



კორონავირუსის პანდემიის
ზეგავლენა ეკლ მენარმეებზე

2020

კვლევის ანგარიში მომზადდა ევროპის ფონდის დაკვეთით, CRRC-საქართველოს მიერ, შვედეთის საერთაშორისო განვითარებისა და თანამშრომლობის სააგენტოს (Sida) და დანიის საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს (Danida) მხარდაჭერით. ანგარიშში წარმოდგენილი გამოთქმული შეფასებები და მოსაზრებები შესაძლოა, არ ემთხვეოდეს შვედეთის საერთაშორისო განვითარებისა და თანამშრომლობის სააგენტოსა და დანიის საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს პოზიციებს.



საავტორო უფლებები დაცულია და ეკუთვნის ევროპის ფონდს
© ევროპის ფონდი, დეკემბერი, 2020 წ.



სარჩევი

კვლევის რეზიუმე.....	5
შესავალი	7
მეთოდოლოგია.....	10
კვლევის შედეგები	11
ქალების ბიზნესსაქმიანობასთან დაკავშირებული საკითხები	11
საქმიანობის ფორმა და სექტორი.....	11
ქალ მეწარმეთა ბიზნესსუბიექტების მოცულობა	16
ბიზნესის დაწყება და ფინანსების განკარგვა	18
კორონავირუსის გავლენა საქართველოში მოღვაწე ქალ მეწარმეებზე	24
პანდემიის შედეგები.....	24
პანდემიის შედეგებთან გამკლავება	29
სახელმწიფო დახმარება.....	32
ქალი მეწარმეების სამომავლო გეგმები.....	36
გენდერული საკითხები	38
ბიზნესსაქმიანობის გენდერული ასპექტები.....	38
დასკვნები და რეკომენდაციები.....	47
ბიბლიოგრაფია	50

დიაგრამები

დიაგრამა 1: რესპონდენტების განაწილება რეგიონების მიხედვით.....	11
დიაგრამა 2: ძირითადი სექტორის განაწილება	13
დიაგრამა 3: სექტორების განაწილება დასახლებული პუნქტის ტიპის მიხედვით	13
დიაგრამა 4: სექტორების განაწილება ოჯახური მდგომარეობის მიხედვით.....	14
დიაგრამა 5: სექტორების განაწილება მფლობელის განათლების მიხედვით.	15
დიაგრამა 6: ფინანსური ბრუნვა 2019 წელს.	16
დიაგრამა 7: როგორ დაიწყეს ქალმა მეწარმეებმა ბიზნესი?.....	18
დიაგრამა 8: საწყისი კაპიტალის მიღების პრაქტიკა	20
დიაგრამა 9: ანაზღაურების მიღება ბიზნესიდან	20
დიაგრამა 10: მოგების განკარგვასთან დაკავშირებით გადაწყვეტილებების მიღება	22
დიაგრამა 11: კორონავირუსის პანდემიის ზეგავლენა ბიზნესებზე.....	24
დიაგრამა 12: პრობლემები, რომლებიც ბიზნესებს პანდემიის გამო წარმოექმნათ.....	26
დიაგრამა 13: პანდემიის გავლენა ბიზნესის შემოსავლებზე დასახლების მიხედვით	27
დიაგრამა 14: ბიზნესის მხრიდან პანდემიის შედეგებთან გამკლავებისთვის განხორციელებული ლონისძიებები დასახლების მიხედვით	30
დიაგრამა 15: ბიზნესის მიერ პანდემიის შედეგებთან გამკლავებისთვის განხორციელებული ლონისძიებები, ასაკობრივი ჯგუფების მიხედვით.....	31
დიაგრამა 16: ბიზნესის მიერ გამოყენებული სხვადასხვა ტიპის მიზნობრივი დახმარება.....	32
დიაგრამა 17: ბიზნესების მიერ მიზნობრივი სახელმწიფო დახმარებების შეფასება დასახლების ტიპის მიხედვით	33
დიაგრამა 18: დახმარების სასურველი ფორმა.....	35
დიაგრამა 19: ქალი მეწარმეების სამომავლო გეგმები დასახლების მიხედვით.....	37
დიაგრამა 20: ბიზნესის კეთების მდგომარეობა გენდერულ ჭრილში	39
დიაგრამა 21: წინააღმდეგობები, რომლებსაც ქალი მეწარმეები საქართველოში აწყდებიან.....	40
დიაგრამა 22: ბიზნესის წარმოებისთვის საჭირო თვისებები	45

კვლევის რეზიუმე

წინამდებარე ანგარიშში წარმოდგენილია „ევროპის ფონდისთვის“ „CRRC-საქართველოს“ მიერ საქართველოში მომუშავე ქალი მცირე და საშუალო მეწარმეების კვლევის შედეგები. ქვემოთ დახასიათებულია ძირითადი მიგნებები:

- ქალ მეწარმეთა შორის განსხვავებები განათლების, გეოგრაფიისა და ოჯახური მდგომარეობის კუთხით იკვეთება. უმაღლესი განათლების მქონე ქალები უფრო მეტად არიან ჩართულნი მომსახურეობის სფეროსა და წარმოებაში, მაშინ, როდესაც ვაჭრობის სფეროში ძირითადად უმაღლესი განათლების არმქონე ქალები მუშაობენ.
- მსგავსი სურათია გეოგრაფიისა და ოჯახური მდგომარეობის ჭრილში: თბილისში მცხოვრები და ქორწინებაში არმყოფი ქალები უფრო მეტად მუშაობენ მომსახურების სფეროში, რეგიონში მცხოვრები რესპონდენტები კი შედარებით დაბალშემოსავლიან - მცირე სავაჭრო დაწესებულებებს ფლობდნენ.
- ქალი მეწარმეები თბილისში უფრო დამოუკიდებლები არიან. დედაქალაქში მცხოვრები რესპონდენტების უმეტესობას ბიზნესი თავად ჰქონდა დაწყებული, რეგიონებში კი ასეთი მეწარმეების წილი მესამედზე ცოტა მეტი იყო. უმაღლესი განათლების მქონე რესპონდენტები უფრო დამოუკიდებლები არიან, ვიდრე - საშუალო ან ტექნიკური განათლების მქონე რესპონდენტები.
- მსგავს ტენდენციას ვხედავთ ფინანსური დამოუკიდებლობის კუთხითაც: დედაქალაქში მცხოვრები, ასევე - უმაღლესი განათლების მქონე და ქორწინებაში არმყოფი რესპონდენტების უმეტესობა ფინანსურ გადაწყვეტილებებს თავად იღებს. განსხვავებული ვითარებაა რეგიონებში, სადაც პარტნიორები და ოჯახის წევრები უფრო არიან ჩართულები ბიზნესის მუშაობაში.
- საწყისი კაპიტალისთვის ქალი ბიზნესმენები ძირითადად საკუთარ დანაზოგს იყენებენ. გამოკითხულთა უმეტესობა ბიზნესის განვითარებისთვის თანხას ისევ საკუთარი საწარმოდან იღებს. დაახლოებით ორმოცი პროცენტი კი ამ მიზნით ბანკს ან მიკროსაფინანსო ორგანიზაციას მიმართავს.
- კორონავირუსის უარყოფითი ეკონომიკური შედეგები ქალ მეწარმეებზე მძიმედ აისახა. აბსოლუტურ უმეტესობას შემოსავლები შეუმცირდა, აქედან ნახევარს - როგორც მინიმუმ, გაუნახევრდა. როგორც ჩანს, პანდემიის პირველი ტალღის შედეგებმა განსაკუთრებით თბილისში მომუშავე ბიზნესებმა იგრძნეს.
- შემცირდა სრულ განაკვეთზე მომუშავეთა რაოდენობა, ნახევარ განაკვეთზე დასაქმებულთა ხარჯზე. მცირედით გაზრდილია ისეთი საწარმოების რიცხვი, რომლებსაც 2020 წელს დასაქმებულები საერთოდ არ ყავდათ.
- როგორც ირკვევა, ბიზნესების ნახევარზე ცოტა მეტმა ნაწილმა სახელმწიფოს მიერ შეთავაზებული შეღავათებით ისარგებლა. გამოკითხულთა ძირითადმა ნაწილმა ეს ღონისძიებები ნაწილობრივ ან სრულად ეფექტურად შეაფასა.

- მეწარმეების აზრით, სახელმწიფოს მიერ დაწესებული შეღავათები უნდა მოიცავდეს ფულად დახმარებას, სოციალურ შეღავათებს დასაქმებულთათვის, პერსონალური დაცვის საშუალებებს და ფასის კონტროლს.
- ბიზნესსაქმიანობაში რესპონდენტებს ძირითადად საოჯახო საქმეები უქმნიან წინააღმდეგობას. დედობასთან დაკავშირებული საქმიანობა, ოჯახის მხრიდან მხარდაჭერის არარსებობა და აუნაზღაურებელი მოვლა მთავარ დაბრკოლებად იქნა მიჩნეული.
- საქართველოში მაინც დგას გენდერული ნიშნით დისკრიმინაციისა და ქალების მიმართ ნეგატიური სტერეოტიპული დამოკიდებულების პრობლემა. ეს განსაკუთრებით კაც ბიზნესპარტნიორებთან ურთიერთობებში გამოიხატება.
- ქალები არ მიიჩნევენ, რომ სამეწარმეო უნარების კუთხით კაცებს რაიმენაირად ჩამოუვარდებიან. პირიქით - გამოკითხულთა მნიშვნელოვანი ნაწილი თვლის, რომ ბიზნესისთვის აუცილებელი ჩვევებს, როგორცაა ე.წ. რბილი უნარები ქალები უფრო წარმატებით იყენებენ საკუთარ საქმეში.

ამ შედეგების საფუძველზე წარმოდგენილია შემდეგი რეკომენდაციები:

- კვლევის ფარგლებში გამოიკვეთა, რომ რესპონდენტების მდგომარეობა განსხვავდება გეოგრაფიულ, განათლების და ოჯახური მდგომარეობის კუთხით. ამიტომ მნიშვნელოვანია, რომ შესაბამისი ინტერვენციის დაგეგმვისას მოხდეს უმაღლესი განათლების არმქონე, რეგიონებში მცხოვრები და დაქორწინებული ქალების გაძლიერება.
- კორონავირუსის პანდემიით გამოწვეული შედეგების აღმოფხვრის პროგრამების შემუშავებისთვის გადამწყვეტია ქალების ხმის გათვალისწინება. რაც შეეხება კონკრეტულ ჩარევებს, მცირე და საშუალო ბიზნესებისთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი ფულადი დახმარება და დასაქმებულთა სოციალური უზრუნველყოფის პროგრამების განხორციელება იქნება.
- კვლევამ კიდევ ერთხელ აჩვენა, რომ ქალები ისევ აწყდებიან საზოგადოებაში ნეგატიურ და სტერეოტიპულ დამოკიდებულებას, განსაკუთრებით - თბილისის გარეთ მომუშავე მეწარმეები. შესაბამისად, დამატებითი ძალისხმევა უნდა იყოს მიმართული ასეთი შეხედულებების აღმოფხვრაზე. ასეთი ღონისძიებები პირველ რიგში, რეგიონებში უნდა განხორციელდეს.

შესავალი

ახალი კორონავირუსის გავრცელებას მსოფლიოში ათობით მილიონი ადამიანის დასნეულება და მილიონზე მეტი ადამიანის გარდაცვალება მოჰყვა. კაცობრიობაზე ვირუსის ზეგავლენის მასშტაბები უპრეცედენტოა. პანდემიის შედეგები საზოგადოებრივი ცხოვრების ყველა მხარეზე კიდევ მრავალი წლის განმავლობაში იქნება საგრძნობი, თუმცა უკვე თვალსაჩინოა გლობალურ ეკონომიკის განვითარებაზე მისი ნეგატიური ეფექტი საზღვრების დახურვის, სოციალური დისტანცირებისა და საქმიანობის ონლაინ ფორმებზე გადასვლის გამო.

მეწარმეები ერთ-ერთ იმ ჯგუფს წარმოადგენენ, რომელზეც პანდემიამ უდიდესი ზეგავლენა მოახდინა. ეკონომიკის სხვადასხვა სექტორებში მოქმედი ბევრი ბიზნესი დაიხურა, ან იძულებული გახდა, საქმიანობის ახალ ფორმებზე გადასულიყო. პანდემიის ზეგავლენა მასშტაბურია ყველასთვის, თუმცა არაპროპორციულად რთულია მოწყვლადი ჯგუფების - ქალების, ახალგაზრდებისა და შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირებისათვის.

ქალი მეწარმეები საქართველოში ღრმა სტრუქტურულ პრობლემებს აწყდებიან, რაც კიდევ უფრო ამწვავებს პანდემიით მიყენებულ ზიანს. ქალების ეკონომიკური გარიყულობის ძირითად მიზეზს აუნაზღაურებელი საოჯახო საქმე წარმოადგენს. გაეროს ქალთა ფონდის მონაცემებით, აუნაზღაურებელ საოჯახო საქმეზე ქალები სამჯერ მეტ დროს ხარჯავენ, ვიდრე - კაცები, შესაბამისად, ახალგაზრდა ასაკში (15-44 წელი) ქალების წილი ქვეყნის სამუშაო სტრუქტურაში კაცებისას საგრძნობლად ჩამორჩება¹.

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის შეფასებით, 2019 წელს, ქალები ნაკლებად არიან წარმოდგენილები ბიზნესში, ასევე - იღებენ გაცილებით დაბალ ანაზღაურებას². ამას ემატება ენდემური სიღარიბე³, განსაკუთრებით - სოფლად მცხოვრები ქალების შემთხვევაში⁴. ხშირად, გენდერული სტერეოტიპების გამო, ქალებს უჭირთ ბიზნესის დაწყება და განსაკუთრებულ წინააღმდეგობას საკუთარ ოჯახებში ხვდებიან⁵.

¹ UN Women, 'Country Gender Equality Profile of Georgia' (Tbilisi: UN Women Country Office in Georgia, 2020), <https://www2.unwomen.org/-/media/field%20office%20georgia/attachments/publications/2020/country%20gender%20equality%20profile%20of%20georgia.pdf?la=ka&vs=1415>.

² საქსტატი, 'ქალები და კაცები საქართველოში' (თბილისი: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, 2019), https://www.geostat.ge/media/27546/W%26M-ENG_2019.pdf.

³ საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაცია, 'ქალთა ეკონომიკური შესაძლებლობები და გამოწვევები' (თბილისი: ქალთა საინფორმაციო ცენტრი, 2014), <http://www.economists.ge/storage/uploads/publication/141222051546a791.pdf>.

⁴ საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაცია, 'სოფლად მცხოვრებ ქალთა ეკონომიკური საჭიროებები' (თბილისი: ქალთა საინფორმაციო ცენტრი, 2014), <http://www.parliament.ge/uploads/other/75/75680.pdf>.

⁵ კომერსანტი, 'გაეროს კვლევა: საქართველოში ხუთიდან ერთი უმუშევარი ქალი ამბობს: მეუღლეს არ სურს, რომ მუშაობდეს', *commerzant*, 11 October 2018, <https://commerzant.ge/ge/post/gaeros-kvleva-saqartveloshi-xutidan-erti-umushevari-qali-ambobs-meugles-ar-surs-rom-mushaobdes>.

მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში ბიზნესის მხარდაჭერის ბევრი სახელმწიფო პროგრამა და სტრატეგია არსებობს, არცერთია მორგებული კონკრეტულად ქალების საჭიროებებზე⁶ და ნაკლებად ითვალისწინებს ქალების წინაშე მდგარ სტრუქტურულ პრობლემებს⁷. საგულისხმოა, რომ ქალთა ეკონომიკური გაძლიერების პროექტები მხოლოდ საერთაშორისო დონორებისა და არასამთავრობო სექტორის მიერ ხორციელდება⁸.

გარდა ენდემური პრობლემებისა, ქალთა ეკონომიკური მდგომარეობა გაართულა კორონავირუსის პანდემიის შედეგად, საოჯახო ვალდებულებების გადანაწილებამ. საქართველოში პანდემიის გავრცელების პირველი ტალღის აღმოფხვრისთვის მიმართულმა შემზღუდავმა ღონისძიებებმა ქალებს აუნაზღაურებელი საოჯახო შრომის ტვირთი კიდევ უფრო დაუმძიმა⁹. სავარაუდოა, რომ ამ პირობებში ბევრს მოუწია ეკონომიკური საქმიანობის შეწყვეტა. სიტუაციას ართულებს ისიც, რომ პანდემიით დაზარალებული მოსახლეობის სოციალური და ეკონომიკური დახმარების სახელმწიფო პროგრამები უმნიშვნელოა და არ ითვალისწინებენ ეკონომიკური საქმიანობის გენდერულ სპეციფიკას¹⁰.

წინამდებარე დოკუმენტი მომზადებულია „CRRC-საქართველოს“ მიერ, „ევროპის ფონდისთვის“. ანგარიშში წარმოდგენილი დასკვნები ერთობლივად იქნა შემუშავებული. აღნიშნული კვლევა საქართველოში მცირე და საშუალო ბიზნესებზე პანდემიის ეკონომიკური ზეგავლენის გენდერულ ჭრილში შეფასების ერთ-ერთი პირველი მცდელობაა. ფართო კონტექსტისთვის წარმოდგენილ ტექსტში ასევე დახასიათებულია ქალები მეწარმეების წინაშე მდგარი ზოგადი პრობლემებიც.

ანგარიშის კონკრეტული მიზნები შემდეგია:

- შეაფასოს კოვიდ-19 პანდემიის ზეგავლენა მეწარმე სუბიექტებზე, რომლებიც დაფუძნებულია ქალების მიერ, კერძოდ, გამოიკვლიოს მისი გავლენა ბიზნესების ფინანსურ, საოპერაციო და საქმიანობის სხვა ასპექტებზე,
- გამოარკვიოს ის ძირითადი წინააღმდეგობები, რომლებსაც ქალი მეწარმეები კორონავირუსის პანდემიამდე აწყდებოდნენ საქართველოში როგორც ბიზნესსაქმიანობის, ასევე - საზოგადოებაში მათი მდგომარეობის კუთხით.

⁶ Nordic Consulting Group, 'საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების 2016-2020 წლების სტრატეგიის გენდერული შეფასება' (თბილისი: ევროპის ფონდი, 2018), http://www.epfound.ge/wp-content/uploads/2018/10/SME-Gender-Assessment_GEO-1.pdf.

⁷ დიაკონიძეანა, 'სახელმწიფო ეკონომიკურ პროგრამებში ქალთა მონაწილეობა' (თბილისი: საქართველოს პარლამენტი, 2019), <http://bit.ly/parliamentdiakonidze>.

⁸ მარგველაშვილიქრისტინე, 'ქალთა ეკონომიკური გაძლიერება საქართველოში' (თბილისი: კავშირი „საფარი“, 2017), <http://www.parliament.ge/uploads/other/86/86671.pdf>.

⁹ CRRC-საქართველო, 'საქართველოში COVID-19-ით გამოწვეული სიტუაციის სწრაფი გენდერული შეფასება' (თბილისი: გაეროს ქალთა ფონდი, 2020), <https://www2.unwomen.org/-/media/field%20office%20georgia/attachments/publications/2020/rga%20unw-geo.pdf?la=ka&vs=0>.

¹⁰ იქვე

თავდაპირველად, განხილული იქნება კვლევის მეთოდოლოგიური ჩარჩო და შეზღუდვები. კვლევის მიგნებები შემდეგი ფორმითაა სტრუქტურირებული: ჯერ წარმოდგენილია ქალ მეწარმეთა ბიზნესსუბიექტების აღწერითი დახასიათება, შემდეგ დაწვრილებითაა განხილული კორონავირუსის შედეგების ზეგავლენა. მიგნებების სექციას ასრულებს იმ პრობლემების მიმოხილვა, რასაც ქალი მეწარმეები საქართველოში საკუთარი გენდერის გამო აწყდებიან. დასასრულს, წარმოდგენილია დასკვნები და პოლიტიკის რეკომენდაციები.

მეთოდოლოგია

წინამდებარე კვლევისთვის საჭირო ემპირიული მონაცემები სამ ეტაპად მოგროვდა. პირველ ეტაპზე ჩატარდა ხუთი სიღრმისეული ინტერვიუ, შემდეგ „CRR-საქართველომ“ ჩატარა მასობრივი წარმომადგენლობითი სატელეფონო გამოკითხვა ქალ მეწარმეებს შორის. მონაცემთა შეგროვების დასკვნით ეტაპზე, გამოკითხვის ფარგლებში მიღებული ინფორმაციის კონტექსტუალიზაცია ქალ მეწარმეთა ფოკუსჯგუფების მეშვეობით მოხდა. სავსე სამუშაოები მიმდინარეობდა 2020 წლის აგვისტოსა და სექტემბერში.

სიღრმისეული ინტერვიუების ფარგლებში შეგროვდა თვისებრივი ინფორმაცია ქალების მიერ დაარსებულ ბიზნესსუბიექტებზე კორონავირუსის პანდემიის შედეგების გავლენას. კვლევის ინსტრუმენტი მოიცავდა შემდეგ საკითხებს: ბიზნესოპერაციების შეჩერების, წარმოების მოცულობის შემცირების, მომარაგების პრობლემების, გასაღების ბაზრების შეზღუდვის, პროდუქტზე/სერვისზე მოთხოვნის შემცირების, ფინანსურ რესურსებზე წვდომის სირთულის, თუ სხვა სახის ოპერაციული და ლოჯისტიკური პრობლემების, სახელმწიფოსა და სხვადასხვა დონორის მიერ წარმოებული დახმარების პროგრამების შესახებ ინფორმაციისა და მათზე წვდომის პრობლემების შესახებ. სულ ჩატარდა ხუთი ნახევრადსტრუქტურირებული სიღრმისეული ინტერვიუ. გამოყენებული იყო მიზნობრივი შერჩევა და რესპონდენტებად ამორჩეული იყვნენ თბილისისა და რეგიონებში მოღვაწე ქალი ბიზნესმენები.

კვლევის მეორე ეტაპზე ჩატარდა 277 ინტერვიუ ქალთა მიერ დაფუძნებული ბიზნესებთან. გამოკითხვის გენერალურ ერთობლიობას წარმოადგენდნენ ის მცირე და საშუალო მეწარმე სუბიექტები, რომლებსაც ყავთ ქალი დამფუძნებლები. შესაბამისად, შერჩევიდან გამორიცხულნი იყვნენ ინდმეწარმეები. შერჩევის კიდეც ერთ კრიტერიუმს წარმოადგენდა ის ფაქტი, უშუალოდ მართავდნენ თუ არა გამოკითხული რესპონდენტები ამ ბიზნესს. ამ მიზნით კვლევის ინსტრუმენტს დაემატა ე.წ. სკრინინგის შეკითხვა, რომლის მეშვეობითაც ინტერვიუ მხოლოდ აქტიურ მეწარმე ქალებთან ჩატარდა.

ცხადია, ჩატარებულ რაოდენობრივ კვლევას თავისი შეზღუდვები გააჩნია. პირველ რიგში, მოგროვილი მონაცემები აღწერითი ხასიათისაა და მიზეზშედეგობრივი კავშირების გამოვლენის საშუალებას არ იძლევა. ამასთან, დიზაინიდან გამომდინარე, შედეგები წარმომადგენლობითია მხოლოდ მცირე და საშუალო ზომის ბიზნესსუბიექტებზე, ინდმეწარმეების გამოკლებით. ამასთან, შედეგების განზოგადება შესაძლებელია მხოლოდ მსხვილ დემოგრაფიულ და გეოგრაფიულ ჭრილში. დაბოლოს, გასაგები მიზეზების გამო, შესწავლილია პანდემიის მხოლოდ პირველი ტალღის ეფექტები.

გამოკითხვის შედეგების დაზუსტებისა და კონტექსტუალიზაციისთვის, ჩატარდა ოთხი ონლაინ ფოკუსჯგუფი მეწარმე ქალების მონაწილეობით. ორი შეხვედრა ჩატარდა თბილისში რეგისტრირებულ ბიზნესსუბიექტებთან, ორი კი - რეგიონებში. სულ ფოკუსჯგუფებში მონაწილეობა მიიღო ოცზე მეტმა ბიზნესსუბიექტმა.

კვლევის შედეგები

ქალების ბიზნესსაქმიანობასთან დაკავშირებული საკითხები

საქმიანობის ფორმა და სექტორი

წინამდებარე თავში წარმოდგენილია გამოკვლეული ბიზნესების აღწერითი მახასიათებლები. განხილულია საწარმოთა განაწილება საქმიანობის სფეროს, გეოგრაფიისა და წარმოების მოცულობის მიხედვით. აქვე აღწერილია ქალი მეწარმეების მხრიდან ბიზნესის წამოწყებისა და მართვის თავისებურებები.

კვლევის რაოდენობრივ კომპონენტში - სატელეფონო გამოკითხვაში მონაწილეობა სულ 277 ქალმა მეწარმემ მიიღო. მათი ბიზნესების დიდი უმრავლესობა (97%) შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებას წარმოადგენდა (იხ. ცხრილი 1). გამოკითხული რესპონდენტების საქართველოს თითქმის ყველა რეგიონს წარმოადგენდნენ. შედარებით დიდი ნაწილი იყო თბილისიდან (40%). დედაქალაქის შემდეგ, ყველაზე მეტი რესპონდენტი აჭარიდან და იმერეთიდან იყო (იხ. დიაგრამა 1). რეგიონული წარმომადგენლობა დაახლოებით თანაბარი იყო სიღრმისეულ ინტერვიუებსა და ფოკუსჯგუფებშიც.

რესპონდენტთა განაწილება რეგიონის მიხედვით (%)



დიაგრამა 1: რესპონდენტების განაწილება რეგიონების მიხედვით

როგორც ცხრილიდან ჩანს, კვლევისთვის შერჩეული რეგისტრირებული მცირე და საშუალო ზომის ბიზნესების ძალიან მცირე ნაწილი (ჯამში დაახლოებით 3%) იყო სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, სააქციო საზოგადოება ან კოოპერატივი.

რაოდენობრივ კვლევაში გამოკითხული ყველა რესპონდენტი ოფიციალურად რეგისტრირებულ ბიზნესსუბიექტს წარმოადგენდა. მართალია, საქართველოში არაფორმალური სამეწარმეო საქმიანობა ეკონომიკის მნიშვნელოვან ნაწილს წარმოადგენს, ქალი მეწარმეები თვლიან, რომ ბიზნესის რეგისტრირებას მნიშვნელოვანი უპირატესობები გააჩნია: როგორც ფოკუსჯგუფის მონაწილეებმა აღნიშნეს, საწარმოს/სერვისის რეგისტრირება ერთ-ერთი მთავარი პირობაა მნიშვნელოვანი გრანტების მისაღებად:

*„...როდესაც რაღაც დიდ და მასშტაბურ საქმეზე გსურს გასვლა. ან კოოპერატივში უნდა იყო, ან - ოფიციალურად რეგისტრირებული, ან უნდა გყავდეს პარტნიორები...“
(ფოკუსჯგუფის მონაწილე ქალი, რეგიონიდან)*

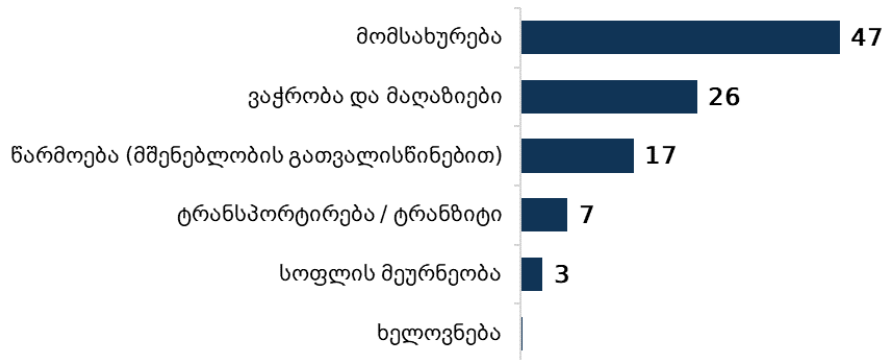
მრავალფეროვანია იმ სექტორების ჩამონათვალი, რომლებშიც ქალი მეწარმეები მოღვაწეობენ ჩართულები. რესპონდენტებს გამოკითხვისას შეეძლოთ ბიზნესსაქმიანობის მაქსიმუმ სამი მიმართულების დასახელება. საბოლოოდ მიღებული ჩამონათვალი მოიცავდა 100-მდე განსხვავებულ საქმიანობას, მათ შორის: საცალო და საბითუმო ვაჭრობას, ტურიზმს, განათლებას, ჯანდაცვას და ა.შ.

	სიხშირე
შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (შპს)	269
კოოპერატივი	3
სააქციო საზოგადოება (სს)	2
სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (სპს)	1
უარი პასუხზე	2
სულ	277

ცხრილი 1: გამოკითხული ბიზნესსუბიექტების განაწილება ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმები.

ანალიზისთვის საქმიანობის სფეროები შედარებით მსხვილ კატეგორიებად დაჯგუფდა: მომსახურება, წარმოება (მშენებლობის ჩათვლით), ვაჭრობა, ტრანსპორტირება/ტრანზიტი, სოფლის მეურნეობა და ხელოვნება. ყველაზე მეტი გამოკითხული ბიზნესსუბიექტი მომსახურების სფეროში მოღვაწეობდა (იხ. დიაგრამა 2), მეორე და მესამე ყველაზე მეტჯერ დასახელებული დარგები იყო საცალო/საბითუმო ვაჭრობა და წარმოება. რესპონდენტები ყველაზე ნაკლებად სოფლის მეურნეობასთან და ხელოვნებასთან დაკავშირებულ ბიზნესსაქმიანობას ეწეოდნენ.

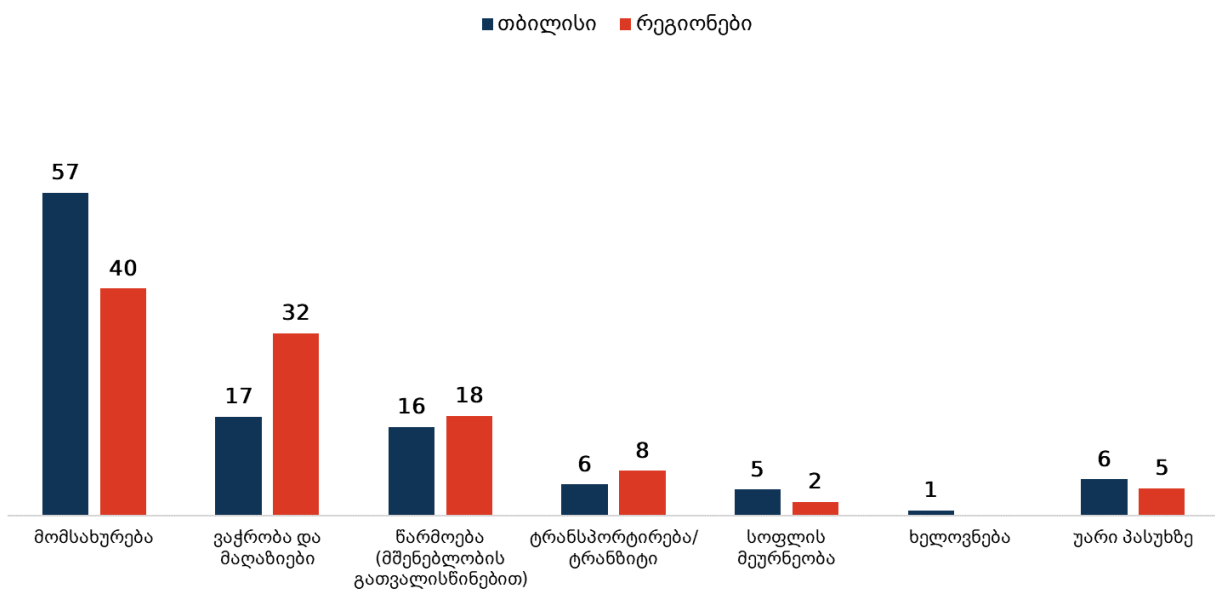
**მთხოვთ, მითხრათ, რა არის თქვენი ბიზნესის საქმიანობის
ძირითადი სექტორი? (%)**
(მაქსიმუმ სამი მიმართულება)



დიაგრამა 2: ძირითადი სექტორის განაწილება

ქალი მეწარმეები მომსახურების სფეროში დედაქალაქში უფრო მუშაობენ, ვიდრე - რეგიონებში (იხ. დიაგრამა 3). რეგიონებში მოღვაწე ქალ მეწარმეებს შორის უფრო დიდი წილია (32%) ჩართული ვაჭრობასა და გაყიდვებში, ვიდრე - დედაქალაქში, სადაც ამ სფეროში თითქმის ორჯერ ნაკლები (17%) მუშაობს. დანარჩენ მიმართულებებში, რეგიონებსა და დედაქალაქში ბიზნესები თითქმის თანაბარი პროპორციით იყვნენ წარმოდგენილები. დაბოლოს, რეგიონებში მომუშავე ქალ მეწარმეთა მხოლოდ 2%-მა დაასახელა სოფლის მეურნეობის რომელიმე სფერო, როგორც ძირითადი საქმიანობა.

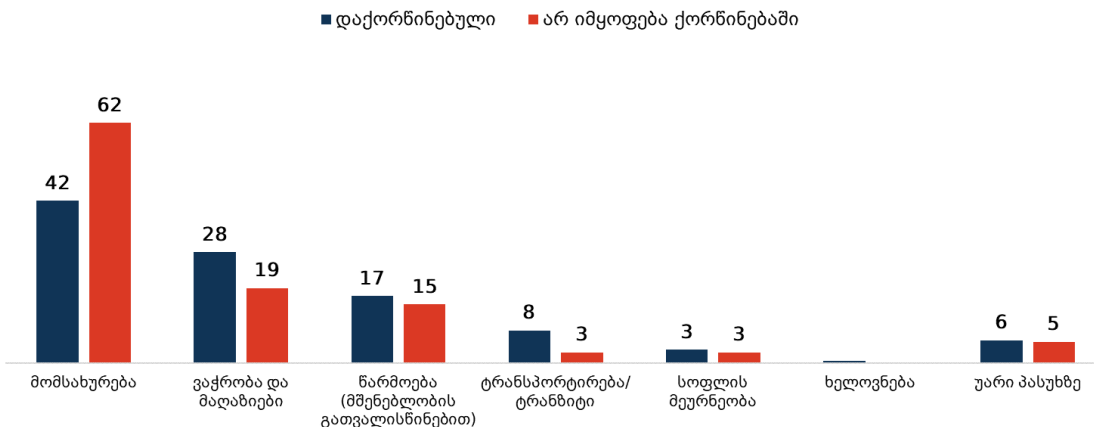
საქმეთრეობის განაწილება დასახლებული პუნქტების მიხედვით (%)



დიაგრამა 3: სექტორების განაწილება დასახლებული პუნქტის ტიპის მიხედვით

მნიშვნელოვანი სხვაობა იკვეთება ოჯახური მდგომარეობის მიხედვით. მომსახურების სფეროში დაქორწინებული ქალი მეწარმეების 62% მოღვაწეობს, როდესაც ქორწინებაში არმყოფი ქალების შემთხვევაში ეს 42%-ს შეადგენს (იხ. დიაგრამა 4). დაქორწინებული ქალი მეწარმეების 28% ვაჭრობის სფეროში მუშაობს, ხოლო ამ საქმიანობას დაქორწინებული ქალების 19% ეწევა.

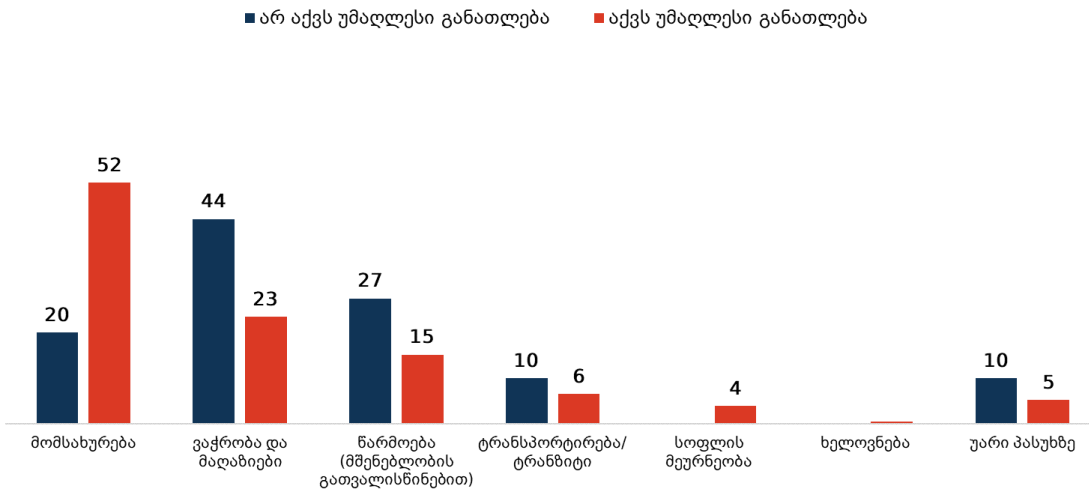
საქმთრების განაწილება ოჯახური მდგომარეობის მიხედვით (%)



დიაგრამა 4: სექტორების განაწილება ოჯახური მდგომარეობის მიხედვით

გარდა დასახლების ტიპისა და ოჯახური მდგომარეობისა, საქმიანობის სექტორები რესპონდენტთა განათლების დონის მაჩვენებლებითაც განსხვავებულია. გამოკითხულებს შეეძლოთ, დაესახელებინათ მათ მიერ მიღწეული განათლების ყველაზე მაღალი საფეხური. ანალიზისთვის დასახელებული კატეგორიები ორ ჯგუფად - უმაღლესი განათლების მქონედ და არმქონედ დაჯგუფდა.

სექტორების განაწილება განათლების დონის მიხედვით (%)



დიაგრამა 5: სექტორების განაწილება მფლობელის განათლების მიხედვით.

უმაღლესი განათლების მქონე ქალ მეწარმეთა ნახევარზე ცოტათი მეტი (52%) ბიზნესს მომსახურების სფეროში აწარმოებდა. უმაღლესი განათლების არმქონე ქალი მეწარმეებიდან მხოლოდ მეხუთედს გააჩნდა ბიზნესი მომსახურების სფეროში. რაც შეეხება ვაჭრობისა და გაყიდვების მიმართულებას, ამ შემთხვევაშიც განსხვავება შესამჩნევია. უმაღლესი განათლების არმქონე ქალი მეწარმეები თითქმის 2-ჯერ მეტად იყვნენ ამ სფეროში ჩართულები, ვიდრე უმაღლესი განათლების მქონეები (23%). უმაღლესი განათლების არმქონე უფრო მეტ ქალს აქვს ბიზნესი წარმოების მიმართულებით (27%), ვიდრე მათ, ვისაც უმაღლესი განათლება მიუღია (15%).

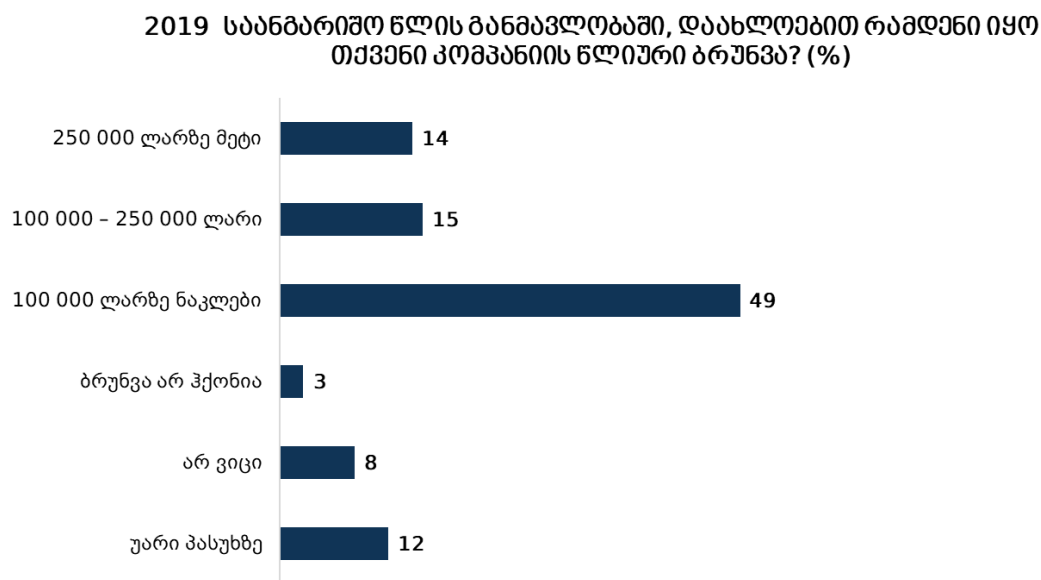
შეჯამების სახით, შეიძლება, ითქვას, რომ მომსახურების სფეროში უფრო მეტად ის ქალი მეწარმეები იყვნენ წარმოდგენილები, რომლებსაც უმაღლესი განათლება ჰქონდა მიღებული, ვინც დედაქალაქში ცხოვრობდა და არ იმყოფებოდა ქორწინებაში. ვაჭრობასა და გაყიდვებში მეტი პროპორციით იყვნენ წარმოდგენილი ის ქალი მეწარმეები, რომლებიც რეგიონებში ცხოვრობდნენ და არ ჰქონდათ მიღებული უმაღლესი განათლება. საგულისხმოა, რომ ოჯახური მდგომარეობის კუთხით განსხვავებები არ გამოვლენილა.

სიღრმისეული ინტერვიუს რესპონდენტებს საოჯახო სასტუმროების, მეღვინეობის, ფეხსაცმლის წარმოებისა და ვაჭრობის სფეროებში ჰქონდათ ბიზნესები. ფოკუსჯგუფის მონაწილეების ბიზნესსაქმიანობებიც მრავალფეროვანი იყო. ამ შემთხვევაშიც, განსაკუთრებით ხშირი იყო მომსახურების, წარმოებისა და გაყიდვების მიმართულებები. თუმცა ფოკუსჯგუფებში ასევე გამოჩნდა სოფლის მეურნეობის რამდენიმე მიმართულება, განსაკუთრებით კი - მეფუტკრეობა. წარმოების მიმართულებებიდან გამოიყო: კერამიკული ნაკეთობების, საკვები პროდუქტების (მათ შორის, ჩირისა და ჩურჩხელის) ჩაის, საპნის, ტანსაცმელისა და სხვა ტიპის პროდუქციის წარმოება.

ქალ მეწარმეთა ბიზნესსუბიექტების მოცულობა

ბიზნესების მოცულობის საკითხი შეფასდა ორი მაჩვენებლის მიხედვით. კვლევის რაოდენობრივ კომპონენტში რესპონდენტებს დაესვათ კითხვები ბიზნესის ფინანსურ ბრუნვასა და დასაქმებულთა რაოდენობის შესახებ.

გამოკითხვის ფარგლებში რესპონდენტებს უნდა ეთქვათ, თუ რას შეადგენდა მათი ფინანსური ბრუნვა 2019 წლის სრული საანგარიშო წლის განმავლობაში. ანალიზისთვის მიღებული მონაცემები ექვს მსხვილ კატეგორიად დაჯგუფდა. ქვემოთ დიაგრამაზე წარმოდგენილია, თუ როგორ გადანაწილდნენ რესპონდენტები ფინანსური ბრუნვის მიხედვით.



დიაგრამა 6: ფინანსური ბრუნვა 2019 წელს.

შესწავლილ ბიზნესსუბიექტთა უმეტესობაში (49%, 2019 წლის ფინანსური ბრუნვა 100 000 ლარს არ აღემატებოდა. აღნიშნული კატეგორიის მაჩვენებელი სხვა პასუხებზე 3-ჯერ აღემატებოდა მეორე და მესამე ყველაზე ხშირად დასახელებულ პასუხს. კომპანიების თითქმის თანაბარ წილს 100 000-დან 250 000 ლარამდე (15%) და 250 000 ლარზე მეტი (14%) ბრუნვა ჰქონდა. რესპონდენტების 3%-მა განაცხადა, რომ 2019 წელს ბრუნვა საერთოდ არ ჰქონდა. გამოკითხულთა მეხუთედის პასუხი გაურკვეველი დარჩა: 8%-ს გაუჭირდა რაიმე რიცხვის დასახელება, ხოლო 12%-მა უარი თქვა პასუხზე.

ბიზნესების მოცულობის შესაფასებელი მეორე კრიტერიუმი კომპანიაში დასაქმებულთა რაოდენობა გახლდათ. ამ მიზნით, რესპონდენტებმა დაასახელეს მათ კომპანიაში ამჟამად და გასულ წელს სრულ და ნახევარ განაკვეთზე მომუშავე ქალებისა და კაცების რაოდენობა.

სულ 2020 წელს ბიზნესებში სრულ განაკვეთზე საშუალოდ 8.2 ორი ადამიანი იყო დასაქმებული, რაც 2019 წლის მონაცემებთან შედარებით, 1.45-ით ნაკლებია. სამაგიეროდ,

ზრდის ტენდენცია იკვეთება ნახევარ განაკვეთზე მომუშავეთა შემთხვევაშიც. 2020 წელს, შესწავლილი ბიზნესსუბიექტები საშუალოდ ნახევარ განაკვეთზე 6 ადამიანს ასაქმებდნენ, რაც გასული წლის მაჩვენებელს 0.4-ით აღემატება.

გარდა საშუალო მნიშვნელობის ცვლილებისა, სრულ განაკვეთზე დასაქმებულთა რაოდენობის შემცირება კარგად ჩანს იმ საწარმოთა პროპორციით, რომლებიც ამბობენ, რომ სრულ განაკვეთზე დასაქმებულები არ ყავთ. 2019 წლისთვის ასეთი 7 საწარმო იყო (3%), 2020 წელს კი ქალი დასაქმებულები 40 საწარმოს (16%) აღარ ყავს.

როგორი ვითარებაა დასაქმების თვალსაზრისით გენდერის ჭრილში? საშუალოდ, 2019 წელს, შესწავლილ ბიზნესსუბიექტებში სრულ განაკვეთზე 6.75 ქალი მუშაობდა. ამ მაჩვენებლის მედიანური ანუ შუა მნიშვნელობა კი 3-ს უდრის. 2020 წელს დასაქმებულთა საშუალო მნიშვნელობამ 5.88 ქალ დასაქმებულამდე, ხოლო მედიანამ კი - 2-მდე, დაიკლო.

საგულისხმოა, რომ შესწავლილ ბიზნესებში სრულ განაკვეთზე მომუშავეთა შორის ქალები უფრო არიან წარმოდგენილი, ვიდრე - კაცები. შესწავლილი კომპანიების 44%-ს (121 კომპანია) 2020 წელს კაცი თანამშრომლები არ ჰყავდა, ხოლო იგივე მაჩვენებელი 2019 წლისთვის 35%-ს (96 კომპანია) შეადგენდა. განსხვავებულია საშუალო და მედიანური მაჩვენებლებიც: 2020 წელს შესწავლილ კომპანიებში საშუალოდ 2.32 კაცი იყო დასაქმებული, მედიანა კი ერთს შეადგენდა.

იმ ბიზნესების დაახლოებით ორმა მესამედმა, რომლებმაც დასაქმებულთა რაოდენობის შესახებ კითხვას უპასუხეს (საერთო რაოდენობის 90%), განაცხადა, რომ ქალ თანამშრომელთა რაოდენობა არ შემცირებია. ბიზნესების დაახლოებით 27%-ს 2020 წელს უფრო ნაკლები ქალი ყავდა დასაქმებული, ვიდრე - 2020 წელს. შესწავლილი ბიზნესსუბიექტების მხოლოდ 5%-ის შემთხვევაში გაიზარდა დასაქმებულ ქალთა რაოდენობა.

ანალოგიური ვითარებაა კაცების შემთხვევაშიც. მართალია, ბიზნესების სამი მეოთხედი (75%) იმათგან, რომლებმაც დასაქმებულთა რაოდენობის შესახებ კითხვას უპასუხეს (საერთო რაოდენობის 90%) აცხადებს, რომ დასაქმებული კაცების რაოდენობა არ შეცვლილა, დაახლოებით 18%-ის შემთხვევაში, 2019 წელს უფრო მეტი კაცი მუშაობდა, ვიდრე - 2020 წელს. მხოლოდ 7%-ში დაფიქსირდა კაცი დასაქმებულების ზრდა. რაც შეეხება ნახევარ განაკვეთზე მომუშავეებს, 2020 წელს ბიზნესები ამ ფორმით საშუალოდ 4.2 ქალს და 0.4 კაცს ასაქმებდნენ. საგულისხმოა, რომ ამ მხრივ 2019 წელთან შედარებით მნიშვნელოვანი ცვლილებები გვაქვს: გასულ წელს შესწავლილი ბიზნესსუბიექტები საშუალოდ 0.9 ქალსა და 0.35 კაცს ასაქმებდნენ.

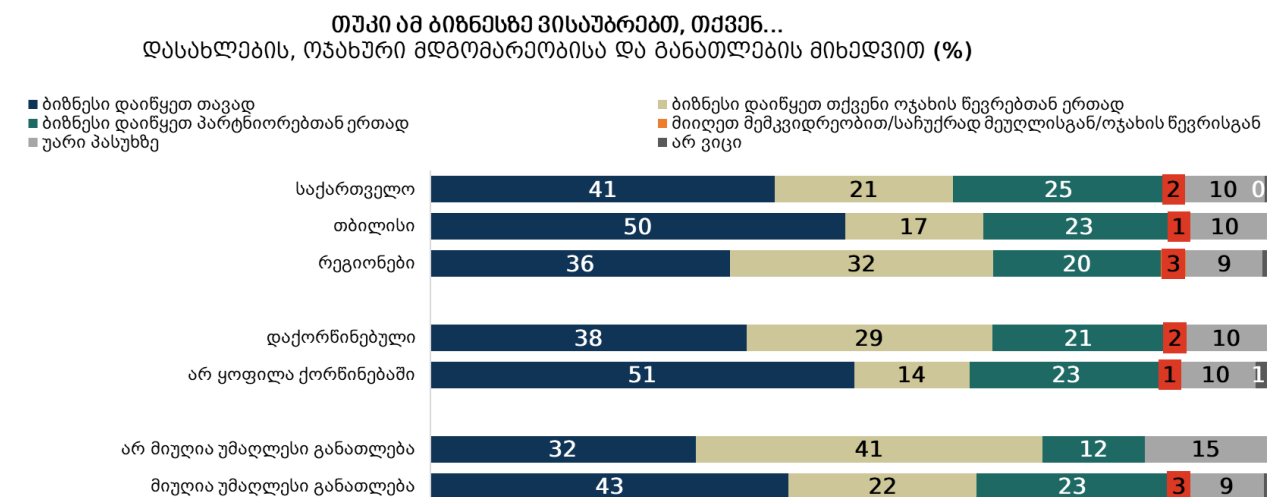
მოყვანილი მონაცემების საფუძველზე შემდეგი ძირითადი ტენდენცია იკვეთება: 2019 წელთან შედარებით, შესწავლილ საწარმოებში შემცირებულია სრულ განაკვეთზე მომუშავეთა რაოდენობა და გაზრდილია ნახევარ განაკვეთზე დასაქმებულთა რაოდენობა. მცირედით გაზრდილია იმ ბიზნესების წილი, რომლებიც აცხადებენ, რომ დასაქმებულები ამჟამად არ ყავთ. თვისებრივი მონაცემების საფუძველზე ზემოთხსენებული მიგნებების ტრიანგულაცია

ამ ტენდენციას კორონავირუსის პანდემიის გავლენით ხსნის. ფოკუსჯგუფების დისკუსიებში რესპონდენტთა ნაწილმა აღნიშნა, რომ პანდემიის შედეგად, მოუხდათ თანამშრომლების დროებით გათავისუფლება. ასეთი შემთხვევები უფრო ისეთ კომპანიებს ჰქონდათ, რომლების საქმიანობებიც ღონისძიებების მენეჯმენტთან, სტუდიებთან და გასართობ ცენტრებთან იყო დაკავშირებული.

ბიზნესის დაწყება და ფინანსების განკარგვა

ამ ქვეთავში ორი ძირითადი საკითხია მიმოხილული. პირველი შეეხება იმას, თუ როგორ დაიწყო ქალმა მეწარმეებმა საქმიანობა და როგორ მართავენ ისინი საწარმოებს. ეს თემა შესწავლილი იყო როგორც გამოკითხვის, ასევე სიღრმისეული ინტერვიუებისა და ფოკუსჯგუფების ფარგლებში.

რესპონდენტთა უმეტესობამ (41%) ბიზნესი თავად, სხვების დახმარების გარეშე დაიწყო. მეოთხედმა განაცხადა, რომ საქმიანობას ოჯახის წევრთან ერთად, ხოლო 21% - პარტნიორთან ერთად შეუდგა. მცირე იყო იმ ქალ მეწარმეთა წილი, ვინც ბიზნესი მემკვიდრეობით ან საჩუქრად მიიღო (2%). რესპონდენტთა მეათედმა უარი თქვა პასუხზე (იხ. დიაგრამა 7).



დიაგრამა 7: როგორ დაიწყო ქალმა მეწარმეებმა ბიზნესი?

როგორც ვხედავთ, დედაქალაქში ქალი მეწარმეების ნახევარმა ბიზნესი დამოუკიდებლად დაიწყო, რეგიონებში ეს მაჩვენებელი მხოლოდ 36%-ია. რეგიონებში ქალი მეწარმეების თითქმის მესამედმა ოჯახის წევრებთან ერთად დაიწყო მუშაობა. ქორწინებაში მყოფ და არმყოფ ქალ მეწარმეთა შორისაც უმეტესობამ თავად დაიწყო ბიზნესი. დაქორწინებულებს შორის, 51%-მა, ხოლო ქორწინებაში არმყოფ ქალთა 38%-მა თავად დააარსა ბიზნესსუბიექტი. დაქორწინებულებს შორის ასევე პროპორციულად უფრო მაღალი იყო ოჯახის წევრთან ერთად ბიზნესის დაწყების შემთხვევები.

ბიზნესის დაწყების პრაქტიკა უმაღლესი განათლების დონის მიხედვით განსხვავდებოდა. უმაღლესი განათლების მქონე ქალი მეწარმეები უფრო მეტად იწყებდნენ საკუთარ საქმეს დამოუკიდებლად (43%), ვიდრე ასეთი განათლების არმქონე ქალები. აღნიშნულ ჯგუფში თითქმის თანაბარი იყო ოჯახის წევრებთან (22%) და პარტნიორებთან (23%) ერთად ბიზნესის დაწყების დასახელებაც.

კვლევის თვისებრივ ნაწილში, რესპონდენტებმა უფრო დეტალურად ისაუბრეს ბიზნესის დაწყების მოტივაციასა და სხვა თანმდევ საკითხებზე.

„ჩემი ბიზნესის სფერო საფუტკრე მეურნეობაა. ოჯახი, სადაც გავთხოვდი, უძღვებოდა ამ მეურნეობას. ჩემი მეუღლე შრომობდა ამ კუთხით. დიადი მიზნები მაშინ არ ქონდათ და არ იყო მოცემულობა, გრანტები და ასე შემდეგ. [...] გრანტის ფარგლებში შევიძინეთ თანამედროვე მანქანა-დანადგარები, გადაიარაღება მოვახდინეთ ჩვენი საწარმოსი, [შევიძინეთ] თანამედროვე დანადგარები, თანამედროვე საწური და ასე შემდეგ.“
(ფოკუსჯგუფის მონაწილე, 41 წლის, გურიიდან).

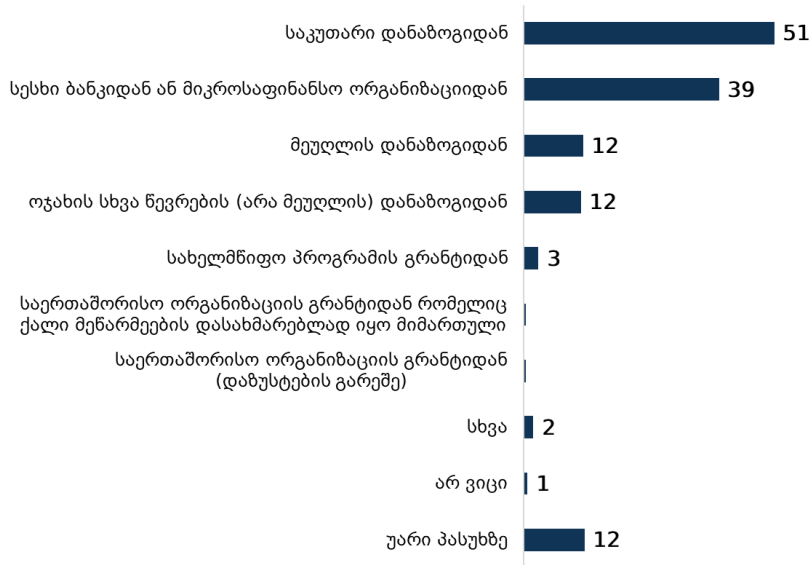
სიღრმისეულ ინტერვიუებსა და ფოკუსჯგუფებში არაერთი ფაქტორი დასახელდა, რომლებმაც ქალ მეწარმეებს ბიზნესის დაწყებისკენ უბიძგა. გამოიკვეთა უკვე არსებული რესურსის გადაკეთება-გაფართოების, ცოდნის რეალიზაციის თუ სოციალური მდგომარეობის გაუმჯობესების სურვილი. ფოკუსჯგუფის მონაწილეებს ბიზნესის დაწყებაში ადგილობრივი თუ საერთაშორისო გრანტი დაეხმარა.

როგორც უკვე აღინიშნა, ბიზნესის დაწყების ერთ-ერთი მოტივი ფინანსური სარგებლის მიღება იყო. ასევე ნახსენები იყო სოციალური პრობლემების ფონზე საქმიანობის დაწყების შემთხვევებიც.

„ვაწარმოებ ჩურჩხელებს 12 წელია უკვე, მეუღლე დამელუპა, დავრჩი ხუთ შვილთან ერთად და რა უნდა მეკეთებინა არ ვიცოდი. ვინაიდან მქონდა მიწა, სადაც მიდგას ნიგვზები და თხილები, გადავწყვიტე, გამეკეთებინა ჩურჩხელები. ეს მინდოდა იმისთვის, რომ ბავშვებისთვის განათლება მიმეცა და სარჩო რომ მქონოდა. თავი დავიმკვიდრე ბათუმში, თბილისში, ქუთაისში, ფოთში, ყველგან იყიდება ამ ეტაპზე ჩემი ჩურჩხელები“
(ფოკუსჯგუფის მონაწილე, 55 წლის, გურიიდან).

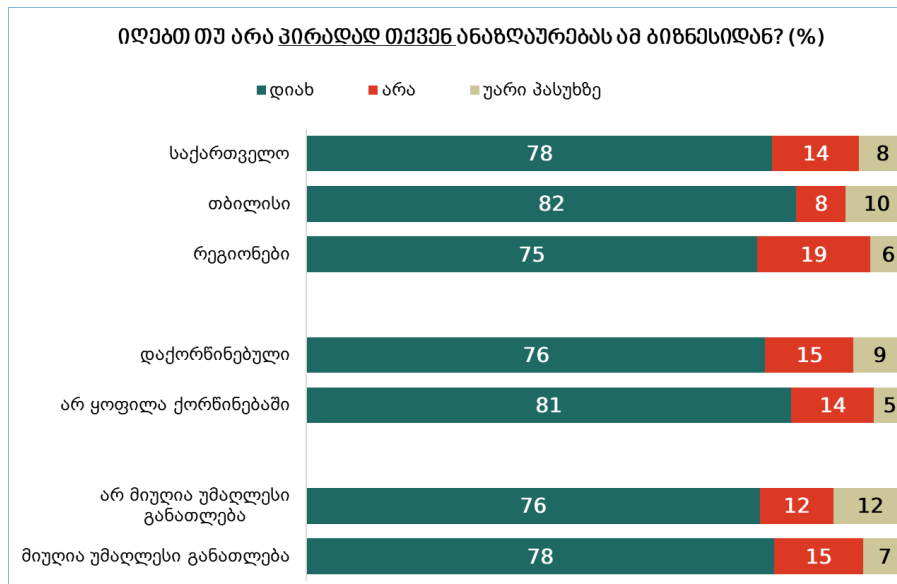
ბიზნესის დასაწყებად საჭირო საწყის კაპიტალს ქალი მეწარმეების დიდი ნაწილი (51%) საკუთარი დანაზოგით უზრუნველყოფს (დიაგრამა 8). შემდგომი გავრცელებული პრაქტიკა ბანკებიდან და მიკროსაფინანსო ორგანიზაციებიდან სესხის აღება გახლდათ (39%).

საიდან აიღეთ საწყისი კაპიტალი თქვენი ბიზნესისთვის? (%)
(რამდენიმე პრევენია)



დიაგრამა 8: საწყისი კაპიტალის მიღების პრაქტიკა

რა გზით ახერხებენ ქალი მეწარმეები ბიზნესის შემდგომ განვითარებას? როგორც რაოდენობრივმა გამოკითხვამ, ისე თვისებრივმა კვლევამ აჩვენეს, რომ ბიზნესის შემდგომი განვითარებისთვის საჭირო კაპიტალის მოსაძიებლად ყველაზე ფართოდ გავრცელებულ წყაროს თანხის საკუთარი ბიზნესიდან ამოღება წარმოადგენს. ეს შესწავლილი სუბიექტების 47%-ს გაუკეთებია. რესპონდენტების 40%-ს ამ მიზნით ბანკის ან მიკროსაფინანსო ორგანიზაციისთვის მიუმართავს. საგულისხმოა, რომ ბიზნესის დაწყებისგან განსხვავებით, პირადი დანაზოგს რესპონდენტების მცირე ნაწილი (17%) მიმართავს.



დიაგრამა 9: ანაზღაურების მიღება ბიზნესიდან

ქალი მეწარმეების უმრავლესობა ბიზნესის დასაწყებად პირად შემოსავლებს იყენებს. როგორც ისინი ამბობენ, უჭირთ გაიხსენონ რომელიმე ქალი მეწარმე, ვინც ბიზნესი გრანტის ან სხვა ფინანსური პროგრამის დახმარებით დაიწყო. მათი თქმით, მათთვის მნიშვნელოვანი კაპიტალი, აქამდე არსებული სამუშაოდან შეგროვებული თანხები იყო, ხოლო გრანტები მხოლოდ ბიზნესის განვითარებისთვის გამოიყენეს. მონაწილეთა თქმით, ხელშეწყობის გრანტები სპეციფიკური საქმიანობისთვის არის გამოყოფილი, რის გამოც ბევრ მეწარმე ქალს არ შეუძლია კონკურსებში მონაწილეობა.

„მე ერთ ადამიანსაც არ ვიცნობ, ვინც გრანტით ბიზნესი დაიწყო“ (ფოკუსჯგუფის მონაწილე, 36 წლის, თბილისიდან)

„ჩვენი საქმე დავიწყეთ ისე, რომ არც სასტარტო კაპიტალი დავგვჭირდა და არც არაფერი. ჩვენი კაპიტალი და ინვესტიცია იყო ჩვენს მიერ უკვე მოგროვილი გამოცდილება, რომელიც თავი მოვუყარეთ და ერთად შევკარით. [ჩვენი ბიზნესი] ძირითადად ინტელექტუალური შრომის [ნაყოფია].“ (ფოკუსჯგუფის მონაწილე, 46 წლის, თბილისიდან)

ფოკუსჯგუფის რამდენიმე მონაწილემ გრანტები სესხის მიღებას შეადარა, რამდენადაც ეს წყაროები თანამონაწილეობას და ბიზნესის მხრიდან კონკრეტული თანხის დაფარვას მოითხოვდა.

„გრანტი არ არის ბიზნესის დასაწყებად. გრანტებიც რომ ჩაუღრმავდები ყველა პირობას [სესხებს წარმოადგენენ]... ნამდვილად ვიცი, რომ ამ ეტაპზე ბიზნესის დასაწყებად არანაირი გრანტი არ არსებობს. ბიზნესის დაწყება შესაძლებელია მხოლოდ სესხის მეშვეობით.“ (ფოკუსჯგუფის მონაწილე, 38 წლის, თბილისიდან).

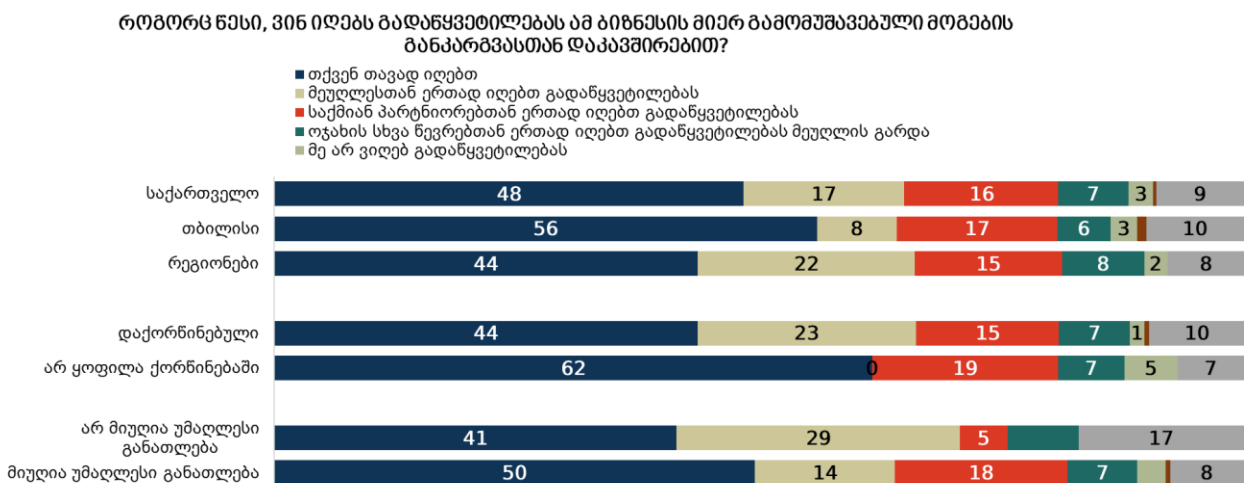
თბილისის დისკუსიაში მონაწილე ქალების უმრავლესობას მიუღია მონაწილეობა საგრანტო კონკურსებში. როგორც რამდენიმე რესპონდენტმა გაიხსენა, რთულია საგრანტო კონკურსებში გამარჯვება და შემდეგ ამ თანხების მიზნობრივად და რაციონალურად გამოყენება, რადგან გრანტის გამცემი ორგანიზაციები გარკვეულ წინაპირობებს აწესებენ და ეტაპობრივ ანგარიშებსაც ითხოვენ.

გრანტების დახმარებით ქალი მეწარმეები ცდილობენ, თავიანთი პროდუქცია უფრო ფართო აუდიტორიას გააცნონ და მოემზადონ საექსპორტო წარმოებისათვის. სწორედ ამ გრანტების დახმარებით, მათ თავიანთი ნამუშევრები საერთაშორისო გამოფენებზე გააქვთ, სადაც ისინი მომავალ დამკვეთებს პოულობენ. ზოგჯერ გრანტის გამცემი ორგანიზაციები დამწყებ მეწარმე ქალებს ეხმარებიან სხვადასხვა ტიპის პრობლემის გადაჭრაში და ასევე კონსულტაციას უწევენ და ატრენინგებენ ბიზნესის კეთებასა და ბუღალტერიაში.

რაც შეეხება ფინანსების მიღებისა და განკარგვის ნაწილს, კვლევის შედეგების მიხედვით, ქალ მეწარმეთა დიდი უმრავლესობა პირადად იღებდა ბიზნესიდან შემოსავალს. როგორც ზემოთ მოყვანილ დიაგრამაზე ჩანს, ქალი მეწარმეთა 78% თავადვე იღებდა ანაზღაურებას ბიზნესისგან. 14%-მა აღნიშნა, რომ ანაზღაურებას პირადად არ იღებდა. საგულისხმოა, რომ დემოგრაფიულ ცვლადებთან მიმართებაში განსხვავებები თითქმის არ გამოვლენილა. მხოლოდ რეგიონული ბიზნესების 19%-ში იყო წარმოდგენილი ისეთი ქალი მეწარმე, რომელიც თავად არ იღებდა ანაზღაურებას, მაშინ როდესაც თბილისის წარმომადგენლებში ეს მაჩვენებელი 8%-ს არ აღემატებოდა.

ქალი მეწარმეები აღნიშნავენ, რომ ბიზნესიდან მიღებულ შემოსავლებს ძირითადად თავადვე განკარგავენ. ასე გამოკითხულთა თითქმის ნახევარი (48%) იქცევა. რესპონდენტები შედარებით ნაკლებად ასახელებდნენ მეუღლესთან (17%) და საქმიან პარტნიორთან (16%) ერთად მიღებულ გადაწყვეტილებებს. ოჯახის სხვა წევრებს თანხების განკარგვას რესპონდენტთა 7% უთანხმებს. ძალიან მცირეა (3%) იმ ქალი მეწარმეთა წილი, რომლებიც აღნიშნულ პროცესში არ იღებენ მონაწილეობას.

როგორც ქვემოთ მოყვანილ დიაგრამაზე წარმოდგენილი მონაცემები აჩვენებს, ფინანსებს დამოუკიდებლად უფრო თბილისში მომუშავე რესპონდენტები განკარგავენ. დედაქალაქში მეწარმეების 56% თავად წყვეტს, რა უყოს ფინანსურ მოგებას. მართალია, რეგიონებშიც ქალი მეწარმეების უმეტესობა (44%) დამოუკიდებლად იღებს გადაწყვეტილებას, ამასთან, დედაქალაქისგან განსხვავებით (8%), რეგიონებში ქალ მეწარმეთა მეხუთედზე მეტი მეუღლესთან ათანხმებდა გადაწყვეტილებას.



დიაგრამა 10: მოგების განკარგვასთან დაკავშირებით გადაწყვეტილებების მიღება

გადაწყვეტილების მიღების ტენდენციები განსხვავდება ოჯახური მდგომარეობისა და რესპონდენტის მიერ მიღებული განათლების დონის მიხედვით. დაუქორწინებელი და უმაღლესი განათლების მქონე რესპონდენტები უფრო დამოუკიდებლად მოქმედებენ

ფინანსების განკარგვასთან დაკავშირებით. დაქორწინებული რესპონდენტების 23% მეუღლესთან ერთად იღებდა გადაწყვეტილებას. ქორწინებაში არმყოფი რესპონდენტების 62% გადაწყვეტილებებს მარტო იღებს. უმაღლესი განათლების მქონე რესპონდენტთა შორის პროპორციულად მცირედით მეტმა აღნიშნა, რომ თავად იღებდა გადაწყვეტილებას. უმაღლესი განათლების არმქონე რესპონდენტების მეტი წილი (29%) იღებს გადაწყვეტილებებს მეუღლესთან ერთად, ვიდრე - უმაღლესი განათლების მქონე ქალი მეწარმეები (14%).

კორონავირუსის გავლენა საქართველოში მოღვაწე ქალ მეწარმეებზე

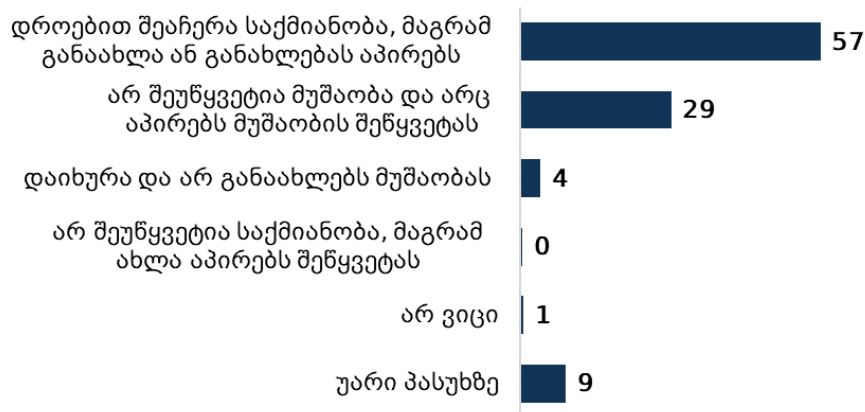
კვლევის ფარგლებში „CRRC-საქართველომ“ ასევე შეისწავლა, თუ რა გავლენა იქონია კორონავირუსის პანდემიამ ქალ მეწარმეებზე და მათ საქმიანობაზე საქართველოში. წინამდებარე თავში რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევის შედეგები შემდეგ სექციებში იქნება შეჯამებული: პანდემიის შედეგები, პანდემიის შედეგებთან გამკლავება, სახელმწიფო დახმარება და ქალი მეწარმეების სამომავლო გეგმები.

პანდემიის შედეგები

პროექტის ფარგლებში ჩატარებული რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევის შედეგებმა აჩვენა, რომ ქალი მეწარმეები კორონავირუსის გავრცელების გამო არაერთ სირთულეს წააწყდნენ, თუმცა უმეტესობის თქმით, ამას მათი საქმიანობის შეწყვეტა არ გამოუწვევია.

გამოკითხვის შედეგების მიხედვით, მეწარმე ქალების 57%-მა ბიზნესსაქმიანობა პანდემიის გამო დროებით შეაჩერა, თუმცა საქმიანობა უკვე განაახლა ან - აპირებს განახლებას; 29%-ის თქმით, მათ ბიზნესს არ შეუწყვეტია და არც აპირებს მუშაობის შეწყვეტას. ბიზნესის მფლობელთა მხოლოდ 4%-მა თქვა, რომ დაიხურა და არ განაახლებს მუშაობას. საგულისხმოა, რომ თბილისში გამოკითხული ბიზნესებიდან მხოლოდ ერთმა თქვა, რომ დაიხურა და არ განაახლებს მუშაობას, ხოლო რეგიონებში იგივე ათმა რესპონდენტმა აღნიშნა.

ახლა ნაბიჯითხავთ რამდენიმე დეპულეპს. რომელი მათგანი შეესაბამება თქვენს ბიზნესს? პანდემიის გამო, თქვენი ბიზნესი... (%)



დიაგრამა 11: კორონავირუსის პანდემიის ზეგავლენა ბიზნესებზე

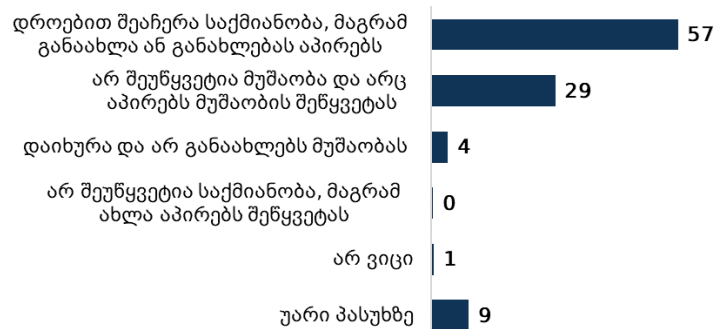
კვლევის თვისებრივ ნაწილში, მონაწილეებმა პანდემიის პირობებში ბიზნესსაქმიანობის წარმოების შესახებ ისაუბრეს. იმ რესპონდენტებიდან, რომლებთანაც სიღრმისეული ინტერვიუები ჩატარდა, საქმიანობა არავის შეუწყვეტია. ამის მიუხედავად, რამდენიმე

სექტორი განსაკუთრებული სირთულეების წინაშე დადგა. საქმიანობის გაგრძელების სირთულეების არსებობას ხაზს განსაკუთრებით ტურიზმის სექტორის წარმომადგენლები, გასართობი ცენტრებისა და სხვადასხვა ღონისძიებების ორგანიზების მიმართულებით მომუშავე ქალი ბიზნესმენები უსვამდნენ. ეს შედეგი გარკვეულწილად დაკავშირებული იყო საზღვრების ჩაკეტვასთან და ღონისძიებების ჩატარების აკრძალვასთან.

„ბევრი რამ შეიცვალა. გამოუქმდა ჯავშნები. შესაბამისად, არც ახლები შემოსულა. მართალია, 2021 წლის ჯავშნები მაქვს, თუმცა 2020 წელს კარგა ხანს საერთოდ არ ყოფილა დაჯავშნილი ნომრები სასტუმროში. ამჟამად ძირითადად ქართველები მოდიან, რადგან შიდა ტურიზმი მეტნაკლებად წინ წამოვიდა. ახლაც, ამ წუთშიც ქართველები არიან სასტუმროში.“
(სიღრმისეული ინტერვიუს რესპონდენტი რეგიონიდან)

„მე დავზარაღდი მთელი 100 პროცენტით. გაჩერებული ვარ უკვე მერვე თვეა. ანუ დაბადების დღის ცენტრი მაქვს და აკრძალული მაქვს ჩვენი საქმიანობა. თანამშრომლებიც დავითხოვე. თუმცა ფართს ვინარჩუნებ, შეღავათს მიკეთებენ და ჯერ-ჯერობით ვინარჩუნებ.“ (ფოკუსჯგუფის მონაწილე, 50 წლის, თბილისი)

ახლა ნაბიჯითხაპო რამდენიმე დებულებას. რომელი მათგანი შეესაბამება თქვენს ბიზნესს? პანდემიის ბაშო, თქვენი ბიზნესი... (%)

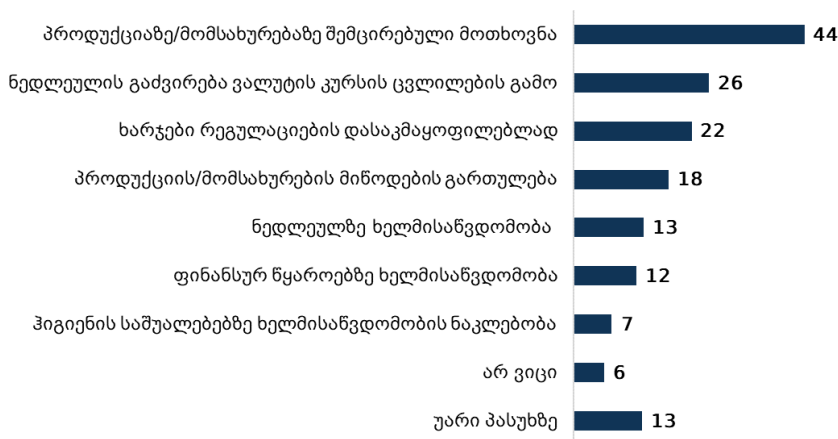


იმ მეწარმეთა დიდი უმრავლესობა (81%), რომელთაც ბიზნესსაქმიანობა დროებით ან სამუდამოდ შეწყვიტეს, ამის მიზეზად მთავრობის რეგულაციებს მიიჩნევენ. გაყიდვების შემცირება საქმიანობის გაჩერების ერთ-ერთ ფაქტორად 37%-მა დაასახელა, ფინანსური რესურსების ამოწურვა კი 12%-ისთვის იყო საქმიანობის დროებით შეჩერების ან დახურვის მიზეზი. როგორც ფოკუსჯგუფის ერთ-ერთმა მონაწილემ აღნიშნა, დიდ დროს მოითხოვდა იმის გარკვევა, თუ რას მოიცავდა მთავრობის მიერ გამოცემული ახალი რეგულაციები, რომლებიც ბიზნესისთვის ხშირად რთულად გასაგები შესასრულებელი იყო.

„მთელი დღე ვისხედით მე და ჩემი იურისტები და ვუსმენდით მთავრობის ადმინისტრაციის წარმომადგენლებს, თუ რა იგულისხმა ამ ადამიანმა რეგულაციების შემუშავებისას. ძალიან რთული იყო ამ რეგულაციებთან შეგუება“. (ფოკუსჯგუფის მონაწილე, 40 წლის, თბილისი)

რესპონდენტების თქმით, პანდემიის დროს, ბიზნესი არაერთი პრობლემის წინაშე აღმოჩნდა. მათ შორის კი ყველაზე ხშირად ისეთი გამოწვევები დასახელდა, როგორებიცაა პროდუქციაზე/მომსახურებაზე შემცირებული მოთხოვნა, ნედლეულის გაძვირება ვალუტის კურსის ცვლილების გამო, დამატებითი ხარჯები მთავრობის მიერ შემოღებული რეგულაციების დასაკმაყოფილებლად და კლიენტებისთვის პროდუქციის/მომსახურების მიწოდების გართულება.

დადგა თუ არა თქვენი ბიზნესი შემდეგი პრობლემის წინაშე (%)
(რამდენიმე პასუხი)



დიაგრამა 12: პრობლემები, რომლებიც ბიზნესებს პანდემიის გამო წარმოექმნათ

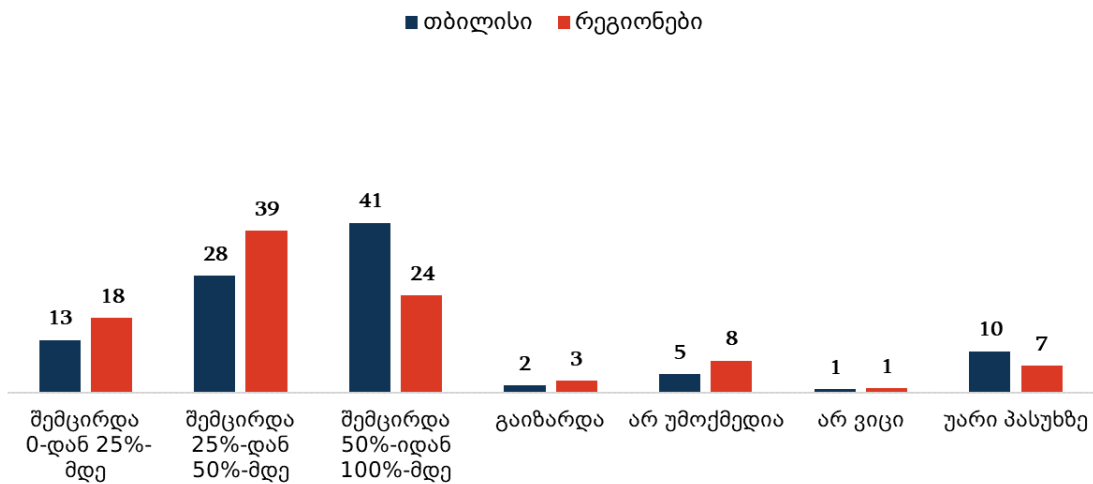
გამოკითხვის შედეგების მსგავსად, სიღრმისეული ინტერვიუს რესპონდენტები და ფოკუსჯგუფის მონაწილეები ძირითადად რეგულაციების შესასრულებლად გაწეულ ხარჯებს და ეროვნული ვალუტის გაუფასურების გამო მასალების ფასის ზრდას ასახელებდნენ. აღნიშნულმა პრობლემებმა დამატებითი დანახარჯები გაუჩინა ქალ მეწარმეთა ნაწილს. რაც შეეხება რესურსებზე წვდომის გართულებას, ამ მხრივ მეწარმეებს პრობლემა არ ჰქონიათ. მხოლოდ ის ბიზნესები შეყოვნდნენ, რომლებიც იმპორტულ ნედლეულს იყენებდნენ.

„სადღაც 1000 ლარამდე დამიჯდა, რომ გამეხსნა სასტუმრო და ყოფილიყო უსაფრთხო დამსვენებლებისთვის. ამჟამად უკვე მივიღე ნებართვა, მუშაობა რომ გავაგრძელო“. (სიღრმისეული ინტერვიუს რესპონდენტი რეგიონიდან)

„მასალებზე წვდომა იყო გართულებული, როცა საზღვრები იყო ჩაკეტილი. თუმცა ჩვენ გვექონდა მასალების გარკვეული რაოდენობა მომარაგებული და არ დაგვჭირვებია იმ პერიოდში. საზღვრები დაკეტილი რომ იყო, სხვა ქვეყნებში ვერ ვაგზავნიდით შეკვეთებს. იმ პერიოდში ეს შეფერხდა. დამატებით ხარჯებს ვერ ვიტყვი - მასალების ფასი ძირითადად ვალუტის კურსის არასტაბილურობის გამო გაიზარდა“. (სიღრმისეული ინტერვიუს რესპონდენტი თბილისიდან)

გამოკითხვის რესპონდენტების თქმით, ბიზნესების უმრავლესობის შემოსავლებზე კორონავირუსის პანდემიამ უარყოფითი გავლენა მოახდინა, მხოლოდ 3%-მა აღნიშნა, რომ მათი შემოსავლები გაიზარდა, 7%-ს თქმით კი კორონავირუსს მათ შემოსავლებზე არ უმოქმედია. გამოკითხული ბიზნესების დაახლოებით ერთმა მესამედმა განაცხადა, რომ მათი შემოსავლები 50%-დან 100%-მდე შემცირდა (31%), დაახლოებით ამდენივემ (35%) დაასახელა შემოსავლების 25%-დან 50%-მდე შემცირება, ხოლო მეწარმე ქალების 16%-მა აღნიშნა, რომ შემოსავლები 0-დან 25%-მდე შემცირდა. თბილისში გამოკითხული ბიზნესების 41%-მა (45 რესპონდენტი) აღნიშნა პანდემიის შედეგად შემოსავლების 50%-დან 100%-მდე შემცირება, რეგიონებში გამოკითხული ბიზნესებიდან კი ყველაზე დიდი წილი 39% (65 რესპონდენტი) შემოსავლების 25%-დან 50%-მდე შემცირებას ასახელებდა.

ზოგადად, რამდენად იმოქმედა კორონავირუსის პანდემიამ თქვენი ბიზნესის შემოსავლებზე? დასახლების მიხედვით (%)



დიაგრამა 13: პანდემიის გავლენა ბიზნესის შემოსავლებზე დასახლების მიხედვით

ფოკუსჯგუფების დისკუსიებისას, მონაწილეთა უმრავლესობამ აღნიშნა, რომ პანდემიამ მათ ბიზნესებს შემოსავლებისა და რეალიზაციის მხრივ საკმაოდ დიდი დარტყმა მიაყენა. ზოგიერთს გარკვეული პერიოდის განმავლობაში საქმიანობის შეჩერება მოუწია. ქალი მეწარმეებისთვის პანდემიის დროს ონლაინ გაყიდვების გააქტიურება გარკვეული გამოსავალი აღმოჩნდა.

„საოპერაციო შემოსავლების 95 პროცენტის ვარდნა გვაქვს, რაც საკმაოდ სერიოზული პრობლემაა.“ (ფოკუსჯგუფის მონაწილე, 46 წლის, თბილისიდან)

„მარტში, როგორც კი გამოცხადდა კარანტინი, თბილისიდან მალაზიები დამიკავშირდნენ და მთხოვეს, რომ საქონელი წამომეღო [უკან] და ამიტომ მომიწია ფასდაკლების გამოცხადება. ამან ნაწილობრივ მიშველა, ონლაინ გაყიდვებიც მქონდა მცირე. მაგრამ ის, რომ ფესტივალი არ იყო და ტურისტებიც ვერ ჩამოვიდნენ, ჩემთვის დიდი დარტყმა იყო.“ (ფოკუსჯგუფის მონაწილე, 44 წლის, რეგიონიდან)

კორონავირუსის პანდემიის გამო, ქალი ბიზნესმენების შემოსავლები საგრძნობლად შემცირდა. მეტნაკლებად მსგავსი სურათია წარმოდგენილი დასაქმებულთა რაოდენობის კუთხითაც. საერთო ჯამში, ბიზნესების 29%-მა დააფიქსირა პანდემიის გამო დასაქმებულთა რაოდენობის მხრივ პროცენტული შემცირება. გამოკითხულთა 13%-მა აღნიშნა, რომ თანამშრომლების რაოდენობა 0-დან 25%-მდე შეამცირა, ხოლო მეათედმა (10%) კი - 50-დან 100%-მდე. მხოლოდ ორმა მეწარმე ქალმა განაცხადა, რომ მათ ბიზნესში დასაქმებულთა რაოდენობა ამ პერიოდში გაიზარდა. მეწარმე ქალების უმრავლესობამ (58%) განაცხადა, რომ პანდემიას მათ ბიზნესში დასაქმებულთა რაოდენობაზე არ უმოქმედია. ამ საკითხთან დაკავშირებით თბილისსა და რეგიონებს შორის განსხვავებები არ გამოიკვეთა.

სიღრმისეული ინტერვიუს რესპონდენტებმა თქვეს, რომ პანდემიის გამო, თანამშრომლები არ გაუთავისუფლებიათ. რესპონდენტების დიდმა ნაწილმა ბიზნესის მიერ დაგროვილი რესურსით მოახერხა ანაზღაურების გადახდა იმ თვეებში, როდესაც შემოსავალი ნაკლები იყო; ნაწილს მხოლოდ სეზონურად დაქირავებული სამუშაო ძალა ჰყავდა და არც გასჩენია ეს სირთულე. ფოკუსჯგუფების მონაწილეებმა დისკუსიისას თქვეს, რომ მოუწიათ რამდენიმე თანამშრომლის გათავისუფლება, თუმცა ყველამ აღნიშნა, რომ დაეხმარნენ მათ საბუთების მომზადებაში, რათა სახელმწიფოსგან ექვსი თვის განმავლობაში, ორასლარიანი დახმარება მიეღოთ. დასაქმებულთა რაოდენობის შემცირება ზოგ შემთხვევებში გაყიდვის ობიექტების დახურვამ გამოიწვია.

„საერთოდ არაფერი გაგვიკეთებია, არცერთ თანამშრომელს ხელფასი არ შემცირებია და არც უხელფასო შვებულებაში გაგვიშვია. რაღაც რესურსი კომპანიას გააჩნდა, რომელიც ამ ორი თვის განმავლობაში რაღაცნაირად ხიდივით გამოვიყენეთ.“ (სიღრმისეული ინტერვიუს რესპონდენტი თბილისიდან)

"სეზონურად გვყავს დამხმარეები, მაგრამ ასე ვთქვათ, მუდმივად დაქირავებული თანამშრომლები არ გვყავს და დიდი სასტუმროებისგან განსხვავებით, ამაში უფრო მეტად გაგვიმართლა, ანუ უკეთეს მდგომარეობაში ვართ, ვიდრე ისინი." (სიღრმისეული ინტერვიუს რესპონდენტი რეგიონიდან)

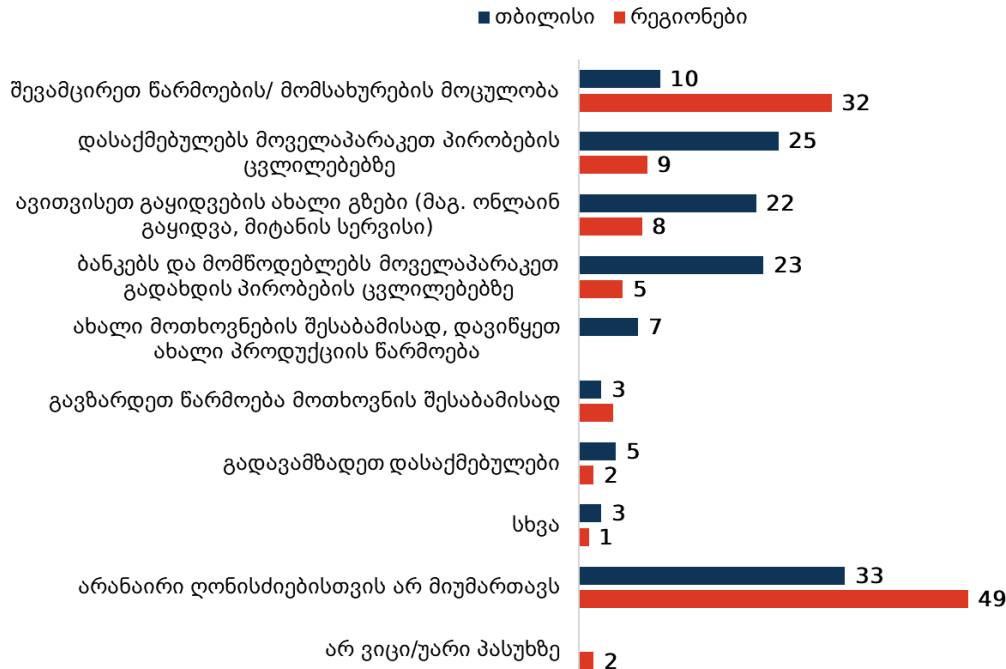
„მოგვიწია დაახლოებით ხუთი თანამშრომლის გაშვება, ვინც კონსულტანტად მუშაობდნენ ჩვენთან და ანიმატორის ფუნქციას ითავსებდნენ, თუმცა ამ შემთხვევაში ვიტყვი, რომ ეს სახელმწიფო პროგრამა რომელიც მდგომარეობდა 200 ლარიანი დახმარებით, აბსოლუტურად ყველას გავუფორმეთ.“ (ფოკუსჯგუფის მონაწილე, 33 წლის, თბილისიდან)

რაც შეეხება 2020 წლის ბოლოსთვის არსებულ მოლოდინებს, გამოკითხული მეწარმე ქალები საკმაოდ პესიმისტურად არიან განწყობილნი. გამოკითხულთა 65% შემოსავლების კიდევ უფრო შემცირებას ვარაუდობს. თუმცა, რესპონდენტების უმეტესობა 61%) თვლის, რომ დასაქმებულთა რაოდენობის შემცირება ალბათ არ მოუწევს.

პანდემიის შედეგებთან გამკლავება

არსებული გამოწვევების პირობებში, საინტერესოა, თუ როგორ უმკლავდებიან ქალი მეწარმეები პანდემიის შედეგებს. მეწარმე ქალების 42%-მა განაცხადა, რომ პანდემიის შედეგებთან გასამკლავებლად რაიმე განსაკუთრებული ღონისძიებისთვის არ მიუმართავს. ბიზნესის მფლობელების მიერ კორონავირუსის საპასუხოდ გადადგმული ნაბიჯი თითქმის მეოთხედისთვის (23%) წარმოების/მომსახურების მოცულობის შემცირება იყო. შემდეგი ყველაზე ხშირად დასახელებული ხერხი დასაქმებულებთან პირობების ცვლილებებზე მოლაპარაკება გახლდათ (15%), 14%-მა კი გაყიდვების ახალი გზების (მაგ. ონლაინ გაყიდვა, მიტანის სერვისი) ათვისება დაასახელა. გამოკითხულთა 12%-მა ბანკებსა და მომწოდებლებთან გადახდის პირობების ცვლილებებზე მოლაპარაკებები დაასახელა. დანარჩენი პასუხის ვარიანტები გამოკითხულთა 5%-ზე ნაკლებმა ახსენა.

**ახლა ჩამოგითვლით რამდენიმე ღონისძიებას, რომელსაც
საქართველოში ბიზნესები ატარებენ, რათა პანდემიის შედეგებს
გაუმკლავდნენ. თქვენს ბიზნესს რომელი შეესაბამება? დასახლების
მიხედვით**
(%, რამდენიმე პასუხი)



დიაგრამა 14: ბიზნესის მხრიდან პანდემიის შედეგებთან გამკლავებისთვის განხორციელებული ღონისძიებები დასახლების მიხედვით

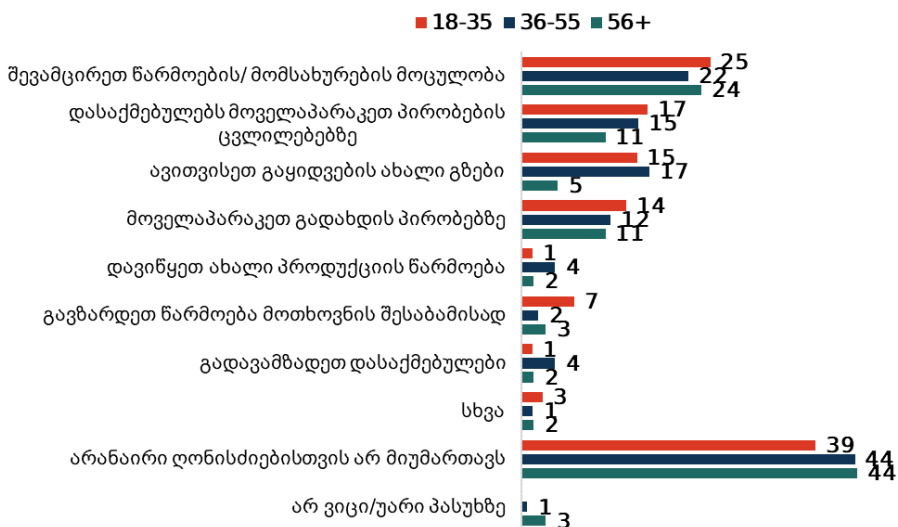
თუკი თბილისსა და რეგიონებს შევადარებთ, ამ შემთხვევაში, თბილისის გარეთ ქალ მეწარმეთა თითქმის ნახევარმა (49%) აღნიშნა, რომ პანდემიის შედეგების აღმოსაფხვრელად რაიმე კონკრეტული ზომისთვის არ მიუმართავს. დედაქალაქში გამოკითხული ბიზნესის მფლობელი ქალების მესამედი (33%) აფიქსირებს იმავე პოზიციას.

წარმოების მოცულობის შემცირება რეგიონებში გამოკითხული ბიზნესების მფლობელთა 32%-მა დაასახელა, როდესაც თბილისში იმავეს გამოკითხული რესპონდენტების 10% ამბობს. დასაქმებულებს პირობების ცვლილებებზე თბილისში გამოკითხული ბიზნესების მეოთხედი, ხოლო რეგიონებში კი თითქმის მეათედი (9%) მოელაპარაკა. დედაქალაქში გამოკითხული ბიზნესის მფლობელთაგან თითქმის მეოთხედი (23%) აცხადებდა, რომ ბანკებსა და მომწოდებლებს გადახდის პირობების ცვლილებებზე შეუთანხმდა, მაშინ, როცა რეგიონებში მოქმედი ბიზნესების 5%-მა დაასახელა.

აღსანიშნავია, რომ განახლებული მოთხოვნების შესაბამისი ახალი პროდუქციის წარმოების დაწყება, მხოლოდ თბილისში დასახელდა (7%). სავარაუდოდ, რეგიონში არსებულ საწარმოებს უფრო გაუჭირდათ თავიანთი საქმიანობის ადაპტირება ახალ რეალობასა და

მოთხოვნებთან. გაყიდვების ახალი გზების (მაგ. ონლაინ გაყიდვა, მიტანის სერვისი) ათვისება უფრო ხშირად თბილისში (22%) იყო დასახელებული, ვიდრე რეგიონებში (8%). ამ ცვლადს ასაკობრივ და განათლების ჭრილში თუ შევხედავთ, აქაც დავინახავთ განსხვავებებს. 56 წლამდე ასაკობრივ კატეგორიებში უფრო მეტად დასახელდა კორონავირუსის საპასუხოდ გატარებულ ერთ-ერთ ღონისძიებად გაყიდვების ახალი გზების ათვისება. 18-35 წლამდე ასაკობრივ ჯგუფში რესპონდენტთა 15%, ხოლო 36-55 წლამდე ასაკობრივ ჯგუფში 17%-მა დაასახელა ეს პასუხი მაშინ, როცა, 55 წლის და უფროსი ასაკის რესპონდენტების მხოლოდ 5%-მა აღნიშნა იგივე. საინტერესოა, რომ იმ რესპონდენტებისგან, რომლებსაც უმაღლესი განათლება აქვთ მიღებული უფრო მეტი (15%) ამბობდა, რომ ათვისეს გაყიდვის ახალი გზები, ხოლო მათ შორის, ვისაც უმაღლესი განათლება არ მიუღია, ამას მხოლოდ 7% დასახელებდა.

ახლა ჩამოგვითვლით რამდენიმე ღონისძიებას, რომელსაც საქართველოში ბიზნესები ატარებენ, რათა პანდემიის შედეგებს გაუმკლავდნენ. თქვენს ბიზნესს რომელი შეეხებათ? ასაკის მიხედვით
(%, რამდენიმე პასუხი)



დიაგრამა 15: ბიზნესის მიერ პანდემიის შედეგებთან გამკლავებისთვის განხორციელებული ღონისძიებები, ასაკობრივი ჯგუფების მიხედვით

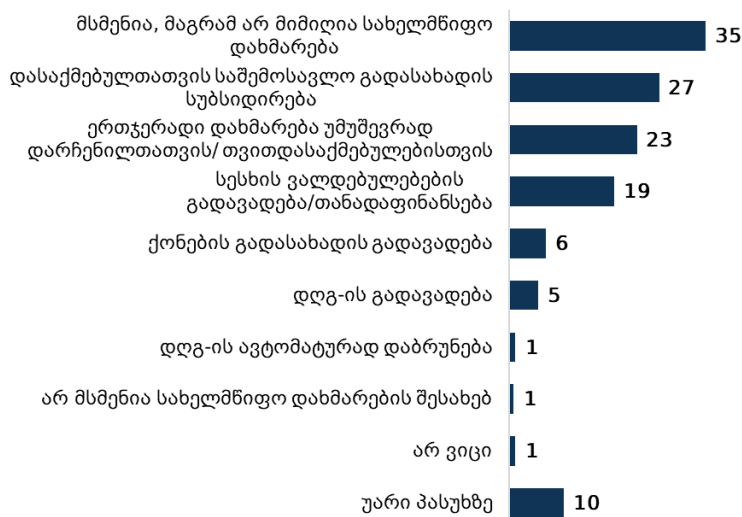
რაოდენობრივი კვლევის შედეგების კონტექსტუალიზაცია აჩვენებს, რომ ის ბიზნესები, რომლებმაც წარმოებისა და მიწოდების დივერსიფიკაცია შეძლეს, პანდემიის შედეგებს უფრო უმტკივნეულოდ გაუმკლავდნენ. ფოკუსჯგუფის ერთ-ერთმა მონაწილემ აღნიშნა, რომ ხარჯების დაზოგვის მიზნით, ბიზნესი სრულად ონლაინ გაყიდვებზე გადაიყვანა და მომხმარებლებიც ამ მეთოდს უფრო მეტად შეეჩვივნენ. ბიზნესებმა დაიწყეს როგორც ახალი პროდუქციის წარმოება, რომელიც დაკავშირებული იყო სწორედ კორონავირუსის პრევენციასთან, ისე გამოიყენეს თავიანთი ბიზნესის ის ალტერნატიული მიმართულებები, რომელთაც საქმიანობის გაგრძელების მეტი შესაძლებლობა ჰქონდა.

„კორონავირუსის გამო მოგვიწია მაღაზიის დახურვა, გადავედით მხოლოდ ინტერნეტ-გაყიდვებზე. დავიწყეთ მრავალჯერადი პირბადეების წარმოება. „ამაზონის“ ბრიტანულ ვებსაიტზე იყიდებოდა [ჩვენი პროდუქცია]. შემდეგ დავიწყეთ ქართველი მომხმარებლისთვის პირბადეების კერვა, რასაც დღესაც ვკერავთ. საბავშვო პირბადეები მე მგონი მარტო ჩვენ გავაკეთეთ.“ (ფოკუსჯგუფის მონაწილე, 38 წლის, თბილისიდან)

სახელმწიფო დახმარება

კვლევის ფარგლებში გამოკვლეული იქნა, თუ როგორ დაეხმარა სახელმწიფოს მიერ კორონავირუსის პანდემიის საპასუხოდ გატარებული ზომები ქალ მეწარმეებს თავიანთ ბიზნესსაქმიანობაში. რაოდენობრივი გამოკითხვის შედეგების მიხედვით, ქალ მეწარმეთა მესამედზე მეტს (35%) სმენია მიზნობრივი სახელმწიფო დახმარების შესახებ, მაგრამ თავად არ მიუღია, მხოლოდ ერთი პროცენტია ისეთი, რომელსაც საერთოდ არ გაუგია ამ ტიპის დახმარების შესახებ, რაც იმაზე შეიძლება მიუთითებდეს, რომ მიზნობრივი დახმარების შესახებ ბიზნესის მფლობელების ინფორმირებულობის დონე მაღალი იყო. პანდემიის დროს გამოყენებული სახელმწიფო დახმარებებიდან, მეწარმეების მიერ ყველაზე ხშირად დასახელდა დასაქმებულთათვის საშემოსავლო გადასახადის სუბსიდირება (27%), ერთჯერადი დახმარება უმუშევრად დარჩენილთათვის/თვითდასაქმებულებისთვის (23%) და სესხის ვალდებულებების გადავადება/თანადაფინანსება (19%).

მიხილიათ თუ არა შემდეგი ტიპის მიზნობრივი სახელმწიფო დახმარება? (%)



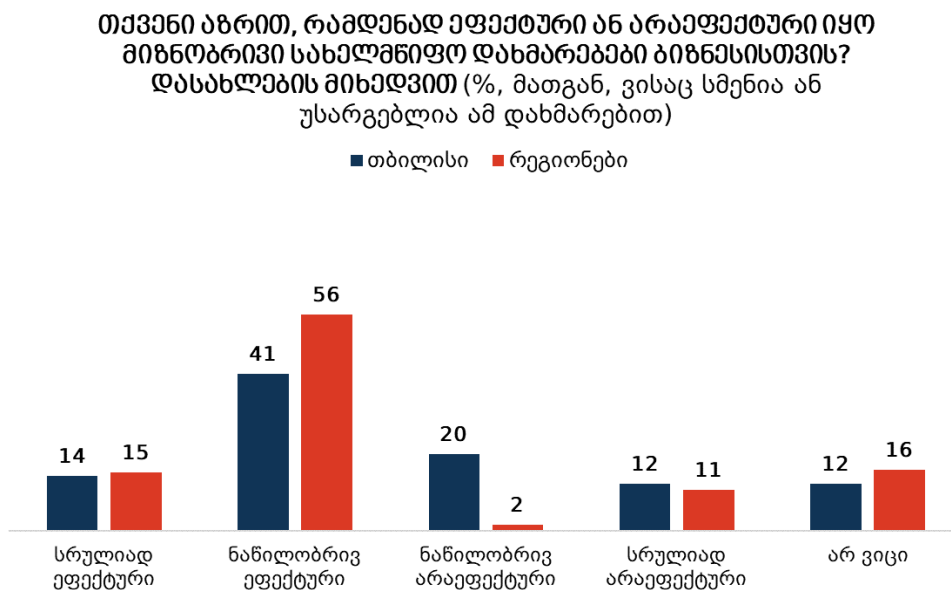
დიაგრამა 16: ბიზნესის მიერ გამოყენებული სხვადასხვა ტიპის მიზნობრივი დახმარება

დასაქმებულთათვის საშემოსავლო გადასახადის სუბსიდირება უმაღლესი განათლების მქონე მეწარმე რესპონდენტებიდან 29%-მა, ხოლო უმაღლესი განათლების არ მქონეთაგან 15%-მა გამოიყენა. თბილისში გამოკითხული ქალი მეწარმეებიდან უფრო მეტმა (37%) აღნიშნა ამ

დახმარების მიღების შესახებ, რეგიონში გამოკითხული ბიზნესის მფლობელი ქალებიდან კი მეხუთედმა (20%) თქვა, რომ ასეთი ხელშეწყობით ისარგებლა.

ქალმა მეწარმეებმა, რომლებსაც გაუგიათ ან უსარგებლიათ სახელმწიფოს მიზნობრივი დახმარებით, მისი ეფექტურობაც შეაფასეს: მათმა ნახევარმა (50%) აღნიშნული დახმარებები ბიზნესისთვის ნაწილობრივ, ხოლო 15%-მა კი სრულიად ეფექტურად მიიჩნია. ჯამში 21%-სთვის ეს დახმარებები ნაწილობრივ ან სრულიად არაეფექტური იყო, 14%-მა კითხვაზე პასუხი ვერ გასცა.

როგორც ქვემოთ მოცემულ დიაგრამაზე ჩანს, თბილისში გამოკითხული ბიზნესებიდან, ვისაც სმენია და უსარგებლია ამ დახმარების შესახებ, ორმა მეხუთედმა (41%) ის ნაწილობრივ ეფექტურად შეაფასა, რეგიონებში მოქმედი ბიზნესებიდან კი - უმრავლესობამ (56%) ასევე იგივენაირად შეაფასა. მიზნობრივი დახმარებები ნაწილობრივ არაეფექტურად იმ ბიზნესების მეხუთედმა შეაფასა, რომელიც თბილისში საქმიანობს და ამ დახმარების შესახებ გაუგია ან მიუღია, რეგიონში კი ასეთი ბიზნესების მხოლოდ 2%-მა დაასახელა სახელმწიფო დახმარება ნაწილობრივ არაეფექტურად.



დიაგრამა 17: ბიზნესების მიერ მიზნობრივი სახელმწიფო დახმარებების შეფასება დასახლების ტიპის მიხედვით

გამოკითხული ბიზნესის მფლობელი ქალების იმ ნაწილიდან, რომლებმაც თქვეს, რომ მათ საკუთრებაში არსებულმა ბიზნესმა პანდემიის დროს გამოყოფილი მიზნობრივი სახელმწიფო დახმარება მიიღო, 40%-ს თქმით, ეს დახმარება ბიზნესს საკმაოდ დაეხმარა, 39%-მა აღნიშნა, რომ ეს მათ ნაკლებად დაეხმარა, ხოლო 11%-მა თქვა, რომ საერთოდ არ დახმარებია, ხოლო 9%-ს ძალიან დაეხმარა. დედაქალაქსა და რეგიონებში მოქმედი ბიზნესების პასუხები ამ კითხვაზე მნიშვნელოვნად არ განსხვავდება.

როგორც ფოკუსჯგუფის დისკუსიისას, ასევე სიღრმისეული ინტერვიუების დროს გაირკვა, სახელმწიფოს მიერ გამოყოფილი მიზნობრივი დახმარებების მიმართ გარკვეული უკმაყოფილებები არსებობს. ერთ-ერთი რესპონდენტის თქმით, სახელმწიფოსგან მიღებული ერთჯერადი, სამასლარიანი დახმარება მხოლოდ დისტანციური სიცხის საზომი მოწყობილობის საყიდლად იყო საკმარისი, მაშინ, როცა სტანდარტების დასაკმაყოფილებლად სხვა არაერთი აღჭურვილობა იქნა მოთხოვნილი. საშემოსავლო გადასახადისგან გათავისუფლებას რაც შეეხება, როგორც რესპონდენტებმა აღნიშნეს, მხოლოდ ძალიან დაბალი ანაზღაურების მქონე ადამიანებს შეეხოთ ეს ღონისძიება და ისიც იმ პირობით, თუკი სხვა ადგილას არ იყვნენ დასაქმებულები, შესაბამისად, აღნიშნული დახმარება, მათი თქმით, ნაკლებად ეფექტური აღმოჩნდა.

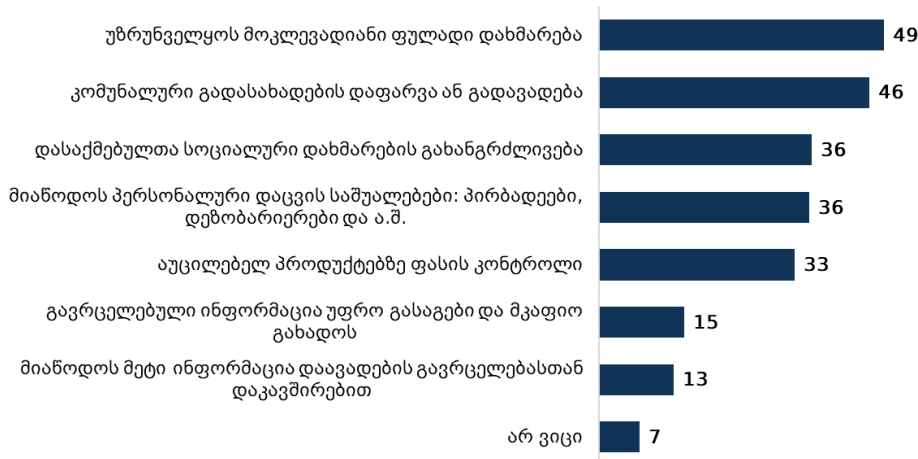
„სამასი ლარი მივიღეთ ერთჯერადად, რომელიც დისტანციურ სიცხის საზომ თერმომეტრებში გადავიხადეთ.“ (სიღრმისეული ინტერვიუს რესპონდენტი რეგიონიდან)

„ესეც ისეთი მინიმალური შეღავათი იყო, რომ ფაქტობრივად იქნებოდა თუ არა, ჩვენთვის არანაირი მნიშვნელობა არ ქონდა. მხოლოდ ძალიან მცირე ხელფასებს შეეხო საშემოსავლო გადასახადისგან განთავისუფლება.“ (ფოკუსჯგუფის მონაწილე, 40 წლის, თბილისიდან)

„საერთოდ არ უნდა ყოფილიყო, ჩემთვის, მაგალითად, აზრი არ ქონდა. უარიც განვაცხადე, როდესაც დამირეკეს და მითხრეს, რომ შემევსო შესაბამისი განაცხადი. რაღაც შეურაცხყოფილად ვიგრძენი თავი - რვა თვეა, გაჩერებული ვარ და [მხოლოდ] სამასი ლარი დახმარების ფორმით?“ (ფოკუსჯგუფის მონაწილე, 39 წლის, რეგიონიდან)

კვლევის ფარგლებში ასევე ვეცადეთ, გამოგვერკვია, რას ფიქრობენ თავად ქალი მეწარმეები იმაზე, თუ რა დახმარება უნდა გაუწიოს სახელმწიფომ ბიზნესს კორონავირუსის შედეგების დასაძლევად. ბიზნესის მფლობელ ქალთა მიერ ყველაზე ხშირად დასახელებული პასუხები იყო მოკლევადიანი ფულადი დახმარების უზრუნველყოფა. ეს პასუხი გამოკითხულთა თითქმის ნახევარმა, 49%-მა დაასახელა. კომუნალური გადასახადების დაფარვა ან გადავადება კი მეწარმეთა 46%-მა აღნიშნა; 36%-სთვის დახმარებად დასაქმებულთა სოციალური შეღავათების გახანგრძლივება და პერსონალური დაცვის საშუალებების, როგორიცაა პირბადეები, დეზოზარირები და ა.შ. მიწოდება ჩაითვლებოდა. გამოკითხულთა მესამედმა (33%) კორონავირუსის შედეგების დასაძლევად ბიზნესის დახმარების ერთ-ერთ გზად აუცილებელ პროდუქტებზე ფასის კონტროლი გამოყო. 15%-მა (40 რესპონდენტი) განაცხადა, რომ რეგულაციებზე გავრცელებული ინფორმაცია სახელმწიფომ უფრო გასაგები და მკაფიო უნდა გახადოს, 13%-სთვის (35 რესპონდენტი) კი საუკეთესო გზა დაავადების გავრცელებასთან დაკავშირებით მეტი ინფორმაციის მიწოდება იქნებოდა.

**თქვენი აზრით, რა დახმარება უნდა გაუწიოს სახელმწიფომ ბიზნესს
კორონავირუსის შედეგების დასაძლევად? (%)**



დიაგრამა 18: დახმარების სასურველი ფორმა

სიღრმისეული ინტერვიუების დროს, რესპონდენტებმა ხაზი გაუსვეს ბიზნესებისთვის გადასახადების დაწევის მნიშვნელობას. ფოკუსჯგუფის მონაწილეებმაც აღნიშნეს, რომ სტანდარტების დაცვაში დახმარება მცირე ბიზნესებისთვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია. გარდა ამისა, ერთ-ერთ გამოწვევად დასახელდა საზღვრების გახსნა და რეგულაციების დაცვით ტურისტების მიღება. ზემოთჩამოთვლილის გარდა, რესპონდენტებმა ისაუბრეს გრძელვადიან საშეღავათო პერიოდსა და სახელმწიფოს მხრიდან საშემოსავლო გადასახადის ნაწილის დაბრუნების შესახებაც.

„სახელმწიფომ უნდა იზრუნოს იმაზე, რომ ასეთი ძლიერი ზეწოლა არ იყოს, ნელ-ნელა ის შეზღუდვები, გონივრულობის ფარგლებში მოიხსნას და მოხდეს ბიზნესის ხელშეწყობა, როგორც ბევრმა წარმატებულმა ევროპის სახელმწიფოებმა გააკეთეს. იყოს კონტროლი, მაგრამ არ ჩაკეტოს მთლიანად საზღვრები ტურისტებისთვის. აუცილებელია, რომ ადგილზე ბიზნესები გადარჩეს.“ (სიღრმისეული ინტერვიუს რესპონდენტი რეგიონიდან)

„აღბათ კარგი იქნებოდა, გრანტის სახით ყოფილიყო დახმარება. თუნდაც არაფულადი ფორმით - ყოფილიყო საწყისი პაკეტი, რომელიც რეგულაციების დასაკმაყოფილებლად საკმარისი იქნებოდა, მაგალითად - პირბადეები, დეზოზომები და სხვა. (ფოკუსჯგუფის მონაწილე, 55 წლის, რეგიონიდან)

„როცა ვმუშაობ, თვეში დაახლოებით 1000-1500 ლარამდე მიწევს საშემოსავლოს გადახდა. როცა ამხელა თანხას გიხდის მეწარმე წლის განმავლობაში, ეს ხომ ფიქსირდება, დაფიქსირებული, არაა დამალული, ეს ხომ ღიაა? ადექი და შენც იმის ნახევარი, როცა არ

ამუშავებ ადამიანს, დაუბრუნე უკან იმ თვეებში, როცა გააჩერებ? აი, ამ კუთხით უნდა ყოფილიყო მუშაობა სახელმწიფოს მხრიდან.“ (ფოკუსჯგუფის მონაწილე, 39 წლის, რეგიონიდან)

ქალი მეწარმეების სამომავლო გეგმები

ქალ მეწარმეებს, რომლებიც ბიზნესსაქმიანობას აგრძელებენ, გამოკითხვის ფარგლებში მათი სამომავლო გეგმების შესახებაც ჰკითხეს. არსებული ვითარების გათვალისწინებით, გასაკვირი არ არის, რომ ბიზნესის მფლობელთა დიდმა ნაწილმა, 43%-მა, ვერ ისაუბრა კონკრეტული გეგმების შესახებ და უპასუხა „არ ვიცი“. ეს გაურკვევლობა უფრო აშკარა იმ შემთხვევაშია, როდესაც ბიზნესის ბრუნვა 100 000 ლარზე ქვემოთაა და რეგიონში საქმიანობს. თბილისის გარეთ გამოკითხული ბიზნესების ნახევარმა (51%) ვერ დაასახელა მომდევნო წლის საქმიანობის გეგმები, მაშინ, როცა თბილისში გამოკითხულთაგან მესამედზე ცოტა მეტმა (34%) არ იცის, რის გაკეთებას აპირებს მომდევნო ერთი წლის მანძილზე. გამოკითხულთა 5%-ს თქმით, მოსალოდნელია, რომ მომდევნო წლის განმავლობაში მათმა ბიზნესმა მუშაობა შეაჩეროს.

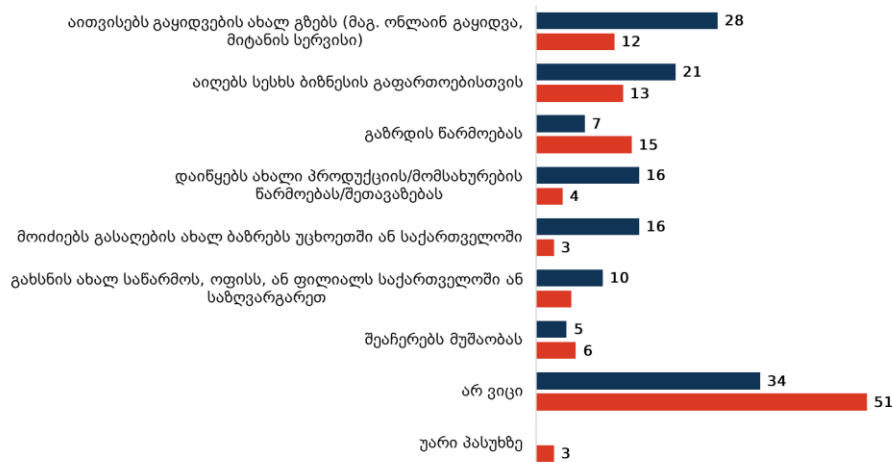
გაურკვევლობის ფაქტორს სიღრმისეული ინტერვიუს ერთ-ერთმა რესპონდენტმაც გაუსვა ხაზი, რაც მისი აზრით, სახელმწიფოს მიერ გამოცხადებული გადაწყვეტილების აღსრულებასთან იყო დაკავშირებული. რესპონდენტის თქმით, სახელმწიფოს მხრიდან არსებული გაურკვევლობა ბიზნესისთვის სამომავლო გეგმების განსაზღვრას ართულებდა.

„ტურიზმის სექტორი მთლიანად არის გაურკვევლობაში, არ იციან, თუ როდის განახლდება მუშაობა. შესაბამისად, ვერ ვგეგმავთ ვერაფერს. უამრავი კითხვის ნიშანია. როდესაც გამოცხადდა, რომ პირველი ივლისიდან უნდა გაიხსნას, უნდა გახსნილიყო იმიტომ, რომ ძალიან ბევრი ელოდებოდა პირველ ივლისს. ახლა როცა დაგეგმეს პირველ აგვისტოს, უკვე ნდობა აღარ გვაქვს სახელმწიფოსი. შესაბამისად, ვერაფერს ვგეგმავთ.“ (სიღრმისეული ინტერვიუს რესპონდენტი რეგიონიდან)

ქალი მეწარმეების დაახლოებით მეხუთედმა (19%) აღნიშნა, რომ მომდევნო ერთი წლის მანძილზე გაყიდვების ახალი გზების (მაგ. ონლაინ გაყიდვა, მიტანის სერვისი) ათვისებას გეგმავს, შემდეგი ყველაზე ხშირად დასახელებული პასუხი კი ბიზნესის გაფართოებისთვის სესხის აღება იყო (16%). გამოკითხულთა მეათედზე ცოტათი მეტმა (11%) თქვა, რომ მოსალოდნელია, მათმა ბიზნესმა წარმოება გაზარდოს, 9% კი ახალი პროდუქციის ან მომსახურების წარმოება/შეთავაზებას აპირებს.

მოსალოდნელია თუ არ არის მოსალოდნელი, რომ მომდევნო ერთი წლის მანძილზე თქვენი ბიზნესი გააქვთ შეძლებს? დასახლების მიხედვით
(%, მათგან, ვინც უპასუხა, რომ არ შეუწყვეტია მუშაობა ან დროებით შეაჩერა საქმიანობა, მაგრამ უკვე განაახლა ან განახლებას აპირებს)

■ თბილისი ■ რეგიონები



დიაგრამა 19: ქალი მეწარმეების სამომავლო გეგმები დასახლების მიხედვით

მოცემული დიაგრამა აჩვენებს, რომ რეგიონებში გამოკითხული ქალი მეწარმეებიდან შედარებით უფრო დიდმა წილმა (15%) დაასახელა წარმოების გაზრდა შემდეგი წლისთვის, ვიდრე დედაქალაქში გამოკითხულმა ბიზნესებმა (7%). დანარჩენი პასუხის ვარიანტები სხვა რეგიონებთან შედარებით, თბილისში მოქმედი ბიზნესების უფრო დიდმა წილმა დაასახელა.

განსაკუთრებით თვალსაჩინო ეს განსხვავება რამდენიმე შემთხვევაში იყო: თბილისში მოქმედი ბიზნესებიდან მეოთხედზე მეტმა (28%) თქვა, რომ მოსალოდნელია, ბიზნესმა მომდევნო წლის მანძილზე გაყიდვების ახალი გზები აითვისოს, მაშინ, როცა რეგიონში გამოკითხული მეწარმეებიდან 12% ამბობდა იმავეს. ასევე, ახალი ბაზრების მოძიებას როცა ეხება საქმე, თბილისში გამოკითხულთაგან 16% გეგმავს ამას მომდევნო წელს. რეგიონებიდან კი ქალი მეწარმეების მხოლოდ 3%-მა დაასახელა ეს პასუხი. ამ მონაცემებზე დაყრდნობით შეგვიძლია, ვთქვათ, რომ რეგიონებთან შედარებით, თბილისში არსებული ბიზნესები უფრო მეტად ფიქრობენ საქმიანობის გაგრძელების ალტერნატიულ გზებზე, იქნება ეს ახალი პროდუქცია, გაყიდვის გზები თუ ახალი ბაზარი.

სიღრმისეული ინტერვიუს რესპონდენტებმაც აღნიშნეს, რომ ამჟამად სამომავლო სტრატეგიის შემუშავების პროცესში არიან. მათი ნაწილი ამბობდა, რომ მომავლის გაურკვევლობა დაკავშირებულია შიშთან და შესაბამისად, ნაბიჯების გადადგმისას უფრო მეტი საფრთხის გათვალისწინება უწევდათ. ნაწილმა პანდემიის პირობებში სამიზნე ჯგუფი შეიცვალა და უფრო მეტად ადგილობრივ ბაზარზე გახდა ორიენტირებული. ეს განსაკუთრებით იმ ბიზნესებს შეეხება, რომლებიც მომხმარებლებს განთავსების სერვისებს სთავაზობდა. მონაწილეთა ნაწილი პანდემიის პერიოდს აქტიურად იყენებს ახალი სერვისების განვითარებისა და მარკეტინგის კუთხით სამუშაოდ.

„არის იმის შიში, კიდევ ერთხელ რომ მოხდეს ჩაკეტვა, შემდეგ როგორ იქნება ეს ყველაფერი, როგორ გაგრძელდება და აისახება ჩვენს არსებობაზე. გაურკვეველი მომავლის შიში რა თქმა უნდა, გვაქვს“. (სიღრმისეული ინტერვიუს რესპონდენტი თბილისიდან)

„ამ პერიოდს ვიყენებ აქტიური მომზადებისთვის მარკეტინგის თვალსაზრისით. ვემზადებით სერვისების, მომსახურების, პიარისთვის. ახლა ჩამოყვანილი გვყავს ბლოგერიც“. (სიღრმისეული ინტერვიუს რესპონდენტი რეგიონიდან)

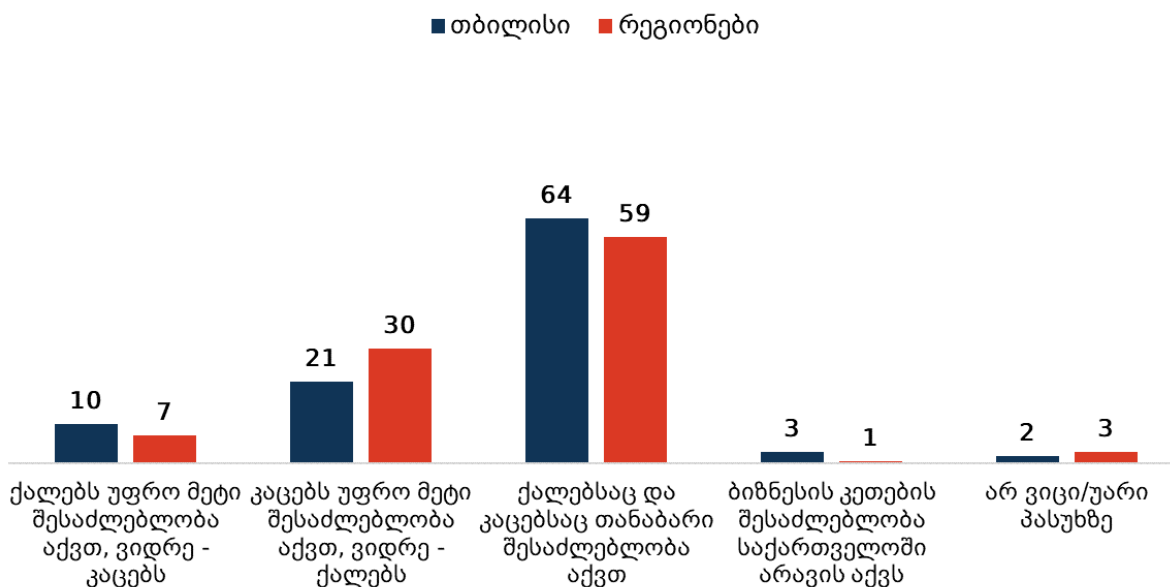
გენდერული საკითხები

კვლევის ერთ-ერთი ძირითადი ამოცანა საქართველოში სამეწარმეო საქმიანობის გენდერული ასპექტების შესწავლა იყო. აღნიშნული ამოცანის შესასრულებლად, კვლევის რაოდენობრივ და თვისებრივ ნაწილში მონაწილეებმა უპასუხეს შეკითხვებს შემდეგი საკითხების შესახებ: გამოწვევები, რომლებსაც ქალები ბიზნეს საქმიანობისას სქესის გამო აწყდებიან; ფინანსურ რესურსებზე ხელმისაწვდომობა, ქალ მეწარმეთა უნარები და სხვა. მოცემული სექცია სწორედ კითხვებზე პასუხების განხილვას დაეთმობა.

ბიზნესსაქმიანობის გენდერული ასპექტები

როგორ აღიქვამენ რესპონდენტები ქალებსა და კაცებს შორის უთანასწორობას ბიზნესის კეთების კუთხით? კითხვაზე, თუ ვის უფრო მეტი შესაძლებლობა აქვს საქართველოში ბიზნესის წარმოებისათვის - ქალებს თუ კაცებს, რესპონდენტთა უმრავლესობა რომ შესაძლებლობები თანაბარია (61%). რესპონდენტთა მეოთხედის (26%) აზრით, კაცებს უფრო მეტი შესაძლებლობა აქვთ ბიზნესის კეთების კუთხით საქართველოში, მაშინ, როდესაც გამოკითხულთა მხოლოდ 8% დაეთანხმა იმავე მოსაზრებას ქალების სასარგებლოდ. რესპონდენტთა მხოლოდ 1% მიიჩნევდა, რომ საქართველოში ბიზნესის კეთების შესაძლებლობა არავის აქვს. მონაცემები მსგავსად ნაწილდება დედაქალაქსა და რეგიონებში მომუშავე მეწარმე ქალების პასუხების მიხედვითაც. დედაქალაქის მეწარმე ქალების 64%, ხოლო რეგიონების 59% თვლის, რომ ქალებსაც და კაცებსაც თანაბარი შესაძლებლობები აქვთ ქვეყანაში ბიზნესის წარმოებისათვის. რეგიონებში, თბილისთან შედარებით, მეტი ქალი ამბობდა, რომ კაცებს უფრო მეტი შესაძლებლობები აქვთ ბიზნესის კეთების კუთხით, ამ შემთხვევაში პროპორციები შემდეგნაირად ნაწილდება: რეგიონები - 30%, თბილისი - 21%.

**თქვენი აზრით, რომელი შეესაბამება საქართველოში
ბიზნესის კეთების კუთხით არსებულ მდგომარეობას.
დასახლების მიხედვით (%)**

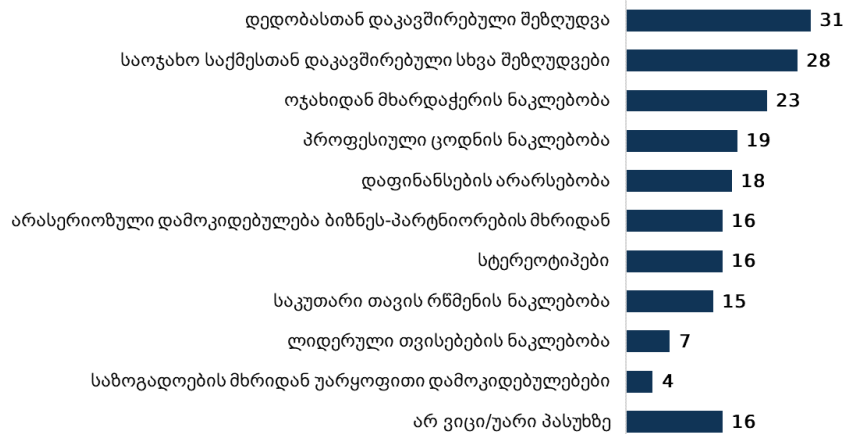


დიაგრამა 20: ბიზნესის კეთების მდგომარეობა გენდერულ ჭრილში

გამოკითხული ქალი მეწარმეების სამი მეოთხედი აღნიშნავდა, რომ საზოგადოების დამოკიდებულება მათ მიმართ დადებითია, მხოლოდ 3% ამბობდა, რომ საზოგადოება უარყოფითადაა განწყობილი, 23%-ის აზრით კი ეს განწყობები ნეიტრალურია. დამოკიდებულებები გეოგრაფიულ ჭრილში განსხვავდება. დედაქალაქში მომუშავე მეწარმე ქალების 87%-ის აზრით, საზოგადოება ქალი მეწარმეების მიმართ დადებითადაა განწყობილი. ამავე აზრზე იყო რეგიონებში მოქმედი მეწარმე ქალების 66%, ამასთან, 31%-თვლის, რომ საზოგადოების დამოკიდებულება ნეიტრალურია. დედაქალაქის გარეთ მხოლოდ 2%-მა უპასუხა, რომ დამოკიდებულება უარყოფითია, თბილისში კი ასე მეწარმეების 5% მიიჩნევდა.

რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში, რესპონდენტებს ვკითხეთ, თუ რას ფიქრობდნენ საქართველოში ქალი მეწარმეების წინაშე მდგარი წინააღმდეგობების შესახებ (იხ. დიაგრამა 21). როგორც ჩანს, ამ მხრივ ყველაზე ხელისშემშლელ ფაქტორად საოჯახო საქმიანობა მიიჩნევა. რესპონდენტების აზრით, ქალები ბიზნესსაქმიანობისას დედობასთან (31%) და სახლის საქმეებთან (28%) დაკავშირებულ წინააღმდეგობას აწყდებიან. თითქმის მეოთხედი (23%) თვლიდა, რომ ქალებს ოჯახში ნაკლები მხარდაჭერა აქვთ.

**თქვენი აზრით, აწყდებიან თუ არა შემდეგ წინააღმდეგობებს ქალი ბიზნესმენები
საქართველოში? (%)**



დიაგრამა 21: წინააღმდეგობები, რომლებსაც ქალი მეწარმეები საქართველოში აწყდებიან

გარდა ოჯახური წინააღმდეგობებისა, მნიშვნელოვანი პრობლემებია შესაბამისი განათლების არქონა (19%), ფინანსური პრობლემები (18%), ბიზნესპარტნიორების მხრიდან არასერიოზული დამოკიდებულებები თუ სტერეოტიპული შეხედულებები ქალების მიმართ (16-16%). მხოლოდ მცირე ნაწილი (4%) ასახელებს საზოგადოების მხრიდან უარყოფით დამოკიდებულებას.

საგულისხმოა, რომ ოჯახთან დაკავშირებული პრობლემების შესახებ თბილისსა და რეგიონებში ერთნაირად ფიქრობდნენ. სამაგიეროდ, განსხვავებები გამოიკვეთა ბიზნესპარტნიორებთან ურთიერთობის საკითხში. რეგიონებში მომუშავე მეწარმე ქალების 29% ამბობდა, რომ არასერიოზული დამოკიდებულება პარტნიორების მხრიდან ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი დაბრკოლებაა, რასაც თბილისის მეწარმე ქალების მხოლოდ 7% დაეთანხმა. გარდა ამისა, თბილისის მეწარმე ქალების 25% აზრით, ქალებს ბიზნესის კეთებაში ხელს პროფესიული ცოდნის ნაკლებობა უშლით, რასაც რეგიონებში მცხოვრები მეწარმეების მხოლოდ 15% ეთანხმებოდა.

განსხვავებები გამოიკვეთა წარმოების სფეროების მიხედვითაც. წარმოებაში დასაქმებული ქალების 44% მნიშვნელოვან პრობლემად საოჯახო საქმესთან დაკავშირებულ სხვა შეზღუდვებს ასახელებდა. ამ საკითხებს შედარებით ასახელებენ ტრანსპორტისა (30%) და ვაჭრობის (27%) სფეროებში მოღვაწე ქალები. მომსახურების სფეროში მომუშავეთა 30%-მა ყველაზე დიდ დაბრკოლებად დედობასთან დაკავშირებული შეზღუდვები დაასახელა, ხოლო ოჯახის მხრიდან მხარდაჭერის ნაკლებობა პრობლემად სოფლის მეურნეობაში მომუშავე მეწარმე ქალებს მიაჩნდათ (32%).

როგორც ვხედავთ, საქართველოში ბიზნესის სფეროში მოღვაწე ქალები წინააღმდეგობას მრავალი კუთხით აწყდებიან. უმთავრესი ალბათ აუნაზღაურებელი საოჯახო შრომაა, რომლის პარალელურადაც ქალებს ბიზნესის კეთებაც უწევთ. კვლევის თვისებრივი ნაწილი ამ საკითხის საინტერესო კონტექსტუალიზაციას გვამღევს. ფოკუსჯგუფის დისკუსიებში მონაწილეების თქმით, ქალებს პარალელურად უწევთ როგორც ბიზნესის მართვა და მასთან დაკავშირებული პრობლემების მოგვარება, ასევე საოჯახო საქმეების გაძღოლა და მოვლა. ზოგს ეს დაბრკოლებებს უქმნის, ზოგიერთის თქმით კი, ქალები მაინც წარმატებით უმკლავდებიან ამ გამოწვევას.

სიღრმისეული ინტერვიუებში, გამოკითხულებს გაუჭირდათ კონკრეტული პრობლემების დასახელება. მათი აზრით, ამჟამად საზოგადოების დამოკიდებულება შეცვლილია, კაცებსა და ქალებს თანაბარი პირობები აქვთ ბაზარზე და დაბრკოლებებიც შედარებით ნაკლებია. რესპონდენტთა აღქმით ბიზნესის კეთების პროცესში პრობლემა არც საზოგადოების და არც - ოჯახის მხრიდან არ შექმნია. თუმცა, მათი თქმით, ქალებს გარდა საკუთარი ბიზნესის მართვისა, უწევთ საშინაო საქმეების კეთებაც, რადგან საზოგადოებაში დამკვიდრებული შეხედულებები ქალებს ამას ჯერ კიდევ ავალდებულებს.

საოჯახო საქმეებთან დაკავშირებული სტერეოტიპები საქართველოში ისევ არსებობს. ფოკუსჯგუფის მონაწილე რესპონდენტებმა გაიხსენეს შემთხვევები, როდესაც დამსაქმებელმა არჩია ქალის ნაცვლად კაცის სამუშაოზე აყვანა, რადგან ქალებს ოჯახის საქმეებმა შესაძლოა, სამომავლოდ პრობლემები შეუქმნას და სამსახურსაც ჩამოაცილოს:

„ზოგადად, ბორდზე, ან სადღაც ვყოფილვარ, შევსწრებივარ შემდეგ სიტუაციას: ამბობენ, რომ ამ პოზიციისთვის ბიჭი ავიყვანოთ იმიტომ, რომ გოგოს თუ აიყვან, მერე გათხოვდება, შვილს გააჩენს, რაღაცა წყვეტა ექნება კარიერაში და შემდეგ სხვა უნდა ვიპოვოთ. თუ ინვესტიცია უნდა ჩავდეთ, დავატრენინგოთ და უცხოეთში უნდა გავუშვათ სასწავლებლად, ჯობია ბიჭი [დავიქირავოთ], ... გვეცოდინება, რომ არსად წავა.“ (თბილისი, 43 წლის)

საერთო ჯამში, როგორც თვისებრივ, ასევე რაოდენობრივ კვლევაში გამოჩნდა, რომ ქალებისთვის ყველაზე მნიშვნელოვან დაბრკოლებას საოჯახო საქმეები წარმოადგენს - იქნება ეს დედობასთან დაკავშირებული საკითხები, ოჯახის მხრიდან მხარდაჭერის ნაკლებობა თუ სხვა ტიპის საშინაო საქმე.

რაოდენობრივი კვლევის მსგავსად, სიღრმისეულ ინტერვიუებში ერთ-ერთ პრობლემად პროფესიული განათლების ნაკლებობა გამოიკვეთა. ქალი მეწარმეები საქართველოში სპეციალური გადასამზადებელი პროგრამების ნაკლებობაზე ამახვილებდნენ ყურადღებას. მათი აზრით, განათლება მნიშვნელოვანია ბიზნესის წარმოებისთვის, რისთვისაც ქვეყანაში არ

არსებობს სპეციალური პროფესიული სასწავლებლები ან - მოსახლეობას არ აქვს ამის შესახებ ინფორმაცია.

ფოკუსჯგუფის ერთ-ერთი მონაწილე აღნიშნავდა, რომ მის მიერ უმაღლეს სასწავლებელში მიღებული განათლება ბიზნეს საქმიანობისთვის საკმარისი არ იყო.

„სამბატერო აკადემიაში რაც მასწავლეს, იმასთან შედარებით, რეალურად საკუთარ თავზე მუშაობით ბევრად უფრო დიდი ცოდნა შევიძინე. აქედან გამომდინარე, აყვანილი თანამშრომლებიც მე და ჩემმა პარტნიორმა გადავამზადეთ“. (ფოკუსჯგუფის მონაწილე, 28 წლის, თბილისიდან)

ქალი მეწარმეები მიიჩნევდნენ, რომ განათლების გარეშე შეუძლებელია ბიზნესის წარმოება; თუ ადამიანს შესაბამისი განათლება არ აქვს ვერ აითვისებს ახალ ინფორმაციასა და უნარებს, ამიტომ აუცილებელია, ყველას ჰქონდეს ხელმისაწვდომობა სპეციალურ განათლებაზე. განათლება ქალებს არამარტო ბიზნესის წამოწყებაში, არამედ მის მართვაში ეხმარება. სწორედ ამიტომ გარდა სპეციალური გადასამზადებელი კურსებისა, აუცილებელია, მცირე მეწარმეთათვის საკონსულტაციო ტრენინგებიც არსებობდეს. რესპონდენტები ამ პროგრამების განხორციელებას სახელმწიფოს აქტიური ჩართულობით ხედავენ.

„ქალებმა თავის უფლებების შესახებაც უნდა იცოდნენ. წიგნის კითხვა თუ არ დაიწყეს და განათლება არ ექნებათ, არც საკუთარ უფლებებზე ეცოდინებათ. ქალი უნდა იყოს ძლიერი და სიძლიერე მოდის განათლებიდან. ამბობენ, თავდაჯერებულობა აკლიაო ქალს. თავდაჯერებულობაც მოდის განათლებიდან. განათლება არის ყველაფერის წყარო“. (თბილისი, 40 წლის)

რაოდენობრივმა კვლევამ ცხადყო, რომ ქალები ჯერ კიდევ ებრძვიან საზოგადოებაში გავრცელებულ სხვადასხვა გენდერულ სტერეოტიპს. განსაკუთრებით რეგიონებში მცხოვრები ქალი ბიზნესმენები, საკუთარი გენდერული იდენტობის გამო, ყოველდღიურობაში ბევრ სხვადასხვა დაბრკოლებასა და გამოწვევას აწყდებიან. კვლევის თვისებრივი კომპონენტი ამ საკითხის დაზუსტების საშუალებას გვაძლევს.

სიღრმისეული ინტერვიუების რესპონდენტები თვლიან, რომ საქართველოში ქალებს ყველაზე მეტად შესაძლოა, ბიზნესის დასაწყებად გამბედაობის ნაკლებობა უშლიდეთ ხელს. ზოგიერთი შესაძლოა, თვლიდეს, რომ სხვისი რჩევა ჭირდება და გადამწყვეტი ნაბიჯის გადადგმას ამიტომ ვერ ახერხებს.

„ქალ მეწარმეები იმ გამოწვევის წინაშე დგანან, რომ რატომღაც თავს ვერ ხედავენ ძლიერებად. ჰგონიათ, საქმე არ გამოუვათ და ვიღაცის დახმარება, მამაკაცის რჩევები და ა.შ.“

ამასთან, რესპონდენტთა ნაწილი აღიარებს, რომ საქართველოში მაინც დგას გენდერული ნიშნით დისკრიმინაციისა და ქალების მიმართ ნეგატიური სტერეოტიპული დამოკიდებულების პრობლემა. გამოკითხულები თვლიან, რომ მსგავსი განწყობები შესაძლოა, უფრო მაღალი იყოს რეგიონებში ვიდრე დედაქალაქში.

ერთ-ერთ მნიშვნელოვან პრობლემად ფოკუსჯგუფში მონაწილე ქალები პარტნიორებისა და საზოგადოების მხრიდან არასერიოზულ დამოკიდებულებას ასახელებდნენ.

„ძალიან არასერიოზული აღქმა აქვთ ადამიანებს ქალი მეწარმეების მიმართ. ზოგჯერ ის განცდა მაქვს, რომ ხალხი ფიქრობს, აი, ეს პატარა გოგო რაღაცას აკეთებს და მივეხმაროთ. არადა, შეიძლება, შესანიშნავი განათლება გქონდეს მიღებული და მასზე ბევრად უკეთესად საქმის წარმოება შეგეძლოს. მსგავსი დამოკიდებულება ჩემთვის ცოტა მიუღებელია.“ (ქალი, 36 წლის, თბილისი)

მონაწილეებმა აღნიშნეს, რომ ქალებს ხშირად უწევთ პარტნიორებისაგან არასასიამოვნო კომენტარების მოსმენა. მათი თქმით, ზოგჯერ ბიზნეს-პარტნიორი კაცები მოლაპარაკების წარმოებას სხვა კაცებთან არჩევენ, ვიდრე - ქალებთან, რის გამოც ქალი მეწარმეები თავს შეურაცხყოფილად და დისკრიმინირებულად გრძნობენ.

მიუხედავად ამ პრობლემებისა, ქალი მეწარმეები ფიქრობდნენ, რომ საქართველოში მოსახლეობის დამოკიდებულებები ქალი მეწარმეების მიმართ უფრო დადებითისკენ იცვლება, რადგან დღითიდღე იმატებს ქალი მეწარმეების რიცხვი და საზოგადოებრივ ცხოვრებაში ისინი უფრო მეტად აქტიურად არიან ჩართულები.

„საზოგადოების მხრიდან დამოკიდებულება ბოლო დროს ძალიან გამოსწორდა. ამის მიზეზი ისიცაა, ძალიან გაიზარდა საქმიანი ქალების რიცხვი. ქალები კომპანიების მფლობელებიც არიან და უფრო აქტიურად მუშაობენ. რამდენიმე წელიწადში უკეთ რომ გავიცანი ჩემი ბიზნესპარტნიორები და საერთო ენა გამოვინახეთ, ისინიც მიხვდნენ, რომ უბრალოდ გოგოები კი არ ვართ, რომლებიც ერთობიან. არამედ - სერიოზულად ვუდგებით საქმეს. შესაბამისად, ბევრი პარტნიორისთვის მთავარი დამკვეთიც კი აღმოვჩნდით. აქედან გამომდინარე, დამოკიდებულებაც შეიცვალა. უკვე ამ პრობლემებს აღარ ვაწყდებით. ესეც ჩვენს სფეროში მოღვაწე ქალების საერთო დამსახურებაა, ერთობლივი მიღწევაა.“ (თბილისი, 46 წლის)

რესპონდენტების ნაწილის თქმით, ქალებსა და კაცებს განსხვავებული პრობლემა არ აწუხებთ და მათი ბიზნესგარემო მსგავსია. ფინანსური რესურსების მოძიება ზოგადად ყველა ბიზნესს აწუხებს და ამ მხრივ ქალები გამოწვევის არ წარმოადგენენ. ამასთან, ბევრი საერთაშორისო

და ადგილობრივი საგრანტო პროგრამა არსებობს. ცხადდება კონკრეტულ რეგიონზე მორგებული კონკრეტული კონკურსები, რათა ამ მხარეების მცხოვრებ ქალთა სამეწარმეო საქმიანობაში ჩართვა მოხდეს.

გარდა საერთაშორისო ორგანიზაციებისა, საგრანტო პროგრამებს ქალებისთვის სახელმწიფო და ქვეყნის შიგნით არსებული დიდი კომპანიებიც აცხადებენ. როგორც ფოკუსჯგუფის მონაწილე ქალები ამბობენ, არსებობს სპეციალური სასესიო პირობები, რომლებსაც ბანკები ქალ მეწარმეებს სთავაზობენ. ამავდროულად მოქმედებს სახელმწიფო პროგრამები, რომლებიც კონკრეტულ სფეროებსა და საქმიანობებს შეეხება და მათ წახალისებასა და განვითარებას უწყობს ხელს.

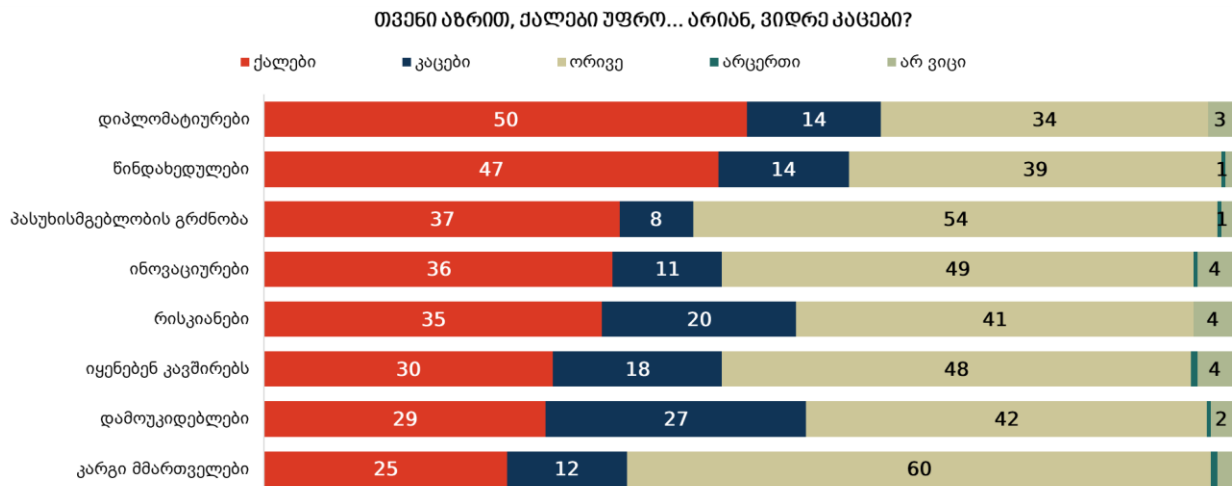
რესპონდენტების განცხადებით, არც ერთ მათგანს საგრანტო კონკურსებში ჩართვისა თუ სხვა ტიპის ფინანსური დახმარების მოძიების კუთხით პრობლემა არ შექმნიათ. თუმცა, არიან ისეთი რესპონდენტები რომლებიც ამბობენ, რომ არსებობს გაძლიერების არაეფექტური პროგრამებიც:

„ყველაზე გამაღიზიანებელი ჩემთვის არის ვითომ გაძლიერების პროგრამები, რომლებიც რეალურად ქალებს ხელს არანაირად უწყობენ“. (ქალი, თბილისი, 38 წლის)

მიუხედავად ზოგადად პოზიტიური განწყობისა, ზოგიერთ რესპონდენტს საპირისპირო განწყობა ჰქონდა. გამოკითხულთა ნაწილის აზრით, საქართველოში კაცებს უფრო მეტად მიუწვდებათ ხელი გარკვეულ ფინანსებთან, რადგან მათთან თანამშრომლობა შესაძლოა, ნაკლებ სარისკოდ შეიძლება აღიქმებოდეს. გარდა ამისა, რამდენიმე რესპონდენტის თქმით, ქალი მეწარმეების ბიზნესები შესაძლოა, გაფორმებული იყოს მათ მეუღლეზე ან ოჯახის კაც წევრზე, რაც ასევე გულისხმობს, რომ ფინანსები პირდაპირ დაკავშირებულია კაცებთან და არა ქალებთან.

„ფინანსურად მგონია, რომ მამაკაცებს კონკრეტულ ინვესტიციებთან და კონკრეტულ ფონდებთან ხელი უფრო მიუწვდებათ, ვიდრე - ქალებს. მაგალითისთვის, როდესაც [ინვესტორები] რისკებს განიხილავენ, ქალი უფრო სარისკოდ მიიჩნევა“. (ქალი, 33 წლის, თბილისი)

არსებობს კონკრეტული მიმართულებები, სადაც ქალი მეწარმეები ჭარბობენ და შესაბამისად, მეწარმეებსაც მხოლოდ ქალებთან უწევთ კომუნიკაცია და თანამშრომლობა. გამოითქვა მოსაზრება, რომ კაც მეწარმეებს ბევრად უფრო ფართო ქსელი აქვთ, ვიდრე ქალებს, და მათთვის ფინანსების მოძიება და პარტნიორების მოძებნა უფრო მარტივია.



დიაგრამა 22: ბიზნესის წარმოებისთვის საჭირო თვისებები

როგორ ხედავენ ქალი მეწარმეები უნარების მხრივ საკუთარ თავს კაცებთან შედარებით? გამოკითხული რესპონდენტები ძირითადად მიიჩნევენ, რომ ქალებს და კაცებს ბიზნესისთვის საჭირო თვისებები თანაბრად აქვთ. თუმცა გამოიკვეთა სხვაობებიც: რესპონდენტები ფიქრობენ, რომ ქალებს უფრო მეტად აქვთ ე.წ. რბილი უნარ-ჩვევები, როგორებიცაა დიპლომატიურობა (50%), წინდახედულობა (47%), პასუხისმგებლობის გრძნობა (37%) და ინოვაციურობა (36%, იხ. დიაგრამა 22). გამოკითხულთა დაახლოებით თანაბარი ნაწილი მიიჩნევს, რომ ქალები და კაცები დამოუკიდებლები არიან (29% და 27%), 35% თვლის, რომ ქალები უფრო რისკიანები არიან, უკეთ იყენებენ კავშირებს (30%) და არიან კარგი მმართველები (25%).

საინტერესოა, რომ ამ შედეგებს ფოკუსჯგუფის დისკუსიებიც ამყარებს. რესპონდენტები არ ეთანხმებიან იმ აზრს, რომ კაცებს უფრო მეტი უნარ-ჩვევები აქვთ ბიზნესის წარმოებისთვის. მათი აზრით, მზრუნველობის უნარი ქალებს ეხმარება მომხმარებლებთან ურთიერთობაში. ასევე, ფოკუს ჯგუფის მონაწილეები არ თვლიან, რომ კაცებს უკეთ შეუძლიათ მართონ ბიზნესი, ვიდრე - ქალებს.

„მგონია, რომ ქალს უფრო გააჩნია ზუსტად ის უნარ-ჩვევები, რომელიც ხელს უწყობს სამეწარმეო საქმიანობას. დიპლომატია, ადამიანებთან ურთიერთობა, კლიენტთან ურთიერთობა. ცოტა მოვლა, მეურვეობის ინსტიქტი, დეტალებისადმი ყურადღების დათმობა ქალს თითქოს უფრო აქვს, ვიდრე - მამაკაცს. მე მაინც ვსაუბრობ იმ სეგმენტზე, სადაც კლიენტთან უშუალო ურთიერთობა გიწევს, ანუ - სამომხმარებლო სფეროში. ეს ამბავი მე მგონი, ქალს უფრო გამოსდის.“ (თბილისი)

კვლევის ერთ-ერთი მონაწილე მიიჩნევდა, რომ ქალები მეტად ორგანიზებულები არიან, და განსხვავებულად უყურებენ საკუთარ საქმიანობას. ასევე, მეტად ორიენტირებულები არიან საკუთარი ბიზნესის წარმატებასა და განვითარებაზე.

“ჩემი აზრით, ქალს ხელს რაც უწყობს და ეხმარება, არის განჭვრეტის უფრო კარგი უნარი. [ქალები] უფრო შორს იხედებიან, ვიდრე - მამაკაცები. სხვანაირად ალაგებენ ბიზნესს. საბუთებთან უფრო სუფთად იქცევიან. გაწერილი აქვთ დეტალურად, თითოეულ თვეში რა უნდა გააკეთონ. მამაკაცების შემთხვევაშიც მქონია ურთიერთობა და... მაგალითად, მეზობელი მყავს დაკავებული ბიზნესით, საკმაოდ კარგი შემოსავალი აქვს, მაგრამ რომ კითხო, მომდევნო კვირაში რას აკეთებს - არ იცის. დამოკიდებულია ერთ კლიენტზე. არ იცის, მომდევნო კვირაში რამდენი ექნება შემოსავალი და ვისთან ექნება ურთიერთობა. ქალები ცოტა სხვანაირად უყურებენ ამ ყველაფერს. წინასწარ ჭვრეტენ ყველაფერს.”
(თბილისი, სიღრმისეული ინტერვიუს რესპონდენტი)

საბოლოო ჯამში, ფოკუსჯგუფის მონაწილეები ამბობდნენ, რომ ბიზნესის წარმოებისთვის მთავარი მონდომება და საკუთარი ინტელექტუალური რესურსის შესაბამისად გამოყენებაა. მათი აზრით, ის ქალები, ვისაც ამისი სურვილი აქვთ, აუცილებლად მოიძიებენ წყაროებს, რათა შეძლონ საკუთარი ბიზნესის დაწყება თუ განვითარება.

„ჭკვიანი ადამიანი, ქალი იყოს თუ კაცი, ბიზნესს აკეთებს ჩვეულებრივად, თუ აქვს იმ ბიზნესის ნიჭი სადაც არის და რის გაკეთებაც შეუძლია”. (ფოკუსჯგუფის მონაწილე, რეგიონიდან)

დასკვნები და რეკომენდაციები

პროექტის ფარგლებში ჩატარებული რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევის შედეგები საქართველოში ქალი მცირე და საშუალო მეწარმეთა მდგომარეობას ორი კუთხით აფასებს. ერთის მხრივ, დახასიათებულია კორონავირუსის პანდემიამდე არსებული სიტუაცია როგორც ბიზნესის წარმოების კუთხით, ასევე - საზოგადოებაში არსებული დამოკიდებულებების კუთხით. აქვე წარმოდგენილია პანდემიის ზეგავლენის შეფასება ქალ ბიზნესმენებზე. ტექსტის მომდევნო ნაწილში წარმოდგენილია მტკიცებულებაზე დაფუძნებული რამდენიმე რეკომენდაცია, რომელიც საქართველოში მცირე და საშუალო მეწარმე ქალების მდგომარეობის გასაუმჯობესებლად გვესახება.

კვლევის შედეგებიდან ჩანს, რომ ქალ მეწარმეთა შორის განსხვავებები განათლების, გეოგრაფიისა და ოჯახური მდგომარეობის კუთხით იკვეთება. უმაღლესი განათლების მქონე ქალები უფრო მეტად არიან ჩართულნი მომსახურეობის სფეროსა და წარმოებაში, მაშინ, როდესაც ვაჭრობის სფეროში ძირითადად უმაღლესი განათლების არმქონე ქალები მუშაობენ. მსგავსი სურათია გეოგრაფიისა და ოჯახური მდგომარეობის ჭრილში: თბილისში მცხოვრები და ქორწინებაში არმყოფი ქალები უფრო მეტად მუშაობენ მომსახურეობის სფეროში, რეგიონში მცხოვრები რესპონდენტები კი შედარებით დაბალშემოსავლიან - მცირე სავაჭრო დაწესებულებებს ფლობდნენ.

ქალი მეწარმეები თბილისში უფრო დამოუკიდებლები არიან. დედაქალაქში მცხოვრები რესპონდენტების უმეტესობას ბიზნესი თავად ჰქონდა დაწყებული, რეგიონებში კი ასეთი მეწარმეების წილი მესამედზე ცოტა მეტი იყო. რეგიონებში საკმაოდ გავრცელებულია საოჯახო ტიპის ბიზნესები, რომლებშიც შესაძლოა, წამყვანი როლი ქალებს ჰქონდეთ, მაგრამ ეს მათ სრულ დამოუკიდებლობას არ ნიშნავს. ანალოგიური სურათია განათლების ჭრილშიც: უმაღლესი განათლების მქონე რესპონდენტები უფრო დამოუკიდებლები არიან, ვიდრე - საშუალო ან ტექნიკური განათლების მქონე რესპონდენტები.

მსგავს ტენდენციას ვხედავთ ფინანსური დამოუკიდებლობის კუთხითაც: დედაქალაქში მცხოვრები, ასევე - უმაღლესი განათლების მქონე და ქორწინებაში არმყოფი რესპონდენტების უმეტესობა ფინანსურ გადაწყვეტილებებს თავად იღებს და შედარებით მცირე ნაწილი რთავს მეუღლეებს ან ოჯახის წევრებს. განსხვავებული ვითარებაა რეგიონებში, სადაც პარტნიორები და ოჯახის წევრები უფრო არიან ჩართულები ბიზნესის მუშაობაში.

როგორ იწყებენ და ავითარებენ ქალი მეწარმეები ბიზნეს-საქმიანობას? საწყისი კაპიტალისთვის ძირითადად საკუთარი დანაზოგი გამოიყენება. გამოკითხულთა უმეტესობა ბიზნესის განვითარებისთვის თანხას ისევ საკუთარი საწარმოდან იღებს. დაახლოებით ორმოცი პროცენტი კი ამ მიზნით ბანკს ან მიკროსაფინანსო ორგანიზაციას მიმართავს.

კორონავირუსის პანდემიამ უდიდესი გავლენა მოახდინა მცირე და საშუალო ბიზნესებზე. ვირუსის უარყოფითი ეკონომიკური შედეგები ქალმა მეწარმეებმაც იწვნის. მათ აბსოლუტურ უმეტესობას შემოსავლები შეუმცირდა, აქედან ნახევარს - როგორც მინიმუმ, გაუნახევრდა. როგორც ჩანს, პანდემიის პირველი ტალღის შედეგებმა განსაკუთრებით თბილისში მომუშავე ბიზნესებმა იგრძნეს.

შემცირდა სრულ განაკვეთზე მომუშავეთა რაოდენობა, ნახევარ განაკვეთზე დასაქმებულთა ხარჯზე. მცირედით გაზრდილია ისეთი საწარმოების რიცხვი, რომლებსაც 2020 წელს დასაქმებულები საერთოდ არ ყავდათ.

როგორ უმკლავდებოდა ბიზნესი კორონავირუსის პანდემიის გამო შექმნილ პრობლემებს? ბიზნესების ნახევარზე ცოტა მეტმა ნაწილმა სახელმწიფოს მიერ შეთავაზებული შეღავათებით ისარგებლა, მათმა ძირითადმა ნაწილმა კი ეს ღონისძიებები ნაწილობრივ ან სრულად ეფექტურად შეაფასა. მეწარმეების აზრით, სახელმწიფოს მიერ დაწესებული შეღავათები უნდა მოიცავდეს ფულად დახმარებას, სოციალურ შეღავათებს დასაქმებულთათვის, პერსონალური დაცვის საშუალებებს და ფასის კონტროლს. ამასთან მნიშვნელოვანია, ბიზნესებს კარგად აუხსნან, თუ რაში მდგომარეობს რეგულაციების არსი.

დაბოლოს, გამოკვლეული იქნა ის პრობლემები, რასაც ქალები შესაძლოა, საკუთარი გენდერის გამო აწყდებოდნენ. კვლევამ აჩვენა, რომ ბიზნესსაქმიანობაში რესპონდენტებს ძირითადად საოჯახო საქმეები უქმნიან წინააღმდეგობას. დედობასთან დაკავშირებული საქმიანობა, ოჯახის მხრიდან მხარდაჭერის არარსებობა და აუნაზღაურებელი მოვლა მთავარ დაბრკოლებებად იქნა მიჩნეული. რესპონდენტთა ნაწილმა ისიც აღნიშნა, რომ საქართველოში მაინც დგას გენდერული ნიშნით დისკრიმინაციისა და ქალების მიმართ ნეგატიური სტერეოტიპული დამოკიდებულების პრობლემა. ეს განსაკუთრებით კაც ბიზნესპარტნიორებთან ურთიერთობებში გამოიხატება.

მიუხედავად ამისა, ქალები არ მიიჩნევენ, რომ სამეწარმეო უნარების კუთხით კაცებს რაიმენაირად ჩამოუვარდებიან. პირიქით - გამოკითხულთა მნიშვნელოვანი ნაწილი თვლის, რომ ბიზნესისთვის აუცილებელი ჩვევებს, როგორიცაა ე.წ. რბილი უნარები ქალები უფრო წარმატებით იყენებენ საკუთარ საქმეში.

ამ მონაცემების საფუძველზე წარმოვადგენთ შემდეგ რეკომენდაციებს:

- კვლევის ფარგლებში გამოიკვეთა, რომ რესპონდენტების მდგომარეობა განსხვავდება გეოგრაფიულ, განათლების და ოჯახური მდგომარეობის კუთხით. ამიტომ მნიშვნელოვანია, რომ შესაბამისი ინტერვენციის დაგეგმვისას მოხდეს უმაღლესი განათლების არმქონე, რეგიონებში მცხოვრები და დაქორწინებული ქალების გაძლიერება.

- კორონავირუსის პანდემიით გამოწვეული შედეგების აღმოფხვრის პროგრამების შემუშავებისთვის გადამწყვეტია ქალების ხმის გათვალისწინება. რაც შეეხება კონკრეტულ ჩარევებს, მცირე და საშუალო ბიზნესებისთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი ფულადი დახმარება და დასაქმებულთა სოციალური უზრუნველყოფის პროგრამების განხორციელება იქნება.
- კვლევამ კიდევ ერთხელ აჩვენა, რომ ქალები ისევ აწყდებიან საზოგადოებაში ნეგატიურ და სტერეოტიპულ დამოკიდებულებას, განსაკუთრებით - თბილისის გარეთ მომუშავე მეწარმეები. შესაბამისად, დამატებითი ძალისხმევა უნდა იყოს მიმართული ასეთი შეხედულებების აღმოფხვრაზე. ღონისძიებები პირველ რიგში, რეგიონებში უნდა განხორციელდეს.

ბიბლიოგრაფია

- CRRRC-საქართველო. 'საქართველოში COVID-19-ით გამოწვეული სიტუაციის სწრაფი გენდერული შეფასება'. თბილისი: გაეროს ქალთა ფონდი, 2020.
<https://www2.unwomen.org/-/media/field%20office%20georgia/attachments/publications/2020/rga%20unw-geo.pdf?la=ka&vs=0>.
- Nordic Consulting Group. 'საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების 2016-2020 წლების სტრატეგიის გენდერული შეფასება'. თბილისი: ევროპის ფონდი, 2018.
http://www.epfound.ge/wp-content/uploads/2018/10/SME-Gender-Assessment_GEO-1.pdf.
- UN Women. 'Country Gender Equality Profile of Georgia'. Tbilisi: UN Women Country Office in Georgia, 2020. <https://www2.unwomen.org/-/media/field%20office%20georgia/attachments/publications/2020/country%20gender%20equality%20profile%20of%20georgia.pdf?la=ka&vs=1415>.
- დიაკონიძე, ანა. 'სახელმწიფო ეკონომიკურ პროგრამებში ქალთა მონაწილეობა'. თბილისი: საქართველოს პარლამენტი, 2019. <http://bit.ly/parliamentdiakonidze>.
- კომერსანტი. 'გაეროს კვლევა: საქართველოში ხუთიდან ერთი უმუშევარი ქალი ამბობს: მეუღლეს არ სურს, რომ მუშაობდეს'. commersant, 11 October 2018.
<https://commersant.ge/ge/post/gaeros-kvleva-saqartveloshi-xutidan-erti-umushevari-qali-ambobs-meugles-ar-surs-rom-mushaobdes>.
- მარგველაშვილი, ქრისტინე. 'ქალთა ეკონომიკური გაძლიერება საქართველოში'. თბილისი: კავშირი „საფარი“, 2017. <http://www.parliament.ge/uploads/other/86/86671.pdf>.
- საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაცია. 'სოფლად მცხოვრებ ქალთა ეკონომიკური საჭიროებები'. თბილისი: ქალთა საინფორმაციო ცენტრი, 2014.
<http://www.parliament.ge/uploads/other/75/75680.pdf>.
- . 'ქალთა ეკონომიკური შესაძლებლობები და გამოწვევები'. თბილისი: ქალთა საინფორმაციო ცენტრი, 2014.
<http://www.economists.ge/storage/uploads/publication/141222051546a791.pdf>.
- საქსტატი. 'ქალები და კაცები საქართველოში'. თბილისი: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, 2019. https://www.geostat.ge/media/27546/W%26M-ENG_2019.pdf.