



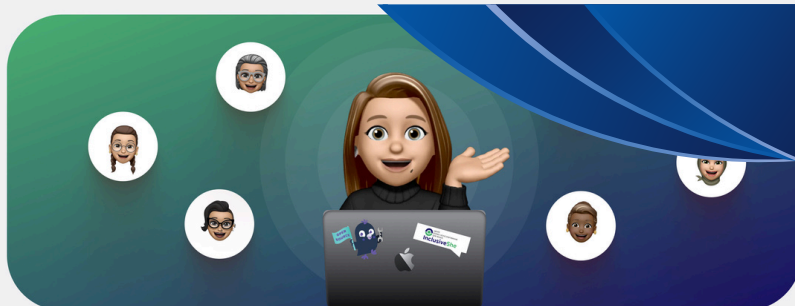
ЦЕНТР
БІЗНЕС-КОНСУЛЬТУВАННЯ
ДЛЯ ЖІНОК

InclusiveShe



In partnership with
Canada

Програма імплементується за фінансової підтримки
Міністерства міжнародних справ Канади



INCLUSIVE SHE: ЖІНОЧА СИЛА В ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Дослідження

**потреб жінок Вінниччини в розвитку та
бізнес-консультуванні, основних труднощів
та бар'єрів на шляху реалізації цих ініціатив
у Вінницькій області**

Листопад 2024 - Червень 2025



INCLUSIVE SHE: жіноча сила в підприємстві: дослідження потреб жінок Вінниччини в розвитку та бізнес-консультуванні, основних труднощів та бар'єрів на шляху реалізації цих ініціатив у Вінницькій області: аналітичний звіт / І. Г. Саранча, Г. В. Давиденко, С. Ю. Ілініч. – Вінниця, 2025. – 35 с.

Аналітичний звіт підготовлено на основі «Дослідження потреб в розвитку та бізнес-консультуванні, основних труднощів та бар'єрів на шляху реалізації цих ініціатив у Вінницькій області», проведеного Громадською організацією «Соціальна перспектива» в рамках проєкту 64DYF "Забезпечення розширення економічних прав та можливостей жінок для відновлення та розвитку (SEED)", що фінансується Урядом Канади через Міністерство міжнародних справ Канади, у період з 01.11.2024 р. до 31.05.2025 р.

У цьому документі висвітлюється діяльність з надання допомоги, що здійснюється за фінансової підтримки уряду Канади через Міністерство міжнародних справ Канади. Думки, висловлені в цьому документі, жодним чином не повинні розглядатися як офіційна позиція Міністерства міжнародних справ Канади або уряду Канади, оскільки воно не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в ньому.



Методологія та джерела фінансування

«Дослідження потреб в розвитку та бізнес-консультуванні, основних труднощів та бар'єрів на шляху реалізації цих ініціатив у Вінницькій області» було проведено Громадською організацією «Соціальна перспектива» в рамках проєкту 64DYF "Забезпечення розширення економічних прав та можливостей жінок для відновлення та розвитку (SEED)", що фінансується Урядом Канади через Міністерство міжнародних справ Канади у період з 01.11.2024 р. до 31.05.2025 р.

Дослідження охоплює 300 респонденток з м. Вінниці та Вінницької області, які зголосилися до участі в проєкті на основі відкритого оголошення про участь. У дослідженні брали участь тільки жінки, оскільки саме вони знаходяться в фокусі уваги.

У рамках дослідження було проведено анонімне анкетування учасниць, проведено 25 телефонних та онлайн інтерв'ю з учасницями, а також долучено досвід роботи із учасницями проєкту консультантів, які надавали допомогу учасницям з питань відкриття та ведення бізнесу.

Дослідження проводила ФОП Саранча Ірина Григорівна за технічним завданням та повним координуванням ГО «Соціальна перспектива». Цей аналітичний звіт містить результати проведеного аналізу в рамках проєкту і жодною мірою не висловлює ані позицію ГО «Соціальна перспектива», ані позицію Міжнародної організації «Актед», як і Уряду Канади, коштом яких це дослідження було проведено.

У рамках дослідження було проведено онлайн-опитування за допомогою Google Forms за опитувальником [«Опитування для мешканок Вінниці та Вінницької області»](#). Опитування було спрямоване на збирання інформації про потреби, виклики та можливості жінок регіону, зокрема у сфері працевлаштування, самореалізації, доступу до підтримки та розвитку власної справи.

У опитуванні взяли участь 300 респонденток – мешканок м. Вінниця та Вінницької області. Опитування було анонімним і добровільним, проводилося в електронному форматі у зручний для учасниць час. Зібрані дані стали підґрунтям для аналізу вікової структури учасниць, їхнього поточного соціального та професійного становища, а також визначення напрямків подальшої підтримки та розвитку програм для жінок регіону.

Опитувальник складався з комбінації закритих і відкритих питань, які охоплювали такі ключові блоки:

Соціально-демографічна інформація (вік, населений пункт, наявність дітей, статус переміщеної особи);



Поточне становище (рівень зайнятості, професійна сфера, джерела доходу);

Освітній та професійний досвід (рівень освіти, наявність власної справи або підприємницького досвіду);

Потреби та виклики (труднощі у працевлаштуванні, бар'єри для розвитку бізнесу, потреба в додатковій освіті або підтримці);

Мотивація та очікування (готовність брати участь у навчальних заходах, інтерес до започаткування власної справи, очікувана підтримка від громадських ініціатив чи місцевої влади).

Структура опитування дозволила отримати комплексне уявлення про ситуацію жінок регіону та їхні запити на індивідуальному й системному рівні.

Опитувальник поширювали серед учасниць проекту під час його основних заходів, а також на сторінках та соціальних мережах проекту зокрема та громадської організації «Соціальна перспектива» загалом.

Цільова аудиторія

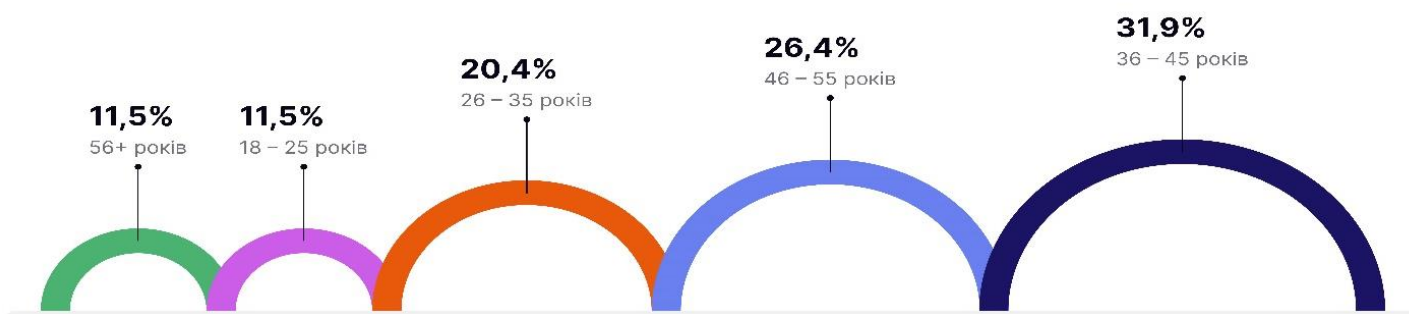
Згідно з результатами опитування, представленими на діаграмі, найбільшу частку респонденток становлять жінки віком від 36 до 45 років – 31,9%. Це свідчить про активну участь представниць цього вікового сегмента в дослідженні та, ймовірно, про їхню підвищену зацікавленість у тематиці проекту.

На другому місці за чисельністю опинилися учасниці віком 46–55 років – 26,4%, що разом із попередньою категорією становить понад половину всіх респонденток (58,3%). Це може свідчити про те, що жінки середнього віку найбільш активно долучаються до запропонованих ініціатив, зокрема тих, що пов'язані з розвитком, навчанням або підприємництвом.

Меншу частку становлять учасниці у віковій категорії 26–35 років – 20,4%, хоча це також досить активна група, яка потенційно перебуває на етапі становлення або розвитку власної справи чи кар'єри.

Найменше представництво мають наймолодші (18–25 років) та найстарші (56+ років) групи – по 11,5%. Це може бути пов'язано як із меншим досвідом і ресурсами в молодших жінок, так і з можливими бар'єрами участі або меншою зацікавленістю серед старших респонденток.

Детальніше про віковий розподіл учасниць проекту та відповідно респонденток дослідження – на мал. 1.



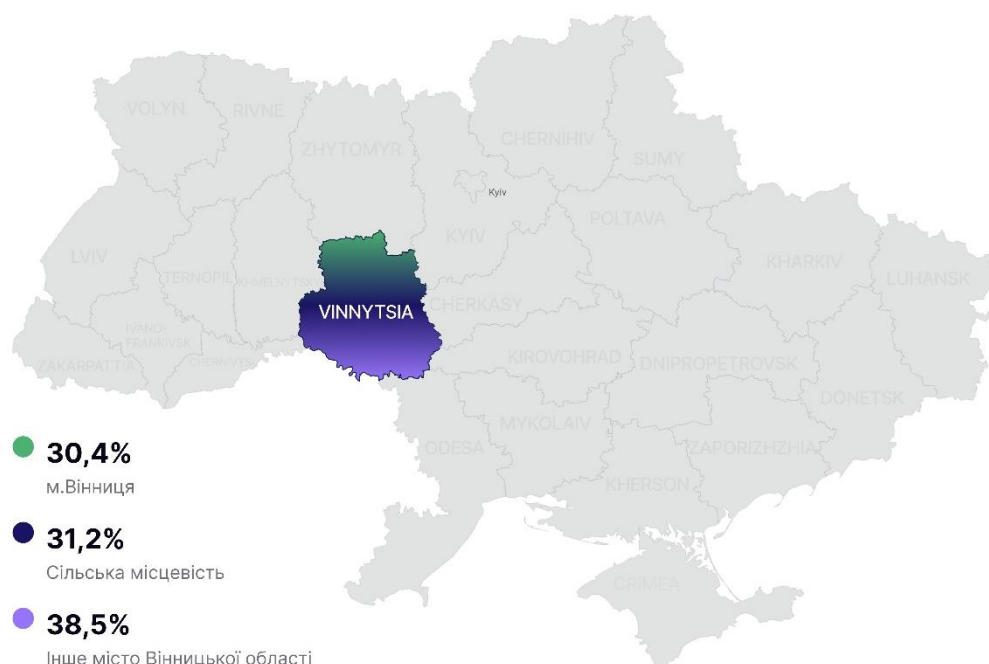
Мал. 1 Віковий розподіл учасниць дослідження

Відповідно до умов проєкту усі учасниці опитування – жінки:



Мал. 2 Стать респонденток

Згідно з отриманими результатами (мал. 3), учасниці опитування представляють різні типи населених пунктів Вінницької області, що забезпечує репрезентативність вибірки з точки зору територіального охоплення.



Мал. 3 Регіон та місцевість проживання

38,5% респонденток проживають в інших містах Вінницької області, окрім обласного центру. Це найбільша частка серед усіх категорій, що свідчить про високу активність жінок у малих та середніх містах регіону.

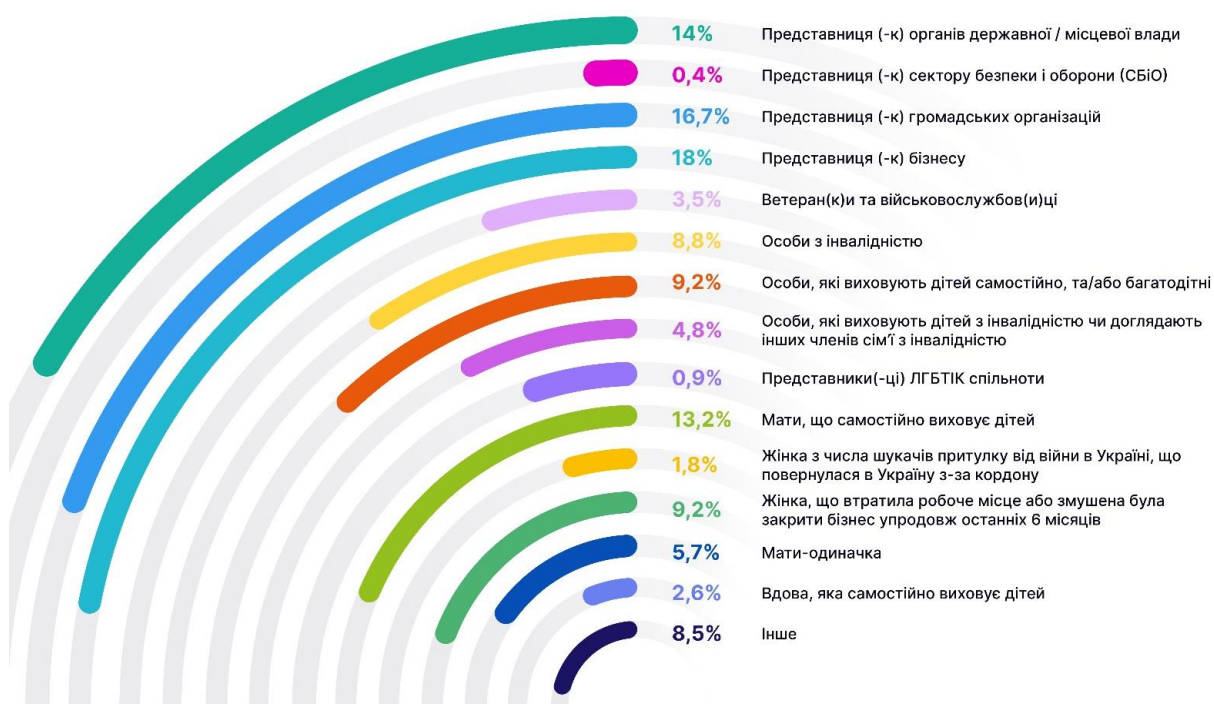
31,2% опитаних мешкають у сільській місцевості. Їхня участь у дослідженні є важливим джерелом інформації про потреби жінок у громадах з обмеженим доступом до ресурсів і можливостей.

30,4% респонденток — жительки м. Вінниця. Як обласний центр, Вінниця традиційно демонструє активну громадянську позицію, проте дещо менший відсоток участі в порівнянні з іншими містами області може свідчити про більшу насиченість подібними ініціативами або інші доступні ресурси.

Дані опитування показують, що значна частина учасниць ототожнює себе із принаймні однією соціально-вразливою категорією. Загалом **понад 60 %** опитаних позначили належність щонайменше до однієї з таких груп, що - поряд із часткою внутрішньо переміщених осіб – підкреслює високий рівень потенційних потреб у додатковій підтримці.

Сукупно майже 28 % жінок вказали, що виховують дітей самостійно (з урахуванням багатодітних, мам-одиначок і вдів). Для цих респонденток

актуальними є питання гнучкого працевлаштування, доступних послуг догляду та соціальних пільг.



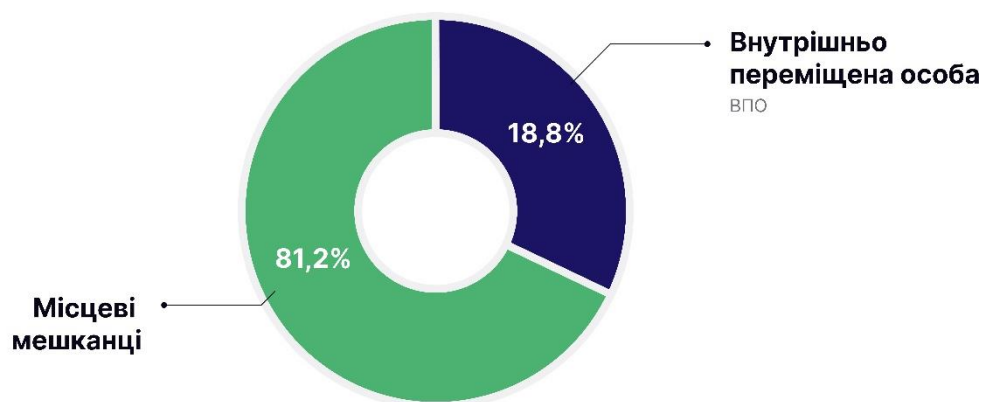
Мал. 4 Належність респонденток до вразливих категорій

Втрати роботи чи бізнесу протягом останнього півріччя торкнулися 9,2 % опитаних, що сигналізує про потребу у програмах перекваліфікації та фінансової підтримки для відновлення економічної активності.

Особи з інвалідністю та ті, хто доглядає родичів з інвалідністю (разом 13,6 %) стикаються з бар'єрами доступності, тому для них критичні онлайн-формати навчання та безбар'єрні офлайн-локації.

Помітна частка жінок належить до бізнес-та громадського сектору (сукупно 34,7 %). Це надає можливість залучити їх до партнерських ініціатив, менторських програм і поширення інформації в громадах.

Внутрішньо переміщені особи (ВПО) становлять 18,8 % вибірки (мал. 5). Їхня інтеграція в нові громади потребує комплексної підтримки – від психологічної допомоги до працевлаштування.



Мал. 5. Статус респонденток

Підприємницький досвід респонденток:

Аналіз відповідей учасниць опитування засвідчив наявність значного потенціалу для розвитку жіночого підприємництва, проте також виявив низку бар'єрів, пов'язаних з недостатньою обізнаністю щодо доступних ресурсів і підтримки.

✦ Підприємницький досвід

Більшість респонденток (59,6 %) мають досвід підприємницької діяльності, що свідчить про вже наявну активність жінок у сфері самозайнятості, бізнесу чи фрилансу. Водночас 40,4 % досі не мали такого досвіду, що вказує на наявність групи потенційних учасниць для освітніх програм і підтримки на старті.

Серед жінок, які мають досвід у підприємництві (59,6% від загальної вибірки), розподіл за стажем такий:

35,6% — працюють у бізнесі менше 1 року;

28,8% — мають досвід від 1 до 3 років;

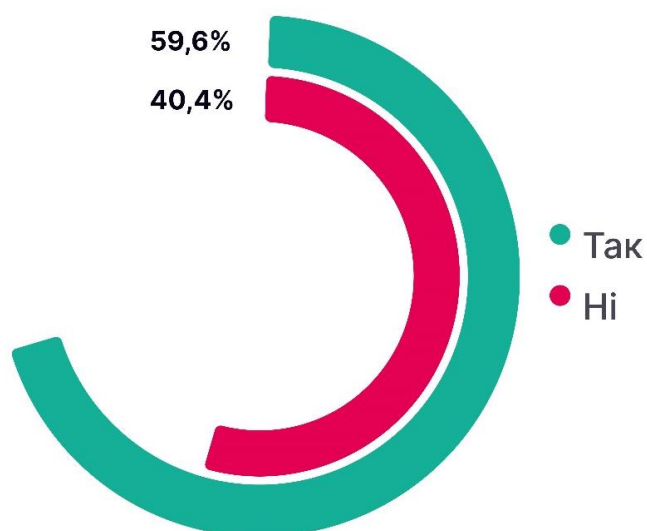
19,5% — займаються бізнесом 4–7 років;

16,1% — мають 8 і більше років досвіду.

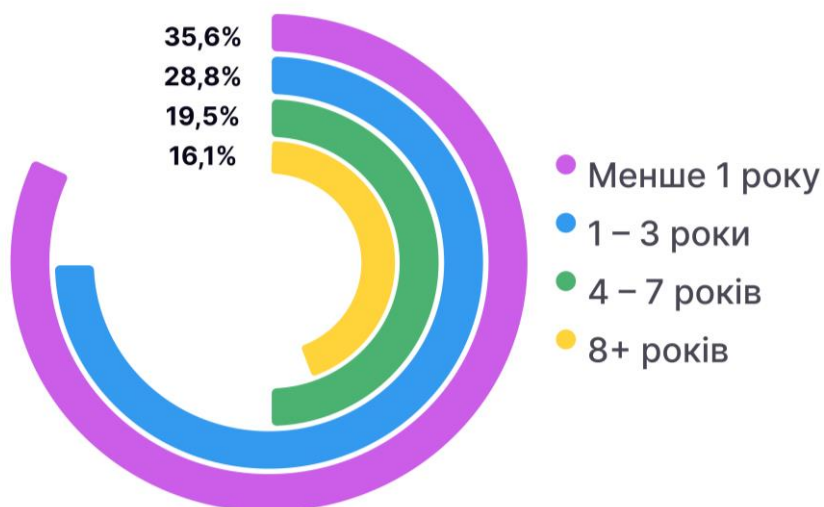
Висновок: найбільша група — це початківці (до 3 років досвіду), які потребують адаптованих освітніх матеріалів, менторства та прикладних інструментів. Водночас наявність досвідчених підприємниць створює потенціал для розвитку спільнот підтримки (peer-to-peer).

- ✦ Обізнаність про програми підтримки для жінок у бізнесі
41,2% респонденток взагалі не знають про існування таких програм.
45,8% знають про програми, але не розуміють, як ними скористатися.
Лише 13,1% вже мали досвід участі в таких програмах.

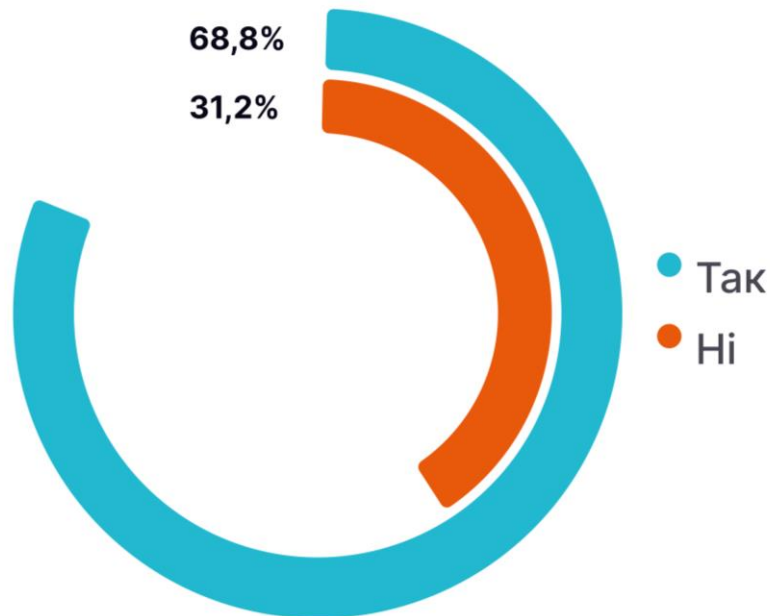
Це свідчить про суттєвий розрив між наявними можливостями та рівнем обізнаності про них серед цільової аудиторії. Проблема недостатньої інформаційної підтримки залишається актуальною навіть для тих, хто вже зацікавлений у розвитку бізнесу.



Мал. 6 Досвід підприємницької діяльності учасниць дослідження



Мал.7 Стаж підприємницької діяльності учасниць, що вже мають досвід



Мал. 8. Чи зверталися респонденти за бізнес-консультаціями

✦ Участь у тренінгах та програмах для жінок у бізнесі

Близько половини респонденток (53,1%) зазначили, що вже брали участь у відповідних тренінгах чи програмах. Це є позитивним індикатором інтересу до навчання й підвищення кваліфікації серед жінок. Водночас 46,9% не були залучені до подібних заходів, що відкриває можливість для подальшого інформування та залучення.

✦ Звернення за бізнес-консультаціями

Понад дві третини учасниць опитування (68,8%) вже зверталися по бізнес-консультації, що свідчить про високу запитуваність фахової підтримки. Це підтверджує ефективність існуючих консультаційних сервісів і водночас підкреслює потребу у їхньому подальшому розвитку, зокрема для тих 31,2%, хто ще не скористався такою можливістю.

Серед респонденток, які вже зверталися за бізнес-консультаціями (68,8%):

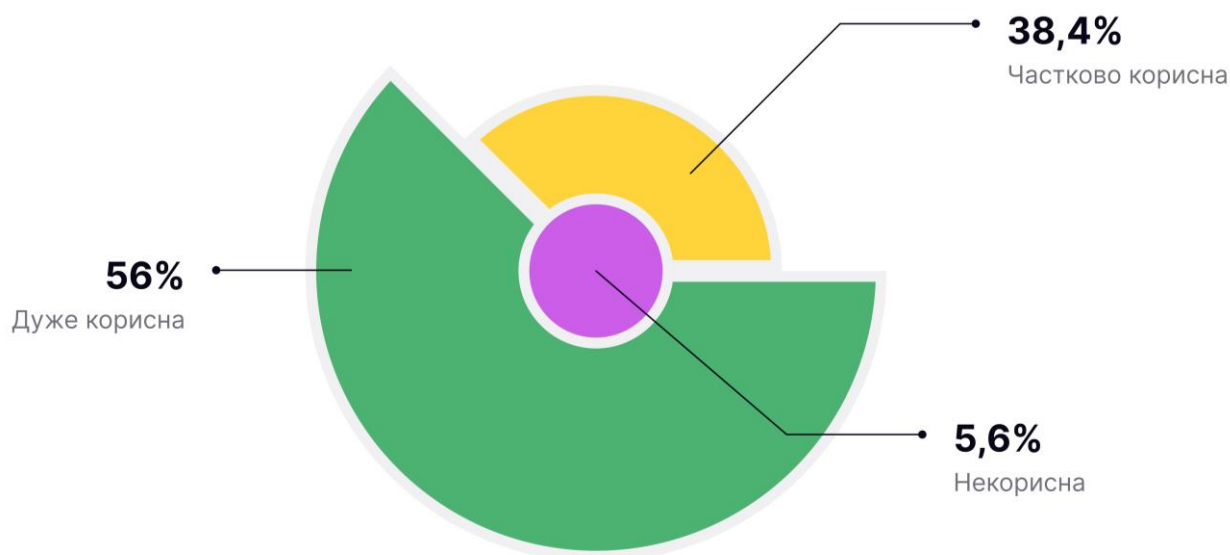
56% оцінили консультації як дуже корисні;

38,4% — як частково корисні;

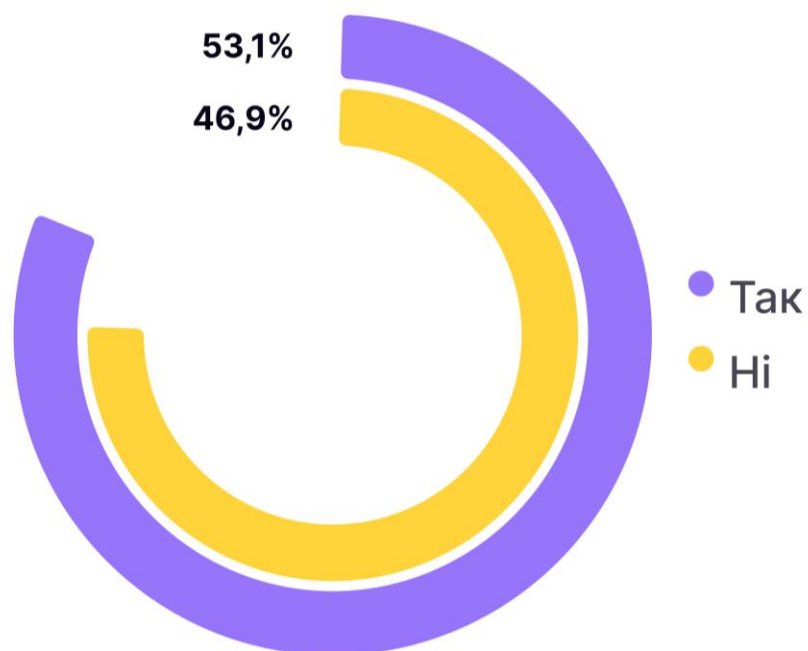
лише 5,6% не вважають їх корисними.

Отже, загальний рівень задоволеності консультаційними послугами є високим. Це підтверджує ефективність існуючих підходів до індивідуального

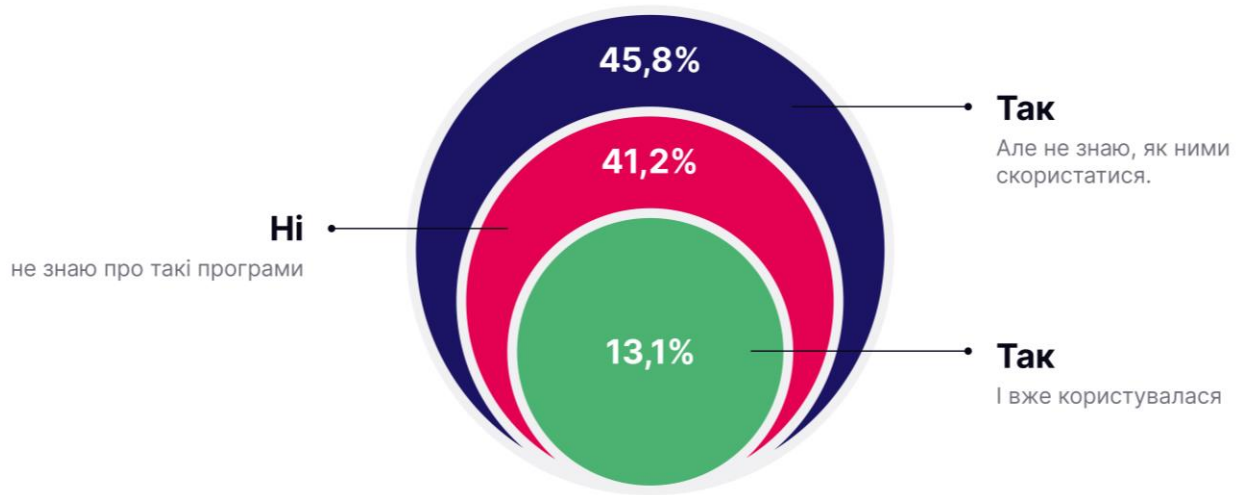
супроводу, проте також вказує на необхідність вдосконалення змісту та формату для тих, хто відчув недостатню користь.



Мал. 9 Оцінка корисності отриманих у попередніх досвідах консультацій

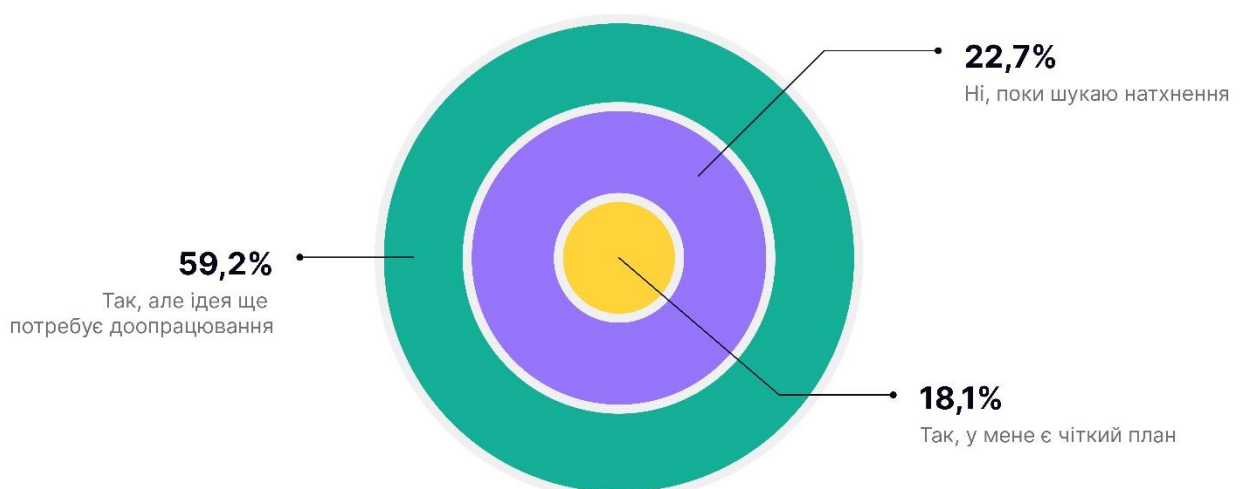


Мал. 10 Досвід участі учасниць проєкту у тренінгах або програмах для жінок у бізнесі



Мал. 11 Обізнаність про програми підтримки для жінок у бізнесі

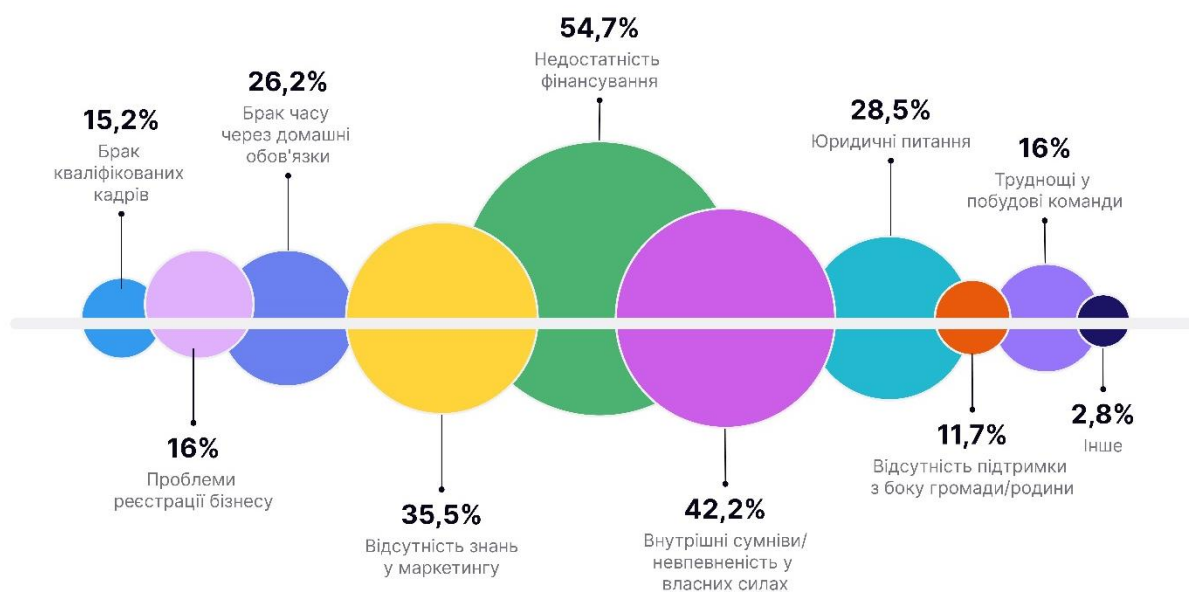
Більшість респонденток (59,2%) уже мають бізнес-ідею, проте визнають, що вона потребує доопрацювання. Ще 18,1% перебувають на стадії чіткого планування своєї справи, що свідчить про їхню високу готовність до запуску бізнесу. Лише 22,7% наразі не мають ідеї, але відкриті до пошуку натхнення та можливостей.



Мал. 12 Наявність бізнес-ідеї

Основні проблеми та запити

Дані опитування дозволяють окреслити основні бар'єри, що заважають жінкам реалізовувати підприємницький потенціал. Проблеми, з якими стикаються респондентки, охоплюють як **об'єктивні зовнішні чинники**, так і **внутрішні психологічні бар'єри** (мал. 13).



Мал. 13 Основні труднощі для початку бізнесу

Основні труднощі для початку бізнесу:

Недостатність фінансування — найчастіше згадувана проблема (54,7%). Це підтверджує потребу в доступі до стартового капіталу, грантів, мікрокредитування та навчання фінансовому плануванню.

Внутрішні сумніви та невпевненість у власних силах — надзвичайно поширене внутрішнє бар'єрне відчуття (42,2%), що вказує на необхідність менторської підтримки, рольових моделей та психоемоційної стабілізації.

Брак знань у маркетингу — 35,5% учасниць прямо вказали на цю проблему. Це перегукється з даними про освітні прогалини (див. нижче).

Юридичні труднощі — актуальні для 28,5% респонденток, що вказує на потребу в юридичному супроводі та правовій просвіті.

Брак часу через домашні обов'язки — 26,2%. Цей фактор особливо значущий для матерів і жінок, які доглядають родичів, і потребує врахування в дизайні програм (гнучкі графіки, онлайн-формати).



In partnership with
Canada



Проблеми реєстрації бізнесу (16%) та складності у формуванні команди (16%) — вказують на потребу у спрощенні процедур та розвитку лідерських навичок.

Брак кваліфікованих кадрів (15,2%) — менш поширена, але суттєва проблема, особливо в малих громадах.

Відсутність підтримки з боку громади/родини (11,7%) — вказує на соціальні бар'єри та стереотипи щодо ролі жінки.

Інше — лише **2,8%**, що свідчить про репрезентативність запропонованого списку бар'єрів.



Мал. 14 Сфери, де респондентки відчують брак знань або навичок

На мал. 14 відображено сфери, де респондентки відчують брак знань або навичок:

Маркетинг та продажі — **49,4%**. Це повністю корелює з труднощами, вказаними вище, і підтверджує критичну потребу у цільових тренінгах.

Стратегічне планування — **48,6%**. Вказує на складнощі з довгостроковим баченням розвитку бізнесу.

Фінансове управління — **45,5%**. Це особливо критично в умовах недостатнього доступу до фінансування.

Правова грамотність — **43,1%**, що перевищується з 28,5% згаданих труднощів у сфері юриспруденції.

Лідерство та управління персоналом — **29,4%**, що також узгоджується з проблемами командотворення.

Отже, можемо узагальнити:

Найгострішими бар'єрами є нестача фінансів, знань (особливо у сфері маркетингу, стратегічного і фінансового планування) та психологічна невпевненість.

Велика частка проблем є такими, що піддаються вирішенню через цільові навчальні та підтримуючі інструменти.



In partnership with
Canada

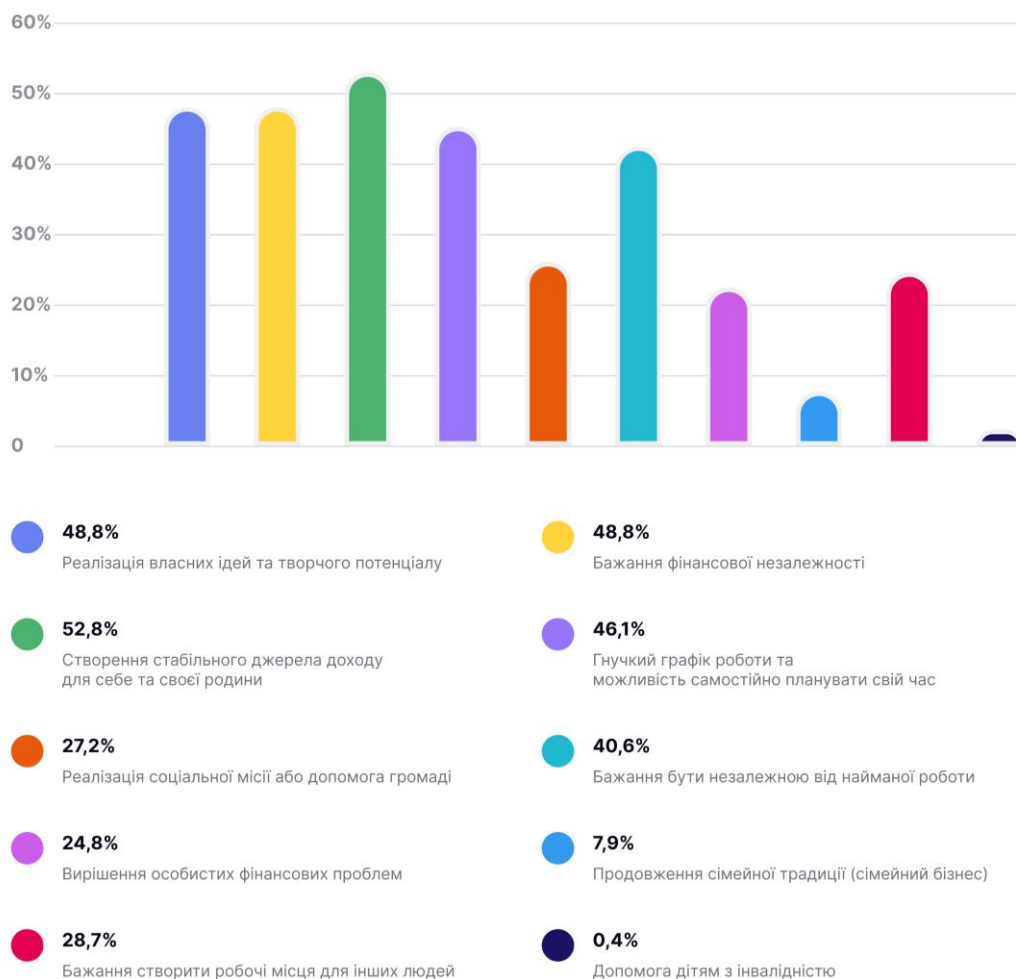


Жінки часто мають ідеї, але не починають реалізацію через страх, складність юридичних процедур або брак підтримки.

Домашнє навантаження залишається значущим бар'єром, що потребує врахування в плануванні формату програм.

Мотивація та інтереси

Аналіз результатів опитування свідчить про глибоку особисту мотивацію жінок до започаткування власної справи, засновану на прагненні до самореалізації, економічної стабільності та соціальної значущості.



Мал. 15 Основні мотиви створення власного бізнесу



In partnership with
Canada



На мал. 15 відображено основні мотиви створення власного бізнесу:

Створення стабільного джерела доходу – 52,8%

Найпоширеніша відповідь, яка демонструє, що підприємництво для більшості є способом забезпечити себе та родину в умовах нестабільного ринку праці або недостатніх зарплат.

Реалізація власних ідей і творчого потенціалу – 48,8%

Бажання фінансової незалежності – 48,8%

Обидва чинники свідчать про прагнення жінок до автономії, реалізації себе поза межами стандартної зайнятості та фінансової залежності.

Гнучкий графік роботи – 46,1%

Особливо актуально для жінок із сімейними обов'язками або тих, хто прагне балансувати роботу й особисте життя.

Бажання бути незалежною від найманої роботи – 40,6%

Реалізація соціальної місії або допомога громаді – 27,2%

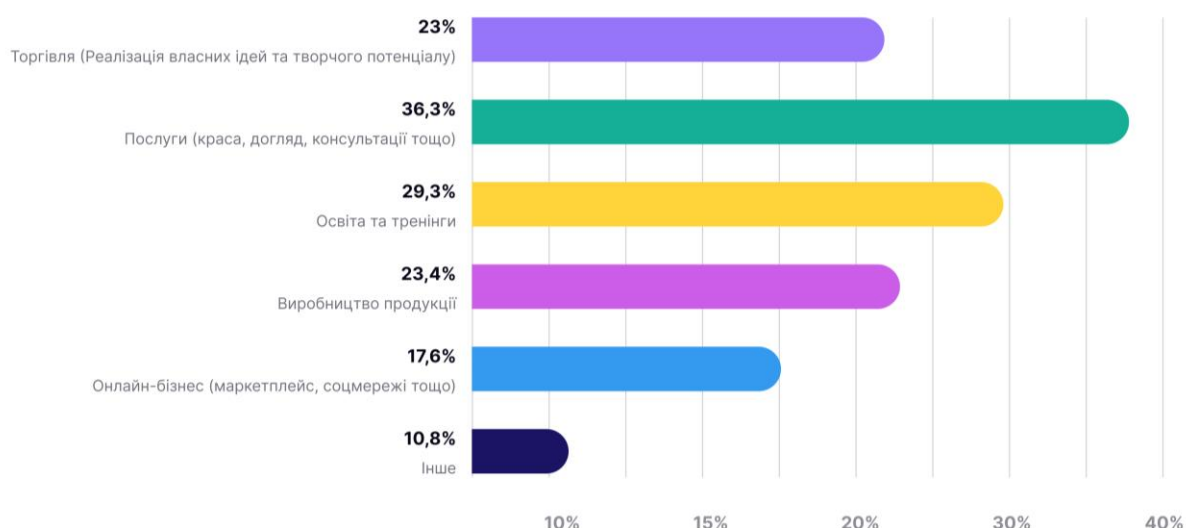
Інші важливі мотиви:

Бажання створити робочі місця для інших – 28,7%

Вирішення особистих фінансових проблем – 24,8%

Продовження сімейної традиції – 7,9%

Це свідчить про наявність соціального підприємництва як важливої ціннісної мотивації.



Мал. 16 Сфери, у яких респондентки планують або хочуть почати бізнес

На мал. 16 схематично зображено сфери, у яких жінки хочуть реалізувати бізнес:

Сфера послуг (краса, догляд, консультування) – 36,3%

Освітні послуги та тренінги – 29,3%

Виробництво продукції – 23,4%

Торівля (власні ідеї, хендмейд тощо) – 23%

Онлайн-бізнес (маркетплейси, соцмережі) – 17,6%

Це вказує на переважання креативного сектору, сервісної економіки та освітнього підприємництва, які мають низький вхідний бар'єр, але вимагають знань у маркетингу, просуванні та цифрових інструментах.



Мал. 17 Чинники успішності старту бізнесу

Мал. 17 відображає очікування учасниць проєкту та їхні оцінки, що саме необхідно для успішного старту бізнесу. Зокрема, жінки, які прагнуть відкрити власну справу на Вінниччині, не лише мають сильну мотивацію, а й чітко усвідомлюють ключові чинники, необхідні для успішного старту, та демонструють високу готовність до навчання.

Що жінки вважають найважливішим для старту бізнесу:

Грамотне бізнес-планування – 59,5%

Це найпоширеніший вибір, що свідчить про прагнення до структурованого, обґрунтованого підходу до підприємництва. Жінки прагнуть не «просто почати», а робити це з розумінням фінансових і стратегічних основ.

Початковий капітал – 51%

Брак фінансів продовжує залишатися суттєвою перешкодою, тож потреба у грантах, мікропозиках або доступі до кредитних ресурсів – надзвичайно актуальна.

Мотивація та віра у власні сили – 49,8%

Психоемоційна складова має майже такий самий пріоритет, як і фінансова. Це підтверджує потребу у менторській, психологічній підтримці та мережах взаємодопомоги.

Підтримка досвідченого наставника – 38,9%

Досвід тих, хто вже пройшов цей шлях, сприймається як критичний ресурс.

Доступ до навчання та консультацій – 35%

Попри наявність відкритих можливостей, доступ до якісного навчання все ще не є очевидним чи простим для значної частини жінок.

Такі результати вказують, що жінки не лише усвідомлюють потребу в фінансових ресурсах, але й високо оцінюють роль знань, психологічної підтримки та менторства для старту.

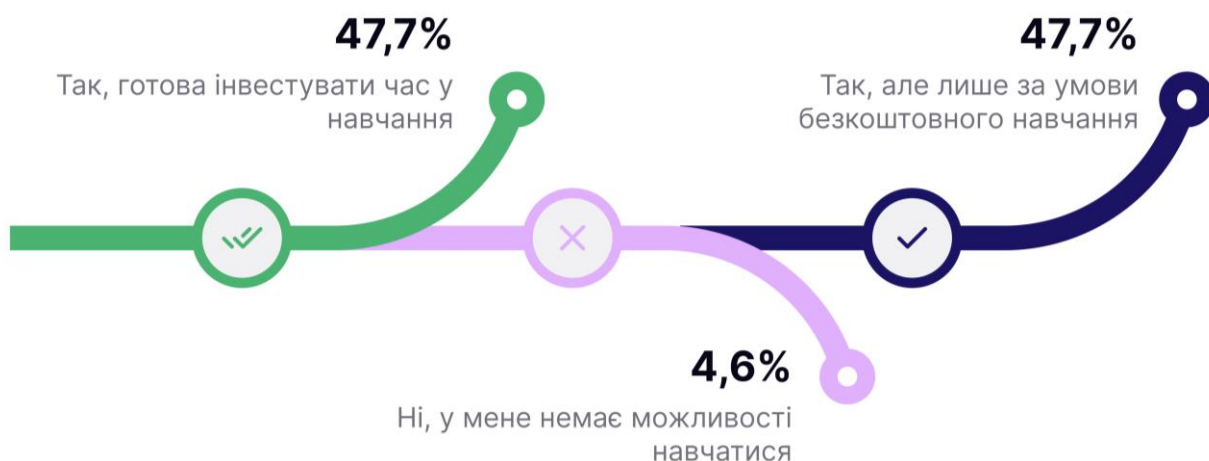
Незважаючи на бар'єри та обмеження:

47,7% респонденток **готові інвестувати свій час у навчання;**

Ще 47,7% – готові вчитися, але лише за умови безкоштовного доступу;

Лише **4,6%** повідомили, що **не мають можливості навчатися** (мал. 18).

Це свідчить про надзвичайно високий рівень зацікавленості в розвитку бізнес-компетентностей, особливо якщо створити доступні формати, адаптовані до реальних можливостей жінок (безкоштовні, онлайн, гнучкі за часом).



Мал. 18 Готовність респонденток навчатися

Отже, на основі аналізу мотивації та очікувань учасниць проєкту можемо підсумувати кілька важливих спостережень:

Підприємництво для жінок Вінниччини — це не лише про дохід, а й про свободу, реалізацію, баланс і внесок у суспільство.

Більшість потенційних підприємниць мають **реалістичні очікування**: вони визнають потребу в знаннях, підтримці, наставництві та стартовому капіталі.



Розвиток програм підтримки варто будувати навколо **трьох ключових опор**: практичне навчання, емоційна та менторська підтримка, доступ до ресурсів для старту.

Форми та тематичні напрямки можливої підтримки

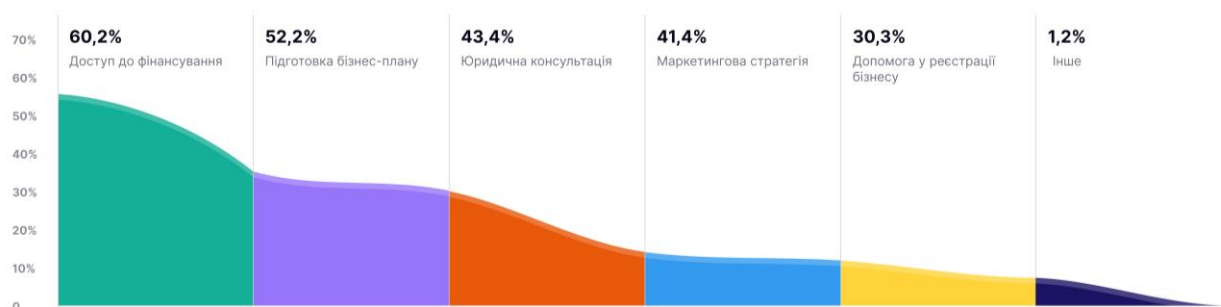
Мал. 19 ілюструє запит жінок Вінниччини щодо підтримки, необхідної на старті бізнесу. Найбільшою потребою є доступ до фінансування — її позначили 60,2 % респонденток. Це свідчить про нагальну потребу в стартовому капіталі, мікрокредитуванні чи грантовій підтримці, без якої неможливий початок підприємницької діяльності.

На другому місці — підготовка бізнес-плану (52,2 %), що підтверджує важливість структурованого підходу до створення власної справи та необхідність у супровідних освітніх програмах.

Також жінки наголошують на потребі в юридичних консультаціях (43,4 %) і розробці маркетингової стратегії (41,4 %), що вказує на запит на комплексний супровід при запуску бізнесу — від правового оформлення до просування.

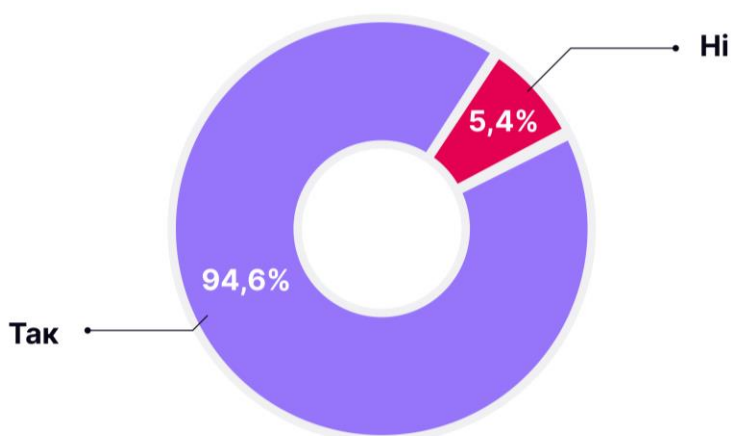
Близько третини респонденток (30,3 %) відзначили потребу в допомозі з реєстрацією бізнесу, що свідчить про складність бюрократичних процедур та потребу в консультаційній підтримці на цьому етапі.

Загалом, результати демонструють високий запит жінок на доступну, фахову та покрокову підтримку при започаткуванні власної справи — фінансову, юридичну, навчальну та менторську.



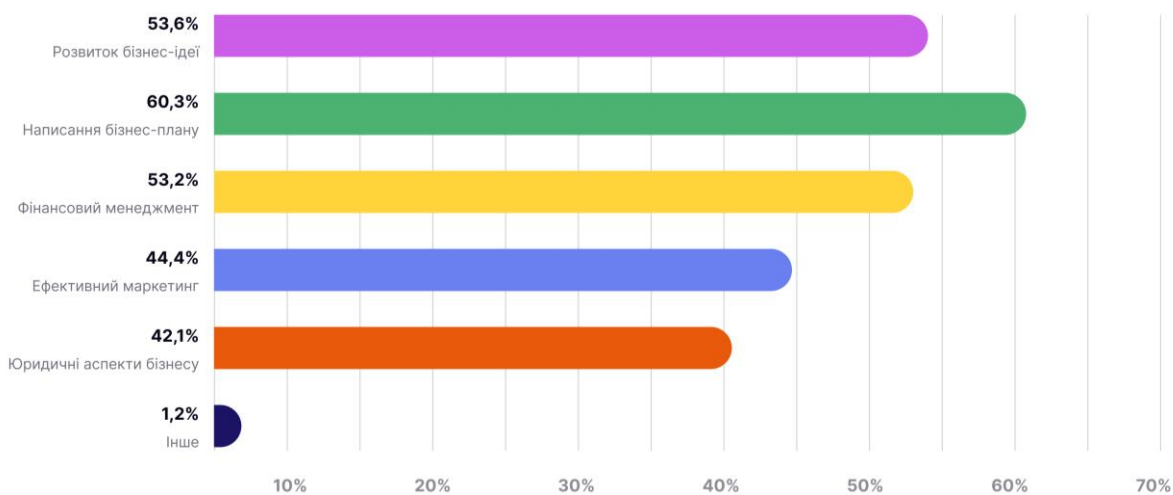
Мал. 19 Підтримка, необхідна на початковому етапі дослідження

Практично **95% опитаних вказали на потребу в додатковому фінансуванні** для розвитку своєї справи (мал. 20).



Мал. 20 Потреба в додатковому фінансуванні

Мал. 21 ілюструє найбільш актуальні навчальні запити серед жінок Вінниччини, які вже мають власну справу або планують її започаткувати. За результатами опитування, найбільший інтерес викликає тема написання бізнес-плану — її обрали 60,3 % респонденток. Це свідчить про усвідомлення важливості чіткої структури, планування та аналізу перед стартом або масштабуванням бізнесу.

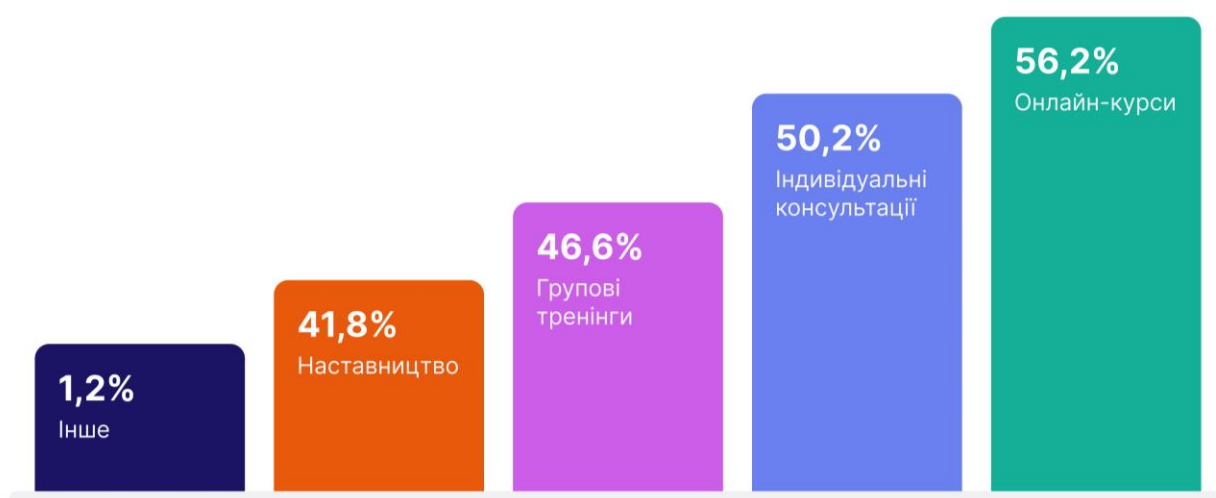


Мал. 21 Актуальні навчальні запити учасниць опитування

Другою за популярністю темою є розвиток бізнес-ідеї (53,6 %), що вказує на потребу в пошуку життєздатних і адаптивних до воєнних умов проєктів. Фінансовий менеджмент (53,2 %) також займає ключову позицію, демонструючи запит на навички управління бюджетом, обліком витрат і стабілізації грошових потоків.

Крім того, жінки зацікавлені в ефективному маркетингу (44,4 %) та юридичних аспектах бізнесу (42,1 %), що говорить про потребу в знаннях просування у цифровому середовищі та безпечної юридичної реєстрації і діяльності.

Ці дані підтверджують необхідність цільових програм підтримки з акцентом на практичну, стислу та адаптовану до сучасних реалій освіту, зокрема у форматі тренінгів, вебінарів та персональних консультацій.



Мал. 22 Найбільш ефективна форма підтримки на думку респонденток

Мал. 22 Слайд демонструє уподобання жінок Вінниччини щодо найбільш ефективної форми підтримки на етапі започаткування власної справи. Найбільший відсоток респонденток (56,2 %) відзначили онлайн-курси як зручний та доступний формат навчання, який дозволяє поєднувати навчання з іншими життєвими обов'язками.

Другу позицію посіли індивідуальні консультації (50,2 %), що свідчить про запит на персоналізований підхід до вирішення конкретних підприємницьких викликів.

Групові тренінги (46,6 %) також мають високу популярність, що свідчить про цінність навчання у колі однодумців і можливості нетворкінгу.

Наставництво підтримали 41,8 % учасниць, що підтверджує важливість підтримки досвідчених підприємців як джерела мотивації та практичних порад.

Загалом, результати демонструють потребу в гнучких, практично орієнтованих формах підтримки з акцентом на доступність, індивідуалізацію та безперервне навчання.



Мал. 23 Яким чином респондентки планують використовувати додаткові ресурси або знання

Учасниці опитування мають чітке розуміння, яким саме чином вони планують використовувати додаткові ресурси або знання, отримані під час навчання чи консультацій.

Найбільша частка опитаних (65,5 %) вбачає їх застосування для запуску нового продукту або послуги, що свідчить про високий рівень підприємницької ініціативності та готовність виводити нові рішення на ринок.

Ще 19,4 % респонденток планують використати отримані ресурси для розширення існуючого бізнесу, що демонструє потенціал до масштабування навіть в умовах кризи. Водночас 11,2 % зазначили намір найняти персонал, що вказує на формування нових робочих місць.

Отже, отримані знання розглядаються не лише як засіб особистого розвитку, а як практичний інструмент для запуску та розвитку підприємницьких ініціатив у регіоні.

Можемо на основі потреб у підтримці та очікуваннях щодо неї вибудувати послідовну логіку розвитку жіночого підприємництва на Вінниччині:

Критично важливими для успішного старту залишаються фінансування й фахова допомога у бізнес-плануванні. Суттєвий запит сформовано і на юридичні консультації та маркетингову підтримку. Це підтверджує, що жінки чітко усвідомлюють комплекс бар'єрів і шукають «повний пакет» стартових сервісів.



Серед форм інформаційної підтримки лідирують онлайн-курси і індивідуальні консультації, далі — групові тренінги й менторство. Такий вибір свідчить, що запит на гнучкі та персоналізовані формати поєднується з бажанням навчатися у колі однодумців і під опікою наставника.

Більшість респонденток планують використати нові знання та ресурси для запуску нового продукту або послуги. Частина жінок збирається масштабувати наявний бізнес, а деякі — найняти персонал, формуючи нові робочі місця. Відтак, інвестиції у навчання й підтримку матимуть прямий мультиплікаційний ефект: поява нових ринкових пропозицій, зростання робочих місць і подальше економічне пожвавлення громад.

Жінки Вінниччини готові перетворювати навички на реальні підприємницькі кроки, якщо отримають адресну фінансову, освітню та консалтингову підтримку у зручних (переважно онлайн) форматах. Правильно налаштована екосистема «гроші + знання + менторство» здатна швидко конвертуватися у запуск нових продуктів і розширення бізнесів навіть у складних умовах воєнного часу.

Опитані жінки розглядають створення та розвиток бізнесу як багатовимірний процес, у якому фінансування та навчання є лише частиною рівняння. Не менш важливими є психоемоційна підтримка, соціальна інфраструктура та чіткі державні політики, що враховують гендерну специфіку. Потреба у сильному менторстві, колі підтримки та справедливому доступі до ресурсів вказує на необхідність комплексних програм, що об'єднують фінанси, знання, соціальні гарантії та інформаційну доступність. Такий підхід створить умови для сталого розвитку жіночого підприємництва в Україні.

Потреби та пропозиції жінок щодо розвитку жіночого бізнесу в Україні

За підсумками індивідуальних інтерв'ю з учасницями проєкту та консультантами ми підготувати інфографіку про основні труднощі та проблеми, а також пропозиції жінок щодо розвитку бізнесу в Україні.

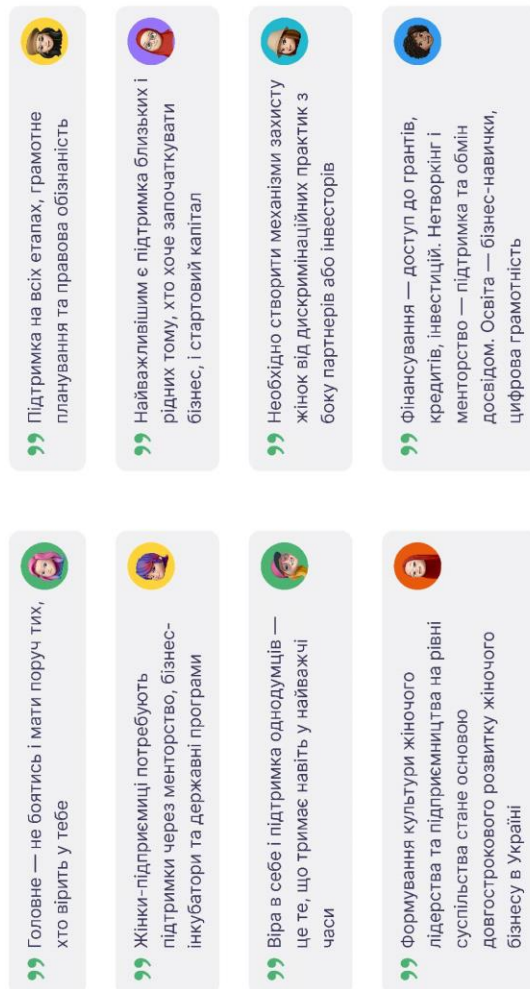
Ключові потреби для розвитку жіночого бізнесу в Україні, сформовані на основі проведених інтерв'ю перегукуються із отриманими в процесі опитування результатами.



In partnership with
Canada



Ключові потреби для розвитку жіночого бізнесу в Україні



23,9% Фінансова підтримка

Доступ до грантів, пільгові кредити, стартовий капітал, податкові пільги

22,3% Навчання і розвиток знань

Бізнес-освіта, юридичні та маркетингові знання, тренінги, консультації

16% Підтримка однодумців

Менторство, нетворкінг спільноти, наставництво, мережування, обмін досвідом

14,9% Підтримка з боку держави

Законодавча стабільність, податки, грантові програми, захист прав

12,8% Психологічна підтримка

Мотивація, віра в себе, натхнення, впевненість

5,3% Сімейна політика

Дитячі садки, поєднання роботи та материнства, баланс

4,8% Інформаційна відкритість та доступ

Вчасне інформування про можливість, прозорість, популяризація ініціатив



In partnership with
Canada

ЦЕНТР
БІЗНЕС-КОНСУЛЬТУВАННЯ
ДЛЯ ЖІНОК
InclusiveShe

Жінки говорять: пропозиції щодо посилення жіночого підприємництва в Україні



● 28% Освіта та навчання

● 22% Фінансова підтримка

● 14% Нетворкінг та спільноти

● 9% Гендерно-чутлива політика

● 8% Доступ до інформації

● 7% Психологічна підтримка

● 6% Інфраструктура

● 6% Визнання та мотивація

- Проведення тренінгів, курсів, менторських програм
- Освітні ініціативи з фінансової грамотності, цифрових навичок, маркетингу
- Онлайн-курси для розвитку бізнесу та створення пасивного доходу

- Гранти, мікрокредитування, доступні кредити
- Субсидії для участі у виставках, акселераційних програмах
- Державне фінансування та підтримка через донорські організації

- Організація жіночих бізнес-клубів, зустрічей, нетворкінгових подій
- Створення онлайн- і офлайн-платформ для обміну досвідом

- Податкові пільги, підтримка бізнесу з соціальним чи екологічним впливом
- Спеціальні програми для сільської місцевості

- Інформаційні платформи, консультативні лінії
- Відкритість місцевої влади

- Допомога у подоланні стресу, невпевненості,
- Підтримка ментального здоров'я

- Бізнес-інкубатори, хаби
- Національна платформа жіночого підприємництва

- Щорічні конкурси
- Премії для жінок-підприємниць

» Надати жінкам можливість розповісти про свій бізнес і допомогти з реалізацією товару

» Важливо впроваджувати гендерно чутливу політику у всіх економічних програмах країни

» Доступ до фінансування та консультацій з питань ведення бізнесу — це базова потреба для старту

» Хотілося б більшої відкритості з боку місцевої влади щодо вибору місця провадження бізнесу та його реєстрації

» Потрібно підтримувати жінок у бізнесі, щоб вони ставали більш незалежними та самостійними

» Потрібно більше заохочувати жінок до створення власного бізнесу, донести, що ми можемо і хочемо працювати та забезпечувати свої родини

» Моя пропозиція — частіше зустрічатися на заходах та доносити жінкам можливості створення бізнесу

» Доцільно створити національну платформу жіночого підприємництва з можливістю обміну досвідом, навчанням і пошуку партнерів



In partnership with
Canada



Фінансова підтримка (23,9%) – є найзатребуванішою серед опитаних. Жінки вказують на потребу у доступі до грантів, пільгових кредитів, стартового капіталу та податкових пільг.

Навчання і розвиток знань (22,3%) – другий за важливістю напрям, який включає бізнес-освіту, юридичні та маркетингові знання, тренінги і консультації.

Підтримка однодумців (16%) – потреба у наставництві, нетворкінгу, жіночих підприємницьких спільнотах та обміні досвідом.

Підтримка з боку держави (14,9%) – очікування законодавчої стабільності, адекватної податкової політики, доступу до грантових програм та захисту прав жінок.

Психологічна підтримка (12,8%) – наголошується на значенні мотивації, віри у себе, натхнення і впевненості.

Сімейна політика (5,3%) – включає потребу в дитячих садках, можливості поєднання підприємництва з материнством, баланс між особистим і професійним життям.

Інформаційна відкритість та доступ (4,8%) – підкреслюється важливість вчасного інформування про програми підтримки, прозорість умов і популяризація ініціатив.

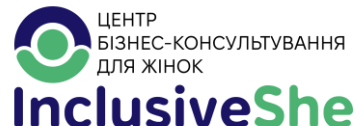
Думки респонденток, представлені на малюнку, додатково акцентують на значенні підтримки з боку родини, менторства, культури жіночого лідерства, віри у себе навіть у складні часи, а також захисту від дискримінаційних практик.

Пропозиції жінок щодо посилення жіночого підприємництва так само корелюють із попереднім запитанням. Слайд ілюструє пропозиції жінок щодо посилення жіночого підприємництва в Україні, згруповані за напрямками. Найчастіше серед ініціатив респондентки називали:

Освіта та навчання (28%) – йдеться про тренінги, менторські програми, ініціативи з фінансової та цифрової грамотності, а також онлайн-курси для розвитку бізнесу чи створення пасивного доходу.

Фінансова підтримка (22%) – включає доступні кредити, мікрогранти, участь у виставках, акселераційних програмах та підтримку через донорські організації.

Нетворкінг та спільноти (14%) – пропонується створення жіночих бізнес-клубів, офлайн- та онлайн-платформ для обміну досвідом, регулярні зустрічі.



Гендерно-чутлива політика (9%) – потреба в податкових пільгах, спеціальних програмах для бізнесів з соціальною місією, підтримка підприємництва в сільській місцевості.

Доступ до інформації (8%) – відзначається потреба у відкритих інформаційних платформах, лініях консультацій, а також проактивності місцевої влади у поширенні інформації.

Психологічна підтримка (7%) – жінки наголошують на важливості допомоги у подоланні невпевненості, тривожності, підтримки ментального здоров'я.

Інфраструктура (6%) – ідеї стосуються розвитку бізнес-інкубаторів, хабів, доступних коворкінгів та просторів для жінок.

Визнання та мотивація (6%) – потреба у щорічних конкурсах, преміях для жінок-підприємниць, популяризації жіночого бізнесу через позитивні приклади.

Індивідуальні відповіді респонденток, процитовані на слайді, підкреслюють бажання отримати більше реальних можливостей для презентації та реалізації свого бізнесу, підтримки з боку місцевої влади, участі в конкурсах, створення національної платформи для жіночого підприємництва.

Дещо більше про труднощі, з якими стикаються жінки на перших кроках підприємницької діяльності можуть сказати консультанти, які працювали з учасницями в рамках проєкту. Ми підготували коротке узагальнення їхнього досвіду:

Основні теми звернень:

- Відкриття підприємницької діяльності, вибір системи оподаткування та отримання грантової підтримки.
- Пошук своєї ніші та сфери діяльності.
- Залучення клієнтів, створення маркетингових стратегій і просування бізнесу.
- Розробка бренд-стилю, логотипу та оформлення соцмереж.
- Використання інструментів для створення контенту та роботи з цільовою аудиторією.
- Психологічні питання — страх невдачі, невпевненість, вигорання.

Типові труднощі та проблеми:

- Страх невдачі та відсутність досвіду ведення бізнесу, особливо на етапі відкриття ФОП.
- Нерозуміння необхідності аналізу ринку, конкурентів та цільової аудиторії, що ускладнює запуск і масштабування справи.



- Низький рівень фінансової та цифрової грамотності, що впливає на якість ведення справи, ведення обліку та створення візуального контенту.
- Складнощі з просуванням себе та продукції в соцмережах, відсутність навичок створення команди та делегування.
- Психологічні бар'єри — відсутність віри у власні сили, сумніви в результатах, страх брати на себе відповідальність за податки, звітність і організаційні питання.

Позитивні результати та спостереження:

Консультації показали, що при професійній підтримці за короткий термін можливо досягти помітного прогресу: від оформлення грантових заявок до впорядкування візуальної стратегії бренду.

Жінки, які вже ведуть бізнес, демонструють впевненість і прагнення до розширення, натомість ті, хто лише планує — потребують додаткової мотивації, знань та психологічної підтримки.

Багато учасниць переоцінюють власну відповідальність і уникають делегування, що призводить до перевантаження та втрати ефективності.

Спостерігається потреба у комплексному візуальному мисленні, стратегічному плануванні розвитку бізнесу та побудові особистого бренду.

Консультації підтвердили, що розвиток жіночого підприємництва у Вінницькій області потребує не лише інформаційної підтримки, а й системної роботи над подоланням внутрішніх бар'єрів, формуванням фінансової, цифрової та маркетингової грамотності, а також створення ефективної комунікаційної стратегії для просування власної справи. Важливим залишається питання менторської підтримки та психологічного супроводу жінок-підприємниць на початкових етапах та в процесі масштабування бізнесу.



In partnership with
Canada



Загальні висновки

Опитування 300 жінок з Вінниці та Вінницької області, проведене в рамках аналізу потреб жінок у сфері підприємництва, дало змогу сформулювати комплексне уявлення про мотивацію, бар'єри, рівень підготовки та запити щодо підтримки жіночої підприємницької ініціативи в умовах воєнного стану та подальшого відновлення України. На основі зібраних даних можна зробити такі ключові висновки:

1. Сильна мотивація до самозайнятості та створення власної справи.

Більшість учасниць висловлюють бажання розпочати або продовжити підприємницьку діяльність, вбачаючи в цьому шлях до економічної стабільності, самореалізації та забезпечення сім'ї.

2. Критичні бар'єри на старті.

Основними викликами жінки вважають відсутність стартового капіталу, нестачу знань у сфері бізнес-планування, фінансового менеджменту, юридичних аспектів та маркетингу. Водночас велика частка респонденток має лише початкове уявлення про процедури реєстрації бізнесу та доступні програми підтримки.

3. Високий запит на навчання та консультування.

Найбільш актуальними темами для навчання є написання бізнес-плану, розвиток бізнес-ідеї, фінансове управління, маркетинг та юридичні питання. Переважна більшість жінок готові проходити онлайн-курси, брати участь у групових тренінгах та звертатися по індивідуальні консультації.

4. Потреба в системній підтримці на стартовому етапі.

Серед пріоритетних форм підтримки жінки назвали доступ до фінансування, юридичні та маркетингові консультації, допомогу в реєстрації бізнесу, а також наставництво з боку досвідчених підприємців.

5. Визначена роль нетворкінгу, менторства і підтримки однодумців.

Для частини респонденток особливо важливими є мотиваційна підтримка, обмін досвідом, створення жіночих бізнес-спільнот та мереж.

6. Важливість комплексного підходу.

Окрім освітніх і фінансових інструментів, жінки наголошують на потребі у психологічній підтримці, інформаційній відкритості, впровадженні гендерно-чутливої політики та формуванні позитивного образу жінки-підприємщиці у суспільстві.

7. Жінки самі формулюють рішення.

У відкритих відповідях жінки запропонували низку конструктивних ідей щодо розвитку підприємництва: створення національної платформи підтримки, регулярне інформування про можливості, менторські програми,



In partnership with
Canada



державні грантові ініціативи та визнання жіночих бізнес-успіхів через конкурси й премії.

Загалом результати опитування свідчать про **значний потенціал жіночого підприємництва на Вінниччині**. Для його реалізації потрібна цілеспрямована підтримка — поєднання доступного фінансування, гнучкої системи навчання, наставництва, а також сприятливого інституційного середовища. Сформовані потреби та пропозиції учасниць можуть лягти в основу програм на рівні громади, області та держави.



In partnership with
Canada



Можливі форми та нові формати розвитку жіночої ініціативності та підтримки самозайнятості на Вінниччині

(з урахуванням воєнного стану та майбутнього відновлення країни)

Рівень	Конкретні кроки	Чому це спрацює саме зараз
1. Фінансова підтримка	- Запустити обласний «Фонд малого жіночого бізнесу» – мікрогранти до 150 тис. грн на старт або релокацію проєктів. - Налагодити партнерство з банками для портфельного гарантування «тепліх» кредитів під $\leq 5\%$ для ВПО й мам-одиначок. - Включити жінок-підприємниць до пріоритету місцевих програм компенсації ЄСВ. - Серія «бліц-курсів» (4–6 год) онлайн і офлайн: бізнес-план, воєнний маркетинг, цифрові продажі, експорт на Etsy/Shopify.	94 % опитаних декларують потребу у фінансах; у воєнний час грант + гарантований кредит компенсують ризики, а пільги знижують перший бар'єр витрат.
2. Швидкі освітні рішення	- Модуль «Право й податки під час війни»: реєстрація ФОП онлайн, бронювання працівників, податкові пільги 2 %. «Антикризова фінансова грамотність»: бюджетування в умовах невизначеності, cash-flow на випадок відключень.	60 % хочуть навчатися, але мають обмежений час; короткі формати й конкретні «воєнні» теми відповідають на найбільші прогалини (планування, фінанси, маркетинг).
3. Менторство та нетворкінг	- Запустити платформу, де кожна новачка отримує 2 наставницькі сесії від досвідченої підприємниці регіону (нау чат-боті Telegram). - Щоквартальний «Жіночий бізнес-форум Вінниччини» (онлайн + офлайн), де місто ↔ громади	14 % прямо запросили спільноти; 42 % зазначили внутрішні сумніви. Програми підтримки та хакатони дають швидку підтримку, а регулярний форум — видимість і коло довіри.



In partnership with
Canada



Рівень	Конкретні кроки	Чому це спрацює саме зараз
4. Психологічна стійкість	обмінюються кейсами і разом шукають партнерів/логістику. • Програма «Розшир будь-яку ідею за 72 години» – командні хакатони з підтримкою маркетологів і юристів. • Безкоштовні групи онлайн-підтримки з психотерапевтом («StresSTOP для бізнес-мам»). • Майстер-клас «Як вести бізнес під сирени» – техніки швидкого відновлення та управління тривогою. • Ваучери на 5 індивідуальних сесій коуча для жінок-ветеранок та ВПО-підприємців. • Пілотні «бізнес-хаби + дитячі кімнати» в Гайсині, Жмеринці, Вінниці; оренда — за рахунок партнерів (ТЦ, бібліотеки).	42 % бар'єрів — невпевненість; 13 % – прямий запит на ментальну допомогу. Стійкість = здатність тримати бізнес у тривалих кризах.
5. Доглядова та інфраструктурна підтримка	• Мобільні консультаційні «виїзні дні» у сільські громади (юрист + бухгалтер + SMM-фахівець). • Субсидії громадам, що виділяють приміщення під коворкінги з генераторами й Starlink.	26 % бракує часу через догляд; 31 % – респондентки з села. Хаби та виїзні бригади знімають логістичний бар'єр і дають безпечне місце роботи.
6. Гендерно-чутлива політика	• Розробити обласний стандарт «Friendly to Women Business» для держсервісів (пріоритетне обслуговування мам-підприємців, куточок для дітей). • Лобіювати 0 % мита на імпорт обладнання для жіночих МСП критичних галузей (шиття, food-переробка, 3D-друк запчастин). • Публічні звіти громад про частку жіночих проєктів, які отримали місцеві гранти.	Запит на справедливе ставлення й прозорий доступ: 9 % назвали гендерну політику, але проблема ширша — дискримінація та бюрократія збільшуються під час війни.



In partnership with
Canada



Рівень	Конкретні кроки	Чому це спрацює саме зараз
7. Програми визнання й промоції	• Обласна премія «HERObusiness Vinnytsia» + медійне висвітлення кращих воєнних кейсів. • Каталог «Made by Women Vinnytsia» – маркетплейс місцевих товарів і послуг, інтегрований із «Дія.Бізнес». • Серія подкастів «Жінки будують країну» – історії підприємниць, що релокувалися та зберегли робочі місця.	6 % прямо просили визнання; позитивні історії підсилюють мотивацію 49 % жінок, для яких «віра у власні сили» є ключовою умовою старту.

Тактичні кроки для 2025–2026 рр.

- **Об'єднати зусилля ГО, ОВА та бізнес-альянсів** — створити координаційну раду при обласній військовій адміністрації з питань жіночого підприємництва.
- **Залучити донорські та урядові програми** під кожний блок підтримки.
- **Моніторинг та адаптація** — щопівроку проводити «швидкі опитування» серед учасниць і коригувати програми під мінливі умови війни та відбудови.
- **Очікуваний ефект:** за 18 місяців мінімум 150 жінок відкриють або релокують бізнес, створивши понад 400 робочих місць у громадах Вінниччини, та сформується стійка екосистема підтримки жіночого підприємництва.