

Дерев'янка С. П. Феномен «бізнес-леді» в різних країнах. *Стратегічні пріоритети розвитку економіки, менеджменту, сфери обслуговування та права в умовах інтеграційних процесів*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (ХДУ, 13–14 листопада 2025 р.) / за ред. К. В. Мельникової. Івано-Франківськ: ХДУ, 2025. С. 207-209

Дерев'янка Світлана Петрівна

кандидат психологічних наук, доцент,

доцент кафедри загальної, вікової та соціальної психології,

Національний університет

«Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка

ФЕНОМЕН «БІЗНЕС-ЛЕДІ» В РІЗНИХ КРАЇНАХ

У сучасних умовах глобалізації та євроінтеграційних процесів роль жінок у бізнесі швидко зростає. Поняття «бізнес-леді» поєднує не тільки економічну активність, а й певний соціокультурний образ, очікування суспільства та психологічні стратегії адаптації. В Україні жіноче підприємництво демонструє високу гнучкість та готовність виходити на зовнішні ринки під час кризи, що вимагає дослідження як загальноекономічного, так і психосоціального вимірів феномену.

Українські бізнес-леді часто поєднують прагматичну економічну мотивацію з високою готовністю адаптуватись у кризових умовах; багато хто зорієнтований на локальний ринок, але відчуває зростаючий інтерес до експорту й міжнародної кооперації.

Важливими чинниками кар'єри українських жінок є стресостійкість, гнучкість мислення, емоційний інтелект і соціальна підтримка. Емоційний інтелект у бізнес-леді підвищує якість обслуговування клієнтів і дозволяє ефективніше будувати команди в мультикультурному середовищі [1].

Крос-культурні відмінності:

(1) У Західній Європі й Північній Америці очікування щодо лідерства жінок більш ліберальні; тут бізнес-леді часто позиціонують себе як автономних лідерок.

(2) У країнах з більш традиційними гендерними ролями бізнес-леді змушені поєднувати бізнес-імідж із сімейними ролями, що створює подвійний тиск.

(3) В Україні спостерігається «мікс» – сприйняття жінки у бізнесі швидко змінюється під впливом зовнішніх викликів, але залишаються стереотипи щодо меншої спроможності жінок.

(4) Досвід Австралії: у статті С. Wright досліджується історія жінок-підприємниць в Австралії – підкреслено, що роль «бізнес-леді» формувалася під впливом соціальних, культурних та правових змін (зокрема, це поширення ідеї гендерної рівності, зміни у трудовому законодавстві, нові можливості після Другої світової війни та ін.) [2].

Досвід Австралії показує:

- Жінки в бізнесі часто виступали агентками змін у «традиційно чоловічих» галузях.

- Поява жінок-лідерок була тісно пов'язана з новими моделями сім'ї та очікуваннями суспільства.

- Культурний контекст (англо-австралійський) дав жінкам-підприємницям більше простору для експериментів із ролями, ніж у більш патріархальних суспільствах.

Цей кейс корисний для України: він демонструє, що навіть в умовах «традиційної» культури бізнес-леді можуть змінювати правила гри – і психологічні чинники (наприклад, відкритість до змін) відіграють ключову роль.

Гендерні стереотипи, обмежений доступ до фінансування, подвійна роль сім'ї й бізнесу, а також дискримінаційні практики – все це позначається на ефективності розвитку бізнес-леді. Досвід Австралії показує, що успішними

жінками-підприємницями ставали ті, хто міг використати культурні переваги (наприклад, мережі, громадські рухи) і адаптуватись до змін.

Однією з практичних рекомендацій для сучасних бізнес-леді є прагнення фокусуватися на підвищенні рівня емоційного інтелекту в рамках програм управлінської підготовки (це підвищує якість сервісу і командної роботи).

Отже, феномен «бізнес-леді» є багатовимірним: він поєднує економічну роль, соціокультурний образ і психологічні стратегії. Українські бізнес-леді демонструють високу адаптивність і прагнення до міжнародної інтеграції, водночас зіштовхуючись з традиційними бар'єрами. Досвід Австралії показує, що зміни у самосприйнятті можуть суттєво розширити можливості жінок-підприємниць – і це може бути корисною моделлю для України.

Список використаних джерел:

1. Жінки у великому бізнесі: тенденції, цифри та відкриття 2024 року. URL: <https://surl.li/euphvl> (дата звернення: 11.11.2025).
2. Wright C. Gendered enterprise: Women and Australian business history. *Asia-Pacific Economic History Review*. 2024. Vol. 64, No. 3. P. 281–290.