MINISTRY FOR FOREIGN AFFAIRS OF FINLAND

Empowered lives.
Resilient nations.

"Барьеры, препятствующие предпринимательской деятельности женщин в Таджикистане"

Микронарративное исследование

ОТЧЕТ

Содержание

1. Партнерские НПО
2. Проект "Помощь в интересах торговли"
3. Метод микронарративного исследования
4. Изучение барьеров, препятствующих предпринимательской деятельности женщин
5. Демографические показатели
6. Результаты и данные, полученные в ходе исследования
7. Анализ и выводы
8. Краткие биографические данные авторов отчета

Партнерские НПО, участвовавшие в проведении микронарративного исследования

Ассоциация "Женщины и общество"

Ассоциация "Женщины и общество" расположена в г.Ходженте в Согдийской области на севере Таджикистана. Мандат организации заключается в усилении роли женщин в социальной, политической и экономической жизни общества. Ассоциация имеет большой опыт в проведении исследований в сотрудничестве с самыми разными местными и международными организациями, работающими в данной области. Ассоциация "Женщины и общество" была основным партнерским НПО, участвовавшим в исследовании и координировавшим процесс сбора данных по всей стране.

АТО

АТО – это местная организация, базирующаяся в Пенджикентском районе Согдийской области. Ее деятельность сосредоточена на стимулировании социально-экономического развития, устойчивом использовании природных ресурсов и защите окружающей среды. Организация АТО осуществляла сбор данных в Пенджикентском районе, задействовав все имеющиеся у нее ресурсы.

Бонувони Хатлон

"Бонувони Хатлон" – хорошо зарекомендовавшая себя организация с большим опытом, расположенная в г.Курган-Тюбе Хатлонской области на юге Таджикистана. Организация занимается гендерными вопросами и оказывает поддержку женщинам во всех сферах жизни общества. Созданное этой организацией сообщество профессионалов в г.Курган-Тюбе и близлежащих районах в значительной мере способствовало успешному проведению исследования.

Гендер и развитие

"Гендер и развитие" – это неправительственная организация, расположенная в столице – г.Душанбе и осуществляющая свою деятельность на всей территории страны. Поскольку программная цель НПО заключается в обеспечении равноправия и вовлечении женщин во все сферы общественной деятельности, данная организация имеет большой опыт работы по гендерной проблематике. Опыт и знания специалистов НПО "Гендер и развитие" были весьма полезны при разработке структуры исследования и в ходе сбора данных.

Национальная ассоциация деловых женщин Таджикистана

Головной офис Национальной ассоциации деловых женщин Таджикистана расположен в г.Ходженте. Организация имеет подразделения во всех регионах страны. Будучи ведущей организацией в области усиления роли женщин в хозяйственной жизни Таджикистана, ассоциация

имеет большой опыт реализации самых разнообразных проектов – от проведения исследований до поддержки бизнеса за счет программ наставничества и организации "бизнес-инкубаторов". Ассоциация оказывала неоценимую помощь в течение всего проекта, предоставляя консультации экспертов и помогая в сборе данных.

Нексигол Мушовир

Организация "Нексигол Мушовир" начинала работать в г.Ходженте и в близлежащих районах Согдийской области, но впоследствии распространила свою деятельность и на другие регионы страны. Поскольку организация специализируется на пропаганде сельскохозяйственных знаний, она располагает прочными навыками и опытом в области сельского хозяйства, сбора данных и поддержки сельскохозяйственных предприятий в Таджикистане. Мы весьма благодарны этой организации за помощь в сборе данных для настоящего исследования.

Помощь в интересах торговли, Фаза III

Дата начала проекта: май 2014г.

Дата окончания проекта: апрель 2018 г.

Географический охват: Согдийская обл., Хатлонская обл. и РРП

Партнеры: Министерство экономического развития и торговли Республики Таджикистан, правительства Согдийской и Хатлонской областей, бизнес-ассоциации, Торгово-Промышленная палата Таджикистана, местные НПО и предприниматели

Расширенная Европа: помощь в интересах торговли

Описание проекта

Проект "Расширенная Европа: помощь в интересах торговли" – это региональный проект, финансируемый Правительством Финляндии и осуществляемый ПРООН. Текущая третья фаза проекта осуществляется в трех странах Центральной Азии – в Таджикистане, Узбекистане и Кыргызстане.

Третья Фаза проекта "Помощь в интересах торговли" направлена на поддержку национальной политики и программ по стимулированию торговли и развитию, ориентированных на создание рабочих мест и снижение бедности. Ключевая цель проекта заключается в увеличении занятости и повышении зарплат за счет мер по повышению производительности (в основном в области переработки сельхозпродукции) малых и средних предприятий (и кооперативов) посредством улучшения доступа к экспортным рынкам и снижения торговых издержек.

Таджикистан – одна из беднейших стран Центральной Азии. Экономика этой не имеющей выхода к морю страны находится в сильной зависимости от денежных переводов трудовых мигрантов, а экспортная торговля ограничена продукцией лишь нескольких отраслей экономики, включая алюминий, хлопок, электроэнергию и сельскохозяйственную продукцию.

Порядок реализации

Проект в Таджикистане состоит из трех общих **компонентов,** каждый из которых направлен на обеспечение гендерного равенства.

Проект "Помощь в интересах торговли" осуществляется на макро-, мезо- и микроуровне. Макроуровень ставит своей целью разработку концепций торговой политики. На мезоуровне проект осуществляет поддержку коммерческих и торговых предприятий, чтобы они могли улучшить качество услуг, предлагаемых клиентам. На микроуровне непосредственная поддержка оказывается предпринимателям в целях расширения их деятельности и создания рабочих мест.

Мероприятия на всех трех уровнях осуществляются с учетом двух сквозных вопросов – обеспечение экологической устойчивости и равенства. В рамках проекта используется системное мышление и взаимосвязи между различными уровнями, чтобы подтвердить вклад моделей развития в обеспечения равенства. На приведенной далее диаграмме представлен подход, принятый для реализации проекта.

ПРООН стремится обеспечить, чтобы модели развития способствовали снижению неравенства как между странами, так и внутри отдельных стран. Это требует применения комплексного долгосрочного и избирательного подхода к выбору направлений поддержки, которые окажутся наиболее эффективными с точки зрения развития частного сектора, которое осуществляется в рамках моделей развития, способствующих укреплению сообществ и обеспечению равноправия внутри отдельных стран и между странами.

Изучение барьеров, препятствующих предпринимательской деятельности женщин

Цель исследования

Основная цель настоящего исследования – помочь в создании благоприятной для женщин среды для занятия бизнесом посредством изучения факторов, которые в настоящее время мешают женщинам участвовать в торговой и коммерческой деятельности. Данное исследование предоставит исходные данные, которые можно будет использовать для определения целей будущих проектных мероприятий, особенно направленных на поддержку женщин, которые непропорционально сильно подвержены экономическим факторам риска и бедности.[1] Таджикистан по-прежнему находится в чрезвычайно сложном экономическом положении, а МСП страны вынуждены работать в трудных условиях глобального экономического климата. В рамках настоящего исследования основное внимание уделяется препятствиям, с которыми сталкиваются женщины-предприниматели, а также женщины, желающие заняться бизнесом. Выявив причины

[1] Таджикистан, Женщины ООН http://eca.unwomen.org/en/where-we-are/tajikistan

низкого уровня участия женщин в предпринимательской деятельности и торговле, проект "Помощь в интересах торговли" планирует разработать конкретные меры, которые помогут повысить долю женщин, занятых, согласно официальной статистике, в частном секторе.

По данным национального агентства по статистике общая численность официально зарегистрированных женщин-предпринимателей в Таджикистане в 2014г. составляла 90 434 человека.[2] Это составляет 26% от общего числа предпринимателей в стране. Без учета дехканских хозяйств женщины возглавляют 21% фирм, работающих на основе патента, и 38% фирм, работающих на основе свидетельства.[3] По данным Всемирного Банка за 2013г. доля участия женщин в капитале частных компаний составляла 33%[4]. Однако, доля женщин, являющихся единоличными собственниками компаний, равняется 14,7%.[5] Согласно официальной статистике, женщины управляют 9% всех фирм в Таджикистане. Для сравнения среднее значение этого показателя для стран Европы и Центральной Азии составляет 21,1%.[6] Примечательно, что в Кыргызстане доля участия женщин в капитале компаний составляет 49%, причем женщины являются руководителями 28,8% компаний.[7] Поскольку руководство многими мелкими коммерческими предприятиями осуществляется неформально, точно охарактеризовать ситуацию с женщинами-предпринимателями довольно сложно.

Для целей настоящего исследования мы даем широкое определение понятия "предпринимательство", означающее владение или управление отдельным хозяйствующим субъектом. В нашем исследовании также учитываются данные о неофициальном предпринимательстве, т.е. о незарегистрированных и микропредприятиях.

В текущих экономических условиях женщины сталкиваются с многочисленными проблемами, отличными от тех, которые приходится преодолевать мужчинам. Хотя доля женщин в общей численности экономически активного населения в Таджикистане составляет около 45%, женщины как правило заняты в отраслях с более низким средним уровнем дохода, например, в секторе здравоохранения, образования или сельского хозяйства. Женщины также несут бремя неоплачиваемой работы по дому, вне зависимости от того, заняты ли они в формальном секторе экономики. Женщины как в сельских, так и городских районах Таджикистана в среднем тратят более 30 часов в неделю на выполнение неоплачиваемой домашней работы. Время, затрачиваемое женщинами на домашнее хозяйство, непосредственно влияет на возможности выполнения ими оплачиваемой работы, личного и профессионального развития и занятия предпринимательством.[8]

---

[2]В сборнике "Гендерная статистика" за 2014г., выпущенном Агентством по статистике при Президенте Республики Таджикистан, учитывается общее число женщин-предпринимателей, работающих на основе патента или свидетельства, а также руководители юридических лиц в частном секторе и женщины, являющиеся главами дехканских хозяйств.

[3]Сборник "Гендерная статистика", 2014г.

[4]Краткий обзор гендерной ситуации, Всемирный Банк
http://documents.worldbank.org/curated/en/824341468001152779/pdf/100426-BRI-GAAG-TJK-041315-PUBLIC-Box393223B-ADD-SERIES-Europe-and-Central-Asia-ECA-gender-at-a-glance.pdf

[5]Оценка гендерной ситуации в Таджикистане, 2016г., Азиатский банк развития

[6] Краткий обзор гендерной ситуации, Всемирный Банк

[7]Краткая информация о стране - Кыргызская Республика, 2013г., Всемирный Банк
http://www.enterprisesurveys.org/~/media/FPDKM/EnterpriseSurveys/Documents/Profiles/English/Kyrgyz-Republic-2013

[8]Краткие сведения по источникам дохода в сельском хозяйстве и в сельских районах Таджикистана с учетом гендерного фактора, 2016г. Продовольственная и сельскохозяйственная организация
http://www.fao.org/3/a-av5766e.pdf

Значительный отток трудоспособного населения, в основном мужчин, на заработки в Россию и другие страны оказывает влияние на традиционное распределение ролей и способствует увеличению числа домохозяйств, возглавляемых женщинами. В условиях, когда мужская часть семьи работает заграницей, некоторые женщины становятся предпринимателями в силу необходимости – чтобы иметь возможность обеспечить свои семьи. Отправляемые домой денежные переводы иногда также используются в качестве стартового капитала, чтобы открыть мелкий бизнес. Однако возглавляемые женщинами домохозяйства подвержены более высокому риску экономической изоляции. Поэтому этим факторам риска необходимо уделять особое внимание для обеспечения равенства.[9]

Метод микронарративного исследования

Микронарративное исследование ориентировано на выявление представлений заинтересованных сторон. Оно объединяет количественные метаданные с качественными рассказами (нарративами) респондентов, давая возможность проанализировать глубинные причины того или иного явления, которые не всегда удается зафиксировать в результате традиционного сбора данных. Сильная сторона данного подхода заключается в том, что его очень легко приспособить к любой задаче, благодаря кластерному анализу собранных данных, который может быть проведен практически но любой тематике.

Ранее проводившиеся ПРООН микронарративные исследования были посвящены изучению безработицы среди молодежи в Кыргызстане, ситуации с цыганами в Грузии и обезлесивания в Молдове. Для изучения барьеров, препятствующих предпринимательской деятельности женщин в Таджикистане, метод микронарративного исследования используется впервые.

В ходе исследования в Таджикистане приблизительно 1 000 респондентов попросили "рассказать историю из реальной жизни о женщинах-предпринимателях" и ответить на уточняющие вопросы по истории, которой они поделились. Вопросы разрабатывались совместно с шестью местными НПО, располагающими глубокими практическими знаниями в области расширения экономических возможностей женщин в Таджикистане. Для сотрудников всех партнерских НПО в октябре 2015г. в г.Душанбе было проведено обучение. Обучение охватывало основы применения микронарративного метода исследования, процесс сбора данных и основы анализа данных. Все 40 сборщиков данных, участвовавших в настоящем исследовательском проекте, прошли отдельное обучение в Ходженте и Курган-Тюбе в декабре 2015г. В ходе этих тренингов основное внимание уделялось правильному заполнению вопросников, а также основным аспектам метода исследования и процесса сбора данных. Координацию работ по сбору данных осуществляла Ассоциация "Женщины и общество".

Данные собирались лично волонтерами из 6 местных НПО. Эти волонтеры имели предыдущий опыт сбора данных и собирали нарративы, главным образом, в районах своего постоянного проживания.

Сбор нарративов, ответов на уточняющие вопросы и биографической информации производился в бумажном виде. Затем эти данные вводились в программу SenseMaker, которая позволяет

[9] Оценка гендерной ситуации в Таджикистане, 2016г., АБР

наглядно представить качественные данные нарративов в форме количественных кластеров. Личный опыт респондентов, отображенный в количественном виде, позволил выявить общие тенденции в собранных нарративах, которые затем анализировались и сопоставлялись в разрезе возраста, пола, отрасли и других параметров.

Демографические данные

Собранные данные

Количество целевых респондентов составляло 1 000 человек. Всего было заполнено 1 089 вопросников, из которых правильно заполненными оказались 959 вопросников. Сбор данных проводился в течение трех месяцев с марта по май 2016г. 849 историй (нарративов) были рассказаны женщинами и 110 – мужчинами. 53% вопросников поступило из Согдийской области на севере Таджикистана и 47% – из Хатлонской области на юге. Обе эти области являются целевыми районами реализации проекта "Помощь в интересах торговли". Ввиду временных и финансовых ограничений охватить всю территорию страны в рамках настоящего исследования не представлялось возможным.

В качестве респондентов в основном выступали женщины. Однако небольшая контрольная группа мужчин также участвовала в исследовании для сопоставления данных. Респондентов просили поделиться историей из собственной жизни или из жизни друга или родственника. Пол персонажей рассказанных историй (нарративов) соответствовал полу респондентов.

Район	Количество нарративов	Район	Количество нарративов
Согдийская область		Хатлонская область	
Аштский	79	Бохтарский	105
Гафуровский	126	Фархарский	16
Гончи	80	Джами	26
Исфаринский	79	Колхозобадский	9
Истравшанский	1	Куляб	13
Канибадамский	46	Кургантюбинский	84
Пенджикентский	99	Муминобадский	20
Шахристанский	1	Носири Хусрав	48
Спитамен	1	Кабодиенский	21
		Кумсангирский	13
		Шаартузский	74
		Восейский	18
ВСЕГО	512	ВСЕГО	447
Всего по областям			**959**

Характеристики среднестатистической женщины, фигурирующей в нарративах

Большинство женщин находились в возрасте от 31 до 50 лет, были замужем и имели более двух детей. Большинство этих женщин имели среднее образование и получали основной доход от предпринимательской деятельности. Как правило, их бизнес был уже хорошо налажен, поскольку более половины респондентов занимались предпринимательством более пяти лет. Как правило в бизнесе было задействовано не более пяти человек, часто включая членов семьи. Большинство этих женщин не были членами профессиональных ассоциаций.

Хотя приблизительно 1,5 миллиона граждан Таджикистана работает заграницей, у 60% респондентов в семьях не было трудовых мигрантов. Более того, лишь 10% указали, что денежные переводы являются их основным источником доходов, несмотря на то, что доля денежных переводов в ВВП страны составляет 28,8%.[10]

Как респонденты описывали собственный опыт?

Описываемые в рассказах респондентов женщины занимались предпринимательством, в основном в трех следующих секторах: торговля на рынке (30%), сфера услуг (26%) и сельское хозяйство (22%). Несколько меньшее число женщин работало в собственном магазине или в пищевой промышленности. Многие респонденты считали, что их истории были типичными и похожими на истории многих других женщин в Таджикистане. И хотя многие рассказывали о положительном опыте, не все их истории свидетельствовали об отсутствии трудностей, удаче или благоприятном исходе. Однако лишь 6% респондентов сочли свои рассказы полностью негативными, тогда как большинство из них относились к своему опыту нейтрально. Хотя большинство респондентов (67%) указали, что гендерные аспекты не были существенными в их нарративах, в большинстве историй речь шла о женщинах, выполняющих роль кормильца семьи. Треть респондентов (27% женщин и 33% мужчин) считали, что гендерные аспекты имели существенное значение в их опыте, тогда как большинство (67%) полагали, что гендер не имел к их историям никакого отношения. Для сравнения, 55% мужчин заявили, что гендерные аспекты не были существенными в их рассказах. Однако, различия в нарративах в зависимости от пола респондента были заметными. Женщины-предприниматели говорили о важности образования, навыков и самоуважения, тогда как их коллеги-мужчины делали особый акцент на государственной поддержке и отсутствии финансовых средств.

Респондентов попросили указать, каких навыков им больше всего не хватает. Подавляющее большинство респондентов указали на отсутствие элементарных навыков управления бизнесом и недостаточное знание рынка. Женщины особенно чувствовали недостаток знания рынка – 71% женщин указали на это, как на пробел, затрудняющий их работу, по сравнению с 63% мужчин, высказавших аналогичное мнение. Отсутствие знаний об управлении бизнесом ощущали и мужчины и женщины (68% и 70% соответственно). По 20% мужчин и женщин указали на отсутствие у них финансовых знаний. Уровень правовой грамотности оказался ниже у женщин – 23% женщин и 16,5% мужчин отметили слабые знания в этой области.

[10] http://data.worldbank.org/indicator/BX.TRF.PWKR.DT.GD.ZS

На вопрос, в чем они больше всего нуждаются в текущей ситуации, большинство респондентов указали повышение квалификации (39% женщин и 51% мужчин). В ответах на вопрос, что они считают самым важным помимо улучшения своих навыков, прослеживаются явные различия в зависимости от пола респондента. Женщины чаще говорили о том, что они нуждаются в повышении самоуважения и уверенности в себе (40% женщин и 34% мужчин), тогда как мужчины считали, что более полезным был бы доступ к финансированию и сбережениям (29% женщин и 35% мужчин). Почти треть женщин высказали мнение, что тренинги только для женщин были бы им полезны для повышения квалификации, и 16% предложили введение схем льготного налогообложения для женщин. Респонденты-мужчины, в свою очередь, больше говорили о необходимости упрощении доступа к банковским счетам и регистрации предприятий (16% мужчин и 12% женщин) и о страховании предпринимательской деятельности (15% мужчин и 4% женщин). Некоторые респонденты также указывали, что на их деятельности положительно бы повлияло ограничение полномочий проверяющих органов (19% женщин и 23% мужчин), а также оптимизация работы государственных органов (4,5% и 3%).

Вопросы финансирования оказались в числе приоритетов, когда респондентов попросили назвать наиболее важные инновации, которые были для них полезны – 43% респондентов указали, что микрокредиты являются наиболее важной инновацией. Опять таки, мужчины несколько чаще чем женщины говорили о пользе микрокредитов (47% мужчин и 42% женщин). Инновационные подходы к обучению также помогли многим предпринимателям – в данном случае чаще об этом упоминали женщины (35% женщин и 29% мужчин). Треть респондентов сочли внедрение систем информации о рынках полезной инновацией (32% женщин и 26% мужчин). Представители обоих полов полагали, что сообщества и межличностные отношения являются полезными благодаря таким инновациям как группы самопомощи (20%), а также семейная помощь и миграция (18%). Хотя коммуникационные технологии широко доступны в Таджикистане (охват мобильной связью составляет 98,6, а охват интернетом – 19 пользователей на 100 человек населения[11]) важность этих технологий респондентами была оценена очень низко по сравнению с другими инновациями. Девять процентов мужчин и женщин считали доступ к интернету полезным, тогда как наличие мобильных приложений сочли полезным 3,6% мужчин и лишь 0,7% женщин.

Полученные данные и результаты

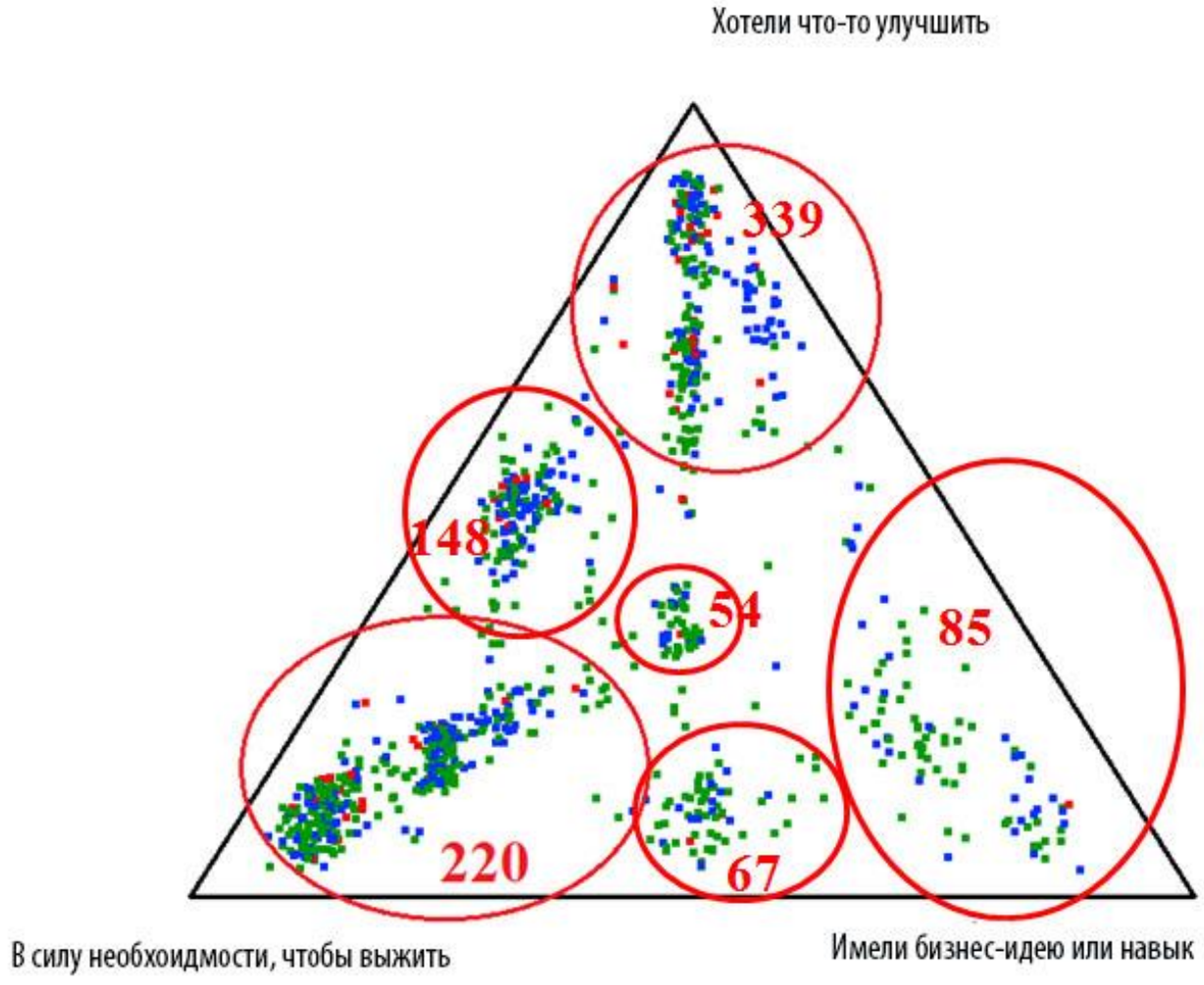
После рассказа личных историй о женском предпринимательстве респондентам предоставили треугольные диаграммы-вопросники, где вместо ответа следует поставить точку в соответствующем месте диаграммы. Это позволяло на одной диаграмме отразить разносторонний опыт (отметив центр диаграммы) или же дать количественную оценку опыту (когда несколько респондентов, отвечая на вопрос, отмечали одно и тоже место в треугольнике, формировались кластеры ответов). Этот метод объединения данных дает возможность выявить тенденции в опыте исследуемых групп населения и обратить внимание на положение женщин, занимающихся бизнесом в Таджикистане.

[11]Показатели мирового развития, 2015г., Всемирный Банк
http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=world-development-indicators&Type=TABLE&preview=on

На приведенных далее страницах представлены кластеры ответов в отношении всех шести маркеров опыта респондентов. Цветные точки представляют собой все 959 собранных нарративов.

Точки в разных местах диаграммы отражают общее отношение респондентов к нарративам, которыми они поделились:

1. В Вашем примере люди занялись предпринимательством поскольку...



Данные свидетельствуют о том, что большинство женщин становятся предпринимателями в силу необходимости (220/33%) и поскольку они хотят улучшить свои условия жизни (339/36%). Значительно меньшее число женщин стали предпринимателями только потому, что у них была перспективная бизнес-идея или имелись определенные навыки (85/8%). Ответы представителей обоих полов и всех отраслей укладывались в единую схему группирования.

Ответ на данный вопрос предоставили 948 из 959 респондентов.

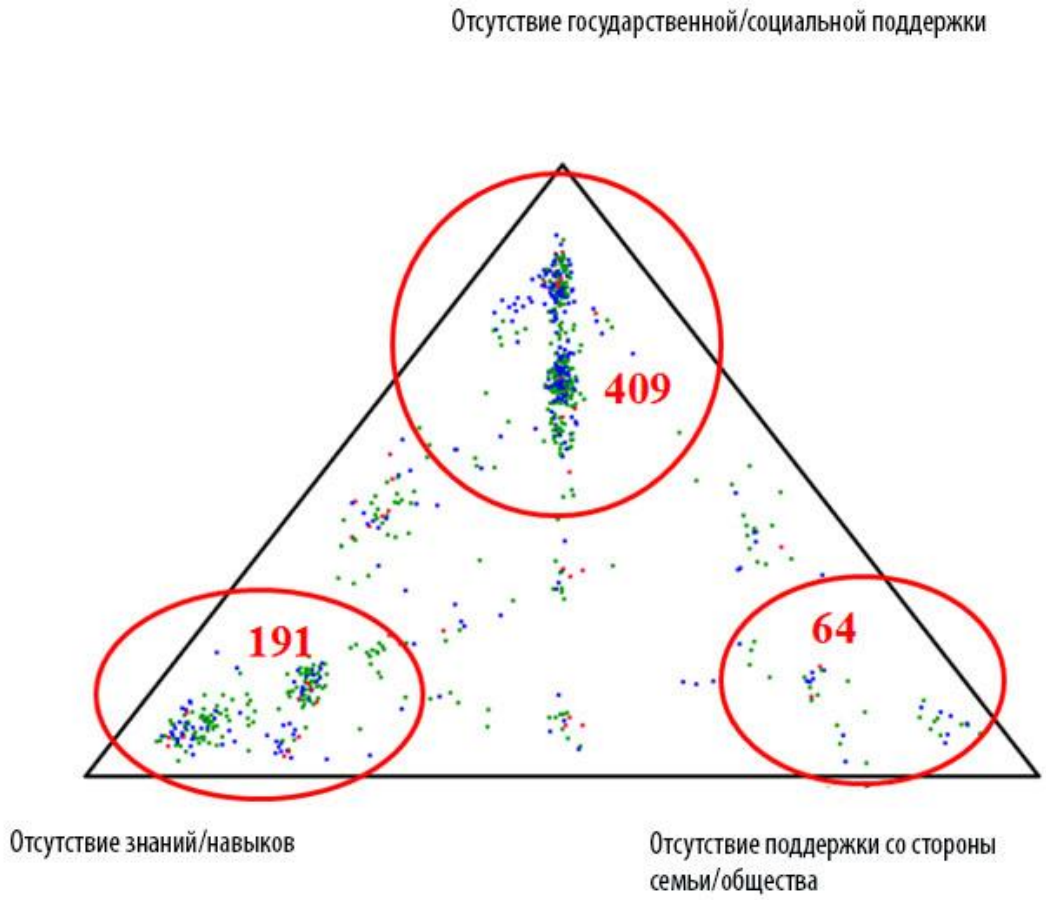
2. Благодаря чему ситуация улучшилась Вашем примере?

Явное большинство респондентов указали, что доступ к рынкам мог бы помочь улучшить ситуацию (505/59%). Большая группа респондентов также назвала обучение и образование (257/30%) и лишь немногие указывали на пользу неформальных сообществ (30/3%). Число мужчин, уверенных в пользе неформальных сообществ, было даже меньшим, чем число женщин. Возрастные различия респондентов не имели значительного влияния на характер распределения ответов. Однако на ответы респондентов в некоторой степени влияло то, в какой отрасли они работают. Лица, занятые в пищевой промышленности, указывали, что обучение и доступ к рынкам одинаково важны, а некоторые также говорили о важности неформальных сообществ. Для работников сельского хозяйства доступ к рынкам был гораздо важнее всех других факторов.

Однако небольшой кластер ответов также сформировался в центре отрезка между "обучением" и "доступом к рынкам". Разброс мнений работников сферы услуг между тремя вариантами ответа был гораздо большим, однако большинство, тем не менее, склонялось к доступу к рынкам. Ответы женщин, торгующих продуктами на базаре или на рынке, разделились между двумя кластерами - больший кластер сформировался в углу, обозначающем доступ к рынкам, и несколько меньший, но все же значительный кластер - в углу, обозначающем программы обучения и образования. Большинство женщин, работающих в собственных магазинах, указали "доступ к рынкам", но некоторые ответы также распределились вдоль отрезка между "обучением" и "доступом к рынкам".

Ответ на данный вопрос предоставили 860 из 959 респондентов.

3. Что в Вашем примере мешало успешной работе?

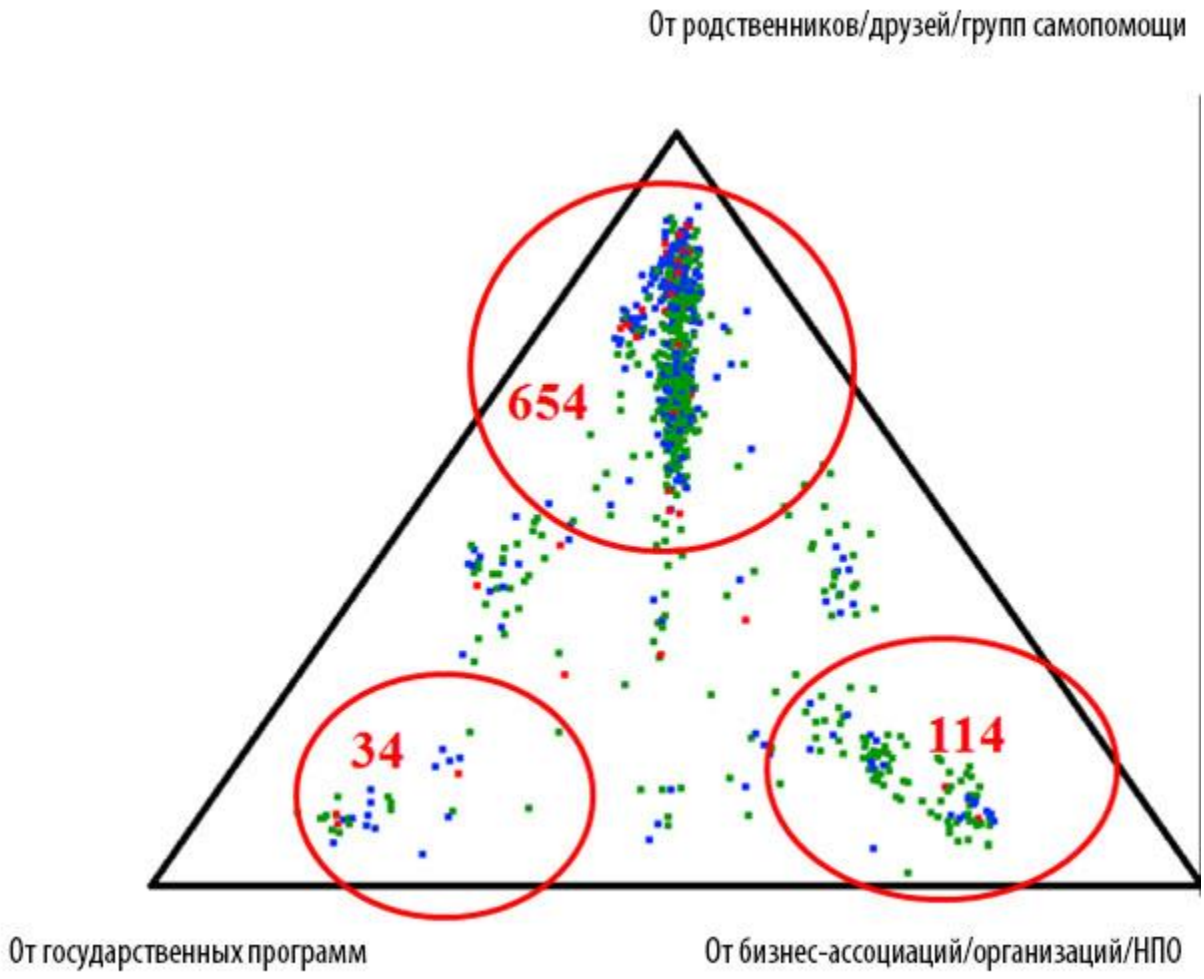


Большинство респондентов говорили об отсутствии государственной и социальной поддержки (409/53%). Небольшой кластер ответов (191/24%) также указывал на отсутствие знаний и навыков, а об отсутствии поддержки со стороны семьи упоминалось лишь в нескольких историях (64/8%). Если представить ответы в разбивке по секторам, ответы женщин, работающих в пищевой

промышленности, сформировали два кластера, свидетельствующих об "отсутствии социальной поддержки" и "отсутствии навыков". Ответы работников сельскохозяйственной отрасли имели значительный разброс – от отсутствия навыков до отсутствия государственной и социальной поддержки. Ответы работников сферы услуг распределились между тремя вариантами ответов, но большинство этих респондентов все же указывали на отсутствие государственной и социальной поддержки. Ответы женщин, торгующих на рынке или работающих в собственном магазине, были тесно сгруппированы в углу треугольника, обозначающем отсутствие государственной и социальной поддержки. Представители всех секторов старше 30 лет большей частью говорили об отсутствии государственной поддержки. Большинство негативных историй были рассказаны женщинами и мужчинами в возрасте от 31 до 40 лет. Эти рассказы не образуют четко определенный кластер, но тем не менее тяготеют к отрезку "отсутствие социальной и государственной поддержки" - "отсутствие навыков".

Ответ на данный вопрос предоставили 778 из 959 респондентов.

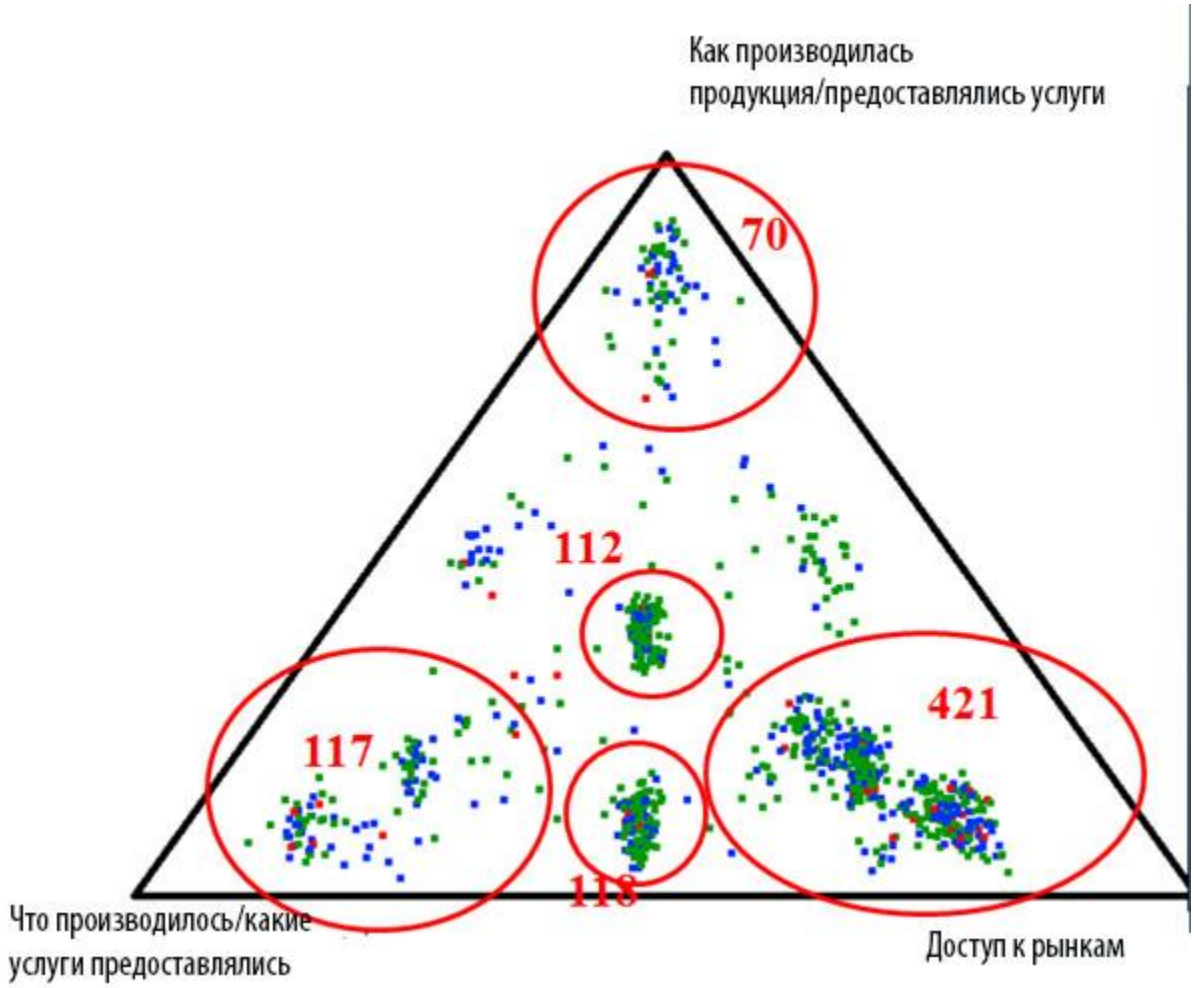
4. В Вашем примере, как люди узнавали о новых обстоятельствах и возможностях?



Явное большинство респондентов указали родственников, друзей и группы самопомощи (654/73%). Несколько меньшая часть респондентов узнавали о новых возможностях через организации (114/13%), но очень немногие получали эту информацию через государственные программы (34/4%). Такое распределение ответов оставалось неизменным независимо от возраста, пола, сектора занятости и членства респондентов в профессиональных ассоциациях.

Ответ на данный вопрос предоставили 901 из 959 респондентов.

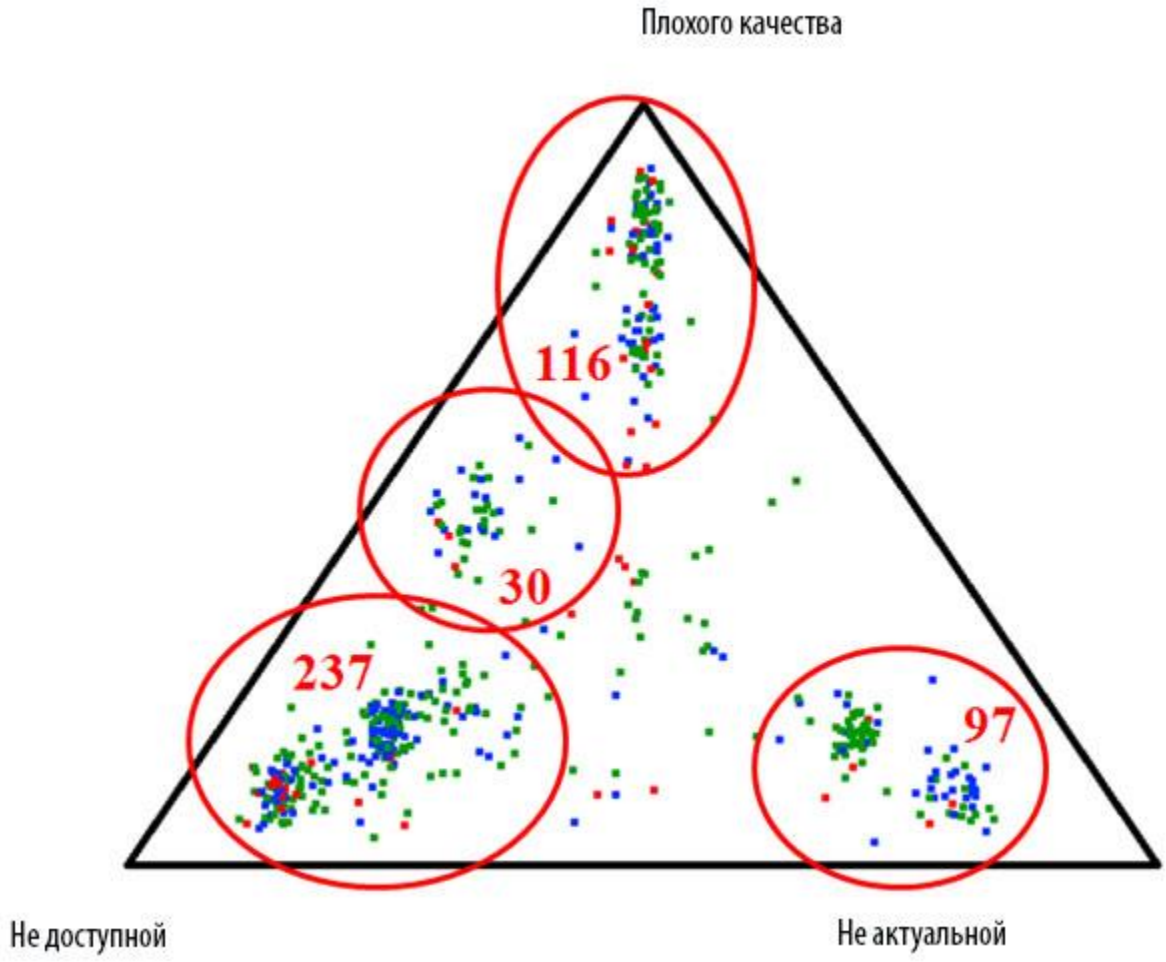
5. Что было самым важным в Вашем примере?



Нарративы объединяются в несколько кластеров разного размера, распределенных по всей площади треугольника. Большинство респондентов говорили о доступе к рынкам (421/46%), а также о доступе к рынкам в сочетании с характером производимой и предлагаемой продукции (118/13%). Аналогичное число респондентов считали, что важнее всего в нарративе была сама продукция или услуга (117/13%). Меньшее число людей говорили о том, как производилась продукция или предоставлялась услуга (70/8%). Четкие кластеры сформировались в центре треугольника, указывая на то, что все варианты ответа являются существенными (112/12%). Ответы представителей всех секторов соответствуют той же кластерной тенденции за исключением женщин, управляющих собственными магазинами, во всех рассказах которых подчеркивалась важность близости к рынкам.

Ответ на данный вопрос предоставили 912 из 959 респондентов.

6. В Вашем примере информация о том, как начать свой бизнес и управлять им, была...



Самый большой кластер составили ответы, в которых говорится, что информация о том, как начать свой бизнес и управлять им, была недоступной (237/44%). Почти такое же количество людей указали, что эта информация была низкого качества или неактуальной (116/21%, 97/18%). Наиболее заметная тенденция заключалось в том, что на этот вопрос ответило мало респондентов - лишь 542 человека. Это может свидетельствовать о том, что остальные респонденты имели доступ к качественной информации. Большее число женщин (по сравнению с их коллегами-мужчинами) указали, что имеющаяся информация была неактуальной.

Ответ на данный вопрос предоставили 542 из 959 респондентов.

Анализ и выводы

Пожалуй, неудивительно, что данные свидетельствуют о том, что одно из самых больших препятствий, с которыми сталкиваются женщины, пытаясь организовать свое дело, связано с их собственным отношением. **Женщины испытывали неуверенность в собственной способности начать и вести дело, а это влияет на уровень их вовлеченности в занятие предпринимательством.** В ответ на вопрос, что больше всего улучшило бы их ситуацию, они указывали более прочные навыки, самоуважение и уверенность в себе чаще, чем внешние аспекты, такие как доступ к финансированию. Кроме того, женщины говорили о чувстве самоуважения и отсутствии необходимых навыков чаще своих коллег-мужчин из контрольной группы, которые сравнительно чаще указывали на проблемы внешнего характера, например, отсутствие государственной поддержки и финансирования. В частности многие женщины выразили заинтересованность в обучении деловым навыкам, которое было бы организовано специально для женщин и ориентировалось на актуальные для них вопросы. По мнению респондентов такое обучение должно быть сосредоточено на повышении знаний об управлении бизнесом и знаний о специфике рынка.

Согласно бытующим представлениям консервативные традиции и строго определенные гендерные роли в Таджикистане являются барьером, мешающим женщинам заниматься предпринимательством. Возможно, ситуация действительно такова в наиболее консервативных регионах страны, однако данные выборки микронарративного исследования это не подтверждают. Лишь немногие респонденты жаловались на отсутствие поддержки со стороны супруга или членов семьи, тогда как большинство из них отмечали отсутствие государственной или социальной поддержки. Возможно, сомнения женщин в своих навыках и способностях, являются показателем усвоения ими традиционных гендерных ролей.

Для женщин, уже занимающихся бизнесом, определяющим фактором успеха являлся доступ к рынкам. Однако респонденты также отдавали должное и полезным инновациям, таким как микрокредиты, группы самопомощи и системы информации о рынках, которые способствовали достижению ими успеха. Проводимые организациями и ассоциациями мероприятия по обучению и поддержке принесли пользу респондентам - в основном тем из них, которые уже имели определенную бизнес-идею или навыки. Женщины, которые занялись предпринимательской деятельностью в основном, чтобы обеспечить себе средства к существованию, считали, что у них нет надлежащего доступа к информации. Это свидетельствует о наличии значительной заинтересованности в обучении основам предпринимательской деятельности и о необходимости расширения существующих программ с охватом большего числа слушателей. Кроме того, развитие технологий, связанных с доступом к интернету и мобильными приложениями, может способствовать внедрению инноваций и поддержке предпринимательской деятельности. Каждый десятый респондент уже убедился в пользе интернета для своей деятельности, несмотря на то, что на таджикском языке в сети гораздо меньше информации, чем на русском или английском. С увеличением числа пользователей интернета и мобильных приложений, информация, предоставляемая на таджикском языке может охватить в будущем еще большее количество людей.

Многие респонденты говорили об отсутствии государственной поддержки и лишь очень немногие считают, что государственные программы являются источником новых возможностей. Это

отражает несоответствие между потребностями респондентов и целями государственных программ государственной поддержки. Программы поддержки, предлагаемые Правительством Таджикистана, как правило, больше ориентированы на предоставление экспортных и импортных субсидий и на более крупные давно сложившиеся компании. **Поскольку фирмы респондентов в основном представляют собой мелкие, часто семейные предприятия, кредиты, предлагаемые государством, значительно превышают необходимые им суммы, а предоставляемая поддержка не соответствует их потребностям.** Более того, по всей видимости, предприниматели не знали о существовании программ государственной поддержки или не могли найти информацию о них. Респонденты, которые занялись предпринимательством ввиду наличия у них конкретных навыков или бизнес-идей, считали весьма полезными программы поддержки, осуществляемые бизнес-ассоциациями и НПО, тогда как большинство других респондентов считали, что информация о том, как начать и вести свой бизнес, является недоступной. Эти данные указывают на то, что сообщества по поддержке предпринимательства, включая НПО, охватывают лишь определенную часть женщин, занимающихся бизнесом. Следует активизировать усилия, направленные на расширение клиентской базы существующих программ.

У 30% респондентов кто-либо из членов семьи находился на заработках заграницей. Хотя распределение их ответов соответствовало общим тенденциям ответов всех других респондентов, **женщины, имеющие родственников-мигрантов, были немного более склонны к занятию предпринимательской деятельностью в силу необходимости** (примерно 100 респондентов). Тем не менее, большинство представителей этой группы занялись предпринимательством, поскольку они хотели что-то улучшить (примерно 110 респондентов). Разница с представителями семей, не имеющих мигрантов, наиболее сильно проявлялась в отношении к полезным инновациям. Женщины, имеющие родственников-мигрантов, чаще получали помощь, обратившись в группы самопомощи (27% членов семей мигрантов и 21% представителей семей, не имеющих мигрантов), и реже использовали такие технологии как интернет (5% членов семей мигрантов и 9% представителей семей, не имеющих мигрантов) и мобильные приложения (1% представителей семей, где нет мигрантов, 0,6% членов семей мигрантов).

Данное исследование барьеров, препятствующих предпринимательской деятельности женщин, выявило различия в опыте женщин и мужчин, занимающихся бизнесом. Хотя существует много проблем, таких как доступ к рынкам и финансированию, грамотность в вопросах законодательства и налогообложения и трудности, связанные с регистрацией бизнеса, которые затрагивают в равной степени всех предпринимателей, есть и такие барьеры, которые влияют исключительно на женщин. Многие женщины имеют низкий уровень самооценки и не уверены в своих навыках и способностях управлять бизнесом. В качестве возможного варианта решения этой проблемы респонденты предложили тренинги, ориентированные исключительно на женщин. Кроме того, важно обратить особое внимание на положительные примеры ведения бизнеса женщинами и усилить программы наставничества для женщин, в рамках которых состоявшиеся женщины-предприниматели будут давать дополнительный стимул всем женщинам и мужчинам, заинтересованным в предпринимательской деятельности.

ПРООН продолжает работу по поддержке усилий, предпринимаемых в стране, которые направлены на расширение возможностей женщин, во всех областях реализации проектов. Проект "Помощь в интересах торговли", со своей стороны, привлек к участию в данном исследовании 6

НПО и другие заинтересованные стороны внутри страны для более глубокого анализа полученных данных и разработки решений проблем на основании имеющихся у них знаний местного контекста. На основании предложенных решений в 2017г. будет реализован пилотный проект, направленный на преодоление барьеров, препятствующих предпринимательской деятельности женщин. Эти мероприятия соответствуют цели ПРООН, заключающейся в сотрудничестве с Правительством Таджикистана, национальными и международными организациями по развитию и другими заинтересованными сторонами для развития устойчивых источников доходов, снижения бедности и поощрения женщин к ведению предпринимательской деятельности.

Предложения по поводу дальнейших действий:

- Необходимо привлекать больше внимания к примерам женщин-предпринимателей, добившихся успеха, чтобы укрепить уверенность женщин в собственных силах и способствовать формированию сбалансированного восприятия предпринимательства. Хорошим средством пропаганды женского предпринимательства являются программы наставничества, а также положительные истории о женщинах, занимающихся бизнесом.
- Необходимо предпринять усилия для повышения осведомленности о существующих государственных программах поддержки бизнеса. Следует разработать целевые учебные программы для женщин-предпринимателей, чтобы обеспечить глубокое знание минимальных стандартов управления бизнесом.
- Многие коммерческие предприятия действуют на полуофициальной основе. Поэтому необходимо предпринять усилия для расширения предпринимательской деятельности посредством повышения эффективности и привлечения инвестиций, чтобы придать официальный статус вкладу частного сектора в развитие человеческого потенциала.

Биографии авторов отчета

Илона Вильхельмина Веккели

Илона Вильхельмина Веккели является специалистом по экономическому развитию проекта "Помощь в интересах торговли", осуществляемого ПРООН в Таджикистане. Она также является ведущим автором микронарративного исследования в Таджикистане. Основные области ее профессиональной компетенции включают гендерные и инновационные аспекты в контексте развития, а также освещение мнений предпринимателей в средствах массовой информации.

Хатуна Сандрошвили

Хатуна Сандрошвили является сотрудником программы и специалистом по инновациям ПРООН в Грузии. Она разработала микронарративное исследование для Таджикистана и провела обучение представителей страновой команды ПРООН в Таджикистане методам анализа данных. Хатуна работает в области развития в течение последних 15 лет, из которых 10 лет она занималась вопросами оптимизации государственного управления, а в последние годы специализировалась на инновационных подходах.