

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
факультет соціології
кафедра галузевої соціології

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:
«СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ ПАНДЕМІЇ COVID-19
ДЛЯ ЖІНОК- ПІДПРИЄМНИЦЬ»

Спеціальність: 054 «Соціологія»

Освітня програма: «Соціальні технології»

Освітній рівень: магістр

Кваліфікація: магістр соціології

Авторка:

Горшкова (Булатович) Анна Сергіївна,
студентка магістратури

Наукова керівниця:

Вілкова Олена Юріївна,
кандидат соціологічних наук, доцент

Магістерська робота допущена до захисту
рішенням кафедри галузевої соціології

Протокол № _____ від « ____ » _____ 20__ р.

Зав. кафедри _____ проф. _____
підпис

Київ 2021

Реєстрація

номер

дата

підпис лаборанта кафедри

Рекомендовано**до захисту**

підпис наукового

ініціали, прізвище наукового керівника

керівника

Результат захисту

оцінка

дата захисту**Голова ЕК**

підпис

ініціали, прізвище**Члени ЕК**

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище**Секретар ЕК**

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	4
ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ГРУПИ «ЖІНОК-ПІДПРИЄМНИЦЬ».....	9
1.1. Жінки-підприємниці як особлива соціальна група.....	9
1.2. Соціально-психологічні особливості жінки-підприємниці.....	17
Висновки до розділу 1.....	24
РОЗДІЛ 2. ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНУ СФЕРУ.....	25
2.1. Соціально-економічні наслідки пандемії COVID-19: гендерний аспект.....	25
2.2. Наслідки пандемії для жіночого підприємництва в Україні.....	33
Висновки до розділу 2.....	36
РОЗДІЛ 3. НАСЛІДКИ ПАНДЕМІЇ COVID-19 ДЛЯ ЖІНКИ- ПІДПРИЄМНИЦІ В УКРАЇНСЬКОМУ СОЦІУМІ.....	38
3.1. Результати вторинного аналізу та пілотного дослідження: наслідки пандемії COVID-19 для жінок-підприємниць.....	38
3.2. Можливі шляхи подолання наслідків впливу пандемії на жіноче підприємництво в Україні.....	47
Висновки до розділу 3.....	51
ВИСНОВКИ.....	54
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	58
ДОДАТКИ.....	64

АНОТАЦІЯ

Горшкова А. Соціально-економічні наслідки пандемії COVID-19 для жінок-підприємниць. – На правах рукопису.

Магістерська робота за спеціальністю 054 – Соціологія. – Київський національний університет імені Тараса Шевченка, кафедра галузевої соціології. – Київ 2021. – 80 с., список джерел з 56 найменувань, 2 додатки.

Дана кваліфікаційна робота присвячена дослідженню соціально-економічних наслідків пандемії COVID-19 для жінок-підприємниць. Метою роботи є визначення соціально-економічних наслідків пандемії COVID-19 для жінок-підприємниць.

Структура роботи включає 3 розділи, 6 підрозділів. В першому розділі розглянуто теоретичні засади дослідження соціальної групи «жінки-підприємниці», а також визначено їх соціально-психологічні особливості.

В другому розділі надано характеристику соціально-економічним наслідкам пандемії COVID-19 в загальному гендерному аспекті й, зокрема, для жіночого підприємництва в українському соціумі.

В третьому розділі шляхом проведення пілотажного онлайн-опитування респонденток, було здійснено спробу визначити наслідки пандемії COVID-19 для жінки-підприємниці.

З огляду на отримані результати дослідження розроблена концептуальна схема, де обґрунтовані можливі шляхи подолання наслідків впливу пандемії на жіноче підприємництво в Україні.

Ключові слова: підприємництво, жіноче підприємництво, жінка-підприємниця, пандемія COVID-19, наслідки пандемії.

SUMMARY

Horshkova A. Socio-economic consequences of the COVID-19 pandemic for women entrepreneurs – published in manuscript form.

Master's thesis in Special Field 054 - Sociology. - Taras Shevchenko National University of Kyiv, Department of Branch Sociology. - Kyiv 2021. - 80 pp., List of references includes 56 items and 2 appendices.

This qualification paper is devoted to the study of socio-economic consequences of the COVID-19 pandemic for women entrepreneurs. The aim of the work is to determine the socio-economic consequences of the COVID-19 pandemic for women entrepreneurs.

The structure of work includes 3 sections and 6 subsections. The first section considers the theoretical foundations for the study of the "women entrepreneurs" social group, as well as identifies their socio-psychological characteristics.

The second section describes the socio-economic consequences of the COVID-19 pandemic in general female gender-specific terms and, in particular, for women's entrepreneurship in Ukrainian society.

In the third section, by conducting an online pilot survey of respondents, an attempt is made to determine the consequences of the COVID-19 pandemic for women entrepreneurs.

Taking into account the obtained research findings, the conceptual scheme is developed, where possible ways of overcoming the consequences of the pandemic impact on women's entrepreneurship in Ukraine are substantiated.

Key words: entrepreneurship, women's entrepreneurship, female entrepreneur, COVID-19 pandemic, consequences of the pandemic.

ВСТУП

Актуальність теми.

Останніми роками ми можемо все більше чути про результати трансформаційних процесів, особливо у сфері кар'єри та жіноцтва. Адже відбулася зміна соціального статусу жінки, що привело до появи жінок-підприємниць. Аналіз тенденцій умов формування життєвих стратегій жінки в сучасній Україні, дає підстави вважати, що сьогодні жінки в соціальній структурі діють у своїй новій якості – активні суб'єкти соціальних відносин – жінки-підприємниці.

Дійсно, в останні роки ми спостерігаємо розвиток жіночого підприємництва. Все більше успішних проектів, які очолюють жінки. Заведено думати, що інвестиціями займаються тільки чоловіки, але це зовсім не так. Найчастіше жінки просто не афішують свої перемоги, соромлячись себе рекламувати. Але тенденція поступово змінюється. Якщо раніше в інвестиційних компаніях 90% робочих були чоловіки, сьогодні поступово жінки займають керівні позиції. [Жіноче підприємництво в Україні: від бізнес-плану до інвестицій, 2021].

Дослідженням жіночого підприємництва в сучасному українському суспільстві займалися такі вчені, як Г. Герасименко, Т. Журженко, Н. Лавриненко, О. Коломієць, О. Стрельник та інші.

Жінки, зокрема з найвразливіших груп (безробітні, жінки, що самі виховують дітей, літні жінки, жінки з інвалідністю), досить часто страждають у плані втрати соціально-економічних можливостей й погіршення стану здоров'я у зв'язку з пандемією.

Дослідники вважають, що необхідно, щоб системи управління державними фінансами брали до уваги гендерний аспект заходів, спрямованих на подолання пандемії COVID-19. Рішення щодо перерозподілу публічних коштів, пов'язані із необхідністю боротьби з коронавірусом, мають врахувати в тому числі потреби жінок. «Якщо рішення є гендерно сліпими, вони мають довготривалий вплив на

доступ жінок до ринку праці, рівень безробіття, доходів, розподіл часу на виконання продуктивної праці, споживання та процесу прийняття рішень тощо» [Гендерний вимір пандемії COVID-19, 2020].

Саме жінки більше зайняті у сферах, які постраждали від пандемії Covid-19. За даними Українського Жіночого Конгресу, у сфері соціальної допомоги 80% працівників — жінки, а в медицині жінок понад 82%). [Спецпроект «Як Covid-19 змінив жіноче підприємництво і гендерну рівність в Україні», 2020].

В умовах складної економічної ситуації, обумовленої пандемією, Індекс жіночого підприємництва демонструє зниження відносно рівня попереднього року – з 69,4 п.п. в до 60,1 п.п. Проте, більшість жінок-підприємниць (93%) планують подальший розвиток свого бізнесу. Пандемія COVID-19 і пов'язаний з нею економічний спад помітно збільшили ризики підприємницької діяльності. 41% жінок-підприємниць відзначили негативний вплив пандемії на їх бізнес. Деяким економічно складний період надав і необхідний для розвитку імпульс: 10% відзначили зростання своїх компаній, а 16% заявили про те, що стали диверсифікувати бізнес, просуваючись в нових напрямках. Пандемія зробила очевидною необхідність професійного розвитку. Як результат, більшість жінок-підприємниць (62%) говорять про те, що проходили професійне навчання в тій чи іншій формі в період пандемії та домоглися помітного зростання ділових навичок. Пріоритетними галузями для отримання додаткових знань стали цифровий маркетинг, стратегічне управління та soft skills (так звані «м'які навички» - знання та у думки в області самоорганізації, комунікації, вироблення стресостійкості). [Спецпроект «Як Covid-19 змінив жіноче підприємництво і гендерну рівність в Україні», 2020].

Отже, як бачимо, ми маємо досить суперечливу інформацію, що відкриває горизонти для розробки нових досліджень. Саме масштаб соціальних наслідків спричинених пандемією COVID-19 щодо жінок загалом та жінок-підприємниць зокрема та недостатня вивченість даної проблеми, саме в гендерному розрізі, зумовив вибір теми дослідження: **«Соціально-економічні наслідки пандемії COVID-19 для жінок-підприємниць»**.

Об'єктом дослідження є діяльність жінок-підприємниць в умовах пандемії Covid-19 в Україні.

Предметом дослідження є соціально-економічні наслідки пандемії COVID-19 для жінок-підприємниць в Україні.

Метою кваліфікаційної роботи є визначення соціально-економічних наслідків пандемії COVID-19 для жінок-підприємниць.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань:

- висвітлити теоретичні засади дослідження соціальної групи «жінки-підприємниці»;
- визначити соціально-психологічні особливості жінки-підприємниці;
- надати характеристику соціально-економічним наслідкам пандемії COVID-19: гендерний аспект;
- дослідити наслідки пандемії для жіночого підприємництва в Україні;
- провести пілотне дослідження для виявлення наслідків пандемії COVID-19 для жінки-підприємниці;
- обґрунтувати можливі шляхи подолання наслідків впливу пандемії на жіноче підприємництво в Україні.

Методи дослідження. Для досягнення визначеної мети в роботі використано комплекс загальнонаукових методів, зокрема методу порівняльного аналізу, методу типологізації та методу систематизації соціологічної інформації, а також методу вторинного аналізу інформації та методу соціологічного анкетування для визначення соціально-економічних наслідків пандемії COVID-19 для жінок-підприємниць.

Структура та обсяг. Випускна кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків до розділів, загального висновку, загальним обсягом 76 сторінок, 2 додатків, 1 таблиці, 1 рисунку, списку використаних джерел з 56 од. Основний текст викладено на 51 сторінці.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ГРУПИ «ЖІНОК-ПІДПРИЄМНИЦЬ»

1.1. Жінки-підприємниці як особлива соціальна група

Поступовий розвиток демократичних відносин, ринкові перетворення, збільшення ділової активності жінок викликали значний перерозподіл соціальних ролей у суспільстві. Тому, внаслідок радикальних економічних реформ 90-х років у теперішніх умовах стає актуальною проблема розвитку жінок-підприємниць як особливої соціальної групи.

Дослідження багатьох вчених, зазначають, що в основі походження підприємництва важливе місце відіграють такі соціальні фактори, як: стать вік, освіта та сім'я, перепідприємницька кар'єра та система соціальних зв'язків.

Підприємництво – це активна та творча поведінка, яка реалізує себе в інноваційній діяльності в умовах економічної свободи, невизначеності ситуацій і ризику, з прийняттям на себе відповідальності з метою досягнення успіху та особистого задоволення.

Американські вчені про явище жіночого підприємництва говорять, що це «тиха революція у світовому масштабі», яка спровокована «вибухом можливостей, що відкрилися».

На думку американського дослідника Д. Несбітт, історично в процесі розвитку жіночого підприємництва можна виділити два таких етапи. Перший етап розпочався в 1950-х рр. з масовим припливом жінок в сферу найманої праці і був обумовлений, з одного боку, зростанням економічної потреби в людських ресурсах, а з іншого – поширенням жіночої освіти й боротьбою жінок за свої права.

Другий етап розпочався у другій половині 1970-х рр. і являв собою безпосередньо поворот жінок в сторону підприємницької діяльності. Цей етап також відбувався під впливом двоспрямованих процесів, які були обумовлені, з одного боку, потребою самих жінок в нових робочих місцях та нових формах

самовираження, а з іншого – у розвитку таких сприятливих для розвитку жіночого підприємництва рис постіндустріального суспільства, як посилення ролі сфери послуг, посилення соціально орієнтованого підходу в державі і бізнесі (на перший план в організаціях виходить сервісно-клієнтський підхід, що сприяє розкриттю жіночих переваг).

Підприємництво, в першу чергу, мале та середнє, в наш час підпомагає зростанню розміру середнього класу, посиленню соціальної та політичної стійкості, стрімкому включенню національної економіки на світовий простір.

За умови соціально-економічної, культурної та духовної трансформації нашого суспільства відбулася зміна соціального статусу жінки й моральних основ його засобів до існування. У нашій країні на початковому етапі сформувався новий клас жінки-лідера, бізнесу й відповідальної особистості, здатної до аналізу й прогнозів, що є важливим для соціального середовища, й має природні та інтелектуальні можливості впливу на нього.

У соціології не існує точного визначення поняття «жінки-підприємниці», а соціологи виділяють два такі поняття як: «соціальна група» та «соціальна категорія».

Дослідниця Г. Антипова визначає соціальну групу як «сукупність людей, які мають загальні соціальні ознаки та виконують суспільно необхідну функцію в структурі суспільного поділу праці і діяльності» [Антипова, 1996: с.218]. В групі важливе значення має спільне членство й межі соціального контролю.

Щодо соціальної категорії, то це люди, які мають одну чи декілька подібних характеристик. І на відміну від соціальної категорії, в низ відсутні міжособистісні відносини, формальні межі та соціальний контроль.

З огляду на вищевикладене, ми вважаємо можливим дати власне визначення жінки-підприємниці – це відносно нова соціально професійна група в соціальній структурі соціуму, яка визначається як об'єктивними критеріями: загальні умови формування, професійна діяльність в структурі суспільного поділу праці, так і суб'єктивними (ідентифікують себе членами даної групи, що мають спільність професійних інтересів, мотивів зайнятості і т.д)

Жінки-підприємниці – це соціальна група, яка об'єднана певними умовами формування та функціонування з набором певних соціально-психологічних, духовних цінностей та способом життя.

Проаналізувавши існуючі дослідження та теоретичні узагальнення, можна говорити, що жінка-підприємниця поєднує в собі такі якості, як: працьовитість, ерудиція, бажання розвиватися й креативно підходити до вирішення різних завдань, готовність до нового, поєднання функцій вмілого організатора, виконавця та керівника, який в складних умовах знаходить оптимальне рішення.

У процесі становлення, реалізуючи свій потенціал й можливості, включаючись в громадське життя, жінка здобуває певний соціальний статус й займає певну позицію в соціальній структурі суспільства.

Слід зазначити, що більшість жінок-підприємниць беруть ідеї для свого бізнесу якраз з досвіду ведення власного господарства, оскільки мають бажання покращити матеріальний стан, добробут та надати кращі можливості для розвитку своїх дітей.

Дослідниця Ю. Малишевська у своїй роботі зазначає, що соціальна група жінок-підприємниць має такі характерні ознаки:

- вік 25- 50 років;
- наявність власної трудової діяльності;
- наявність вираженого професійного становлення та відповідальність за розвиток власної справи;
- наявність помітної галузевої специфіки: жінки-підприємниці зосереджені в традиційних галузях для жіночої зайнятості [Малышевская, 2013: с. 22- 23].

А дослідники Ф. Велтер, Н. Ісакова, Л. Кавуненко та Д. Смоллбоун визначають декілька сучасних типових груп жінок-підприємниць:

- підприємниці-професіонали, які приходять в бізнес, використовуючи накопичені знання, навички і вміння, де бізнес для них є можливістю займатися професією незалежно, отримувати гарний дохід та задоволення від реалізації;

- підприємливі підприємниці, які приходять в бізнес у відповідь на збільшення ринкових можливостей й орієнтовані на зростання підприємства;
- підприємниці, яких в бізнес привела відсутність альтернативних можливостей заробляти й необхідність утримувати себе і свою сім'ю;
- власниці або співвласниці малих підприємств (невеличких салонів, ательє та магазинів) для яких бізнес не був власним вибором, але для того щоб не залишати власну роботу за часів трансформаційної кризи економіки, вимушені були призвичаїтися до нових умов;
- власниці сімейного бізнесу, в якому залучена вся сім'я; даний вид стає все популярнішим. В деяких країнах близько 60 % від загальної кількості складають дані підприємства. Сімейна справа об'єднує сім'ю, між членами існує довіра, вони розуміють цілі підприємства, чого доволі важко отримати з найманими працівниками. [Грицяк, 2004: с. 44].
- молоді підприємниці, які не мають досвіду. [Ісакова, 2001: с. 28].

Отже, можна виділити такі особливості жіночого підприємництва:

- незначний розвиток жіночого підприємництва можна визначити незначним «віком» підприємств, які очолює жінка, оскільки жінки прийшли в цю сферу набагато пізніше й не встигли ще достатньо розвинути свою справу, аніж чоловіки.
- жіноче підприємництво переважно сконцентровано в тих галузях, технології яких не претендують на значну кількість робітників.
- жіноче підприємництво переважно орієнтовано на контроль за часом, аніж на зростання прибутку [Науково-методичний журнал, 2005: с. 55].

Зазвичай традиційний бізнес вимагає таких якостей, як прагнення до панування і бажання до перемоги, але віднедавна виріс попит на якості, які традиційно приписують жінкам такі характеристики: інтуїція, відкритість до людей, почуття такту і т.д.

Потрібно відзначити, що жінки в порівнянні з чоловіками є певною мірою більш комунікабельними, оскільки їм, через особливості виховання, притаманне прагнення до спілкування, об'єднання, співпраці. За допомогою своїх здібностей жінки набагато простіше ніж чоловіки адаптуються до нових ринкових відносин. За даними досліджень Академії наук України близько 46% жінок хочуть змінити рід занять і отримати нову професію (а серед чоловіків – 36,6%). Отримання нових знань, підвищення кваліфікації та розвиток підприємництва – це шлях, який дозволяє жінкам залишити в економічній сфері рівні права, надані їм Конституцією і законами України. [Коломієць, 2009: с. 130].

Пошук певних знань та інструментів через додаткове навчання й успішні приклади інших жінок, які займаються підприємництвом посилюють тенденцію й покращують показники жіночого підприємництва в Україні. Соціологічне дослідження показує, що жінки-підприємниці відрізняються бажанням навчатися – 85% жінок зацікавлені в додатковому навчанні через воркшопи. Молоді надають перевагу в навчанні на бізнес-стратегії, юридичної й фінансової організації, то старші жінки-підприємниці на веденні та розширенні бізнесу, й у зв'язку з ситуацією в країні, більшість у форматі онлайн. З переходом на онлайн, переважна більшість жінок шукає платформи чи ресурси для вивчення таких тем як: просування в Інтернеті за допомогою соціальних мереж, розвиток онлайн-бізнесу. Крім того, 69% жінок-підприємниць воліють онлайн-навчанням [Олійник, 2015: с. 395].

Галузі, в яких працюють жінки-підприємниці, зазвичай, відрізняються від тих, які обрали чоловіки-підприємці. Самозайняті жінки працюють у сфері послуг, гуртовій та роздрібній торгівлі частіше, ніж чоловіки. Так, в країнах колишнього СРСР близько 70% жінок-підприємниць працюють у третинному секторі економіки, а для чоловіків-підприємців показник становить близько 50%. Більшість традиційних секторів економіки, в яких жіноче підприємництво розвивається, характеризуються переважно нескладним змістом, низькою продуктивністю та прибутковістю, високою конкуренцією. Моделі чоловічого підприємництва дещо відрізняються. [Вегнер, 2006: с. 636].

У нормативно-правовому полі України немає документів, які б обмежували чи забороняли жіночу підприємницьку ініціативу, так само як і такі, які їй би сприяли. Намагання забезпечити державну підтримку жіночому підприємництву в наш час нашоухуються на неприйняття, і не тільки чоловіками.

Аналіз позитивних і негативних тенденцій, що визначають певні умови для формування стратегій жінок в Україні, дозволяють нам сказати, що на сьогодні жінки у соціальній структурі знаходяться в інших якісно-активних взаємозв'язках суспільних відносинах і тому, отримують даний статус – жінки-підприємниці [Бендас, 2000: с. 88].

Щодо оцінки реального стану жінок на ринку праці, то жінки є невід'ємною частиною трудових ресурсів, але їхній потенціал не використовується наповну. Крім того, існує проблема безробіття, яка залишається актуальною серед жінок, загострюється в періоди криз та переходить у приховану стадію в періоди стабільності. Основними рисами для жіночого безробіття є масовість і затяжний характер [Креденцер, 2004: с. 20-21].

Останніми роками в українському суспільстві простежується намагання популяризації теми жіночого підприємництва. Даний підйом відбувається завдяки збільшенню кількості відсотка жінок, які відкривають власний бізнес і стикаються з різними викликами на шляху. Починаючи з 2020 року частка жіночого бізнесу в ФОП перевищує 50%, а відсоток закриття власного бізнесу жінками поступово знижується.

Фізична особа-підприємець (ФОП) – це тип підприємства, яким володіє та управляє одна людина і в яких немає ніяких правових відмінностей між власником і бізнесом. Власник отримує весь прибуток (з урахуванням оподаткування) і має необмежену відповідальність за всі збитки, борги. [Ісакова, 2017].

Існує суттєва різниця між жіночим та чоловічим підприємництвом, яка полягає в масштабах бізнес операцій, які вимірюються обсягами продажів та розмірами доданої вартості. Більшість підприємств, де власницями є жінки,

мають набагато менше прибутку й продуктивність їхньої праці, в порівнянні з тими, які очолюються чоловіками. Цю ситуацію можна пояснити такими факторами й включаючи певну характеристику діяльності і час, який жінки справді витрачають на розвиток бізнесу: жінки переважно працюють в секторах, які більш конкурентні та менш прибуткові або рентабельні; розмірами підприємств; жінки є менше схильними до ризику, щоб отримати більший заробіток, тому що розмірковують над наслідками; жінки набагато менше часу витрачають на ведення бізнесу, аніж чоловіки.

Слід зазначити, що мотиви відкриття бізнесу в жінок є іншими, аніж у чоловіків. Жінки переважно керуються мотивом започаткування підприємництва, як сталої необхідності. Вони стають підприємцями через те, що ще є єдиним шляхом для входження на ринок праці. Також жінки більше цінують гнучкість графіка роботи й можливість поєднати роботу та сімейне життя. Збільшення підприємництва, реалізація великих планів, запуск нового продукту, надання послуг для жінок, є не такими важливими факторами як для чоловіків. Разом з тим, і жінки і чоловіки хочуть налагодити прибутковий та стабільний бізнес. [Циба, 2006: с. 31].

З іншого боку, поєднання роботи та сімейного життя, так зване «подвійне навантаження», є основною перешкодою для жіночого підприємництва. Оскільки жінки зазвичай мають обмежену кількість часу для бізнесу, відповідно це впливає на вибір самого бізнесу, яким жінки починають займатися, виключаючи певні види діяльності, для яких потрібно більше часу [Макаревич, 2006: с. 9-10].

Жінки–підприємниці переважно вкладають меншу суму капіталу для фінансування діяльності та довіряють внутрішнім джерелам фінансування для створення підприємства. Дослідження, засновані на інтерв'ю, визначили, що жінки нерado звертаються за кредитами й мають більше проблем з банківськими працівниками. У жінок вимагають більший перелік документів, аніж у чоловіків. Деколи навіть кредит може обкладатися більшими відсотками, аніж для чоловіків. Це призводить до того, що жінки беруть менше зовнішнього

фінансування, а це у свою чергу руйнівню впливає на загальний потенціал і розширення підприємств, доступу до міжнародних ринків. [Макклеланд, 2021].

Міра добробуту підприємств для жінок є значно нижче, аніж для чоловіків. Це може бути одним із наслідків дії соціокультурних й економічних чинників, що стають на заваді виживання, приміром, дужче обмежений доступ до фінансування, та також секторів, в яких переважно жінки відкривають бізнес. Але в більшості країн, факти вказують на те, що ті підприємства, які очолювані жінками й пережили перший, найважчий період роботи, згодом збільшують кількість робочих місць значно швидше, аніж ті, які належать чоловікам-підприємцям [Гребенюк, 2014: с. 127].

Таким чином, можна зробити висновок, що становлення та розвиток ринкових відносин значно змінили життєві орієнтири багатьох жінок. Жіноче підприємництво – це певний спосіб адаптування до нових умов. А жінки-підприємці – це соціальна група, об'єднана загальними умовами формування і функціонування з певним набором соціально-психологічних, духовних цінностей та певним способом життя.

Жінки-підприємниці – це відносно нова соціально-професійна група в соціальній структурі соціуму, яка визначається як об'єктивними критеріями: (загальні умови формування, професійна діяльність в структурі суспільного поділу праці і т.д), так і суб'єктивними критеріями (ідентифікують себе членами даної групи, що мають спільність професійних інтересів, мотивів зайнятості і т.д)

Попри труднощі, які стояли перед ними, вони змогли набути впевненості в собі й своїх силах, опанувати нову для себе роль підприємниці. [Жіноче підприємництво в Україні: від бізнес-плану до інвестицій, 2021].

1.2. Соціально-психологічні особливості жінки-підприємниці

На сьогоднішній день продовжується трансформація жіночих ролей в українському суспільстві й все більшого значення набуває її професійна реалізація. Жінка більше не хоче обмежуватись роллю домогосподарки, а цікавиться відкриттям власної справи, досягненням успіху та матеріальної незалежності від чоловіка. Соціально-психологічний портрет сучасної жінки-підприємниці – це тема, яка в останні роки набула особливого звучання серед досліджень соціологів.

Залучення жінки в економічну реальність залежить від багатьох чинників, але важливе місце займають особистісні характеристики та властивості характеру жінки.

Кардинальна зміна уявлень про розподіл гендерних ролей в сучасному суспільстві викликала ряд проблем. Одним з ключових таких питань є роль жінки в суспільстві. Під впливом жіночого руху, який розпочався ще у двадцятому столітті, відбувся поступовий зсув соціальної позиції жінки в напрямку узвичаєного соціального статусу чоловіка. Вектор змін зумовлений загальним станом сучасного суспільства, й для досягнення успіху «вимагає» від індивіда якостей маскулінності та андрогінії. Поєднання розвитку маскулінності і фемінності в індивіді називається андрогінією. І вважається такою рисою особистості, яка не є пов'язана із статевим розвитком або статево-рольовими розладами. Досить розвинена андрогінія завбачує велику базу й певну гнучкість рольової поведінки, великі здібності та інші важливі властивості. [Журженко, 1999:, с. 121-122]. Тому, домінуючими й соціально виправданими для жінки стали риси, які традиційно приписували чоловікам.

Дане зміщення викликало появу нової жінки, яка активна в соціальному середовищі, перейшла із приватної до соціальної сфери. Це своєю чергою позначилося на зміні особистісних цінностей вже маскулінізованої жінки та привело до зміни уявлень про фактори внутрішнього комфорту жінки, що визначають рівень задоволеності життям. Тому, виникає питання, як саме це

нове конструювання ролей та гендеру вплинуло на стан й суб'єктивне благополуччя сучасних жінок, як відчуває себе українська жінка в новітньому соціокультурному просторі? [Пачковський 2011: с. 41].

Трансформація ролі жінки є досить актуальною для національного соціально-гуманітарного дискурсу й українського суспільства загалом. На відміну від країн, де зміни в становищі жінок у суспільстві асимілюються, то в українському суспільстві ми можемо говорити лише про певні тенденції змін. Ці нові тенденції мають значний тиск з боку загальноприйнятих стереотипів про роль жінки.

Залучення жінок в підприємницьку діяльність сьогодні залежить від низки факторів, які відіграють значущу роль у формуванні характерологічних особливостей жінок-підприємців: жінки мають вищу кар'єрну орієнтацію на професійну компетентність; жінки мають нерівні стартові можливості, оскільки існує проблема «скляної скелі», «липкої підлоги» та «подвійного навантження»;

Труднощі, які пов'язані з переходом жінки на роль активної учасниці соціального середовища, стають ще більшими. По-перше, вони пов'язані з тим, що жінка набуває нових ролей, які раніше не були характерними для неї. По-друге, розвиток цих ролей відбувається в умовах постійного зовнішнього тиску, що й ускладнює адаптацію жінки до мінливих умов в нашому суспільстві [Грицяк, 2003: с. 467].

Поступово з розвитком капіталізму, індустріалізації та урбанізації жінки намагалися приєднатися до суспільного виробництва, й набути таких особистих навичок і якостей, що притаманні більше чоловікам. Жінка повинна отримати належні знання та соціальні навички, щоб вдало використовувати професійні функції. [Говорун, 2004: с. 46].

З метою подолання біологічного редукціонізму в науку було введено поняття гендеру. В соціальних науках дане поняття означає соціальну стать, певний соціальний конструкт та соціальний інститут та не має нічого спільного зі статтю біологічною. У психології термін «стать» використовується в досить широкому розумінні, маючи на увазі будь-які поведінкові або психічні

властивості, які пов'язані з маскулінністю та фемінністю, і безпосередньо визначають поведінку тієї чи іншої людини.

Маскулінність і фемінність – це нормативні уявлення про психічні, соматичні й поведінкові якості, характерні для чоловіків та жінок. Жінки та чоловіки відрізняються фізичною оболонкою й психічними властивостями, а також власними інтересами, професіями. Попри це, чоловікам досить важко виявляти риси, приписані традиційній фемінності, оскільки вони розглядають це як загрозу власної гідності та чоловічій ідентичності.

Кожне суспільство має певні уявлення, й про соціалізованого індивіда в ньому, про те, чим повинен в ньому займатися, що належно йому робити. Ці типові усталені уявлення щодо спільнот зазвичай називають гендерними стереотипами. Вони у свою чергу можуть бути віддалені від реальності, нестійкими та неточними відносно нового й значно далекими від справжніх рис того чи іншого індивіда.

Жіночі та чоловічі риси є багатогранними та багатовимірними. «По-перше, чоловіча статура поєднується з жіночими емоціями й почуттями, а також навпаки, багато й що залежить від ситуації та сфери діяльності. По-друге, чоловіки та жінки мають та характеризуються різними є ступенями мужності та жіночності, що визначають їх поведінку». [Горностаї, 2004: с. 151-152].

Типовими чоловічими якостями вважаються раціональність, незалежність, активність, агресивність, сила (фізична і психологічна), інтелект, авторитетність, схильність до ризику та здатність до досягнень.

Типовими жіночими якостями вважаються м'якість, емоційність, слабкість, турботливість, практичність, комунікативність, консервативність, інтуїтивність, реалістичність та сенситивність.

Риси маскулінності та фемінності є в першу чергу закріпленими нормами, стереотипами в нашому суспільстві, а не результатом природних відмінностей між статтями. Іноді дані риси відбивають відмінності чоловіків й жінок, але переважно це сталий результат виховання, де психологічні відмінності формуються під тиском певних стереотипів, які є нав'язувані людині

суспільством. Також буває й навпаки, що риси чоловічності та жіночності не відповідають фізіологічній природі людей.

Нейрофізіологічні дослідження показали, що в чоловіків і жінок, краще розвинені різні півкулі мозку, у чоловіків права, яка відповідає більше за емоції, а у жінок переважно ліва, яка відповідає за логіку. Крім того, дослідники зазначають, що у жінок набагато більше розвинені мовні здібності, вміння слухати й прислуховуватися до інших, вміння ведення переговорів та хист до запевнення.

Дослідник А. Фриз та його колеги провели метааналіз дослідження патернів атрибуцій – поведінкових стереотипів й приписування властивостей та ролей. Дане дослідження дозволило визначити, що гендерні розрізнення є незначними [Берн, 2004: с. 118]. Це скоріше за все можна пояснити неусвідомленням про уявлення маскулінності і фемінності.

А дослідниця Л. Стрейер вивчала певний взаємозв'язок між фемінністю та маскулінністю. В її дослідженні було опитано 300 студентів, яких попросили оцінити статті про психологію жінок та політику. Всі статті в дослідженні містили лише ініціали, й респонденти самостійно не могли б визначити стать. Цікавим є те, що респонденти високо оцінювали статтю, яку, вважали, що написав чоловік, а не жінка. Разом з тим дослідження показало, як чоловіки й жінки визначали стать автора. 87 % респондентів зазначало, що статті про політику – це авторство чоловіків, а 96% зазначало, що статті про психологію – це авторство жінок. Тобто, дослідження підтвердило, що респонденти спиралися саме на стереотипні уявлення про жінок та чоловіків. [Берн, 2004: с. 118].

Досить часто діяльність чоловіків вважають дорожчою, оплачують вище, аніж таку саму роботу, яка була б виконана жінками. Також чоловіки набагато більше отримують соціальне визнання, грошову винагороду, аніж жінки.

Досить поширеним є стереотип, що саме чоловікам приписують певні властивості та навички, які притаманні лідерам, керівникам та менеджерам. Більшість професіоналів вимагають працювати саме з чоловіками, навіть коли резюме жінки й чоловіка є однаковими. Стереотипи всерівно мають місце на

існування, навіть якщо немає різниці в виконанні певної роботи та лідерських здібностях [Кипервар, 2009: с. 101].

Чимало роботодавців, які оцінюють робітниць асоціюють успіх жінок саме з везінням, а не набутими вміннями та навичками, тому як наслідок рівень прагнення до успіху жінкою зменшується, жінки не хочуть пробувати влаштувати власну підприємницьку кар'єру. Успіх по різному діє на мотивацію чоловіків та жінок, невдачі жінок та високі досягнення чоловіків присвоюють до їх особистих властивостей, а якщо брати навпаки, високі досягнення жінок і невдачі чоловіків, то до факторів навколишнього середовища. [Майерс, 2005: с. 552-553].

Девальвація жінок позначається не тільки на здібності й досягнення, а разом з тим знецінює сфери та діяльність жінок, які вважаються традиційно жіночими. [Климов, с. 140].

Соціолог О. Осєєв, вивчав гендерні відмінності в соціально-психологічних характеристиках успішних керівників жінок й чоловіків. Чоловікам притаманний агресивний стиль керівництва, вони намагаються постійно підвищувати свій авторитет та удосконалювати методи управління підлеглими, а підлеглі повинні виконувати всі розпорядження керівника згідно з усталеними нормами і правилами. Головними критеріями для чоловіка-підприємця є компетентність, професіоналізм, швидкість прийняття рішень та готовність до ризикових дій. А жінкам притаманне більше соціальне партнерство, вони частіше застосовують психологічний або моральний вплив до підлеглих, швидше аналізують і загладжують конфлікти. Жінки-підприємниці поєднують свою роботу більше з особистісними характеристиками, аніж з формальним статусом.

Важливими питаннями є моральні, ціннісні та мотиваційні установки жінок-керівників, що вдало працюють в умовах невизначеності. Дослідження А. Чірікової показало, що жінка є меншим «гравцем» в бізнесі, ніж чоловік-керівник, який орієнтований на досягнення своєї цілі за будь-яку ціну. Жінка більше посилається на власні вміння, разом з тим, жінки-лідери набагато більше

в роботі спираються на інших, аніж чоловіки, оскільки феномен соціальної відповідальності в них виявляється сильнішим.

Дослідження розвитку особливостей жіночої кар'єри є порівняно новою сферою. Вчені Л. Фітцджеральд та Н. Бец вважають, що ставлення жінок до кар'єри – це певний результат 2-ох поширених переконань. Перше, уявлення про пріоритетність материнських обов'язків, а друге – переконання професійної діяльності полягає в тому, що теорії описують просування чоловіків кар'єрними східцями використовують і для аналізу жіночої кар'єри. Але тут слід брати до уваги саме зайнятість жінки. [Кандаурова, 2014, с. 87-88].

Існують такі гендерні відмінності в кар'єрі жінок: жінки майже не представлені на вищих професійних рівнях; жінки частіше, роблять перерву в навчанні; жінки мають обмежений вибір можливостей для кар'єри; типові жіночі професії мають обмежені можливості зростання.

Порівняння жінок до успіху в підприємницькій діяльності можна вдало простежити з інформації про їхні цінності, інтереси та діяльність. Досить часто схвалення чи несхвалення має вплив на жінок і на їхню мотиваційну сферу. Коли відбувається схвалення оточенням, то прагнення до успіху в жінок значно збільшується. Але тут слід ще зазначити, що оточення переважно схвалює саме традиційні досягнення жінок, й чим старше за віком оточення оцінює, тим більше воно схиляється до розділення і стереотипізації.

Українська дослідниця Т. Журженко описує «ділову жінку» як певний самостійний тип ідентичності й визначає характерні риси для неї. Зазвичай жінку-підприємця розглядають скоріше як працівницю і годувальницю, що вимушена займатися бізнесом через економічні обставини, а при поверненні до нормальних, повсякденних умов могла б повернутися до діяльності, яка відповідає її традиційному розподілу ролей.

Все ж опановування ролі керівника й досягнення успіху є не простим завданням для жінки, тому що окрім значної конкуренції та постійних перешкод вона має долати й гендерні стереотипи, перепони чоловічої кланової закритості у сфері політики та великого бізнесу.

Переважно більшість жіночого підприємництва зосереджена в маргінальних видах економічної активності, так званому «човниковому бізнесі» і ринковій торгівлі, які характеризуються невеликими доходами, незначним престижем та нелегкими умовами праці. [Гандурова, 2000: с. 149-150].

Отже, теоретичний аналіз призводить до висновку, що існує наявність великого ряду тенденцій соціально-психологічних характеристик жінок-підприємниць, які свідчать про активізацію ролі жінки в сучасному українському суспільстві.

Висновки до розділу 1

Проаналізувавши інформацію в першому розділі, ми можемо сказати, що становлення та розвиток ринкових відносин значно змінив життєві орієнтири багатьох жінок.

Жіноче підприємництво – це певний спосіб адаптування до нових умов, де жінка реалізує особистий потенціал, набуває професійної реалізації та знаходить соціальний статус, отримує нову для себе роль – роль підприємця.

Жінки-підприємниці – певна соціальна група, об'єднана загальними умовами формування та функціонування з певним набором соціально-психологічних характеристик і духовних цінностей, способом життя.

Залучення жінки в економічну реальність залежить від цілої низки факторів, але головне місце займають саме особистісні характеристики та властивості характеру жінки-підприємниці..

Жінки-підприємниці поєднують свою роботу більше з особистісними характеристиками, ніж з формальним статусом. Також мають вищу кар'єрну орієнтацію на професійну компетентність; мають бажання розвиватися й незвичайно підходити до вирішення різних завдань; мають поєднувати функції вмілого організатора, виконавця та керівника, який в складних умовах знаходить оптимальне рішення; мають правильно поєднувати сімейні ролі та жінки-керівника, мають нерівні стартові можливості, оскільки існує проблема «скляної скелі»; «липкої підлоги», «подвійного навантження».

Крім того, дослідники зазначають про стереотипи гендерних моделей поведінки жінок-підприємниць в сучасному українському суспільстві.

РОЗДІЛ 2. ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНУ СФЕРУ

2.1. Соціально-економічні наслідки пандемії COVID-19: гендерний аспект.

На фоні загострення глобальних проблем, починаючи від зміни клімату до фінансових криз, перед людством з'явився ще один глобальний виклик – COVID-19. Пандемія, боротьба з нею, наслідки вжитих обмежень й заходів призвели до економічного гальмування в цілому світі та сучасному українському суспільстві. Значні зміни відбулися в більшості сфер суспільного життя та порушили сталі соціально-економічні процеси всіх країн, які донедавна були взаємопов'язаними та відкритими. В наш час гальмуються економічні процеси, наперед виходить соціальна сфера й потреба в державній підтримці та соціальному захисті як громадян, так і бізнесу в цілому.

Очевидно, це містить загрозу здоров'ю людей, загальним суспільним благам, й послаблює національну економіку, впливаючи на них через втрату звичного джерела доходу або бізнесу, перериванням різних зв'язків, зменшенням прибутковості та зростанням певних зобов'язань й ускладнень з виплатою боргів тощо [COVID-19: Stopping the rise in domestic violence during lockdown: European Parliament, 2020].

Даний вплив не припиниться відразу після завершення карантину, а натомість буде й надалі впливати на різні сфери соціального та економічного життя протягом довгого часу, а в деяких секторах взагалі не зможе повернутися до нормального передпандемічного стану. І це загрожує загальним суспільним благам, здоров'ю людей і послаблювати національну економіку, впливаючи на них через переривання зв'язків, втрату звичного джерела доходу або бізнесу, зменшення рентабельності, зростання зобов'язань і ускладнення з виплатою боргів тощо. [COVID-19: Stopping the rise in domestic violence during lockdown: European Parliament, 2020].

У післяпандемічному сценарії, який буде складений міжнародним співтовариством на останньому етапі пандемії, соціальний порядок має бути відновлений відповідно до нових можливостей та потреб суспільства, економіки та можливостей природного середовища.

Наразі ситуація з пандемією COVID-19 впливає на громади й на громадян через п'ять основних соціально-економічних факторів, таких як:

Першим фактором є скорочення торгових операцій й зупинка окремих секторів економіки. Наразі торговельні партнери зменшують обмін товарами, і це триває ще з початку режиму карантину.

Другим фактором є зниження попиту на послуги й збільшення попиту на послуги за допомогою ІТ-сервісів. Даний фактор є досить важливим для громад, де послуги, наприклад як туризм, є домінуючою сферою місцевої економіки.

Третім фактором є глобальне переривання ланцюгів вартості, в першу чергу саме в виробництві. Внаслідок зсуву нормальних умов соціального порядку та ринку, переорієнтації різних видів роботи в дистанційний (онлайн) режим, ланцюги доданої вартості продукції значно трансформувалися, а деякі в свою чергу припинили існування.

Четвертим фактором є зниження ціни на товари та падіння попиту. Більшість країн, де немає монополії, які тримають ціну, незалежно від попиту чи пропозиції, мають вплив на всю ресурсну основу економіки й суспільство.

П'ятим фактором є посилення асиметрії між розвиненими країнами та країнами, що розвиваються. Збільшується й надалі ступінь нерівності розподілу доходів між бідними й багатими людьми. Люди, громади, країни з більшим доступом до джерел будуть мати переваги для успішного виживання в новому сценарії глобального розвитку. [Kreston, 2020].

Пандемія (COVID-19) негативно впливає на фінансово-економічну систему українців, соціальне життя людей, обмежуючи їх права та можливості, які пов'язані з роботою, вільним пересуванням, спілкуванням, подорожами й відпочинком під час введення посиленних карантинних заходів. Слід зазначати, що COVID-19 вражає населення незалежно від їх соціального та фінансового

стану, релігійної приналежності й віку, проте сам рівень втрат і шкоди значно відрізняється залежно від віку, статі та достатку.

Дискримінаційна гендерна ситуація передкоронакризового періоду за минулий рік ще поглибилася, хоча пандемія й не є джерелом виникнення гендерної нерівності та несправедливості, але вона загострює дискримінацію та розширює упереджене ставлення до роботи жіночих трудових ресурсів, посягає на гідність, порушує права жінок у багатьох галузях й сферах діяльності й в повсякденному житті у зв'язку зі збільшенням фінансово-економічної залежності від чоловіків, при втраті роботи жінкою, і також від роботодавців в умовах масових звільнень [Як змінилися настрої бізнесу на карантині (дослідження) / Мінфін, 2020].

Жінки-підприємниці очолюють близько 60% фірм, що надають освітні, туристичні та юридичні послуги, та підприємств у сфері розваг, краси, тобто тих сферах, які перші втратили доходи й відчули вплив державних обмежень їх діяльності під час пандемії. Так, частка жінок ФОП, зайнятих у сфері краси становить 94%, туристичного бізнесу – 72%. [ООН Жінки в Україні, 2020].

У сфері послуг та торгівлі є поширеними різні форми неформальної зайнятості, наслідком чого є саме соціальна незахищеність персоналу й порушення трудових прав. Переважна більшість працюючих у сфері торгівлі одягом, взуттям, продуктами харчування, в тому числі на ринках і стихійних ринках, діяльність яких була обмежена або зупинена в період локдауну, – жінки, серед яких великий відсоток – літнього віку.

Таким чином, карантин у сфері торгівлі, значно погіршив становище працівників. [Кисельова, 2020].

Також через неможливість проведення публічної діяльності зазначили великих втрат і культурні заклади та установи. Заборона на виставки, концерти, кінопокази та інші публічні заходи призвела до різкого падіння доходів всіх тих, хто вкладав час, сили й гроші в розвиток культури та мистецтва. Працівники в даній сфері залишилися без щомісячного доходу та роботи, а менеджери – без ресурсів для оплати праці та покриття інших витрат.

Робоча сила									
Усе населення віком 15 років і старше	18001,3	55,8	18185,2	56,4	18123,4	56,5	17729,0	55,3	

Жінки	8603,9	49,0	8670,2	49,3	8709,5	49,8	8452,2	48,4	
Чоловіки	9397,4	64,1	9515,0	64,9	9413,9	64,5	9276,8	63,6	

Зайнятість населення

Усе населення віком 15 років і старше	16355,5	50,7	16723,4	51,9	16574,5	51,7	16085,6	50,1	
Жінки	7902,9	45,0	8015,5	45,6	7953,6	45,5	7703,8	44,1	
Чоловіки	8452,6	57,6	8707,9	59,4	8620,9	59,1	8381,8	57,4	

Безробіття населення (за методологією МОП)

Усе населення віком 15 років і старше	1645,8	9,1	1461,8	8,0	1548,9	8,5	1643,4	9,3	
Жінки	701,0	8,1	654,7	7,6	755,9	8,7	748,4	8,9	
Чоловіки	944,8	10,1	807,1	8,5	793,0	8,4	895,0	9,6	

У порівнянні з 2019 за 9 місяців 2020 офіційна жіноча зайнятість скоротилася на 1,5%, а чоловіча зайнятість на 2%, а в абсолютному вимірі – на 311,7 та 326,1 тис. осіб відповідно. Отже, збільшилося безробіття населення, а саме: жіноче безробіття збільшилося на 1,3%, а чоловіче на 1,1%, в абсолютному вимірі: 93,7 і 87,9 тис. осіб відповідно. Якщо брати до уваги й неформальну зайнятість за 2019 і 2020 то, теж спостерігається значне скорочення зайнятості як жінок, так і чоловіків. [Жарова, 2020].

Зниження пропозиції на робочі місця в Україні дуже посилюється гендерною нерівністю в суспільстві в умовах карантину, і в результаті зростає «гендерна несправедливість».

Вакансій для чоловіків є в декілька разів більше в порівнянні з «жіночими», хоча рівень освіти та професійної підготовки свідчить, що жінки так само, як і чоловіки, мають хороші шанси на успіх в будь-якій роботі, але, на жаль, в наш час на практиці все зовсім інакше: на вищих керівних посадах у владі та серед управлінців середньої ланки значно переважають чоловіки, й в багатьох галузях існують «чоловічі» професії [Стрельник, 2020].

Попри те, що в українському трудовому законодавстві відсутні обмеження та привілеї для обох статей в питаннях зайнятості, переважно жінки стикаються з серйозними проблемами, які в свою чергу свідчать про нерівномірну гендерну сегрегацію на ринку праці. Тому, на сьогодні кризовий стан ринку праці України потребує розв'язання таких питань, як зниження загального рівня безробіття й підвищення конкурентоспроможності ринку праці, покращення умов та оплати праці, подолання гендерних стереотипів роботодавців, розривів у заробітних платах жінок і чоловіків, проблем «скляних стель» та «липких підлог». Вирішення цих питань наблизить Україну до рівномірного гендерного розподілу в економічній сфері.

Упродовж всього карантину навантаження домашньої роботи на жінок посилилося, це підтверджують тогорічні результати опитування «Емоції та поведінка: Українець на карантині», проведеного соціологічною групою «Рейтинг», показали, що 36% жінок і 28% чоловіків стали частіше крім роботи готувати страви харчування; 41% жінок і 27% чоловіків частіше стали виконувати роботу по дому.

Окремим питанням є догляд за дітьми. Жінкам, які працюють віддалено, з дому, та вдень присвячують більше часу дітям, для завершення роботи, яку необхідно виконати протягом дня, доводиться все робити вночі. Потрійне навантаження для жінки негативно впливає на здоров'я, оскільки майже не залишає часу на відпочинок, сон та догляд за собою. Під час карантину жінки

більше ніж чоловіки відчують тривогу, страх та почуття провини або відчаю й на основі емоційного виснаження часто впадають в депресію [Кулицький, 2020: с. 44-45].

В теперішніх умовах існує кілька типів гендерної дискримінації на ринку праці, характерних і для докризового періоду: дискримінація при працевлаштуванні і звільненні; дискримінація при влаштуванні на певну вакансію; дискримінація на основі винагороди за ту, чи іншу роботу; дискримінація в кар'єрному зростанні; дискримінація при участі в управлінні та прийнятті рішень. Гендерні розриви оплати праці в наш час в Україні є певною формою сексизму, дискримінацією на ринку праці, що полягають у нерівній оплаті праці серед жінок та чоловіків. Жінки у всьому світі отримують в середньому на 20-30% менше, ніж чоловіки, за ту саму роботу на подібній посаді [Костриця, Бурлай, 2020: с. 85].

Отже, проведений гендерний аналіз показав, що фінансово-економічна криза, посилена зниженням загальної активності під час пандемії COVID-19, внаслідок запровадження карантину має різні наслідки для жінок й чоловіків. Ключовою причиною даної ситуації є особливість української структури зайнятості в різних галузях економіки. Галузі, які першими відчули втрати доходів через запровадження карантинних заходів, – це мистецтво і культура, освіта, торгівля непродовольчими товарами, готельний та туристичний сектор, різні напрямки діяльності у сфері надання послуг, саме вони в своїй структурі мають дуже високий відсоток зайнятих жінок, що зумовило ще більше зростання гендерної нерівності на ринку праці.

Збільшилося навантаження жінок, яке пов'язане з поєднанням домашньої роботи та догляду за дітьми разом з дистанційною роботою. Жінки першими ввійшли до групи ризику підвищеної ймовірності захворіти COVID-19, оскільки вони складають більшість медичних працівників й допоміжного персоналу, який забезпечує догляд за хворими. Важливість захисту населення від соціальної, економічної кризи після COVID-19 стає все більше. Хоча виклик є загальним для всіх, ми повинні підкреслити важливість питання забезпечення гендерної

рівності. Йдеться про те, що ступінь нерівності є важливим показником в оцінці ступеня впливу кризи на вразливі групи населення. І чим більше нерівним є суспільство, тим більше представників уразливих груп буде нести тягар впливу (як соціального, так і економічного) пандемії COVID-19 й тим менше в них буде ресурсів, з якими доведеться протистояти кризі.

У підсумку, можемо сказати, що жінки все-таки більше зазнають більшого негативного впливу від пандемії, через подвійну, а іноді й потрійну роль в сім'ї, яка в умовах карантину надбала і ще більшого навантаження. З одного боку, сімейна жінка, а з іншого – жінка-підприємниця. Зростання соціального, економічного тиску та гендерної нерівності загострюється саме в таких групах, як одинокі матері, єдині отримувачки заробітної плати в сім'ї, пенсіонерки та особи з інвалідністю тощо.

2.2. Наслідки пандемії для жіночого підприємництва в Україні

Останніми роками ми спостерігаємо розвиток жіночого підприємництва. Все більше успішних проєктів, які очолюють жінки. Заведено думати, що інвестиціями займаються тільки чоловіки, але це зовсім не так. Найчастіше жінки просто не афішують свої перемоги, але тенденція поступово змінюється. Якщо раніше в інвестиційних компаніях 90% працюючих були чоловіки, сьогодні поступово жінки починають займати керівні позиції.

Згідно з результатами нещодавнього дослідження, «починаючи з 2017 року частка жіночого бізнесу в ФОП вже перевищує 50%, а відсоток закриття власного бізнесу жінками стабільно знижується. Більшою мірою, жіночий бізнес зосереджується на наданні послуг у сфері краси та здоров'я, консалтингу, ІТ і торгівлі одягом і продуктами харчування». [Щоломницька, 2021].

Світова пандемія та економічні наслідки карантинних заходів посилили й прискорили тенденції, які поступово розвивалися останніми роками, особливо у сфері освіти, навчання й переходу його в онлайн. Жіночий бізнес поступово переходить на новий етап і починає свій стрімкий розвиток, яке потребує ефективних й практичних інструментів, сучасних знань для переходу на якісно нові рівні та пошуку додаткового фінансування. [Michaelis, Doerr, Sinatl, 2019: p. 176-177].

Відповідно до опитування бізнесу серед жінок-підприємниць за квітень-травень 2020 року, 64% опитаних власників бізнесу готові принаймні частково перевести свій бізнес в Інтернет, але сумніваються, чи вистачить їм знань та ресурсів. Водночас 85% жінок шукають додаткового навчання. Серед найпопулярніших тем – як адаптуватися до нових реалій, як пережити пандемічну кризу та як розвивати свій бізнес в Інтернеті. [Шалатек, 2020].

Підтримка малого і середнього бізнесу, де зосереджена більшість жіночого підприємництва є одним з ключових пріоритетів в українському суспільстві.

Непередбачувана пандемія й економічні наслідки, як ефект снігової кулі, винесли на порядок денний нові питання і виклики. Саме жінки більше зайняті у сферах, які постраждали від пандемії Covid-19. За даними Українського Жіночого Конгресу, у сфері соціальної допомоги 80% працівників — жінки, а в медицині жінок понад 82%. [Спецпроект «Як Covid-19 змінив жіноче підприємництво і гендерну рівність в Україні», 2020].

Пандемія COVID-19 може істотно знизити зростання економічних можливостей жінок, тим самим ще більше збільшивши гендерний розрив, який все одно хоч і не в первісному вигляді, але зберігається. Про це йдеться в тогорічному дослідженні Міжнародного торгового центру – Чому пандемія непропорційно вплинула на економічний статус жінок? Експерти називають декілька причин. В першу чергу, число жінок, зайнятих в соціальних секторах, таких як сфера послуг, роздрібна торгівля, туризм і готельний бізнес, де потрібно особистий контакт значно вище, ніж чоловіків. Саме ці галузі найбільше постраждали від введеного режиму самоізоляції. По-друге, на плечі жінок крім основної роботи лягає також і догляд за дітьми й більшість домашніх турбот.

Говорячи про гендерне питання і бізнес, не можна не відзначити, що в ситуації, що склалася жінки виявилися в більш уразливому положенні. Навіть якщо розглядати підприємництво, то, наприклад, стартапи, засновані чоловіками, з більшою ймовірністю отримують інвестиції від венчурних фондів або бізнес-ангелів. Аналогічна картина при запитах на кредитування або лізинг капіталу. Чому саме так? Чіткої відповіді на це питання поки, на жаль, немає. До речі, залучення в підприємництво жінок нарівні з чоловіками може дати глобальному ВВП приріст приблизно на 3-6%, а світовій економіці – додатково від \$ 2,5 трлн до \$ 5 трлн, підраховали у 2019 році аналітики міжнародної The Boston Consulting Group.

Коли ми говоримо про терміни, завдання та роботу, яка повинна бути зроблена, то гендерне питання відходить на другий план. Перед нами співробітник, неважливо це чоловік чи жінка, який повинен показати певний

результат, те ж саме стосується й керівників, але ніхто не враховує, що в період пандемії на плечі жінок-підприємниць (особливо малого бізнесу) падає ноша виконання неоплачуваної домашньої роботи, що призводить до неможливості уділяти достатню кількість часу бізнесу та розв'язанню питань.

Однак, більшість жінок-підприємниць планують подальший розвиток свого бізнесу. Про це свідчать результати дослідження, проведеного спільно банком «Відкриття» і комітетом з розвитку жіночого підприємництва «Опора Росії». Оператором дослідження виступив Аналітичний центр НАФД.

Пандемія і пов'язаний з нею економічний спад помітно збільшили ризики підприємницької діяльності. Близько половини жінок-підприємниць відзначили негативний вплив пандемії на їх бізнес. Деяким економічно складний період надав і необхідний для розвитку імпульс, жінки відзначають зростання своїх компаній, а деякі заявили про те, що стали диверсифікувати бізнес, просуваючись в нових напрямках.

Загалом, можна говорити про явний негативний вплив пандемії коронавірусу на розвиток жіночого підприємництва, адже внаслідок пандемії жінки-підприємниці постраждали від економічної кризи, а крім того і від необхідності проводити все більше часу за домашніми справами, також найбільш негативно пандемія відбилася на сфері малого бізнесу, де залучено більшість жінок-підприємниць.

Висновки до розділу 2

Розглянувши інформацію в другому розділі, ми можемо зробити такий висновок: гендерний аналіз показав, що фінансово-економічна криза, посилена зниженням загальної активності під час пандемії COVID-19, внаслідок запровадження карантину має різні наслідки для жінок й чоловіків.

Ключовою причиною даної ситуації є особливість української структури зайнятості в різних галузях економіки. Галузі, які першими відчували втрати доходів через запровадження карантинних заходів, – це мистецтво і культура, освіта, торгівля непродовольчими товарами, готельний та туристичний сектор, різні напрямки діяльності у сфері надання послуг, у своїй структурі мають дуже високий відсоток зайнятих жінок, зокрема жінок-керівниць, що зумовило ще більше зростання гендерної нерівності на ринку праці. Окрім того, такими причинами є: поширеність гендерних стереотипів, зокрема і в економічній сфері, наявні розриви в оплаті праці, перевантаження жінок виконанням домашніх обов'язків.

Ступінь нерівності є важливим показником в оцінці впливу кризи на вразливі групи населення. Чим більше нерівне суспільство, тим більше представників вразливих груп мають нести тягар впливу пандемії й тим менше в них виявиться ресурсів, з якими їм доведеться протистояти кризі. Зростання соціального, економічного тиску та гендерної нерівності загострюється саме в таких групах, як одинокі матері, єдині отримувачки заробітної плати в сім'ї, пенсіонерки та особи з інвалідністю тощо.

Збільшилося навантаження жінок, яке пов'язане з поєднанням домашньої роботи та догляду за дітьми разом з дистанційною роботою. Проте, більшість жінок-підприємців планують подальший розвиток свого бізнесу.

Пандемія і пов'язаний з нею економічний спад помітно збільшили ризики підприємницької діяльності. Близько половини жінок-підприємниць відзначили негативний вплив пандемії на їх бізнес. Деяким економічно складний період надав і необхідний для розвитку імпульс, жінки відзначають зростання своїх

компаній, а деякі заявили про те, що стали диверсифікувати бізнес, просуваючись в нових напрямках.

Водночас 85% жінок шукають додаткового навчання. Серед найпопулярніших тем – як адаптуватися до нових реалій, як пережити пандемічну кризу та як розвивати свій бізнес в Інтернеті.

Підтримка мікро- і малого бізнесу, де зосереджена більшість жіночого підприємництва є одним з ключових пріоритетів в українському суспільстві.

Період виживання населення та зростання негативних коронакризових явищ в Україні вимагає від держави конкретних дій, системних механізмів та методів, спрямованих на подолання наслідків пандемії з урахуванням гендерних потреб.

РОЗДІЛ 3. НАСЛІДКИ ПАНДЕМІЇ COVID-19 ДЛЯ ЖІНКИ-ПІДПРИЄМНИЦІ В УКРАЇНСЬКОМУ СОЦІУМІ

3.1. Результати вторинного аналізу та пілотного дослідження: наслідки пандемії COVID-19 для жінок-підприємниць

Загальні результати аналізу наслідків пандемії на жіноче підприємництво показують, що під час карантину навантаження на жінок тільки посилилось.

Результати опитування «Емоції та поведінка українців на карантині», проведеного Соціологічною групою «Рейтинг», показали, що серед опитаних 36% жінок та 28% чоловіків стали частіше готувати їжу; 41% жінок та 27% чоловіків стали частіше займатися домом й прибиранням. На жаль, дане опитування не включало запитання щодо догляду за дітьми, але навіть з дослідження очевидно, що жінки зазнають набагато більшого навантаження через виконання домашньої та доглядової роботи. [Гендерний вимір пандемії COVID-19, 2020].

Особливо негативні наслідки дана ситуація має для жінок, які працюють дистанційно з дому, оскільки вони не можуть присвятити достатньо часу на виконання роботи протягом дня, тому мають надолужувати вночі. І таке потрібне навантаження (професійна, домашня та доглядова робота) досить негативно впливає на здоров'я, оскільки залишає жінці менше часу на себе.

Дослідницький підрозділ Advanter Group разом з Українським інститутом майбутнього в березні-квітні 2020 р. провели спільне дослідження перспектив й стану українського бізнесу через карантинні заходи й кризові явища в українській економіці. Дане «дослідження показало, що малий і великий бізнес в Україні вже зазнав суттєвих втрат, та зменшення доходів майже на 50% протягом 2020 року (28% підприємств очікують на зменшення доходів більш ніж на 50% протягом року). 38% підприємств не мають можливості, щоб протриматися більше ніж 2 місяці в умовах локдауну. Найбільше вразливими є підприємства роздрібної торгівлі нехарчовими продуктами, готельно-

туристичної сфери, сфери освіти, ресторанного бізнесу, тобто ті які є переважно очолювані жінками. Оскільки саме жінки становлять переважну більшість як працівників, так й керівників даних підприємств, то вони й зазнали значних втрат через припинення діяльності в даних сферах.» [Гендерний вимір пандемії COVID-19, с.16-17].

У зв'язку з карантинними обмеженнями й заборонаю проводити публічну діяльність працівники культурних інституцій і продуценти культури стали одними з постраждалих від карантину. Заборона на проведення концертів, кінопоказів, виставок призвела до падіння доходів усіх, хто інвестував час, зусилля та кошти в розвиток сфери культури та мистецтва. Переважна більшість працівників цієї галузі, жінок, опинилися без доходів і роботи, а керівники – без ресурсів, які дозволяли б виплачувати зарплати найманим робітникам.

Через відчутне скорочення фінансування галузі освіти та науки, а саме субвенції на соціальний захист, а також на реалізацію програми «Спроможна школа для кращих результатів» педагоги не отримують гроші за виконання таких додаткових функцій: певні компенсації, доплати на відпустки та інші доплати. «В даній галузі жінки складають 78% працівників, і їхня середньомісячна зарплата становить 7245 грн, то тут саме жінки відчують негативний вплив цього заходу. Введення карантину призвело до збільшення рівня безробіття. На кінець квітня 2020 року кількість зареєстрованих безробітних становила 457 005 осіб, серед яких жінок – 57%. Кількість безробітних збільшилася більше ніж 145 тисяч, або на 31% якщо брати в порівнянні з відповідним періодом минулого року. Крім того, серед працевлаштованих жінки становлять близько 25%». Дане свідчить про те, що на ринку праці є дефіцит робочих місць для жінок. За професіями найбільшу групу зареєстрованих безробітних становлять працівники сфери торгівлі, громадського харчування та послуг, де найбільше знову сконцентровані жінки. «За оцінками експертів продовження карантинних заходів може призвести до збільшення безробітних до 2 млн осіб, тому 75% компаній вживають певних заходів по скороченню витрат на персонал. Для того, щоб забезпечити заробітну плату тим, хто перебуває вдома на карантині, уряд

прийняв закон «Про внесення змін до деяких законодавчих актів, спрямованих на забезпечення додаткових соціальних та економічних гарантій у зв'язку з поширенням коронавірусної хвороби (COVID-2019)», який було прийнято 30 березня 2020 року» Роботодавці, які й так втрачають гроші через припинення діяльності, мають ще оплачувати своїм працівникам період карантину. Разом з тим, уряд також рекомендував роботодавцям під час дії карантину забезпечити дистанційну роботу. [Гендерний вимір пандемії COVID-19, с.16-17].

Результати опитування, яке проведено соціологічною групою «Рейтинг» у квітні 2020 року, свідчить про те, що серед 2 000 опитуваних майже 2 третини мали роботу до запровадження карантину. І серед тих, хто мав роботу й до карантину, 40% зазначили, що продовжують працювати надалі у звичному режимі після запровадження карантинних обмежень; 23% зазначили, що працюють дистанційно; 11% – пішли у відпустку, 18% – перебувають у відпустці за власним бажанням та 8% – втратили роботу. Тобто, 26% респондентів не отримують доходу після введення карантинних заходів. А 55% опитаних зазначили, що їхніх заощаджень вистачить менше ніж на місяць, 17% зазначили, що заощаджень вистачить до 2-х місяців, 8% – до 3-х місяців, 9% – до пів року і більше. Водночас, 82% заявили, що почали економити кошти під час карантину, а 16% зазначили, що не роблять цього. [Гендерний вимір пандемії COVID-19, с.16-17].

Пандемія та пов'язаний з нею економічний спад помітно збільшили ризики підприємницької діяльності. 41% жінок-підприємниць відзначили негативний вплив пандемії на їх бізнес. Деяким економічно складний період надав і необхідний для розвитку імпульс: 10% відзначили зростання своїх компаній, а 16% заявили про те, що стали диверсифікувати бізнес, просуваючись в нових напрямках. [Дослідження банку «Відкриття»: вплив пандемії на жіноче підприємництво, 2021].

Щодо ризиків для жіночого підприємництва, то в першу чергу, постраждало велике число жінок, зайнятих в соціальних секторах, таких як сфера послуг, роздрібна торгівля, туризм та готельно-ресторанний бізнес, де

потрібно було мати особистий контакт значно вище, ніж для чоловіків. Саме дані галузі найбільше постраждали від введеного режиму самоізоляції.

Жінки-підприємниці частіше відзначають негативні наслідки для їх бізнесу, ніж чоловіки (90% і 82% відповідно). Про це говорять результати дослідження впливу пандемії COVID-19 на бізнес від НАФД. Дві третини жіночого бізнесу (68%) - це невеликі організації з чисельністю штату до 15 осіб, зайняті у сфері послуг, культури, спорту й організації заходів.

Щодо позитивних наслідків пандемії для жінок-підприємниць, то в дослідженнях представлені й оптимістичні прогнози на майбутнє. Підкреслюється, що пандемія може також стимулювати прогрес для жінок в бізнесі, а також надати можливість спростувати властиві суспільству гендерні упередження - за умови підтримки й конкретних ініціатив, спрямованих проти нерівності. Даний висновок підкріплюється рядом тез, в тому числі:

COVID-19 формує такий контекст, в якому в жінок-підприємниць з'являється шанс проявити себе, в той час як культурні бар'єри й страх невдачі все ще заважають деяким з них реалізуватися в бізнесі. На тлі пандемії здатність жінок керувати в надзвичайних обставинах вийшла на перший план. Світові лідери – такі, як прем'єр-міністр Нової Зеландії Джасінда Ардерн, канцлер Німеччини Ангела Меркель й прем'єр-міністр Фінляндії Сання Марін зробили одні з найбільш успішних заходів щодо обмеження поширення COVID-19, забезпечуючи порядок, впевненість, довіру і спокій в суспільстві. Майже половина (47,8%) опитаних жінок-керівниць повідомляють, що їх головним прагненням в бізнесі є бажання приносити певну користь суспільству, а вплив таких підприємниць не можна недооцінювати. Жінки в бізнесі виявляють характерну здатність до адаптації, незважаючи на численні перешкоди на шляху до успіху. Підприємниці з особливою впевненістю пристосовуються до нових умов ринку праці: «42% з них перейшли на цифрову бізнес-модель, а 34% знайшли альтернативні

можливості для розвитку бізнесу після пандемії COVID-19» [Спецпроект «Як Covid-19 змінив жіноче підприємництво і гендерну рівність в Україні», 2020].

Задля того щоб виявити й інші наслідки пандемії для українських жінок-підприємниць, ми вирішили провести власне пілотажне дослідження. (Див.Додаток А)

Основні результати пілотажного дослідження

З метою дослідження наслідків пандемії COVID-19 на жінок-підприємниць було проведено пілотажне дослідження, в ході якого було опитано **31 респондентку**.

До складу респонденток увійшли як ті особи, що мали бізнес на момент опитування, так і ті, хто його втратив після початку пандемії. Це дозволить нам виявити причини, що призвели до припинення підприємницької діяльності. До вибірки потрапили жінки, вік яких коливалася від 25 до 50 років, що проживають як у містах, так і у сільській місцевості, щоб мати змогу порівняти вплив місця проживання на ведення підприємницької діяльності. Крім того, респондентки відбиралися в залежності від сфери та типу діяльності (бізнес з дому чи поза домом), а також з наявністю чи відсутністю найманих робітників. Більшість жінок було задіяно у сфері продажу через соцмережі, торгівлі непродовольчими товарами, туристичній галузі, сільському господарстві та у різних напрямках діяльності надання послуг.

Анкета складається з **22** питань, які дозволили визначити наступне:

- частина жінок (**6**) втратили свій бізнес після початку пандемії, також **17** респонденток зазначили, що час, який вони проводять виконуючи справи бізнесу значно зріс;
- більше половини самозайнятих жінок-підприємниць припинили діяльність; а чверть жінок модифікували її з частковою втратою доходу, що в свою чергу пов'язано з неможливістю збуту товару;

- жінки з сільської місцевості відзначали слабкий доступ в Інтернет і відсутність необхідної техніки для каналів збуту продукції. Також великою проблемою, яку відзначили респондентки була неможливість виплати заробітної плати найманим працівникам. Це призводило до необхідності звільнення робітників або ж до ситуації, коли робітникам потрібно брати відпустку без збереження заробітної плати або збереження певної частини заробітної плати. А жінки, які займаються підприємницькою діяльністю у сфері сільського господарства, відзначали збільшення фізичного навантаження через неможливість найняти працівників;
- відповідаючи на проектне питання «Якщо карантинні заходи, пов'язані з поширенням COVID-19 в Україні, триватимуть, що швидше за все відбудеться з Вашим фінансовим становищем?», майже третина працюючих жінок сподівається на отримання доходу в повному розмірі; **12** жінок і ймовірно, будуть отримувати частину доходу. У той же час, **5** жінок вважають, що дохід в цій ситуації вони ймовірно отримувати не будуть.
- більшість респонденток (**18**) вважають, що при фінансових проблемах та складнощах вони можуть розраховувати лише на себе, ще **10** – на партнера, решта ж респонденток обирали інші варіанти. Цікавим є той факт, що серед тих, хто обрав альтернативу «можу розраховувати лише на себе» **12** жінок змогли втримати свій бізнес під час пандемії, що може свідчити про наявність у них певних спільних якостей та характеристик, що допомогли зберегти та утримати свої позиції.
- також **18** респонденток зазначили про втрату контакту з замовниками і клієнтами та значне скорочення їх числа з настанням пандемії. Респонденти виділили саме цю проблему як одну з основних та таких, що справили негативний ефект на їхню підприємницьку діяльність.

- жінки, які мають власний бізнес і працюють самозайнятими одноосібно, в чотири рази більш впевнені в збереженні власного заробітку ніж жінки, що мають найманих працівників.
- також виявлено, що впевненість опитаних сільських жінок про продовження отримання ними повного заробітку трохи менше в порівнянні з очікуваннями опитаних міських жінок. Крім того, жінки, що мають бізнес у сільській місцевості (9) частіше зазначали про підвищення рівня опікунської роботи, особливо, якщо наявні проблеми з комп'ютерним забезпеченням та інтернетом (3).
- якщо тимчасові карантинні заходи будуть надалі продовжені, то 25 опитаних жінок зазначають, що їм скоріше за все доведеться економити на продуктах харчування. 17 опитаних жінок говорять про те, що існує велика ймовірність виникнення труднощів з оплатою орендної плати та комунальних послуг, про це частіше відзначають жінки старшої вікової групи, жінки, які мають 2 (7) або 3 і більше дітей у віці до 17 років (5).
- 20 респонденток прогнозують складнощі з покриттям основних витрат, пов'язаних з придбанням ними продуктів харчування та інших товарів першої необхідності. Також респондентки, що мають підприємницьку діяльність поза домом передбачають наявність проблем із оплатою оренди та видачею заробітної плати найманим робітникам. Лише 3 респондентки готові виплачувати заробітну плату своїм робітникам у повному розмірі, 10 респонденток зазначили, що вимушені будуть зменшити розмір заробітної платні для своїх найманих робітників, ще 2 респондентки зазначили, що змушені будуть припинити виплату заробітної плати своїм працівникам.
- при виникненні труднощів жінки вирішують економити на їжі або звертаються за допомогою до родичів і друзів, та більшість все ж обирають розраховувати на себе самих.

- жінки відчували збільшення навантаження з опікунської праці (домашньої та оглядової) в умовах впроваджених обмежувальних заходів і самоізоляції.
- поряд зі збільшенням навантаження на респонденток в домашній і доглядовій праці, спостерігаються позитивні зміни участі членів родини по домогосподарству. Так, **18** респонденток зазначили, що збільшилася участь їхнього партнера в домашніх справах й догляді за дітьми (якщо вони є).
- важливим ресурсом для підтримки працюючих батьків є дошкільні заклади, позашкільні гуртки та допомога інших членів родичів. У ситуації карантину через поширення COVID-19 і закриття дошкільних установ і шкіл, в деяких випадках підтримку продовжували надавати бабусі й дідусі, попри підвищений ризик інфікування. **8** опитаних жінок-підприємниць зазначили, що бабусі й дідусі переважно доглядають за дітьми дошкільного і молодшого шкільного віку, тоді як вони працюють поза межами дому. На участь партнера в догляді за дітьми покладаються **11** респонденток, а на участь старших дітей – **5**.

Отже, за результатами аналізу вторинних даних можна сказати, що припущення про те, що жінки-підприємниці зазнають більшого впливу, ніж чоловіки-підприємці з боку Covid-19 можна вважати підтвердженою.

Також у результаті вторинного аналізу, ми виявили оптимістичні прогнози на майбутнє для жінок-підприємців. Підкреслюється, що пандемія може стимулювати прогрес для жінок в бізнесі, а також надати можливість спростувати властиві суспільству гендерні упередження – за умови підтримки конкретних ініціатив, спрямованих проти нерівності.

Щодо пілотажного дослідження, то було підтверджено 3 гіпотези, й 1 частково підтвердилася.

Гіпотезу про те, що жінки-підприємниці, що займаються онлайн-бізнесом практично не зазнали впливу пандемії Covid-19 в економічній сфері підтверджено частково, адже жінки, що є самозайнятими, не мають найманих робітників та живуть у міській місцевості, дійсно, практично не зазнали змін у своїй діяльності, в той час як жінки, що проживають у приміській (сільській) місцевості, мають робітників та поганий інтернет зв'язок зазнали зміни у своїй діяльності.

Гіпотезу про те, що матері, які працюють вдома та мають дітей дошкільного і молодшого шкільного віку, відчувають подвійне навантаження через поєднання оплачуваної й опікунської праці також було підтверджено.

Також було підтверджено гіпотезу про зв'язок між наявністю найманих робітників та проблем із підприємницькою діяльністю.

В результаті вторинного та первинного аналізу, ми дійшли висновку, що у жінки дійсно зазнали значних негативних соціально-економічних наслідків впливу пандемії, особливо в сферах, пов'язаних з наданням послуг в офлайн форматі. Однак були і відмінності: на відміну від проаналізованих досліджень, що зазначали наявність також й позитивного впливу пандемії на жіноче підприємництво наше дослідження виявило лише негативні соціально-економічні наслідки, а також значну кількість підприємств, яким довелося припинити своє існування через наявність пандемії та карантинних заходів.

Тому, в наш час підтримка малого бізнесу для жінок-підприємниць є одним з ключових пріоритетів в українському суспільстві, адже саме вони постраждали найбільше з початком пандемії.

3.2. Можливі шляхи подолання наслідків впливу пандемії COVID-19 на жіноче підприємництво в Україні

Як бачимо, що за результатами отриманих нами даних, і за аналізом вторинних даних проблема негативних соціально-економічних наслідків для жіночого підприємництва стоїть вкрай гостро. Окрім збільшення обсягів виконуваної жінками неоплачуваної праці пандемія COVID-19 призводить до негативної динаміки в підприємницькій діяльності, а інколи навіть й до припинення її існування. Саме сфери, в яких задіяні переважно жінки в якості підприємців, зазнали найбільшого впливу пандемії, а тому саме жіноче підприємництво має ставати об'єктом різноманітних досліджень та допомоги збоку держави.

В результаті проаналізованих міжнародних і вітчизняних матеріалів досліджень та теоретичних напрацювань, можна узагальнити запропоновані шляхи подолання наслідків впливу пандемії на жіноче підприємництво в Україні.

Шляхи подолання можна умовно поділити на такі чотири групи:

- інформаційні;
- нормативно-правові;
- соціально-психологічні;
- економічні.

Розглянемо детальніше особливості кожного із зазначених шляхів та їх заходи. Інформаційні спрямовані на інформування, до них можна віднести:

- проведення та представлення національного дослідження щодо розподілу часу на виконання домашньої та доглядової праці жінками та чоловіками;
- оцінка вартості неоплачуваної праці в Україні та її вклад у ВВП;
- запровадження систему збору даних щодо потреб жінок-підприємниць у навчанні на всіх етапах (від початку діяльності підприємства до стрімкого зростання);

До нормативно-правових можна віднести запровадження на державному рівні різноманітних законів та рекомендацій, що допоможуть подолати соціально-економічні наслідки пандемії, до них можна віднести:

- активізації заходів щодо зменшення скорочення розриву в оплаті за гендерною ознакою та регулярне переглядання заробітної плати в галузях, у яких зосереджені жінки;
- цілеспрямоване створення робочих місць для працевлаштування жінок;
- прийняття державної програми на підтримку розвитку жіночого підприємництва та надання відповідної інституційної допомоги;
- посилення заходів, спрямованих на фінансово-економічну, правову й освітню підтримку розвитку жіночого бізнесу;
- запровадження гнучкого графіку роботи: віддалена робота, скорочений робочий тиждень або надання гарантованої довгострокової відпустки для того, щоб працівники мали можливість доглядати за дітьми;

До економічних же відносимо всі шляхи подолання, що стосуються матеріальних ресурсів та забезпечення: виплати постраждалим жінкам-підприємницям, запровадження пільг, зниження податків для постраждалих внаслідок пандемії жінок-підприємців, тощо. До них можна віднести:

- запровадження підтримки й після періоду карантинних заходів: скасування /відстрочення плати за оренду на певний термін;
- запровадження програми реструктуризації боргів за невиконаними кредитними зобов'язаннями самозайнятих жінок;
- запровадження програми підтримки в після карантинний період: забезпечення державних грантів й часткового покриття ставок по кредитах для розвитку та підтримки жіночого бізнесу, навчальних програм й консультацій щодо започаткування та розвитку бізнесу;

До соціально-психологічних відносимо засоби запроваджені на підтримку постраждалих жінок-підприємниць: телефони довіри та психологічної підтримки, спілкування з жінками, які проходили подібне, безкоштовні психологічні консультації, тощо. До них можна віднести такі:

- надання цілеспрямованої підтримки підприємницям та співробітницям тих сфер, які зазнали найбільших втрат під час карантину;
- надання дистанційної психологічної підтримки працюючим батькам та їхнім дітям, що може включати бесіди, вправи, ігри та інші заходи;
- проведення широких просвітницьких кампанії щодо гармонізації професійного, сімейного та приватного життя, рівного розподілу праці та активної участі чоловіків у виконанні батьківських обов'язків.

Отже, з метою подолання наслідків впливу пандемії COVID-19 на жіноче підприємництво в Україні доцільним є проведення визначених спеціальних заходів на підприємствах на місцевому, регіональному та всеукраїнському рівні.



Рис 1. - Концептуальна схема шляхів подолання наслідків впливу пандемії на жіноче підприємництво в Україні.

Висновки до розділу 3

За допомогою вторинного аналізу, ми виявили, що жінки-підприємниці зазнають більшого впливу, ніж чоловіки-підприємці збоку COVID-19. Жінки-підприємниці сконцентровані здебільшого у сфері мікро та малого бізнесу, переважно у сфері надання послуг, тоді як чоловіки займаються різноманітними видами підприємницької діяльності. Тому жінки здебільшого наражаються на небезпеку втрати прибутку через загальне зниження споживання товарів й послуг через карантинні обмеження у зв'язку з COVID-19. Жінки переважно зайняті в неформальному секторі економіки, відповідним чином, це робить їх більш уразливими до раптової втрати прибутку.

У дослідженні представлені також й оптимістичні прогнози на майбутнє для жінок-підприємниць. Зазначається, що пандемія може також стимулювати прогрес для жінок в бізнесі, а також надати можливість спростувати властиві суспільству гендерні упередження - за умови підтримки й конкретних ініціатив, спрямованих проти нерівності.

Також результати аналізу вторинних даних дали нам змогу виявити основні риси жіночого підприємництва, що дало змогу краще описати дане явище та створити інструментарій для пілотажного дослідження.

За допомогою, онлайн опитування, ми виявили, що 3 поставлених гіпотези підтвердилися й одна частково підтвердилася.

Пілотажним дослідженням було доведено, що:

- жінки-підприємниці, що займаються онлайн-бізнесом практично не зазнають впливу пандемії; час, який вони проводять виконуючи справи бізнесу значно збільшився; а контакт із замовниками та клієнтами зменшився з настанням пандемії;
- жінки, які мають власний бізнес і працюють самозайнятими самостійно, в чотири рази більш впевнені в збереженні власного заробітку ніж жінки, що мають найманих працівників.

- пандемія COVID-19 призвела до зупинення підприємницької діяльності серед більшості респонденток; частина перепланувала її, але втратила частину доходу;
- якщо тимчасові обмежувальні заходи, будуть продовжені, то переважній більшості жінок певною мірою доведеться економити на продуктах харчування, існує й велика ймовірність виникнення труднощів з оплатою орендної плати та комунальних послуг.
- найчастіше жінки-підприємниці при фінансових проблемах та складнощах розраховують на себе, або на свого партнера;
- наявність в жінки-підприємниці підлеглих позитивно корелює із негативним впливом, нанесеним внаслідок пандемії;
- матері, які працюють з дому та мають дітей дошкільного і молодшого шкільного віку, відчують подвійне навантаження через поєднання оплачуваної та опікунської праці; поряд зі збільшенням навантаження респонденток спостерігаються й певні позитивні зміни на участь інших членів домогосподарства;
- основним ресурсом підтримки працюючих матерів і батьків є дошкільні установи, позашкільні заняття та допомога бабусь і дідусів або інших родичів.

Слід зазначити, що результати дослідження підтвердили інформацію, отриману шляхом вторинного аналізу наявних даних. Жінки справді зазнають значних соціально-економічних наслідків, особливо в сферах, пов'язаних з наданням послуг в офлайн форматі. Однак були й відмінності: на відміну від проаналізованих досліджень, що зазначали наявність й позитивного впливу пандемії на жіноче підприємництво наше дослідження виявило лише негативні соціально-економічні наслідки, а також певну кількість підприємств, яким довелося припинити своє існування через наявність пандемії COVID-19 та її карантинних заходів.

З огляду на отримані результати дослідження, проаналізовані міжнародні й вітчизняні матеріали досліджень та теоретичних напрацювань, ми узагальнили запропоновані шляхи подолання наслідків впливу пандемії на жіноче підприємництво в Україні.

ВИСНОВКИ

Результатом кваліфікаційної роботи є дослідження соціально-економічних наслідків пандемії Covid-19 для жінок-підприємниць, яке дає підстави до таких висновків:

1. Відзначимо, що жіноче підприємництво – це певний спосіб адаптування до нових умов, де жінка реалізує особистий потенціал, набуває професійної реалізації та знаходить соціальний статус, отримує нову для себе роль – роль підприємниці. Жінки-підприємниці – певна соціальна група, об'єднана загальними умовами формування та функціонування з певним набором соціально-психологічних характеристик і духовних цінностей, способом життя.
2. З'ясовано, що соціальна група жінки-підприємниці має такі характерні ознаки: вік 25-50 років; наявність власної трудової діяльності; наявність вираженого професійного становлення та відповідальність за розвиток власної справи; наявність помітної галузевої специфіки: жінки-підприємниці переважно зосереджені в традиційних галузях для жіночої зайнятості.
3. Доведено, що залученість жінки в економічну реальність залежить від цілої низки факторів, але головне місце займають особистісні характеристики та властивості характеру жінки-підприємниці. Жінки-підприємниці ведуть свою роботу більше на основі особистісних характеристик, ніж за формальним статусом. Також мають вищу кар'єрну орієнтацію на професійну компетентність; мають бажання розвиватися й незвичайно підходити до вирішення різних завдань; мають поєднувати функції вмілого організатора, виконавця та керівника, який в складних умовах знаходить оптимальне рішення; мають правильно поєднувати сімейні ролі та роль жінки-керівника, мають нерівні стартові можливості, оскільки існує проблема «скляної скелі»; «липкої підлоги» та «подвійного навантження».

4. Аналіз гендерних особливостей показав, що фінансово-економічна криза, посилена зниженням загальної активності під час пандемії COVID-19, внаслідок запровадження карантину має різні наслідки для жінки й чоловіка. Ключовою причиною даної ситуації є особливість української структури зайнятості в різних галузях економіки. Галузі, які першими відчули втрати доходів через запровадження карантинних заходів, – це мистецтво і культура, освіта, торгівля непродовольчими товарами, готельний та туристичний сектор, різні напрямки діяльності у сфері надання послуг, у своїй структурі мають високий відсоток зайнятих жінок, зокрема жінок-керівниць, що зумовило ще більше зростання гендерної нерівності на ринку праці. Окрім того такими причинами є: поширеність гендерних стереотипів, зокрема і в економічній сфері, наявні розриви в оплаті праці, перевантаження жінок виконанням домашніх обов'язків. Проте, більшість жінок-підприємців планують подальший розвиток свого бізнесу. 85% жінок шукають додаткового навчання, а серед найпопулярніших тем – як адаптуватися до нових реалій, як пережити пандемічну кризу та як розвивати свій бізнес в Інтернеті. Тому підтримка мікро- й малого бізнесу, де зосереджена більшість жіночого підприємництва є одним з ключових пріоритетів в сучасному українському суспільстві.
5. Виявлено, що ступінь нерівності є важливим показником в оцінці впливу кризи на вразливі групи населення. Чим більше нерівне суспільство, тим більше представників вразливих груп мають нести тягар впливу пандемії й менше в них виявиться ресурсів, з якими їм доведеться протистояти кризі. Зростання соціального, економічного тиску та гендерної нерівності загострюється саме в таких групах, як одинокі матері, єдині отримувачки заробітної плати в сім'ї, літні жінки та особи з інвалідністю тощо.
6. За допомогою вторинного аналізу, ми виявили, що жінки-підприємниці зазнають більшого впливу, ніж чоловіки-підприємці від COVID-19. Жінки-підприємниці сконцентровані переважно у сфері мікро- та малому бізнесі,

здебільшого у сфері надання послуг, тоді як чоловіки займаються різноманітними видами підприємницької діяльності. Тому жінки здебільшого наражаються на небезпеку втрати прибутку через загальне зниженням споживання товарів й послуг через карантинні обмеження у зв'язку з COVID-19. Жінки переважно зайняті в неформальному секторі економіки, відповідним чином, це робить їх більш уразливими до раптової втрати прибутку.

7. У дослідженні представлені також оптимістичні прогнози на майбутнє для жінок-підприємниць. Зазначається, що пандемія може стимулювати прогрес для жінок в бізнесі, а також надати можливість спростувати властиві суспільству гендерні упередження - за умови підтримки й конкретних ініціатив, спрямованих проти нерівності.

8. Результати аналізу вторинних даних дали нам змогу виявити основні риси жіночого підприємництва, що дало змогу краще описати дане явище та створити інструментарій для пілотажного дослідження. Аналіз результатів показав, що:

- жінки-підприємниці, що займаються онлайн-бізнесом практично не зазнають впливу пандемії; час, який вони проводять виконуючи справи бізнесу значно збільшився; а контакт із замовниками та клієнтами зменшився з настанням пандемії;

- жінки, які мають власний бізнес і працюють самозайнятими самостійно, в чотири рази більш впевнені в збереженні власного заробітку ніж жінки, що мають найманих працівників.

- пандемія COVID-19 призвела до зупинення підприємницької діяльності серед більшості респонденток; частина перепланувала її, але втратила частину доходу;

- якщо тимчасові обмежувальні заходи, будуть продовжені, то переважній більшості жінок певною мірою доведеться економити на продуктах харчування, існує й велика ймовірність виникнення труднощів з оплатою орендної плати та комунальних послуг.

- найчастіше жінки-підприємниці при фінансових проблемах та складнощах розраховують на себе, або на свого партнера;

- наявність в жінки-підприємниці підлеглих позитивно корелює із негативним впливом, нанесеним внаслідок пандемії;

- матері, які працюють з дому та мають дітей дошкільного і молодшого шкільного віку, відчують подвійне навантаження через поєднання оплачуваної та опікунської праці; поряд зі збільшенням навантаження респонденток спостерігаються й певні позитивні зміни на участь інших членів домогосподарства;

- основним ресурсом підтримки працюючих матерів й батьків є дошкільні установи, позашкільні заняття та допомога бабусь й дідусів або інших родичів.

9. Результати дослідження підтвердили інформацію, отриману шляхом вторинного аналізу наявних даних. Жінки справді зазнають значних соціально-економічних наслідків, особливо в сферах, пов'язаних з наданням послуг в офлайн форматі. Однак існує певна відмінність: на відміну від проаналізованих досліджень, що зазначали наявність й позитивного впливу пандемії на жіноче підприємництво наше дослідження виявило лише негативні соціально-економічні наслідки, а також певну кількість підприємств, яким довелося припинити своє існування через наявність пандемії COVID-19 та її карантинних заходів.

10.3 огляду на отримані результати дослідження, проаналізовані міжнародні й вітчизняні матеріали досліджень та теоретичних напрацювань, ми узагальнили запропоновані шляхи подолання наслідків впливу пандемії на жіноче підприємництво в Україні. Серед них головними слід вважати: інформаційні, соціально-психологічні, нормативно-правові та економічні заходи, впровадження яких дає змогу подолати наслідки пандемії COVID-19 на жіноче підприємництво на місцевому, регіональному та всеукраїнському рівні.

Можемо вважати, що основні завдання кваліфікаційної роботи розв'язані та мета досягнута.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антипова Г .С. Четыре типа адаптации к рынку труда / Г. С. Антипова // Социологический журнал. – 1996. – № 3-4. – С. 218-226.
2. Бендас Т. Гендерные исследования лидерства / Т. Бендас // Вопросы психологии. 2000. № 1. С. 87–95.
3. Берн Ш. Гендерная психология. М.: Прайм-Еврознак, 2004. 320 с.
4. Вегнер О. Фемінізм як джерело гендерної політики / О. Вегнер // Держава і право: збірник наукових праць. Юридичні і політичні науки. Вип.34. К.: Ін-т держави і права імені В. Корещького НАН України, 2006. С. 635-643.
5. Вплив COVID-19 на права жінок в Україні // UNDP Україна – 2020. – Режим доступу: https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/library/democratic_governance/covid-impact-on-women-rights-inukraine.html.
6. Гендерний вимір пандемії COVID-19 – 2020. – Режим доступу: https://mof.gov.ua/storage/files/covid_final.pdf
7. Гендерний паритет в умовах розбудови сучасного українського суспільства. К.: Український інститут соціальних досліджень, 2015. 129 с.
8. Герасименко Г. В. Гендерні аспекти соціальної політики в Україні / Г. В. Герасименко. Умань: «Візаві» (СПД Сочинський), 2008. 252 с.
9. Гилевич Л. Принцип равной оплаты труда женщин и мужчин в Украине // grc.ua – 2018. – Режим доступу: <https://severodonetsk.hh.ua/article/22359>
10. Говорун Т. Гендерна психологія: [навч. пос.] / Т. В. Говорун, О. М. Кікінежді. К.: Академія, 2004. 308 с.
11. Головаха Є. Про соціальні наслідки пандемії // КП в Україні. 2020. 211 с.
12. Горностай П. П. Гендерна соціалізація та становлення гендерної ідентичності / П. П. Горностай // Основи теорії гендеру. К.: «К.І.С.», 2004. С.132-156.

13. Гребенюк Н. Д. Психологічні особливості формування характеру ділової жінки / Н. Д. Гребенюк, А. В. Баратинська // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Педагогіка і психологія». 2014. №17. С. 121-127.

14. Грицяк Н. Фемінізм як джерело тендерної теорії / Н. Грицяк // Вісник НАДУ. 2003. №3. С. 465-472.

15. Грицяк Н. В. Формування гендерної політики в Україні: проблеми теорії, методології, практики: Моногр. К.: Видавництво НАДУ, 2004. 352 с.

16. Гундурова Т. Жінка та дзеркало // Часопис «І», 2000. № 17. С. 134–152.

17. Джонсон Дж. С. Успіх у бізнесі: перешкоди та стимули на шляху українських бізнес-леді / Дж. С. Джонсон // Український соціум. 2014. №4 (51). С. 62-74

18. Дослідження банку «Відкриття»: вплив пандемії на жіноче підприємництво – 2021. – Режим доступу: <https://smebanking.news/ru/35099-issledovanie-banka-otkrytie-vliyanie-pandemii-na-zhenskoe-predprinimatelstvo/I>

19. Добробут і безпека жінок. Доповідь про результати дослідження // ОБСЄ – 2019. – Режим доступу: https://www.osce.org/files/f/documents/0/8/440318_0.pdf.

20. Жарова Л. Глобальний гендерний розрив в 2019 році: висновки для України // Гендер в деталях – 2020. – Режим доступу: <https://genderindetail.org.ua/library/ekonomika/globalniy-genderniy-rozriv-v-2019-rotsivisnovki-dlya-ukraini-1341342.html>.

21. Жіноче підприємництво в Україні: від бізнес-плану до інвестицій. – 2021. – Режим доступу: <https://inventure.com.ua/analytics/formula/finansovaya-gramotnost-eto-osnova-dlya-blagopoluchnoj-zhizni-kazhdogo-cheloveka>

22. Жінки в українській політиці: виклики і перспективі змін / Т. Марцинюк та ін. К.: Міжнародний центр перспективних досліджень, 2015. 36 с.

23. Журженко Т. Маргінальна економічна діяльність і місце в ній жінок // ПРООН, Представництво в Україні. К.: Златограф, 1999. 148 с.

24. Забезпечення рівних прав та можливостей жінок та чоловіків. Проблеми та дієві механізми їх вирішення. Парламентські слухання 2013 р. – Режим доступу: http://www.slideshare.net/Nataliya_Korolevska/gender-27245210/.

25. Ісакова Н. Гендерні збіги та відмінності в діяльності й оцінках українських підприємців / Н. Ісакова // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2001. № 2. С. 144–153.

26. Ісакова Н. Підприємці-жінки в Україні: шлях у бізнес / Н. Ісакова, Л. Кавуненко, Ф. Велтер, Д. Смоллбоун // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2017. № 2. С. 146–155.

27. Кандаурова Т. И. Социальный стереотип женщины как «неполноценного работника» / Т. И. Кандаурова // Психология зрелости и старения. 2014. №1. С. 82-89.

28. Кипервар Е. А. Женское предпринимательство: особенности и перспективы развития в регионах / Е. А. Кипервар, М. А. Савелова // Омский научный вестник. 2009. №2(76). С. 96-109.

29. Кисельова О. Гендерний вимір пандемії COVID-19. Київ – 2020. – Режим доступу: https://mof.gov.ua/storage/files/covid_final.pdf.

30. Кісь О. Моделі конструювання гендерної ідентичності жінки в сучасній Україні // Часопис «І», 2003. №27. С. 37–58.

31. Климов Е. А. Психология профессионала [Текст]. М., 2006. 400 с.

32. Коломієць О. О. Взаємозв'язки дітородної активності та жіночої зайнятості в розвинених країнах / О. О. Коломієць // Стратегічні пріоритети. 2009. № 1(10). С. 128–136.

33. Костиця В. І., Бурлай Т. В. Дисбаланси і дивергенція у сфері зайнятості: підходи ЄС та України до їх подолання. Український соціум – 2020. № 1. С 83–107.

34. Креденцер О. В. Психологічні аспекти підприємницької діяльності у сфері торгового бізнесу / О. В. Креденцер // Актуальні проблеми психології. Т. 1: Соціальна психологія. Психологія управління. Організаційна психологія: зб.

наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. К.: Міленіум, 2004. Ч.12. 216 с.

35. Кулицький С. Український ринок праці під впливом пандемії COVID-19: стан та оцінка перспектив розвитку. Україна: події, факти, коментарі. 2020. № 1. С. 43–57.

36. Левченко К. Б. Гендерна політика в Україні: визначення, формування, управління: монографія / К. Б. Левченко. Харків: Вид-во Нац. ун-ту внутр. справ, 2013. 344 с.

37. Майерс Девид. Социальная психология [Текст] / Д. Майерс. 7-е изд. СПб.: ПИТЕР, 2005. 794 с.

38. Макаревич О. Мотивація як підґрунтя дій особистості // Соціальна психологія, 2006, № 2. 14 с.

39. Макклеланд Д. Теория приобретенных потребностей – Режим доступу: <http://www.socioego.ru/teoriya/istoch/daft/motiv/maccllel.html>. (Дата звернення: 12.02.2021).

40. Малышевская Ю. Ю. Особенности формирования социальной группы «женщины-предприниматели» / Ю. Ю. Малышевская // Социально-политические науки. 2013. №4. С. 22-23.

41. Олійник Н. Ю. Жіноче підприємництво в Україні: особливості та перспективи / Н. Ю. Олійник // Фінансовий простір. 2015. №2(18). С. 390-396.

42. Оперативна гендерна оцінка становища та потреб жінок у контексті ситуації з COVID-19 в Україні // ООН Жінки в Україні – 2020. – Режим доступу: https://www.auc.org.ua/sites/default/files/report_rga_covid-19_ukr_0.pdf.

43. Пачковський Ю. Проблема ризику в підприємстві // Практична психологія та соціальна робота, 2011, № 2. С. 37-49.

44. Психодіагностичне дослідження управлінських здібностей майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю: констатуючий експеримент. // Неперервна професійна освіта: теорія і практика. Науково-методичний журнал, 2005. Вип. III-IV. С. 54-59.

45. Спецпроект «Як Covid-19 змінив жіноче підприємництво і гендерну рівність в Україні» –2020. – Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua/projects/vid-mozhlyvostei-do-zmin/2020/12/28/243313/>

46. Стрельник О. Гендерні аспекти соціальної роботи: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / О. Стрельник. Полтава: Полтавський інститут економіки і права, 2009. 146 с.

47. Стрельник О. Пандемія, коронавірус, карантин: жінки під ударом – 2020. – Режим доступу: <https://ua.boell.org/uk/2020/03/25/pandemiya-koronavirus-karantinzhinki-pid-udarom>.

48. Сьогодні кожен 18-й українець займається підприємницькою діяльністю. Державна реєстраційна служба України – 2020. – Режим доступу: <https://web.archive.org/web/20140219162147/http://drsu.gov.ua/show/12269>.

49. Циба В. Алгоритм життєвого шляху успішної особистості // Соціальна психологія, 2006, № 2. 40 с.

50. Шалатек Л. Невидимий коронавірус робить видимою системну гендерну нерівність та несправедливість – 2020. – Режим доступу: <https://ua.boell.org/uk/2020/06/11/covid-19-uniquely-affects-women-here-are-many-ways-it-does>

51. Щоломицька О. Ринок праці України та гендерна нерівність в умовах пандемії COVID-19: досвід весняного карантину // VoxUkraine – 2021. – Режим доступу: <https://voxukraine.org/uk/rinok-pratsi-ukrayini-tagenderna-nerivnist-v-umovah-pandemiyi-covid-19- dosvid-vesnyanogo-karantinu/>.

52. Як змінилися настрої бізнесу на карантині (дослідження) / Мінфін. – 2020. – Режим доступу: <https://minfin.com.ua/ua/2020/05/12/45203072/>

53. COVID-19 и мировая экономика. Спасти нельзя ликвидировать? : информ. обоз. Киев : KRESTON, 2020. 21 с.

54. COVID-19: Stopping the rise in domestic violence during lockdown : European Parliament. 04. 2020. – Режим доступу:

<https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20200406IPR76610/covid-19-stopping-the-rise-in-domestic-violence-during-lockdown>

55. Michaelis M., Doerr H. W., Cinatl J. Novel swine-origin influenza A virus in humans: another pandemic knocking at the door // *Med Microbiol Immunol*. 2019. № 198. P. 175-183.

56. Navumau V. Social Media as a Source of Counter-Hegemonic Discourses: MicroLevel Analysis of the Belarusian «Silent Actions» Protest Movement // *Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization*. 2019. № 27 (3). P. 287-317.

ДОДАТКИ

Додаток А

Програма пілотажного дослідження

Актуальність: Поняття жіночого підприємництва останніми роками набуває все більшого розповсюдження, так, за даними різних досліджень частка жінок у підприємницькій діяльності перед пандемією становила від 35 до 40%. Однак, після пандемії коронавірусу саме жіноче підприємництво потрапило під найбільший удар, та зазнало значних збитків. За даними різноманітних дослідників, основними причинами цього стали як сфери зайнятості, де здебільшого задіяні жінки, так і те, що збільшився час, що витрачається жінками на неоплачувану працю. До того ж, в нашій країні фактично відсутні інструменти захисту підприємництва через призму гендерного питання, а тому важливо проводити подібні дослідження для кращого розуміння потреб жінок-підприємниць та визначення сфер, де вони зазнали найгірших соціально-економічних наслідків, що дасть змогу надавати допомогу та розробляти програми по захисту саме в цих сферах.

Дослідницька проблема: існує соціальна суперечність, яка потребує подальшого наукового узагальнення і вивчення – з одного боку, за результатами досліджень, в світі найбільшого негативного впливу від пандемії в економічній сфері зазнають саме жінки, з іншого – саме жінки підприємниці висловлюють готовність надалі розвивати свій бізнес, вкладати кошти в своє навчання та вдосконалювати організацію своєї справи. Тож виявлення конструктивних та деструктивних наслідків пандемії виявляється актуальним дослідницьким завданням.

Теоретичний об'єкт: наслідки пандемії Covid-19 для жінок-підприємниць.

Емпіричний об'єкт: жінки-підприємниці;

Предмет: Соціально-економічні наслідки пандемії Covid-19 для жінок-підприємниць.

Мета: описати соціально-економічні наслідки пандемії Covid-19 для жінок-підприємниць.

Завдання:

1. Визначити основні соціально-економічні наслідки пандемії Covid-19 для жінок- підприємниць.
2. Описати вплив пандемії Covid-19 для жінок-підприємниць.
3. Розробити рекомендації шляхів подолання наслідків пандемії Covid-19 для жінок-підприємниць.

Теоретична інтерпретація основних понять:

Пандемія COVID-19 - поточна пандемія коронавірусної інфекції, викликана вірусом SARS-CoV-2, спалах якої вперше був зафіксований в Ухані, Китай, в грудні 2019 року.

Соціально-економічні наслідки пандемії – результати впливу пандемії на особливості життєдіяльності в економічній та соціальній сферах життя.

Підприємець, підприємниця — суб'єкт, який поєднує в собі новаторські та комерційні здібності для пошуку та розвитку нових видів і методів виробництва.

Жіноче підприємництво – підприємницька діяльність, що ведеться жінками.

Опікунська (неоплачувана) праця – праця, за яку людина, що її виконує, не отримує жодної безпосередньої винагороди. В даному дослідженні мається на увазі робота по домогосподарству (прибирання, приготування їжі, догляд за дітьми, тощо).

Гіпотези:

1. Жінки-підприємці, що займаються онлайн-бізнесом практично не зазнали (може не зазнали деструктивного впливу?) впливу пандемії Covid-19 в економічній сфері.
2. Матері, які працюють з дому і мають дітей дошкільного та молодшого шкільного віку, відчують подвійне навантаження через поєднання оплачуваної і опікунської праці.
3. Пандемія коронавірусу призвела до припинення підприємницької діяльності серед респонденток.
4. Наявність у жінки-підприємниці підлеглих позитивно корелює із негативним впливом, нанесеним внаслідок пандемії.

Дизайн дослідження

Для дослідження ми використовуватимемо аналіз вторинних даних, а також первинні дані, оскільки для нас важливо сформулювати саме такі питання, що були б актуальними та адекватними протягом тривалого часу й при цьому вимірювали саме те, що необхідно для дослідження.

Для проведення дослідження найефективніше буде застосувати розвідувальний, описовий тип дизайну, оскільки дослідження є пілотажним.

Тип пояснення буде номотетичним, оскільки ми перевіряємо теорію на певних кейсах, тобто вдаємося до пояснення загальної тенденції, проводячи те дослідження, яке можна багаторазово повторювати.

Обґрунтування методу збору даних

Для збору даних нами вирішено застосувати спосіб онлайн-опитування.

По-перше, цей вид анкетування є досить дешевим та швидким й дає змогу відносно безболісно замінити респондента при необхідності.

По-друге, використовуючи цей вид анкетування ми зменшуємо вплив дослідника на конкретного респондента, а тому підвищується рівень анонімності й респондент заповнює анкети більш відверто та чесно.

Даний вид опитування максимально формалізується, а тому інформацію, що ми отримаємо, досить просто аналізувати за допомогою спеціальних програм.

Крім того в умовах епідеміологічної ситуації застосування онлайн-опитування видається ледь не найкращим варіантом, адже проведення, наприклад ГІ онлайн могло б негативно вплинути на комфорт та щирість респондентів.

План реалізації дослідження

- Підготовка програми.
- Розробка інструментарію.
- Претест інструментарію.
- Пошук та рекрутинг респондентів, які задовільняють критерії вибірки.
- Проведення польового етапу дослідження.
- Обробка та аналіз отриманих результатів.
- Розробка висновків та рекомендацій

Вибірка

Генеральну сукупність складають жінки-підприємці України. В ході пілотажного дослідження було опитано **31** жінку-підприємницю, саме така кількість була обрана для того, щоб апробувати інструментарій.

До складу респонденток увійшли як ті особи, що мали бізнес на момент опитування, так і ті, хто його втратив після початку пандемії. Це дозволить нам виявити причини, що призвели до припинення підприємницької діяльності. До вибірки потрапили жінки, вік яких коливалася від 25 до 50 років, що проживають як у містах, так і у сільській місцевості, щоб мати змогу порівняти вплив місця проживання на ведення підприємницької діяльності. Крім того, респондентки відбиралися в залежності від сфери та типу діяльності (бізнес з дому чи поза

домом), а також з наявністю чи відсутністю найманих робітників. Більшість жінок було задіяно у сфері продажу через соцмережі, торгівлі непродовольчими товарами, туристичній галузі, сільському господарстві та у різних напрямках діяльності надання послуг.

Анкета онлайн опитування**Шановна респондентко!**

Ми проводимо дослідження впливу соціально-економічних наслідків пандемії COVID-19 для жінок-підприємниць.

Опитування є анонімним і займе не більше 5 хвилин.

Всі результати будуть представлені в узагальненому вигляді.

Просимо Вас бути уважними та надати відповідь на кожне поставлене запитання.

1. Скажіть скільки повних років Вам виповнилося на даний момент:

2. Зазначте Ваш сімейний стан

1. Не одружена / Не маю партнера
2. Одружена
3. Живу з партнером
4. Одружена, але проживаємо окремо
5. Вдова
6. Розлучена

3. Вкажіть тип населеного пункту, в якому Ви зараз проживаєте:

1. Обласний центр або м. Київ
2. Місто з населенням більше 100 тис. мешканців
3. Інше місто
4. Селище міського типу

4. Чи Ваш бізнес офіційно зареєстрований?

1. Так
2. Ні
3. Не маю бізнеса

5. Чи володіли Ви протягом останнього року власним бізнесом; займалися чи займаєтеся підприємницькою діяльністю?

1. Так
2. Ні

6. Чи володієте Ви зараз власним бізнесом; займаєтеся чи займаєтеся підприємницькою діяльністю?

1. Так.
2. Ні

7. З моменту поширення COVID-19 в Україні, чи отримуєте Ви будь-яку підтримку від держави, місцевих органів управління, громадських організацій тощо (продукти харчування, предмети медичного призначення тощо)?

1. Так, тільки продукти харчування
2. Так, продукти харчування та предмети медичного призначення (рукавички, маски, засоби дезінфікування тощо)
3. Ні

8. У зв'язку з поширенням COVID-19 в Україні, чи виникали у Вас такі хвилювання: У кожному рядку виберіть лише один варіант

Захворювання члена сім'ї / домогосподарства		
Втрати власного бізнесу / джерел доходу		
Переїзду в інший населений пункт країни		
Повернення в країну з-за кордону		

9. Як вплинула ситуація з поширенням COVID-19 в Україні на наступні ресурси Вашого домогосподарства? У кожному рядку виберіть лише один варіант

Дохід/заробітки від сільськогосподарської діяльності	Немає такого джерела	Збільшилися	Не змінилися	Зменшилися
Дохід/заробітки від сімейного бізнесу	Немає такого джерела	Збільшилися	Не змінилися	Зменшилися
Дохід/заробітки від бізнесу, що ведеться з дому	Немає такого джерела	Збільшилися	Не змінилися	Зменшилися
Дохід від бізнесу, що ведеться не з дому	Немає такого джерела	Збільшилися	Не змінилися	Зменшилися
Грошові перекази, які отримували від осіб, що проживають за кордоном	Немає такого джерела	Збільшилися	Не змінилися	Зменшилися
Підтримка від членів сім'ї/друзів у країні (гроші, продукти харчування тощо)	Немає такого джерела	Збільшилися	Не змінилися	Зменшилися
Пенсії та інші соціальні виплати	Немає такого джерела	Збільшилися	Не змінилися	Зменшилися
Державна підтримка (у формі грошових коштів або в натуральній формі)	Немає такого джерела	Збільшилися	Не змінилися	Зменшилися
Підтримка/благодійна допомога від громадських чи інших організацій	Немає такого джерела	Збільшилися	Не змінилися	Зменшилися

10. На чію підтримку Ви розраховуєте найбільше у ситуації, що склалася? (не більше трьох варіантів)

1. Лише на себе
2. Членів вашої сім'ї
3. Друзів
4. Лікарів
5. Представників органів місцевої влади (мерія, сільська рада)
6. Профільних організацій – моз, центр громадського здоров'я
7. Мешканців та мешканок громади
8. Волонтерів
9. Не розраховую ні на кого
10. Інше, вкажіть що саме

11. Як би Ви найкраще описали Вашу зайнятість протягом типового тижня до поширення Covid-19 в Україні?

1. У мене власний бізнес/самозайнятість і я наймала інших людей
2. У мене власний бізнес/самозайнятість і я не наймала інших людей
3. Інше _____

12. З часу поширення COVID-19 в Україні, чи змінилася у Вас кількість годин, присвячених оплачуваній праці?

1. Зміни не відбулися
2. Кількість годин на роботі зменшилася
3. Кількість годин на роботі зросла
4. Я втратила свій бізнес

13. Що ймовірніше за все станеться з Вашими заробітками, якщо обмежувальні заходи будуть надалі продовжені?

1. Я, мабуть, продовжуватиму отримувати повний дохід
2. Я, мабуть, продовжуватиму отримувати частину доходу
3. Я, мабуть, не отримуватиму доходу
4. Не маю бізнесу
5. Важко відповісти

14. Що ймовірніше за все станеться з Вашими робітками, якщо обмежувальні заходи будуть надалі продовжені?

1. Я, мабуть, продовжуватиму виплачувати повну заробітну плату
2. Я, мабуть, продовжуватиму виплачувати частину заробітної плати
3. Я, мабуть, не виплачувати заробітну плату
4. Не маю бізнесу
5. Не маю робітників

15. Які проблеми із веденням власного бізнесу Ви переживали?

1. Зменшення клієнтів
2. Неможливість платити заробітну плату працівникам
3. Неможливість ведення бізнесу через технічні обмеження (поганий зв'язок, інтернет, тощо)
4. Неможливість працювати фізично в офісі через локдауни
5. Неможливість збуту товару
6. Втрата каналів збуту товару
7. Довелося перепланувати ведення бізнесу
8. Довелося закрити бізнес
9. Не було проблем
10. Інше _____

16. Унаслідок ситуації з поширенням COVID-19, чи збільшилася кількість годин, присвячених таким заняттям?

Приготування їжі та подача страв	Я зазвичай цього не роблю	Збільшилася	Не змінилося	Зменшилася
Прибирання оселі	Я зазвичай цього не роблю	Збільшилася	Не змінилося	Зменшилася
Настанови, навчання та підготовка дітей	Я зазвичай цього не роблю	Збільшилася	Не змінилося	Зменшилася

Догляд за дітьми, в тому числі годування, прибирання, фізичний догляд	Я зазвичай цього не роблю	Збільшилася	Не змінилося	Зменшилася
Психологічна/емоційна підтримка дорослим членам сім'ї	Я зазвичай цього не роблю	Збільшилася	Не змінилося	Зменшилася
Ігри, розмови з дітьми та читання дітям	Я зазвичай цього не роблю	Збільшилася	Не змінилося	Зменшилася
Допомога літнім/хворим дорослим або особам з інвалідністю (медична допомога, годування, прибирання, фізичний догляд)	Я зазвичай цього не роблю	Збільшилася	Не змінилося	Зменшилася
Придбання предметів для членів моєї сім'ї/домогосподарства	Я зазвичай цього не роблю	Збільшилася	Не змінилося	Зменшилася
Дистанційна робота з дому	Я зазвичай цього не роблю	Збільшилася	Не змінилося	Зменшилася

17. З моменту поширення COVID-19 в Україні, яка домашня діяльність забирає у Вас найбільше часу?

1. Приготування їжі та подача страв
2. Прибирання оселі
3. Придбання предметів для членів моєї сім'ї/домогосподарства
4. Заготовка води/палива
5. Ігри, розмови з дітьми та читання дітям
6. Настанови, навчання та підготовка дітей
7. Догляд за дітьми, в тому числі годування, прибирання, фізичний догляд
8. Допомога літнім/хворим дорослим або членам сім'ї з інвалідністю (медична допомога, годування, прибирання, фізичний догляд)
9. Психологічна/емоційна підтримка дорослим членам сім'ї
10. Дистанційна робота з дому

18. Укажіть кількість дітей у Вашій сім'ї віком до 17 років включно:

1. Я не маю дітей
2. 1
3. 2
4. 3 та більше

19. Укажіть вік Вашої наймолодшої дитини:

1. до 3 років включно
2. від 4 до 7 включно
3. від 8 до 12 включно
4. 13 років та старше

20. Якщо Ви на даний час працюєте поза домом і маєте дітей дошкільного та/або молодшого шкільного віку, хто переважно доглядає за ними під час карантину в навчальних закладах у зв'язку з COVID-19?

1. Не працюю поза домом або не маю дітей такого віку
2. Партнер/колишній партнер
3. (Пра)бабусі/(пра)дідусі дитини
4. Наймані працівники, няні
6. Сусіди
7. Старші діти
8. Інші родичі

21. Якщо Ви працюєте вдома та маєте дітей дошкільного та/або молодшого шкільного віку, хто переважно доглядає за ними під час карантину в навчальних закладах у зв'язку з COVID-19?

1. Не працюю вдома або не маю дітей такого віку
2. Я самостійно
3. Партнер/колишній партнер
4. (Пра)бабусі/(пра)дідусі дитини

5. Наймані працівники, няні
6. Сусіди
7. Старші діти
8. Інші родичі

22. Хто з членів Вашої сім'ї переважно залучений до процесу навчання школяра/ів удома під час карантину (контроль за навчанням, допомога з виконанням завдань)?

1. Не працюю вдома або не маю дітей такого віку
2. Я самостійно
3. Партнер/колишній партнер
4. (Пра)бабусі/(пра)дідусі дитини
5. Наймані працівники, няні
6. Сусіди
7. Старші діти
8. Інші родичі
9. Ніхто, дитина / діти вчать самостійно

Дякуємо за Ваші відповіді!