

УДК 316.346.2-55.2:338.22

Джонсон Дж. С., Ph.D. з інтеркультурної освіти, Університет Волден, США

УСПІХ У БІЗНЕСІ: ПЕРЕШКОДИ ТА СТИМУЛИ НА ШЛЯХУ УКРАЇНСЬКИХ БІЗНЕС-ЛЕДІ

Проаналізовано успішні починання жінок у сфері підприємницької діяльності в Україні, а також продемонстровано досвід жінок-підприємців та сприйняття ними переваг і труднощів у сфері бізнесу. Якісне дослідження здійснювалось у різних регіонах України. Було опитано 23 бізнес-леді, 10 з яких брали участь у фокус-групі у Києві. Дослідники вивчили та описали труднощі в українському бізнесі зі слів респонденток. Результати аналізу інтерв'ю та фокус-групи показали такі перешкоди на шляху українських жінок у бізнесі: брак підтримки з боку держави, брак незалежного фінансування, нестача кваліфікованого персоналу, бюрократія в державних органах та невпевненість у власному успіху. Цей проєкт переглянув трактування поняття успішної власниці бізнесу та допоміг сформуванню моделі успішної бізнес-леді для нового покоління. Результати дослідження засвідчили, що навіть якщо підприємство є прибутковим, значна частка власниць не наважуються назвати себе успішними у бізнесі.

Ключові слова: *жінки-підприємці, малий і середній бізнес, переваги та перешкоди успішного ведення бізнесу.*

Після здобуття незалежності у 1991 р. Україна була захоплена «національною ідеєю», що мала б піднести національний дух, відчуття етнічної ідентичності та культурні цінності. Недоліком цього процесу стали ідеалізація історичного досвіду та прояви гендерних стереотипів, через які потенціал жінок як лідерів залишався недооціненим, а їхня основна місія традиційно вбачалась у догляді за домом, збереженні національної духовності й традицій [1].

З одного боку, такий імідж підтримувався політичними лідерами, громадськими жіночими організаціями, рекламною індустрією та масмедіа. З іншого боку, через економічну нестабільність, частка жінок, що були залучені на ринку праці, суттєво зросла протягом цих років. Так, упродовж 1992–1999 рр. частка безробітних жінок зменшилась із 86 до 62%. Це є свідченням того, що жінки збільшили частку працюючого населення на 28% [2]. Стало очевидним, що сучасні умови економіки не дозволяли жінкам сидіти вдома, як того вимагали національні цінності. Багато українських жінок, у зв'язку із важкою економічною ситуацією чи прагнучи самореалізації, змушені були шукати своє місце на ринку праці.

Дослідниця М. Шимчишин пояснила, чому шлях жінок у бізнесі є складним, та виокремила три типи ідеологій в українському патріархальному суспільстві: жінконенависництво, материнський інстинкт та рівноправ'я. Вона наголосила, що такі погляди та ідеологія не лише є значним випробуванням для жінок, але й викликають сумнів щодо потреби в Україні фемінізму, обмежують права та бажання жінок до самореалізації, а також створюють ілюзію рівноправ'я в суспільстві, в якому домінують чоловіки. Перша ідеологія, жінконенависництво, віддзеркалена в культурі, політиці, літературі та мистецтві й демонструє небажання цінувати погляди жінок. Наприклад, в українському прислів'ї стверджують: «Послухай жінку і зроби навпаки». Друга ідеологія, що вбачає жінку українською берегинею, характеризує її як «захисницю домашнього вогнища та ідеальну матір» [3, с. 175]. Проте, фактично, вона маскує складну ситуацію, в якій перебуває жіноцтво в Україні. Природно, що крім домашніх справ

та догляду за дітьми, жінки повинні працювати. Якщо чоловік заробляє достатньо для утримання сім'ї, їхні друзі «половинки», зазвичай, полишають роботу, щоб займатись домашніми справами. Третя ідеологія – це ілюзія рівноправ'я між статями, оскільки жінки мають змогу працювати та навчатися лише в тому разі, якщо вони спроможні одночасно поєднувати це заняття із роллю берегині сімейного вогнища, як було зазначено вище. Як тільки вони надають перевагу кар'єрі чи феміністичним поглядам, часто виникають проблеми у приватному житті.

Крім згаданих ідеологій, після введення ринкових реформ в Україні, ситуація стала ще складнішою. Це стосується нерівності в оплаті праці між чоловіками та жінками й дискримінації на ринку праці [4].

Деякі дослідники [5] стверджують, що поява та легалізація бізнесу у формі приватного підприємства стала ключовою зміною у пост-радянських країнах. Жінки, що розпочали власну підприємницьку діяльність, разюче вирізнялися як окрема рушійна сила національної економіки. Відзначають суттєву значущість підприємств на загальному ринку праці, якими керують жінки [6]. На думку науковців, жінки-підприємці схильні наймати на роботу інших жінок на різні посади, таким чином сприяючи гендерному балансу робочої сили. Т. Журженко [7] вважає феномен українських жінок-підприємців окремим типом прояву індивідуальності, що увібрав ознаки української реальності. Згідно з думкою науковця, у зв'язку з домінуванням стійких суспільних гендерних стереотипів жінка-підприємець розглядається, радше, в ролі годувальниці сім'ї. Більше того, вона, начебто, займається бізнесом лише через суворі життєві реалії та обов'язково повернеться до свого першочергового покликання «матері та берегині домашнього вогнища» щойно становище зміниться на краще. Існує переконання, що така бізнес-леді не присвячує себе повністю кар'єрі та завжди шукає баланс між своїми професійними й хатніми обов'язками.

Статистичні дані стосовно жінок, які залучені до бізнесу, відрізняються з року в рік. Згідно з даними досліджень [8, с. 382], кількість підприємств, очолюваних жінками у 2001 р., становила 45–48% з усіх підприємств у країнах із перехідною економікою, таких як Молдова, Україна та Росія.

За даними Програми ООН в Україні щодо розвитку рівних можливостей [9], жінки в Україні контролюють лише 5–10% ресурсів економіки та становлять 38% від усієї зареєстрованої робочої сили. Жінки здійснюють керівництво 26% малого бізнесу, 15% – середнього бізнесу і 12% – великого бізнесу в Україні.

Згідно з результатами опитування провідного українського інтернет-ресурсу «Українська правда» [10], майже 80% усього бізнесу в Україні контролюється чоловіками. Проте помітними є кроки і в розширенні представництва жінок-підприємців. Наприклад, весною 2013 р. міська рада Львова розпочала проект під назвою «Жінки в бізнесі». Головною його метою було проведення тренінгів і семінарів для жінок, що планують розпочати власний бізнес. Восени 2013 р. асоціація «Соціо-економічні стратегії та партнерство» організувала форум у Святогорську (Донецька область), на якому розглядалися проблеми розвитку підприємництва в Україні. Метою форуму було поділитися досвідом та обговорити результати проекту асоціації «Підприємницька діяльність жінок: кращий досвід для Харкова» [11]. У квітні 2013 р. американське посольство організувало форум у Києві під назвою: «Жінки-підприємці: потенційна рушійна сила української економіки?». Ціллю події було пропагувати важливу роль українських жінок у сприянні розвитку економіки, надавати їм впевненість щодо можливості обіймати керуючі посади у бізнесі та суспільстві, забезпечувати практичними порадами стосовно керування підлеглими та слугувати платформою для успішної комунікації [12].

Оскільки жінки не надто залучені у бізнесі в Україні, такі практичні поради допоможуть втілити жіночий досвід у теоретичне підґрунтя підприємництва, замість «використання уже існуючих маскулінних моделей» [13]. Проте такі проекти не є типовими, й існує необхідність подальшого вирішення проблем щодо більшого залучення жінок до бізнесу.

Хоча в країнах із перехідною економікою проводиться дедалі більше досліджень на тему малого та середнього бізнесу [14–17], лише деякі з них присвячені діяльності жінок-підприємців [5]. Цікаво, що існує недостатньо досліджень та інформації стосовно проблеми гендерної рівності у бізнесі у новостворених незалежних державах. Як наслідок, чимало з них надають порівняльний аналіз різних точок зору щодо ролі бізнес-леді на пострадянському просторі [18].

Розвиток легальної підприємницької діяльності є надзвичайно важливим для країн із перехідною економікою [5]. Малий та середній бізнес не лише забезпечує добробутом і роботою працівників, але й сама економіка та суспільство вииграють від розквіту того виду діяльності, яким займаються жінки. Як наслідок, започаткування власного бізнесу жінками-підприємцями стимулює появу нових трендів у розвитку приватного сектору [19].

Наукова проблема. У цьому дослідженні висвітлено прогалини у вивченні жіночої підприємницької діяльності та описано особистий досвід успішних жінок-підприємців. Проект також допомагає в переосмисленні поняття успішної власниці бізнесу. У країнах, що розвиваються як центри підприємницької діяльності, наприклад, Україна, залучення жінок до бізнесу змінює загальноприйняті правила та переконання на ринку та в економіці.

Проте жінки, що розпочинають власний бізнес в Україні, недооцінюють важливість свого таланту, що є необхідним для такого заняття. Таку тенденцію можна пояснити слов'янським прагненням до скромності, на протипагу американському прагненню постійної похвали [20; 21].

Мета та завдання дослідження. Завданням дослідницького проекту було заповнити вільну нішу у вивченні жіночого підприємництва та проаналізувати досвід успішних жінок-підприємців. Метою проекту є ідентифікація найбільш поширених і типових перешкод, що стають на заваді досягнень українських бізнес-леді. Очікувалось, що вивчення досвіду українських жінок стосовно перешкод і труднощів на національному ринку праці гарантувало б розуміння суспільством ролі жінок.

Методологія. Вчені провели якісне дослідження в Україні, використовуючи феноменологічний підхід. Він включав проведення 23 глибинних інтерв'ю та організацію однієї фокус-групи, що складалася із 10 учасниць. Дослідники зібрали дані за допомогою глибинних інтерв'ю, проведених у місцевих громадах (великі міста України, літо 2012 р.), та провели зустріч фокус-групи у Києві (вересень, 2012 р.). Учасниці поділилися своїм досвідом, а також думками щодо ведення бізнесу в Україні. З різних регіонів країни за критерієм вибірки було відібрано 22 успішні жінки-підприємці. Якісні дані були отримані завдяки інформації, якою поділилися бізнес-леді щодо випробувань, які їм довелося пройти на своєму шляху до успіху на українському ринку.

Питання дослідження. Під час глибинних інтерв'ю науковці, беручи до уваги досвід успішних жінок-підприємців, намагалися знайти відповіді на два ключових запитання:

1. *Які вагомні перешкоди виникали на шляху створення та розвитку власної підприємницької діяльності?*
2. *Яким чином стало можливим подолання цих перешкод?*

Проект дослідження. Науковці зосередилися на якісних методах дослідження з метою отримання ґрунтовнішої інформації з даної проблеми. Згідно з проектом було проведено якісне дослідження в Україні, з використанням феноменологічного підходу. Досліджувався один сегмент суспільства (українських бізнес-леді) з акцентом на професійних підприємницьких

навичках жіночого ведення бізнесу. Згідно з думкою Creswell, якісне дослідження проводиться із особистостями, «голоси яких необхідно почути» [22, с. 40] та кого потрібно стимулювати «поділитися своїми історіями». Науковець сприймає феноменологічний підхід як шлях до отримання інформації про особисто отриманий досвід [23]. Дослідники вивчили праці вченого Husserl [24], засновника феноменології, та його сучасників [25], коли планували дослідження. У своєму проекті у процесі розвитку методології вчені враховували праці інших науковців [26; 27]. Феноменологія сягає корінням у філософію та психологію. Вона базується на життєвому досвіді особистостей, а саме: їх цінностях. У даному випадку брався до уваги всебічний відкритий підхід до розуміння пережитого досвіду жінками-підприємцями в Україні. Дослідження включало опитування респонденток щодо їхнього бачення себе у даній категорії (тобто категорії «успішних бізнес-леді»). У цьому дослідженні увага зверталася на щоденний досвід жінок-підприємців та ключові перешкоди, які трапляються на їхньому шляху. Інтерв'ю також допомогли ідентифікувати, які задуми були найбільш вагомими у житті респонденток. Перевагою цього підходу була можливість для дослідників зрозуміти прагнення та емоції, необхідні для отримання професійного досвіду у підприємницькій діяльності.

Цей дослідницький проект фінансувався університетом Волден (США, 2012 р.). Головними дослідниками із США були доктор Дж. Джонсон та доктор Е. Гартен. Українську команду науковців очолила доктор С. Буко. Вона та група українських дослідників провели більшість інтерв'ю для проекту у різних регіонах України (інтерв'ю, фокус-групи, транскрибування та переклад інформації). Доктори Дж. Джонсон та Е. Гартен розробили проект дослідження та сприяли пошуку та формуванню групи українських підприємців. Вони також презентували проект на конференції у США. Перші результати дослідження були презентовані на Walden Symposium 2013.

Вибірка. Вибірка дослідження була однорідною, тобто складалася з українських жінок, які мають власний бізнес. Дослідники використали вибірку, слідуючи певному критерію, та опитували респонденток, що йому відповідали: а) українські жінки, що задіяні у бізнесі впродовж щонайменше 5 років; б) українські жінки, які розпочали власний бізнес після «перестройки»; в) українські жінки, що досягли успіху без суттєвих переваг, таких як родинні відносини із особистостями, що обіймають високі урядові посади, чи сімейний добробут. Деталі вибірки подано у таблиці 1.

Таблиця 1

Демографія респонденток

Характеристики	#	Характеристики	#	Характеристики	#
Вік респонденток		Освіта респонденток		Спеціальність	
30–35 років	3	Вища освіта	21	Гуманітарна освіта	10
36–40 років	6	Середня освіта	1	Технічна освіта	9
41–45 років	5	Післядипломна освіта	2	Економічна освіта	2
46–50 років	6			Наукові ступені	2
50–60 років	2				
Коли розпочато бізнес		Кількість персоналу		Тип бізнесу	
1992–1995	5	Єдина власниця	2	Пошиття одягу	Консультування
1995–1999	7	1–3 працівники	8	Салони краси	Організація подій
2000–2005	6	4–7 працівників	10	Обслуговування закладів харчування	Медіа/видавництво книг
2005–2009	5	7 і більше працівників	3	Освітні послуги	Квітковий декор

23 українські бізнес-леді були обрані як учасниці інтерв'ю даного дослідження, 10 із них брали участь у фокус-групі (див. рис. 1). Дослідження проводилось у 23 регіонах України. Науковці зібрали дані за допомогою глибинних інтерв'ю, проведених у місцевих громадах (великі міста України, літо 2012 р.), та провели збір фокус-групи в м. Києві (вересень, 2012 р.).



Рис. 1. Географічне представлення фокус-групи

Аналіз даних. Дослідниками було проаналізовано та зіставлено дані усіх учасників експерименту. Інформацію, отриману в результаті проведення 23 інтерв'ю та 1 фокус-групи (10 учасниць), було проаналізовано індуктивним методом, одночасно поєднуючи збір інформації, її аналіз та документування. Науковці розподілили дані відповідно до кластерів головних тем, використовуючи триангуляцію між інтерв'ю та учасниками. Якісні дані було проаналізовано за допомогою програмного забезпечення NVIVO 8 software (2008).

Заходи щодо етичного захисту учасниць проекту. Кожна потенційна учасниця була проінформована по телефону про відповідальність. Дослідники обговорили з учасницями їхнє право відмовитись від участі у дослідженні в будь-який час та встановили, чи учасниці відповідають необхідним критеріям вибірки. Учасницям надавалася можливість прочитати та зважити інформацію перед підписанням угоди. Їм гарантувалася анонімність. Їх також попередили, що здійснюється запис розмов, який буде опубліковано у фінальному варіанті отриманих результатів дослідження, та що вони мають право, прочитавши стенограму, відмовитися від небажаного відтворення інформації.

Результати дослідження

Причини ведення власного бізнесу жінками в Україні. Більшість українок були змушені стати незалежними через суворі реалії життя. Вони розпочали власну справу через складну економічну ситуацію, що була спричинена відсутністю місця роботи та необхідністю забезпечення гідного існування своєї сім'ї. Результати дослідження продемонстрували, що «мигнущий успіх» мотивував їх продовжити рух у цьому напрямі, незважаючи на складні умови та труднощі. Досить цікавим є той факт, що багато респонденток не рекомендували «молодим жінкам розпочинати власний бізнес», тому що зараз це набагато складніше, ніж кілька років тому. Запис наведених висловлювань був здійснений у процесі інтерв'ю та дискусій у фокус-групах.

«Проблемою був не світогляд, а можливість вижити – залишитись на плаву зі своїми принципами» (R1). (R означає «респондент» за умовним номером).

«Мене звільнили з роботи, яку я любила, у період кризи. Оскільки я не змогла знайти собі заняття, то розпочала власну справу (R5).

«У мене не було вибору; потрібно було піклуватись про дітей: прогудувати їх та надати освіту. Жодна інша робота не приносила потрібного прибутку» (R7).

«Це був просто план порятунку, який надавав реальну можливість заробити гроші для сім'ї. Було складно, проте нам вдалося досягнути успіху!» (R23).

«У мене на руках було троє малих дітей. Роботодавці продовжували мені відмовляти. Я вирішила, що зможу розпочати роботу щось сама» (R11).

«Я знала, що вартую більшого, проте ніколи не намагалась спробувати щось нове. Мою сім'ю спіткали труднощі. Я змушена була взяти себе в руки та довести собі, що можу досягнути успіху. Це було моєю самореалізацією» (R12).

«Я хочу подякувати кризі, яка допомогла мені досягнути успіху. Ми втратили все. Я повинна була почати з нуля, піднятися і почати щось робити. А зараз я почуваюсь щасливою, що мені вдалось пройти це випробування (R3).

«Мої діти постійно хворіли, і мені довелося залишити роботу. Я шукала роботу» (R2).

«Мій чоловік втратив свою постійну роботу та був неспроможний забезпечити сім'ю. Я спробувала себе у власній справі, замість того, щоб оплакувати нестерпні умови життя. І це стало моїм успіхом» (R4).

«Ми були у такому скрутному становищі, що я змушена була позичати гроші на лікування своїх дітей. Були випадки, коли мені потрібно було вимолювати гроші. І я сказала собі: роби будь-що, але ніколи більше не потрапляй у таке становище» (R10).

«Нелегко жити у цій країні. Я працювала у громадській державній організації та у неурядовій організації. Я зрозуміла, що лише власна справа зможе змінити моє життя на краще, а також життя інших людей» (R12).

«Мені дуже подобалося викладати в університеті: студенти були чудові, і я насолоджувалася своєю сферою діяльності. Проте зарплата... Якимось чином взяла свій зарплаток і купила... На цю покупку пішла уся зарплата... Я себе запитала: «Яким чином я можу заробити гроші?». Відповідь була очевидною – розпочати власну справу» (R15).

«Особисто для мене ситуація з моїм чоловіком стала основним мотиватором. Коли він втратив роботу, я мусила взяти на себе відповідальність за добробут своєї сім'ї. І я йому надзвичайно вдячна, оскільки знаю, на що я спроможна» (R16).

Підтримка жінок-підприємців. Респондентки наголошували на задоволенні, яке отримують від ведення власного бізнесу. Незважаючи на існуючі труднощі, жодна жінка не шкодує про вольове рішення розпочати свою справу. Їх приваблює процес самовдосконалення та задоволення від того, чим вони займаються, попри усі перешкоди. Найактивніше респондентки коментували важливість фактора сім'ї як найголовнішого джерела їхньої підтримки, мотивації та підбадьорювання. Вони також зауважили, що інше оточення та суспільство таку підтримку забезпечити не спроможні. Проте слід зазначити, що існують певні форми спілкування у підприємницьких колах – групи підтримки та державні ініціативи, які допомагають у цій нелегкій справі.

Учасниці визначили різні перешкоди, з якими жінки, що займаються малим і середнім бізнесом, постійно стикаються: хабарництво, необхідність мати особисті зв'язки у «владних верхівках» і відсутність державної підтримки (замість цього влада лише постійно перешкоджає веденню справ). Випробування ринку та бюрократія на урядовому рівні також трактуються як перешкоди. Однією з головних перепон на шляху розвитку бізнесу є нестача кваліфікованих кадрів і надійних працівників, а також труднощі, пов'язані з їх пошуком. Це видається парадоксальним за умов наявності достатньої кількості кваліфікованої робочої сили з вищою освітою в такій країні, як Україна.

«Надзвичайно складно мати власну справу у нашій країні. Стільки випробувань... Інколи усі обставини виглядають складними, і навіть нездоланими» (R23).

«Головною перешкодою для мене є паперова бюрократія. Інколи мені здається, що я тону у паперах» (R19).

«Державна перевірка є складною. Інспектори шукають помилки, намагаючись «підловити» тебе – почуття не з присмних» (R18).

«Конкуренція на ринку є значним випробуванням. Я намагаюсь забезпечити хороший сервіс, тренуючи своїх працівників. Проте коли «великий» бізнес з'являється на ринку, ціни змінюються» (R17).

«Колектив – величезне випробування в регіонах. Люди не хочуть працювати, вони не усвідомлюють важливість культурного компоненту. Тяжко знайти пунктуальних та відповідальних працівників. Здається, висококваліфікований персонал шукає роботу у більших містах та Києві» (R15).

«Робота з персоналом – жахіття у моїй справі. Я наймаю молодих працівників, проте більшість із них є некваліфікованими. Університети сьогодні не випускають професіоналів своєї справи. Я відчуваю, що повинна тренувати працівників, надаючи їм базові знання про етику на робочому місці» (R2).

«Бізнес-планування в Україні є випробуванням. П'ять років тому я могла щось планувати, а зараз – ні. Західна модель бізнес-планування змушує мене лише усміхнутись» (R18).

«Хабарі... Можна говорити про хабарі... Здається, вони складають прогнозовану та невід'ємну частину бізнесу. Ось чому мені зустрічаються такі випробування. Я не даю хабарів, і це шокує людей, оскільки вони очікують іншого!» (R11).

«Мій бізнес – особливий, а хабарі лише його зруйнують. Я не даю хабарів і цим пишаюсь. Цей принцип ускладнює моє життя, проте такими є мої життєві цінності. Незважаючи на це, я виживаю» (R10).

«Уряд не підтримує малий та середній бізнес. Думаю, така позиція влади є перешкодою. Ми не отримуємо підтримки, яка є, приміром, у Європі. І я заздрю європейцям. Власний бізнес у

Європі – цілковите задоволення! Спробуйте те ж саме в Україні, і ви дізнаєтесь, як ходити по лезу ножа» (R15).

«Влада не допомагає. Замість того, щоб допомогти подолати переешкоди, уряд лише додає проблем» (R9).

«Важко знайти хороший персонал. Люди – апатичні. Вони не вірять у свою країну, уряд, у самих себе. Дуже часто працівники є некваліфікованими та невихованими. Я роблю усе можливе, щоб найняти, натренувати, підвищити рівень мого персоналу. Проте це завжди складно» (R10).

«Якщо у вас немає знайомих серед представників влади, ваше життя ускладнюється. Здається, куди б ви не звернулись, вам потрібно заручитись підтримкою знайомих. А ця підтримка базується на домовленостях та хабарах. Я вирішила, що це не для мене. Мій шлях довший, проте він також реальний. І нехай я затрачу утричі чи у чотири рази більше часу, щоб отримати необхідний папір...» (R1).

«Ви повинні бути сильними, щоб мати власну справу в Україні. Все ще поширеними є «відкати» для бандитських угруповань. Пам'ятаю, як у часи після «перестройки» мені довелося розмовляти з їхнім лідером. Виглядає, наче ті часи повернулись» (R5).

«Хотілося б, щоб банківська система була більш лояльною до малого бізнесу, пропонуючи вигідні умови кредитування. Криза сильно нас зачепила, і сьогодні нам ще складніше функціонувати» (R8).

«Мені потрібно балансувати свій емоційний стан, а також поєднувати роботу та сім'ю. Власний бізнес вимагає витривалості. Проте він забезпечує професійним розвитком» (R2).

«Я постійно потерпаю від проблем із орендованим приміщенням... Я б хотіла мати власне місце. Воно б заощадило чимало енергії та грошей. Орендодавці – непередбачувані, і це ставить мене у скрутне становище» (R6).

«Я щаслива, що маю власне приміщення зараз. Оренда була цілковитим жахом. Я почувалась невпевнено, оскільки мене могли вигнати у будь-яку хвилину» (R3).

«Фізіологічні бар'єри – також важливі. У нашій країні жінок вважають слабкою статтю. Мені довелося доводити собі та демонструвати іншим, що я спроможна приймати рішення, долати стрес та вирішувати проблеми» (R5).

Важливо, що жодна з жінок не відмітила негативного впливу гендерних стереотипів в Україні на досягнення успіху в бізнесі. На противагу, багато респонденток прокоментували, що важливо бути гнучкими та вміло використовувати ті переваги, якими кожна з них володіє. Необхідним також є дотримання балансу в ділових стосунках та уникнення іміджу жорстокої «акули» (типового для чоловіків). Опитані жінки порекомендували використовувати усі шанси та можливості, які надає суспільство та забезпечують сучасні обставини.

Самосприйняття жінок-підприємців. Навіть маючи власний прибутковий бізнес, більшість жінок неохоче називали себе «успішними підприємцями». Успіх, на їхню думку, означає заснування/керування великими та масштабними компаніями та проектами, а не однією малою справою. Таке бачення пояснюється відмінним від американського трактуванням успіху у бізнесі. Дослідники вважають, що такий стан речей є відображенням тенденції свідомого заниження самооцінки, що притаманна слов'янським народам (порівняно з американськими принципами перебільшення та драматизації подій і результатів). Жінки, які розпочали власний бізнес в Україні, часто не помічають у собі талантів та винахідливості, які

вони демонструють власним прикладом успішної підприємницької діяльності, не вважаючи це чимось особливим і вартим якоїсь відзнаки.

Обмеження в дослідженні. Дослідники зіштовхнулися із трьома випробуваннями в процесі втілення проекту на етапі збору інформації. По-перше, у регіонах украї важко знайти незалежних жінок-підприємців (доступна інформація не завжди відповідала очікуванням щодо кандидаток). По-друге, було складно знайти відповідних учасниць, які відповідали б критеріям вибірки (українок, які стали успішними без таких суттєвих переваг, як впливові родичі на державних посадах чи наявність у сім'ї високого рівня добробуту для започаткування бізнесу). Цікаво, що більшість бізнес-леді виявилися дружинами чи доньками впливових чоловіків чи політиків, які гарантували безпеку їхньої діяльності. Крім цього, було не легко отримати згоду на участь в інтерв'ю кандидаток, навіть якщо контакт був установлений (низький рівень довіри, багато відмов у телефонному режимі спілкування).

Висновки. У зв'язку з іншим трактуванням поняття успіху в Україні, відмінним від американського бачення, українські жінки недооцінюють власних здобутків у веденні бізнесу. Проте з результатів дослідження очевидним є таке:

- успішна підприємницька діяльність є можливою для жінок в Україні, незважаючи на труднощі, з якими вони зустрічаються;
- сьогодні існує більше перешкод підприємницькій діяльності, ніж десять років тому. Цей факт є результатом впровадження нових принципів державного регулювання та зміни економічної ситуації в державі. Результати аналізу інтерв'ю та фокус-групи показали такі перешкоди на шляху українських жінок у бізнесі: брак підтримки з боку держави, брак незалежного фінансування, нестача кваліфікованого персоналу, бюрократія в державних органах та невпевненість у власному успіху;
- власна справа є не лише джерелом доходу для жінок, але й надає їм відчуття самодостатності та впевненості у власних силах. На жаль, ведення власного бізнесу жінками не є типовим для українського суспільства;
- українські жінки-підприємці зазвичай шукають підтримки в сім'ї, друзів та неформальних колах спілкування, уникаючи членства та участі в професійних організаціях. Причиною цього є те, що робота підприємницьких спільнот не є достатньо розвинутою. Змінити ситуацію може концентрація більшої уваги на їхній діяльності.

У цьому дослідницькому проекті було виокремлено розуміння поняття успішної бізнес-леді та створено її модель для нового покоління жінок-підприємців. Глибинний аналіз результатів дослідження підтвердив концепцію успішних жінок, власниць підприємств і допоміг створити модель поведінки, необхідної для нових поколінь їхніх послідовниць. У державах, таких як Україна, де система підприємницької діяльності перебуває ще в стані активної розбудови, залучення жінок у ділову сферу сприяє зміні загальноприйнятих шаблонів поведінки та ринково-економічних моделей розвитку.

Перспективи дослідження. Подальше дослідження можна зосередити на вивченні нових шаблонів самореалізації українських бізнес-леді. Ми рекомендуємо сконцентрувати подальший аналіз на вивченні додаткової інформації щодо переваг та недоліків ведення малого бізнесу в Україні. Це дослідження матиме важливе практичне застосування у вигляді тренінгів для власниць різних типів бізнесу в Україні.

Список використаних джерел

1. Кісь О. Моделі конструювання гендерної ідентичності жінки в сучасній Україні [Електронний ресурс] / О. Кісь // Незалежний культурний часопис «І». – 2003. – Режим доступу : <http://www.ji.lviv.ua/n27texts/kis.htm>

2. *Melnik T.* Gender analysis of Ukrainian society / Melnik T. ; UNDP in Ukraine. – Kyiv, UA : Zlatograph, 1999.
3. *Shymchyshyn M.* Ideology and Women's Studies Programs in Ukraine / M. Shymchyshyn // NWSA Journal: States of Insecurity and the Gendered Politics of Fear. – 2005. – № 17. – P. 173–185
4. *Brainerd E.* Women in transition: Changes in gender wage differentials in Eastern Europe and the former Soviet Union / E. Brainerd // Industrial and Labor Relations Review. – 2000. – № 54 (1). – P. 138–162.
5. Female entrepreneurship in transition economies: The case of Lithuania and Ukraine [Електронний ресурс] / R. Aidis, F. Welter, D. Smallbone, N. Isakova. – 2005. – Режим доступу : <http://www.homepages.ucl.ac.uk/~tjmsrai/aidis-welter-smallbone-isakova.pdf>
6. Female entrepreneurship in post-Soviet countries / [F. Welter, D. Smallbone, N. Isakova та ін.] // New Perspectives on Women Entrepreneurs / J. Butler. – Greenwich, CT : Information Age, 2003. – P. 243–269.
7. *Журженко Т.* Гендерні ринки України: політична економія національного будівництва / Т. Журженко. – Вільнюс : ЕГУ, 2008. – 256 с.
8. *Winn J.* Women Entrepreneurs: Can We Remove the Barriers? / J. Winn // The International Entrepreneurship and Management Journal. – 2005. – № 1 (3). – С. 381–397.
9. Рівність заради демократії: інформ. бюл. з актуальних питань гендерних перетворень в Україні / [упоряд. текстів С. Губін]. – К. : Програма розвитку ООН в Україні, 2006. – 15 с.
10. Українським жінкам складніше вести підприємницьку діяльність, ніж чоловікам [Електронний ресурс] // Укр. правда. – 2011. – Режим доступу : http://life.pravda.com.ua/society/2011/02/9/71786/view_print/
11. Entrepreneurship Forum of SESP Association: On Individual Potential, Business Plans and Success [Електронний ресурс] // SESP Association. – 2013. – Режим доступу : <http://sesp.org.ua/web/sesp/sesp-EN.nsf/0/3341B9177653D985C2257BF800426829>
12. USA embassy newsletter «Women's Forum in Kyiv: «Women Entrepreneurs: the Next Driving Force in the Ukrainian Economy?» [Електронний ресурс]. – 2013. – Режим доступу : <http://ukraine.usembassy.gov/events/sonenshine-forum.html>
13. *Stevenson L.* Some methodological problems associated with researching women entrepreneurs / L. Stevenson. // Journal of Business Ethics. – 1990. – № 9. – P. 439–446
14. *Mcintyre R.* Small and medium enterprises in transitional economies / R. McIntyre, B. Dallago. – Hampshire, UK: Palgrave, 2003.
15. *Mugler J.* The climate for entrepreneurship in European countries in transition / J. Mugler // The Blackwell Handbook of Entrepreneurship / D. Sexton, H. Landstorm. – Oxford and Malden, MA : Blackwell Publishers, 2000. – P. 150–175.
16. *Pfarrmann O., Walter G.* (Eds.). Small firms and entrepreneurship in Central and Eastern Europe: A socio-economic perspective / Pfarrmann O., Walter G. (Eds.). – Berlin, DE : Physica-Verlag, 2002.
17. *Larcon J.-P.* Entrepreneurship and economic transition in Central Europe / J.-P. Larcon. – Dordrecht, NL : Kluwer Academic Publishers, 1998. – 219 p.
18. *Марценюк Т.О.* Гендерні аспекти сфери зайнятості в українському суспільстві (згідно з опитуванням ISSP 2009 року) / Т.О. Марценюк // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : зб. наук. пр. – Вип. 16. – Х. : ХНУ ім. В.Н. Каразіна. – 2010. – С. 328–333.
19. *Костюченко Т.С.* «Жіночий» малий бізнес в Україні в період соціальних трансформацій / Костюченко Т.С., Марценюк Т.О. // Вісн. Львів. ун-ту (Серія соціологічна). – 2011. – Вип. 5. – С. 226–233.

20. *Dulton M.* Culture Shock! Ukraine / M. Dulton. – Portland, USA : Graphic Arts Center Publishing Company Portland, 2001.
21. *Shevchenko A.* Ukraine – Culture Smart!: The Essential Guide to Customs & Culture / A. Shevchenko // Paperback – 2012. – July 24. – 168 p.
22. *Creswell J.W.* Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches / J.W. Creswell. – 2nd ed. – Thousand Oaks, CA : Sage Publications, 2003.
23. *Creswell J.W.* Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches. – 2nd ed. – Thousand Oaks, CA : Sage, 2007.
24. *Husserl E.* Ideas: General introduction to pure phenomenology / Edmund Husserl. – New York : Collier Books, 1962. – 405 p.
25. *Moustakes C.* Phenomenological research methods / C. Moustakes. – Thousand Oaks, CA : Sage Publications Inc., 1994. – 208 p.
26. *Lopez K.A.* Descriptive versus interpretive phenomenology: Their contributions to nursing knowledge / K.A. Lopez, D.G. Willis // Qualitative Health Research. – 2004. – № 14. – P. 726–735.
27. *Smith J.A.* Hermeneutics, human sciences and health: Linking theory and practice / J.A. Smith // International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-being. – 2007. – № 2. – P. 3–11.

References

1. Kis' O. *Modeli konstruyuvannya gendernoi identychnosti zhinky v suchasniy Ukraini* [Construction model of gender identities of women in contemporary Ukraine]. *Nezaleznyi kul'turnyi chasopys «I»*, 2003, available at: <http://www.ji.lviv.ua/n27texts/kis.htm> [in Ukrainian]
2. Melnik T. Gender analysis of Ukrainian society; UNDP in Ukraine. Kyiv, UA, Zlatograph, 1999.
3. Shymchyshyn M. Ideology and Women's Studies Programs in Ukraine. *NWSA Journal: States of Insecurity and the Gendered Politics of Fear*, 2005, No. 17, pp. 173–185.
4. Brainerd E. Women in transition: Changes in gender wage differentials in Eastern Europe and the former Soviet Union. *Industrial and Labor Relations Review*, 2000, No. 54 (1), pp. 138–162.
5. Aidis R., Welter F., Smallbone D., Isakova N. Female entrepreneurship in transition economies: The case of Lithuania and Ukraine, 2005, available at: <http://www.homepages.ucl.ac.uk/~tjmsrai/aidis-welter-smallbone-isakova.pdf>
6. Female entrepreneurship in post-Soviet countries. F. Welter, D. Smallbone, N. Isakova and others. *New Perspectives on Women Entrepreneurs*. J. Butler. Greenwich, CT, Information Age, 2003, pp. 243–269.
7. Zhurzhenko T. *Gendernye rynki Ukrainy: politicheskaya ekonomiya natsional'nogo stroitel'stva* [Gender Ukrainian markets: the political economy of nation building]. *Vil'nyus, EGU*, 2008, 256 p. [in Russian]
8. Winn J. Women Entrepreneurs: Can We Remove the Barriers? *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 2005, No. 1 (3), pp. 381–397.
9. *Rivnist' zarady demokratii: inform. byul. z aktual'nykh pytan' gendernykh peretvoren' v Ukraini. Uporyad. tekstiv S. Gubin* [Equality for democracy: inform. bul. on the gender transformations issues in Ukraine. Ed. By S. Gubin]. Kyiv, Programa rozvytku OON v Ukraini, 2006, 15 p. [in Ukrainian]
10. *Ukrains'kym zhynkam skladnishe vesty pidpnyemnyts'ku diyal'nist', nizh cholovikam* [Ukrainian women face more difficulties while engaging in entrepreneurial activities than men]. *Ukr. Pravda*, 2011, available at: http://life.pravda.com.ua/society/2011/02/9/71786/view_print/ [in Ukrainian]

11. Entrepreneurship Forum of SESP Association: On Individual Potential, Business Plans and Success. SESP Association, 2013, available at: <http://sesp.org.ua/web/sesp/sesp-EN.nsf/0/3341B9177653D985C2257BF800426829>
12. USA embassy newsletter "Women's Forum in Kyiv: «Women Entrepreneurs: the Next Driving Force in the Ukrainian Economy?»", 2013, available at: <http://ukraine.usembassy.gov/events/sonenshine-forum.html>
13. Stevenson L. Some methodological problems associated with researching women entrepreneurs. *Journal of Business Ethics*, 1990, No. 9, pp. 439–446.
14. McIntyre R., Dallago B. *Small and medium enterprises in transitional economies*. Hampshire, UK, Palgrave, 2003.
15. Mugler J. The climate for entrepreneurship in European countries in transition. *The Blackwell Handbook of Entrepreneurship*. D. Sexton, H. Landstorm. Oxford and Malden, MA, Blackwell Publishers, 2000, pp. 150–175.
16. Pfirrmann O., Walter G. (Eds.). *Small firms and entrepreneurship in Central and Eastern Europe: A socio-economic perspective*. Berlin, DE, Physica-Verlag, 2002.
17. Larcon J.-P. *Entrepreneurship and economic transition in Central Europe*. Dordrecht, NL, Kluwer Academic Publishers, 1998, 219 p.
18. Martsenyuk T.O. *Genderni aspekty sfery zainyatosti v ukrains'komu suspil'stvi (zgidno z opytuvannyam ISSP 2009 roku). Metodologiya, teoriya ta praktyka sotsiologichnoho analizu suchasnogo suspil'stva: zb. nauk. pr. Vyp. 16* [Gender aspects of employment in the Ukrainian society (according to a survey ISSP of 2009). Methodology, theory and practice of sociological analysis of modern society: collected scient. works. Issue 16]. Kharkiv, V.N. Karazin Kharkiv National University, 2010, pp. 328–333 [in Ukrainian]
19. Kostyuchenko T.S., Martsenyuk T.O. «Zhinochy» maliy biznes v Ukraini v period sotsial'nykh transformatsii [«Female» small business in Ukraine during the period of social transformation]. *Visn. L'viv. un-tu (Seriya sotsiologichna)*, 2011, Issue. 5, pp. 226–233 [in Ukrainian]
20. Dulton M. *Culture Shock! Ukraine*. Portland, USA, Graphic Arts Center Publishing Company Portland, 2001.
21. Shevchenko A. *Ukraine – Culture Smart!: The Essential Guide to Customs & Culture*. Paperback, 2012, July 24, 168 p.
22. Creswell J.W. *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. 2nd ed. Thousand Oaks, CA, Sage Publications, 2003.
23. Creswell J.W. *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. 2nd ed. Thousand Oaks, CA, Sage, 2007.
24. Husserl E. *Ideas: General introduction to pure phenomenology*. Edmund Husserl, New York, Collier Books, 1962, 405 p.
25. Moustakes C. *Phenomenological research methods*. Thousand Oaks, CA, Sage Publications Inc., 1994, 208 p.
26. Lopez K.A., Willis D.G. Descriptive versus interpretive phenomenology: Their contributions to nursing knowledge. *Qualitative Health Research*, 2004, No. 14, pp. 726–735.
27. Smith J.A. Hermeneutics, human sciences and health: Linking theory and practice. *International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-being*, 2007, No. 2, pp. 3–11.

Отримано 20.11.14

Джонсон Дж.С., *PhD.* по интеркультурному образованию,
Университет Волден, США (Вашингтон)

УСПЕХ В БИЗНЕСЕ: ПРЕПЯТСТВИЯ И СТИМУЛЫ НА ПУТИ УКРАИНСКИХ БИЗНЕС-ЛЕДИ

В статье приведены примеры успешных региональных бизнесов и проанализированы препятствия и сложности, с которыми сталкиваются женщины-предприниматели на пути развития своего дела в Украине. Эмпирической базой исследования стали 23 глубинных интервью, проведенных во всех регионах Украины и фокус-группа с 10 респондентками в Киеве. Результаты анализа интервью и фокус-группы позволяют выделить следующие проблемы женского предпринимательства в Украине: отсутствие надлежащей поддержки со стороны государства, отсутствие систем финансирования малого бизнеса, недостаток квалифицированных кадров в регионах, бюрократия в государственных органах, неуверенность в возможности собственного успеха. Анализ ответов об отношениях и статусе предпринимательства указал на то, что абсолютное большинство респонденток не считают себя успешными. Результаты исследования будут использованы для разработки программ по развитию и поддержке женщин-предпринимателей в Украине.

Ключевые слова: женщины-предпринимательницы, малый и средний бизнес, сложности и проблемы бизнеса.

Johnson J.S., PhD. in Intercultural Education, Walden University, USA (Washington, DC)

SUCCESS IN BUSINESS: OBSTACLES AND INCENTIVES FOR THE UKRAINIAN BUSINESS LADES

Article dwells upon analysis of successful businesses in Ukraine started and operated by women-owners, focusing on personal experiences and perceptions of obstacles and incentives of their businesses success. Qualitative research was conducted in different regions of Ukraine, 23 female business owners were interviewed and ten became participants of the focus group interview in Kyiv. Data reveals several key factors that hinder work of Ukrainian women-entrepreneurs: lack of government support, lack of independent fundings, lack of qualified stuff, bureaucracy and lack of self-confidence. Researchers explored how successful Ukrainian business women experience and respond to the challenges of conducting business in Ukraine. Given research project reaffirmed the concept of successful female owner, and suggested role models for the new generation of female entrepreneurs. Research findings reveal that in spite of the profitability of their business, many of the respondents were reluctant to call themselves successful entrepreneurs.

Keywords: women-entrepreneurs, small and medium enterprises (SMEs), obstacles and incentives of successful business.