



ԿԱՆԱՆՑ ԶԵՌՆԵՐԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ

Քանակական և որակական հետազոտություն
Ամփոփ հաշվետվություն

Երևան, Հայաստան
2020թ. նոյեմբեր

Համագործակցությամբ՝



ՄՖԿ-ի մասին

Համաշխարհային բանկի խմբի անդամ հանդիսացող IFC-ն ամենամեծ գլոբալ զարգացման հաստատությունն է, որը զբաղվում է նոր զարգացող շուկաների մասնավոր հատվածով: Մենք աշխատում ենք ավելի քան 100 երկրներում՝ մեր կապիտալը, փորձառությունն ու ազդեցությունը ի գործ դնելով զարգացող երկրներում շուկաներ և հնարավորություններ ստեղծելու համար: 2020 ֆինսկալ տարում մենք 22 միլիարդ դոլար ենք ներդրել զարգացող երկրների մասնավոր ընկերություններում և ֆինանսական հաստատություններում՝ իրացնելով մասնավոր հատվածի ներուժը ծայրահեղ աղքատությանը վերջ դնելու և համատեղ բարգավաճում ապահովելու նպատակով: Լրացուցիչ տեղեկությունների համար այցելեք www.ifc.org:

2021 Միջազգային ֆինանսական կորպորացիա (IFC)

2121 Փենսիլվանիա պողոտա NW

Վաշինգտոն ԿՇ, 20433

Վեբ կայք՝ www.ifc.org

Հեղինակային իրավունքները եւ բովանդակության համար պատասխանատվությունը

Սույն աշխատության նյութը պաշտպանված է հեղինակային իրավունքի միջազգային նորմերով: Հրապարակումը կարող է վերարտադրվել բացառապես ոչ-առևտրային նպատակներով և այն պայմանով, որ պատշաճ հղում արվի դրա աղբյուրին՝ Համաշխարհային Բանկի խմբի անդամ ՄՖԿ-ին:

ՄՖԿ-ն չի երաշխավորում սույն աշխատանքում զետեղված տեղեկատվության, այդ թվում՝ դրանից բխեցված եզրահանգումների և դատողությունների ստուգության, հուսալիության կամ ամբողջականության համար, և չի ստանձնում որևէ պատասխանատվություն կամ պարտավորություն հնարավոր բացթողումների կամ սխալանքների (այդ թվում, առանց սահմանափակման, ուղղագրական կամ տեխնիկական վրիպանքների), ինչպես նաև դրանց վրա հիմնված հետագայում արված գործողությունների համար: Սույն աշխատության մեջ տեղ գտած սահմանափակումները, գումարավորումները, անվանումները, կամ քարտեզների վրա օգտագործման որևէ այլ տեղեկություն կամ տվյալ չեն ենթադրում Համաշխարհային Բանկի խմբի որևէ դատողություն, որը կվերաբերեր որևէ տարածման իրավական կարգավիճակին, մանավանդ՝ նշյալ սահմանների խրախուսանք կամ ընդունում: Սույն հրապարակման մեջ արձանագրված եզրահանգումները, մեկնաբանությունները և եզրակացությունները պարտադիր չէ, որ արտահայտեն Համաշխարհային Բանկի խմբի գործադիր տնօրենների, կան նրանց ներկայացրած երկրների կառավարությունների տեսակետները:

Սույն աշխատության բովանդակությունը կրում է ընդհանուր տեղեկատվական բնույթ և միտված չէ արտացոլելու իրավական, արժեթղթային կամ ներդրումային խորհրդատվություն կամ կարծիք, որը կվերաբերեր որևէ ներդրման նպատակահարմարությանը կամ որևէ տեսակին զորակցմանը: ՄՖԿ-ն, կամ իմ գործընկերները, կարող են որոշ ընկերություններում կամ կողմերում (ներառյալ՝ այստեղ նշվածներում) ներդրում անել, այլ խորհրդատվություն կամ ծառայություն մատուցել նրանց, կամ այլազան ֆինանսական շահագործվածություն ունենալ դրանցում:

Իրավունքների և արտոնագրերի, այդ թվում՝ սուբսիդիար իրավունքների առնչությամբ բոլոր այլ հարցումները պետք է ներկայացվեն հետևյալ հասցեով. IFC Communications, 2121 Pennsylvania Avenue, N.W., Washington, D.C. 20433:

ՀԱՇՎԵՏՎՈՒԹՅԱՆ ՄԱՍԻՆ

Սույն հաշվետվությունը Հայաստանում գործունեություն ծավալող կին ձեռներեցների շրջանում անցկացված որակական, այնպես էլ հայաստանյան ավելի քան 400 ընկերությունների շրջանում անցկացված քանակական հետազոտության հիմնական եզրահանգումների ամփոփում է: Նշված երկու հետազոտությունների կիզակետում են Հայաստանում գործունեություն ծավալող կին ձեռներեցների գործունեության միտումները, ընկալումները, հնարավորությունները և նրանց առջև ծառացող (այդ թվում՝ համավարակից (COVID-19) ածանցվող) մարտահրավերները:

Մշակվել է ՄՖԿ/Համաշխարհային Բանկի խմբի կողմից՝ Մեծ Բրիտանիայի կառավարության «Լավ կառավարման հիմնադրամի» հետ համագործակցությամբ:

Նյութի մշակման աշխատանքները ֆինանսավորվել են Մեծ Բրիտանիայի կառավարության կողմից: Այնուամենայնիվ, սույն աշխատության մեջ արձարծված տեսակետները կարող են չարտահայտել Մեծ Բրիտանիայի կառավարության պաշտոնական քաղաքականության դրույթները:

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

ԵՐԱԽՏԻՔԻ ԽՈՍՔ	5
ՆԱԽԱԲԱՆ	7
ԱՄՓՈՓԱԳԻՐ	8
ՀԱՊԱՎՈՒՄՆԵՐ	13
Գծապատկերների ցանկ	14
Նախապատմությունը	18
ՆՊԱՏԱԿՆ ՈՒ ԽՆԴԻՐՆԵՐԸ	18
ՓՈՒԼ 1. ՈՐԱԿԱԿԱՆ ՖՈԿՈՒՍ-ԽՄԲԵՐ ԵՎ ՀԱՐՑԱԶՐՈՒՅՑՆԵՐ	18
ՓՈՒԼ 2. ՔԱՆԱԿԱԿԱՆ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅՈՒՆ	19
ՓԱՍՏԱԹՂԹԵՐԻ ՔՆՆՈՒԹՅՈՒՆ	21
ՈՐԱԿԱԿԱՆ ԵՎ ՔԱՆԱԿԱԿԱՆ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԵԶՐԱՀԱՆԳՈՒՄՆԵՐԸ	34
1. Հարցվածների բնութագիրը	35
2. Բիզնես սկսելը	38
3. Ֆինանսներ և մեկնարկային ներդրումներ	40
4. Վերապատրաստում և կրթություն	45
5. Ձեռնարկատիրության գործունեության խոչընդոտներ	48
6. Սոցիալ-մշակութային նորմեր	55
7. Համավարակ (COVID-19)	59
8. Հեռանկարներ	66
Եզրակացություններ եվ առաջարկություններ	69
Հավելված 1. Հետազոտության մեթոդաբանությունը	80
Հավելված 2. Հետազոտության հարցաթերթը	89
Հավելված 3. Ֆոկուսային խմբերի քննարկման ուղեցույցեր	105
Հավելված 4. Խորքային հարցազրույցի ուղեցույց	121
Հավելված 5. Խորքային հարցազրույցի ուղեցույց - շահառուներ	123
Օգտագործված գրականության ցանկ	127

ԵՐԱԽՏԻՔԻ ԽՈՍՔ

Սույն հետազոտությունը իրականացրել են «Հետազոտական ռեսուրսների կովկասյան կենտրոն (ՀՌԿԿ)-Հայաստան» հիմնադրամը և «EV Consulting» ընկերությունը՝ «Հայաստան-Տնտեսական աճ և կանանց տնտեսական հնարավորությունների ընդլայնում» ծրագրի շրջանակներում: Ծրագիրն իրականացվում է Համաշխարհային Բանկի խմբի անդամ հանդիսացող՝ Միջազգային ֆինանսական կորպորացիայի կողմից, Միացյալ Թագավորության կառավարության «Լավ կառավարման հիմնադրամի» հետ համագործակցությամբ¹:

«Հետազոտական ռեսուրսների կովկասյան կենտրոն (ՀՌԿԿ)-Հայաստան» հիմնադրամը և «EV Consulting» ընկերությունն իրենց երախտագիտությունն են հայտնում բոլոր նրանց, ովքեր իրենց նպաստն են բերել սույն հաշվետվության պատրաստմանը: Հատուկ երախտիքի խոսք ենք հղում:

- «Հայաստան. Տնտեսական աճ և կանանց տնտեսական հնարավորությունների ընդլայնում» Ծրագրի ղեկավար Գայանե Մկրտչյանին՝ հետազոտության բոլոր փուլերում անխափան օժանդակության համար
- Համաշխարհային Բանկի մասնավոր հատվածի ավագ մասնագետ՝ Սոֆիա Մուրադյանին՝ հետազոտության կառուցվածքի ձևավորման աշխատանքները և արդյունքները քննության առնելու համար

- ՄՖԿ խորհրդատու Վաթա Նադարեիշվիլին՝ հարցաթերթի մշակման, ընտրանքի ձևավորման, տվյալների վերլուծության ընթացքում փորձագիտական խորհրդատվություն տրամադրելու համար
- ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարի տեղակալ Նաիրա Մարգարյանին՝ հարցաթերթի վերաբերյալ հարցադրումների, ինչպես նաև հետազոտության պատրաստման ընթացքում տեղի ունեցած քննարկումներին մասնակցություն բերելու համար
- Ներդրումների աջակցման կենտրոնի ՁԵՑ ներկայացուցիչներ Լիլիթ Ափուջանյանին և Լիլիթ Հայրապետյանին՝ ձեռնարկությունների ցանկ տրամադրելու համար
- Այն բոլոր ձեռնարկատերերին, որոնք մասնակցեցին հետազոտությանը և հարցազրուցավարներին՝ մեզ հետ համագործակցելու համար:

Սույն հաշվետվությունը մշակվել է ՀՌԿԿ-Հայաստան հիմնադրամի և «EV Consulting» ընկերության կողմից, մասնավորապես՝

- Զարուհի Սիմոնյան, տվյալների արխիվացման և դուրսբերման փորձագետ, քանակական հետազոտության հաշվետվության մշակող (Գլուխներ 1, 5, 6 և 9)

¹ Նյութի մշակման աշխատանքները ֆինանսավորվել են Մեծ Բրիտանիայի կառավարության կողմից: Այնուամենայնիվ, սույն աշխատության մեջ արձարժված տեսակետները կարող են չարտահայտել Մեծ Բրիտանիայի կառավարության պաշտոնական քաղաքականության դրույթները:

- Էլլա Կարագուլյան, ընտրանքային հարցման մասնագետ
- Շեղինե Մանասյան, ծրագրի համակարգող և հարցաթերթերի փորձագետ
- Հովհաննես Աթաբեկյան, որակական հետազոտության թիմի ղեկավար
- Մարիամ Եվդոկիմովա, քանակական հետազոտության հաշվետվության մշակող (Գլուխներ 2-4)
- Նարինե Խաչատրյան և Նարինե Պողոսյան, որակական հետազոտության հարցազրուցավարներ և վերլուծողներ
- Ռայան Մեթյու, գրասենյակային հետազոտության և հարցաթերթի մշակման մասնակից, ամփոփ հաշվետվության մշակող
- Սոնա Բալասանյան, Ծրագրի վարչական համակարգող, գեներելի փորձագետ
- Սոնա Գրիգորյան, ֆոկլուս-խմբերի համակարգող
- Տիգրան Մաթոսյան, քանակական հետազոտության հաշվետվության մշակող (Գլուխներ 7-8)

Լրացուցիչ աջակցություն են ցուցաբերել Մարիամ Առաքելյանը, ով մշակել է հարցաթերթի թարգմանչային ձևաչափը, և Իրինա Եսայանը, ով մշակել է հաճախությունների աղյուսակները:

ՆԱԽԱԲԱՆ

Համաշխարհային Բանկի խմբի անդամ հանդիսացող՝ Միջազգային ֆինանսական կորպորացիան նախաձեռնել է սույն հետազոտությունը Հայաստանում կին ձեռներեցների առջև ծառացող խոչընդոտները բացահայտելու նպատակով: Հետազոտության եզրահանգումները թույլ կտան մշակել կին ձեռներեցների կարողությունների հզորացման ծրագրեր, ի լրումն կին ձեռներեցներին աջակցող ծառայություններ մատուցելու շրջանակներում համայնքային միջնորդների՝ կարողությունների զարգացման ծրագրերի: ՄՖԿ-ն պայմանագիր է կնքել «Հետազոտական ռեսուրսների կովկասյան կենտրոն (ՀՌԿԿ)-Հայաստան» հիմնադրամի և «EV Consulting» ընկերության հետ՝ ինչպես ֆոկլուս-խմբային ձևաչափով որակական, այնպես էլ քանակական հետազոտություն անցկացնելու միջոցով կին ձեռներեցների առջև ծառացած մարտահրավերները բացահայտելու նպատակով: Սույն հաշվետվության մեջ շարադրված են որակական և քանակական հետազոտության եզրահանգումները և ուրվագծված են համապատասխան առաջարկությունները:

Սույն հաշվետվությունը Միացյալ Թագավորության կառավարության «Լավ կառավարման հիմնադրամի» (ԼԿՀ) հետ համագործակցությամբ Միջազգային ֆինանսական կորպորացիայի կողմից իրականացվող՝ «Հայաստան. Տնտեսական աճ և կանանց տնտեսական հնարավորությունների ընդլայնում» ծրագրի բաղադրիչներից մեկն է: Ծրագիրը նպատակադրված է Հայաստանում խթանել ներդրումների աճ, ձեռներեցության զարգացում և ստեղծել աշխատատեղեր: Երկամյա տևողությամբ այս նախաձեռնության շրջանակներում Կառավարությանը խորհրդատվական աջակցություն է տրամադրվում՝ թիրախավորելով ձեռներեցության համար բարենպաստ մթնոլորտի ստեղծումը օտարերկրյա ուղղակի ներդրումներ ներգրավելու միջոցով, շնորհիվ ներդրումների և արտահանման խթանմանը, և կարողությունների զորացման միջոցով կանանց ձեռներեցության ընդլայնմանն ուղղված միջոցառումների:

Ծրագրի նպատակը կին ձեռներեցների տնտեսական գործունեության արդյունքների բարելավումն է՝ բիզնես հմտությունների հզորացման և բիզնես ցանցերը նրանց հասանելի դարձնելու հնարավորությունների ընդլայնման շնորհիվ: Ծրագրի մոտեցման կիզակետում է կին ձեռներեցների և միջնորդների կարողությունների հզորացումը հետևյալ գործողությունների միջոցով.

- Կին ձեռնարկատերերի՝ ընկերությունների մակարդակում սահմանափակումների և խոչընդոտների բացահայտում
- Կին ձեռներեցների, այդ թվում՝ սկսնակների և ՓՄՁ-ների կարողությունների զարգացմանն աջակցություն
- Համայնքներում բիզնես միջնորդների կարողությունների զարգացմանն աջակցություն՝ կին ձեռներեցներին աջակից ծառայություններ մատուցելու գործում:

Ծրագրի ակնկալվող արդյունքներից են կին ձեռներեցների և ՓՄՁ-ների եկամուտների աճը, կանանց կողմից ղեկավարվող ընկերությունների համար լրացուցիչ ֆինանսավորման հայթայթումը, ինչպես նաև կանանց ձեռներեցությանն աջակից ծրագրեր մշակելու ուղղությամբ երկու միջնորդների կարողությունների աճը:

ԱՄՓՈՓԱԳԻՐ

1 Նախապատմություն

Սույն հետազոտության առաջնային նպատակն է բարելավել Հայաստանում կանանց ձեռնարկությունների մակարդակում առկա սահմանափակումների և խոչընդոտների իմացության աստիճանը: Երկրորդը նպատակն է հնարավոր գործընկերների բացահայտումը, այդ թվում՝ դոնորներ, ֆինանսական և միկրո-ֆինանսավորման կառույցներ, կառավարություն, փորձագետներ և այլ դերակատարներ, որոնք կշարունակեն կին ձեռներեցներին օժանդակություն տրամադրել ծրագրի ավարտից հետո:

Սույն հետազոտությունը անցկացվել է երկու փուլով. առաջին փուլը որակական հետազոտությունն էր, երկրորդը՝ քանակական: Առաջին փուլը ներառում էր ֆոկլոր խմբերի հետ աշխատանքը՝ կին ձեռներեցների մասնակցությամբ և դերակատարների հետ հարցազրույցներով՝ որոնց նախորդեց կին ձեռներեցներին հասու ծառայությունների քարտեզագրման նպատակով համապատասխան փաստաթղթերի ուսումնասիրությունը: Երկրորդ փուլը երկրի կտրվածքով ներկայացուցչական քանակական ուսումնասիրության մշակումն ու իրականացումն էր, որի նպատակը ձեռներեցության բնագավառում հատկապես կին ձեռներեցների առջև ծառացած մարտահրավերների բացահայտումն էր:

Ինչպես ցույց տվեցին խնդրո առարկա թեմային նվիրված բազմաթիվ այլ ուսումնասիրությունները, կանանց ձեռներեցությունը զբաղվածությունն ավելացնելու, բարիք ստեղծելու եւ

ընդհանրապես՝ տնտեսական զարգացման թերգործադրված ներուժ է: Համաշխարհային կտրվածքով կանանց ձեռներեցության մարտահրավերներից են ֆինանսական միջոցների հասանելիությունը, սոցիալ-մշակութային գործոնները, ձեռներեցության համար անհրաժեշտ հմտությունների պակասը, ինչպես նաև մասնագիտական փոխգործակցության ցանցերի բացակայությունը: Հայաստանում դիտարկվող խոչընդոտները վերը նշվածների արտացոլանքն են, որոնց հավելվում են այնպիսի գործոններով պայմանավորվածները, ինչպիսիք են սակավաթիվ կանանց՝ հողի և տնային տնտեսությունների ակտիվների սեփականատեր լինելը:

Հայաստանում կանանց հասու աջակից գործող ծրագրերը գլխավորապես կենտրոնացած են բիզնես կրթության, հմտությունների ձեռավորման եւ ցանցերի կառուցման շուրջ՝ ուղղակի ֆինանսական աջակցության կամ դրամաշնորհների հայթաթման սահմանափակ հնարավորությունների պայմաններում: Նշյալ ծառայությունները մատուցող կազմակերպությունները պետք է բարձրացնեն իրենց գործունեության և ծառայությունների հասանելիության վերաբերյալ իրազեկվածության աստիճանը, հաշվի առնելով, որ սույն հետազոտության հարցումների թիրախ-մասնակիցների գերակշիռ մեծամասնությունը նշել է, որ չի օգտվել կամ դիմել կառավարությանը, հասարակական կազմակերպություններին կամ միջազգային կառույցներին՝ անհրաժեշտ ծառայություններ ստանալու հայտերով:

2 Ձեռներեցության բնութագրերը և դրդապատճառները

Սույն հետազոտության ազդակիր մասնակիցների բնութագրերը համահունչ են այն միտումներին, որոնք հատուկ են կին ձեռներեցներին ամբողջ աշխարհում, մասնավորապես կանանց ձեռնարկությունների փոքր լինելու մասով²: Հետազոտության ներքո կանանց բիզնեսները առավելապես միկրո կամ փոքր էին (համապատասխանաբար՝ 40.2 և 29.9%), ավելի «երիտասարդ» (միջինը՝ 6 տարվա պատմություն ունեցող), գրանցված որպես մեկ սեփականատեր ունեցող կամ անհատ ձեռներեց (79.9%, 53.2% տղամարդկանց սեփականություն հանդիսացող բիզնեսների համեմատությամբ), և առավելապես առևտրի բնագավառում գործողներ՝ դարձյալ տղամարդկանց բիզնեսների համեմատությամբ (համապատասխանաբար՝ 61.5 և 52.4%): Հետազոտությանը մասնակից կին ձեռներեցների մեծ մասը չունեին 18 տարեկանից ցածր տարիքի զավակներ, ամուսնալուծված էին կամ այրի: Տուն-աշխատանք համաչափության մարտահրավերը քանակական հետազոտության մեջ նշվել է որպես էական խոչընդոտ:

Ձեռնարկատիրական գործունեությամբ զբաղվելու կռվանները ընդհանուր առմամբ նույն են տղամարդկանց ու կանանց համար, իսկ դրանցից առավել էականը՝ սեփական գործ սկսելը, ձեռք բերելը, միավորվելը՝ «դրամ վաստակելն է» (60.6% տղամարդկանց եւ 63.9% կանանց դեպքում): Սրան հաջորդում են «աշխատանք կամ եկամուտի այլ աղբյուր չգտնելը» (24.3% տղամարդկանց և 30.5% կանանց դեպքում) և «նախկին փորձը կիրառելու ձգտումը» (16.4% տղամարդկանց

և 17.8% կանանց դեպքում): Քանակական հետազոտության մեջ ներգրավված կանայք ձեռներեցությամբ զբաղվելու նաև այլ դրդապատճառներ ունեն, մասնավորապես՝ ընտանեկան բիզնեսը շարունակելը, առկա գիտելիքի և հմտությունների գործադրումը, մասնագիտության փոփոխությունը, շուկայի առաջարկած հնարավորություններից օգտվելը, ինչպես նաև որոշակի բնագավառներում գործունեություն ծավալելու նախանձախնդրությունը: Ավելին, զբաղվածության սակավ հնարավորությունները հատկապես մարզերում նույնպես դրդապատճառ է կանանց համար հետամուտ լինելու ձեռներեցությամբ զբաղմունքին:

Թե՛ տղամարդ, թե՛ կին ձեռներեցների ընտանիքները սովորաբար աջակցում են իրենց սեփական բիզնեսով զբաղվելու գործում:

Քանակական հետազոտության մասնակիցների գերակշիռ մեծամասնությունը (80.3%) նշել է, որ ընտանիքների անդամներից կամ մոտ բարեկամներից ստացել են աջակցություն սեփական բիզնես վարելու իրենց ջանքերում: Որակական հետազոտությունը նույնպես վկայում է կին ձեռներեցներին ընդհանուր աջակցության մասին: Թեև բազմաթիվ կանայք զգում են տուն-բիզնես համաչափություն պահպանելու ծանրությունը և կատարում տնային տնտեսվարման պարտականությունները, որակական հետազոտության մեջ ընդգրկված ձեռներեց կանայք նշել են, որ ստանում են ընտանիքների աջակցությունը, այդ թվում՝ ամուսինների, ծնողների, մեծ հայրեր-մայրերի և զավակների: Ձեռներեց ջանքերին հատկացվող ընտանիքի աջակցությունը տարաբնույթ է՝ տան ու ընտանիքի հոգսերը հոգալուց մինչև ֆինանսական օժանդակություն:

2 Stu' David Cuberes et al. ["The determinants of entrepreneurship gender gaps: A cross-country analysis."](#) *Review of Development Economics*, 23, no. 1 (2018) (Դավիթ Քյուբերես և ուրիշներ. «Ձեռներեցության գենդերային խզվածքների կանխորոշիչները. համապետական վերլուծություն», Ջարգացման տնտեսագիտության տեսություն)

3 Ֆինանսներ և սկզբնական ներդրումներ

Մինչ բիզնես սկսելու համար անձնական, տնային տնտեսության խնայողություններն օգտագործելու հավանականությունը տղամարդկանց կողմից ավելի մեծ է, կանանց՝ վարկային միջոցներ որոնելու հավանականությունն է ավելի մեծ: Բիզնես սկսելու համար անձնական, տնային տնտեսությունների խնայողություններից օգտված՝ կանանց սեփականություն հանդիսացող բիզնեսների գրեթե կեսը (53.4%) դիմել է դրանց որպես ֆինանսավորման հիմնական աղբյուր, իսկ տղամարդկանց՝ 69.3%-ը: Կանանց սեփականություն հանդիսացող բիզնեսների 21.6%-ը օգտվել է առևտրային բանկերի վարկերից (սկսելու կամ ձեռք բերելու համար իրենց բիզնեսները), տղամարդկանց՝ միայն 12.3%-ը: Կառավարությունը, հասարակական կազմակերպությունները և միջազգային կառույցները ամենաքիչն են բիզնես սկսելու կամ ձեռք բերելու համար ֆինանսավորման աղբյուր հանդիսանում. ոչ մի հարցված կին չի նշել սրանք որպես այդպիսին: Այս հանգամանքը վկայություն է որակական հետազոտության շրջանակներում բացահայտված խնդիրների, որոնք կապված են ժառանգության փորձի և 90-ականների հողի մասնավորեցման պրակտիկայի հետ, որոնց բերումով տղամարդկանց, ավելի քան կանանց՝ հասանելի են դարձել արտադրական ռեսուրսները:

Անցած երկու տարիների ընթացքում կանանց սեփականություն հանդիսացող բիզնեսների 56.1%-ն է դիմել վարկ ստանալու համար, տղամարդկանց՝ 41.4%-ը: Արտադրության ոլորտում գործող ընկերություններն ավելի հաճախ են դիմել վարկային ռեսուրսների հայտերով (57.7%), քան նրանք, որոնք աշխատում են առևտրի (47%) և սպասարկման (40.5%) ոլորտներում: Հատկանշական է, որ

գրեթե բոլոր վարկային հայտերը (88.2%) հաստատվել են, մինչդեռ որակական հետազոտության մեջ նշվում էին այս գործընթացի դժվարությունները առավելապես բարձր տոկոսադրույքների ու գրավի պահանջների պատճառով: Հետաքրքրական է, որ ընկերությունների 78.8%-ը չունի խնայողական ավանդներ:

4 Վերապատրաստում և կրթություն

Ձեռներեցների գերակշիռ մասը (92.1%) չի օգտվել իրենց բիզնեսներին առնչվող անհատույց աջակից ծառայություններից կամ վերապատրաստումներ անցնելու հնարավորությունից վերջին երկու տարիների ընթացքում, թեև նրանց 43.6%-ը նշել է, որ կանեն դա ապագայում: Խոշոր ձեռնարկությունների համեմատությամբ անհատույց ծառայությունների օգտվելու հավանականությունը միկրո, փոքր և միջին ձեռնարկությունների կողմից էապես ավելի ցածր է: Որակական հետազոտության մասնակիցները նույնպես ցանկություն են հայտնել մշակելու իրենց գիտելիքները և հմտությունները ձեռներեցության բնագավառում: Ֆոկուս խմբում ընդգրկված գրեթե բոլոր կանայք գիտակցում են ձեռներեցության ու ձեռնարկատիրական գործունեությունը պատճառ կերպով վարելու համար իրենց անհրաժեշտ գիտելիքների ու հմտությունների բացերը:

Աջակից ծառայությունների եւ վերապատրաստումների առավել փնտրված եւ անհրաժեշտ թեմատիկան ընդգրկում է (1) բիզնես կառավարումը, (2) շուկայավարումը, (3) ֆինանսական խորհրդատվությունը, (4) իրավական խորհրդատվությունը եւ (5) մասնագիտացված համագործակցային ցանցերը: Որակական հետազոտության մասնակիցները նշել են, որ էական խոչընդոտների են հանդիպում շուկայավարման բնագավառում, որոնք պայմանավորված

են գիտելիքի և նշյալ հարցերով զբաղվող անձնակազմի պակասով: Բացի այդ, թեև մասնակիցների համապատասխանաբար միայն 23.3% և 15%-ն են նշել մասնագիտացված համագործակցության ցանցերի և մենտորինգի կարևորությունը, որակական հետազոտության մասնակիցները վկայել են համապատասխան կարիքների առկայությունը, որը պայմանավորված է կին ձեռներեցների միջև և նրանց հանրության՝ այլ դերակատարների հետ գործակցության ցածր աստիճանով:

5 Ձեռներեցությամբ զբաղվելու խոչընդոտները

Թե՛ քանակական, թե՛ որակական հետազոտությունները բացահայտել են Հայաստանում գործող թե՛ տղամարդ, թե՛ կին ձեռներեցներին հանդիպող խոչընդոտների ընդհանրություններ եւ առանձնահատկություններ, որոնցից առավել նշանակալիցը ֆինանսական միջոցների հասանելիության պակասն է: Ընդհանուր խոչընդոտներից առավել հաճախ են նշվել հետևյալները, ընդ որում՝ գրեթե հավասարապես տղամարդկանց և կանանց կողմից. «ֆինանսական միջոցների հասանելիությունը» (38.8% տղամարդ և 39% կին) և «ոչ-ֆորմալ հատվածում մրցակիցների վարվելակերպը» (27.6% տղամարդ և 29.1% կին): Տղամարդկանց և կանանց առանձնահատուկ խոչընդոտներից նշվել են «քաղաքական անկայունությունը» (37.1% տղամարդ և 29.8% կին), «աշխատուժի անհամարժեք կրթական ցենզը» (41.7% տղամարդ և 22.8% կին), «ժամանակի սղությունը» (20.1% տղամարդ և 25.1% կին) և «աշխատանքի և կյանքի համաչափության պահպանումը» (14% տղամարդ և 21.9% կին):

Նշյալ խոչընդոտներից «ժամանակի սղությունը» եւ «աշխատանքի ու կյանքի համաչափության պահպանումը» էապես ավելի մեծ ազդեցություն են գործել կանանց, քան թե տղամարդկանց վրա:

Այդ ազդեցությունը քննարկվել է որակական հետազոտության շրջանակներում, երբ կին ձեռներեցները նշել են մի շարք դժվարություններ, որոնք վերաբերում են տան ու ընտանիքի պարտականությունները ձեռնարկատիրականների հետ համատեղելուն: Ավելին, թեև «աշխատուժի անհամարժեք կրթական ցենզը» ավելի շատ նշվել է տղամարդկանց շրջանում, կին ձեռներեցները նշել են նաև հմուտ աշխատողներ գտնելու և պահելու հետ կապված դժվարությունները:

6 Սոցիալական և մշակութային նորմեր

Հարցվածներին խնդրել ենք նշել այն պատճառները, որոնց բերումով հայաստանյան բիզնեսների մեծ մասը վարում են տղամարդիկ, եւ պատասխաններից էապես ավելի հաճախ հանդիպողը «տան գործերը եւ երեխաների խնամքը կանխարգելում է ձեռներեցությամբ կանանց զբաղվել»-ն էր (48.4% տղամարդիկ, 39.2% կանայք): Սրան հաջորդող պատճառներից են «տղամարդիկ ավելի մեծ հավանականությամբ են ռիսկի գնում իրենց բիզնեսն սկսելիս» (36.2% տղամարդ և 27.4% կին), «առկա ավանդություններն ու սովորությունները սահմանափակում են կանանց մասնագիտական ձգտումները» (30.1% տղամարդ և 26.1% կին) և «իրենց բիզնեսներն անգամ վարելիս կանայք շարունակում են հենվել տղամարդկանց ուղղորդման, հովանավորության կամ հավանության վրա» (28.2% տղամարդ և 28.7% կին):

Հարցման մասնակիցներին խնդրել ենք նշել այն հատուկ խոչընդոտները, որոնք կին ձեռներեցները ի գործու չեն հաղթահարել: Տղամարդկանց շրջանում առավել հաճախ հանդիպող պատասխանն էր «տան գործերը եւ երեխաների խնամքը» (51% տղամարդիկ եւ 50.6% կանայք), մինչդեռ կանանց շրջանում գրանցված գերակշռող պատասխանը «մեկնարկային դրամագլխի

բացակայություն»-ն էր (52.3% կանայք եւ 26.2% տղամարդիկ): Այս պատասխաններին հաջորդում էին «առկա ավանդություններն ու սովորությունները» (36% տղամարդ և 25.5% կին), «համապատասխան հմտությունների, գիտելիքների ու փորձի պակասը» (16.1% տղամարդ և 19.9% կին), «հարկումից վախն ու հաշվապահության դժվարությունները» (13.1% տղամարդ և 18% կին) և «իրացման շուկայի սահմանափակությունը» (16.4% տղամարդ և 12.3% կին):

7 Համավարակ (COVID-19)

Հետազոտված ընկերությունների գերակշիռ մասը (80.7%) արձանագրել է եկամուտների անկում նոր՝ թագաժառի համավարակի պատճառով: Վարակը նաև կրճատել է պահանջարկը հարցված ընկերությունների արտադրանքի երկու-երրորդի նկատմամբ (62.7%): Հետազոտությունն անցկացնելու միջոցին, ընկերությունների ավելի քան երկու-երրորդը (69.2%) դեռ դիմագրավում էր եկամուտների անկումը, իսկ ավելի քան կեսն էլ (52.9%)՝ նշում իրենց արտադրանքի հանդեպ պահանջարկի նվազումը:

Տղամարդկանց շրջանում բիզնեսի վերականգնման ակնկալիքները ավելի լավատեսական են, քան կանանց: Կին ձեռնարկատերերի գրեթե կեսը (44.5%) չէր պատկերացնում, թե որքան կտևի վերականգնման ժամանակահատվածը՝ տղամարդկանց 33.6%-ի դիմաց: Կին ձեռներեցների տասնվեց տոկոսը հավատացած էր, որ իրենց բիզնեսները կվերականգնվեն մինչև վեց ամսվա ընթացքում՝ տղամարդկանց 27.6%-ի դիմաց:

Համավարակի դեմ պայքարի կառավարության ծրագրերից 8-րդը³ առավել պահանջվածն է բիզնես հանրության շրջանում: Դիմորդների 40.6%-ն այն կարծիքի են, որ այս ծրագրով իրենց բիզնեսների համար կարևոր օգուտներ են ապահովվում: Հարցազրույցների մասնակից բիզնեսների տեր տղամարդիկ ավելի դրական են գնահատում նշյալ ծրագիրը, քան կանայք (համապատասխանաբար՝ 47.5% և 29.1%):

8 Հեռանկարներ

Հարցազրույցների մասնակիցների 24%-ը նշել է, որ գալիք երկու տարիների ընթացքում ներդրումներ են անելու իրենց բիզնես տարածքների բարելավման, 23.8%-ը՝ արտադրանքի ծավալի ավելացման, եւ 22.1%-ը՝ գործառնություններն ու տեխնոլոգիաները կատարելագործելու բնագավառներում: Հարցվածների մեծագույն հատվածը (30.5%) չունեին նշյալ ժամանակահատվածում իրենց բիզնեսներում ներդրումներ անելու և ոչ մի սպասում:

Ընկերությունների գրեթե կեսը (43.7%) նշել է, որ իրենց տարեկան իրացումների ծավալը 2019թ.-ին աճել է 2017թ.-ի համեմատ, իսկ 31.3%-ն էլ նշել է այս ցուցանիշի անկում: Հարցվածների փոքր մասը, 12.2%-ը, նշել է, որ տարեկան իրացումները մնացել են անփոփոխ: Ինչ վերաբերում է հաջորդ տարվան, ապա մեծ մասը (40.7%) լավատեսորեն է տրամադրված իրացումների հարցում, մինչդեռ երկրորդ ամենամեծ բաժինն (31%) ընկնում է նրանց, ով վստահ չէ ոչ աճի, ոչ էլ անկման իր սպասումներում: Վերջապես, բիզնեսների 18.6%-ը հաջորդ տարվա ընթացքում սպասում է իրացման ծավալների անկում:

3 Կորոնավիրուսի տնտեսական հետևանքների չեզոքացման ծրագրի 8-րդ միջոցառումը վերաբերում է համավարակից հատկապես տուժած մասնավոր հատվածում աշխատողներին և անհատ ձեռներեցներին:

ՀԱՊԱՎՈՒՄՆԵՐ

ԱԶԲ	Ասիական զարգացման բանկ
ԱՄԿ	Աշխատանքի միջազգային կազմակերպություն
ԱՄՀ	Արժույթի միջազգային հիմնադրամ
ԱՄՆ ՄԶԳ	ԱՄՆ միջազգային զարգացման գործակալություն
ԲՀԳ	Բիզնես հաջողության գործոն
ԳՀՓՏ	Գենդերային հավասարություն. փաստեր և տվյալներ
ԳՄՀԸ	Գերմանիայի միջազգային համագործակցության ընկերություն
ԵՄ	Եվրոպական Միություն
ԿԲՕ	Կանայք, բիզնես և օրենք
ԿԶ	Կին ձեռներեց
ՀԵԿԱ	Հայաստանի երիտասարդ կանանց ասոցիացիա
ՀԸԲՄ	Հայկական ընդհանուր բարեգործական միություն
ՀԿՄԱ	Հայ կանանց միջազգային ասոցիացիա
ՀՆԱ	Համախառն ներքին արդյունք
ԶՀ	Զեռնարկատերերի հետազոտություն
ՄԱԿ	Միացյալ ազգերի կազմակերպություն
ՄԱԿԶԾ	ՄԱԿ-ի զարգացման ծրագիր
ՄՓՄԶ	Միկրո, փոքր և միջին ձեռնարկություն
ՄՖԿ	Միջազգային ֆինանսական կորպորացիա
ՋԿԽԱԻ	Ջորջթաունի կանանց, խաղաղության և անվտանգության ինստիտուտ
ՍՄԵԴԱ	Հայաստանում ՓՄՁ զարգացմանն աջակցություն
ՎԶԵԲ	Վերակառուցման և զարգացման եվրոպական բանկ
ՏՀԶԿ	Տնտեսական համագործակցության և զարգացման կազմակերպություն
ՓՄԶ	Փոքր և միջին ձեռնարկություն
ՓՄԶ ԶԱԿ	Փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման Ազգային կենտրոն
ՔՀԿ	Քաղաքացիական հասարակության կազմակերպություն

ԳԾԱՊԱՏԿԵՐՆԵՐԻ ՑԱՆԿ

Գծապատկեր 1.1.	35
Ընկերությունների բաշխումն ըստ չափի և սեփականատերերի սեռի (տոկոս ամբողջի մեջ՝ ըստ սեփականատերերի սեռի, n=407)	
Գծապատկեր 1.2.	36
Ընկերությունների բաշխումն ըստ գործունեության տևողության և սեփականատիրոջ սեռի (տոկոս ամբողջի մեջ՝ ըստ սեփականատիրոջ սեռի, n=407)	
Գծապատկեր 1.3.	36
Ընկերությունների բաշխումն ըստ ոլորտների և սեփականատիրոջ սեռի (տոկոս ամբողջի մեջ՝ ըստ սեփականատիրոջ սեռի, n=407)	
Գծապատկեր 1.4.	37
Հարցվածների ընտանեկան կարգավիճակը ըստ սեռի (տոկոս ամբողջի մեջ, n=407)	
Գծապատկեր 1.5.	37
Մինչև 18 տարեկան երեխաների թիվը ըստ հարցվածների սեռի (տոկոս ամբողջի մեջ, n=407)	
Գծապատկեր 1.6.	38
Լրիվ դրույքով աշխատողների թվաքանակը (տոկոս ամբողջի մեջ, n=407)	
Գծապատկեր 2.1.	39
Բիզնես սկսելու (ծեռք բերելու, այլ բիզնեսին միավորվելու) երկու կարևորագույն դրդապատճառները (տոկոսն ըստ սեռի, ընդունվել են մինչև երկու պատասխան, n=407)	
Գծապատկեր 2.2.	40
Կամր Ձեր ընտանիքում (հարազատների շրջանում) մեկը, ով աջակցել է սեփական բիզնես հիմնելու Ձեր ջանքերին (տոկոս, n=407)	
Գծապատկեր 2.3.	40
Կամր Ձեր ընտանիքում (հարազատների շրջանում) մեկը, ով դեմ է եղել կամ խոչընդոտել է սեփական բիզնես հիմնելու Ձեր ջանքերին (տոկոս n=407)	
Գծապատկեր 3.1.	41
Նշեք բիզնես հիմնելու (ծեռք բերելու) Ձեր հիմնական ֆինանսական աղբյուրը (տոկոս ըստ սեռի, n=407)	

- Գծապատկեր 3.2.** 42
Փորձել է արդյո՞ք ընկերությունը վերջին երկու տարիների ընթացքում գտնել ֆինանսական միջոցներ բիզնեսը զարգացնելու համար (բացի համավարակի գծով օգնությունից).
(տոկոս ամբողջի մեջ՝ ըստ ձեռնարկատիրոջ սեռի, n=407)
- Գծապատկեր 3.3.** 43
Եթե այո՝ որտեղից է ընկերությունը փորձել ֆինանսական միջոցներ ստանալ
(հարցվածների տոկոս, n=141; ըստ սեփականատիրոջ սեռի)
- Գծապատկեր 3.4.** 44
Վերջին երկու տարվա ընթացքում դիմե՞լ եք վարկային միջոցներ ստանալու համար
(տոկոս ամբողջի մեջ, n=407)
- Գծապատկեր 3.5.** 44
Միայն ամենավերջին հայտի ճակատագիրը (տոկոս ամբողջի մեջ, n=195)
- Գծապատկեր 3.6.** 44
Նշեք, խնդրեմ մերժման պատճառը (տոկոս ամբողջի մեջ, n=18)
- Գծապատկեր 3.7.** 45
Կազմակերպությունն ունի՞ խնայողական հաշիվ (տոկոս, n=407)
- Գծապատկեր 4.1.** 46
Օգտվե՞լ եք արդյոք անհատույց աջակից ծառայություններից վերջին երկու տարիների ընթացքում: Կցանկանայի՞ք հետագայում օգտվել (տոկոս, n=407)
- Գծապատկեր 4.2.** 46
Օգտվե՞լ եք արդյոք անհատույց աջակից ծառայություններից կամ վերապատրաստումներից վերջին երկու տարվա ընթացքում (տոկոս, n=407)
- Գծապատկեր 4.3.** 47
Օգտվե՞լ եք արդյոք անհատույց աջակից ծառայություններից կամ վերապատրաստումներից վերջին երկու տարվա ընթացքում: Եթե այո՝ նշեք դր
(օգտվածները, ընդունվել են մեկից ավելի պատասխաններ, n=37)
- Գծապատկեր 4.4.** 48
Ցանկանո՞ւմ եք ապագայում ստանալ նշված անհատույց ծառայությունները և վերապատրաստումները: Եթե այո՝ նշեք հատկապես դր
(ցանկացողների տոկոսը; ընդունվել են մեկից ավելի պատասխաններ, n=191)

Գծապատկեր 5.1.	49
Նշված տարրերից յուրաքանչյուրը ինչ ազդեցության խոչընդոտ է Ձեր բիզնեսի համար (տոկոս ամբողջի մեջ՝ ըստ տողի)	
Գծապատկեր 5.2.	50
Մարտահրավերները ըստ հարցվածների սեռի, մաս 1 (տոկոս ամբողջի մեջ՝ ըստ տողի)	
Գծապատկեր 5.3.	51
Աշխատուժի թերկրթվածություն. մանրամասներ ըստ հարցվածների սեռերի (տոկոս, n=140)	
Գծապատկեր 5.4.	52
Ֆինանսների հասանելիությունը իբրև մարտահրավեր. որոշ մանրամասներ (տոկոս, n=147)	
Գծապատկեր 5.5.	53
Քաղաքական անկայունություն. մարտահրավերներն ըստ պատասխանողների սեռի (տոկոս ըստ սյունակների, n=119)	
Գծապատկեր 5.6.	54
Աշխատանք-տուն հավասարակշռությունը մարտահրավեր, ըստ սեռերի (տոկոս ըստ սյունակի n=72)	
Գծապատկեր 5.7.	54
Աշխատանք-տուն հավասարակշռությունը մարտահրավեր. ըստ ընտանեկան վիճակի (տոկոս ըստ սյունակի, n=385)	
Գծապատկեր 6.1.	56
Հայաստանում բիզնեսների մեծ մասը վարում են տղամարդիկ: Խնդրում ենք քննության առնել ստորև նշված պնդումները և բացահայտել այս երևույթի պատճառները (պնդումներին համամիտների բաժինը ըստ սեռի, տոկոս, n=407)	
Գծապատկեր 6.2.	57
Որո՞նք են բիզնեսում ներգրավվել ցանկացող կանանց առջև ծառացած անհաղթահարելի խոչընդոտները (խոչընդոտը մատնաշաճների բաժինն ըստ սեռի, տոկոս, n=407)	
Գծապատկեր 7.1.	60
Համավարակի հր հետևանքներն է կրել ձեր ընկերությունը	
Գծապատկեր 7.2.	61
Ստորև նշվածներից՝ համավարակի հր հետևանքներն է դեռ կրում ձեր ընկերությունը	
Գծապատկեր 7.3.	62
Համավարակի և կանխարգելիչ միջոցառումների ազդեցությունը ընկերության	

Եկամուտների վրա 2020թ. առաջին կիսամյակում 2019թ առաջին կիսամյակի համեմատ

Գծապատկեր 7.4. 62

Որքան ժամանակում ձեր ընկերությունը կվերականգնվի համավարակի հետևանքներից

Գծապատկեր 7.5. 64

Որքան կտևի ձեր արտադրության վերականգնումը համավարակի հետևանքներից

Գծապատկեր 7.6. 64

Դիմել եք կառավարության որևէ աջակից ծրագրից օգնություն ստանալու նպատակով

Գծապատկեր 7.7. 65

Ինչպե՞ս եք գնահատում ծրագրի օգտակարությունը

Գծապատկեր 7.8. 66

Նշեք այն քայլերը, որոնք ձեռնարկելու եք մոտ ապագայում համավարակից բխող ռիսկերը և չնախատեսված պարագաները կառավարելու համար

Գծապատկեր 8.1. 67

Թվարկվածներից ինչպիսի՞ ներդրումներ է արել ընկերությունը վերջին երկու տարվա ընթացքում

Գծապատկեր 8.2. 67

Գալիք երկու տարվա ընթացքում պլանավորվող ներդրումները բիզնեսներում

Գծապատկեր 8.3. 68

2017-2019թթ.-ին իրացման ծավալները՝ աճ, անկում, անփոփոխ

Գծապատկեր 8.4. 68

Իրացման ծավալների սպասումները՝ աճ, կրճատում, անփոփոխ

ՆԱԽԱՊԱՏՄՈՒԹՅՈՒՆԸ

ՆՊԱՏԱԿՆ ՈՒ ԽՆԴԻՐՆԵՐԸ

Տղամարդկանց և կանանց ձեռնարկատիրական գործունեության միջև անհամաչափություններ և խզվածքներ գոյություն ունեն ամբողջ աշխարհում: Այս խզվածքերը ծածկելու համար կարևոր է լուծումներ տալ տնտեսական աճից մինչև մարդու իրավունքները պարուրող լայնույթին վերաբերող բազմաթիվ հարցերի: Ինչպես նշվել է նախորդ բազմաթիվ հետազոտություններում, կանանց ձեռներեցությունը զբաղվածության հնարավորությունների, հանրային բարիքի ստեղծման, նորարարության և ընդհանուր առմամբ՝ տնտեսական զարգացման թերհետազոտված աղբյուր է: Կանանց ձեռներեցությանն աջակցությունը նաև աղքատության կրճատման բաղադրիչ է, իբրև կանանց՝ սեփական եկամուտ գոյացնելու համար հնարավորությունները ընդլայնելու միջոցով՝ աղքատությունից դուրս բերելու մեթոդ:

Տղամարդկանց և կանանց ձեռնարկատիրական գործունեության խզվածքները վերացնելու տիրույթում Հայաստանը դիմագրավում է յուրահատուկ մարտահրավերների: Կանանց կողմից բիզնեսով զբաղվելուն հատուկ միտումներն ուսումնասիրելու մտադրությամբ ՄՖԿ-ն պայմանագիր է կնքել «Հետազոտական ռեսուրսների կովկասյան կենտրոն» (ՀՌԿԿ)-Հայաստան» հիմնադրամի և «EV Consulting» ընկերության հետ՝ իրականացնելու համար

իրավիճակի գնահատման հետազոտություն, որի նպատակը Հայաստանում կանանց ձեռնարկատիրական գործունեության խոչընդոտները բացահայտելն էր:

Հետազոտությունը անցկացվել է երկու փուլով. առաջին փուլը որակական բաղադրիչն էր, իսկ երկրորդը՝ քանակական: Որակական բաղադրիչը հիմնականում ներառում էր ֆոկլուս խմբերի հետ աշխատանքը՝ կին ձեռներեցների մասնակցությամբ և դերակատարների հետ հարցազրույցներով: Քանակական հետազոտությունը ընդգրկում էր հանրապետությունում տղամարդ և կին ձեռներեցներին, ինչի նպատակը ձեռնարկատիրության բնագավառում առկա խոչընդոտները և, մասնավորապես՝ տղամարդ և կին ձեռներեցների առջև ծառացած մարտահրավերների տարբերությունները բացահայտելն է: Ախտորոշիչ հետազոտությանը նախորդել է առկա փաստաթղթային բազայի ուսումնասիրությունը, որի արդյունքները բավարար տեղեկատվություն են ապահովել կառուցելու համար ֆոկլուս խմբերի աշխատանքը և հետազոտության հարցաթերթիկը: Հետազոտության արդյունքները տեղեկատվություն են տրամադրելու հայաստանյան կին ձեռներեցներին գործուն աջակցություն ցուցաբերելուն ուղղված միջոցառումներ և ծրագրեր մշակելու համար:

ՓՈՒԼ 1. ՈՐԱԿԱԿԱՆ ՖՈԿՈՒՍ-ԽՄԲԵՐ ԵՎ ՀԱՐՑԱԶՐՈՒՅՑՆԵՐ

Առաջին փուլն իրականացրել է «EV Consulting» ընկերությունը: Հետազոտության աշխատանքներում ընդգրկվել են 12 ֆոկլուս խմբեր և 54 անհատական հարցազրույցներ կին ձեռներեցների հետ ամբողջ

հանրապետությունում: Մասնակիցների ընդհանուր թիվը 133-ն է: Խորացված հարցազրույցներ են անցկացվել 15 կին ձեռներեցների հետ համավարակի հետևանքների թեմայով: Առանցքային տեղեկատու

հարցազրույցներ են անցկացվել նաև 27 դերակատարների հետ (միջազգային դոնոր կազմակերպություններ, քաղաքացիական հասարակության ներկայացուցիչներ, պետական կառավարման մարմիններ, ասոցիացիաներ և այլն):

Ֆոկուս խմբերում քննարկումներն անցկացվել են Երևանում և տասը մարզերում: Նշված 54 անհատական հարցազրույցները փոխարինել են նախապես պլանավորված ֆոկուս խմբերը յոթը այն վայրերում, որոնք հնարավոր չեղավ այցելել համավարակի պատճառով: Ֆոկուս խմբերից երկուսը անցկացվել են առցանց եղանակով, օգտագործելով «Zoom» համացանցային հարթակը:

Քննարկումներ անցկացնելու մեթոդական ուղեցույցները գործածվել են ֆոկուս խմբերում քննարկումներ և հարցազրույցներ անցկացնելիս՝ ընդգրկելով այնպիսի թեմաներ, ինչպիսիք են բիզնեսի մանրամասներ, նախապատմություն, խթաններ, մարտահրավերներ, հասարակական կարծրատիպեր, տուն-աշխատանք համաչափություն, աջակից կառուցակարգեր, էկոհամակարգի դեր, ներկա բիզնես կարիքներ և ապագա պլաններ:

Սրանց հաջորդել են 15 խորացված հարցազրույցներ, հեռախոսակապով, այն

կին ձեռներեցների հետ, ով մասնակցել է ֆոկուս խմբերում քննարկումներին: Այս խորացված հարցազրույցներին մասնակցել են կանայք Երևանից և բոլոր տասը մարզերից: Խորացված հարցազրույցներում անդրադարձ է եղել այնպիսի թեմաներին, ինչպիսիք են բիզնեսների ներկա վիճակը համավարակի պայմաններում, գործունեության վրա համավարակի ազդեցությունը չեզոքացնելուն կամ նվազեցնելուն ուղղված միջոցառումները, գոյություն ունեցող աջակից ծրագրերը և նրանց արդյունավետությունը, ինչպես նաև Հայաստանի տնտեսության վրա համավարակի ներկա և ապագա ներգործությունը:

Առանցքային տեղեկատու հարցազրույցներն անցկացվել են պետական կառույցների, միջազգային դոնոր կազմակերպությունների, քաղհասարակության կազմակերպությունների և ոլորտային միությունների 27 ներկայացուցիչների հետ: Հարցազրույցներում շեշտը դրվել է դերակատարների կողմից իրականացվող ծրագրերի, նրանց տրամաբանության ու նպատակների մասին տեղեկություններ տրամադրելու, ինչպես նաև ընթացիկ վիճակի և միջավայրի վերաբերյալ կին ձեռներեցների ընկալումների և հետագա պլանների վրա:

ՓՈՒԼ 2. ՔԱՆԱԿԱԿԱՆ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅՈՒՆ

Հետազոտության երկրորդ փուլն իրականացրել է «ՀՌԿԿ-Հայաստան» հիմնադրամը: Այն ներառում է հայաստանյան 407, ինչպես տղամարդկանց, այնպես էլ կանանց սեփականություն հանդիսացող բիզնեսների հետազոտության մշակման և իրականացման

բաղադրիչները: Անհրաժեշտ է նշել, որ սույն հետազոտության շրջանակներում **բիզնեսը համարվում է կնոջ սեփականություն, եթե դրա 50 և ավելի տոկոսը պատկանում է կնոջը և ամենաբարձր պաշտոնյան նույնպես կին է⁴:** Այլ դեպքերում բիզնեսը համարվել է տղամարդու

4 Ըստ ՄՖԿ-ի սահմանման, «ձեռնարկությունը համարվում է կնոջ սեփականություն հանդիսացող այն դեպքում, եթե այն բավարարում է հետևյալ չափանիշներին. ա) $\geq 51\%$ -ը կնոջ (կանանց) սեփականություն է կամ բ) $\geq 20\%$ -ն է կնոջ (կանաց) սեփականություն և (1) ունի ≥ 1 կին բարձրագույն գործադիր պատշոնյա կամ նախագահ կամ փոխնախագահ և (2) տնօրենների խորհուրդը կազմված է $\geq 30\%$ կանանցից (եթե ընկերությունը խորհուրդ ունի):»

սեփականություն: Ելնելով այս սահմանումից, հետազոտված բիզնեսների 42.8 տոկոսը կանանց, իսկ 57.2 տոկոսը տղամարդկանց սեփականություն է համարվել:

Հետազոտության մշակման ընթացքում օգտագործվել է առաջին, որակական փուլի աշխատանքի արդյունքում ձևավորված եզրահանգումների, ինչպես նաև փաստաթղթերի ուսումնասիրությամբ ձեռք բերված տեղեկատվությունը: Երկու փուլերի եզրահանգումները համատեղվել են սույն հաշվետվության մեջ, Հայաստանում կին ձեռներեցների առաջ ծառացող մարտահրավերները ի հայտ բերելու նպատակով:

Քանակական հետազոտությունը ձեռնարկվել է հետևյալն ապահովելու միտվածությամբ.

- Որակական հետազոտության արդյունքներով բացահայտված սահմանափակումների, խոչընդոտների բարդության աստիճանի մասին եզրահանգումները համալրել քանակական չափումներով
- Ստուգել թե բացահայտված սահմանափակումներն ու խոչընդոտները որքանով են յուրահատուկ միայն կանանց՝ համեմատելով տղամարդ և կին հարցվածների պատասխանները:

Մշակվել է հարցաթերթ և Հայաստանի ներկայացուցչական պատկերը ապահովող ընտրանք, որի համար պատասխաններ տրամադրողները տղամարդկանց և կանանց սեփականություն հանդիսացող 407 ընկերություններ են: Ընկերությունները խմբավորվել են ըստ գենդերի, ոլորտի (արտադրություն, առևտուր, ծառայություններ), աշխարհագրական տեղանքի (մայրաքաղաք

Երևան և մնացած վայրեր) և չափի (միկրո, փոքր, միջին և խոշոր)⁵: Մինչև վերջնական տարբերակը ձևավորելը՝ հարցաթերթը անցել է մի շարք քննություններ և քննարկումներ հետազոտական թիմի ներսում և ՄՖԿ ներկայացուցիչների հետ: Այն պատրաստ լինելուն և հավանության արժանանալուն պես՝ թարգմանվել է հայերեն և անցել փորձարկում՝ համապատասխան վերանայումներ ընդգրկելով դաշտային աշխատանքներից առաջ:

Հարցաթերթում զետեղված են 44 հարցեր՝ հետևյալ հիմնական բաժիններում խմբավորված.

- Ընդհանուր տեղեկատվություն (8 հարց),
- Աշխատանք և մարդկային կապիտալ (4 հարց),
- Ֆինանսներ և ներդրումներ (8 հարց)
- Բիզնես ոլորտի մարտահրավերներ (2 հարց)
- Համավարակ «COVID-19» (6 հարց)
- Գենդերային հարցերի ընկալումներ (4 հարց)
- Կատարողական և սպասումներ (6 հարց)
- Հետ-հարցազրուցային՝ ժողովրդագրություն (6 հարց)

Հետազոտության դաշտային աշխատանքները իրականացրել են 11 վերապատրաստված հարցազրուցավարներ 2020թ.-ի հունիսի կեսից մինչև օգոստոսի կեսը՝ համակարգչային բազայի վրա հեռախոսակապով («CATI»): Սույն հաշվետվության Հավելված 1-ում ներկայացված են հետազոտության մեթոդաբանության մանրամասները:

5 Միկրո բիզնես է համարվել տարեկան մինչև 5մլն ՀՀ դրամ շրջանառություն ունեցող ընկերությունը, փոքր՝ 5-24մլն դրամ, միջինը՝ 24-115մլն դրամ և խոշորը՝ ավելի քան 115մլն դրամ:

ՓԱՍՏԱԹՂԹԵՐԻ ՔՆՆՈՒԹՅՈՒՆ

Սույն հետազոտության աշխատանքները մեկնարկեցին առկա փաստաթղթերի քննությամբ, որի ընթացքում ուսումնասիրվեց մինչ այժմ գոյացած գրականությունը, որը վերաբերում է կին ձեռներեցների առջև ծառացած մարտահրավերներին ինչպես Հայաստանում, այնպես էլ աշխարհում: Այս աշխատանքի ընթացքում քննության առնվեցին հետազոտության մեթոդները,

ըստ որոնց ուսումնասիրվում էին կանանց ձեռներեցությունը և դրա հետ կապված հնարավոր մարտահրավերները: Հաջորդ բաժինն անդրադառնում է այն հիմնական եզրահանգումներին, հետազոտության հետ կապված մարտահրավերներին և այլ առանցքային տեղեկատվությանը, որոնք արձանագրվել են գոյություն ունեցող թեմատիկ գրականության մեջ:

Ակնարկ աշխարհում կանանց ձեռներեցության

«Լինել, թե՛ չլինել կին ձեռներեց զարգացող երկրում» ([*To Be or Not to Be a Woman Entrepreneur in a Developing Country?*](#)) աշխատությունում Գոյալն ու Յադավը արծարծել են զարգացող երկրներում կին ձեռներեցների առջև ծառացած մարտահրավերների ընդհանրացված տեսությունը: Թեև նշվածը նախ գրականություն է ավելի, քան թեմատիկ հետազոտություն, սակայն լույս է սփռում այն հիմնական գործոնների վրա, որոնք խոչընդոտում են կանանց ձեռներեցությունը և որոնց կարելի է հանդիպել բազմաթիվ մասնագիտական հետազոտություններում: Գործոններն են ֆինանսական միջոցների հասանելիության դժվարությունները, սոցիալ-մշակութային առանձնահատկությունները և կանանց կարգավիճակը հասարակության մեջ, նսեմ ինքնագնահատականն ու վստահությունը, իրավակազմակերպչական խութերը, հմտությունների պակասը, ինչպես նաև ձեռնարկատիրական բնագավառի աղքատիկ իմացականությունը: Այս գործոններից յուրաքանչյուրը շատ ընդգրկուն՝ նրանք մի շարք այլ թեմատիկ հետազոտություններում և հաշվետվություններում արձանագրված են իբրև կանանց ձեռներեցության բնագավառում հաջողության խոչընդոտներ:

Տնտեսական համագործակցության և զարգացման կազմակերպության (ՏՀՀԿ)՝ «Կանանց ձեռնարկատիրությունը. խնդիրներ և քաղաքականություններ» ([*Women's Entrepreneurship: Issues and Policies*](#)) հաշվետվությունը փաստարկում է ամբողջ աշխարհում կանանց փոքր բիզնեսների սեփականության վերաբերյալ տվյալները սահմանված պարբերականությամբ հավաքագրելու անհրաժեշտությունը: Այն նաև առաջարկում է տվյալների հավաքագրման մեթոդների տեսություն, ինչպես նաև կանանց ձեռնարկատիրական գործունեության խոչընդոտների մանրակրկիտ դասակարգում: Հաշվետվությունը ուրվագծում է վերլուծության երկու մակարդակ, այն է՝ ընկերության և ինքնազբաղվածության մակարդակներում: Այն նաև նշում է կարևոր փոփոխականները, որոնք պետք է հաշվի առնել կանանց ձեռնարկատիրական գործունեության վերաբերյալ տվյալներ հավաքագրելիս (էջեր 21-27): Ինքնազբաղվածությանը հատուկ փոփոխականների թվում են կրթամակարդակը, ոլորտային պատկանելիությունը և պաշտոնական առաջխաղացումը: Ընկերության մակարդակում փոփոխականներից են ընկերության տարիքը,

մեծությունը, իրավակազմակերպչական ձևը, արտադրությունը, ինչպես նաև շուկա մտնելու եղանակը: Հաշվետվությունն ապա լուսաբանում է տվյալների հավաքագրման տարազան մեթոդները և դրանցից յուրաքանչյուրի ուժեղ և թույլ կողմերը: Այս հաշվետվության հատուկ արժեք ունեցող հատվածներից է այն դժվարությունների քննարկումը, որոնք կապված են «կանանց ձեռնարկատիրություն» եզրի սահմանման հետ (էջ 26): Կնոջ սեփականություն հանդիսացող ընկերությունը սահմանվում է որպես ընկերություն, որի 50 տկոսից ավելին սեփականության իրավունքով պատկանում է կնոջը: Միևնույն ժամանակ, շարադրվում են այս սահմանմանը հատուկ մի շարք մարտահրավերներ ու խնդիրներ, ինչպես նաև կանանց ձեռնարկատիրական գործունեության այն տարազան սահմանումները, որոնց կարելի է հանդիպել խնդրո առարկային նվիրված բազմաթիվ հետազոտություններում:

Միացյալ ազգերի կազմակերպության (ՄԱԿ) «Ձեռներեցության չափում գենդերային բաշխմամբ. «ԳՀՓՏ» ծրագրից սերտած դասեր» ([*Measuring Entrepreneurship from a Gendered Perspective: Lessons Learned from the EDGE Project*](#)) աշխատությունը լուսաբանում է այն քայլերը, որոնք ձեռնարկվել են մշակելու համար ձեռներեցությունը չափելու հայեցակարգը և ցուցանիշները, ելնելով ՄԱԿ-ի նշյալ ծրագրի տվյալներից: Այն նաև ներառում է «ԳՀՓՏ» հետազոտության գործիքը՝ փորձնական հետազոտության ակնարկը, ինչպես նաև ներկայացնում «սերտած դասեր» բաժինը, որն անդրադառնում է փորձնական ծրագրին և հարցաթերթի մշակման հարցերին: «Սերտած դասեր» բաժինը հատուկ արժեք ունի, քանի որ այստեղ է, որ թվարկվում են Վրաստանում, Ֆիլիպիններում, Մոնղոլիայում և Մալդիվներում փորձնական ծրագրի իրականացման ընթացքում առաջ եկած բազմաթիվ մարտահրավերները:

Հարցաթերթի մի շարք հարցեր խմբավորվել են ըստ մեկնաբանությունների և առանձին սերտած դասերի: Այս դասերից մի քանիսը ներառում են այնպիսի հարցեր, ինչպիսիք են հարցվածների շրջանում նկատված դժվարությունները «ձեռնարկություն» եզրի ընկալման կապակցությամբ, կամ որոշադրելը, թե մասնավորապես ինչ պետք է հասկանալ «բիզնեսից եկամուտ» եզրը գործածելիս: Բացի այդ, ներկայացվում են սահմանումները և հասկացությունները, այդ թվում՝ «ձեռներեցների մասնակցություն» և «ձեռներեցների կատարողա-կան» հասկացությունների ցուցանիշներ սահմանելու նպատակով:

ՏՀԶԿ-ի մեկ այլ աղբյուր է «Ակնարկ ձեռներեցության հարցերին» հաշվետվության մեջ զետեղված համառոտ գլուխը՝ «Կանանց ձեռներեցությունը չափելիս» ([*Measuring Women's Entrepreneurship*](#)) վերտառությամբ: Այստեղ ներկայացված է սահմանումների և կանանց ձեռներեցությանը վերաբերող տվյալների աղբյուրների և վիճակագրության վարման մեթոդների համառոտագիր: Արձանագրված է ձեռներեցի սահմանումը, ինչպես նաև լուսաբանված են տղամարդկանց և կանանց ձեռնարկությունների տարբերակման դժվարությունները: Այսուհանդերձ, այն չի առաջարկում կանանց ձեռներեցության հստակ սահմանում, այլ շարադրում է լոկ տարբեր չափանիշներ, որոնք պարտադիր է սահմանել հետազոտական աշխատանքներում. օրինակ՝ արդյո՞ք կինն է ձեռնարկության միակ սեփականատերը կամ ինչ չափով է կնոջը պատկանում սեփականության էական բաժինը: Ինչ վերաբերում է ձեռներեցության ցուցանիշներին, ապա նշյալ գլխում ինքնազբաղվածությունը ներկայացված է իբրև լայն տարածում ունեցող ցուցանիշ՝ միևնույն ժամանակ առաջարկելով ընտրանքի չափի սահմանափակումներից ելնելով տարբերակում չդնել աշխատողներ ունեցող և չունեցող

ընկերությունների միջև, երբ տարրալուծման հիմքում ընկած են այլ բնութագրեր, ինչպիսին է, օրինակ, բիզնես ոլորտը: Այստեղ նաև նշվում է բիզնես հետազոտություններ անցկացնելու միջազգային ընդհանուր համակարգի բացակայությունը (այդ թվում՝ սեփականատերերի մասին տեղեկատվության), և հիշատակված է «Բիզնես հաջողության գործոններ» (ԲՀԳ) աշխատությունը, ուր սահմանվում են բիզնեսի հիմանդիր բնութագրերը: Վերջապես, այն անդրադառնում է Մարդահամարի ԱՄՆ Բյուրոյի «Բիզնես սեփականատերերի հետազոտությանը», որտեղ վերջիններիս վերաբերյալ տեղեկությունները տարաբաժանված են ըստ գենդերի, ինչպես նաև բիզնեսում (արժեթղթերում կամ կանոնադրական կապիտալում) ավելի քան 51 տոկոս ունեցող սեփականատերերի այլ բնութագրերը:

ՏՀԶԿ-ի և Եվրոպական հանձնաժողովի «Կանանց ձեռներեցության քաղաքականության համառոտագիր» ([Policy Brief on Women's Entrepreneurship](#)) աշխատության մեջ հետազոտվում է Եվրոպայում ձեռներեցության բնագավառում գենդերային ճեղքվածքը՝ լուսաբանելով տղամարդկանց և կանանց բիզնեսների միջև առկա տարբերությունները և հատկապես կանանց հանդիպող մարտահրավերները: Կանանց ձեռնարկատիրական գործունեությունը չափելու համար աշխատության մեջ օգտագործվում է «Գլոբալ ձեռներեցության դիտակետ» (Global Entrepreneurship Monitor) հետազոտությունը, ուր բարձրացվում են բիզնես սկսելուն ուղղված ձեռնարկված քայլերին և բիզնեսների ներկա վիճակին առնչվող հարցեր: Տղամարդկանց և կանանց բիզնեսավարման տարբերություններից են կանանց ընկերությունների ավելի փոքր չափերը, ոլորտների տարատեսակությունը և աճի նվազ ներուժը: Ինքնազբաղ կանանց աշխատաժամերը և վաստակը

ավելի քիչ են, քան տղամարդկանցը: Աշխատությունը բացահայտում է կանանց ձեռներեցության մարտահրավերները որպես աննպաստ մշակութային և հասարակական մտայնություն, ձեռնարկատիրական հմտությունների կանխամտացածին պակաս, համագործակցության նեղ ցանցեր, ընտանիք և հարկային քաղաքականություն:

Համաշխարհային Բանկի «Կանայք, բիզնեսը և օրենքը» («ԿԲՕ», [Women, Business and the Law](#)) ծրագրի ներքո հավաքագրված են օրենսդրական ակտեր և այլ կանոնակարգումներ, որոնք սահմանափակում են կանանց տնտեսվարման հնարավորությունները 190 երկրներում: ԿԲՕ-ի աշխատանքի հիմքում երկրներում գործող այն օրենսդրության և կանոնակարգող դաշտի վերլուծությունն է, որոնք բացասաբար են անդրադառնում կանանց տնտեսական գործունեության հնարավորություններին: Վերջիններիս չափման ցուցանիշներն ընտրվել են փորձագետների հետ հետազոտությունների և խորհրդակցությունների արդյունքում: Ութ ցուցանիշները կառուցված են հետևյալ դրույթների շուրջ. կանանց տնտեսական գործունեության վրա օրենսդրության ազդեցություն, շարժունակություն, աշխատավայր, վարձատրություն, ամուսնություն, ծնողական պարտականություններ, ձեռներեցություն, ակտիվներ և կենսաթոշակ (35 տվյալներ, որոնք կշռվում են ութ ցուցանիշներով): Ցուցանիշների օգնությամբ ձևավորվում են օրենքով սահմանված գենդերային հավասարության և կանանց ձեռներեցության և զբաղվածության իրական վիճակի վերաբերյալ վկայությունները: ԿԲՕ ցուցիչների հիմքում ընկած են յուրաքանչյուր երկրի՝ ըստ ութ թեմաների դասակարգված միջինացված միավորները, որոնք ներառված են ընթացիկ տարվա ցուցանիշների համախառն արժեքում:

Բարձր արժեքը ցույց է տալիս օրենքների գենդերային հավասարությունը: Հատկանշական է, որ 1970-2019թթ.-ին անցկացվածներից վեցերորդ՝ ԿԲՕ 2020թ.-ի հաշվետվության մեջ ([2020 report](#)), Հայաստանի վարկանիշը բավականին բարձր է՝ 69-րդը, իսկ ցուցիչների արժեքը 82.5 (55.6՝ 1991թ.-ին և 76.9՝ 2011թ.-ին): Շարժունակության, ամուսնության, ակտիվների և կենսաթոշակի մասով իրավական տարբերություններ չկան, սակայն դրանք զգալի են աշխատատեղերի (ցուցիչ արժեքը՝ 50), վարձատրության (75), ծնող լինելու (60) և ձեռներեցության բնագավառներում (75): Ըստ գնահատականների՝ ձեռներեցության բնագավառում կանանց և տղամարդկանց անհավասարությունների արդյունքում թերարտադրությունը համարժեք է Հայաստանի համախառն ներքին արդյունքի (<ՆԱ) շուրջ 14 տոկոսին:

Համաշխարհային Բանկի «Հավասարության շահավետությունը. Աֆրիկայում կանանց ձեռներեցության ներուժի ազատագրում» ([«Profiting from Parity: Unlocking the Potential of Women's Businesses in Africa»](#)) հաշվետվությունը ուրվագծում է Աֆրիկայում կին ձեռներեցների կողմից որոշումներ ընդունելու վրա գենդերային բնույթի սահմանափակումների ազդեցությունը: Այն նաև պարզաբանում է, թե ինչպես է որոշումներ ընդունելու կաշկանդվածությունը հանգեցնում բիզնեսի կատարողականում գենդերային խզվածքների, ինչպես նաև առաջարկություններ են արվում վերջիններս վերացնելու քաղաքականությունների վերաբերյալ: Մասնավորապես, տվյալ ոլորտում կին ձեռներեցների ռազմավարական որոշումները տարբերվում են տղամարդկանց որոշումներից, տարբերություններ կան կապիտալի և աշխատանքի հարցերում, մրցակցելու ցանկության, ինչպես նաև ընկերությունների կարողությունների, գործելաոճի և ֆորմալիզացիայի

բնագավառներում: Կին ձեռներեցների և որոշումներ ընդունելու նրանց գործելաոճի սահմանափակումների հիմքում ընկած են իրավական խտրականությունը, սոցիալական նորմերը, գենդերային բնույթի բռնության ռիսկերը, կրթությունը, հմտությունները, վստահությունը, ֆինանսավորումը, ցանցերը և տեղեկատվությունը, տնային տնտեսությունների ակտիվների բաշխման եղանակը, տան հոգսերով պայմանավորված սահմանափակումները և առօրյա պարտականությունները: Նշված սահմանափակումները ազդեցություն են գործում կին ձեռներեցների՝ տնտեսության ոլորտի ընտրության, կապիտալի և աշխատանքի կառավարման, բիզնես գործելաոճի և նորարարությունների վերաբերյալ որոշումների, ինչպես նաև առհասարակ մրցելու իրենց ցանկության վրա: Հաշվետվության մեջ օգտագործված են մի շարք ձեռնարկությունների, տնային տնտեսությունների հետազոտությունների, ազդեցության գնահատումների տվյալները, որոնք իրականացվել են Աֆրիկայի մի քանի երկրներում: Այս տվյալները նշված են հաշվետվության հավելվածում: Վերլուծությունը բաղկացած է մի շարք տարատեսակ քանական և որակական մեթոդներից, որոնք ներկայացված են հաշվետվության համապատասխան բաժիններում:

Արժույթի միջազգային հիմնադրամի (ԱՄՀ) «Կանանց տնտեսական հնարավորությունների ընդլայնմանը հետամուտ» ([Pursuing Women's Economic Empowerment G7](#)) աշխատությունը հիմնավորվում է կանանց տնտեսական հնարավորությունների ընդլայնման անհրաժեշտությունը՝ հղում անելով մի շարք ուսումնասիրությունների, որոնք ի ցույց են հանում գենդերային հավասարության տնտեսական օգուտները: Չնայած այն հանգամանքի, որ այս աշխատությունն

անդրադառնում է աշխատանքի շուկային կանանց մասնակցությանն ավելի, քան ձեռնարկատիրական գործունեությանը, այն լուսաբանում է ամբողջ աշխարհում ներկա էական գենդերային խզվածքները: Վերջինների թվում են աշխատանքի շուկային մասնակցությունը, վարձատրությանը, ղեկավար պաշտոններ գրավելուն և հնարավորությունների անհավասարություններին (օրինակ՝ առողջապահական, կրթական և ֆինանսական ծառայությունների հասանելիությունը) վերաբերողները: Այս աշխատությունը ոչ այնքան հատուկ թեմատիկ հետազոտություն է, որքան գոյություն ունեցող այն գրականության տեսություն, որը վերաբերում է գենդերային խզվածքները վերացնելու տնտեսական օգուտներին, ուստի առաջարկություններ է նաև անում հավասար հնարավորություններ ապահովելու և տուն-աշխատանք համաչափության հարցում կանանց օժանդակելու քաղաքականության վերաբերյալ:

Աշխատանքի միջազգային կազմակերպությունը (ԱՄԿ) իր «Կին ձեռներեցների համար ձեռնարկատիրության դաշտի զարգացում. ինչն է աշխատում» ([*«Entrepreneurship Development for Women Entrepreneurs: An Update on What Works»*](#)) աշխատության մեջ քննության առարկան կանանց ձեռնարկատիրական գործունեությանն ուղղված ծրագրերի արդյունավետությունն է: Այստեղ գտնում ենք մի գծապատկեր, որն ուրվագծում է այս բնագավառում արդյունավետ գործող ծրագրերի ռազմավարությունները: Առկա խոչընդոտները հաղթահարելուն ուղղված կանանց գործուն աջակցություն ցուցաբերող միջամտությունների ոլորտներից են (ա) ֆինանսների հասանելիությունը, (բ) բիզնես վերապատրաստումները, (գ) ուղղորդման և աջակից ցանցերը, (դ) համակցված ծառայությունները, և (ե) շրջակա միջավայրին վերաբերող գործոնները: Աշխատության

մեջ գետեղված են մի շարք հատկորոշ ռազմավարություններ, որոնք վերաբերում են նշյալ ոլորտներից յուրաքանչյուրին:

ԱՄԿ-ի մեկ այլ աշխատություն՝ «Ձեռնարկությունների գլոբալ հետազոտություն»-ը ([*«A Global Survey of Enterprises»*](#)) փաստարկում է կառավարման, խորհուրդներին անդամակցության և ղեկավար այլ պաշտոններում գենդերային տարազանության ապահովման անհրաժեշտությունը: Աշխարհի տարբեր կողմերում ձեռնարկությունների հետազոտությունից ստացված տվյալներն օգտագործելով՝ աշխատությունը նշում է, որ գենդերային տարազանության քաղաքականություն վարող ընկերությունները 31 տոկոսով ավելի են հակված զեկուցելու բիզնեսի բարելավված արդյունքներ, այդ թվում՝ շահութաբերություն և արտադրողականություն, քան նման քաղաքականություն չունեցող կամ չվարողները: Թեև անդրադարձ չի արվում կանանց ձեռնարկատիրական գործունեության առանձին խոչընդոտներին, բայցևայնպես, օգտագործելով ձեռնարկությունների հետազոտության արդյունքները՝ այն փաստարկում է աշխատուժի գենդերային տարազանության կարևորությունը բիզնեսի համար, որը թույլ է տալիս նորարարության ավելի բարձր աստիճան, շահութաբերության, արտադրողականության աճ, բարի համբավ, ինչպես նաև հաճախորդների շրջանում հետաքրքրվածություն և պահանջարկ, որոնք հատուկ են գենդերի տարազանություն գործադրող ընկերություններին:

Կուբերեսի (և ուրիշներ) հեղինակությամբ լույս տեսած՝ «Ձեռներեցության գենդերային խզվածքների նախորոշիչները. մի շարք երկրների վերլուծություն» ([*«The determinants of entrepreneurship gender gaps: A cross-country analysis»*](#)) աշխատության մեջ

օգտագործված են ԱՄԿ-ի և «Եվրոպական արժեքների հետազոտություն» փաստաթղթի միկրոտնտեսական տվյալները՝ ձեռներեցության բնագավառում գենդերային խզվածքներին քանակական գնահատականներ տալու, գործատուների և ինքնազբաղվածության մեջ գենդերային խզվածքների միջև տարբերակումներ անելու նպատակով: Ընտրանքում ներառված է 40 եվրոպական երկիր, այդ թվում՝ 21 նախկին կոմունիստական, ներառյալ Հայաստանը: 2000-2017թթ.-ի ընդհանրացված տվյալներում հեղինակները դիտարկում են գործատուների շրջանում շուրջ 59 տոկոս գենդերային խզվածքներ (մոտ 80 տոկոս Հայաստանում, ինչը նշանակում է, որ միջին հաշվով ամեն 100 գործատուից միայն 20-ն է կին), իսկ ինքնազբաղվածության բնագավառում գենդերային խզվածքները կազմում են 36 տոկոս (-6.7 տոկոս Հայաստանում): Հեղինակները համամիտ են այն պնդմանը, թե զարգացող երկրներում

միկրո, փոքր և միջին ձեռնարկությունների մեծ մասը ղեկավարում են կանայք և որ կանանց սեփականությունը նվազում է ըստ ընկերությունների չափի՝ որքան մեծ, այնքան քիչ կանայք: Կիրառված ռեգրեսիոն վերլուծությունները ցույց են տալիս, որ խնդրո առարկա խզվածքները նշանակալից են մնում նույնիսկ հսկիչ փոփոխականների կիրառման դեպքում, որոնց թվում են ընտանեկան կարգավիճակը, տարիքը, կրթությունը, զավակների քանակը, բարեկեցության աստիճանը, ծնողների և ամուսինների մասնակցությունը ձեռնարկությունում, կանանց ընկալումների արժեքային համակարգը, սոցիալական կապիտալը և նախկին գործազրկության հանգամանքը: Սրանք կարևոր տարբերություններ են բացահայտում խզվածքների նախորդ շիջներում հատկապես նախկին կոմունիստական և բարձր եկամուտ ունեցող երկրների միջև:

Կանանց ձեռներեցությունը Հայաստանում

ՏՀԶԿ-ի համար պատրաստված Վիստրանդի և Մխիթարյանի զեկույցը՝ «Կանանց հզորացումը և համագործակցությունը Հայաստանում՝ Սյունիքի մարզի օրինակով» ([*Women Empowerment and Cooperation in Armenia with a Focus on the Syunik Region*](#)) ուրվագծում է այն խնդիրների շրջանակը, որոնց հանդիպում են քաղաքական գործիչ, գործազուրկ, ինչպես նաև գործարար կամ ձեռներեց կանայք: Տվյալները ստացվել են 15 ֆոկլոր խմբերից, որոնք կազմակերպվել և անցկացվել են Սյունիքի մարզում 2007թ.-ին: Սրանք գալիս են վկայելու, որ Սյունիքում առկա վիճակը արտացոլում է Հայաստանում կանանց վիճակի ընդհանուր պատկերը, այդ թվում՝ գենդերային հարցերի հանդեպ «կուրությունը»: Որպես առաջարկություն նրանք նշում են գենդերային վիճակագրության հարստացման

կարևորությունը բոլոր այն դեպքերում, երբ ձեռնարկվում են հետազոտություններ կամ ուսումնասիրություններ: Մասնավորապես Սյունիքում կանանց առջև ծառացող մարտահրավերներից են (ա) նվազ ազդեցությունը տնտեսական և քաղաքական կյանքում, (բ) տղամարդկանց ոչ-ֆորմալ ցանցերից մեկուսացումը, (գ) տղամարդկանց աջակցությունից կախվածությունը, (դ) հավելյալ աշխատանքային ծանրաբեռնվածությունը, (ե) իրավունքների մասին նվազ իրազեկվածությունը, (զ) սահմանափակ տնտեսական ռեսուրսները, (է) համագործակցության ցանցերի կամ ընտանիքից դուրս շփումների պակասը և (ը) կանանց հանդիպումներին նպաստող հանրային հարթակների պակասը:

Տարբեր աղբյուրներից հավաքագրված մեծածավալ տվյալների հիման վրա Ասիական զարգացման բանկի (ԱԶԲ) «Հայաստան. գենդերային գնահատական»-ը («[Armenia Country Gender Assessment](#) (2015)») երկրում առկա տարատեսակ գենդերային հարցերի բազմակողմանի ակնարկ է: Հայաստանում կանանց տնտեսական մարտահրավերների առնչությամբ աշխատության մեջ նշվում է, որ ի հեճուկս Սահմանադրությամբ ամրագրված՝ կանանց և տղամարդկանց հավասար իրավունքների, աշխատուժի բնագավառում դեռևս գոյություն ունեն էական աղճատումներ, որոնք առավելապես պայմանավորված են յուրահատուկ սոցիալական, տան մեջ և տնտեսական դերերի ընկալման գենդերային կարծրատիպերով: Այս կարծրատիպերը նշմարվում են մի շարք բնագավառներում կանանց թերներկայացվածությամբ. այստեղ գերիշխում են տղամարդիկ: Մասնավորապես ՓՄՁ բնագավառում դրանք դրսևորվում են ֆինանսական միջոցների նվազ հասանելիությամբ: Թեև սա խնդիր է ինչպես տղամարդկանց, այնպես էլ կանանց համար, վերջիններս հավելյալ դժվարությունների են հանդիպում այն պատճառով, որ նվազ գույքի և հողի են տիրապետում. սա պայմանավորված է բացառապես որդիներին, և ոչ՝ դստերին, ժառանգություն թողնելու ավանդույթով: Աշխատության մեջ նաև հիշատակված է ԱԶԲ-ի «Կանանց ձեռներեցությանը աջակցող ոլորտային զարգացման ծրագիրը» («[Women Entrepreneurship Support Sector Development Program](#)»), որը ներառում է ինչպես կրթական (վերապատրաստումներ), այնպես էլ ֆինանսական աջակցություն կանանց ղեկավարությամբ ՄՓՄՁ-ին:

Ինչպես առաջնային, այնպես էլ երկրորդային տվյալների քննությամբ և վերլուծությամբ ԱՄՆ ՄԶԳ-ի «Հայաստան. գենդերային վերլուծություն» («[Armenia](#)

[Gender Analysis Report](#)») աշխատության մեջ բացահայտվում են Հայաստանում կանանց հզորացման բնագավառում առաջընթացը, սահմանափակումները և հնարավորությունները: Այստեղ արծարծված է տնտեսական հզորացման, աճի, ժողովրդավարության և կառավարման բնագավառներում առաջարկությունների մի ամբողջական ցանկ: Ի լրումն ՓՄՁ վերաբերյալ եզրահանգումների, աշխատության մեջ նշվում է, որ չնայած երիտասարդ կանանց բարձրագույն կրթության ոլորտում նվաճումների՝ երիտասարդ տղամարդիկ երկու անգամ ավելի մեծ հավանականությամբ են աշխատանք գտնում ղեկավար պաշտոններում: Ավելին, ինչպես մասնավոր, այնպես էլ հանրային հատվածներում ղեկավար պաշտոնները զբաղեցնում են առավելապես տղամարդիկ (70.5%՝ 29.5%-ի դիմաց): Հաշվետվության մեջ նաև տեղ են գտել վկայություններ առ այն, որ կանայք ներկա են ղեկավար պաշտոններում որոշ ոլորտներում, օրինակ՝ հյուրընկալության, բարձր տեխնոլոգիաների և նորաձևության, միևնույն ժամանակ նշելով, որ սույն պնդումները հաստատող քանակական տվյալներ չկան: Այսուհանդերձ, ի հեճուկս ղեկավար պաշտոններում ըստ ոլորտների կանանց ներկայացվածության վերաբերյալ քանակական տվյալների բացակայության, աշխատության մեջ ասված է, որ աշխատաշուկայի ընդհանուր «բաժանումը» սահմանափակումներ է պարտադրում տղամարդկանց և կանանց՝ ավանդաբար սեռական «պատկանելիություն» ունեցող ոլորտներ մուտք գործելու տեսանկյունից:

Ջորջթաուն համալսարանի «Կանայք, խաղաղություն և անվտանգություն» ինստիտուտի «[Կանայք, խաղաղություն և անվտանգության ցուցիչներ](#)» աշխատության մեջ առաջարկվում է տարբեր երկրների դասակարգումը՝ ըստ դրանցում կանանց

հզորացման և բարեկեցության ցուցանիշների: Այս ցուցիչը (11 ցուցանիշներից բաղկացած) կառուցելու խթաններից է այն համոզումը, որ երկրներն առավել բարեկեցիկ և խաղաղ են այն դեպքում, երբ կանանց տրված են հավասար իրավունքներ և հնարավորություններ: Այս 11 ցուցանիշների հիման վրա ձևավորված՝ Հայաստանի 2020թ.-ի ցուցիչը կազմել է 0.72 (առավելագույն 1-ից), իսկ վարկանիշը՝ 82-րդը (167 երկրների թվում): Վերջնական հաշվետվության մեջ ներկայացված են նաև յուրաքանչյուր ցուցանիշի սահմանումները: ՓՄՁ զարգացման համար անմիջական մարտահրավերներ բնութագրող ցուցանիշների թվում են ֆինանսական ներգրավվածությունը (15+ տարիքի կանայք, ով ունի բանկում կամ այլ ֆինանսական հաստատությունում հաշիվ, կամ անձամբ օգտվում է շարժական դրամային ծառայությունից), աշխատանքային խտրական նորմեր (15+ տարիքի տղամարդիկ, ով հավատացած է, որ կանայք չպետք է ունենան վճարովի աշխատանք) և զբաղվածություն: Հատկանշական է, որ Հայաստանում կանանց միայն 40.9 տոկոսն է նշել, որ բանկում կամ ֆինանսական այլ հաստատությունում հաշիվ ունի, իսկ տղամարդկանց 17 տոկոսը համոզված է, որ կանանց աշխատելն անընդունելի է:

Մեկ այլ աղբյուր՝ «Կանանց ձեռնարկատիրական գործունեությունը խթանող գործոնները Հայաստանում» ([*«Factors That Drive Female Entrepreneurship in Armenia»*](#)) վերտառությամբ Հայրապետյանի 2016թ.-ի ատենախոսությունն է: Ըստ Հայրապետյանի, թեև կին և տղամարդ ձեռներեցները համանման մարտահրավերներ են դիմագրավում Հայաստանում, կան հստակ գենդերային խզվածքներ, որոնք հավելյալ դժվարություններ են ստեղծում հատկապես կին ձեռներեցների համար: Համաշխարհային Բանկի՝ Հայաստանում ձեռնարկությունների հետազոտության տվյալներից ելնելով, Հայրապետյանը նշում է, որ ձեռներեցության

առավել էական մարտահրավերը, որը հավասարապես ազդում է տղամարդկանց և կանանց վրա, հարկերի դրույքաչափերն են: Այսպիսի այլ մարտահրավերներից են հարկային վարչարարության գործող համակարգը, քաղաքական անկայունությունը և կոռուպցիան: Միևնույն ժամանակ գոյություն ունեն միայն կանանց հատուկ մարտահրավերներ, որոնցից են հողի սեփականությունը, բիզնես կրթությունը, գենդերային կարծրատիպերը և որոշ բիզնես ոլորտներ կանանց մուտքի սահմանափակումները: Տվյալների հավաքագրման տեսանկյունից Հայրապետյանը հատկանշական դիտարկում է անում. իրենց առնչությունը բիզնեսի հետ թաքցնելու նպատակով՝ տղամարդիկ երբեմն իրենց բիզնեսները գրանցում են ընտանիքի անդամ կանանց անունով, իսկ պատճառները շատ տարբեր են, այդ թվում՝ պարտքերի կամ ապառքների մարման դիսկերը խաղարկելը: Այս երևույթը հատուկ դժվարություններ է հարուցում կանանց ձեռներեցության վերաբերյալ վիճակագրական տվյալներ հավաքագրելիս:

ՏՀԶԿ-ի «ՓՄՁ քաղաքականության ցուցիչ. Արևելյան գործընկերության երկրներ» ([*«OECD's 2016 SME Policy Index: Eastern Partner Countries»*](#)) 2016թ.-ի հաշվետվությունը մի ձևաչափ է առաջադրում Արևելյան գործընկերության (ԱԳ) տարածաշրջանի երկրների (Հայաստան, Ադրբեյջան, Բելառուս, Վրաստան, Մոլդովա և Ուկրաինա) համար քաղաքականություն մշակողների և այլ դերակատարների համար, որի միջոցով կարելի է գնահատել ՓՄՁ քաղաքականություններ մշակելու և իրականացնելու ուղղությամբ առաջընթացը: Հաշվետվության կառուցվածքում ներառված է ձեռնարկատիրական կրթության և կանանց ձեռներեցության հարցերին նվիրված գլուխ: Կանանց ձեռներեցության ոլորտում առաջընթացը չափվում է չորս ցուցանիշներով, որոնց թիրախն են քաղաքականությունը,

իրավակազմակերպչական աջակցությունը, լավագույն փորձը և վերապատրաստումը: Ընդհանուր առմամբ, կանանց ձեռներեցությանը պատշաճ ուշադրություն է հատկացվել ԱԳ յուրաքանչյուր երկրում, այդ թվում՝ Հայաստանում: Հաշվետվության մեջ հղում է արված կառավարությանը տրամադրված ԱԶԲ-ի աջակցությանը կանանց ձեռներեցության ֆինանսական և իրավակազմակերպչական ոլորտներում: ՀԵԿԱ-ի կազմակերպած միջոցառումները նույնպես լավ փորձ են որակվել: Հաշվետվության մեջ արժարժված են առաջարկություններ, թե ինչպես նպաստել ձեռնարկատիրական գիտելիքների յուրացմանը և կանանց ձեռներեցությանն առհասարակ, իսկ սրան հաջորդող գլխում ներկայացված են Հայաստանում ՓՄՁ զարգացման ուժեղ և թույլ կողմերը:

Այլ հաշվետվություններում լուսաբանվում են ընդհանուր բնույթի ոչ-գենդերային խոչընդոտները, որոնք հատուկ են ձեռներեցությանը Հայաստանում: Սրանց կարգում է Կուրիակոսեի «Հայաստանում ձեռներեցության հզորացումը» ([*Fostering Entrepreneurship in Armenia*](#)) աշխատությունը, որը մշակվել է Համաշխարհային Բանկի պատվերով: Կուրիակոսեի աշխատության մեջ նշված խոչընդոտներից են (ա) խրթին և հեղհեղուկ հարկային կարգավորման համակարգը, (բ) կոռուպցիան և կառավարության պաշտոնյաների կողմից լավ կապեր ունեցող անհատների հովանավորչությունը, (գ) ֆինանսների հասանելիությունը, (դ) անհամարժեք հմտությունները և անվճարունակության կարգավորումը, (ե) արտադրական և գիտահետազոտական համայնքների միջև փոխկապակցվածության բացակայությունը և (զ) ձեռնարկատիրական գործունեության օգուտների մասին հանրության

իրազեկվածության պակասը:

«ԵՄ-ն բիզնեսի համար» ծրագրի «Արևելյան գործընկերության երկրներում ՓՄՁ-ներում ներդրումներ. Հայաստան» ([*Country Report Armenia: Investing in SMEs in the Eastern Partnership*](#)) աշխատությունը նույնպես լուսաբանում է Հայաստանում ՓՄՁ զարգացման խոչընդոտները: Ձայնակցելով գոյություն ունեցող գրականությանը՝ այստեղ էլ նշվում են հետևյալները. (ա) ֆինանսական միջոցների հասանելիություն, (բ) քաղաքական և կանոնակարգող դաշտ, (գ) հմտությունների և գիտելիքի պակաս և (դ) վիճակագրական տվյալների և վերլուծությունների պակաս: Աշխատության մեջ ուրվագծված են նաև նշյալ հարցերից յուրաքանչյուրի լուծմանն ուղղված քաղաքականություններին վերաբերող առաջարկություններ:

Միքայելյանի «Ինքնազբաղվածությունը, միկրո- և փոքր բիզնեսը Հայաստանում» ([*Self-Employment, Micro and Small Business in Armenia*](#)) աշխատությունը ներկայացնում է հետազոտության տվյալների վրա հիմնված՝ Հայաստանի ՓՄՁ ոլորտի մեկ այլ ընդհանուր բնույթի ուսումնասիրություն: Միքայելյանը ուրվագծում է իր հետազոտության մեթոդները, այդ թվում՝ «ձեռներեցության» հասկացության իր կիրառած սահմանափակումներն ու սահմանումները, որոնք բնութագրում են ձեռներեցությունը, ինքնազբաղվածին, միկրո և միջին ձեռնարկությունները: Եզրահանգումներում Միքայելյանը նշում է «բիզնես» հասկացության թյուրընկալումը, մասնավորապես այն, որ բազմաթիվ միկրո-ձեռնարկություններ, գյուղատնտեսներ և ինքնազբաղվածներ իրենց գործունեությունը բիզնես չեն համարում: Հատկապես գյուղատնտեսները իրենք իրենց համարում են գործազուրկներ: Սա մասամբ պայմանավորված

է այն փաստով, որ իրենց տնտեսական գործունեության արդյունքում նրանք հանգում են կենսապահովմանն ավելի, քան բիզնեսի կայացմանը: Հեղինակը նաև դիտարկում է կոռուպցիայի ընկալումները փոքր և միկրո ձեռնարկությունների շրջանում, որոնք մեծ նշանակություն են տալիս այս երևույթին՝ կոռուպցիայի իրականում ցածր աստիճան ունեցող այս մակարդակում:

Հայաստանի վիճակագրական կոմիտեի 2019թ.-ի «**Փոքր և միջին ձեռնարկատիրությունը Հայաստանի Հանրապետությունում**»

վիճակագրական տեղեկատվություն առաջարկում է Հայաստանում ՓՄՁ գործունեության և վիճակագրության ակնարկ: Հրապարակումը չի բացահայտում ձեռնարկատիրության հատկորոշ մարտահրավերներ, սակայն ուրվագծում է մի շարք ՓՄՁ բիզնես ժողովրդագրական տվյալներ, որոնք անդրադառնում են բիզնես ոլորտներին, մարզերին, չափերին, շրջանառությանը, աշխատողների թվաքանակին, վարձատրության չափերին և այլն: Տեղեկատվություն նաև առաջարկում է օգտակար սահմանումներ և հղումներ, այդ թվում՝ ՓՄՁ-ի սահմանման մանրամասներ: Այնուամենայնիվ, ՓՄՁ սահմանումը հիմնված է բացառապես աշխատողների թվաքանակի վրա, այլ ոչ թե լրացուցիչ գործոնների, ինչպիսիք են շրջանառությունն ու ակտիվները, ինչպես որոշադրված է ՀՀ կառավարության կողմից 2011թ.-ին ընդունված սահմանմամբ:

«EVN հաշվետվություն» իր աշխատությունում («Աշխատաշուկայում գենդերային հավասարության մասին. կանայք Հայաստանի SS և այլ ոլորտներում», «**The Need for Gender Equality in the Labor Market: Women in Armenia's IT Sector and Beyond**») Մարտիրոսյանը շեշտադրում է այն հնարավոր ավանդը, որ կարող են ունենալ կանայք Հայաստանի SS ոլորտում: Այս ոլորտում կանայք արդեն իսկ

ավելի մեծ ներկայացվածություն ունեն՝ այլ երկրների համեմատությամբ, թեև էապես ավելի պակաս, քան տղամարդիկ: Հեղինակը նշում է, որ SS-ում կանանց բաժին է ընկնում ղեկավար պաշտոնների լոկ 11 տոկոսը: Մարտիրոսյանը նաև բերում է ծավալուն վիճակագրական տվյալներ, որոնք վերաբերում են Հայաստանում տնտեսական ոլորտներում գենդերային անհավասարությանը, ինչպես նաև քաղաքականությանը մասնակցությանը և ներկայացվածությանը: Նա նաև պնդում է, որ SS զարգացումը քայլ-առ-քայլ դառնում է կառավարության առաջնահերթություն, ուստի այս ոլորտում կանանց մասնակցությունն ու հնարավոր ավանդը չպետք է անտեսվեն:

Աբրամյանը մշակել է թեմային առնչվող մի հետազոտություն «Ֆորբզ»-ի համար, որը կոչվում է «Հայաստանի SS առաջամարտիկներ կանայք գրավում են նոր հորիզոններ» (**«Armenia's Women Tech Trailblazers Are Forging New Horizons»**): Աշխատությունն անդրադառնում է տեխնոլոգիաների ոլորտում գործող կանանց: Հարունման Մարտիրոսյանի՝ «EVN հաշվետվության»՝ Ֆորբզի այս նյութը նշում է Հայաստանի SS ոլորտում կանանց ներկայացվածությունը՝ աշխարհի այլ երկրների համեմատությամբ: Մինչդեռ SS ոլորտում կանանց ներկայացվածությունն աշխարհում չի գերազանցում 20 տոկոսը, Հայաստանում այն 30 տոկոս է: Աշխատության մեջ նաև նշվում են Հայաստանում գործող 11 ընկերությունները, որտեղ ղեկավար մարմիններում կամ աշխատակազմում կանայք մեծամասնություն են կազմում:

ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի 2018թ.-ի «**Հայաստանի կանայք և տղամարդիկ**» վիճակագրական գրքույկի համաձայն, կանանց տնտեսական ակտիվության աստիճանը աշխատաշուկայում 53 տոկոս է, ինչը էապես ցածր է տղամարդկանց՝ 71 տոկոս

ցուցանիշից: Ավելին, տնտեսապես պասիվ կանանց 47 տոկոսը տնային տնտեսուհիներ են, ընդ որում՝ նրանց 42 տոկոսը միջնակարգ մասնագիտական կամ ավելի բարձր մակարդակի կրթություն ունեցողներ: Տղամարդ են գործատուների 80 և ինքնազաբաղվածների 54 տոկոսը, իսկ չվճարվող աշխատանքներում ներգրավված կանանց բաժինը երկու անգամ գերազանցում է տղամարդկանց բաժինը: Զբաղվածության բացին հաջորդում են աշխատանքի վարձատրության և եկամտի բացերը. կանանց միջին աշխատավարձերը միջին հաշվով 33 տոկոսով զիջում են տղամարդկանց վարձատրությանը, ուստի՝ եկամտի բացը գերազանցում է անգամ 40 տոկոսի շեմը (2013թ.), թեև աշխատող կանանց 58 տոկոսը և տղամարդկանց 47 տոկոսն ունեն միջնակարգ մասնագիտական կամ ավելի բարձր կրթություն: Ըստ ոլորտների զբաղվածությունը դիտարկելիս պարզ է դառնում, որ Հայաստանի աշխատանքային ռեսուրսների 16 և զբաղվածություն ունեցողների 31 տոկոսը գործունեություն են ծավալում գյուղատնտեսության ոլորտում: Վերջիններիս 53 տոկոսը կանայք են, սակայն, ոչ-ֆորմալ աշխատանքի դեպքում, նրանք զուրկ են սոցիալական երաշխիքներից: Բացի այդ, կանայք հաճախ չեն մասնակցում իրենց համայնքներում կարևոր որոշումների կայացմանը (համայնքի ղեկավարներ՝ 1.6%, ավագանու անդամներ՝ 10.5%): Կանայք առավելապես ընդգրկված են ցածր վարձատրություն առաջարկող ոլորտներում: Ավելին, ղեկավար պաշտոններ զբաղեցնող տղամարդիկ 2.4 անգամ ավելի շատ են, քան կանայք: Կանայք ավելի շատ զբաղեցնում են միջին կամ ցածր աստիճանի պաշտոններ նույնիսկ այն ոլորտներում, որտեղ նրանց ներգրավվածության բաժինը մեծ է (օրինակ՝ սոցիալական, առողջապահություն, կրթություն, մշակույթ, հանգիստ և վերականգնում):

ՄԱԿ-կանայք կազմակերպության և ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի համատեղ «**Հայաստանի աշխատաշուկայում վարձատրության գենդերային խզվածքի և գենդերային հավասարության վերլուծություն**» հաշվետվության ուշադրության կենտրոնում են ըստ գենդերի վարձատրության խզվածքները և այլ հարցեր, որոնք ազդում են Հայաստանում կանանց զբաղվածության վրա: Թեև վերլուծությունը հատուկ կանգ չի առնում կանանց ձեռներեցության հարցերի վրա, սակայն արժարժված հարցերի թվում են հայաստանյան աշխատաշուկայում կանանց առջև ծառացած խնդիրները և նրանք, որոնք վերաբերում են կազմակերպության աստիճանակարգում բարձր դիրքերին կանանց հասնելու կարողություններին: Հաշվետվությունը արձանագրում է վարձատրություն հաշվարկելու տարբեր մեթոդներ, այդ թվում՝ ճշգրտված և չճշգրտված խզվածքները: Ճշգրտված հաշվարկների հիմքում հարցվածների բնութագրերից են աշխատանքի բնույթը, ոլորտը, պայմանագրի տեսակը, կրթությունը և այլ անձնական գործոններ: Մինչ ճշգրտված խզվածքը 23.1% է, նշյալ բնութագրերի ճշգրտվածը 28.4 տոկոս է: Բնութագրերն ու ընտրանքայնությունը վերստուգելուց հետո, խզվածքը կրճատվել է մինչև 10%, ինչը, ըստ հաշվետվության՝ Հայաստանում կանանց վարձատրության գենդերային խտրականություն կարելի է համարել: Ուսումնասիրվել են շուկայում առկա՝ գենդերային անհավասարության նաև այլ գործոններ, ինչպիսին է, օրինակ, աշխատանքային ժամերի քանակը: Բոլոր տարիքի, կրթամակարդակի, զբաղմունքի և աշխատանքային կարգավիճակի տղամարդիկ ավելի երկար են աշխատում, ինչը չվճարվող՝ տան աշխատանքներում կանանց ավելի մեծ ընդգրկվածության արտացոլումն է:

«Գլոբալ ձեռներեցության մոնիտոր»-ի Հայաստանի համար առաջին՝

«**Ձեռնարկատիրության համաշխարհային զեկույց 2019/ 2020. Հայաստանի ազգային զեկույց-ի**» առարկան են Հայաստանում ձեռնեցության չափերն ու բնութագրերը, կանանց ձեռնարկատիրական գործունեությունը ներառյալ: Հայաստանում ձեռնեցությանը վերաբերող բազմաթիվ արժեքավոր քանակական և այլ տվյալներ են զետեղված զեկույցում: Հայաստանում կանանց ձեռնեցության վերաբերյալ զեկույցում նշվում է, որ ձեռնարկատիրական գործունեությամբ զբաղվող կանանց թիվն ավելանում է: Այնուամենայնիվ, այս գործունեության մեջ ներգրավվող կանանց աճի տեմպերը զիջում են տղամարդկանց: Չափվում են կայացած բիզնեսները սեփականատերերով և/կամ ակտիվությամբ (ԿԲԱ, ավելի քան 3.5 տարվա պատմությամբ) և վաղ շրջանում գտնվող ընկերության ձեռնարկատիրական ակտիվությամբ (ՎՁԱ): Համաձայն զեկույցի, Հայաստանն ընդհանուր առմամբ գրանցել է ձեռնարկատիրական գործունեության բավականին բարձր ակտիվություն. հինգ չափահասներից մեկը ներգրավվել է վաղ շրջանի ձեռնարկատիրական գործունեության մեջ, մասամբ այն պատճառով, որ առկա են ձեռնարկատիրական գործունեությանը սատարող բարենպաստ սոցիալական և մշակութային արժեքներ և մասամբ էլ՝ եկամուտ վաստակելու այլ հնարավորություն-

ների սակավության պատճառով: Վերջինս հատկապես մեծ ազդեցություն ունի գյուղական վայրերում, հետևաբար՝ նպաստում է գյուղատնտեսության և առևտրի ոլորտում ակտիվության աճին: ԿԲԱ-ն տղամարդկանց շրջանում 2.3 անգամ գերազանցում է կանանցը, ինչը ցույց է տալիս, որ էապես սակավ են կանանց սեփականություն հանդիսացող կենսունակ բիզնեսները: ՎՁԱ-ն տղամարդկանց շրջանում 1.5 անգամ ավելին է, քան կանանց: Զեկույցում ուսումնասիրված են բիզնես մուտք գործելու խթանները և նշված է, որ կանանց և տղամարդկանց մեծ մասը ձգտում է սեփական գործ հիմնել եկամուտ ստանալու համար, քանզի սուղ են աշխատատեղերը, սակայն կանանց մեջ շատ քչերն են, որ «աշխարհում մի բան փոխելը» դիտարկում են իբրև բիզնեսով զբաղվելու խթան: Քանի որ Հայաստանում վաղ շրջանի ձեռնարկատիրությունը զգալի չափի է, իսկ կայացածներին՝ միայն միջին, զեկույցը առաջարկում է պայմանների բարելավումը որպես բիզնեսների կենսունակության գրավական: Առաջարկվում է նաև բարելավումներ մտցնել ձեռնարկատիրական միջավայրում, այդ թվում՝ (1) կրթության, (2) գիտահետազոտական և զարգացման գիտելիքի փոխանցման, (3) կառավարության կողմից հովանավորվող ձեռնարկատիրական ծրագրերի և (4) խնդրո առարկա գործունեության ֆինանսավորման բնագավառներում:

Ներկա ծառայությունների քարտեզագրումը

Ի լրումն գրականության տեսությանը՝ սույն աշխատանքի շրջանակներում քարտեզագրվել են Հայաստանում կին ձեռնեցեցների հասու ծառայությունները: Քարտեզագրմամբ բացահայտված կազմակերպություններն ու նախաձեռնությունները կին ձեռնեցեցների առաջարկում են աջակից ծառայությունների ընդհանրական հավաքածու: Դրանցից են (1) բիզնես կրթություն և հմտությունների

հզորացման ծրագրեր (ՀԸԲՄ, ՀԵԿԱ, «Աղջիկները տեխնոլոգիաներում», «HERA», «Impact Hub», «ՍՄԵԴԱ», և ՓՄՁ ԶԱԿ), (2) քաղաքական ներկայացվածության և մասնակցության հարցերում աջակցություն («OxYGen», «ՍՄԵԴԱ»), (3) համագործակցության ցանցերի կառուցմանը աջակցություն և ուղղորդում (ՀԵԿԱ, «ՀԿՄԱ», «Impact Hub», «WINNET» և Կին գործարարների ցանց),

(4) ֆինանսական աջակցություն («HERA», «ՍՄԵԴԱ», ՓՄՁ ԶԱԿ), և (5) ՓՄՁ ընդհանուր զարգացմանն աջակցություն («ՍՄԵԴԱ», ՓՄՁ ԶԱԿ): Աջակցության այս նախաձեռնությունները առավելապես կենտրոնացած են բիզնես կրթության, հմտությունների հզորացման և ցանցերի կառուցման շուրջ՝ ուղղակի ֆինանսական աջակցության կամ բիզնեսի զարգացման դրամաշնորհների սակավությանը զուգահեռ: Ստորև քարտեզագրման ընթացքում բացահայտված կազմակերպությունների, ծրագրերի և նախաձեռնությունների ցանկն է.

- [Հայկական բարեգործական ընդհանուր միություն \(ՀԲԸՄ\). «Կին ձեռներեցներ» ծրագիր](#)
- Հայ կանանց միջազգային ասոցիացիա ([ՀԿՄԱ, AIWA](#))
- Հայ երիտասարդ կանանց ասոցիացիա ([ՀԵԿԱ, AYWA](#))
- ԵՄ Բիզնեսի համար. Աջակցություն ՀՀ-ում ՓՄՁ զարգացմանը ([SMEDA](#))
- [«Girls in Tech—Armenia»](#)
- [«HERA»](#)
- [«Impact Hub Yerevan»: Կանանց ձեռներեցության ինկուբատոր ծրագիր](#)
- Նորարարական ձեռներեցության կանանց ասոցիացիա
- [OxYGen: «Հավասար» արշավ](#)
- Փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման Ազգային կենտրոն ([ՓՄՁ ԶԱԿ](#))
- ՄԱԿ-ի զարգացման ծրագիր. Հարավային Կովկասում կանանց տնտեսական հզորացում, [2018-2021](#)
- Վիննեթ-Հայաստան
- Կին ձեռներեցների հայաստանյան ցանց. Հայաստանում կանանց ձեռնարկատիրության զարգացում

Ստորև ներկայացվում է Հայաստանում նախորդ տարիներին կանանց ձեռներեցության հարցերին նվիրված այն ծրագրերի և նախաձեռնությունների ցանկը, որոնք դադարել են գործելուց.

- Ասիական զարգացման բանկ. Կանանց ձեռներեցության աջակցության ոլորտի զարգացման ծրագիր
- ԵՄ կանանց համար. Սոցիալական ձեռներեցության միջոցով տնտեսական հզորացում
- Վերակառուցման և զարգացման եվրոպական բանկ. Կանայք բիզնեսում՝ [«TAM/BAS» Հայաստան և Վրաստան](#)
- Եվրոպական Միություն. «Հայաստանում կանանց սոցիալական և տնտեսական հզորացում» ծրագիր
- ԵՄ «Կանաչ գյուղատնտեսություն նախաձեռնություն Հայաստանում» ([EU-GAIA](#))
- Ավստրիայի Հանրապետության եվրոպական հարցերի և արտաքին գործերի դաշնային նախարարություն. Սոցիալական ձեռներեցություն Ոսկեվանում փոքր թռչնարածական տնտեսությունների զարգացում
- [OxYGen: «Նպաստելով աճին, գործադրելով իրավունքները. Կանայք աշխատաշուկայում, 2018-2019»](#)
- [OxYGen և Եվրոպական գործընկերություն հանուն զարգացման \(EPD\): INSPIRED+ Armenia](#)

ՈՐԱԿԱԿԱՆ ԵՎ ՔԱՆԱԿԱԿԱՆ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԵԶՐԱՀԱՆԳՈՒՄՆԵՐԸ

Սույն բաժնում ներկայացված են հետազոտության որակական և քանակական փուլերի առավել նշանակալից և կարևոր եզրահանգումները: Եզրահանգումների այս ընտրանիում առավելապես ներառված են տղամարդ և կին ձեռներեցների առջև ծառացող՝ հնարավոր միջամտություններին առնչվող դժվարությունները և մարտահրավերները լուսաբանողները: Ընտրանիում մեծ մասամբ արտացոլված են քանակական հետազոտության եզրահանգումները, որոնք բոլոր հնարավոր դեպքերում համալրված են որակականներով: Սույն բաժնում արծարծված թեմաներից են հարցվածների բնութագրերը, բիզնես գործունեությանը ձեռնամուխ լինելու խթանները, ֆինանսներին, ներդրումներին, վերապատրաստմանն ու կրթությանը վերաբերող հարցեր, ձեռներեցությանը հատուկ խոչընդոտները, սոցիալական և մշակութային նորմերը, համավարակի հետևանքները, ինչպես նաև ապագայի հեռանկարները:

Գծապատկերներին և աղյուսակներին վերաբերող նշումներ.

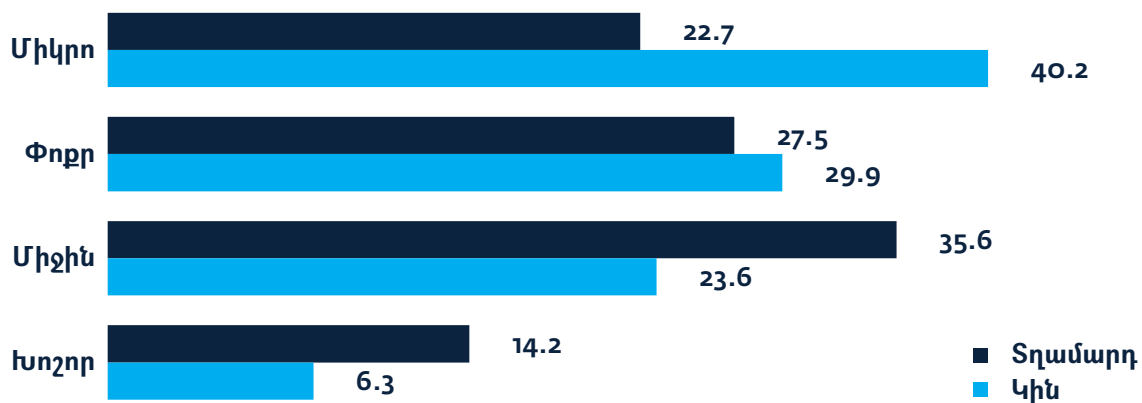
- o Բոլոր գծապատկերներն ու աղյուսակներն արտացոլում են բոլոր պատասխանները տրոհու-ներով ամբողջի մեջ, եթե այլ բան չի նշված (հաճախականությունները նշված են գծապատկերների վերառություններում):
- o Վերլուծության մեջ ներկայացված թվերը կարող են աննշան տարբերվել գծապատկերներում և աղյուսակներում բերվածներից կլորացման բերումով: Որոշ դեպքերում, «չգիտեմ» և «հրաժարվում եմ պատասխանել» տարբերակները միավորվել են, հաշվի առնելով նրանց փոքր բաժինները:
- o «Բիզնեսների բնութագրերը» և «Հարցվածների բնութագրերը» գծապատկերներում ներկայացված են չկշռված տվյալներով, քանի որ այս դեպքում գործ ունենք ընտրանքի նկարագրի հետ: Մյուս դեպքերում տվյալները ներկայացված են կշիռներով:
- o Այն դեպքերում, երբ ենթադրվում է փոփոխականների համահարաբերում, անցկացվել է «F-թեստ» (կշռված տվյալներով) կամ «Chi square թեստ» (չկշռված տվյալներով), և թեստերի վիճակագրությունը ներառվել է տողափակ ծանոթագրության տեսքով՝ հետևյալ ձևաչափով. «F» (ազատության մոդելային աստիճաններ, ազատության մնացորդային աստիճաններ) = «F» արժեք, «p» – «p» արժեք կամ «X2» (ազատության աստիճան, «N» = ընտրանքի չափ) = «chi-square» վիճակագրական արժեք, «p» – «p» արժեք: Եթե «p» արժեքը պակաս է .05-ից, խմբերի միջև տարբերությունը (օրինակ՝ գենդեր, ոլորտ և այլն) համարվում է վիճակագրորեն նշանակալի:

1. Հարցվածների բնութագիրը

Բիզնեսի չափը.

Տղամարդ և կին հարցվածների բիզնես բնութագրերի ամենաէական տարբերությունները հատկորոշ են իրենց ընկերությունների չափերին: Կանանց սեփականություն հանդիսացող ընկերությունների գերակշիռ մասը միկրո են, կամ փոքր (համապատասխանաբար՝ 40.2 և 29.9%), մինչ տղամարդկանցը՝ միջին կամ խոշոր (համապատասխանաբար՝ 35.6 և 14.2%, տես՝ Գծապատկեր 1.1).⁶

Գծապատկեր 1.1. Ընկերությունների բաշխումն ըստ չափի և սեփականատերերի սեռի (տոկոս ամբողջի մեջ՝ ըստ սեփականատերերի սեռի, n=407)



Բիզնեսի տարիքը, ձեռը, ոլորտը.

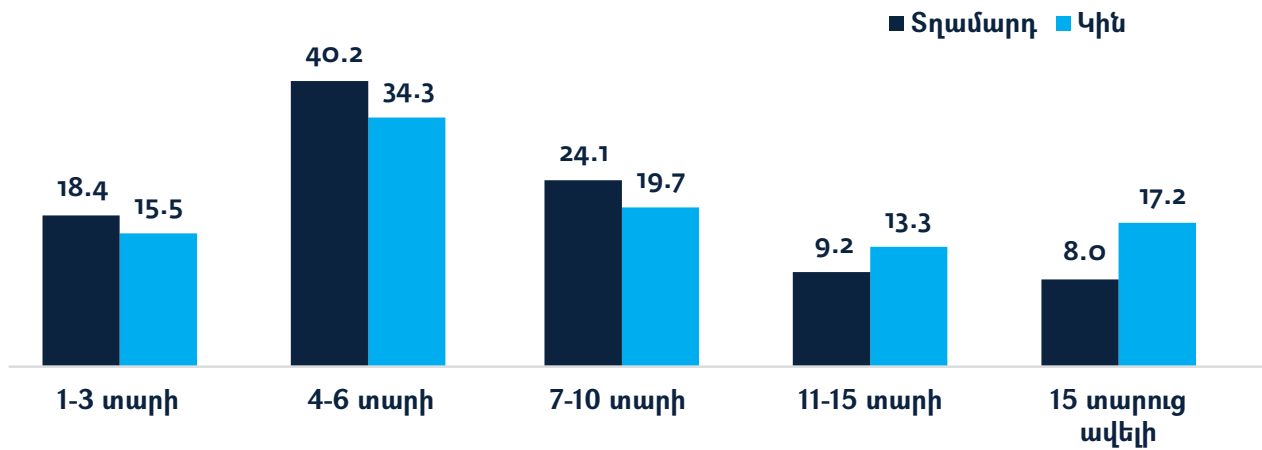
Կանանց ձեռնարկությունների գերակշիռ մեծամասությունը գրանցված է որպես մեկ սեփականատեր ունեցող և/կամ անհատ ձեռներեց (79.9%՝ տղամարդկանց 53.2%-ի դիմաց) և, ավելի փոքր չափով՝ սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերություններ (20.1%՝ տղամարդկանց 41.6%-ի դիմաց): Ընտրանքի ոչ մի կին ձեռնարկատեր չունի ՓԲԸ կամ ԲԲԸ (տղամարդկանց համապատասխանաբար 4.7% և 0.4% դիմաց).⁷

Կանանց ձեռնարկություններն ավելի երիտասարդ են, քան տղամարդկանցը: Մասնավորապես կանանց ձեռնարկությունների 18.4%-ը ակտիվ գործունեություն է ծավալում 1-3, 40.2%-ը՝ 4-6, 24.1%-ը՝ 7-10, 9.2%-ը՝ 11-15, և միայն 8%-ը՝ ավելի քան 15 տարվա ընթացքում (Գծապատկեր 1.2): Տղամարդկանց բիզնեսների ակտիվ գործունեության միջին ցուցանիշը 8.4 տարի է, կանանցը՝ վեց:

⁶ $(\chi^2(3, N = 407) = 20.6989, p = .00)$

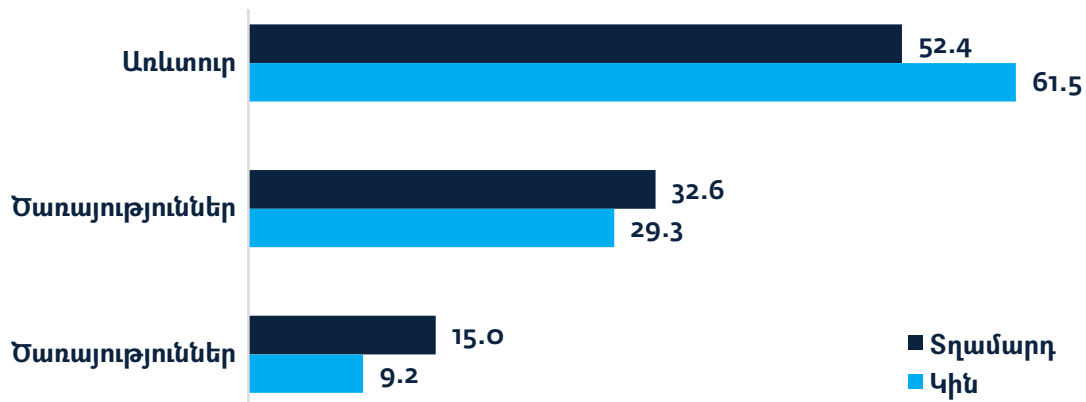
⁷ $(\chi^2(3, N = 407) = 34.414, p = .00)$

Գծապատկեր 1.2. Ընկերությունների բաշխումն ըստ գործունեության տևողության և սեփականատիրոջ սեռի (տոկոս ամբողջի մեջ՝ ըստ սեփականատիրոջ սեռի, n=407)



Առևտրի ոլորտում գործունեություն ծավալող կանանց բիզնեսներն ավելի հաճախ են հանդիպում, քան տղամարդկանց (համապատասխանաբար 61.5% և 52.4%) և էապես ավելի քիչ՝ արտադրության (համապատասխանաբար 9.2% և 15%)։ Այսուհանդերձ, կանանց և տղամարդկանց բիզնեսները գրեթե հավասար չափով են գործունեություն ծավալում ծառայությունների ոլորտում (համապատասխանաբար 29.3% և 32.6%։ Գծապատկեր 1.3)։

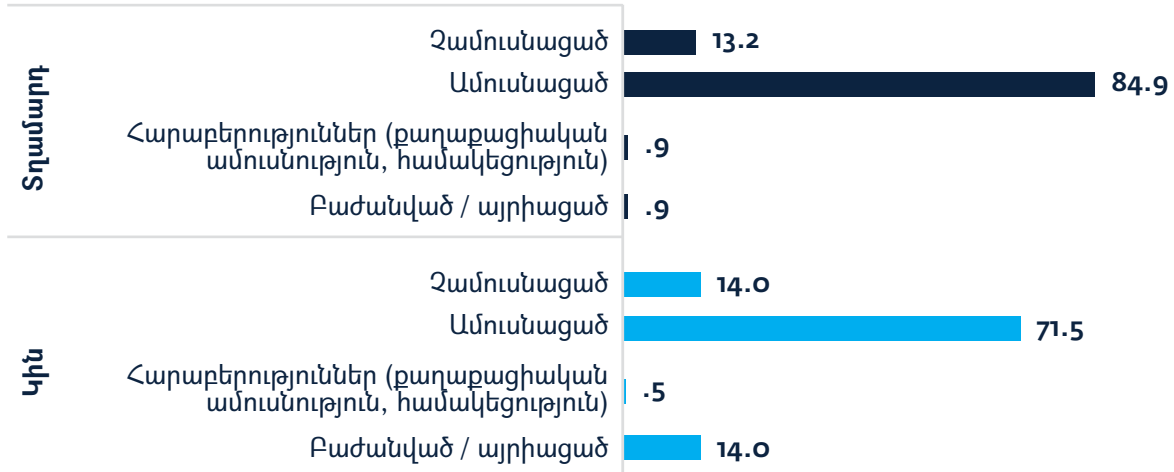
Գծապատկեր 1.3. Ընկերությունների բաշխումն ըստ ոլորտների և սեփականատիրոջ սեռի (տոկոս ամբողջի մեջ՝ ըստ սեփականատիրոջ սեռի, n=407)



Ընտանեկան կարգավիճակ եւ երեխաներ.

Հատկանշական է, որ ամուսնացած կին հարցվածների թիվը զիջում է տղամարդկանց (71.5% կին, 84.9% տղամարդ, Գծապատկեր 1.4)։ Բացի այդ, կանանց թվում ավելի մեծ է ամուսնալուծվածների կամ այրիների բաժինը՝ 14%, տղամարդկանց 0.9%-ի դիմաց։

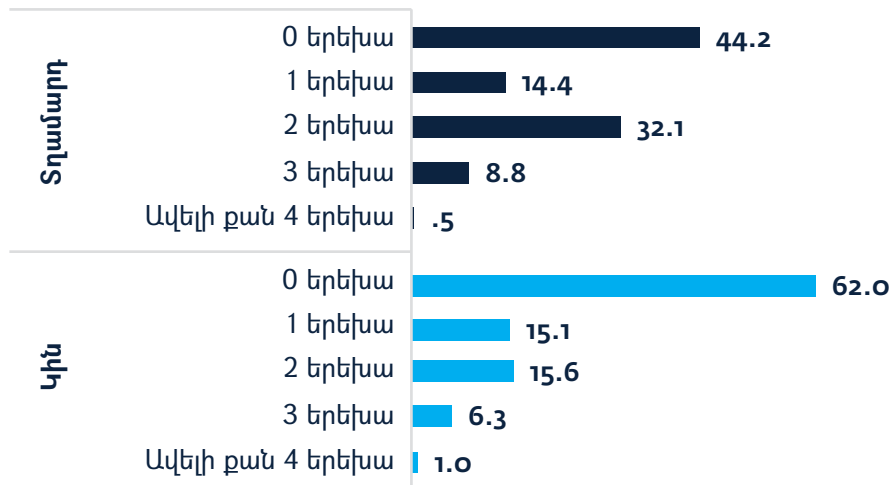
Գծապատկեր 1.4. Հարցվածների ընտանեկան կարգավիճակը ըստ սեռի (տոկոս ամբողջի մեջ, n=407)



Հարցված կանանց ավելի քան կեսը (52.6%) չունեին մինչև 18 տարեկան զավակ, 14.7%՝ միայն մեկ, շուրջ քառորդը (24.3%)՝ երկու, 7.6%-ը՝ երեք և միայն 0.7%-ը՝ չորսից ավելի: Ըստ Գծապատկեր 1.5-ի, մինչև 18 տարեկան զավակ չունեցող կանայք էապես գերազանցում են տղամարդկանց թիվը (համապատասխանաբար՝ 62% և 44.2%):

Որակական փուլի քննարկումների ընթացքում բարձրաձայնվել է աշխատանք-տուն հավասարաչափությունը պահպանելու անհրաժեշտությունից բխող ճնշման մասին: Կին ձեռներեցները մտահոգություն են հայտնել առ այն, որ իրենց շարունակական և աճող ներգրավումը ձեռնարկատիրական գործունեության մեջ կարող է քիչ ժամանակ թողնել տան պարտականությունները կատարելու համար և բացասաբար ազդել ընտանեկան հարաբերությունների վրա: Այնուամենայնիվ, շատերի մոտ երեխաները մեծանում են բիզնեսի աճին համընթաց և ի վերջո գալիս են զորավիզ լինելու բիզնես գործունեությանը:

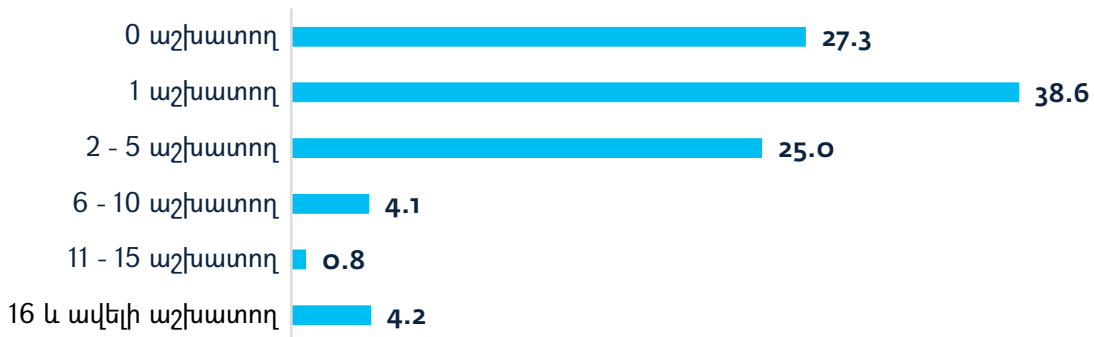
Գծապատկեր 1.5. Մինչև 18 տարեկան երեխաների թիվը ըստ հարցվածների սեռի (տոկոս ամբողջի մեջ, n=407)



Մարդկային կապիտալ.

Լրիվ հաստիքով աշխատողների թիվը բավականին համեստ է՝ միջինը 10 հոգի միայն (որոնցից յոթը տղամարդ և երեք՝ կին): Ավելին, տղամարդկանց սեփականություն հանդիսացող բիզնեսներում աշխատում են շատ ավելի շատ լրիվ հաստիքով աշխատակիցներ, քան կանանց, համապատասխանաբար՝ 15.5 (11.8 տղամարդ և 3.8 կին) և միայն 3.3 (1.2 տղամարդ 2.1 կին): Սա կարելի է բացատրել կանանց և տղամարդկանց ընկերությունների չափով: Ինչպես արդեն նշվել է, կանանց ընկերությունների 70.1%-ը միկրո կամ փոքր են, մինչդեռ տղամարդկանցը՝ միջին կամ խոշոր (համապատասխանաբար՝ 35.6% և 14.2%): Ոչ-լրիվ դրույքով աշխատողների միջինացված ցուցանիշը 1.3 է (0.4 տղամարդ և մեկ կին): Տղամարդկանց բիզնեսները նշել են 1.1 ոչ-լրիվ դրույքով աշխատողների մասին, կանանցը՝ 1.6 (առավելապես՝ կանայք): Լրիվ դրույքով աշխատող չունեցող ընկերությունների բաժինը ընդամենը հետազոտվածներում 27.3% է, իսկ 63.6% նշել է, որ ունեն միայն 1-5 այդպիսի աշխատող: 16 և ավելի աշխատող ունեցող ընկերությունների բաժինը կազմում է 4.2% (տես՝ Գծապատկեր 1.6):

Գծապատկեր 1.6. Լրիվ դրույքով աշխատողների թվաքանակը (տոկոս ամբողջի մեջ, n=407)



2. Բիզնես սկսելը

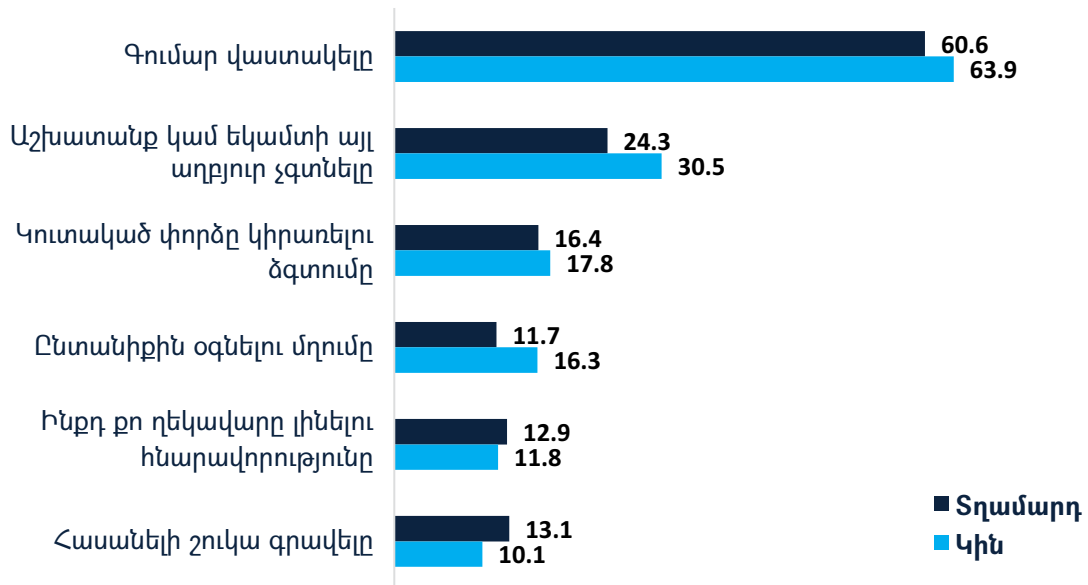
Դրդապատճառներ.

Չկան էական տարբերություններ տղամարդ կամ կին ձեռնարկատերերի՝ բիզնես սկսելու, ձեռք բերելու կամ բիզնեսին միանալու դրդապատճառների տեսանկյունից: Թե՛ տղամարդկանց, թե՛ կանանց համար ամենանշանակալից խթանը «գումար վաստակելն է» (համապատասխանաբար՝ 60.6% և 63.9%): Սրան հաջորդում է «այլ աշխատանք կամ եկամտի աղբյուր գտնելու անկարողությունը» (համապատասխանաբար 24.3% և 30.5%) և «Նախկին փորձը գործադրելու ձգտումը» (համապատասխանաբար 16.4% և 17.8%, տես՝ Գծապատկեր 2.1-ը):

Ի լրումն Գծապատկեր 2.1-ում ներկայացված դրդապատճառների, որակական հետազոտության մասնակից կին ձեռներեցները քննարկել են նաև ուրիշներ, ինչպիսիք են, օրինակ, ընտանեկան բիզնեսի շարունակում, գիտելիքի և հմտությունների գործադրում, մասնագիտության փոփոխություն,

շուկայի ընձեռած հնարավորություններից օգտվելը և որոշակի ոլորտների նկատմամբ սերն ու հետաքրքրությունը: Ավելին, զբաղվածության ծայրահեղ սահմանափակ հնարավորությունները հատկապես մարզերում⁸ նպաստել են ձեռնարկատիրական գործունեությամբ զբաղվելու կանանց ոգևորությանը:

Գծապատկեր 2.1. *Քիզնես սկսելու (ձեռք բերելու, այլ քիզնեսին միավորվելու) երկու կարևորագույն դրդապատճառները (տոկոսն ըստ սեռի, ընդունվել է մինչև երկու պատասխան, n=407)*



Ընտանիքի աջակցությունը.

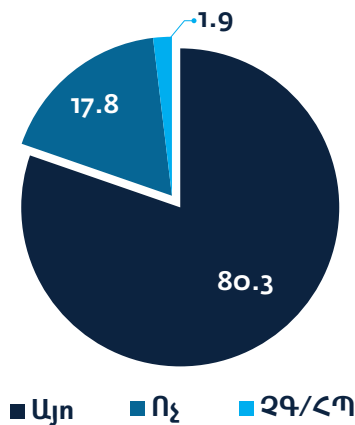
Թե՛ տղամարդ, թե՛ կին ձեռներեցների ընտանիքները առհասարակ սատարում են սեփական քիզնես ունենալու իրենց նախաձեռնությանը: Քանակական հետազոտության մասնակիցների գերակշիռ մասը (80.3%) նշել է, որ ստացել են ընտանիքներից կամ հարազատներից անհրաժեշտ աջակցությունը (Գծապատկեր 2.2): Այսուհանդերձ, հարցվածների 10.4%-ը նաև ասել է, որ ընտանիքում կամ հարազատների շրջանում պարտադիր եղել է մեկը, ով չի ողջունել կամ խոչընդոտել է քիզնեսով զբաղվելու մտադրությունների իրագործմանը (Գծապատկեր 2.3): Այս տեսանկյունից չկան որևէ նշանակալից գենդերային տարբերություններ:

Սկանում մի ընտանիք դեմ էր ԿԶ նախաձեռնությանը մի կնոջ մասնակցությանը, որը ցանկանում էր գեղեցկության սրահ հիմնել: Սակայն նա հիմնեց, և 2015թ.-ին ստացավ վարչապետի «Տարվա կին ձեռներեց» մրցանակը: Հիմա ընտանիքը հպարտանում է այդ կնոջով:

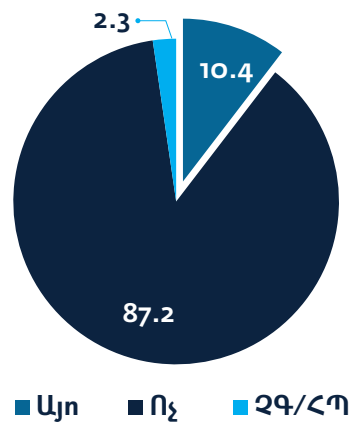
⁸ Այս պնդման վկայությունը հետևյալ տվյալներն են. 2018թ.ին Հայաստանի գյուղատնտեսության ոլորտում զբաղվածության 97.5%-ը ոչ-ֆորմալ էր, հմմտ.՝ 20.8% ոչ-գյուղատնտեսական ոլորտներում (<< վիճակագրական կոմիտե, 2018թ. «Աշխատանքի շուկան Հայաստանում»): Ըստ Համաշխարհային Բանկի «Աշխատենք Հայաստանի ավելի լավ ապագայի համար. Աշխատատեղերի դինամիկայի վերլուծություն» ([Work for a Better Future in Armenia: An Analysis of Jobs Dynamics](#)) (էջ 17) հետազոտության համաձայն, «աշխատաշուկայից դուրս մնալու հավանականությունը կանանց շրջանում ընդհանուր առմամբ ավելի մեծ է, հատկապես՝ գյուղական շրջաններում, որտեղ ավելի վաղ են ընտանիք կազմում»:

Որակական հետազոտության ներքո նույնպես արձանագրվել է ընտանիքների աջակցությունը կանանց՝ բիզնես սկսելու գաղափարին: Թեև բազմաթիվ կին ձեռներեցներ դժվարությունների են հանդիպում աշխատանք-տուն հավասարակշռությունը պահելու հարցում և առավելապես հարում վերջինին, նրանց մեծ մասը նշել է, որ վայելում են ընտանիքների, այդ թվում՝ ամուսինների, ծնողների, մեծ ծնողների և զավակների սատարումը: Ընտանիքի աջակցությունը բիզնես գործողություններին զանազան դրսևորվում ունի՝ տան գործերում և ընտանիքի խնամքում օգնությունից մինչև ֆինանսական աջակցության տրամադրում: Որոշ դեպքերում, ընտանիքը թերահավատ է կնոջ կողմից բիզնես վարելու նկատմամբ, բայց առավել հաճախ սկսում է աջակցել հատկապես այն պահից, երբ ականատես է դառնում առաջին հաջողություններին:

Գծապատկեր 2.2. Կամր Ձեր ընտանիքում (հարազատների շրջանում) մեկը, ով աջակցել է սեփական բիզնես հիմնելու Ձեր ջանքերին (տոկոս, n=407)



Գծապատկեր 2.3. Կամր Ձեր ընտանիքում (հարազատների շրջանում) մեկը, ով դեմ է եղել կամ խոչընդոտել է սեփական բիզնես հիմնելու Ձեր ջանքերին (տոկոս n=407)



3. Ֆինանսներ և մեկնարկային ներդրումներ

Մեկնարկային ֆինանսավորման աղբյուրներ.

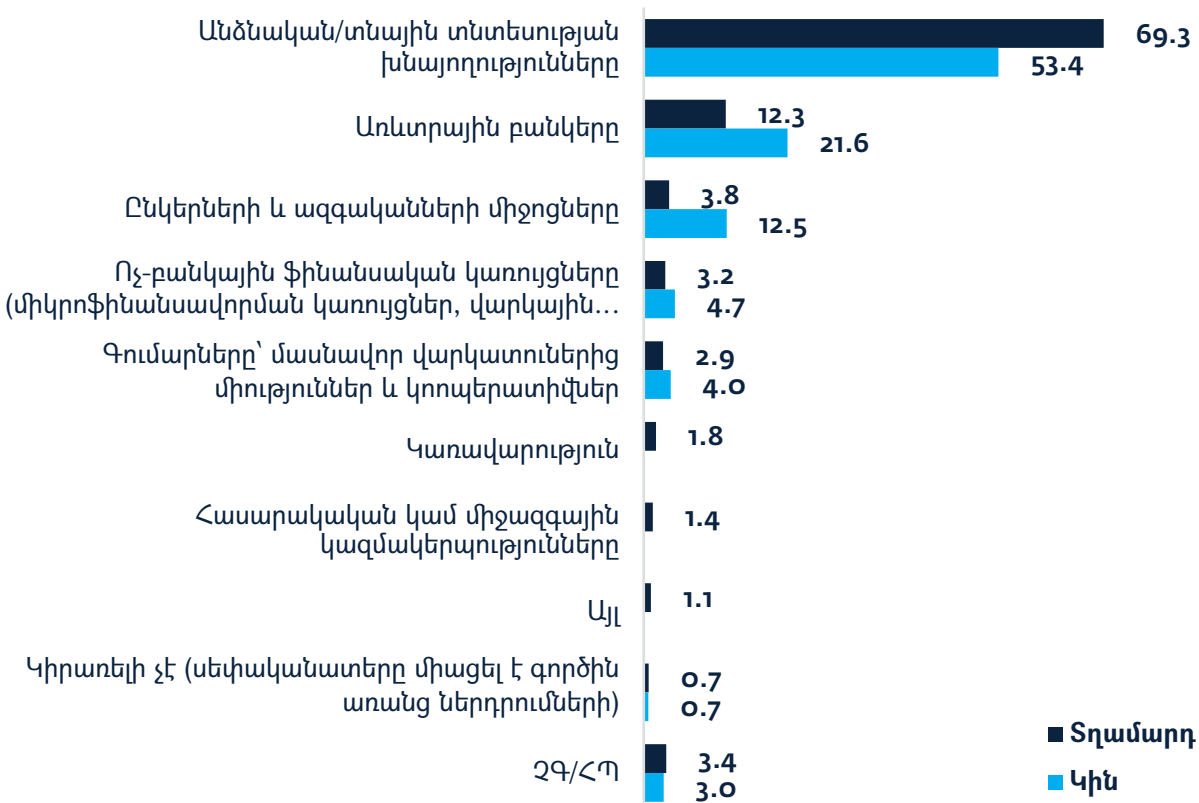
Բիզնես սկսելու համար մեկնարկային ֆինանսական միջոցներ գտնելու հարցում տղամարդկանց և կանանց միջև գոյություն ունեն էական տարբերություններ: Կանանց բիզնեսների մոտ կեսը (53.4%) ներդրել են անձնական կամ ընտանեկան խնայողությունները որպես ձեռնարկություն հիմնելու կամ ձեռք բերելու համար ֆինանսավորման հիմնական աղբյուր: Տղամարդկանց դեպքում այսպես է արել հարցվածների ավելի քան երկու երրորդը (69.3%): Ավելին, կանանց բիզնեսների 21.6%-ը օգտվել են առևտրային բանկերի տրամադրած միջոցներից՝ տղամարդկանց միայն 12.3%-ի դիմաց⁹: Կառավարությունն ու ՀԿ և/կամ միջազգային կազմակերպությունները որպես նման աղբյուր ամենաքիչ են հանդես եկել թե՛ տղամարդկանց, թե՛ կանանց դեպքում:

Բերված թվերը ցույց են տալիս, որ տղամարդիկ, ավելի քան կանայք, գործադրում են անձնական և ընտանեկան խնայողությունները բիզնես սկսելու համար, իսկ կանայք, ավելի քան տղամարդիկ,

⁹ $F(8.83, 3583.74) = 1.8867, p = .05$

հակված են վարկային միջոցներ ներգրավել: Որակական հետազոտության ընթացքում բացահայտված այս իրողությունը ծայնակցում է ժառանգության ավանդույթների և 1990-ականների հողի մասնավորեցման հետ: Այս երկու սկզբնապատճառները նպաստել են, որ տղամարդիկ ավելի մեծ հնարավորություն են ունեցել օգտվելու արտադրական ռեսուրսներից, քան կանայք: Որակական հետազոտության մասնակիցները որպես նշանակալից խոչընդոտ մատնանշել են վարկերի բարձր տոկոսադրույքները և գրավի մեծ չափերը: Թեև Հայաստանի օրենսդրությունը սեփականության հավասար հնարավորություններ և իրավունքներ է նախատեսում կանանց և տղամարդկանց համար, գործնականում կանայք նվազ շահեկան վիճակում են գտնվում: 1990-ականների սկզբում անկախության վերականգնման վաղ շրջանում Հայաստանի կառավարությունը մեկնարկեց հողի մասնավորեցման գործընթացը՝ բաժանելով այն տնային տնտեսությունների միջև, ուր հողի նկատմամբ սեփականությունը ձևակերպվում էր տնային տնտեսության «գլխավորի» անունով: Թեև գլխավորը կարող էր և՛ կին, և՛ տղամարդ լինել, հողի մեծ մասը սեփականության իրավունքով տրվեց տղամարդկանց, որպես տնային տնտեսության գլխավոր: Ավելին, Հայաստանի ավանդույթային պրակտիկայի համաձայն, տունն ու ունեցվածքը ծնողները ժառանգում էին որդիներից: Այս և հարակից այլ հարցեր հետազոտված են նաև ԱԶԲ-ի «Հայաստան. Գենդերային գնահատում» աշխատության շրջանակներում (2015թ.): Նշյալ իրողությունները նվազեցնում են ձեռնարկատիրական գործունեությամբ զբաղվելու՝ կանանց հնարավորությունները:

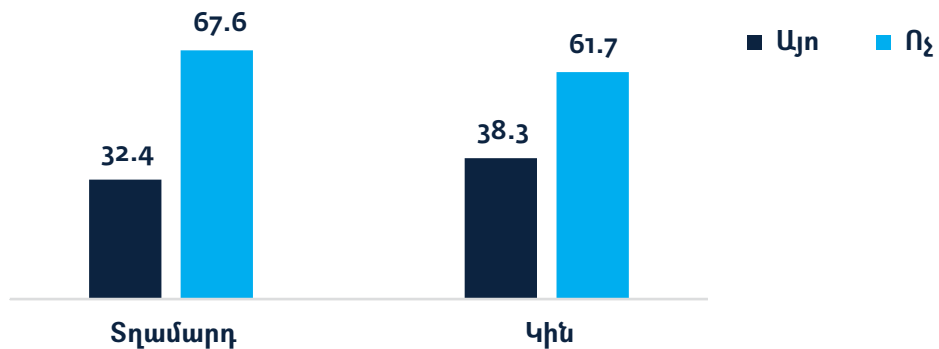
Գծապատկեր 3.1. Նշեք բիզնես հիմնելու (ծեռք բերելու) Ձեր հիմնական ֆինանսական աղբյուրը (տոկոս ըստ սեռի, n=407)



Բիզնեսում ներդրումներ.

Չնայած տղամարդկանց և կանանց կողմից բիզնես սկսելու համար մեկնարկային ֆինանսական միջոցներում տարբերություններին, չկան նշանակալից տարբերություններ բիզնեսներում ներդրումների ասպարեզում: Վերջին երկու տարիների ընթացքում կանանց ձեռնարկությունների 38.3%-ը ֆինանսական միջոցներ է փնտրել իրենց բիզնեսները զարգացնելու համար՝ տղամարդկանց 32.4%-ի դիմաց (Գծապատկեր 3.2):

Գծապատկեր 3.2. Փորձել է արդյո՞ք ընկերությունը վերջին երկու տարիների ընթացքում գտնել ֆինանսական միջոցներ բիզնեսը զարգացնելու համար (բացի համավարակի գծով օգնությունից). (տրոսս ամբողջի մեջ՝ ըստ ձեռնարկատիրոջ սեռի, n=407)

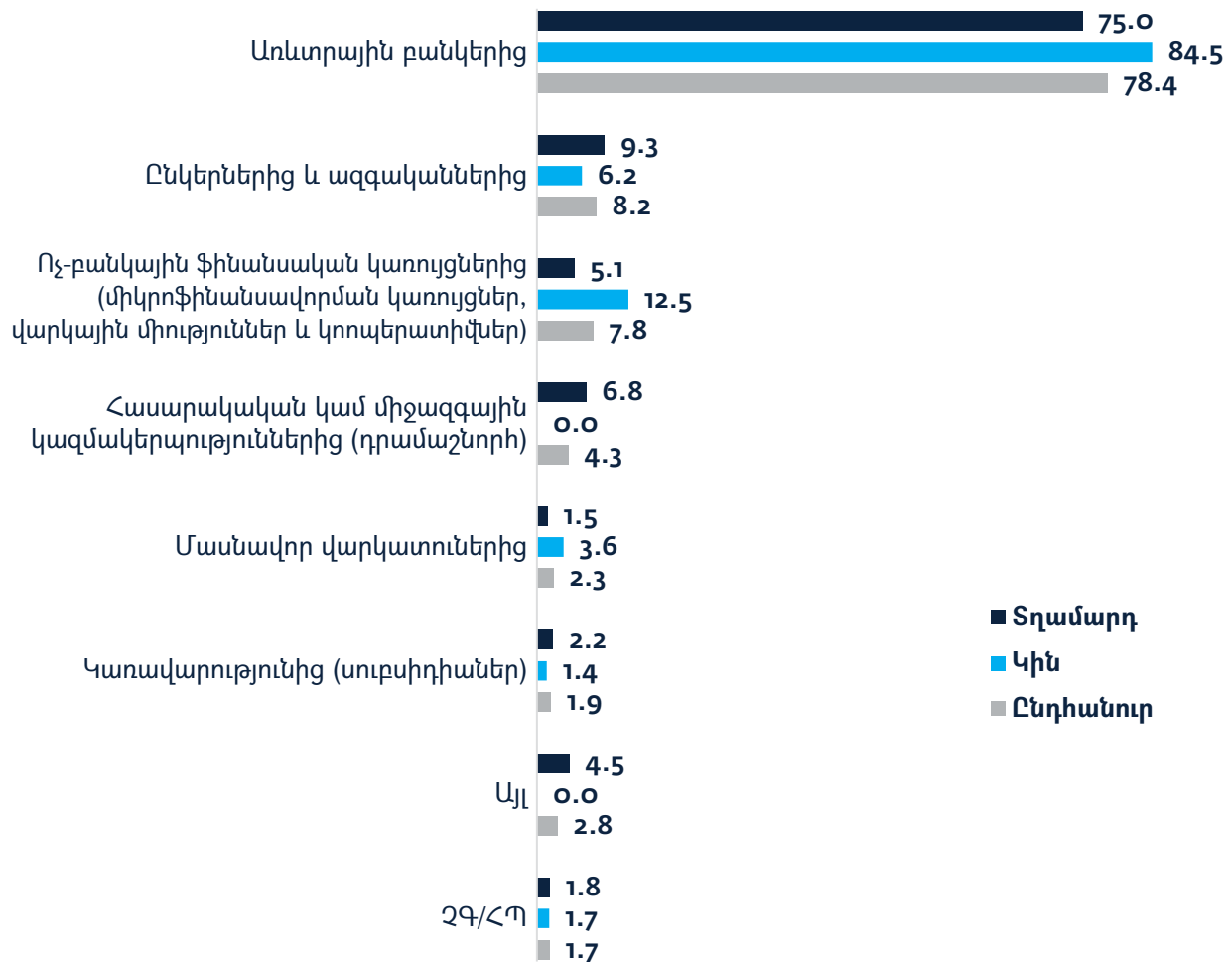


Ներդրումային միջոցների աղբյուրներ.

Վերջին երկու տարվա ընթացքում ֆինանսական միջոցներ փնտրող հարցվածների գերակշիռ մասը (78.4%) դրանք ստացել է առևտրային բանկերից: Ավելի շատ կանանց ձեռնարկություններն են բանկերից ստացել ֆինանսական միջոցներ (84.5%), քան տղամարդկանց (75%):¹⁰ Սակայն, տարբերությունը վիճակագրորեն նշանակալի չէ. հետազոտված ընկերությունների միայն 8.2%-ն է ստացել ֆինանսական միջոցներ ընկերներից կամ հարազատներից, իսկ 7.8%-ը՝ այլ ֆինանսական հաստատություններից (միկրոֆինանսավորում, վարկային միություններ, վարկային կոոպերատիվներ): Սրանց հաջորդում են ՀԿ-ները և միջազգային կազմակերպությունները՝ 4.3%, և միայն ձեռնարկատերերի 1.9%-ն է ստացել կառավարության սուբսիդիաներ (Գծապատկեր 3.3):

¹⁰ $(F(1, 140) = 1.4822, p = .225)$

Գծապատկեր 3.3. Եթե այո՝ որտեղից է ընկերությունը փորձել ֆինանսական միջոցներ ստանալ (հարցվածների տոկոս, n=141; ըստ սեփականատիրոջ սեռի)



Վարկային հայտեր.

Վերջին երկու տարիների ընթացքում վարկերի օգնությանն է դիմել ընկերությունների 46.2%-ը (տես՝ Գծապատկեր 3.4): Վարկերի համար դիմել են կանանց սեփականությամբ բիզնեսների 56.1%-ը, իսկ տղամարդկանց՝ 41.4%-ը¹¹: Արտադրության ոլորտում գործող ընկերությունները ավելի հաճախ են դիմել վարկ ստանալու (57.7%), քան առևտրի (47%) և ծառայությունների (40.5%) (տես՝ Գծապատկեր 3.4):

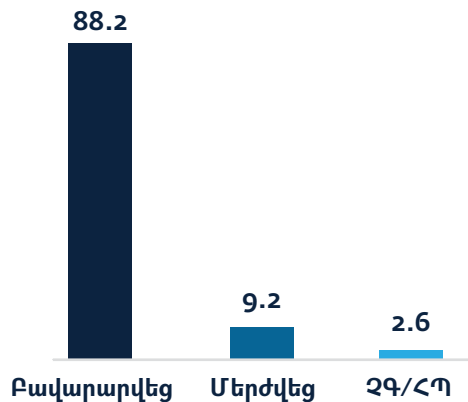
¹¹ (F(2.62, 1065.18) = 2.6342, p = .056)

Գծապատկեր 3.4. Վերջին երկու տարվա ընթացքում դիմել էք վարկային միջոցներ ստանալու համար (տոկոս ամբողջի մեջ, n=407)

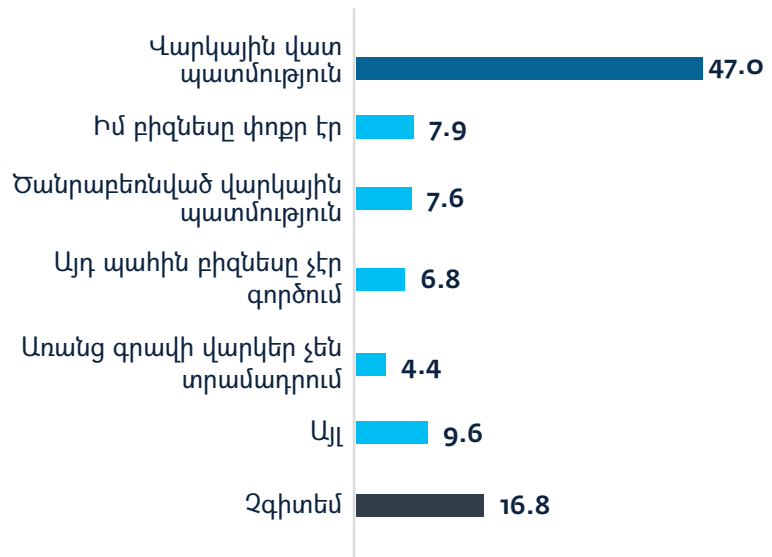


Ուշագրավ է, որ գրեթե բոլոր վարկային հայտերը (88.2%) հավանության են արժանացել: Մերժման հիմնական պատճառը վարկային պատմությունն էր (47%), որին հաջորդել են շատ փոքր բիզնես լինելը (7.9%), գերծանրաբեռնված վարկային պատմությունը (7.6%): Հարցվածների փոքր մասը միայն (16.8%) չգիտի մերժման պատճառը (տես՝ Գծապատկերներ 3.5 և 3.6):

Գծապատկեր 3.5. Միայն ամենավերջին հայտի ճակատագիրը (տոկոս ամբողջի մեջ, n=195)

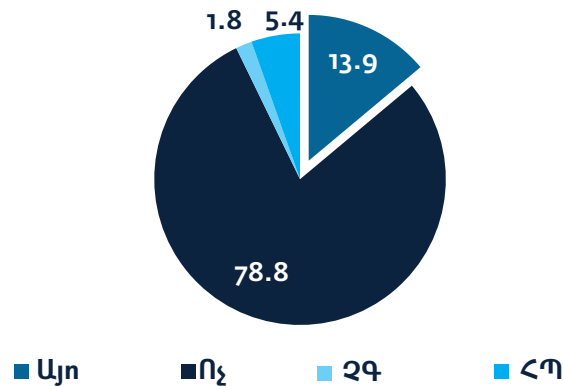


Գծապատկեր 3.6. Նշեք, խնդրեմ մերժման պատճառը (տոկոս ամբողջի մեջ, n=18)



Բանկային հաշիվ.

Հետաքրքրական է, որ ընկերությունների 78.8%-ը չունի խնայողական հաշիվ: Քչերը (1.8%) տեղյակ չեն եղել, մյուսները (5.4%), հրաժարվել են պատասխանել (տես՝ Գծապատկեր 3.7):

Գծապատկեր 3.7. Կազմակերպությունն ունի խնայողական հաշիվ (տոկոս, n=407)

4. Վերապատրաստում և կրթություն

Նախկին բիզնես վերապատրաստումներ եւ հետաքրքրվածությունը.

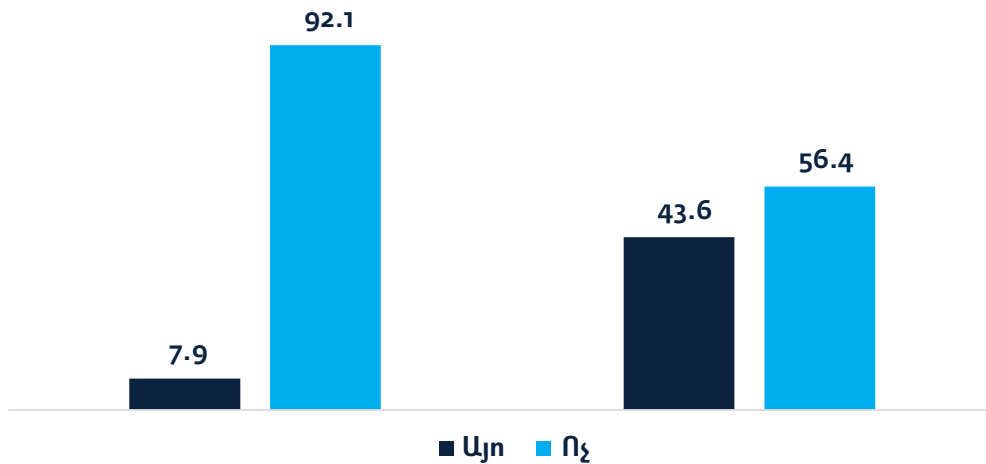
Վերջին երկու տարվա ընթացքում ձեռներեցների գերակշիռ մեծամասնությունը (92.1%) չի ստացել որևէ անհատույց աջակցություն կամ վերապատրաստում: Սակայն 43.6%-ը ցանկանում է ապագայում օգտվել աջակցության այս տեսակի հնարավորություններից (տես՝ Գծապատկեր 4.1):

Որակական հետազոտության մասնակիցները նաև նշել են իրենց բիզնես գիտելիքները և հմտությունները զարգացնելու ցանկություն: Գրեթե բոլոր կին ձեռներեցները ընդունել են այն գիտելիքի և հմտությունների բացերը, որոնք անհրաժեշտ են ձեռնարկատիրական գործունեությունը հավուր պատշաճի իրականացնելու համար: Այս բացերի կարգին են պատկանում բիզնես պլանավորումը, վերլուծությունները, ֆինանսական գրագիտությունը, շուկայավարումը և այլն: Այս բացերն առաջացել էր ֆորմալ կրթության որակային հատկանիշներից (նրանց դեպքում, ով ունի բիզնեսի հետ առնչություն ունեցող մասնագիտական կրթություն) և ընդհանուր կրթամակարդակից: Խնդիրը հատկապես տարածված է մարզերում, ուր էապես քիչ են ֆորմալ կամ ոչ-ֆորմալ կրթության հնարավորությունները: Սա բերում է այն իրավիճակի, որ կանայք ներըմբռնումով են վարում իրենց բիզնեսները:

Վերջերս, «Կին ձեռներեցների ակումբը» ձեռնարկատիրական դպրոց է հիմնել: Նպատակը՝ բիզնես, ինչպես նաև կառավարչական և հարակից հմտություններ ապահովելն է:

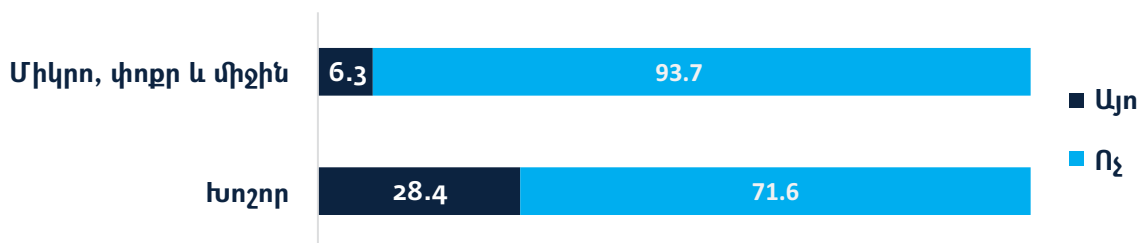
«Բազմաթիվ կանայք օժտված են տաղանդով և հմտություններով, սակայն անտեղյակ են, թե ինչպես սա իրացնել հաճախորդի հետ հարաբերություններում: Ավելին, հաղորդակցման, հարցի ներկայացման և առաջնորդության հմտությունները, ինչպես նաև ինքնավստահությունն ու զգացմունքների կառավարումը բիզնեսում գնալով ավելի մեծ կարևորություն են ստանում մեր օրերում»

Գծապատկեր 4.1. Օգտվել եք արդյոք անհատույց աջակից ծառայություններից վերջին երկու տարիների ընթացքում: Կցանկանալիք հետազայում օգտվել (տոկոս, n=407)



Նախկինում վերապատրաստում անցնելու, հետազայում այն ստանալու և նշյալ անհատույց ծառայություններից օգտվելու մտադրությունների տեսանկյունից չկան էական տարբերություններ տղամարդկանց և կանանց միջև: Սակայն կան ընկերության չափով պայմանավորված էական տարբերություններ (Գծապատկեր 4.2): Միկրո, փոքր և միջին ձեռնարկությունների միայն 6.3%-ն է օգտվել անհատույց ծառայություններից և վերապատրաստման դասընթացներից՝ խոշորների 28.4%-ի դիմաց¹²:

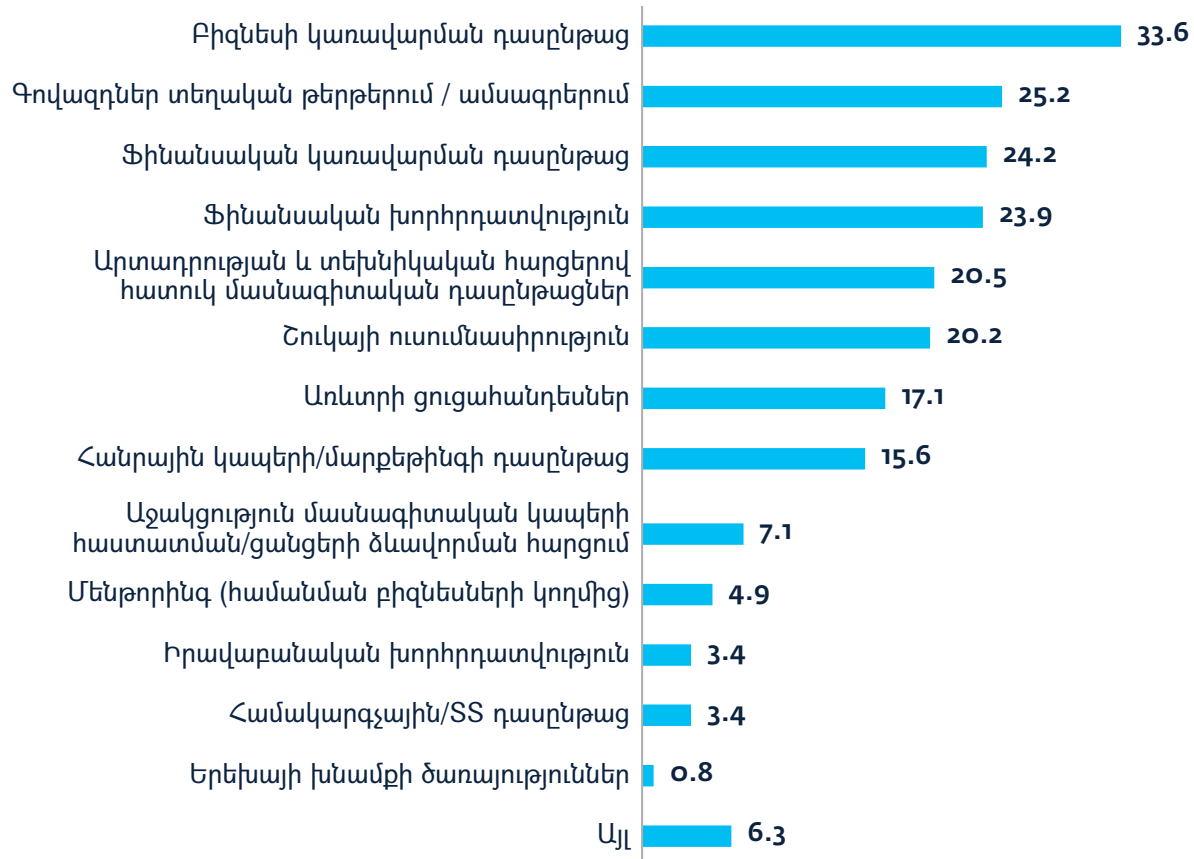
Գծապատկեր 4.2. Օգտվել եք արդյոք անհատույց աջակից ծառայություններից կամ վերապատրաստումներից վերջին երկու տարիների ընթացքում (տոկոս, n=407)



Գծապատկեր 4.3-ում ուրվագծված են մի շարք անհատույց աջակից և վերապատրաստման ծառայություններ, որոնցից հետազոտված բիզնեսները օգտվել են վերջին երկու տարիներում: Սրանցից առավել տարածվածներն են բիզնես կառավարման (33.6%) և ֆինանսական կառավարման (24.2%) վերապատրաստումները: Ի լրումն, հետազոտված ընկերությունները հիմնականում գովազդներ են տեղադրել տեղական պարբերականներում (25.2%) և դիմել բիզնես խորհրդատվության ծառայություններին (23.9%):

¹² (F(2.76, 1122.41) = 5.2211, p = .001)

Գծապատկեր 4.3. Օգտվել էք արդյոք անհատույց աջակից ծառայություններից կամ վերապատրաստումներից վերջին երկու տարվա ընթացքում: Եթե այո՝ նշեք ի՞նչ (օգտվածները, ընդունվել են մեկից ավելի պատասխաններ, n=37)



Վերապատրաստման ցանկալի ծրագրեր.

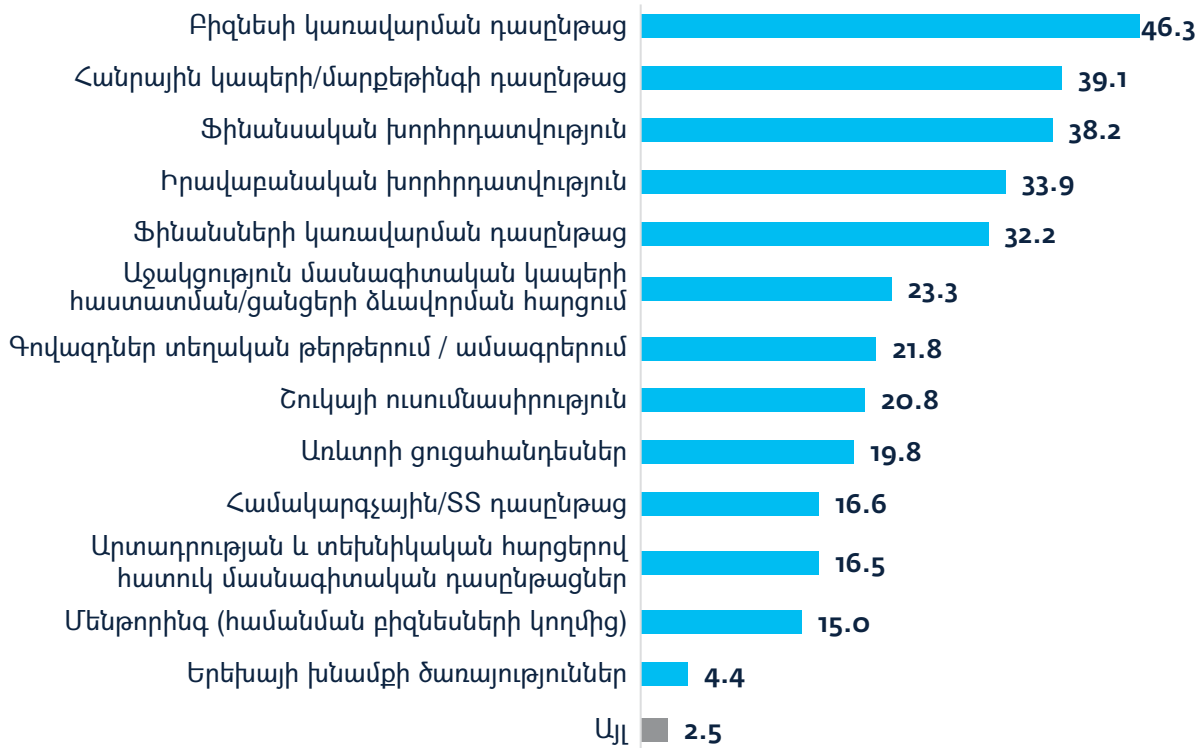
Թե ի՞նչ անհատույց աջակից ծառայություններից կամ վերապատրաստումներից կցանկանային օգտվել ձեռներեցներն ապագայում, նշվել են հետևյալները. բիզնես կառավարում (46.3%, Գծապատկեր 4.4), հասարակայնության հետ կապեր և շուկայավարում (39.1%), ֆինանսական խորհրդատվություն (38.2%), իրավական խորհրդատվություն (33.9%), ֆինանսական կառավարում (32.2%) և մասնագիտական համագործակցության ցանցային աջակցություն (23.3%): Նշված բնագավառում չկան էական տարբերություններ կին և տղամարդ ձեռներեցների միջև:

Հարցվածների 39.1%-ը «հասարակայնության հետ կապեր և շուկայավարում» վերապատրաստումը նշել է որպես ծառայություն, որից նրանք ցանկանում են օգտվել: Որակական հետազոտության մասնակիցները նշել են շուկայավարման ոլորտում իրենց առջև ծառացած մարտահրավերները որպես էական և դրանց պատճառները տեսել են ինչպես գիտելիքի, այնպես էլ նվիրված անձնակազմի պակասի մեջ: Նրանցից շատերը շուկայավարման պարտականությունները իրենք իսկ ստանձնելով՝ ընդունել են, որ չեն ստացել անհրաժեշտ որակյալ ցուցումներ կամ ուղղորդում:

Թեև մասնագիտական ցանցերի կայացմանն ու ուղղորդմանն աջակցության անհրաժեշտությունը նշել է հարցվածների համապատասխանաբար միայն 23.3% և 15%-ը, որակական հետազոտության մասնակիցները ընդունել են այս ծառայություններն ստանալու կարիքը: Ընդհանուր առմամբ, աննշան է կին ձեռներեցների միջև փոխգործակցությունը, դերակատարների միջև կապերը տարածված չեն, օրինակ՝ ոլորտային միավորումների կամ մասնագիտացած ՀԿ-ների ձևաչափով: Այս իրողությունը սահմանափակում է տեղեկատվության հասանելիությունը և հնարավորությունները: Փոխգործակցությունն առավելապես ներկա է ՏՏ ոլորտում, ուր գործում են ոլորտային ընկերություններ:

Փոխգործակցության ցանցերի պակասի մասին ՎԶԵԲ ներկայացուցիչը նկատել է. «Կենսունակ փոխգործակցության ցանցերի և մասնագիտական ուղղորդման ծրագրի կարիք կա՝ որպես ձեռներեց կանանց բիզնես հաջողության ուղիով առաջնորդելու հզոր գործիք»:

Գծապատկեր 4.4. Ցանկանում եք ապագայում ստանալ նշված անհատույց ծառայությունները և վերապատրաստումները: Եթե այո՝ նշեք հարկապես ընդունվել են մեկից ավելի պատասխաններ, n=191)



5. Ձեռնարկատիրական գործունեության խոչընդոտներ

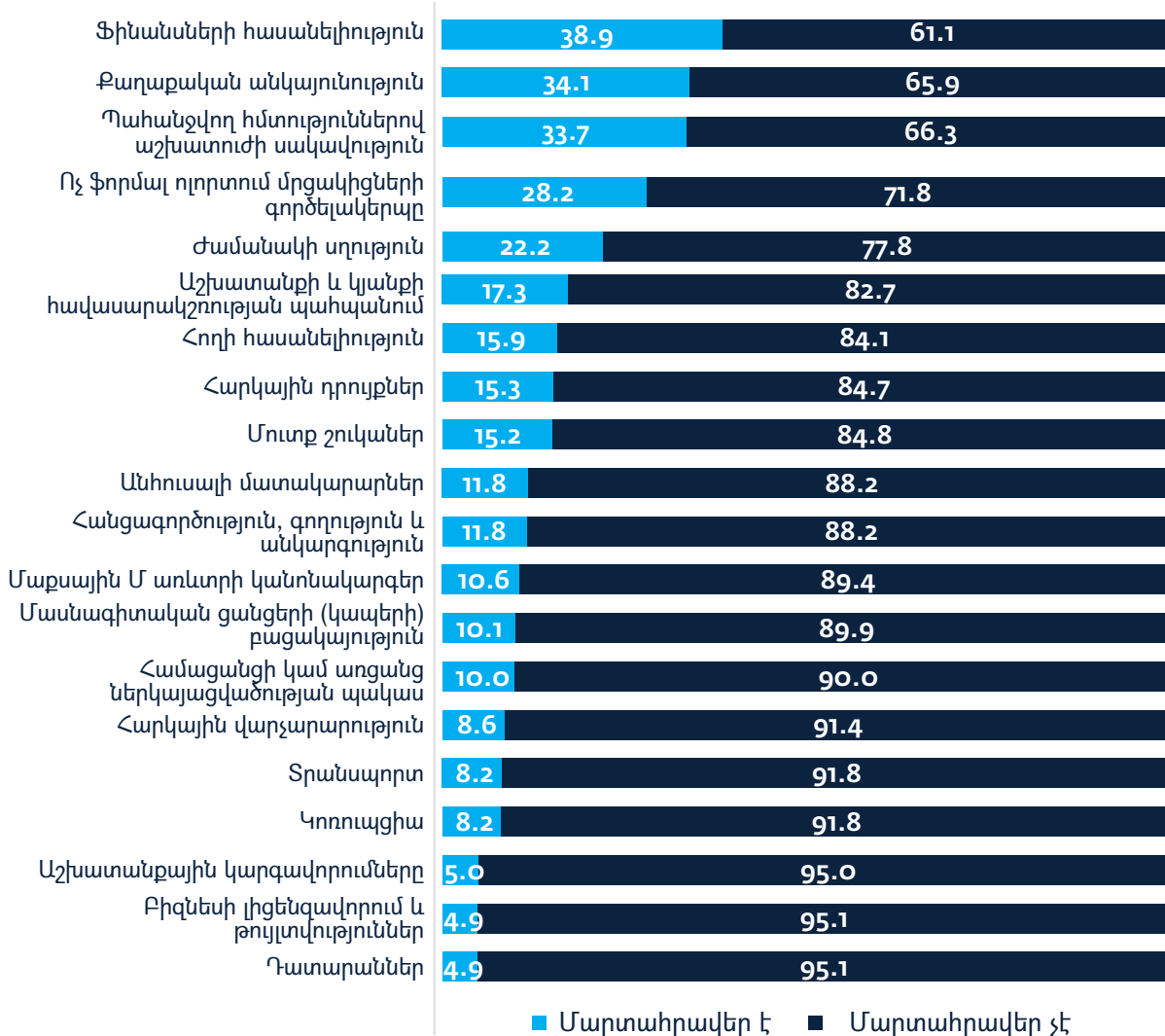
Առավել տարածվածները.

Քանակական և որակական հետազոտությունների արդյունքում բացահայտվել են Հայաստանում գործող ձեռներեց կանանց և տղամարդկանց հաղիպող խոչընդոտների տարբերությունները: Հարցվածներին խնդրել էինք ըստ իրենց բիզնեսի վրա ազդեցության և կարևորության դասակարգել խոչընդոտները (օրինակ՝ հարկային և աշխատանքային կանոնակարգումներ,

կոռուպցիա, ֆինանսական միջոցների հասանելիություն, հող, շուկա, և այլն): Վերլուծություններ առիթելու նպատակով սահմանվել է հնգամիավոր սանդղակ («խոչընդոտ չկա», «աննշան», «միջին», «զգալի» և «ծայրահեղ ազդու»)՝ տարանջատելով «խոչընդոտ չէ» և «խոչընդոտ է» արձանագրման համար: Առաջին խումբը պարփակել է «խոչընդոտ չկա» և «աննշան» պատասխանները, իսկ երկրորդը («խոչընդոտ է»)՝ «միջին», «զգալի» և «ծայրահեղ ազդու» պատասխանները: Այս վերլուծության մեջ չեն ներառվել «Զգիտեմ» և «Հրաժարվում եմ պատասխանել» պատասխանների տարբերակները:

Գծապատկեր 5.1-ում ներկայացված արդյունքները ցույց են տալիս, որ առավել տարածված խոչընդոտներն են «ֆինանսական միջոցների հասանելիությունը» (38.9%), «քաղաքական անկայունությունը» (34.1%), «աշխատուժի թերկրթվածությունը» (33.7%), «ոչ-ֆորմալ հատվածում մրցակիցների վարքագիծը» (28.2%) և «ժամանակի պակասը» (22.2%):

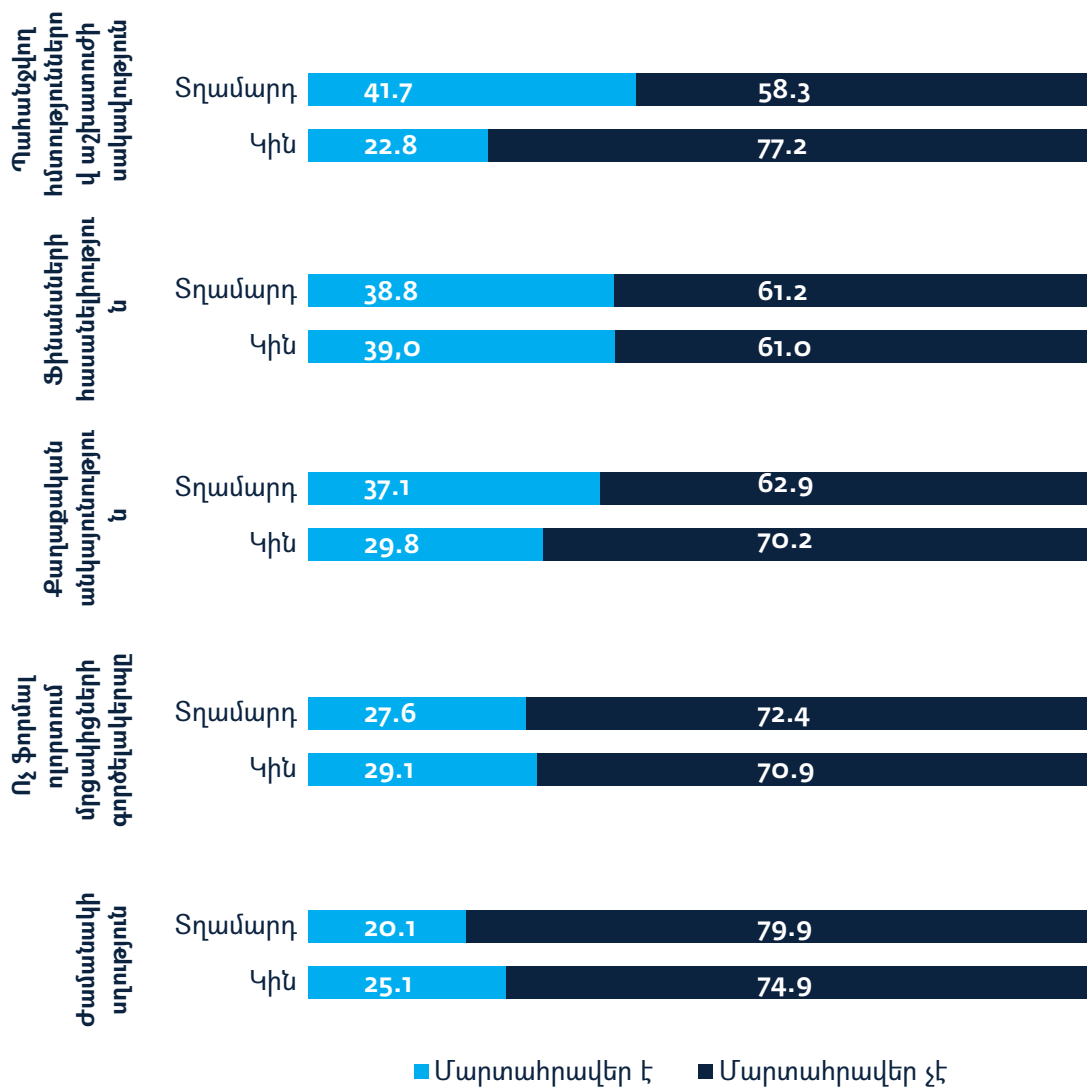
Գծապատկեր 5.1. Նշված փորձերից յուրաքանչյուրը ինչ ազդեցության խոչընդոտ է Ձեր բիզնեսի համար (տոկոս ամբողջի մեջ՝ ըստ տողի)



Խոչընդոտներն ըստ գենդերային բաշխման.

Գծապատկեր 5.2-ում պատկերված են Հայաստանում բիզնես գործունեության խոչընդոտների ընկալումները ըստ հարցվածների սեռի: Որոշ խոչընդոտներ երկու սեռերի ներկայացուցիչները նույն կերպ են բնութագրել, մյուսները՝ էապես տարբեր: Համեմատաբար նույն կերպ են բնութագրվել «ֆինանսական միջոցների հասանելիությունը» (38.8% տղամարդ, 39% կին) և «ոչ-ֆորմալ հատվածում մրցակիցների վարքագիծը» (27.6% տղամարդ, 29.1% կին): Տարբեր կերպ են բնութագրվել «քաղաքական անկայունությունը» (37.1% տղամարդ, 29.8% կին), «աշխատուժի թերկրթվածությունը» (41.7% տղամարդ, 22.8% կին), «Ժամանակի պակասը» (20.1% տղամարդ, 25.1% կին) և «աշխատանք-տուն հավասարակշռության պահպանումը» (14% տղամարդ, 21.9% կին):

Գծապատկեր 5.2. Մարտահրավերներն ըստ հարցվածների սեռի (տոկոս ամբողջի մեջ՝ ըստ տողի)

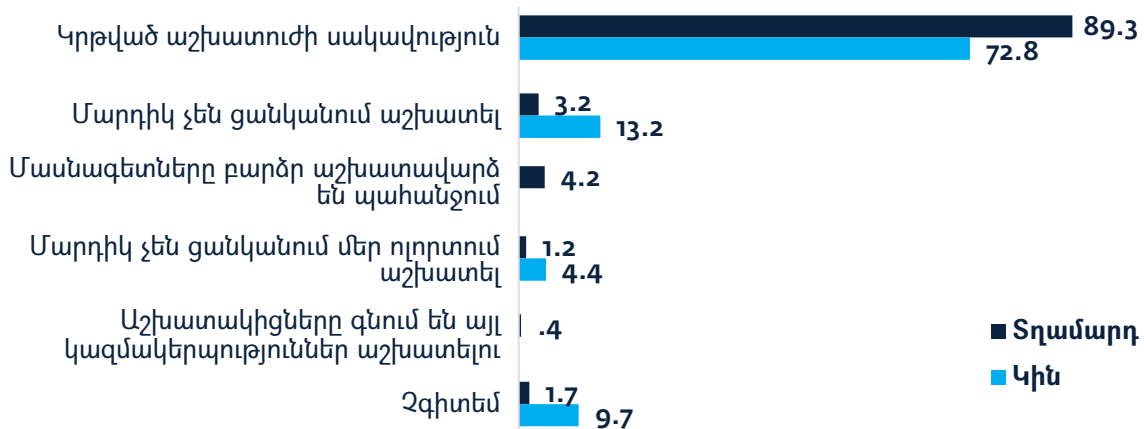


Աշխատուժի թերկրթվածություն.

Հարցվածները մանրամասնել և օրինակներ են բերել, թե ինչո՞ւ է աշխատուժի թերկրթվածությունն ընկալվում իբրև խոչընդոտ: Գծապատկեր 5.3-ում պատկերված են ըստ սեռերի տրված պատճառաբանությունները: Կանանց մեծ մասը (72.8%) նշել է, որ իրենց գործունեության ոլորտում համարժեք կրթված աշխատուժի պակաս կա, ևս 13.2%-ը պնդել է, որ մարդիկ մոտիվացված չեն և ընդհանուր առմամբ աշխատելու ցանկություն չունեն: Հատկանշական է, որ աշխատուժի թերկրթվածությունը խոչընդոտ է ընկալվում առավելապես միջին և խոշոր ձեռնարկությունների շրջանում, քան թե փոքր և միկրոների:

Որակական հետազոտության մասնակիցները նաև քննարկել են մարդկային ռեսուրսների որակի մարտահրավերը որոշ ոլորտներում, մասնավորապես՝ ՏՏ-ում: Սա խոչընդոտ է ինչպես Երևանում, այնպես էլ մարզերում (Շիրակ, Լոռի): Մարզերում, որակյալ շրջանավարտները և մասնագետները միտված են տեղափոխվելու մայրաքաղաք՝ ավելի լայն հնարավորությունների և բարձր վարձատրությանը հետամուտ, ինչը հանգեցնում է մարզերում տեղացի աշխատողների նվազմանը: Խնդիրն էլ ավելի է ահագնանում մարզերում առողջապահական, կրթական (դպրոցներ, մանկապարտեզներ), հանգստի ենթակառուցվածքների աղքատիկության պատճառով: Էլ ավելի մեծ խոչընդոտ է Երևանից մասնագետների տեղափոխումը մարզեր, հաշվի առնելով տեղի պայմաններին հարմարվելու խնդիրները: Այս բացերը խոչընդոտում են փորձառու մասնագետներին մարզերում պահելուն ուղղված ընկերությունների փորձերն ու ջանքերը:

Գծապատկեր 5.3. Աշխատուժի թերկրթվածություն. մանրամասներ ըստ հարցվածների սեռերի (տոկոս, n=140)

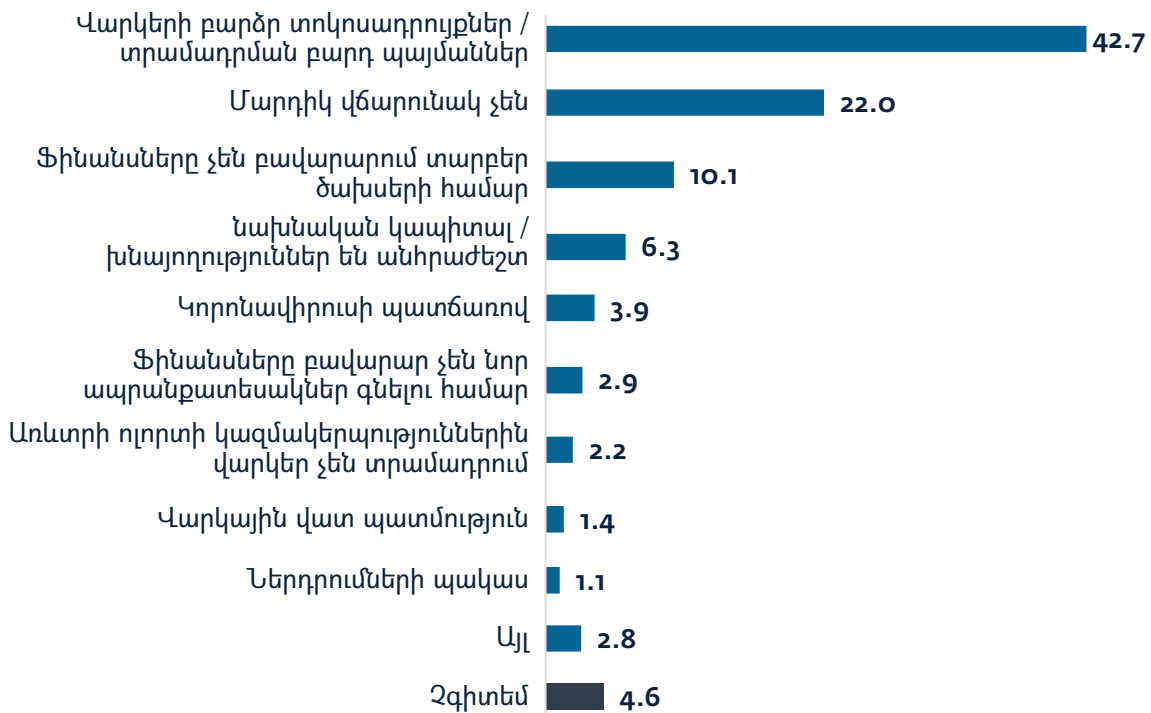


Ֆինանսական միջոցների հասանելիությունը.

Գծապատկեր 5.4-ում խմբավորված են այն պատճառները, թե ինչո՞ւ են հարցվածները «ֆինանսների հասանելիությունը» համարում խոչընդոտ: Առավել հաճախ նշվող պատճառը (42.7%) վարկերի բարձր տոկոսադրույքները և խրթին պայմաններն են: Հաջորդը՝ Հայաստանի բնակչության անվճարունակությունն է (22%), իսկ 10.1%-ը նշել է, որ միջոցների կարիք ունեն գործառնական տարբեր ծախսեր հոգալու համար: Հատկանշական է, որ ֆինանսական միջոցների հասանելիությունը հատկապես խոչընդոտ է նշվել կանանց միկրո ձեռնարկությունների կողմից (միկրո բիզնեսների ներկայացուցիչների 44.9%-ը՝ խոշոր բիզնեսներից հարցվածների 24%-ի դիմաց):

Վարկերի բարձր տոկոսադրույքները և խրթին պայմանները նշվել են նաև որակական հետազոտության ընթացքում: Մասնակիցները քննարկել են ֆինանսական բնույթի մարտահրավերները, որոնք հատուկ են ձեռնարկատիրական ամբողջ շրջափուլին՝ հիմնումից մինչև աճ: Բանկային վարկերը միշտ դժվար են եղել, հաշվի առնելով բարձր տոկոսադրույքները և գրավին ներկայացվող պահանջները: Ինչպես արդեն նշվել է, գրավը հատուկ խնդիր է, որին առերեսվում են կանայք ունեցվածքի ժառանգության ավանդույթի բերումով: 90-ականների սկզբի հողի մասնավորեցումը տղամարդկանց ավելի շահեկան վիճակում է դրել:

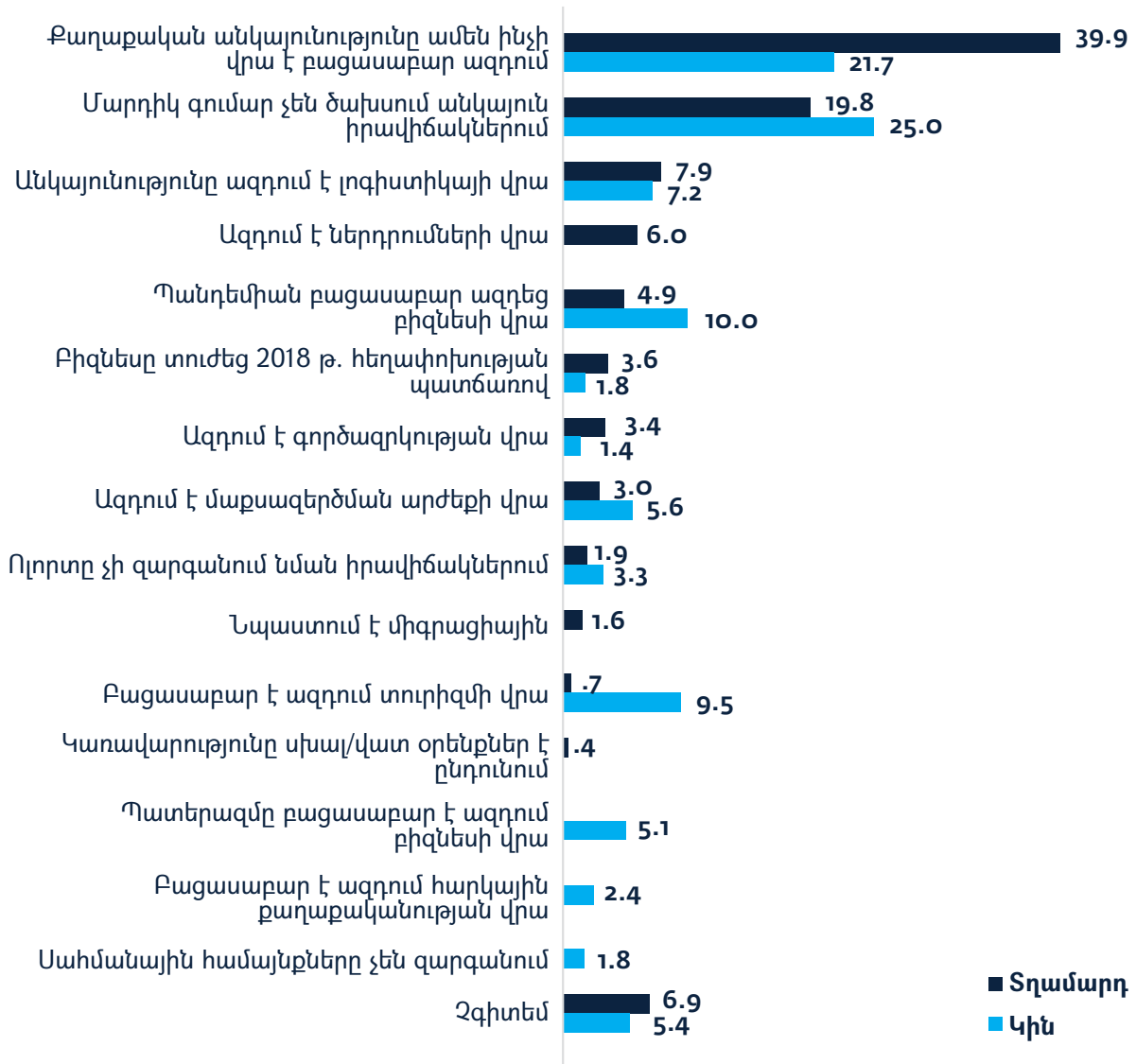
Գծապատկեր 5.4. Ֆինանսների հասանելիությունը իբրև մարտահրավեր. որոշ մանրամասներ (տոկոս, n=147)



Քաղաքական անկայունություն.

«քաղաքական անկայունությունը» մարտահրավեր է բնութագրել տղամարդկանց 37.1% և կանանց 29.8%-ը (Գծապատկեր 5.2): Գծապատկեր 5.5-ում ներկայացված են այս մարտահրավերին հատուկ լրացուցիչ մանրամասներ, որոնք հայտնել են կին և տղամարդ հարցվածները: Պատճառները էապես տարբերվում են. տղամարդկանց 39.9%-ը և կանանց 21.7%-ը պնդել են, որ այն ազդում է բիզնեսի և կյանքի բոլոր կողմերի վրա: Տղամարդկանց շուրջ մեկ-հինգերորդը (19.8%) և կանանց մեկ-չորրորդը (25%) նշել են, որ երբ մարդիկ առերեսվում են քաղաքական անկայունության հետ, նրանք դրամ չեն ծախսում:

Գծապատկեր 5.5. Քաղաքական անկայունություն. մարտահրավերներն ըստ պարասխանողների սեռի (տոկոս ըստ սյունակների, n=119)



Ժամանակի սղություն եւ աշխատանք-տուն հավասարակշռության պահպանում.

«Ժամանակի սղությունը» և «աշխատանք-տուն հավասարակշռության պահպանումը» էապես ավելի մեծ ազդեցություն ունեն կին, քան թե տղամարդ ձեռներեցների վրա: Տղամարդկանց 20.1% և կանանց 25.1% «Ժամանակի սղությունը» նշել են իբրև խոչընդոտ, մինչդեռ «աշխատանք-տուն հավասարակշռության պահպանումը» նշել են տղամարդկանց 14% և կանանց 21.9%-ը¹³:

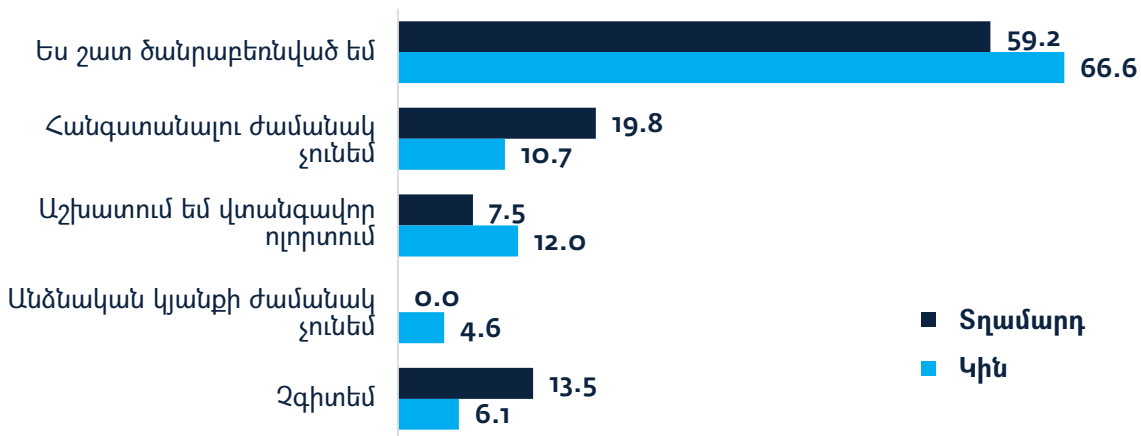
Աշխատանք-տուն խոչընդոտը քննարկվել է նաև որակական հետազոտության մասնակիցների հետ: Տան պարտականությունների ճնշումը սահմանափակում է կանանց՝ ձեռնարկատիրական

13 «Աշխատանքի շուկան Հայաստանում» 2019թ.-ի հաշվետվությունը նշում է, որ տղամարդ գործատուները շատ ավելի շատ, քան կին՝ շաբաթվա մեջ գերազանցում են աշխատաժամերի նորմերը (59% տղամարդ և 34.4% կին), ինչը կարող է մատնանշել կին ձեռներեցների տան պարտականությունների ավելի մեծ բաժինը:

գործունեությամբ զբաղվելուն հատկացվելիք ժամանակն ու ջանքերը: Հետազոտության այս փուլում ձեռներեցություն-ընտանիք, աշխատանքային և տան պարտականությունների հավասարակշռումն ավելի նկատելի են կին ձեռներեցների շրջանում, Գեղարքունիքի և Սյունիքի մարզերում: Փոքր-ինչ պակաս են դրանք նկատվել Կոտայքում և Արմավիրում:

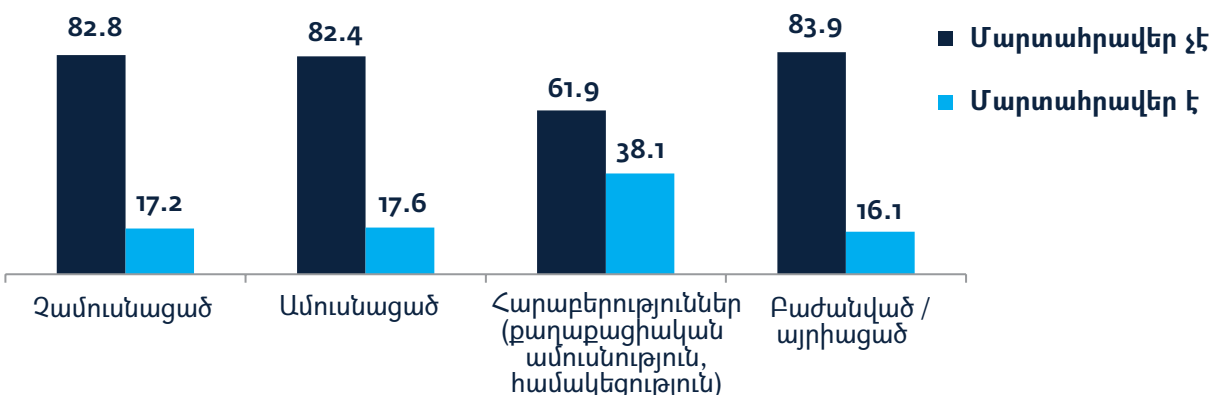
Գծապատկեր 5.6-ում նշված են հարցվածների բերած հատուկ պատճառները, թե ինչո՞ւ է վերը նշված հավասարակշռությունը պահպանելը ընկալվում իբրև խոչընդոտ: Գլխավոր պատճառը՝ տղամարդկանց 59.2%-ի և կանանց 66.6%-ի կողմից նշված, «աշխատանքային չափազանց ծանրաբեռնվածությունն է»: Սրան հաջորդում էին «հանգստի համար ժամանակ չի մնում» (համապատասխանաբար 19.8% և 10.7%) և «շատ դիսկային բնագավառում աշխատանքը» (7.5% և 12%): Անձնական կյանքին ժամանակ չմնալը նույնպես մարտահրավեր է կանանց համար, մինչդեռ տղամարդկանցից ոչ մեկը սա չի նշել որպես խոչընդոտ:

Գծապատկեր 5.6. Աշխատանք-ընտանիքի հավասարակշռությունը որպես մարտահրավեր, ըստ սեռերի (տոկոս ըստ սյունակի n=72)



Չնայած ընտանիքներից ստացվող աջակցության, խնդրո առարկա հավասարակշռությունը պահպանելը ավելի մեծ խոչընդոտ է ընտանեկան հարաբերություններ ունեցողների համար (38.1%, Գծապատկեր 5.7):

Գծապատկեր 5.7. Աշխատանք-ընտանիքի հավասարակշռությունը որպես մարտահրավեր. ըստ ընտանեկան վիճակի (տոկոս ըստ սյունակի, n=385)



Շուկաների հասանելիությունը.

Որակական փուլում հարցվածների միայն 15.2%-ն է նշել «շուկաների հասանելիությունը» որպես խոչընդոտ: Մարտահրավերները մանրամասնորեն քննարկվել են այս փուլում: Ըստ մասնակիցների, իրացման ուղիները և շուկայավարումը հստակ են: Մարտահրավերը համայնքում, մարզում և երկրում իրացումներն են: Որոշներն իրենց բիզնեսներն առաջ են մղում սոցիալական ՋԼՄ-ների միջոցով (հիմնականում՝ դիմատետր, նաև՝ «Instagram»): Այս միտումը ընդլայնվում է համավարակի և դրանով պայմանավորված՝ բիզնես գործունեության նկատմամբ սահմանափակումների պատճառով: Մարզային քաղաքներում, ինչպիսին է, օրինակ, Եղեգնաձորը, ընկերության կայքերը և այլ ստանդարտ մեթոդները գործունե չեն ապրանքը շուկա մղելու համար գոնե այնքան, որքան Երևանում: Ուստի մարզերում բիզնեսի աճի կարևոր գործոն է բանավոր խոսքը ու համբավը:

Գեղարքունիքի մարզում տեքստիլով զբաղվող ՁԿ-ից մեկը նշել է. «Մեկը պետք է լինի մարկետինգով զբաղվող և արդյունավետ կադրերի այս գործը: Ինչ որ ես անում եմ՝ անարդյունավետ է և, վերջը վերջո, հավելվում է իմ ուղիղ պարտականությունների՝ բիզնեսը կառավարելու վրա»:

Որակական հետազոտության մասնակիցների մեծամասնությունը թվային շուկայավարում են իրականացնում ինքնուրույն և ոչ՝ մասնագետ-անձնակազմի կամ պատվիրակման միջոցով: Այսպես, այս աշխատանքները կատարվում են ավելի շուտ ներըմբռնմամբ, այլ ոչ թե նախապես ձևավորված առաջնական ռազմավարության սահմաններում: Սակայն շուկայամղումը հատկապես գործունե է որոշ բիզնեսների համար, օրինակ՝ հյուրատների, ուրեմն այն, կրկնենք, պահանջում է համարժեք թվային հմտություններ և պատվիրակման բյուջե: Ընդհանուր առմամբ, պատշաճ բազմուղի շուկայավարում իրականացնելը ծախսատար է: Քանի որ շուկայավարումը տարածված և հաճախ բարձրաձայնված խնդիր է, այն կարևորագույն մարտահրավեր է որոշ ոլորտային ծառայությունների համար, ինչպիսիք են, զբոսաշրջությունը, հյուրընկալության բիզնեսը և ձեռագործ արտադրանքը:

6. Սոցիալ-մշակութային նորմեր

Բիզնեսը եւ գենդերի դերը.

Հարցվածներին բիզնեսի և գենդերի դերի մասին առաջարկվել է պատասխանել երկու հարցի. պարզել, թե ինչո՞ւ են հայաստանյան բիզնեսների մեծ մասը վարում տղամարդիկ և որո՞նք են այն հիմնական խոչընդոտները, որոնց հանդիպում են ձեռնարկատիրական գործունեությամբ զբաղվել ցանկացող կանայք: Որոշ՝ ուշադրության արժանի բացառություններով, թե՛ տղամարդ, թե՛ կին հարցվածների մեծ մասը պատասխանել են գրեթե նույն կերպ: Հատկանշական է, որ տղամարդկանց հիմնական երեք պատասխանների ակունքները սեռերի դերերի նկատմամբ ձևավորված կարծրատիպերում և դատողություններում էին: Տղամարդկանց և կանանց պատասխանների տարբերությունները ցույց են տալիս, որ տղամարդկանց կարծիքով իրենց ավելի «սազական է» բիզնեսով զբաղվելը, քան կանանց, ինչի հիմքում սեռերին հատկացված դերի մասին ենթադրություններն են, այլ ոչ թե իրավակազմակերպչական համակարգային խոչընդոտներ (տես՝ Գծապատկեր 6.1):

Գծապատկեր 6.1. Հայաստանում բիզնեսների մեծ մասը վարում են տղամարդիկ: Խնդրում ենք քննության առնել ստորև նշված պնդումները և բացահայտել այս երևույթի պարզառոտները (պնդումներին համամիտների բաժինը ըստ սեռի, տոկոս, n=407)



Տղամարդկանց ամենահաճախ տված պատասխաններն են.

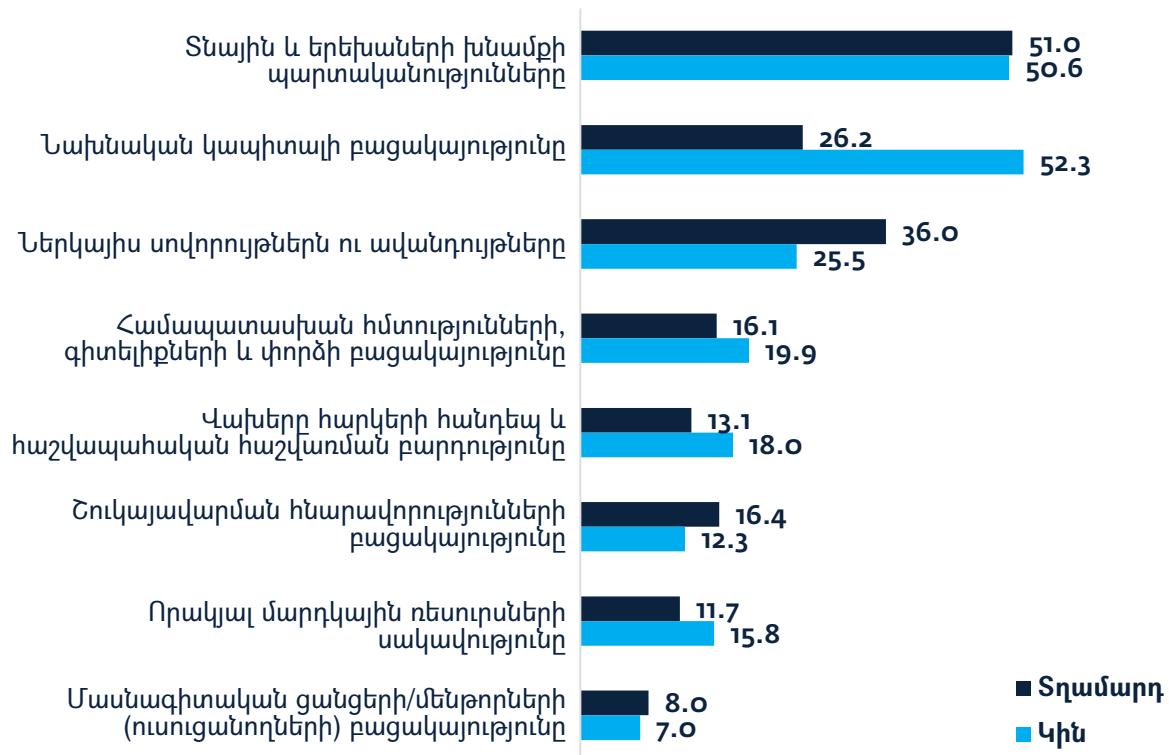
- Տնային տնտեսություն վարելու հոգսերը և երեխաների խնամքը սահմանափակում են ձեռնարկատիրական գործունեությամբ կանանց զբաղումը (48.4% տղամարդ, 39.2% կին)
- Տղամարդիկ ավելի հակված են ռիսկի գնալ իրենց բիզնեսն սկսելիս (36.2% տղամարդ, 27.4% կին)
- Ներկա ավանդույթները և սովորույթները սահմանափակում են կանանց մասնագիտական ծգտումները (30.1% տղամարդ, 26.1% կին)
- Իրենց բիզնեսները վարելիս կանայք ապավինում են տղամարդկանց ուղղորդմանը, հովանավորությանը և/կամ հավանությանը (28.2% տղամարդ, 28.7% կին)

Քիզներսի խոչընդոտները, որոնք ընկալվում են իբրեւ կանանց կողմից անհաղթահարելի:

Մասնակիցներին խնդրել ենք բնութագրել այն խոչընդոտները, որոնք նրանք չեն կարող հաղթահարել: Գծապատկեր 6.2-ում ներկայացված են տղամարդկանց և կանանց պատասխանները: Առավել հաճախ հանդիպող պատասխանը «տնային տնտեսություն վարելու հոգսերը և երեխաների խնամք»-ն է (տղամարդկանց 51% և կանանց 50.6%), իսկ կանանց շրջանում առավել հաճախ հանդիպողը՝ «մեկնարկային կապիտալի պակաս»-ն է (կանանց 52.3% և տղամարդկանց 26.2%):

Տղամարդկանց 36% և կանանց 25.5%-ը գտնում են, որ «ներկա ավանդույթներն ու սովորույթներն են» խոչընդոտ: Սրան հաջորդում են «համապատասխան հմտություններ, գիտելիքի և փորձի պակաս» (տղամարդկանց 16.1% և կանանց 19.9%), «հարկերի և հաշվապահական բարդություններից վախ» (տղամարդկանց 13.1% և կանանց 18%) և «շուկայավարման հնարավորությունների բացակայություն» (տղամարդկանց 16.4% և կանանց 12.3%) պատասխանները: Ամենաստորին տողերն են զբաղեցնում «որակյալ կադրերի սակավություն» (տղամարդկանց 11.7% և կանանց 15.8%) և «մասնագիտական գործակցության ցանցերի և ուղղորդման պակաս» (տղամարդկանց 8% և կանանց 7%) պատասխանները:

Գծապատկեր 6.2. Որոնք են քիզներսում ներգրավվել ցանկացող կանանց առջև ծառացած անհաղթահարելի խոչընդոտները (խոչընդոտը մատնաշածների բաժինն ըստ սեռի, տոկոս, n=407)



Այլ կարծրատիպեր.

Հետազոտության որակական փուլի մասնակիցները նշել են, որ սեռային խտրականությամբ և հասարակության մեջ կարծրատիպերով պայմանավորված ներկա դրությունը վերջին տարիներին բարելավվել է, թեև կին ձեռներեցների համար դեռևս կան որոշակի խնդիրներ, հատկապես մարզերում: Խնդիրները կապված են ավելի տարողունակ՝ սոցիալական և մշակութային նորմերից դրդված խոչընդոտների հետ, որոնք հանգեցնում են կանանց առաջխաղացման հնարավորությունները կաշկանդող խտրական գործելաոճին: Հատկապես մարզերում է առկա և տարածված այն ընկալումը, թե աղջիկները պետք է կրթվեն սոցիալական և հումանիտար բնագավառում, մինչ տղաները՝ բնագիտական և տեխնիկական: ՏՏ ոլորտում ձեռներեց մի կին հիշում է, որ իր ընտանիքը դեմ էր իր՝ բարձրագույն կրթություն ստանալուն, քանի որ այն իրեն «կյանքում պետք չէր գալու»:

Մենք կարծում ենք, որ նրանք լրացուցիչ ճնշում են զգում: Ինչպես նշել էր մասնակիցներից մեկը. «Երբ տղամարդն է բիզնես սկսում, կինը ինչով կարող է, օգնում է: Երբ կինն է բիզնես սկսում, բիզնեսին հապուկ մարտահրավերները հաղթահարելուն զուգահեռ նա ստիպված է ապացուցել իր ամուսնուն, որ կհաջողի»:

Կին ձեռներեցները նաև հանդիպում են իրենց կին աշխատողների ընտանեկան հարաբերություններում դրսևորվող սոցիալ-կենցաղային խտրականության դեպքերի: Մարզերում հաճախ են հանդիպում դեպքեր, երբ կին աշխատողները խնդիրներ են ունենում իրենց ընտանիքներում՝ աշխատավայրում երկար մնալու հետևանքով: Ամուսիններն ու ընտանիքները չեն ողջունում մինչ ուշ ժամեր աշխատելը, հավատացած լինելով, որ կանայք պետք է տուն վերադառնան՝ տան գործերին հետևելու համար: Գործընկերներից մեկը («OxYGen») հիշում էր. «Մարզերում մեր վերապատրաստումները անցկացնում էինք ռեստորանների տարածքներում, և երբեմն լինում էին դեպքեր, երբ կանայք չէին մասնակցում, քանի որ ամուսիններն արգելում էին»: Բացի այդ, ներկա է կեղծ մտայնություն, թե եթե կինը բիզնեսով է զբաղվում, ապա իր ամուսինը կամ հայրը իրենց օգնությամբ պետք է նպաստած լինեն դրան:

Հայաստանում կանանց ձեռներեցության նկատմամբ հասարակության մեջ գերիշխող կարծրատիպերին անդրադարձեր են եղել վերջին շրջանի հաշվետվություններում: ԱԶԲ-ի «Հայաստան. գենդերային գնահատում»-ը (2015թ.) նշում է, որ աշխատուժի կառուցվածքում դեռ նշանակալից են տղամարդկանց և կանանց անհավասարություններն առավելապես այն կարծրատիպերի բերումով, որոնք սահմանափակում են վերջիններիս դերը սոցիալական, տնային և տնտեսական ասպարեզներում: «Կանայք, խաղաղություն և անվտանգության ցուցիչներ 2020» (Զորջթառուն համալսարանի «Կանայք, խաղաղություն և անվտանգություն» ինստիտուտ) աշխատությունը բնութագրում է խտրական աշխատանքային նորմերը որպես Հայաստանում կանանց ձեռնարկատիրական գործունեության առանցքային խոչընդոտ: ԱՄՆ ՄԶԳ-ի 2019թ.-ի

«Հայաստան. գենդերային վերլուծություն»-ը նկատում է, որ ՓՄՁ-ներում, չնայած երիտասարդ կանանց բարձրագույն կրթության բնագավառում նվաճումների՝ երիտասարդ տղամարդիկ կրկնակի ավելի մեծ հավանականությամբ են զբաղեցնում կառավարչական պաշտոններ: Ավելին, թե՛ մասնավոր, թե՛ հանրային հատվածում առաջատար պաշտոններ զբաղեցնողների մեջ տղամարդիկ ավելի մեծ թիվ են կազմում (70.5%՝ 29.5%-ի դիմաց)¹⁴:

Որակական փուլի մասնակիցների և այլ դերակատարների համաձայն, SS ոլորտում կարծրատիպերն ավելի քիչ են: Այստեղ նպաստավոր են համեմատաբար բաց աշխատանքային միջավայրը և միջազգային կառույցներին առնչությունները (օրինակ՝ պատվիրակված աշխատանքը): Բայցևայնպես, նույն այս ոլորտում ղեկավար պաշտոններում կանանց ներկայությունը նշանակալից կերպով ավելի սահմանափակ է, այն է՝ 11% միայն (Մարտիրոսյան, 2020):

Ի լրումն այս բոլոր դրույթների, կանայք էապես ավելի շատ ժամանակ են հատկացնում տնային և գյուղատնտեսական գործերին, և այս ներգրավվածությունը ոչ դրամային արտահայտություն ունի, ոչ էլ պատշաճ գնահատում:

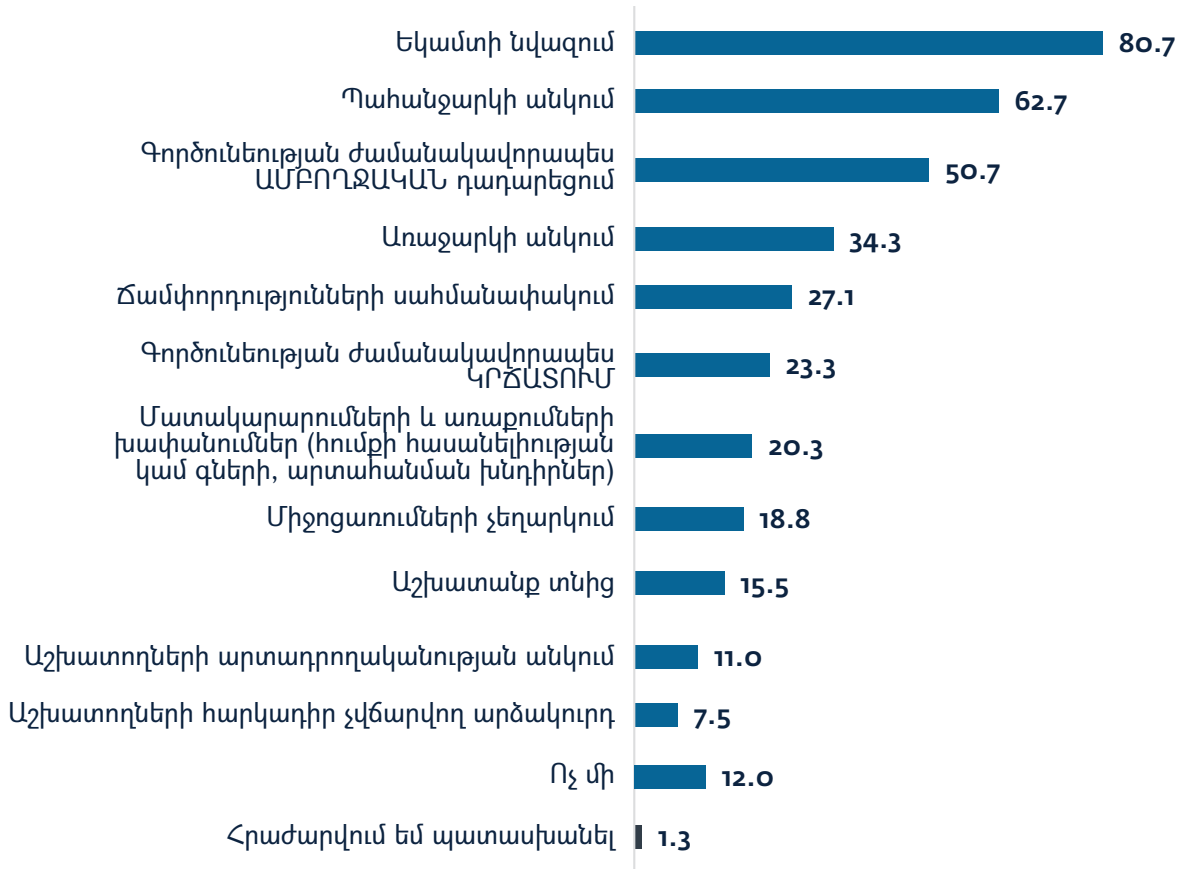
7. Համավարակ (COVID-19)

2020թ.-ի մարտի կեսերին ՀՀ կառավարությունը հայտարարեց արտակարգ իրավիճակ համավարակի տարածման դեմ պայքարի շրջանակներում, որով սահմանափակվեց երթևեկը, պարտադրվեց դիմակներ կրելը, փակվեցին սահմանները և գործադրվեցին բիզնեսների գործունեության էական սահմանափակումները: Թեև հետագայում արտակարգ իրավիճակը դադարեցվեց, սակայն նրա ազդեցությունը բիզնեսի վրա նշանակալից էր, և որոշ, հատկապես տուժած ոլորտներում գործող բիզնեսները (օր.՝ զբոսաշրջություն) շարունակում էին կրել դրա հետևանքները: Համավարակի տնտեսական և սոցիալական հետևանքները մեղմելու համար կառավարությունը ներդրեց համավարակից տուժած ընտանիքներին, աշխատողներին և բիզնեսներին տրամադրվող սոցիալական փաթեթները: Այնուամենայնիվ, սույն աշխատությունը պատրաստելու ընթացքում վարակը շարունակում է տարածվել ամբողջ երկրում:

Համավարակի հետևանքները.

Ինչպես երևում է Գծապատկեր 7.1-ում, հետազոտված ընկերությունների գերակշիռ մեծամասնությունում (80.7%) համավարակի հետևանքով գրանցվել է եկամուտների անկում: Հետազոտված ընկերությունների մոտ երկու-երրորդում (62.7%) այն հարուցել է նաև արտադրանքի պահանջարկի կրճատում: Նրանց կեսից ավելին (50.7%) ստիպված է եղել ժամանակավորապես դադարեցնել գործունեությունը: Տվյալների՝ գենդերային բաշխմամբ փոխադրատույնը չի հայտնաբերել էական տարբերություններ կանանց և տղամարդկանց բիզնեսների կրած կորուստների տեսանկյունից:

¹⁴ «Հայաստան. գենդերային վերլուծություն», ԱՄՆ ՄԶԳ, 2019, էջ 25:

Գծապատկեր 7.1. Համավարակի դր հետևանքներն է կրել ձեր ընկերությունը

Գծապատկեր 7.2-ում նշված է, որ հետազոտական աշխատանքների ընթացքում ընկերությունների ավելի քան երկու-երրորդը (69.2%) դեռ կրում էին եկամտի և ավելի քան կեսը (52.9%)՝ իրենց արտադրանքի նկատմամբ պահանջարկի կրճատման վնասները: Գործունեությունը ստիպված ժամանակավորապես դադարեցրած ընկերությունների բաժինը կրճատվել էր 50.7%-ից մինչև 9.1%: Տվյալների՝ գենդերային բաշխմամբ փոխբաղդատումը չի հայտնաբերել էական տարբերություններ կանանց և տղամարդկանց բիզնեսների միջև:

Որակական հետազոտության մասնակիցները արձանագրել են նաև իրացումների, կառավարության կողմից գործունեության դադարեցման (հատկապես՝ ճաշարաններ և սրճարաններ), գործընկերությունների, պայմանագրերի, ամրագրումների և պլանավորված ծրագրերի քանակային կրճատումները: Թեև նրանց մեծամասնությունը կարողացել է պահել աշխատակազմը, մի քանիսը նշել են հետևանքները մեղմելուն ուղղված ռազմավարություններ ձեռնարկելու անհրաժեշտությունը, որոնց թվում են չվճարվող արձակուրդները, աշխատավարձի կրճատումները, տնից աշխատելը: Բազմաթիվ կին ձեռնեցներ ձևափոխել են իրենց բիզնես մոդելները, այդ թվում՝ վաճառքների և մատակարարման ուղիները, հաճախորդների հատվածները և արտադրանքի տեսականին:

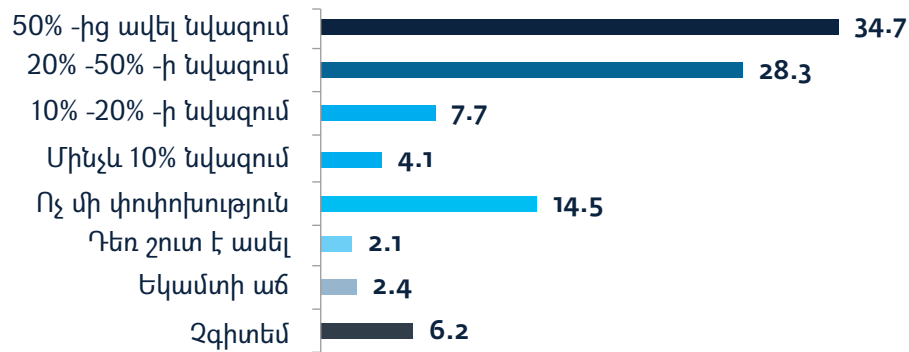
Կառավարության պահանջները կատարելու, միևնույն ժամանակ գործառնությունները շարունակելու համար որոշ բիզնեսներ, ի լրումն սոցիալական ցանցերում արշավների՝ սկսել են գործադրել առնցանց հարթակներով իրացումներն ու հաճախորդների հետ հաղորդակցությունը: Այս ջանքերը հաջողվել են մայրաքաղաքում գործող ընկերություններին, ուր ներկա է ֆինանսապես կայուն, ինչպես նաև տեխնոլոգիաներին ծանոթ և առցանց գնումներին վարժ բնակչություն: Փոխարենը՝ ճաշարանների տերերը Տավուշի մարզի Դիլիջան քաղաքում առցանց պատվերների և առաքումների բնագավառում հաջողություններ չեն ունեցել ցածր պահանջարկի պատճառով:

Գծապատկեր 7.2. Սկորը նշվածներից՝ համավարակի ռիսկերնաքներն է դեռ կրում ձեր ընկերությունը



Ընդհանուր առմամբ ընկերությունների երեք-քառորդը (74.8%) նշել է, որ 2020թ.-ի առաջին կեսին՝ ահագնացած համավարակի և դրան հետևած կանխարգելիչ միջոցառումների պատճառով 2019թ.-ի առաջին կեսի համեմատությամբ, իրենց եկամուտները կրճատվել են: Նրանց մեծ մասը (34.7%) նշել է ավելի քան 50%, 28.3%-ը՝ 20-50% և 7.7%-ը՝ 10-20% եկամուտների կրճատում: Եկամուտների անփոփոխությունը նշել է 14.5%-ը (Գծապատկեր 7.3): Տվյալների՝ գենդերային բաշխմամբ փոխադրատուները չի հայտնաբերել էական տարբերություններ կանանց և տղամարդկանց բիզնեսների եկամուտներում:

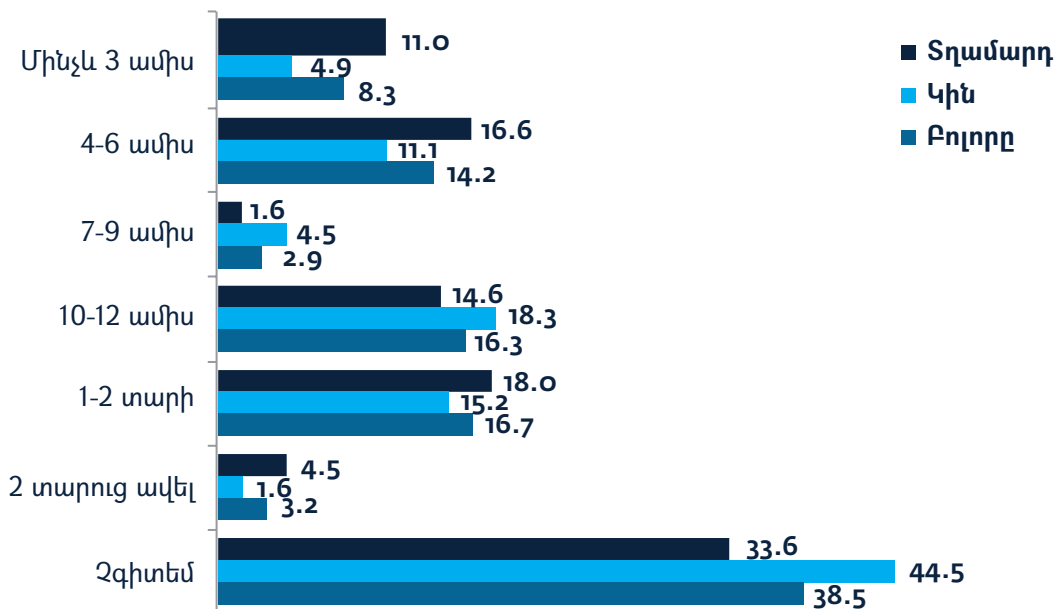
Գծապատկեր 7.3. Համավարակի և կանխարգելիչ միջոցառումների ազդեցությունը ընկերության եկամուտների վրա 2020թ. առաջին կիսամյակում 2019թ. առաջին կիսամյակի համեմատ



Վերականգնման սպասումներ.

Ըստ Գծապատկեր 7.4-ի, հարցվածների մեծ մասը (38.5%) պատկերացում չի ունեցել, թե երբ կարելի է ակնկալել իրենց ընկերությունների վերականգնումը համավարակի հետևանքներից: Ժամկետ նշածների 16.7%-ը կարծում է, որ անհրաժեշտ է 1-2 տարի և 16.3%-ը՝ 10-12 ամիս: 22.5%-ը ավելի լավատեսական է տրամադրված և հավատացած է, որ վերականգնումը տեղի կունենա մինչև 6 ամիս ժամանակահատվածում (ընդհանրացվել են «4-6 ամիս» և «մինչև 3 ամիս» պատասխանները): Տղամարդիկ ավելի վստահ են ու լավատես վերականգնման ժամկետների հարցում, քան կանայք: Կանանց ընկերությունների շուրջ կեսը (44.5%) չեն կարողացել նշել վերականգնման ժամկետներ՝ տղամարդկանց 33.6%-ի դիմաց: Կանանց ընկերությունների 16%-ը հավատացած է, որ իրենց ընկերությունները կվերականգնվեն մինչև վեց ամիս ժամկետում, տղամարդկանց՝ 27.6%-ը¹⁵:

Գծապատկեր 7.4. Որքան ժամանակում ձեր ընկերությունը կվերականգնվի համավարակի հետևանքներից



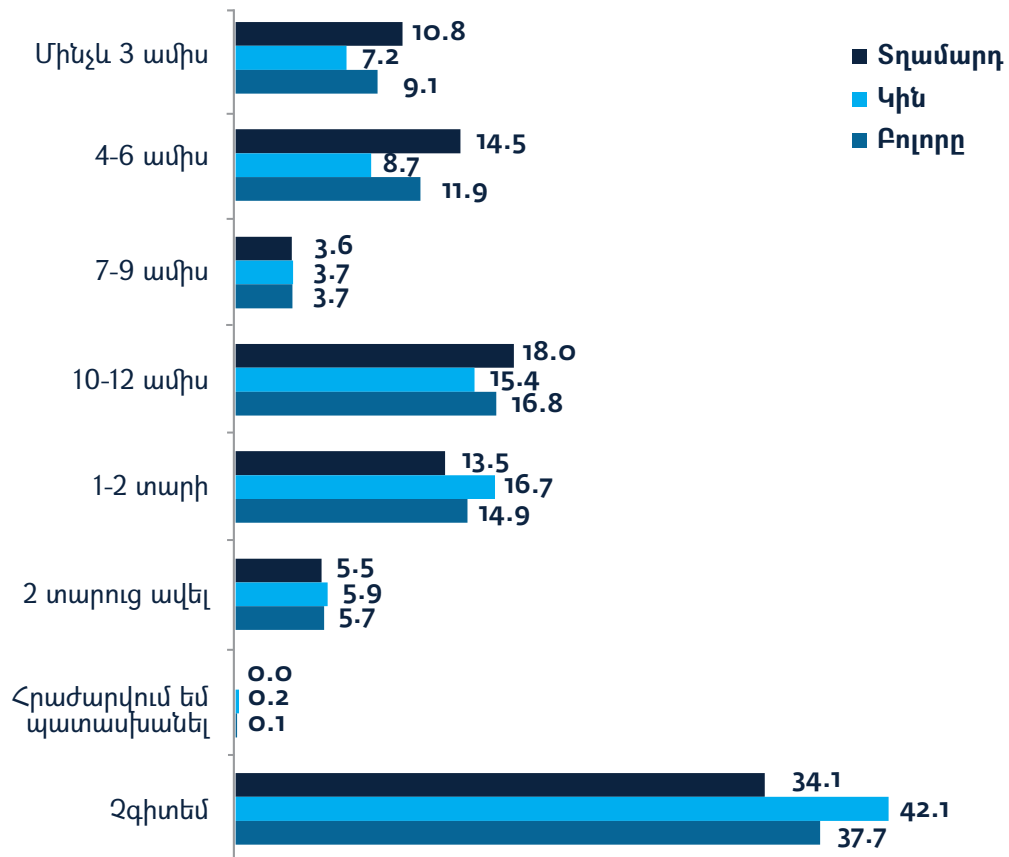
15 (F(6.89, 2798.95) = 2.1200, p = .039)

Ըստ Գծապատկեր 7.5-ի, կանանց բիզնեսներն ընդհանուր առմամբ ավելի հոռետեսական են տրամադրված համավարակի հետևանքներից իրենց գործունեության ոլորտի վերականգնման տևողության հարցում, քան տղամարդկանցը: Տղամարդկանց ընկերությունների 25.3%-ը այն կարծիքի է, որ իրենց բիզնեսի ոլորտը կվերականգնվի մինչև վեց ամիս ժամանակահատվածում, կանանց՝ 15.9%-ը: Բացի այդ, կանանց 42.1% և տղամարդկանց 34.1% չեն կարողացել նշել, թե որքան ժամանակում կվերականգնվեն իրենց գործունեության ոլորտները:

Կանանց շրջանում այս անորոշությունը բարձրաձայնվել է նաև որակական հետազոտության ընթացքում: Կին ձեռներեցների ընդհանուր ընկալումն այն է, որ տնտեսության վերականգնումը երկար ժամանակ կպահանջի, ամեն դեպքում՝ ոչ ընթացիկ տարում: Ներկա է ռիսկի կանխազգացում, որ համայնքներում գնողունակությունն անկում է ապրում սփյուռքից փոխանցումների ծավալի կրճատմանը զուգահեռ, և տնտեսությունը մտնում է ճգնաժամի փուլ: Կա նաև մեկ այլ ռիսկ. Հայաստանը կարող է առերեսվել համավարակի երկրորդ ալիքի հետ արդեն աշնանը: Զբոսաշրջության և հյուրընկալության ոլորտներում աշխատող կին ձեռներեցները ընդգծված բացասական սպասումներ ունեն զբոսաշրջիկների թվաքանակի տևական անկման հարցում: Նույնիսկ եթե զբոսաշրջային գործառնությունները վերսկսվեն այս տարի, բիզնեսներին դժվար թե հաջողվի ամբողջովին վերականգնվել, քանի որ անցած կլինի առավել ակտիվ սեզոնը: Գյուղատնտեսության ոլորտը համանման վիճակում է՝ սեզոնայնության գործոնը հաշվի առնելով:

Մի շարք ԿԶ-եր կարծում են, որ իրենց բիզնես կապերը մաքակարարների և հաճախորդների հետ վաղացել են բիզնես գործողությունների անկման կամ կասեցման պատճառով: Որպես ապագայի անելիք և մարտահրավեր՝ նրանք տեսնում են այդ կապերի վերականգնումը:

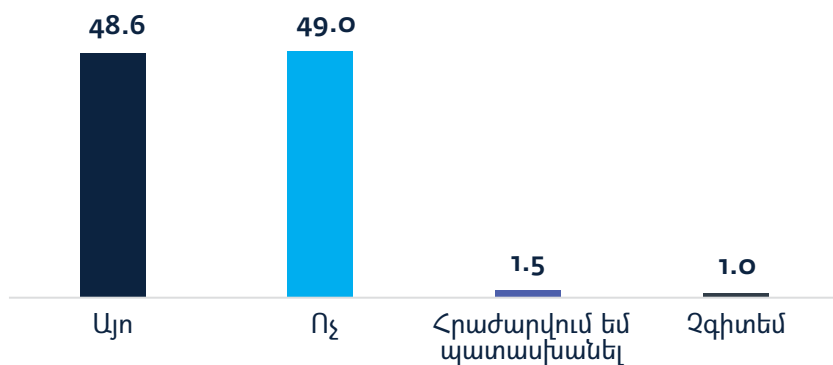
Գծապատկեր 7.5. Որքան կրկի ձեր արտադրության ոլորի վերականգնումը համավարակի հետևանքներից



Կառավարության աջակից ծրագրերը.

Ըստ Գծապատկեր 7.6-ի, ընկերությունների գրեթե կեսը (48.6%) դիմել է կառավարության ծրագրերից օգտվելու հայտերով, որոնք ուղղված են համավարակից տուժած բիզնեսներին աջակցություն ցուցաբերելուն: Մյուս 49%-ը չի դիմել:

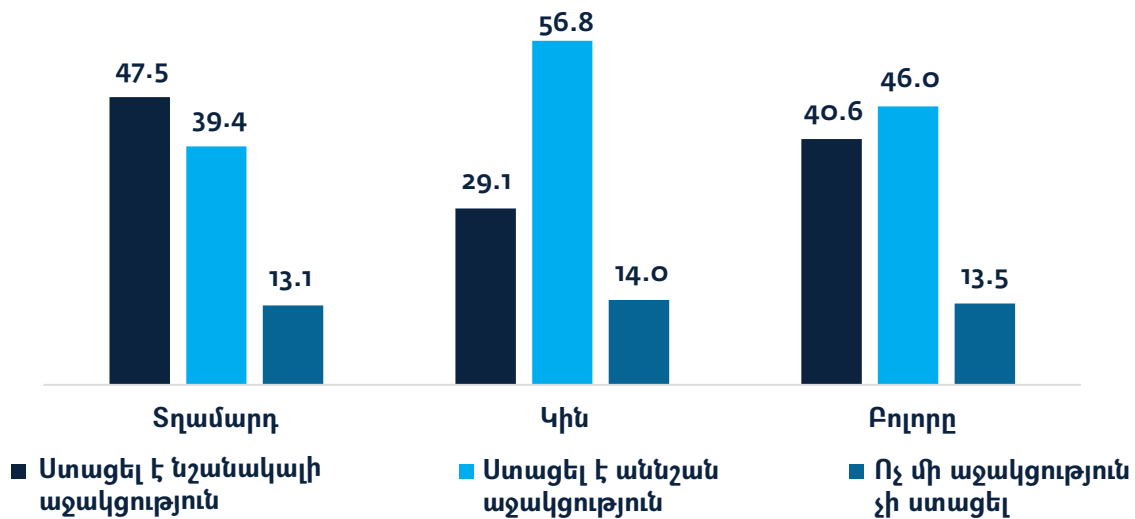
Գծապատկեր 7.6. Դիմե՞լ եք կառավարության որևէ աջակից ծրագրից օգնություն ստանալու նպատակով



Ընկերությունների մեծ մասը դիմել է Կառավարության 8-րդ փաթեթից¹⁶ օգտվելու համար: Նրանց ավելի քան երկու-երրորդը (67%) ասել են, որ դիմել են: Սակայն, ըստ Գծապատկեր 7.7-ի, դիմողների կեսից քչերն են (40.6%), որ կարծում են, թե այս ծրագիրը բիզնեսներին որևէ նշանակալից օգուտ է բերել: Հարցվածների այս խմբին պատկանող տղամարդկանց ընկերություններն ավելի դրական կարծիքի էին, քան կանանց (համաատասխանաբար 47.5% և 29.1%): Մյուս 46%-ը նշել է, որ ստացել են աննշան օգուտներ: Այսպես կարծողների մեջ ավելի շատ են կանանց, քան թե տղամարդկանց ընկերությունները (համապատասխանաբար 56.8% և 39.4%):

Պետական ծրագրերի գնահատականը որակական հետազոտության մասնակիցների շրջանում «բիզնեսների համար անարդյունավետ»-ն էր, քանի որ դրանք նեղ էին ընդգրկմամբ և կարճ՝ ժամկետով: Ավելի արդյունավետ են համարվել տարբեր ոլորտներ թիրախավորող ծրագրերը, որոնք կանդրադառնային բիզնեսների տարատեսակ մարտահրավերներին:

Գծապատկեր 7.7. Ինչպե՞ս եք գնահատում ծրագրի օգտակարությունը

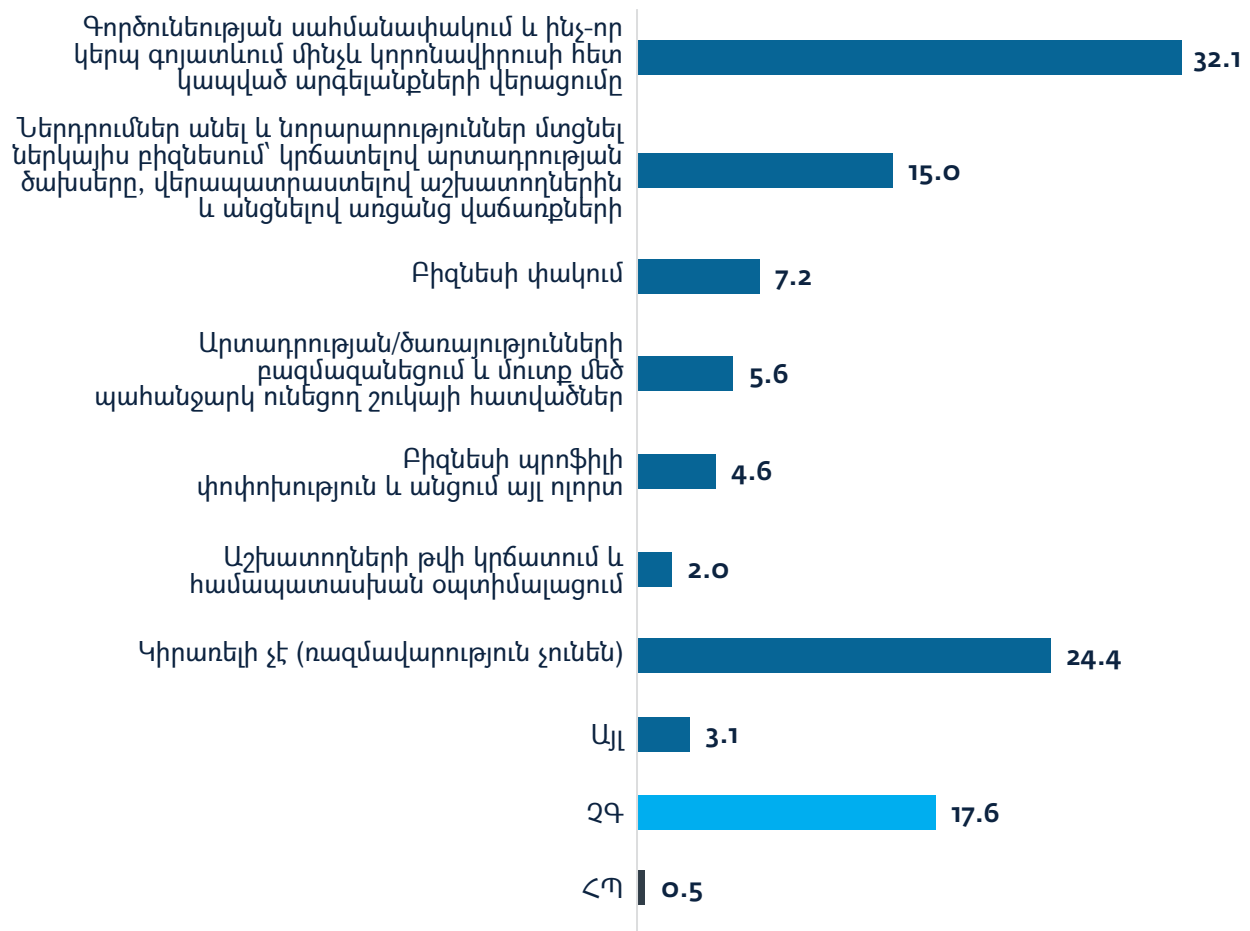


Հետևանքների վերացման ռազմավարություններ.

Համավարակով պայմանավորված ռիսկերը և անկանխատեսելի պարագաները դիմագրավելու նպատակով ընկերությունների ռազմավարությունների վերաբերյալ հարցին պատասխանելով՝ հարցվածների մի զգալի հատված (32.1%) նշել է, որ կսահմանափակի գործունեությունը մինչև արգելանքների վերացումը (Գծապատկեր 7.8):

16 Կորոնավիրուսի տնտեսական հետևանքների չեզոքացման [ծրագրի 8-րդ միջոցառումը](#) վերաբերում է համավարակից հատկապես տուժած մասնավոր հատվածում աշխատողներին և անհատ ձեռներեցներին

Գծապատկեր 7.8. Նշեք այն քայլերը, որոնք ձեռնարկելու եք մոտ ապագայում համավարակից բխող ռիսկերը և չնախատեսված պարագաները կառավարելու համար



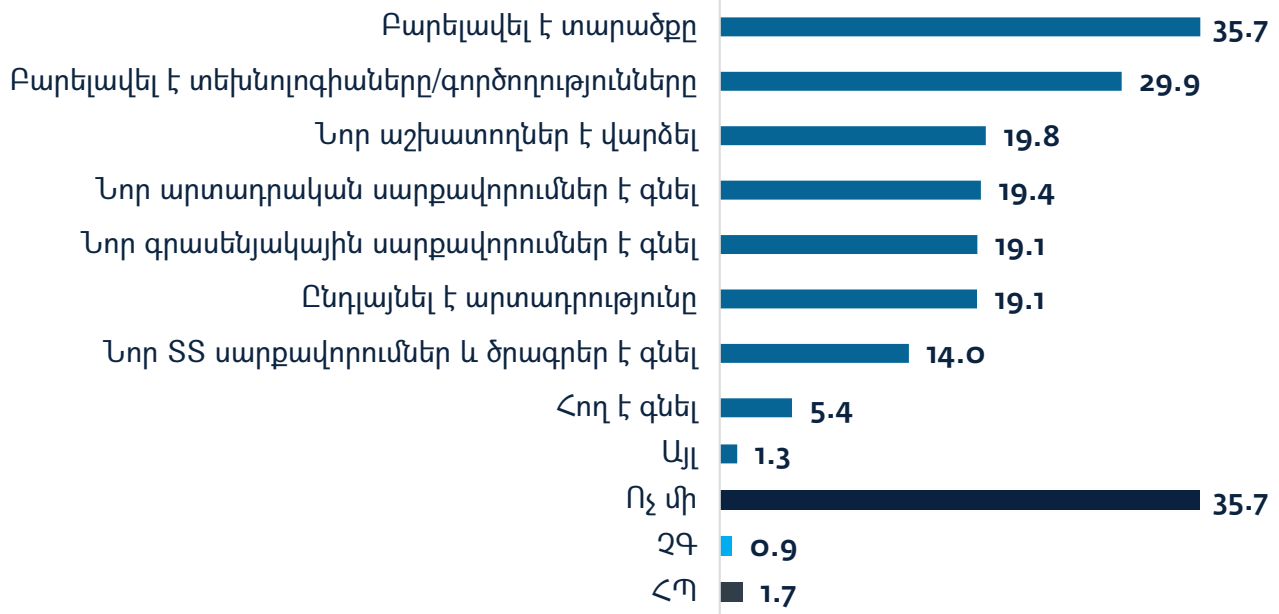
Երկորդ մեծ խումբը (15%) նշել է, որ իրենք «ներդրումներ կանեն և նորարարություններ կներդնեն գործառնություններում՝ կրճատելու արտադրական ծախսերը, աշխատողներին վերապատրաստելու, և իրացումները թվայնացված եղանակով կազմակերպելու համար»։ Որպես ռազմավարություններ՝ բիզնեսների փակումը և արտադրանքի և/կամ ծառայությունների հնարավորության սահմաններում տարատեսակումը նշել են ընկերությունների համապատասխանաբար 7.2% և 5.6%-ը։

8. Հեռանկարներ

Ներդրումներ.

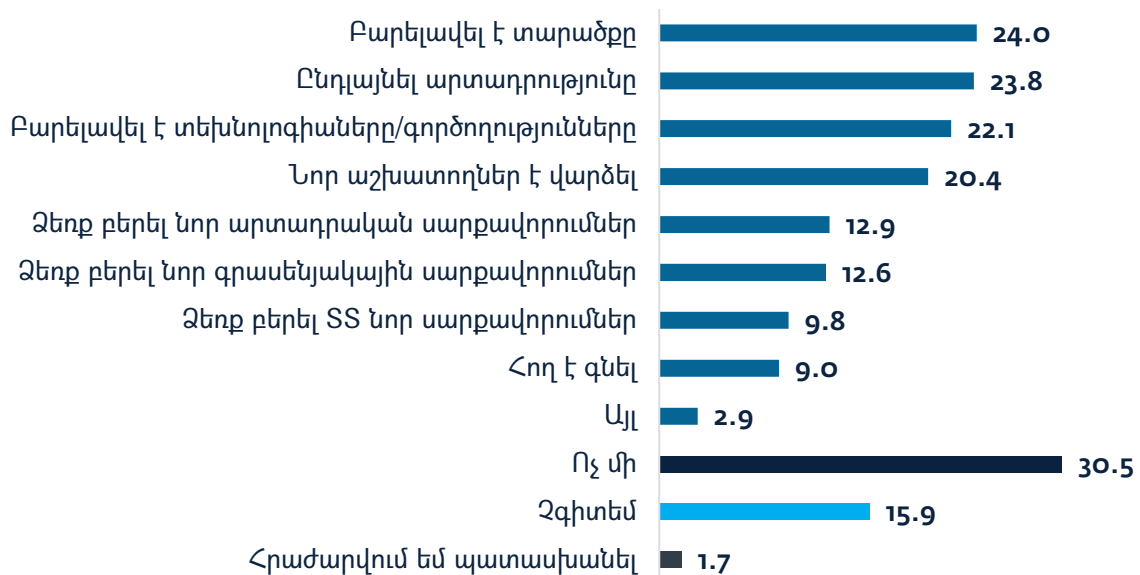
Գծապատկեր 8.1-ում ցույց է տրված, որ հետազոտված կազմակերպությունների շուրջ մեկ-երրորդը (35.7%) վերջին երկու տարվա ընթացքում ներդրումներ է արել աշխատավայրը բարելավելու համար՝ կամ տեղափոխվելով ավելի բարվոք տարածք և այն ընդլայնելով, կամ լրացուցիչ տարածքներ վերցնելով։ Ընկերությունների հաջորդ խոշոր մասը (29.9%) ներդրումներ է արել գործառնությունները և տեխնոլոգիաները բարեկարգելու բնագավառում և երրորդը (19.8%)՝ մեծացնելով անձնակազմը։ Ընկերությունների 35.7% նշյալ ժամանակահատվածում ներդրումներ չի արել։

Գծապատկեր 8.1. Թվարկվածներից ինչպիսիք ներդրումներ է արել ընկերությունը վերջին երկու տարվա ընթացքում



Հաջորդ երկամյա ժամանակահատվածում ներդրումների մասին հարցին ի պատասխան հարցվածների 24%-ը նշել է տարածքի բարելավումը, 23.8%-ը՝ արտադրության ծավալի մեծացումը և 22.1%-ը՝ գործառնությունները և տեխնոլոգիաների կատարելագործումը: Սրա հետ մեկտեղ, մեծագույն մասը (30.5%) չի պլանավորում ներդրումներ անել իրենց բիզնեսներում գալիք երկու տարվա ընթացքում (Գծապատկեր 8.2):

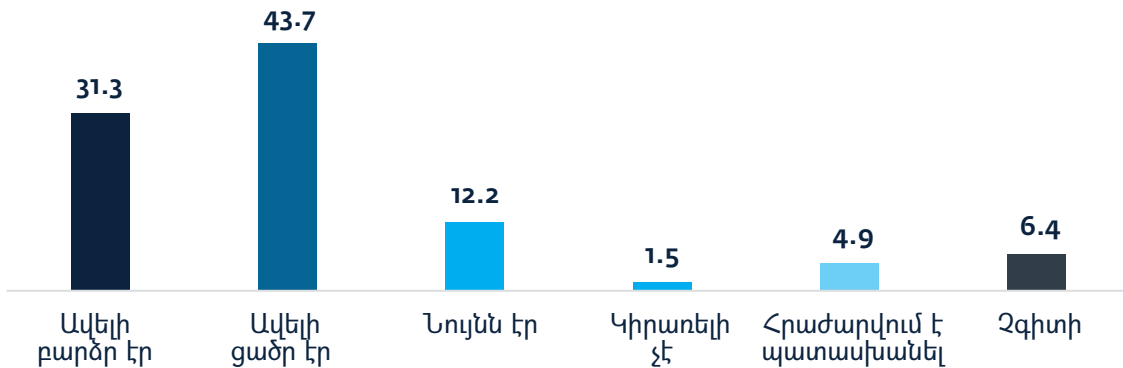
Գծապատկեր 8.2. Գալիք երկու տարվա ընթացքում պլանավորվող ներդրումները բիզնեսներում



Տարեկան իրացումները.

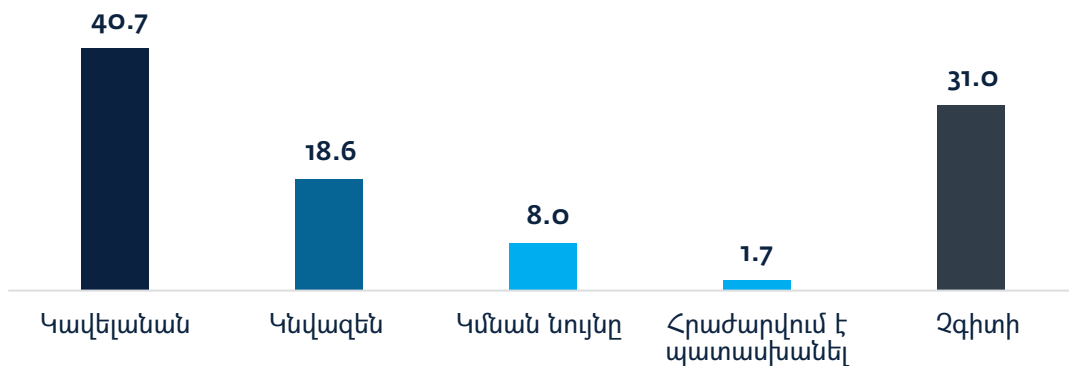
Ինչպես տեսնում ենք Գծապատկեր 8.3-ում, 2019թ.-ին ընկերությունների 43.7%-ը 2017թ.-ի համեմատությամբ գրանցել է տարեկան իրացումների աճ, 31.3%-ն էլ՝ կրճատում: Միայն 12.2%-ն է նշել իրացումների ծավալների անփոփոխությունը:

Գծապատկեր 8.3. 2017թ-ին ընդհանուր տարեկան վաճառքի ծավալը 2019թ-ի համեմատ ավելի բարձր էր, ցածր էր, թե՛ նույնն էր



Հաջորդ տարվա ընթացքում, ըստ Գծապատկեր 8.4-ի, հարցվածների մեծագույն մասը (40.7%) իրացման տեսանկյունից ավելի լավատեսական հեռանկար է տեսնում: Հաջորդ խոշոր խումբը (31%) կազմում են նրանք, ով վստահ չէ իրացման ծավալների ո՛չ աճի, ո՛չ կրճատման հարցում: Մյուս՝ 18.6% կազմող մասը կրճատում է սպասում: Հաջորդ տարվա վաճառքների ընդհանուր միջին սպասվող աճը 42% է, իսկ սպասվող անկումը՝ 47%:

Գծապատկեր 8.4. Իրացման ծավալների սպասումները՝ աճ, կրճատում, անփոփոխ



Որակական հետազոտության մասնակիցները, հատկապես կանայք, նշել են Հայաստանի բիզնես միջավայրում բարելավումներ՝ 2018թ.-ի թավշյա հեղափոխությունից հետո: Մասնակիցները նաև նշել են կառավարության նկատմամբ վստահության աճ: Նախկինում չգրանցված բիզնեսների գրանցումը նույնպես ընդլայնվել է (օրինակ՝ նորաձևության բնագավառում):

2018-2019թթ.-ին բիզնեսների մեծ մասը աճ է գրանցել և հայտնել հետագայում զարգացման և ընդլայնման պլանների մասին (նախքան համավարակի բռնկումն ու տարածումը), այդ թվում՝

- **Բիզնեսի ընդլայնում արտադրանքի ծավալների իմաստով**
- **Բրենդինգ**
- **Իրացման աշխատակազմի ավելացում**
- **Նոր արտադրատեսակների, ծառայությունների հոսքագծեր**
- **Շուկաների նոր, ընդլայնված աշխարհագրություն**
- **Փոխդաշնակությանը հետամուտ՝ մուտք սկզբնական արտադրանքին հարակից բնագավառներ**

Որակական հետազոտության մասնակիցները ընդունել են, որ մրցակցությունը բոլոր ոլորտներում սաստկացել է, և շուկայում մնալու նպատակով նրանք պարտադրված են վարել արդյունավետ և գործուն գին-որակ քաղաքականություն: Մեծ մասը գոհ է ձեռնարկատիրական գործունեությունից և պատրաստ՝ ստանձնելու նույն ռիսկերը, եթե նրանց կրկին սկսելու հնարավորություն տրվեր:

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ԵՎ ԱՌԱՋԱՐԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Կանանց պատկանող բիզնեսներն ընդհանուր առմամբ ավելի «երիտասարդ» են, քան տղամարդկանցը (միջինը 6 տարեկան՝ 8.4-ի դիմաց): Նրանք նաև ավելի փոքր են. կանանց պատկանող բիզնեսների կեսից ավելին միկրո և փոքր ձեռնարկություններ են (70.1%-ը): Կին հարցվածները հաճախ այրի են կամ ամուսնալուծված, քիչ են զավակ ունեցողները: Թե՛ տղամարդ, թե՛ կին ձեռներեցները իրենց ձեռնարկատիրական գործունեությունը ծավալելիս աջակցություն են ստանում ընտանիքի անդամներից: Մասնակիցները բիզնես գործունեության մեջ ներգրավվելու կանանց հիմնական խոչընդոտը տեսնում են տնային տնտեսության և երեխաների խնամքի հոգսերում:

Անձնական և ընտանիքի խնայողությունները ֆինանսավորման հիմնական աղբյուրն է, որի հաշվին կին ձեռներեցները հիմնում կամ ձեռք են բերում ձեռնարկություն: Այնուամենայնիվ, ֆինանսավորման այս աղբյուրի հասանելիությունը կանանց համար սահմանափակ է՝ տղամարդկանց համեմատությամբ, ուստի նրանք ավելի հաճախ են դիմում առևտրային բանեկի վարկերին, քան տղամարդիկ: Ֆինանսական միջոցների հասանելիությունը ընկալվում է որպես կանանց ձեռնարկատիրական գործունեության հիմնական խոչընդոտ՝ ի լրումն աշխատանքային և ընտանեկան պարտականությունների հավասարակշռման, ժամանակի սղության, անբավարար կրթվածությամբ աշխատուժի, ինչպես նաև ոչ-ֆորմալ հատվածում մրցակիցների վարքագծի:

Համավարակի բռնկման հետևանքով ընկերությունների մեծ մասը հանդիպել է եկամուտների և իրենց արտադրանքի նկատմամբ պահանջարկի անկման խնդրին: Հետազոտության ընթացքում ընկերությունների ավելի քան երկու-երրորդը դեռ դիմագրավում էին եկամուտների և ավելի քան կեսը՝ պահանջարկի անկման խնդիրներին: Տղամարդիկ ավելի լավատես և վստահ են տրամադրված իրենց բիզնեսների վերականգնման հավանականության նկատմամբ, քան կանայք:

Բիզնես ձեռնարկներում ձեռներեցներին, հատկապես կանանց աջակցելու նկատառումով՝ մշակվել են հետևյալ առաջարկությունները, որոնց հիմքում ընկած են սույն հետազոտության եզրահանգումները, ինչպես նաև այլ երկրներում կանանց ձեռներեցությանն աջակցելուն ուղղված ռազմավարությունները: Առաջարկությունները խմբավորված են աջակցության հետևյալ տրամաբանությամբ. (1) աջակցություն ֆինանսական միջոցներով և ներդրումներով, (2) աջակցություն կարողությունների հզորացմանը, (3) աջակցություն համագործակցության ցանցերի կառուցմանը և մասնագիտական ուղղորդման միջոցով, (4) սոցիալական ընկալումներ և ընտանիքների ներգրավում և (5) համավարակ (COVID-19): Կարևոր է նշել, որ աշխարհում առկա վկայությունները և սույն հետազոտության եզրահանգումները ցույց են տալիս, որ բազմակողմանի՝ կարողությունների հզորացում, համագործակցության ցանցերի կառուցում, ֆինանսական միջոցների հասանելիություն բաղադրիչներն ընդգրկող միջամտությունները կին ձեռներեցներին աջակցելու առավել արդյունավետ եղանակներից են: Ստորև շարադրված առաջարկությունները

նաև լույս են սփռում այն դերի վրա, որը կարող են խաղալ Հայաստանում կին ձեռներեցներին աջակցության գործող ծրագրերը:

Աջակցություն ֆինանսական միջոցներով և ներդրումներով

Ինչպես և աշխարհում կին ձեռներեցների առջև ծառացող ամենանշանակալից մարտահրավերների դեպքում, այնպես էլ Հայաստանում կանայք դրանց թվում ֆինանսական միջոցների հասանելիությունը նշում են որպես հիմնական խոչընդոտ: Վերջինս էական ազդեցություն ունի թե՛ կին, թե՛ տղամարդ ձեռներեցների վրա, այնուամենայնիվ այն հատուկ խնդիր է կանանց համար, հաշվի առնելով մեկնարկային ռեսուրսների և գրավի խիստ պակասը՝ որպես ժառանգության ավանդույթների և 90-ականների սկզբի հողի մասնավորեցման հետևանք: Այս հանգամանքի պատճառով է, որ կանայք ավելի շատ են հետամուտ լինում վարկային միջոցների փնտրտուքին, քան տղամարդիկ, որոնք բիզնես սկսելու համար գործադրում են անձնական խնայողությունները: Նշյալ խնդիրները հաղթահարելու համար առաջարկվում են հետևյալ ռազմավարությունները.

- Որևէ ֆինանսական աջակցություն, լինի դա վարկ թե՛ դրամաշնորհ, պետք է զուգորդվի բիզնես վերապատրաստման և մասնագիտական ուղղորդման (մենտորինգ) և համագործակցության ցանցերի ձևավորմանն աջակցությամբ, որոնց շնորհիվ կարելի է ապահովել ներգրավվող միջոցների օգտագործման արդյունավետությունը և կանանց ուղղորդումը դեպի գործունե բիզնես ներդրումային գործելաճ:

- ՓՄՁ ԶԱԿ-ը և ՍՄԵԴԱՆ (**SMEDA**) սկսնակներին և ՓՄՁ-ներին ֆինանսական աջակցություն են հատկացնում վերապատրաստման միջոցառումների հետ միասին: Թե՛ սկսնակներին, թե՛ ՓՄՁ-ներին կարելի է ֆինանսական և վարչարարության տեսանկյունից աջակցել՝ միկրովարկեր և/կամ դրամաշնորհներ տրամադրելով հատկապես կանանց, քանի որ տղամարդկանցից ավելի հաճախ՝ նրանք են ներկայացված միկրո կամ փոքր բիզնեսի մակարդակում:
- Հատուկ կանանց համար մշակված միկրովարկերը կամ այլ վարկային գործիքները պետք է մեղմեն սկզբնական գրավի պահանջը և նախատեսեն վարկի մարման ճկուն այլընտրանքներ, ինչով նաև կնպաստեն ռիսկերի ստանձնմանը վարկառուի կողմից: Միկրովարկերի հասանելիությունը տևական ժամանակահատվածում ավելի համարձակ է դարձնում կանանց ռիսկերի նկատմամբ և նպաստում բիզնեսի ընդհանուր կատարողականի կատարելագործմանը¹⁷:
- Կին ձեռնարկատերերին ֆինանսական և այլ աջակցություն տրամադրող՝ կառավարության, հասարակական ու միջազգային կազմակերպությունների որևէ ծրագիր պետք է ընդլայնի իր մասին իրազեկվածությունն ու դյուրամատչելի դարձնի իր ծառայությունների մասին անհրաժեշտ տեղեկատվությունը: Նոր բիզնես սկսել կամ ձեռք բերել ցանկացող ընկերությունների միայն 4%-ն է դիմել այս ծրագրերին: Հետազոտության մասնակիցների թվում չի եղել գեթ մեկ կին ձեռներեց, ով նշած լինել կառավարությունից, հասարակական կամ միջազգային կազմակերպություններից ֆինանսական աջակցության համար դիմելը:
- Պետք է անհրաժեշտ փաստարկներով նպաստել, որ առևտրային բանկերի կողմից կին ձեռներեցների համար նախատեսվող ֆինանսական գործիքների մշակմանը իրենց մասնակցությունը բերեն, ուստի նաև՝ իրենց ներդրումների ծավալներն ավելացնեն կանայք: Ինչպես ավելի վաղ նշվել էր միկրովարկերը դիտարկելիս, կին ձեռներեցների համար նախատեսված ֆինանսական գործիքները պետք է ձգտեն լինել առավել նորարարական, գրավի ավելի մեղմ պայմաններով և վարկի մարման առավել ճկուն տարբերակներ նախատեսող: Նման փաստարկման փորձ ունեցող կազմակերպությունները, ինչպիսիք են, օրինակ, «**OxYGen**»-ը կամ ՓՄՁ ԶԱԿ-ը, կարող են օգտակար լինել հատուկ նշյալ նպատակների համար ֆինանսական գործիքների մշակման գործում:
- Կին ձեռներեցների կարիքների համար անհրաժեշտ է ռեսուրսներ տրամադրել և վերապատրաստումներ անցկացնել, թե ինչպես լավագույնս կառավարել բանկերի հետ կապված խնդիրները, այդ թվում՝ բանկային հաշիվներ բացելու և վարելու հարցերով:

17 Աշխատանքի միջազգային կազմակերպություն. «Կանանց ձեռներեցության զարգացմանն ուղղված միջամտություններ. ինչն է գործում» ([International Labour Organization "Entrepreneurship Development Interventions for Women Entrepreneurs: An update on what works"](#) (2018)).

Աջակցություն կարողությունների հզորացմանը

Ֆինանսական աջակցությունը և դրա հետ կապված գործողություններն ու հնարավորությունները պետք է ընթանան վերապատրաստումներին և մասնագիտական ուղղորդմանը զուգահեռ, որպեսզի երաշխավորված լինի կին ձեռնարկատերերի ձեռնարկությունների հաջողությունն ու աճը: Սույն հետազոտությամբ արձանագրված խոչընդոտները, հարունման այլ գրականության մեջ նշվածների՝ մատնանշում են, որ միայն ֆինանսավորումը նվազագույն արդյունք ունի ձեռնարկատիրության զարգացման համար և որ այն առավել արդյունավետ է, երբ տրամադրվում է վերապատրաստումների և մասնագիտական ուղղորդման հետ մեկ փաթեթով¹⁸: Ստորև թվարկվում են Հայաստանում կանանց ձեռներեցության համար վերապատրաստման հնարավորությունների վերաբերյալ մեր առաջարկությունները:

- Ելնելով հետազոտության եզրահանգումներից, վերապատրաստման առավել նպատակահարմար բնագավառներն են (1) բիզնես կառավարումը և կառավարչական հմտությունների կատարելագործումը, (2) շուկայավարումը և իրացումները, (3) ֆինանսական խորհրդատվությունը, (4) իրավական խորհրդատվությունը և (5) մասնագիտական համագործակցության ցանցերի կառուցումը:
- Հետազոտությամբ նույնացվել են մի շարք կազմակերպություններ, որոնք տրամադրում կամ կարող են տրամադրել վերապատրաստման ծառայություններ,

այդ թվում՝ ՀԸԲՄ, ՀԵԿԱ, «Girls in Tech», «HERA», «Impact Hub», «ՍՄԵԴԱ» և ՓՄՁ ԶԱԿ: Նշվածներից յուրաքանչյուրն առաջարկում է որոշակի վերապատրաստում ձեռնարկատիրական գործունեություն թեմայով և որոշներն արդեն իսկ իրականացնում են համակցված ծրագրեր, որոնք ներառում են ֆինանսական աջակցություն և/կամ մասնագիտական ուղղորդման հնարավորություններ: Համակցված միջամտությունների մասին խոսելիս պարտ է հիշատակել ՀԸԲՄ-ի «Կանանց ձեռներեցության դասընթացը» «Impact Hub»-ի «Կանանց ձեռներեցության բուժարան ծրագիրը» ([Women Entrepreneurship Incubation Program](#)), «HERA»-ի «Ձեռներեցության դասընթացը» ([entrepreneurship course](#)) և ՓՄՁ ԶԱԿ-ի [վերապատրաստման ծրագրերը](#):

- Կին ձեռներեցներին աջակցություն ցուցաբերելուն ուղղված գործող ծառայությունները պետք է ավելի տեսանելի ու տեղեկատվական տեսանկյունից դյուրամատչելի լինեն, ինչի շնորհիվ ավելի մեծ թվով կանայք կարող են ներգրավվել վերապատրաստումներին: Թեև արդեն իսկ գործում են վերապատրաստման ծրագրեր և նախաձեռնություններ՝ հետազոտության մասնակիցների գերակշիռ մասը (92.1%) նշել է, որ վերջին երկու տարիների ընթացքում չի օգտվել աջակցության կամ ծառայության որևէ տեսակից: Միևուր, փոքր և միջին ձեռնարկությունները մասնավորապես չեն օգտվել գործող ծառայությունների ընծայած հնարավորություններից:

¹⁸ ՆՏ.

- Վերապատրաստման ծրագրերն անհրաժեշտ է անցկացնել կանանց հարմար վայրերում և ժամանակ, ինչը պայմանավորված է նրանց ընտանեկան և աշխատանքային պարտականությունները հավասարակշռելու անհրաժեշտությամբ: Դրանց հարմարավետության աստիճանը բարձրացնելու նպատակով, պետք է ապահովել փոխադրումները ծրագրերի իրականացման վայրեր և կացությունը՝ ի լրումն երեխաների խնամքի հարմարությունների: Մատչելիության բարձրացումը պետք է նաև ներառի դասընթացների անցկացումը մարզերում, ինչի շնորհիվ առկա հնարավորությունները մատչելի կլինեն ձեռներեց կանանց ոչ միայն երևանամերձ վայրերից:
- Շուկայավարման և իրացման թեմայով վերապատրաստումները պետք է անդրադառնան համապատասխան բնագավառի տարրական գիտելիքներին ու հմտություններին, ներառեն ռազմավարություններ, ընդ որում՝ համավարակային ճգնաժամի իրավիճակը հաշվի առնելով: Ավելին, իրացման խնդիրները հատուկ արդիականություն են ստացել համավարակի ճգնաժամի բերումով պարտադրված սոցիալական հեռավորություն պահպանելու և այլ սահմանափակումներով պայմանավորված՝ հաճախորդների համար մատչելիության վրա ազդեցությամբ: Թեմատիկ վերապատրաստումներն ու հմտությունների հզորացումը համավարակի պայմաններում կարող են հատուկ ուսուցողական անդրադարձ անել առցանց վաճառքների հնարավորություններին:
- Առկա հետազոտությունների հիման վրա կարելի է պնդել, որ վերապատրաստումներն առավել արդյունավետ են այն դեպքերում, երբ մատուցվում են բարձր ինտենսիվությամբ, տևողությամբ և որակյալ մասնակցությամբ, ինչը վերաբերում է նաև փորձագետ-վերապատրաստողներին: Որոշ կազմակերպություններ արդեն իսկ մատուցում են տևական վերապատրաստման ծրագրեր, ինչպես, օրինակ, «Impact Hub Yerevan»-ի իննամսյա «Կանանց ձեռներեցության բուժարան ծրագիրը» ([Women Entrepreneurship Incubation Program](#)) և ՀԸԲՄ-ի «Կանանց ձեռներեցության դասընթացը»: Այս ծրագրերին աջակցությունը կարող է իրացվել նոր փորձագետ-վերապատրաստողներ հայտնաբերելու միջոցով՝ ծրագրերի հասանելիությունը ընդլայնելու և գործունե թեթոդները համակարգելու համար, մի քանի ամիս տևողությամբ ծրագրերին մասնակցությունն ապահովելու նպատակով:
- Վերապատրաստման ծրագրերն անհրաժեշտ է ընդլայնել՝ ընդգրկելու համար կանանց ձեռնարկությունների աշխատակիցներին, որպեսզի հարստանան նաև նրանց գիտելիքն ու հմտությունները: Որակյալ աշխատակազմի, ինչպես նաև նրանց ձեռնարկությունում պահելու ներուժի պակասը ձեռներեցները որակել են իբրև իրենց գործունեությանը խոչընդոտող հանգամանք:

- Վերապատրաստման ծրագրերի համար մշակվող նյութերը պետք է լայնորեն հասանելի լինեն հանրությանը հարմար ձևաչափով, ինչի շնորհիվ կմեծանա ներգրավվածների և ներգրավվողների թիվը, իսկ գիտելիքներն ու հմտություններն էլ ավելի կտարածվեն՝ չսահմանափակվելով դասընթացների անմիջական մասնակիցներով:

Համագործակցության ցանցերի կառուցում եւ մասնագիտական ուղղորդմանն աջակցություն

Նախորդ հետազոտություններում նշվել է մասնագիտական ուղղորդման և գործընկերների միջև փոխադարձ աջակցության ազդեցությունը բիզնեսի կատարողականի վրա: Հայաստանում գործակցության ցանցերի կառուցումն ու մասնագիտական ուղղորդումը պետք է համակցվի վերևում նշված՝ ֆինանսական և կրթական աջակցություններին: Հետազոտության որակական փուլի ընթացքում կանանց համագործակցության ցանցերի և կազմակերպությունների ներկայացուցիչները նշել են այս ուղղությունների պակասը կանանց համագործակցության բնագավառում՝ նույնիսկ չնայած դրանց օգտակարությանը:

- Գործող համագործակցության ցանցերին աջակցություն է հարկավոր ընդլայնելու իրենց տեսանելիությունը և կին ձեռներեցների հետ կապեր հաստատելու հնարավորությունները: Գործող ծրագրերի և նախաձեռնությունների քարտեզագրումը ի ցույց հանեց Հայաստանի կանանց համագործակցության մի շարք նշանակալից ցանցեր, այդ թվում՝ «ՀԵԿԱ», «ՀԿՄԱ», «ՀԿՄԱ», «Impact

Hub», «WINNET» և «Ձեռներեց կանանց ցանցը»: Որակական հետազոտության մասնակիցները մատնանշել են Հայաստանում կանանց համագործակցության ցանցերի պակասը:

- Կանանց համագործակցության ներկա ցանցերը կարող են գործադրվել մշակելու համար մասնագիտական ուղղորդման ծրագրեր ֆինանսական և կրթական նախաձեռնությունների շահառուների համար՝ ապահովելով ավելի որակյալ և կենսունակ արդյունք:
- Շուկայի մեկ այլ, գործող ցանցերի միջոցով լուծում պահանջող լուրջ բաց է մնում կին ձեռներեցների համար կարևոր տեղեկատվության և բիզնես հնարավորությունների մատչելիության սակավությունը:

Սոցիալական ընկալումներ եւ ընտանիքների ներգրավում

Երկրում ընդունված սոցիալական ընկալումները և ընտանիքների ներգրավվածությունը էական մարտահրավերներ են, որոնք ծառացած են Հայաստանի կին ձեռներեցների առջև: Ստորև շարադրված են սույն հետազոտությունից բխեցված առաջարկությունները, թե ինչպես լուծումներ գտնել այս խնդիրներին:

- Կին ձեռներեցները մատնանշել են գենդերային խտրականության մի քանի օրինակներ, որոնց լուծումը օրենսդրական դաշտի միջոցով պետք է գտնել: Ըստ «ԿԶՕ 2020»-ի՝ Հայաստանին հատկացված միավորի, աշխատավայրում սեռական ոտնձգությունների խնդիրը կարգավորող օրենք չկա, ինչպես որ չկա օրենք, որով

կապահովվեր նույն արժեքի աշխատանքի դիմաց համահավասար վարձատրության հարցը¹⁹: Շահերի փաստարկման փորձ ունեցող կառույցները, ինչպիսիք են «OxYGen»-ը և ՓՄՁ ՁԱԿ-ը, կարող են ներգրավվել աշխատավայրում գենդերային խտրականության խնդիրներին ուղղված օրենսդրական փոփոխությունների աշխատանքներին:

- Աջակցության ծրագրերը պետք է մշակվեն այնպես, որ լուծումներ առաջարկեն ժամանակի սղության և աշխատանք-տուն համաչափության հետ կապված խնդիրներին՝ որոնք բնութագրվում են որպես խոչընդոտ: Այս ծրագրերը կարող են ներառել ժամանակի կառավարման, երեխաների խնամքի և ընտանիքի ներգրավման բաղադրիչներ: Ներկա ծրագրերը կամ նախաձեռնությունները նման ծառայություններ չեն առաջարկում, թեև նրանք կարող են համագործակցել՝ դրանց մշակման շուրջ և կին ձեռնբեղներին հետազայում ծառայություններ մատուցեն: Կանայք ավելի հաճախ, քան տղամարդիկ՝ ժամանակի սղությունը և տուն-աշխատանք համաչափությունը բնութագրել են իբրև ձեռնարկատիրությամբ զբաղվելու խոչընդոտ: Որակական հետազոտության ընթացքում որոշ մասնակիցներ մտահոգություն են հայտնել առ այն, որ կարող են անտեսել ընտանիքները և տնային գործերը՝ ձեռնարկատիրական գործունեությամբ զբաղվելու նպատակով:
- Հետազոտության թե՛ քանակական, և թե՛ որակական փուլերում նշվել է, որ կին ձեռնբեղների ընտանիքները հաճախ

պատրաստ են օգնել և աջակցել իրենց: Այս պատրաստակամությունը պետք է ներհյուսվի աջակցող բոլոր ծրագրերին, մասնավորապես նրանց, որոնք ուղղված են տուն-աշխատանք ճնշումների թեթևացմանը (ներգրավվելով կանանց և իրենց ընտանիքներին, որպեսզի կանայք հնարավորություն ունենան լիարժեք իրացնելու իրենց ներուժը):

- Հետազոտության շրջանակներում ընդգրկված կին ձեռնբեղները քննարկել են հասարակության մեջ տարածում գտած կարծրատիպերը, որոնք կաշկանդում են ձեռնարկատիրական գործունեությամբ զբաղվելու իրենց կարողությունը: Սոցիալական ՁԼՄ-ները և այլ հանրային իրազեկման արշավները կարող են կոտրել կին-բիզնես նախապաշարումները՝ թիրախավորելով սեռերի դերերը, որոնք բացառում են կանանց՝ ձեռնարկատիրական գործունեության մեջ ներգրավումը:

Համավարակ (COVID-19)

Սույն հետազոտությունը մշակելու ընթացքում համավարակի տնտեսական հետևանքները շարունակել են ազդեցություն գործել երկրում: Ստորև ներկայացված են վարակի ներկա վիճակով և դրա դեմ պայքարով պայմանավորված՝ ներկա վիճակից բխող առաջարկությունները:

- Համավարակի տնտեսական հետևանքները անհրաժեշտ է շարունակաբար մշտադիտարկել և չափել, այդ թվում՝ ձեռնբեղների համար դրանցով պայմանավորված հատուկ

19 Համաշխարհային Բանկի «Կանանց ձեռնբեղություն և օրենք, 2020 Հայաստան» ([Women Business and the Law \(WBL\) 2020 score for Armenia](#))

մարտահրավերները: Ձեռներեցների շրջանում զգալի անորոշություններ կան կապված վարակի հետևանքների հետ, և նշյալ մշտադիտարկումը կարող է օգնել բացահայտել առավել հրատապ լուծում պահանջող խնդիրները: Մշտադիտարկումը կարող է իրականացնել Էկոնոմիկայի նախարարությունը, վերլուծական կենտրոնները կամ միջազգային կազմակերպությունները՝ սահմանված պարբերականությամբ սրընթաց ուսումնասիրությունների (այսպես կոչված «գարկերակային ուսումնասիրությունների») միջոցով:

- Կառավարությունը պետք է բարձրացնի համավարակի դեմ ծավալված՝ բիզնեսին աջակցող ծրագրերի վերաբերյալ

հանրության իրազեկվածության և դրանց հասանելիության աստիճանը, հաշվի առնելով, որ հարցվածների միայն կեսն էր դիմել այդ ծրագրերին:

- Կառավարության աջակցող ծրագրերը պետք է կառուցվեն այնպես, որ լուծումներ գտնեն բիզնեսների առջև ծառացած մասնավոր խնդիրներին: Կին ձեռներեցների կեսից քիչ ավելին (56.8%) է նշել, որ ստացել է աննշան աջակցություն կառավարության ծրագրերից համավարակի ճգնաժամի ընթացքում: Հետազոտության որակական փուլի մասնակիցները նաև բնութագրել են դրանք որպես անարդյունավետ:

Քաղաժ դասեր

Հետազոտության իրականացման շրջանում հանդիպել ենք մի շարք մարտահրավերների: Վերջիններս կարելի է խմբավորել որպես *տեսական-մեթոդաբանական* (անհրաժեշտ գրականության պակաս, գործառական սահմանումների թերիություն (օրինակ՝ «կանանց կողմից վարվող» և «կանանց սեփականություն հանդիսացող» բիզնեսներ), ՓՄՁ-ների դասակարգում և այլն) և *տեխնիկական-կազմակերպչական* (ինչպիսին է, օրինակ, կանանց ձեռներկությունների ցանկերի և ընտրանքի շրջանակների բացակայությունը, ուր կարելի լիներ գտնել տեղակայվածության, չափի, գործունեության ոլորտի և բիզնեսների սեփականատերերի մասին տեղեկատվություն): Բացի այդ, որոշակի մարտահրավերներ ի հայտ եկան համավարակի պատճառով, որը սկսեց տարածվել ամբողջ Հայաստանում հետազոտության առաջին՝ որակական փուլին զուգընթաց:

Ստորև շարադրված են որոշ մարտահրավերները, որոնք ծառացան հետազոտական թիմի առջև, ինչպես նաև քաղաժ դասերը, որոնք կարող են օգտակար և կարևոր լինել նմանօրինակ հետազոտությունների համար:

► **Քիզնեսի սեփականատիրոջ սեռը.**

Կանանց ձեռներեցությանը նվիրված առկա հետազոտություններում ընկերության՝ իբրև «կանանց սեփականություն հանդիսացող» բնութագրերը տարբեր են²⁰: Հայաստանի իրողություններին այս բազմաթիվ սահմանումները հարմարեցնելու (այդ թվում՝ ՄՖԿ-ինը) և կանանց սեփականություն հանդիսացող քիզնեսների ընտրանքը կառուցելու համար անհրաժեշտ է քննության առնել ձեռնարկությունների ռեգիստրը, որտեղ կարելի է գտնել սեփականատերերի սեռերի մասին տեղեկատվությունը: Ցավոք, Հայաստանում չկա հանրությանը հասանելի՝ քիզնեսների ամբողջական ցանկ, ուր մնաց սեփականատերերի կամ հիմնադիրների մասին տեղեկատվություն պարունակողը: Չնայած այս հանգամանքին, ՀՌԿԿ-Հայաստան հիմնադրամին մեկ այլ ծրագրի իրականացման շրջանակներում տրամադրվել է քիզնեսների ցանկ (առանց երրորդ կողմին կոնտակտային տվյալները տրամադրելու իրավունքի), որն էլ օգտագործվել է անհրաժեշտ ընտրանքը կառուցելու նպատակով: Սկզբնական փուլում քիզնեսների սեփականատերերի սեռական պատկանելիության տեղեկատվությունը որոշվել է գրանցված անունների հիման վրա: Կազմվել է կանանց հայկական, առավել տարածված անունների ցանկը, և եթե այս անուններից մեկը

արձանագրված է եղել նաև ընկերության անվանման մեջ, ընկերությունը համարվել է կին ձեռնարկատերի սեփականություն: Այնուամենայնիվ, տվյալները հավաքագրելուց հետո, սեփականատիրոջ փոփոխականը լրացուցիչ քննության է առնվել, որից հետո կնոջ սեփականություն հանդիսացող քիզնես է համարվել այն, որի կառավարիչներից մեկը կին է և որի առնվազն 50%-ը սեփականության իրավունքով կնոջ է պատկանել: Այսպես գործածվել է թարմացված սեռային բաշխմամբ փոփոխականը: Ապագայում սեռային բաշխմամբ ընկերությունների մասին տեղեկատվություն հավաքագրելիս ավելի սերտ համագործակցությունը ՀՀ Ազգային վիճակագրական և Պետական եկամուտների կոմիտեների հետ կարող է օգտակար լինել նման խնդիրները լուծելու, մասնավորապես՝ կանանց սեփականություն հանդիսացող ընկերությունների սահմանումներն ավելի հստակ և կայացած գործածելու համար:

► **ՓՄՁ սահմանումը և քիզնեսների դասակարգումն ըստ չափի.**

Հայաստանում ՓՄՁ-ի սահմանումը համահինչեցված է ԵՄ անդամ-երկրներում գործող ՓՄՁ-ների սահմանման հետ²¹: Վերջինս ընկերությունները դասակարգում է այնպես, որ Հայաստանում գործող կանանց քիզնեսները խմբավորվում են հետևյալ կերպ. միկրո՝ եթե ընկերությունում աշխատում է մինչև 10 մարդ և որի շրջանառությունը կամ

20 ՏՀԶԿ-ի «Կանանց ձեռնարկատիրական գործունեությունը. խնդիրներ և քաղաքականություններ» ([Women's Entrepreneurship: Issues and Policies](#)) (2004) և ՄՖԿ-ի «Թիրախային ոլորտների սահմանումներ» ([Definitions of Targeted Sectors](#))

21 ՓՄՁ-ների՝ հայաստանյան և ԵՄ ստանդարտները ներդաշնակելու նպատակով փոփոխություններ են մտցվել «Փոքր և միջին ձեռնարկատիրության պետական աջակցության մասին» ՀՀ օրենքում ([Law of the RA "On Small and Medium Entrepreneurship State Support"](#)) (2000)՝ փոփոխելով սահմանումները ([05.10.2010, HO-142-N](#))

ակտիվների արժեքը նախորդ տարվա վերջի դրությամբ մինչև 100մլն դրամ է²²: Առերեսվելով աշխատողների թվաքանակի և ակտիվների արժեքների վերաբերյալ տեղեկատվության բացակայությանը և հաշվի առնելով, որ կանանց բիզնեսները առավելապես փոքր են՝ հետազոտական թիմը, խորհրդակցելով ՄՖԿ-ի փորձագետների հետ՝ որոշել է մինչև 5մլն դրամ տարեկան շրջանառություն ունեցող ընկերությունները սահմանել որպես միկրո, 5-24մլն դրամ՝ փոքր, 24-115մլն դրամ՝ միջին և 115մլն դրամից ավել ունեցողները՝ խոշոր:

► **Համավարակով պայմանավորված ճգնաժամային դաշտային աշխատանքներում.**

Համավարակի պատճառով հետազոտական աշխատանքներում ի հայտ եկան մի շարք սահմանափակումներ, որոնք պարտադրեցին հետազոտության մեթոդաբանական և կազմակերպչական փոփոխություններ, հատկապես որակական հետազոտության փուլում: Սրանցից են դաշտային նախատեսված աշխատանքների առերեսը առցանցով փոխարինելը ինչպես քանակական, այնպես էլ որակական փուլերում («Zoom» հարթակի միջոցով ֆոկուս խմբերի և խորքային հարցազրույցների համար) և համակարգչահեն հեռախոսային հարցազրույցներով (CATI)՝ հետազոտական աշխատանքների համար: Այս փոփոխությունների արդյունքում աճեց անհատների հետ հարցազրույցների քանակը (69-ը՝ նախատեսված 15-ի դիմաց) և կրճատվեց ֆոկուս խմբերի քանակը:

Ավելին, համավարակին անդրադարձը համալրեց քննարկումների թեմատիկան և հարցաշարերը, որպեսզի հետազոտվեն նաև համավարակով պայմանավորված մարտահրավերները, այդ թվում՝ բիզնեսի գործունեության սահմանափակումները:

► **Տվյալների հավաքագրում, հետազոտության կառուցվածք.**

Մեկնարկային փուլում դաշտային աշխատանքների համար պլանավորված էին առերես հարցազրույցներ: Սակայն, համավարակի, նրանից ածանցված՝ աշխատանքի և երթևեկի դադարի պատճառով, տվյալները հավաքագրվեցին CATI-ի միջոցով, ինչը դաշտային աշխատանքներում առաջ բերեց որոշակի բարդություններ: Հետազոտության ընտրանքի ձևաչափի համար առկա էին ելակետային տվյալներ, որոնք միայն հասցեն էին նշում, առանց կոնտակտային համարների: Մյուս տվյալները, օրինակ՝ հեռախոսահամար, էլ-փոստ՝ պետք է հավաքագրեին զրուցավարները: Այսպիսով ծայրահեղ սակավ էին պատահական ընտրանքում ներառված ընկերությունների կոնտակտային տվյալները, հատկապես միկրո և փոքր ձեռնարկությունների դեպքում: Անհրաժեշտ էր, ուրեմն, ընտրանքի ավելի մեծ ծավալ, որպեսզի ապահովվեր հարցազրույցների պահանջվող քանակը: ՊԵԿ-ի կողմից ընկերությունների կոնտակտային տվյալներ պարունակող տեղեկատվական բազայի մշակումը հետագայում թույլ կտա հաղթահարել նման խնդիրները:

22 Օրենսդրության համաձայն, փոքր բիզնես է համարվում այն ձեռնարկությունը, որտեղ զբաղված են մինչև 50 աշխատող և որի տարեկան շրջանառությունը կամ ակտիվները մինչև 500մլն դրամ են, միջին՝ մինչև 250 աշխատող և տարեկան մինչև 1500մլն դրամ շրջանառություն, ինչպես նաև մինչև 1000մլն դրամ ակտիվներ ունեցողները:

► **Տվյալների արխիվացման գծով նույնպես պահանջվեցին ճշգրտումներ, մասնավորապես՝**

• **Կշիռները.** Հետազոտության բոլոր տվյալների կշռված լինելու հանգամանքը (բացառությամբ հարցվածների և բիզնեսների բնութագրերի) առաջ բերեց տվյալների մեկնաբանության որոշակի դժվարություններ, ինչպես նաև բանավեճ, թե արդյո՞ք արդյունքները պետք է կշռված լինեն, թե՞ ոչ: Այս հարցին լուծում տալու համար անհրաժեշտ եղավ էական ուշադրություն հատկացնել ընդհանրացումներին (տվյալների տարածմանը) և հետազոտության մեջ գործածված հատուկ եզրույթներին և մասնագիտական բառապաշարին:

• **Սեռային բաշխումը.** Հետազոտությունն ի սկզբանե պլանավորված է եղել բիզնեսների սեփականատեր՝ 200-ական կնոջ և տղամարդու համար: Սակայն, սեռային փոփոխականի հետդաշտային քննությամբ պարզվեց, որ հարաբերակցությունը փոխվել է: Անհավասարության հարցին լուծում տրվեց հավաքագրված տվյալները կշիռներով ներկայացնելու եղանակով:

• **Բիզնեսի չափը.** Սկզբնական շրջանում հետազոտվող բիզնեսների չափը որոշվելու էր նախնական տվյալների հիման վրա: Սակայն, դաշտային աշխատանքների ավարտից հետո, ձեռնարկությունների չափերը վերանայվեցին ըստ իրենց փաստացի շրջանառության, ինչպես նշված է հետազոտության տարբեր տեղերում: Օրինակ, եթե նախնական տվյալների համաձայն այս կամ այն ընկերությունը միջին չափի է, սակայն հետազոտության ընթացքում պարզ է դարձել, որ նրա շրջանառությունը պակաս է նախնական

տվյալից, ընկերության չափի հարցում կատարվել է փոփոխություն: Անհրաժեշտ է նշել, որ հետազոտության մասնակից դառնալ ցանկացողների կեսից քիչն են տեղեկություն տրամադրել իրենց ընկերությունների շրջանառության մասին: Ի տարբերություն առերես հարցազրույցների՝ հարցվածները շատ ավելի քիչ են հակված եղել իրենց ընկերությունների շրջանառության վերաբերյալ տեղեկություն տրամադրել հեռախոսով:

Քաղաք դասերն ամփոփելով՝ հետազոտական թիմը առաջարկում է ընկերությունների հետազոտություններին տալ իրավակազմակերպչական կարգավիճակ, որպեսզի ապահովվի հետևյալ հարցերին արձագանքելու և լուծում տալու պարբերականությունը.

- **Սահմանումների և դրանց չափորոշիչների հստակեցում՝ «կանանց ձեռներեցություն» և «ՓՄՁ» եզրույթներին սահմանումներ տալու նպատակով**
- **Ձեռնարկությունների ընտրանքի շրջանակի մշակում և դրա՝ հանրային հասանելիության ապահովում**
- **Ձտիչի մշակում, որի օգնության հնարավոր կլինի տարանջատել կանանց բիզնեսները ձեռնարկությունների ռեգիստրում և/կամ հարկատուների ցանկում**
- **ՓՄՁ-ների մասին առկա տեղեկատվության շարունակական թարմացում**
- **Առցանց հետազոտական մեթոդաբանության կիրառում:**

ՀԱՎԵԼՎԱԾ 1. ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ՄԵԹՈԴԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ

Սույն հավելվածում նկարագրված է «Հետազոտական ռեսուրսների կովկասյան կենտրոն (ՀՌԿԿ)-Հայաստան» հիմնադրամը իրականացրած ձեռնարկությունների հետազոտության մեթոդաբանությունը:

Ընտրանքի ձևավորումը

Մշակվել է ընկերությունների ներկայացուցչական ընտրանք ըստ Տեխնիկական առաջադրանքի և ՄՖԿ-ին ներկայացված առաջարկի: Այն ներառում է ինչպես կանանց, այնպես էլ տղամարդկանց կողմից ղեկավարվող ընկերություններ, որոնք խմբավորված են ըստ գործունեության ոլորտների, աշխարհագրական տեղաբաշխվածության և չափի, համաձայն խմբավորված պատահական ընտրանքի ձևաչափի:

Ընտրանքի համալրումը

Ընտրանքը ձևավորելու համար հետևյալ քայլերի միջոցով վերլուծվել է ՀՀ պետական եկամուտների կոմիտեի գործող հարկատուների ցանկը²³:

Քայլ 1. Ընկերությունները ընտրվել են առևտրային գործող հարկատու կազմակերպությունների կամ մասնավոր ձեռներեցների ցանկից, որոնց տարեկան շրջանառությունը 2018թ.-ին զրոյից բարձր է եղել: Ընտրված կազմակերպությունների կազմում են սահմանափակ պատասխանատվությամբ (ՍՊԸ), բաց բաժնետիրական (ԲԲԸ), փակ բաժնետիրական ընկերություններ (ՓԲԸ), կոոպերատիվներ (առևտրային և սպառողական) և արտասահմանյան իրավաբանական անձանց մասնաճյուղեր:

Քայլ 2. Հարկատուները դասակարգվել են չորս խմբերում ըստ տարեկան շրջանառության տվյալների 2018թ.-ի դրությամբ: Խմբավորումը կատարվել է այն ենթադրությամբ, որ կանանց բիզնեսների մեծ մասը միկրո են, ուստի՝ կիրառվել են հետևյալ սահմանանիշերը. 5մլն դրամից պակաս տարեկան շրջանառությամբ ընկերությունները համարվել են միկրո, 5-24մլն դրամ՝ փոքր, 24-115մլն դրամ՝ միջին և 115մլն դրամից բարձր՝ խոշոր: Անհրաժեշտ է նշել, որ 2020թ.-ի հունվարի 1-ի դրությամբ որպես միկրո-բիզնեսներ սահմանված ընկերությունները (որոնց տարեկան իրացումները չեն գերազանցել 24մլն դրամը, կամ շուրջ 50000 ԱՄՆ դոլարը) ազատված են շահութահարկից և ավելացված արժեքի հարկից, իսկ մինչև 115մլն դրամ իրացումներ ունեցողները՝ ԱԱՀ-ից: Բիզնեսների բաշխումն ըստ շրջանառության ներկայացված է Աղյուսակ 1-ում:

²³ ՀՌԿԿ-ի՝ ՀՀ պետական եկամուտների կոմիտեի համար իրականացրած մեկ այլ ծրագրի ներքո հավաքագրվել էին տվյալներ, որոնք սույն աշխատության շրջանակներում գործածվել են բացառապես հետազոտության ընտրանքի օրինակելի ձևը մշակելու նպատակով:

Աղյուսակ 1. Ընկերությունների բաշխումն ըստ շրջանառության ծավալի (ընդհանուրի բաժին, տոկոս)

Զափ		Կին	Ոչ կին	Ընդամենը
Միկրո	Քանակը	9589	14164	23753
	Չափում բաժինը %	40%	60%	100%
	Գնդերում բաժինը %	56%	40%	45%
Փոքր	Քանակը	5156	10915	16071
	Չափում բաժինը %	32%	68%	100%
	Գնդերում բաժինը %	30%	31%	30%
Միջին	Քանակը	1996	7042	9038
	Չափում բաժինը %	22%	78%	100%
	Գնդերում բաժինը %	12%	20%	17%
Խոշոր	Քանակը	500	3461	3961
	Չափում բաժինը %	13%	87%	100%
	Գնդերում բաժինը %	3%	10%	7%
Ընդամենը	Քանակը	17241	35582	52823
	Չափում բաժինը %	33%	67%	100%
	Գնդերում բաժինը %	100%	100%	100%

Քայլ 3. Սույն հետազոտության նպատակներն իրականացնելու համար սահմանվել են երեք հիմնական ոլորտներ, իսկ ընկերությունները խմբավորվել հետևյալ կերպ՝ արտադրություն, առևտուր և ծառայություններ (տես՝ Աղյուսակ 2): Գործող բիզնեսների բաշխումն ըստ տնտեսական ոլորտների ներկայացված է Աղյուսակ 3-ում:

Աղյուսակ 2. Տնտեսական ոլորտներ

Ոլորտ	Ծածկագիր	Ենթաօլորտ
Արտադրություն	C	Արտադրություն
	F	Շինարարություն
Առևտուր	G	Մեծածախ և մանրածախ առևտուր, ավտոմեքենաների և մոտոցիկլետների վերանորոգում
Ծառայություններ	D	Էլեկտրաէներգիա, գազ, ջեռուցում
	E	Ջրային աշխատանքներ և մատակարարումներ
	H	Տրանսպորտ և պահեստավորում
	I	Հյուրանոցներ և ռեստորաններ
	J	Տեղեկատվություն և հաղորդակցություն
	K	Ֆինանսներ, ապահովագրություն
	L	Գործառնություններ անշարժ գույքի հետ
	M	Մասնագիտական, գիտա-տեխնիկական ծառայություններ
	N	Վարչական և օժանդակ գործունեություն
	O	Հանրային կառավարում և պաշտպանություն, սոցիալական ապահովություն
	P	Կրթություն
	Q	Առողջապահություն և սոցիալական աշխատանք
	R	Հանգիստ և մշակույթ
	S	Այլ ծառայություններ
	T	Վարձատրվող աշխատողներ ունեցող մասնավոր տնային տնտեսություններ
	U	Արտասահմանյան կառույցներ և մարմիններ

Աղյուսակ 3. Ընկերությունների բաշխումն ըստ ոլորտների (ընդհանուրի բաժին, տոկոս)

Ոլորտ		Կին	Ոչ-կին	Ընդամենը
Արտադրություն	Քանակը	976	4529	5505
	Չափում բաժինը %	18%	82%	100%
	Գենդերում բաժինը %	6%	13%	10%
Առևտուր	Քանակը	11868	19716	31584
	Չափում բաժինը %	38%	62%	100%
	Գենդերում բաժինը %	69%	55%	60%
Ծառայություններ	Քանակը	4397	11337	15734
	Չափում բաժինը %	28%	72%	100%
	Գենդերում բաժինը %	26%	32%	30%
Ընդամենը	Քանակը	17241	35582	52823
	Չափում բաժինը %	33%	67%	100%
	Գենդերում բաժինը %	100%	100%	100%

Քայլ 4. Կանանց ընկերությունները ընտրվել են՝ հիմնվելով հարկատուների ցանկում գրանցված առաջին անվան և հետևյալ տվյալների վրա.

- Մասնավոր ձեռներեցների համար (ՄՁ) – ՄՁ անունը
- Ձեռնարկությունների դեպքում՝ կազմակերպության սեփականատիրոջ անունը: Մեկից ավելի սեփականատերերի դեպքում տվյալների բազայում հիմք է ընդունվել առաջին նշվածի անունը:

Երկու բացահայտված խմբերը՝ կանանց սեփականություն և ոչ-կանանց սեփականություն, ներառում են ընկերություններ և մասնավոր ձեռնարկատերեր, ինչպես նաև ձեռնարկություններ, որոնք հիմնադրվել են մեկ այլ իրավաբանական անձի կողմից: Բիզնեսների բաշխումը նշյալ խմբերում ներկայացված է Աղյուսակ 4-ում:

Աղյուսակ 4. Ձեռնարկությունների բաշխումն ըստ սեփականատիրոջ սեռի (ընդհանուրի բաժին, տոկոս)

Ոլորտ	Քանակ	Տոկոս
Կին	17241	33%
Ոչ-կին	35582	67%
Ընդամենը	52823	100%

Քայլ 5. Ըստ աշխարհագրական տեղաբաշխման ընկերությունները դասակարգվել են «Երևան» և «մարզեր» խմբերի (տես՝ Աղյուսակ 5):

Աղյուսակ 5. Ընկերությունների դասակարգումն ըստ տեղանքի (ընդհանուրի բաժին, տոկոս)

Վայր		Կին	Ոչ-կին	Ընդամենը
Երեւան	Քանակ	8521	19827	28348
	% մարզում	30%	70%	100%
	% գենդերում	49%	56%	54%
Մարզեր	Քանակ	8720	15755	24475
	% մարզում	36%	64%	100%
	% գենդերում	51%	44%	46%
Ընդամենը	Քանակ	17241	35582	52823
	% մարզում	33%	67%	100%
	% գենդերում	100%	100%	100%

Սույն Գլխի ենթահավելվածի Աղյուսակ 1-ում ներկայացված են մանրամասն տվյալներ ընտրանքային համակցության մասին ըստ չափի, գենդերի, ոլորտի և մարզի:

Ընտրանքի կառուցումը

Բիզնեսները խմբավորվել են ըստ չափի, գենդերի, ոլորտի և մարզի՝ հաշվի առնելով հետևյալ պայմանները.

Յուրաքանչյուր գենդերային խմբում (կին, ոչ-կին) ձեռնարկությունների հավասար քանակ, ինչը թույլ կտա կատարել գենդերային բաշխվածությամբ վերլուծություն

- Նվազագույն 20 դիտարկումներ յուրաքանչյուր խմբում
- Միկրո, փոքր և միջին ձեռնարկությունների հնարավորինս հավասար բաշխում, որը թույլ կտա կատարել ըստ չափերի վերլուծություն

Ընտրանքի կառուցվածքն ըստ չափի.

Աղյուսակ 6. Խմբավորումն ըստ շրջանառության ծավալի (ընկերությունների թիվը)

Չափը	Կին	Տղամարդ	Ընդամենը
Միկրո	85	45	130
Փոքր	55	55	110
Միջին	40	70	110
Խոշոր	20	30	50
Ընդամենը	200	200	400

Չափին համամասնական հավանականությամբ (ՉՀՀ) բաշխումն ըստ մարզերի և ոլորտների ճշգրտվել է «Excel Solver» հավելվածի օգնությամբ՝ վերը նշված պայմանների ապահովմամբ: Լրացուցիչ պայմաններից են ա) ընտրանքի չափը չպետք է գերազանցի համախմբի չափը (այն ենթադրությամբ, որ չպատասխանողները չեն կարող լինել յուրաքանչյուր շերտի (stratum) 90%-ից ավելի) և բ) ՉՀՀ-ից շեղումը պետք է լինի նվազագույնը: Բաշխման մանրամասները ներկայացված են սույն հաշվետվության ենթահավելվածի Աղյուսակ 2-ում:

Աղյուսակ 7. Խմբավորումն ըստ տնտեսական ոլորտի (ընկերությունների թիվը)

Ոլորտ	Կին	Տղամարդ	Ընդամենը
Արտադրություն	21	28	49
Առևտուր	135	108	243
Ծառայություններ	44	64	108
Ընդամենը	200	200	400

Աղյուսակ 8. Խմբավորումն ըստ տեղանքի (ընկերությունների թիվը)

Տեղանք	Կին	Տղամարդ	Ընդամենը
Երեսան	98	105	203
Մարզեր	102	95	197
Ընդամենը	200	200	400

Ընտրանքը

Յուրաքանչյուր շերտում (stratum) հարցվածների անհրաժեշտ քանակն ապահովելու համար ՀՀ ՊԵԿ-ի ձեռնարկությունների ցանկից առանձնացվել է 2018թ.-ին գործող շուրջ 4400 հարկատու՝ ակնկալելով ստանալ պատասխաններ նրանց 10%-ից: Երեք շաբաթ անց, կազմվել է ևս 900 ձեռնարկությունների ընտրանք, որը տրամադրվել է հարցազրուցավարներին: Արդյունքում ապահովվել է հարցազրույցների պահանջված քանակը (Աղյուսակ 9): Ընտրանքում ընդգրկված ձեռնարկությունների կապային տվյալները վերցվել են «Հայաստանի դեղին էջեր» պարբերականից (www.spyur.am), սոցիալական ցանցերից (Դիմատետր) և այլ որոնման ռեսուրսներից («Google», «Yandex» և այլն):

Աղյուսակ 9. Զանգերի արդյունքներ

Զիջողված զանգեր*	Հաջողված զանգեր	Մերժումներ	Համաձայ- նություններ	Պատասխա- նողների հասանելի- ություն**	Պատասխա- ններ***
3189	929	522	407	23%	44 %

* Այդ թվում՝ ձեռնարկության հեռախոսահամարը հասանելի չէ կամ զանգին չեն պատասխանում

** Քանի զանգի են պատասխանել ընդամենը զանգերից, %

*** Հաջողված զանգերի և պատասխանների հարաբերակցությունը, %

Աղյուսակ 10-ում ներկայացված է հետազոտված բիզնեսների՝ ըստ շերտերի և սեփականատիրոջ սեռի բաշխումը:

Աղյուսակ 10. Ընտրանքի բաշխումն ըստ սեփականատիրոջ սեռի

	Պլանավորված			Փաստացի*		
	Կին	Տղա- մարդ	Ընդա- մենը	Կին	Տղա- մարդ	Ընդա- մենը
Զափ						
Միկրո	85	45	130	70	53	123
Փոքր	55	55	110	52	64	116
Միջին	40	70	110	41	83	124
Խոշոր	20	30	50	11	33	44
Ընդամենը	200	200	400	174	233	407
Տեղանք						
Երևան	98	105	203	81	125	206
Մարզեր	102	95	197	93	108	201
Ընդամենը	200	200	400	174	233	407
Ոլորտ						
Արտադրություն	21	28	49	16	35	51
Առևտուր	135	108	243	107	122	229
Ծառայություններ	44	64	108	51	76	127
Ընդամենը	200	200	400	174	233	407

*Նշում. փաստացի թվերը տարբերվում են պլանավորվածներից, քանի որ ընկերության չափի, ոլորտի և գեղերի պարամետրերի հիմքում ընկած են հետազոտության ընթացքում ստացված պատասխանները

Դաշտային աշխատանքներ

Հետազոտության դաշտային աշխատանքները իրականացվել են 2020թ.-ի հունիսի 15-ից օգոստոսի 17-ն ընկած ժամանակահատվածում, Հայաստանում գործող ձեռնարկատերերի շրջանում: Հարցազրույցները վարվել են հեռախոսով (CATI): Վերջնական ընտրանքում 407 հարցազույց է: Դաշտային աշխատանքներում ներգրավված է եղել 11 աշխատող՝ բոլորը վերապատրաստված աշխատանքներն սկսելուց առաջ: Զրուցավարներն ընտրվել են ՀՌԿԿ-ի հետ պարբերաբար գործակցող փորձառու զրուցավարների ցանկից: Բոլոր զրուցավարները փորձված են ՀՌԿԿ-ի ծրագրերի շրջանակներում CATI ռեժիմով աշխատանքներում: Հարցազրույցների միջին տևողությունը կազմել է 36 րոպե:

Դաշտային աշխատանքների ընդհանուր կառավարումը և որակի հասկողությունն իրականացվել է ՀՌԿԿ-ի տվյալների կառավարման թիմի կողմից: Տվյալները մշտադիտարկվել են շաբաթական երկու անգամ պարբերականությամբ, հարցազրուցավարներն անմիջապես ուղղորդում են ստացել տվյալների հավաքագրման ընթացքում ծագած հարցերի վերաբերյալ: Տվյալների որակի հսկողության ուղղությամբ անցկացվել է հեռախոսազրույցների ձայնագրումների 10%-ի մշտադիտարկում:

Կշիռներ

Տվյալների շտեմարանում կիրառվել են հետստրատիֆիկացիոն կշիռներ՝ համապատասխանեցնելու ստացված տվյալների համամասնությունը գլխավոր համախմբությանը: Կշիռները հաշվարկվել են ըստ բիզնեսի գործունեության ոլորտի, գործունեության վայրի (Երևան, մարզ), շրջանառության ծավալի և հիմնադրի սեռի: Շտեմարանը պարունակում է երկու կշիռ: Առաջին կշիռը (SRC_WEIGHT) հաշվարկվել է ՊԵԿ-ի տրամադրած տվյալների հիման վրա, իսկ երկրորդը (VNW3_VN1)՝ հավաքագրված տվյալների փաստացի բաշխման հիման վրա:

- Բիզնեսի՝ կանանց սեփականություն հանդիսանալը որոշվել է երկու հանգամանքով. արդյո՞ք բիզնեսը առնվազն 51%-ով կնոջ սեփականություն է, և արդյո՞ք այն վարվում կամ վերահսկվում²⁴ է կնոջ կամ կանանց կողմից: Համապատասխանաբար, բաղդատվել են երկու փոփոխականներ («Ընկերության ղր տոկոսի սեփականատերն է կինը (կանայք)» և «Արդյո՞ք ընկերության ամենաբարձր պաշտոնը կին է զբաղեցնում»): Ընկերությունների ըստ չափի խմբավորումը կատարվել է շրջանառության ծավալի փոփոխականի հիման վրա (g3_1_integer): Հարցվածներին խնդրել ենք նշել ամբողջ արտադրանքի և/կամ ծառայությունների տարեկան ընդամենը իրացումները 2019թ.-ին: Չլրացված արժեքները փոխարինվել են ՊԵԿ-ից վերցված տվյալներով:

Հետազոտության փաստացի տվյալների հիման վրա հաշվարկված կշիռները (VNW3_VN1 _) կիրառվել են հետազոտության տվյալների վերլուծությունների ընթացքում:

24 Սույն համատեքստում «վարվող» նշանակում է ակտիվ ընդգրկվածություն բիզնեսի առօրյա կառավարման հարցերում, իսկ «վերահսկվող» նշանակում է ընկերության քաղաքականության բնագավառում ընդունվող որոշումների վրա իրավասությունների գործադրում:

Ենթահավելվածի Աղյուսակ 1. Ընկերությունների բաշխումն ըստ չափի, գենդերի, ոլորտի եւ տեղանքի

Չափ < 5մլն դրամ												
Տեղանք	Երևան						Մարզեր					
Ոլորտ*	Արտադրություն		Ծառայություններ		Առևտուր		Արտադրություն		Ծառայություններ		Առևտուր	
Սեռ	Ոչ-կին*	Կին	Ոչ-կին*	Կին	Ոչ-կին*	Կին	Ոչ-կին*	Կին	Ոչ-կին*	Կին	Ոչ-կին*	Կին
	708	224	2742	1522	3657	2688	699	177	1862	1086	4496	3892
Բաժինն ամբողջի մեջ, %	1.3%	0.4%	5.2%	2.9%	6.9%	5.1%	1.3%	0.3%	3.5%	2.1%	8.5%	7.4%
5-24մլն դրամ												
Տեղանք	Երևան						Մարզեր					
Ոլորտ*	Արտադրություն		Ծառայություններ		Առևտուր		Արտադրություն		Ծառայություններ		Առևտուր	
Սեռ	Ոչ-կին*	Կին	Ոչ-կին*	Կին	Ոչ-կին*	Կին	Ոչ-կին*	Կին	Ոչ-կին*	Կին	Ոչ-կին*	Կին
	645	160	2050	768	2905	1491	677	142	1066	277	3572	2318
Բաժինն ամբողջի մեջ, %	1.2%	0.3%	3.9%	1.5%	5.5%	2.8%	1.3%	0.3%	2.0%	0.5%	6.8%	4.4%
24-115 մլն դրամ												
Տեղանք	Երևան						Մարզեր					
Ոլորտ*	Արտադրություն		Ծառայություններ		Առևտուր		Արտադրություն		Ծառայություններ		Առևտուր	
Սեռ	Ոչ-կին*	Կին	Ոչ-կին*	Կին	Ոչ-կին*	Կին	Ոչ-կին*	Կին	Ոչ-կին*	Կին	Ոչ-կին*	Կին
	551	115	1784	450	2033	688	509	73	582	136	1583	534
Բաժինն ամբողջի մեջ, %	1.0%	0.2%	3.4%	0.9%	3.8%	1.3%	1.0%	0.1%	1.1%	0.3%	3.0%	1.0%
> 115 մլն դրամ												
Տեղանք	Երևան						Մարզեր					
Ոլորտ*	Արտադրություն		Ծառայություններ		Առևտուր		Արտադրություն		Ծառայություններ		Առևտուր	
Սեռ	Ոչ-կին*	Կին	Ոչ-կին*	Կին	Ոչ-կին*	Կին	Ոչ-կին*	Կին	Ոչ-կին*	Կին	Ոչ-կին*	Կին
	566	71	1051	140	1135	204	174	14	200	18	335	53
Բաժինն ամբողջի մեջ, %	1.1%	0.1%	2.0%	0.3%	2.1%	0.4%	0.3%	0.0%	0.4%	0.0%	0.6%	0.1%

Ենթահավելվածի Աղյուսակ 2. Ընտրանքում ընկերությունների բաշխումն ըստ չափի, գենդերի, ոլորտի եւ տեղանքի

Գենդեր	Չափ	Տեղանք	Ոլորտ	Համա- խմբում	ԶԿԱ	Ընտրանքի ճշտված չափ
Ոչ-կանայք	Միկրո՝ < 5մլն դրամ	Երևան	Արտադրություն	708	4	0
			Առևտուր	3,657	21	13
			Ծառայություններ	2,742	15	8
		Մարզեր	Արտադրություն	699	4	0
			Առևտուր	4,496	25	19
			Ծառայություններ	1,862	10	5
	Փոքր՝ 5-24մլն դրամ	Երևան	Արտադրություն	645	4	2
			Առևտուր	2,905	16	14
			Ծառայություններ	2,050	12	10
		Մարզեր	Արտադրություն	677	4	3
			Առևտուր	3,572	20	20
			Ծառայություններ	1,066	6	6
	Միջին՝ 24-115 մլն դրամ	Երևան	Արտադրություն	551	3	8
			Առևտուր	2,033	11	16
			Ծառայություններ	1,784	10	15
		Մարզեր	Արտադրություն	509	3	8
			Առևտուր	1,583	9	14
			Ծառայություններ	582	3	9
	Խոշոր՝ > 115մլն դրամ	Երևան	Արտադրություն	566	3	4
			Առևտուր	1,135	6	8
			Ծառայություններ	1,051	6	7
		Մարզեր	Արտադրություն	174	1	3
			Առևտուր	335	2	4
			Ծառայություններ	200	1	4
Կանայք	Միկրո՝ < 5մլն դրամ	Երևան	Արտադրություն	224	3	0
			Առևտուր	2,688	31	25
			Ծառայություններ	1,522	18	12
		Մարզեր	Արտադրություն	177	2	0
			Առևտուր	3,892	45	40
			Ծառայություններ	1,086	13	8
	Փոքր՝ 5-24մլն դրամ	Երևան	Արտադրություն	160	2	1
			Առևտուր	1,491	17	17
			Ծառայություններ	768	9	7
		Մարզեր	Արտադրություն	142	2	0
			Առևտուր	2,318	27	27
			Ծառայություններ	277	3	3
	Միջին՝ 24-115 մլն դրամ	Երևան	Արտադրություն	115	1	8
			Առևտուր	688	8	9
			Ծառայություններ	450	5	6
		Մարզեր	Արտադրություն	73	1	5
			Առևտուր	534	6	8
			Ծառայություններ	136	2	4
	Խոշոր՝ > 115մլն դրամ	Երևան	Արտադրություն	71	1	6
			Առևտուր	204	2	4
			Ծառայություններ	140	2	3
		Մարզեր	Արտադրություն	14	0	1
			Առևտուր	53	1	5
			Ծառայություններ	18	0	1
Ընդամենը				52,823	400	400

ՀԱՎԵԼՎԱԾ 2.

ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ՀԱՐՑԱԹԵՐԹԸ

Կանանց ձեռնարկատիրությունը Հայաստանում
Հարցաթերթ (15.07.2020)

ՀՀ _____

Մարզ _____

Քաղաք/Գյուղ _____

Զրուցավարի ՀՀ _____

Բարև Ձեզ, ես _____ [անուն, ազգանուն] եմ և ներկայացնում եմ Հետազոտական ռեսուրսների կովկասյան կենտրոն-Հայաստան հետազոտական կենտրոնը: Միջազգային ֆինանսական կորպորացիայի և Լավ կառավարման հիմնադրամի պատվերով մենք ուսումնասիրում ենք կանանց ձեռնարկատիրական գործունեության ընկալումները, խնդիրները և զարգացման հեռանկարները Հայաստանում: Հարցման հավաքական արդյունքներն օգնելու են պատվիրատուներին ու պետական մարմիններին նախագծելու և իրականացնելու համապատասխան ծրագրեր: Ձեր թույլտվությամբ ես մի քանի հարց կտամ Ձեր բիզնեսի/կազմակերպության բնութագրերի, բիզնեսի վարման խոչընդոտների, ֆինանսական և ոչ-ֆինանսական կարիքների, կանանց՝ ձեռնարկատիրությամբ զբաղվելու վրա ազդող զանազան սոցիալ-մշակութային և անձնական գործոնների մասին: Ձեր կազմակերպությունը, ի թիվս 400 այլ բիզնեսների, պատահականության սկզբունքով ընտրվել է Հայաստանի միկրո-, մանր և միջին ձեռնարկությունների ընդհանուր ցուցակից: Այդպիսով, ձևավորվել է ներկայացուցչական ընտրանք: Ձեր տրամադրած տեղեկությունները գաղտնի են մնալու և օգտագործվելու են միայն հավաքական տեսքով և վերլուծական նպատակներով: Հարցումը կտևի մոտ 20 րոպե: Կանխավ շնորհակալ եմ Ձեր ժամանակի ու աջակցության համար:

Հուսով եմ, որ համաձայն եք մասնակցել այս հարցմանը:

[ԶՎ. ստանալ բանավոր համաձայնություն]

☐ **համաձայն եմ մասնակցել հարցմանը**

Օր/ամիս/տարի	____/____/____
Հարցազրույցի սկիզբը. [Զրուցավար, օգտագործեք 24-ժամյա ռեժիմը]	____/____/ Ժամ րոպե.

A. Ընդհանուր տեղեկություններ

A.1 Ո՞րն է Ձեր բիզնեսի կազմակերպարավական կարգավիճակը/ձեւը:

Անհատ ձեռներեց(արկատեր)	1
Արտադրական կոոպերատիվ/գործընկերություն	2
Սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերություն	3
Բաց բաժնետիրական ընկերություն	4
Փակ բաժնետիրական ընկերություն	5
Ոչ ֆորմալ/չգրանցված	6
Այլ (նշել)	7
Զգիտեմ/Հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88

A.2 Ե՞րբ է այս կազմակերպությունն սկսել գործունեությունը:

(Վերա)Հիմնադրման տարեթիվը _____

A.3 Ո՞րն է Ձեր կազմակերպության գործունեության հիմնական ոլորտը:
[ԲԱՐՁՐԱՁԱՅՆ ԶԿԱՐԴԱՂ]

Վերամշակող արդյունաբերություն, ներառյալ սննդի	1
Մանրածախ առևտուր	2
Մեծածախ առևտուր	3
Շինարարություն	4
Կացության և սննդի կազմակերպում (հյուրանոց, ռեստորան ևն)	5
Ծառայությունների տրամադրում (տրանսպորտային, ֆինանսական, անշարժ գույքի, կրթական, կոմունալ ևն)	6
Տեղեկատվական տեխնոլոգիաներ, կապ	7
Այլ (նշել)	8
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88

A.4 Ինչպե՞ս է հիմնադրվել այս բիզնեսը:

Իմ անձնական նախաձեռնությամբ	1
Բիզնես գործընկերոջս(ներիս) հետ համատեղ ենք հիմնադրել	2
Հիմնադրվել է որպես ընտանեկան բիզնես	3
Ձեռք է բերվել, գնվել է գործող բիզնես	4
Միացել եմ գործող ընտանեկան բիզնեսին	5
Միացել եմ գործող այլ՝ ոչ ընտանեկան բիզնեսի	6
Կառավարության ծրագրի շնորհիվ	7
Հասարակական կազմակերպության միջոցով	8
Այլ (նշել)	9
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88

A.5 Որքա՞ն է կանանց սեփականության մասնաբաժինն այս բիզնեսում:

Զրուցավար, գրանցեք սեփականության բաժինը, %-ով _____

A.6 Արդյո՞ք այս բիզնեսի ղեկավարը կին է:

Այո	1
Ոչ	2
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88
Կիրառելի չէ	77

A.7 Ստորև նշվածներից ո՞րն է լավագույնս բնութագրում Ձեր դիրքը/պաշտոնն այս կառույցում:

Սեփականատեր/Բաժնետեր	1
Գործադիր տնօրեն/Նախագահ/Փոխնախագահ	2
Ֆինանսական տնօրեն/ղեկավար/հաշվապահ	3
Այլ ղեկավար պաշտոն	4
Այլ (նշել) _____	5
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88

A.8 Որո՞նք էին բիզնես ձեռնարկելու / ձեռք բերելու / միանալու հիմնական երկու պատճառները: (1-ին պատճառ, 2-րդ պատճառ):

Զրուցավար, մի կարդացեք, պատասխանները գրանցեք համապատասխան տողերում:

Պատճառ	Առաջին	Երկրորդ
Գումար վաստակելը	1	1
Ինքդ քո ղեկավարը լինելու հնարավորությունը	2	2
Հասանելի շուկա գրավելը	3	3
Աշխատանք կամ եկամտի այլ աղբյուր չգտնելը	4	4
Ընտանիքին օգնելու մղումը	5	5
Բիզնեսի վայրի և աշխատանքային ժամերի հարմարությունը	6	6
Կուտակած փորձը կիրառելու ձգտումը	7	7
Ստացած կրթությունը կիրառելու հնարավորությունը	8	8
Ընտանիքն արգելում էր տնից դուրս աշխատել	9	9
Ընտանեկան բիզնեսը ստանձնելը/շարունակելը	10	10
Ընտանիքի ունեցած համապատասխան փորձը	11	11
Բիզնեսը նաև հոբբի է	12	12
Պետության/ներդրողների տրամադրած աջակցությունը	13	13
Այս բիզնեսի միջոցով մասնագիտական հնարավորությունները ընդարձակելու ցանկությունը	14	14
Այլ աշխատանքից զատ եկամտի երկրորդային աղբյուր ունենալը	15	15
Այլ (նշել)	16	16
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88	99 / 88

A.9 Ո՞րն էր այս ձեռնարկության հիմնադրման / ձեռքբերման համար օգտագործված ֆինանսավորման հիմնական աղբյուրը:

Անձնական/տնային տնտեսության խնայողությունները	1
Ընկերների և ազգականների միջոցները	2
Գումարները՝ մասնավոր վարկատուներից	3
Ոչ-բանկային ֆինանսական կառույցները (միկրոֆինանսավորման կուռույցներ, վարկային միություններ և կոոպերատիվներ)	4
Առևտրային բանկերը	5
Կառավարությունը	6
Հասարակական կամ միջազգային կազմակերպությունները	7
Այլ (նշել)	8
Կիրառելի չէ (սեփականատերը միացել է գործին առանց ներդրումների)	9
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88

B. Աշխատանք և մարդկային կապիտալ

B.1 Ձեր անձը ներառյալ, քանի՞հիմնական եւ մասնակի-օրով աշխատող ունի Ձեր կազմակերպությունը՝ կին եւ տղամարդ՝ առանձին-առանձին

	Ամբողջ դրույքով	ԶԳ/ՀՊ	Կես դրույքով	ԶԳ/ՀՊ
Տղամարդ		99 / 88		99 / 88
Կին		99 / 88		99 / 88

B.2.1 Նախորդ երկու տարում օգտվել եք արդյո՞ք Ձեր բիզնեսին տրամադրված անվճար աջակցությունից կամ դասընթացներից հետեւյալ ոլորտներում:	B.2.2 Թվարկվածներից որը կուզենայիք ստանալ ապագայում:	
Իրավաբանական խորհրդատվություն	1	1
Ֆինանսական խորհրդատվություն	2	2
Ֆինանսական կառավարման դասընթաց	3	3
Հանրային կապերի/մարքեթինգի դասընթաց	4	4
Համակարգչային/SS դասընթաց	5	5
Բիզնեսի կառավարման դասընթաց	6	6
Աջակցություն մասնագիտական կապերի հաստատման/ցանցերի ձևավորման հարցում	7	7
Առևտրի ցուցահանդեսներ	8	8
Գովազդներ տեղական թերթերում / ամսագրերում	9	9
Երեխայի խնամքի ծառայություններ	10	10
Մենթորինգ (համանման բիզնեսների կողմից)	11	11
Շուկայի ուսումնասիրություն	12	12
Արտադրության և տեխնիկական հարցերով հատուկ մասնագիտական դասընթացներ	13	13
Այլ (նշել)	14	14
Ոչ մեկը	15	15

B.3 Բիզնեսի եւ իրավական հարցերի վերաբերյալ սովորաբար դժվարություններից եք ստանում աջակցություն, տեղեկատվություն եւ խորհրդատվություն:

Հեռուստատեսություն, թերթեր կամ համացանց	1
Ընկերներ/ընտանիքի անդամներ/ծանոթներ	2
Բիզնես ասոցիացիաներ/մասնագիտական ցանցեր	3
Իրավաբան/փաստաբան, հաշվապահ, բիզնես խորհրդատու	4
Բիզնես դասընթացներ	5
Կառավարություն	6
Հատուկ բիզնես հրապարակումներ	7
Ոչ մի խորհրդատվություն չեմ ստանում	8
Այլ (նշել)	9
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88

C. Ֆինանսներ

C.1 Արդյոք վերջին երկու տարում բիզնեսը զարգացնելու համար այս ձեռնարկությունը փորձել է ֆինանսական աղբյուրներ ներգրավել (բացի կորոնավիրուսի բռնկման հետ կապված վերջերս առաջարկված աջակցությունից):

Այո	1	⇒ C.1a
Ոչ	2	
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88	⇒ C.2

C.1a Եթե այո, ինչ աղբյուրներից եք ներգրավել ֆինանսական ռեսուրսներ: Զրուցավար, ընդունեք բոլոր պատասխանները:

Ընկերներից և ազգականներից	1
Մասնավոր վարկատուներից	2
Ոչ-բանկային ֆինանսական կառույցներից (միկրոֆինանսավորման կուռույցներ, վարկային միություններ և կոոպերատիվներ)	3
Առևտրային բանկերից	4
Կառավարությունից (սուբսիդիաներ)	5
Հասարակական կամ միջազգային կազմակերպություններից (դրամաշնորհ)	6
Այլ (նշեք)	7
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88

C.2 Արդյո՞ք վերջին երկու տարում կազմակերպությունը դիմել է վարկերի համար:

Այո	1	⇒ C.2a
Ոչ	2	⇒ C.2c
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88	⇒ C.3

C.2a Ի՞նչ ելք ունեցավ ամենավերջին վարկային հայտը:

Բավարարվեց	1	⇒ C.3
Մերժվեց	2	⇒ C.2b
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88	⇒ C.3

C.2b Նշե՞ք, խնդրեմ, վարկային հայտի մերժման պատճառը:**C.2c Ո՞րն էր վարկի համար չդիմելու ՀԻՄՆԱԿԱՆ պատճառը:**

Վարկի կարիք չկար	1
Կազմակերպությունն ուներ բավականաչափ կապիտալ	2
Դիմելու կանոնակարգերը բարդ էին	3
Տոկոսադրույքները նպաստավոր չէին	4
Գրավի պահանջը շատ բարձր էր	5
Վարկի չափն ու ժամկետները անբավարար էին	6
Չէի կարծում, որ հայտը կբավարարվի	7
Այլ (նշել) _____	8
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88

C.3 Ձեր կազմակերպությունը ներկայումս ունի՞ խնայողական հաշիվ:

Այո	1
Ոչ	2
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88

C.4 Ամենօրյա գործունեության համար շրջանառու միջոցները գոյանում են զանազան աղբյուրներից: Հետևյալ աղբյուրներից յուրաքանչյուրի բաժինը որքան է կազմել Ձեր կազմակերպության նախորդ երկու տարվա (2018-2019) միջին շրջանառու կապիտալում:

Ձրուցավար, կարդացեք և հեյրներ, որ հանրագումարը կազմի 100%

Աղբյուրը	Բաժինը, %
Ներքին միջոցներ կամ խնայողություններ	1
Բանկային վարկեր	2
Վարկեր ոչ-բանկային ֆինանսական կառույցներից, ներառյալ միկրոֆինանսավորման կառույցները, վարկային միությունները և կոոպերատիվները կամ ֆինանսական ընկերությունները	3
Ապառիկով գնումներ մատակարարներից և կանխավճարներ հաճախորդներից	4
Կառավարության դրամաշնորհներ	5
Ընկերներ և ազգականներ	6
Միջազգային ծրագրեր	7
Այլ	8
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88

D. Գործարար միջավայրի մարտահրավերներ

D.1 Բիզնես միջավայրի հետևյալ տարրերից յուրաքանչյուրը որքանով է խոչընդոտում Ձեր կազմակերպության ընթացիկ գործունեությունը:

Ձրուցավար, կարդացեք տարբերակները տող-առ-տող և նշեք համապատասխան կողմը: Տարբերակները պետք է ռոտացիայի ենթարկվեն:

	Բնավ խոչընդոտ է	Ավելի շուտ խոչընդոտ է	Չափավոր խոչընդոտ է	Ավելի շուտ խոչընդոտ է	Շատ մեծ խոչընդոտ է	ԶԳ/ՀՊ	Կիրառելի է
	⇒ E					⇒ E	
Ֆինանսների հասանելիություն	1	2	3	4	5	99 / 88	77
Հողի հասանելիություն	1	2	3	4	5	99 / 88	77
Մուտք շուկաներ	1	2	3	4	5	99 / 88	77
Բիզնեսի լիցենզավորում և թույլտվություններ	1	2	3	4	5	99 / 88	77
Կոռուպցիա	1	2	3	4	5	99 / 88	77
Դատարաններ	1	2	3	4	5	99 / 88	77
Հանցագործություն, գողություն և անկարգություն	1	2	3	4	5	99 / 88	77

Մաքսային և առևտրի կանոնակարգեր	1	2	3	4	5	99 / 88	77
Պահանջվող հմտություններով աշխատուժի սակավություն	1	2	3	4	5	99 / 88	77
Համացանցի կամ առցանց ներկայացվածության պակաս	1	2	3	4	5	99 / 88	77
Մասնագիտական ցանցերի (կապերի) բացակայություն	1	2	3	4	5	99 / 88	77
Ժամանակի սղություն	1	2	3	4	5	99 / 88	77
Աշխատանքային կարգավորումները	1	2	3	4	5	99 / 88	77
Աշխատանքի և կյանքի հավասարակշռության պահպանում	1	2	3	4	5	99 / 88	77
Քաղաքական անկայունություն	1	2	3	4	5	99 / 88	77
Ոչ ֆորմալ ոլորտում մրցակիցների գործելակերպը	1	2	3	4	5	99 / 88	77
Հարկային վարչարարություն	1	2	3	4	5	99 / 88	77
Հարկային դրույքներ	1	2	3	4	5	99 / 88	77
Տրանսպորտ	1	2	3	4	5	99 / 88	77
Անհուսալի մատակարարներ	1	2	3	4	5	99 / 88	77
Այլ (նշել)_____	1	2	3	4	5	99 / 88	77

D.2 Որոշ տարրեր Դուք որակեցիք որպես Ձեր բիզնեսի համար չափավոր, էական եւ մեծ խոչընդոտ: Դրանց վերաբերյալ տրամադրեք, խնդրեմ, որոշ մանրամասներ եւ բերեք օրինակներ:

Զրուցավար, այս հարցը տվեք նրանց, որոնք նախորդ հարցի համար նշել են 3, 4, 5 կողերին համապատասխան որակում: Գրառեք օրինակներն ու մանրամասները:

E. Կորոնավիրուսի ազդեցություն

E.1 Ասացեք, խնդրեմ, թե Ձեր ընկերությունում կորոնավիրուսի բռնկման հետ կապված հետևյալ զարգացումներից որոնք են տեղի ունեցել(ում).... :

Ձրուցավար, ընդունեք բոլոր պատասխանները, հարցրեք, արդյո՞ք հիմա էլ է այդպես:

	Մինչև հիմա	Ներկայումս
Գործունեության ժամանակավորապես ԱՄԲՈՂՋԱԿԱՆ դադարեցում	1	1
Գործունեության ժամանակավորապես ԿՐՃԱՏՈՒՄ	2	2
Աշխատողների հարկադիր չվճարվող արձակուրդ	3	3
Մատակարարումների և առաքումների խափանումներ (հումքի հասանելիության կամ գների, արտահանման խնդիրներ)	4	4
Եկամտի նվազում	5	5
Առաջարկի անկում	6	6
Պահանջարկի անկում	7	7
Աշխատանք տնից	8	8
Միջոցառումների չեղարկում	9	9
Աշխատողների արտադրողականության անկում	10	10
Ճամփորդությունների սահմանափակում	11	11
Այլ (նշել)	12	12
Ոչինչ չի փոխվել	13	13
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88	99 / 88

E.2 Կորոնավիրուսի բռնկման և դրա հետ կապված կանխարգելման եւ վերահսկման միջոցառումներն ի՞նչ չափով են ազդել կազմակերպության եկամուտների վրա 2020թ. առաջին կիսամյակում՝ 2019-ի առաջին կիսամյակի համեմատ:

Նվազել են մինչև 10%-ով	1
Նվազել են 10-20%-ով	2
Նվազել են 20-50%-ով	3
Նվազել են 50%-ից ավելի	4
Ավելացել են	5
Դեռ վաղ է գնահատել	6
Չեն փոխվել	7
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99/88

E.3 Ձեր կարծիքով, հետայսու որքան ժամանակ պետք կլինի, որպեսզի Ձեր կազմակերպությունը և գործունեության ոլորտը վերականգնվեն կորոնավիրուսի ազդեցությունից:

	Ձեր կազմակերպությունը	Ձեր ոլորտը
Մինչև 3 ամիս	1	1
4-6 ամիս	2	2
7-9 ամիս	3	3
10-12 ամիս	4	4
1-2 տարի	5	5
2 տարուց ավելի	6	6
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88	99 / 88
Կիրառելի չէ	77	77

E.4 Արդյոք Ձեր ընկերությունը դիմել է որեւէ պետական ծրագրի, որը նպատակ ունի աջակցել կորոնավիրուսից տուժած բիզնեսներին:

Այո	1	⇒ E.4a
Ոչ	2	
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88	⇒ E.5

E.4a Կառավարության՝ կորոնավիրուսի տնտեսական ազդեցությունը մեղմելու նպատակով նախաձեռնած ռի ծրագրերին եք դիմել եւ որքանով է Ձեր բիզնեսն օգտվել դրանցից:

[ԶՎ. ԿԱՐԴԱՑԵՔ և ընդունեք բոլոր հնարավոր պատասխանները: Խոսքը որևէ ելք ունեցած դեպքերի մասին է]

Ծրագրի անվանումը/համարը	Ստացել է նշանակալի աջակցություն	Ստացել է աննշան աջակցություն	Ոչ մի աջակցություն չի ստացել
	1	2	3
	1	2	3
	1	2	3
	1	2	3
Այլ (նշել) _____	1	2	3
Զգիտեմ/ ՀՊ	99 / 88	99 / 88	99 / 88

E.5 Հավանաբար, Ձեր բիզնեսն արդեն ունի իր ռազմավարությունը՝ կապված կորոնավիրուսի եւ նմանատիպ այլ ռիսկերի ու անսպասելի հանգամանքների հաղթահարման համար: Նշեք, խնդրեմ, մի քանի քայլեր, որոնք պատրաստվում եք իրականացնել առաջիկայում եւ տարիներ հետո:

Ջրուցավար, մի կարդացեք, համապատասխանեցրեք սպորտն նշված տարբերակներին կամ գրանցեք «այլ»-ի տողում:

Հնարավոր ռազմավարություն	
Բիզնեսի փակում	1
Գործունեության սահմանափակում և ինչ-որ կերպ գոյատևում մինչև կորոնավիրուսի հետ կապված արգելանքների վերացումը	2
Աշխատողների թվի կրճատում և համապատասխան օպտիմալացում	3
Արտադրության/ծառայությունների բազմազանեցում և մուտք մեծ պահանջարկ ունեցող շուկայի հատվածներ	4
Բիզնեսի պրոֆիլի փոփոխություն և անցում այլ ոլորտ	5
Ներդրումներ անել և նորարարություններ մտցնել ներկայիս բիզնեսում՝ կրճատելով արտադրության ծախսերը, վերապատրաստելով աշխատողներին և անցնելով առցանց վաճառքների	6
Այլ (նշել) _____	7
Կիրառելի չէ (ռազմավարություն չունեն)	77
ԶԳ/ ՀՊ	99 / 88

F. Գեներալային ընկալումներ

F.1 Հայաստանում բիզնեսի մեծ մասը ղեկավարում են տղամարդիկ: Հետեյալ պնդումներից ընտրեք, խնդրեմ, որոնք են այս երեւոյթի հիմնական պատճառները:

Ջրուցավար, կարդացեք տող-առ-տող և ընդունեք բոլոր հնարավոր պատասխանները:

Ընդհանուր առմամբ, տղամարդիկ ավելի լավ բիզնես ղեկավարներ են, քան կանայք	1
Դա 90-ականներին հարստության սկզբնական բաշխման (մասնավորեցման) արդյունք է	2
Տղամարդիկ ավելի հավանական է, որ ռիսկի դիմեն իրենց բիզնեսն սկսելու հարցում	3
Ներկայիս սովորույթներն ու ավանդույթները սահմանափակում են կանանց մասնագիտական ճգնաժամները	4
Կանանց պակասում են համապատասխան հմտություններ, փորձ և գիտելիքներ բիզնեսում	5
Կանանց համար ֆինանսական ռեսուրսները հասանելի չեն	6

Տնային տնտեսության և երեխաների խնամքի պարտականությունները խանգարում են կանանց ձեռներեցությանը	7
Կառավարություն / իրավական սահմանափակումները	8
Բիզնես վարելը Հայաստանում պահանջում է ոչ ֆորմալ պայմանավորվածություններ, ինչը կանանց համար հեշտ չէ	9
Նույնիսկ եթե կանայք բիզնես են վարում, այնուամենայնիվ, տղամարդկանց առաջնորդության / հովանու / համաձայնության կարիքն ունեն	10
Չեմ կարծում, որ բիզնեսի մեծ մասը ղեկավարում են տղամարդիկ	11
Այլ (նշեք) _____	12
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88

F.2.1. Ձեր ընտանիքում կա՞ր որևէ մեկը (կամ մերձավոր ազգականներ), որ սատարում էր սեփական գործ վարելու Ձեր մտադրությունը:

Զրուցավար, այս հարցը տվե՞ք նրանց, ովքեր բիզնեսի սեփականատեր/բաժնեպետ են (A7 հարցում նշել են 1):

Այո	1
Ոչ	2
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88

F.2.2 Ձեր ընտանիքում կա՞ր որևէ մեկը (կամ մերձավոր ազգականներ), որ դեմ էր սեփական գործ վարելու Ձեր մտադրությանը:

Զրուցավար, այս հարցը տվե՞ք նրանց, ովքեր բիզնեսի սեփականատեր/բաժնեպետ են (A7 հարցում նշել են 1):

Այո	1
Ոչ	2
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88

F.3 Հատկապես ինչ անհաղթահարելի խոչընդոտների են բախվում այն կանայք, ովքեր ցանկանում են զբաղվել բիզնեսով:

Ջրուցավար, մի կարդացեք, գրանցեք բոլոր պատասխանները՝ հարմարեցնելով տարբերակներին կամ «Այլ»-ի տողում:

Նախնական կապիտալի բացակայությունը	1
Տնային և երեխաների խնամքի պարտականությունները	2
Ներկայիս սովորույթներն ու ավանդույթները	3
Վախերը հարկերի հանդեպ և հաշվապահական հաշվառման բարդությունը	4
Համապատասխան հմտությունների, գիտելիքների և փորձի բացակայությունը	5
Մասնագիտական ցանցերի/մենթորների (ուսուցանողների) բացակայությունը	6
Շուկայավարման հնարավորությունների բացակայությունը	7
Որակյալ մարդկային ռեսուրսների սակավությունը	8
Ոչինչ չի խոչընդոտում	9
Այլ (նշեք) _____	10
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99/88

G. Արդյունքներ և ակնկալիքներ

G.1 Վերջին երկու տարիների ընթացքում Ձեր կազմակերպությունն իրականացրե՞լ է հետևյալ ներդրումներից որեւէ մեկը:

Ջրուցավար, կարդացեք տարբերակները, նշեք համապատասխան կողերը:

Նոր արտադրական սարքավորումներ է գնել	1
Հող է գնել	2
Նոր ՏՏ սարքավորումներ և ծրագրեր է գնել	3
Նոր գրասենյակային սարքավորումներ է գնել	4
Ընդլայնել է արտադրությունը	5
Նոր աշխատողներ է վարձել	6
Բարելավել է տարածքը՝ կամ տեղափոխվելով ավելի լավ տարածք, կամ ընդլայնելով առկա տարածքը, կամ հիմնելով լրացուցիչ տարածք	7
Բարելավել է տեխնոլոգիաները/գործողությունները	8
Այլ (նշել) _____	9
Նշվածներից ոչ մեկը	10
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88

G.2 Առաջիկա երկու տարիներին Ձեր կազմակերպությունը մտադիր է իրականացնել հետևյալ ներդրումներից որեւէ մեկը:

Ջրուցավար, կարդացեք տարբերակները, նշեք համապատասխան կողերը:

Ձեռք բերել նոր արտադրական սարքավորումներ	1
Գնել հող	2
Ձեռք բերել նոր SS սարքավորումներ և ծրագրեր	3
Ձեռք բերել նոր գրասենյակային սարքավորումներ	4
Ընդլայնել արտադրությունը	5
Նոր աշխատողներ վարձել	6
Բարելավել տարածքը՝ կամ տեղափոխվելով վաղվա լավ տարածք, կամ ընդլայնելով առկա տարածքը, կամ հիմնելով լրացուցիչ տարածք	7
Բարելավել տեխնոլոգիաները/գործողությունները	8
Այլ (նշել) _____	9
Նշվածներից ոչ մեկը	10
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88

G.3.1 2019 թվականին որքան էր այս կազմակերպության բոլոր ապրանքների եւ /կամ ծառայությունների տարեկան վաճառքը/շրջանառությունը:

Ջրուցավար, գրանցեք թիվը:

2019թ. ընդհանուր վաճառքները (մլն ՀՀԴ)	
Կիրառելի չէ՝ 2019թ. կազմակերպությունը չէր գործում	77
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88

G.3.2 2017 թվականին որքան էր այս կազմակերպության բոլոր ապրանքների եւ/կամ ծառայությունների տարեկան վաճառքը/շրջանառությունը:

Ջրուցավար, գրանցեք թիվը:

2017թ. ընդհանուր վաճառքները (մլն ՀՀԴ)		⇒ G.4
Կիրառելի չէ՝ 2017թ. կազմակերպությունը չէր գործում	77	
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88	

G.3.3 2017թ-ին ընդհանուր տարեկան վաճառքի ծավալը 2019թ-ի համեմատ ավելի բարձր էր, ցածր էր, թե՛ նույնն էր:

Ջրուցավար, այս հարցը տվեք նրանց, ովքեր չգիտեն կամ հրաժարվում են նշել 2017թ. վաճառքների ծավալը:

Ավելի բարձր էր	1
Ավելի ցածր էր	2
Նույնն էր	3
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել/կիրառելի չէ	99 / 88 / 77

G.4 Այս ձեռնարկության ընդհանուր վաճառքների առումով հաջորդ տարվա (2021թ.) համար ի՞նչ ակնկալիքներ ունեք. դրանք կավելանան, կնվազեն, թե՛ կմնան նույնը:

Կավելանան	1
Կնվազեն	2
Կմնան նույնը	3
Զգիտեմ/հրաժարվում եմ պատասխանել	99 / 88

G.5 Տոկոսային արտահայտությամբ, որքա՞ն կկազմի վաճառքների ակնկալվող փոփոխությունը:

Փոփոխության տոկոսը	
Զգիտեմ	99

H. Հետհարցազրույց

H.1 Հարցվողի սեռը

Տղամարդ	1	Կին	2	Զի նշվել	3
---------	---	-----	---	----------	---

H.2 Տարիքը _____

H.3 Ամենաբարձր կրթական մակարդակը

Տարրական (թերի կամ լրիվ)	1
Միջնակարգ (թերի կամ լրիվ)	2
Մասնագիտական (նախնական կամ միջին)	3
Բարձրագույն (լրիվ կամ թերի՝ բակալավր, մագիստրոս ևն)	4
Հետբուհական	5
Հրաժարվում եմ պատասխանել	88

H.4 Ամուսնական կարգավիճակը (փաստացի)

Չամուսնացած	1
Ամուսնացած	2
Հարաբերություններ (քաղաքացիական ամուսնություն, համակեցություն)	3
Բաժանված / այրիացած	4
Հրաժարվում եմ պատասխանել	88

H.5 Մինչև 18 տարեկան երեխաների թիվը _____

ՀԱՎԵԼՎԱԾ 3.

ՖՈԿՈՒՍԱՅԻՆ ԽՄԲԵՐԻ ՔՆՆԱՐԿՄԱՆ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑԵՐ

Ֆխ թեմա՝ ընդհանուր

Նախապատրաստում եւ ներածություն

Ողջույն: Շնորհակալ եմք, որ ժամանակ եք հատկացրել և այսօր մասնակցում եք այս ֆոկուսային խմբի քննարկմանը: Ձեզ հրավիրել ենք այս հանդիպմանը, քանի որ չափազանց կարևորում ենք Ձեր կարծիքը սույն հետազոտության շրջանակում, որի նպատակն է զարգացնել կանանց ձեռնբեցությունը Հայաստանում:

Ներկայանալ. Իմ անունը _____ է: Ես կվարեմ այսօրվա ֆոկուսային խմբի քննարկումը: Այս հարցում ինձ կօգնի _____ ն: Հետազոտության հիմնական նպատակն է ուսումնասիրել Հայաստանում կանանց ձեռնբեցության զարգացման հիմնական խոչընդոտներն ու մարտահրավերները, ինչպես նաև զարգացման հեռանկարների վերաբերյալ Ձեր ընկալումները: Այսօր մենք կքննարկենք Ձեր բիզնեսի հիմնական բնութագրերը, Ձեր կարծիքը բիզնես վարելու խոչընդոտների վերաբերյալ, Ձեր ֆինանսական և ոչ ֆինանսական կարիքները և տարբեր սոցիալական, մշակութային և անձնական գործոնների ազդեցությունը կին ձեռնբեցների կյանքի և գործունեության վրա:

Անանունություն. Խնդրում ենք Ձեր համաձայնությունը ծայնագրելու քննարկումը, քանի որ չէինք ցանկանա բաց թողնել Ձեր կողմից արված որևէ մեկնաբանություն: Չնայած ծայնագրվելուն՝ վստահեցնում ենք, որ պահպանվելու է լիակատար գաղտնիություն, անվանական կարգով որևէ տեղեկատվություն չի արտացոլվելու զեկույցում:

Ընդհանուր. Հայաստանում կանանց ձեռնբեցության զարգացման վերաբերյալ այս ուսումնասիրությունը նախաձեռնվել է Միջազգային ֆինանսական կորպորացիայի (Համաշխարհային բանկի խմբի անդամ) և իրականացվում է CRRC-Հայաստան և Ի-Վի Քոնսալթինգ ընկերությունների կողմից: Ոլորտի շահառու մարմինների և կին ձեռնբեցների հետ հարցազրույցները՝ որպես որակական ուսումնասիրության մաս, իրականացվում են Ի-Վի Քոնսալթինգ ընկերության կողմից: Ուսումնասիրության արդյունքների հիման վրա կմշակվեն առաջարկություններ, որոնք կօգտագործվեն կին ձեռնբեցների կարողությունների զարգացման ծրագրի մշակման շրջանակում:

Ցանկանում եմ ևս մեկ անգամ շեշտել, որ այն ինչ կխոսենք այսօր այս սենյակում, կպահպանվի լիակատար գաղտնիության պայմաններում: Ինչպես տեսնում եք՝ Ձեզ բաժանել ենք քարտեր «Պատասխանող X» անվանմամբ, որպեսզի այն ինչ Դուք կասեք, որևէ կերպ չնույնականացվի Ձեր անվան հետ:

Մեր քննարկումն ավելի արդյունավետ դարձնելու համար մենք ունենք մի քանի ուղեցույց և կանոն.

- Ամենակարևոր կանոնն այն է, որ միևնույն ժամանակ խոսի միայն մեկ մարդ:
- Ճիշտ կամ սխալ պատասխաններ չկան:
- Պետք չէ որևէ կոնկրետ կարգով ու հերթականությամբ խոսել: Ցանկության դեպքում կարող եք դիմել միմյանց:
- Երբ ասելու կամ հավելելու բան ունենք, խնդրում եմ բարձրաձայնեք: Մեզ համար շատ կարևոր է լսել ձեզանից յուրաքանչյուրի կարծիքը:
- Պարտադիր չէ համաձայնել խմբի այլ անդամների տեսակետների հետ:
- Խնդրում ենք անջատել ձեր հեռախոսները: Եթե չեք կարող, և եթե դուք պետք է պատասխանեք զանգին, ապա դա արեք հնարավորինս ցածր ձայնով:

Եթե կանոնների վերաբերյալ հարցեր կան, խնդրում եմ բարձրաձայնեք:

Հրահանգներ հարցազրուցավարին

- Քննարկման մեկնարկից առաջ սկսել նպատակային փոքր խոսակցություններ՝ ջերմ և ընկերական մթնոլորտ ստեղծելու համար:
- Յուրաքանչյուր պատասխանից հետո տալ 5-10 վայրկյան դադար:
- Պատասխանողի արտահայտած կարծիքի վերաբերյալ ավելի խորը մեկնաբանություն ստանալու նպատակով տալ հետևյալ հարցերը. «Կարո՞ղ եք մեկնաբանել», «Օրինակ կբերե՞իք», «Կարո՞ղ եք պարզաբանել Ձեր պատասխանը»:
- Քաջալերել բոլոր ներկաների մասնակցությունը քննարկմանը. հարցնել պասիվություն ցուցաբերող մասնակիցներին «Շնորհակալություն: Իսկ ի՞նչ են կարծում այլ մասնակիցները», «Արդյո՞ք կա որևէ մասնակից, որն այլ կարծիք / տեսակետ ունի»:
- Դիտարկել խմբի դինամիկան, փորձել հավասարակշռել առաջնորդություն և ամաչկոտություն ցուցաբերող անձանց մասնակցությունը, օրինակ՝ «Եկեք լսենք մի քանի այլ մեկնաբանություն ևս»:
- Երբեմն մասնակիցները քննարկման թեման տանում են այն ուղղությամբ, որը նրանց հետաքրքրում է և որը չի համապատասխանում հանդիպման նպատակին: Այդ դեպքում վարողը պետք է հաճախակի խմբին հիշեցնի հետազոտության և հանդիպման նպատակի վերաբերյալ:

Ներկայանալ

1. Մինչ քննարկումը սկսելը կխնդրեի, որ բոլոր մասնակիցները ներկայանային:

Բիզնեսի վերաբերյալ մանրամասներ

2. Կարող եք որոշ մանրամասներ տրամադրել Ձեր բիզնեսի վերաբերյալ. ինչ գործունեություն եք ծավալում և ո՞ր տարածաշրջանում, երբ է հիմնադրվել բիզնեսը և այլն:

(Նշում հարցազրուցավարին. Այս հարցերին պետք է պատասխանեն բոլոր մասնակիցները, քանի որ սրանք հարցեր են, որոնք խրախուսում են բոլոր մասնակիցների ներգրավումը քննարկմանը)

Բիզնես սկսելու դրդապատճառները

3. Կարող եք հիշել, թե ինչպես կայացրեցիք որոշում սկսելու ձեռնարկատիրական գործունեություն: Որո՞նք են եղել որոշման դրդապատճառները:

(Նշում հարցազրուցավարին. այս ենթաբաժնում նաև հարցնել):

- Ձեր ընտանիքի անդամները խրախուսում էին, որ Դուք սկսեք ձեռնարկատիրական գործունեություն:
- Ձեր բիզնեսի համար ռիսկային իրավիճակներում զգո՞ւմ եք աջակցություն:
- Դուք հիմնեցիք Ձեր բիզնեսը, քանի որ կանխազգու՞մ էիք հաջողության հնարավորություն, թե՞ դա տնտեսական անհրաժեշտություն էր Ձեզ համար:
- Ինչպե՞ս եք ընտրել Ձեր բիզնեսի ոլորտը: Կա՞ր արդյոք այլ ոլորտ, որն ավելի նախընտրելի էր Ձեր համար, սակայն ընտանիքի անդամները կամ Ձեր միջավայրում այլ անձինք չտվեցին իրենց հավանությունը:

Խոչընդոտներ և մարտահրավերներ

4. Ձեռնարկատիրական գործունեության տարբեր փուլերում ինչպիսի՞ խոչընդոտների եք հանդիպել:

(Նշում հարցազրուցավարին. խնդրեք, որպեսզի մասնակիցները նշեն խոչընդոտներ 6 ոլորտներում. օրենսդրական դաշտ, սոցիալական նորմեր, շուկայի հասանելիություն, ֆինանսական հասանելիություն, մարդկային կապիտալի հասանելիություն և գործարար աջակցություն:)

5. Կարծում եք Հայաստանում կա՞ն կարծրատիպեր կապված կին ձեռներեցների հետ, դրանք որն է կերպ անդրադառնում են Ձեր ձեռնարկատիրական գործունեության վրա: Կարծում եք վերջին ժամանակաշրջանում այս կարծրատիպերն ունե՞ն փոփոխման միտում:
6. Ինչպե՞ս եք կարողանում պահել ընտանիք-աշխատանք հավասարակշռությունը: Կարողանո՞ւմ եք բավականաչափ ժամանակ հատկացնել երեխաների խնամքին և տնային տնտեսությանը:

Բիզնես կարիքներ

7. Ինչպե՞ս եք գնահատում Ձեր ձեռնարկատիրական գործունեության արդյունքները վերջին 2-3 տարիների ընթացքում: Վերջին ժամանակաշրջանում փոխվել է Ձեր բիզնեսի դինամիկան: Ըստ Ձեզ, ո՞ր գործոններն են ազդել Ձեր բիզնեսի դինամիկայի վրա:
8. Ինչ կարիքներ ունեք Ձեր բիզնեսի զարգացման համար: Պետական, մասնավոր կամ այլ աղբյուրներից ստանո՞ւմ եք որն է աջակցություն ուղղված բիզնեսի կարիքների լուծմանը: Եթե այո՝ ինչպիսի՞ արդյունքներ ունեք: Բավարարվա՞ծ եք ստացած ծառայությունների որակից:

9. Դուք հանդիսանում ե՞ք որևէ բիզնես ասոցիացիայի, առևտրի պալատի կամ տնօրենների խորհրդի անդամ: Եթե այո՝ ի՞նչ նպատակով եք անդամագրվել այդտեղ:

Ամփոփիչ հարցեր

10. Ի՞նչ նպատակներ/ծրագրեր ունեք Ձեր բիզնեսի հետագա զարգացման հետ կապված: Առաջիկա երեք տարիների համար զարգացման ինչպիսի՞ պլաններ ունեք: Ի՞նչ էական գործոններ կարող են դրական և բացասական ազդեցություն ունենալ Ձեր ապագայի պլանների վրա:
11. Նշում հարցազրուցավարին. մասնակիցներին հիշեցնել հետազոտության թեման և հարցնել. Կցանկանա՞յի՞ք հավելել որևէ բան:

Բոլորիդ հաջողություն ենք մաղթում: Մենք բարձր ենք գնահատում ձեր պատրաստակամությունը մասնակցելու քննարկմանը՝ չնայած ձեր զբաղված ժամանակացույցին:

ՖՈԿՈՒՍԱՅԻՆ ԽՄԲԻ ՔՆՆԱՐԿՄԱՆ ԹԵՄԱ: ՄՈՏԻՎԱՑԻԱ ԵՎ ԱՊԱԳԱՅԻ ԾՐԱԳՐԵՐ

Ներածություն

Ողջույն: Շնորհակալ ենք, որ ժամանակ եք հատկացրել և այսօր մասնակցում եք այս ֆոկուսային խմբի քննարկմանը: Ձեզ հրավիրել ենք այս հանդիպմանը, քանի որ չափազանց կարևորում ենք Ձեր կարծիքը սույն հետազոտության շրջանակում, որի նպատակն է զարգացնել կանանց ձեռներեցությունը Հայաստանում:

Ներկայանալ. Իմ անունը _____ է: Ես կվարեմ այսօրվա ֆոկուսային խմբի քննարկումը: Այս հարցում ինձ կօգնի _____ ն: Հետազոտության հիմնական նպատակն է ուսումնասիրել Հայաստանում կանանց ձեռներեցության զարգացման հիմնական խոչընդոտներն ու մարտահրավերները, ինչպես նաև զարգացման հեռանկարների վերաբերյալ Ձեր ընկալումները: Այսօր մենք կքննարկենք Ձեր բիզնեսի հիմնական բնութագրերը, Ձեր կարծիքը բիզնես վարելու խոչընդոտների վերաբերյալ, Ձեր ֆինանսական և ոչ ֆինանսական կարիքները և տարբեր սոցիալական, մշակութային և անձնական գործոնների ազդեցությունը կին ձեռներեցների կյանքի և գործունեության վրա:

Անանունություն. Խնդրում ենք Ձեր համաձայնությունը ձայնագրելու քննարկումը, քանի որ չէինք ցանկանա բաց թողնել Ձեր կողմից արված որևէ մեկնաբանություն: Չնայած ձայնագրվելուն՝ վստահեցնում ենք, որ պահպանվելու է լիակատար գաղտնիություն, անվանական կարգով որևէ տեղեկատվություն չի արտացոլվելու զեկույցում:

Ընդհանուր. Հայաստանում կանանց ձեռներեցության զարգացման վերաբերյալ այս ուսումնասիրությունը նախաձեռնվել է Միջազգային ֆինանսական կորպորացիայի (Համաշխարհային բանկի խմբի անդամ) և իրականացվում է CRRС- Հայաստան և Ի-Վի Քոնսալթինգ ընկերությունների կողմից: Ոլորտի շահառու մարմինների և կին ձեռներեցների հետ հարցազրույցները՝ որպես որակական ուսումնասիրության մաս, իրականացվում են Ի-Վի Քոնսալթինգ ընկերության կողմից: Ուսումնասիրության արդյունքների հիման վրա կմշակվեն առաջարկություններ, որոնք կօգտագործվեն կին ձեռներեցների կարողությունների զարգացման ծրագրի մշակման շրջանակում:

Նախքան մեր քննարկումը սկսելը կցանկանայի, որ Դուք ստորագրեք Գաղտնիության պայմանագիր: Ցանկանում եմ ևս մեկ անգամ շեշտել, որ այն ինչ կխոսենք այսօր այս սենյակում, կպահպանվի լիակատար գաղտնիության պայմաններում: Ինչպես տեսնում եք՝ Ձեզ բաժանել ենք քարտեր «Պատասխանող X» անվանմամբ, որպեսզի այն ինչ Դուք կասեք, որևէ կերպ չնույնականացվի Ձեր անվան հետ:

Մեր քննարկումն ավելի արդյունավետ դարձնելու համար մենք ունենք մի քանի ուղեցույց և կանոն.

- Ամենակարևոր կանոնն այն է, որ միևնույն ժամանակ խոսի միայն մեկ մար:
- Ճիշտ կամ սխալ պատասխաններ չկան:
- Պետք չէ որևէ կոնկրետ կարգով ու հերթականությամբ խոսել: Ցանկության դեպքում կարող եք դիմել միմյանց:
- Երբ ասելու կամ հավելելու բան ունենք, խնդրում եմ բարձրաձայնեք: Մեզ համար շատ կարևոր է լսել ձեզանից յուրաքանչյուրի կարծիքը:
- Պարտադիր չէ համաձայնել խմբի այլ անդամների տեսակետների հետ:
- Խնդրում ենք անջատել ձեր հեռախոսները: Եթե չեք կարող, և եթե դուք պետք է պատասխանեք զանգին, ապա դա արեք հնարավորինս ցածր ձայնով:

Եթե կանոնների վերաբերյալ հարցեր կան, խնդրում եմ բարձրաձայնեք:

Հրահանգներ հարցազրուցավարին.

- Քննարկման մեկնարկից առաջ սկսել նպատակային փոքր խոսակցություններ՝ ջերմ և ընկերական մթնոլորտ ստեղծելու համար:
- Յուրաքանչյուր պատասխանից հետո տալ 5-10 վայրկյան դադար:
- Պատասխանողի արտահայտած կարծիքի վերաբերյալ ավելի խորը մեկնաբանություն ստանալու նպատակով տալ հետևյալ հարցերը. «Կարո՞ղ եք մեկնաբանել», «Օրինակ կբերե՞իք», «Կարո՞ղ եք պարզաբանել Ձեր պատասխանը»:
- Քաջալերել բոլոր ներկաների մասնակցությունը քննարկմանը. հարցնել պասիվություն ցուցաբերող մասնակիցներին «Շնորհակալություն: Իսկ ի՞նչ են կարծում այլ մասնակիցները», «Արդյո՞ք կա որևէ մասնակից, որն այլ կարծիք / տեսակետ ունի»:

- Դիտարկել խմբի դինամիկան, փորձել հավասարակշռել առաջնորդություն և ամաչկոտություն ցուցաբերող անձանց մասնակցությունը, օրինակ՝ «Եկեք լսենք մի քանի այլ մեկնաբանություն ևս»:
- Երբեմն մասնակիցները քննարկման թեման տանում են այն ուղղությամբ, որը նրանց հետաքրքրում է և որը չի համապատասխանում հանդիպման նպատակին: Այդ դեպքում վարողը պետք է հաճախակի խմբին հիշեցնի հետազոտության և հանդիպման նպատակի վերաբերյալ:

Ներկայանալ

1. Մինչ քննարկումը սկսելը կխնդրեի, որ բոլոր մասնակիցները ներկայանային:

Բիզնեսի վերաբերյալ մանրամասներ

2. Կարո՞ղ եք որոշ մանրամասներ տրամադրել Ձեր բիզնեսի վերաբերյալ. ի՞նչ գործունեություն եք ծավալում և ի՞ր տարածաշրջանում, ի՞նչ ծառայություն եք մատուցում, ե՞րբ է հիմնադրվել բիզնեսը, քանի աշխատող ունի, ի՞նչ կազմակերպարարական ձև եք ընտրել Ձեր բիզնեսի համար (ՍՊԸ, ԱԶ, և այլն):

(Նշում հարցազրուցավարին. Այս հարցերին պետք է պատասխանեն բոլոր մասնակիցները, քանի որ սրանք հարցեր են, որոնք խրախուսում են բոլոր մասնակիցների ներգրավումը քննարկմանը)

Բիզնես սկսելու դրդապատճառները

3. Կարո՞ղ եք հիշել, թե ինչպես կայացրեցիք որոշում սկսելու սեփական ձեռնարկատիրական գործունեություն: Խնդրում եմ մանրամասնեք:
4. Ի՞նչ դրդապատճառներով, հանգամանքներով և իրադարձություններով ներշնչված որոշեցիք սկսել ձեռնարկատիրական գործունեություն:

Նշում հարցազրուցավարին. այս ենթաբաժնում նաև հարցնել

- Ձեր ընտանիքի անդամները խրախուսում էին, որ Դուք սկսեք ձեռնարկատիրական գործունեություն:
 - Ձեր բիզնեսի համար ռիսկային իրավիճակներում զգու՞մ եք աջակցություն:
 - Դուք հիմնեցիք Ձեր բիզնեսը, քանի որ կանխազգու՞մ էիք հաջողության հնարավորություն՞ն, թե՞ դա տնտեսական անհրաժեշտություն էր Ձեզ համար:
 - Ինչպե՞ս եք ընտրել Ձեր բիզնեսի ոլորտը: Կա՞ր արդյոք այլ ոլորտ, որն ավելի նախընտրելի էր Ձեր համար, սակայն ընտանիքի անդամները կամ Ձեր միջավայրում այլ անձինք չտվեցին իրենց հավանությունը:
5. Ինչպիսի՞ խթանիչ կամ խոչընդոտող գործոններ են ազդել Ձեր որոշման վրա:
 6. Ի՞նչ զարգացումներ է ունեցել ձեր ձեռնարկատիրական գործունեությունը հիմնադրման պահից ի վեր: Այս պահի դրությամբ իրականացրել եք այն բոլոր նպատակները, ինչ որ ծրագրել էիք հիմնադրման պահին: Խնդրում եմ մանրամասնեք:
 7. Հիմնադրման պահից ի վեր փոխվել են ձեռնարկատիրական գործունեություն վարելու Ձեր դրդապատճառները: Ի՞նչ գործոնների ազդեցության ներքո են դրանք փոխվել:
 8. Ձեր բիզնեսի զարգացման հաջորդ փուլում որո՞նք են բիզնես վարելու Ձեր դրդապատճառները:

Ապագայի ծրագրեր

9. Ինչ նպատակներ/ծրագրեր ունեք Ձեր բիզնեսի հետագա զարգացման հետ կապված:
Առաջիկա երեք տարիների համար զարգացման ինչպիսի՞ պլաններ ունեք: Ինչ էական գործոններ կարող են դրական և բացասական ազդեցություն ունենալ Ձեր ապագայի պլանների վրա:
10. Ձեր բիզնեսի հետագա զարգացման համար ինչպիսի՞ հատուկ կարիքներ ունեք, օրինակ՝ գործընկերային կապեր, ներդրումներ, մարդկային կապիտալ և այլն:

Ամփոփիչ հարցեր

11. Նշում հարցազրուցավարին. մասնակիցներին հիշեցնել հետազոտության թեման և հարցնե. Կցանկանայի՞ք հավելել որևէ բան:

Բոլորիդ հաջողություն ենք մաղթում: Մենք բարձր ենք գնահատում ձեր պատրաստակամությունը մասնակցելու քննարկմանը՝ չնայած ձեր զբաղված ժամանակացույցին:

Ֆոկուսային խմբի քննարկման թեմա: սկսնակ ձեռնարկատիրություն

Ներածություն

Ողջույն: Շնորհակալ ենք, որ ժամանակ եք հատկացրել և այսօր մասնակցում եք այս ֆոկուսային խմբի քննարկմանը: Ձեզ հրավիրել ենք այս հանդիպմանը, քանի որ չափազանց կարևորում ենք Ձեր կարծիքը սույն հետազոտության շրջանակում, որի նպատակն է զարգացնել կանանց ձեռներեցությունը Հայաստանում:

Ներկայանալ. Իմ անունը _____ է: Ես կվարեմ այսօրվա ֆոկուսային խմբի քննարկումը: Այս հարցում ինձ կօգնի _____ ն: Հետազոտության հիմնական նպատակն է ուսումնասիրել Հայաստանում կանանց ձեռներեցության զարգացման հիմնական խոչընդոտներն ու մարտահրավերները, ինչպես նաև զարգացման հեռանկարների վերաբերյալ Ձեր ընկալումները: Այսօր մենք կքննարկենք Ձեր բիզնեսի հիմնական բնութագրերը, Ձեր կարծիքը բիզնես վարելու խոչընդոտների վերաբերյալ, Ձեր ֆինանսական և ոչ ֆինանսական կարիքները և տարբեր սոցիալական, մշակութային և անձնական գործոնների ազդեցությունը կին ձեռներեցների կյանքի և գործունեության վրա:

Անանունություն. Խնդրում ենք Ձեր համաձայնությունը ձայնագրելու քննարկումը, քանի որ չէինք ցանկանա բաց թողնել Ձեր կողմից արված որևէ մեկնաբանություն: Չնայած ձայնագրվելուն՝ վստահեցնում ենք, որ պահպանվելու է լիակատար գաղտնիություն, անվանական կարգով որևէ տեղեկատվություն չի արտացոլվելու զեկույցում:

Ընդհանուր. Հայաստանում կանանց ձեռներեցության զարգացման վերաբերյալ այս ուսումնասիրությունը նախաձեռնվել է Միջազգային ֆինանսական կորպորացիայի (Համաշխարհային բանկի խմբի անդամ) և իրականացվում է CRRC- Հայաստան և Ի-Վի Քոնսալթինգ ընկերությունների կողմից: Ոլորտի շահառու մարմինների և կին ձեռներեցների հետ հարցազրույցները՝ որպես որակական ուսումնասիրության մաս, իրականացվում են Ի-Վի Քոնսալթինգ ընկերության կողմից: Ուսումնասիրության արդյունքների հիման վրա կմշակվեն առաջարկություններ, որոնք կօգտագործվեն կին ձեռներեցների կարողությունների զարգացման ծրագրի մշակման շրջանակում:

Նախքան մեր քննարկումը սկսելը կցանկանայի, որ Դուք ստորագրեք Գաղտնիության պայմանագիր: Ցանկանում եմ ևս մեկ անգամ շեշտել, որ այն ինչ կխոսենք այսօր այս սենյակում, կպահպանվի լիակատար գաղտնիության պայմաններում: Ինչպես տեսնում եք՝ Ձեզ բաժանել ենք քարտեր «Պատասխանող X» անվանմամբ, որպեսզի այն ինչ Դուք կասեք, որևէ կերպ չնույնականացվի Ձեր անվան հետ:

Մեր քննարկումն ավելի արդյունավետ դարձնելու համար մենք ունենք մի քանի ուղեցույց և կանոն.

- Ամենակարևոր կանոնն այն է, որ միևնույն ժամանակ խոսի միայն մեկ մարդ:
- Ճիշտ կամ սխալ պատասխաններ չկան:
- Պետք չէ որևէ կոնկրետ կարգով ու հերթականությամբ խոսել: Ցանկության դեպքում կարող եք դիմել միմյանց:
- Երբ ասելու կամ հավելելու բան ունենք, խնդրում եմ բարձրաձայնեք: Մեզ համար շատ կարևոր է լսել ձեզանից յուրաքանչյուրի կարծիքը:
- Պարտադիր չէ համաձայնել խմբի այլ անդամների տեսակետների հետ:
- Խնդրում ենք անջատել ձեր հեռախոսները: Եթե չեք կարող, և եթե դուք պետք է պատասխանեք զանգին, ապա դա արեք հնարավորինս ցածր ձայնով:

Եթե կանոնների վերաբերյալ հարցեր կան, խնդրում եմ բարձրաձայնեք:

Հրահանգներ հարցազրուցավարին.

- Քննարկման մեկնարկից առաջ սկսել նպատակային փոքր խոսակցություններ՝ ջերմ և ընկերական մթնոլորտ ստեղծելու համար:
- Յուրաքանչյուր պատասխանից հետո տալ 5-10 վայրկյան դադար:
- Պատասխանողի արտահայտած կարծիքի վերաբերյալ ավելի խորը մեկնաբանություն ստանալու նպատակով տալ հետևյալ հարցերը. «Կարո՞ղ եք մեկնաբանել», «Օրինակ կբերե՞իք», «Կարո՞ղ եք պարզաբանել Ձեր պատասխանը»:
- Քաջալերել բոլոր ներկաների մասնակցությունը քննարկմանը. հարցնել պասիվություն ցուցաբերող մասնակիցներին «Շնորհակալություն: Իսկ ի՞նչ են կարծում այլ մասնակիցները», «Արդյո՞ք կա որևէ մասնակից, որն այլ կարծիք / տեսակետ ունի»:
- Դիտարկել խմբի դինամիկան, փորձել հավասարակշռել առաջնորդություն և ամաչկոտություն

ցուցաբերող անձանց մասնակցությունը, օրինակ՝ «Եկեք լսենք մի քանի այլ մեկնաբանություն
և»:

- Երբեմն մասնակիցները քննարկման թեման տանում են այն ուղղությամբ, որը նրանց
հետաքրքրում է և որը չի համապատասխանում հանդիպման նպատակին: Այդ դեպքում
վարողը պետք է հաճախակի խմբին հիշեցնի հետազոտության և հանդիպման նպատակի
վերաբերյալ:

Ներկայանալ

1. Մինչ քննարկումը սկսելը կխնդրեի, որ բոլոր մասնակիցները ներկայանային:

Բիզնեսի վերաբերյալ մանրամասներ

2. Կարող եք որոշ մանրամասներ տրամադրել Ձեր բիզնեսի վերաբերյալ՝ ինչ գործունեություն
եք ծավալում և որ տարածաշրջանում, ինչ ծառայություն եք մատուցում, երբ է հիմնադրվել
բիզնեսը, քանի աշխատող ունի, ինչ կազմակերպարարական ձև եք ընտրել Ձեր բիզնեսի
համար (ՍՊԸ, ԱԶ, և այլն):

*(Նշում հարցազրուցավարին. Այս հարցերին պետք է պատասխանեն բոլոր մասնակիցները, քանի որ
սրանք հարցեր են, որոնք խրախուսում են բոլոր մասնակիցների ներգրավումը քննարկմանը)*

Ճեռնարկատիրական գործունեության մեկնարկ

3. Կարող եք հիշել, թե ինչպես կայացրեցիք որոշում սկսելու սեփական ձեռնարկատիրական
գործունեություն: Ինչ դրդապատճառներով, հանգամանքներով և իրադարձություններով
ներշնչված որոշեցիք հիմնել սեփական բիզնես:

Նշում հարցազրուցավարին. այս ենթաբաժնում նաև հարցնել

- Ձեր ընտանիքի անդամները խրախուսում էին, որ Դուք սկսեք ձեռնարկատիրական
գործունեություն:
 - Ձեր բիզնեսի համար ռիսկային իրավիճակներում զգու՛մ եք աջակցություն:
 - Դուք հիմնեցիք Ձեր բիզնեսը, քանի որ կանխազգու՛մ էիք հաջողության հնարավորություն՝, թե՛
դա տնտեսական անհրաժեշտություն էր Ձեզ համար:
 - Ինչպե՛ս եք ընտրել Ձեր բիզնեսի ոլորտը: Կա՞ր արդյոք այլ ոլորտ, որն ավելի նախընտրելի
էր Ձեր համար, սակայն ընտանիքի անդամները կամ Ձեր միջավայրում այլ անձինք չտվեցին
իրենց հավանությունը:
4. Մինչ սեփական ձեռնարկատիրական գործունեություն սկսելն աշխատել եք որևէ գործատուի
մոտ: Ձեր մասնագիտությունն ու նախկին աշխատանքային փորձը որևէ կերպով կապված
է Ձեր ներկայիս ձեռնարկատիրական գործունեության հետ: Այժմ Դուք զուգահեռաբար
աշխատու՛մ եք որևէ գործատուի մոտ: Եթե՛ այո, ապա՝ ինչու՛ և որոնք են Ձեր ապագայի
պլանները աշխատանքի հետ կապված:
 5. Եկեք մտաբերենք այն պահը, երբ որոշեցիք սկսել ձեռնարկատիրական գործունեություն:
Առաջընթացի ինչպիսի՞ հաջորդական փուլերով եք անցել: Կարող եք մանրամասնել (օրինակ՝
բիզնեսի գաղափարը, թիմի ձևավորում, ֆինանսավորման աղբյուրները և այլն):
 6. Ստացել եք որևէ աջակցություն Ձեր բիզնեսը սկսելու համար: Եթե այո՝ ինչպիսի՞ արդյունքներ
ունեք: Բավարարվա՞ծ եք ստացած ծառայությունների որակից:

Խոչընդոտներ եւ մարտահրավերներ

7. Ինչպիսի խոչընդոտների հետ եք առերեսվում Դուք՝ որպես սկսնակ բիզնես: Ինչպե՞ս եք հաղթահարում դրանք:

Նշում հարցազրուցավարին. խնդրեք, որպեսզի մասնակիցները նշեն խոչընդոտներ 6 ոլորտներում. օրենսդրական դաշտ, սոցիալական նորմեր, շուկայի հասանելիություն, ֆինանսական հասանելիություն, մարդկային կապիտալի հասանելիություն և գործարար աջակցություն:

8. Կարողանո՞ւմ եք բավականաչափ ժամանակ հատկացնել Ձեր գործունեությանը: Որո՞նք են հիմնական մարտահրավերները: Ինչպե՞ս եք հաղթահարելու դրանք: Կարողանո՞ւմ եք պահել ընտանիք-աշխատանք հավասարակշռությունը:

9. Կարծում եք Հայաստանում կա՞ն կարծրատիպեր կապված կին ձեռներեցների հետ, դրանք որևէ կերպ անդրադառնում են Ձեր ձեռնարկատիրական գործունեության վրա: Կարծում եք վերջին ժամանակաշրջանում այս կարծրատիպերն ունեն փոփոխման միտում:

Ապագայի ծրագրեր

12. Ի՞նչ նպատակներ/ծրագրեր ունեք Ձեր բիզնեսի հետագա զարգացման հետ կապված: Առաջիկա երեք տարիների համար զարգացման ինչպիսի՞ պլաններ ունեք: Ի՞նչ էական գործոններ կարող են դրական և բացասական ազդեցություն ունենալ Ձեր ապագայի պլանների վրա:

11. Բիզնեսի հետագա զարգացման համար ինչպիսի՞ հատուկ կարիքներ ունեք, օրինակ՝ գործընկերության, ներդրումների, մարդկային կապիտալի և այլն:

Ամփոփիչ հարցեր

11. Նշում հարցազրուցավարին. մասնակիցներին հիշեցնել հետազոտության թեման և հարցնել. Կցանկանա՞յիք հավելել որևէ բան:

Բոլորիդ հաջողություն ենք մաղթում: Մենք բարձր ենք գնահատում ձեր պատրաստակամությունը մասնակցելու քննարկմանը՝ չնայած ձեր զբաղված ժամանակացույցին:

Ֆոկուսային խմբի քննարկման թեմա: Կայացած ձեռնարկատիրություն

Ներածություն

Ողջույն: Շնորհակալ ենք, որ ժամանակ եք հատկացրել և այսօր մասնակցում եք այս ֆոկուսային խմբի քննարկմանը: Ձեզ հրավիրել ենք այս հանդիպմանը, քանի որ չափազանց կարևորում ենք Ձեր կարծիքը սույն հետազոտության շրջանակում, որի նպատակն է զարգացնել կանանց ձեռներեցությունը Հայաստանում:

Ներկայանալ. Իմ անունը ____ է: Ես կվարեմ այսօրվա ֆոկուսային խմբի քննարկումը: Այս հարցում ինձ կօգնի ____ ն: Հետազոտության հիմնական նպատակն է ուսումնասիրել Հայաստանում կանանց ձեռներեցության զարգացման հիմնական խոչընդոտներն ու մարտահրավերները, ինչպես նաև զարգացման հեռանկարների վերաբերյալ Ձեր ընկալումները: Այսօր մենք կքննարկենք Ձեր բիզնեսի հիմնական բնութագրերը, Ձեր կարծիքը բիզնես վարելու խոչընդոտների վերաբերյալ, Ձեր ֆինանսական և ոչ ֆինանսական կարիքները և տարբեր սոցիալական, մշակութային և անձնական գործոնների ազդեցությունը կին ձեռներեցների կյանքի և գործունեության վրա:

Անանունություն. Խնդրում ենք Ձեր համաձայնությունը ձայնագրելու քննարկումը, քանի որ չէինք ցանկանա բաց թողնել Ձեր կողմից արված որևէ մեկնաբանություն: Չնայած ձայնագրվելուն՝ վստահեցնում ենք, որ պահպանվելու է լիակատար գաղտնիություն, անվանական կարգով որևէ տեղեկատվություն չի արտացոլվելու զեկույցում:

Ընդհանուր. Հայաստանում կանանց ձեռներեցության զարգացման վերաբերյալ այս ուսումնասիրությունը նախաձեռնվել է Միջազգային ֆինանսական կորպորացիայի (Համաշխարհային բանկի խմբի անդամ) և իրականացվում է CRRC- Հայաստան և Ի-Վի Քոնսալթինգ ընկերությունների կողմից: Ոլորտի շահառու մարմինների և կին ձեռներեցների հետ հարցազրույցները՝ որպես որակական ուսումնասիրության մաս, իրականացվում են Ի-Վի Քոնսալթինգ ընկերության կողմից: Ուսումնասիրության արդյունքների հիման վրա կմշակվեն առաջարկություններ, որոնք կօգտագործվեն կին ձեռներեցների կարողությունների զարգացման ծրագրի մշակման շրջանակում:

Նախքան մեր քննարկումը սկսելը կցանկանայի, որ Դուք ստորագրեք Գաղտնիության պայմանագիր: Ցանկանում եմ ևս մեկ անգամ շեշտել, որ այն ինչ կխոսենք այսօր այս սենյակում, կպահպանվի լիակատար գաղտնիության պայմաններում: Ինչպես տեսնում եք՝ Ձեզ բաժանել ենք քարտեր «Պատասխանող X» անվանմամբ, որպեսզի այն ինչ Դուք կասեք, որևէ կերպ չնույնականացվի Ձեր անվան հետ:

Մեր քննարկումն ավելի արդյունավետ դարձնելու համար մենք ունենք մի քանի ուղեցույց և կանոն.

- Ամենակարևոր կանոնն այն է, որ միևնույն ժամանակ խոսի միայն մեկ մարդ:
- Ճիշտ կամ սխալ պատասխաններ չկան:
- Պետք չէ որևէ կոնկրետ կարգով ու հերթականությամբ խոսել: Ցանկության դեպքում կարող եք դիմել միմյանց:
- Երբ ասելու կամ հավելելու բան ունենք, խնդրում եմ բարձրաձայնեք: Մեզ համար շատ կարևոր է լսել ձեզանից յուրաքանչյուրի կարծիքը:
- Պարտադիր չէ համաձայնել խմբի այլ անդամների տեսակետների հետ:
- Խնդրում ենք անջատել ձեր հեռախոսները: Եթե չեք կարող, և եթե դուք պետք է պատասխանեք զանգին, ապա դա արեք հնարավորինս ցածր ձայնով:

Եթե կանոնների վերաբերյալ հարցեր կան, խնդրում եմ բարձրաձայնեք:

Հրահանգներ հարցազրուցավարին.

- Քննարկման մեկնարկից առաջ սկսել նպատակային փոքր խոսակցություններ՝ ջերմ և ընկերական մթնոլորտ ստեղծելու համար:
- Յուրաքանչյուր պատասխանից հետո տալ 5-10 վայրկյան դադար:
- Պատասխանողի արտահայտած կարծիքի վերաբերյալ ավելի խորը մեկնաբանություն ստանալու նպատակով տալ հետևյալ հարցերը. «Կարո՞ղ եք մեկնաբանել», «Օրինակ կբերե՞իք», «Կարո՞ղ եք պարզաբանել Ձեր պատասխանը»:
- Քաջալերել բոլոր ներկաների մասնակցությունը քննարկմանը. հարցնել պասիվություն ցուցաբերող մասնակիցներին «Շնորհակալություն: Իսկ ի՞նչ են կարծում այլ մասնակիցները», «Արդյո՞ք կա որևէ մասնակից, որն այլ կարծիք / տեսակետ ունի»:
- Դիտարկել խմբի դինամիկան, փորձել հավասարակշռել առաջնորդություն և ամաչկոտություն ցուցաբերող անձանց մասնակցությունը, օրինակ՝ «Եկեք լսենք մի քանի այլ մեկնաբանություն ևս»:
- Երբեմն մասնակիցները քննարկման թեման տանում են այն ուղղությամբ, որը նրանց հետաքրքրում է և որը չի համապատասխանում հանդիպման նպատակին: Այդ դեպքում վարողը պետք է հաճախակի խմբին հիշեցնի հետազոտության և հանդիպման նպատակի վերաբերյալ:

Ներկայանալ

1. Մինչ քննարկումը սկսելը կխնդրեի, որ բոլոր մասնակիցները ներկայանային:

Բիզնեսի վերաբերյալ մանրամասներ

2. Կարո՞ղ եք որոշ մանրամասներ տրամադրել Ձեր բիզնեսի վերաբերյալ՝ ի՞նչ գործունեություն եք ծավալում և ի՞նչ տարածաշրջանում, ի՞նչ ծառայություն եք մատուցում, երբ է հիմնադրվել բիզնեսը, քանի աշխատող ունի, ի՞նչ կազմակերպարարական ձև եք ընտրել Ձեր բիզնեսի համար (ՍՊԸ, ԱԶ, և այլն):

(Նշում հարցազրուցավարին. Այս հարցերին պետք է պատասխանեն բոլոր մասնակիցները, քանի որ սրանք հարցեր են, որոնք խրախուսում են բոլոր մասնակիցների ներգրավումը քննարկմանը)

Ճեռնարկատիրական գործունեության մեկնարկ

3. Կարո՞ղ եք հիշել, թե ինչպես կայացրեցիք որոշում սկսելու սեփական ձեռնարկատիրական գործունեություն: Ի՞նչ դրդապատճառներով, հանգամանքներով և իրադարձություններով ներշնչված որոշեցիք հիմնել սեփական բիզնես:

(Նշում հարցազրուցավարին. այս ենթաբաժնում նաև հարցնել):

- Ձեր ընտանիքի անդամները խրախուսում էին, որ Դուք սկսեք ձեռնարկատիրական գործունեություն:

- Ձեր բիզնեսի համար ռիսկային իրավիճակներում զգու՞մ եք աջակցություն:
- Դուք հիմնեցիք Ձեր բիզնեսը, քանի որ կանխազգում էիք հաջողության հնարավորություն՞ն, թե՞ դա տնտեսական անհրաժեշտություն էր Ձեզ համար:
- Ինչպե՞ս եք ընտրել Ձեր բիզնեսի ոլորտը: Կա՞ր արդյոք այլ ոլորտ, որն ավելի նախընտրելի էր Ձեր համար, սակայն ընտանիքի անդամները կամ Ձեր միջավայրում այլ անձինք չտվեցին իրենց հավանությունը:
- 4. Խնդրում ենք նկարագրել ինչպիսի՞նն է եղել Ձեր բիզնեսի զարգացման ուղին սկսնակից դեպի ավելի կայացած ձեռնարկատիրություն: Որո՞նք են եղել զարգացման բարենպաստ գործոններն ու առաջընթացի կարևոր նպատակները:
- 5. Ստացել է՞ք որևէ աջակցություն զարգացման որևէ փուլում: Խնդրում են մանրամասնեք: Եթե այո՝ ինչպիսի՞ արդյունքներ ունեք: Բավարարվա՞ծ եք ստացած ծառայությունների որակից:

Խոչընդոտներ և մարտահրավերներ

- 6. Փոփոխվել է՞ն արդյոք մարտահրավերները բիզնեսի զարգացման տարբեր փուլերում: Ինչպե՞ս եք հաղթահարել դրանք:

(Նշում հարցազրուցավարին. խնդրեք, որպեսզի մասնակիցները նշեն խոչընդոտներ 6 ոլորտներում. օրենսդրական դաշտ, սոցիալական նորմեր, շուկայի հասանելիություն, ֆինանսական հասանելիություն, մարդկային կապիտալի հասանելիություն և գործարար աջակցություն:)

- 7. Կարծում եք Հայաստանում կա՞ն կարծրատիպեր կապված կին ձեռներեցների հետ, դրանք որևէ կերպ անդրադառնում են Ձեր ձեռնարկատիրական գործունեության վրա: Կարծում եք վերջին ժամանակաշրջանում այս կարծրատիպերն ունե՞ն փոփոխման միտում:

Ապագայի ծրագրեր

- 8. Ի՞նչ նպատակներ/ծրագրեր ունեք Ձեր բիզնեսի հետագա զարգացման հետ կապված: Առաջիկա երեք տարիների համար զարգացման ինչպիսի՞ պլաններ ունեք: Ի՞նչ էական գործոններ կարող են դրական և բացասական ազդեցություն ունենալ Ձեր ապագայի պլանների վրա:
- 9. Բիզնեսի հետագա զարգացման համար ինչպիսի՞ հատուկ կարիքներ ունեք, օրինակ՝ գործընկերության, ներդրումների, մարդկային կապիտալի և այլն:

Ամփոփիչ հարցեր

- 10 Պետական օրենսդրությունն ու կանոնակարգերը ստեղծո՞ւմ են արդյոք բարենպաստ հնարավորություններ կանանց ձեռներեցության զարգացման համար: Խնդրում են մանրամասնեք:
- 11. Եթե հնարավորություն ունենայիք նորից սկսելու Ձեր ձեռնարկատիրական գործունեությունը, ի՞նչն այլ կերպ կանեիք, կամ արդյոք ընդհանրապես կսկսեի՞ք նույն բիզնեսը նույն բնագավառում:

12. Նշում հարցազրուցավարին. մասնակիցներին հիշեցնել հետազոտության թեման և հարցնել. Կցանկանալի՞ք հավելել որևէ բան:

Բոլորիդ հաջողություն ենք մաղթում: Մենք բարձր ենք գնահատում ձեր պատրաստակամությունը մասնակցելու քննարկմանը՝ չնայած ձեր զբաղված ժամանակացույցին:

Ֆոկուսային խմբի քննարկման թեմա: **Կարիքներ և մարտահրավերներ**

Ներածություն

Ողջույն: Շնորհակալ ենք, որ ժամանակ եք հատկացրել և այսօր մասնակցում եք այս ֆոկուսային խմբի քննարկմանը: Ձեզ հրավիրել ենք այս հանդիպմանը, քանի որ չափազանց կարևորում ենք Ձեր կարծիքը սույն հետազոտության շրջանակում, որի նպատակն է զարգացնել կանանց ձեռներեցությունը Հայաստանում:

Ներկայանալ. Իմ անունը _____ է: Ես կվարեմ այսօրվա ֆոկուսային խմբի քննարկումը: Այս հարցում ինձ կօգնի _____ ն: Հետազոտության հիմնական նպատակն է ուսումնասիրել Հայաստանում կանանց ձեռներեցության զարգացման հիմնական խոչընդոտներն ու մարտահրավերները, ինչպես նաև զարգացման հեռանկարների վերաբերյալ Ձեր ընկալումները: Այսօր մենք կքննարկենք Ձեր բիզնեսի հիմնական բնութագրերը, Ձեր կարծիքը բիզնես վարելու խոչընդոտների վերաբերյալ, Ձեր ֆինանսական և ոչ ֆինանսական կարիքները և տարբեր սոցիալական, մշակութային և անձնական գործոնների ազդեցությունը կին ձեռներեցների կյանքի և գործունեության վրա:

Անանունություն. Խնդրում ենք Ձեր համաձայնությունը ձայնագրելու քննարկումը, քանի որ չէինք ցանկանա բաց թողնել Ձեր կողմից արված որևէ մեկնաբանություն: Չնայած ձայնագրվելուն՝ վստահեցնում ենք, որ պահպանվելու է լիակատար գաղտնիություն, անվանական կարգով որևէ տեղեկատվություն չի արտացոլվելու զեկույցում:

Ընդհանուր. Հայաստանում կանանց ձեռներեցության զարգացման վերաբերյալ այս ուսումնասիրությունը նախաձեռնվել է Միջազգային ֆինանսական կորպորացիայի (Համաշխարհային բանկի խմբի անդամ) և իրականացվում է CRR- Հայաստան և Ի-Վի Քոնսալթինգ ընկերությունների կողմից: Ոլորտի շահառու մարմինների և կին ձեռներեցների հետ հարցազրույցները՝ որպես որակական ուսումնասիրության մաս, իրականացվում են Ի-Վի Քոնսալթինգ ընկերության կողմից: Ուսումնասիրության արդյունքների հիման վրա կմշակվեն առաջարկություններ, որոնք կօգտագործվեն կին ձեռներեցների կարողությունների զարգացման ծրագրի մշակման շրջանակում:

Նախքան մեր քննարկումը սկսելը կցանկանայի, որ Դուք ստորագրեք Գաղտնիության պայմանագիր: Ցանկանում եմ ևս մեկ անգամ շեշտել, որ այն ինչ կխոսենք այսօր այս սենյակում,

կպահպանվի լիակատար գաղտնիության պայմաններում: Ինչպես տեսնում եք՝ Ձեզ բաժանել ենք քարտեր «Պատասխանող X» անվանմամբ, որպեսզի այն ինչ Դուք կասեք, որևէ կերպ չնույնականացվի Ձեր անվան հետ:

Մեր քննարկումն ավելի արդյունավետ դարձնելու համար մենք ունենք մի քանի ուղեցույց և կանոն.

- Ամենակարևոր կանոնն այն է, որ միևնույն ժամանակ խոսի միայն մեկ մարդ:
- Ճիշտ կամ սխալ պատասխաններ չկան:
- Պետք չէ որևէ կոնկրետ կարգով ու հերթականությամբ խոսել: Ցանկության դեպքում կարող եք դիմել միմյանց:
- Երբ ասելու կամ հավելելու բան ունենք, խնդրում են բարձրաձայնեք: Մեզ համար շատ կարևոր է լսել ձեզանից յուրաքանչյուրի կարծիքը:
- Պարտադիր չէ համաձայնել խմբի այլ անդամների տեսակետների հետ:
- Խնդրում ենք անջատել ձեր հեռախոսները: Եթե չեք կարող, և եթե դուք պետք է պատասխանեք զանգին, ապա դա արեք հնարավորինս ցածր ձայնով:

Եթե կանոնների վերաբերյալ հարցեր կան, խնդրում են բարձրաձայնեք:

Հրահանգներ հարցազրուցավարին.

- Քննարկման մեկնարկից առաջ սկսել նպատակային փոքր խոսակցություններ՝ ջերմ և ընկերական մթնոլորտ ստեղծելու համար:
- Յուրաքանչյուր պատասխանից հետո տալ 5-10 վայրկյան դադար:
- Պատասխանողի արտահայտած կարծիքի վերաբերյալ ավելի խորը մեկնաբանություն ստանալու նպատակով տալ հետևյալ հարցերը. «Կարո՞ղ եք մեկնաբանել», «Օրինակ կբերե՞իք», «Կարո՞ղ եք պարզաբանել Ձեր պատասխանը»:
- Քաջալերել բոլոր ներկաների մասնակցությունը քննարկմանը. հարցնել պասիվություն ցուցաբերող մասնակիցներին «Շնորհակալություն: Իսկ ի՞նչ են կարծում այլ մասնակիցները», «Արդյո՞ք կա որևէ մասնակից, որն այլ կարծիք / տեսակետ ունի»:
- Դիտարկել խմբի դինամիկան, փորձել հավասարակշռել առաջնորդություն և ամաչկոտություն ցուցաբերող անձանց մասնակցությունը, օրինակ՝ «Եկեք լսենք մի քանի այլ մեկնաբանություն ևս»:
- Երբեմն մասնակիցները քննարկման թեման տանում են այն ուղղությամբ, որը նրանց հետաքրքրում է և որը չի համապատասխանում հանդիպման նպատակին: Այդ դեպքում վարողը պետք է հաճախակի խմբին հիշեցնի հետազոտության և հանդիպման նպատակի վերաբերյալ:

Ներկայանալ

1. Մինչ քննարկումը սկսելը կխնդրեի, որ բոլոր մասնակիցները ներկայանային:

Բիզնեսի վերաբերյալ մանրամասներ

2. Կարո՞ղ եք որոշ մանրամասներ տրամադրել Ձեր բիզնեսի վերաբերյալ. ի՞նչ գործունեություն եք ծավալում և ի՞ր տարածաշրջանում, ի՞նչ ծառայություն եք մատուցում, երբ է հիմնադրվել

բիզնեսը, քանի աշխատող ունի, ինչ կազմակերպարարական ձև եք ընտրել Ձեր բիզնեսի համար (ՍՊԸ, ԱԶ, և այլն):

(Նշում հարցազրուցավարին. Այս հարցերին պետք է պատասխանեն բոլոր մասնակիցները, քանի որ սրանք հարցեր են, որոնք խրախուսում են բոլոր մասնակիցների ներգրավումը քննարկմանը)

Խոչընդոտներ եւ մարտահրավերներ

3. Վերհիշելով Ձեր անցած ձեռնարկատիրական ճանապարհը՝ եկեք անդրադառնալով բիզնես սկսելու Ձեր պատրաստվածությանը. կարծում եք՝ ունե՞ք բավարար հմտություններ, տեղեկատվություն և գիտելիքներ ձեռնարկատիրական գործունեություն սկսելու համար:
4. Փոփոխվել է՞ն արդյոք մարտահրավերները բիզնեսի զարգացման տարբեր փուլերում: Ինչպե՞ս եք հաղթահարել դրանք:

Նշում հարցազրուցավարին. Խնդրել, որ մասնակիցները մանրամասնեն, թե ինչ խոչընդոտների են հանդիպել հետևյալ ոլորտներում՝ հասանելիություն շուկային, ֆինանսական հասանելիություն, մարդկային կապիտալի հասանելիություն և բիզնես աջակցություն:

5. Պետական օրենսդրությունն ու կանոնակարգերը ստեղծում են արդյոք բարենպաստ հնարավորություններ կանանց ձեռներեցության զարգացման համար: Որո՞նք են դրանց թերություններն ու բացթողումները:
6. Կարողանո՞ւմ եք բավականաչափ ժամանակ հատկացնել Ձեր գործունեությանը: Որո՞նք են հիմնական մարտահրավերները: Ինչպե՞ս եք հաղթահարելու դրանք: Կարողանո՞ւմ եք պահել ընտանիք-աշխատանք հավասարակշռությունը:

Կանանց բնորոշ մարտահրավերներ

7. Ինչպիսի՞ն է Ձեր համայնքի վերաբերմունքը կին ձեռներեցության նկատմամբ:
8. Կարծում եք Հայաստանում կամ կարծրատիպեր կապված կին ձեռներեցների հետ, դրանք որևէ կերպ անդրադառնում են Ձեր ձեռնարկատիրական գործունեության վրա: Կարծում եք վերջին ժամանակաշրջանում այս կարծրատիպերն ունեն փոփոխման միտում:

Բիզնես կարիքներ

9. Բիզնեսի հետագա զարգացման համար ինչպիսի՞ հատուկ կարիքներ ունեք, օրինակ՝ գործընկերության, ներդրումների, մարդկային կապիտալի և այլն:
13. Պետական, մասնավոր կամ այլ աղբյուրներից ստանո՞ւմ եք որևէ աջակցություն ուղղված բիզնեսի կարիքների լուծմանը: Եթե այո՝ ինչպիսի՞ արդյունքներ ունեք: Բավարարված եք ստացած ծառայությունների որակից:

Ամփոփիչ հարցեր

10. Եթե հնարավորություն ունենայիք նորից սկսելու Ձեր ձեռնարկատիրական գործունեությունը, ինչն այլ կերպ կանեիք, կամ արդյոք ընդհանրապես կսկսեիք նույն բիզնեսը նույն բնագավառում:
11. Նշում հարցազրուցավարին. մասնակիցներին հիշեցնել հետազոտության թեման և հարցնել Կցանկանայի՞ք հավելել որևէ բան:

Բոլորիդ հաջողություն ենք մաղթում: Մենք բարձր ենք գնահատում ձեր պատրաստակամությունը մասնակցելու քննարկմանը՝ չնայած ձեր զբաղված ժամանակացույցին:

ՀԱՎԵԼՎԱԾ 4. ԽՈՐՔԱՅԻՆ ՀԱՐՑԱԶՐՈՒՅՑԻ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ

Նախապատրաստում եւ ներկայացում

Ողջույն և շնորհակալություն գրուցելու պատրաստակամության համար: Ձեր կարծիքն անչափ կարևոր է Հայաստանում կանանց ձեռներեցության հարցերի հետազոտության համար:

Ներածություն. Իմ անունն է _____: Այս հետազոտության հիմնական նպատակն է ուսումնասիրել Հայաստանում կանանց ձեռներեցության զարգացման հիմնական խոչընդոտներն ու մարտահրավերները, ինչպես նաև հնարավորությունները: Այս հարցազույցը առնչվում է համավարակային իրավիճակին և նրա ազդեցությանը բիզնեսի վրա:

Անանունություն. Խնդրում ենք Ձեր համաձայնությունը ձայնագրելու քննարկումը, քանի որ չէինք ցանկանա բաց թողնել Ձեր կողմից արված որևէ մեկնաբանություն: Վստահեցնում ենք, որ պահպանվելու է լիակատար գաղտնիություն և անհատական տվյալներ չեն հրապարակվելու:

Ընդհանուր. Հայաստանում կանանց ձեռներեցության զարգացման վերաբերյալ այս ուսումնասիրությունը նախաձեռնվել է Միջազգային ֆինանսական կորպորացիայի (Համաշխարհային բանկի խմբի անդամ) և իրականացվում է CRRC-Հայաստան և Ի-Վի Քոնսալթինգ ընկերությունների կողմից: Ուսումնասիրության արդյունքների հիման վրա կմշակվեն առաջարկություններ, որոնք կօգտագործվեն կին ձեռներեցների կարողությունների զարգացման ծրագրի մշակման շրջանակում:

Խորքային հարցազույց. հարցեր

Ներկա վիճակ

- Ընկերության ներկա կարգավիճակը (գործում է, ժամանակավորապես դադարեցված է, կասեցված է)
- Որևէ փոփոխություններ.
 - աշխատակազմում
 - եկամուտների, իրացման ծավալներում
 - աշխատունակության կրճատումներում
 - բիզնես մոդելներում
 - դրամարկղային հոսքերում

Համավարակի հետևանքները հաղթահարելուն ուղղված ընկերության քայլերը

- իրացման ուղիների վերանայում, օր.՝ առցանց
- աշխատանքային ռեժիմի փոփոխություն, օր.՝ աշխատանք տնից
- աշխատակազմի փոփոխություն, օր.՝ պահպանում, ազատում, վարձատրության վերանայում
- մատակարարումների կամ գնումների եղանակի փոփոխություններ

Պետական աջակից ծրագրեր

- ծրագրերի հասանելիությունը (կառավարության կամ այլ հանրային, դոնորներ, և այլն)
- ներկա կարիքները. ֆինանսավորում (ինչ նպատակով՝ վարկի մարում, վարձակալական վճարներ, աշխատավարձ, և այլն), առցանց վաճառքի հարթակ, իրավական, և այլն
- աջակից ծրագրերի մասին իրազեկվածություն
- բիզնեսի համար առավել անհրաժեշտ ծրագրերի բնութագրում և այլն

Առ ապագա.

- Սպասումներ և անորոշություններ
- Բնականոն գործունեության վերսկսման ընկալումներ (նշեք տարբեր հնարավոր սցենարներ)
- Բիզնես մոդելը վերանայելու պլաններ (օր.՝ թվային գործիքների ավելի լայն կիրառում, էլ-առևտուր, այլ տեխնոլոգիաներ, աշխատակազմի, արտադրանքի, ծառայությունների վերանայում)
- Համավարակի բերումով ձևավորված նոր հնարավորություններ

Շնորհակալություն ժամանակ հատկացնելու համար

ՀԱՎԵԼՎԱԾ 5.

ԽՈՐՔԱՅԻՆ ՀԱՐՑԱԶՐՈՒՅՑԻ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ - ՇԱՀԱՌՈՒՆԵՐ

Հարցաշար. պետական հատվածի շահառուներ

Նախապատրաստում եվ ներածություն

Ողջույն և շնորհակալություն գրուցելու պատրաստակամության համար: Ձեր կարծիքն անչափ կարևոր է այս հետազոտության շրջանակում:

Ներածություն. Իմ անունն է _____, ներկայացնում եմ Ի-Վի Քոնսալթինգ ընկերությունը: Այս հետազոտության հիմնական նպատակն է ուսումնասիրել Հայաստանում կանանց ձեռներեցության զարգացման հիմնական խոչընդոտներն ու մարտահրավերները, ինչպես նաև հնարավորությունները:

Անանունություն. Խնդրում ենք Ձեր համաձայնությունը ձայնագրելու քննարկումը, քանի որ չէինք ցանկանա բաց թողնել Ձեր կողմից արված որևէ մեկնաբանություն: Վստահեցնում ենք, որ պահպանվելու է լիակատար գաղտնիություն և անհատական տվյալներ չեն հրապարակվելու:

Ընդհանուր. Հայաստանում կանանց ձեռներեցության զարգացման վերաբերյալ այս ուսումնասիրությունը նախաձեռնվել է Միջազգային ֆինանսական կորպորացիայի (Համաշխարհային բանկի խմբի անդամ) և իրականացվում է CRRC-Հայաստան և Ի-Վի Քոնսալթինգ ընկերությունների կողմից: Ոլորտի շահառու մարմինների և կին ձեռներեցների հետ հարցազրույցները՝ որպես որակական ուսումնասիրության մաս, իրականացվում են Ի-Վի Քոնսալթինգ ընկերության կողմից: Ուսումնասիրության արդյունքների հիման վրա կմշակվեն առաջարկություններ, որոնք կօգտագործվեն կին ձեռներեցների կարողությունների զարգացման ծրագրի մշակման շրջանակում:

1. Ներկայացեք, խնդրեմ. Ձեր անունը, կառույցը, որը ներկայացնում եք և Ձեր պաշտոնը:
2. Ինչպե՞ս եք գնահատում կանանց ձեռներեցության զարգացմանն ուղղված պետության քաղաքականությունը: Տեղյալ եք արդյո՞ք՝ կամ որևէ տեսլական, քաղաքականություն կամ գործողություններ ուղղված կին ձեռներեցությանը Հայաստանում:
3. Պետական մարմինը, որտեղ Դուք աշխատում եք, իրականացնո՞ւմ է կամ ներգրավվա՞մ է կանանց ձեռներեցության զարգացմանն ուղղված ծրագրերի իրականացման մեջ:
4. Կարո՞ղ եք մանրամասն ներկայացնել Ձեր ծրագրերի թիրախային խումբը, հիմնական նպատակը, արդյունքները կանանց ձեռներեցության զարգացման համատեքստում:

5. Արդյո՞ք այս քաղաքականությունները և ծրագրերը աջակցում են կին ձեռներեցներին (ա) մեկնարկում (սկսնակ փուլում) կամ (բ) միավորման փուլում
6. Ինչպիսի՞ն են պետության ապագայի պլանները կապված կանանց ձեռներեցության զարգացման հետ:
7. Գիտե՞ք պետական այլ մարմինների, որոնք ներգրավված են կանանց ձեռներեցության զարգացման քաղաքականության / ծրագրերի իրականացման / աջակցության մեջ:
8. Համագործակցում եք արդյոք նրանց հետ և եթե այո՝ ինչպես:
9. Ինչպե՞ս կզնահատեք ընդհանուր գործարար միջավայրը Հայաստանում կին ձեռներեցների համար:
10. Հայաստանի դիրքն ակադավայրում և տնտեսության որ ոլորտում են կին ձեռներեցներն առավելագույնս ներկայացված այսօր: Ինչպե՞ս կբացատրեք նրանց ընտրությունը:
11. Կարո՞ղ եք առանձնացնել կին ձեռներեցների հիմնական կարիքները Հայաստանում:
12. Որքա՞ն խրախուսիչ է, ըստ Ձեզ, ՀՀ օրենսդրությունը և կանոնակարգերը կին ձեռներեցության զարգացման համար Հայաստանում: Որո՞նք են դրանց հիմնական ուժեղ և թույլ կողմերը:
13. Կարո՞ղ եք մտաբերել պետական աջակցությամբ կին ձեռներեցության հաջողված օրինակներ: Տեղյա՞կ եք պետության չհաջողված փորձերի մասին:
14. Ձեր կարծիքով անհրաժեշտ է, որ պետությունը ինչպիսի՞ աջակցություն ցուցաբերի կին ձեռներեցներին Հայաստանում:
15. Կարծում եք՝ կանանց ձեռներեցության վերաբերյալ պետության քաղաքականությունը փոխվել է 2018-ի Թավշյա հեղափոխությունից հետո: Ինչպե՞ս է այն փոխվել:
16. Ըստ Ձեզ, որո՞նք են պատճառները, որ մեր հասարակության մեջ կանայք ավելի քիչ են ներգրավված ձեռներեցության մեջ: Կանանց ձեռներեցության ի՞նչ կարծրատիպեր կամ այլ խոչընդոտներ կան Հայաստանում:
17. Ինչպե՞ս եք տեսնում կանանց ձեռներեցության ապագան Հայաստանում:
18. (Ցուցում հարցազրուցավարին՝ Կա՞ որևէ բան այս համատեքստում, որի մասին մենք չխոսեցինք, սակայն Դուք կարևոր եք համարում նշել:

ՇՆՈՐՀԱԿԱԼՈՒԹՅՈՒՆ մեզ ժամանակ հատկացնելու համար

ՔԱՂԱՔԱՑԻԱԿԱՆ ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅԱՆ, ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԴՈՆՈՐ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ և ԱՅԼ ՇԱՀԱՌՈՒՆԵՐ (ԲԱՑԱՌՈՒԹՅԱՄԲ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՏՎԱԾԻ ՇԱՀԱՌՈՒՆԵՐ)

Նախապատրաստում եմ ներածություն

Ողջույն և շնորհակալություն զրուցելու պատրաստակամության համար: Ձեր կարծիքն անչափ կարևոր է այս հետազոտության շրջանակում:

Ներածություն. Իմ անունն է _____, ներկայացնում եմ Ի-Վի Քոնսալթինգ ընկերությունը: Այս հետազոտության հիմնական նպատակն է ուսումնասիրել Հայաստանում կանանց ձեռներեցության զարգացման հիմնական խոչընդոտներն ու մարտահրավերները, ինչպես նաև հնարավորությունները:

Անանունություն. Խնդրում ենք Ձեր համաձայնությունը ծայնագրելու քանի որ չէինք ցանկանա բաց թողնել Ձեր կողմից արված որևէ մեկնաբանություն: Վստահեցնում ենք, որ պահպանվելու է լիակատար գաղտնիություն և անհատական տվյալներ չեն հրապարակվելու:

Ընդհանուր. Հայաստանում կանանց ձեռներեցության զարգացման վերաբերյալ այս ուսումնասիրությունը նախաձեռնվել է Միջազգային ֆինանսական կորպորացիայի (Համաշխարհային բանկի խմբի անդամ) և իրականացվում է CRRC-Հայաստան և Ի-Վի Քոնսալթինգ ընկերությունների կողմից: Ոլորտի շահառու մարմինների և կին ձեռներեցների հետ հարցազրույցները՝ որպես որակական ուսումնասիրության մաս, իրականացվում են Ի-Վի Քոնսալթինգ ընկերության կողմից: Ուսումնասիրության արդյունքների հիման վրա կմշակվեն առաջարկություններ, որոնք կօգտագործվեն կին ձեռներեցների կարողությունների զարգացման ծրագրի մշակման շրջանակում:

ՀԱՐՑԱՇԱՐԸ

1. Ներկայացեք խնդրում եմ, Ձեր անունը, կազմակերպությունում Ձեր զբաղեցրած պաշտոնը _____
2. Ձեր կազմակերպությունն իր գործունեության ընթացքում որևէ ծրագրի շրջանակում առնչվել է կին ձեռներեցության հետ:
3. Կարո՞ղ եք հակիրճ նկարագրել Ձեր ընկերության նախաձեռնություններն ուղղված կանանց ձեռնարկատիրության զարգացմանը: Արդյո՞ք դրանք (ա) սկսնականների թե՞ (բ) աճի փուլում են: Խնդրում ենք մանրամասնել
4. Որո՞նք են Ձեր ծրագրերի թիրախային խմբերը, հիմնական նպատակը, արդյունքները
5. Ովքե՞ր են Ձեր հիմնական գործընկերները:
6. Ինչպե՞ս որոշեցիք սկսել ծրագիրը: Ո՞րն էր նախապատմությունն ու հիմնավորումը:
7. Ի՞նչ մարտահրավերներ եք ունեցել: Ի՞նչ հաջողության պատմություններ ունեք, եղել են արդյոք չհաջողված փորձեր:
8. Տեղյա՞կ եք արդյոք Ձեր ոլորտում կամ այլ կազմակերպություններ, որոնք նույնպես հետաքրքրված են/ներգրավված են կանանց ձեռներեցության զարգացման ծրագրերով: Դուք համագործակցո՞ւմ եք:
9. Ինչպե՞ս կգնահատեք Հայաստանում գործարար միջավայրը կանանց ձեռներեցության համար:
10. Տեղյա՞կ եք արդյոք պետական ռազմավարության/ ծրագրերի մասին, որոնք ուղղված են աջակցելու կանանց ձեռներեցության զարգացմանը Հայաստանում:
11. Որքա՞նով են խրախուսում օրենսդրությունն ու կանոնակարգերը Հայաստանում կանանց ձեռներեցության զարգացմանը: Կարո՞ղ եք մտաբերել որևէ հատուկ խոչընդոտ, բացթողում:

12. Ի՞նչ քայլեր պետք է նախաձեռնեն պետական մարմինները Հայաստանում գործարար միջավայրը կանանց ձեռներեցության զարգացման համար ավելի բարենպաստ դարձնելու ուղղությամբ:
13. Ձեր կարծիքով Հայաստանում տնտեսության հր ոլորտները և աշխարհագրական հր տեղանքներն են առավել նախընտրելի կին ձեռներեցների համար: Ի՞նչու՞:
14. Ձեր կարծիքով որո՞նք են դրդապատճառները կանանց համար սկսելու ձեռնարկատիրական գործունեություն Հայաստանում:
15. Կարո՞ղ եք նշել՝ ի՞նչ հիմնական կարիքներ ունեն այսօր կին ձեռներեցները Հայաստանում:
16. Արդյոք կարծու՞մ եք կանանց ձեռներեցության զարգացմանն ուղղված կառավարության քաղաքականությունը փոխվել է 2018թ-ի Թավշյա հեղափոխությունից հետո: Ի՞նչպե՞ս:
17. Ըստ Ձեզ, որն է պատճառը, որ մեր հասարակության մեջ կանայք ավելի քիչ են ներգրավված ձեռնարկատիրական գործունեության մեջ: Ի՞նչ կարծրատիպեր կամ այլ խոչընդոտներ կան, որոնք չեն խրախուսում կանանց ձեռներեցության զարգացումը Հայաստանում:
18. Արդյոք տեղյա՞կ եք Հայաստանում կա՞ն կին ձեռներեցներն միավորող ասոցիացիաներ, ակումբներ: Ի՞նչ է նրանց գործունեության բնույթը:
19. Կանանց ձեռներեցության ոլորտում ի՞նչ հնարավոր գործընկերությամբ կարող է հետաքրքրված լինել Ձեր կազմակերպությունը:
20. Դուք նախատեսու՞մ եք առաջիկայում ևս շարունակել կանանց ձեռներեցության աջակցության ծրագրեր: Ի՞նչ եղանակներով:
21. Ի՞նչպե՞ս եք կանխատեսում կանանց ձեռներեցության զարգացման հեռանկարը Հայաստանում:
22. Նշում հարցազրուցավարին. հարցվողին հիշեցնել հետազոտության թեման և հարցնել. Կցանկանալի՞ք հավելել որևէ բան:

ՇՆՈՐՀԱԿԱԼՈՒԹՅՈՒՆ մեզ ժամանակ հատկացնելու համար

ՕԳՏԱԳՈՐԾՎԱԾ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՑԱՆԿ

Business Support Office. (2018). *SMEs in Armenia's economy*.

Cuberes, D., Priyanka, S., & Teignier, M. (2019) "*The determinants of entrepreneurship gender gaps: A cross-country analysis*", paper, 30p; Review of Development Economics. 2019; 23: pp. 72–101. Retrieved from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/rode.12537>

EBRD. *Women in Business BAS Programme Armenia & Georgia*. Retrieved from <https://www.ebrd.com/news/publications/brochures/women-in-business.html>

European Commission. (2015). *User guide to the SME definition*.

EU4Business. (2017). *Country report Armenia: Investing in SMEs in the Eastern Partnership*. European Commission.

Gender Innovation Lab, World Bank Africa Region. Profiting from parity: *Unlocking the potential of women's businesses in Africa*.

Goyal, P. & Yadav, V. (2014). To be or not to be a women entrepreneur in a developing country? *Psychological Issues in Human Resource Management*. 2(2). 68-78.

Hayrapetyan, M. (2016). Factors that drive female entrepreneurship in Armenia. *Instituto Politecnico de Braganca*.

International Labour Organization. (2019). *Women in business and management: A global survey of enterprises*.

International Labour Organization. (2018). *Entrepreneurship development for women entrepreneurs: An update on what works*.

International Monetary Fund. (2018). *Pursuing women's economic empowerment*.

Johnston-Louis, M. (2017). Corporate social responsibility and women's entrepreneurship: Towards a more adequate theory of "work". *Business Ethics Quarterly*. 27(4). 569-602.

Kuriakose, S. (2013). Fostering entrepreneurship in Armenia. *Directions in Development: Private Sector Development. The World Bank*.

Martiro, S. (2020). The need for gender equality in the labor market: *Women in Armenia's IT sector and beyond. EVN Report*.

Meyer, N. (2018). Research on female entrepreneurship: Are we doing enough? *Polish Journal of Management Studies*. 17(2). 158-169.

Mikaelian, H. (2017). *Self-employment, micro and small business in Armenia: emerging culture of entrepreneurship*. Caucasus Institute, ASCN, Gebert Ruf Foundation.

OECD. (2017). *Policy brief on women's entrepreneurship*.

OECD. (2012). Measuring women entrepreneurship. *Entrepreneurship at a Glance*. OECD Publishing, Paris.

OECD. (2004). *Women's entrepreneurship. Policies and Issues*.

Sinha, DK. *Women entrepreneurs: concept and function of women entrepreneurs -explained!* Retrieved from <http://www.yourarticlelibrary.com/>

Statistical Committee of the Republic of Armenia. (2018). Labour market in the Republic of Armenia.

Statistical Committee of the Republic of Armenia. (2018). Women and men in Armenia.

Strategy and Action Plan for the Implementation of Gender Policy in the Republic of Armenia (2019-2023). Retrieved from <https://www.e-draft.am/en/projects/1712/about>

The Action Plan of the Government of the Republic of Armenia (2019-2023). Retrieved from <https://www.gov.am/am/Five-Year-Action-Program/>

The Law of RA on "Amending and Supplementing the Law "On Small and Medium Entrepreneurship State Support" (adopted by the National Assembly on 5th October, 2010). Retrieved from <http://parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=3891&lang=arm>

The Law of RA "On Small and Medium Entrepreneurship State Support (adopted by the National Assembly on 5th December, 2000) Retrieved from <http://parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=1952&lang=arm>

United Nations. (2018). *Measuring women's entrepreneurship from a gendered perspective: Lessons learned from the EDGE project*. New York: United Nations.

Wistrand, B. & Mkhitarian, A. (2007) Women empowerment and cooperation in Armenia with a focus on the Syunik region. OSCE.

World Bank. *Women, Business and the Law 2020 Report*, 76 pages. Retrieved from <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/32639/9781464815324.pdf>

Contacts:

IFC
9 G. Lousavorich St.
Yerevan 0015
Armenia

www.ifc.org/eca