

Виклики, які стоять перед жінками-підприємницями у сфері торгівлі.



За висновками семінарів «Об'єднуючи жінок для сприяння експорту», що проводилися у форматі «Світове бізнес-кафе».

Травень 2019 р.
Канадсько-український проект з підтримки торгівлі та інвестицій
Київ

Виклики, які стоять перед жінками-підприємницями у сфері торгівлі.

За висновками семінарів «Об'єднуючи жінок для сприяння експорту», що проводилися у форматі «Світове бізнес-кафе».



Цей документ був підготовлений за фінансового сприяння Канадсько-українського проекту з підтримки торгівлі та інвестицій. Погляди та думки, що наводяться у цьому документі, належать виключно його авторкам і не відображають офіційну позицію Уряду Канади або Міністерства міжнародних справ Канади.

Проект CUTIS – п'ятирічний проект технічної допомоги, який діє з лютого 2016 року до лютого 2021 року і фінансується Урядом Канади через Міністерство міжнародних справ Канади. Проект реалізується Конференційною радою Канади спільно з Канадсько-українською торговою палатою. Метою проекту CUTIS є зменшення рівня бідності в Україні та підвищення сталого економічного розвитку через зростання українського експорту до Канади та залучення інвестицій з Канади до України. Проект CUTIS підтримує малі та середні підприємства (МСП), зокрема, МСП, власницями або менеджерами яких є жінки.

Зміст

Загальна інформація	5
Вступ	6
Методологія	7
Учасниці та учасники	7
Основні висновки	8
Виклики, пов'язані з експортом	8
Допомога у експортній діяльності, якої потребують учасниці	9
Гендерно-обумовлені виклики	10
Допомога, якої потребують учасниці у подоланні гендерно-обумовлених викликів	11
Детальні результати	12
Київ	12
Виклики, пов'язані з експортом	12
Допомога, пов'язана з експортом, якої потребують учасниці	12
Гендерно-обумовлені виклики	13
Допомога, якої потребують учасниці у подоланні гендерно-обумовлених викликів	13
Харків	14
Виклики, пов'язані з експортом	14
Допомога, пов'язана з експортом, якої потребують учасниці	15
Гендерно-обумовлені виклики	15
Допомога, якої потребують учасниці у подоланні гендерно-обумовлених викликів	15
Запоріжжя	15
Виклики, пов'язані з експортом	15
Допомога, пов'язана з експортом, якої потребують учасниці	16
Допомога, якої потребують учасниці у подоланні гендерно-обумовлених викликів	16
Луцьк	16
Виклики, пов'язані з експортом	16
Гендерно-обумовлені виклики	17
Допомога, якої потребують учасниці у подоланні гендерно-обумовлених викликів	17
Допомога, якої потребують учасниці у подоланні гендерно-обумовлених викликів	18
Херсон	18
Виклики, пов'язані з експортом	18
Допомога, пов'язана з експортом, якої потребують учасниці	19
Гендерно-обумовлені виклики	19

Допомога, якої потребують учасниці у подоланні гендерно-обумовлених викликів	20
Краматорськ	20
Виклики, пов'язані з експортом	20
Допомога, пов'язана з експортом, якої потребують учасниці	20
Кропивницький	21
Виклики, пов'язані з експортом	21
Гендерно-обумовлені виклики	21
Допомога, пов'язана з експортом, якої потребують учасниці	21
Хмельницький	22
Виклики, пов'язані з експортом	22
Допомога, пов'язана з експортом, якої потребують учасниці	22
Івано-Франківськ	23
Виклики, пов'язані з експортом	23
Допомога, пов'язана з експортом, якої потребують учасниці	23
Гендерно-обумовлені виклики	24
Допомога, якої потребують учасниці у подоланні гендерно-обумовлених викликів	24
Вінниця	24
Виклики, пов'язані з експортом	24
Допомога, пов'язана з експортом, якої потребують учасниці	25
Гендерно-обумовлені виклики	25
Одеса	25
Виклики, пов'язані з експортом	25
Допомога, пов'язана з експортом, якої потребують учасниці	26
Допомога, якої потребують учасниці у подоланні гендерно-обумовлених викликів	26
Дніпро	26
Виклики, пов'язані з експортом	27
Допомога, пов'язана з експортом, якої потребують учасниці	27
Гендерно-обумовлені виклики	27
Допомога, якої потребують учасниці у подоланні гендерно-обумовлених викликів	27
Рекомендації	28
Запропонувати жінкам-підприємницям навчання технічним навичкам та навичкам лідерства (донорські організації)	28
Допомагати жінкам-підприємницям готуватися до експортної діяльності (Офіс з просування експорту)	28
Створювати позитивний імідж жінок-експортерок (Офіс з просування експорту)	29
Підтримувати нетворкінг серед жінок-підприємниць (бізнес-асоціації)	29
Здійснювати заходи з громадської освіти з метою зменшення подвійного навантаження жінок (Міністерство соціальної політики України)	29
Підтримувати заходи із просування торгівлі для жінок (Міністерство економічного розвитку та торгівлі України)	30

Загальна інформація

З жовтня 2017 р. по травень 2018 р. у кількох регіонах України та в столиці України, Києві, були проведені семінари, орієнтовані на жінок, у форматі «Світове бізнес-кафе». Загалом 323 учасниці та учасники (298 жінок та 25 чоловіків) взяли участь у 12 семінарах під назвою «Об'єднуючи жінок для сприяння експорту» (далі - «Світові бізнес-кафе»). У заходах взяли участь переважно жінки-підприємниці, а також співробітники та співробітниці неурядових організацій (НУО), міжнародних проектів, державних установ та регіональних торгово-промислових палат.

Обговорення, проведені під час семінарів, вказують на низку викликів, з якими стикаються жінки-підприємниці¹. Виклики, про які повідомляли учасниці, поділяються на дві основні категорії: пов'язані з питаннями, що стосуються експорту, і з питаннями, що стосуються гендеру. Учасниць також запитували про допомогу, яку вони хотіли б отримати для подолання цих викликів.

Учасниці семінарів назвали такі головні виклики, пов'язані з експортом:

- відсутність інформації про доступ до зарубіжних ринків, включаючи інформацію про нормативні вимоги та стандарти;
- відсутність відповідних навичок, що сприяють експортній діяльності, наприклад, навичок ведення переговорів та навичок володіння іноземними мовами.

Серед інших викликів були названі:

- відсутність таких інструментів торгівлі, як он-лайн бази даних та методичні рекомендації з експортної діяльності;
- відсутність послуг із підтримки бізнесу, спрямованих на підготовку МСП до експортної діяльності;
- пошук партнерів на зарубіжних ринках;
- труднощі, пов'язані з доступом до капіталу;
- відсутність знань щодо бізнес-культури в інших країнах.

Для того, щоб протистояти наведеним викликам, учасниці хотіли би пройти навчання щодо питань отримання доступу до зарубіжних ринків і розробки експортної стратегії, а також отримати більше інформації про онлайн-ресурси, призначені для підтримки експортної діяльності, включаючи покрокові інструкції та інформацію щодо нормативних вимог та стандартів країн-імпортерів.

¹ Хоча не всі учасники «Світового бізнес-кафе» були жінками-підприємцями, серед учасників вони склали більшість. Тому терміни «жінки-підприємниці» та «учасниці» використовуються як взаємозамінні у цьому звіті.

На думку учасниць, основними гендерно-обумовленими викликами, які обмежують успіх жінок-підприємниць, були гендерні стереотипи, поширені в українському суспільстві загалом і в ділових колах зокрема. Інший важливий виклик - подвійне навантаження, іншими словами, поширена серед жінок-підприємниць подвійна відповідальність за дім і бізнес.

З метою подолання викликів учасниці закликали до створення більшого простору для поширення знань серед жінок-експортерок та обміну інформацією про успіхи та отримані уроки. Створення національних та регіональних платформ для нетворкінгу для жінок-підприємниць, включаючи тих, хто займається експортною діяльністю, буде вітатися.

На основі висновків можна сформулювати такі цільові рекомендації:

- Донорським організаціям: запропонувати жінкам-підприємницям навчання технічним навичкам та навичкам лідерства.
- Офісу з просування експорту: допомагати жінкам-підприємницям готуватися до експортної діяльності.
- Офісу з просування експорту: створювати позитивний імідж жінок-експортерок.
- Бізнес-асоціаціям: підтримувати нетворкінг серед жінок-підприємниць.
- Міністерству соціальної політики України: здійснювати заходи з громадської освіти з метою зменшення подвійного навантаження жінок.
- Міністерству економічного розвитку та торгівлі України: покращити доступ жінок до заходів із просування торгівлі.

Вступ



Канадсько-український проект з підтримки торгівлі та інвестицій (проект CUTIS) спільно з регіональними торгово-промисловими палатами та за участю українського Офісу з просування експорту (ОПЕ) провів 12 семінарів у форматі «Світове бізнес-кафе» під назвою: «Об'єднуючи жінок для сприяння експорту». Загалом у семінарах взяли участь близько 300 жінок-підприємниць.

Семінари мали на меті визначити потреби підприємниць, пов'язані з експортною діяльністю. Ідея полягала в тому, щоб зібрати вихідні дані, які могли б бути корисними для зацікавлених сторін у їх прагненні розширити коло послуг із підтримки бізнесу для жінок-підприємниць у майбутньому. Ці семінари були орієнтовані на жінок – власниць бізнесу або жінок – топ-менеджерів підприємств, які займаються експортною діяльністю, готові до експортної діяльності, але ще не займаються нею, а також підприємств, які не готові до експортної діяльності, але зацікавлені займатися нею у майбутньому.

Під час заходів учасницям було запропоновано обговорити такі питання:

1. З якими викликами, пов'язаними з експортом, ви стикалися?

2. Якої допомоги ви потребуєте для подолання викликів, і в який спосіб ця допомога має надаватися?
3. З якими гендерно-обумовленими викликами ви стикалися?
4. Якої допомоги, пов'язаної із подоланням гендерно-обумовлених викликів, ви потребуєте, і в який спосіб ця допомога має надаватися?

Нижче наведено огляд і детальні результати цих обговорень.

Методологія

«Світові бізнес-кафе» були облаштовані на зразок звичайних кафе: круглі столики, покриті паперовими скатертками, та кавники на кожному столику, що мало сприяти невимусненій дискусії. Формат семінарів був неофіційним: за кожним столиком розмістилися від чотирьох до п'яти учасниць, яких заохочували брати участь у спільній бесіді для обговорення наведених вище питань. Обмірковуючи питання, учасниці записували ключові думки та ідеї, роблячи помітки на «скатертках».



Через 20 - 30 хвилин учасницям пропонували пересісти за інший столик і поділитися ідеями, запропонованими за їхнім попереднім столиком, з новою групою. За кожним столиком залишалися ведучі, щоб поділитися своїми думками про попередню дискусію з новоприбулими. Коли під час семінару учасниці переходили від столика до столика, окремі обговорення доповнювали одне одного, створювалися можливості для взаємозбагачення ідей. При цьому колективний розум, увага і досвід учасниць допомагали в розв'язанні цих питань. Після чотирьох раундів обговорень за столами (які тривали близько двох годин) учасниці перегрупувалися у формат пленарного засідання та обмінялися конструктивними ідеями та основними рекомендаціями.

Учасниці та учасники

Значна кількість учасниць та учасників (323) взяли участь у «Світових бізнес-кафе» протягом восьми місяців. Близько двох третин (67,5%) становили жінки-підприємці з різних галузей промисловості, включаючи швейну, взуттєву, ювелірну, кондитерську, ремісниче виробництво та професійні послуги. Наступну за величиною групу (17,3%) складали представниці

НУО (у тому числі тих, які підтримують жінок або бізнес, а також міжнародних проектів). Посадові особи державних установ, які впроваджують програми або надають послуги з підтримки бізнесу, становили 10,5% учасників. Невелику частку учасників (2,5%) склали представники та представниці регіональних торгово-промислових палат.

Діаграма 1

Частки учасників «Світового бізнес-кафе» за типами (у відсотках)



ОСНОВНІ ВИСНОВКИ

Виклики, пов'язані з експортом

Кілька загальних викликів, пов'язаних з експортом, були виявлені у перебігу семінарів, проведених у форматі «Світове бізнес-кафе» в Україні:

По-перше, жінки-підприємниці найчастіше називали відсутність інформації про стан зарубіжних ринків та відсутність інформації щодо нормативних вимог країн-імпортерів, включаючи необхідні стандарти і сертифікати для конкретної продукції. Цей виклик згадувався на 11 з 12 семінарів. Навіть у тих регіонах, де учасниці мали попередній досвід експортної діяльності, вони вказували на відсутність знань щодо торговельного законодавства інших країн, тарифів та/або правил експорту товарів або послуг.

По-друге, учасниці постійно підкреслювали той факт, що їхній бізнес має бути укомплектований більш кваліфікованими кадрами, та що в деяких випадках їх самим бракувало навичок, необхідних для виходу на зарубіжні ринки, включаючи навички володіння іноземними мовами, навички ведення переговорів та навички крос-культурної комунікації. Цей виклик був озвучений на дев'яти семінарах.

По-третє, в семи регіонах учасниці повідомили про відсутність або недоступність інструмен-

тів торгівлі, яких вони потребують, таких як он-лайн бази даних та методичні рекомендації з експортної діяльності. Крім того, також були відсутні цільові бізнес-послуги, покликані допомогти українським МСП підготуватися до експортної діяльності.

Учасниці в шести регіонах повідомили про те, що їм бракує підтримки у сфері пошуку іноземних ділових партнерів або дистриб'юторів для того, щоб стати учасницею міжнародної торгівлі. Вони вважали, що це має бути обов'язком бізнес-асоціацій, торгово-промислових палат або уряду.

Інші проблеми, які називали учасниці, включали проблеми з доступом до капіталу, відсутністю знань про зарубіжну бізнес-культуру, необізнаністю щодо процесу експортування та побоювання, що цей процес буде занадто бюрократичним або корумпованим. Кожний із наведених викликів згадувався на п'яти семінарах.



Допомога в експортній діяльності, якої потребують учасниці

Коли учасниць семінарів запитали, якої допомоги вони потребують для подолання викликів, пов'язаних із експортом, та в який спосіб ця допомога має надаватися, виявилось, що різні учасниці дотримуються різних поглядів.

Найчастішим запитом було сфокусоване навчання у сфері експорту, призначене для власниць бізнесів та їхнього персоналу (про це говорили на 11 семінарах). Учасниці зазначили, що для виведення їхнього бізнесу на міжнародний рівень потрібні такі навички та підготовка:

- володіння іноземними мовами;
- ведення ділових переговорів;
- маркетинг і просування;
- інформація про стан ринків, сертифікацію та стандарти;
- навички крос-культурної комунікації та публічних виступів;
- розробка експортних стратегій;
- бізнес-менеджмент.

Другий найбільш поширений запит стосувався інструментів торгівлі і торговельних ресурсів,

пов'язаних із експортом та зовнішніми ринками (за результатами дев'яти семінарів). Серед ресурсів, про які згадували учасниці – ресурси онлайн, завдяки яким вони б мали можливість переглядати покрокові інструкції з експортної діяльності, знайомитися зі збірками інформаційних матеріалів, що стосуються експорту для підприємств, а також отримати перелік необхідних сертифікатів із розбивкою по країнах.

В Одесі, наприклад, учасниці вказували на необхідність отримання додаткової інформації про оподаткування, сертифікацію та правила походження товарів, які діють в зарубіжних країнах. Вони висловили пропозицію до українського уряду про створення онлайн-служби підтримки бізнесу. Учасниці в Києві підтримали ідею створення єдиної платформи, яка допомагала б їхнім підприємствам підготуватися до експортної діяльності. Ця платформа могла б містити практичну і технічну інформацію, таку як інформація про постачальників транспортних і пакувальних послуг, аналітичні і торгові дані про зарубіжні експортні ринки, нормативно-правові питання, пов'язані з експортом, фінансові питання, а також інформаційно-аналітичні ресурси щодо можливостей та ризиків, пов'язаних з експортом з України. На їхню думку, такий тип платформи допоможе жінкам-підприємцям розробляти ефективні експортні стратегії.

По-третє, учасниці заявили, що вони потребують зовнішньої експертної допомоги, перш ніж приймати рішення про початок експортної діяльності. На шести семінарах учасниці зазначили, що підтримка радників, таких як експерти з конкретних ринків або спеціалісти з комерційного права, була б корисною. Вони також визнали, що отримати такого роду консультації досить важко.

Інші запити, зроблені у перебігу 12 семінарів, стосувалися підтримки участі у торгових виставках або зустрічах у форматі «бізнес – бізнесу» (B2Bs), про що повідомлялося на п'яти семінарах; а також до галузевих асоціацій або мереж для ширшого обміну інформацією про існуючі або нові можливості в торгівлі, відкриті для українських підприємств, і надання підтримки в пошуку ділових партнерів за кордоном, про що повідомлялося на чотирьох семінарах. Стосовно участі в торгових виставках деякі учасниці зауважили про необхідність надання фінансової підтримки, спеціально призначеної для жінок-власниць бізнесу.



Гендерно-обумовлені виклики

Учасниці «Світового бізнес-кафе» обговорили питання чи мають вони чи не мають відповідного досвіду, спричиненого гендерно-обумовленими викликами, під час своєї експортної діяльності або ведення бізнесу. Найпоширенішою відповіддю на це запитання (за результатами семи семінарів) було те, що традиційні гендерні стереотипи можуть поставити жінок-підприємниць у невідгдане становище. Учасниці повідомили про поширену думку, що жінки

є ненадійними або слабкими діловими партнерами, і тому деякі компанії можуть уникати ділових відносин із ними. У деяких регіонах, таких як Дніпро, жінки-підприємниці вважають, що вони мають загалом менший вплив на прийняття рішень, ніж чоловіки. Гендерні стереотипи в Україні впливають не тільки на здатність жінок-підприємниць розвивати свій бізнес, але й на їхню здатність виходити на нові ринки. На семінарі в Києві був розглянутий конкретний приклад: постійні «чоловічі зустрічі», закриті для жінок-підприємців. Йдеться про те, що участь жінок у діловому партнерстві або їхні можливості у сфері торгівлі можуть обмежуватися, ймовірно, через глибоко вкорінені гендерні стереотипи.



Другим найбільш поширеним гендерним викликом, про який повідомлялося на шести семінарах, було подвійне навантаження, з яким стикаються багато працюючих жінок. Подвійне навантаження пов'язане з тим фактом, що жінки часто мають обов'язки, пов'язані з репродуктивною функцією та доглядом за членами сім'ї, на додачу до обов'язку заробляти гроші (або, у випадку учасниць «Світового бізнес-кафе», - вести власний бізнес). Це призводить до того, що жінки стикаються з відносно більшими часовими обмеженнями порівняно з чоловіками – власниками бізнесу.

Інші проблеми, пов'язані із гендером, про які повідомлялося, включають відсутність ділового наставництва та рольових моделей для жінок.

Допомога, якої потребують учасниці у подоланні гендерно-обумовлених викликів

Допомога у розв'язанні гендерно-обумовлених проблем, яку учасниці найчастіше згадували, – це нетворкінг і можливості для обміну досвідом (відповіді за результатами восьми семінарів). Чому, на думку учасниць, простір нетворкінгу такий важливий для ділових жінок? Для учасниць з Луцька це простір, де можна ділитися прикладами успішного або невдалого досвіду експортної діяльності. Потреба в такому просторі може бути пов'язана також із тим, що жінки-підприємниці, які знаходяться поза межами української столиці, рідше входять до бізнес-мереж, як офіційних, так і неофіційних. В Одесі учасниці заявили, що нетворкінг буде найбільш корисним, якщо він сприятиме комунікації між жінками-власницями бізнесів, які живуть у різних регіонах України.

Жінки-підприємниці у трьох регіонах зазначили, що приклади жінок, яким вдалося досягти успіху, будуть стимулом для прийняття рішення щодо початку експортної діяльності. Учасниці висловили думку, що формальні або неформальні програми наставництва теж будуть корисними для жінок, які планують зайнятися експортною діяльністю. Це питання порушувалося на трьох семінарах.

Детальні результати

Київ

Дата: 10 жовтня 2017 р.

Кількість учасниць / учасників: 37 осіб

Виклики, пов'язані з експортом



Учасники семінару в Києві повідомили про численні виклики, пов'язані з експортом, включаючи:

- відсутність навичок ведення переговорів;
 - нездатність створити сильний бренд як власниці бізнесу;
 - труднощі, пов'язані з пошуком партнерів за кордоном;
 - труднощі, пов'язані з пошуком зовнішніх постачальників послуг;
- недостатню інформацію про споживчий попит на конкретні товари на зовнішніх ринках;
 - відсутність знань про системи оподаткування різних країн;
 - відсутність знань про необхідні сертифікати;
 - відсутність знань про бізнес-культуру в різних країнах (наприклад, етикет проведення ділових зустрічей і переговорів);
 - відсутність знань про аналіз ринку та ринкові інструменти;
 - відсутність знань про бази даних, пов'язані з торгівлею, та інструменти залучення потенційних клієнтів і дистриб'юторів.

Допомога, пов'язана з експортом, якої потребують учасниці / учасники

У відповідь на запитання, які види допомоги МСП хотіли б бачити в майбутньому, учасниці / учасники семінару в Києві запропонували такі види втручання:

- створення можливостей для обміну досвідом між експортерами, наприклад, під час торгових виставок та онлайн зустрічей у форматі «бізнес – бізнесу» (B2B);
- навчання з розвитку бізнесу для співробітників на основі досвіду реальних підприємств;

- підтримка налагодження контактів із зарубіжними бізнес-асоціаціями (як загальними, так і жіночими);
- покрокові практичні посібники для підприємств, зацікавлених в експорті;
- консультації щодо виходу на зовнішні ринки;
- забезпечення торговою інформацією з розбивкою по країнах та інформацією про вимоги щодо імпорту/сертифікації.

Крім того, учасниці / учасники семінару в Києві підтримали ідею створення єдиної платформи, яка допомагала б їхнім підприємствам підготуватися до експортної діяльності. Ця платформа могла б містити практичну і технічну інформацію, таку як інформація про постачальників транспортних та пакувальних послуг, аналітичні та торгові дані про зарубіжні експортні ринки, нормативно-правові питання, пов'язані з експортом, фінансові питання, а також інформаційно-аналітичні ресурси щодо можливостей і ризиків, пов'язаних з експортом з України. Передбачалося, що результатом цього мав стати експортний план для жінок – власниць бізнесу. Деякі учасниці зауважили, що ця платформа може також допомогти підприємствам, власницями яких є жінки, розробити експортні стратегії для різних сценаріїв.

Гендерно-обумовлені виклики

Гендерно-обумовлені виклики у сфері експортної діяльності включали:

- гендерні стереотипи, які зображують жінок-підприємниць слабкими діловими партнерами;
- той факт, що іноді партнерські відносини встановлюються під час неформальних закритих «чоловічих зустрічей»;
- поширена думка про те, що жінки-підприємниці мають нижчий рівень амбіцій;
- побоювання самих жінок власниць, що, приймаючи нові інвестиції, вони «впускають когось у свій бізнес»;
- відсутність програм наставництва для надання допомоги для жінок, зацікавлених у розвитку власного бізнесу;
- відсутність підприємницької культури серед жінок в Україні та відсутність досвіду ведення бізнесу у жінок, які намагаються ним займатися.

Допомога, якої потребують учасниці / учасники у подоланні гендерно-обумовлених викликів

Учасники семінару в Києві зазначили, що вони хотіли б отримати таку допомогу, пов'язану з гендером:

- приклади викликів (успіхів або невдач), з якими стикаються жінки-власниці бізнесу;

- контакти іноземних підприємств, власницями яких є жінки, для встановлення партнерських відносин з ними;
- підтримка участі жінок у торгових виставках і торгових місіях;
- підтримка участі жінок у міжнародних грантових програмах (з акцентом на розвиток бізнесу/експорту);
- організація нетворкінгу та співпраці для жінок-підприємців з однієї галузі.

Харків

Дата: 30 листопада 2017 р.

Кількість учасниць / учасників: 36 осіб

Виклики, пов'язані з експортом



Учасники семінару в Харкові розповіли про різні виклики, пов'язані з експортом. Головним викликом для МСП, очолюваних жінками, та МСП, власниками яких є жінки, була відсутність інформації про отримання доступу до зовнішніх ринків і вимоги країн-імпортерів. Іншими викликами, пов'язаними з експортом, були:

- пошук кваліфікованих працівників і працівниць для роботи з контактами на зовнішніх ринках (наприклад, персонал підприємства не має відповідних навичок володіння іноземними мовами або не знає, як оцінити потенціал зовнішнього ринку чи здійснювати фінансовий менеджмент експортної діяльності);
- відсутність інформації про зовнішні ринки, що значно ускладнює продаж товарів за кордоном;
- доступ до капіталу з метою збільшення виробничих потужностей;
- обмежені виробничі потужності та, особливо, побоювання бути неспроможними забезпечити обсяги виробництва, необхідні для виходу на канадський ринок;
- складні, непрозорі або бюрократизовані та часто корумповані процеси регулювання в Україні;
- відсутність знань щодо торговельного законодавства і тарифів інших країн;
- труднощі з пошуком потенційних клієнтів або покупців за кордоном;
- недостатня обізнаність щодо участі у торгових ярмарках, виставках і місіях.

Допомога, пов'язана з експортом, якої потребують учасниці / учасники

Коли учасниць / учасників запитали про види допомоги, які МСП хотіли б отримати для того, щоб розпочати експортну діяльність, найпоширенішими відповідями були: більше актуальної інформації про доступ до зовнішніх ринків і маркетингові стратегії для залучення іноземних покупців. Учасниці, які були власницями МСП, також зазначили, що державні програми і підтримка експортної діяльності мають зосереджуватися на фінансуванні бізнесу та дерегуляції. Професійні юридичні консультації щодо експортної діяльності для МСП були визнані не менш цінними.

Крім того, учасниці зазначили, що їм потрібна підтримка для встановлення контактів з потенційними дистриб'юторами та покупцями, а також для організації їхньої участі в торгових місіях і бізнес-турах. Жінки-власниці бізнесу також згадали про необхідність мати онлайн-інформацію про стан канадського ринку та цільову інформацію про доступ до цього ринку: наприклад, веб-сайт, який містив би перелік сертифікатів, необхідних для виходу на канадський ринок, та інформацію про те, як встановити контакти з потенційними клієнтами в Канаді. Вони також висловили зацікавленість у навчанні з даної тематики.

Гендерно-обумовлені виклики

Два гендерні виклики в сфері експортної діяльності також згадувалися на семінарі в Харкові: подвійне навантаження жінок і гендерні стереотипи. Подвійна роль жінки як годувальниці та основної доглядальниці в сім'ї (надалі «подвійне навантаження») часто сприймається як головний виклик, з яким стикаються жінки-підприємниці на шляху до розвитку свого бізнесу. Водночас, за словами учасниць, гендерні стереотипи певною мірою обмежують успіх жінок. Наприклад, жінки-керівниці або власниці бізнесу часто недооцінюються або сприймаються чоловіками як ненадійні ділові партнери.

Допомога, якої потребують учасниці у подоланні гендерно-обумовлених викликів

Учасниці зазначили, що для того, щоб протистояти гендерним викликам, вони зацікавлені в наставництві або в можливості обмінюватися досвідом з іншими жінками-власницями бізнесу.

Запоріжжя

Дата: 20 грудня 2017 р.

Кількість учасниць / учасників: 31 особа

Виклики, пов'язані з експортом

Виклики, пов'язані з експортом до Канади, які назвали учасниці / учасники:

- слабе розуміння логістики та процесу експортування;

- відсутність інформації про канадський ринок і спеціальні можливості, які існують для потенційних українських експортерів;
- виклики, пов'язані з пошуком кваліфікованих працівників / працівниць для роботи з контактами на зовнішніх ринках (наприклад, персонал підприємства не має навичок володіння іноземними мовами, не може адекватно оцінити потенціал зарубіжних ринків і мало знає про фінансовий менеджмент експортної діяльності);
- складні, непрозорі або бюрократизовані та часто корумповані процеси регулювання в Україні;
- відсутність навичок пошуку потенційних покупців, дистриб'юторів і клієнтів.

Допомога, пов'язана з експортом, якої потребують учасники

Коли учасниць / учасників запитали, які види допомоги потрібні МСП, та які підходи були б кращими, найпоширенішою відповіддю на це були поради щодо правових кроків, які підприємства повинні здійснити, щоб розпочати експортну діяльність. Також учасниці / учасники зазначили, що вони хотіли б бачити більше онлайн - ресурсів, присвячених доступу до ринків і маркетингу.



Допомога, якої потребують учасниці у подоланні гендерно-обумовлених викликів

Учасниці семінару в Запоріжжі сказали, що вони хотіли б почути історії успіху жінок з інших регіонів, які почали експортувати до Канади. Крім того, було висловлено пропозиції щодо наставництва та обміну знаннями з іншими жінками-власницями бізнесу. Причина

полягає в тому, що дуже мало учасниць з цього регіону мали попередній досвід експортної діяльності.

Луцьк

Дата: 12 лютого 2018 р.

Кількість учасниць / учасників: 35 осіб

Виклики, пов'язані з експортом

Учасниці / учасники семінару в Луцьку назвали наступні ключові виклики, які заважають їм розпочати експорт до Канади:

- відсутність доступу до достовірної та консолідованої інформації про канадський ринок, стандарти, сертифікацію та правила походження товарів;
- складні, непрозорі або бюрократизовані та часто корумповані процеси регулювання в Україні;
- недостатня обізнаність щодо пошуку потенційних клієнтів або покупців за кордоном, а також участі у торгових ярмарках, виставках і місіях;
- низький рівень володіння іноземними мовами (англійською та/або французькою);
- працівники / працівниці, які не мають достатнього досвіду крос-культурної комунікації для підтримки власниць бізнесу в процесі ведення переговорів та розвитку партнерських відносин;
- висока вартість логістичних послуг, пов'язаних з експортом до Канади.



Гендерно-обумовлені виклики

Деякі учасниці семінару в Луцьку зазначили, що подвійне навантаження, з яким вони стикаються як жінки та власниці бізнесу, впливає на їхню здатність розвивати свій бізнес і виходити на зовнішні ринки. Також згадали про відсутність догляду за дітьми під час навчання з експортної діяльності, за умови наявності якого, жінки з маленькими дітьми були б зацікавлені взяти участь у цьому навчанні.

Допомога, якої потребують учасниці у подоланні гендерно-обумовлених викликів

Учасниці / учасники звернулися з проханням про надання таких послуг із сприяння експортній діяльності:

- створення можливостей для нетворкінгу, включаючи можливості для обміну досвідом і прикладами вдалої (або невдалої) експортної діяльності;
- створення онлайн-служб підтримки з інформацією про ринковий попит [на продукцію МСП], оподаткування, сертифікацію, правила походження товарів і прикладами того, як виконати вимоги щодо документації країни-імпортера;
- підтримка створення галузевих асоціацій, які можуть допомогти учасникам отримати інформацію про можливості міжнародної торгівлі;
- надання консультаційних послуг з метою допомогти МСП знайти партнерів за кордоном;
- надання консультаційних послуг для адаптації рекламних матеріалів для різних країн;

- підтримка просування українських товарів і продукції за кордоном, включаючи підтримку участі МСП у торгових виставках.

Допомога, якої потребують учасниці у подоланні гендерно-обумовлених викликів

Учасниці семінару в Луцьку хотіли б отримати таку допомогу у подоланні гендерно-обумовлених викликів:

- програма наставництва для жінок-підприємців із залученням іноземних бізнес-наставників / наставниць та наведенням прикладів успішних жінок-експортерок;
- підтримка створення жіночих груп самодопомоги, які сприятимуть подоланню гендерних викликів, особливо подвійного навантаження;
- організація догляду за дітьми для жінок-підприємниць із маленькими дітьми під час проведення навчання з експортної діяльності та розвитку бізнесу;
- краще просування програми відпусток із догляду за дитиною для чоловіків в Україні.

Херсон

Дата: 15 березня 2018 р.

Кількість учасниць / учасників: 35 осіб

Виклики, пов'язані з експортом

Учасниці / учасники семінару в Херсоні також повідомили про низку конкретних викликів, пов'язаних з експортом:

- недостатній рівень володіння іноземними мовами (наприклад, англійською та/або французькою), що обмежує їхню здатність брати участь у ділових переговорах;
- відсутність навичок крос-культурної комунікації, що знижує впевненість у собі, необхідну для налагодження партнерських відносин із потенційними покупцями та/або дистриб'юторами;
- недостатні практичні знання щодо експортної діяльності: зокрема, учасниці повідомили, що вони не знають, як розробляти експортні стратегії, та мало або зовсім не обізнані про зовнішні ринки;
- складні, непрозорі або бюрократизовані та часто корумповані процеси регулювання в Україні, які призводять до затримок у поставках, тим самим збільшуючи кінцеву ціну товарів і послуг;
- українські стандарти і сертифікати, які досі не повністю узгоджені з ЄС, США та Канадою,

у зв'язку з чим підприємства стикаються з додатковими витратами для отримання відповідних сертифікатів;

- обмежений доступ до високоякісних консультаційних послуг, завдяки яким компанії можуть отримувати поради стосовно доступу до зарубіжних ринків (наприклад, юридичних послуг, послуг із розробки експортних стратегій та фінансового планування).



Допомога, пов'язана з експортом, якої потребують учасниці / учасники

На запитання стосовно допомоги, пов'язаної з експортом, яку МСП хотіли б бачити в майбутньому, та в який спосіб така допомога має надаватися, учасниці / учасники найчастіше надавали такі відповіді:

- поради, як підготуватися до експортної діяльності, приклади розвитку бізнесу та експортної діяльності, а також достовірну інформацію про покупців;
- навчання з довгострокового бізнес-планування для забезпечення сталості;
- тренінг із крос-культурної комунікації та публічних виступів для бізнесу;
- «єдине вікно» для отримання інформації стосовно експорту (в тому числі до Канади) з контрольним списком;
- створення більш сприятливого середовища, включаючи подальшу дерегуляцію та зменшення бюрократизації бізнес-середовища.

Гендерно-обумовлені виклики

Учасниці семінару в Херсоні також повідомили про низку гендерних викликів, пов'язаних з торгівлею:

- традиційні гендерні стереотипи: жінки-власниці бізнесу вважають, що гендер відіграє важливу роль у роботі та під час інтернаціоналізації їхніх компаній, включаючи уявну відсутність поваги з боку чоловіків – власників бізнесу, бравату, шовінізм, випадки, коли жінок не сприймають серйозно, бізнесменів, які відмовляються вести бізнес із жінкою;
- подвійне навантаження/часові обмеження: жінки – власниці бізнесу повідомили, що вони ще й досі несуть основну відповідальність за обов'язки, пов'язані з репродуктивною функцією, та неоплачувану роботу, включаючи роботу по дому, догляд за дітьми, хворими та літніми членами сім'ї. Таким чином, жінки знаходяться у більш невідгідному становищі, ніж чоловіки, коли йдеться про реагування на нові економічні можливості;
- жінки-власниці бізнесу зазначили, що започаткувати власний бізнес було для них не свідомим вибором, а радше рішенням, яке ґрунтувалося на відсутності альтернативних

можливостей працевлаштування. Власниці малого бізнесу, як правило, уникають того, що вони сприймають як ризики, наприклад, інтернаціоналізації своїх компаній.

Допомога, якої потребують учасниці у подоланні гендерно-обумовлених викликів

Учасниці звернулися з проханням про таку допомогу, пов'язану з подоланням гендерно-обумовлених викликів:

- організація навчання з питань доступу до ринку (у ключових зарубіжних країнах) для жінок-підприємниць;
- створення можливостей для нетворкінгу та обміну досвідом з іншими жінками-власницями бізнесу з Херсонської області, а також з інших регіонів.

Краматорськ

Дата: 21 березня 2018 р.

Кількість учасниць / учасників: 21 особа



Учасниками семінару в Краматорську були власники бізнесу, які були внутрішньо переміщені внаслідок триваючого конфлікту з Росією на сході України. Вони мали дуже обмежений досвід експортної діяльності; а ті, хто мав такий досвід, в основному експортували до Росії до початку конфлікту або до інших країн колишнього радянського блоку. Ці факти суттєво вплинули на динаміку обговорень під час заходу, а також на його результати.

Виклики, пов'язані з експортом

Учасниці / учасники повідомили про відсутність інформації про те, як підготуватися до експортної діяльності, включаючи дорожні карти експорту, детальні інструкції та/або контрольні списки. В основному вони називали проблеми, радше пов'язані з розвитком бізнесу, ніж з експортом, такі як відсутність доступу до капіталу та досвіду у сфері маркетингу.

Допомога, пов'язана з експортом, якої потребують учасники

У відповідь на запитання, які види допомоги МСП хотіли б бачити в майбутньому, учасниці /

учасники зазначили, що для трансформації відносно невеликого МСП у МСП, яке займається експортною діяльністю, потрібно кілька сприятливих чинників: доступ до капіталу (залучення нових інвестицій), навчання з управління бізнесом та експортних вимог, а також більше інформації щодо доступу до ринків для основних зовнішніх ринків.

Кропивницький

Дата: 2 березня 2018 р.

Кількість учасниць / учасників: 21 особа

Виклики, пов'язані з експортом

Жінки-власниці бізнесу, які брали участь у семінарі в Кропивницькому, повідомили про низку викликів, пов'язаних з експортом. Ці виклики включали:

- брак або відсутність досвіду міжнародної торгівлі;
- брак або відсутність знань щодо іноземних ринків;
- недостатній рівень навичок, необхідних для розробки експортної стратегії.



Гендерно-обумовлені виклики

Учасниці семінару в Кропивницькому головним чином зосередилися на обговоренні гендерних викликів і викликів, пов'язаних із міжнародною торгівлею. Їхні ідеї можна розділити на дві групи:

- гендерні стереотипи (наприклад, сприйняття жінок як ненадійних або слабких ділових партнерів) та їхній вплив на самооцінку жінок – власниць бізнесу;
- подвійне навантаження: значна частина часу витрачається на неоплачувану домашню роботу, що обмежує здатність жінок зосередитися на розвитку свого бізнесу.

Допомога, пов'язана з експортом, якої потребують учасниці

Учасниці зазначили, що види допомоги, пов'язаної з експортом, які вони хотіли б отримати, включають:

- створення можливостей для нетворкінгу з іншими жінками – власницями бізнесу;
- організація навчання з питань розробки експортних стратегій, сертифікації та експортної логістики;

- навчання жінок навичкам лідерства, включаючи програму наставництва;
- забезпечення легкодоступною інформацією про зарубіжні ринки та підготовку до експортної діяльності (наприклад, методичними рекомендаціями з експортної діяльності);
- надання юридичних консультацій щодо можливостей міжнародної торгівлі;
- надання консультацій і підтримки експортерам з боку Державної фіскальної служби України;
- підтримка участі у торгових виставках і місіях;
- організація курсів іноземних мов і курсів з крос-культурної комунікації.

Хмельницький

Дата: 27 березня 2018 р.

Кількість учасниць та учасників: 25 осіб



Слід зазначити, що учасниці / учасники семінару в цьому регіоні мали дуже обмежений досвід експортної діяльності, а ті, хто мав такий досвід, в основному експортували до інших країн колишнього радянського блоку. Це вплинуло на динаміку обговорень під час заходу, а також на його результати.

Виклики, пов'язані з експортом

Учасниці / учасники назвали такі основні виклики, пов'язані з експортом до Канади:

- доступ до капіталу на вигідних умовах для забезпечення розвитку своїх підприємств;
- доступ до достовірної та консолідованої інформації про канадський ринок, стандарти, сертифікацію та правила походження товарів;
- складні, непрозорі або бюрократизовані та часто корумповані процеси регулювання в Україні;
- пошук потенційних клієнтів або покупців за кордоном;
- недостатня обізнаність щодо участі у торгових ярмарках і місіях.

Допомога, пов'язана з експортом, якої потребують учасники

Учасниці / учасники семінару Хмельницького висловили зацікавленість у таких видах допомоги, пов'язаної з експортом:

- надання підтримки для сертифікації їхніх товарів і продукції;
- навчання з дослідження ринку, включаючи надання інформації про відповідні інструменти;
- надання підтримки для участі в торгових місіях і виставках;
- сприяння просуванню українських товарів і послуг;
- надання підтримки в пошуку ділових партнерів, покупців і дистриб'юторів;
- створення онлайн-ресурсів із підготовки до експортної діяльності;
- навчання з розробки експортної стратегії;
- навчання з питань ефективної логістики, пов'язаної з експортом.

Івано-Франківськ

Дата: 4 квітень 2018 р.

Кількість учасниць: 18 осіб

Виклики, пов'язані з експортом

Учасниці назвали такі виклики, пов'язані з розвитком експорту:

- відсутність доступу до фінансування, недостатні виробничі потужності та відсутність практичних знань і навичок виходу на ринок;
- відсутність знань щодо схем і вимог до сертифікації;
- відсутність консолідованої інформації про правові аспекти міжнародної торгівлі;
- брак кваліфікованих працівників із досвідом крос-культурної комунікації та знаннями у сфері маркетингових досліджень;
- відсутність досвіду експортної діяльності або прикладів успішного досвіду експортної діяльності;
- небажання виходити на канадський ринок через [уявні] логістичні труднощі, пов'язані з перевезенням продукції на далекі відстані.

Допомога, пов'язана з експортом, якої потребують учасниці

Учасниці семінару в Івано-Франківську зазначили, що вони хотіли б бачити в майбутньому такі види допомоги, пов'язаної з експортом:

- навчання щодо схем і вимог до сертифікації;



- консультації експертів з питань логістики та юридичних питань, пов'язаних з експортом, у режимі онлайн (наприклад, вебіари з експертами або онлайн-консультації та покращені розділи «Запитання та відповіді» на веб-сайтах із просування експорту);
- створення регіональних та/або галузевих асоціацій жінок – власниць бізнесу, які займаються міжнародною торгівлею (для обміну інформацією про закордонних партнерів і постачальників послуг, ринкових можливостей тощо).

Гендерно-обумовлені виклики

Учасниці семінару в Івано-Франківську зазначили, що компанії, власницями яких є жінки чи очолювані жінками, часто стикаються з тими ж проблемами та викликами, пов'язаними з експортом, що і компанії, власниками яких є чоловіки або очолювані чоловіками. Проте вони зазначили, що є кілька жінок – власниць бізнесу, які можуть слугувати рольовими моделями успішного виходу на іноземні ринки.

Допомога, якої потребують учасниці у подоланні гендерно-обумовлених викликів

Учасниці з цього регіону мало що могли сказати про допомогу, пов'язану з гендерно-обумовленими викликами, з точки зору сприяння їхньому бізнесу в експортній діяльності. Однак, вони зазначили, що було б корисно провести навчання для жінок з питань доступу до іноземних ринків.

Вінниця

Дата: 10 квітня 2018 р.

Кількість учасниць / учасників: 25 осіб

Виклики, пов'язані з експортом



Учасниці / учасники семінару у Вінниці зазначили, що їх найбільше турбують труднощі, пов'язані з розвитком бізнесу для підготовки до експортної діяльності. До них відносяться:

- відсутність доступу до капіталу на вигідних умовах для забезпечення розвитку їхніх підприємств;
- брак достовірної та консолідованої інформації про канадський ринок, технічні стандарти, сертифікацію та правила походження товарів;

- відсутність рекомендацій щодо того, як підготуватися до експортної діяльності (покрокові інструкції);
- труднощі, пов'язані з пошуком потенційних іноземних клієнтів або покупців;
- відсутність підтримки, пов'язаної з участю в торгових ярмарках, виставках і місіях;
- слабкі навички володіння іноземними мовами (англійською та/або французькою) та відсутність навичок крос-культурної комунікації.

Допомога, пов'язана з експортом, якої потребують учасниці

Учасниці / учасники семінару у Вінниці зазначили, що вони хотіли б бачити в майбутньому такі види допомоги, пов'язаної з експортом:

- консультації експертів з питань логістики та юридичних питань, пов'язаних з експортом, у режимі онлайн (наприклад, вебінари з експертами / експертками, онлайн-консультації та покращені розділи «Запитання та відповіді» на відповідних веб-сайтах);
- підтримку участі у торгових місіях та виставках;
- більше допомоги, пов'язаної з просуванням товарів і послуг;
- надання підтримки в пошуку ділових партнерів, покупців і дистриб'юторів;
- онлайн-ресурси з підготовки до експортної діяльності, включаючи інструкції з експортування для МСП і приклади необхідної документації.

Гендерно-обумовлені виклики

Під час обговорень у Вінниці стало очевидним, що МСП, власницями яких є жінки/очолювані жінками, стикаються з вищезгаданими викликами більше, ніж МСП, власниками яких є чоловіки/ очолювані чоловіками. Вони вважають, що ці виклики підсилюються подвійним навантаженням і низькою самооцінкою жінок, спричиненою гендерними стереотипами, які говорять про те, що жінки не можуть досягти успіху у приватному секторі, а також культурою кумівства серед чоловіків – власників бізнесу.

Одеса

Дата: 23 квітня 2018 р.

Кількість учасниць: 30 осіб

Виклики, пов'язані з експортом

Учасниці семінару в Одесі повідомили про низку викликів, пов'язаних з експортом, з якими стикаються компанії, власницями яких є жінки/очолювані жінками, включаючи:



- високі витрати, пов'язані з пошуком нових ринків збуту;
 - труднощі, пов'язані з пошуком надійних іноземних партнерів;
 - складні, непрозорі або бюрократизовані та часто корумповані процеси регулювання в Україні;
 - відсутність інформації про технічні стандарти і сертифікацію товарів і продукції;
- високі витрати на логістику, пов'язану з експортом (наприклад, перевезення та страхування товарів), через значну відстань між Україною та Канадою.

Допомога, пов'язана з експортом, якої потребують учасниці

Учасниці семінару в Одесі висловили зацікавленість у таких видах допомоги, пов'язаної з експортом:

- навчання, присвячене правилам, які стосуються стандартів і процедур сертифікації;
- створення онлайн-служб підтримки з інформацією про ринковий попит, оподаткування, сертифікацію, правила походження товарів та прикладами документації, необхідної для експортування.

Допомога, якої потребують учасниці у подоланні гендерно-обумовлених викликів

Незважаючи на те, що жінки-підприємниці в Одесі не обговорювали в деталях виклики в експортній діяльності, пов'язані з гендером, вони зробили дві пропозиції щодо розширення прав і можливостей жінок у бізнесі:

- започаткування ініціатив, спрямованих на подолання низького рівня участі жінок у сфері високих технологій і в галузях науки, технології, інженерії та математики (наприклад, спеціальні стипендії для жінок і покращення доступу жінок до технологій);
- створення нових можливостей для нетворкінгу для жінок-власниць бізнесу з різних регіонів.

Дніпро

Дата: 29 травня 2018 р.

Кількість учасниць / учасників: 27 осіб

Виклики, пов'язані з експортом

Учасниці / учасники семінару в Дніпрі повідомили про низку викликів, пов'язаних з експортом, включаючи доступ до інформації про зовнішні ринки та експортні вимоги. Учасниці / учасники зазначили, що їм важко знайти консолідовану інформацію щодо технічних стандартів і необхідних сертифікатів для їхніх товарів і продукції. Вони також зауважили, що значна географічна відстань між Україною та Канадою може стати викликом для початку експортної діяльності.



Допомога, пов'язана з експортом, якої потребують учасниці / учасники

Учасниці / учасники висловили зацікавленість у таких видах допомоги, пов'язаної з експортом:

- забезпечення доступу до консолідованої інформації щодо експортної діяльності, включаючи логістику, пов'язану з експортом, маркетингові дослідження (аналітику), а також нормативно-правові питання;
- надання порад щодо розробки експортної стратегії;
- проведення навчання щодо технічних стандартів і сертифікації;
- проведення навчання з питань крос-культурної комунікації, ведення переговорів та розвитку партнерства.

Гендерно-обумовлені виклики

Під час обговорення гендерних викликів, пов'язаних з торгівлею, учасниці зазначили, що вони почуваються дещо обмеженими через навантаження, пов'язане з несенням основної відповідальності за дітей та домогосподарство. У деяких випадках вони також вважали, що вони мають менший вплив на прийняття рішень, ніж чоловіки. Ці реалії, що сягають корінням у традиційні гендерні стереотипи, існуючі в Україні, не тільки впливають на здатність жінок-підприємців розвивати власний бізнес, але й на їхню здатність виходити на нові ринки.

Допомога, якої потребують учасниці у подоланні гендерно-обумовлених викликів

Учасниці / учасники із цього регіону звернулися з проханням створити більше можливостей для нетворкінгу та обміну досвідом для жінок-підприємниць.

Рекомендації



Нижче наведено рекомендації, призначені для різних зацікавлених сторін, які беруть участь у підтримці жінок-підприємниць в Україні. Хоча цільова аудиторія для цих рекомендацій зазначена в дужках, будь-яка інституція, яка сприяє розвитку торгівлі, наприклад, державні або місцеві органи влади, також може діяти на основі цих рекомендацій.

Запропонувати жінкам-підприємницям навчання технічним навичкам та навичкам лідерства (донорські організації)

1. Запропонувати жінкам-підприємницям професійно-технічне навчання з питань сертифікації, стандартів і вимог країни-донора.
2. Організувати професійно-технічне навчання з питань стратегічного планування та ціноутворення.
3. Провести навчання навичкам лідерства для жінок-підприємниць, яке включатиме програму наставництва за участі іноземних наставників / наставниць і жінок-підприємниць, які виступатимуть у ролі наставниць.
4. Запропонувати навчання навичкам крос-культурної комунікації для жінок – власниць бізнесу та їхніх співробітників / співробітниць, які відповідають за міжнародну торгівлю.
5. Запропонувати жінкам-підприємницям навчання з питань розробки експортних стратегій².

Допомагати жінкам-підприємницям готуватися до експортної діяльності (Офіс з просування експорту)

6. Надавати консолідовану та вичерпну інформацію про експорт до Канади та інших країн-торговельних партнерів, включаючи:
 - варіанти для вибору послуг із транспортування та страхування для підприємств-експортерів;

² Проект CUTIS та його партнери провели навчання з розробки експортних стратегій для МСП, призначене як для жінок, так і для чоловіків, зацікавлених в експорті до Канади. Матеріали проекту, пов'язані з експортом, доступні онлайн: <https://cutisproject.org/en/guides/>

- законодавчу базу, а також питання регулювання або оподаткування, пов'язані з експортом;
- списки галузевих асоціацій і регулюючих органів;
- цільову інформацію про стан ринків (споживчі тенденції тощо) та аналітику, щоб допомогти підприємствам зважити можливості та ризики, пов'язані з експортом;
- ресурси для допомоги підприємствам у розгляді різних сценаріїв і стратегій експорту;
- фінансовий менеджмент диверсифікації ринків;
- приклади юридичних угод (контрактів із закордонним бізнес-партнером);
- приклади експортних стратегій (включаючи аналіз ринку та фінансові плани).

Створювати позитивний імідж жінок-експортерок (Офіс з просування експорту)

7. Збирати та розповсюджувати успішні приклади жінок-експортерок, які можуть слугувати рольовими моделями для інших жінок-підприємниць, використовуючи для цього онлайн платформи (наприклад, вебінари) або проведення конференцій і зустрічей, орієнтованих на жінок-експортерок.

Підтримувати нетворкінг серед жінок-підприємниць (бізнес-асоціації)

8. З метою сприяння кращому обміну досвідом між жінками-підприємницями, створити жіночі мережі в рамках бізнес-асоціацій або створити мережі жінок-експортерок. Така ініціатива буде особливо корисною в регіонах України.
9. Сприяти встановленню контактів між жінками – власницями бізнесу в Україні і Канаді (та в інших країнах – торговельних партнерах).

Здійснювати заходи з громадської освіти з метою зменшення подвійного навантаження жінок (Міністерство соціальної політики України)

10. Розпочати інформаційно-просвітницькі кампанії з метою сприяння більш рівному розподілу домашніх обов'язків між чоловіками і жінками.

Підтримувати заходи із просування торгівлі для жінок (Міністерство економічного розвитку та торгівлі України)

11. Запропонувати фінансову допомогу жінкам-підприємницям, які бажають демонструвати свою продукцію на закордонних торгових ярмарках (або інших заходах, які сприяють розвитку торгівлі), та рекламувати таку допомогу в засобах масової інформації, через торгово-промислові палати та бізнес-асоціації.