

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ, ПІДПРИЄМНИЦТВА І ТОРГІВЛІ



**МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМНИЦТВО І ТОРГІВЛЯ:
СУЧАСНИЙ СТАН, НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ**

КОЛЕКТИВНА МОНОГРАФІЯ

Одеса, 2020

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ, ПІДПРИЄМНИЦТВА І ТОРГІВЛІ

**МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМНИЦТВО І ТОРГІВЛЯ:
СУЧАСНИЙ СТАН, НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ**

КОЛЕКТИВНА МОНОГРАФІЯ

Одеса, 2020

УДК 658.8:005.342:338.242
М 25
ISBN 978-617-7768-22-6

Колективна монографія. «Маркетинг, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку». ОНАХТ. – Роздільна: Вид-во «Лерадрук», 2020- 757 с.

Рекомендується до друку вченою радою Одеської національної академії харчових технологій, протокол №3 від 06.10.2020.

Монографія присвячена дослідженню методологічних і прикладних питань економічного розвитку з врахуванням маркетингової стратегії у підприємницькій діяльності. Дана праця безперечно зацікавить науковців, аспірантів, студентів та всіх небайдужих до теми монографії.

Автори несуть відповідальність за зміст і достовірність поданих матеріалів. Подані матеріали не підлягають рецензуванню та публікуються у авторській редакції.

Погоджуючись взяти участь у монографії, автор (автори) висловлює згоду на опублікування своїх матеріалів у мережі Інтернет (розміщення монографії в електронному примірнику у PDF-форматі на офіційному сайті академії).

©Вид-во «Лерадрук», 2020
©Одеська національна академія харчових технологій, 2020

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЖІНОЧОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

PECULIARITIES OF WOMEN'S ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN UKRAINE

Танклевська Н.С. Tanklevska N.S.

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет», доктор економічних наук,
професор, завідувач кафедри економіки та фінансів,

State Higher Educational Institution "Kherson State Agrarian University"

Doctor of Science in Economics, Professor, Head of the Department of Economics and
Finance

Анотація

Виявлена важлива роль жіночого підприємництва, яке дозволяє жінкам підвищити свою фінансову незалежність та реалізувати власний лідерський потенціал, що позитивно впливає на суспільно-економічний розвиток країни. Встановлено, що сучасний етап розвитку українського суспільства, характеризується активністю жінок-підприємниць, які ефективно конкурують з підприємцями чоловіками. Систематизовано основні бар'єри на шляху активного розвитку жіночого підприємництва, зокрема економічні, бюрократичні, освітні, культурні. Домінування патріархальних цінностей, гендерна нерівність в отриманні доходів та відсутність необхідних знань з лідерства та підприємництва створюють багато перешкод при формуванні особистості жінки-підприємниці. Здійснено аналіз різноманітних програм підтримки жіночого підприємництва та лідерства в Україні, які реалізуються державними, міжнародними та громадськими організаціями. Визначено ключові елементи активізації розвитку жіночого підприємництва, надання вільного доступу до якісних інструментів їх фінансово-кредитної підтримки; покращення інформаційного та кадрового забезпечення бізнесу; отримання нових знань у розвитку онлайн-каналів, виходу на нові сегменти ринку в умовах постпандемії.

Annotation

An important role of women's entrepreneurship has been identified, which allows women to increase their financial independence and realize their own leadership potential, which has a positive impact on the socio-economic development of the country. It is established that the current stage of development of Ukrainian society is characterized by the activity of women entrepreneurs who effectively compete with male entrepreneurs. The main barriers to the active development of women's entrepreneurship, including economic, bureaucratic, educational, and cultural, have been systematized. The dominance of patriarchal values, gender inequality in income generation and the lack of necessary knowledge of leadership and entrepreneurship create many obstacles to the formation of the personality of a woman entrepreneur. An analysis of various programs to support women's entrepreneurship and leadership in Ukraine, which are implemented by state, international and non-governmental organizations. The key elements of activating the development of women's entrepreneurship, providing free access to quality instruments of their financial and credit support are identified; improving business information and staffing; gaining new knowledge in the development of online channels, entering new market segments in a post-pandemic environment.

ВСТУП

Основним трендом останніх років в Україні є популяризації теми розвитку жіночого підприємництва. Сьогодні динамічно збільшується відсоток жінок, які відкривають власний бізнес, зокрема з надання послуг у сфері краси та здоров'я, консалтингу, ІТ та торгівлі одягом і продуктами харчування. Підприємництво – це вкрай важливий елемент в економічній системі сучасного суспільства, враховуючи важливість самозайнятості населення, внеску малого і середнього бізнесу в ВВП України – 55%, зокрема малого – 16% ВВП [1]. При цьому, підприємницька сфера виступає важливим суб'єктом економічної діяльності, від результатів якої залежить як добробут окремого суб'єкта, так й населення країни в цілому. Сучасний етап розвитку українського суспільства, характеризується активністю жінок-підприємниць, які ефективно конкурують з підприємцями чоловіками. Враховуючи те, що діяльність підприємця вимагає від нього повної віддачі сил і часу, жінки життєво необхідно тримати баланс між своєю кар'єрою та сім'єю й особистим життям, в той час як чоловіки, зазвичай, зосереджені на своїй кар'єрі. З іншого боку, саме особистість та інтуїція жінок сприяють розширенню такого підприємництва, як нової сфери, де можна повністю реалізувати себе, зрозуміти і досягнути свій рівень. Тому саме сьогодні актуальними залишаються питання визначення особливостей розвитку жіночого підприємництва в Україні, виявлення його проблем та шляхів їх подолання.

Метою даного дослідження є визачення особливостей розвитку жіночого підприємництва в Україні, а також виявлення основних перешкод та векторів активізації його розвитку. До елементів наукової новизни слід віднести систематизацію основних бар'єрів на шляху активного розвитку жіночого підприємництва та визачення векторів їх подолання, подальший розвиток соціальної та економічної значущості жіночого підприємництва у економічній системі країни, з'ясування впливу пандемії COVID-19 на розвиток вітчизняного жіночого підприємництва.

При дослідженні були використано системний підхід та сучасні емпіричні та теоретичні наукові методи, зокрема монографічний, порівняння, узагальнення, аналізу і синтезу, що дозволило досягти поставленої мети дослідження. Теоретичним та практичним підґрунтям даної роботи стали роботи вчених-економістів, практиків, громадських діячів, громадських організацій, а також аналітичні дослідження проведені Mastercard, Проект ПРОМІС, UNDP та інші.

Результати досліджень. При визаченні поняття «підприємницька діяльність» з боку відомих вчених-економістів, можна виокремити таку специфіку: самостійність у виборі видів та напрямів господарювання, у виборі форм організації підприємницької діяльності; ініціативна діяльність; систематичність; ризикованість; прибутковість [1]. Підприємницька діяльність здійснюється на власний ризик. Цьому виду діяльності частіше за все притаманний певний елемент ризику, про це свідчить навіть аксіома Р.Кантильона, який бачив підприємництво як особливий вид новаторської діяльності, що пов'язана із ризиком, та вигляд підприємця описав як людину, яка має багато обов'язків та ризиків, котрі пов'язані із організацією збуту товарів, а у декількох випадках і відкриття нових видів виробництва та впровадженням у нього нової ідеї, із тими витратами, котрі можуть себе не окупити.

Відомий економіст Й. Шумпетер у роботі "Теорія економічного розвитку" досліджував підприємництво як феномен економічного життя. Він відокремив моти-

ви, що спонукують до здобуття навичок у галузі підприємницької діяльності: такі, як прагнення до боротьби, бажання успіху, перемоги, на мою думку, – це усього лише другорядні мотиви, найбільш вагомим мотивом буде завжди отримання прибутку від здійснюваної діяльності. При цьому, підприємництво, найчастіше пов'язане із новаторством, а підприємницька діяльність базується на приватній власності, яка є основою підприємницької діяльності і його необхідним атрибутом. Підприємництво зазвичай здійснюється фізичною особою або представником від імені юридичної особи, на основі творчого підходу та прагнення до пошуку нових стратегій та ідей щодо життєдіяльності підприємництва [2].

Для забезпечення розвитку малого підприємництва в Україні прийняте необхідне законодавство, яке регулює його функціонування та розвиток, зокрема Закон України від 19 жовтня 2000 року № 2063-III «Про державну підтримку малого підприємництва» та Закон України від 21 грудня 2000 року № 2157-III «Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні» [3, 4].

Слід підкреслити, що саме розвиток жіночого підприємництва є однією з важливих тенденцій функціонування сучасного ринку праці, як у розвинутих країнах, так і в інших країнах. Результати першого дослідження Index of Women Entrepreneurs (Індекс жінок-підприємців) від Mastercard свідчать, що індекс жінок-підприємців є найвищим на розвинутих ринках. Перше місце посідає Нова Зеландія, друге – Канада і третє – Сполучені Штати Америки. Ці країни мають найбільш сприятливі умови для розвитку жіночого підприємництва, зокрема активні спільноти власників малого та середнього бізнесу, високу якість регулювання та легкість ведення бізнесу. Цікавим є те, що в країнах з низьким рівнем доходу, зокрема Уганда, Бангладеш та В'єтнам є велика частка жінок-підприємців, які в більшості випадків розпочинають підприємницьку діяльність через матеріальні потреби, а не через сприятливі можливості на ринку [5]. Як свідчить досвід з розвитку жіночого підприємництва у США, американські жінки започатковують нові підприємства у півтора рази частіше, ніж чоловіки. На сьогодні саме жінки очолюють вже понад третину американських компаній і їх кількість постійно зростає. Наприклад, підприємець Ніколь Деш відкрила заклад, який поєднує садочок та офіс, що дозволило не лише отримати дохід, а й допомогти жінкам керувати своїм бізнесом, в той час як їхні діти під наглядом. Також Сейдж Лавін, автор книги «Жінки рушії бізнесу» стверджує, що щодня жінки в США започатковують 1200 компаній з об'ємом понад трильйон доларів на рік [6].

Сьогодні в Україні жінки змушені не тільки масово змінювати свій соціальний та професійний статус, але в більшості випадків його знижувати, стаючи безробітними, вони перекваліфікуються, як правило, на інші професії і використовуючи форми зайнятості, які не потребують ні освіти, ні накопичених професійних знань. Жінки беруть участь у перетвореннях національної економіки, змінюють форми трудової активності. Основне соціальне протиріччя, що склалося в сфері зайнятості жінок, полягає в тому, що, з одного боку, ринкова модель дозволяє вільно розвиватися жіночій економічній ініціативі, самостійності і незалежності у виборі форм зайнятості, з іншого боку, в умовах переходу до ринку, принципово відмінних від сформованих за радянських часів норм, установок трудової поведінки, жінки виявляються менш готові до вільної, ініціативної діяльності, менш адаптовані, ніж чоловіки. При цьому, спостерігається тенденція збільшення кількості жінок, які обирають дрібний бізнес. Саме звернення до дрібної комерційної діяльності для переважної більшості жінок вимушене, ніяк не пов'язане з колишньою професій-

ною діяльністю; жінки не просто змінюють свій соціальний та професійний статус. Враховуючи існуючі економічні проблеми, умови пандемії та низькі соціальні гарантії з боку держави, саме підприємницька діяльність для багатьох жінок є єдиною альтернативою пасивному очікуванню допомоги від держави. Слід підкреслити, що базовим рушійним мотивом прийняття такого рішення стає почуття відповідальності за своїх близьких, яке, залишає осторонь властивий жінці консерватизм, небажання ризикувати й інші якості, які стримують підприємницьку активність жінок [7].

Існують різні бар'єри розвитку підприємництва для американських і українських жінок, враховуючи ймовірні міжкультурні та ментальні відмінності. Головними перешкодами на шляху ефективного розвитку жіночого підприємництва в Україні опитані респондентки вважають: бюрократія урядових органів влади (77% респонденток); відсутність державної допомоги (66%); недостатність фінансування для запатентування бізнесу (60%). Менше ніж 10% респонденток відмітили, що вони не перетиналися із державною бюрократією або що це неважливо. Щодо опитування «Я маю змогу оплатити потрібне фінансування для власного бізнесу», тільки 13% були спроможні знайти необхідні кошти. Більшість респонденток зайшли головну частку фінансування бізнесу самотужки (40%)[8].

В Україні значна кількість жінок зайняті в аграрному секторі економіки, створюючи в галузі успішні бізнес-проекти, розвивають аграрні й переробні компанії, які генерують податкові надходження до бюджетів всіх рівнів, а також є прикладами соціальної відповідальності. Так, третина українських жінок проживає в сільській місцевості, але при цьому лише 10% керівників чи власників фермерських угідь є жінками. Для порівняння, у США цей показник досягає 30%. Хоча питання гендерного характеру вийшло на зовсім новий якісний рівень, серед жінок, які займаються підприємництвом, в тому числі на селі, стоять багато труднощів. Тому потрібно навчати майбутніх бізнесвумен цьому ремеслу ще зі школи, особливо у сільських регіонах, пояснюючи дівчатам, як і хлопцям, відкриті в цій сфері можливості, що все залежить від їх власного вибору та бажань. Частіше за все, коли йде мова про гендерну рівноправність, повинно бути розуміння, що мова йде про те, щоб оволодіти навиками і усунути всі суспільні бар'єри, що перешкоджають проявити себе як особистість [9].

У випадках із жінками-підприємницями серед подібних бар'єрів доцільно відзначити основні, щоб окреслити існуючу проблематику:

1. Нерозвиненої інфраструктури соціальних послуг на селі, які створюють більше навантажень на жінок у питаннях догляду за дітьми чи інших питаннях;
2. Відсутності сталої аграрної політики щодо підтримки кооперацій, в тому числі серед жінок-підприємниць, яка може вкрай спросити їм ведення бізнесу;
3. Відсутність дійового порядку дорадництва, в тому числі з ціллю формування регіональних осередків жінок-підприємниць;
4. Властива неприступність навчальних платформ (окрім деяких проектів техдопомоги) саме для жінок-підприємниць, в тому числі щодо питань фінансової, юридичної грамотності та виходу на цивілізовані внутрішні та зовнішні ринки збуту [8, 9].

Таким чином, підтримка жіночого підприємництва з боку держави включає в себе різні аспекти, які є гендерно-нейтральними. Це має початок з дійової допомоги для малого бізнесу і створення умов для його скорішого розвитку, через стимулювання піднесення виготовлення нішевих культур, сімейного фермерства і кооперацій до формування нових засад культури ведення бізнесу в країні та

боротьби з гендерними кліше. Жіночий бізнес має змогу стати дійсною рушійною силою збалансованого піднесення сільських територій в умовах зростаючої урбанізації в Україні.

Також, основною проблемою нерозвиненості жіночого підприємництва в Україні на думку заступника голови Офісу Президента України Юлії Ковалів – є ментальність у культурі та вихованні. Таку думку вона висловила у рамках діалогової зустрічі бізнесу та влади платформи SheExports на тему: «Розширення економічних можливостей жінок та розвиток жіночого підприємництва в Україні». «Більша частина працездатного населення виросла в радянську та пострадянську епоху. Тоді у вихованні були закладені певні штампи: дівчатка ходили в садочок в рожевих платтях і гралися ляльками, а хлопчики будували заводи, водили машини і хотіли стати космонавтами. Такий розподіл обов'язків власне і відобразився на моделі поведінки в подальшому цих дівчат та хлопців. Тому, в першу чергу, варто говорити про «дірки» у вихованні та освіті жінок», – говорить Ковалів. Експерт акцентує, що в Україні уже третій рік поспіль запускається програма нової школи, в рамках якої у дівчаток формують гендерно правильні навички – вони займаються програмуванням, грають у шахи та інші інтелектуальні ігри [10].

До соціальних передумов, що носять зовнішній характер і стримує розвиток жіночого підприємництва, слід перш за все віднести загальні проблеми, пов'язані з положенням жінок в сфері праці. В основі цих проблем лежить домінування патріархальних цінностей, які в умовах переходу до ринкових відносин, не дивлячись на демократизацію суспільства в цілому, тільки посилилися. Основними показниками такого становища жінок є: соціальна дискримінація жінок (при прийомі і звільненні, при оплаті праці тощо); існування стереотипів рольових функцій жінок, в тому числі і в сфері праці; деякі форми соціального захисту жінок, що мають характер обмежень у сфері праці [7]. Слід відзначити, що в Україні існує гендерна нерівність у отриманні доходів. Так, станом на початок 2018 року в багатьох регіонах України у жінок середньомісячна заробітна плата була нижчою, ніж у чоловіків, у середньому на 1 698 грн, хоча чим більше промислово розвинена область, то більша нерівність у заробітній платі. Найменші розриви спостерігаються в Херсонській області (434 грн), найбільші – у Донецькій (3 792), Дніпропетровській (2 556), Запорізькій (2 446) областях та в м. Києві (2 227 грн). По-перше це пояснюється розвитком у цих регіонах галузей, де затребуваною є чоловіча праця, але певний вплив чинить також переважаючі чоловіків на престижних керівних високооплачуваних посадах, а жінок – на низькооплачуваних. Так, наприклад, типово «жіноча» поштова і кур'єрська діяльність є найменш оплачуваною в Україні – 3 851 грн. Те саме стосується охорони здоров'я та соціальної роботи (4 977 грн), тимчасового розміщення та організації харчування (4 988 грн), роботи в бібліотеках, архівах, музеях (5 464 грн). У категорії частково зайнятого населення України, яке, вочевидь, отримує меншу платню, переважають жінки: 13,9 % від загальної кількості зайнятих жінок на противагу 6 % у чоловіків [8].

Причинами неповної зайнятості жінок є різними: від не обов'язковості трудової діяльності й сприймання її радше як засобу самореалізації – до змушеного поєднання кількох видів діяльності, використання будь-якої можливості заробітку. В інших країнах світу серед частково зайнятих також переважають жінки. В Україні та світі досі існує нерівна оплата за виконання однієї й тієї самої роботи жінками та чоловіками. Відповідно до результатів опитування респондентів з різних країн, які наведені у звіті Світового економічного форуму, в Україні ця різниця оцінюється

ся на рівні 0,71 за шкалою від 0 до 1. У багатьох європейських країнах ситуація з гендерною рівністю в оплаті праці ще складніша. У Нідерландах та Німеччині відповідний показник становить 0,68, у Великобританії – 0,67, у Польщі та Росії – 0,55 і 0,65 відповідно [11].

Необхідність поєднувати бізнес та домашні клопоти є суттєвою перешкодою приходу жінок у бізнес, джерелом формування комплексу провини перед родиною та дітьми, причиною родинних сварок через нерівномірний розподіл домашніх обов'язків та їх неналежне виконання. Слід, щоправда, зауважити, що і для жінки – найманого працівника життєва ситуація часто складається подібним чином. Намагання ж успішно поєднувати усі види діяльності можуть спричинити хронічну перевтому, виснаження, стреси, хвороби. Водночас чимало ідей для бізнесу, інновацій, підприємницьких навичок жінки беруть саме з досвіду ведення домашнього господарства, що можна розглядати як позитивний ефект тісного взаємозв'язку приватного та підприємницького життя. Бажання забезпечити своїм дітям можливості для розвитку, добробут, гарний старт кар'єри є могутнім стимулом для жінки розпочати власну справу. А діти на роботі – це не лише клопіт, але й гарна профорієнтація та виховання, можливість викликати інтерес до власної справи та підготувати помічників для її ведення, зрештою – шанс продовжити сімейний бізнес у наступному поколінні. Родинний бізнес – це найбільш поширена форма організації підприємництва у світі.

В окремих країнах сімейні компанії становлять понад 70 % загального числа усіх підприємств. Fiat, Siemens, L'Oreal, BMW, Samsung, Columbia Sportswear Company – приклади найбільш успішних сімейних компаній. Сімейна справа згуртовує родину. Між її членами є довіра, чого важко досягти з найманими працівниками [12]. Вони добре розуміють цілі діяльності підприємства, а їхня праця є вмотивованою. Жінки часто долучають до справи своїх родичів. При цьому є зворотний бік медалі – проблеми поєднання та розмежування сфер бізнесу та родини, а отже, – виникнення цілої низки проблем та суперечностей, які потрібно вирішувати.

На основі опитування жінок-підприємниць із 23 регіонів України було виявлено таку специфіку:

- більшість опитаних жінок прийшли в бізнес з вимушених причин;
- багато з них не радили б молодим жінкам розпочинати свій бізнес зараз, тому що умови змінилися не на краще, однак, ніхто не пошкодував про свій вибір;
- перешкодами у веденні малого і середнього бізнесу жінками було визнано хабарництво, необхідність мати особисті зв'язки у «владних верхівках», відсутність державної підтримки, нестача кваліфікованого персоналу та труднощі, пов'язані з його пошуком;
- у процесі обробки інтерв'ю з українськими бізнес-леді у американських дослідників склалося враження, що опитувані були схильні до свідомого заниження самооцінки;
- дослідники зазначили складність у підборі кандидаток на інтерв'ю, якими мали бути незалежні жінки-підприємниці, а також констатували низький рівень довіри та обережність у спілкуванні, зокрема відмови у телефонному спілкуванні, незважаючи на вжиті заходи щодо етичного захисту учасниць проекту [8].

У 2014 році Д. Джонсон опублікував дослідження, яке охопило опитування 1 000 жінок-підприємниць із різних регіонів України, у якому головними перешкодами на шляху успішного підприємництва українських жінок були підтверджені рані-

ше: бюрократія та відсутність належної підтримки; нестача висококваліфікованої робочої сили. Водночас було наголошено на проблемі дефіциту коштів для початкового фінансування [13].

«Значна ініціатива жінок саме у сфері малого підприємництва. На жаль, багатьом підприємцям не вистачає фінансів та знань у цій сфері. У них є ідеї та бажання, вони готові ризикувати та брати на себе відповідальність, але не мають відповідного досвіду. Тому їх потрібно навчати, починаючи з того, як скласти бізнес-план, як сформулювати ідею, як працювати з клієнтами, і закінчуючи тим, як виходити на експорт», – зазначає заступник голови Офісу Президента України. Ковалів Ю. називає ще одну проблему, чому в Україні так мало жінок-підприємців, – прогалини у законодавстві. «У нашому соціалістичному законодавстві зазначено, що у жінок декретна відпустка триває 3 роки. В якій країні є ще такий тривалий період? В більшості країн Європи він становить максимум 18 місяців. А потім ми дивуємося, чому у нас немає робочої сили, а виходить, її частина перебуває у декретній відпустці по 6-9 років, – говорить Ковалів Ю. – Це проблема, але ми можемо говорити про якісь зміни лише тоді, коли в країні буде відповідна інфраструктура – достатня кількість яслів та садочків, якісне медичне забезпечення тощо. Я знаю, що в Європі є компанії, які укладають договори з приватними дитячими садками, щоб їхні співробітниці змогли вийти на роботу якомога раніше. Як варіант, нам варто подумати про надання податкових пільг тим компаніям, які готові вкладати кошти на підтримку жінок». Юлія Ковалів зазначає, що побудова інфраструктури та підвищення грамотності – це речі, які дозволять стимулювати жінок ставати більш економічно активними. Тим більше, що зараз в Україні відкрилося багато можливостей та ліфтів і з точки зору підприємництва, і з точки зору кар'єри [10].

У аналітичному дослідженні «Інклюзивний розвиток бізнесу: жіноче підприємництво» зазначається, що ключовою проблемою, яка гальмує розвиток підприємництва в країнах Східної Європи, є доступ бізнесу до кредитування. Не зважаючи на те, що загалом у світі жінки в 1,5 рази частіше, ніж чоловіки, відкривають підприємства, проте їхній стартовий капітал – у 6 разів менший [11]. В цьому питанні Україна не є винятком. Жінкам набагато складніше отримати кредит, тому що вони мають менше ресурсів, які можуть слугувати заставою. У Звіті також йдеться про те, що жінки зазвичай отримують короткострокові кредити під вищі відсоткові ставки. Відсутність стартового капіталу – серйозна проблема для українок, які бажають розпочати свою справу. Інвестори та кредитори неохоче дають жінкам кошти, а наші співвітчизниці, своєю чергою, неохоче їх беруть, надаючи перевагу самофінансуванню через вкрай не вигідні умови, які пропонуються банками. Надто якщо є побоювання (а жінки завжди більш обережні), що щось піде не так і доведеться позбавити сім'ю найнеобхіднішого. Сплеск на попит до товарів у сфері handmade виник не випадково. Сучасне суспільство потребує того, що може дати цей напрямок, як тим, хто цим займається, так і тим, хто споживає товари ручної праці. Саме вони – речі, виготовлені ручною працею – в контексті економіки відчуттів, дарують своїм власникам [6, 11].

Соціальний портрет українських підприємниць формується під впливом певних факторів, серед яких можна виділити дві великі групи: трансформаційні та соціально-культурні фактори. До першого належать чинники, пов'язані з трансформацією, які переживає українське суспільство.

Розпочавшись з політики, трансформація зачепила та подекуди докорінно змінила й інші сфери суспільного буття: позначилася на економіці, культурі, побуті,

цінностях, світогляді, поведінці [5]. Водночас, усвідомлюючи роль жінок як трудових ресурсів та потенційних суб'єктів підприємницької ініціативи, в умовах зростання споживання та підвищення соціальних стандартів сучасне суспільство не готове повернутися до гендерного розподілу ролей згідно з традиційною патріархальною моделлю. Іншою стороною трансформації є пошук додаткових ресурсів та можливостей розвитку, зокрема, шляхом перегляду ролі жінок у суспільстві, стимулювання їхньої економічної активності, визнання традиційних поглядів стереотипами з подальшою відмовою від них, створення нових моделей поведінки жінок, які б схвалювалися суспільством.

Сьогодні нетрадиційний стиль управління, гуманний менеджмент, більш відповідає постійно змінюваним умовам діяльності фірм і сприяє переходу на нову управлінську парадигму. Зміна ціннісних орієнтирів у суспільстві, перехід до демократичних принципів існування сприяють появі «харизматичних лідерів-натхненників», на відміну від традиційно «сильних лідерів». Серед особистісних якостей, що гальмують роботу з людьми, 75% жінок назвали зайву м'якість бажаним вектором зміни в формуванні психологічної дистанції з персоналом і зміну практики санкціонування. Серед рис, що заважають бізнесу, жінки називали відсутність пунктуальності, неможливість переступити через жалість, зайву емоційність, що переходила в нестриманість, довірливість, прагнення зробити добре для всіх. З особистих якостей, які необхідні в такого роду діяльності, можна відзначити традиційну працьовитість жінок, їх вміння мобілізуватися в потрібний момент, притаманну їм інтуїцію. Серед рис, які сприяють успіху в бізнесі, можна виділити комунікабельність, вміння налагоджувати контакти з людьми, любов до людей, сумлінність і відповідальність, вміння доводити почате до кінця [9, 12].

На жаль, сьогодні в Україні є невирішеною проблема розвитку жіночого підприємництва, оскільки багато українських жінок не можуть реалізувати свої можливості в той час, коли в США та у інших розвинених країнах відбувається стала орієнтація на поглиблення навичок ведення бізнесу, підвищення кредитоспроможності, балансування роботи та сімейного дозвілля. Україна все ще залишається у проблемах більш глобального рівня, таких як: бюрократія, відсутність підтримки з боку держави, відсутність фінансування, відсутність кваліфікованих кадрів та відсутність впевненості у завтрашньому дні, а звідси і відсутність впевненості у своїй діяльності. Це ті проблеми, які варто нашій країні вирішувати якомога швидше. Та попри такі проблеми в Україні прослідковується розвиток громадських організацій, які також здатні вплинути на велику кількість процесів, та розвиток комунікації між жінками-підприємцями. Тому варто поєднати позитивні аспекти та вирішувати існуючі проблеми, адже розвиток жіночого підприємництва дозволить жінкам підвищити свою фінансову незалежність та реалізувати власний лідерський потенціал, що вплине на суспільно-економічний розвиток суспільства [7].

Отже, основні перешкоди на шляху до розвитку жіночого підприємництва в країнах з перехідною економікою можна розділити на три види.

1. Економічні та бюрократичні бар'єри: нечіткі і часто мінливі юридичні положення, що стосуються відкриття та розвитку бізнесу; надмірно високі податки; недостатній стартовий капітал і складність доступу до фінансових ресурсів; низький попит як результат високого безробіття і низьких показників зростання економіки; конкуренція з боку великих вітчизняних або зарубіжних компаній; обмежений вихід на закордонні ринки через невідповідності стандартам, встановленим більш розвиненими країнами; високі витрати, необхідні для просування бізнесу на ці

ринки; несприятлива державна політика по відношенню до розвитку бізнесу; відсутність підтримки з боку уряду.

2. Освітні бар'єри: обмежений доступ до консультаційних послуг центрів для тих, хто бажає відкрити свій бізнес або просувати його; обмежений доступ до знань та інформації; висока вартість професійних тренінгів, що надаються на ринку (лише кілька країн розробляють програми з рефінансування витрат на участь в тренінгах для підприємців, серед яких Польща); обмежені можливості в постійному навчанні.

3. Культурні бар'єри: неповне прийняття суспільством приватної економічної діяльності; недостатньо шанобливе ставлення до підприємців; відсутність традицій, що стосуються навчання людей підприємницької діяльності; побоювання з приводу майбутніх змін; гендерна дискримінація в бізнесі. Культурні бар'єри стають ще більш жорсткими для жінок з моменту прийняття ними рішення про відкриття власної справи. Тому причиною є той факт, що підприємництво завжди асоціювалося з чоловіками. Жінки не входять в неформальні мережі, які сприяють завоюванню позицій у бізнесі, тому вони частіше, ніж чоловіки, відчувають себе безпорадними, незахищеними, невпевненими в собі і в своєму успіху [11, 12].

Сьогодні в Україні існує безліч різноманітних програм підтримки жіночого підприємництва. Так, громадські організації, державні інституції та різні міжнародні фонди приймають активну участь у розвитку і популяризації жіночого підприємництва. Так, 11 березня 2020 року заступник міністра цифрової трансформації з питань євроінтеграції Валерія Іонан провела діалогову зустріч із бізнесом щодо розвитку жіночого підприємництва. Організатором події виступила #SheExports – платформа підтримки жінок-підприємниць. Серія діалогових зустрічей бізнесу та влади на тему «Розширення економічних можливостей жінок та розвиток жіночого підприємництва в Україні» реалізується Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH за підтримки уряду Німеччини в рамках проєкту «Підтримка рамкових умов для торгівлі в Україні». Під час зустрічі була оприлюднена наступна статистика:

- Потрібно 257 років, щоб вирівняти оплату праці між чоловіками і жінками, якщо ми рухатимемось зі швидкістю останніх 5 років;
- Жінки задіяні в неоплатній хатній-сімейній роботі 4,4 години, а чоловіки 1,7 годин;
- Серед 100 найбагатших людей України лише три жінки;
- Тільки 6% бізнесів керують жінки.

Валерія Іонан розповіла про проєкти Мінцифри, зокрема, Дія.Бізнес. Це масштабний національний проєкт із розвитку підприємництва, який має дві складові: онлайн-платформу для підприємців і офлайн-складову – в різних регіонах України планується відкрити центри підтримки та хаби для підприємців. Окрім консультацій, у консалтингових зонах підприємці зможуть представити свій продукт іншим підприємцям і отримати зворотний зв'язок, пройти освітні програми та отримати додаткові послуги. Відкриття першої консалтинг-зони для підприємців заплановано на квітень-травень 2020 року в Харкові. Проєкт Дія.Бізнес допомагає збільшити появу нових бізнесів у регіонах і кількість робочих місць, сприятиме розвитку трансформації малого бізнесу в середній і виходу українських підприємців на міжнародні ринки [14].

Також, вагомий внесок у підтримку жінок-підприємниць здійснює «Інститут партнерства та сталого розвитку», зокрема через проєкт «Жіноче лідерство та

підприємництво». Так, створено Inspiring Women Academy – Жінки, які надихають, захоплюють та ставлять перед собою високі цілі! Академія покликана допомагати українським жінкам та дівчатам розкрити свій лідерський потенціал та стати успішними бізнес-леді. Inspiring Women Academy – простір свободи та розвитку, інновацій та підприємництва! В рамках комплексної програми 50 учасниць з різних регіонів України дізнались як започаткувати власну справу. Крім цього, Інститут щорічно проводить міжнародний бізнес-форум «БізнесWOMAN 2017» став унікальною за масштабом, змістовним наповненням та ціннісним підходом подією для всього світу, яка відбулась в столиці України! Метою Міжнародного бізнес-форуму «БізнесWOMAN» стала консолідація жінок бізнесу, політики та соціальної сфери задля налагодження тісної співпраці, обміну досвідом, репрезентації України в світі та сприяння розвитку малого і середнього бізнесу [15].

Слід відзначити, що світова пандемія та економічні наслідки карантинних заходів посилили та прискорили тенденції, які поступово розвивались останні роки, особливо щодо навчання та переходу в онлайн. Згідно з Дослідженням ведення бізнесу серед жінок-підприємниць, проведеним CBR для Visa у квітні-травні 2020 року, 64% опитаних власниць бізнесу готові до хоча б часткового переведення свого бізнесу в онлайн, проте мають сумніви, чи вистачить їм для цього знань та ресурсів. При цьому 85% жінок прагнуть додаткового навчання. Серед найбільш затребуваних тем: як адаптуватися до нових реалій, як пережити кризу, пов'язану з пандемією, та як розвивати свій бізнес онлайн. Це свідчить про те, що жіночий бізнес поступово переходить у новий етап та починає свій стрімкий розвиток, який потребує ефективних практичних інструментів та сучасних знань для переходу на якісно нові рівні [16].

Пошук нових знань та інструментів через додаткове навчання та успішні приклади інших жінок-підприємниць підсилюють цю тенденцію та стрімко покращують показники жіночого підприємництва в Україні. Дослідження показує, що жінки-підприємниці відрізняються невпинною жагою до навчання – 85% жінок зацікавлені в додатковому розвитку через бізнес воркшопи. Якщо молоді власниці бізнесу зазвичай роблять акцент у навчанні на бізнес-стратегії, фінансовій та юридичній організації, то більш старші жінки-підприємниці зосереджують свою увагу на веденні та розширенні бізнесу, особливо в онлайн форматі. Із поступовим переходом в онлайн, жінки все частіше шукають платформи та ресурси для ознайомлення та вивчення таких тем як розвиток онлайн-бізнесу, механіка онлайн-продажів та просування в Інтернеті за допомогою соціальних мереж. Крім того, 69% жінок-підприємниць надають перевагу онлайн-навчанню [16].

Непередбачувана пандемія та економічні наслідки, як ефект сніжної кулі, внесли на порядок денний нові питання та виклики. Результати дослідження яскраво підтверджують, що більший відсоток жіночого бізнесу постраждав в період пандемії COVID-19: 38% скоротили свою дохідність, а 52% – взагалі вимушені були зупинити діяльність. Найбільше постраждали сфера офлайн торгівлі, бізнеси в невеликих містах та бізнеси власниць більш старшого віку. Такий розвиток подій підвищує потребу власниць бізнесу різного масштабу до пошуку інструментів для адаптації та подальшого розвитку своєї справи. Незважаючи на те, що 41% жінок-підприємниць продає свої товари та послуги через Інтернет, вони значною мірою потребують знань у розвитку онлайн-каналів, виходу на нові сегменти та пошук додаткового фінансування [16].

Таким чином, вдосконалення розвитку жіночого підприємництва слід здійснювати саме в тих напрямках, де воно має беззаперечні переваги, враховує специфічні «жіночі» особливості поведінки, психіки, менталітету тощо. При цьому, необхідно йти в напрямку врівноваження сфер бізнес-діяльності жінок і чоловіків. Жіноче підприємництво саме по собі є вагомим фактором еволюції національної економіки, сприяє її стабілізації і динамічному зростанню. Разом з тим жіночий бізнес виконує в значній мірі і важливі соціально значущі функції. Так, саме розвиток жіночого бізнесу сприяє більшою мірою подоланню феномену бідності, створює умови для домінування «здорового способу життя», націлене на поліпшення якості життя людини. Також, масштаби розвитку жіночого бізнесу в нашій країні, як показують статистичні дані, поки що відстають від відповідних показників високорозвинених країн світу. Незважаючи на те, що це явище характерне для всіх країн з перехідною економікою, в Україні воно додатково посилюється під впливом численних специфічних факторів.

Українські жінки-підприємці стикаються з труднощами під час отримання коштів для початку підприємницької діяльності, а також для підвищення розвитку на своїх підприємствах. Тому основна підтримка має бути спрямована на:

- забезпечення спрощеного доступу жінок-підприємниць до фінансування, зокрема до банківської системи, а також альтернативних джерел фінансування;
- розроблення фінансовими установами конкретних продуктів для очолюваних жінками підприємств;
- запровадження спеціальних квот або цільових показників фінансової підтримки жінок-підприємниць у роботу фінансових установ, донорів, схем державного фінансування;
- залучення банківських установ до програм підтримки підприємниць.

Таким чином, серед ключових елементів активізації розвитку жіночого підприємництва слід відзначити: впровадження дієвих законодавчо-нормативних актів, спрямованих на стимулювання відкриття нового бізнесу жінками; надання вільного доступу до якісних інструментів фінансово-кредитної підтримки жіночого підприємництва; покращення інформаційного та кадрового забезпечення бізнесу.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, сучасне підприємництво є дуже важливим елементом в економічній системі України, який характеризується значною активністю жінок-підприємниць ефективно конкуруючих з підприємцями чоловіками. З'ясовано, що індекс жінок-підприємців є найвищий у розвинутих країнах, що обумовлено створенням сприятливих умов для розвитку жіночого підприємництва, а в країнах, що розвиваються, більшість жінок розпочинають підприємницьку діяльність через свої матеріальні потреби, що в більшості випадків відбувається й в Україні. На шляху розвитку жіночого підприємництва стоїть багато перешкод починаючи з економічних та бюрократичних бар'єрів, закінчуючи соціальними, освітніми і культурними. Для популяризації жіночого підприємництва в Україні існує безліч різноманітних програм його підтримки, зокрема громадські організації, державні інституції та різні міжнародні фонди приймають активну участь у розвитку жіночого підприємництва і лідерства. Також, виявлено, що серед ключових елементів активізації розвитку жіночого підприємництва слід відзначити: впровадження дієвих законодавчо-нормативних актів, спрямованих на стимулювання відкриття нового бізнесу жінками; надання вільного доступу до якісних інструментів фінансово-кредитної підтримки жіночого

підприємництва; покращення інформаційного та кадрового забезпечення бізнесу; отримання нових знань у розвитку онлайн-каналів, виходу на нові сегменти ринку в умовах постпандемії.

Разом з цим, на нашу думку, потребують подальшого дослідження питання активізації жіночого підприємництва у сільській місцевості та популяризації й специфіки розвитку молодіжного жіночого підприємництва в Україні, що мають значну актуальність та значимість для розвитку сучасної вітчизняної науки, так й для економіки країни в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Денис Шемякін. Новини УНІАН. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.unian.ua/economics/finance/10596576-maliy-ta-seredniy-biznes-v-ukrajini-daye-55-vvp-kabmin.html>
2. Йозеф А. Шумпетер. Теорія економічного розвитку. Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотку та економічного циклу. К. Видавничий дім «Києво-Могилянська академія». 2011. 244 с.
3. Закон України від 19 жовтня 2000 року № 2063-III «Про державну підтримку малого підприємництва».
4. Закон України від 21 грудня 2000 року № 2157-Ш «Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні».
5. Індекс жінок-підприємців від Mastercard виявив умови, необхідні для розвитку жіночого підприємництва [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://newsroom.mastercard.com/eu/uk/news-briefs/index-zhinokpidpriyemciv-vid-mastercard-vyjav/>.
6. Жінки-підприємці – нова рушійна сила на ринку праці у США. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ukrainian.voanews.com/a/women-in-business-mothers/4015787.html>.
7. Валерія Шатська. Жіноче підприємництво в Україні: тенденції, проблеми, перспективи. ІБО, КНЕУ. <https://www.businesslaw.org.ua/jinoh-pidpryemnytvo-v-ukraini/>
8. Дослідження «Жіноче підприємництво України: кілька питань» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.management.com.ua/interview/int361.html>.
9. Gender Issues in Ukraine. Challenges and Opportunities. Kyiv: UNDP. 2003. 142 p.
10. Юлія Ковалів. Як стимулювати жіноче підприємництво. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://agroportal.ua/ua/views/mnenie-eksperta/kak-stimulirovat-zhenskoe-predprinimatelstvo-v-ukraine/>
11. Смаль В. Аналітичне дослідження «Інклюзивний розвиток бізнесу: жіноче підприємництво» підготовлено в рамках діяльності проекту міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» (Проект ПРОМІС), який впроваджує Федерація канадських муніципалітетів (ФКМ) за фінансової підтримки Міністерства міжнародних справ Канади. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/490/Woman_Business_PLEDDG_2019.pdf
12. Олійник Н. Ю. Жіноче підприємництво в Україні: особливості та перспективи. Фінансовий простір. 2015. № 2. -С. 390 -396.
13. Джонсон Дж.С. Успіх у бізнесі: Перешкоди та стимули на шляху українських бізнес-леді // Український соціум: науковий журнал. – № 4 (51). – 2014 – С. 62 – 75.

14. Проект Міністерства та Комітету цифрової трансформації України. Дія.Бізнес [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://business.dia.gov.ua> <https://thedigital.gov.ua/news/na-platformi-diyabiznes-zyavitsya-rozdil-pro-zhinoche-pidpriemnistvo>
15. Проект «Жіноче лідерство та підприємництво» Інститут партнерства та сталого розвитку [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://ipsd.org.ua/>
16. Жіноче підприємництво в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://woto.ua/zhinoche-pidpriemnistvo-v-ukrayini-64-opitanih-vlasnits-biznesu-gotovi-do-hocha-b-chastkovogo-perehodu-v-onlayn-85-pragnut-dodatkovogo-navchannya/>

ЗМІСТ

Передмова	4
РОЗДІЛ 1. Сучасні проблеми та пріоритети розвитку підприємництва	6
<i>Говоруха О. О., Євлаш Т. О.</i> Сучасний стан, тенденції та можливості розвитку аутсорсингу в Україні	7
<i>Самофатова В. А.</i> Локаворство, як рушій забезпечення сталого розвитку агропродовольчої сфери регіону	21
<i>Танклевська Н. С.</i> Особливості розвитку жіночого підприємництва в Україні	33
<i>Хусаинов Б. М.</i> Актуальные вопросы развития кадрового потенциала предприятия в цифровой экономике	46
<i>Черевата Т. М., Памбук С. А.</i> Перспективи розвитку інноваційного підприємництва у сфері органічного виробництва	61
<i>Яцевич Н. В.</i> Эволюция теоретических подходов к определению сущности предпринимательства	80
РОЗДІЛ 2. Маркетинговий інструментарій формування попиту на товари та послуги	93
<i>Брайко М. Г., Струц Є. М., Фещук Л. О.</i> Методичне забезпечення інноваційного івент-маркетингу	94
<i>Golubyonkova Olena, Holubonkova Hanna, Afanasjev Vyacheslav</i> Modern marketing-mix for higher education institutions in Poland and Ukraine	113
<i>Євтушок О. В., Чабаров В. О., Долинська О. О.</i> Впровадження ефективної системи управління асортиментом і якістю товарів на підприємстві	132
<i>Зубков Р. С., Ляшенко В. В.</i> Напрямки удосконалення маркетингової діяльності на підприємствах виноробної галузі Причорномор'я	150
<i>Kazambayeva Aigul, Yessengaliyeva Saltanat</i> Организационно-экономический механизм маркетинга продукции животноводства в региональном агробизнесе	163
<i>Каламан О. Б.</i> Основні положення методології визначення ефективності діяльності виноробних підприємств	174
<i>Карнаушенко А. С.</i> Механізм активізації розвитку фінансування інноваційної діяльності аграрних підприємств	189
<i>Кордзя Н. Р.</i> Интернет – маркетинг як основа сучасного ринку товарів та послуг	206
<i>Лазуткина А. В.</i> Использование каналов интернет-продвижения в зависимости от типа спроса на продукт	218

Одеська національна академія харчових технологій

Колективна монографія

**МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМНИЦТВО І ТОРГІВЛЯ:
СУЧАСНИЙ СТАН, НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ**

Підписано до друку 28.12.2020. Формат 70x108/16.

Папір офсетний. Гарнітура Сиргум.

Друк офсетний. Ум. печ. арк. 47,25.

Тираж 500 прим. Зам. 96

Надруковано з готових оригінал-макетів замовника.

ВидавництвоТОВ «Лерадрук»,

67400, вул. Європейська, 44. м. Роздільна, Одеська обл.,