

УДК 338.22:316.346.2-55.2(477)001.8(045)

Джон Джонсон*(Walden University, USA)***Ганна Санко***(Colorado State University Global Campus, USA)*

АМЕРИКАНСЬКЕ, УКРАЇНСЬКЕ ТА ПОЛЬСЬКЕ ЖІНОЧЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СТИМУЛІВ І БАР'ЄРІВ

У цьому дослідженні порівнюються аспекти жіночого підприємництва в двох постсоціалістичних країнах (Україна і Польща) після різних етапів трансформації суспільства з результатами національного дослідження в США. Дослідниками була застосована якісна методологія: фокус-групи з жінками-підприємницями були проведені в Києві (Україна) і Кракові (Польща), щоб обговорити ключові мотивуючі фактори і бар'єри для початку і управління бізнесом. Американське національне дослідження було кількісним. Його було проведено в США Фондом Кокс (Cox foundation). На етапі створення бізнесу польських та американських жінок часто мотивує «можливість», а українські жінки були, переважно, вмотивовані «необхідністю». Фінансові аспекти також були відображені в результатах дослідження: більшість респонденток з України і Польщі почали свій бізнес, спираючись головним чином на самофінансування, більшість жінок-підприємниць у США взяли банківські кредити для цих цілей. В обох перехідних країнах жінки покладаються на особисті зв'язки і неформальні джерела порад щодо розвитку бізнесу, в той час як респондентки з США зазначили існування формальної інституційної підтримки бізнесу, асоціацій, фондів і жіночих мереж. Польські та американські жінки демонструють впевненість у своїх навичках та прагненнях, у той час як українські жінки, як правило, скромніші і менше стверджують про успіхи свого бізнесу. Результати дослідження демонструють різноманітність підходів до бізнесу у трьох країнах.

Ключові слова: жінки-підприємниці, бар'єри бізнесу, Україна, Польща, США, підприємництво.

Проблема дослідження. Мета дослідження – порівняльний аналіз жіночого підприємництва в різних країнах. В дослідженні використовувалися приклади трьох країн: України та Польщі (країн, що знаходяться на етапі економічної трансформації) та США (економічно розвинута країна). Було здійснено спробу дослідити, чи перешкоди для успішного підприємництва, виокремлені учасницями в кількісному дослідженні України та Польщі, є тими ж, що й для більшості бізнес-леді в США [1]. Польща обрала шлях швидких змін, що призвели до її членства в ЄС [2], тоді як Україна обрала шлях більш повільного розвитку [3]. Жінки-підприємниці в Польщі та Україні мають багато спільних рис та проблем [2; 3]. Однак існують також важливі відмінності у досвіді респонденток з цих країн. У порівнянні американські жінки-підприємниці вказують на відмінні бар'єри та стимули розвитку власного бізнесу [3]. Результати дослідження вказують на несхожість підходів до бізнесу в зазначених країнах, специфіку розвинутих американських ринків та демонструють різні наслідки пострадянського періоду, які простежуються в Україні та Польщі.

У пострадянських країнах на роль жінок в суспільстві вплинули здебільшого відмінні релігійні цінності та культурні аспекти, а також історичні події [4; 5; 6]. Дослідження в країнах з розвинутою ринковою економікою таких, як США, вказує на той факт, що поєднання індивідуальних, соціальних та культурних рис значним чином вирізняє підприємців жіночої та чоловічої статі [7; 8; 9; 10]. В цьому дослідженні автори аналізують, як саме стан економіки країн та загальний рівень розвитку ринкових відносин напряму впливають на характеристики та тенденції розвитку жіночого підприємництва.

Жіноче підприємництво є важливою тенденцією сучасного ринку праці, як у розвинених країнах, так і в країнах, що розвиваються. Цікаво порівняти існуючі бар'єри для підприємництва, з якими стикаються американські, польські та українські жінки, та проаналізувати можливі міжкультурні спільні риси й відмінності.

Методологія. Проект сприяє поширенню додаткових знань в галузі жіночого підприємництва у контексті глобального порівняльного аналізу. Мета дослідження – аналіз існуючих бар'єрів для розвитку жіночого бізнесу в Україні, США та Польщі. Дослідниками використовуються фокус-групи з жінками-підприємницями (проведені в Києві, Україна), результати загальнонаціонального

українського дослідження 1000 жінок-підприємниць з усіх регіонів країни (2015), кількісного дослідження в Польщі (проведеного в 2016 р.) та висновки американського опитування 624 жінок-підприємниць Північної Америки, проведеного фондом CoxBusiness (2013). Респондентками були жінки, які мають власну справу (розпочали та розвивають власний бізнес) в Україні, США та Польщі.

Аналіз та результати. Мотиви розпочати власний бізнес. У трьох країнах дослідження жінки-підприємниці мали відповісти на питання та пояснити, що спонукало їх розпочати власну справу. Причини та обставини, за яких люди приймають рішення розпочати власний бізнес, завжди багатогранні та унікальні й залежать від комбінації особистих, внутрішніх та зовнішніх факторів та умов.

Найтипівішими причинами розпочати власний бізнес, за оцінками респонденток з Америки та Польщі були такі: бажання стати більш незалежною та впевненою у собі (Польща) [4; 5]; або бути «сама собі босом» та «обирати свою власну долю» (США) [1]. В Україні більшість жінок-респонденток зазначили потребу «забезпечувати себе та свою сім'ю» та «не мали іншого вибору» [2]. Результати дослідження демонструють, що існує значна різниця між первинними стимулами для жінок-підприємниць у Америці, Польщі та Україні [3; 4; 5]. Американські жінки були, головним чином, мотивовані «можливостями»; українських жінок здебільшого стимулювала «нагальна потреба»; польських бізнес-леді об'єднали порівну стимули та мотиваційні фактори, зазначені жінками з США та України.

Головні перешкоди на шляху жіночого підприємництва. Три основних перешкоди, виявлені в Україні, це – бюрократія в державних органах влади (за відповідями 77% респонденток), відсутність державної підтримки (66%) та джерел незалежного фінансування для початку бізнесу (60%) [2]. Менше 10% респонденток заявили, що вони ніколи не стикалися з державною бюрократією, або, що це не важливо. Щодо питання «Я можу знайти необхідне фінансування для мого бізнесу», тільки 13% були в змозі знайти всю суму [2]. Більшість респонденток знайшли основну частину фінансування бізнесу самостійно (40%) [2]. У той же час американські підприємниці зазначають, що основними перешкодами на їхньому шляху до підприємництва були, насамперед, баланс роботи/особистого життя (в значній мірі – 30%); вміння вести малий бізнес (певною мірою – 28%), і досвід керівництва (певною мірою – 24%) [1]. Тіль-

ки 22% респонденток заявили, що доступ до фінансування впливає на розвиток їхнього бізнесу в значній мірі. Переважна більшість американських жінок-власниць малого бізнесу ще не відчують жодного впливу припинення урядової підтримки [1]. 79% заявили, що це не вплинуло на їхній бізнес взагалі [1].

Професійний досвід має велике значення. Відсутність кваліфікованих кадрів є важливою перешкодою для українських жінок-підприємниць (42% респонденток). Тільки 8% жінок-підприємниць зазначили, що їм досить легко знайти працівників для розвитку свого бізнесу. Оскільки більшість досліджуваних підприємств не вимагає високого рівня кваліфікації працівників, цей показник здається низьким [2; 3]. Американські ділові жінки не відзначили цей виклик у своїх відповідях взагалі. Однак, відповідаючи на запитання «Ви б заохочували інших молодих жінок до лав підприємниць?», найчастіше стверджують «так, але після того, як вони попрацювали на когось іншого» (це 42%) [2; 3; 6]. Це свідчить про важливість набуття професійного досвіду для ділових жінок.

Ділові жінки – гарні комунікатори. Українське дослідження виявило, що жінки-підприємниці мають високий рівень комунікації. 71% респонденток заявили, що вони часто або дуже часто спілкуються з іншими підприємницями [2]. Це відмінний показник розвинених соціальних мереж, які можуть сприяти розвитку бізнесу. Американське дослідження демонструє аналогічну ситуацію – 36% респонденток заявляють, що важливість мереж спілкування має вирішальне значення для їхнього успіху як підприємниць; 32% стверджують, що це дуже важливо, і 20%, що це важливо [1]. Більшість жінок-підприємниць докладають зусиль, щоб підтримати інших ділових жінок – дві третини респонденток заявили, що вони будуть завжди опікати жіночий бізнес, коли це можливо або доречно [1].

Американські ділові жінки набагато впевненіші у своїх силах, ніж їх українські колеги. Майже 40% українських респонденток заявили, що вони відчували невпевненість у собі, яка є серйозною перешкодою для розвитку бізнесу. Велика частина ділових жінок в Україні мають сумніви щодо власних здібностей та навичок для початку власного бізнесу [2; 3; 6]. Водночас тільки 24% американських ділових жінок заявляють, що відсутність досвіду керівництва впливає на їхній бізнес певною мірою, у той

час як ще 24% стверджують, що це взагалі не важливо [1]. 23% вказують, що вони взагалі не потребують підтримки наставника. У цьому випадку ми бачимо суттєву різницю між ситуацією в Україні та США.

Початок бізнесу є важливим життєвим досягненням для американських та українських підприємниць. 25% і 39% українських респонденток відповідно повністю згодні й переважно згодні з тим, що початок власного бізнесу був одним з найважливіших досягнень у їхньому житті [2; 3; 6]. Це схоже на висновки американського дослідження – майже всі підприємниці (92%) розпочали б власний бізнес знову, якщо б їм довелося це зробити [1]. Крім того, 38% американських підприємниць ставляться оптимістично і 35% дуже оптимістично до майбутнього свого бізнесу [1]. Статистика запевняє, що американські ділові жінки набагато впевненіші у своїх ділових навичках і своєму майбутньому.

Тим не менш, навіть з ростом числа жінок-власниць малого бізнесу 85% американських респонденток вважають, що існують численні виклики, які є специфічними саме для жіночого бізнесу [1]. Ці проблеми включають в себе гендерну нерівність (73%), більше навантаження (71%), відсутність можливості у певних галузях (55%), доступ до фінансування (41%) [1].

У середньому американські ділові жінки впевненіші у своїх навичках, у майбутньому свого бізнесу та у фінансових можливостях, ніж їхні українські колеги. Серед спільних рис можна зазначити, що американські, польські та українські підприємниці вважають комунікацію важливою конкурентною перевагою та діловою навичкою [2; 3; 4].

Висновки. Дослідження показало, що:

- Американські та польські жінки демонструють амбіції та впевненість у власній компетенції; українські жінки більш скромні та не схильні багато говорити про власний успіх у бізнесі;
- Жінки-підприємниці в США визначили головним стимулом відкриття власної справи наявність «можливостей»; українські жінки пояснювали своє рішення відкрити власну справу «нагальною потребою» годувати родину; польські бізнес-леді вказали порівну фактори, зазначені колегами з інших країн;
- Більшість жінок в Україні та Польщі розпочали власну справу, розраховуючи головним чином лише на власні можливості й фінансове забезпечення, у деяких випадках за фінансової підтрим-

ки членів родини та друзів. В США більшість жінок-підприємниць взяли кредит у банках;

- В Україні та Польщі жінки активно використовували власні контакти, неофіційні джерела інформації та консультативних послуг з розвитку бізнесу, тоді як респондентки з США зазначили важливість інфраструктури офіційних джерел підтримки розвитку бізнесу.

Результати свідчать, що існує різниця в початкових мотивуючих факторах для жінок-підприємниць у Польщі й Україні. У той час як більшість жінок в Україні та Польщі почали свій бізнес, спираючись переважно на самофінансування, більшість жінок-підприємниць у США взяли банківські кредити для цих цілей. В обох перехідних країнах жінки покладаються на особисті зв'язки і неформальні джерела порад щодо розвитку бізнесу, в той час як респондентки з США зазначили існування формальної інституційної підтримки бізнесу, асоціацій, фондів і жіночих мереж. Польські жінки демонструють упевненість у своїх навичках та прагненнях, у той час як українські жінки, як правило, скромніші і менше стверджують про успіхи свого бізнесу. Результати дослідження демонструють різноманітність підходів до бізнесу в зазначених перехідних країнах, при цьому в дослідженні звертається увага на специфічні риси перехідної економіки в Польщі та Україні. Вони вказують на дуже різний історичний спадок радянського минулого цих двох перехідних країн у порівнянні з США.

Література:

1. Cox Business Snapshot of Women Entrepreneurs survey. (2013). A survey of 624 North American female business owners. Retrieved from http://www.coxblue.com/wp-content/uploads/cox_small_business_womens_survey.pdf

2. Johnson, J., Chinta R. Barriers to Entrepreneurship for Women in Ukraine. *Studies of Changing Societies: Comparative and Interdisciplinary Focus*, 1, 4-22, 2015.

3. Garten, E., Johnson, J., Buko, S., (2013) Barriers to successful entrepreneurship for women in Ukraine. *Studies of Changing Societies Journal*. volume 4 (issue 10).

4. Johnson, J., & Diadko, E. (December, 2016). *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce i na Ukrainie [Women entrepreneurship in Ukraine and Poland]* (In Polish) <https://www.obserwatorium.malopolska.pl/wydarzenie/przedsiębiorczosc-kobiet-polsce-ukrainie>

5. Johnson J. Presentation «Barriers to successful entrepreneurship for women in Poland» presented at the 2016 International Conference on Gender Studies, (June 25, 2016), Krakow, Poland.

6. Sanko, A., Johnson, J. (2017) «Women entrepreneurship within Emerging Markets of Eastern Europe: Ukraine and Poland» Presentation at the International Conference on Environmentally Sustainable Entrepreneurship (Theme: Women Entrepreneurs Across the World), April 11-13, 2017, Orangeburg, South Carolina, USA. www.claflyn.edu

7. Korukalov, M. (2014). Gender Policy and Institutional Mechanisms for Its Implementation in Ukraine, National Overview of Ukraine's Implementation of Beijing Declaration and Platform for Action of 23rd Special Session of the UN General Assembly. Retrieved from <http://bit.ly/1cwbhTl>

8. Zhurzhenko, T. (2001). Free market ideology and new women's identities in post-socialist Ukraine. The European Journal of Women's Studies, 8, 29-49.

9. Алексеева А. В. Гендерні аспекти політики зайнятості [Gender Aspects of Employment Policy Employment Market and Population Employment] / А. В. Алексеева // Ринок праці та зайнятість населення. – 2014. – № 4. – С. 34–38.

10. Концептуалізація детермінації гендерної нерівності в українському суспільстві [Conceptualization of Determining Gender Inequality in the Ukrainian Society, Abstract of Dissertation for Obtaining the Degree of Candidate of Sociological Sciences] : автореф. дис.... канд. соціол. наук : 22.00.01 / Бондар Габрієла Георгіївна ; Класич. приват. ун-т. – Запоріжжя, 2012. – 20 с.

11. Костюченко Т. С. «Жіночий» малий бізнес в Україні в період соціальних трансформацій / Т. С. Костюченко, Т. О. Марценюк // Вісник Львівського університету. Серія соціологічна. – 2011. – Випуск 5. – С. 226–233.

John Johnson, Hanna Sanko

AMERICAN, UKRAINIAN AND POLISH WOMEN ENTREPRENEURSHIP: COMPARATIVE ANALYSIS OF DRIVERS AND BARRIERS

This research compares female entrepreneurship in two post socialist countries (Ukraine and Poland) after different stages of societal transformation with the national study in the USA. Qualitative methodology was applied by the researchers: focus groups with women entrepreneurs were conducted in Kyiv (Ukraine) and Krakow (Poland) in order to discuss key drivers and barriers of starting and operating a local business. National quantitative USA study was conducted in the USA by the Cox foundation. Find-

ings demonstrate that during the business start up phase Polish women were often driven by the «opportunity», and Ukrainian women were mostly driven by «necessity.» While most women in Ukraine and Poland started their businesses relying mainly on self-financing, the USA majority of female entrepreneurs took bank loans. In both countries with emerging markets women relied on personal networks and informal sources of advice for business development, in the USA respondents reflected on the formal business support infrastructure, associations, foundations and female networks. Polish and American women demonstrate confidence in their competences and ambition, whereas Ukrainian women tended to be more modest and less vocal about business success. The research results show a diversity of business approaches in these two emerging markets, reflecting on the specifics of different economies.

Key words: *women-entrepreneurs, drivers and barriers of business, Ukraine, Poland, USA, entrepreneurship.*