



Committed to Cooperation

ԿԱՆԱՆՑ ՁԵՌՆԵՐԵՑՈՒԹՅԱՆ ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ

Մշակված է ԱԶԲ-ի կողմից ֆինանսավորվող
ՀԱՅԱՍՏԱՆ. ԿԱՆԱՆՑ ՁԵՌՆԵՐԵՑՈՒԹՅԱՆ ԱԶԱԿՑՄԱՆ
ՈԼՈՐՏԻ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԾՐԱԳՐԻ
շրջանակներում

Ծրագրի համարանիշ՝ RRP ARM 45230



ՓՄՁ ԶԱԿ, ԵՐԵՎԱՆ / ՀՀ



Հեղինակ՝

Ֆրանկ Վելթրինգ

2013



Բովանդակություն

ՀԱՊԱՎՈՒՄՆԵՐԻ ՑԱՆԿ..... 2

II. ՀԱՄԱԿԱՐԳՎԱԾ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆ. ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ ԿԱՆԱՆՑ
ՁԵՌՆԵՐԵՑՈՒԹՅԱՆԸ ԽՈՉԸՆԴՈՏՈՂ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ԳՈՐԾՈՆՆԵՐԸ..... 4

III. ԿԱՆԱՆՑ ԴԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԳՈՐԾՈՒՄ..... 7

III.1. ՄԻԿՐՈ ՄԱԿԱՐԴԱԿ, ՏԿՅԱԼՆԵՐԻ ՀԱՅԹԱՅԹՈՒՄ ՈՒ ՄԱՐՏԱՀՐԱՎԵՐՆԵՐ..... 7

III.2. ԿԱՆԱՆՑ ՁԵՌՆԵՐԵՑՈՒԹՅԱՆ ԼՈՐ ՈՒՐՏՆԵՐ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ..... 10

IV. ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ ԿԱՆԱՆՑ ՁԵՌՆԵՐԵՑՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԼՊԱՏԱԿՈՎ
ՀԱՄԱԿԱՐԳԱՅԻՆ ՄԻՋԱՍՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՀՆԱՐԱՎՈՐԻԹՅՈՒՆՆԵՐԸ..... 11

IV.1. ՄԻԿՐՈ ՄԱԿԱՐԴԱԿԻ ԲԱՑԱՀԱՅՏՈՒՄՆԵՐ և ՄԱՐՏԱՀՐԱՎԵՐՆԵՐ..... 11

IV.2. ՄԵՁՈ ՄԱԿԱՐԴԱԿԻ ԲԱՑԱՀԱՅՏՈՒՄՆԵՐ և ԽՆԴԻՐՆԵՐ..... 13

Հապավումների ցանկ

ԱԶԲ	Ասիական Զարգացման Բանկ
ԳՀԶԿ	Գործարար Հետազոտման և Զարգացման Կենտրոն
ՎԶԵԲ	Վերակառուցման և Զարգացման Եվրոպական Բանկ
ԳԿԻ	Գենդերային կոնֆլիկտի ինդեքս
ԳԱԻ	Գենդերային անհավասարության ինդեքս
ԵԱՀԿ	Եվրոպական Անվտանգության և Համագործակցության Կենտրոն
ՕՓԶ	Օժանդակություն փոքր ձեռնարկատիրությանը
ՓՄԶ	Փոքր և միջին ձեռնարկատիրություն
ՓՄԶ ԶԱԿ	“Հայաստանի Փոքր և Միջին Ձեռնարկատիրության Զարգացման Ազգային Կենտրոն” հիմնադրամ
ԱՄՆ ՄԶԳ	Ամերիկայի Միացյալ Նահանգների Միջազգային Զարգացման Գործակալություն
ԿԶ	Կանանց ձեռներեցություն
ԿԶՌ	Կանանց ձեռներեցության ռազմավարություն
ԿԶՄ	Կինը ձեռնարկատիրության մեջ

I. Ներածություն. կանանց ձեռներեցության ռազմավարության նպատակները

2011 թ-ին Հայաստանի Փոքր և Միջին Ձեռնարկատիրության Չարգացման Ազգային կետրոնը (ՓՄՁ ՉԱԿ) մշակեց ՓՄՁ զարգացման համալիր ռազմավարություն, որը սկսեց իրագործվել վերջին երկու տարիների ընթացքում: Ռազմավարությունը ներառում էր նաև կանանց ձեռներեցությանը վերաբերող մաս: Նախատեսված էր, որ վերջինս պետք է լրամշակվեր և դառնար ՓՄՁ զարգացման ամբողջական ռազմավարության հարակից դրույթ:

Ասիական Չարգացման Բանկի (ԱԶԲ) “Կանանց ձեռներեցության աջակցման ոլորտի զարգացման ծրագրի” (RRP ARM 45230) օժանդակությամբ 2013 թ-ին սկսեց մշակվել կանանց ձեռներեցության զարգացման առավել համապարփակ ռազմավարություն: Այդ ծրագրի վերջնական նպատակն է մեծացնել կանանց մասնակցության բաժնեմասը Հայաստանի տնտեսության զարգացման գործում: Տնտեսության մեջ կանանց ավելի մեծ մասնակցությունը մեծ դերակատարություն կունենա գալիք սերունդների համար, ինչպես նաև Հայաստանում կապահովի զարգացման հավասար պայմաններ կանանց և տղամարդկանց համար: ՓՄՁ-ների՝ որպես Հայաստանի տնտեսության հիմնասյուն, ձևավորման հարցում շատ կարևոր գործոն կլինի ձեռնարկատիրական ոլորտ ավելի շատ կանանց ներգրավումը՝ որպես որակավորված աշխատակիցներ կամ ձեռներեցներ:

ԿԶՌ թեման վերջին երեք տարիների ընթացքում ավելի մեծ ուշադրության արժանացավ: Երկրի կառավարությունն ինքը հետաքրքրություն ցուցաբերեց Հայաստանում գենդերային հավասարության հիմնախնդիրն առաջնորդելու վերաբերյալ: 2010 թ-ին կառավարությունը հաստատեց 2011-2015 թ-ների Գենդերային քաղաքականության ռազմավարական ծրագիրը: Այս նախագծում մասնավորապես ընդգծված էին գենդերային նախագծերի ֆինանսավորման, կանանց ՓՄՁ-ների, ինչպես նաև կանանց վարկավորման ծրագրերի մեծացման հարցերը:

Սակայն անկախ ազգային ռազմավարությունից և համաձայնագրերից՝ սկսնակ կին ձեռներեցներին աջակցելու մարտահրավերը դեռևս արդիական է: Կառավարության կողմից իրական աջակցության ծրագրեր դեռևս չկան, և աջակցող ու դոնոր կառույցները առավել համալիր տեղեկատվության անհրաժեշտություն ունեն պոտենցիալ և արդեն գործող կին ձեռնարկատերերի կարիքների վերաբերյալ: Բացի առավել համալիր տեղեկատվությունից, կա անհրաժեշտություն բացահայտելու միջամտության առավել նպատակահարմար ոլորտները, ինչպես նաև

աջակցության դերակատարներին և խնդիրները, որը հնարավորություն կընձեռի առավել արդյունավետ աջակցել կին գործարարներին:

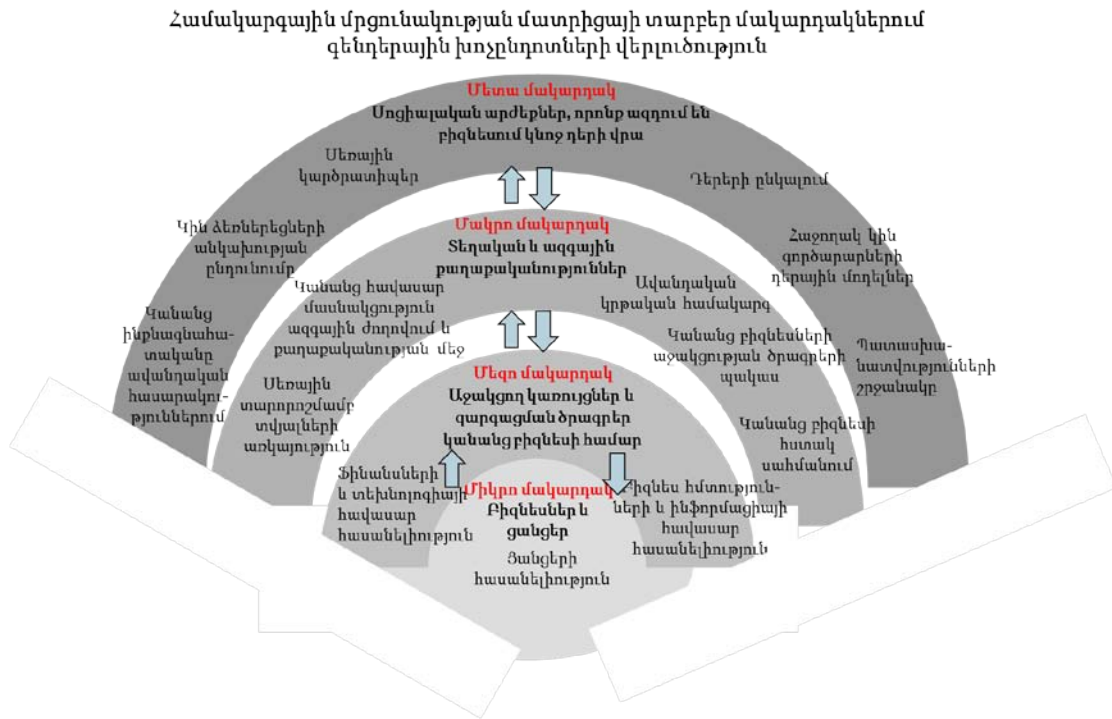
ՓՄՁ ԶԱԿ-ը ՓՄՁ-ների աջակցման իր ծրագրում փորձեց դիտարկել կին և տղամարդ գործարարներին որպես հավասարազոր թիրախային խմբեր: Սակայն կանանց իրազեկվածությունը բարձրացնելու, ինչպես նաև կանանց դերակատարությունը ձեռնարկատիրական ոլորտում մեծացնելու հետ մեկտեղ գործակալության համար շատ կարևոր է համատեղել իր սեփական ջանքերը դոնոր կազմակերպությունների, ինչպես նաև կառավարության կողմից իրագործվող նախագծերի հետ: Այսպիսով, այս ռազմավարության նպատակներից է նաև բացահայտել առավել արդյունավետ համագործակցության ուղիները, որոնք կօգնեն մեծացնել կին ձեռնարկատերերի թիվը և ավելի մեծ հնարավորություններ կընձեռեն որակավորված կին աշխատողների համար: Այս առումով կարևոր է ստեղծել գործողությունների ամբողջական պլան, որը կօգնի հաղթահարել կանանց առջև ծառայած մի շարք խոչընդոտներ՝ իրենց սեփական բիզնեսը սկսելու, արտադրության ոլորտում որպես մասնագետ կայանալու հարցերում, ինչպես նաև հարգանք և արժևորում ձեռք բերելու բիզնես միջավայրում և հասարակության մեջ:

Այս ռազմավարությունը հնարավորություն է տալիս համալիր պատկերացում կազմել Հայաստանում կանանց ձեռներեցությանը խոչընդոտող բոլոր գործոնների վերաբերյալ: Հիմնվելով այդ տեղեկատվության վրա՝ հնարավոր կլինի առանձնացնել ներգործության հիմնական ոլորտները, ցուցանիշները, ինչպես նաև կազմել գործողությունների ծրագիրը: Այն ապագայում հիմք կհանդիսանա ՓՄՁ ԶԱԿ-ի, դոնոր և այլ աջակցող կազմակերպությունների ջանքերի միավորման համար:

II. Համակարգված վերլուծություն. Հայաստանում կանանց ձեռներեցությանը խոչընդոտող հիմնական գործոնները

Զարգացած երկրներում ավելի ու ավելի է մեծանում կանանց դերակատարությունը պետության և շրջանների մրցունակության ձևավորման հարցում: Վերջին 40 տարիների ընթացքում ծավալուն աշխատանք է տարվել ամբողջ աշխարհում կարծրատիպերը և հայրիշխանական կարգերը փոխելու նպատակով: Ի տարբերություն ՏՀԶԿ (Տնտեսական Զարգացման և Համագործակցության Կազմակերպություն)

Երկրների, ուր կին գործարարների ցուցիչը ավելի բարձր է (40-45%), Հայաստանում նույն ցուցիչը բավականին ցածր է՝ 13%¹.



Հայաստանում կանանց ձեռնարկատիրության զարգացման համար շատ կարևոր է բացահայտել այն դժվարությունները, որոնց կին գործարարը հանդիպում է սեփական բիզնեսը բացելիս և այն գործարկելու ընթացքում: Պատճառները համակարգային բնույթ են կրում, ինչը նշանակում է, որ դրանք չեն վերաբերում միայն բիզնես մակարդակին կամ էլ կին գործարարին աջակցող ծրագրերի և պետական աջակցության խնդրին: Ճիշտ և հաջող աջակցության համար շատ կարևոր է նաև հաշվի առնել հասարակական և կարծրատիպային որոշ հանգամանքներ: Այդ իսկ պատճառով այս ռազմավարության հիմքում դրված է համակարգային մոտեցումը: Համակարգային մրցունակության այս մոտեցումը դիտարկում է տարբեր մակարդակներ, որոնք որևէ կերպ կարող են ազդել տնտեսության

¹ Հայաստանում կին գործարարությանը վերաբերող հետազոտությունները դեռ սկզբնական փուլում են: Դեռևս շատ քիչ հետազոտություններ են արվել: Այս ռազմավարությունը մեծապես հիմնված է Հայաստանում կատարված հետևյալ երկու հետազոտությունների վրա՝ 1) “Բիզնես Պարեստա” 2010-2012 ժամանակահատվածում ՀՀ-ում ձեռնարկատիրական գործունեությամբ զբաղվող կանանց հետազոտություն: 2) ԱԶԲ-ՓՄՁ ԶԱԿ. Հայաստանում միկրո, փոքր և միջին կին գործարարների զարգացման կարիքների գնահատում, Երևան 2013:

զարգացման մեջ կնոջ դերի վրա: Այս սկզբունքը կիրառվել է նաև 2011 թ-ի ՓՄՁ ռազմավարության մշակման ժամանակ և օգնում է բացահայտել փոխադարձ կապն ու կախվածությունը տարբեր պատճառների և հետևանքների միջև:

Մետա-մակարդակում (այն կարելի է մեկնաբանել որպես հասարակական-մշակութային մակարդակ) հիմնականում հանդիպում են գերակա դերային մոդելներ, ուր կինը մեծ դերակատարություն ունի ընտանիքի ներսում: Կինը նաև կարևոր դերակատարություն ունի ընտանիքների և ընկերների միջև փոխհարաբերությունների

հարցում: Այս ավանդական դերաբաշխումը հիմնականում տնտեսական զարգացման և զբաղվածության գործառույթը թողնում է ընտանիքի արական սեռի ներկայացուցիչներին (համառոտ պատկերը տրված է աջում ներկայացված աղյուսակում): Արդյոք այս հասարակական գործոնները ի՞նչ դերակատարություն ունեն Հայաստանում: Այս ռազմավարության պահանջներից մեկը հենց այդ հասարակական-մշակութային գենդերային դերաբաշխման մոդելների և կադապարների հնարավորինս բացահայտումն է:

Սոցիալական դերեր

	Տղամարդիկ	Կանայք
Սոցիալական, համայնքային և վերադաստիարակական դեր	Տնտային տնտեսություն եկամուտ բերելու, ընտանիքում որոշում կայացնելու, առաջնորդի դեր, ավելի շատ ներգրավվածություն սոցիալական ցանցերում	Ընտանիքի անդամների մասին հոգ տանելու, կրթական դեր, ավելի ցածր մուտք կրթությանն ու ավելի քիչ ներգրավվածություն տարբեր ցանցերում
Քաղաքականություն և իշխանություն	Ավտիվ են տեղական և ազգային մակարդակում որոշումների կայացման մեջ, ձայնի առկայություն կազմակերպված մարմիններում և լոբիստական խմբերում	Ավելի շատ ներգրավված են տեղական և համայնքային մակարդակի ոչ առաջատար պաշտոններում
Տնտեսական և արտադրական դեր	Մուտքի ավելի բարձր հասանելիություն տարբեր ռեսուրսների և որոշումների	Ավելի ցածր ներգրավվածություն որոշումների կայացմանն ու ռեսուրսների կառավարմանը

Յուրաքանչյուր ձեռնարկատեր՝ թե՛ կին, թե՛ տղամարդ, աջակցող կառույցների, ինչպես նաև շուկայում մրցունակ ծառայությունների կարիք ունի (մեզո մակարդակ): Աջակցող ծրագրերը պետք է կառուցվեն շուկայի ձախողումները և քաղաքական խոչընդոտները շրջանցելու միտումով (մակրո մակարդակ): Իսկ գործարար մակարդակում (միկրո մակարդակ) արտադրողները և ձեռնարկատերերը հմտությունների, ռազմավարական կարողությունների, շուկայի վերաբերյալ գիտելիքների, ինչպես նաև հավելյալ գիտելիքներ և կարողություններ տրամադրող գործարար կապերի անհրաժեշտություն ունեն: Վերևում տրված գծագիրը ներկայացնում է համակարգային մրցունակության տարբեր մակարդակներում կին գործարարների զարգացմանը խոչընդոտող որոշ տիպային խնդիրներ:

Ընդհանուր առմամբ կարելի է ասել, որ տրանսֆորմացիոն փուլում գտնվող շատ երկրներում (ինչպիսին նաև Հայաստանն է), ուր կա աղջիկների և տղաների կրթության հարաբերականորեն բարձր մակարդակ, գենդերային հիմնախնդիրը առաջնահերթություն չէ: Առաջնայությունը տրվում է ՓՄՁ-ների ընդհանուր քաղաքականությունը բարելավելուն (մակրո մակարդակ),

ՓՄՁ-ների աջակցություն և գործարար ծառայություններ մատուցող կառույցների բարելավմանը (մեզո մակարդակ) և կոնկրետ միջամտությունների, որոնք կօգնեն ՓՄՁ-ներին շրջանցել շուկայի ձախողումները: Կանանց ձեռներեցությանը վերաբերող խնդիրները ուշադրության են արժանանում ավելի ուշ շրջանում, երբ ավելի շատ կանայք են ներգրավվում բիզնես ոլորտում և սկսում են բացահայտ արտահայտել իրենց բողոքը տարբեր անբարենպաստ պայմանների վերաբերյալ. հենց այստեղ է, որ հասարակության մեջ դերերի ավանդական բաշխումը վերանայվում է: Այս գործընթացը հիմնականում ընթանում է աշխատանքում և ընտանիքում կնոջ ինքնագնահատականի բարձրացմանը գուզրնթաց:

Հաջորդ գլխում առավել հստակ անդրադարձ կկատարվի կանանց ձեռներեցության զարգացման համակարգային ասպեկտների վրա:

III. Կանանց դերը Հայաստանի տնտեսական զարգացման գործում

Հայաստանում նկատվում է տնտեսության զարգացման մեջ կանանց ներգրավվածության վերաբերյալ տեղեկատվության պակաս: Վերջին տարվա ընթացքում միջազգային և ազգային հետազոտությունները առանձնակի շեշտադրում են կատարել կնոջ դերակատարության առավել համալիր պատկերացման ձևավորման վրա: Պետք է տարբերակում դնել միջազգային ավելի ընդհանուր չափանիշներով հետազոտությունների և Հայաստանում կատարված առավել հիմնային ուսումնասիրությունների միջև: Վերջինը տրամադրում է շատ ավելի մանրամասն տեղեկատվություն, սակայն այն պետք է դիտարկել որպես առաջին հիմնային դրույթներ, որոնք պետք է հետևողականորեն հարստացվեն հետագա տարիների ընթացքում:

III.1. Մակրո մակարդակ, տվյալների հայթայթում ու մարտահրավերներ

Միջազգային հետազոտությունները, ինչպիսին են օրինակ ՄԱԶԾ-ի (ՄԱԿ-ի Զարգացման ծրագիր) Մարդկային զարգացման զեկույցը և ԳԱԻ-ն (Գենդերային անհավասարության ինդեքսը), ինչպես նաև Համաշխարհային տնտեսական ֆորումից ԳԿԻ-ն (Գենդերային կոնֆլիկտի ինդեքսը)², կարող են տրամադրել բավականին ընդհանրացված տեղեկատվություն միտումների և մակրո մակարդակին վերաբերող որոշ առանցքային

² Տե՛ս՝ http://www3.weforum.org/docs/WEF_GenderGap_Report_2012.pdf

դրույթների վերաբերյալ: Համաձայն ԳԿԻ ցուցանիշի՝ աշխարհի 135 երկրների ցանկում Հայաստանը զբաղեցնում է 92-րդ տեղը: Այլ երկրների համեմատությամբ այդ ցուցանիշը վերջին տարիներին իջել է: Այս ԳԿԻ ցուցանիշը հաշվի է առնում այնպիսի ցուցանիշեր, ինչպիսին են տնտեսական մասնակցության ցուցանիշը (Հայաստանը զբաղեցնում է 76-րդ տեղը), կրթության ոլորտում ձեռքբերումները (25-րդ տեղ), առողջապահություն և գոյատևում (130-րդ տեղ) և քաղաքական ձեռքբերումներ (114-րդ տեղը), (տե՛ս ստորև բերված աղյուսակում): Համաձայն ՄԱԶԾ ԳԱԻ ցուցանիշի՝ Հայաստանը աշխարհի 148 երկրների ցանկում զբաղեցնում է 59-րդ տեղը:

Գնահատման տարբեր ցուցանիշները կապված են գենդերային տարբեր չափանիշների կիրառման հետ: Այնուամենայնիվ, դրանք երկուսն էլ ներկայացնում են համընդհանուր բացահայտումներ: Երկուսն էլ դրականորեն են գնահատում կրթական ոլորտում կանանց և տղամարդկանց հավասար ներգրավվածության հանգամանքը՝ ներառյալ միջնակարգ և բարձրագույն կրթական աստիճանները (մոտ 94% կանանց և տղամարդկանց մասնակցություն): Սակայն երբ խոսքը վերաբերում է այլ գործառույթներին, որոնք կապված են իրական իշխանության և դրա միջոցների հասանելիության հետ (օրինակ՝ կանանց ներկայացվածությունը Ազգային ժողովում, ԳԿԻ ցուցանիշը 104 է) կամ աշխատավարձերի հավասարություն (ԳԿԻ ցուցանիշը 108 է), Հայաստանը բավականին հետ է կանանց՝ իշխանությանը և տնտեսական ռեսուրսներին հասանելիության առումով:

Մակրո տվյալների վերլուծությունը տալիս է ընդհանրական պատկերացում: Այն մատնանշում է առավել համալիր քաղաքականության անհրաժեշտություն, որպեսզի Հայաստանում հաստատվի հիմնարար գենդերային հավասարություն: Ինչպես նշվեց ներածական հատվածում, Հայաստանի կառավարությունը հաստատել է Գենդերային քաղաքականության ռազմավարությունը, սակայն 2010թ-ից մինչ օրս որևէ էական առաջընթաց չի նկատվում:

Ներկայիս կանանց ձեռներեցությանը վերաբերող հայաստանյան հետազոտությունները (տե՛ս 1 հղմամբ) տալիս են ավելի հիմնավոր վերլուծություններ: Դրանք բոլորը մատնանշում են տեղեկատվության պակասը ՓՄՁ-ների վերաբերյալ, որը հատկապես մեծ է կին գործարարներին վերաբերող տվյալների դեպքում: Գոյություն ունեցող պաշտոնական վիճակագրությունները տեղեկատվություն են տրամադրում պարզապես կին և տղամարդ գործարարների բիզնեսի գրանցման վերաբերյալ: Նյութը համալիր տեղեկատվություն չի պարունակում բիզնեսի իրական պատկանելության, դրա ղեկավարման, աշխատակիցների

կառուցվածքի և հենց բիզնեսի վերաբերյալ: Բացի առավել համալիր տեղեկատվությունից, կա նաև հարցին առավել իրատեսական մոտեցման խնդիր, ինչին դոնոր և աջակցող կազմակերպությունները հիմնականում համաձայն են:

ՓՄՁ ԶԱԿ-ը առաջարկում է կանանց ՓՄՁ-ների հետևյալ սահմանումը.

Կանանց ձեռնարկությունը գրանցված ձեռնարկություն է, որտեղ

- (a) Ղեկավար անձնակազմի ավելի քան 60%-ը կանայք են (կանանց կողմից ղեկավարվող ձեռնարկություններ՝ ԿՂՁ), կամ
- (b) Սեփականության 50%-ից ավելին պատկանում է կանանց (կանանց պատկանող ձեռնարկություններ՝ ԿՊՁ), կամ
- (c) Աշխատողների 50%-ից ավելին կանայք են (մեծամասամբ կին աշխատողներ ունեցող ձեռնարկություններ՝ ԿԱՁ).

ՓՄՁ ԶԱԿ-ը այս սահմանումն է օգտագործում որպես հղում, իսկ այլ հետազոտական ուսումնասիրություններ դեռ օգտվում են բիզնեսների գրանցման տեղեկատվությունից՝ որպես իրենց վերլուծությունների հիմք:

Համաձայն վիճակագրական տվյալների՝ Հայաստանի կանանց 55%-ը և տղամարդկանց 73%-ը համարվում են տնտեսապես ակտիվ: Իսկ երբ խոսքը վերաբերում է կին ձեռնարկատերերին, ապա ըստ վիճակագրական տվյալների կանանց միայն 32%-ն է հանդիսանում գրանցված բիզնեսի սեփականատեր: Համաձայն հետազոտությունների՝ այս տոկոսային ցուցիչը ոչ մի կապ չունի իրականության հետ: Կարծես թե ընդունված է, որ տղամարդիկ իրենց ձեռնարկությունները գրանցում են իրենց կանանց կամ աղջիկների անունով կա՛մ այն պատճառով, որ իրենց անվամբ գրանցված բիզնես արդեն ունեն, կա՛մ փորձում են խուսափել մեծ տոկոսադրույքներից: Կին գործարարներին հասանելի ֆինանսավորման հիմնադրամները նույնպես շարժառիթ են հանդիսանում կանանց անունով գրանցելու այն բիզնեսները, որոնց սեփականատերերը իրականում տղամարդիկ են: Սա հատկապես վերաբերում է դոնոր ծրագրերին: Այդ իսկ պատճառով ազգային հետազոտությունները նախապատվությունը տալիս են այն բիզնեսներին, որոնք ոչ միայն գրանցված են կանանց անունով, այլև դրանց ղեկավարումը անմիջականորեն կատարվում է կանանց կողմից: Այսպիսով, ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ իրականում միայն 13%-ն են իրական կին ձեռնարկատերեր:

III.2. Կանանց ձեռներեցության նոր ոլորտներ Հայաստանում

Համաձայն գոյություն ունեցող տվյալների՝ կանայք որպես ձեռներեցներ ակտիվ են հիմնականում այն ոլորտներում, որտեղ մուտքի արգելքներն ավելի ցածր են, ուր հեշտ է կրկնօրինակել բիզնեսը, հաճախ որտեղ կա երկարատև մրցակցության ցածր ցուցանիշ, մասնագիտացման ցածր պահանջներ և արդեն հազեցած շուկաներ:

Կանանց բիզնեսներին բնորոշ ոլորտներ

Ծառայություններ՝ վերանորոգում/նորաձևության սրահներ, դիզայնի սրահներ, հասարակական սնունդ, դիզայնի սրահներ, կենտրոն, մարզասրահ, կրթական ծառայություններ և այլն:	գեղեցկության սրահներ,
Առևտուր՝ սնունդ, կենցաղային կոսմետիկայի վերավաճառք, հիգենայի պարագաներ և այլն:	պարագաներ, հագուստ,
Գյուղատնտեսություն՝ անասնապահություն, բանջարանոցային մշակաբույսերի աճեցում, քիչ քանակությամբ սննդի վերամշակում և այլն:	այգեգործություն,
Արտադրություն՝ հագուստ, հրուշակեղեն, հացաբուլկեղեն:	

Կանանց դերը սկսնակ գործարարության մեջ

Հաշվի առնելով Հայաստանում կին գործարարների թվի ցածր ցուցանիշը (տե՛ս վերևում՝ 13%)՝ շատ կարևոր է աջակցել պոտենցիալ կին ձեռնարկատերերին, որը կմեծացնի նրանց մասնակցության բաժնեմասը երկրի ընդհանուր տնտեսության մեջ: Վերջին տարիներին ՓՄՁ ԶԱԿ-ը տարբեր համայնքներում աջակցել է բազմաթիվ սկսնակների: Այս տվյալների վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ 2011-ին և 2012-ին ստացված հայտերի 40%-ը պատկանում են կանանց: Սակայն ի վերջո գրանցված կանանց բիզնեսների թիվը շատ ավելի ցածր է: 2010թ-ին դիմումների միայն 27.3%-ը հանգեց բիզնեսի գրանցմանը, իսկ 2012-ին՝ միայն 20.5%-ը: Զգրանցվելու հիմնական պատճառներից մեկը նորարարական մտահղացումների բացակայությունն է:

Հասարակության մեջ սկսնակների, ինչպես նաև կին աշխատակիցների և ձեռներեցների թվի ավելացումը դրական տեղաշարժ է համարվում տնտեսական զարգացման առումով: Հաշվի առնելով վերևում բերված թվերը՝ ակնհայտ է դառնում, որ Հայաստանը պետք է ավելի մեծ ջանքեր

գործադրի աջակցելու կին գործարարներին նոր աշխատատեղերի ստեղծման հարցում: Այս նպատակների համար անհրաժեշտ է նաև զարկ տալ նորարարական բիզնեսի զարգացմանը: Գոյություն ունեցող կանանց ձեռնարկությունների մեծամասնությունը պատկանում են այն ոլորտին, ուր հասարակությունը բնականորեն ակնկալում է տեսնել կին գործարարի: Միննույն ժամանակ բիզնեսները պատկանում են այնպիսի ոլորտների, ուր շուկաները արդեն բավականին հագեցած են և մեծ մրցակցությունը հանգեցնում է ավելի ցածր եկամտի:

Վերևում ասվածից կարելի է եզրակացնել, որ բացի աջակցության համար անհրաժեշտ քաղաքական պահանջներից՝ անհրաժեշտ է նաև հզորացնել կանանց ձեռներեցությունը՝ հասանելի դարձնելով ավելի որակյալ բիզնես ծառայությունները, ստեղծելով կին գործարարներին աջակցող ավելի հզոր կազմակերպություններ և միություններ, ինչպես նաև պոտենցիալ կին գործարարներին տրամադրելով առավել նպատակային աջակցություն տարբեր աջակցող կառույցների, դոնոր կազմակերպությունների և պետական ծրագրերի միջոցով:

Այս նպատակներին հասնելու համար անհրաժեշտ է մշակել առավել համալիր և համակարգված միջամտություն մեզո և միկրո մակարդակներում: Շատ կարևոր է նաև հասարակության մեջ արմատավորել կին ձեռնարկատիրոջ կարևորության գաղափարը երկրի զարգացման գործում, ինչը նաև պահանջում է լուրջ աշխատանք մետա մակարդակում՝ փոխելով ավանդական դերաբաշխումը և տնտեսության մեջ ներգրավելով ավելի մեծ թվով պոտենցիալ և նորարար կին ձեռնարկատերերի:

Հաջորդ գլխում առավել խորը անդրադարձ կկատարվի միկրո, մեզո և մետա մակարդակներում առաջացած խնդիրներին և կարիքներին: Վերջիններիս հիման վրա էլ կհավաքագրվեն և կկազմվեն անհրաժեշտ տվյալները և գործողությունների ծրագիրը:

IV. Հայաստանում կանանց ձեռներեցության զարգացման նպատակով համակարգային միջամտությունների հնարավորությունները

IV.1. Միկրո մակարդակի բացահայտումներ և մարտահրավերներ

Երկրի ՀՆԱ-ում ՓՄՁ-ների մասնակցության ցուցանիշը 2010թ-ին

տատանվել է 40%³-30%⁴ սահմաններում: ՓՄՁ-ներից շատերը ակտիվ են առևտրի (44%) և ծառայության ոլորտներում, և միայն 21,9%-ն է հիմնված արդյունաբերության վրա:⁵ Հատկապես փոքր ձեռնարկություններում աշխատանքի արդյունավետությունը ցածր է: Մինևույն ժամանակ ձեռնարկատիրական կրթությունը գրեթե իսպառ բացակայում է Հայաստանում:⁶ Արտադրության ոլորտում ավելացված արժեքը համեմատաբար ցածր է, որի հիմնական պատճառներն են՝ նոր տեխնոլոգիաների բացակայությունը, բիզնեսի կառավարման և արտադրական հմտությունների հետ կապված խնդիրները: Դա նշանակում է, որ Հայաստանում ընդհանուր առմամբ և՛ կանանց, և՛ տղամարդկանց բիզնեսների մրցունակության մարտահրավերները բավականին սուր են:

Կին գործարարներին հատուկ թույլ կողմերը կարելի է առանձնացնել հետևյալ ոլորտներում.

- Ընդհանուր ձեռնարկատիրական գիտելիքներ՝ կապված գործնական փորձի և շուկայի վերաբերյալ տեղեկացվածության հետ: Մա ակնհայտ է դառնում մասնավորապես գործարար գաղափարների ընտրության ժամանակ, որոնք հիմնականում կենտրոնացած են այնպիսի ոլորտների վրա, ուր հեշտ է կրկնօրինակել որևէ բիզնես: Դրանք հիմնականում այն ոլորտներն են, որոնք ունեն գիտելիքի համեմատաբար ցածր պահանջ: Նրանք կենտրոնանում են առաջին անհրաժեշտության ապրանքների վաճառքի և ծառայությունների մատուցման վրա: Դրանք նաև համեմատաբար ավելի հազվեցած և սուր գնային մրցակցություն ունեցող շուկաներն են:
- Ծառայության ոլորտում կին գործարարները հիմնականում ավելի ակտիվ են քիչ գիտելիք պահանջող ոլորտներում, որոնք, մինևույն ժամանակ, քիչ պահանջարկ ունեն շուկայում (տե՛ս նաև ստորև բերված բիզնես ոլորտները):
- Առավել մասնակի թերի կողմերը վերաբերում են հաշվապահությանը, հարկային և ֆինանսական ոլորտներին, գործարար կառավարմանը, մարքեթինգին, առաջնորդության հմտություններին և մասնավոր տեխնոլոգիական գիտելիքներին:
- Երբ գործը հասնում է արտաքին գործարար կապերին, մատակարարներին և վաճառող-գնորդ փոխհարաբերություններին, կին գործարարները բավականին սահմանափակ են, որի պատճառը

³ www.smednc.am

⁴ Տե՛ս «2011թ-ի փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման ազգային ռազմավարություն», գլուխ 9, էջ 3

⁵ Տե՛ս էջ 3.

⁶ Տե՛ս «2011թ-ի փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման ազգային ռազմավարություն», գլուխ 5, էջ 5

հիմնականում ժամանակի սղությունն է՝ կապված նաև ընտանիքի ներսում իրենց կրկնակի դերի հետ՝ որպես մայր և տնային տնտեսուհի:

- Կին գործարարները շատ թույլ դերակատարություն ունեն արտադրության ոլորտում, ուստի նաև թույլ դերակատարություն ունեն ավելացված արժեքով արտադրանքի և դրա հետ կապված այլ արժեշրթաններում: Երբ խոսքը գնում է գյուղատնտեսության, արդյունաբերության կամ առևտրի ոլորտների մասին, ապա այս արժեշրթայում կանայք հիմնականում ընդգրկված են որպես աշխատողներ:

Միկրո մակարդակում կանանց ձեռնարկատիրության զարգացման առանցքային մարտահրավերները

Մոտ ապագայում Հայաստանում կանանց ձեռնարկատիրության զարգացման հիմնական մարտահրավերներից մեկը կլինի մեծացնել և զարգացնել վերջիններիս մուտքի հնարավորությունները առավել գիտելիք պահանջող ոլորտներ, արտադրության ոլորտում արժեքի ավելացմանը (օրինակ գյուղատնտեսական արտադրանքի հետագա վերամշակում), ինչպես նաև կին ձեռնարկատերերի ներգրավմանը նոր և հետագայում վերամշակվող արտադրության ոլորտ: Այս ոլորտները պետք է որ կին գործարարների ձեռնարկատիրական հնարավորությունների և կայունության բարձրացման սկզբնակետ լինեն: Այնուամենայնիվ, այս գործընթացը պահանջում է աջակցող կազմակերպությունների ակտիվ մասնակցություն, ինչպես նաև հայ հասարակության մեջ կնոջ դերի կարծրատիպերի վերանայում:

IV.2. Մեզո մակարդակի բացահայտումներ և խնդիրներ

Հայաստանում գործարար ծառայություններ մատուցող կազմակերպությունները ինստիտուցիոնալ մակարդակում դեռ բավականին թույլ են: Հայաստանում կան մի քանի մասնավոր գործարար ծառայություններ մատուցող կազմակերպություններ: Այնուամենայնիվ, այս ոլորտում գերակա դերակատարություն ունի ՓՄՁ ԶԱԿ-ը՝ որպես ՓՄՁ զարգացման ազգային կենտրոն: Այս դերակատարությունը շատ ավելի կարևոր է դառնում հատկապես մարզերում, ուր նման ծառայություններ մատուցող կազմակերպություններ չկան, բացառությամբ մի քանի փոքր կազմակերպությունների, որոնք հիմնականում կազմակերպում են գործարար ծրագրի կազմման դասընթացներ կամ հանդիսանում են հակակոռուպցիոն գրասենյակներ:

Անցած տարվա ընթացքում ՓՄՁ ԶԱԿ-ն աջակցել է սկսնակների

զարգացմանը, հարկային խորհրդատվությանը, գործարար ծրագրերի կազմմանը և հաշվապահությանը վերաբերող դասընթացների կազմակերպմանը: Այս աշխատանքը կատարում է ՓՄՁ ԶԱԿ-ը, որովհետև մարզերում գործարար ծառայություններ մատուցող կամ աջակցող կազմակերպություններ գրեթե չկան: Չնայած մեծ ջանքերին՝ նրանք չեն կարող ամբողջությամբ բավարարել մարզերում գործող ՓՄՁ-ներին, ինչպես նաև կին գործարարներին աջակցության պահանջարկը:

Կին ձեռնարկատերերի տնտեսական և քաղաքական հզորացման գործընթացին, բացի ազգային կազմակերպություններից, սկսել են մասնակցություն ցուցաբերել նաև որոշ դոնոր կազմակերպություններ: ԱՄՆ ՄՁԳ-ն մշակել է “Ձեռնարկությունների զարգացման և շուկայի մրցունակության” նոր աջակցության ծրագիր: Գործարար հետազոտման և զարգացման կենտրոնը (ԳՀՁԿ) նախագծում և իրականացնում է մի շարք ուսումնասիրություններ և հետազոտություններ, որոնք վերաբերում են նաև սկսնակ կին ձեռներեցներին:

ԵԱՀԿ-ն սկսել է Կանանց ռեսուրսային կենտրոնների ցանցի ստեղծում Սյունիքի մարզում, ուր տրամադրում է միջոցներ՝ օգնելով կանանց սկսել իրենց ձեռնարկատիրական գործունեությունը: Բացի առաջարկվող դասընթացներից և խորհրդատվությունից՝ կենտրոնը նաև իրականացնում է տարբեր հետազոտություններ և գնահատումներ, տրամադրում է տարբեր գործակալությունների կոնտակտներ և տեղացի կին ձեռնարկատերերին տրամադրում է տարբեր մատչելի ծառայություններ: Անցած տարիների ընթացքում ՎՁԵԲ-ն իր՝ “Օժանդակություն փոքր ձեռնարկատիրությանը” (ՕՓՁ) և “Կինը ձեռնարկատիրության մեջ” (ԿՁՄ) ծրագրերով աջակցել է Հայաստանում կնոջ տնտեսական զարգացմանը: Այստեղ նրանք տրամադրում են որոշ ծառայություններ նոր և երիտասարդ կին ձեռնարկատերերին, օրինակ՝ ուղեկցում, մենթորություն, գործուղումներ և այլն: ՎՁԵԲ-ը նաև սկսել է ընդլայնել գործարար խորհրդատվության ծառայությունները, հատկապես այնպիսի ֆինանսական հաստատությունների, որոնք աջակցություն են ցուցաբերում կին ձեռնարկատերերին:

Հայաստանում կին ձեռնարկատերերի շահերը պաշտպանող մեկ այլ կարևոր դերակատար է ՀԵԿԱ-ն (Հայաստանի երիտասարդ կանանց ասոցիացիա): Այս ասոցիացիան մեծ դերակատարություն ունի Երևանից դուրս կին գործարարների զարգացման և ցանցի ստեղծման հարցում: Նրանք նաև աջակցել են հստակ եկամտի ստեղծման նախագծեր, ինչպիսին են ջերմոցային լաբորատորիաների ստեղծումը, կին գործարարների մրցանակաբաշխությունը և բիզնես դասընթացներ ու սեմինարների անցկացումը հատկապես մարզերում: Աջակցման գործընթացն

ապագայում զարգացնելու համար շատ կարևոր է կոորդինացնել բոլոր շահագրգիռ կազմակերպությունների աշխատանքը և բացահայտել նրանց կողմից իրականացվող աջակցման ծրագրերի հիմնական ուղղությունները:

Մեզո մակարդակում կանանց ձեռնարկատիրության զարգացման առանցքային մարտահրավերները

Գործարար ծառայությունների կարիքների առաջին հետազոտությունը հստակ ցույց տվեց, որ կին ձեռնարկատերերի պահանջները շատ նման են տղամարդ ձեռնարկատերերի պահանջներին: ⁷Այսպիսով, Հայաստանում կանանց ձեռներեցության խրախուսմանը վերաբերող խնդիրները կապված են ոչ այնքան ծառայությունների, որքան դրանց ընդհանուր հասանելիության հետ: Այս առումով շատ կարևոր է կիրառել առավել ներառական մոտեցում: Կին ձեռներեցները պետք է ավելի շատ ընդգրկված լինեն գոյություն ունեցող ծառայություններում, ինչպես նաև անհրաժեշտ է մեծացնել ընդհանրապես ՓՄՁ-ներին մատուցվող ծառայությունների թիվը, այդ թվում՝ գիտելիքահեն ոլորտների զարգացմանը վերաբերող: Հատկապես կին ձեռներեցության դեպքում հաջողության առանցքային խնդիրը հայ հասարակության մեջ կնոջ դերի վերաբերյալ կարծրատիպային մոտեցման վերանայումն է:

IV.3. ՄԵՏԱ ՄԱԿԱՐԴԱԿԻ ԲԱՑԱՀԱՅՏՈՒՄՆԵՐՆ ՈՒ ՄԱՐՏԱՀՐԱՎԵՐՆԵՐԸ

Ընդհանուր առմամբ, կանանց ձեռնարկատիրության խթանման ուղղվածությունը միկրո, մեզո և մակրո մակարդակներում էականորեն կախված է նաև հասարակության զարգացման մակարդակից (մետա մակարդակ) և գերիշխող մոդելներից, ինչպես նաև ավանդական վարքագիծը, կարծրատիպերը և նահապետական վերաբերմունքը փոխելու պատրաստակամությունից:

Ըստ առկա կարիքների գնահատման հետազոտությունների՝ հայկական միջավայրում դեռևս կան գերիշխող սոցիալական կարծրատիպեր, որոնք ունեն այն համոզմունքը, որ գործարարության զարգացումը տղամարդկանց պարտավորությունն է: Սա հիմնականում Հայաստանի գյուղական բնակավայրերին է բնորոշ, ուր ընտանիքի հիմնական կերակրողը տղամարդն է: Այս մոտեցումը սակայն փոխված է մեծ քաղաքներում,

⁷ Տե՛ս կին ձեռներեցների կարիքների ուսումնասիրություն

ինչպիսին Երևանն է, որտեղ վարքագծերի կարծրատիպերը տարբեր են և դերերի բաշխումն էլ՝ ավելի մեղմ: Դեռևս շատ կանայք իրենց չեն տեսնում գործարարի դերում, քանի որ ինքնավստահության պակաս ունեն: Սա է պատճառը, որ կանանց բիզնեսները հիմնականում ավանդական բիզնեսներ են, որտեղ կնոջ դերն ընդունված և ընկալելի է հասարակության կողմից:

Մետա մակարդակում կանանց ձեռներեցության զարգացման հիմնական մարտահրավերները

Անհրաժեշտ կլինի փոխել ավանդական դերային մոդելները Հայաստանում: Կան որոշակի եղանակներ խրախուսելու համար նոր մոդելները մետա մակարդակում: Դրանք կապված են իրազեկության բարձրացման, ինչպես նաև հատուկ գործողությունների հետ միկրո, մեզո և մակրո մակարդակներում: Կարևոր կլինի խթանել կանանց մուտքը ձեռնարկատիրության զարգացմանը և բիզնես հմտություններին, ինչպես նաև գիտելիքահեն կանանց բիզնեսը, և իրազեկել հաջողակ կին գործարարների մասին՝ ներկայացնելով նրանց որպես նոր մոդելներ, որոնց օրինակին կարելի է հետևել:

V. ԿԱՆԱՆՑ ԶԵՌՆԵՐԵՑՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՀԱՄԱԿԱՐԳԱՅԻՆ ՄԻՋԱՄՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Կանանց ձեռնարկատիրության զարգացման համար անհրաժեշտ է համակարգված մոտեցում ցուցաբերել, որը սիներգետիկ ձևով կհասցեավորի տարբեր մակարդակների հիմնական մարտահրավերները:

Ստորև ներկայացված են միջամտությունների հիմնական ասպարեզները.

1. **Պետական, դոնոր և գործարար կազմակերպությունների միջև համակարգում (մակրո-միկրո մակարդակներ)՝ ընդհանուր ուղղության և ոլորտների առումով:** Կանանց ձեռներեցության զարգացումը մեծապես կախված է Հայաստանում բիզնեսի զարգացմանը նպաստող կողմերի շահագրգռությունից և հանձնառությունից: Կարևոր է, որ տարբեր ծրագրերն ու ռազմավարությունները համակարգված լինեն և համաձայնության գան ընդհանուր ռազմավարության շուրջ: Այս փաստաթուղթը պետք է հիմք ծառայի համատեղ գործողությունների իրականացման համար:
2. **Օժանդակող կառույցների աջակցության միջոցով տարբերակված տվյալների տրամադրում (մակրո-մեզո մակարդակներ):** Ռազմավարության կարևոր ասպարեզներից

մեկը տեղական և ազգային տնտեսության մեջ կանանց դերի վերաբերյալ առավել տարբերակված տվյալների հայտնաբերումն է: Տնտեսական զարգացման մեջ տղամարդկանց և կանանց դերի վերաբերյալ տվյալների հավաքագրումը չպետք է պատահական բնույթ կրի: Ավելի շուտ պետք է սկսել ՓՄՁ-ների զարգացմանն ուղղված գոյություն ունեցող ծրագրերի դիտարկումից: Այս ծրագրերի առկա տվյալները պետք է լրացուցիչ համալրվեն սեռային տարրոշման առումով: Օժանդակ կառույցները, ինչպիսին են ՓՄՁ ԶԱԿ-ը, ՓՄՁ զարգացման այլ կազմակերպություններ, դոնորներ, կարող են նպաստել տվյալների կենտրոնացված հավաքագրմանը:

3. **Կին ձեռներեցների սահմանումը (մակրո-մեզո մակարդակ):** Ներկայումս չկա կանանց բիզնեսի համընդհանուր սահմանում: Գոյություն ունեցող պրակտիկայում կանանց և տղամարդկանց բիզնեսները տարբերակվում են բիզնեսի գրանցման տվյալներից ելնելով, սակայն տարբերակման այդ մոտեցումը հուսալի չէ: Առաջարկվում է ձևավորել նոր սահմանում՝ հիմնական կանանց առաջխաղացման ոլորտում շահագրգիռ կողմերի միջև փոխհամաձայնեցմամբ:
4. **Կանանց և տղամարդկանց բիզնես ծառայությունների ընդլայնում և առավել ընդգրկուն մոտեցման խթանում (մակրո-մեզո մակարդակ):** Առկա խթանման գործունեությունը պետք է առավել շատ կանանց ներառի (ներառական մոտեցում): Սա նշանակում է, որ շեշտը պետք է ավելի շատ դրվի դոնորների կողմից աջակցման ծրագրերի, ՓՄՁ ԶԱԿ-ի, առևտրաարդյունաբերական պալատների և այլ գործարար ու աջակցող կազմակերպությունների կողմից մատուցվող աջակցման ծրագրերում կանանց ընդգրկման վրա:
5. **Իրազեկության ստեղծում և գոյություն ունեցող հաջողակ կամ սկսնակ կին գործարարների հաջողված պատմությունների վերհանում (մետա-մեզո մակարդակ):** Հասարակության մեջ դերային մոդելների և կարծրատիպերի փոփոխությունը հնարավոր կլինի, եթե նոր մոդելներն ավելի լավ ճանաչում ստանան, քան ավանդականները: Հաջողված պատմությունները ձեռներեց դառնալու ցանկություն ունեցող կանանց հնարավորություն են ընձեռում հանդես գալու նոր դերային մոդելներում: Նման դեպքերում կին և տղամարդ գործարարների

հաջողված պատմությունների վերհանումը կարող է ապահովել տեղականը, ինչպես նաև շարժիչի դեր կատարել երիտասարդ սերնդի համար, որպեսզի ներգրավվեն ինքնազբաղվածության կամ ձեռներեցության մեջ:

- 6. Օգտագործելով արժեքային շղթաների, կլաստերների և ՏՏՁ մոտեցումները՝ բացահայտել կլին ձեռնարկատերերի և աշխատողների աջակցության կոնկրետ պահանջները (միկրո-մեզո մակարդակ):** ՓՄՁ ԶԱԿ-ը, ինչպես նաև այլ կազմակերպություններ, օգտագործում են արժեքային շղթաների, տեղական տնտեսական զարգացման (ՏՏՁ) և կլաստերային մոտեցումները՝ տեղական բիզնեսներին առավել արդյունավետ աջակցություն ցուցաբերելու համար (Տե՛ս նաև ՓՄՁ ռազմավարություն, գլուխ 6՝ համայնքային և տարածաշրջանային զարգացում): Վերլուծելով կլին ձեռնարկատերերի դիրքը արժեքային շղթայում, տեղական տնտեսության մեջ և բացահայտելով նրանց զարգացման կոնկրետ խոչընդոտները՝ գործարար ծառայություններից և գիտելիքային ռեսուրսներից օգտվելու առումով, կարևոր կլինի պարզել աջակցման սկզբնակետերը: ՏՏՁ-ով կամ կլաստերային մոտեցմամբ պետք է հատկապես վերլուծվի, թե ինչով են տեղական աջակցող կազմակերպությունների, ինչպես նաև տեղական քաղաքականությունն իրականացնողների ներկայացուցիչները ապահովում կլին (պոտենցիալ) գործարարներին, աջակցում սկսնակներին, հատկապես այն տարածքներում, որտեղ կանայք ունեն հաջողակ լինելու հատուկ ներուժ, ինչպես նաև այնտեղ, որտեղ նրանք չեն ինտեգրվել: Ըստ վերլուծության արդյունքների անհրաժեշտ է ձեռնարկել համապատասխան գործողություններ:
- 7. Կլին ձեռնարկատերերի ընդգրկում ֆորմալ և ոչ ֆորմալ բիզնես ցանցերում (միկրո-մեզո մակարդակ):** Ներկայումս Հայաստանում կլին ձեռնարկատերերն ունեն թույլ տնտեսական և քաղաքական ձայն: Կարևոր կլինի խթանել ֆորմալ և ոչ ֆորմալ բիզնես ցանցերը կլին ձեռնարկատերերի միջև, ինչպես նաև ուժեղացնել հասանելիությունը դեպի բիզնես ասոցիացիաներ և գործարար ցանցեր:

VI. ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ ԿԱՆԱՆՑ ՁԵՌՆԵՐԵՑՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅԱՆ ՉԱՓՈՐՈՇԻՉՆԵՐ

Կանանց ձեռներեցության ռազմավարության նպատակն է՝ բարելավել Հայաստանում կին գործարարների քանակը: Դա հնարավոր կլինի, եթե, նախ և առաջ, տարբեր շահագրգիռ կողմերն ակտիվ լինեն և պատասխանատու լինեն կանանց ձեռներեցության խթանման հարցում, հետևեն, միավորեն, համակարգային աջակցություն ցուցաբերեն: Երկրորդ ըստ վերը նշված ուղղությունների՝ կոնկրետ գործողություններ պետք է իրականացվեն: Կոնկրետ ասպարեզներում գործողությունների հստակեցումն ու համակարգումը կլինի հաջողությանը կարևորագույն գործոններից մեկը:

Ընդհանուր չափորոշիչները գործողությունների ծրագրերի նախագծման հիմք կհանդիսանան և պետք է հասցեավորեն վերը նշված մրցունակության տարբեր մակարդակներում առկա հիմնական խնդիրները:

Հետևյալ հիմնական չափորոշիչները կարող են ուղեցույց հանդիսանալ հետագա քննարկումների համար:

Հիմնական շահառուների համախմբում և համակարգում

1. Ստեղծվել է համակարգման հանձնաժողով հիմնական շահառուների մասնակցությամբ, ինչպիսիք են՝ կանանց ձեռներեցության ռազմավարությունը խթանող դոնոր և աջակցող կազմակերպությունները:

Առավել տարբերակված տվյալների տրամադրում

2. Բացահայտվել են կանանց ակտիվ մասնակցություն ունեցող հիմնական ոլորտները և արժեքային շղթաները:
3. Բացահայտվել են պոտենցիալ նորարարական բիզնես հնարավորություններ կանանց ձեռնարկատիրության համար: Պոտենցիալ սկսնակ գործարարներին աջակցություն է ցուցաբերվում Հայաստանում կանանց գործարարությանն ուղղված գործող ծրագրերի միջոցով:
4. Առաջիկա տարիներին տնտեսական ինֆորմացիան ՓՄՁ-ների և դրանց խոչընդոտների վերաբերյալ տարբերակված է ըստ կանանց և տղամարդկանց բիզնեսների: Ամենամյա հետազոտությունները նկարագրում են միտումներն ու կոնկրետ պահանջները:
5. Վերլուծվել է կանանց դերը գերիշխող արդյունաբերական և ծառայությունների մատուցման ցանցերում իբրև աշխատողներ կամ ձեռնարկատերեր, և նրանց դերի բարելավմանն ուղղված առաջին

գործողություններն արդեն սկսված են:

Կանանց ՓՄՁ-ների սահմանումը

6. Կանանց ձեռնարկությունների պաշտոնական սահմանումն ընդունված է համակարգող կոմիտեի կողմից:

Հետևել բիզնեսի զարգացման ծառայությունների առումով առավել ներառական մոտեցմանը

7. Բիզնեսի զարգացման ծառայություններ մատուցողները ապահովում են իրենց ծառայություններում կանանց մասնակցության աճ:
8. Ի հավելումն բիզնեսի զարգացման ծառայություններում կանանց մասնակցության աճի, հիմնական աջակցող կազմակերպությունները և բիզնեսի զարգացման ծառայություններ մատուցողներն ավելացրել են հատուկ ծառայությունների մատակարարումը նորարարությամբ զբաղվող կանանց և նորարարական ապրանքների համար:

Իրազեկության ստեղծում և հաջողված պատմությունների վերհանում

9. ՓՄՁ աջակցությանն ուղղված ինստիտուտները մշակել են հաջողակ կին գործարարների հաջողության պատմություններ:

Օգտագործելով արժեքային շղթաների, կլաստերային և տեղական տնտեսական զարգացման մեթոդները՝ բացահայտել կին գործարարների և աշխատողների աջակցության կոնկրետ պահանջները

10. Յուրաքանչյուր տարի արժեքների շղթան վերլուծվում է՝ ըստ կին աշխատողների և ձեռներեցների դերի, և տրվում են աջակցության առաջարկներ:
11. Հայաստանում գործող գյուղատնտեսական զարգացման, տեղական տնտեսական զարգացման և արժեքային շղթաների զարգացման ծրագրերն իրենց վերլուծական մեթոդներում ինտեգրել են կին գործարարներին՝ իբրև հատուկ թիրախային խումբ:

Կին ձեռներեցների ընդգրկում գործարար և տեղեկատվական ցանցերում

12. ՓՄՁ ծրագրերը պետք է իրենց աջակցության բիզնես ցանցերում ներառեն նաև կանանց: Սա կարելի է ցույց տալ ցանցում գոյություն

ունեցող կին անդամների տեսակարար կշռի աճով:

13. Կանանց ուղեկցման ցանցերի և մենթորային ծրագրերի խթանումը ավելացնում է կանանց բիզնեսի մուտքը դեպի ցանցեր: