

Соціально-економічне дослідження мікро-, малих та середніх підприємств у Вінницькій області (Україна)

Грудень 2023 року – лютий 2024 року

КЛЮЧОВІ ПОВІДОМЛЕННЯ

- **Підприємці відзначили, що брак кваліфікованих працівників у зв'язку з тривалою війною є одним із найбільших викликів, з якими вони стикаються.** В умовах переміщення закордон або мобілізації до лав Збройних сил значної частки робочої сили, підприємці були змушені змінювати стратегії найму. Зміни стосувалися переходу до більш гнучких умов роботи, перегляду вимог до найму працівників (пошук працівників з більшим досвідом роботи або навпаки набір працівників одразу після закінчення навчання), а також зусиль в напрямку бронювання працівників від призову на військову службу.
- **Незважаючи на макроіндикатори, що вказують на відновлення економіки у 2023 році** (зростання ВВП, збільшення експорту та зниження інфляції), **більшість перешкод для бізнес активності, про які повідомили респонденти, були зумовлені ширшими економічними чинниками.** Майже третина сільських та половина міських підприємств повідомили про **зменшення кількості клієнтів**. Крім того, на бізнес активність продовжували впливати **зростання виробничих витрат, брак коштів на масштабування бізнесу, інфляція та логістичні проблеми.**
- **Існує брак взаємодії між бізнесом та місцевою владою.** Більше половини опитаних підприємців взагалі не взаємодіяли з місцевою владою з моменту започаткування бізнесу, а понад три чверті ключових інформантів не мали детальної інформації про державні плани відновлення та розвитку у своїй місцевості, а також не користувалися жодною формою державної підтримки бізнесу протягом останнього року. Крім того, через часткову недовіру до влади та недостатню обізнаність щодо релевантності державної політики, підприємці зазначили, що існуючі плани відновлення та розвитку не відповідають або лише частково відповідають їхнім бізнес-інтересам.
- **Зміни у гендерній динаміці, спричинені масовою еміграцією жінок за кордон, внутрішнім переміщенням всередині країни та мобілізацією чоловіків до армії, створили як можливості, так і виклики для економічної участі жінок.** Підприємства все частіше демонструють готовність наймати жінок та представників інших вразливих груп на посади, які раніше займали чоловіки. Як наслідок, близько третини підприємців наголосили на необхідності додаткових програм перепідготовки працівників. Водночас багато економічних проблем, з якими стикалися мікро- та малі підприємства, були ідентичними або мали однаковий вплив незалежно від статі власника бізнесу.

70% опитаних підприємців відчували значний вплив гендерно-демографічних змін на їхню діяльність

60% опитаних підприємців не контактували з місцевою владою взагалі з моменту започаткування їхнього бізнесу

КОНТЕКСТ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ

Повномасштабна війна Росії з Україною, яка триває понад два роки, суттєво вплинула на економічне та бізнесове середовище країни. Станом на січень 2024 року прямі збитки українській інфраструктурі через війну склали близько 155 мільярдів доларів США¹. Це призвело до виникнення специфічних перешкод для відновлення та розвитку підприємництва, особливо для бізнесу, очолюваного жінками. На початку війни 64% мікро-, малих та середніх підприємств (ММСП) тимчасово призупинили діяльність або закрились². Хоча переважна більшість з них вже відновили свою роботу, вони продовжують зазнавати значного тиску через фінансові проблеми та фізичні втрати виробничих потужностей (будівель, обладнання) і трудових ресурсів. За підтримки Міністерства закордонних справ Канади REACH проводить серію соціально-економічних досліджень для надання інформаційної підтримки ACTED у реалізації проєкту «Забезпечення економічних можливостей жінок для відновлення та розвитку» (SEED). У 2023 році REACH Україна провела дослідження у 4 областях: Одеській, Миколаївській, Вінницькій та Чернігівській. Результати цих досліджень сприяють ухваленню рішень щодо типу та цільових орієнтирів програм допомоги для підтримки мікро- та малого бізнесу, очолюваного жінками, а також підвищують обізнаність щодо стандартів розробки ринково орієнтованих гуманітарних програм на ранніх стадіях відновлення.



Global Affairs
Canada

REACH

Informing
more effective
humanitarian action

ЕКОНОМІЧНИЙ ОГЛЯД ТА ПЕРЕДУМОВИ

Макроекономічний контекст

Вінницька область має багатогалузевий промисловий комплекс. Серед галузей промислового виробництва провідне місце до війни займали харчова промисловість, постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря. У малому бізнесі регіону було зайнято понад 150 000 осіб, що становило чверть економічно активного населення області. Найбільша концентрація трудових ресурсів була зосереджена в харчовій промисловості та в енергетиці³.

Вінницька область має один з найпотужніших агропромислових комплексів в країні, на який у 2021 році припадало 8,5% загальнодержавного виробництва сільськогосподарської продукції. Крім того, Вінницька область була лідером серед регіонів України за обсягами виробництва зернових культур, цукрових буряків та плодово-ягідної продукції⁴. Хоча у Вінницькій області немає значної кількості постраждалих сільськогосподарських земель, війна вплинула на аграрний сектор. Структура посівних площ у 2023 році зазнала певної трансформації внаслідок переорієнтації ринку та обмеження експортного потенціалу⁵. Стала відчутною нестача кваліфікованих кадрів в аграрному секторі.

Водночас Вінницька область має великий економічний потенціал для розвитку, оскільки є одним з регіонів країни, куди активно переміщуються підприємства (з лютого 2022 року було релоковано близько 360 економічних суб'єктів)⁶.

За показниками 2023 року Вінниця посіла друге місце⁷ у рейтингу економічної стабільності областей України, складеному на основі відкритих даних Державної служби статистики. Була проведена оцінка економічної стабільності регіонів за чотирма важливими сферами економічного життя: виробництвом

сільськогосподарської продукції, експортом товарів, введенням в експлуатацію житлових будинків та введенням в експлуатацію нежитлових будівель. Вінницька область увійшла до п'ятірки лідерів у 2023 році за обсягом експорту товарів: майже 1,7 млрд дол. Більша частка цих обсягів припадає на продукцію сільського господарства та харчової промисловості⁸.

Враховуючи географічну віддаленість від лінії фронту та меншу кількість ракетних обстрілів, Вінницька область вважається одним з потенційно найбільш безпечних регіонів країни. Загальна кількість ВПО в області становить близько 113 000 осіб (8 місце в країні)⁹.

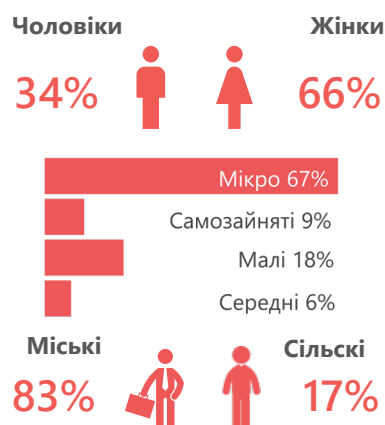
Бізнес динаміка

Майже 8 000 українських підприємств змінили регіон реєстрації з початку ескалації війни у лютому 2022 року. Але лише 1,8 % переїхали до Вінницької області (16-те місце в країні)¹⁰. У першому кварталі 2024 року українці зареєстрували рекордні 74 050 нових фізичних осіб-підприємців (ФОП), що на 33,6% більше, ніж за аналогічний період минулого 2023 року. За цей період у Вінницькій області було відкрито 3 069 нових ФОПів – 7 місце в країні в цілому¹¹. Найпопулярнішими сферами діяльності нових ФОПів у Вінницькій області, як і по всій Україні, залишаються: роздрібна торгівля, надання індивідуальних послуг, комп'ютерне програмування. З лютого 2023 року кожну другу нову ФОП¹² в Україні відкрили жінки. Кількість жінок-підприємців зросла (порівняно з довоєнним періодом та першим роком війни) найпомітніше з початку осені 2023 року: наразі жінки становлять 58% нових підприємців у Вінницькій області. Однак частка жінок-директорів нових компаній становила лише 30%.¹³.

МЕТОДОЛОГІЯ

Соціально-економічне дослідження мікро-, малих та середніх підприємств було проведено на основі даних, зібраних у період з 4 грудня 2023 року по 2 лютого 2024 року. В рамках дослідження було зібрано кількісні та якісні дані від 613 представників ММСП у чотирьох областях, у тому числі 150 у Вінницькій. Розподіл інформантів у вибірці залежно від розміру підприємств базується на даних Державної служби статистики. Він пропорційно представляє приблизно 80% мікропідприємств (включаючи самозайнятих), приблизно 15% малих підприємств та близько 5% середніх підприємств. Результати є індикативними і відображають досвід опитаних підприємців.

Частка КІ за статтю, розміром підприємства та типом населеного пункту



ТРУДНОЩІ У ВЕДЕННІ БІЗНЕС ДІЯЛЬНОСТІ

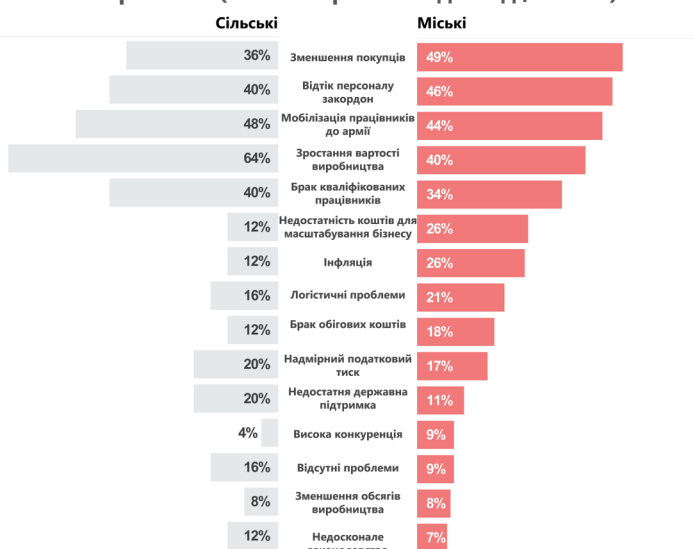
ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕШКОДИ ТА ПЕРЕШКОДИ ВНАСЛІДОК ВІЙНИ: ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ

За словами опитаних підприємців, сфери розваг та громадського харчування найбільше постраждали від війни. Інформанти також відзначили наявність негативного впливу в секторах виробництва непродовольчих товарів, рослинництва, роздрібної торгівлі, мистецтва та краси. Водночас ключові інформанти бачать потенціал зростання у виробництві продуктів харчування (42%), рослинництві (25%) та тваринництві (23%), оборонному секторі (19%) та секторі нерухомості (13%).

Зростання витрат (63%), зростання інфляції (54%), скорочення населення (50%), зростання цін на оренду (39%) та корупція (31%) є найбільш нагальними соціально-економічними проблемами у Вінницькій області, про які повідомили підприємці. Це збігається з основними перешкодами, пов'язаними зі зменшенням кількості населення, з якими стикається бізнес у цій області: зменшення кількості клієнтів, відтік кадрів за кордон та мобілізація до армії і, як наслідок, нестача кваліфікованих працівників (див. Рисунок 1). На відміну від інших досліджених регіонів, опитані підприємці у Вінницькій області менше виділяли логістичні проблеми, що пов'язано з меншим впливом війни на руйнування логістичних шляхів у цьому регіоні.

«[Основні перешкоди] це зниження купівельної спроможності клієнтів, інфляція, зростання цін, зниження вартості покупок. І зменшення кількості клієнтів через те, що люди виїжджають за кордон. Є труднощі з підбором персоналу, його катастрофічно не вистачає. Щодо персоналу, то раніше рекрутингом займалася одна людина, а зараз ми змушені наймати ще одного рекрутера, щоб впоратися з постійними змінами в штаті» Підприємця, малий бізнес, Вінниця

Рисунок 1: Основні труднощі, з якими зіткнулися опитані підприємства у Вінницькій області після початку вторгнення (кілька варіантів відповіді, N=150)



Для підприємців, які працюють у сільській місцевості, проблема збільшення собівартості продукції є більш гострою (64%) і має більший вплив на ділову активність, ніж для підприємців у містах (40%) (див. Рисунок 1). Тоді як зменшення кількості клієнтів, інфляція та брак коштів для

масштабування бізнесу є більш вагомими перешкодами в діяльності для підприємців у міських населених пунктах.

26% ключових інформантів зазначили, що з початком ескалації війни в лютому 2022 року їм стало важче отримати доступ до певних товарів чи послуг. Серед них – ускладнення портової логістики для доставки товарів і необхідність використання вантажівок, а також зростання вартості електроенергії та комунальних послуг, що суттєво вплинуло на кінцеву ціну продукції та призвело до підвищення цін. Іншою проблемою були затримки з постачанням сировини та товарів або необхідність заміни постачальників, які залишилися на окупованих територіях, або іноземних постачальників, які зараз недоступні. Тут КІ також відзначили проблеми з доступом та придбанням таких товарів, як тканина, комплектуючі, текстиль, папір, деревина, кераміка, добрива, корми та сертифіковане імпортне насіння. **69% опитаних підприємств-експортерів відзначили появу додаткових проблем з експортною діяльністю.** Порушення експортних маршрутів (82%), корупція (82%), складні митні процедури (55%), блокада портів (45%) та збільшення термінів доставки продукції замовникам (45%) увійшли до топ-5 найбільших проблем для підприємців-експортерів (див. Рисунок 2).

Рисунок 2: Основні труднощі, з якими стикаються опитані підприємці-експортери (кілька варіантів відповіді, N=24)



На думку опитаних підприємців (як ВПО, так і непереміщених осіб), статус проживання також може впливати на підприємницьку діяльність. Перебуваючи в статусі ВПО, підприємці стикалися з додатковими проблемами, такими як відсутність стабільної клієнтської бази, брак коштів і труднощі з отриманням кредитів, пошук приміщення, незнання місцевого ринку та специфіки регіону, а також психологічний стрес і необхідність адаптації та інтеграції в громаду. Крім того, під час глибинних індивідуальних інтерв'ю підприємці зазначали, що започаткування мікро- та малого бізнесу в сільській місцевості іноді є складним завданням.

«У селах дуже мало можливостей для ведення та розвитку бізнесу. У кращому випадку є магазин чи кав'ярня. І навіть це не є доступним. І людині з села дуже важко отримати якийсь стартовий капітал, щоб розпочати бізнес... немає можливості залучити фінансування для людей з сільської місцевості. Майже ніхто не зацікавлений інвестувати в проекти з маленькою цільовою аудиторією» Підприємця, 26 років, малий бізнес

ТРУДНОЩІ У ВЕДЕННІ БІЗНЕС ДІЯЛЬНОСТІ

ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕШКОДИ ТА ПЕРЕШКОДИ ВНАСЛІДОК ВІЙНИ: ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ

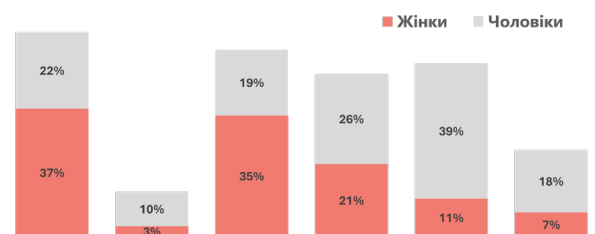
Зміни в соціально-демографічній структурі трудових ресурсів призвели до нестачі кваліфікованих працівників, що ключові інформанти відзначили як проблему, яка ускладнює їхню діяльність.

70% ключових інформантів зазначили, що гендерно-демографічні зміни, які відбулися внаслідок війни, вплинули на їхню бізнес діяльність. Більше половини з них (68%) зазначили, що їм не вдалося розв'язати цю проблему. Мобілізацію чоловіків до армії та виїзд жінок за кордон назвали проблемами 44% та 45% опитаних підприємств у Вінницькій області. Це дещо вище, ніж у двох інших досліджуваних регіонах – Одеській та Чернігівській областях, де ці проблеми були актуальними в середньому для 30% опитаних підприємств.

3-поміж опитаних підприємств 48% у сільській місцевості та 44% у містах назвали мобілізацію чоловіків до армії однією з головних перешкод для ведення бізнесу. Про це частіше повідомляли підприємства, очолювані чоловіками (51%), ніж підприємства, очолювані жінками (41%). Можливо, це пов'язано з тим, що чоловіки частіше відкривають бізнес у сферах, якими зазвичай займаються чоловіки, наймаючи переважно працівників-чоловіків, яких можуть призвати до армії. Виїзд працівників з України до інших країн залишається проблемою для ведення бізнесу для 40% опитаних підприємств у сільській місцевості та 46% – у міській.

З огляду на безпекову ситуацію та економічні проблеми, частина опитаних підприємств зауважила, що їм складно планувати бізнес-діяльність на найближчі місяці і що вони не мають чітких бізнес-планів, зокрема про це повідомили 22% опитаних підприємств та 37% опитаних підприємств. Однак частина жінок-підприємців налаштована оптимістично і планує розширювати свою діяльність та асортимент товарів і послуг, частіше, ніж підприємці-чоловіки (див. Рисунок 3 нижче). Це можна пояснити тим, що жінки-підприємці розглядали розширення штату та підвищення продуктивності бізнесу як спосіб подолання проблем, з якими вони стикалися, в той час як чоловіки частіше шукали бізнес-партнерів для підвищення стійкості свого бізнесу.

Рисунок 3: Плани бізнесів на найближчі 6 місяців, (N=150)



33% опитаних підприємств повідомили про потребу в додаткових програмах професійно-технічної освіти та навчання для підготовки/перекваліфікації працівників.

Зокрема, вони відзначили потребу в навчанні працівників за такими напрямками: працівники сільського господарства (тваринництво, рослинництво, рибальство), підготовка та підвищення кваліфікації працівників сфери послуг (перукарі, офіціанти, кухарі, касири), технічні спеціалісти (слюсарі, електрики), певні IT спеціальності, фінансова грамотність, підготовка навичок для грантових проєктів.

Під час особистих інтерв'ю жінки-підприємці часто зауважували, що вони змінили підходи до найму персоналу, які серед іншого стосувалися зміни умов роботи (поєднання онлайн/офлайн роботи, підвищення зарплат), перегляд вимог при наймі працівників (пошук працівників з більшим досвідом роботи, оскільки підготовка нових кадрів займає тривалий час, або навпаки, набір працівників одразу після закінчення навчання через співпрацю з навчальними закладами), а також зазначали, що докладають більше зусиль в напрямку бронювання працівників від призову на військову службу.

39% підприємств наймали на роботу людей з вразливих груп населення, але серед опитаних підприємств у сільській місцевості цей показник вищий (54%), ніж у містах (35%). Опитані підприємці у Вінницькій області загалом зазначили, що мають у штаті працівників, які належать до людей з інвалідністю (20%), пенсіонерів (18%), осіб, які втратили членів сім'ї через війну (12%), жінок з дітьми з інвалідністю (9%), одиноких батьків (8%), вдів військових (7%). Також 58% опитаних підприємств зазначили, що у них є посади, на які частіше беруть чоловіків, а 44% підприємств зазначили, що у них є вакансії, на які наймають переважно жінок (див. Рисунок 4 і 5 нижче).

Рисунок 4: Посади, на які найчастіше наймали жінок, за повідомленнями КІ (відкрите питання)

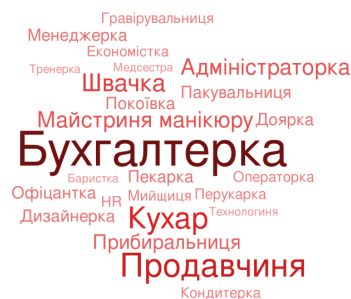
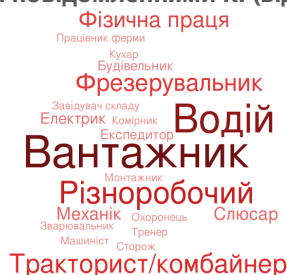


Рисунок 5: Посади, на які найчастіше наймали чоловіків, за повідомленнями КІ (відкрите питання)



ТРУДНОЩІ У ВЕДЕННІ БІЗНЕС ДІЯЛЬНОСТІ

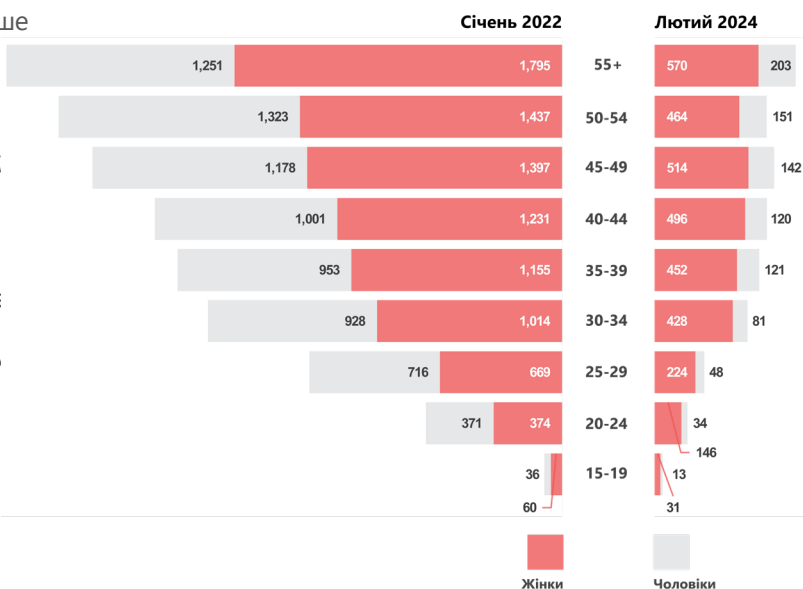
ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ

Як свідчать дані порталу Work.ua, спостерігається тенденція до переважання жінок у пошуку роботи в сферах адміністрування/менеджменту, обслуговування, роздрібної торгівлі, охорони здоров'я, бухгалтерії, краси, готелів і ресторанів, маркетингу, освіти (частка поданих резюме жінок в цих секторах становила понад 65%). Чоловіки частіше шукали роботу у сфері виробництва, автосервісу, будівництва, охорони та сільського господарства (частка поданих резюме чоловіків у цих сферах становила понад 65%). Чоловіки, які шукали роботу, надавали перевагу пошуку роботи через інтернет-портали з пошуку роботи або шляхом прямих контактів з роботодавцями, уникаючи офіційної реєстрації в центрах зайнятості через страх мобілізації.

За даними Державної служби зайнятості¹⁴, протягом останніх двох років (з січня 2022 року по лютий 2024 року) спостерігалось загальне зменшення кількості безробітних, зареєстрованих в центрах зайнятості. Також було помічено збільшення частки жінок, які шукали роботу, порівняно з чоловіками

у 2024 році: 1,18 жінки на 1,00 чоловіка (середнє співвідношення по 9 вікових групах у січні 2022 року) та 3,64 жінки на 1,00 чоловіка (у лютому 2024 року).

Рисунок 6: Кількість безробітних осіб, зареєстрованих Державною службою зайнятості, за статтю та віком (січень 2022 р. - лютий 2024 р.)



ТРУДНОЩІ ДЛЯ ЖІНОК-ПІДПРИЄМИЦЬ

МОТИВАЦІЯ

Назагал, чоловіки та жінки заявляли про схожу мотивацію для започаткування власного бізнесу.

Як серед жінок, так і серед чоловіків-підприємців переважаючими мотивами були: бажання збільшити дохід, працювати на себе, самореалізація та можливість самостійно організовувати свій час.

Однак у деяких випадках фіксувалися помітні відмінності: **бажання самореалізації та створення нового продукту було більш важливим для опитаних жінок, ніж для чоловіків.** Чоловіки розглядали започаткування бізнесу як можливість вкласти власні наявні кошти, тоді як для жінок цей фактор практично не згадувався в якості мотивації (Рисунок 7).

«Я завжди хотіла мати власну справу. Щоб мати можливість перетворити своє хобі на дохід, а також допомагати іншим людям, бути корисною для них. А це можливо, тільки якщо працювати на себе. Підприємств і центрів дуже багато, і там складно реалізувати всі аспекти. Тобто це [власна справа] – і реалізація своїх талантів, і користь для інших людей, і нормальний заробіток».
Підприємиця, 26 років, мікробізнес, Вінницький район

Водночас ключові інформанти з міської місцевості частіше відзначали професійну самореалізацію та збільшення доходу в якості мотивації,

порівняно з сільськими ключовими інформантами (58% міських КІ проти 40% сільських).

Також для 17% опитаних підприємців у міській місцевості важливу роль відігравала мотивація бути незалежним від родини, тоді як сільські ключові інформанти взагалі не відзначали цей фактор.

Рисунок 7: Частка КІ, які повідомили про мотивацію для започаткування власного бізнесу, за статтю (кілька варіантів відповіді, N=150)



ТРУДНОЩІ ДЛЯ ЖІНОК-ПІДПРИЄМИЦЬ

ПЕРЕШКОДИ

Серед перешкод, з якими стикалися опитані підприємці під час створення свого бізнесу, і жінки, і чоловіки називали майже однакові проблеми – відсутність стартового капіталу, брак кваліфікованих працівників, проблеми з клієнтською базою, брак знань про системи оподаткування, складність законодавства, відсутність необхідної інформації про процес реєстрації бізнесу, а також проблеми з необхідним обладнанням та дозволами (див. Рисунок 8).

Відмінності зафіксовані лише в тому, що чоловіки частіше повідомляли, що перешкодами були корупція (24% чоловіків проти 11% жінок) та відсутність кваліфікованих спеціалістів (31% чоловіків проти 16% жінок). Опитані жінки-підприємці частіше зазначали, що не мають проблем із започаткуванням власного бізнесу (35% жінок проти 20% чоловіків). Також жодна підприємця не зазначила, що безпекові ризики є перешкодою, тоді як 2% респондентів-чоловіків вказали на це, на відміну від інших досліджених регіонів, де на фактор безпеки звертали увагу переважно жінки.

Рисунок 8: Частка КІ, які повідомили про труднощі при започаткуванні власного бізнесу, за статтю (кілька варіантів відповіді, N=150)



За словами ключових інформантів, ситуація з доступністю закладів догляду за дітьми теж дещо погіршилась з початку вторгнення, що може ускладнювати бізнес діяльність жінок-підприємців, але не настільки сильно, як в інших досліджених регіонах. Інформанти зазначили, що найбільшою проблемою є відсутність укриттів у школах (31%), а також більша відстань до дошкільних/шкільних закладів через їхні закриття/об'єднання (24%). Також жінки-підприємці зазначили, що кількість вільних місць у дошкільних/шкільних навчальних закладах зменшилася (13%), а дитячі садки були закриті через безпекові ризики в деяких населених пунктах (5%).

Абсолютна більшість опитаних ключових інформантів, як жінок, так і чоловіків, використовували власні

заощадження для започаткування бізнесу. **Жінки частіше, ніж чоловіки, використовували індивідуальні позики у близьких друзів / рідних** (46% проти 29%), а також частіше брали **банківські кредити** (27% проти 15%).

ГЕНДЕРНА ДИСКРИМІНАЦІЯ

Всього 4% жінок-підприємців відзначили, що стикалися з проявами гендерної дискримінації

В рамках якісної частини дослідження, в ході глибинних інтерв'ю віч-на-віч, було більш детально зафіксовано прояви гендерної дискримінації, з якими стикаються жінки-підприємці у повсякденному та професійному житті.

Опитані підприємці зазначили, що вони стикалися з такими формами гендерної дискримінації, як недовіра до управлінських здібностей жінки, нижчі зарплати, порівняно з чоловіками, гендерні стереотипи щодо поведінки, дискримінація у зв'язку з доглядом за дитиною та декретною відпусткою.

«Я регулярно стикалася з цим у компанії, де працювала... саме жіночим командам зменшували премію через невиконання плану, хоча план був для всієї компанії, відповідно, чоловіки також його не виконували. Але різниці була у істотних відсотках. І також це стосувалося керівних посад. Коли я працювала в мережі кав'ярень, я працювала досить довго, але коли призначили керівника, то це був хлопець, який щойно прийшов на роботу, тому що вважали, що до нього будуть прислухатися».

Підприємця, 26 років, мікробізнес, Вінниця.

49% опитаних чоловіків-підприємців та 57% жінок-підприємців вважають, що ніщо не заважає жінкам обіймати керівні посади. Але також було зазначено, що перешкодами можуть бути гендерні упередження (10% чоловіків та 10% жінок), брак часу через домашні обов'язки (22% чоловіків проти 21% жінок), догляд за дітьми (24% чоловіків проти 19% жінок), а також відсутність бажання з боку самої жінки (14% чоловіків проти 27% жінок).

Під час глибинних інтерв'ю жінки-підприємці повідомили, що обов'язки по догляді за дітьми, статус одинокої матері, декретна відпустка та домашні обов'язки є перешкодами та обмеженнями для жінок на шляху до започаткування власного бізнесу

«Здебільшого, у разі розлучення, опіку над дітьми забирають жінки. І тому жінки стикаються з тим, що їм потрібно займатися бізнесом і паралельно бути з дітьми. Це школи, садочки, гуртки, розвиток. Навіть заміжнім жінкам, які не розлучені, все одно складніше, тому що вихованням дитини займається жінка. З точки зору оформлення на роботу, до жінок дітородного віку ставилися упереджено, через можливість декретної відпустки. Або якщо жінка вже має дітей – лікарняні та інші аспекти, які можуть виникнути через сімейні обставини, все ускладнювали»

Підприємця, 26 років, мікробізнес, Вінниця.

ПРОГАЛИНИ У ВЗАЄМОДІЇ З ДЕРЖАВНИМИ ТА МІСЦЕВИМИ ОРГАНАМИ ВЛАДИ

Отримані результати свідчать про існування тенденції мінімальної взаємодії представників мікро- та малого бізнесу з державними та місцевими органами влади. Натомість більш поширеною є пряма взаємодія між підприємцями для вирішення їхніх проблем. Здебільшого, бізнес характеризується низьким рівнем обізнаності та зацікавленості у планах відновлення та розвитку області / громади. Причиною цього є недовіра до ефективності роботи влади, сумніви щодо релевантності їхньої роботи або власний негативний досвід / досвід непродуктивної взаємодії.

60% опитаних підприємців взагалі не взаємодіяли з місцевою владою, або ж здебільшого обмежувалися ознайомленням з інформацією, розміщеною на офіційних веб-сайтах (31%).

«Я не скажу, що задоволена, тому що влада не чує про проблеми, які у нас є» Підприємця, 35 років, малий бізнес, Вінниця

«Мені здається, що основні проблеми полягають у тому, що місцева влада ігнорує більше 90% звернень до неї, що стосується підприємців. Або у них великий обсяг роботи і їм не вистачає на все уваги, або немає інтересу, як такого». Підприємця, 26 років, мікробізнес, Вінниця

Переважна більшість опитаних представників бізнесу (81%) не має жодної інформації про державні плани відновлення та розвитку¹⁵ у своїй місцевості. Водночас, пояснюючи недостатню обізнаність, значна частина підприємців відзначила відсутність інформації про такі плани у публічному доступі (34%). Крім того, ключові інформанти зазначали, що не існує прямих перешкод для їхнього доступу до інформації, та вказали на відсутність особистої зацікавленості в цій інформації (38%).

Ключові інформанти зазначили, що державні плани повністю не відповідають (33%) або лише частково відповідають (44%) інтересам їхнього бізнесу. Відповідність цих планів інтересам своєї діяльності частіше відзначали підприємці, які працюють у сільських громадах, ніж у міських.

Однак, **представники бізнес асоціацій та організацій громадянського суспільства зазначили, що також не мають глибокої обізнаності щодо планів відновлення**, незважаючи на те, що виявляють підвищений інтерес до цього питання і намагаються підтримувати постійну комунікацію з місцевою владою.

«Всі наші рекомендації залишаються без відповіді і без реакції... Я не бачу жодних конкретних планів, я бачу лише гасла. Конкретики немає. Створюються робочі групи, форуми з різних питань, але жінок там дуже мало» ОГС-1, Вінниця

«Я є членом різних груп, які говорять про відновлення, але я не є членом жодної робочої групи, я не бачив жодних документів, все на рівні розмов... І я знаю, що є багато нарікань від організацій, що їх не залучають» ОГС-2, Вінниця

72% опитаних підприємців у Вінницькій області не користувалися жодною формою

державної підтримки бізнесу в минулому році. Серед тих інформантів, які зверталися за допомогою і отримали її, більшість скористалася податковими пільгами, державними кредитними програмами (5-7-9, «Є-Робота» тощо) та державними компенсаціями за працевлаштування ВПО.

Лише 8% підприємців скористалися послугами порталу «Дія.Бізнес»¹⁶, що є найнижчим показником серед 4 досліджених регіонів. Зокрема вони знайомилися з актуальними пропозиціями підтримки бізнесу, дивилися навчальні цикли відео, отримували безкоштовні консультації для бізнесу та отримували інформацію щодо процедур експорту.

Незважаючи на те, що у Вінницькій області активно діють кілька бізнес-асоціацій, ОГС, які проводять заходи з підтримки підприємницької діяльності в області і, зокрема, мають програми підтримки жінок у бізнесі, більшість опитаних мікро- та малих підприємств відчували брак інформації про ці організації та наявні можливості. **Більшість ключових інформантів (82%) не знали про існування в області бізнес-асоціацій**, які представляють інтереси підприємців в цілому, а 87% не знали про існування бізнес організацій, які підтримують жіноче підприємництво.

61% ключових інформантів зазначили, що вони безпосередньо взаємодіють один з одним для отримання допомоги та підтримки. Серед прикладів: обмін досвідом, інформацією та порадами, допомога з обладнанням, реклама бізнесів один одного, бартер, співпраця над спільними заходами.

Запит на підтримку та навчання

Опитані підприємці у Вінницькій області зазначили, що найбільш вагомим типом підтримки для сприяння розвитку жіночого підприємництва є фінансова підтримка: державні програми підтримки бізнесу (68%), грантові програми (57%), кредити для бізнесу (49%), зменшення податкового навантаження. Також інформаційна та освітня підтримка була більш пріоритетною для бізнесу у Вінницькій області, порівняно з іншими дослідженими регіонами – 37% КІ потребували освітніх програм з управління бізнесом, а 41% інформантів потребували наставництва (в інших досліджених областях наставництво не входило до топ-5 пріоритетів для підтримки).

Окрім потреби в перепідготовці/підвищенні кваліфікації власних працівників, Опитані підприємці відзначили інтерес до тренінгів для підприємців-початківців, а також для підприємців, які вже працюють, з метою набуття навичок, що сприятимуть розвитку та оптимізації їхньої діяльності.

Найбільшим попитом серед опитаних підприємців користувалися курси з: бізнес-планування (56%), антикризового управління (54%), комунікацій (53%), маркетингу (45%), підготовки грантових проєктів (38%), персонального брендингу (34%), управління персоналом/рекрутингу (34%) та ІТ (32%).



ТОЧКИ УВАГИ

Розробка програм раннього відновлення Для Вінницької області поточні виклики, які перешкоджають або сповільнюють відновлення/розвиток бізнесу, є такими: загальні фінансово-економічні проблеми, скорочення населення (і, як наслідок, зменшення кількості клієнтів та кількості кваліфікованих працівників), слабкі горизонтальні зв'язки між бізнесом та слабкі вертикальні зв'язки між бізнесом та владою через брак довіри, брак розуміння доцільності державної політики. З метою підвищення стійкості та здатності цих громад у Вінницькій області до відновлення, зацікавлені організації можуть розглядати ті форми підтримки, які дозволять громадам цієї області розробити плани раннього відновлення та відбудови, що може сприяти створенню додаткових робочих місць та підвищенню привабливості громад для нових мешканців. Зокрема:

- підтримка у розробці планів розвитку та профілів громад¹⁷ шляхом проведення тренінгів та забезпечення практичних напрацювань спільно з містобудівниками та з урахуванням потенціалу і профілю конкретних громад;
- долучення до заходів, спрямованих на організацію більш ефективної міжбізнесової взаємодії через підтримку зусиль бізнесу та громадянського суспільства зі сприяння розвитку жіночого підприємництва та посилення їхньої спроможності надавати широкий спектр бізнес-послуг;
- сприяння зміцненню вертикальних зв'язків між бізнесом та владою, зокрема, використовуючи інструменти для залучення мікро- та малого бізнесу до діалогу та практичної взаємодії.

Трудові ресурси для бізнесу. Найбільшою перешкодою, яка обмежує діяльність малого та мікробізнесу на досліджених територіях, є брак працівників через міграцію та мобілізацію. Тому організації, зацікавлені у підтримці розвитку та зміцненні бізнес-потенціалу, можуть надавати допомогу у формі організації тренінгів, підвищення кваліфікації та перепідготовки працівників для бізнесу в цій місцевості. Особливу увагу можна приділити таким категоріям, як жінки, люди з інвалідністю, люди пенсійного віку, які планують працювати, молоді спеціалісти після навчання, оскільки вони є цільовими категоріями для найму на роботу. Необхідно також охопити такі стимули, як догляд за дітьми, безбар'єрне робоче середовище та інші аспекти, щоб зацікавити вакансіями жінок та інші вразливі групи населення.

МЕТОДОЛОГІЯ ТА ОБМЕЖЕННЯ

Соціально-економічне дослідження мікро-, малих та середніх підприємств¹⁸ (ММСП) було проведено на основі даних, зібраних у період з 4 грудня 2023 року по 2 лютого 2024 року. В ході дослідження було зібрано як кількісні, так і якісні дані від 613 представників ММСП у чотирьох областях, зокрема 150 у Вінницькій.

Розподіл інформантів у вибірці залежно від розміру підприємств базується на даних Державної служби статистики і пропорційно представляє близько 80% мікропідприємств (включаючи самозайнятих), близько 15% малих підприємств та близько 5% середніх підприємств. Частка самозайнятих осіб у вибірці склала приблизно 10% від її загального обсягу. Вибір інформантів здійснювався методом «снігової кулі» з урахуванням таких критеріїв: ведення діяльності в різних секторах економіки та забезпечення балансу між офіційно зареєстрованими підприємствами та тими, які працювали без офіційної реєстрації на момент опитування. Однак доступ до інформантів, які займаються неофіційною підприємницькою діяльністю, був ускладнений, в результаті чого ця група була мінімально представлена – близько 2,5% опитаних підприємців

Один структурований опитувальник КоВо був розроблений із застосуванням низки обмежень, що дозволило зібрати дані з підприємств різного розміру з урахуванням статі керівника. З огляду на загальну мету цього дослідження, співвідношення у вибірці було скориговано у бік більшої представленості підприємств,

очолюваних жінками. Для забезпечення різноманітності було докладено зусиль, щоб знайти якомога більше підприємств, які представляють різні сектори економіки, мають різний статус проживання (релоковані, постійно працюють в області) і представляють різні райони кожної області, та охопити не лише міські підприємства, але й ті, які працюють у сільських громадах..

Якісні дані у Вінницькій області були зібрані за допомогою напівструктурованих глибинних інтерв'ю з 7 представницями бізнесу та 4 інтерв'ю з керівниками бізнес-менеджмент організацій (БМО), організацій громадянського суспільства (ОГС), які представляють інтереси жінок. Для цього було розроблено два унікальних опитувальника для проведення інтерв'ю окремо з кожною групою інформантів.

Враховуючи, що кількість опитаних представників бізнесу не є репрезентативною, всі результати, представлені в цьому звіті, слід інтерпретувати як індикативні щодо досвіду підприємців у Вінницькій області.

Паралельно було розроблено скрипти в RStudio для отримання даних про вакансії та резюме з українського сайту з пошуку роботи Work.ua. Результати веб-скрейпінгу дозволили отримати кількісну картину динаміки ринку праці, включаючи демографічні характеристики шукачів роботи, а також секторальні тенденції. Ці дані було доповнено аналізом вторинних даних про ринок праці, зібраних Державною службою зайнятості України.



КІНЦЕВІ ПРИМІТКИ

1. [Київська школа економіки. Звіт про прямі збитки інфраструктури від руйнувань внаслідок військової агресії Росії проти України станом на початок 2024 року, квітень 2024 р.](#)
2. [Програма розвитку ООН в Україні. Оцінка впливу війни на мікро-, малі та середні бізнеси в Україні. Київ: 2024 р.](#)
3. [Вінницька обласна військова адміністрація. Аналітично-описова частина до Стратегії регіонального розвитку Вінницької області на період до 2027 року.](#)
4. [Вінницька обласна військова адміністрація. Довідка про соціально-економічний розвиток Вінницької області. Січень-грудень 2021 року.](#)
5. [Latifundist. АгроЕкспедиція Посівна. Черкащина та Вінниччина. Травень 2023 року.](#)
6. [Вінницька міська рада. Релокація бізнесу у Вінницю. Січень 2024 року.](#)
7. [Рейтинг економічної стійкості областей. Де відновлено розвиток попри війну, Ділова столиця. 2024 рік.](#)
8. [Головне управління статистики у Вінницькій області. Товарна структура зовнішньої торгівлі Вінницької області у 2023 році.](#)
9. [IOM-DTM. Звіт щодо внутрішнього переміщення. Опитування загального населення. Раунд 16 \(Квітень 2024 року\) \(англійською\)](#)
10. [Opendatabot. Аналітика. Куди переїжджає український бізнес під час великої війни? Листопад 2023 року.](#)
11. [Opendatabot. Аналітика. Де відкривається новий бізнес? Січень 2024 року](#)
12. ФОП (фізична особа підприємець) – тип підприємства, яким володіє і керує одна особа, і в якому немає юридичного розмежування між власником і суб'єктом господарювання. Не обов'язково працює самостійно і може наймати інших людей.
13. [Opendatabot. Аналітика. В яких регіонах жінки в бізнесі встановили гендерний рекорд? Листопад 2023 року.](#)
14. [Одеський обласний центр зайнятості. Аналітична та статистична інформація. Ситуація на зареєстрованому ринку праці та діяльність Державної служби зайнятості, 2024 рік.](#)
15. Державні плани відновлення та розвитку: у липні 2022 року Верховна Рада України внесла зміни до Закону «Про засади державної регіональної політики», які визначають основні правові, економічні, соціальні, екологічні, гуманітарні та організаційні засади державної регіональної політики, внутрішньої політики України, встановлюють особливості відновлення регіонів та територій, що постраждали внаслідок збройної агресії проти України. А в липні 2023 року Кабінет Міністрів України затвердив положення про відновлення та розвиток регіонів і громад. Більше інформації за адресою: <https://recovery.gov.ua/>
16. Портал Дія.Бізнес – це національний державний проєкт з розвитку підприємництва та експорту, який реалізується Міністерством цифрової трансформації України спільно з Офісом з розвитку підприємництва та експорту. Більше інформації за адресою: <https://business.diia.gov.ua/>
17. Профіль громади – це документ, що складається з набору статистичних даних, таблиць, графіків, діаграм та тексту, які мають комплексно, наочно, кількісно та якісно продемонструвати соціально-економічний потенціал громади та ефективність його використання. Більше інформації за адресою: <https://decentralization.ua>
18. Мікропідприємства – це підприємства з середньою кількістю працівників до 10 осіб. Малі підприємства – підприємства з середньою кількістю працівників до 50 осіб. Середні підприємства – середня кількість працівників до 250 осіб. Самозайнята особа – платник податків, який є фізичною особою – підприємцем або провадить незалежну професійну діяльність, за умови, що така особа не є працівником в межах такої підприємницької чи незалежної професійної діяльності.

ПРО ІНІЦІАТИВУ REACH

Ініціатива REACH сприяє розробці інформаційних інструментів та продуктів, які підвищують спроможність суб'єктів гуманітарної діяльності ухвалювати рішення на основі фактичних даних у контекстах надзвичайних ситуацій, відновлення та розвитку. Методології, які використовує REACH, охоплюють збір первинних даних і глибинний аналіз, а вся діяльність здійснюється через механізми міжвідомчої координації гуманітарної допомоги. REACH – це спільна ініціатива організацій IMPACT Initiatives, ACTED і Навчального та науково-дослідного інституту – Програми ООН з використання супутникової інформації в оперативних цілях (UNITAR-UNOSAT).



Global Affairs
Canada

REACH

Informing
more effective
humanitarian action