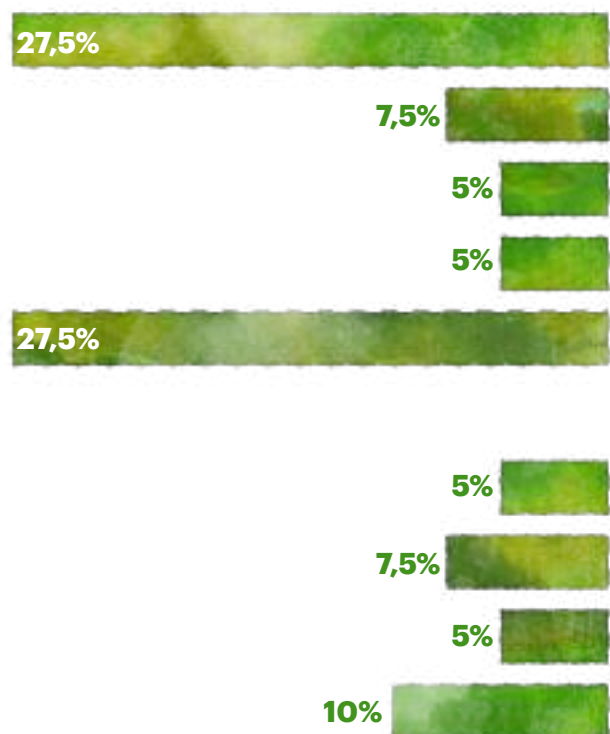
Розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні на питання: «Чи доводилось Вам стикатися з гендерними стереотипами або упередженнями від державних органів чи інших організацій під час переміщення бізнесу?»



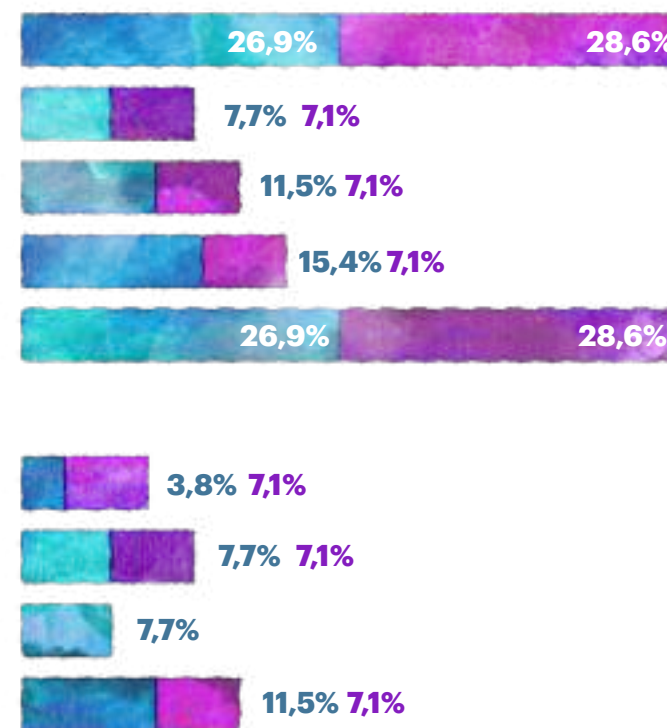
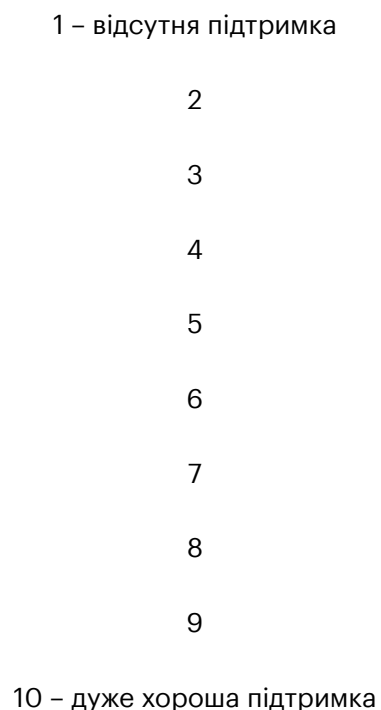
макро- рівень гендерної рівності у приймаючих громадах

Щодо оцінки підтримки місцевої влади та бізнес-спільнот у приймаючих громадах, то можна побачити, що ці оцінки розподілилися нерівномірно. Найбільша частка респонденток (27,5%) відзначила як відсутність підтримки, так і її помірний рівень (5 балів). Частки інших відповідей варіюються від низьких до високих оцінок, включаючи 10% респонденток, які вважають підтримку дуже хорошою (10 балів).

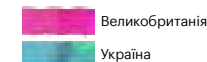
Отримані емпіричні дані свідчать про наявність схожих тенденцій в оцінки підтримки місцевою владою та бізнес-спільнотами приймаючих громад жінок-підприємниць. Так, найбільша частка респонденток в обох країнах оцінила підтримку як відсутню (1 бал) або помірну (5 балів) – 26,9% в Україні та 28,6% у Великобританії для обох категорій. В Україні частка респонденток, які надали низькі оцінки (2-4 бали), становить 34,6%, що дещо перевищує показник у Великобританії (21,3%). У Великобританії менше респонденток високо оцінили підтримку (21,3%) порівняно з Україною (30,4%), де 11,5% вважають її дуже хорошою (10 балів). Отже, оцінка опитаними жінками-підприємницями проявів гендерної нерівності на макро-рівні є неоднозначною: 1) на рівні державних органів влади та професійних об'єднань фіксуються поодинокі випадки проявів гендерної нерівності, пов'язані, на нашу думку, з суб'єктивним сприйняттям образу «жінка-підприємниця» конкретних посадовців або представників органів державної влади. Причому, це можуть бути як чоловіки, так і жінки; 2) рівень підтримки органами місцевої влади у приймаючих громадах жінок-підприємниць, які перемістили свій бізнес, у цілому, оцінюється з переважанням відсутності або помірного рівня підтримки.



Загальний розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні на питання: «Як Ви оцінюєте підтримку місцевої влади та бізнес-спільноти у вирішенні проблем, з якими стикаються жінки-підприємниці, які перемістили свій бізнес?»



Розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні на питання: «Як Ви оцінюєте підтримку місцевої влади та бізнес-спільноти у вирішенні проблем, з якими стикаються жінки-підприємниці, які перемістили свій бізнес?» залежно від приймаючої країни



4. основні потреби, які виникли після переміщення бізнесу та доступність ресурсів, необхідних для успішного ведення бізнесу у приймаючих громадах України та Великобританії

Розподіл відповідей респонденток свідчить про те, що після переміщення бізнесу основними ТОП-5 потреб є пошук фінансових ресурсів, доступ до ринку, пошук нових працівників, юридична та логістична підтримка.

Фінансові ресурси є найактуальнішою проблемою для переважної більшості респонденток (77,5%). Доступ до ринку (60%) займає друге місце серед потреб, що вказує на труднощі з інтеграцією у нове бізнес-середовище та пошуком клієнтів. Пошук нових працівників (30%) є важливим для значної частки респонденток, особливо у випадках, коли переміщення супроводжується втратою персоналу. Юридична підтримка (27,5%) і логістична підтримка (22,5%) також є суттєвими потребами, що вказує на складнощі адаптації бізнесів до нових умов ведення діяльності.

Інші аспекти, такі як пошук аналогічних матеріалів, психологічна підтримка та розуміння культурних особливостей (по 2,5% кожний), а також респонденти, які не зазначили жодних потреб, становлять незначну частку, але демонструють, що для окремих випадків специфічні умови також відіграють роль. Обрання варіанту відповіді «важко відповісти» (5%) може свідчити про складність для опитаних жінок-підприємниць чітко ідентифікувати конкретні потреби.



Загальний розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні, за показником «основні потреби, що виникли після переміщення бізнесу»

F.3: «Програми кредитні 5-7-9, які такі вигідні для бізнесу, для осіб, які зареєстровані на Донеччині, Луганщині, на жаль, не застосовуються. Тобто кредити на загальних підставах, то дуже великий відсоток».

F.5: «Банківський рахунок для бізнесу відкривали майже три місяця, були тривалі перевірки. Перевіряли як мене, так і партнера. Намагались відкрити можливість автосплати за лінком - не дозволили, бо бізнес ще молодий».

F.7: «Звичайно відрізняються, тому що ціни, наприклад, які краски, матеріали, вони в фунтах йдуть. Ми включаємо, припустимо, краску, витрати, скільки вийшло на фарбування, плюс мій час як майстра, плюс аренда, ось ці рукавички, я все це включаю, все, і отримую ось цю собівартість, яка от у мене за цю процедуру».

F.19: «Ми переїхали у березні у Дніпро, і потім вже у квітні ми перевезли виробництво, але частково, тому що на той момент уже в Лисичанську були такі сильні обстріли, вже Кремінна, Рубіжне - були окуповані, це буквально там 10 кілометрів до Лисичанська, і чоловік мій пізно поїхав за обладнанням. Він зміг вивезти частину сюди, до Дніпра. Більшість обладнання там залишилася, тому що у нас виробництво було на другому поверсі, і нам потрібні були крани, бо ми через вікна обладнання заносили. Нічим було його вже винести, тому що він зміг руками підняти і погрузити у машину. Вивіз він там декілька швейних машинок. Основне там все залишилось обладнання».

F.23: «Порівнюючи знову ж таки з власним досвідом в Україні. У мене завжди були приватні клієнти, а також був досвід у соціальній сфері з зйомками соціальних проєктів, їх презентації, виставки, складні теми. Тут, основним моїм клієнтом, напрямком сферу діяльності став університет, а я співпрацюю з коледжами. Я знімаю важливі події, для які відбуваються в коледжах. Я знімаю викладачів, я знімаю з життя студентів. Кожний коледж випускає щорічний журнал. Я знімаю для цих журналів, так само продовжую розвиватися і в сфері портретної фотографії».



макро- рівень гендерної рівності у приймаючих громадах

На підставі розподілу відповідей респонденток залежно від приймаючої країни, можна виокремити основні тенденції потреб переміщених бізнесів залежно від приймаючої країни.

Потреби для опитаних жінок-підприємниць в Україні:

- фінансові ресурси є найактуальнішою для переважної більшості респонденток з України (84,6%), яких бракує в умовах переміщення бізнесу;
- доступ до ринку (53,8%) також є значущою потребою, однак меншою мірою порівняно з Великобританією. Це може вказувати на знайомство з локальним ринком, але з обмеженими можливостями для масштабування;
- пошук нових працівників (34,6%) є актуальним питанням, що відображає втрату персоналу або потребу в розширенні команди після переміщення.

Інші потреби, такі як юридична підтримка (7,7%) і логістична підтримка (11,5%), є менш пріоритетними, що свідчить про наявність базових структур для адаптації бізнесу.

Потреби для опитаних жінок-підприємниць у Великобританії:

- фінансові ресурси залишаються важливими, але їхня актуальність (64,3%) нижча, ніж в Україні. Це може бути пов'язано з кращим доступом до фінансових інструментів у Великобританії;
- доступ до ринку (71,4%) є ключовою потребою, що вказує на складності інтеграції в нове бізнес-середовище через культурні або економічні бар'єри
- юридична підтримка (64,3%) значно важливіша, ніж в Україні, що відображає складність адаптації до іншої правової системи;
- логістична підтримка (42,9%) також є істотною потребою, що свідчить про виклики, пов'язані з налагодженням ланцюгів постачання;
- менший відсоток респонденток згадав про пошук нових працівників (21,4%), що може свідчити про переважання серед респонденток з Великобританії індивідуальних форм ведення бізнесу;
- необхідність розуміння культурних особливостей (7,1%) вказує на наявність специфічних умов реалізації підприємницької діяльності у приймаючих громадах Великобританії.

Таким чином, у контексті приймаючих громад України жінки-підприємниці насамперед потребують фінансової допомоги та доступу до ринку, а також вирішення питань із наймом персоналу. У Великобританії жінки-підприємниці стикаються з проблемами юридичної адаптації, інтеграції у локальні ринки і логістичними питаннями, що вказує на складності роботи в іншій країні з відмінними правилами та культурою ведення бізнесу. Іншими словами, у респонденток в Україні переважають базові потреби підприємницької діяльності, як-от фінансові ресурси та працівники, тоді як у Великобританії акцент зміщений на юридичні та ринкові питання, пов'язані з адаптацією до іншого соціально-економічного середовища.



Розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні, за показником «Потреби, що виникли після переміщення бізнесу» залежно від приймаючої країни

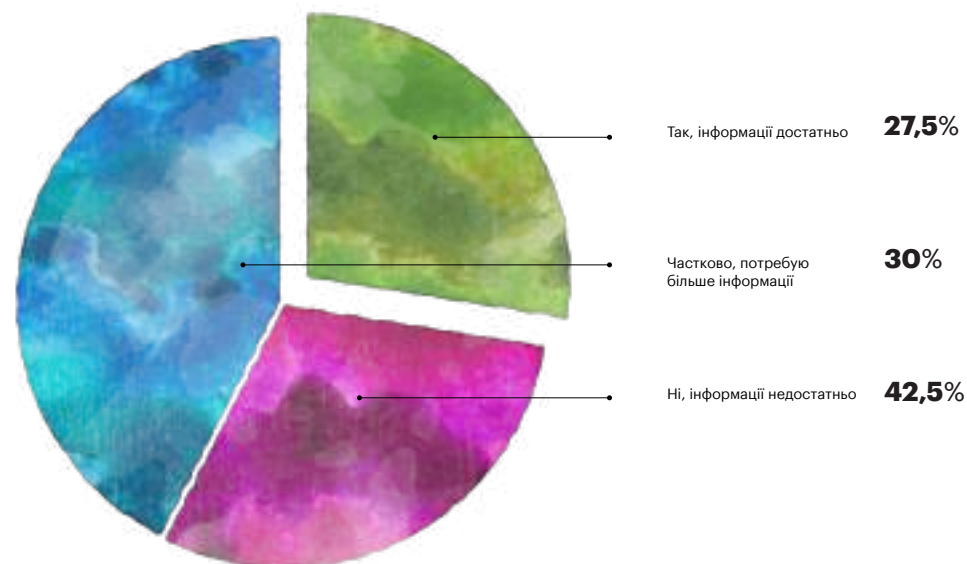
Великобританія
Україна

інформаційна підтримка, як потреба

Потреба у інформаційній підтримці щодо наявних можливостей та особливостей реалізації підприємницької діяльності у нових соціально-економічних середовищах є однією із ключових для успішного ведення бізнесу після переміщення у приймаючі громади. Розуміння місцевого законодавства, навігація по ринкових умовах, фінансова грамотність про банківські системи та можливості інвестування, знання про платформи електронної комерції та онлайн-продажів тощо сприяє ефективній інтеграції у бізнес-середовище приймаючих громад. Саме тому, нас цікавило, чи вистачає їм інформаційної підтримки про наявні можливості.

Відповіді респонденток показують, що більшість з них (72,5%) відчувають певний дефіцит інформації про грантові програми, пільги та підтримку для підприємців у новому регіоні. З них 42,5% зазначили, що інформації недостатньо, а 30% потребують додаткових джерел для отримання необхідної інформації. Лише 27,5% респонденток вважають, що їм вистачає доступної інформації.

Високий запит на інформаційну підтримку свідчить про нагальну потребу у посиленні інформаційних кампаній та створенні доступних ресурсів для підприємниць. Часткова задоволеність наявною інформацією вказує на потребу у адресності, деталізації інформації для різних типів бізнесу. А домінування показника «ні, інформації недостатньо» свідчить, що існує потреба створення ефективних інформаційних платформ, консультаційних центрів або тренінгових програм для підвищення обізнаності жінок-підприємниць у приймаючих громадах.



Загальний розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні на питання: «Чи вистачає Вам інформації про можливі грантові програми, пільги або підтримку для підприємців у новому регіоні?»

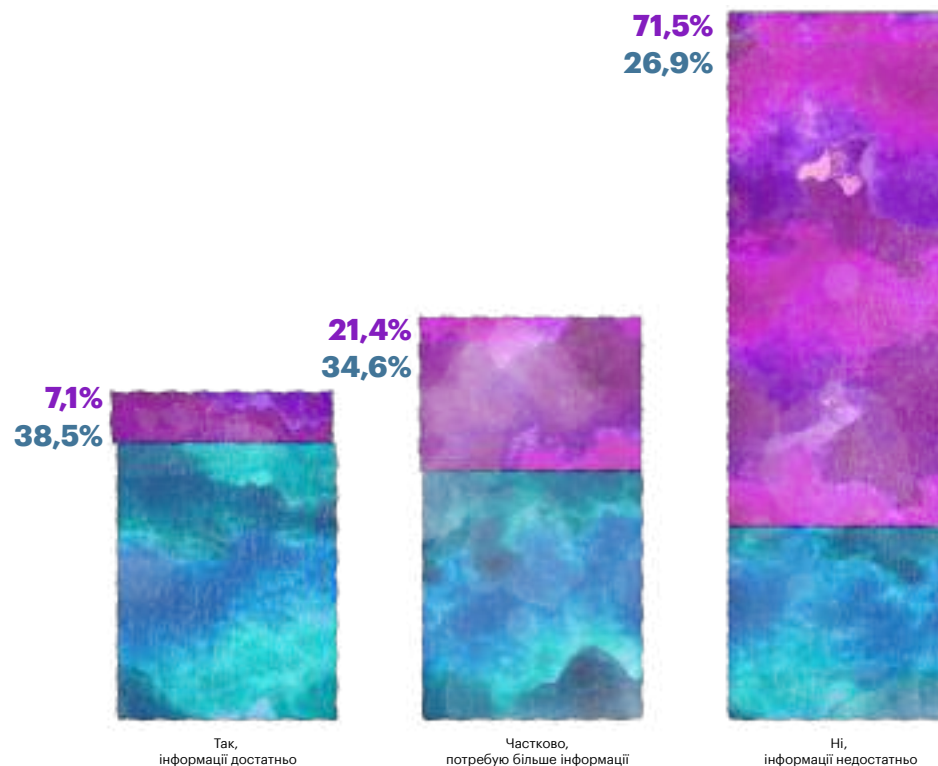
Аналізуючи розподіл відповідей опитаних жінок-підприємниць залежно від приймаючої країни, можна помітити певні тенденції:

- наявність різниці у доступності інформації (в Україні 38,5% респонденток зазначили, що інформації достатньо, тоді як у Великобританії цей показник значно нижчий — лише 7,1%. Це може свідчити про те, що інформаційна підтримка підприємців в Україні більш доступна для цільової аудиторії через відсутність мовних бар'єрів або краще організована система інформування у приймаючих громадах України);
- значні потреби у додатковій інформації для опитаних жінок-підприємниць у Великобританії (більшість респонденток у Великобританії (71,5%) вказали на брак інформації, порівняно з 26,9% в Україні. Це може бути пов'язано з меншою обізнаністю жінок-переселенок про доступні ресурси в країні, мовними бар'єрами чи складністю місцевої інформаційної інфраструктури);
- у представниць обох приймаючих країн є запит на покращення або деталізацію доступної для них інформації (в Україні 34,6% респонденток частково задоволені рівнем інформації, що близьке до аналогічного показника у Великобританії - 21,4%).

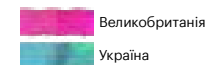
Отже, отримані дані щодо інформаційної підтримки як потреби для опитаних жінок-підприємниць, дозволили зробити висновки, які можуть бути використані для визначення пріоритетів у програмних інтервенціях та створення орієнтованих на потреби переміщених жінок-підприємниць інформаційних рішень: 1) в приймаючих громадах в Україні система інформаційною підтримки є продуктивною.

Респондентки в Україні, загалом, краще забезпечені інформацією, що, скоріше за все, пов'язано з локальною адаптованістю програм підтримки та простішими умовами доступу до них; 2) у приймаючих громадах Великобританії існує критична потреба у посиленні інформаційного супроводу для жінок-підприємниць через створення мовно адаптованих інформаційних центрів чи консультаційних програм; 3) у жодній приймаючій країні рівень повної задоволеності інформацією не є домінуючим, що вказує на необхідність покращення інформаційної інфраструктури інформаційної підтримки як у приймаючих громадах України, так і Великобританії.

Деталізовані дані щодо потреби опитаних жінок-підприємниць у додатковому інформуванні у формі навчання або консультацій, а також, щодо навичок, які респондентки хотіли би покращити для успішного ведення бізнесу у приймаючих громадах у ДОДАТКАХ (додаток 3).

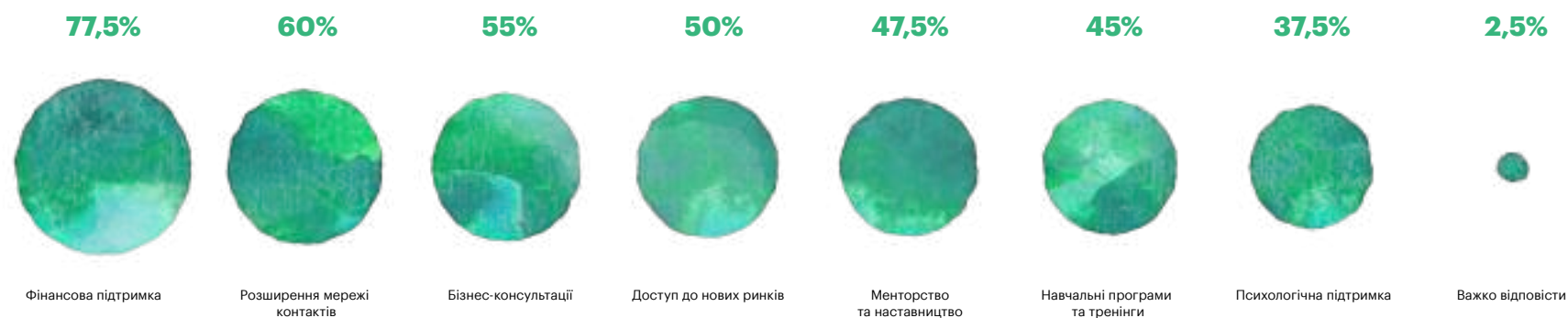


Розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні на питання: «Чи вистачає Вам інформації про можливі грантові програми, пільги або підтримку для підприємців у новому регіоні?» залежно від приймаючої країни



потреби у додаткових ресурсах/інструментах для адаптування до нових умов ведення бізнесу

Загальний розподіл відповідей респонденток свідчить про те, що для підтримки жінок-підприємниць у адаптації до нових умов ведення бізнесу доцільно розробляти комплексні інструменти, які поєднують освітні, фінансові, маркетингові та інші заходи. Проте важливо розуміти, що ефективність цих інструментів залежить від багатьох факторів, таких як, специфіка приймаючих громад (інструменти підтримки мають бути адаптовані до місцевих умов; поліваріантність потреб жінок-підприємниць, які можуть відрізнятися залежно від галузі діяльності, стадії розвитку бізнесу та інших, як об'єктивних, так і суб'єктивних факторів.



Загальний розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні, за показником «потреба у додаткових ресурсах/інструментах для адаптування до нових умов ведення бізнесу»

F.5: «Так, ми проводили тури для українців, які знайшли прихисток у Великобританії у зв'язку з війною в Україні за грантами підтримки від Кембриджської міської ради. Також, організували тури для дітей за сертифікатами NAF (сертифікат на певну кількість оплачених годин нагляду за дитиною в період канікул, що надаються міською радою на підтримку малозабезпечених сімей, де батьки мають працювати, а дитину залишити нема з ким). Це був цікавий досвід, це коли все необхідно заздалегідь забронювати за свій рахунок, необхідно організувати транспорт, екскурсійну програму та годування дітей, за необхідністю забронювати готелі, запросити викладачів 1 на десять дітей, зібрати ці сертифікати та звітувати до міської ради, і тільки після цього отримати відшкодування, бо великих заробітків тут немає. Але це був чудовий досвід відкрити для себе Англію, напрацювати маршрути та гарна реклама серед батьків на майбутнє».

F.21: «Я хочу прокачувати свою підприємницьку здатність обходитися без підтримки».

F.23: «Я хочу навчитися розподіляти обов'язки. Тут навіть на таких невеликих питаннях, як бухгалтерія дає людину, яка допомагає мені з цим. Є людина, яка допомагає мені розробляти англійську версію сайту. Є людина, яка допомагає збирати фотографії.. На початку в моїх планах найважливішим був пошук власного приміщення під власну фотостудію, але я розумію, що розподіляти обов'язки це неймовірно важливо».

F.25: «У моїй сфері дійсно непросто знайти цю інформацію, як все це зробити правильно. Це все займає багато часу і доволі виснажує. Я намагаюсь триматись і розуміти, як мені рухатися. Тому підтримка щодо цього мені потрібна».

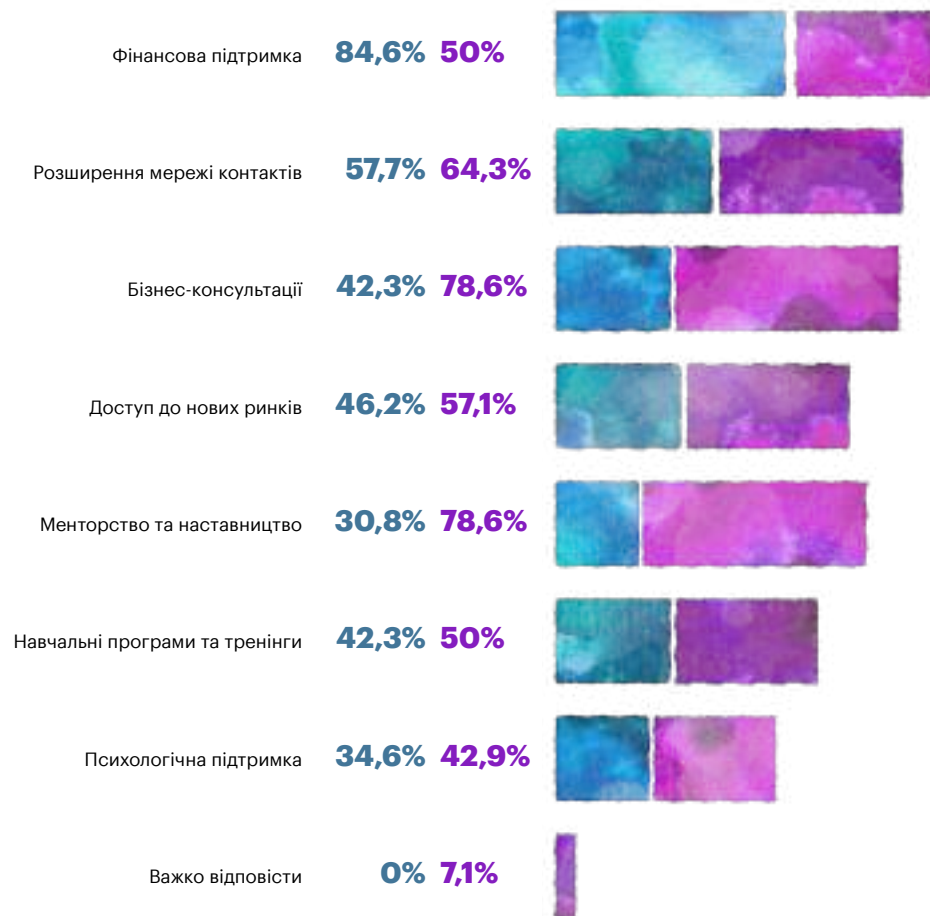


Розподіл емпіричних даних зафіксував певну акцентуацію у потребах жінок-підприємниць, залежно від приймаючої країни.

Так:

- 1) в Україні існує значно більша потреба у фінансовій підтримці, ніж у респонденток у Великобританії;
- 2) жінки-підприємниці у Великобританії відчують більшу потребу у розширенні мережі контактів, бізнес-консультаціях, менторстві та наставництві;
- 3) потреба у навчальних програмах та тренінгах є приблизно однаковою в обох країнах;
- 4) незважаючи на різні соціально-економічні умови, потреба у психологічній підтримці є досить схожою у обох країнах, що пов'язано зі стресовими ускладненнями, які викликає міграція та адаптація до нових умов.

Деталізовані дані щодо потреби опитаних жінок-підприємниць у мережевій взаємодії з іншими жінками-підприємницями, які також перемістили свій бізнес у ДОДАТКАХ (додаток 3).



Розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні, за показником «потреба у додаткових ресурсах/інструментах для адаптування до нових умов ведення бізнесу» залежно від приймаючої країни

Великобританія
Україна

доступність ресурсів, необхідних для успішного ведення бізнесу у приймаючих громадах

ресурси професійних мереж та спільнот

Доступ до ресурсів професійних мереж є одним з ключових факторів успішної адаптації жінок-підприємниць до нових умов ведення бізнесу.

Як можна побачити, значна частка респонденток (32,5%) взагалі не мають доступу до таких мереж. Це свідчить про існування значного розриву між потребами жінок-підприємниць та наявними можливостями для їх задоволення. Більшість респонденток, які мають якийсь доступ до мереж, оцінюють його як низький або середній. Це може бути пов'язано з різними факторами, такими як недостатня інформованість про існуючі мережі, труднощі з доступом до них, або ж обмеженість їхньої діяльності. Лише невелика частина респонденток (7,5%) має повний доступ до професійних мереж. На основі отриманих даних можна зробити висновок, що більшість респонденток (67,5%) мають обмежений або відсутній доступ до професійних мереж та бізнес-асоціацій у новому регіоні.

Аналіз даних залежно від приймаючої країни показав, що, незважаючи на те, що респондентки в Україні краще оцінюють свої можливості, пов'язані з використанням ресурсів професійних мереж та бізнес-організації у приймаючих громадах, на відміну від респонденток у Великобританії, рівень доступності цих ресурсів для більшості опитаних жінок-підприємниць залишається обмеженим.

Основні причини домінування низьких оцінок можуть полягати у: недостатній організації інформованості про наявні у приймаючих громадах професійних мереж та бізнес-організації; відсутності у певних приймаючих громадах професійних мереж та бізнес-організації, а доступ до наявних може бути обмежений географічними, фінансовими або іншими факторами; високі вимоги до вступу, що ускладнює доступ для нових потенційних членів тощо.



Загальний розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні на питання: «Чи маєте Ви доступ до професійних мереж та бізнес-асоціацій у новому регіоні, які можуть допомогти Вам розвивати бізнес?»

Розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні на питання: «Чи маєте Ви доступ до професійних мереж та бізнес-асоціацій у новому регіоні, які можуть допомогти Вам розвивати бізнес?» залежно від приймаючої країни

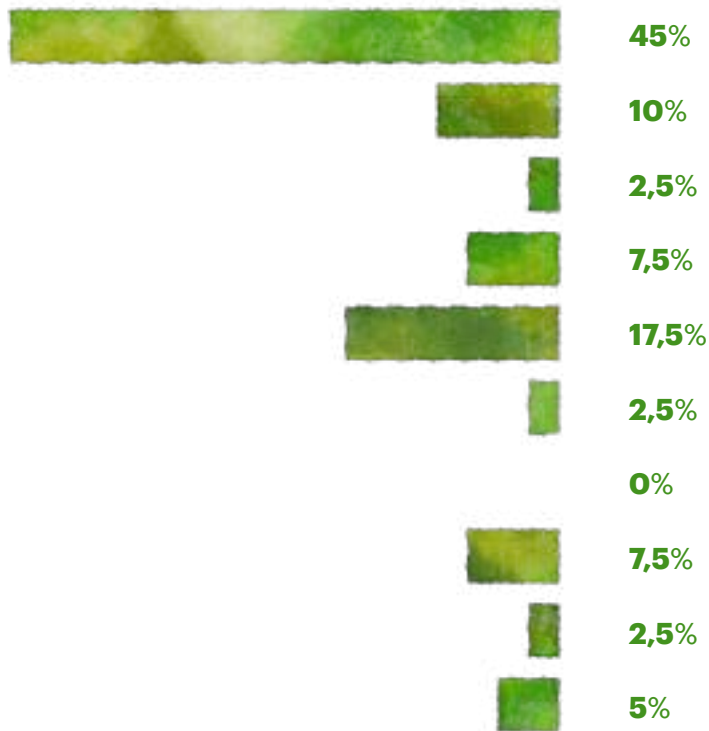
Великобританія
Україна

Розподіл оцінок респонденток підтверджує тенденції, які ми вже визначали при аналізі попередніх індикаторів, пов'язаних з фінансовими потребами.

Переважає більшість опитаних жінок-підприємниць обмежені у доступі до фінансових ресурсів, для ефективного розвитку власного бізнесу у приймаючих країнах.

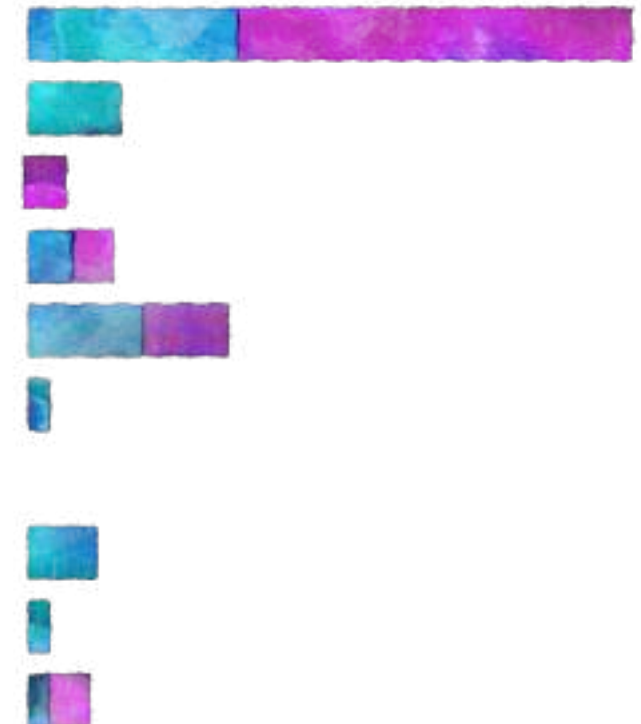
Деталізація оцінок за приймаючими країнами показала, що:

- більшість респонденток з України (68,8%) зазначили, що не мають повного доступу до необхідних фінансових ресурсів для відновлення або розвитку бізнесу на новому місці. Ситуація у Великобританії є подібною. Більшість респонденток (78,5%) зазначили, що не мають повного доступу до необхідних фінансових ресурсів.
- незважаючи на загальну тенденцію до обмеженого доступу до фінансових ресурсів, частина респонденток з України (27,5%) і Великобританії (21,4%) все ж таки має певний рівень доступу. Це може бути пов'язано з наявністю власних заощаджень, підтримкою родичів або друзів, або ж доступом до міжнародних програм допомоги.



Загальний розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні на питання: «Чи маєте Ви доступ до необхідних фінансових ресурсів для відновлення або розвитку бізнесу на новому місці?»

| Оцінка | Великобританія | Україна |
|-----------------------|----------------|---------|
| 1 – ні, немає доступу | 34,6% | 64,3% |
| 2 | 15,4% | 0% |
| 3 | 0% | 7,1% |
| 4 | 7,7% | 7,1% |
| 5 | 19,2% | 14,3% |
| 6 | 3,8% | 0% |
| 7 | 0% | 0% |
| 8 | 11,5% | 0% |
| 9 | 3,8% | 0% |
| 10 – так, маю доступ | 3,8% | 7,1% |



Розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні на питання: «Чи маєте Ви доступ до необхідних фінансових ресурсів для відновлення або розвитку бізнесу на новому місці?» залежно від приймаючої країни

Великобританія
Україна

Подібні тенденції, які були визначенні щодо фінансових ресурсів, фіксуються і щодо достатності ресурсів матеріально-технічного забезпечення (обладнання, приміщення, транспорт тощо).

Аналіз результатів показав, що більшість опитаних жінок-підприємниць (67,5%) зазначили, що їм не вистачає матеріально-технічного забезпечення для ефективного ведення підприємницької діяльності.

Незважаючи на такі труднощі, певна частина респонденток (32,5%) мають хоча б частково необхідне забезпечення, що свідчить, з одного боку, про їхню адаптивність та спроможність знаходити альтернативні рішення, а з іншого, про ведення бізнесу у сферах, які не потребують значних матеріально-технічних ресурсів.

Незалежно від приймаючої країни, значна частка опитаних жінок-підприємниць зазначили, що їм не вистачає необхідних ресурсів для ефективної роботи. Це свідчить про те, що відсутність належного обладнання, інструментів та інших матеріальних ресурсів є поширеною, системною проблемою серед жінок-переселенок, яка може обмежувати можливості для розвитку бізнесу та/або знижувати його ефективність у приймаючих громадах.



Загальний розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні на питання: «Чи вистачає Вам матеріально-технічного забезпечення для ведення бізнесу після переміщення?»

Розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні на питання: «Чи вистачає Вам матеріально-технічного забезпечення для ведення бізнесу після переміщення?» залежно від приймаючої країни

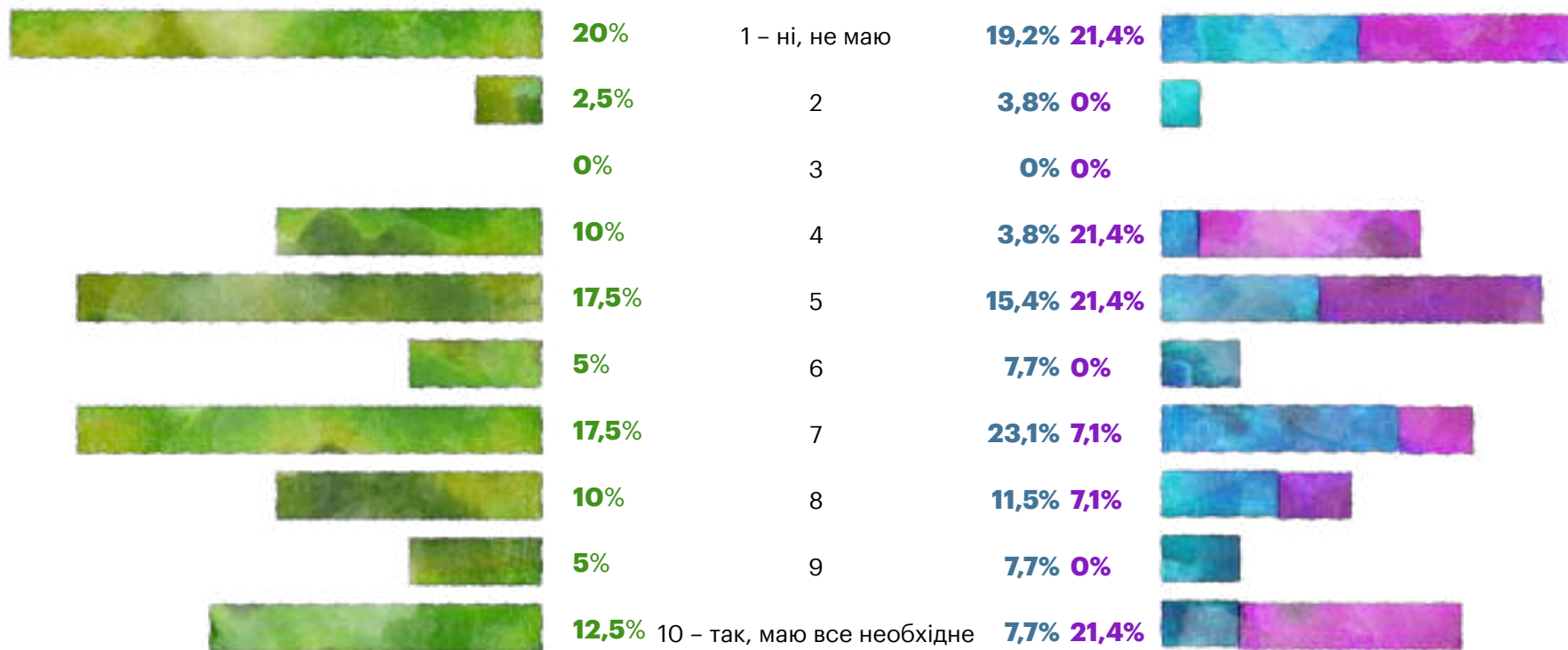
Великобританія
Україна

Аналіз результатів опитування жінок-підприємниць свідчить про те, що частина респонденток мають обмежений (оцінки на рівні 4-6) або взагалі не мають доступу (оцінки на рівні 1-3) до необхідних ресурсів навчання та розвитку для адаптації свого бізнесу в нових умовах. Це вказує на серйозну проблему, яка може негативно вплинути на здатність опитаних жінок-підприємниць успішно адаптуватися до змін та розвивати свій бізнес.

Відсутність доступу до навчання може бути пов'язана: з фінансовими обмеженнями, якщо навчальні програми або доступ до навчальних онлайн ресурсів є платним; з відсутністю часу, через поєднання ведення бізнесу з іншими обов'язками; недостатністю інформації про наявні навчальні програми та можливості у приймаючих громадах. Такі ускладнення можуть призвести до того, що бізнеси жінок стануть менш конкурентоспроможними у порівнянні з вже існуючими у приймаючих громадах, що, в свою чергу, може призвести до їх закриття.

Якщо визначити основні тенденції по кожній приймаючій країні, то:

- більшість респонденток з України (близько 60%) зазначили, що мають обмежений або взагалі не мають доступу до необхідних ресурсів навчання та розвитку для адаптації бізнесу в нових умовах (оцінки на рівні 1-6);
- респондентки з Великобританії мають дещо вищий рівень доступу до ресурсів навчання та розвитку. Проте, і тут значна частина жінок зазначили про відсутність доступу до необхідних знань та навичок, щодо адаптації власного бізнесу у новому соціально-економічному середовищі;
- оцінки респонденток з України розподілені досить рівномірно по всій шкалі, що свідчить про різний рівень доступу до навчальних ресурсів;
- відповіді респонденток з Великобританії більш концентруються на крайніх значеннях шкали (1 бал – ні, не маю та 10 балів – так, маю все необхідне), що може свідчити про більш поляризовану ситуацію з доступом до ресурсів навчання.



Загальний розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні на питання: «Чи маєте ви доступ до ресурсів навчання та розвитку навичок, необхідних для адаптації бізнесу в нових умовах?»

Розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні на питання: «Чи маєте ви доступ до ресурсів навчання та розвитку навичок, необхідних для адаптації бізнесу в нових умовах?»

Великобританія
Україна

5. планування майбутнього та досвід реалізації підприємницької діяльності в умовах переміщення бізнесу у безпечні громади України та Великобританії

Планування майбутнього надає структурованість, напрямок та впевненість у прийнятті рішень щодо подальшого розвитку бізнесу.

Досвід реалізації підприємницької діяльності є невід'ємною частиною успішної адаптації бізнесу в умовах військового конфлікту та переміщення бізнесу у безпечні громади/країни. Він допомагає підприємцям розвиватися і досягати своїх цілей навіть у найскладніших, непередбачуваних обставинах.

Все це вимагає від жінок-підприємниць, які перемістили свій бізнес:

- глибокого розуміння поточної ситуації, включаючи політичні, економічні та соціальні фактори;
- формулювання чітких та досяжних цілей, які відповідають новим умовам;
- створення різноманітних стратегій для різних сценаріїв розвитку подій;
- оцінки потенційних ризиків та розробки планів управління ними або їх мінімізації;
- постійного моніторингу ситуації та оперативної адаптації до можливих змін.

планування майбутнього

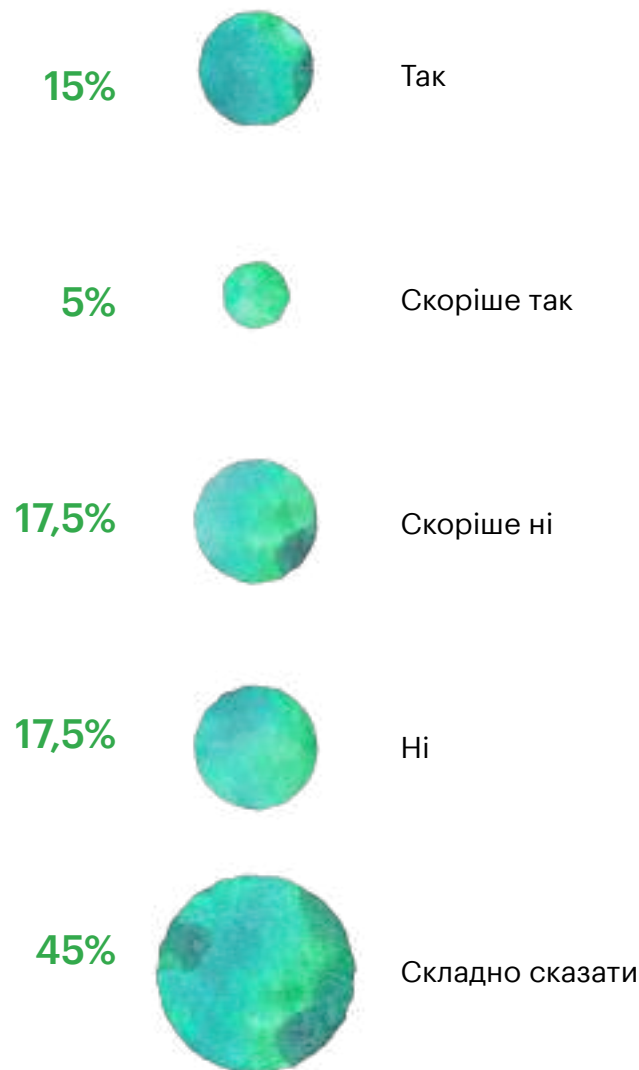
Результати відповідей респонденток свідчать про те, що більшість жінок-підприємниць (45%) не впевнені у своїх планах щодо повернення до рідного населеного пункту після завершення війни і це свідчить про високий рівень невизначеності та тривожності щодо майбутнього.

Якщо подивитись на розподіл відповідей респонденток, які певним чином визначилися із власними планами на майбутнє, то можна побачити наступні тенденції:

- домінує невисокий рівень впевненості - тільки 15% респонденток однозначно планують повернутися, а ще 5% – скоріше за все повернуться. Це вказує на те, що значна частина людей не бачить для себе перспектив повернення додому;
- фіксується значна частка тих, хто вагається: 17,5% респонденток скоріше не планують повертатися, а 17,5% – точно не планують. Це свідчить про те, що багато людей вже прийняли рішення не повертатися або серйозно розглядають такий варіант.

Зрозуміло, що такий високий рівень невизначеності може бути пов'язаний з різними факторами, зокрема: руйнуванням житла, втратою роботи, відсутністю соціальної інфраструктури, небезпекою для життя та здоров'я, а також успішністю інтеграції до нового місця проживання.

Ці тенденції підтверджуються і результатами відповідей респонденток на відкрите питання «Що може бути для Вас вагомим мотивацією у прийнятті рішення щодо повернення чи не повернення у рідні громаду?», наведеними у Додатку 4.

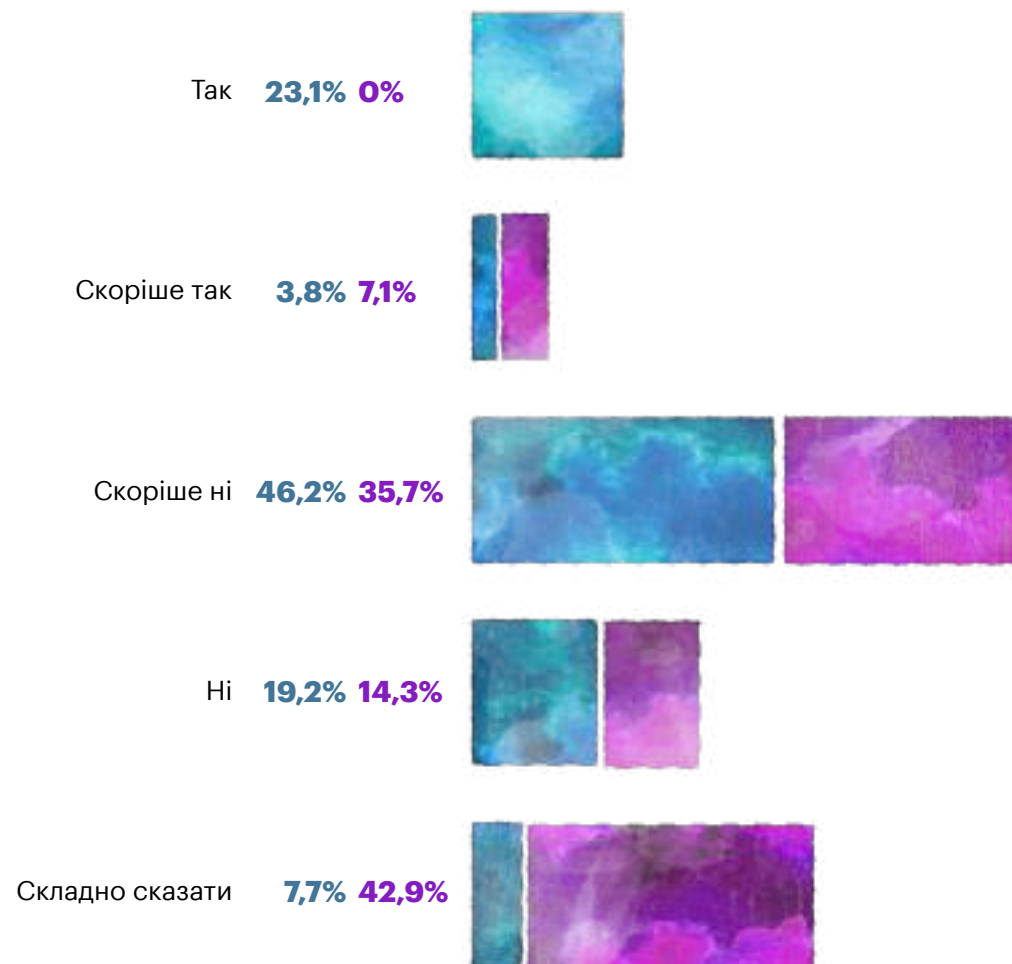


Загальний розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні на питання: «Чи плануєте Ви після завершення війни повернутися в рідний населений пункт?»

Аналізуючи тенденції планування власного майбутнього щодо повернення до рідного населеного пункту залежно від приймаючої країни, то можна побачити наступне:

- найбільша різниця між країнами спостерігається у відповіді "Складно сказати". Значно більший відсоток респонденток з Великобританії вагається з відповіддю, що може свідчити про більшу невизначеність щодо майбутніх планів;
- незалежно від приймаючої країни, більший відсоток респонденток схиляється до варіантів "Скоріше ні" та "Ні", що може вказувати на готовність повертатися додому після завершення війни;
- у опитаних в Україні жінок-підприємниць може бути більше соціальних зв'язків, які утримують їх від еміграції;
- респондентки з Великобританії вклали власні сили та ресурси у процеси адаптації до нового соціально-економічного середовища, частково вже інтегрувалися в нове суспільство (знайшли роботу, житло, визначились із навчанням дітей тощо), що ускладнює прийняття рішення про повернення.

Деталізація контенту відповідей респондентів на відкрите питання «Що може бути для Вас вагомим мотивом у прийнятті рішення щодо повернення чи не повернення у рідні громаду?» залежно від приймаючої країни у ДОДАТКАХ (додаток 4).



Розподіл відповідей респонденток, які брали участь у онлайн опитуванні на питання: «Чи плануєте Ви після завершення війни повернутися в рідний населений пункт?»

Великобританія
Україна

досвід реалізації підприємницької діяльності

Досвід реалізації підприємницької діяльності у приймаючих громадах фіксувався через не пряме відкрите питання «Щоб Ви порадили жінкам-переселенкам, які тільки планують розпочати власний бізнес?». Аналіз відповідей респонденток дозволив виокремити чотири основні групи порад, як наслідок отриманого досвіду ведення бізнесу у новому соціально-економічному середовищі:

- необхідність психологічної готовності та наявності мотивації;
- робити конкретні практичні кроки по відновленню бізнеса: складати бізнес-план; набувати нових знань та навичок; звертатися за консультаціями до фахівців; шукати інформацію про програми підтримки бізнесу; знаходити однодумців, будувати партнерство; адаптувати бізнес-ідеї під наявні ресурси та можливості;
- визначитись з формами та видами необхідної підтримки та ресурсів: шукати фінансову підтримку через гранти та програми для бізнесу; знайти наставника, який допоможе розібратися з умовами ведення підприємницької діяльності у приймаючій громаді; будувати міцні соціальні зв'язки; шукати підтримку у сім'ї, друзів та професійної спільноти;
- розуміти свою «підприємницьку нішу» - від сфери діяльності до наявного досвіду ведення бізнесу.

Деталізація контенту відповідей респондентів на відкрите питання «Щоб Ви порадили жінкам-переселенкам, які тільки планують розпочати власний бізнес?» у ДОДАТКАХ (додаток 4).

моделі інтеграції переміщених українських жіночих бізнесів у приймаючі громади України та Великобританії

Аналіз індикаторів, які були закладені у канву дослідження, а також результати глибинних інтерв'ю дозволили визначити прояви певних моделей інтеграції переміщених бізнесів жінок-підприємниць у приймаючі громади України та Великобританії. Зрозуміло, що результати цього дослідження несуть більше пошуковий характер, тому можемо говорити, лише о ключових підходах, які проявляються у адаптації опитаних респонденток до нових умов.

Результати дослідження показали, що для опитаних жінок-підприємниць, незалежно від приймаючої країни, характерні гібридні моделі інтеграції у нове соціально-економічне середовище, які поєднують різні елементи економічно-орієнтованої, соціально-орієнтованої та інституційно-орієнтованої моделей. На нашу думку, гібридність моделей інтеграції обумовлена тим, що жінки-підприємниці змушені одночасно адаптуватися до різних аспектів нових умов, тому використовують кілька підходів.

моделі інтеграції опитаних жінок-підприємниць, які перемістилися у приймаючі громади в Україні

Для опитаних жінок-підприємниць, які перемістилися у приймаючі громади в Україні, більшою мірою характерна гібридна модель інтеграції, яка містить складові соціально-орієнтованої моделі інтеграції та інституційно-орієнтованої моделі.

Основними елементами соціально-орієнтованої моделі інтеграції, які нам вдалося зафіксувати під час аналізу результатів опитування є: партнерство з місцевими бізнесовими та громадськими організаціями; акцентуація на розвитку соціального підприємництва.

Основними елементами інституційно-орієнтованої моделі інтеграції - адміністративні спрощення (пільгові умови для переміщених бізнесів у приймаючих громадах, знижені податки, мінімізація бюрократії); лобювання інтересів переміщених бізнесів у місцевих органах влади; створення інформаційних ресурсів для пошуку можливостей фінансування, партнерства та програм підтримки.

моделі інтеграції опитаних жінок-підприємниць, які перемістилися у приймаючі громади у Великобританії

Для жінок-підприємниць, які перемістилися у приймаючі громади у Великобританії, більшою мірою характерна гібридна модель інтеграції, яка містить складові економічно-орієнтованої моделі інтеграції, навчально-адаптаційної та інституційно-орієнтованої моделей.

Основними елементами економічно-орієнтованої моделі інтеграції, які були виявлені під час опитування та аналізу результатів є: відвідування специфічних навчальних програм (тренінгів з фінансової грамотності, стратегічного планування та доступу до ринків); залучення грантів та мікро фінансування від органів місцевої влади; пошук шляхів підключення власного бізнесу до місцевих виробників та дистриб'юторів.

Основними елементами навчально-адаптаційної моделі інтеграції, які нам вдалося зафіксувати під час аналізу результатів опитування: є пошук нових знань та навичок для успішної інтеграції через онлайн-курси, тренінгові програми, які пропонуються у приймаючих громадах Великобританії; акцентуація на отримання менторської підтримки на різних етапах реалізації підприємницької діяльності; пошук шляхів у місцеві бізнес-спільноти через власні соціальні зв'язки та знайомства, сформовані за час перебування у приймаючих громадах Великобританії.

Основним елементом інституційно-орієнтованої моделі інтеграції є отримання юридичної підтримки свого статусу «біженець», консультацій щодо реєстрації бізнесу, системи оподаткування та дотримання законодавства щодо ведення підприємницької діяльності у приймаючих громадах Великобританії.

Отже, отримані емпіричні дані та аналіз результатів показав, що переміщені українські жінки-підприємниці, адаптуючись до приймаючих громад в Україні та Великобританії, використовують гібридні моделі інтеграції, які поєднують різні підходи залежно від особливостей середовища.

В Україні домінують соціально-орієнтовані та інституційно-орієнтовані моделі, що базуються на партнерстві з місцевими організаціями, розвитку соціального підприємництва, адміністративних спрощеннях і підтримці з боку місцевих органів влади.

У Великобританії інтеграція переважно включає економічно-орієнтовану, навчально-адаптаційну та інституційно-орієнтовану моделі. Жінки-підприємниці намагаються залучати грантові кошти, активно отримують професійні знання через навчальні програми, користуються менторською підтримкою та інтегруються в місцеві бізнес-спільноти.

Спільним для обох контекстів є прагнення до підтримки бізнесу через інституційні механізми, такі як адміністративна допомога, юридичні консультації, створення платформ для фінансування, намагання формувати довгострокові зв'язки та отримати доступ до місцевих ресурсів. Водночас відмінності відображають специфіку соціально-економічного середовища обох країн. В Україні акцент робиться на соціальній взаємодії та підтримці, тоді як у Великобританії надається більше можливостей для професійного розвитку та ринкової інтеграції.

Ці моделі демонструють ефективність у створенні умов для стійкості жіночого підприємництва та соціально-економічної адаптації, проте потребують подальшого вивчення через врахування унікальних потреб кожної групи підприємниць.

оцінка гендерного розриву між українськими підприємницями-переселенками, які ведуть бізнес в Україні та у Великобританії

Для того, що сформувати індекс гендерного розриву між опитаними жінками, які перемістили свій бізнес у приймаючі громади України та Великобританії, ми використали загальну методологію оцінки гендерного розриву, адаптуючи її до контексту нашого дослідження, яка ґрунтується на наступних ключових кроках:

- 1) визначення компонентів індексу;
- 2) фіксація даних за кожним показником;
- 3) нормалізація даних (переведення відсоткових розподілів у коефіцієнти);
- 4) визначення рівня гендерного розриву.

Індекс гендерного розриву ми розраховували як сумарне значення нормалізованих показників за кожною країною окремо, а потім визначали різницю між ними. Такий підхід, дозволяє через аналіз окремих показників зрозуміти, які саме аспекти гендерної нерівності найбільш критичні для опитаних жінок-підприємниць залежно від приймаючої країни.

Основними компонентами індексу (у контексті фіксованих показників у нашому дослідженні) ми визначили:

- Середній час на добу, який витрачається жінками-підприємницями на домашні справи, піклування про близьких в умовах переміщення;
- Зростання можливостей для розвитку;
- Активна підтримка та допомога близького оточення;
- Отримання державних грантів або субсидій;
- Залучення інвестицій;
- Залучення ресурсів професійних об'єднань та асоціацій;
- Залучення кредитів;
- Допомога від бізнес-асоціацій;
- Залучення міжнародних грантів;
- Достатність інформації про можливі грантові програми, пільги або підтримку для підприємців;
- Доступ до професійних мереж та бізнес-асоціацій у новому регіоні, які можуть допомогти розвивати бізнес;
- Доступ до необхідних фінансових ресурсів для відновлення або розвитку бізнесу;
- Доступ до матеріально-технічного забезпечення для ведення бізнесу;
- Доступ до ресурсів навчання та розвитку навичок, необхідних для адаптації бізнесу

| Показник | Україна (нормалізовано) | Великобританія (нормалізовано) |
|--|----------------------------|-----------------------------------|
| Середній час на добу, який витрачається на домашні справи, піклування про близьких в умовах переміщення: | | |
| до 3 годин на добу | 0,577 | 0,429 |
| від 3 до 5 годин на добу | 0,308 | 0,357 |
| Від 5 до 7 годин на добу | 0,115 | 0,143 |
| не витрачаю | - | 0,071 |
| Зростання можливостей для розвитку | 0,500 | 0,643 |
| Активна підтримка та допомога близького оточення | 0,577 | 0,358 |
| Отримання державних грантів або субсидій | 0,346 | 0,214 |
| Залучення інвестицій | 0,153 | 0,143 |
| Залучення ресурсів професійних об'єднань та асоціацій | 0,038 | 0,071 |
| Залучення кредитів | 0,038 | 0,071 |
| Допомога від бізнес-асоціацій | 0,038 | 0,214 |
| Залучення міжнародних грантів | 0,038 | - |
| Достатність інформації про можливі грантові програми, пільги або підтримку для підприємців | 0,385 | 0,071 |
| Доступ до професійних мереж та бізнес-асоціацій у новому регіоні, які можуть допомогти розвивати бізнес | 0,076 | 0,071 |
| Доступ до необхідних фінансових ресурсів для відновлення або розвитку бізнесу | 0,038 | 0,071 |
| Доступ до матеріально-технічного з забезпечення для ведення бізнесу | - | 0,214 |
| Доступ до ресурсів навчання та розвитку навичок, необхідних для адаптації бізнесу | 0,077 | 0,214 |
| Сумарний індекс | 2,957 | 3,355 |

Інтерпретуючи отримані коефіцієнти, можемо зазначити, що опитані жінки-підприємниці у приймаючих громадах Великобританії мають більш сприятливі умови для інтеграції у соціально-економічне середовище порівняно з жінками в приймаючих громадах України. Це виражається у кращому доступі до матеріально-технічного забезпечення, підтримці бізнес-асоціацій та програм розвитку.

Гендерний розрив між опитаними жінками в Україні та Великобританії становить 0,398 (сумарний показник гендерної рівності опитаних жінок-підприємниць у Великобританії сумарний показник гендерної рівності опитаних жінок-підприємниць в Україні).

Якщо взяти до уваги, що розподіл індексу гендерної рівності, зазвичай, розподіляється по шкалі від 0 до 1 (значення «1» вказує на досягнення повної гендерної рівності між країнами; значення «0» вказує на повну відсутність гендерної рівності), то отриманий нами показник розриву свідчить про помірний рівень гендерної нерівності між опитаними жінками в Україні та Великобританії.

Він демонструє, що і в Україні, і у Великобританії жінки стикаються з бар'єрами в доступі до фінансування, професійних мереж та можливостей для розвитку. Рівень звернень за грантами в Україні значно вищий, ніж у Великобританії, через більшу обізнаність про доступні програми підтримки.

У Великобританії жінки з меншим стажем роботи частіше отримують кредити через низькі відсоткові ставки та сприятливі умови.

В Україні гендерна дискримінація проявляється частіше, особливо в секторах, де домінують чоловіки (будівництво, ІТ).

У Великобританії більше значення надається професійним якостям, однак нові підприємниці стикаються з викликами через брак довіри до їх бізнес-репутації.

Для зменшення гендерного розриву між опитаними жінками-підприємницями у приймаючих країнах потрібні додаткові зусилля з боку держав, місцевих органів влади, освітніх та бізнесових структур, міжнародних організацій. Основний акцент слід зробити на покращенні доступу до інформації про грантові програми, забезпеченні фінансових ресурсів, підтримці соціально-економічних ініціатив та створенні сприятливих умов для розвитку жіночого підприємництва у приймаючих громадах обох країн.

КІЛЬКІСНІ ТА ЯКІСНІ ПРОГНОЗИ

Цей розділ надає розуміння майбутніх тенденцій розвитку жіночого бізнесу серед переселенок, аналізує потенційний вплив на економіку приймаючих громад та формулює практичні рекомендації.

Зростання бізнес-активності серед переселенок

За даними Українського жіночого фонду та звітів Міжнародної організації з міграції (МОМ): 40% ВПО (внутрішньо переміщених осіб) становлять жінки працездатного віку. 15% із них уже розпочали власну справу або перебувають у процесі її створення.

Основними напрямками бізнесу переселенок є:

- сфера послуг (50%): косметологія, салони краси, психологічні консультації.
- виробництво (30%): виготовлення одягу, продуктів харчування.
- ІТ та онлайн-освіта (20%).

З 2022 році близько 12 тисяч переселенок зареєстрували ФОП, що становить 22% від загальної кількості новостворених бізнесів в Україні.

Причини зростання бізнес-активності

- Фінансова необхідність: багато переселенок втратили основні джерела доходу та вимушені шукати альтернативи.
- Підтримка від держави та міжнародних організацій:
- Грантові програми для ВПО (понад 2 млрд грн у 2023 році).
- Навчання та тренінги з підприємництва.
- Гнучкість умов: багато бізнесів організовано онлайн, що дає можливість працювати
- Без прив'язки до місця проживання.

За прогнозами до 2025 року кількість бізнесів, заснованих переселенками, зросте на 30-35%, за умови збереження грантових програм та навчальних ініціатив. Частка онлайн-бізнесу серед переселенок може сягнути 50%. Внесок таких бізнесів у ВВП України досягне 3-4%.

Підтримка людей з інвалідністю



17%

Освіта та розвиток



15%

Працевлаштування вразливих верств населення



28%

Екологічні ініціативи



22%

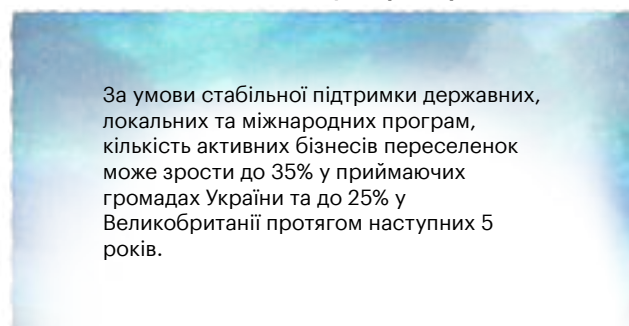
Інші соціальні послуги



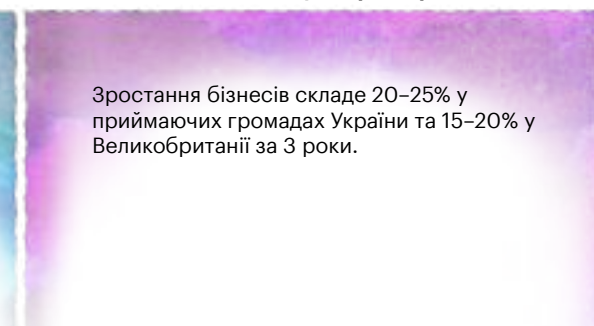
18%

Основні сфери діяльності жіночих соціальних підприємств в Україні

Оптимістичний сценарій зростання



Реалістичний сценарій зростання



створення робочих місць

До початку війни жінки склали понад 50% населення України, проте їхній трудовий та підприємницький потенціал не використовувався повною мірою. Однак, з урахуванням поточної ситуації в країні, розвиток жіночого підприємництва стає все більш важливим фактором економічної стабільності, створення робочих місць, вирівнювання доходів та соціальної інклюзії.

В Україні:

Підприємниці-переселенки створюють близько 15,000 робочих місць у сферах послуг, роздрібною торгівлі та виробництва. У малих містах і сільській місцевості ініціативи переселенок стануть ключовим джерелом працевлаштування для місцевого населення.

У Великобританії:

Очікується створення 5,000–7,000 робочих місць, із фокусом на послуги (70%), освіту (15%) та ІТ (15%).

рівень прибутковості

Фінансова стійкість залишається викликом для багатьох жіночих соціальних підприємств. Згідно з опитуванням, проведеним у 2023 році, лише 35% таких підприємств досягли повної фінансової самостійності, тоді як решта все ще залежать від грантів та донорської підтримки. Це підкреслює необхідність розвитку фінансових інструментів та покращення доступу до капіталу для жінок-підприємців.

Жіночі соціальні підприємства демонструють повільніше зростання доходів порівняно з традиційними бізнесами, але мають вищий рівень виживання в довгостроковій перспективі. За даними Державної служби статистики України, 78% жіночих соціальних підприємств продовжують діяльність після 5 років роботи, тоді як для традиційних малих підприємств цей показник становить 65%.

У сфері соціального підприємництва спостерігається цікава тенденція: жінки, які стикаються з більшими соціально-економічними викликами, частіше обирають цей напрямок бізнесу. Жінки старшого віку, мешканки сільської місцевості та жінки з інвалідністю частіше розглядають підприємництво як вимушений крок через обмежені можливості

працевлаштування. Наприклад, серед жінок-підприємниць з сільської місцевості 27% займаються соціальним підприємництвом, а серед жінок з інвалідністю цей показник сягає 35%. Це може свідчити про те, що соціальне підприємництво надає можливість не лише для самореалізації та економічної незалежності, але й для вирішення актуальних соціальних проблем, з якими ці жінки безпосередньо стикаються у своїх громадах.

Час виходу на стабільний прибуток:

- Бізнеси у сфері послуг можуть досягти прибутковості вже за 6–12 місяців.
- Виробництво або бізнеси, що залежать від імпорту, досягнуть прибутковості через 12–18 місяців через потребу в інфраструктурі та додаткових ресурсах.

Порівняння прибутковості за регіонами:

- У містах з активною економікою, таких як Львів чи Київ, середній дохід малого бізнесу переселенок може становити \$1,500–\$2,500 на місяць.
- У сільських громадах цей показник буде нижчим – \$700–\$1,200 на місяць, що компенсується нижчими витратами.

залучення інвестицій і фінансування

Жінки-соціальні підприємниці стикаються з додатковими викликами порівняно з традиційними підприємцями. Зокрема, вони відчують більші труднощі у залученні фінансування через специфіку своїх бізнес-моделей, які часто поєднують комерційну діяльність з некомерційною. Дослідження Українського жіночого фонду у 2022 році показало, що лише 15% жіночих соціальних підприємств мали доступ до банківських кредитів, тоді як для традиційних жіночих підприємств цей показник становив 28%.

Проте, у 2025 році очікується, що загальна сума залучених грантів і інвестицій для переселенок у приймаючих громадах України може перевищити \$50 млн.

У Великобританії цей показник досягне \$20 млн через активну підтримку від міжнародних програм (наприклад, грантів від ООН чи ЄС).

розширення сфер діяльності

За даними дослідження, 70% жіночих соціальних підприємств в Україні впровадили інноваційні продукти або послуги протягом останніх трьох років. Ця інноваційність часто проявляється у знаходженні нестандартних рішень для соціальних проблем.

Особливо важливою характеристикою жінок-соціальних підприємців в Україні є їхня висока здатність адаптуватися до складних умов. Це особливо проявилось під час пандемії COVID-19 та в умовах війни. Дослідження показують, що 65% жіночих соціальних підприємств змогли адаптувати свою діяльність до нових викликів протягом 2022 року.

Очікується, що у 2024–2026 роках до 40% переселенок розширять свої бізнеси, включивши нові продукти, послуги або ринки.

У сфері зеленої економіки частка бізнесів переселенок зростає до 15%, що включатиме проекти з енергоефективності, утилізації відходів і зеленого туризму. Успішні кейси із застосуванням зелених технологій, наприклад, виробництво екотоварів або використання сонячної енергії для малого бізнесу.

Рекомендації: Створення навчальних програм про екологічні практики в бізнесі.

Розробка спільних проектів між переселенками та місцевими громадами (збирання вторсировини, екологічний туризм).

Якісні прогнози

Переселенки через свої бізнеси зможуть стати "мостами" між місцевим населенням і внутрішньо переміщеними особами (ВПО), сприяючи взаємній довірі й спільному розвитку. Успішні підприємниці-переселенки стануть прикладом для інших жінок у громадах, мотивуючи їх до активної участі в економічному житті. Жіночий бізнес стане важливим джерелом доходів для переселенських сімей, зменшуючи залежність від соціальної допомоги.

Нові бізнеси, створені переселенками, збагачуватимуть місцеву економіку через унікальні ідеї та інновації, наприклад, введення екологічно чистих продуктів чи послуг.

Підприємниці можуть об'єднуватися в кооперативи для зменшення витрат і підвищення конкурентоспроможності, особливо в сільських громадах. Офіційна реєстрація бізнесів переселенок забезпечить додаткові надходження в місцеві бюджети. Очікується збільшення податкових платежів на 10–15% у громадах з високою концентрацією ВПО.

У Великобританії підприємниці зосередяться на адаптації своїх продуктів до місцевих культурних традицій, що сприятиме їхній інтеграції. Жінки-переселенки, особливо у сфері послуг, будуть активно співпрацювати з місцевими бізнесами, сприяючи економічній взаємодії.

Проте, інфляція та високі витрати на ресурси можуть обмежувати зростання бізнесів, особливо у виробничих секторах. Без достатньої підтримки багато бізнесів можуть залишитися малоприбутковими або припинити діяльність через брак фінансування. До того ж, у Великобританії мовний бар'єр і незнання місцевих законів можуть сповільнювати адаптацію переселенок.

В таких випадках ситуацію може врятувати вчасно проведені превентивні заходи, а саме:

- Розробка спеціальних програм, орієнтованих на переселенок, із довгостроковими грантами та мікrokредитами.
- Створення мережевих платформ для обміну досвідом між переселенками та місцевими підприємцями.
- Забезпечення курсів підвищення кваліфікації та мовної підготовки для бізнесів у Великобританії.
- Організація семінарів про адаптацію продуктів до культурних потреб приймаючих громад.
- Надання грантів на маркетинг і рекламу для виходу на нові ринки.
- Забезпечення доступу до міжнародних виставок і бізнес-форумів.

загальні висновки

Соціально-демографічні характеристики жінок-підприємниць впливають не лише на процеси інтеграції, адаптації та розвитку їх бізнесу в приймаючих громадах, а й на прояви у опитаних жінок-підприємниць закріплених у їх повсякденних практиках гендерних ролей.

Вік відіграє важливу роль у процесі інтеграції жінки-переселенки до нового соціокультурного середовища, оскільки впливає на здатність адаптуватися до змін, сприйняття нового оточення, мобільність і доступ до ресурсів: молоді жінки-підприємниці більш схильні до участі у професійних та освітніх програмах; представниці старших вікових груп частіше шукають можливості збереження своїх існуючих навичок, ніж освоєння нових.

Рівень освіти жінок-переселенок може значною мірою впливати на процеси їхньої інтеграції в нове соціальне середовище: опитані жінки-підприємниці з вищою освітою мають кращі аналітичні навички, що допомагає адаптувати бізнес до умов нових ринків; підприємниці без спеціалізованої освіти можуть відчувати труднощі в розумінні правових, фінансових або маркетингових аспектів.

Більшість (88%) мають вищу освіту, з переважанням спеціалізацій у сферах управління та адміністрування (17%), математики, статистики та інформаційних технологій (10%), а також педагогіки (9%).

У розрізі **гендерного аспекту впливу соціально-демографічних характеристик** опитаних жінок-підприємниць на процеси розвитку бізнесу у новому соціально-економічному середовищі, то для жінок-підприємниць середнього віку наявність сім'ї/дітей можуть бути як мотиватором для інтеграції, так і додатковим викликом через наявні гендерні стереотипи щодо традиційних ролей жінки у родині. Необхідність виконання традиційних гендерних ролей також може заважати опитаним жінкам-підприємницям брати активну участь у суспільному житті приймаючих громад. Хоча результати опитування показали, що 55% опитаних жінок-підприємниць знаходять баланс між виконанням традиційних гендерних ролей та самореалізацією через підприємницьку діяльність (52,5% витрачають

до 3 годин на добу на домашні справи; 2,5% не витрачають час на домашні справи), проте є значна частина респонденток (45%), які витрачають у середньому 5-6 годин на виконання домашніх обов'язків, і, як наслідок, мають менше можливостей для інших видів діяльності, зокрема підприємництва.

Найбільш критичними викликами для опитаних жінок-підприємниць є: брак фінансування (38,5% респонденток оцінили це як дуже складний виклик, а 50% - як помірний, що є найвищим рівнем критичності серед усіх викликів); пошук приміщення (26,9% вважають це дуже складною проблемою, ще 38,5% оцінюють її як помірну).

Проблеми середнього рівня критичності: відсутність мереж підтримки (19,2% вважають це дуже складним викликом, а 38,5% - помірним); соціально-культурні розриви (незважаючи на те, що лише 11,5% оцінюють їх як дуже складні, 27% вважають їх помірними, що вказує на певні адаптаційні труднощі); конкуренція (26,9% оцінюють її як дуже складну, а 38,5% - як помірну проблему).

Менш критичні виклики: складні законодавчі умови (хоча 7,7% респонденток вважають їх дуже складними, найбільша частка (38,5%) оцінює проблему як складну, а 19,2% - як помірну); міграційні обмеження (домінуюча частка респонденток (34,6%) оцінює їх як складні, проте значна частина (26,9%) взагалі не відчула цього виклику); обмежені можливості навчання (34,6% респонденток не відчули цього виклику); бюрократичні перешкоди (42,3% оцінюють їх як такі, що майже не впливають, а ще 19,2% - не відчули їх взагалі).

Близьке оточення відіграє важливу роль у відновленні або започаткуванні підприємницької діяльності жінок-підприємниць в умовах переміщення. Найбільш розповсюдженими формами впливу близького оточення на опитаних жінок-підприємниць є: емоційна підтримка, мотивація та фінансова підтримка. Позитивна емоційна підтримка змінює впевненість жінки у своїх силах, зменшує стрес та психологічний тиск, обумовлений зміною місця проживання. Мотивація від близького оточення може стимулювати до активних дій і пошуку нових можливостей. Члени сім'ї або друзі можуть надати первинну фінансову допомогу для поновлення або старту підприємницької діяльності.

Проте варто враховувати й наявний **негативний вплив близького оточення** на жінку-підприємницю, що може проявлятися у:

- стереотипізації ролей (близьке оточення може очікувати, що жінка буде зосереджуватися виключно на сімейних обов'язках, а не на професійному розвитку, що призводить до знецінення її бізнес-ініціатив);
- недостатній підтримці (родина та друзі можуть не розуміти або не підтримувати її підприємницькі амбіції, що створює психологічний тиск і знижує мотивацію);
- емоційному та фізичному тиску (на жінку може чинитися непрямий тиск виконувати всі традиційно «жіночі» обов'язки вдома, навіть якщо це шкодить її бізнесу та професійній самореалізації);
- критиці та сумнівах (близькі можуть ставити під сумнів здатність жінки керувати бізнесом через гендерні упередження, що, наприклад, жінки менш схильні до ризиків або не мають потрібних навичок для успішного підприємництва);
- маніпуляціях соціальними очікуваннями (члени оточення можуть підсилювати наявні гендерні норми, стверджуючи, наприклад, що бізнес для жінок – це не «жіноча справа», і наполягати на традиційних ролях як більш прийнятних).

Варто розуміти й потенційно можливі **форми прояву гендерної нерівності** (як наслідок негативного впливу близького оточення), які можуть проявлятися в умовах переміщення:

- нерозуміння або ігнорування потреб жінки-підприємниці (близьке оточення може недооцінювати важливість реалізації бізнесових амбіцій, фокусуючись на її «традиційних» ролях – матері, дружини тощо);
- сумніви щодо здібностей жінки-підприємниці (гендерні стереотипи можуть сприяти поширенню думки, що жінка не здатна успішно відновити або започаткувати бізнес в нових соціально-економічних умовах через недостатню «компетентність»/обізнаність у процесах реалізації бізнесу у приймаючих громадах);

- фінансовий контроль (навіть за наявності фінансової підтримки, близьке оточення може встановлювати обмеження або висувати вимогу, що знижують автономію жінки-підприємниці у прийнятті бізнес-рішень);
- пасивна позиція оточення (у ситуаціях, коли жінка-підприємниця очікує активної підтримки, оточення може зайняти пасивну позицію, залишаючи її сам-на-сам із викликами, що посилює емоційне навантаження).

Вищезначені аспекти негативного впливу та форм прояву цього впливу можуть засвідчують необхідність формування сприятливого гендерно-чутливого середовища у приймаючих громадах, де жінки-підприємниці отримуватимуть не лише емоційну та фінансову підтримку, але й повагу до їхньої підприємницької ролі без гендерних упереджень.

рекомендації щодо розвитку інфраструктури підтримки жіночого соціального підприємництва задля покращення умов інтеграції жіночих переміщених бізнесів в приймаючих громадах

Розвиток інфраструктури підтримки жіночого соціального підприємництва є ключовим елементом у створенні сприятливого середовища для зростання та процвітання соціально орієнтованих бізнесів, очолюваних жінками. Ефективна інфраструктура підтримки може значно підвищити шанси на успіх жіночих соціальних підприємств та сприяти їх сталому розвитку.

У цьому контексті можна запропонувати ряд пропозицій щодо розвитку такої інфраструктури, які спрямовані на подолання специфічних викликів, з якими стикаються жінки-підприємці у соціальній сфері, таких як обмежений доступ до фінансування, недостатність бізнес-навичок та мереж підтримки.

Впровадження комплексного підходу до розвитку інфраструктури дозволить створити екосистему, яка не лише підтримує існуючі жіночі соціальні підприємства, але й стимулює появу нових ініціатив.

1. Створення спеціалізованих бізнес-інкубаторів та акселераторів

- розробка програм, адаптованих для жіночих соціальних підприємств;
- надання робочого простору та обладнання;
- забезпечення доступу до експертів та менторів;
- організація навчальних семінарів з бізнес-планування, маркетингу, фінансів;
- сприяння нетворкінгу між учасницями;
- допомога у залученні інвестицій та грантів

2. Розвиток фінансових інструментів

- створення спеціальних кредитних ліній з пільговими умовами;
- розробка грантових програм для інноваційних соціальних проектів;
- формування інвестиційних фондів для жіночого соціального підприємництва;
- впровадження механізмів мікрофінансування;
- надання фінансових консультацій та навчання з фінансової грамотності;
- створення гарантійних фондів для зменшення ризиків інвесторів

3. Формування мереж та платформ співпраці

- створення онлайн-платформи для нетворкінгу та обміну ресурсами;
- організація регулярних зустрічей, конференцій та форумів;
- розвиток партнерств між жіночими соціальними підприємствами та традиційним бізнесом;
- сприяння міжнародному співробітництву та обміну досвідом;
- створення бази даних успішних кейсів та історій успіху;
- формування галузевих асоціацій жіночих соціальних підприємств

4. Розвиток освітніх програм

- розробка спеціалізованих курсів з соціального підприємництва для жінок;
- інтеграція тем соціального підприємництва в шкільні та університетські програми;

5. Створення центрів ресурсів та інформації

- організація онлайн-курсів та вебінарів для забезпечення широкого доступу;
- створення програм стажування у успішних соціальних підприємствах;
- розробка навчальних матеріалів та посібників;
- організація літніх шкіл та інтенсивних програм навчання

- організація фізичних центрів у різних регіонах країни;
- розробка онлайн-порталу з інформацією про соціальне підприємництво;
- надання консультацій з юридичних, фінансових та операційних питань;
- створення бібліотеки ресурсів та кейс-стаді;
- організація інформаційних кампаній для підвищення обізнаності;
- надання послуг з бізнес-планування та аналізу ринку

6. Розвиток менторських програм

- створення бази даних менторів з різних сфер бізнесу та соціального підприємства;
- розробка структурованих менторських програм з чіткими цілями;
- організація регулярних зустрічей між менторами та менті;
- проведення тренінгів для менторів;
- оцінка та моніторинг ефективності менторських програм;
- створення онлайн-платформи для віртуального менторства

7. Підтримка технологічних інновацій

- створення технологічних хабів для жіночих соціальних підприємств;
- надання грантів на розробку та впровадження інноваційних технологічних рішень;
- організація конкурсів для стимулювання інновацій;
- забезпечення доступу до навчання з цифрових технологій;
- сприяння партнерствам між технологічними компаніями та соціальними підприємствами;
- створення програм з цифрової трансформації соціальних підприємств

8. Розвиток державно-приватного партнерства

- створення спільних програм підтримки між державними органами та приватним сектором;
- розробка механізмів для залучення приватного капіталу;
- організація спільних форумів та платформ для діалогу між секторами;
- впровадження податкових стимулів для компаній, що підтримують жіноче соціальне підприємництво;
- розробка спільних проектів для вирішення соціальних проблем;
- створення фондів соціальних інвестицій з участю держави та приватного сектора

9. Підтримка досліджень та аналітики

- фінансування академічних та прикладних досліджень;
- створення дослідницьких центрів при університетах;
- проведення регулярних опитувань та збір статистичних даних;
- аналіз впливу жіночого соціального підприємництва на економіку та суспільство;
- публікація та поширення результатів досліджень;
- - створення національної бази даних жіночих соціальних підприємств

10. Створення системи моніторингу та оцінки

- розробка ключових показників ефективності ;
- створення централізованої системи збору та аналізу даних;
- проведення регулярних оцінок впливу програм підтримки;
- впровадження механізмів зворотного зв'язку від бенефіціарів;
- використання результатів моніторингу для вдосконалення політик та програм;
- створення щорічного звіту про стан жіночого соціального підприємництва в країні

1. створення спеціалізованих бізнес-інкубаторів та акселераторів

Розвиток мережі спеціалізованих бізнес-інкубаторів та акселераторів, орієнтованих на жіноче соціальне підприємництво, може надати критично важливу підтримку на ранніх етапах розвитку бізнесу та є критично важливим елементом інфраструктури підтримки. Такі структури можуть пропонувати не лише робочий простір, але й менторську підтримку, навчальні програми та доступ до мереж контактів. Підприємства, які пройшли через спеціалізовані інкубаційні програми, мають на 20-30% вищі шанси на виживання протягом перших п'яти років діяльності порівняно з тими, які не отримали такої підтримки.

Ключові елементи спеціалізованих бізнес-інкубаторів та акселераторів для жіночого соціального підприємництва повинні включати:

- надання доступного офісного простору, обладнання та технічних ресурсів, що особливо важливо для підприємців-початківців з обмеженими фінансовими можливостями;
- розробка та проведення специфічних тренінгів та воркшопів, які охоплюють як загальні бізнес-навички, так і специфічні аспекти соціального підприємництва, включаючи вимірювання соціального впливу, управління подвійним результатом (фінансовим та соціальним), та особливості залучення інвестицій у соціальні проекти;
- залучення досвідчених підприємців та експертів галузі для надання індивідуальних консультацій та менторства. Особливу увагу слід приділити залученню жінок-менторів, які можуть поділитися досвідом подолання гендерно-специфічних викликів;
- організація заходів та створення платформ для налагодження зв'язків між підприємцями, інвесторами, представниками бізнесу та громадського сектору. Це сприяє формуванню сприятливої екосистеми та відкриває нові можливості для співпраці;
- інтеграція програм з розвитку цифрових навичок та підтримки технологічних інновацій у соціальному підприємстві;
- надання інформації про доступні джерела фінансування, допомога в підготовці заявок на гранти та інвестиції, а також організація пітч-сесій для презентації проектів потенційним інвесторам;

- надання консультацій з питань реєстрації та ведення бізнесу, оподаткування, захисту інтелектуальної власності тощо;
- розробка інтенсивних короткострокових програм для швидкого масштабування та розвитку вже існуючих соціальних підприємств.

При створенні таких спеціалізованих структур важливо враховувати регіональний контекст та специфіку локальних соціальних проблем. Наприклад, у сільській місцевості може бути доцільним створення мобільних інкубаторів або використання онлайн-форматів для забезпечення доступності послуг.

Також важливо забезпечити сталість та довгострокове фінансування таких ініціатив. Це може бути досягнуто через комбінацію державного фінансування, приватних інвестицій та власних доходів від надання послуг. Створення мережі спеціалізованих бізнес-інкубаторів та акселераторів для жіночого соціального підприємництва може стати потужним каталізатором розвитку цього сектору, сприяючи не лише економічному зростанню, але й вирішенню актуальних соціальних проблем через інноваційні підприємницькі підходи.

2. розвиток фінансових інструментів

Розвиток спеціалізованих фінансових інструментів є критично важливим для подолання одного з найбільших бар'єрів, з яким стикаються жінки-соціальні підприємці - обмеженого доступу до фінансування. Створення спеціалізованих фінансових інструментів, таких як мікрокредити, гарантійні фонди та інвестиційні платформи, орієнтовані на жіноче соціальне підприємництво, може допомогти подолати цей бар'єр.

Ключові напрямки розвитку фінансових інструментів включають:

- розробка спеціалізованих програм мікрокредитування, орієнтованих на потреби жіночих соціальних підприємств. Такі програми повинні враховувати специфіку соціального бізнесу, пропонуючи гнучкі умови погашення та низькі відсоткові ставки. Доступ до мікрокредитів може збільшити шанси на виживання малого бізнесу на 40% протягом перших трьох років діяльності;
- створення спеціалізованих гарантійних фондів, які можуть надавати гарантії за кредитами для жіночих соціальних підприємств. Це допоможе знизити ризики для традиційних фінансових установ та полегшити доступ до кредитування;
- розвиток онлайн-платформ, які з'єднують соціальних інвесторів з жіночими соціальними підприємствами. Такі платформи можуть використовувати моделі краудфандингу або прямого інвестування, забезпечуючи прозорість та ефективність процесу;
- створення спеціалізованих венчурних фондів, орієнтованих на інвестування в жіночі соціальні підприємства з високим потенціалом зростання та соціального впливу;
- розробка цільових грантових програм, спрямованих на підтримку інноваційних соціальних проєктів, ініційованих жінками-підприємцями. Важливо забезпечити прозорість процесу відбору та чіткі критерії оцінки соціального впливу;
- впровадження механізму соціальних облигацій (social impact bonds), які дозволяють залучати приватний капітал для фінансування соціальних проєктів з оплатою за результат;
- розробка та впровадження спеціалізованих програм фінансової грамотності для жінок-соціальних підприємців, які допоможуть їм ефективно управляти фінансами та взаємодіяти з інвесторами;
- розробка системи податкових пільг для інвесторів,

- які вкладають кошти в жіночі соціальні підприємства, що може стимулювати приплив капіталу в цей сектор;
- підтримка створення спеціалізованих кредитних спілок для жінок-підприємців, які можуть надавати більш гнучкі та доступні фінансові послуги;
- розробка механізмів, які поєднують різні джерела фінансування (гранти, кредити, інвестиції) для створення оптимальних фінансових пакетів для різних стадій розвитку соціальних підприємств.

При розробці та впровадженні цих фінансових інструментів важливо враховувати специфічні потреби та виклики жіночого соціального підприємництва. Наприклад, жінки-підприємці часто стикаються з більшими труднощами при отриманні кредитів через відсутність кредитної історії або застави [53]. Тому важливо розробляти альтернативні методи оцінки кредитоспроможності, які враховують соціальний вплив та потенціал проєкту.

Також критично важливим є забезпечення доступності інформації про наявні фінансові інструменти та навчання жінок-підприємців ефективно їх використовувати. Це може включати створення онлайн-платформ з інформацією про фінансові можливості, проведення вебінарів та воркшопів з фінансового планування та управління. Розвиток спеціалізованих фінансових інструментів для жіночого соціального підприємництва не лише сприятиме економічному зростанню та розширенню можливостей для жінок, але й стимулюватиме інновації у вирішенні соціальних проблем, створюючи позитивний вплив на суспільство в цілому.

3. формування мереж та платформ співпраці

Створення онлайн та офлайн платформ для нетворкінгу та обміну досвідом між жінками-соціальними підприємцями може сприяти формуванню сприятливої екосистеми. Такі мережі можуть служити джерелом взаємної підтримки, обміну ресурсами та знаннями, а також колективного вирішення проблем. Ці структури створюють середовище для обміну досвідом, ресурсами та знаннями, що сприяє зростанню та сталому розвитку соціальних підприємств, очолюваних жінками.

Основні аспекти формування мереж та платформ співпраці включають:

- створення спеціалізованих онлайн-платформ для жінок-соціальних підприємців, які забезпечують можливості для нетворкінгу, обміну ресурсами та колаборації. Такі платформи можуть включати форуми, бази даних експертів, marketplace для обміну послугами та ресурсами. Активна участь у онлайн-спільнотах може підвищити шанси на успіх малого бізнесу на 30%;
- створення фізичних просторів для зустрічей (регіональних хабів), співпраці та обміну досвідом між жінками-соціальними підприємцями на регіональному рівні. Ці хаби можуть служити центрами для проведення заходів, тренінгів та консультацій;
- підтримка створення та розвитку галузевих асоціацій жіночого соціального підприємництва, які можуть представляти інтереси сектору, проводити дослідження та адвокацію;
- розвиток структурованих менторських програм, які з'єднують досвідчених підприємців з новачками. Особливу увагу слід приділити залученню жінок-менторів, які можуть поділитися досвідом подолання гендерно-специфічних викликів;
- сприяння створенню міжнародних партнерств та мереж, які дозволяють обмінюватися досвідом та ресурсами на глобальному рівні;
- розробка спеціалізованих платформ для жіночих соціальних проектів, які дозволяють залучати фінансування та підтримку від широкої аудиторії;
- створення спільних інноваційних лабораторій, де жінки-соціальні підприємці можуть експериментувати, тестувати нові ідеї та розробляти інноваційні рішення соціальних проблем;
- розробка онлайн-бібліотек, баз даних кейсів та освітніх ресурсів, специфічних для жіночого соціального підприємництва;
- створення груп взаємної підтримки, де жінки-підприємці

- можуть обмінюватися досвідом, надавати емоційну підтримку, спільно вирішувати проблеми;
- розробка спеціалізованих платформ, які сприяють співпраці між жіночими соціальними підприємствами, включаючи можливості для спільних проектів, обміну ресурсами та створення ланцюжків поставок.

При формуванні мереж та платформ співпраці важливо враховувати різноманітність потреб та інтересів жінок-соціальних підприємців. Це включає забезпечення інклюзивності для підприємців з різних соціальних, культурних та економічних контекстів. Критично важливим є забезпечення активної модерації та фасилітації взаємодії в рамках цих мереж та платформ. Це може включати організацію регулярних заходів, тематичних дискусій, челенджів та конкурсів, які стимулюють активну участь та взаємодію.

Ефективні мережі та платформи співпраці можуть значно підвищити шанси на успіх жіночих соціальних підприємств. Підприємці, які активно беруть участь у професійних мережах, мають на 50% вищі шанси на виживання бізнесу протягом перших трьох років діяльності.

Формування мереж та платформ співпраці для жіночого соціального підприємництва не лише сприяє розвитку окремих підприємств, але й створює сприятливу екосистему для інновацій, обміну ресурсами та колективного вирішення соціальних проблем. Це може стати потужним інструментом для посилення впливу жіночого соціального підприємництва на суспільство в цілому.

4. розвиток освітніх програм

Розробка та впровадження спеціалізованих освітніх програм, орієнтованих на розвиток підприємницьких навичок та знань у сфері соціального підприємництва, є критично важливим для підвищення компетентності жінок-підприємців. Ці програми повинні охоплювати не лише базові бізнес-навички, але й специфічні аспекти соціального підприємництва, такі як вимірювання соціального впливу та управління подвійним (фінансовим та соціальним) результатом. Ці програми мають на меті не лише передати необхідні знання та навички, але й надихнути, мотивувати та підготувати жінок до успішного ведення соціально орієнтованого бізнесу.

Суттєві аспекти розвитку освітніх програм включають:

- розробка та впровадження комплексних навчальних курсів з соціального підприємництва, які охоплюють всі аспекти створення та управління соціальним бізнесом. Ці курси повинні включати як теоретичні, так і практичні компоненти. Участь у таких курсах може підвищити ймовірність започаткування успішного соціального підприємства на 40%;
- створення окремих навчальних модулів, присвячених специфічним аспектам жіночого соціального підприємництва, таким як: вимірювання соціального впливу; гендерно-чутливе лідерство; управління подвійним результатом (фінансовим та соціальним); залучення інвестицій у соціальні проекти; маркетинг для соціальних підприємств;
- розробка масових відкритих онлайн-курсів та інших форматів дистанційного навчання, які забезпечують доступність освіти для жінок-підприємців з різних регіонів та з різними часовими можливостями;
- організація інтенсивних практичних воркшопів, де учасниці можуть розробляти та тестувати свої бізнес-ідеї під керівництвом експертів;
- інтеграція програм наставництва в освітній процес, де успішні жінки-соціальні підприємці діляться своїм досвідом та надають індивідуальну підтримку;
- використання бізнес-симуляцій та ділових ігор для моделювання реальних ситуацій та викликів, з якими стикаються соціальні підприємці;
- розробка освітніх програм, які поєднують соціальне підприємництво з іншими дисциплінами, такими як технології, екологія, охорона здоров'я, для стимулювання інноваційних підходів;
- організація програм обміну та стажування, які дозволяють жінкам-підприємцям отримати досвід роботи в успішних соціальних підприємствах в інших регіонах або країнах;

- впровадження спеціалізованих курсів з фінансової грамотності та управління фінансами для соціальних підприємств;
- розробка програм, спрямованих на розвиток навичок, критично важливих для соціальних підприємців, таких як емоційний інтелект, комунікативні навички, вміння вирішувати конфлікти тощо;
- створення інтенсивних інкубаційних програм, які поєднують навчання з практичною розробкою та запуском соціальних підприємств;
- розробка професійних сертифікаційних програм для жінок-соціальних підприємців, які підтверджують їх компетенції та підвищують довіру з боку партнерів та інвесторів.

При розробці освітніх програм важливо враховувати різноманітність аудиторії та забезпечувати інклюзивність. Це включає адаптацію контенту та форматів навчання для жінок з різним рівнем освіти, досвіду та з різних культурних контекстів. Також критично важливим є постійне оновлення та адаптація освітніх програм відповідно до змін у сфері соціального підприємництва та нових викликів, з якими стикаються жінки-підприємці. Це вимагає регулярного проведення досліджень та збору зворотного зв'язку від учасниць програм. Ефективні освітні програми можуть значно підвищити шанси на успіх жіночих соціальних підприємств. Підприємці, які пройшли спеціалізовані навчальні програми, мають на 30% вищі шанси на виживання бізнесу протягом перших п'яти років діяльності.

Розвиток комплексних та інноваційних освітніх програм для жіночого соціального підприємництва є ключовим фактором у створенні нового покоління лідерок, здатних ефективно вирішувати соціальні проблеми через підприємницькі підходи.

5. створення центрів ресурсів та інформації

Організація спеціалізованих центрів, які надають інформацію, консультації та ресурси для жінок-соціальних підприємців, може значно полегшити доступ до необхідної підтримки. Такі центри можуть пропонувати юридичні консультації, допомогу в розробці бізнес-планів, інформацію про доступні гранти та програми підтримки.

Ці центри мають функціонувати як багатофункціональні платформи, що надають комплексну підтримку жінкам-підприємцям на різних етапах розвитку їхнього бізнесу.

Створення мережі центрів ресурсів та інформації вимагає скоординованих зусиль державного сектору, неурядових організацій та приватного бізнесу.

Ефективна модель фінансування може включати комбінацію державних грантів, приватних інвестицій та членських внесків від підприємств-учасників.

6. розвиток менторських програм

Створення структурованих менторських програм, які з'єднують досвідчених підприємців з початківцями, може забезпечити цінну підтримку та передачу знань. Особливо важливо залучати жінок-менторів, які можуть поділитися досвідом подолання гендерно-специфічних викликів.

Значущі аспекти програм :

- структурована система підбору менторів та менті, що враховує специфіку соціального підприємництва та гендерні особливості;
- розробка чітких критеріїв оцінки ефективності менторських відносин;
- імплементація механізмів регулярного зворотного зв'язку для постійного вдосконалення програми.

Важливим елементом є створення диверсифікованої бази менторів, що включає досвідчених підприємців, галузевих експертів та фахівців з соціального впливу.

Інтеграція онлайн-платформ для віртуального менторства розширює географію програми та підвищує її доступність.

Організація регулярних тренінгів для менторів з питань гендерної чутливості та специфіки соціального підприємництва забезпечує високу якість підтримки.

Розробка спеціалізованих методичних матеріалів та інструментів для менторів та менті оптимізує процес передачі знань та навичок.

Впровадження системи моніторингу довгострокових результатів менторства дозволяє оцінити реальний вплив програми на розвиток жіночого соціального підприємництва.

Створення спільноти випускниць програми сприяє подальшому нетворкінгу та обміну досвідом.

Важливим аспектом є також розробка механізмів фінансової стійкості менторських програм, що може включати комбінацію грантового фінансування, корпоративного спонсорства та моделей часткової оплати послуг.

7. підтримка технологічних інновацій

Підтримка технологічних інновацій є критичним фактором розвитку жіночого соціального підприємництва в сучасному цифровому середовищі. Сприяння доступу жінок-соціальних підприємців до сучасних технологій та цифрових інструментів може значно підвищити їх конкурентоспроможність та ефективність. Це може включати створення технологічних хабів, проведення тренінгів з цифрових навичок та надання доступу до спеціалізованого програмного забезпечення.

Ключові аспекти підтримки:

- створення спеціалізованих інкубаторів та акселераторів, орієнтованих на технологічні проекти з соціальним впливом;
- розробка програм фінансування, що враховують специфіку високотехнологічних стартапів з соціальною місією; формування партнерств між технологічними компаніями та жіночими соціальними підприємствами для трансферу знань та технологій.

Важливим елементом є організація конкурсів інновацій, спрямованих на вирішення соціальних проблем з використанням передових технологій. Створення платформ для колаборації між технологічними експертами та соціальними підприємцями сприяє розвитку інноваційних рішень.

Впровадження освітніх програм з цифрових технологій, адаптованих для жінок-підприємців, підвищує їх технологічну компетентність. Розробка механізмів доступу до високотехнологічного обладнання та програмного забезпечення на пільгових умовах розширює можливості для експериментування та інновацій.

Формування спеціалізованих фондів венчурного капіталу, орієнтованих на підтримку технологічних соціальних підприємств, заснованих жінками, стимулює розвиток сектору. Інтеграція технологічних інновацій у існуючі програми підтримки жіночого підприємництва забезпечує системний підхід до розвитку цього напрямку.

8. розвиток державно-приватного партнерства

Створення механізмів ефективної співпраці між державним сектором, бізнесом та громадськими організаціями може забезпечити комплексну підтримку жіночого соціального підприємництва. Це може включати спільні програми фінансування, створення інноваційних лабораторій та реалізацію пілотних проектів.

Розвиток державно-приватного партнерства (ДПП) є ключовим напрямком у розбудові інфраструктури підтримки жіночого соціального підприємництва. Цей підхід передбачає створення синергетичних взаємодій між державним сектором, приватним бізнесом та організаціями громадянського суспільства з метою сприяння розвитку та масштабуванню жіночих соціальних підприємств.

ДПП у контексті жіночого соціального підприємництва спрямоване на подолання системних бар'єрів, з якими стикаються жінки-підприємці, таких як обмежений доступ до фінансування, недостатній розвиток навичок та обмежені можливості для нетворкінгу. Це досягається шляхом об'єднання ресурсів, експертизи та інфраструктури різних секторів.

Одним із ключових аспектів ДПП є розробка інноваційних фінансових інструментів, таких як гарантійні фонди, соціальні облігації та змішане фінансування, які адаптовані до специфічних потреб жіночих соціальних підприємств. Ці механізми дозволяють знизити ризики для приватних інвесторів та мобілізувати додаткові ресурси для підтримки соціальних інновацій.

Важливим елементом ДПП є створення спеціалізованих інкубаторів та акселераторів, які фокусуються на підтримці жіночих соціальних підприємств. Ці структури, що базуються на партнерстві між державними установами, приватними компаніями та неурядовими організаціями, забезпечують комплексну підтримку, включаючи менторство, навчання та доступ до мереж.

У рамках ДПП також розробляються програми розвитку навичок та лідерства, спрямовані на посилення підприємницького потенціалу жінок у соціальній сфері. Ці програми поєднують академічні знання, практичний досвід бізнесу та розуміння соціальних викликів, що є критичним для успіху соціальних підприємців.

Державно-приватне партнерство відіграє важливу роль у створенні сприятливого регуляторного середовища для жіночого соціального підприємництва. Це включає розробку політик та законодавчих ініціатив, які враховують специфічні потреби та виклики жінок-підприємців у соціальній сфері.

Особлива увага в рамках ДПП приділяється розвитку ринків для продуктів та послуг жіночих соціальних підприємств. Це може включати створення спеціалізованих платформ для соціальних закупівель, де державні та приватні організації можуть придбавати товари та послуги у жіночих соціальних підприємств.

Ефективне ДПП також передбачає створення механізмів для обміну знаннями та найкращими практиками між різними секторами. Це сприяє взаємному навчанню та інноваціям у сфері підтримки жіночого соціального підприємництва.

Важливим аспектом є розробка спільних систем моніторингу та оцінки, які дозволяють вимірювати ефективність партнерств та їх вплив на розвиток жіночого соціального підприємництва. Це забезпечує підзвітність та дозволяє постійно вдосконалювати підходи до підтримки.

Таким чином, розвиток державно-приватного партнерства є комплексним та стратегічним підходом до створення сприятливого екосистемного середовища для жіночого соціального підприємництва, що поєднує ресурси, експертизу та інноваційні підходи різних секторів для досягнення значущого соціального впливу.

9. підтримка досліджень та аналітики

Підтримка досліджень та аналітики є фундаментальним аспектом розвитку жіночого соціального підприємництва, забезпечуючи науково обґрунтовану базу для прийняття рішень та формування ефективних політик. Інвестування у дослідження та аналітику у сфері жіночого соціального підприємництва може забезпечити базу знань для розробки ефективних політик та програм підтримки. Це включає збір та аналіз даних, проведення оцінки впливу існуючих ініціатив та вивчення кращих міжнародних практик.

Ключовою метою цього напрямку є створення надійної емпіричної бази для розробки ефективних політик та програм підтримки. Це включає проведення комплексних досліджень, які охоплюють різноманітні аспекти жіночого соціального підприємництва, такі як бар'єри входу, фактори успіху, інноваційні бізнес-моделі та соціальний вплив.

Аналітична робота в цьому напрямку також включає вивчення кращих практик та інноваційних підходів у сфері жіночого соціального підприємництва як на національному, так і на міжнародному рівнях. Це сприяє обміну досвідом та адаптації успішних моделей до локальних контекстів.

Особлива увага приділяється розробці та вдосконаленню методологій оцінки соціального впливу, які враховують гендерні аспекти та специфіку жіночого підприємництва. Це включає розробку гендерно-чутливих індикаторів та інструментів вимірювання, що дозволяють більш точно оцінити вплив жіночих соціальних підприємств на громади та суспільство в цілому.

Результати досліджень та аналітики служать основою для формування доказової політики у сфері підтримки жіночого соціального підприємництва. Вони надають політикам та донорам надійну інформацію для прийняття обґрунтованих рішень щодо розподілу ресурсів та розробки цільових програм підтримки.

10. створення системи моніторингу та оцінки

Розробка системи моніторингу та оцінки ефективності інфраструктури підтримки жіночого соціального підприємництва є важливою для постійного вдосконалення та адаптації підходів. Ця система представляє собою комплексний механізм, спрямований на систематичний збір, аналіз та інтерпретацію даних щодо ефективності та соціального впливу підприємницьких ініціатив, очолюваних жінками. Це дозволить виявляти найбільш ефективні інструменти підтримки та вчасно реагувати на зміни потреб підприємців.

Основною метою такої системи є забезпечення об'єктивної оцінки прогресу та результатів діяльності жіночих соціальних підприємств. Вона дозволяє виявити ключові фактори успіху, ідентифікувати сфери, що потребують вдосконалення, та оцінити загальний вплив на соціально-економічний розвиток громад.

Критичним аспектом є розробка специфічних індикаторів та критеріїв оцінки, які враховують унікальні виклики та можливості жіночого соціального підприємництва. Ці індикатори повинні охоплювати такі аспекти, як гендерна рівність, економічне розширення прав і можливостей жінок, вплив на громаду, інноваційність та сталість бізнес-моделей.

Крім того, дана система служить потужним інструментом для прийняття обґрунтованих рішень. Вона надає емпіричну базу для формування політик підтримки жіночого соціального підприємництва, оптимізації розподілу ресурсів та розробки цільових програм розвитку.

Важливим аспектом є здатність системи моніторингу та оцінки адаптуватися до динамічних змін зовнішнього середовища. Регулярний моніторинг дозволяє своєчасно виявляти нові тенденції, ризики та можливості, що дає змогу жіночим соціальним підприємствам швидко адаптувати свої стратегії та бізнес-моделі.

Впровадження такої системи вимагає підходу, який передбачає активну участь самих підприємців, експертів з оцінки, представників громадського сектору, академічних установ та державних органів. Це забезпечує врахування різноманітних перспектив та експертиз у процесі розробки та імплементації системи. У контексті глобальних цілей сталого розвитку, система моніторингу та оцінки жіночого соціального підприємництва також повинна враховувати ширші соціально-економічні показники, такі як вплив на зменшення бідності, покращення освіти, охорону здоров'я та екологічну сталість.

Таким чином, створення ефективної системи моніторингу та оцінки є не лише технічним завданням, але й стратегічним імперативом для розвитку жіночого соціального підприємництва. Вона забезпечує необхідну інформаційну базу для підвищення ефективності, масштабування впливу та досягнення довгострокової сталості цього важливого сектора економіки.

Вплив ініціатив підтримки, які надають неурядові організації та інші суб'єкти, на розвиток жіночого підприємництва в Україні

Центр сприяння інвестиціям та торгівлі України (ITFC)

Організація сприяє жіночому підприємству через інвестиційні та торговельні консультації, забезпечує доступ до фінансування і розвиває торговельні відносини за кордоном для підприємств, що належать жінкам.

<https://tradecenter.org.ua/ukr/home>

Академія для жінок-підприємниць «СИЛА ЖІНОК»

Пропонує освітні програми, тренінги та ресурси для жінок-підприємниць, які хочуть розпочати або розвивати свій бізнес.

<https://wmnpower.org/>

Українська платформа жінок у бізнесі

Сприяє створенню мереж, обміну знаннями та адвокації серед жінок-підприємниць, забезпечуючи платформу для просування їхніх інтересів та вирішення проблем.

<https://winb.in.ua/uk>

Громадська організація «Ліга ділових та професійних жінок України»

Підтримує жінок у бізнесі через програми наставництва, мережеві заходи та лобювання інтересів підприємницької спільноти.

https://www.facebook.com/bpwua.org/?locale=ga_IE

Український жіночий фонд

Фінансує та підтримує проекти жіночого підприємництва, пропонуючи гранти та освітні програми для жінок.

<https://uwf.org.ua/>

Консорціум жіночих організацій України

Об'єднує жіночі організації та спільноти для співпраці у вирішенні проблем і створення сприятливого середовища для жіночого підприємництва.

<https://wcu-network.org.ua/>

Програма розширення можливостей жіночого підприємництва Empowering Women Ukraine 2024

Надає освітні матеріали, консультації та фінансову підтримку жінкам, які прагнуть розпочати або розвивати свій бізнес.

<https://entrepreneur.pagulasabi.ee/uk/ukraine/empowering-women-spring-2024>

Експертна організація Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності (CSR Україна)

Проводить дослідження та розробляє програми корпоративної соціальної відповідальності, зокрема для підтримки жіночого підприємництва.

<https://csr-ukraine.org/>

Європейська бізнес-асоціація (EBA)

Організовує заходи, тренінги та консультації для жінок-підприємниць, а також представляє інтереси бізнес-спільноти перед урядом.

<https://eba.com.ua/en/>

Союз українських підприємців (СУП)

Надає інформаційну та консультативну підтримку всім підприємцям, включаючи жінок, і захищає їхні права та інтереси.

<https://sup.org.ua/>

Міжнародна Амбасада жінок-підприємниць в Україні

Сприяє міжнародному співробітництву та обміну знаннями серед жінок-підприємниць в Україні та за кордоном.

<https://ambasada.org.ua/>

Міжнародна спільнота жінок у технологіях

Пропонує освітні ресурси, наставництво та платформу для створення мереж серед жінок у сфері технологічного бізнесу.

<https://womenintech.com.ua/>

Бізнес Мережа Сільських Жінок України (Rural Women Business Network)

https://www.facebook.com/rwbn.ua/?locale=uk_UA

публікації та оприлюднення результатів дослідження

1. Chechel A., Kirilenko A. (2024) Women-Led Impact Entrepreneurship in Ukraine: Lessons for Public Administration in Conflict and Post-Conflict Settings / Public Administration for Sustainable Development: Mechanisms and Strategies of State and Regional Administration in the Conditions of War and Reconstruction in Ukraine: Collective Monograph / The general ed. Chechel A., Zharova L., Śleziak M. Kyiv - Bielsko-Biala (Poland): University of Economics and Humanities – С. 156-180.
2. Chechel A., Tarasenko D. (2024) Development of social entrepreneurship in Ukraine in conditions of increased turbulence of the external environment // Scientific perspectives. – 2024. – No. 3(45). – pp. 454–465. <http://repository.mu.edu.ua/jspui/handle/123456789/6092>
3. Мончинська І.В., Чечель А.О., Кириченко І.І. (2024) Синергія освіти та публічного управління у сприянні жіночому соціальному підприємництву // науково-практичний журнал «Освітня аналітика України». 2024.
4. Prokopenko, O.; Chechel, A.; Koldovskiy, A.; Kldiashvili, M. (2024). Innovative Models of Green Entrepreneurship: Social Impact on Sustainable Development of Local Economies. *Economics Ecology Socium* 2024, 8, 89-111. DOI: <https://doi.org/10.61954/2616-7107/2024.8.1-8>
5. Chechel A., Odynets A., Brazhko O., Verytelnyk S (2024). State Regulation for Social Enterprises in Logistics Systems Amidst The Advancement of Artificial Intelligence Development. AI-Driven Transformation: Mapping the Course for Future Business Landscapes: Monograph / Gen. edit. Olha Prokopenko, Marina Järvis, Tallinn: Teadmus OÜ, 2024, 257 p. ISBN 978-9916-9969-8-0-P.182-194 <https://conference.euas.eu/2023/wp-content/uploads/2024/03/Monograph2023.pdf>
6. Anna Chechel, Maryna Zelinska (2023). THE LEGISLATION, STATE POLICY AND INCENTIVES FOR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP SUPPORT IN EUROPEAN COUNTRIES No. 14(28) (2023): Scientific innovations and advanced technologies [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-14\(28\)-270-285](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-14(28)-270-285)
7. Popova, O., Chechel, A., Fomina, O., Myroshnychenko, G., Medvedieva, M., Hoholieva, N., Tomashevska, O., Chernyshov, O., Nesterov, Y., Molodchenko, O. (2023). Assessment of relationships between smart technologies, corporate sustainability, and economic behavior of companies. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 2 (13 (122)), 41–51. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2023.275731>
8. Anna Chechel, Svetlana Verytelnyk, Hanna Reshetova (2023). Social Entrepreneurship as an Economic Tool for Promoting Social Values in Public Administration. International Scientific Conference on The Problems of Development of The World and National Economy Considering the Pandemic and Russian-Ukrainian War https://conferenceconomics.tsu.ge/uploads/images/konfkrb2023_651e5ecac15fe.pdf
9. Chechel A.O., Zelinska M.I.(2023) LEGAL CONTEXT, STATE POLICY, AND INCENTIVES FOR SUPPORTING SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN EUROPEAN COUNTRIES. *Journal "Scientific Innovations and Advanced Technologies"* No. 14(28) 2023 (Series "Management and Administration", Series "Law", Series "Economics", Series "Psychology", Series "Pedagogy") pp. 270-286. [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-14\(28\)-270-285](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-14(28)-270-285)
10. Chechel A.O., Kirichenko I.I., Kobzar D.P.(2023), Social entrepreneurship in Ukraine in the context of sustainable state development. "Sustainable Development - XXI Century. Discussions 2023": Materials of the VIII International scientific-practical conference / National University "Kyiv-Mohyla Academy" / Ed. by Prof. Khlobystov Y.V. - Kyiv, 2023. - P.34-45 - Electronic edition. ISBN: 978-617-7668-55-7.

1. Chechel A. Women-Led Impact Entrepreneurship in Conflict and Post-Conflict Settings: A Case Study of Ukraine / Workshop on "Migration, Identity, and Memory", Pembroke College, University of Cambridge. 2024
<https://www.pem.cam.ac.uk/college/events/migration-identity-memory>

2. Chechel A. GOVERNMENT SUPPORT FOR BUSINESSES IN CONFLICT ZONES: PROSPECTS FOR SOCIAL ENTERPRISES IN UKRAINE Collection of Scientific Papers with the Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference «Evolving Science: Theories, Discoveries and Practical Outcomes» (November 18-20, 2024. Zurich, Switzerland). European Open Science Space, 2024. 256 p. – С. 118-125
<https://www.eoss-conf.com/arkhiv/evolving-science-theories-discoveries-and-practical-outcomes-18-11-2024/>

3. Чечель А. О. Державна підтримка вимушено переміщеного бізнесу: виклики та перспективи для соціального підприємництва / А. О. Чечель, О. Кондратьєва // Публічне управління та адміністрування в Україні: євроінтеграційний поступ : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. за міжнар. участю, м. Івано-Франківськ, 31 трав. 2024 р. / за наук. ред. І. І. Чудика, Д. І. Дзвінчука, І. П. Лопушинського. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2024. – С. 809–811.

4. Чечель А. Розвиток соціального підприємництва: досвід публічного управління європейських країн та перспективи для сталого територіального розвитку в Україні //Редакційна колегія. – 2024. – С. 388.
https://repository.mu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/6747/1/Akt_pr_2024.pdf#page=388

5. Чечель А. О., Кириченко І. І., Кобзар Д. П. Соціальне підприємництво в Україні в контексті сталого розвитку держави //Сталий розвиток–XXI століття. Дискусії 2023: матеріали VIII Міжнародної науково. – 2024. – С. 46.

6. Anna Chechel, Maryna Zelinska, Inna Sorokina PUBLIC DIALOGUE IN SECTION OF THE MODERN PUBLIC ADMINISTRATION SYSTEM / Материали конференции PROCEEDINGS OF MATERIALS of International Scientific Conference Dedicated to the 80th Birth Anniversary of the foundation of Paata Gugushvili Institute of Economics of Ivane Javakhsishvili Tbilisi State University "THE TENDENCIES OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE WORLD UNDER THE NEW GEOPOLITICAL REALITY: THE PLACE AND CHALLENGES OF GEORGIA" <http://conferenceconomics.tsu.ge/doc/konf.pdf>

ДОДАТКИ

ДОДАТОК 1

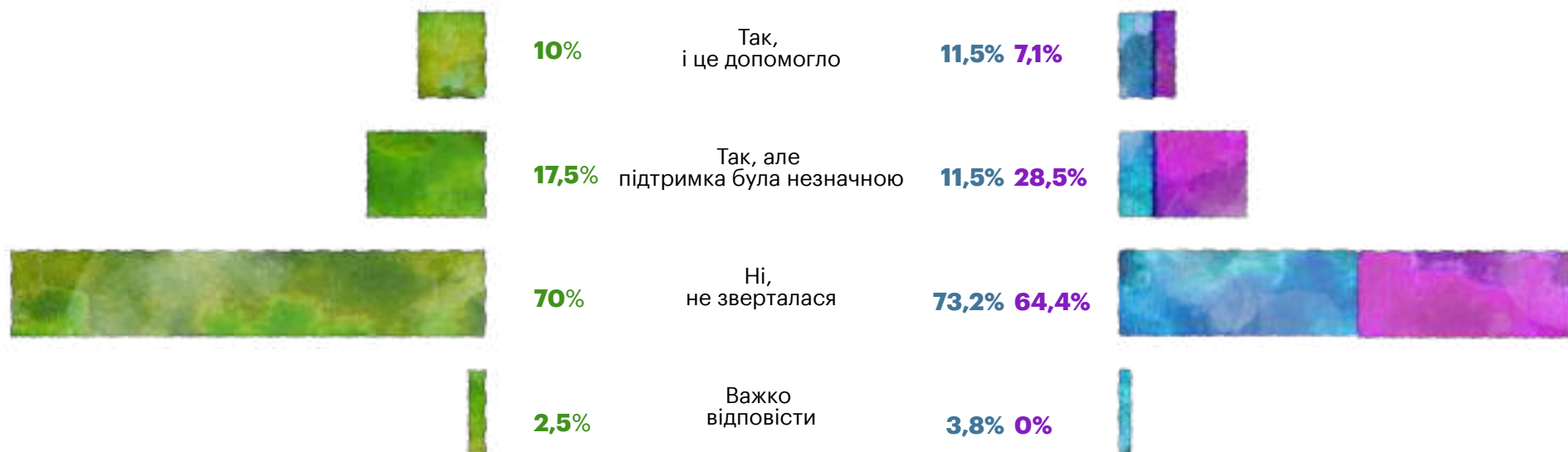
Описова статистика доступності таких ресурсів як міжнародні організації та благодійні фонди, професійні об'єднання та бізнес-асоціації, доступність до державних пільг та/або податкових преференцій



Загальний розподіл відповідей на питання онлайн опитування: «Чи зверталися Ви за підтримкою до міжнародних організацій або благодійних фондів?»

Розподіл відповідей на питання онлайн опитування: «Чи зверталися Ви за підтримкою до міжнародних організацій або благодійних фондів?» залежно від приймаючої країни

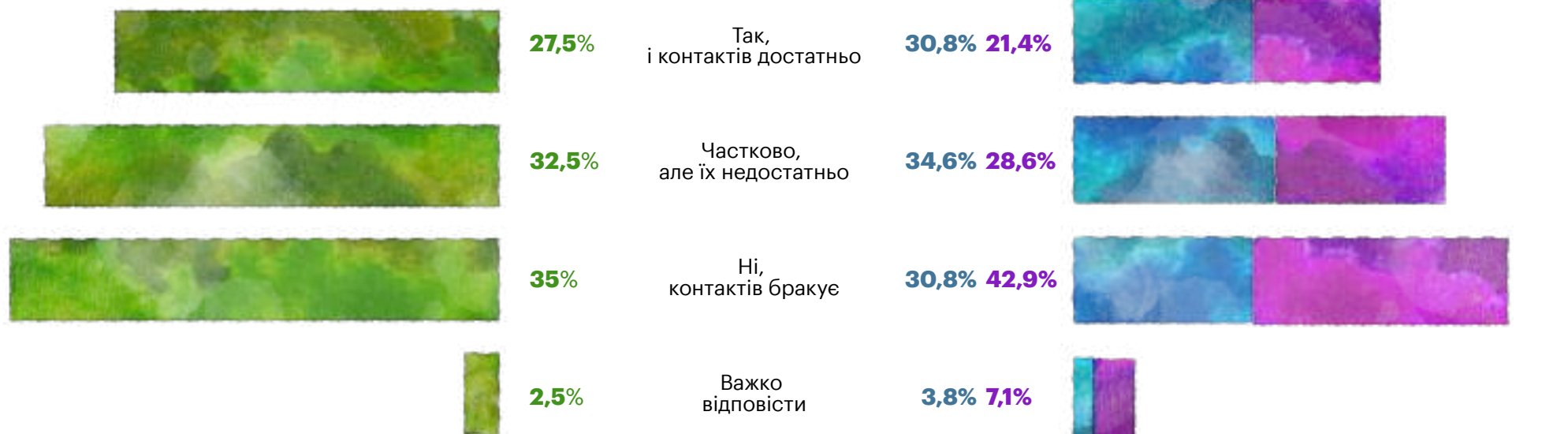
Великобританія
Україна



Загальний розподіл відповідей на питання онлайн опитування:
«Чи зверталися Ви до місцевих бізнес-інкубаторів або центрів розвитку підприємництва, професійних об'єднань та бізнес-асоціацій для отримання консультацій або ресурсів?»

Розподіл відповідей на питання онлайн опитування:
«Чи зверталися Ви до місцевих бізнес-інкубаторів або центрів розвитку підприємництва, професійних об'єднань та бізнес-асоціацій для отримання консультацій або ресурсів?»

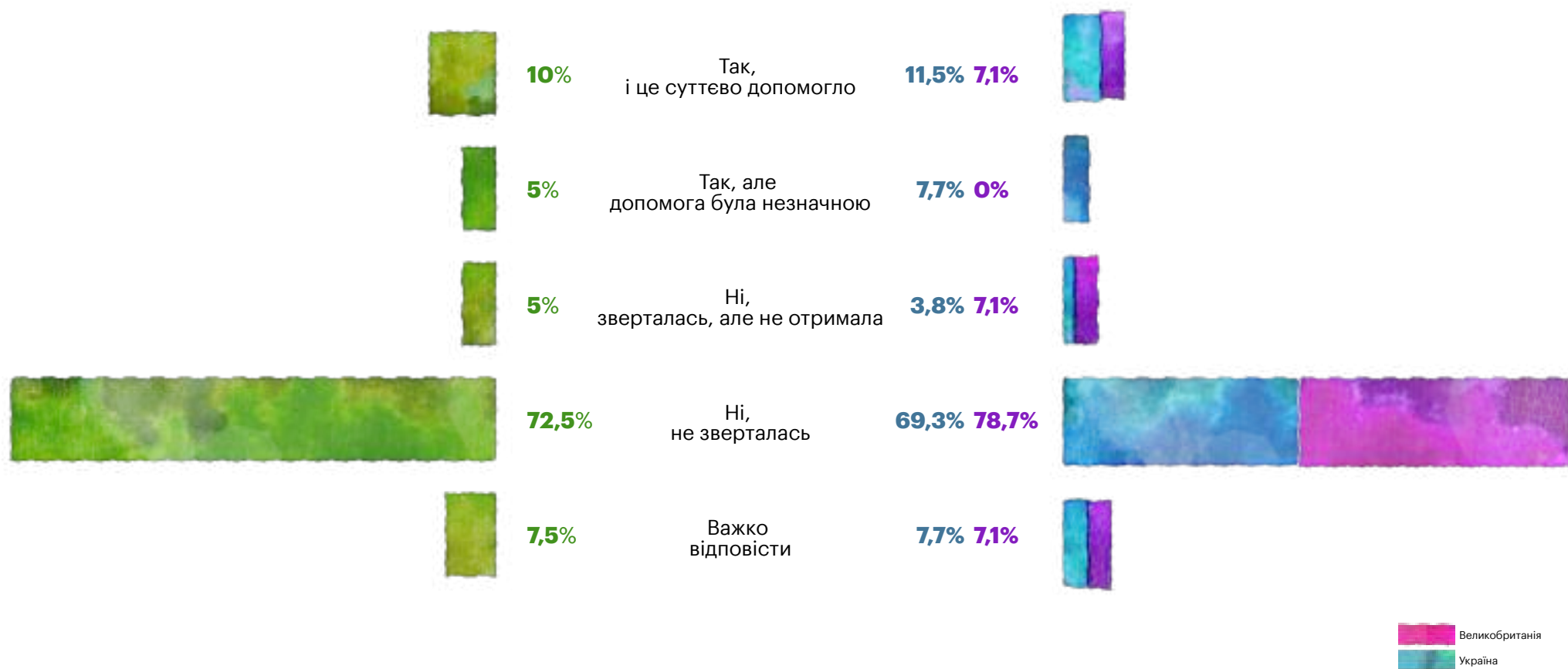
Великобританія
 Україна



Загальний розподіл відповідей на питання онлайн опитування:
«Чи достатньо у Вас контактів із іншими підприємцями у новому регіоні, щоб отримувати взаємну підтримку та ділитися досвідом?»

Розподіл відповідей на питання онлайн опитування:
«Чи достатньо у Вас контактів із іншими підприємцями у новому регіоні, щоб отримувати взаємну підтримку та ділитися досвідом?»
залежно від приймаючої країни

Великобританія
Україна



Загальний розподіл відповідей на питання онлайн опитування:
«Чи отримували Ви доступ до державних пільг або податкових преференцій у новому регіоні для відновлення бізнесу?»

Розподіл відповідей на питання онлайн опитування:
«Чи отримували Ви доступ до державних пільг або податкових преференцій у новому регіоні для відновлення бізнесу?»
залежно від приймаючої країни

додаток 2

Описова статистика проявів гендерної нерівності під час взаємодії із новими постачальниками та партнерами, доступності фінансових ресурсів для розвитку жіночого бізнесу у приймаючих громадах

(питання мають оціночний характер, шкала балів від 1 до 10, де 1 – однозначно позитивна оцінка, 10 – однозначно негативна оцінка)



Загальний розподіл відповідей на питання онлайн опитування:
«Чи відчували Ви дискримінацію з боку нових постачальників, партнерів або клієнтів у новому регіоні через те, що Ви – жінка?»

Розподіл відповідей на питання онлайн опитування:
«Чи відчували Ви дискримінацію з боку нових постачальників, партнерів або клієнтів у новому регіоні через те, що Ви – жінка?»
залежно від приймаючої країни



Загальний розподіл відповідей на питання онлайн опитування:
«Як Ви оцінюєте доступність фінансових ресурсів (кредитів, інвестицій) у Вашій сфері для розвитку жіночого бізнесу?»

Розподіл відповідей на питання онлайн опитування:
«Як Ви оцінюєте доступність фінансових ресурсів (кредитів, інвестицій) у Вашій сфері для розвитку жіночого бізнесу?»
залежно від приймаючої країни

Великобританія
Україна

описова статистика потреб додаткового інформування у формі навчання або консультацій після переміщення бізнесу у приймаючі громади



Загальний розподіл відповідей на питання онлайн опитування: «Чи відчуваєте Ви потребу у додаткових навчаннях або консультаціях (у сфері менеджменту, фінансів, маркетингу тощо) після переміщення бізнесу?»

Розподіл відповідей на питання онлайн опитування: «Чи відчуваєте Ви потребу у додаткових навчаннях або консультаціях (у сфері менеджменту, фінансів, маркетингу тощо) після переміщення бізнесу?» залежно від приймаючої країни

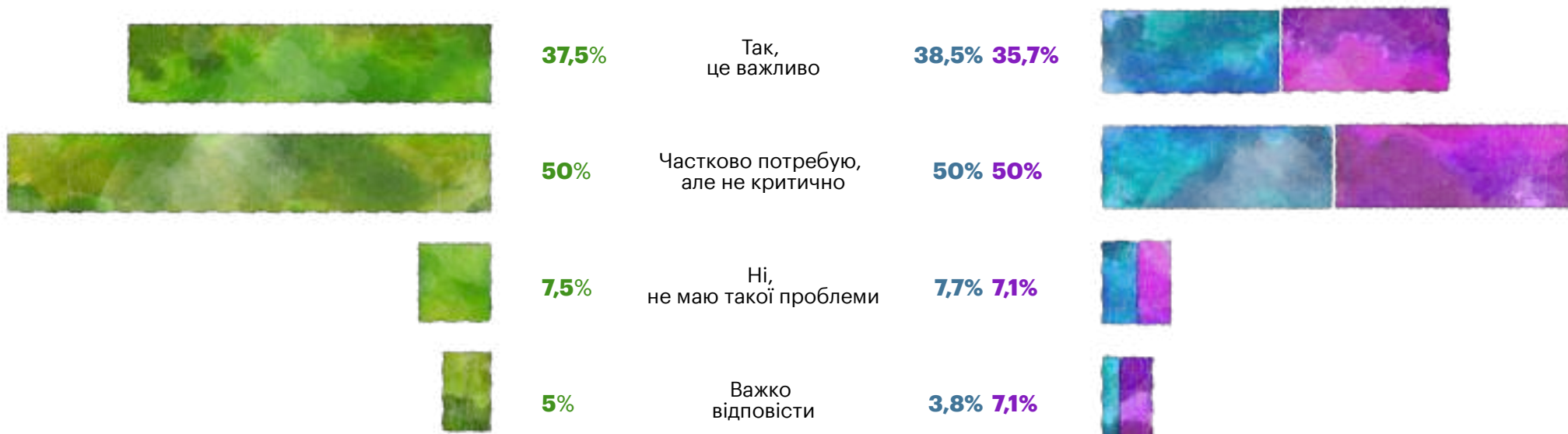
Великобританія
Україна



Загальний розподіл відповідей на питання онлайн опитування:
«Які навички або знання Ви б хотіли покращити
для успішного ведення бізнесу?»

Розподіл відповідей на питання онлайн опитування:
«Які навички або знання Ви б хотіли покращити для успішного
ведення бізнесу?» залежно від приймаючої країни

Великобританія
Україна



Загальний розподіл відповідей на питання онлайн опитування:
«Чи є у Вас потреба у мережевій взаємодії з іншими жінками-підприємницями, які також перемістили свій бізнес?»

Розподіл відповідей на питання онлайн опитування:
«Чи є у Вас потреба у мережевій взаємодії з іншими жінками-підприємницями, які також перемістили свій бізнес?»
залежно від приймаючої країни

Великобританія
Україна

ДОДАТОК 4

КОНТЕНТ ВІДПОВІДЕЙ РЕСПОНДЕНТІВ НА ВІДКРИТЕ ПИТАННЯ: «ЩО МОЖЕ БУТИ ДЛЯ ВАС ВАГОМОЮ МОТИВАЦІЄЮ У ПРИЙНЯТТІ РІШЕННЯ ЩОДО ПОВЕРНЕННЯ ЧИ НЕ ПОВЕРНЕННЯ У РІДНІ ГРОМАДУ?»

- Я не повернуся назад.
- Наявність стратегії відновлення. Безпека. Прозорість прийняття рішень. Демократичні інструменти взаємодії з владою.
- Наявність роботи та житла
- Зруйновано місто
- Відбудова міста, воно зруйноване
- Я хочу мати фінанси та досвід для відкриття власного салону в рідному місті
- Складне питання. По-перше, це відчуття повної безпеки; по-друге, наявність власного житла; необхідно, щоб була відновлена вся соціальна інфраструктура (заклади освіти, лікарні, гуртки для дітей...).
- Рівень реалізації в Британії
- Цілий дім та наявність роботи для моєї родини
- Рідний дім
- Швидка відбудова міст, повернення людей, наявність громадської інфраструктури, логістика, фінансова допомога на перевезення обладнання, надання виробничого приміщення
- Відновлення мого міста
- Деокупація рідного міста
- Не можу повернутись - моє місто Бахмут повністю зруйноване
- Там мій дім, близькі, рідні. Там все власне, а не орендоване.
- Хочу розвивати свій край.
- Безпека, купувальна спроможність, робоча сила
- Можливість відкрити філію підприємства в Маріуполі
- Мені не потрібна мотивація.
- Після закінчення війни я обов'язково хочу повернутися додому
- Я не хочу починати знову з нуля будувати своє життя, хочу жити в країні без війни
- Швидкість адаптації у новій країні, наявність нерухомості, дитячого адаптування, бізнесу, певного рівня доходів
- Моя громада повністю знищена
- Нічого. Мого села Іванівського вже немає, територія є небезпечною для проживання. Буду інтегруватись у приймаючу громаду
- Закінчення бойових дій, розмінування територій, повернення демократії в управління громадами
- Відновлення мого рідного міста.
- Власна оселя
- Я не повернуся ні в якому випадку
- Можливість бути разом з родиною
- Можливість заробляти та безпека
- Ступінь розвитку бізнесу та соціально побутовий рівень
- Умови розвитку, реалізації, рівень життя мене і моїх дітей.
- Бути вдома в Маріуполі

Контент відповідей респондентів на відкрите питання: «що може бути для вас ваговою мотивацією у прийнятті рішення щодо повернення чи не повернення у рідні громаду?» залежно від приймаючої країни

Україна

- *Наявність стратегії відновлення. Безпека. Прозорість прийняття рішень. Демократичні інструменти взаємодії з владою.*
- *Наявність роботи та житла*
- *Відбудова міста, воно зруйноване*
- *Я хочу мати фінанси та досвід для відкриття власного салону в рідному місті*
- *По-перше, це відчуття повної безпеки; по-друге, наявність власного житла; необхідно, щоб була відновлена вся соціальна інфраструктура (заклади освіти, лікарні, гуртки для дітей...).*
- *Цілий дім та наявність роботи для моєї родини*
- *Це мій Рідний дім*
- *Швидка відбудова міст, повернення людей, наявність громадської інфраструктури, логістика, фінансова допомога на перевезення обладнання, надання виробничого приміщення*
- *Відновлення мого міста*
- *Деокупація рідного міста*
- *Там мій дім, близькі, рідні. Там все власне, а не орендоване.*
- *Хочу розвивати свій край.*
- *Безпека, купувальна спроможність, робоча сила*
- *Можливість відкрити філію підприємства в Маріуполі*
- *Мені не потрібна мотивація.*
- *Після закінчення війни я обов'язково хочу повернутися додому*
- *Моя громада повністю знищена*
- *Закінчення бойових дій, розмінування територій, повернення демократії в управління громадами*
- *Відновлення мого рідного міста.*
- *Власна оселя*

Великобританія

- *Рівень реалізації в Британії*
- *Я не хочу починати знову з нуля будувати своє життя, хочу жити в країні без війни*
- *Швидкість адаптації у новій країні, наявність нерухомості, дитячого адаптування, бізнесу, певного рівня доходів*
- *Можливість бути разом з родиною*
- *Можливість заробляти та безпека*
- *Ступінь розвитку бізнесу та соціально побутовий рівень*
- *Умови розвитку, реалізації, рівень життя мене і моїх дітей.*
- *Бути вдома в Маріуполі*

контент відповідей респондентів на відкрите питання: «що б ви порадили жінкам-переселенкам, які тільки планують розпочати власний бізнес?» залежно від приймаючої країни

- *Ничого не боятися*
- *Усвідомити, що власний бізнес - це кошти на реалізацію власних бажань та безпека. Власні кошти - це фінансова незалежність.*
- *Звернутись до фахівця для належної реєстрації та ведення обліку*
- *Віра в успіх*
- *Запастися терпінням*
- *Треба починати! І нічого не треба боятись!*
- *Розпочати роботу!!!*
- *Опирається на свой опыт и знания и пробовать Шаг за шагом*
- *Вірити в себе та свої сили!*
- *Не здаватися*
- *Триматись*
- *Порадила би бути готовими до того, що з першого разу не вийде і треба мати можливість робити додаткові фінансові вливання, а також бути готовим до того, що бізнес на перших етапах буде забирати весь вільний час.*
- *Треба пробувати та ризикувати*
- *Не боятись перемін та нових випробувань. Брати себе в кулак та йти тільки вперед не дивлячись на труднощі! І обов'язково все вийде!!!*
- *Спробувати варто*
- *Не розпочинати бізнес, який має об'єм. Працювати тільки на ноуті або планшеті. Або бьюті послуги*
- *Обов'язково починати, більше робити, не боятися робити помилок, вчитися*

- Жінкам-переселенкам, які планують розпочати власний бізнес, я б порадила кілька ключових кроків і рекомендацій:
- 1. Оберіть нішу, яка вам близька
Починайте з того, що вам подобається і в чому ви відчуваєте впевненість. Це може бути щось пов'язане з вашими навичками, інтересами чи досвідом.
Проаналізуйте ринок, щоб зрозуміти, чи є попит на ваш продукт або послугу, і як ви можете відрізнитися від конкурентів.
- 2. Скористайтеся доступними грантами та програмами підтримки
Як переселенка, ви можете мати доступ до різних державних та міжнародних програм, які надають гранти на розвиток бізнесу. Наприклад, програма "Власна Справа", як та, яку ви вже отримали. Не бійтеся подаватися на кілька програм одночасно.
Шукайте безповоротну фінансову допомогу або пільгові кредити для бізнесу, які дозволять стартувати без значних ризиків.
- 3. Знайдіть свою спільноту
Мережа однодумців і підприємців може стати вашим цінним ресурсом для порад, натхнення та підтримки. Приєднуйтеся до жіночих бізнес-клубів, груп переселенців або підприємницьких асоціацій.
Спілкуйтеся з іншими жінками-переселенками, які вже пройшли цей шлях, обговорюйте виклики та можливості.
- 4. Навчайтеся і вдосконалюйте навички
Навчальні курси, вебінари та тренінги – це можливість отримати нові знання та вдосконалити свої підприємницькі навички. Не пропускайте можливості для навчання в таких галузях, як фінанси, маркетинг, управління часом і ресурсами.
- 5. Створіть бізнес-план
Маючи чітке бачення своєї ідеї, розпишіть бізнес-план, де зазначите свої цілі, плани зростання, стратегії збуту та фінансові прогнози.
Цей план допоможе не тільки структуровано підійти до справи, а й збільшить ваші шанси отримати фінансування.
- 6. Будьте готові до викликів, але не здавайтесь
Підприємницький шлях непростий, а для переселенок він може бути ще складнішим через адаптацію на новому місці. Однак, головне — зберігати стійкість і не боятися помилок. Кожна невдача — це досвід, який приведе вас до успіху.
- 7. Знайдіть підтримку для особистого життя
Поєднати бізнес і особисті справи може бути важко, особливо у нових умовах. Залучайте допомогу від сім'ї, друзів або знайдіть місцеві ресурси підтримки, які можуть допомогти вам полегшити цей процес.
- 8. Не бійтеся просити допомогу
Кожна переселенка має власний унікальний досвід, тому не соромтеся звертатися до місцевих організацій, інкубаторів бізнесу або ментора, щоб отримати пораду або підказку.
Почати бізнес як переселенка — це виклик, але водночас і велика можливість змінити своє життя на краще та знайти новий шлях до успіху.
- Важливо вірити в себе та свої сили!
- Ставити мету і йти вперед. Нічого не боятися. Знаю, по собі, що це складно. Але треба. Треба за ради себе, за ради близьких, за ради перемоги!
- Діяти і не зупинятися не дивлячись ні на що
- Розпочинати і шукати оточення однодумців. Якісне оточення!
- Налаштовувати зв'язки, не боятися починати з малого
- Спробувати розпочати
- Розробити стратегію
- Починати
- Не боятися, розпочинати, пробувати, вірити у себе, навчатися
- Будьте готові до викликів! Але віра у себе вам допоможе все здолати
- нічого не боятися, йти до мрії, пробувати все до чого лежить душа
- шукати соціальні зв'язки та займатися тим чим займалися в своєму регіоні
- Вірте в себе та свою ідею!
- Крокувати впевнено вперед і нікого і нічого не боятися
- Не боятися, в Англії гарна підтримка
- Бути впевненими в собі і не соромитися питати про допомогу
- Брати наставників по напрямках в яких ви хочете себе підсилити і свідомо виділяти для цього бюджет
- Діяти та не боятись.
- Радитись із консультантами та тими, хто вже цей шлях пройшов
- Вивчати себе, вірити в себе, використовувати будь-який ресурс для розвитку та удосконалення себе.
- Нічого не боятися і рухатись до своїх мрій.
- Не боятися робити перші кроки - діяти

Україна

- Усвідомити, що власний бізнес- це кошти на реалізацію власних бажань та безпека. Власні кошти - це фінансова незалежність.
- Звернутись до фахівця для належної реєстрації та ведення обліку
- Віра в успіх
- Запастися терпінням
- Треба починати! І нічого не треба боятись!
- Розпочати роботу!!!
- Вірити в себе та свої сили!
- Триматись
- Порадила би бути готовими до того, що з першого разу не вийде і треба мати можливість робити додаткові фінансові вливання, а також бути готовим до того, що бізнес на перших етапах буде забирати весь вільний час.
- Треба пробувати та ризикувати
- Ні боятись перемін та нових випробувань. Брати себе в кулак та йти тільки вперед не дивлячись на труднощі! І обов'язково все вийде!!!
- Спробувати варто
- Не розпочинати бізнес, який має об'єм. Працювати тільки на ноуті або планшеті. Або бьюті послуги
- Обов'язково починати, більше робити, не боятися робити помилок, вчитися
- Почати бізнес як переселенка — це виклик, але водночас і велика можливість змінити своє життя на краще та знайти новий шлях до успіху. Важливо вірити в себе та свої сили!
- Ставити мету і йти вперед. Нічого не боятися. Знаю, по собі, що це складно. Але треба. Треба за ради себе, за ради близьких, за ради перемоги!
- Спробувати розпочати
- Розробити стратегію
- Починати

- Не боятися, розпочинати, пробувати, вірити у себе, навчатися
- Будьте готові до викликів! Але віра у себе вам допоможе все здолати
- нічого не боятися, йти до мрії, пробувати все до чого лежить душа
- шукати соціальні зв'язки та займатися тим чим займалися в своєму регіоні
- Вірте в себе та свою ідею!
- Крокувати впевнено вперед і нікого і нічого не боятися
- Жінкам-переселенкам, які планують розпочати власний бізнес, я б порадила кілька ключових кроків і рекомендацій:

1. Оберіть нішу, яка вам близька

Починайте з того, що вам подобається і в чому ви відчуваєте впевненість. Це може бути щось пов'язане з вашими навичками, інтересами чи досвідом.

Проаналізуйте ринок, щоб зрозуміти, чи є попит на ваш продукт або послугу, і як ви можете відрізнитися від конкурентів.

2. Скористайтесь доступними грантами та програмами підтримки

Як переселенка, ви можете мати доступ до різних державних та міжнародних програм, які надають гранти на розвиток бізнесу. Наприклад, програма "Власна Справа", як та, яку ви вже отримали. Не бійтеся подаватися на кілька програм одночасно.

Шукайте безповоротну фінансову допомогу або пільгові кредити для бізнесу, які дозволять стартувати без значних ризиків.

3. Знайдіть свою спільноту

Мережа однодумців і підприємців може стати вашим цінним ресурсом для порад, натхнення та підтримки. Приєднуйтеся до жіночих бізнес-клубів, груп переселенців або підприємницьких асоціацій.

Спілкуйтеся з іншими жінками-переселенками, які вже пройшли цей шлях, обговорюйте виклики та можливості.

4. Навчайтеся і вдосконалюйте навички

Навчальні курси, вебінари та тренінги – це можливість отримати нові знання та вдосконалити свої підприємницькі навички. Не пропускайте можливості для навчання в таких галузях, як фінанси, маркетинг, управління часом і ресурсами.

5. Створіть бізнес-план

Маючи чітке бачення своєї ідеї, розпишіть бізнес-план, де зазначите свої цілі, плани зростання, стратегії збуту та фінансові прогнози.

Цей план допоможе не тільки структуровано підійти до справи, а й збільшить ваші шанси отримати фінансування.

6. Будьте готові до викликів, але не здавайтесь

Підприємницький шлях непростий, а для переселенок він може бути ще складнішим через адаптацію на новому місці. Однак, головне — зберігати стійкість і не боятися помилок. Кожна невдача — це досвід, який приведе вас до успіху.

7. Знайдіть підтримку для особистого життя

Поеднувати бізнес і особисті справи може бути важко, особливо у нових умовах. Залучайте допомогу від сім'ї, друзів або знайдіть місцеві ресурси підтримки, які можуть допомогти вам полегшити цей процес.

8. Не бійтеся просити допомогу

Кожна переселенка має власний унікальний досвід, тому не соромтеся звертатися до місцевих організацій, інкубаторів бізнесу або ментора, щоб отримати пораду або підказку.

Великобританія

- *Ничого не боятся*
- *Опирається на свій опыт и знания и пробовать. Шаг за шагом*
- *Не здаватися*
- *Діяти і не зупинятися не дивлячись ні на що*
- *Розпочинати і шукати оточення однодумців. Якісне оточення!*
- *Налагоджувати зв'язки, не боятися починати з малого*
- *Не боятися, в Англії гарна підтримка*
- *Бути впевненими в собі і не соромитися питати про допомогу*
- *Брати наставників по напрямках в яких ви хочете себе підсилити і свідомо виділяти для цього бюджет*
- *Діяти та не боятись.*
- *Радитись із консультантами та тими, хто вже цей шлях пройшов*
- *Вивчати себе, вірити в себе, використовувати будь-який ресурс для розвитку та удосконалення себе.*
- *Нічого не боятися і рухатись до своїх мрій.*
- *Не боятися робити перші кроки - діяти*