ИССЛЕДОВАНИЕ ГЕНДЕРНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ЖЕНСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

UN WOMEN

ИССЛЕДОВАНИЕ ГЕНДЕРНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ЖЕНСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

UN WOMEN

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 7

1. КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ 8

2. МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ 10

3. ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КАЗАХСТАНЕ 18

3.1. Количественная оценка женского предпринимательства в стране 18

3.1.1. Женщины, возглавляющие бизнес 22

3.1.2. Возраст предприятия 25

3.1.3. Самостоятельно занятое население 27

3.1.4. Помогающие (неоплачиваемые) работники семейных предприятий (хозяйств) 29

3.1.5. Доступ к финансовым ресурсам 30

3.1.6. Доход предприятий 32

3.1.7. Доступ к активам 33

3.2. Роль женского предпринимательства в обществе 37

3.2.1. Отношение к предпринимательству 37

3.2.2. Роль женского предпринимательства 40

3.2.3. Оценка статуса предпринимателя 40

3.2.4. Причины открытия бизнеса 41

3.2.5. Отношение к официальной регистрации предпринимательской деятельности неформально занятых 44

3.2.6. Культурные и социальные аспекты женского предпринимательства 46

3.3. Условия развития предпринимательства 58

3.3.1. Государственная политика 58

3.3.2. Государственные программы по поддержке предпринимательства 70

3.3.3. Доступ к финансированию 85

3.3.4. Образование и профессиональная подготовка 98

3.3.5. Предпринимательство и новые технологии 104

3.3.6. Коммерческая инфраструктура и внутренний рынок 109

3.3.7. Физическая и социальная инфраструктура 115

3.4. Особенности женского предпринимательства и факторы, влияющие на трудоустройство в неформальном секторе 119

3.4.1. Присутствие женщин в бизнесе 119

3.4.2. Доходы в женском предпринимательстве 120

3.4.3. Доходы самостоятельно занятых женщин 122

3.4.4. Потенциальные предприниматели и самозанятые с предпринимательскими намерениями 124

3.4.5. Нормы ведения бизнеса 124

3.4.6. Практика совместного управления в женском бизнесе 126

3.4.7. Предпринимательство и дети 126

3.4.8. Влияние города и села на женское предпринимательство 128

3.4.9. Личные качества 128

ОГЛАВЛЕНИЕ

3.4.10. Дискриминация, сексуальные домогательства 131

3.4.11. Выводы по главе 133

4. Гендерно-ориентированное бюджетирование 134

4.1. Международный опыт и определения 134

4.2. Текущая ситуация с гендерно-ориентированным бюджетированием в Казахстане 137

4.2.1. Планы и отчеты по внедрению ГОБ 137

4.2.2. Система государственного планирования 138

4.2.3. Статистика Казахстана по ЦУР 141

5. Барьеры развития женского предпринимательства 143

5.1. Коррупция, как барьер развития женского предпринимательства 143

5.2. Системные барьеры на законодательном и институциональном уровнях 147

5.3. Факторы сдерживания и стимулирования развития женского предпринимательства 152

6. Рекомендации по развитию гендерного равенства в предпринимательстве 160

6.1. Индекс женского предпринимательства, как инструмент для оценки барьеров и принятия решений 160

6.2. Рекомендации в регулирующие нормативные правовые акты 162

6.3. Рекомендации в государственные планы и программы в целях их совершенствования с учетом гендерных подходов 164

6.4. Рекомендации в Программы развития территорий 164

6.5. Общие рекомендации 165

7. Рекомендации по внедрению гендерно-ориентированного бюджетирования в стране 167

7.1. Общее видение необходимых изменений 167

7.2. Институциональные факторы и аналитика 168

Список использованных источников 170

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

ES	Enterprise Survey (Обследование предприятий)
IPO	Initial Public Offering (Первичное размещение акций)
АО	Акционерное общество
АСП	Адресная социальная помощь
БОР	Бюджетирование, ориентированное на равенство
ВВП	Валовой внутренний продукт
ВКО	Восточно-Казахстанская область
ВРП	Валовый региональный продукт
ВЭФ	Всемирный экономический форум
ГИ	Глубинное интервью
ГОБ	Гендерно ориентированное бюджетирование
ДКБ	Дорожная карта бизнеса
ЕНТ	Единое национальное тестирование
ЕСП	Единый совокупный платеж
ЕЭК	Европейская экономическая комиссия ООН
ЖГС	Женская гендерная социализация
ЗКО	Западно-Казахстанская область
ИОБ	Индекс открытости бюджета
ИП	Индивидуальный предприниматель
ИФИ	Институт фискальных исследований
КоАП РК	Кодекс Республики Казахстан об административных правонарушениях
КОПФ	Классификатор организационных правовых форм хозяйствования
КС	Комитет по статистике Республики Казахстан
КСР	Комиссия по соблюдению равенства
КХ	Крестьянское хозяйство
МВД	Министерство внутренних дел Республики Казахстан
МИО	Местные исполнительные органы

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

МКО	Микрокредитная организация
МНЭ	Министерство национальной экономики Республики Казахстан
МРП	Месячный расчетный показатель
МСБ	Малый и средний бизнес
МСП	Малое и среднее предпринимательство
МТСЗН	Министерство труда и социальной защиты населения Республики Казахстан
НИИ	Научно-исследовательский институт
НК	Национальная комиссия
НПА	Нормативно-правовые акты
НПО	Неправительственные организации
НПП	Национальная палата предпринимателей
ООН	Организация Объединенных Наций
ОФ	Официальный фонд
ОЭСР	Организация экономического сотрудничества и развития
ПИИР	Программа индустриально-инновационного развития
ПРООН	Программа развития Организации Объединенных Наций
ПСЭИ	Программа совместных экономических исследований
РК	Республика Казахстан
СКО	Северо-Казахстанская область
СМИ	Средства массовой информации
СХТП	Сельхозтоваропроизводитель
ТОО	Товарищество с ограниченной ответственностью
УДО	Условно-досрочное освобождение
ФГД	Фокус-групповые дискуссии
ЦОН	Центр обслуживания населения
ЦРТ	Цели развития тысячелетия
ЦУР	Цель устойчивого развития
ЮАР	Южно-Африканская Республика
ЮЛ	Юридическое лицо

ВВЕДЕНИЕ

Вовлечение женщин в предпринимательство признается важным в глобальном масштабе, что очевидно из принимаемых решений даже на уровне ООН. Казахстан имеет обязательства перед Комитетом по искоренению женской дискриминации ООН, по которому с точки зрения расширения женского предпринимательства необходимо удаление дискриминационных гендерных стереотипов, которые ограничивают роль женщины домашним трудом и уходом за детьми, подрывая усилия по расширению прав и возможностей женщин в экономической, социальной и политической сферах».[1] Женщина-предприниматель в силу своей более активной экономической и социальной позиции может преодолеть некоторые виды дискриминации, свойственные обычным женщинам, например, повысив свои доходы, устанавливая себе более гибкий рабочий график, не нуждаясь в пособиях для малообеспеченных и позволяя себе более качественную медицинскую помощь, однако на этапе становления, многие вопросы, в частности, доступа к инфраструктуре, образования, медицинских и социальных услуг стоят для предпринимательниц даже более остро.

С другой стороны, женщины, посвятившие себя бизнесу, сталкиваются с дискриминацией со стороны общества и институтов уже как предприниматели при выборе сферы деятельности, подавая заявки на финансирование, контактируя с партнерами для бизнеса, при решении вопросов собственности и залога. Женщины-предприниматели все же в большой степени, чем мужчины, совмещают семейные обязанности и бизнес, воспитание детей и заработок, образование и досуг.

В данном отчете раскрывается ситуация с положением женщин-предпринимательниц в Казахстане. Несмотря на примерное демографическое равенство и более высокий уровень образования, только 29% компаний возглавляются женщинами. Чаще всего этот бизнес менее доходен, но более прозрачен и социально-ориентирован. В то же время женщины-предпринимательницы более законопослушны, меньше подвержены коррупции и риску. В этом смысле для общества вовлечение женщин в бизнес очень выгодно, поскольку оно способствует стабильности, законности, снижению коррупции.

Поэтому перед обществом встает вопрос, что может послужить драйвером вовлечения женщин в бизнес, по каким маркерам можно судить о развитии женского предпринимательства. Мы знаем, что всегда развитие предпринимательства обусловлено снижением регулирования, доступом к инфраструктуре и финансированию, что, вероятно, верно и для женского предпринимательства. Тем не менее, важно понимать, что традиционные ценности, некоторые институциональные установки, а иногда и физические условия накладывают ограничения на доступ женщин в сферу предпринимательства. Данный отчет попытался определить показатели, которые ответственны именно за развитие женского предпринимательства, а также предложить способы их комплексного измерения, на основе которого можно было бы отслеживать прогресс в этом направлении.

Помимо представления ситуации с женским бизнесом, данный отчет дает более обширный диапазон рекомендаций по разным направлениям, начиная с законодательства и заканчивая бизнес-практикой.

1 Пятый периодический доклад о выполнении Конвенции о ликвидации всех форм дискриминации в отношении женщин https://undocs.org/ru/CEDAW/C/KAZ/5

1. КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ

В Казахстане по статистике из общего числа предпринимателей 239 969 только 29,2% возглавляются женщинами. Среди малого бизнеса – 29,4%, среднего – 16,6%, крупного – 13,3%. По форме собственности женские ИП составляют 52,6%, руководителями юридических лиц женщины являются в 27,8%, в крестьянских хозяйствах – в 22,8% случаев. Доля новых предприятий, возглавляемых женщинами. значительно превышает долю новых предприятий, возглавляемых мужчинами. Один из существенных факторов, влияющих на женское предпринимательство – это совмещение предпринимательской деятельности с уходом за детьми. Женщины открывают бизнес, чтобы заработать на старость, то есть открывают его уже в зрелые годы. Женщины более готовы регистрировать бизнес (70%), чем мужчины (58%), но из тех женщин, кто не желает, в основном из-за невысоких доходов, тогда как у мужчин основная причина отказа регистрировать свой бизнес – необходимость платить налоги и сдавать отчетность.

По официальной статистике у женщин на неоплачиваемые услуги уходит 4 часа 14 минут, а у мужчин – только 1 час 28 минут.

Половая принадлежность не влияет на оценку бизнесом господдержки предпринимательства: около 76% предпринимателей обоего пола считают, что государство их поддерживает, но среди самозанятых мнение разделяется: 63% женщин считают, что есть господдержка бизнеса, но только 52% самозанятых мужчин думают также.

Мужчины в меньшей степени поддерживают политику увеличения доступа женщин к земле, развития женского предпринимательства в селах, равный доступ к рынку труда, и финансовым ресурсам – разница примерно в 10%. Максимальная разница наблюдается по вопросам представительства в выборных органах власти и гендерном бюджетировании – разница в 12-15%, что требует концентрации на работе с мужской частью общества. При этом наблюдается большая дифференциация в уровне осведомленности по регионам: низкая в Жамбылской (24%) и Северо-Казахстанской (28%) областях, а также в г. Нур-Султане (34%), более высокая в г. Алматы (46%) и максимальная – в Актюбинской области (59%).

У предпринимательниц больше выражена потребность в обучении основам бизнеса

Мужчины-предприниматели имеют несколько больший доступ к финансовым продуктам, чем женщины (58,4% против 55,4%). Женщины более часто говорят о высоких барьерах при получении финансирования, чем мужчины, указывая высокие проценты (59,4 против 55), множественность проверок (14,2 против 11,5), недостаточность финансовых знаний (8,3 против 5,6), дискриминацию (0,9 против 0,8). В то же время женщины реже, чем мужчины упоминают бюрократию (17,1 против 19,6), непрозрачность (8,2 против 11.9), сроки рассмотрения (14,6 против 18,3), коррупцию (6,6 против 10,4). Женщины, как правило, представляют небольшой бизнес с небольшими финансовыми оборотами, низкорентабельные сферы деятельности.

Источники финансирования бизнеса различаются тем, что мужчины чаще берут государственные субсидии, тогда как женщины – микрокредиты. Гендерная разница наблюдается по отдельным целям финансирования: женщины реже занимают деньги на технику (8,1 против 24,4%), но чаще – на покупку основных средств (12,2 против 8,1) и готовых объектов (5,4 против 4,4).

Гендерная разница наблюдается у предпринимателей в использовании новых технологий: женщины отстают практически по всем статьям их использования: и по приобретению новейших технологий (6-9%), по предложению уникального продукта на рынке, затратам на исследования и разработки, в меньшей степени по использованию инноваций, освоению новых технологий. В то же время женщины более продвинуты в использовании соцсетей и онлайн-покупок. По уровню использования мобильной связи половой разницы практически нет (99,6 у женщин и 99,4 у мужчин).

Чем младше дети у женщины, тем менее доступны коммерческая инфраструктура и внутренний рынок, включая услуги бухгалтеров и юристов, а также защита интересов в суде сложнее. Женщины меньше, чем мужчины, пользуются услугами деловых ассоциаций, технопарков, научных организаций, партнеров. Для женщин-предпринимательниц ощутимее высокая конкуренция, дороговизна аренды, рекламы, низкий потребительский спрос, тогда как для мужчин – транспортные издержки, нечестная конкуренция, отсутствие сбыта.

По отношению к физической инфраструктуре женщины более чувствительны к наличию связи (телефон, высокоскоростной интернет), водоснабжению, электроснабжению, общественному транспорту, детским садам и медицинским услугам. Мужчины – к качеству дорог и утилизации отходов.

По секторам женщины больше заняты услугами по проживанию и питанию, образованию (более 72-79%), торговле, финансам, обрабатывающей промышленности (57-64%), тогда как типично мужскими остаются сельское хозяйств, строительство, транспорт и логистика, горнодобыча и прочее. Здравоохранение и социальные услуги имеют гендерное соотношение 50:50.

Женщины в большинстве своем занимаются менее доходным бизнесом, среди них 67,4% имеют доход меньше 3 млн. тенге в год (менее 8 тысяч долларов), среди мужчин таковых меньше 50%. В более высокодоходных группах мужчины-предприниматели значительно обгоняют женщин. В малых городах женщины активнее мужчин – значительно выше доля новых предпринимателей. Также значительна доля бизнеса с опытом более 3,5 лет.

Женщины более рационально принимают решения относительно бизнеса и более законопослушны. Женскому бизнесу свойственныо соблюдение договорных обязательств. Женщины также более предрасположены создавать доброжелательный климат на работе. В женском бизнесе значимым фактором является материнство. Дети стимулируют женщин на предпринимательскую активность.

2,5% предпринимательниц испытали дискриминацию, 0,6% – сексуальное домогательство. Таковых вдвое больше среди самозанятых женщин. С насилием столкнулось 0,2% женщин-предпринимателей.

Присутствие женщин в теневом бизнесе среди неформально занятых в два раза меньше, по той причине, что они более склоны официально регистрировать свою деятельность как бизнес. У женщин более нетерпимое отношение к коррупции, и они меньше сталкиваются в своей деятельности с коррупцией, чем мужчины. Женщины-предприниматели вдвое реже подвержены неофициальным платежам (7,6%), чем мужчины-предприниматели (14,7%) со средней суммой 72 тысяч тенге, что на 16% меньше, чем платят мужчины. Предпринимательницы реже (16,3%) считают, что коррупция неотъемлемая часть бизнеса, чем бизнесмены (21,4%); среди самозанятых женщин коррупции в 4,3 раза меньше, чем среди самозанятых мужчин, тогда как эта разница среди предпринимателей только 1,4 раза. Более всего распространена коррупция в Алматы и Жамбылской области, где она также чаще считается неотъемлемой частью предпринимательской деятельности.

Маркерами успешного женского предпринимательства, по которым можно судить об успешности бизнеса, оказались планы по расширению и осознание необходимости финансовых знаний. В то же время предикторами успеха, по результатам опроса, могут являться доступ к коммуникациям, электичеству, отсутствие отклоненных заявок на финансирование, детским образовательным учреждениям. В Индексе предпринимательства предлагается 5 компонентов, которые показали статистическую достоверность, а именно: доступ к инфраструктуре, планы по расширению бизнеса, доступ к финансированию, доступ к социальной инфраструктуре. Эти компоненты позволят оценить тенденции развития именно женского бизнеса, а не только бизнеса в целом.

Исследование проведено в 5 регионах (г. Нур-Султан, г.Алматы, Актюбинская, Северо-Казахстанская и Жамбылская области), 6 ФГД, 20 глубинных интервью, 1373 респондента, из которых 1018 предпринимателей и 355 самозанятых.

2. МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования:

Целью данного исследования было выявление барьеров развития женского предпринимательства в стране. Исследование направлено на устранение существующих пробелов в данных и, что более важно, на предоставление выводов и рекомендаций, которые позволят принять политические и программные меры для расширения предпринимательской деятельности женщин и расширения экономических возможностей в стране.

Задачи исследования:

1. Разработать методологию по сбору и анализу статистических данных по гендеру в предпринимательстве в соответствии с международными нормами и стандартами для сбора данных, выявления барьеров и факторов успеха на политическом и институциональном уровне для мужчин и женщин-предпринимателей в Казахстане.

2. Разработать список конкретных мер для устранения выявленных барьеров для развития женского предпринимательства как на институциональном, так и на законодательном уровнях. Основная задача заключается в разработке ряда конкретных рекомендаций для правительства по обеспечению равных возможностей для мужчин и женщин для развития предпринимательства.

3. Выполнить анализ доступности государственных услуг и государственной поддержки для малых и средних предприятий, различающихся по полу, месту проживания, возрасту, инвалидности и имущественному положению.

4. На основе проведенного исследования, разработать карту для оценки гендерных потребностей и потребностей сельских и монопрофильных городов в сфере занятости и доступа к основным социальным услугам, гендерных потребностей и потребностей сельских территорий и моногородов для дальнейшей интеграции в списки приоритетных областей поддержки малого бизнеса.

5. Провести кабинетный обзор соответствующих национальных и международных исследований по данной тематике, имеющихся данных, руководящих принципов и политики, страновых отчетов и т.д. На основании кабинетного обзора должна быть разработана методология исследования, а также финальные рекомендации;

6. На основе методологии разработать детальный рабочий план по сбору данных в пилотных регионах страны (по согласованию с «ООН-женщины»), включая стадии исследования, сбор данных (комбинация качественных и количественных методов), анализ, структура и временные рамки подготовки финального отчета;

7. Проанализировать факторы, которые влияют на то, что женщины трудоустраиваются в неформальном секторе, раскрыть аргументы за и против (особенно в аспекте уязвимости и дискриминации) подобного рода занятости;

8. Подготовить сравнительную таблицу с выявленными системными барьерами на законодательном и институциональном уровнях, а также предложенные меры по их устранению, с учетом международного опыта и примеров, которые предоставит международный эксперт;

9. На основе полученных данных в ходе исследования дополнить показателями и возможными изменениями в части развития женского предпринимательства документы, разработанные «ООН-женщины» в 2018 году, по внедрению гендерно-ориентированного бюджетирования в стране, а именно:

- Конкретные предложения по внесению дополнений и изменений в регулирующие нормативные правовые акты в целях их совершенствования с учетом гендерных подходов;

- Конкретные предложения по внесению дополнений и изменений в государственные планы и программы в целях их совершенствования с учетом гендерных подходов;

- Конкретные предложения по внесению дополнений и изменений в Программы развития территорий пилотных областей по их совершенствованию с учетом гендерных подходов.

10. Провести экспертную встречу с центральными и местными органами власти, а также с бизнес-ассоциациями и микрокредитными организациями с целью обсуждения возможности внедрения гендерно-ориентированного бюджетирования и планирования государственных программ в сфере развития женского предпринимательства с учетом нужд социально-уязвимых групп женщин. Презентовать на встрече предложенные изменения в национальное законодательство и программные документы с целью их валидации;
11. Представить результаты исследования и предварительные рекомендации всем ключевым партнерам из государственных органов, частного сектора, гражданского общества, организаций развития, по результатам обсуждения подготовить финальный согласованный список рекомендаций;
12. Предоставить финальный отчет на русском языке с соответствующими приложениями, если таковые имеются, описывающий проделанную работу в ходе выполнения задания.

Этапы выполнения полевых работ

Кабинетное исследование, подготовительный этап

В рамках данного этапа исследования была выполнена следующая деятельность:

1. Проведен кабинетный обзор соответствующих национальных и международных исследований по данной тематике, имеющихся данных, руководящих принципов и политики, страновых отчетов и т.д.

2. Определены и обсуждены показатели по обеспечению гендерного равенства, женского предпринимательства (105 показателей). Список гендерных показателей был составлен на основе анализа национальных и международных исследований в области предпринимательской деятельности. В данный список включены отдельные индикаторы из минимального набора гендерных показателей (IAEG-GS) и гендерных показателей ЦУР , рекомендованные для национального производства и международного сбора гендерной статистики. Данный список в дальнейшем был адаптирован по результатам выполненного исследования и будет обсужден с представителями рабочей группы. На основе анализа международного опыта также были определены возможные барьеры развития женского предпринимательства, что было учтено при разработке инструментов исследования.

3. На основе кабинетного исследования, разработанного списка женского предпринимательства и гендерного равенства, был подготовлен набор инструментов исследования и руководств для локальных координаторов Сандж и интервьюеров.

4. Разработана Методология исследования, в которой прописаны методы сбора данных, выборка, детальный рабочий План по сбору данных в пяти пилотных регионах Казахстана.

5. Для сбора имеющихся дезагрегированных данных с гендерной точки зрения были подготовлены запросы в министерства и организации РК: АО «Холдинг «КазАгро», АО «Национальные информационные технологии», АО «Фонд развития предпринимательства «Даму», Комитет по статистике.

2 The United Nations Minimum Set of Gender Indicators. A product of the Inter-agency and Expert Group on Gender Statistics. United Nations Statistics Division, 30 April 2019
3 Gender-relevant SDG indicators (80 indicators). (updated on 14 Mar 2018)

Полевой этап исследования

Сбор данных в пяти пилотных регионах был осуществлен с помощью количественных и качественных методов исследования.

Качественные методы исследования – проведение фокус-групповых дискуссий и глубинных интервью

Фокус-групповые дискуссии

С целью выявления трудностей и препятствий, с которыми сталкиваются женщины при создании и ведении бизнеса, их причин и формулирование конкретных предложений по их устранению в рамках исследования проведено 6 фокус-групповых дискуссий (ФГД) с женщинами предпринимателями и населением (самозанятые) в 3-х пилотных регионах (г. Алматы, СКО, Жамбылская области).

ТАБЛИЦА 1. Количество участников ФГД

	г. Алматы	Жамбылская обл	Северо-Казахстанская обл
Предприниматели	8	8	10
Самозанятые	5	9	6

В фокус-групповых дискуссиях приняли участие в целом 46 представителей малого и среднего бизнеса, а также работники неформального сектора (самозанятые).

Вопросы, которые были вынесены на обсуждение на ФГД:

1) Отношение женщин к предпринимательской деятельности
   a. Отношение к предпринимательству;
   b. Мотивы предпринимательской деятельности.

2) Условия развития предпринимательства
   a. Доступ к финансированию;
   b. Государственная политика;
   c. Государственные программы;
   d. Образование и профессиональная подготовка;
   e. Предпринимательство и новые технологии;
   f. Коммерческая инфраструктура;
   g. Физическая инфраструктура;
   h. Культурные и социальные аспекты.

3) Обобщение и выводы
   a. Сильные и слабые стороны предпринимательской деятельности;
   b. Рекомендации и конкретные меры.

4) Портрет женщины-предпринимателя
   a. Жизненные принципы;
   b. Качества необходимые для успешной бизнес-вумен

На фокус-группах были рассмотрены системные барьеры на законодательном и институциональном уровнях в женском предпринимательстве. Также было выяснено, как распределяются обязанности между мужчинами и женщинами при совместном управлении предприятием.

Экспертные интервью

Также для получения предложений по внесению дополнений и изменений в регулирующие нормативные правовые акты, государственные планы и программы, в программы развития территорий было проведено 20 глубинных интервью в 3-х пилотных регионах (г. Алматы, СКО, Жамбылская области) и в г. Нур-Султан на национальном уровне. Из 20 интервью 12 было проведено на национальном уровне.

Экспертные интервью проведены с депутатами Мажилиса Парламента (2 интервью), с представителями местной власти (3), с гражданской общественностью (8 интервью) в лице:

- региональных подразделений Национальной палаты предпринимателей «Атамекен», Совета деловых женщин,
- Ассоциации деловых женщин Казахстана,
- эксперта Института мировой экономики и политики при Фонде Первого Президента,
- представителя микрокредитной организации.

Интервью также были еще проведены с предпринимателями из уязвимых групп – многодетные, с ограниченными возможностями и др. (5 интервью).

Глубинные интервью были осуществлены по следующему перечню вопросов:

1) Отношение к женскому предпринимательству в стране. Особенности женского предпринимательства
2) Системные барьеры на законодательном и институциональном уровнях:
    a. Доступ к финансированию;
    b. Государственная политика;
    c. Государственные программы;
    d. Образование и профессиональная подготовка;
    e. Предпринимательство и новые технологии;
    f. Коммерческая инфраструктура;
    g. Физическая инфраструктура;
    h. Культурные и социальные аспекты.
3) Факторы сдерживания и стимулирования женского предпринимательства
4) Гендерное бюджетирование
5) Рекомендации и конкретные меры с целью развития гендерного равенства в предпринимательской деятельности: в регулирующие нормативные правовые акты, государственные планы и программы в целях их совершенствования с учетом гендерных подходов и Программы развития территорий.

Количественные методы исследования – проведение анкетного опроса

Перед началом полевых работ был выполнен пилотный этап исследования для определения уровня восприятия респондентами вопросов анкет на русском и казахском языках, их оценку на простоту, ясность изложения, уровень понимания вопросов респондентами и возможность достижения поставленных целей и задач. Пилотный этап был выполнен в гг. Алматы и Нур-Султан, а также селе близ г. Нур-Султан. Предполагалось, что будет выполнена одна волна пилотирования анкет, однако пришлось пилотировать анкеты два раза, так как после первого этапа было много исправлений. Разработанные инструменты были адаптированы и обсуждены с Заказчиком, международным консультантом и представителем Комитета по статистике МНЭ РК.

Полевой этап исследования (анкетный опрос) был проведен в соответствии с разработанной методикой во всех регионах одновременно. Для проведения полевых работ были задействованы: Региональный координатор Сандж, его помощники, Локальные координаторы Сандж в 5-ти регионах РК и интервьюеры. Контроль полевых работ проводил Региональный координатор проекта, локальные координаторы Сандж и их помощники через использование различных инструментов: 10% обзвон респондентов, личный контроль на месте проведения интервью, анализ анкет. Перед проведением полевых работ был проведен тренинг для локальных координаторов и интервьюеров и разосланы инструкции.

В рамках исследования был выполнен контроль по надлежащему обращению с респондентами, обеспечению информационной безопасности и конфиденциальности методов и форм, конфиденциальности ответов, данных, квалификации персонала обследования, соблюдение этического кодекса и т.д.

На основе разработанных индикаторов по обеспечению гендерного равенства и женского предпринимательства, проведенных фокус-групповых дискуссий, глубинных интервью были разработаны блоки вопросов для проведения анкетного опроса. Было разработано два вида анкет – для предпринимателей и самозанятых.

Выборка

В рамках опроса были опрошены предприниматели и самозанятые – респонденты в возрасте от 18 лет и старше (мужчины и женщины) в городской и сельской местности согласно заданным квотам (см. выборку).

Отбор респондентов осуществлен методом стратифицированной случайной выборки на основе имеющихся бизнес-справочников. При их отсутствии, например, в сельских населенных пунктах отбор респондентов осуществлялся по месту нахождения предприятия/предпринимателя по участкам/кластерам, на которые были разделены каждый населенный пункт и далее путем случайного отбора опрос предпринимателей согласно заданным квотам.

Согласно методике Всемирного банка по проведению обследования предприятий (ES) для оценки уровня предпринимательства в странах мира, для таких стран как Казахстан (страны со средним размером экономики) выборка в 1000 предприятий для всей страны в целом позволяет получить данные с 90% доверительной вероятностью с ошибкой в отраслевом разрезе 7,5% .

В рамках данного опроса Общий объем выборки составлял 1373 респондентов в пяти пилотных областях (соответствующих географически пяти регионам Казахстана: запад, центр, север, юг, юго-восток): 1018 предпринимателей, 355 самозанятых. Это дало возможность экстраполировать данные на весь Казахстан, учесть особенности регионов, такие как к примеру, менталитет местных жителей.

4 Enterprise Survey And Indicator Surveys Sampling Methodolgy/ https://www.enterprisesurveys.org/

Для проведения анкетного опроса были отобраны:

- г. Нур-Султан (столица республики, хорошо развитое предпринимательство, центр),
- г. Алматы (как регион с наиболее развитым предпринимательством, юго-восток),
- Актюбинская область (средне развитое предпринимательство, Запад),
- СКО (слабое развитие предпринимательства, север),
- Жамбыл (среднее развитие, юг).

Пилотными регионами, где были выполнены помимо анкетного опроса предпринимателей фокус-групповые дискуссии и экспертные глубинные интервью, были: г. Алматы, СКО и Жамбылская область.

В каждом регионе предполагалось опросить одинаковое количество респондентов (по 260-270 в каждом регионе). Однако в Актюбинской области было немного перевыполнено задание.

Опрос проводился как среди предпринимателей, так и были опрошены самозанятые.

ТАБЛИЦА 2. Выборка в разрезе региона

Регион	Предприниматели	Самозанятые	Всего
г. Нур-Султан	190	73	263
г. Алматы	185	75	260
Актюбинская обл	244	71	315
Жамбылская обл	198	72	270
СКО	201	64	265
Всего	1018	355	1373

ТАБЛИЦА 3. Выборка в разрезе отраслей. Количество респондентов, %.

		г. Нур-Султан	г. Алматы	Актюбинская обл	Жамбылская обл	СКО	Всего. Среднее, %
Услуги *	#	86	87	116	47	95	431
	%	32.7	33.5	36.8	17.4	35.8	31.2
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	#	2	7	53	21	53	136
	%	0.8	2.7	16.8	7.8	20	9.6
Оптовая и розничная торговля; ремонт	#	74	72	86	55	80	367
автомобилей и мотоциклов	%	28.1	27.7	27.3	20.4	30.2	26.7
Проф., научная деятельность, образование,	#	37	30	22	68	14	171
здравоохранение и соц. услуги	%	14.1	11.5	7	25.2	5.3	12.6
Промышленность**	#	5	23	31	20	23	102
	%	1.9	8.8	9.8	7.4	8.7	7.3
Строительство	#	49	27	15	42	14	147
	%	18.6	10.4	4.8	15.6	5.3	10.9
Финансовая и страховая деятельность; операции	#	19	14	11	14	3	61
с недвижимым имуществом	%	7.2	5.4	3.5	5.2	1.1	4.5
Деятельность домашних хозяйств	#	3	7	3	10	3	26
	%	1.1	2.7	1	3.7	1.1	1.9
Всего ответов	#	275	267	337	277	285	1415
Среднее	%	19.2	18.9	22.9	19.7	19.3	100

*Услуги включают в себя:

- Электроснабжение, подача газа, пара и воздушное кондиционирование
- Водоснабжение; канализационная система, контроль над сбором и распределением отходов
- Транспорт и складирование
- Услуги по проживанию и питанию
- Информация и связь
- Деятельность в области административного и вспомогательного обслуживания
- Искусство, развлечения и отдых
- Предоставление прочих видов услуг

** Промышленность включает в себя:

- Нефтегазовый сектор
- Горнодобывающая промышленность и разработка карьеров
- Обрабатывающая промышленность

В разрезе город/село.

В разрезе город/село для выявления проблем, существующих на всех уровнях страт предполагается деление на три категории: областной город, малый город, село/отдаленное село. В данном разрезе для выявления наличия того или иного признака предполагается применение пропорционального распределения выборки равными долями.

ТАБЛИЦА 4. Выборка в разрезе город/село

Регион		Областной центр	Малый город	Село	Всего
г. Нур-Султан	#	263	0	0	263
	%	100	0	0	100
г. Алматы	#	260	0	0	260
		100	0	0	100
Актюбинская обл	#	123	100	92	315
		39.0	31.7	29.2	100
Жамбылская обл	#	87	91	92	270
		32.2	33.7	34.1	100
СКО	#	116	71	78	265
		43.8	26.8	29.4	100
Всего	#	849	262	262	1373
Среднее		61.7	19.2	19.1	100

В рамках исследования были опрошены как женщины, так и мужчины.

ТАБЛИЦА 5. Выборка в разрезе пола

Респондент		Мужчины	Женщины	Всего, среднее
г. Нур-Султан	#	133	130	263
		50.6	49.4	100
г. Алматы	#	108	152	260
		41.5	58.5	100
Актюбинская обл	#	134	181	315
		42.5	57.5	100
Жамбылская обл	#	136	134	270
		50.4	49.6	100
СКО	#	129	136	265
		48.7	51.3	100
Всего	#	640	733	1373
		46.6	53.4	100

По размеру предприятий выборка была поделена на четыре группы, в соответствии с представленностью в генеральной совокупности, что позволит охватить все страты по размеру предприятий и выявить наличие или отсутствие гендерного неравенства в разрезе размера компаний.

ТАБЛИЦА 6. Выборка в разрезе размера компаний

	Крупный (более 250 человек)	Средний (51-250 человек)	Малый (1-50 человек)	Самозанятый	Всего
г. Нур-Султан	2	38	150	73	263
г. Алматы	5	55	125	75	260
Актюбинская обл	5	22	217	71	315
Жамбылская обл	2	37	159	72	270
СКО	4	13	184	64	265
Всего	18	165	835	355	1373
Среднее	1.8%	16.2%	82.0%		100%

3. ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КАЗАХСТАНЕ

3.1 Количественная оценка женского предпринимательства в стране

В Казахстане, как и в других странах, отмечается расширение экономических возможностей женщин, однако сохраняют актуальность проблемы, где регистрируются высокие гендерные разрывы и дисбалансы. Так, по оценкам ВЭФ, показатели в сфере социально-экономического участия Казахстана имеют средний уровень гендерных разрывов, что в долгосрочной перспективе может сказаться на конкурентоспособности национального человеческого капитала.

Гендерные разрывы в предпринимательской деятельности ведут к снижению дохода и совокупной производительности. Следствием подобных гендерных разрывов в странах ОЭСР является снижение дохода в среднем на 15%, причем 40% этого снижения обусловлено разрывами в сфере предпринимательства.[5]

Соответственно необходимо определение проблем в количественной оценке женского предпринимательства. В настоящее время недостаточно данных для оценки экономических возможностей женщин. Для того чтобы оценить достигнутый прогресс, информировать политиков о правовых препятствиях к расширению экономических возможностей женщин необходимы более расширенные данные по обеспечению гендерного равенства.

На сегодня источниками информации по гендерному предпринимательству являются следующие показатели:

- Количество предприятий, возглавляемых женщинами (по размеру ЮЛ, по отраслям, по форме предпринимательской деятельности);
- Доля занятых на предприятиях, а также в МСП в том числе, возглавляемых женщинами и мужчинами;
- Доля новых предприятий, действующих до 3,5 лет, в том числе, возглавляемых женщинами и мужчинами;
- Доля занятых женщин по видам экономической деятельности;
- Самостоятельные работники (самозанятые) женщины в числе занятых;
- Помогающие (неоплачиваемые) работники семейных предприятий в числе самостоятельно занятых, женщины;
- Среднее количество часов, затрачиваемых на неоплачиваемый домашний труд;
- Действующие предприятия с участием женщин в собственности, по форме предпринимательской деятельности;
- Доля женщин среди взрослого населения, владеющего землей;
- Женщины владельцы зарегистрированных транспортных средств;
- Доля женщин пользователей мобильным телефоном;
- Доля женщин пользователей сети Интернет;
- Количество выданных кредитов женщинам-предпринимателям в рамках программ АО «Фонда развития предпринимательства «Даму» (Комитет по статистике по данным АО «Фонда развития предпринимательства «Даму»);
- Общая сумма выданных кредитов женщинам-предпринимателям в рамках программ АО «Фонда развития предпринимательства «Даму» (Комитет по статистике по данным АО «Фонда развития предпринимательства «Даму»);
- Количество выданных кредитов женщинам-предпринимателям в рамках программ АО «КазАгро» (Комитет по статистике по данным АО «КазАгро»);

5 Женщины, бизнес и закон 2018. Основные выводы. Группа Всемирного банка.(Gonzales et al. 2015)

- Общая сумма выданных кредитов женщинам-предпринимателям в рамках программ АО «КазАгро» (Комитет по статистике по данным АО «КазАгро»).

ТАБЛИЦА 7. Показатели гендерного предпринимательства официальной статистики

Показатель	Женщины		Мужчины	
	#	%	#	%
Действующие юридические лица (далее ЮЛ) на 1 января 2019 года, возглавляемые женщинами	69,953	29.2	170,016	70.8
Малые предприятия (действующие ЮЛ), возглавляемые женщинами	69,380	29.4	166,893	70.6
Средние предприятия (действующие ЮЛ), возглавляемые женщинами	412	16.6	2,069	83.4
Крупные предприятия (действующие ЮЛ), возглавляемые женщинами	161	13.3	1,054	86.7
Действующие субъекты МСП по состоянию на 1 января 2019 года	536,270	43.2	705,058	56.8
Действующие юридические лица, возглавляемые женщинами	65,120	27.8	168,825	72.2
Действующие ИП (субъекты МСП), возглавляемые женщинами	425,849	52.6	383,266	47.4
Действующие крестьянские хозяйства, возглавляемые женщинами	45,301	22.8	152,967	77.2
Численность занятых на действующих субъектах МСП, возглавляемых женщинами, по состоянию на 1 января 2019 года	1,035,107	31.2	2,277,350	68.8
Численность занятых на предприятиях ЮЛ (действующих субъектах МСП), возглавляемых женщинами, по состоянию на 1 января 2019 года	450,324	26.2	1,266,446	73.8
Численность занятых на действующих субъектах ИП, возглавляемых женщинами, по состоянию на 1 января 2019 года	526,493	40	788,669	60
Численность занятых в КХ (фермерск.) (действующих субъектах МСП), возглавляемых женщинами, по состоянию на 1 января 2019 года	58,290	20.8	222,235	79.2
Самостоятельно занятые женщины, в числе занятых	288,264	6.8	270,637	6
Самостоятельно занятые сельские женщины, в числе занятых	252,619	14.7	233,537	11.9
Помогающие (неоплачиваемые) работники семейных предприятий, в числе самостоятельно занятых	2,675	0.9	6,160	2.3
Доля неформально занятых от общей численности занятых в несельскохозяйственном секторе		8.7		9.2
Среднее количество часов, затрачиваемых на неоплачиваемый домашний труд (неоплачиваемые домашние услуги для домашнего хозяйства и его членов и по уходу за членами домашнего хозяйства)	4ч.14мин.		1ч.28мин.	
Доля женщин-пользователей мобильным телефоном		94.4		
Доля женщин-пользователей сети Интернет		81.1		
Действующие юридические лица, филиалы и представительства с участием женщин в собственнике, по КОПФ на 01.01.2019г.	177,224			
Действующие индивидуальные предприниматели с участием женщин в собственнике, по КОПФ на 01.01.2019г.	456,995			
Новые предприятия, возраст действующих юридических лиц, филиалов и представительств до 3,5 года на 01.01.2019	32,610	30.8	73,129	69.2
Доля взрослого населения, владеющего землей (2018 г.) * По данным Комитета по управлению земельными ресурсами Министерства сельского хозяйства Республики Казахстан		2.61		9.70

Показатель	Женщины		Мужчины	
	N	%	N	%
Зарегистрированные транспортные средства в 2018-2019г. за владельцами мужского и женского пола	337,668	24.5	1,039,864	75.5
Количество выданных кредитов женщинам-предпринимателям в рамках программ АО «Фонда развития предпринимательства «Даму» (Комитет по статистике по данным АО «Фонда развития предпринимательства «Даму»)	10,268			
Общая сумма выданных кредитов женщинам-предпринимателям в рамках программ АО «Фонда развития предпринимательства «Даму» (Комитет по статистике по данным АО «Фонда развития предпринимательства «Даму»), млн. тенге	43,050			
Количество выданных кредитов женщинам-предпринимателям в рамках программ АО «КазАгро» (Комитет по статистике по данным АО «КазАгро»)	7,042			
Общая сумма выданных кредитов женщинам-предпринимателям в рамках программ АО «КазАгро» (Комитет по статистике по данным АО «КазАгро»), млн. тенге	17,090.1			
	Возглавляемые женщинами		Возглавляемые мужчинами	
	#	%	#	%
Объем произведенной продукции, выполненных работ и оказанных услуг, крупных и средних предприятий за 2018 год (тыс. тенге по 3715 предприятиям)	1,522,856,391	6.6	21,556,671,158	93.4
Доход от реализации продукции и оказания услуг, крупных и средних предприятий за 2018 год (тыс. тенге по 3715 предприятиям)	2,266,580,785	6.7	31,510,428,466	93.3
Объем произведенной продукции, выполненных работ и оказанных услуг, малых предприятий за 2018 год (тыс. тенге по 48370 предприятиям)	832,511,489	11.2	6,598,415,587	88.8
Доход от реализации продукции и оказания услуг, малых предприятий за 2018 год (тыс. тенге по 48370 предприятиям)	1,407,019,412	12.7	9,709,982,785	87.3
«Даму». Доля женщин заемщиков по программе обусловленного размещения средств (льготное кредитование) в 2018 г.	Доля женщин, получивших кредиты	51.6		
«Даму». Кредиты по программе обусловленного размещения средств (льготное кредитование) в 2018 г.	От общей суммы выданных кредитов, %	16.5		
Даму. Субсидирование проектов женщин, % в 2018 г.	Доля женщин, получивших кредиты	31.5		
Даму. Сумма кредитов субсидирования женщин, % в 2018 г.	От общей суммы выданных кредитов, %	26.6		
Даму. Сумма гарантирования кредитов женщин, % в 2018 г.	Доля женщин, получивших кредиты	30.56		

Показатель	Женщины		Мужчины	
	N	%	N	%
Даму. Сумма гарантирования кредитов женщин, % в 2018 г.	От общей суммы выданных кредитов, %	25.23		
Даму. Дистанционное обучение, зарегистрированные на сайте edu.damu.kz в 2018 г., %	Доля женщин, получивших обучение	39.7		
Даму. Проект «Обучение топ-менеджмента МСБ» в 2018 г., %	Доля женщин, получивших обучение	45.3		
АО «Аграрная кредитная корпорация»	Доля женщин, получивших кредиты	17.2		
	От общей суммы выданных кредитов, %	16.8		
АО «Фонд финансовой поддержки сельского хозяйства»	Доля женщин, получивших займы	33.5		
	от общей суммы займов, %	30.9		
АО «КазАгроФинанс»	Доля женщин, получивших кредиты	12.3		
	от общей суммы выданных кредитов, %	9.2		

3.1.1. Женщины, возглавляющие бизнес

Согласно данным КС РК, на 1 января 2019 года женщины возглавляли 239 969 действующих предприятий (юридических лиц), которые составляют 29,2%. Главным образом женщины-руководители представлены в малом бизнесе – 29,4%. В среднем и крупном бизнесе женщин значительно меньше – 16,6% и 13,3% соответственно.

ТАБЛИЦА 8. Действующие юридические лица, возглавляемые женщинами-руководителями[6]

	Всего	из них, руководители - женщины	
		#	%
Республика Казахстан	239,969	69,953	29.2
Малые	236,273	69,380	29.4
Средние	2,481	412	16.6
Крупные	1,215	161	13.3

Наибольшее количество предприятий, возглавляемых женщинами, находятся в крупных мегаполисах страны в г. Алматы (19 797) и г. Нур-Султан (12 837).

Из пилотных регионов можно отметить меньшую представленность женщин в бизнесе Северо-Казахстанской области – 22,6%, когда в Жамбылской – 27% и г. Алматы – 32,5%.

ТАБЛИЦА 9. Действующие ЮЛ, возглавляемые женщинами-руководителями по регионам

	Количество, N				Доли, %			
	Всего	Малые	Средние	Крупные	Всего	Малые	Средние	Крупные
Казахстан	69,953	69,380	412	161	29.2	29.4	16.6	13.3
Акмолинская	1,891	1,880	10	1	24.7	25	8.8	2.9
Актюбинская	2,519	2,498	17	4	24.7	24.9	18.7	7.8
Алматинская	3,262	3,231	22	9	28.6	28.9	14	17.3
Атырауская	2,005	1,976	18	11	27.9	28.1	18	13.9
ЗКО	1,588	1,575	9	4	25.4	25.7	10.3	10.5
Жамбылская	1,747	1,737	8	2	27	27.1	14.5	9.5
Карагандинская	5,097	5,054	29	14	28.3	28.5	16.3	16.1
Костанайская	2,025	2,004	18	3	26.1	26.4	13.1	5.6
Кызылординская	1,894	1,883	11	0	30.2	30.4	19.3	0
Мангистауская	2,393	2,372	17	4	27.6	27.8	20.2	8.9
Павлодарская	2,744	2,724	16	4	27.7	27.9	15.5	10.3
СКО	1,274	1,269	4	1	22.6	23.2	3	4.5
Туркестанская	2,052	2,041	8	3	26	26.1	14.8	9.7
ВКО	3,362	3,329	23	10	28.3	28.6	13.5	17.5
г. Нур-Султан	12,837	12,770	49	18	31.2	31.4	19	10.9
г. Алматы	19,797	19,604	127	66	32.5	32.7	21.5	18.4
г. Шымкент	3,466	3,433	26	7	27.2	27.3	23	14

6 Основные показатели количества юридических лиц, субъектов индивидуального предпринимательства, филиалов и филиалов иностранных юридических лиц в Республике Казахстан По состоянию на 1 января 2019 года //stat.gov.kz

По состоянию на 1 января 2019 года 536270 действующих субъектов МСП возглавляли женщины, что составляет 43,2%. Женщины преобладают среди субъектов индивидуального предпринимательства – 52,6%.

ТАБЛИЦА 10. Действующие субъекты МСП, возглавляемые женщинами-руководителями по форме организации предпринимательской деятельности[7]

	Всего	из них, руководители - женщины	
		#	%
Республика Казахстан	1,241,328	536,270	43.2
Юридические лица	233,945	65,120	27.8
Индивидуальные предприниматели	809,115	425,849	52.6
Крестьянские (фермерские) хозяйства	198,268	45,301	22.8

Наибольшее число МСП, возглавляемых женщинами, кроме г. Алматы (78 080) и г.Нур-Султан (56 140) сосредоточено в Алматинской (47 519), Восточно-Казахстанской (40 785), Туркестанской (40 372) и Карагандинской (39 692) областях.

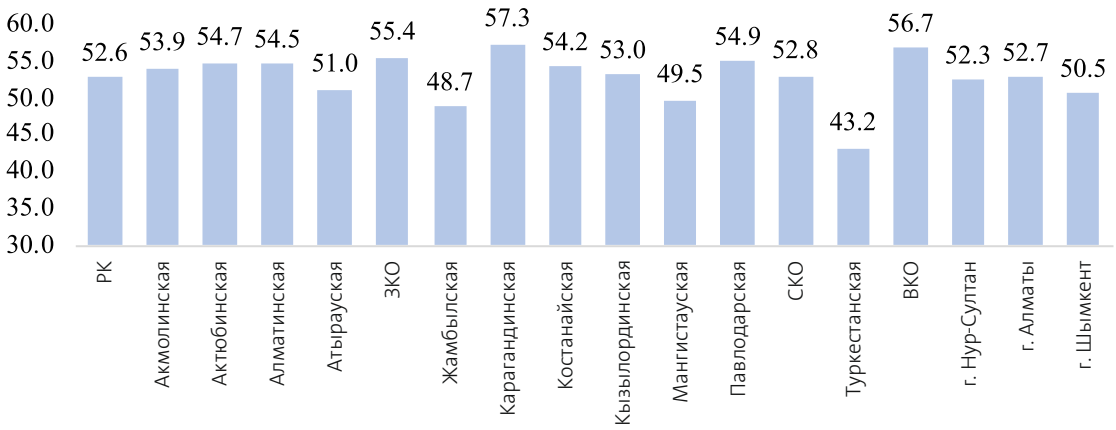
ТАБЛИЦА 11. Действующие субъекты МСП, возглавляемые женщинами-руководителями по форме организации предпринимательской деятельности в разрезе регионов[8]

	Количество субъектов МСП, возглавляемых женщинами	в том числе		
		ЮЛ	ИП	КХ (фермеры)
Республика Казахстан	536,270	65,120	425,849	45,301
Акмолинская	20,026	1,696	17,352	978
Актюбинская	24,701	2,379	21,158	1,164
Алматинская	47,519	2,786	32,754	11,979
Атырауская	21,395	1,900	18,933	562
ЗКО	18,103	1,418	15,463	1,222
Жамбылская	25,114	1,458	19,826	3,830
Карагандинская	39,692	4,723	33,249	1,720
Костанайская	23,843	1,840	20,578	1,425
Кызылординская	19,104	1,383	16,233	1,488
Мангистауская	22,863	2,277	20,100	486
Павлодарская	20,149	2,442	17,154	553
СКО	12,470	997	10,650	823
Туркестанская	40,372	1,842	23,604	14,926
ВКО	40,785	2,866	34,677	3,242
г. Нур-Султан	56,140	12,491	43,588	61
г. Алматы	78,080	19,371	58,488	221
г. Шымкент	25,914	3,251	22,042	621

7 https://gender.stat.gov.kz/page/frontend/detail?id=107&slug=1-2018-2&cat_id=6&lang=ru
8 Там же

Во всех регионах Казахстана преобладают ИП женщин, кроме Туркестанской (43,2%), Жамбылской (48,7%) и Павлодарской (49,5%) областей.

ДИАГРАММА 1. Доля ИП женщин по регионам, %



Наиболее распространенными среди женщин являются такие сферы деятельности (ИП, женщины) как:

- образование (73,2%)
- услуги по проживанию и питанию (62,6%)
- оптовая и розничная торговля (62,2%);
- операции с недвижимым имуществом (64,5%);
- здравоохранение и социальные услуги (58,7%);
- предоставление прочих видов услуг (51%).

Женское предпринимательство вносит весомый вклад в создание рабочих мест и обеспечение занятости населения страны: 30% всех занятых трудятся на предприятиях, возглавляемых женщинами (которыми создано 1 035 107 рабочих мест).

526 493 человек или 40% занятых в малом предпринимательсве работает у женщин-индивидуальных предпринимателей. 20,8% занятых в крестьянских хозяйствах работают в КХ, возглавляемых женщинами. 26,2% всех занятых на предприятиях ТОО, АО (юр.лица) работают под руководством женщин.

ТАБЛИЦА 12. Численность занятых на действующих субъектах МСП, возглавляемых женщинами, по состоянию на 1 января 2019 года

	Всего	из них, возглавляемые женщинами	
		#	%
Республика Казахстан	3,312,457	1,035,107	31.2
Юридические лица	1,716,770	450,324	26.2
Индивидуальные предприниматели	1,315,162	526,493	40
Крестьянские (фермерские) хозяйства	280,525	58,290	20.8

Наибольшая доля занятых на предприятиях возглавляемых женщинами приходится на оптовую и розничную торговлю – 42,7% или 442 416 рабочих мест. От 4 до 10% занятых в тахих сферах деятельности как услуги по проживанию и питанию, операции с недвижимым имуществом, сельское, лесное, рыбное хозяйство, промышленность, строительство и предоставление прочих видов услуг.

ДИАГРАММА 2. Численность занятых на действующих субъектах МСП, возглавляемых женщинами, по отраслям

3.1.2. Возраст предприятия

Рост новых предприятий свидетельствует о предпринимательской активности, положительно влияет на возможности трудоустройства в стране и модернизации экономики. Поэтому важно проводить мониторинг по возрасту предприятий, продолжительности существования действующих предприятий. Если данный показатель будет демонстрировать временный всплеск активности, компании не достигают зрелости, то можно делать выводы о проблемах выживаемости нового бизнеса.

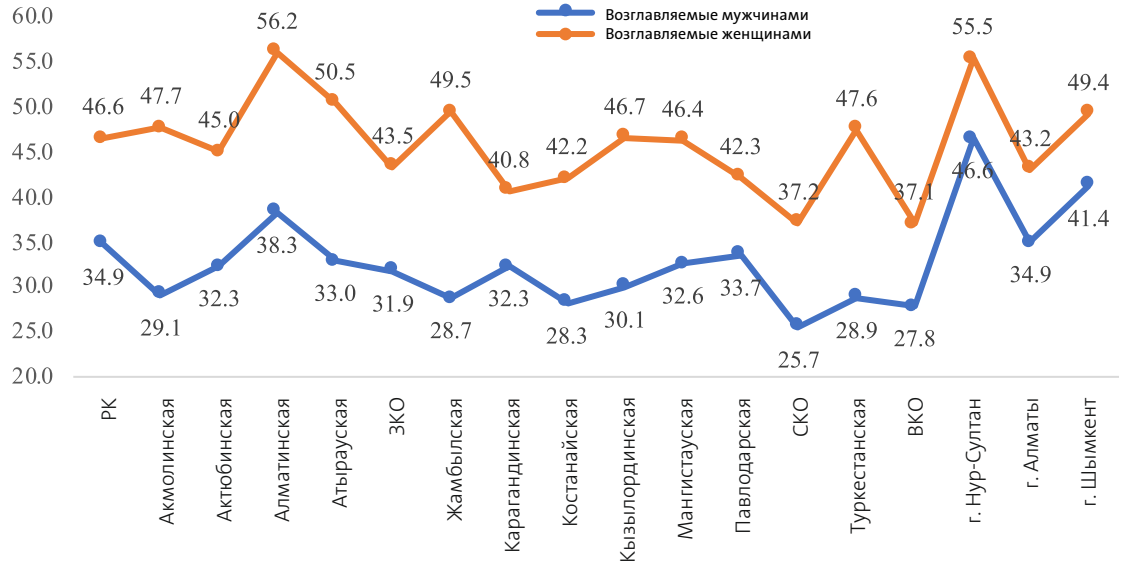
Новых предприятий (юр. лиц) действующих до 3,5 года на 1 января 2019 года 105 739, из них 73129 возглавляемых мужчинами, 32610 – женщинами. По абсолютному числу больше новых предприятий, возглавляемых мужчинами.

В общем количестве предприятий, возглавляемых мужчинами, новые предприятия (до 3,5 лет) составляют 34,9%, возглавляемых женщинами – 46,6%. Женщины более подвержены предпринимательской активности. Наиболее высокий уровень предпринимательской активности женщин в Алматинской области (56,2%), г. Нур-Султане (55,5%). Меньшей предпринимательской активностью отличается СКО, ВКО (37%). Но это только данные по юридическим лицам, которые не дают полной картины.

ТАБЛИЦА 13. Новые предприятия, возглавляемые мужчинами/женщинами, возраст действующих юридических лиц, филиалов и представительств до 3,5 года на 01.01.2019

	Всего	Мужчины	Женщины
Республика Казахстан	105,739	73,129	32,610
Акмолинская	3,223	2,321	902
Актюбинская	4,244	3,110	1,134
Алматинская	5,942	4,108	1,834
Атырауская	3,210	2,197	1,013
ЗКО	2,719	2,029	690
Жамбылская	2,798	1,933	865
Карагандинская	7,198	5,118	2,080
Костанайская	3,167	2,313	854
Кызылординская	2,625	1,740	885
Мангистауская	3,588	2,477	1,111
Павлодарская	4,212	3,052	1,160
СКО	2,065	1,591	474
Туркестанская	3,318	2,341	977
ВКО	4,334	3,086	1,248
г. Нур-Султан	21,831	14,710	7,121
г. Алматы	25,297	16,746	8,551
г. Шымкент	5,968	4,257	1,711

ДИАГРАММА 3. Доля новых предприятий, возглавляемых мужчинами/женщинами в числе общем количестве



3.1.3. Самостоятельно занятое население

По официальной статистике в стране 2 082 522 самостоятельно занятого населения.

К самостоятельно занятому населению относятся:

продуктивно занятые

a) работодатели;

b) на индивидуальной основе (зарегистрированные и активно действующие), с доходами выше величины прожиточного минимума;

c) в личном подсобном хозяйстве производством продукции для продажи (обмена), с доходами выше величины прожиточного минимума;

d) члены производственного кооператива, с доходами выше величины прожиточного минимума.

непродуктивно занятые

a) на индивидуальной основе (недействующие из числа зарегистрированных и незарегистрированные);

b) неоплачиваемые работники семейных предприятий (хозяйств);

c) на индивидуальной основе (зарегистрированные и активно действующие), с доходами ниже величины прожиточного минимума;

d) в личном подсобном хозяйстве производством продукции для продажи (обмена), с доходами ниже величины прожиточного минимума;

e) члены производственного кооператива, с доходами ниже величины прожиточного минимума.

Работодатели, занятые на индивидуальной основе, члены производственного кооператива являются формально занятым населением. В рамках исследования, в группу самостоятельно занятых были включены только самостоятельные работники неформальной занятости (далее самозанятые):

продуктивно занятые

a) в личном подсобном хозяйстве производством продукции для продажи (обмена), с доходами выше величины прожиточного минимума;

продуктивно занятые

a) на индивидуальной основе (недействующие из числа зарегистрированных и незарегистрированные);

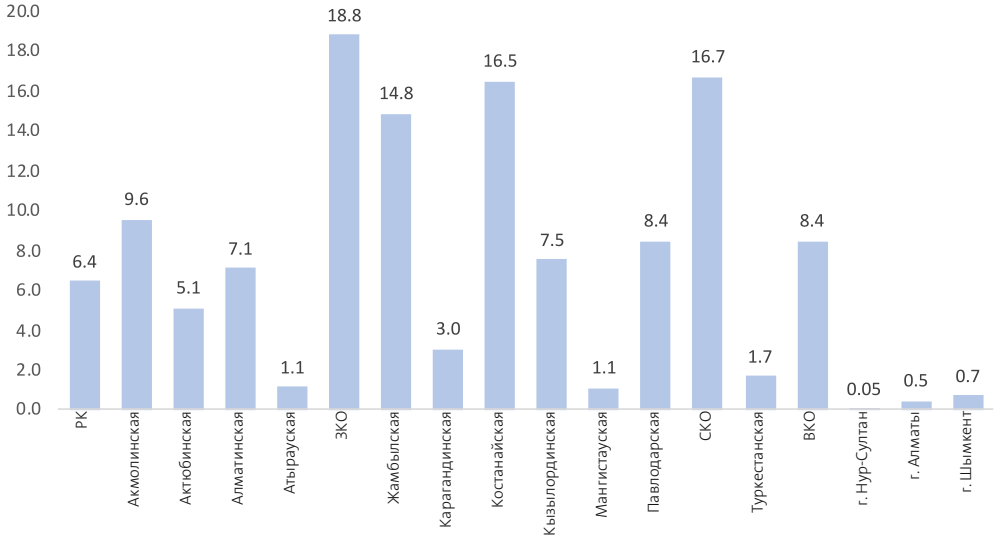
b) неоплачиваемые работники семейных предприятий (хозяйств);

c) в личном подсобном хозяйстве производством продукции для продажи (обмена), с доходами ниже величины прожиточного минимума.

Численность самозанятого населения (неформально занятого) насчитывает 558 901 человек. В численности занятого населения самозанятые составляют 6,4% (мужчины – 6%, женщины – 6,8%). В региональном разрезе существуют значительные различия по доле самостоятельно занятых в числе занятого населения.

Согласно официальной статистике, значительная доля самозанятых в Западно-Казахстанской, Жамбылской, Костанайской и Северо-Казахстанской областях (15-19%). На самом деле трудно ориентироваться по данным официальной статистики, так как он не в полной мере отражает реальную ситуацию неформальной занятости. С начала 2019года для самозанятого населения действует единый социальный платеж (ЕСП). Но многие люди до сих пор не знают, что такое ЕСП, либо не понимают, зачем он нужен.

ДИАГРАММА 4. Самостоятельно занятые в числе занятого населения*



*Без учета работодателей, занятых на индивидуальной основе, членов производственного кооператива

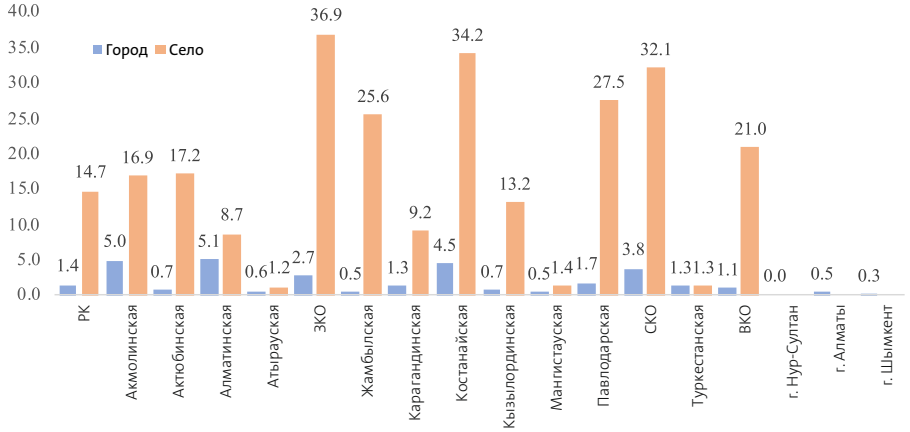
ТАБЛИЦА 14. Самостоятельно занятое население в 2018 г.*

	Само-занятые, чел.	Самоза-нятые в числе занятых, %	Самозанятые в числе занятых, %		Самозанятые женщины, числе занятых, %	
			Муж.	Жен.	Город	Село
Республика Казахстан	558,901	6.4	6	6.8	1.4	14.7
Акмолинская	39,046	9.6	8.2	11	5	16.9
Актюбинская	21,325	5.1	4.9	5.3	0.7	17.2
Алматинская	70,668	7.1	6.4	7.9	5.1	8.7
Атырауская	3,485	1.1	1.4	0.8	0.6	1.2
ЗКО	60,268	18.8	18.2	19.3	2.7	36.9
Жамбылская	75,070	14.8	14.2	15.4	0.5	25.6
Карагандинская	19,772	3	3.1	2.9	1.3	9.2
Костанайская	80,451	16.5	14.7	18.3	4.5	34.2
Кызылординская	25,085	7.5	7.5	7.6	0.7	13.2
Мангистауская	3,256	1.1	1.1	1	0.5	1.4
Павлодарская	33,163	8.4	7.6	9.2	1.7	27.5
СКО	49,415	16.7	13.7	20	3.8	32.1
Туркестанская	13,300	1.7	2	1.3	1.3	1.3
ВКО	57,371	8.4	8.6	8.3	1.1	21
г. Нур-Султан	238	0	0.1	0	0	
г. Алматы	4,199	0.5	0.4	0.5	0.5	
г. Шымкент	2,789	0.7	1.2	0.3	0.3	

*Без учета работодателей, занятых на индивидуальной основе, членов производственного кооператива

Согласно официальной статистике, самозанятое население сосредоточено в сельской местности – 13,2% от занятого населения, в городской местности самозанятые составляют 1,4%. Если судить по женщинам, то самозанятость активна в Западно-Казахстанской, Костанайской, Северо-Казахстанской, Восточно-Казахстанской, Павлодарской, Жамбылской областях – 20-30% от числа занятых в сельской местности.

ДИАГРАММА 5. Самостоятельно занятые женщины, в числе занятых по регионам в городской и сельской местности, %



3.1.4. Помогающие (неоплачиваемые) работники семейных предприятий (хозяйств)

Число неоплачиваемых работников семейных предприятий (хозяйств) составляет 8 835 человек, преимущественно в сельской местности – 6 360 (72%).

Помогающие (неоплачиваемые) работники женщины составили 0,9% (мужчины - 2,3%) среди самозанятых. В городской местности данной категории самозанятых меньше, но их доля больше (2,9%) среди самозанятых городских женщин, чем среди сельских (0,6%).

Среднее количество часов, затрачиваемых женщинами на неоплачиваемый домашний труд (неоплачиваемые домашние услуги для домашнего хозяйства и его членов и по уходу за членами домашнего хозяйства) составляет 4 час. 14 мин., это в 3 раза больше времени, чем у мужчин (1 час. 28 мин.)

ТАБЛИЦА 15. Неоплачиваемые работники семейных предприятий (хозяйств), 2018 г.

	Неоплачиваемые работники семейных предприятий (хозяйств)	В числе самозанятых, %		Неоплачиваемые работники		В числе самозанятых женщин, %	
		Муж.	Жен.	Город	Село	Город	Село
Республика Казахстан	8,835	2.3	0.9	2,475	6,360	2.9	0.6
Акмолинская	42	0	0.2	21	21	0.4	0.1
Актюбинская	348	1	2.3	108	240	5.5	2
Алматинская	1,331	2.2	1.6	19	1,312	0.3	1.9
Атырауская	85	3.8	0	0	85	0	0
ЗКО	666	1.2	1	83	583	3.2	0.8
Жамбылская	517	0.9	0.5	0	517	0	0.5
Карагандинская	1,992	10.8	9.1	1,953	39	24.9	0.2
Костанайская	72	0.1	0.1	0	72	0	0.1
Кызылординская	0	0	0	0	0	0	0
Мангистауская	0	0	0	0	0	0	0
Павлодарская	310	1.3	0.7	152	158	2.4	0.4
СКО	0	0	0	0	0	0	0
Туркестанская	2,901	33.2	2.1	0	2,901	0	2.5
ВКО	527	1	0.8	95	432	1.1	0.8
г. Нур-Султан	0	0	0	0	0		
г. Алматы	44	2.3	0	44	0		
г. Шымкент	0	0	0	0	0		

3.1.5. Доступ к финансовым ресурсам

Об объемах финансирования бизнеса и количестве выданных кредитов на развитие бизнеса доступной информации нет. Следовательно, нет количественных данных по доступу предпринимательства к финансовым ресурсам для анализа вопросов гендерного равенства. О масштабах финансирования можно судить по ограниченной «Информации о выданных кредитах женщинам-предпринимателям в рамках программ обусловленного размещения (По данным АО «Фонд развития предпринимательства «Даму») и «Информация о выданных кредитах женщинам-предпринимателям дочерними компаниями АО «Национальный управляющий холдинг «КазАгро» в 2018 году (По данным АО «Национальный управляющий холдинг «КазАгро») в сборнике Комитета по статистике МНЭ РК «Мужчины и женщины»

10268 кредитов было выдано женщинам-предпринимателям в рамках программ АО «Фонда развития предпринимательства «Даму», и общая сумма выданных кредитов составила 43 050 млн. тенге.

ТАБЛИЦА 16. Информация о выданных кредитах женщинам-предпринимателям в рамках программ обусловленного размещения (По данным АО «Фонд развития предпринимательства «Даму»), 2018 г.

	Количество	Сумма, млн. тенге
Республика Казахстан	10,268	43,050
Акмолинская	161	9,882
Актюбинская	220	1,107
Алматинская	1,735	2,122
Атырауская	47	3,810
Западно-Казахстанская	89	1,427
Жамбылская	1,844	0.396
Карагандинская	197	1,179
Костанайская	109	1,101
Кызылординская	719	1,269
Мангистауская	30	0.575
Южно-Казахстанская	3,786	5,239
Павлодарская	205	2,095
Северо-Казахстанская	70	0.429
Восточно-Казахстанская	424	0.483
г. Нур-Султан	168	3,184
г. Алматы	482	10,634

В целом в рамках программ АО «КазАгро» было выдано 7042 кредита на общую сумму 17090 млн. тенге.

Без общего числа выданных кредитов и общей суммы выданных кредитов, сложно дать оценку поддержки женского предпринимательства. Более того, данная информация представлена не в полном объеме. Поэтому более полная информация была получена посредством запроса в данные организации (далее в главе по государственной поддержке).

ТАБЛИЦА 17. Количество выданных кредитов в рамках программ АО «КазАгро» и общая сумма выданных кредитов женщинам-предпринимателям

	АО «КАФ»		АО «ФФПСХ»		АО «АКК»	
	Кол-во	сумма, млн. тенге	Кол-во	сумма, млн. тенге	Кол-во	сумма, млн. тенге
Республика Казахстан	184	6,461.90	5,591	4,226	1,267	6,402.2
Акмолинская	13	1,136.20	283	1,177.7	108	8,721.6
Актюбинская	8	73.7	309	1,319.4	159	9,045.5
Алматинская	18	1,830.60	396	2,811	231	14,405.3
Атырауская	5	28.1	171	644.5	27	172.7
Западно-Казахстанская	18	244.3	326	1,249.7	40	437.8
Жамбылская	10	144	245	1,620.5	91	616.6
Карагандинская	14	159.6	332	1,773.3	66	666.9
Костанайская	17	588.5	281	994.1	99	2,674
Кызылординская	3	451.1	232	931.3	33	200.3
Мангистауская	-	-	97	381.6	0	0
Южно-Казахстанская	29	276.4	2,338	1,227.8	252	3,801.3
Павлодарская	9	387.7	91	500.8	70	746.1
Северо-Казахстанская	14	722.4	217	763.7	60	887.8
Туркестанская	-	-	1	10	-	-
Восточно-Казахстанская	24	365.1	272	1,259.8	31	1,188.8
г. Нур-Султан	1	46.4	-	-	-	-
г. Алматы	1	7.8	-	-	-	-
г. Шымкент	-	-	-	-	-	-

3.1.6. Доход предприятий

Статистические данные по годовым доходам предприятий являются недоступными, так как предприятия не идентифицируются по гендерному признаку владельца.

По данным 3715 предприятий (у которых по статистическому бизнес-регистру возможно определить пол руководителя и которые попали в выборочную совокупность, Комитет по статистике МНЭ РК), объем произведенной продукции, выполненных работ и оказанных услуг крупных средних предприятий, возглавляемых женщинами, составил 1 522,8 млрд. тенге и 2 266,5 млрд. тенге доход от реализации продукции и оказания услуг. Это около 6-7% от общего объема.

Объем произведенной продукции, выполненных работ и оказанных услуг женским предпринимательством (малые предприятия, возглавляемые женщинами), представлены результатами деятельности 48370 предприятий – 832,5 млрд. тенге за 2018 год. Доход от реализации продукции и оказания услуг 1 407,0 млрд. тенге. 11,2% от общего объёма произведенной продукции и 12,7% от суммы общего дохода от реализации принадлежит женскому предпринимательству.

ТАБЛИЦА 18. Отдельные показатели деятельности предприятий за 2018 г.

	Женщины		Мужчины	
	тыс. тенге	%	тыс. тенге	%
Объем произведенной продукции, выполненных работ и оказанных услуг, крупных и средних предприятий за 2018 год (по 3715 предприятиям)	1,522,856,391	6.6	21,556,671,158	93.4
Доход от реализации продукции и оказания услуг, крупных и средних предприятий за 2018 год (по 3715 предприятиям)	2,266,580,785	6.7	31,510,428,466	93.3
Объем произведенной продукции, выполненных работ и оказанных услуг, малых предприятий за 2018 год (по 48370 предприятиям)	832,511,489	11.2	6,598,415,587	88.8
Доход от реализации продукции и оказания услуг, малых предприятий за 2018 год (по 48370 предприятиям)	1,407,019,412	12.7	9,709,982,785	87.3

3.1.7. Доступ к активам

Надежная защита имущественных прав позволяет женщинам эффективно использовать активы для получения экономических выгод. Показатель «распоряжение имуществом» позволяет оценить способность женщин приобретать имущество, получать к нему доступ, управлять и распоряжаться им. Доступ к имуществу, обеспечиваемый этими механизмами, может повысить финансовую защищенность женщин и предоставить им необходимые имущественные гарантии для начала собственного дела.

Доля женщин относительно мужчин, владеющих материальным активом (земля, имущество, предприятия, ИП и пр.) приводится в качестве целевых индикаторов в Концепции семейной и гендерной политики в Республике Казахстан до 2030 года. Но такие данные в полном объеме пока отсутствуют в открытом доступе.

Ниже приведены данные о доле взрослого населения, владеющего землей (2018г.). Доля мужчин, владеющих землей значительно преобладает (13,9%) относительно женщин (4,93%). Лишь в Костанайской области доля женщин, владеющих землей, достигает 12,04%.

В Павлодарской области доля женщин, владеющих землей, составляет лишь 0,32% (мужчин – 29,36%), в Кызылординской – 0,19% (6,33%). В Мангистауской области в целом довольно малая доля населения, имеющие землю в собственности, тем более женщины (0,01%).

ТАБЛИЦА 19. Доля взрослого населения, владеющего землей (2018 г.), по данным Комитета по управлению земельными ресурсами Министерства сельского хозяйства РК

	Всего, %	Мужчины, %	Женщины, %
Республика Казахстан	5.95	9.70	2.61
Акмолинская	7.41	12.43	2.88
Актюбинская	6.33	6.99	5.74
Алматинская	10.44	19.32	2.08
Атырауская	3.06	4.48	1.76
Западно-Казахстанская	10.28	14.86	6.19
Жамбылская	4.05	7.02	1.32
Карагандинская	6.87	10.10	4.12
Костанайская	11.70	11.32	12.04
Кызылординская	3.22	6.33	0.19
Мангистауская	0.81	1.65	0.01
Туркестанская	15.27	30.12	2.69
Павлодарская	13.85	29.36	0.32
Северо-Казахстанская	3.14	5.17	1.10
Восточно-Казахстанская	8.76	13.19	4.93

В стране зарегистрировано более 4 млн. транспортных средств. В 2018-2019 гг. было зарегистрировано 1 377 352 транспортных средства. Владелицы транспортных средств составляют 24,5%, за ними зарегистрировано 337 668 транспортных средств. 75,5% владельцев транспортных средств – мужчины, которым принадлежит 1 039 532 транспортных средства.

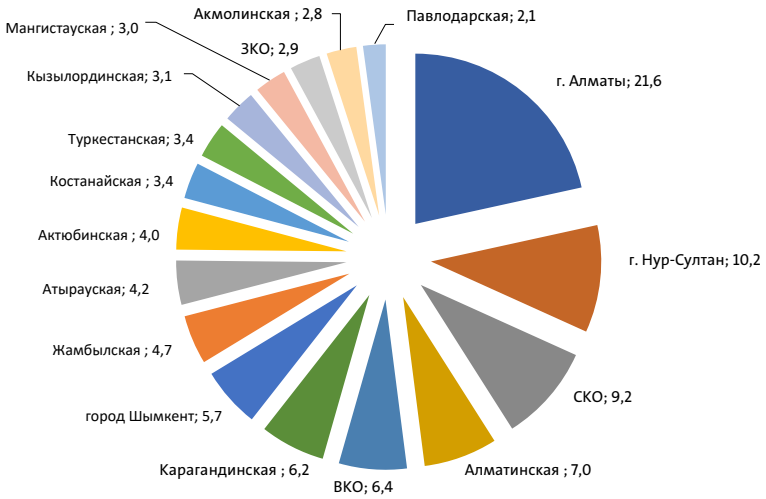
Среди владельцев транспортных средств наибольшая доля женщин в крупных городах Казахстана – г. Нур-Султан (29,7%), г. Алматы (29%) и г. Шымкенте (25%).

Наибольшее число владельцев транспортных средств сосредоточено в г. Алматы (21,6%) и г. Нур-Султане (10,2%), Северо-Казахстанской (9,2%), Алматинской (7%) областях. Соответственно, основным фактором, влияющим на распространение транспортных средств в собственности женщин, является проживание в городской местности. Шымкент занимает третью позицию по доле женщин, зарегистрировавших транспортные средства в течение последних двух лет несмотря на то, что здесь находится 5,7% от их общего количества (для сравнения СКО – 9,2%).

ТАБЛИЦА 20. Зарегистрированные транспортные средства в 2018-2019 гг. по данным МВД РК

	Мужчины	Женщины	%, женщины
Акмолинская	31,560	7,668	19.5
Актюбинская	42,714	12,146	22.1
Алматинская	75,142	21,117	21.9
Атырауская	45,109	12,625	21.9
ЗКО	31,381	8,517	21.3
Жамбылская	49,404	14,914	23.2
Карагандинская	65,150	19,746	23.3
Костанайская	37,467	9,856	20.8
Кызылординская	33,741	9,205	21.4
Мангистауская	31,773	9,675	23.3
Туркестанская	99,385	27,791	21.9
Павлодарская	37,012	9,882	21.1
СКО	23,308	6,256	21.2
ВКО	68,031	20,734	23.4
г. Нур-Султан	98,734	41,650	29.7
г. Алматы	210,87	86,162	29
г. Шымкент	259,08	19,724	25
Итого	11,039,864	337,668	24.5

ДИАГРАММА 6. Владельцы транспортных средств по регионам, %



Согласно данным Классификатора организационных правовых форм хозяйствования (КОПФ), на 1 января 2019 года 177 224 действующих юридических лиц, филиалов, представительств имеют участие женщин в собственнике. 456 995 действующих ИП с участием женщин в собственнике.

ТАБЛИЦА 21. Действующие юридические лица, филиалы, представительства и индивидуальные предприниматели с участием женщин в собственнике, по КОПФ на 01.01.2019г.

	ЮЛ	ИП
Республика Казахстан	177,224	456,995
Акмолинская	14,013	18,319
Актюбинская	5,964	21,918
Алматинская	8,769	44,728
Атырауская	4,148	19,488
Западно-Казахстанская	5,103	16,666
Жамбылская	5,978	23,017
Карагандинская	13,099	34,825
Костанайская	7,344	21,962
Кызылординская	5,607	17,269
Мангистауская	4,121	20,554
Павлодарская	7,005	17,619
Северо-Казахстанская	12,878	11,272
Туркестанская	9,871	26,951
Восточно-Казахстанская	11,244	37,759
г. Нур-Султан	23,822	43,649
г. Алматы	29,458	58,709
г. Шымкент	8,800	22,290

Таким образом, женщины представлены прежде всего среди субъектов индивидуального предпринимательства. В пилотных регионах можно отметить меньшую представленность женщин в бизнесе Северо-Казахстанской области. Наибольшее число МСП, возглавляемых женщинами, кроме г. Алматы и г. Нур-Султан сосредоточено в Алматинской, Восточно-Казахстанской, Туркестанской и Карагандинской областях.

Наиболее распространенными среди женщин являются такие сферы деятельности как: образование, услуги по проживанию и питанию, оптовая и розничная торговля, операции с недвижимым имуществом, здравоохранение и социальные услуги и предоставление прочих видов услуг.

На предприятиях, возглавляемых женщинами, 30% занятых, или создано 1 035 107 рабочих мест. Наибольшая доля занятых на предприятиях, возглавляемых женщинами, приходится на оптовую и розничную торговлю.

Уровень присутствия женщин в бизнесе отстает от мужского, как и во всем мире. Один из положительных моментов – это предпринимательская активность женщин. Доля новых предприятий, возглавляемых женщинами. значительно превышает долю новых предприятий, возглавляемых мужчинами.

Существуют сложности в оценке самостоятельно занятого населения, в частности неформально занятого. Имеются существенные проблемы в учете данной статистики. В региональном разрезе существуют значительные различия по доле неформальной занятости в числе занятого населения (без учета работодателей, занятых на индивидуальной основе, членов производственного кооператива). Помогающие (неоплачиваемые) работники составляют 1,6% среди самостоятельно занятых и преимущественно в сельской местности (более 70%). Данная категория преобладает в численности самозанятых городских женщин, если сравнивать с сельскими женщинами.

Женщины в 3 раза больше времени заняты неоплачиваемым домашним трудом (неоплачиваемые домашние услуги для домашнего хозяйства и его членов и по уходу за членами домашнего хозяйства). Один из существенных факторов, влияющих на женское предпринимательство – это совмещение предпринимательской деятельности с уходом за детьми. В этом направлении необходимы данные в разрезе женщин с детьми, в частности дошкольного возраста, до 3 лет.

Существуют ограниченные данные по доступу предпринимательства к финансовым ресурсам, доходу предприятий. Бизнес-регистр не позволяет идентифицировать владельцев предприятий по полу.

Имеют место ограничения в доступе женщин к имуществу. Женщины-владельцы транспортных средств составляют 24,5%. Доля женщин среди взрослого населения, владеющих землей – 4,93 % (против 13,9% мужчин).

Доля женщин относительно мужчин, владеющих материальным активом (земля, имущество, предприятия, ИП и пр.) приводится в качестве целевых индикаторов в Концепции семейной и гендерной политики в Республике Казахстан до 2030 года. Но такие данные также отсутствуют в открытом доступе.

Таким образом, существуют проблемы в дезагрегированных данных с гендерной точки зрения. Поэтому в рамках данного исследования проведена работа по выработке статистических индикаторов, которые будут представлять возможность оценки развития женского предпринимательства, влияния на предпринимательскую деятельность женщин и принимать меры для расширения предпринимательской деятельности.

3.2. Роль женского предпринимательства в обществе

3.2.1. Отношение к предпринимательству

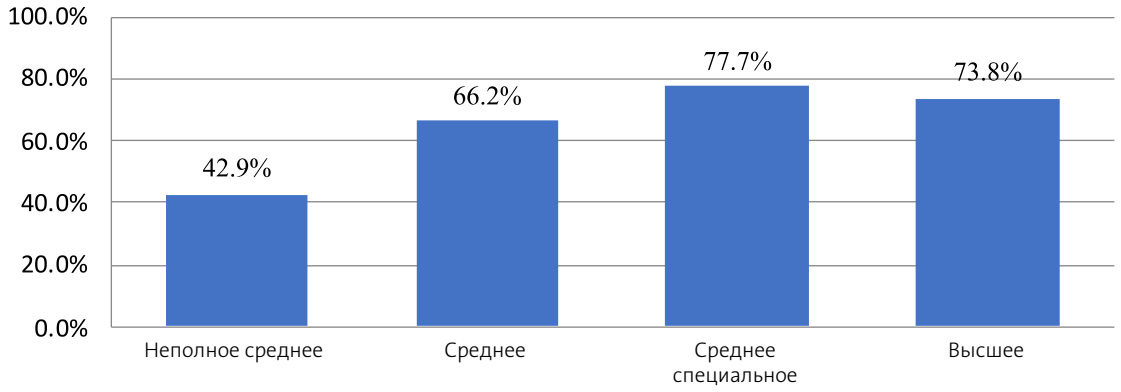
Отношение к предпринимательству в обществе является основой того, как само предпринимательство будет развиваться в ближайшие годы. Ведь если общество считает, что предпринимательство – это залог успешной карьеры, что быть предпринимателем - это престижно, то все больше людей будет стремиться открыть свой собственный бизнес. Многочисленными исследованиями доказано, что «в тех культурах, где предпринимательство высоко ценится, предпринимательские намерения, вероятно, будут выше».[9] Согласно отчету «Глобальный мониторинг предпринимательства» в 2017 году 59,7% опрошенных рассматривали предпринимательство как хороший выбор карьеры.

В рамках данного исследования три четверти (74,4%) самозанятых и предпринимателей ответили, что быть предпринимателем в Казахстане престижно. Доля женщин, считающих, что предпринимателем быть престижно больше, чем мужчин на 5,7% (77,1% и 71,4% соответственно).

9 Глобальный мониторинг предпринимательства. Национальный доклад: Казахстан 2017/20188

По результатам опроса, ситуация стала меняться в последние годы: *«В последнее время да, престижно быть предпринимателем. Вот если бы это было 10 лет назад, я бы ответила нет. Потому что это было сильно осуждаемо. Ну я говорю про свой регион, потому что у нас говорят «женщина должна сидеть дома». Если вы выйдете замуж за южанина, вы почувствуете на себе»* (Гульжан, 49 лет, Алматы, предприниматель).

ДИАГРАММА 7. Доля респондентов, считающих, что предприниматель – это престижно, в разрезе уровня образования респондента, %



В разрезе образования наблюдаются различия в оценке престижности предпринимательства: среди тех, у кого неполное среднее образование только 42,9% считают предпринимательство престижным, а среди тех, у кого есть профессиональное образование таких людей уже 77,7%

Таким образом, люди с профессиональным образованием более высоко оценивают перспективы от занятия предпринимательской деятельностью.

Для многих быть предпринимателем – это просто необходимость зарабатывания денег: *«Лет 5-10 назад было бы престижно, а сейчас просто необходимость, потребность»* (ФГД с женщинами-предпринимателями, многодетными матерями, г. Алматы).

При этом многие респонденты говорили о том, что престижность зависит от размера бизнеса: мелкий бизнес – это про зарабатывание на жизнь, а вот крупный бизнес – это престижно: *«Зависит от размера бизнеса, если крупный, как «BI group», то престижно»* (ФГД, женщины-предприниматели, многодетные матери, г. Алматы).

В ходе глубинных интервью респонденты отмечали: *«Я думаю, что быть предпринимателем – это, во-первых, независимость, ты можешь реализовывать свои планы, сам контролировать процесс и принимать решения. Думаю, это не только престижно, а необходимо, так как ты сам регулируешь и управляешь своим временем, своими финансами, своими возможностями».* Гульжан, 49 лет, Алматы, предприниматель

Те, кто считает предпринимательство престижным, часто упоминали в ходе глубинных интервью о том, что для них это независимость:

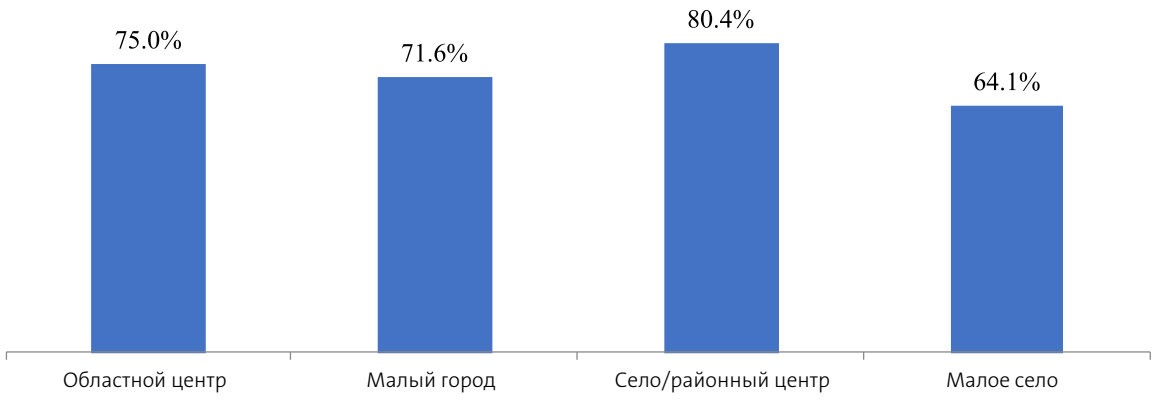
«Да. Быть независимым. Я мать-одиночка, у меня четверо детей, привыкла сама зарабатывать». Айжанат, 35 лет, предприниматель, Жамбылская область

«Да, конечно. Ты же сам хозяин своего бизнеса. И выходные, и рабочие дни ты устанавливаешь сам». Диля, предприниматель, Жамбылская область, село

Предприниматели из Северо-Казахстанской области говорили о том, что предпринимательство — это не столько престиж, сколько независимость – *«это не престиж. Во-первых, ты свободный, сам себе хозяин и управляешь своим временем.....Я не считаю это престижем, если честно»*. ФГД с предпринимателями, СКО, г. Петропавловск

При этом предприниматели на ФГД в Жамбылской области говорили о том, что предпринимательство для женщины престижно только тогда, когда она и дома все успевает и прибыль у нее есть: *«Да, для женщины это не престижно. Но если женщина успевает дома, готовка, стирка, то почему бы и не заниматься этим. Если женщины вместе будут заниматься бизнесом, это тоже хорошо. Например, если открыть магазин, будет какая-то прибыль, это помогает тебе дальше двигаться. Но в обществе заниматься бизнесом для женщины это престижно»*. ФГД с предпринимателями, Жамбылская область, с. Туймекент

ДИАГРАММА 8. Доля респондентов, считающих, что предприниматель – это престижно, в разрезе типа населенного пункта, %

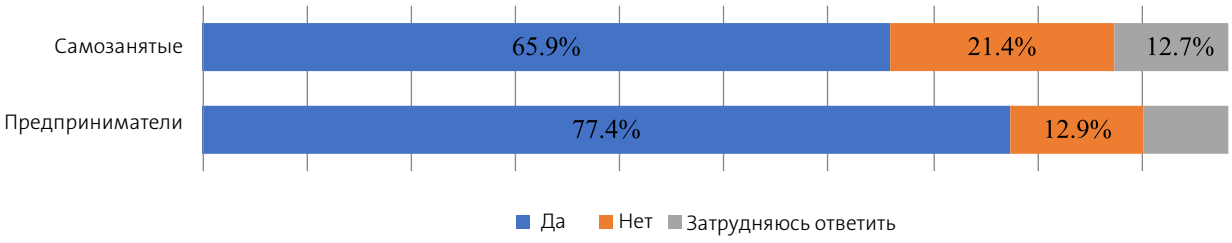


Существенная значимая разница в оценке привлекательности статуса «предприниматель» наблюдается между сельскими жителями: жители районных центров более оптимистичны (80,4% отметили, что предпринимательство – это престижно, в то время как среди представителей малого села таких на 16,3% меньше). Такая разница скорее связана с тем, что население малых сел рассматривает предпринимательство не с точки зрения реализации возможностей, какого-то роста, а как вынужденность в силу отсутствия других вариантов заработка, отсутствия рабочих мест.

В ходе фокус-групповых дискуссий, проведенных в рамках данного исследования, самозанятые говорили о том, что предприниматель на селе – это не престижно: «Ну, если какой-нибудь салон красоты или магазин в городе... (тогда престижно – примечание модератора), в деревне батрачить надо». ФГД с самозанятыми, СКО, Кызылжарский район, поселок Байсал. Вот крупные фермерские хозяйства «более как престижно»

Среди предпринимателей доля тех, кто ощущает свой престиж, выше, чем среди самозанятых.

ДИАГРАММА 9. Доля респондентов, считающих, что предприниматель – это престижно, самозанятые и предприниматели, %



3.2.2. Роль женского предпринимательства

В целом, респонденты высоко оценили роль женского предпринимательства в обществе: *«В нынешнее время, как нам известно, женское предпринимательство является одним из главных приоритетов именно в развитии малого и среднего бизнеса. ... Потому что сейчас у нас общество формируется, приоритеты сейчас в большинстве женщинам отдаются. Женское предпринимательство везде приветствуется и у нас в области не малое количество женщин занимаются бизнесом»*. ГИ с представителем управления предпринимательства при акимате, Жамбылская область.

«Конечно, женское предпринимательство в обществе играет большую роль, хотя бы по одной простой причине: женщина сама по себе - созидательница, что бы ни делали, какой бы бизнес ни делали женщины, они не ставят во главу заработать сразу деньги.... мы не можем пройти мимо беды, поэтому женский бизнес больше склонен к благотворительности, к социальным проектам, женщина если делает, то хочет воспитать, не просто заработать, но и кого-то научить, поделиться, рассказать, мы же такие более коммуникабельные. Мужчины они больше настроены на конкуренцию, кто из них сильнее, главнее, кто из них там денежнее». ГИ с Председателем Совета деловых женщин Жамбылской области

«Мое личное убеждение, наше женское предпринимательство – оно гиперактивное. Женщины очень активно вовлечены» из ГИ с председателем НПП «Атамекен», Алматы

«вот недавно я прочитала такое мнение в одной статье, где говорится что «Страны с высоким уровнем предпринимательской активности женщин более устойчивы к финансовым кризисам, и менее подвержены экономическому спаду», мне кажется эта фраза отвечает на ваш вопрос в целом. Она показывает, насколько высока роль женского предпринимательства в обществе». из ГИ с представителем Совета деловых женщин, Нур-Султан.

«Женщины – это хорошо. Мужчины не всегда же могут что-то. И что-то новое... Женщины молодцы насчет этого. Никогда не останавливаются. Даже в какие-то переломные моменты, сами знаете. Женщины из ничего всегда что-то творят. Да, сидеть не будут дома». Зульфия, 54 года, ВКО, инвалид, предприниматель

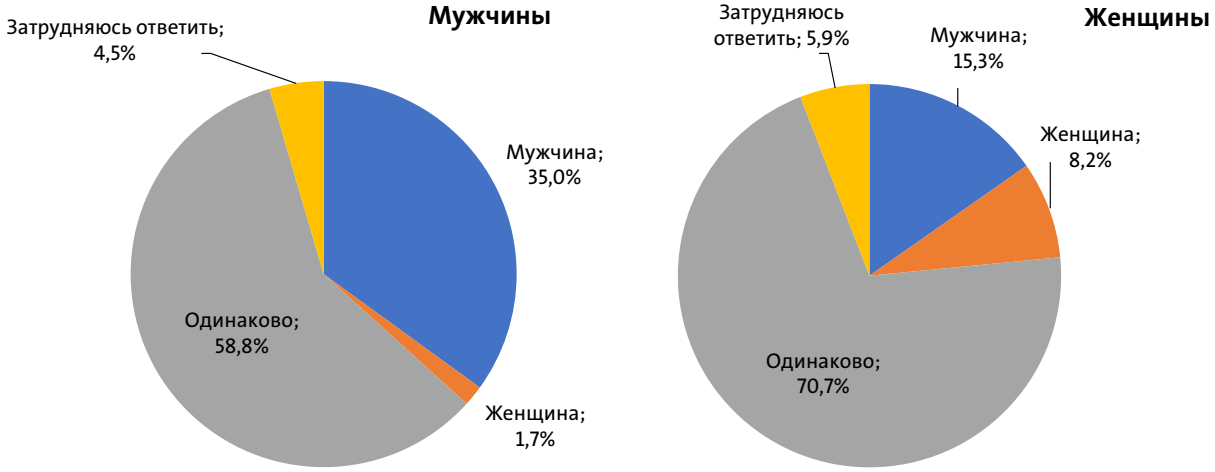
3.2.3. Оценка статуса предпринимателя

70,7% опрошенных женщин считает, что разницы в статусе предринимателя между мужчинами и женщинами не существует. Доля мужчин, считающих, что статус предпринимателя не делится по половому признаку меньше практически на 12%. При этом треть мужчин все-таки склонны к тому, что статус мужчины-предпринимателя в обществе выше, чем статус женщины-предпринимателя.

Среди предпринимателей и самозанятых разницы в оценках статуса мужчины-предпринимателя и женщины-предпринимателя не наблюдается.

В то же время среди мужчин 35% считают, что у мужчины-предпринимателя статус выше, с ними согласны лишь 15,3% женщин. О том, что разницы в статусе предпринимателя между мужчинами и женщинами не наблюдается заявили 58,8% мужчин и 70,7% женщин.

ДИАГРАММА 10. Распределение ответов на вопрос: «Кто имеет более высокий социальный статус в обществе как предприниматель?» в разрезе пола респондента, %



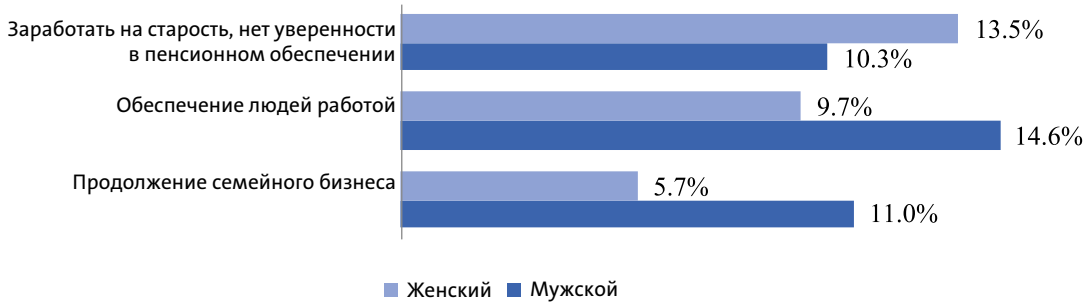
3.2.4. Причины открытия бизнеса

Причин открытия бизнеса множество. Различаются они между предпринимателями и самозанятыми. Так, если желание повысить свои доходы преследовали практически одинаково и самозанятые и предприниматели (49,7% и 45,5% соответственно), то желание внести свой вклад в развитие родного города/страны среди предпринимателей (15,1%) практически в 4 раза выше, чем у самозанятых (4,0%). Такая разница скорее всего обусловлена размером доходов от бизнеса. О желании быть независимым в качестве причины открытия бизнеса предприниматели говорили на 35% чаще, чем самозанятые. Практически треть респондентов указали, что открыли бизнес из-за необходимости (вынужден, материальная потребность).

ДИАГРАММА 11. Причины открытия бизнеса, самозанятые и предприниматели, %

По результатам опроса есть разница в причинах открытия бизнеса между мужчинами и женщинами. Женщины чаще задумываются о том, что нужно заработать на старость, мужчины же чаще в качестве причин говорили: «обеспечение людей работой», «продолжение семейного бизнеса». По остальным причинам разницы в разрере пола не наблюдается.

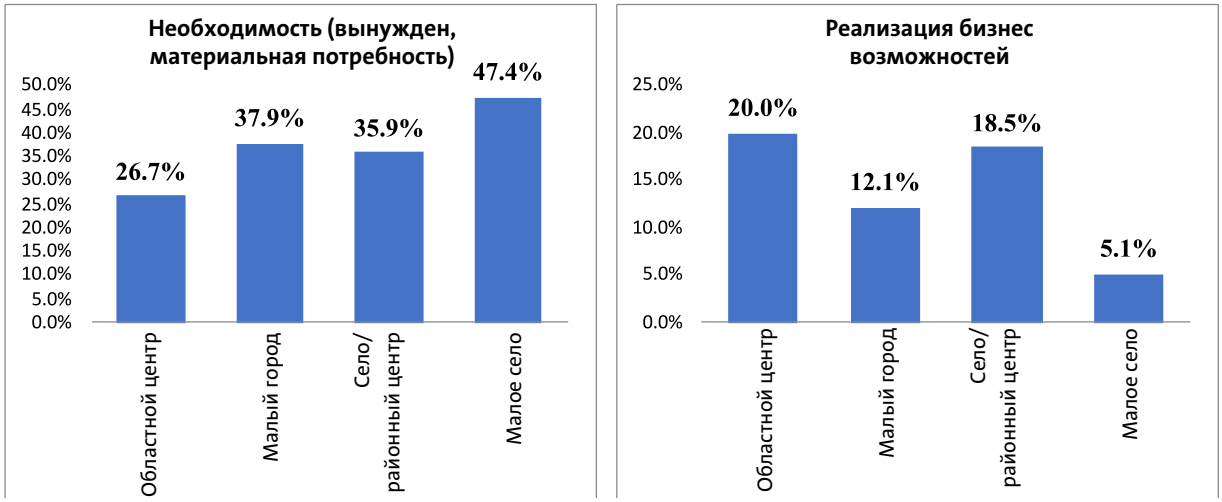
ДИАГРАММА 12. Причины открытия бизнеса в разрезе пола, %



В ходе ГИ предприниматели говорили о том, что открытие бизнеса – это возможность быть финансово независимой: «*...но для женщины очень важно иметь финансовую независимость, чтобы сама могла работать. И если на себя работать, начинать что-то свое, мне кажется это очень поощряется, так легче, чем на кого-то, если сфера позволяет открывать что-то свое. И для женщины обязательно нужно иметь финансовую независимость, даже если эта женщина находится в браке, или она живет со своей семьей, потому что если она живет с мужем или с сожителей, если случится что-то страшное, даже насилие со стороны мужчины, то она не сможет убежать, не сможет уйти*». ГИ с предпринимателем, Алматинская область.

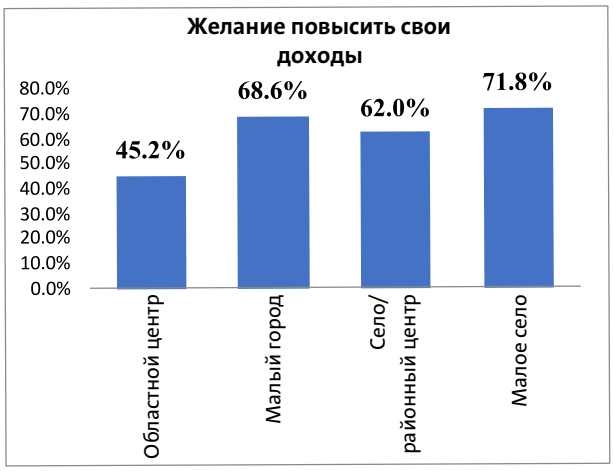
Наблюдается разница в причинах открытия бизнеса в разрезе типа населенного пункта: если в крупных городах только 26,7% респондентов в качестве причин отметили материальную необходимость, то среди жителей малого села таких практически половина (47,4%). О реализации бизнес-возможностей заявляли кждый пятый респондент, проживающий в крупном городе и областном центре, а вот в малом селе только 5%.

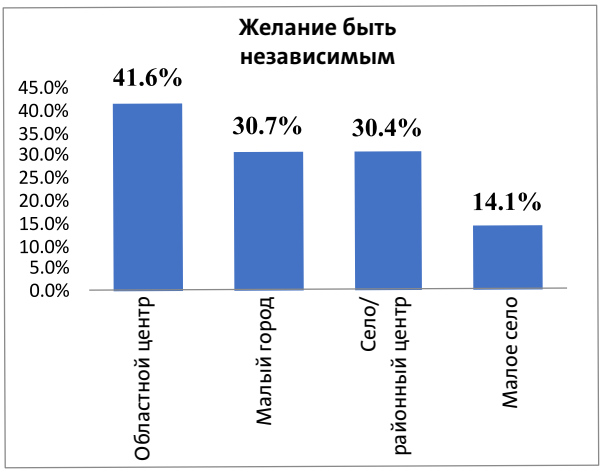
ДИАГРАММА 13. Причины открытия бизнеса: материальная необходимость и реализация бизнес-возможностей в разрезе типа населенного пункта, %



Желание повысить свои доходы чаще двигало людей, проживающих в малых городах и селах, в то время как желание независимости ярко проявляется именно в городах. В малых селах оно в 3 раза реже встречалось, чем в крупных городах.

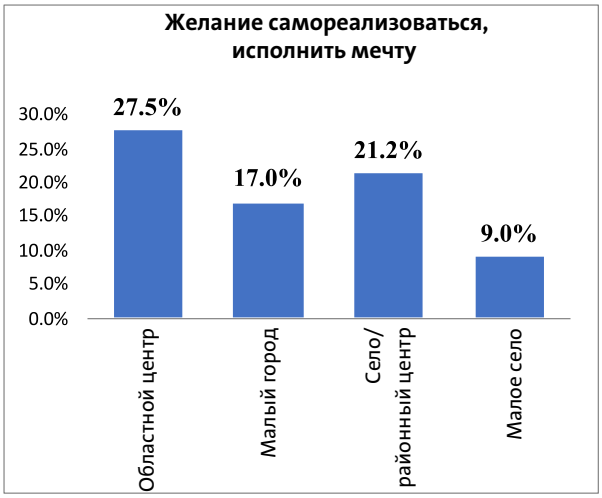
ДИАГРАММА 14. Причины открытия бизнеса: желания независимости и повышения доходов в разрезе типа населенного пункта, %

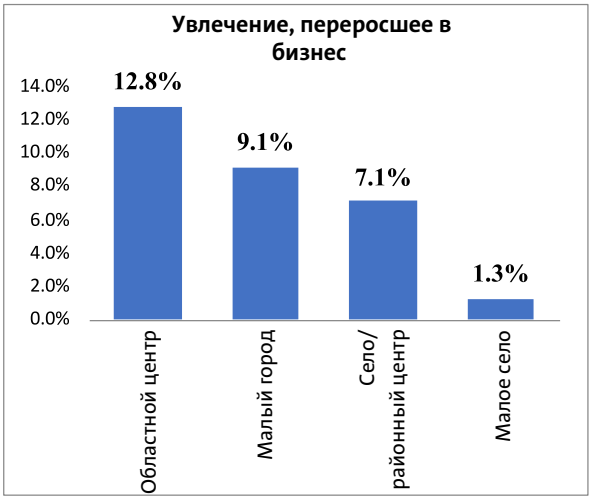




Каждый восьмой респондент, проживающий в городе, сообщил, что его увлечение переросло в бизнес, в то время как в малом селе таких только 1 из 100. В городе желание самореализации, исполнения своей мечты больше движет людьми к открытию своего бизнеса, нежели на селе. Что, скорее всего, связано с тем, что уровень жизни на селе ниже, поэтому в первую очередь там играют важную роль базовые потребности.

ДИАГРАММА 15. Причины открытия бизнеса: желание самостоятельно реализовываться в разрезе типа населенного пункта





Таким образом, непривлекательность малого бизнеса, о которой говорили респонденты в ходе фокус-групп и глубинных интервью скорее связана с тем, что доходы мелкого бизнеса не высоки, в результате малый бизнес менее привлекателен как выбор карьеры по сравнению с получением работы в существующей компании. Кроме того, треть респондентов занялись бизнесом от необходимости, материальной нужды, поэтому владение малым бизнесом рассматривается с некоторой снисходительностью как не очень привлекательное занятие. Поэтому успешные предприниматели – это владельцы инновационных предприятий или крупных компаний, а не владельцы малого бизнеса.

Разницы по отношению и восприятию предпринимательства в разрезе пола не наблюдалось. Тем не менее, следует отметить, что многие респонденты говорили о том, что женщины более целеустремленные, более сильные, настойчивые.

3.2.5. Отношение к официальной регистрации предпринимательской деятельности неформально занятых

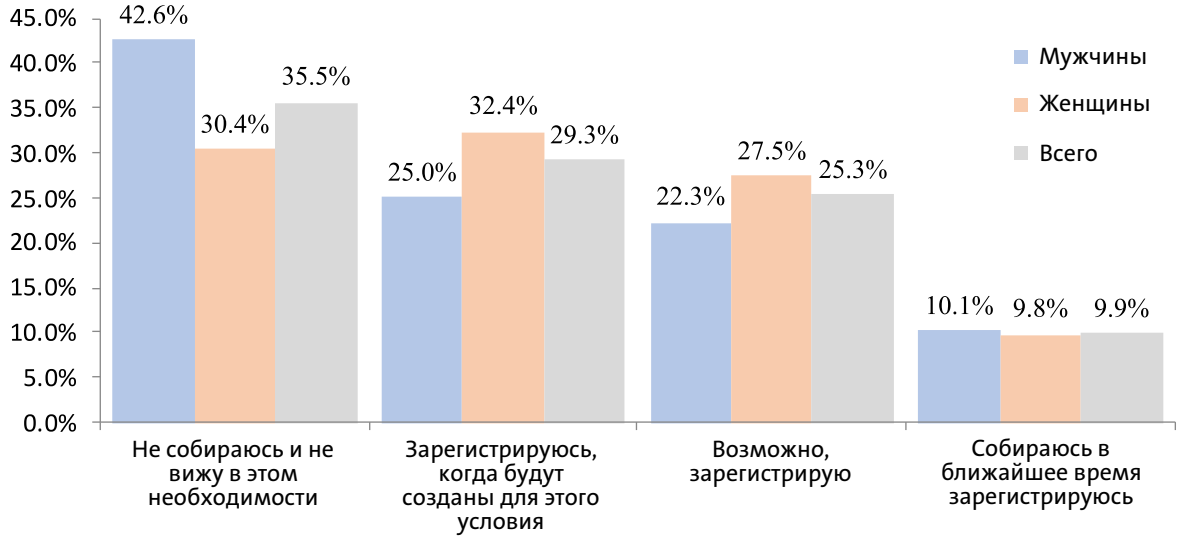
13% самозанятых нанимают работников, их них 19,3% неформально работающие мужчины и 8,3% - женщины.

По результатам опроса 95% самозанятых предоставляют услуги или продают товары физическим лицам. Также 22,3% неформально занятых предоставляют услуги/товары индивидуальным предпринимателям, юридическим лицам и/или нанимают работников. То есть это та категория неформально занятых, которые не регистрируют свою деятельность официально. Данная категория составляет 31% среди мужчин и 15,6% - среди женщин.

В целом около 10% респондентов собирается в ближайшее время зарегистрировать свою деятельность как бизнес. 25% самозанятых возможно оформят свою деятельность как бизнес и 29,3% ждут более благоприятных условий для этого. Женщины больше предрасположены к официальной регистрации своей предпринимательской деятельности – 27,5% возможно будут регистрировать официально свою деятельность как бизнес и 32,4% - при более благоприятных условиях.

35% всех неформально занятых не планирует официально регистрировать свою деятельность. Мужчины составляют 42,6%, женщины – 30,4%.

ДИАГРАММА 16. Г отовы зарегистрировать свою деятельность официально как бизнес



Основными причинами нежелания легализовать свою деятельность для самозанятых являются невысокие (31,8%) и нестабильные доходы (35,2%), необходимость платить налоги (34,9%) и отчетность, проверки госорганов (36,9%).

Лишь 15,5% из них, не уверены в перспективах своей предпринимательской деятельности.

Гендерные различия проявляются в том, что женщины чаще ссылаются на невысокие доходы (40%), а мужчины – на налоги и отчетность (42,7%), проверки госорганов (40%).

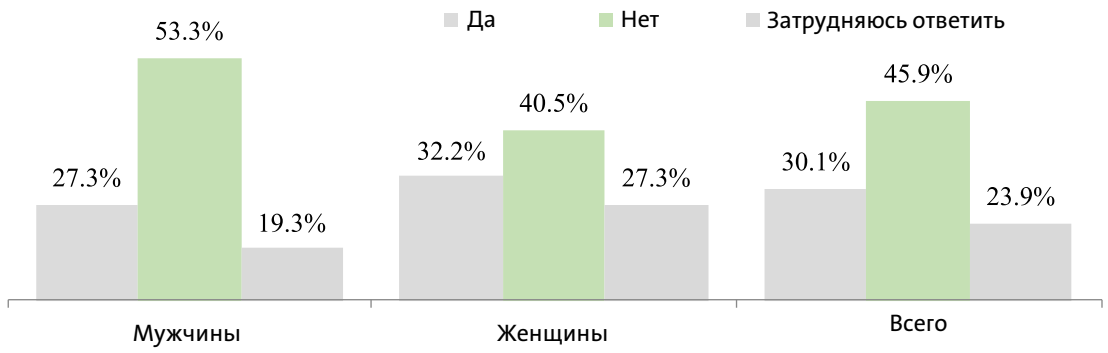
ТАБЛИЦА 22. Причины нежелания регистрировать (легализовать) свою деятельность

	Мужчины	Женщины	Всего
Не уверен(а) в перспективах своей предпринимательской деятельности	17.3%	14.1%	15.5%
Невысокие доходы	20.7%	40.0%	31.8%
Нестабильные доходы	36.7%	34.1%	35.2%
Необходимость платить налоги	42.7%	29.3%	34.9%
Отчетность, проверки госорганов	40.0%	34.6%	36.9%

Согласны с тем, что официальная регистрация будет способствовать успешному развитию их предпринимательской деятельности незначительная часть – 30% респондентов. Почти половина из них имеет противоположную точку зрения относительно официальной регистрации их деятельности (45,9%).

Женщины немного более оптимистично настроены по этому вопросу. 32,2% рассматривает положительно вопрос о регистрации своей деятельности, среди них также больше затруднившихся ответить (27,3%).

ДИАГРАММА 17. Официальная регистрация будет способствовать успешному развитию деятельности



С начала 2019 года введен единый совокупный платеж (ЕСП) для самостоятельно занятого населения, который предусматривает упрощенный порядок регистрации в налоговых органах деятельности неформально занятых.

39,9% респондентов знают об ЕСП, 43% мужчин и 37,7% женщин. В малых городах и малых селах население менее информировано об ЕСП. Оплачивает только 11,3% самозанятых (13,4% мужчин и 9,8% женщин).

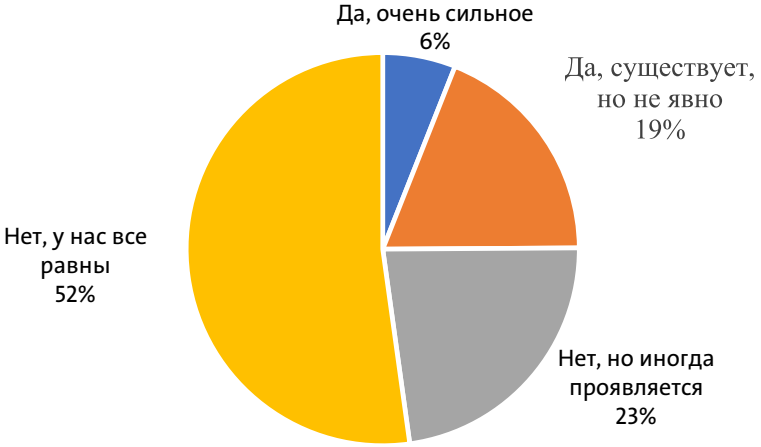
3.2.6. Культурные и социальные аспекты женского предпринимательства

Культурные аспекты женского предпринимательства отражаются в устойчивых убеждениях, стереотипах относительно гендерных ролей. Являясь продуктом грубого обобщения, не всегда отражающего реальную ситуацию, они, тем не менее, могут быть серьезным сдерживающим фактором для самореализации женщины.

Результаты исследования показали, что респонденты признают существование подобных убеждений, а также других трудностей культурного плана, которые создают препятствия для развития женского предпринимательства. Наличие барьеров, связанных со стереотипами, признают 48,3% респондентов, из которых 6,9% считают их очень серьезными.

Оценивая положение женщины в обществе в целом, большая часть респондентов считает, что в Казахстане существует равенство полов (52%). Изучение восприятие этого вопроса в разных группах, показало, что пол респондента не является признаком, который оказался чувствительным к вопросу неравенства. Есть лишь небольшая разница в ответах - 54% мужчин и 50% женщин считают, что в обществе все равны.

ДИАГРАММА 18. Как вы считаете, существует ли в Казахстане неравенство между мужчинами и женщинами? N=1307



Что касается различных возрастных групп, то в них можно отследить явную тенденцию – чем младше респонденты, тем чаще они отмечают неравенство возможностей. Что говорит нам о том, что восприятие ситуации серьезно преломляется через ментальные представления респондентов, которые зависят от жизненного опыта, внешней среды и ряда других факторов.

Респонденты в возрасте 50 лет и старше являются носителями культурных стереотипов, с позиции которых женщина достаточно равноправна. В данной возрастной группе 65,8% согласных с тем, что «у нас все равны». Дело может быть в том, что каждое поколение вкладывает свой смысл в понятие равенства и имеет свои критерии оценки его наличия. Возрастная группа 18-29 лет уже имеет другое мышление, и они видят проблему там, где старшее поколение ее не замечает. Может быть это является отражением того, что молодежь имеет более обширные амбиции и запросы, для реализации которых им необходимо больше равенства в возможностях, свободы от стереотипов, чем тот уровень, который устраивает поколение их родителей.

Таким образом, мы имеем некоторый разрыв в представлениях о возможностях женщин. Вероятно, измеряя изменения гендерной ситуации, будет правильным ориентироваться на мнение тех, кто более чувствителен к этим вопросам и способен распознавать наличие неравенства.

ТАБЛИЦА 23. Как вы считаете, существует ли в Казахстане неравенство между мужчинами и женщинами? Ответы в разрезе возрастных групп. N=948

	18-29	30-49	50 и старше	Все возрасты
Да, очень сильное	11.3	5.4	2.2	5.7
Да, существует, но не явно	20	16.7	14.9	16.9
Нет, но иногда проявляется	14.9	21.7	17.1	19
Нет, у нас все равны	53.8	56.2	65.8	58.4

Оценивая различные аспекты, в которых может проявляться неравенство мужчин и женщин, можно увидеть, когда чаще всего ситуация неравенства является для предпринимателей очевидной.

ДИАГРАММА 19. Как вы считаете, существует ли в Казахстане неравенство между мужчинами и женщинами? Если да, то в чем оно выражается. N=1259

В первую очередь – это загруженность домашними делами и уходом за детьми, на что указывают 35,4% и 25% респондентов соответственно. Ведение домашнего хозяйства и уход за детьми можно рассматривать как отдельную деятельность, экономическое значение которой не всегда адекватно оценивается. И тем не менее, для многих очевидно, что женщина, чье время полностью занято хозяйством и детьми, существенна ограничена в ресурсах для развития дополнительного дохода. Даже в тех случаях, когда она ищет эти возможности, выходит на рынок труда в поисках заработка, по мнению 18,9% респондентов она сталкивается с дискриминацией из-за наличия малолетних детей.

Из интервью с женщинами-предпринимателями: *Как бы женщина ни хотела совмещать работу и семью, все равно нехватка матери, женщины в доме заметна. По своей маме сужу, она же бизнес-леди, не хватает ее внимания для семьи и это заметно. Невозможно быть идеальной и там, и там. Где-то ты будешь неидеальной.*

Ну видите, я не имею таких возможностей, только из-за того, что я с детьми, как бы привязана. Дети у меня школьники, и я не могу, уже без полномочий. Мужчина конечно быстро собрался и уехал бы и учился там, год хоть два. А в моем случае если я отлучусь на неделю – это космос! Это знаете, вообще будет супер-прорыв, если я отлучусь из дома на неделю!

Другие ограничения связаны с выбором сферы бизнеса, неравной оплатой труда, профессией. Эти проблемы существуют, но не всегда воспринимаются предпринимателями как серьезное препятствие для самореализации женщины. При наличии сильной мотивации женщина в состоянии их преодолеть. Сравнивая ответы мужчин и женщин на изложенные выше суждения, есть некоторое расхождение, указывающее на то, что в восприятии мужчин оцениваемая ситуация выглядят более благополучной. Чаще, чем женщины они указывают только на ограничения в выборе профессий (8,2% против 4,9%). По всем остальным пунктам они немного реже видят наличие проблемы. Анализ же в разрезе возрастных групп показывает, что чувствительность мужчин к наличию гендерных проблем связана с возрастом респондентов.

Стоит выделить женщин в возрасте 18-29 лет, ответы которых в отдельных пунктах заметно отличаются от других возрастных групп. Эта группа молодых женщин, вероятно, пока еще не столкнулась с реалиями бизнеса, но зато испытывает ограничения по выбору сферы бизнеса и загруженностью домашними делами.

ТАБЛИЦА 24. Как вы считаете, существует ли в Казахстане неравенство между мужчинами и женщинами? Если да, то в чем оно выражается. В разрезе пола и возрастных групп. N=1249

	Пол	Возрастные группы			Все возрасты
		18-29 лет	30-49 лет	50 лет и старше	
Неравная оплата труда	Мужчины	10.3	5.7	5.6	6.8
	Женщины	7.7	9	10.3	9
Необходимость ухода за детьми и пожилыми родственниками	Мужчины	27.4	27.9	19.6	25.7
	Женщины	24.9	28.3	20.6	25.6
Больше домашних дел у женщины	Мужчины	34.9	32.2	31.5	32.7
	Женщины	37.3	41.1	33.3	38.3
Ограничение в выборе сферы бизнеса	Мужчины	11.6	7.4	6.3	8.2
	Женщины	16	10.2	7.3	10.9
Ограничение в выборе профессии	Мужчины	11.6	6.4	8.4	8.2
	Женщины	4.7	5	4.8	4.9
Предубеждение в выборе женщины в качестве партнера по бизнесу	Мужчины	8.2	5.7	7	6.6
	Женщины	6.5	10.2	4.2	7.8
Дискриминация женщин с малолетними детьми при найме на работу	Мужчины	18.5	17.7	12.6	16.6
	Женщины	17.2	24.8	17	21
Представленность в политике (парламент, правительство)	Мужчины	4.1	2.1	0.7	2.3
	Женщины	7.1	12	3	8.6

Из интервью с женщинами-предпринимателями: *Женщина способна работать везде, и на шахте, и полетит в космос, и на луну, было бы желание. Я лично готова на все, остальное стереотипы. Когда есть потребность в деньгах, неважно мужчина или женщина, этот человек будет готов на все.*

Когда работала с техникой это было вообще дикостью, то что девушка знает, что такое сальники, это вообще странно. Очень долго люди адаптировались, к тому что я разбираюсь в технике. Еще на цементно-бетонном еще работала, тоже для людей дикость, и когда я пришла только на базу у всех было ко мне отношение, что я там вообще любовница чья-то. Потом только со временем начинают, это нужно долго и упорно отстаивать свою точку зрения, вообще себя доказывать. Я где-то полгода доказывала людям что я что-то знаю.

Признавая возможности и права женщины на самореализацию в бизнесе, общество предпочитает, чтобы приоритетом для женщины оставались семейные ценности. Даже женщины, вовлеченные в предпринимательскую активность, подчеркивают важность таких ролевых моделей как мать, «хранительница очага», а бизнес и профессиональную самореализацию отводят на второй план, или же ожидают равнозначной эффективности женщины в обеих сферах, тем самым задавая достаточно высокие стандарты успешности.

Данная позиция, имеющая характер навязывания гендерной роли женщине, может ограничивать ее право в самоопределении, в выборе способа самореализации. Это могут быть как внешние препятствия, которые проявляются в отношении ближайшего окружения к тому, чем она занимается, так и в ее собственные сомнения, неуверенность и тревога по поводу того, что она принимает верные решения.

Из глубинного интервью с женщиной-предпринимателем: *Я думаю, что умная и грамотная женщина не позволит страдать ни одной из сторон. При правильных действиях можно управлять успешно бизнесом, не забывая о своей нужности и важности в семье. Возможно, придется где-то делегировать свои полномочия, не важно, в работе или дома, но баланс я думаю можно найти. Как говорится сделать так, чтобы были «И волки сыты и овцы целы».*

«Были случаи, когда муж говорит: «Сиди дома, я хочу приходить с работы, ужин чтобы был, за детьми смотри». С одной стороны, я их понимаю. А женщина то понимает, что этих детей надо кормить, водить на какие-то кружки, для этого надо стремиться что-то делать. Вот у нас была одна девушка, она так хотела этот грант получить, а муж поставил ей условие, что если это будет только дома. Купи машинки там, пеки или еще что, но никуда, там в аренду ты не пойдешь. А она говорит – ну куда там, я живу, говорит, в захолустье, ну как я там буду это продвигать? Она то соображает, что ей нужна проходимость, чтобы клиенты были, и вот она прям чуть ли не плакала. Такие, конечно, случаи были».

«У нас принято думать, что женщина должна стоять у плиты и не должна работать. Это неправильно, не только мужчины могут заниматься каким-то бизнесом. Я так не считаю, женщины способны на большее. Мужчины ценят самодостаточных и независимых женщин, но не всегда дают возможность женщине стать такой. Вроде и хотят, но не готовы отдать, моя жена должна сидеть дома».

«Знаете, сегодня мы как бы знаем, что мужчина и женщина должны быть равны, сегодня допустим, как бы к этому ведется, но лично мое мнение, наверное, чуть-чуть должны быть мужские и женские, все-таки женщина от природы создана мягкой, доброй, немножко незащищенной, а мужчины — это все-таки стержень, добытчик, само слово «за мужем».

«Наверное, я думаю должны быть чисто мужские, допустим, горняки, металлурги, такие сложные работы, наверное, должны быть мужскими. Руководящие должности да, сегодня очень много занимают женщины, на этом уровне, наверное, должно и одинаково быть, женщина может одинаково руководить, как и мужчина. Женщина, наверное, на первое место все-таки должна ставить семью, дом, дети, муж и потом любимая работа, любимое занятие».

«Я разговаривала с женщиной-таксистом, она говорит «Я работать не смогла, мне муж запретил. Я вышла с фирмы, у нас там было много мужчин. Он меня долбил-долбил и вынудил уволиться. А у меня двое детей, муж не работает, у меня вариантов нет, я пошла таксовать». Ну, я говорю, но вы же работаете. Она отвечает, - Я беру только женщин. Она на Indriver работает, говорит -смотрю кто заказывает, беру только женщин, мужчин не беру, потому что муж будет ругать. То есть, муж ей

ставит ей такие узкие рамки, то есть «туда не ходи, сюда не ходи». В этом плане получается, что не смотря на то, что она самостоятельно зарабатывает, в принципе самозанятая, но у нее есть вот такие определенные рамки».

«Я считаю, либо карьера, либо семья. Но это мое личное понимание, добытчик мужчина, что мужчина должен быть сильней. Сейчас мы работаем вместе, мы просто встречаемся, живем вместе, но еще нет детей. Я понимаю, когда будут дети, это и убрать дома, и приготовить, и накормить».

Из интервью с представителем общественной организации: «... когда женщина больше зарабатывает чем мужчина, обычно как правило семья уже распадаются. Женщина начинает говорить дома – я! Я считаю, что это немножко как бы знаете, это умная женщина она должна как бы регулировать. Не должна распадаться семья из-за этого. Уверенно начинают курить, уверенно начинают пить, уверенно начинают ходить в те места, где мужчины ходят. В этом плане они должны немножко чуть-чуть должны сдерживать себя. Тебя никто не сдерживает, но ты должен себя должна сдерживать. Потому что по природе биологически эта женщина родилась. Об этом не надо забывать... ты женщина предприниматель в тоже время ты мама, ты жена».

Из интервью с представителем гос. органа: Отрасли, где преобладают женские предприятия, в основном связаны с решением социальных проблем, с которыми зачастую женщина сталкивается сама при ведении домашнего быта, они не требуют технического образования, большого числа работников и крупного капитала. При этом менталитет общества накладывает свой отпечаток на развитие женского бизнеса. Так, кроме восьмичасового рабочего дня, на женщин возлагаются обязанности по воспитанию детей, сохранению семейного очага и ухода за членами семьи. Зачастую такая нагрузка приводит к нарушению физического и психоэмоционального состояния женщины и в последствии к разводам.

Предубеждение в выборе женщины как бизнес партнера имеют место по мнению 7,4% респондентов. Цифра относительно небольшая, что может указывать на то, что в обществе устоялось представление о том, женщина может быть успешным и надежным бизнес-партнером. К попыткам женщины развивать свой бизнес общество относиться если не благосклонно, то терпимо. Но при этом 35,9% респондентов, воспринимают склонность к предпринимательству как сугубо мужскую черту. Ровно половина мужской выборки (49,7%) заявляет о своем преимуществе в этом вопросе, но женщины значительно реже соглашаются с этим утверждением (22,8%). Возможно уже накопленный опыт позволяет женщинам наставить на том, что они могут быть не менее успешными в этой сфере.

При этом мужчины ненамного реже женщин указывают на то, что в Казахстане женщинам труднее заниматься бизнесом – 24,9% и 26,4% соответственно. Возможно среди мужчин имеет место желание сохранить предпринимательство как свою прерогативу.

Мужчины реже в сравнении с женщинами соглашаются с тем, что в стране поддерживаются такие качества как самодостаточность, независимость и личная инициатива женщины (25,2% и 41,8%). Вероятно, в ответах мужчин, отрицающих это (74,8%), отразилась их собственная позиция и желание видеть женщину в более пассивной роли.

Эти данные указывают нам на то, что носителями гендерных стереотипов большей частью являются мужчины. Если в сознании женщин уже происходят изменения и есть представление о том, что их пол не явялется ограничением для самореализации, то части мужского населения еще предстоит принять этот факт. И в отличии от других вопросов, возраст мужчин здесь не сильно влияет на их позиции – как в 18 лет, так и в 50 лет мужины склонные настаивать на том, что они больше способны к предпринимательству, чем жещины (49,3%, 50,2%, 49% - во всех возрастных группах). Хотя на ограниченность женщин в распоряжении собственной судьбой молодое поколение в 18-29 лет указывают чаще.

ТАБЛИЦА 25. Оценка положения женщин в Казахстане, % респондентов согласных с приведенными утверждениями. Ответы «Да» в разрезе пола и возрастных групп. N=1298

	Пол	Возрастные группы			Все возрасты
		18-29 лет	30-49 лет	50 лет и старше	
Мужчины более способны к предпринимательству,	Мужчины	49.3	50.2	49.0	49.7
чем женщины	Женщины	21.1	23.7	22.9	22.8
Женщинам труднее заниматься бизнесом в	Мужчины	26.4	24.1	25.2	24.9
Казахстане	Женщины	28.1	25.6	26.5	26.4
В Казахстане поощряется предпринимательский	Мужчины	14.2	7.7	11	10.1
риск женщин	Женщины	11.7	11.5	10.6	11.4
В Казахстане поддерживаются такие качества как самодостаточность, независимость и личная	Мужчины	29.7	22.1	27.1	25.2
инициатива женщины	Женщины	45.6	42.5	36.5	41.8
В Казахстане женщины ограничены в	Мужчины	22.3	14.4	16.8	16.9
распоряжении собственной судьбой (выбор мужа, профессии, доступ к образованию и др.)	Женщины	15.8	20.3	20	19.1

В то же время признается, что женское предпринимательство имеет свою специфику, как в выборе сфер деятельности, так и в способе ведения бизнеса. Женщина чаще занимаются бизнесом в тех областях, в которых она лучше ориентируется, испытывает к ним интерес и находит возможности для творческой самореализации.

Из интервью с женщинами-предпринимателями: *В целом если вот так брать сферу переработки мусора, то туда женщину, обычно, просто так не запустят на такой рынок, а потому что скажут, рынок уже разделен, и тяжелее будет работать в этой сфере женщине нежели мужчине заходить в женский бизнес, в сферу красоты, салоны красоты, образования или ну там. То есть, мне кажется, мужчине легче зайти в женский бизнес, чем женщине в мужской бизнес.*

Ну, на своем опыте я не сталкивалась с таким, но, конечно, есть негласная градация, что с большим каким-то бизнесом, например, это строительство, охранное агентство, все вот так воспринимают женщину руководителя несерьезно. Например, по охранному агентству у меня была одна знакомая, когда были тендеры, все смеялись типа «Что ты там будешь охранять-то?». Но дело то не в этом. А дело в том, что как управлять компанией, это совсем разные вещи. По строительству то же, например, дороги ремонтировать, это чисто мужской бизнес и существует такая негласная градация, она все равно есть.

Я думаю, что такие услуги, как салоны красоты, косметологические, учебные центры и так далее, их же возглавляют в основном женщины. Такие вот как ателье, такие вот вещи. А вот строительство дорог, например, продажа техники, машин и т.п, тут больше мужской. И еще можно рассматривать как пласт – это семейный бизнес, тут мужчина-женщина.

Я в шахту не полезла бы, честное слово. Но, право выбора есть в любом случае. Вот, если мы говорим о правовом государстве, то, наверное, право выбора оно должно быть. Это действительно ущемляет. Я думаю да. они же не могут быть строителями или там грузчиками, тяжелую работу они не могут выполнять. Для женщины я считаю я считаю все должно быть женским, в удовольствие.

При этом бизнес не воспринимается как деятельность, обеспечивающая престижное положение в обществе, а как скорее необходимость для достижения определенного экономического благополучия, как часто отмечают респонденты в глубинных интервью.

При обсуждении темы дискриминации часто возникает вопрос бытового насилия. Женщину предпринимателя сложно представить в роли жертвы, поскольку в основе желания заниматься бизнесом лежит активная жизненная позиция, обладая которой женщина менее терпима к пренебрежению и дискриминации в свой адрес. Тем не менее, данная проблема пронизывает все слои общества и может иметь место, вне зависимости от финансового состояния женщины, из-за отсутствия действенных механизмом защиты и профилактики.

Из интервью с женщиной-предпринимателем: *Женщины, даже имеющие бизнес, достаточно с известным положением в обществе, в социуме, они могут подвергаться насилию внутри семьи, со стороны мужа. То есть, это у нас проблема тоже существует.*

Эта проблема на уровне государства. Эту проблему нужно, во-первых, выявить, признать и нормально исследовать. Потому что на уровне государства это у нас не признается, наличие о таких проблемах. И мы об этом узнаем через какие-то ужасные вопиющие случаи, когда мы читаем в социальных сетях что где-то там в ЮКО изнасиловали девушку, ее украли и так далее. На самом деле это вообще системная большая проблема. На самом деле идет замалчивание этой проблемы, а нужно разрабатывать какую-то стратегию на уровне государства, работать с этой проблемой, и работать в плане повышения экономической ситуации, а именно поднимать вопросы культуры, вопросы морали, вопросы этики. Это то, чем не занимались последние годы вообще.

Моменты дискриминации могут быть и там, где возникают вопросы управления. Женщина может быть двигателем бизнеса, выполнять большой объём операционного управления, но не всегда быть тем, кого допускают к решению стратегических вопросов. Даже в ответах женщин-респондентов можно отследить высказывания о том, что женщина должна обладать особыми качествами, для того чтобы работать наравне с мужчинами.

Из интервью с женщиной-предпринимателем: *Может женщина возглавлять и конкурировать с мужчинами, это зависит от того, на сколько она сможет подымет свое сознание, на сколько она будет эволюционировать.*

Я считаю, что у нас женщины в основном работают на начинающих и средних ролях. То, что касается топ ролей в обществе, то что касается крупных компаний, директоров этих компаний, то тут конечно же женщин гораздо меньше. Я считаю, что здесь обязательно должно увеличиться количество женщин, потому что чем крупнее компания, тем больше в ней ресурсов, тем больше тут идет гендерный дисбаланс, где в руководящих ролях преобладают мужчины, при этом все основные базовые роли и базовую работу выполняют женщины.

Банковское кредитование также может выступать сферой, в которой проявляется дискриминация по половому признаку. Отражаться этот может в объёмах кредитования, на которые может рассчитывать женщина.

Из интервью с женщиной-предпринимателем: *В том числе те же мужчины менеджеры, которые сидят в банках, даже и женщины, они всегда считают, что женщина не сможет справиться с займами и так далее. Есть такие, просто субъективные вещи, хотя статистика подтверждает, что женщина более устойчиво платит, погашает те же кредиты, тем не менее есть такая статистика. Женщины у нас на форуме выступают, говорят, что почему-то женщинам дают меньше. Но в последние годы политика меняется, особенно там, где руководит женщина.*

В целом есть указания на то, что существующие стереотипы о женщине как слабой, пассивной и беззащитной могут способствовать внешнему давлению на ее бизнес.

Из интервью с представителем общественной организации: *У меня такой статистики нет, но судя по разговорам, даже рейдерство в отношении женщин бывает очень часто, она менее слабая, быстрее сдастся, быстрее отдаст свой бизнес. Мужчины, которые этим занимаются, пойдут к женщине в первую очередь. У меня даже в моем кругу есть женщины, которые сильно пострадали вот именно от мужского рейдерства. Им пришлось отдать часть бизнеса, но, тем не менее, они не сдались и дальше работают. Хотя могли добиться еще больших результатов и больше рабочих мест создать.*

Таким образом, можно резюмировать, что к женщине, занимающейся бизнесом, общество предъявляет особые требования, которые включают обладание определенными личностными качествами и компетенциями. Опираясь на ситуации, описанные респондентами, и перечисленные ими требования, можно сформировать следующий список:

- эмоциональная устойчивость;
- стратегическое мышление, умение планировать и прогнозировать риски;
- мобильность, гибкость, умение подстраиваться под меняющиеся условия;
- целеустремленность и настойчивость;
- постоянство, стабильность;
- умение отстаивать свои интересы;
- обучаемость, способность в короткий срок овладеть новым навыком;
- смелость и независимость в принятии решений;

Данные требования по сути являются универсальными. Владение ими для успешного ведения бизнеса одинаково важно вне зависимости от гендерной принадлежности. Но перечисленные пункты достаточно часто звучат в глубинных интервью, что может указывать на то, что есть некоторый дефицит этих качеств, что делает женщину уязвимой и ставит ее бизнес под угрозу, если она не обладает ими в достаточной мере.

Из интервью с женщинами-предпринимателями: *Она должна быть реалистом, то есть, не надеяться на, что там «ой все, я откроюсь, у меня все пойдет», она всегда должна взвешивать риски, потери, должна быть морально быть готовой к этому и не сломаться. Потому что некоторые с надеждой открывают бизнес, уверенно думая, что все пойдет, а потом получается, что у нее не так идет и сразу начинается стресс, депрессия, страх, минус, убыток. Уверенность в себе, моральная устойчивость*

...современная женщина-предприниматель должна обладать такими качествами как мобильность, быть гибкой, но в то же время в ней должно быть упорство, целеустремлённость. Быть легко обучаемой, постоянно совершенствоваться, никогда не останавливаться на достигнутом. Также надо быть реалистом, знать свои возможности. Надо быть честным в бизнесе, и еще верить людям. Возможно, это может сыграть злую шутку, но я верю людям.

И она, женщина-предприниматель, не должна обладать такими качествами как слабость. Кстати, еще надо избавиться от такого качества как жалость, со мной уже было такое, один раз пожалела, а потом тебе на голову садятся. Нельзя ни в какой ситуации паниковать, научиться сдерживаться. И да, еще надо научиться говорить «Нет».

Женщины более не терпеливы, они более эмоциональны, мужчины, начинают истерики закатывать. К мужчинам отношение серьезнее, даже когда я работала с директорами школ: если заходят мужчины в костюме, директор школы сразу вставал, подавал руку, все серьезно, а, когда я заходила одна, он даже и не поднимался с места. Неофициально отношение к мужчине совсем другое, это видно. Дальше по диалогу формируется разговор, но первоначально влияет.

Понимать, что они хотят, это самое важное, знать свою цель. Потому что многие хотят денег, но не знают, чего хотят. Потом они должны быть исполнительными, если ты обещал кому-то что-то сделать, ты должен это сделать. Вот у меня ситуация произошла, я сдала машину на СТО, оплатила аванс, а прихожу после нового года, машину не сделали, и эти люди вообще сбежали, и хозяин СТО говорит, что они уволились, вот минус большой этого незаконного предпринимательства. Я, например, тоже уже не хочу кому-то что-то заказывать без договора.

Мужчины более дисциплинированны и по природе жесткие и думаю, где дисциплина, там и успешнее бизнес. Правила одинаковы для всех. В любом бизнесе в первую очередь должна быть дисциплина. Просто я видела людей – у кого есть дисциплина, у них все в порядке.

Ну в основном качество, как сказать, сегодня одно хочу, завтра другое, переменчивость. Конечно, если ты ничего не сделал как ты будешь доход получать. Мужчины более дисциплинированы и по природе жесткие и думаю, где дисциплина, там и успешнее бизнес.

Сила характера обязательно должна быть, умение говорить «Нет», холодный ум, мужественность и черствость. Женщина бизнес-вумен – это та, которая будет идти по головам. Мужчина – это мужчина, он все равно сохраняет свои качества. Жестокость какая-то должна быть. Поэтому нужно с мужчинами все это делать.

Мягкость, тут тоже двояко, вот, допустим, умение флиртовать, если ты одинокая женщина-бизнесмен, то оно тебе поможет, если семейная женщина-бизнесмен, то может разрушить твою семью. И истеричность, ненавижу истеричных женщин, мешают в жизни, не только в бизнесе.
Я думаю, что быть предпринимателем – это, во-первых, независимость, ты можешь реализовывать свои планы, сам контролировать процесс и принимать решения. Думаю, это не только престижно, а необходимо, так как ты сам регулируешь и управляешь своим временем, своими финансами, своими возможностями. Думаю, что одинаково, что для мужчин, так и для женщин.

Как я говорила выше, женскому предпринимательству мешают «ментальные» препятствия. В большинстве случаев женщины бывают неуверенные и боятся осуждения окружения. Это и является большим препятствием для женского предпринимательства. Ну и надо преодолеть ментальные барьеры, чтобы не боялись и брали инициативу в свои руки, но это уже чисто индивидуального характера.

В то же время, есть много указаний на то, что женщина обладает определённым преимуществом в ведении бизнеса за счет сугубо женских личностных качеств. К таким можно отнести следующие характеристики, прозвучавшие в интервью:

- системность, стремление следовать правилам;
- скрупулёзность, внимание к деталям;
- заботливое отношение к персоналу;
- открытость новому, стремление учиться;
- активность, коммуникабельность;
- гибкость, умение договариваться;
- способность брать на себя ответственность;
- творческий подход;
- эмоциональная вовлеченность.

Из интервью с женщиной-предпринимателем: *Мужчины, я думаю, не так эмоциональны, как женщины. Более хладнокровны, что ли. Женщины мягче и гибче. Думаю, им легче договориться, чем мужчине. Женщинам часто идут навстречу. Женщины могут использовать какие-то свои уловки, может шарм, а если у нее еще есть ум, то женщина может добиться многого!*

Женщины более трудолюбивые, они целенаправленные и она знает к чему она идет и у нее есть необходимые ресурсы.

Женщина умеет думать на несколько шагов вперед, чем мужчина, она стратег, у нее материнские инстинкты развиты, более аккуратна, более сдержанна в своих решениях, у женщины больше привилегий, даже своей привлекательностью и умом она добивается большего успеха.

Мое личное предубеждение, наше женское предпринимательство – оно гиперактивное. Женщины вовлечены. В этом году обучили по курсу основы предпринимательства 9600 человек, из них 65% – это женщины.

Поэтому мужчины больше стартаперы, идут на какие-то вызывающие, на неопределенные проекты, а женщины подход системный, особенный, у нее подход семь раз замерить, она больше думает. Готовим плов дома супруга и я, она все делает по рецепту, а я все на глаз. Также и в бизнесе – женщины больше соблюдают и исполняют правила, нормы, законы.

Потому что мы уже сегодня видим, что женщина более ответственная, более серьезная. Женщина, когда занимается, она занимается реально любимым делом, вот мужчина иногда занимается, потому что вынужден обеспечивать семью, а женщина в основном бизнес открывает, если это именно любимое дело

Женщины всегда выбирают более погруженный и более просчитанный бизнес в том, что они знают. Поэтому они меньше подвержены банкротству, но, тем не менее, они более долгосрочный ведут бизнес, потому что он значительно продуман, но, с другой стороны, не входят в нишу, там, где идут высокие заработки, потому что у женщин всегда страх ответственности перед семьей и обществом наверно, поэтому они только куда знают, туда и входят.

Обсуждение в глубинных интервью ограничений, базирующихся на культурных и социальных установках общества, показало, что это достаточно серьезная проблема.

1) Один из главных ресурсов, которые менее доступен женщине для развития собственного бизнеса – это время. Официальная статистика о распределении суточного фонда времени населения в РК, указывает на то, что время, которое уходит на неоплачиваемые домашние услуги у женщин существенно больше – 3 часа 36 мину в сравнении, в сравнении с 1 часом 9 минутами у мужчин, а вместе с услугами по уходу за членами семьи – 4 часа 14 минут у женщин и 1 час 28 минут у мужчин.

Дефицит времени, который она испытывает, имеет и культурную подоплеку, поскольку это о том, как распределяется ответственность в семье, в соответствии с представлениями о роли женщины. Есть ожидания, что женщина всегда найдет время для ухода за детьми и домашнего хозяйства, а все остальные потребности вторичны.

ТАБЛИЦА 26. Среднее количество часов, затрачиваемых на неоплачиваемый домашний труд у занятого населения в возрасте 15 лет и старше, с разбивкой по полу. Данные за 2018 год.

	Всего	По полу	
		мужчины	женщины
Суточный фонд времени	24-00	24-00	24-00
в том числе по видам занятий:			
Занятость и другая деятельность связанная с занятостью	05-04	05-29	04-34
Производство товаров для собственного использования	00-21	00-29	00-11
Неоплачиваемые домашние услуги для домашнего хозяйства и его членов	02-16	01-09	03-36
Неоплачиваемые услуги по уходу за членами домашнего хозяйства	00-28	00-19	00-38
Неоплачиваемые волонтерские и другие неоплачиваемые работы	00-01	00-01	00-01
Обучение	00-03	00-02	00-04
Социализация и общение, участие в объединениях и религиозная практика	00-45	00-49	00-41
Культура, досуг, средства массовой информации и спортивные мероприятия	02-43	03-16	02-03
Личная гигиена и уход за собой	12-20	12-27	12-12

** По данным выборочного обследования. Источник: https://gender.stat.gov.kz/*

Из интервью с женщиной-предпринимателем: *У меня сейчас детей нет, у меня больше времени получается выделить на то, чтобы чему-то новому учиться. А если была бы мама с пятью детьми, то тогда, кажется, у мужчин больше шансов, и он заточен на заработок, в отличие от женщины. Просто реально у женщин меньше возможностей из-за домашних дел и так далее. Сколько бы мы ни говорили о гендерном равенстве, они все равно считают, что мыть посуду – это женское дело, и я должна делать это каждый день. А я говорю, давай купим посудомойку и закладывать туда посуду можем, и ты и я, кнопочку нажать. То есть, в семье я иду к равенству, но при этом он говорит, тогда возьми сама шуруповерт и закручивай шуруп сама. Все равно есть отличия, как бы мы ни старались.*

2) Свою роль играют и религиозные убеждения, в которых, как правило, роль женщины в семье достаточно строго регламентирована.

Из интервью с представителем общественной организации: *Многие решили, что «харам» (грех) заниматься, например, даже в выпечке, чтобы продукты все там соблюдалось, спиртное нельзя, там своя такая узкая специализация.*

Плюс еще религиозный момент, допустим, брать кредит – это харам. Поэтому многие кинулись за этими грантами, потому что это не кредит. Ну вот, а дальше как развиваться? Это тоже проблема. Они в основном уходят, не остаются. Если, например, у нас 78 женщин получили гранты, то это может быть 10% из них. Но они все равно сюда приходят, некоторые даже скрывают, что сюда приходят. У нас же есть курсы визажиста, маникюр-педикюр, парикмахера, они с удовольствием сюда приходят, и красятся и все, потом лихорадочно все это смывают и идут домой. И такое тоже бывает. В любом случае женщины должны за собой ухаживать, она должна краситься. Но у них считается, что женщина может краситься только для своего супруга, чтобы на нее не смотрели другие.

3) Трудность в принятии самостоятельных финансовых решений. Если семья имеет патриархальный уклад, то без одобрения и поддержки близких, окружающих женщине трудно заниматься бизнесом. Особенно это касается села, традиционных семей.

Да, потому что чаще всего нет залогового имущества, чаще всего все имущество у нас записано на мужчинах. Поэтому женщина не имеет возможности взять кредит как минимум, нужно, чтобы у нее было залоговое имущество. Первое – это менее выгодная позиция. Во-вторых, даже уже и банки знают, и мы знаем статистику, когда у нас выступали представители Агро-финанса, они говорили, что проблемный кредит среди женщин составляет 7-8%, у мужчин составляет 30-40%. То есть, женщина она всегда понимает, что она должна выплачивать вовремя, потому что от этого будет страдать семья и так далее. Если есть какой-то залог, есть какой-то бизнес, который стал залогом она не может им жертвовать. Поэтому женщина, с одной стороны, более ответственная, с другой – не может себе позволить не вовремя выплатить кредит.

Таким образом, можно говорить о том, что существуют определенные культурные стереотипы и ментальные барьеры в отношении женского предпринимательства, которые выражаются в следующем:

1. Предназначение женщины дом и семья, все остальное вторично.
2. Если женщина успешна в бизнесе, то это достигается в ущерб семейного благополучия
3. Женщина эмоционально нестабильна, подвержена переменам и внешнему влиянию;
4. Женщина может быть успешной в бизнесе только при поддержке мужчины и другого близкого окружения.
5. Женщина неохотно идет на риск, и она более эффективна в роли исполнителя, чем руководителя и стратега.
6. Женщине менее доступны финансовые ресурсы для развития бизнеса.
7. Женщина осторожна и занимается бизнесом только в знакомой для себя сфере.

Устойчивость этих стереотипов обеспечивается тем, что они находят подтверждение в индивидуальном опыте или в личных наблюдениях. В то же время они являются грубым обобщением, которое может влияет на принятие решений. Их наличие находится в заметной зависимости от пола и возраста. Менее подверженными данным стереотипам являются молодые женщины, чаще их транслируют мужчины в возрасте 50 лет и старше.

Данная ситуация требует определенных шагов в сторону признания возможностей женщины, исследования и распространения опыта, который опровергает сложившиеся представления.
Основным инструментом преодоления стереотипов и предубеждений является просвещение, которое может принимать следующую форму:

1. Работа по созданию разнообразного имиджа женщины-предпринимательницы, который может быть очень дифференцированным – от матери большого семейства до молодой, независимой девушки.
2. В продвижении идей женского бизнеса важно использовать гибкость, пропагандировать различные модели бизнеса, которые могут охватить широкий круг потребностей и возможностей женского сообщества.
3. Проводить исследовательские и образовательные мероприятия, направленные на формирование гендерной чувствительности в вопросах занятости, доступности разнообразных ресурсов (время, финансы, инфраструктура) для развития бизнеса.
4. Обеспечить доступность бизнес-образования с активной трансляция разнообразного успешного опыта.

Также важно не оставить без внимания мнение респондентов, указывающих на то, что, реализуя политику, направленную на гендерное равенство, важно удерживать в фокусе общечеловеческие ценности, права и свободы, которые принадлежат каждому вне зависимости от половой принадлежности. Важен системный подход, в котором все элементы общества рассматриваются как тесно связанные. В ином случает

Из интервью с женщиной-предпринимателем: *Мы не можем говорить односторонне сейчас, вот давайте сделаем женский бизнес и все... Мужская сфера деятельности – она будем тогда в минусе, потому что не все мужчины могут себе его позволить. И причем смотрите, любой мужчина в большой степени – это симбиоз, в этой же семье есть такая же женщина. Поэтому, если это касается семейного какого-то бизнеса, либо ну хотя бы семейных отношений, я думаю, что любой предприниматель в нашем государстве должен иметь льготы. Может быть какой-то период, например, вот эта сфера деятельности, может быть другой период вот эта, либо на года как-то. Год там женщин, женского предпринимательства, следующий год там в поддержку мужского предпринимательства. На мой взгляд вот так должно быть. Потому что у меня возможна такая сфера, в которой мужчины, понимаете?*

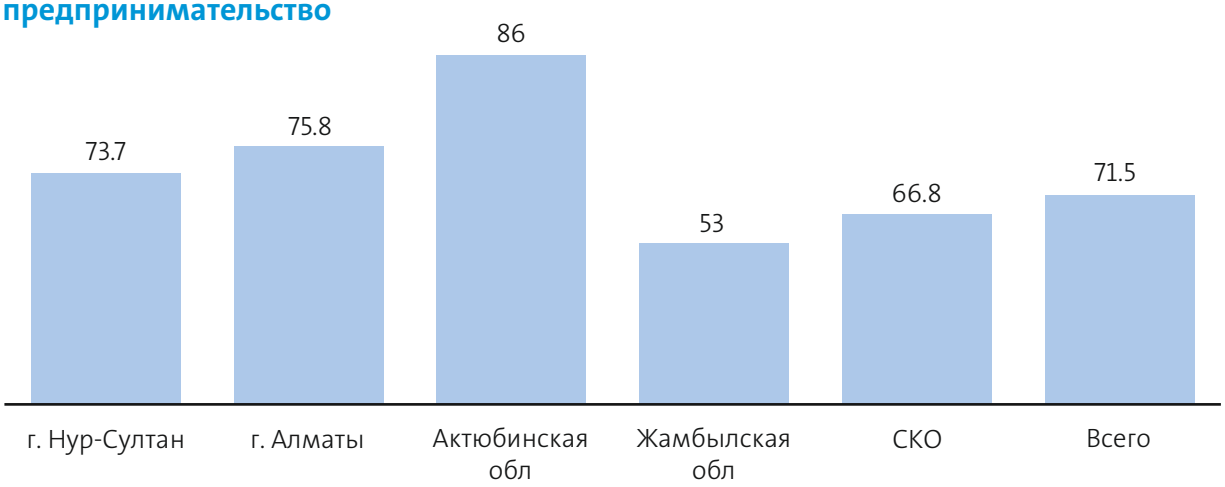
3.3. Условия развития предпринимательства

3.3.1. Государственная политика

По данным опроса, в среднем 71,5% респондентов придерживается мнения, что государственная политика поддерживает предпринимательскую деятельность.

В разрезе регионов, участвовавших в исследовании, наблюдается некоторый разброс мнений, в частности в Жамбылской области примерно половина опрошенных согласна с данным утверждением, тогда как в Актюбинской доля таковых респондентов выше в полтора раза, что составляет 86%.

ДИАГРАММА 20. Мнение о государственной политике поддержки предпринимательства, % респондентов считающих, что государство поддерживает предпринимательство



Отметим, что респонденты из малых городов и малых сел менее склонны считать, что госполитика поддерживает развитие бизнеса. В частности, разница между долей положительных ответов респондентов отдаленных сел (52,6%) и респондентов областных и районных центров (в среднем 76%) примерно в 20 процентных пункта. Таким образом можно утверждать, что предпринимательство в отдаленной сельской местности дискриминируется, не получая должной поддержки для развития.

Среди самозанятых доля респондентов, считающих что госполитика поддерживает развитие предпринимательства, ниже по сравнению с аналогичной долей предпринимателей. 58,4% положительных ответов у самозанятого населения, тогда как среди предпринимателей 76,1%.

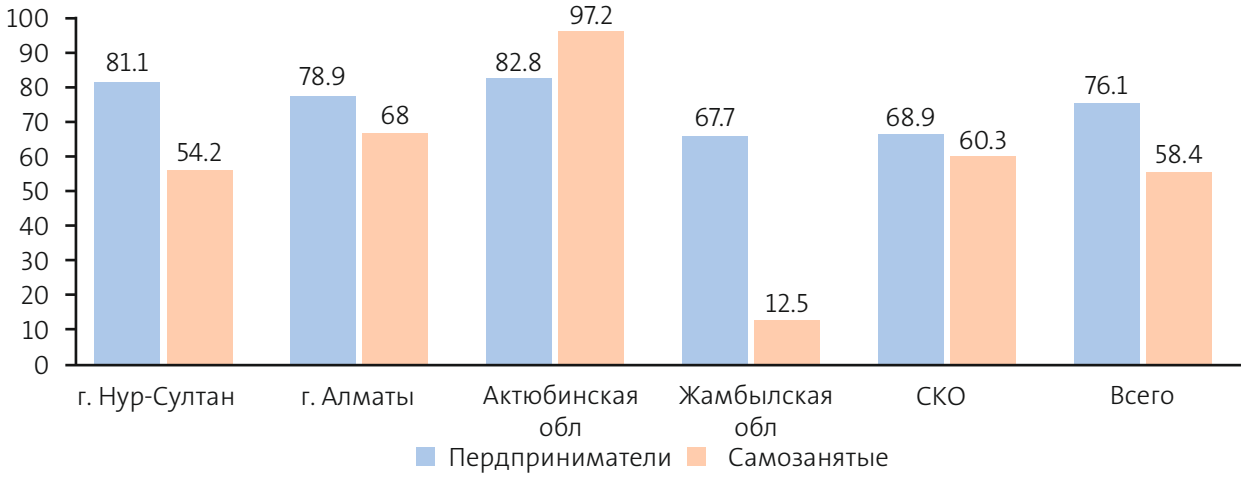
Наиболее критичны самозанятые Жамбылской области, только 12,5% опрошенных согласно с тем, что

бизнес поддерживается государством. В Актюбинской области наблюдается противоположная картина, среди самозанятых процентная доля составляет 97,2%.

Среди предпринимателей наиболее низкие доли удовлетворенных политикой поддержки бизнеса наблюдаются в Жамбылской области (67,7%) и СКО (68,9%). В остальных регионах картина намного лучше, доли положительных ответов примерно 80%.

В среде опрошенных предпринимателей, более склонны к такому мнению руководители бизнеса, не являющиеся владельцами (доля положительных ответов составляет 88,5%), тогда как владельцы и совладельцы бизнеса менее сдержанны, доля согласных с наличием поддержки государства в среднем 74%.

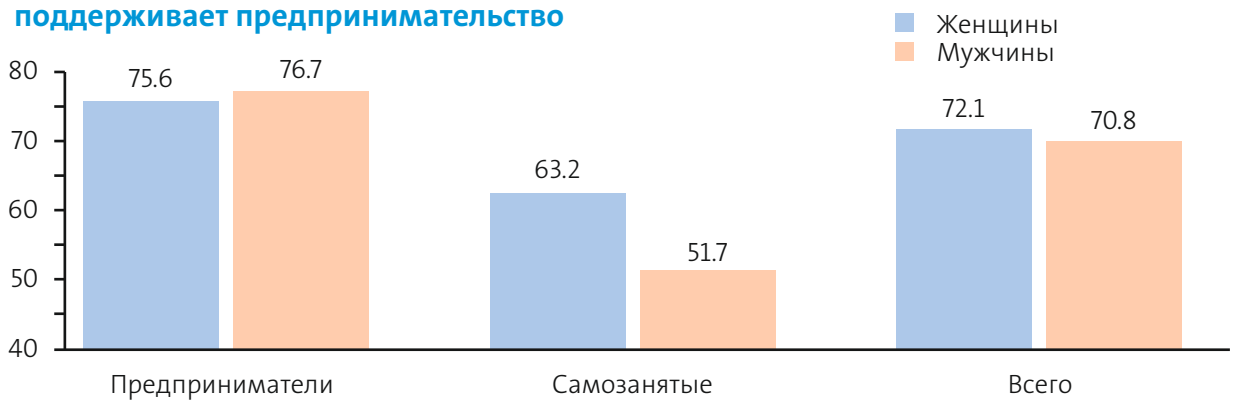
ДИАГРАММА 21. Мнение бизнеса и самозанятых о государственной политике поддержки предпринимательства, % респондентов считающих, что государство поддерживает предпринимательство



Анализ в разрезе гендера не выявляет существенной разницы между мнением женщин и мужчин предпринимателей, тогда как среди самозанятых разница наблюдается.

Судя по гендерным различиям среди самозанятых можно сказать, что на данный момент государство более активно проводит политику поддержки самозанятых женщин.

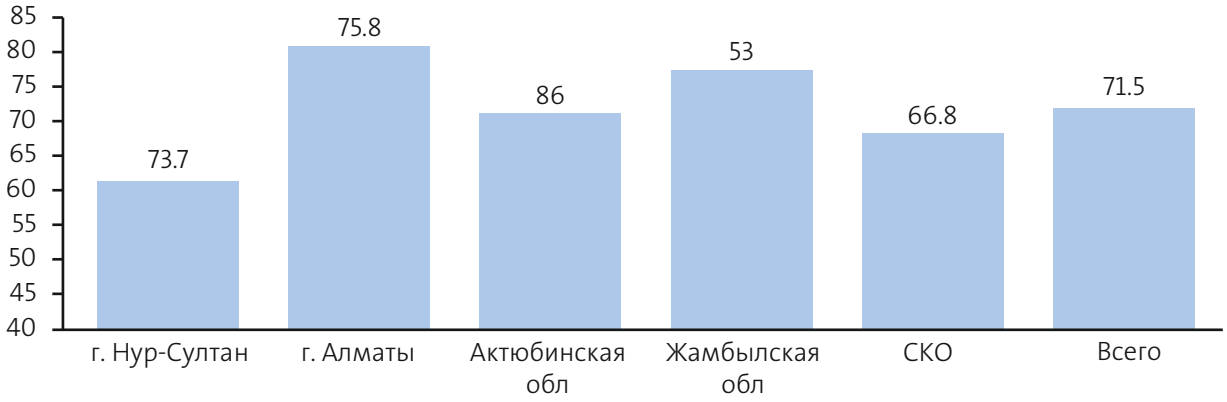
ДИАГРАММА 22. Мнение бизнеса и самозанятых о государственной политике поддержки предпринимательства, % респондентов считающих, что государство поддерживает предпринимательство



Важным критерием гендерного равенства в развитии предпринимательства является показатель равного отношения государства к женщинам и мужчинам как предпринимателям. Согласно данным опроса, 72% опрошенных не видят ущемления по признаку пола в реализуемой государственной политике развития бизнеса. Мнение мужчин и женщин по данному вопросу не отличается.

В разрезе регионов наблюдается очевидная разница, в частности г. Нур-Султан (61,1%) и СКО (68,3%) относительно других регионов показывают более низкие доли респондентов согласных с тем, что госполитика способствует равенству полов в бизнесе.

ДИАГРАММА 23. Мнение о госполитике равенства мужчин и женщин в бизнесе, % респондентов считающих, что государство способствует равенству полов в бизнесе



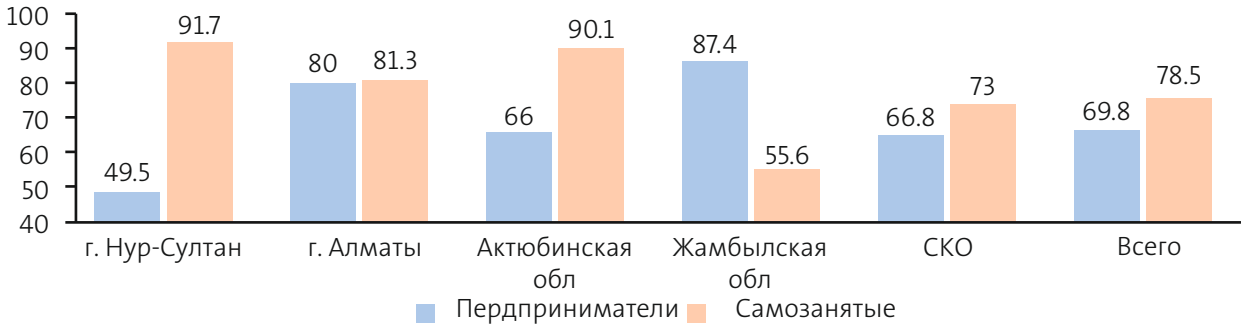
Сравнительно всех опрошенных респондентов выделяются респонденты малых городов, где только 63% считают, что отношение госполитики равное по признаку пола, тогда как в областных центрах и сельской местности доля таковых выше на 10 и более процентных пунктов.

Анализ мнения предпринимателей и самозанятых показывает, что в среде действующего бизнеса меньше склонных говорить о присутствии в госполитике принципа равенства по отношению к бизнесвумен и бизнесменам. В частности, в среднем только 69,8% предпринимателей считают, что госполитика способствует равенству полов в бизнесе. Наименьшая доля согласных с данным утверждением наблюдается в г. Нур-Султане (49,5%).

Есть различия между владельцами бизнеса и руководителями (не владельцами), в частности, первые более критичны в оценке, из них лишь 64% согласны с тем, что политика государства равнозначна по отношению к женщинам и мужчинам предпринимателям, тогда как не владельцы бизнеса, в своем абсолютном большинстве (84%) согласны с данным утверждением.

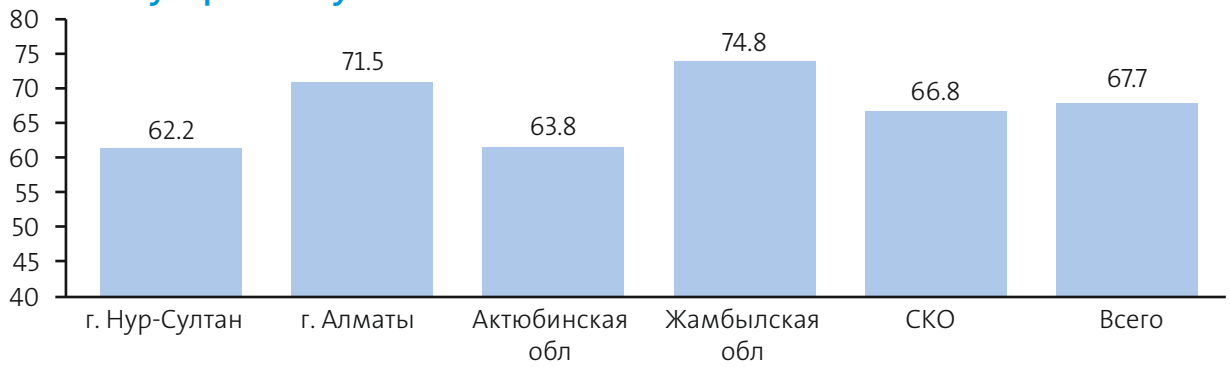
Оптимистичен взгляд самозанятых на данный аспект, 78,5% согласны с наличием гендерно равной политики в предпринимательстве. Самозанятые из г. Нур-Султана и Актюбинской области в большей степени согласны с данным утверждением. Наиболее скептичные самозанятые Жамбылской области (55,6%).

ДИАГРАММА 24. Мнение бизнеса и самозанятых о госполитике равенства мужчин и женщин в бизнесе, % респондентов считающих, что государство способствует равенству полов в бизнесе



Помимо того, что существует государственная политика по поддержке бизнеса, в регионах осуществляются различные местные инициативы. По сути, политика местной власти должна отражать государственную политику в данном направлении. Однако, как показал анализ данных опроса, не все опрошенные согласны, что инициативы местной власти способствуют продвижению гендерного равенства в бизнесе. Если в среднем 67,7% положительно оценивают работу местной власти в данном направлении, то в г. Нур-Султане и Актюбинской области доли положительных ответов ниже среднего показателя.

ДИАГРАММА 25. Мнение о политике местной власти по поддержке равенства мужчин и женщин в бизнесе, % респондентов считающих, что местная власть способствует равенству полов в бизнесе

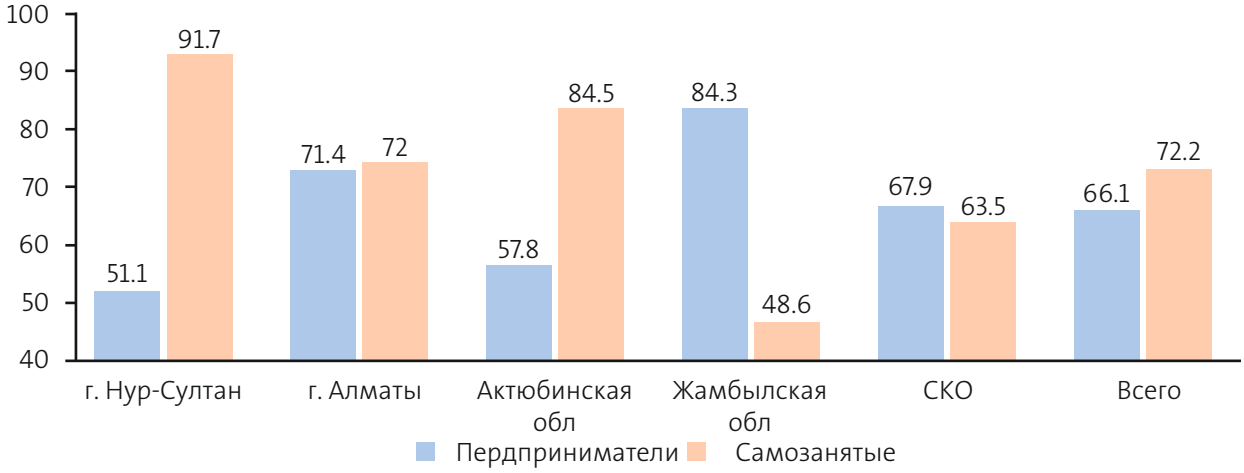


Мнение мужчин и женщин по данному вопросу среди предпринимателей и самозанятых не отличается. Есть различия между владельцами бизнеса и руководителями (не владельцами), в частности первые более критичны в оценке, из них лишь 63% согласны с тем, что политика местной власти к предпринимателям не имеет гендерных предпочтений, тогда как среди не владельцев бизнеса доля таковых составляет 81,7%. Стоит подчеркнуть, что среди респондентов, которые одновременно являются руководителями и совладельцами бизнеса, меньше всего тех, кто согласен с утверждением о равном подходе местной власти к данному аспекту (55,8%).

В целом наблюдается незначительная разница между мнением предпринимателей и самозанятых по данному вопросу, 66,1% предпринимателей считают, что местная власть способствует равенству полов в бизнесе, среди самозанятых доля 72,2%.

Однако есть значительная разница в регионах, в частности самозанятые в г. Нур-Султане и Актюбинской области (91,7% и 84,5% соответственно) больше ощущают равное отношение местных органов власти к бизнесу в независимости от пола. Прямо противоположная картина в Жамбылской области, где больше о равном отношении по гендерному признаку в бизнесе говорят сами предприниматели (84,3%), нежели самозанятые, где доля составляет 48,6%.

ДИАГРАММА 26. Мнение бизнеса и самозанятых о политике местной власти по поддержке равенства мужчин и женщин в бизнесе, % респондентов считающих, что местная власть способствует равенству полов в бизнесе



Осведомленность о деятельности организаций, способствующих развитию женского предпринимательства

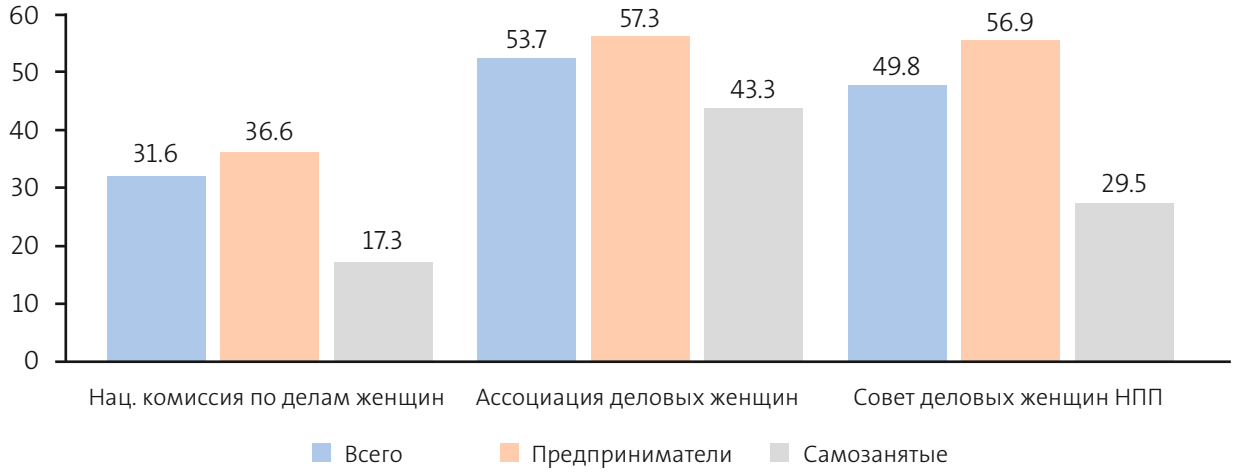
Одной из мер поддержки предпринимательства является создание и развитие бизнес-менторства в виде организаций, обеспечивающих консультационную, правозащитную, маркетинговую и др. виды поддержки. В стране существуют различные организации оказывающие такого рода услуги. Одним из аспектов данного исследования являлась оценка осведомленности и эффективности работы данных организаций.

По результатам исследования, осведомленность об организациях, способствующих развитию женского бизнеса недостаточно высокая. В среднем, осведомленность об этих организациях на уровне 45%. Наиболее осведомлены респонденты об Ассоциации деловых женщин 53,7% знающих о данной организации. О Совете деловых женщин НПП «Атамекен» знают 49,8% опрошенных. Наименьшая осведомленность о Национальной комиссии по делам женщин (31,6%).

Предприниматели, в силу своей деятельности, показывают несколько лучшую осведомленность о данных организациях по сравнению с самозанятыми, примерно на уровне среднего показателя, тогда как у самозанятых доли осведомленных ниже примерно в 1,5 раза.

Следовательно, если госполитика направлена на вовлечение самозанятых в активный бизнес, данным организациям необходимо сконцентрировать свои силы не только в работе с действующими бизнесменами, но и с потенциальными предпринимателями.

ДИАГРАММА 27. Осведомленность об организациях, способствующих развитию женского бизнеса, % осведомленных респондентов

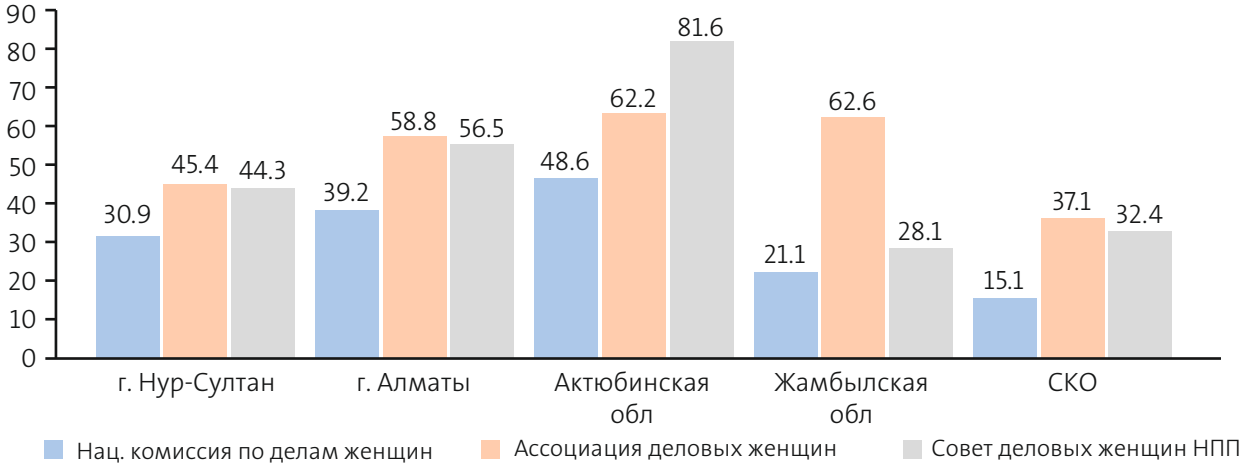


Принимая во внимание тот факт, что рассматриваемые организации по поддержке бизнеса более ориентированы на развитие женского предпринимательства, предполагалось на большую осведомленность о них в среде опрошенных бизнесвумен. Однако, как показал анализ, значимой разницы в осведомленности мужчин и женщин практически нет, лишь о Совете деловых женщин НПП женщины осведомлены чуть больше, чем мужчины, разница в 10 процентных пункта (55% и 45% соответственно).

Большую осведомленность показывают респонденты, являющиеся наемными руководителями компаний, нежели владельцы бизнеса, в среднем 70% респондентов из указанной категории знают об этих организациях, тогда как среди владельцев, осведомленность в среднем на уровне 46%.

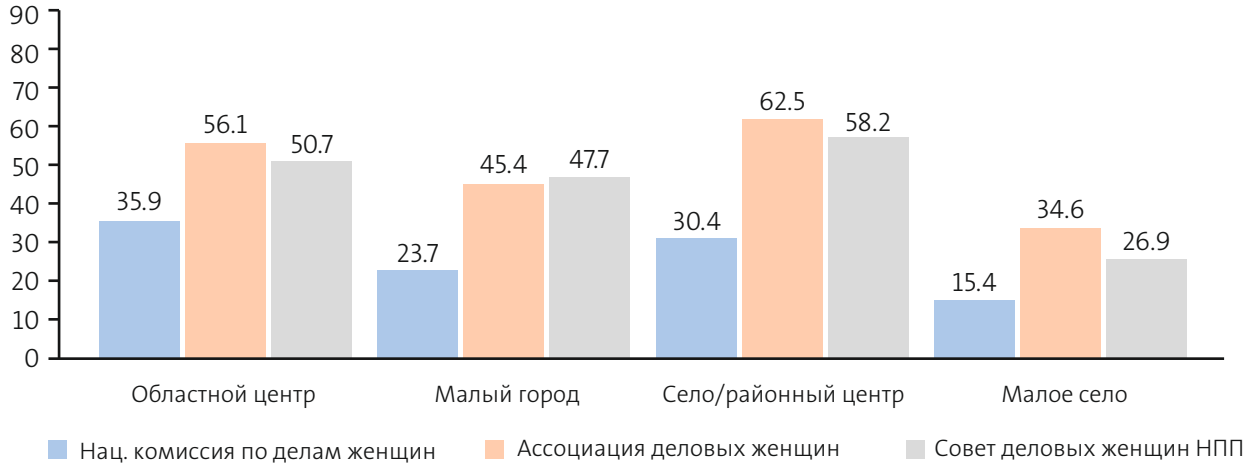
В региональном разрезе наименьшая осведомленность об организациях по поддержке женского бизнеса наблюдается в СКО. В Жамбылской области большую активность, судя по данным, проявляет Ассоциация деловых женщин (62,6% осведомлены). В Актюбинской области заметно опережает по осведомленности Совет деловых женщин НПП (81,6%).

ДИАГРАММА 28. Осведомленность в регионах об организациях, способствующих развитию женского бизнеса, % осведомленных респондентов



В ниже приведенной диаграмме наглядно демонстрируется, насколько дискриминированы в информационно-консультативной и др. рода поддержке предприниматели и самозанятые малых сел и малых городов. Сравнительно низкая осведомленность о существующих организациях по поддержке женского бизнеса говорит о том, что эти организации недостаточно активны и проявляют малый интерес в данных населенных пунктах.

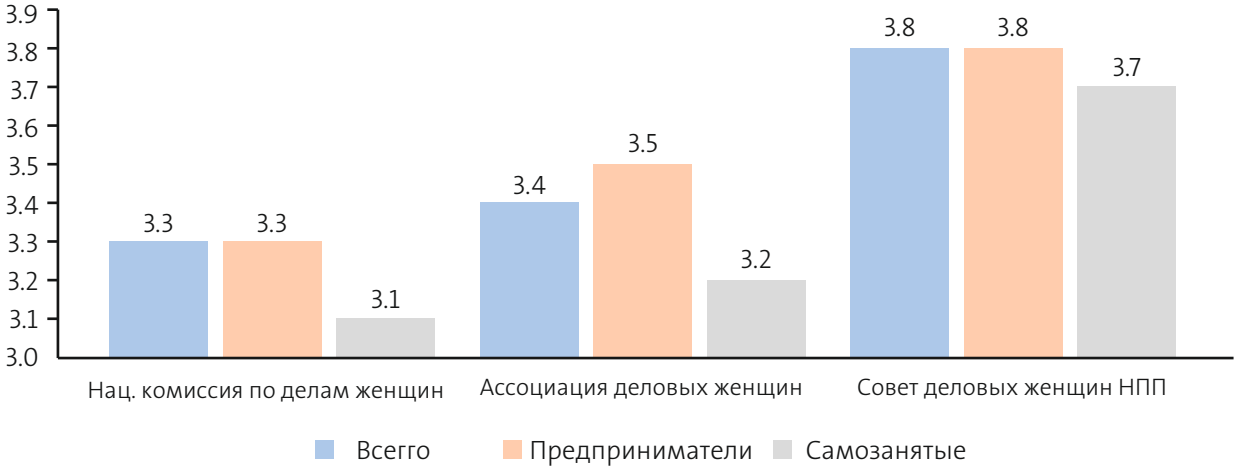
ДИАГРАММА 29. Разница по осведомленности об организациях, способствующих развитию женского бизнеса в зависимости от типа местности, % осведомленных респондентов



Эффективность деятельности организаций, способствующих развитию женского предпринимательства

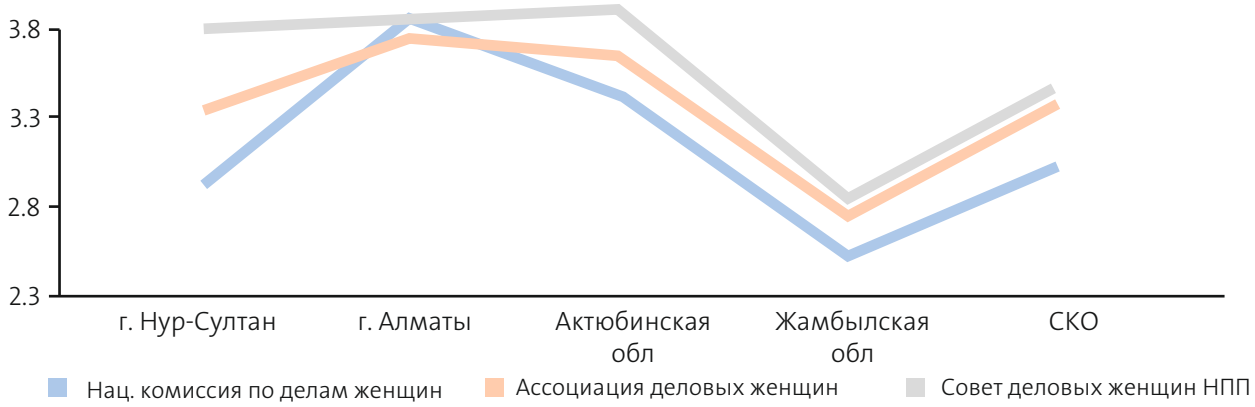
В среднем, оценка эффективности организаций по поддержке бизнеса в пределах 3-х баллов. Респонденты сравнительно выше оценили работу Совета деловых женщин НПП, средний балл 3,8. Оценки предпринимателей чуть выше, по сравнению с самозанятыми.

ДИАГРАММА 30. Эффективность деятельности организаций по развитию женского бизнеса, средний балл из 5-ти возможных



В региональном разрезе отмечается низкая оценка эффективности всех организаций в Жамбылской области (менее 3-х баллов). Более стабильные оценки в Алматы (ближе к 4 баллам), в Нур-Султане разброс от 2,9 баллов за оценку работы Нац. Комиссии по делам женщин, до 3,8 баллов за работу Совета деловых женщин НПП.

ДИАГРАММА 31. Оценка регионов эффективности деятельности организаций по развитию женского бизнеса, средний балл из 5-ти возможных



Осведомленность о государственных мерах достижения равных прав и возможностей мужчин и женщин

Государством предпринимаются различные меры для достижения гендерного равенства в различных экономических и социальных сферах. В рамках исследования предполагалось выявить уровень осведомленности о реализуемых мерах гендерного равенства. Как показал анализ, в целом, уровень осведомленности о реализуемых мерах гендерного равенства невысокий, в диапазоне 26-46%, за исключением меры по повышению пенсионного возраста для женщин, где осведомлённость 74%. На момент ее принятия эта мера вызвала широкий резонанс в обществе, и как показывает опрос, поддерживают ее лишь 8,9% респондентов. Данная мера не находит положительного отклика среди населения.

Около половины опрошенных знают о том, что мужчины имеют право выйти в декретный отпуск с денежной выплатой, но поддерживают данную меру вдвое меньше респондентов (24,2%).

У половины респондентов положительный отклик вызывают меры по развитию женского предпринимательства на селе, увеличению доли женщин, владеющих материальными активами (52% и 54,2% соответственно).

Сравнительно низкая осведомленность (чуть более четверти) о равном доступе женщин к рынку труда и финансовым ресурсам, о снятии запрета на доступ женщин к тяжелым видам профессий. Особенно важны для населения первые две меры, и поддерживают их 47,7% опрошенных. Низкий положительный отклик на меру по снятию запрета для женщин на тяжелые виды профессий (39,1%).

ТАБЛИЦА 27. Осведомленность и поддержка реализуемых государственных мер гендерного равенства, % положительных ответов

	Знаю	Поддерживаю
Увеличение доли женщин, владеющих землей, имуществом, предприятиями, ИП и др.	37.5	52.0
Развитие женского предпринимательства в селах	30.3	54.2
Равный доступ женщин к рынку труда	26.9	47.7
Снятие запрета для женщин на тяжелые профессии	28.9	39.1
Равный доступ женщин к финансовым ресурсам	26.8	47.7
Повышение пенсионного возраста для женщин	74.0	8.9
Декретные отпуска и выплаты для мужчин	46.1	24.2
30% представительства женщин в госорганах, в депутатском корпусе	34.9	42.4
Гендерный подход в системе гос. и бюджетного планирования	28.2	42.9

Уровень осведомленности предпринимателей в среднем в два раза выше, чем у самозанятых, что вполне объяснимо, так как предприниматели сами являются участниками некоторых мер поддержки.

Если говорить о поддержке данных мер, за исключением меры повышения пенсионного возраста, то предприниматели несколько скептичные, высокого одобрения нет, диапазон одобрительных ответов на уровне 25%-53%. По сравнению с ними, самозанятые, меньше знающие о реализуемых мерах, выражают не меньшее одобрение, а по некоторым пунктам и большее, диапазон на уровне 23%-68%. Такие меры, как увеличение доли женщин, владеющих материальными активами, развитие женского предпринимательства на селе, доступ женщин к рынку труда и финансовым ресурсам, воспринимаются самозанятыми, как возможность улучшения своего экономического и социального положения.

ТАБЛИЦА 28. Осведомленность и поддержка предпринимателями и самозанятыми реализуемых государственных мер гендерного равенства, % положительных ответов

	Предприниматели		Самозанятые	
	Знаю	Поддерживаю	Знаю	Поддерживаю
Увеличение доли женщин, владеющих землей, имуществом, предприятиями, ИП и др.	44.8	46.4	16.4	68.3
Развитие женского предпринимательства в селах	34.7	52.7	17.6	58.6
Равный доступ женщин к рынку труда	31.1	45.6	15	53.8
Снятие запрета для женщин на тяжелые профессии	32.6	38.8	17.6	39.9
Равный доступ женщин к финансовым ресурсам	30.8	45.2	15.3	54.7
Повышение пенсионного возраста для женщин	75.6	9.8	69.4	6.5
Декретные отпуска и выплаты для мужчин	48.5	24.5	39.4	23.2
30% представительства женщин в госорганах, в депутатском корпусе	36.7	39	29.7	52.1
Гендерный подход в системе гос. и бюджетного планирования	32.4	40.8	16.1	49

Сравнение осведомленности мужчин и женщин о мерах гендерного равенства показало несколько высокую осведомленность мужчин, и несколько низкую поддержку этих мер с их стороны.

Практически нет разницы между мужчинами и женщинами лишь по трем мерам - повышение пенсионного возраста для женщин, декретные выплаты для мужчин, снятие запрета на тяжелые виды труда, все эти меры в своем большинстве не одобряются как мужчинами, так и женщинами.

Мужчины, по сравнению с женщинами, лучше осведомлены о таких мерах как увеличение доли женщин, владеющих материальными активами, гендерно ориентированный бюджет и госпрограммы, равный доступ к финансовым ресурсам, и рынку труда, развитие женского бизнеса в селах, разница с осведомлённостью женщин в пределах 5-8%.

Проявляя лучшую осведомленность, мужчины высказывают меньшее одобрение по реализуемым мерам гендерного равенства. Особенно не одобряют мужчины политику увеличения доли женщин в рядах госслужащих, депутатов, а также применение гендерного подхода в системе государственного и бюджетного планирования (доля поддерживающих мужчин примерно 35%). Более конкретные, целенаправленные меры, непосредственно улучшающие положение женщин, такие как развитие женского предпринимательства, доступ к материальным активам, финансам и рынку труда, получили более высокую поддержку у мужчин (более 40% положительных ответов).

Справедливости ради стоит сказать, что в целом, более трети мужчин гендерно ориентированы и толерантны к тому, что женщины должны быть в одном строю с мужчинами.

Если говорить о женщинах, то в целом, несмотря высокую поддержку реализуемых мер по сравнению с мужчинами, примерно половина женщин не высказывает одобрения по этим мерам. Вероятно, что женщины проявляют осторожность, для уверенности в пользе этих инициатив, им нужны конкретные примеры, в прочем, как и для мужчин.

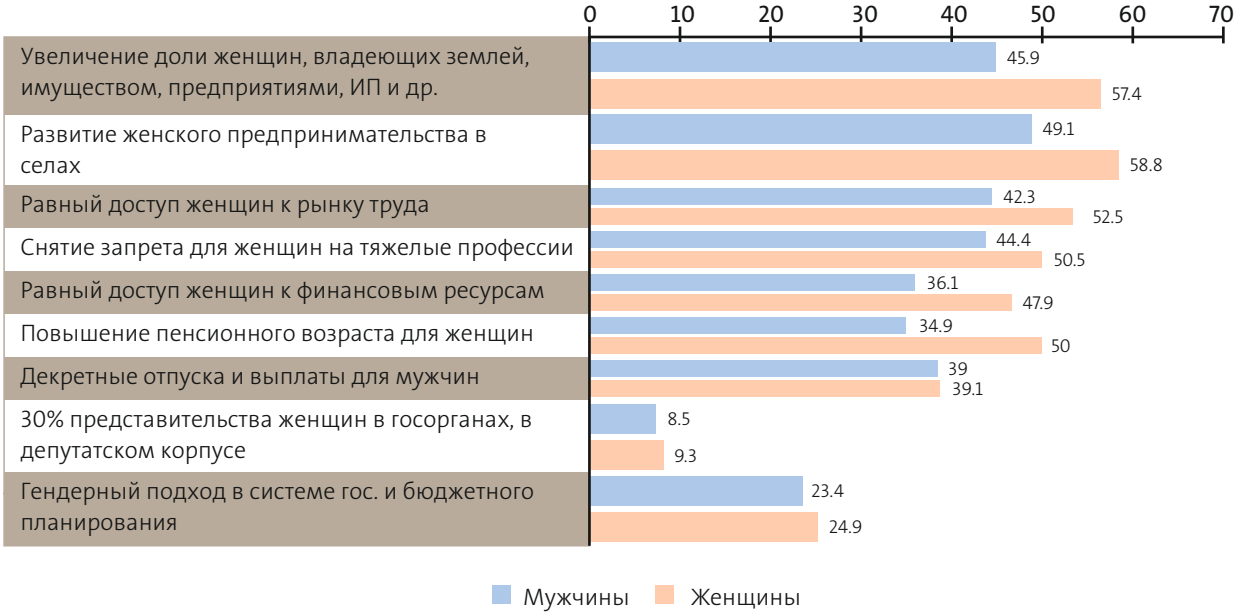
И стоит отметить, что меньше положительных откликов у женщин предпринимательниц, чем у самозанятых, разница в среднем в 10 процентных пункта.

ТАБЛИЦА 29. Гендерная разницами в осведомленности и поддержке реализуемых государственных мер равенства мужчин и женщин, % положительных ответов

	Мужчины		Женщины	
	Знаю	Поддерживаю	Знаю	Поддерживаю
Увеличение доли женщин, владеющих землей, имуществом, предприятиями, ИП и др.	41.2	45.9	34.2	57.4
Развитие женского предпринимательства в селах	33.2	49.1	27.7	58.8
Равный доступ женщин к рынку труда	29.6	42.3	24.6	52.5
Снятие запрета для женщин на тяжелые профессии	30.3	39	27.3	39.1
Равный доступ женщин к финансовым ресурсам	30.1	44.4	23.9	50.5
Повышение пенсионного возраста для женщин	75.5	8.5	72.7	9.3
Декретные отпуска и выплаты для мужчин	45.9	23.4	46.3	24.9
30% представительства женщин в госорганах, в депутатском корпусе	36.1	36.1	33.9	47.9
Гендерный подход в системе гос. и бюджетного планирования	32.4	34.9	24.5	50

Женщины и мужчины более солидарны в мнении относительно пенсионного возраста для женщин (только 9% поддерживают повышение), декретных отпусков для мужчин (поддерживают их введение только 23% мужчин и 25% женщин), запрета на тяжелые профессии (39% поддерживают снятие запретов). По другим направлениям мужчины придерживаются более традиционных взглядов, чем женщины. Мужчины в меньшей степени поддерживают политику о необходимости увеличения доступа женщин к земле, развития женского предпринимательства в селах, равного доступа к рынку труда, и финансовым ресурсам – разница примерно в 10%. Максимальная половая разница наблюдается по вопросам представительства в выборных органах власти и гендерном бюджетировании – в 12-15%. И, поскольку мужчины обычно принимают решения, сломать эти стереотипы в воплощении политики, довольно трудно, то есть работа необходима не столько с женщинами, сколько с мужчинами.

ДИАГРАММА 32. Поддержка отдельных направлений политики гендерного равенства мужчинами и женщинами, %



В региональном разрезе наблюдается низкая осведомленность о реализуемых мерах равноправия в гендерной политике в Жамбылской области. На фоне низкой осведомленности отмечается высокая поддержка респондентами всех государственных мер, за исключением меры по повышению пенсионного возраста для женщин (1,1%).

Респонденты из г. Нур-Султана показывают сравнительно невысокую осведомленность, даже по такой мере, как повышение пенсионного возраста для женщин (53,4%). Уровень поддержки сравнительно низкий. Несколько вразрез остальным регионам отмечается сравнительно высокая поддержка позднего выхода женщин на пенсию (16,4%), и низкая доля одобряющих декретные отпуска для мужчин (6,9%).

СКО демонстрирует низкий уровень осведомленности по реализуемым мерам, а низкий уровень поддержки.

Существенная разница по осведомленности о реализуемых мерах в гендерной политике наблюдается между малыми селами, городами и областными, районными центрами. В частности, осведомлённость жителей малых сел значительно ниже, по сравнению с сельскими районными центрами, примерно в диапазоне 11-17%, за исключением резонансной информации о повышении пенсионного возраста. Складывается мнение, что информация по этим мерам практически не идет дальше райцентров, хотя политика государства направлена именно на развитие женского потенциала в сельской местности.

ТАБЛИЦА 30. Региональные отличия в осведомленности и поддержке реализуемых государственных мер равенства мужчин и женщин, % положительных ответов

	г. Нур-Султан		г. Алматы		Актюбинская		Жамбылская		СКО	
	знаю	Поддер-живаю	знаю	Поддер-живаю	знаю	Поддер-живаю	знаю	Поддер-живаю	знаю	Поддер-живаю
1.	49.2	31.3	44.2	48.8	49.2	59	9.6	80.7	33.6	37.8
2.	26	38.5	38.8	52.7	39.4	63.2	14.8	75.2	31.3	39
3.	21	40.8	39.6	47.3	32.7	44.4	10	68.9	30.9	37.1
4.	20.2	34.7	44.2	34.2	30.8	36.5	15.9	64.4	32.4	25.1
5.	26	43.1	40.4	50.4	31.1	40.3	8.1	71.5	28.2	33.6
6.	53.4	16.4	80.4	6.9	68.9	14.3	90	1.1	78	5
7.	46.6	6.9	56.2	29.6	56.8	23.8	27.8	32.6	41.7	27.8
8.	40.1	32.1	39.2	43.8	35.2	41.9	26.3	70.4	34	22.8
9.	24	32.1	34.6	42.3	32.7	46.7	15.6	68.1	33.6	23.6
10.	34.1	30.7	46.4	39.6	41.9	41.1	24.2	59.2	38.2	28.0

1. *Увеличение доли женщин, владеющих землей, имуществом, предприятиями, ИП и др.*
2. *Развитие женского предпринимательства в селах*
3. *Равный доступ женщин к рынку труда*
4. *Снятие запрета для женщин на тяжелые профессии*
5. *Равный доступ женщин к финансовым ресурсам*
6. *Повышение пенсионного возраста для женщин*
7. *Декретные отпуска и выплаты для мужчин*
8. *30% представительства женщин в госорганах, в депутатском корпусе*
9. *Гендерный подход в системе гос. и бюджетного планирования*
10. *Среднее*

На фоне низкой осведомленности, в малых селах сравнительно высокий уровень поддержки всех государственных инициатив гендерного равенства. Жители сел видят в каждой из инициатив надежду на улучшение их благосостояния.

ТАБЛИЦА 31. Отличия в осведомленности и поддержке реализуемых государственных мер гендерного равенства в различных населенных пунктах, % положительных ответов

	Областной центр		Малый город		Районный центр		Малое село	
	Знаю	Поддер живаю	Знаю	Поддер живаю	Знаю	Поддер живаю	Знаю	Поддер живаю
Увеличение доли женщин, владеющих землей, имуществом, предприятиями, ИП и др.	44.2	48.8	49.2	59	9.6	80.7	33.6	37.8
Развитие женского предпринимательства в селах	38.8	52.7	39.4	63.2	14.8	75.2	31.3	39
Равный доступ женщин к рынку труда	39.6	47.3	32.7	44.4	10	68.9	30.9	37.1
Снятие запрета для женщин на тяжелые профессии	44.2	34.2	30.8	36.5	15.9	64.4	32.4	25.1
Равный доступ женщин к финансовым ресурсам	40.4	50.4	31.1	40.3	8.1	71.5	28.2	33.6
Повышение пенсионного возраста для женщин	80.4	6.9	68.9	14.3	90	1.1	78	5
Декретные отпуска и выплаты для мужчин	56.2	29.6	56.8	23.8	27.8	32.6	41.7	27.8
30% представительства женщин в госорганах, в депутатском корпусе	39.2	43.8	35.2	41.9	26.3	70.4	34	22.8
Гендерный подход в систему гос. и бюджетного планирования	34.6	42.3	32.7	46.7	15.6	68.1	33.6	23.6

3.3.2. Государственные программы по поддержке предпринимательства

Для обеспечения долгосрочного, устойчивого экономического роста, которые позволили бы Казахстану сравнительно быстро догнать более развитые страны по уровню жизни населения, были разработаны правительственные программы по развитию предпринимательства, такие как «Дорожная карта бизнеса 2020 года», «Дорожная карта занятости 2020 года», «Программа по развитию женского предпринимательства», «Программа микрокредитования женского предпринимательства» и т.д. Правительство также обязалось обеспечить равный доступ к финансовым услугам для всех граждан к 2030 году и создать учебные центры, ориентированные на поддержку бизнеса.

На сегодняшний день разрабатываются и внедряются различные программы по поддержке открытия и развития бизнеса женщин, вместе с этим, соответственно, возрастает и количество женщин, вовлеченных в бизнес, доля их участия в экономике.

Для обеспечения равных возможностей женщин в развитии предпринимательской деятельности необходимо обеспечить гендерное равенство и разработать стратегический план внедрения гендерных подходов на правительственном уровне, построить устойчивую платформу для реализации эффективных механизмов поддержки женского предпринимательства в реализации государственных программ.

- *«Государству необходимо вовлекаться больше. Может сделать такие специальные гранты по поддержке и обучению женщин предпринимательству. Потому что кто поддержит? ООН, НПП поддержит, но я ни разу не видела, ни в одном заказе, ни в одном гранте нашем государственном, чтобы была такая тема обучение женщин предпринимательству, учитывали именно потребности женщин, реальная помощь должна быть»* – говорит сотрудник микрофинансовой организации.

Несмотря на то, что государственные программы актуальны как для женщин, так и для мужчин, при их реализации важно учитывать семейную политику, а также все стороны общественной жизни женщины. Следует отметить, что на сегодняшний день женщины достаточно широко представлены в малом и среднем бизнесе, при этом доля женщин, возглавляющих крупный бизнес все еще низкая. Можно увидеть, что женщины в основном ведут предпринимательскую деятельность в третичном секторе экономики. Этнокультурная специфика казахстанского общества также накладывает свой отпечаток на развитие женского бизнеса: на женщин возложена необходимость ухода за членами семьи и ведения домашних бытовых вопросов. Женщина-предприниматель, занимаясь руководством предприятия, вынуждена совмещать это с функциями воспитания детей и ведения хозяйства.

- *«Если мы говорим о том, чтобы вовлекать женщин в предпринимательство, то нужно ведь думать о том, что у них изначально очень мало возможностей. Я вот сейчас в ходе разговора подумала, что, если бы женщин освободили от домашнего быта и дали возможность реально обучаться, это был бы совсем другой выхлоп. То ли ты будешь убегать, пытаться с кем-то договариваться, чтобы с детьми посидели»* - из интервью с представителем Института Мировой Экономики.
- *«Потому что многие у нас напряженные, какие-то неуверенные в себе, есть страх, потому что действительно нет поддержки в воспитании ребенка, женщина должна заниматься хозяйством. Мы представляемся себе сами, как мы можем, так и работаем. Многим мамашам не хватает именно психологической поддержки, времени и знаний»* - из интервью с женщинами предпринимателями города Алматы.
- *«У нас уже сложилось такое впечатление, устои, взгляды, что женщина должна работать в сфере услуг, что у нас и происходит. Производство, перерабатывающая промышленность, там уже женщина должна пробиваться зубами. Вы посмотрите на женщин, которые занимаются производством - это обязательно сильные, мужеподобные, всегда в брюках, с огромным голосом, но это же не дело, это значит, мы вынуждены так пробивать себе дорогу»* - говорит эксперт Гражданской общественности.

Женский бизнес страдает из-за недостаточного количества финансовых, трудовых, а также временных затрат, что в конечном итоге приводит к тому, что женский бизнес не развивается в достаточном объеме. Важным стоит вопрос изменить тенденции специализации женского бизнеса, определив курс на крупный бизнес. Есть необходимость в создание бизнес школ для женщин, где они смогут обучиться навыкам ведения бизнеса, расширить доступ к технической, информационной, обрабатывающей отрасли, где виден крайне дисбаланс со стороны гендерного неравенства. Также государству нужно выдавать гранты на обучение и финансирование стартапов для увеличения числа женщин среди руководителей компании.

Особенности программ Фонда «Даму» и АО «КазАгро»

В настоящее время в Казахстане существуют институты развития предпринимательства, в том числе и женского. Одни из них программы по поддержке бизнеса АО «Фонда развития предпринимательства «Даму», а также АО «КазАгро» по поддержке сельского хозяйства.

Фонд «Даму» оказывает финансовую и нефинансовую помощь в поддержку малого и среднего бизнеса в Казахстане. В рамках финансовой поддержки, предприниматели могут получить льготное кредитование, субсидирование и гарантирование. Нефинансовой поддержкой являются бесплатные семинары и мастер-классы по профильным направлениям бизнеса, а также консалтинг и сервисная поддержка.

За 11 месяцев 2019 года в рамках льготного кредитования 17 264 предпринимателей получили займы на сумму 209,4 млрд. тенге. Количество женщин-предпринимателей составила – 6947 человек, получившие кредиты на 30 млрд. тенге. В региональном разрезе наибольшее число предпринимателей, участвовавших в программе наблюдается в Туркестанской области, где 5 077 человек получили более 11 млрд. тенге. В гендерном соотношении, доля мужчин превышает долю женщин в 2,5 раза.

ТАБЛИЦА 32. Количество предпринимателей, участвовавших в программе льготного кредитования и сумма займа

	Кол-во заемщиков, в ед.	Сумма кредитов, в млрд. тенге
11 мес. 2019 г. итого	17.264	209.4
11 мес. 2019 г. женщины- предприниматели	6.947	30.7

Субсидирование в рамках госпрограммы «Дорожная карта бизнеса – 2020» получили 2 396 проектов на сумму 154,4 млрд. тенге, из них доля проектов женщин-предпринимателей составила 802 человека, сумма займа – 42,4 млрд. тенге. В Павлодарской области зарегистрировано наибольшее количество проектов – 243, из них с участием женщин – 84.

ТАБЛИЦА 33. Количество предпринимателей, участвовавших в программе субсидирования и сумма займа

	Кол-во заемщиков, в ед.	Сумма кредитов, в млрд. тенге
11 мес. 2019 г. итого	2.396	154.4
11 мес. 2019 г. женщины- предприниматели	802	42.4

В рамках госпрограммы «Дорожная карта бизнеса – 2020» также можно получить гарантирование, то есть предоставление частичной гарантии в качестве залога по кредитам банков. 1813 проектов приняли участие в данной программе, доля женщин предпринимателей составила – 487.

ТАБЛИЦА 34. Количество предпринимателей, участвовавших в программе субсидирования и сумма займа

	Кол-во проектов, в ед.	Сумма кредитов, в млрд. тенге	На 1 проект в среднем, млн. тенге
2019 г. итого	1.813	81.3	44.84
2019 г. женщины- предприниматели	487	18.1	37.17

Дистанционное обучение получили 7 972 предпринимателя в 2019 году. По сравнению с 2018 годом число участников выросло на 9%. Из них женщин-предпринимателей – 2957 человека. В проекте «Обучение топ-менеджмента МСБ» приняли участие 432 человека, из них доля мужчин доминирует в два раза. В сравнение с предыдущим годом, количество участников увеличилось незначительно. В разрезе регионов, больше всего обучения прошли в городах Нур-Султан (70) и Алматы (64).

ТАБЛИЦА 35. Количество предпринимателей, получивших нефинансовую поддержку и обучение

	Дистанционное обучение	Проект «Обучение топ-менеджмента МСБ»
2018 г. итого	7,237	424
2018 г. женщины- предприниматели	2,870	192
2019 г. итого	7,972	432
2019 г. женщины- предприниматели	2,957	221

Женщинам предпринимателям также предлагаются услуги по программе «Бизнес-советник». В рамках программы «Дорожная карта бизнеса 2020» была оказана сервисная поддержка женщинам-предпринимателям, в рамках которой бесплатно были предоставлены специализированные бизнес-услуги для поддержки бизнес-процессов, по обучению основам бизнеса и повышению квалификации. В рамках Программы «Бизнес-Советник» были организованы и проведены двухдневные обучающие курсы для населения с предпринимательской инициативой и действующих предпринимателей. Среди обучающихся около 60% – женщины.

АО «КазАгро» реализует государственную политику по стимулированию и развитию агропромышленного комплекса. За 2019 год в рамках АО «Аграрной кредитной корпорации» было выдано 7 727 кредитов в размере 237 115 млрд. тенге. Из них доля сельхозтоваропроизводителей женщин составила 13% от общего числа всех получателей. Общая сумма выдачи займов для женщин равна более 20 млрд. тенге. По сравнению с 2018 годом сумма займа уменьшилась вдвое, в то время как количество выданных кредитов для женщин по сравнению с 2018 годом уменьшилось всего на 20%.

ТАБЛИЦА 36. Количество предпринимателей, получивших займы по программе АО «Аграрная кредитная корпорация»

АО «Аграрная кредитная корпорация»	Общее		в том числе женщин	
	кол-во СХТП	сумма выданных кредитов, млрд.	кол-во СХТП	сумма выданных кредитов, млрд.
2018	7,368	258,688	1,267	43,565
2019	7,727	237,115	1,038	20,689

АО «Фонд финансовой поддержки сельского хозяйства» выдал 12 149 займов за 2019 год, в том числе 4 107 из них женщинам, на сумму более 16 млрд. тенге. Всего за последние 2 года 22 565 предпринимателя получили займы по данной программе, на сумму более 110 млрд. тенге. Примерно третья доля из них женщины.

АО «КазАгроФинанс» в 2019 году выделили 96,7 млрд. тенге для 2 215 сельских предпринимателей, из них более 12 млрд. были выделены 295 женщинам. По сравнению с предыдущим годом, сумма выданных кредитов для женщин увеличилась вдвое.

ТАБЛИЦА 37. Количество предпринимателей, получивших займы по программе АО «КазАгроФинанс»

АО «КазАгроФинанс»	Общее		в том числе женщин	
	кол-во выданных кредитов	сумма выданных кредитов, млрд.	кол-во выданных кредитов	сумма выданных кредитов, млрд.
2018	1,502	70,075.2	184	6,462
2019	2,215	96,737.2	295	12,575.8

Государственная программа развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 годы «Енбек» направлены на поддержку предпринимательских инициатив, обеспечение населения продуктивной занятостью и обучение молодежи с целью получения первой профессии.

На 1 августа текущего года обратились в органы занятости 16531 человек, из них включены в состав участников Программы 13985 человек (безработные – 8669 человек (61,9%), самостоятельно занятые – 1199 человек (8,6%), лица, ищущие работу 4117 (29,4%). Доля женщин в числе участников Программы составляет – 51,0% (7145 чел.), малообеспеченных – 12,3% (1719 чел.), инвалидов – 3,3% (465 чел.).

Одним из действенных механизмов программы является поддержка предпринимательских инициатив. За три года выделено 180 млрд. тенге. порядка 33 тыс. граждан в рамках программы открыли собственное дело, основная доля которых являются сельскими жителями. Из года в год число получателей микрокредитов увеличивается. За три года дополнительно создано всего 27 тыс. рабочих мест.

В целях содействия открытию своего дела для малообеспеченных граждан, многодетным семьям, молодежи с 2018 года предусмотрен механизм выдачи государственных грантов. В текущем году запланирована выдача 38 тыс. грантов, на сегодня выдано 14 тыс. грантов.

В рамках проведенного исследования было выявлено, что 84,3% опрошенных бизнесменов знают о программах Фонда «Даму», из них 13,6% принимали в них участие. О программах АО «КазАгро» по поддержке сельского бизнеса знают 62,5% предпринимателей, из них 7,0% участвовали в них.

Анализ показал, что самозанятые по сравнению с предпринимателями, менее осведомлены о государственных программах. Чуть больше половины респондентов - 56,7% слышали о Программах Фонда «Даму», и только 0,6% принимали в них участие. Программы АО «КазАгро» известны 37,7% самозанятым, еще 0,8% участвовали в них.

ДИАГРАММА 33. Доля предпринимателей, знающих о Программах по поддержке и развитию бизнеса, %

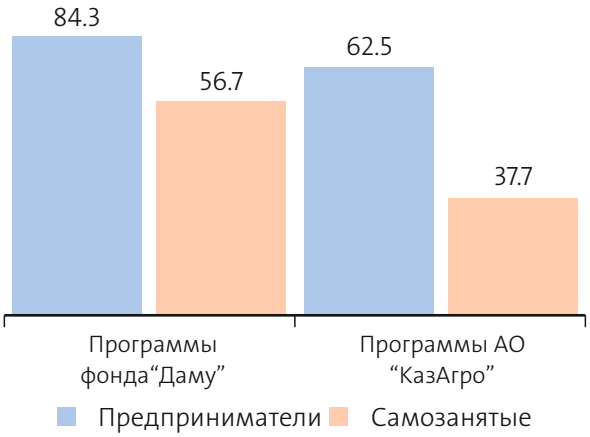
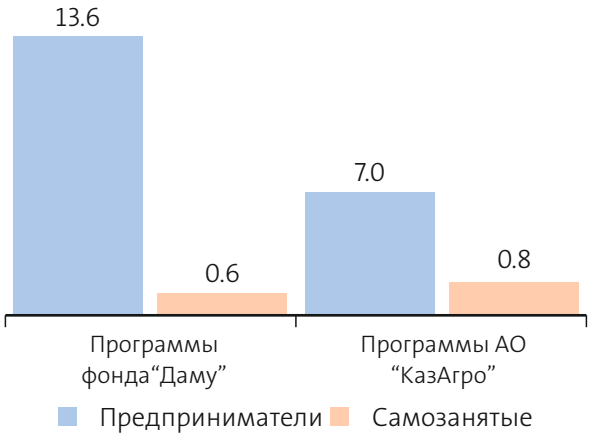


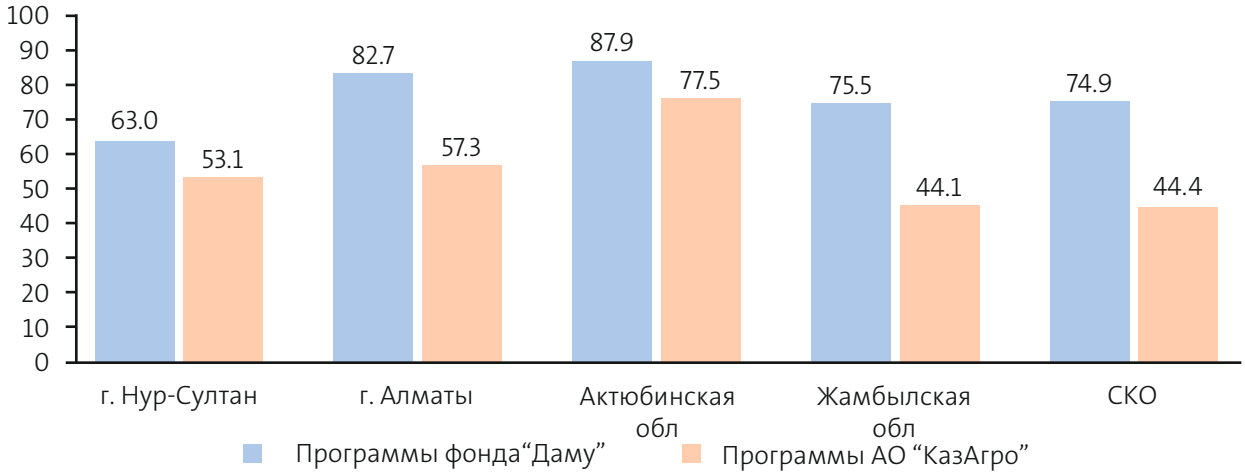
ДИАГРАММА 34. Доля предпринимателей, которые участвовали в Программах по поддержке и развитию бизнеса, %



В региональном разрезе, наивысшие показатели осведомленности о программах Фонда «Даму», а также АО «КазАгро» в Актюбинской области – 87,9% и 77,5% соответственно. Меньше всего информированы предприниматели в городе Нур-Султане, где о программах Фонда «Даму» знают 63,0%, и еще 53,1% о программах поддержки сельского хозяйства. В Жамбылской и Северо-Казахстанской областях меньше половины респондентов знают о сельских программах АО «КазАгро» (44,0%).

Участвовали в программах Фонда «Даму» больше всего представители Актюбинской области – 14,9%, а также Северо-Казахстанской области – 13,5%. В городе Алматы в программах принимало участие лишь 2,3% опрошенных предпринимателей. В программах «КазАгро» участвовали 12,7% респондентов Актюбинской области, меньше всего Жамбылской области, где доля предпринимателей составила меньше 1%.

ДИАГРАММА 35. Доля предпринимателей, знающих о Программах по поддержке и развитию бизнеса в региональном разрезе, %



85,9% опрошенных предпринимателей крупных сел и райцентров слышали о программах «Даму», из них 16,8% приняли участие. В отдаленных селах 60,3% респондентов подтвердили, что знают о них и всего 6,4% принимали в них участие.

Программы АО «КазАгро» призваны поддерживать сельских предпринимателей, но в тоже время только половина всех опрошенных респондентов осведомлены о них, и в меньшей степени представители отдаленных сел – 55,1%.

Информированность о программе Фонда «Даму» доступна как для женщин, так и для мужчин практически в одинаковом соотношении. По результатам опроса 79,2% мужчин и 75,4% женщин знают о программах. Программы «КазАгро» меньше известны женщинам, всего 51,2%, в то время как доля мужчин составила 61,6%.

В принятии участия в программе «Даму» также не наблюдается большой разницы в гендерном соотношении, однако в программе «КазАгро» доля женщин – 4,5%, уступила доле мужчин – 6,4%.

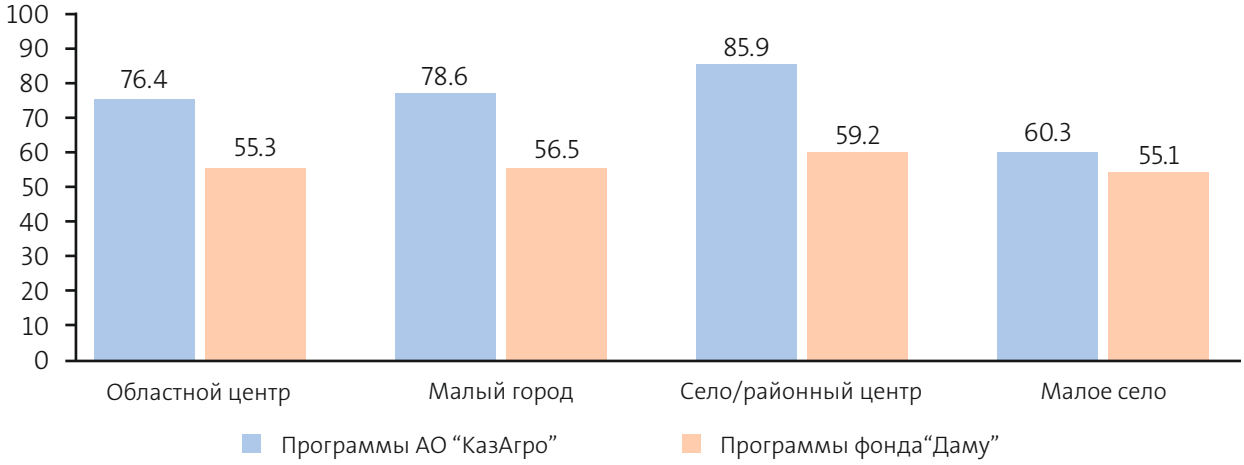
Проблема с информированностью актуальна в большей степени для женщин-предпринимателей, живущих в отдаленных и маленьких селах. Зачастую, даже если респонденты слышали о госпрограммах, мало кто действительно знает, что они дают.

- Из интервью с Председателем Совета деловых женщин в области можно заметить о низкой осведомленности в селе о программах: *«В процессе мы разговариваем, что есть государственные поддержки, какие-то поддержки дает сама Палата предпринимателей, потому что бывает, когда встречаешься с женщинами, очень много женщин, которые даже не знают, что сегодня допустим, предпринимательству обучают, что можно взять грант, многие даже не знают, что такое грант, что такое безвозмездно».*
- *«Женщины у нас как бы мало знают. Я состою в Совете деловых женщин, и узнаю об этих программах. А допустим, простым женщинам мне кажется это нужно более массово распространять»* - говорит предприниматель Жамбылской области.
- *«Пыталась, когда хотела крупным рогатым скотом заниматься. Я слышала о фонде Даму, так и не поняла, что там надо», «Возможно мало информации. Я об этих программах просто не знала. Об этом видимо мало говорят, а так мне интересно»* - из интервью с самозанятыми.

Также важно понимать, как доходит информация о госпрограммах до предпринимателей. Сотрудники, проводя объяснительные процедуры, не всегда бывают компетентны. Из интервью с женщиной предпринимателем города Алматы: «*Вот к нам пришли, там столько шума было в зале, столько возражений. Толком не могут объяснить. Да, нет, вот конкретно внятно объясни, зачем ты пришел, вот твоя информация дошла ли до людей правильно как ты хочешь или нет? Вот пришли ради галочки, пришли – молодцы».*

«Ну, вот я стараюсь участвовать. У нас есть Совет деловых женщин. Председатель старается проинформировать. Но вот когда через Акимат бывают гранты, нет информации. Мы участвовали в конкурсе, когда осталось 2 дня. Вы себе это представляете, как это было обидно?! Мы быстро подготовились. Это я Вам точно говорю, потому что сама с этим сталкивалась. Подготовились вроде бы нормально, но конкретно нам не объяснили. Мы хотели получить грант, но у нас не получилось. Я им в лицо сказала, что это все ваша вина. Вы нас конкретно не подготовили. Абсолютно, им это не нужно. Сами они ничего не знают, только пытаются. Вот когда начинаешь им звонить, они сами, наверное, в интернет заглядывают» - пожаловалась действующий предприниматель села в Жамбылской области.

ДИАГРАММА 36. Доля предпринимателей, знающих о Программах по поддержке и развитию бизнеса по типу населенного пункта, %



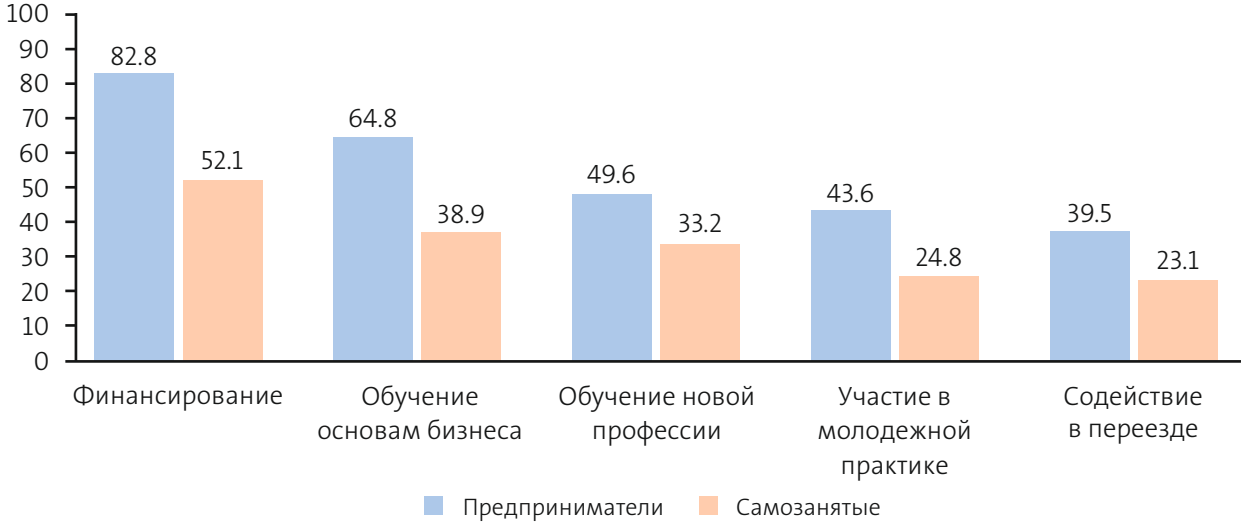
Следует отметить, что в целом не все опрошенные респонденты, которые знают о государственных программах, проинформированы, какой спектр услуг они предоставляют. Анализ в разрезе гендера не выявляет существенной разницы в ответах между ответами женщин и мужчин.

Большинство респондентов осведомлены, что в рамках программы можно получить финансирование – 74,9%. Из них доля предпринимателей составляет 82,8%, в то время как доля самозанятых всего – 52,1%.

О том, что можно обучиться основам бизнеса слышали 58,0% всех опрошенных респондентов, однако доля самозанятых составляет 38,9%, что почти вдвое меньше числа действующих.

45,3% опрошенных респондентов знают, что можно обучиться новой профессии, 38,7% слышали о возможности участвовать в молодежной практике и еще 35,2% о том, что программы могут содействовать в переезде из населенных пунктов с низким потенциалом в центры экономического роста. Доля самозанятых респондентов, которые знают о данных условиях программ сравнительно меньше по сравнению с действующими предпринимателями.

ДИАГРАММА 37. Информированность респондентов о предоставления услуг в рамках государственных программ, %



В разрезе регионов наблюдается высокая информированность о финансирование в рамках государственных программ в Актюбинской (84,5%) и Жамбылской областях (84,8%). О возможности обучения основам бизнеса знают 81,0% предпринимателей Актюбинской области, в то время как в СКО их доля составила – 51,9%. В Жамбылской области (21,5%) и городе Нур-Султане (27,8%) наименьшее количество предпринимателей, которым известно о содействии в переезде из населенных пунктах в центры экономического роста.

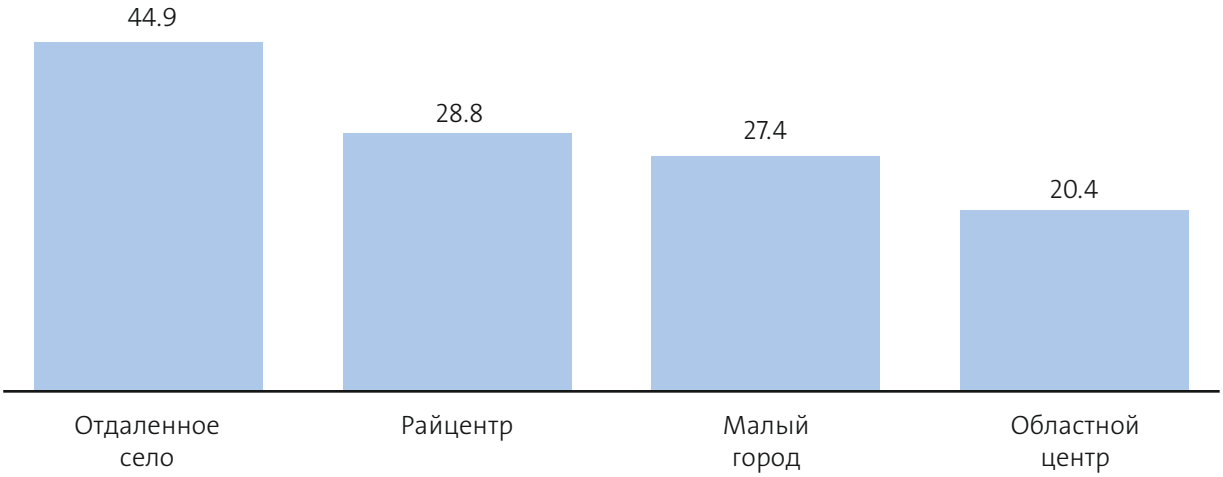
ТАБЛИЦА 38. Доля респондентов знающих, что можно получить от государственных программ по поддержки предпринимательства в региональном разрезе, %

	г. Нур-Султан	г. Алматы	Актю-бинская	Жам-былская	СКО
Финансирование	57.0	72.2	84.5	84.8	72.3
Обучение основам бизнеса и предпринимательства	43.0	67.1	81.0	43.0	51.9
Обучение новой профессии	36.1	57.3	53.1	35.2	40.4
Участие в молодежной практике	39.2	46.3	50.9	23.0	31.9
Содействие в переезде из населенных пунктов в центры	27.8	53.7	42.9	21.5	29.2

О потребности в финансировании в рамках госпрограммы говорят 24,3% опрошенных предпринимателей в целом, из них наибольшие показатели отмечены в Жамбылской области – 43,3%, далее в городе Нур-Султане – 23,6%. Меньше всего в финансовой поддержке нуждаются представители СКО – 13,8%.

В малых и отдаленных селах наблюдается высокая потребность в финансировании, почти половина опрошенных предпринимателей говорят, что нуждаются в ней – 44,9%. В областных центрах наименьшее число респондентов, нуждающихся в финансировании – 20,4%.

ДИАГРАММА 38. Доля предпринимателей, нуждающихся в финансировании в рамках госпрограмм, в разрезе типа населенного пункта, %



В обучении основам бизнеса и предпринимательства имеют потребность 14,8% опрошенных респондентов, из них в большей степени самозанятые – 20,3%. Как показывают данные, женщины чаще говорят о потребности в навыках введения бизнеса – 16,6%, в то время как доля мужчин составила – 12,8%. В региональном разрезе с наибольшим показателем можно выделить города Нур-Султан (24,3%) и Алматы (18,8%). Меньше всего в обучении нуждаются респонденты СКО – 6,9%.

Трудности в получении обучения основам бизнеса и новой профессии испытывают предприниматели райцентров и сельской местности. В первую очередь связано это с тем, что обучения проходят в крупных городах или районных центрах, в малом селе нет возможности. *«Я вот молодым женщинам предлагали выезжать в районы, чтобы пройти обучение, они говорили, как мы каждый день будем ездить. Если бы было так, что в деревне группу создавали, и преподаватель к ним выезжал в деревню. Хотя бы не на месяц, а на неделю. Думаю, они бы согласились»* - говорит самозанятый в селе.

ДИАГРАММА 39. Доля предпринимателей имеющих потребность в обучении основам бизнеса, по типу предпринимателей,%

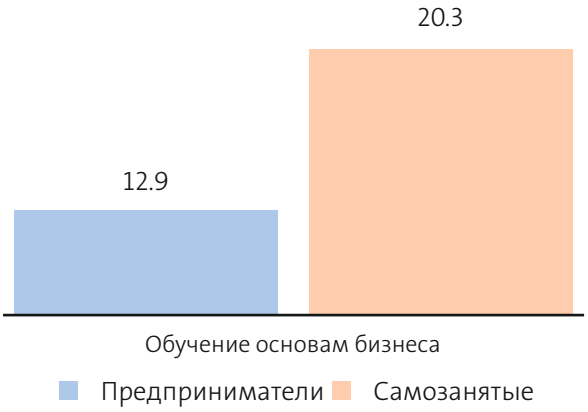
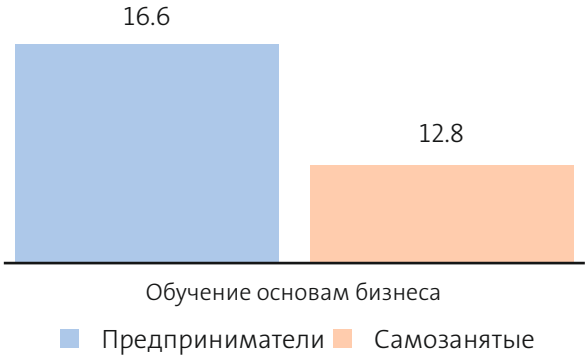


ДИАГРАММА 40. Доля предпринимателей, имеющих потребность в обучении основам бизнеса, в разрезе пола, %



По данным АО «КазАгро» за 2019 год в рамках АО «Аграрной кредитной корпорации» было выдано 7 727 кредитов в размере 237 115 млрд. тенге. Из них доля сельхозтоваропроизводителей женщин составила 13% от общего числа всех получателей. Общая сумма выдачи займов для женщин равна 20 млрд. тенге. По сравнению с 2018 годом сумма займа уменьшилась вдвое, учитывая, что количество выданных кредитов для женщин по сравнению с 2018 годом уменьшилось всего на 20%.

АО «Фонд финансовой поддержки сельского хозяйства» выдал 813 займов за 2019 год, в том числе 285 из них женщинам, на сумму более 1 млрд. тенге. АО «КазАгроФинанс» выделил 96 млрд. тенге для сельских предпринимателей, из них более 12 млрд. были выделены женщинам.

Таким образом, хочется отметить, что респонденты чаще слышат о программах Фонда «Даму», и в меньшей степени о программах предоставляемых АО «КазАгро». Также хочется отметить, что доля самозанятых по сравнению с предпринимателями, знающих о государственных программах существенно ниже. Большая часть респондентов знают, что в рамках программ можно получить финансирование, но мало кто знает, что программы предоставляют обучение бизнесу, новой профессии или участие в молодежной практике. Также была выявлена проблема с предоставлением информации, особенно в сельской местности, где респонденты не могут получить качественную и компетентную информацию о программах.

В рамках данных программ государству необходимо обратить особое внимание на предоставление информации для предпринимателей и в то же время следует понимать, что самозанятые в селе имеют ограниченный доступ к грамотной консультации.

В селе женщины трудятся наравне с мужчинами, и у них гораздо больше времени занимает ведение домашнего дел, учитывая то, что у многих есть свое личное хозяйство, огороды и т.д. Ограничение в

получение обучения основам бизнеса связаны с тем, что многие села находятся отдаленно от городов или районных центров. Возможно, нужно больше акцентировать внимание на то, чтобы проводить обучения в самих селах, в таком случае женщинам не придется выезжать за пределы своего населенного пункта.

Государственные программы по поддержке женского предпринимательства и уязвимого слоя населения

В целях поддержки женского предпринимательства, на сегодняшний день реализуются государственные программы, такие как *«Женщины в бизнесе»* и *«Развитие предпринимательских навыков женщин с инвалидностью»*.

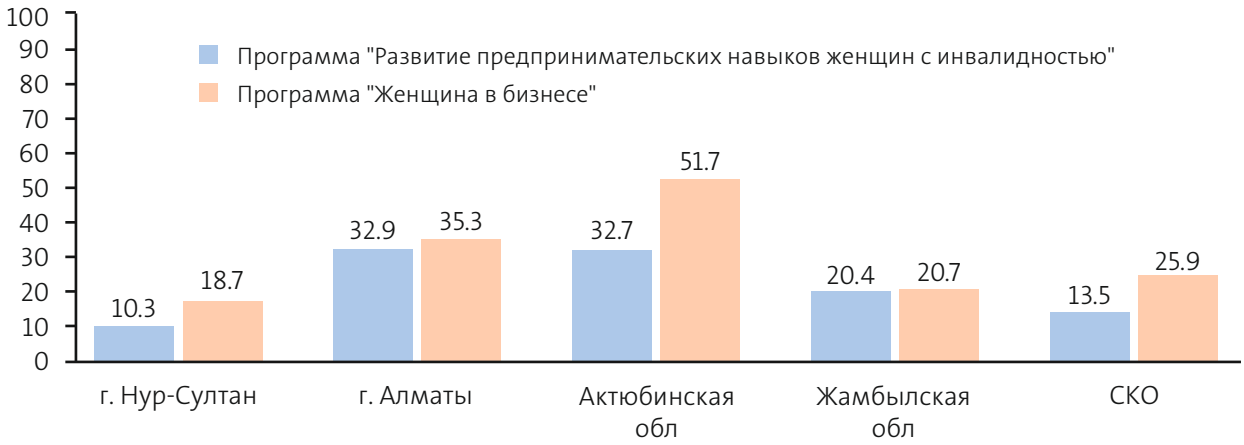
Анализ данных показал, что 31,2% опрошенных предпринимателей знают о программе «Женщины в бизнесе», из них доля женщин составляет 35,6%, в то время как доля мужчин - 26,3%.

Следует отметить, что количество предпринимателей, проинформированных о программе (36,3%) вдвое превышают количество самозанятых (16,6%). В региональном разрезе, наибольшая осведомленность отмечается в Актюбинской области – 51,7%, затем в городе Алматы – 35,3%.

В последнее время в стране наблюдается усиление внимания к проблемам семьи. Для успешной поддержки социально уязвимых семей, особую актуальность стали приобретать государственные программы, направленных на улучшения положения социального института семьи, активно внедряются новые формы поддержки бизнеса с уклоном на социальные аспекты, создание бизнеса для многодетных и малообеспеченных семей.

О программе направленных в поддержку социально-уязвимых групп женщин «Развитие предпринимательских навыков женщин с инвалидностью» известно 22,3% предпринимателям. самозанятые также менее проинформированы о ней – 13,5% против 25,4% действующих предпринимателей. Доля мужчин немного превышает долю женщин - 22,8% против 21,9%. Данная программа также в большей степени известна для предпринимателей города Алматы (32,9%) и Актюбинской области (32,7%), наименьший процент отмечается в городе Нур-Султане – 10,3%.

ДИАГРАММА 41. Доля респондентов, которым известно о программах по поддержке женского предпринимательства, в разрезе регионов, %



По данным Национальной палаты предпринимателей, в городе Алматы была запущена программа «Бизнес Бастау», в рамках которой проводится обучение основам предпринимательства для разных слоев населения, в то числе для многодетных матерей. В рамках данной программы были обучены 830 многодетных матерей. По результатам обучения основам предпринимательства, многодетные матери имеют возможность на получения грантов от государства. Так, в этом году, по городу Алматы были одобрены 1 045 грантов на сумму 527,7 млн. тенге трудоспособным инвалидам, многодетным матерям и членам малообеспеченных семей.

Касательно эффективности программы были проведены глубинные интервью с участниками программы «Бизнес Бастау», в частности с женщинами, которые получили помощь в рамках проекта.

- *«Это хорошее начало, я действительно хочу сказать спасибо. Это да, конечно не решают все наши проблемы на 100%, но действительно есть шажочек, продвижение, какое-то вот просыпается желание, стимул, мотивация»* - говорит участница программы.

В целом опрошенные участницы получили хороший опыт, однако также они столкнулись и с некоторыми проблемами. Открыв ИП, они моментально лишились права на пособие. Бизнес первое время не приносит дохода, так как есть подготовка, аренда и т.д. Получается женщины остались на несколько месяцев без основных средств существования.

«Кстати одна из задач была, чтобы эти женщины отказались от АСП. На мой взгляд, правительство наступила себе на грабли, они взяли и все эти пособия засунули в АСП, и слой многодетных мам в период с 2017-2019 годы не получали даже того мизерного пособия. И надо было доказывать, что ты в трудной жизненной ситуации. И вы знаете, что это повлекло за собой фиктивные разводы, скрытие доходов и т.д. И вот нам надо было, чтобы женщины осознанно отказались от АСП, потому что грант подразумевает открытие ИП. Открываешь ИП, и это уже твой доход, и ты лишаешься уже АСП. У нас на счет этого была прям большая проблема. Мы показывали реальную картину, что адресно-социальная помощь, она именно временная помощь. Сейчас формат этого АСП резко поменялся с этого года. Конечно, не все хотят двигаться, боятся, налогов боятся». Программы направлены в первую очередь для вовлечения граждан в предпринимательство. В рамках программ женщины могут получить обучение, получить государственные гранты и микрокредиты для открытия бизнеса. Стоит отметить, что программы действительно дали женщинам возможность улучшить свои жизненные условия. Однако при реализации программ все же есть недочеты, которые нужно учитывать.

Проблема с информативностью в целом предпринимателей о программах направленных на поддержку женщин и социально-уязвимого слоя населения остается одной из актуальной. Непонимание женщин в целом цели программ приводит к тому, что женщины отказываются от них. Также нужно учитывать нежелание трудиться и исправлять собственную жизненную ситуацию женщин. *«Очень часто были ответы, типа «А зачем вы вообще пытаетесь меня учить и т.д., я утром в 10 часов встаю, когда хочу, тогда чай попью, мне эти 160000 АСП капают и в принципе, зачем мне напрягаться?»* - говорит эксперт Гражданской общественности.

Планируя программу необходимо учитывать, что первые месяцы женщины не получают дохода от бизнеса, и что есть опасность снова загнать женщин в категорию уязвимых. *«Кредитные программы можно было бы придумать с льготными условиями, во-первых, предоставление каникул первых лет или месяцев, какие-то процентные ставки и комиссии, ну льготные условия»* - говорит эксперт микрокредитной организации.

Оценка эффективности государственных программ

В рамках государственных программ по занятости и поддержке предпринимательства в течение последних 5-ти лет 24,4% опрошенных респондентов получили финансирование, еще 22,2% обучились основам бизнеса. Из них наибольшее количество предпринимателей из районных центров – 35,3% доля респондентов, получивших финансирование и 30,4% обучение основам бизнеса. Меньше всего данную поддержку получили опрошенные жители малых сел – 9,0%.

Обучиться новой профессии смогли 9,9% всех опрошенных предпринимателей и 9,0% приняли участие в молодежной практике. Из них преимущественное количество из областного центра – 13,4% и 12,5% соответственно. Содействие в переезде из населенных пунктов также воспользовались 7,4% респондентов, из них большая часть из областных центров – 10,8%.

РИСУНОК 1. Доля респондентов, которые являлись участниками программ по поддержке предпринимательства, %

В Актюбинской области 46,3% опрошенных предпринимателей получили финансирование по государственным программам, еще 42,9% обучились основам бизнеса и предпринимательства. В Жамбылской области наименьшая доля предпринимателей, получивших финансирование – 5,6%, обучились бизнесу – 3,3%. Новую профессию освоили 23,6% предпринимателей города Алматы. Участием в молодежной практике в основном воспользовались предприниматели города Нур-Султан – 15,6%, и города Алматы – 18,1%. Сервисную поддержку получили 39,0% респондентов Актюбинской области и 27,8% города Алматы.

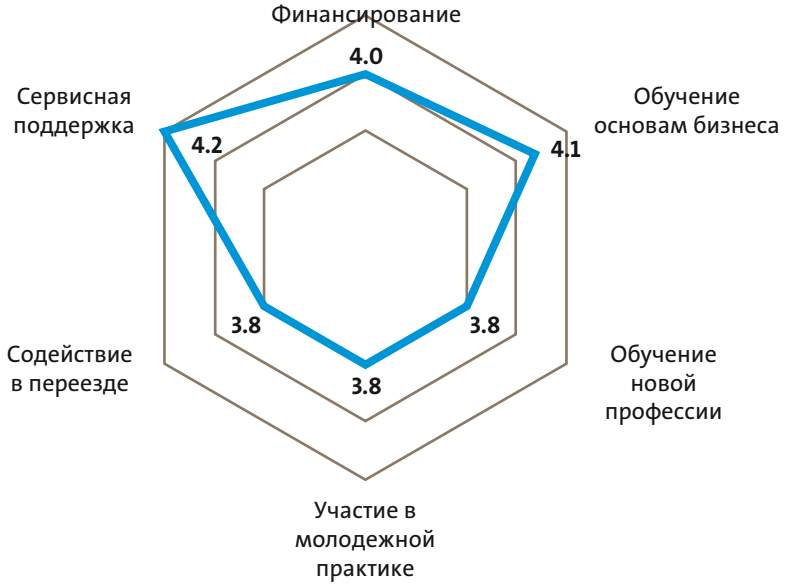
ТАБЛИЦА 39. Доля респондентов, которые являлись участниками программ по поддержке предпринимательства, в разрезе регионов, %

	г. Нур-Султан	г. Алматы	Актю-бинская	Жам-былская	СКО
Финансирование	20.9	24.7	46.3	5.6	20.4
Обучение основам бизнеса и предпринимательства	20.9	28.2	42.9	3.3	12.3
Обучение новой профессии	12.5	23.6	9.2	0.4	4.6
Участие в молодежной практике	15.6	18.1	7.6	0	4.2
Содействие в переезде из населенных пунктов	8.7	23.2	3.8	0	2.3
Сервисная поддержка	7.6	27.8	39.0	0.7	5.8

Участники государственных программ по занятости и поддержке предпринимательства оценивали их эффективность по пятибалльной шкале, где 1 – неэффективна и 5 – высокоэффективна. По результатам опроса, финансирование в рамках госпрограммы в среднем респонденты оценили на 4,0 балла. Наиболее высокую оценку – 4,2 балла респонденты дают сервисной поддержки, в том числе различным консультациям, юридическим услугам, разработкам бизнес планов и т.д., которую они получали во время участия в одной из программ. Опрошенные предприниматели, получившие обучение основам бизнеса оценили ее эффективность на 4,1 баллов. Среднюю оценку в 3,8 баллов получили такие программы как, обучение новой профессии, содействие в переезде в центры экономического роста, а также участие в молодежной практике.

Из интервью с предпринимателем из села: *«У нас есть программа трехмесячного обучения по стипендии, но в районном центре с этим немножко трудновато. Люди записываются, а по факту ничего толком не делается, вместо них другим карманы забивают. Хотелось бы, чтобы ужесточили контроль над этими процессами. Государство же не просто платит на обучение, надо контролировать, приходит ли женщина на занятие или нет, халатно относится у нас в райцентре к такому обучению».*

ДИАГРАММА 42. Оценка эффективности государственных программ участниками, среднее значение



Следует отметить, что в разрезе типа населенных пунктов наивысшие баллы по всем программам дают респонденты районных центров. Сервисную поддержку максимально оценили жители малого города – 4,7 балла, но в тоже время эффективность программы по содействию в переезде из населенных пунктов в центры экономического роста они оценивают в два раза ниже – 2,0 балла.

ТАБЛИЦА 40. Оценка эффективности государственных программ участниками в разрезе типа населенных пунктов, среднее значение

	Областной центр	Малый город	Районные центры	Малое село
Финансирование	3.8	4.2	4.5	3.7
Обучение основам бизнеса	3.7	4.6	4.6	4.2
Обучение новой профессии	3.8	3.8	4.2	3.3
Участие в молодежной практике	3.8	3.5	4.6	3.2
Содействие в переезде из населенных пунктов в центры	3.9	2	3.6	2.7
Сервисная поддержка	4	4.7	4.6	3.9

Недовольны эффективностью программ эксперты гражданской общественности. По их мнению, государство не прилагает должных усилий для развития женского предпринимательства. Они считают, что разрабатывая их не учитываются многие факторы, влияющие в дальнейшем в целом на их необходимость и эффективность.

«Общей эффективности в этих программах нет, пошел большой перекос в этом направлении, потому что то, что выявляет государство, декларирует и что оно делает на самом деле разные вещи. Очень многие проекты являются показухой, неэффективные. Я уверена, что на эти программы выделали хорошие деньги, какие-то ставили задачи, но здесь эффективность очень важна. Потому что при планировании таких программ там закладываются реальные индикаторы эффективности, но там нет нормальных индикаторов, по которым мы будем оценивать их. А получилась ли эта программа или нет, тут индикаторы эффективности также должны быть» – из интервью с представителем Совета деловых женщин.

«Ну, во-первых, поддержка различных государственных программ есть, но я хочу сказать, что они с одной стороны вроде есть, но с другой они такие неэффективные. Но для этого реально надо выявлять таких женщин, которые реально нуждаются в поддержке, их нужно нормально обучать, переобучать, давать им какие-то подъемные ресурсы, для того, чтобы они открывали свои бизнесы. Нужно четко понимать потребности экономики, где требуются больше каких-то предприятий, каких-то навыков и соответственно женщин обучают не просто, например, очередной салон красоты открыть, а если, например, требуются в данном конкретном районе применять те потребности, например, в швейном производстве или что-то другое. То есть их потребности и спрос на ту продукцию, которую эта женщина может сделать или предложить» – говорит эксперт гражданской общественности.

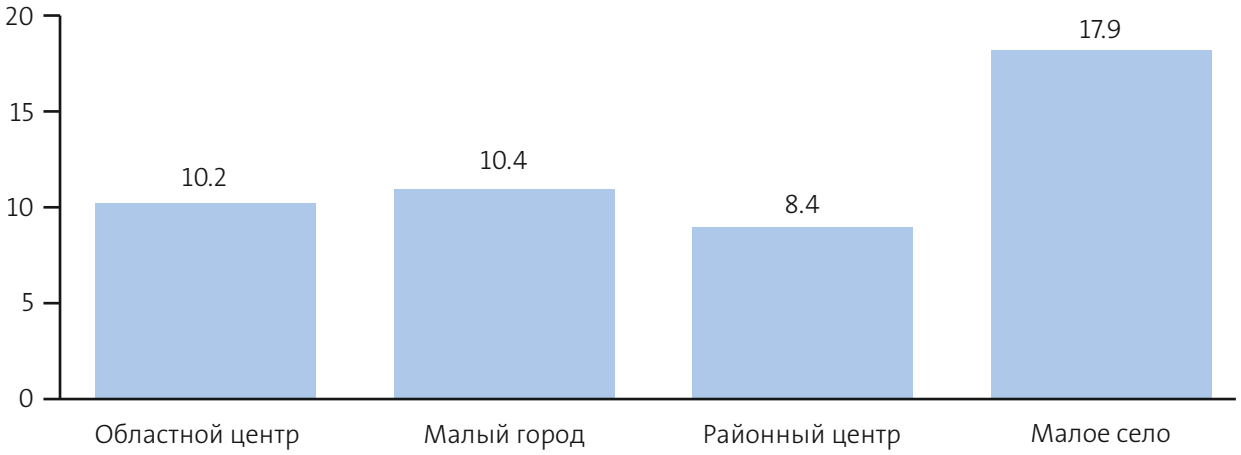
Нередко предприниматели, которые хотят участвовать в государственных программах, сталкиваются с отклонением заявки по самым разным причинам. Анализ данных показал, что в течение последних 5-ти лет 10,5% опрошенных респондентов столкнулись с данной проблемой. Наибольшее количество людей зарегистрировано в городе Нур-Султан – 15,6%, а также в Жамбылской области – 11,9%.

Зачастую предприниматели жалуются на проблему, связанную с залоговым имуществом. Женщины предприниматели часто сталкиваются с тем, что не имеют своей недвижимости, либо она уже заложена. *«Я говорю, ну извините, у меня нет залога, но мне нужны деньги, вот я, предприниматель, действующий, что вы можете дать? Они говорят, только если залог у Вас есть. Глупо, честно. Вот открыли здание, сидят сотрудники, им платят заработную плату и что да? Действительно такой помощи нет» - говорит предприниматель из города Алматы. «Я знаю про «Даму», даже ходила туда, но там просят залог. Никаких привилегий для женского предпринимательства нет. Но моя квартира уже в залоге. Везде какие-то препоны. Говорят: «Закройте залог, потом придете».*

Плохая кредитная история также является причиной отказа участия в государственных программах. *«Да, я ходила, я ходила. Я уже 5-6 лет хожу. Я хотела свой ресторан. Везде у меня черный список. Там говорят должна быть идеальная история. А вот история мне не дает»* - из интервью с предпринимателем Жамбылской области.

Актуальность проблемы в первую очередь наблюдается в малых и отдаленных селах, где количество опрошенных предпринимателей равна 17,9%. Это достаточно высокий показатель, учитывая, что в районных центрах с данной проблемой сталкивается в два раза меньше респондентов – 8,4%.

ДИАГРАММА 43. Доля респондентов, имеющие отклоненные заявки на участие в программах в разрезе типа населенных пунктов, %



Во время социологического опроса у респондентов спросили, имеют ли мужчины и женщины в равной степени доступ к государственным программам по поддержке предпринимательства, на что 71,9% ответили положительно. Доля респондентов, считающих, что мужчины в большей степени имеют доступ к программам, составила 6,7%. Основные причины, почему респонденты пришли к такому мнению, связаны с тем, что у женщин меньше времени по сравнению с мужчинами, им приходится заниматься домом, детьми и бытовыми проблемами. У мужчин в этом плане больше свободного времени, поэтому им чаще отдают предпочтении. Также, по мнению некоторых респондентов, наш менталитет еще не готов воспринимать женщину как руководители или предпринимателя.

Напротив, о том, что женщины имеют больше доступа к госпрограммам, говорят лишь 1,5% опрошенных предпринимателей. По их мнению, женщины более упорные и дипломатичные по сравнению с мужчинами. Также, женщиной движет материнское беспокойство о необходимости прокормить своих детей.

ДИАГРАММА 44. Доля респондентов, ответивших на вопрос, имеют ли женщины и мужчины равный доступ к программе, %

В Актюбинской области число опрошенных респондентов, считающих, что мужчины и женщины имеют равные условия доступа к программам значительно выше других регионов – 85,7%. В городе Нур-Султане такого мнения придерживается лишь 57,3%. По мнению 18,7% предпринимателей столицы мужчины в сравнение с женщинами имеют преимущество в доступе к программам по поддержке бизнеса.

Выводы и рекомендации

Согласно полученным данным социологического опроса и анализа глубинных интервью с экспертами, предприниматели в целом знают о существовании государственных программ. Тем не менее, доля самозанятых значительно меньше доли предпринимателей. Следовательно, стоит обратить особое внимание на доступность информации в целом для всего населения. Недостаточная осведомленность далее влияет на то, что предприниматели не участвуют в государственных программах, заранее предполагая, что их сфера деятельности не подходит под программу. Многие предприниматели боятся процедур сбора документов, из-за чрезмерной централизованной бюрократической системы.

Касательно участия в государственных программах, не все респонденты имеют представление о том, что можно получить в рамках государственной программы. Проблемы с получением грамотной консультации, особенно в малых селах и районных центрах сильно сказываются на доверии граждан к государственным программам.

Для повышения эффективности, при разработке государственных программ, выявлении четких стратегии и механизмов, следует взаимодействовать с экспертами гражданского сектора и предпринимателями. Необходимо также создать комплексную систему экономической, правовой и психологической поддержки семьям и женщинам в бизнесе.

Результативность программ зависит от четких механизмов подотчетности и оценки органов власти. На местном уровне в ходе реализации программ необходимо проводить постоянные проверки, включающие в себя структуры общественности.

3.3.3. Доступ к финансированию

Описание общей ситуации

Доступ к финансам является одним из главных вопросов развития бизнеса. Согласно полученным данным, только 57% респондентов отметили, что для них доступны кредиты, или другие финансовые ресурсы. В том числе, доля предпринимателей, имеющих доступ к кредитам, составляет 64%, самозанятых 37,3%. Самозанятые наиболее ущемлены в финансировании. Отсутствие доступа к финансированию является одним из главных барьеров для развития устойчивости самозанятых и переходу их на ступень предпринимательства.

Среди предпринимателей, лучшее возможности в получении финансирования у представителей крупного и среднего бизнеса, доля положительных ответов составляет 71%, тогда как у малого бизнеса 62,4%.

Отметим, что значимой разницы по доступу к финансовым продуктам между мужчинами и женщинами не отмечается. Так доля мужчин, имеющих доступ к финансам, составляет 58,4%, а доля женщин 55,8%. Но принимая во внимание, что у малого бизнеса меньшие возможности к доступу к финансам, и то, что в малом бизнесе в основном присутствуют женщины, следовательно, женщины из малого бизнеса более ущемлены в доступе к финансам.

В региональном разрезе заметно положительно выделяется Актюбинская область, где доступность к финансированию отметили 72,7% респондентов. И наоборот, низкую доступность отметили респонденты Нур-Султана – 47,3%. В остальных регионах доли положительных ответов в диапазоне 50-57%.

Отмечается разница в возможности получения различных финансовых продуктов между респондентами малых сел и сельских районных центров. В частности, среди первых доля тех, кто имеет возможность получить

финансирование из внешних источников составляет 45%, тогда как среди респондентов районных центров доля таковых составляет 71,7%, разница в 26,9 процентных пункта. У респондентов областных центров и малых городов доля положительных ответов примерно одинаковая, 55%. Таким образом, наблюдается лучшая картина в доступе к финансам в районных центрах.

В целом отметим, что 57% имеющих возможность получить финансирование для своего бизнеса через кредиты, либо другие финансовые источники, это невысокий показатель.

Доступность финансовых ресурсов для женщин

Выше отмечалось, что в целом 55,8% опрошенных женщин сказали, что им доступны финансовые ресурсы для организации своей деятельности.

В разрезе женщины-предпринимательницы, и женщины-самозанятые отметим, что доступность финансов естественно выше у первой рассматриваемой группы (63,8%), тогда как у второй почти в два раза ниже (35,1%).

Возрастной разрез опрошенных женщин существенных различий по доступу к финансам не показал, но все равно стоит подчеркнуть, что доля женщин в возрасте 30-49 лет имеют более высокую долю положительных ответов (59,4%), по сравнению с женщинами в возрасте до и после указанного возрастного диапазона, где доля положительных ответов на уровне примерно 53%.

Интересным видятся данные о доступности кредитов для женщин, обладающих различными личностными качествами.

Согласно данным, для успешного получения финансирования женщинам надо уметь идти на риск, так как 71% женщин, обладающих данным личностным качеством, отметили доступность к финансам.

Также, больший доступ к финансам имеют женщины, которые умеют «подать себя» (эффектная внешность), на нарушают законы, дипломатичны, настойчивы в достижении цели, умеющие постоять за себя, восприимчивы к инновациям, желающие влить финансы в новый интересный инновационный продукт.

Не умаляя другие личностные качества, отметим, что они тоже важны, хоть и имеют несколько ниже долю положительных ответов.

Соответственно, при обучении женщин франчайзингу необходимо говорить о тех сторонах личности, которые помогут успешно найти источник финансирования для своей *деятельности*.

ДИАГРАММА 45. Личностные качества женщин, которые имеют доступ к финансированию

Барьеры при получении финансирования

ОВ целом, 25% респондентов отметили, что у них не было препятствий при получении финансирования. Среди предпринимателей 28%, среди самозанятых 15%. По признаку пола существенной разницы нет. Также отметим, что с мнением о наличие барьера при получении финансирования в виде дискриминации женского бизнеса согласно лишь 0,9% в целом, из них 0,9% женщин, и 0,8% мужчин.

Рассмотрим барьеры, с которыми сталкиваются предприниматели и самозанятые при получении финансирования.

В целом, в топ-3 барьеров, препятствующих при получении финансирования, являются высокие проценты (57,3%), сложности с предоставлением залога (35,6%), бюрократия, связанная со сбором документов (18,3%).

1. **Высокие проценты 57,3%**
2. **Сложности с предоставлением залога 35,6%**
3. **Бюрократия 18,3%**

а также:

Сроки рассмотрения 16,4%
Нет информации о кредитах 15,3%
Много проверок 12,9%
Нет прозрачности рассмотрения заявок 9,9%
Финансируют более крупные проекты 9,1%
Коррупция 8,4%
Сложно составить бизнес-план 7,7%
Недостаточность финансовых знаний у меня 7,1%
Дискриминация женского бизнеса 0,9%.

Такие барьеры при получении финансирования, как отсутствие информации, бюрократия, непрозрачность предоставления займов, долгие сроки рассмотрения заявок, низкая финансовая

грамотность заемщиков, порождает коррупцию в финансовых организациях, либо среди операторов грантов, льготных займов. С коррупцией при обращении за финансированием столкнулось 8,4% опрошенных респондентов.

Барьеры при получении финансирования у предпринимателей

Высокие проценты – барьер актуален для 54,9% предпринимателей. Предпринимателям, даже при прибыльном функционировании бизнеса сложно оплачивать большие суммы процентов по кредитам. Также респонденты отмечают, что остающихся средств после уплаты кредитов, налогов, аренды оказывается недостаточно для решения задач по дальнейшему развитию и расширению бизнеса.

Залоговое обеспечение займа – вторая проблема бизнеса (37,5%). В данном требовании банков респонденты сталкиваются со строгими ограничениями в отношении количества и качества залогового обеспечения. Респонденты отмечают, что зачастую у залога, предоставляемого ими для получения кредита, низкая оценочная стоимость. Особенно это актуально для респондентов сельской местности, бизнес которых, или их жилые дома, низкой ликвидности.

Примерно пятая часть предпринимателей отмечает долгие сроки рассмотрения заявки и бюрократические волокиты в виде сбора многочисленных документов, требуемых банками для получения кредитов, а также проверок со стороны банков поданных заявок.

Примерно для 15% опрошенных предпринимателей актуальна проблема отсутствия информации о кредитах, что влечет непрозрачность рассмотрения заявок для выдачи кредитов, а также коррупцию.

Незначительной части предпринимателей требуется помощь в составлении бизнес-планов, финансовых консультаций, так как недостаточность знаний в этой области влечет проблемы с получением финансирования.

Отмечена проблема того, что банковский сектор сегодня больше интересуют крупные проекты, или проекты с быстрой окупаемостью. Таким образом малый бизнес с небольшим оборотом, стартапы испытывают финансовый голод, который оборачивается либо приостановлением деятельности, либо закрытием бизнеса.

ДИАГРАММА 46. Барьеры при получении финансирования у предпринимателей, %

Барьеры при получении финансирования у самозанятых

Высокие проценты (63%) и сложности с предоставлением залога (31%), две наиболее актуальные проблемы, с которыми сталкиваются самозанятые при обращении за финансированием в различные финансовые институты. Эти проблемы актуальны и для предпринимателей, однако, у самозанятых они выражены несколько острее. Например, самозанятый, имеющий нерегулярный доход, не имеет возможности получить кредит под более низкие процентные ставки, так как категория заемщиков с отсутствием стабильного высокого дохода входит в группу «риска» по невозврату кредита, и банки таким заёмщикам отказывают в кредитовании, либо, с целью минимизации рисков, выдают им кредиты под большие проценты и требуют высоколиквидный залог.

16,3% самозанятых говорят об отсутствии информации по кредитам, примерно 15% заявило о бюрократии в банковском кредитовании.

По сравнению с предпринимателями несколько острее у самозанятых выражены проблемы с составлением бизнес-планов (12%), недостатком финансовых знаний (8,3%), что также влечет отказ в предоставлении займа.

ДИАГРАММА 47. Барьеры при получении финансирования у самозанятых, %

Значимых различий при получении финансирования между мужчинами и женщинами не отмечается. Однако стоит отметить, что по сравнению с мужчинами, у женщин несколько существеннее проблемы высоких процентов по кредитам, количество банковских проверок для получения одобрения на кредит, недостаточность финансовых знаний.

Также отметим, что даже несмотря на то, что у проблемы «финансирования банками более крупных проектов» разница долей положительных ответов мужчин и женщин составляет всего лишь 1,1%, она достаточна актуальна для женщин стартап, чье становление в бизнесе только начинается. В индивидуальных интервью женщины отмечали, что банки практически не кредитуют стартапы, так как там нет масштаба, нет еще оборота, и есть большой риск невозврата выданных кредитов.

Мужчины более чаще, чем женщины отмечали проблему коррупции, длительных сроков и отсутствия прозрачности рассмотрения заявок, бюрократии.

В глубинных интервью часто отмечалось, что банки меньше кредитуют женщин, так как считают, что женщины, как правило, больше представляют малый бизнес с небольшими финансовыми оборотами, низкорентабельные сферы деятельности, и поэтому: «*... естественно, того же банкира не волнует мужчина или женщина, в первую очередь, его волнует риск его займа или кредита, ему нужно чтобы ему вернули, и причем вернули с 100% вероятностью. Естественно они хотят предоставить кредит*

тем, кто более платежеспособен. А женщины чаще менее платежеспособны, они в низкорентабельных сферах, объем бизнеса небольшой» (из интервью с экспертом).

ТАБЛИЦА 41. Барьеры при получении финансирования у мужчин и женщин, %

	муж	жен	Разница у женщин по сравнению с мужчинами
Высокие проценты	55	59.4	4.4
Много проверок	11.5	14.2	2.8
Недостаточность финансовых знаний у меня	5.6	8.3	2.7
Финансируют более крупные проекты	8.5	9.7	1.1
Нет информации о кредитах	15.2	15.4	0.2
Дискриминация женского бизнеса	0.8	0.9	0.1
Сложно составить бизнес-план	8.3	7.2	-1.1
Сложности с предоставлением залога	36.7	34.5	-2.1
Бюрократия	19.6	17.1	-2.5
Нет прозрачности рассмотрения заявок	11.9	8.2	-3.7
Сроки рассмотрения	18.3	14.6	-3.7
Коррупция	10.4	6.6	-3.8

Женщины более часто говорят о высоких барьерах при получении финансирования, чем мужчины, указывая высокие проценты (59,4 против 55), множественность проверок (14,2 против 11,5), недостаточность финансовых знаний (8,3 против 5,6), дискриминации (0,9 против 0,8). В то же время реже упоминают бюрократию (17,1 против 19,6), непрозрачность (8,2 против 11.9), сроки рассмотрения (14,6 против 18,3), коррупцию (6,6 против 10,4).

В региональном разрезе отметим, что при получении финансирования с проблемой высоких процентов чаще сталкивались респонденты Жамбылской области и г. Алматы (68,4% и 64,6% соответственно).

Сложности с предоставлением залога больше возникало у респондентов Жамбылской и Актюбинской областей (63,6% и 50% соответственно).

Слабо предоставляется информация о возможности получить финансирование на развитие бизнеса в Жамбылской области, где сравнительно других регионов наибольшая доля респондентов (37,4%). Также в этом регионе респонденты чаще других отмечают проблему бюрократических процедур в банках (39,6%). В регионе в два раза и больше отмечена проблема коррупции при получении кредитов (18,7%).

Респонденты г. Нур-Султана и Жамбылской области в два раза чаще других сталкивались с закрытостью процесса рассмотрения заявок на получения кредитов.

В г. Нур-Султане 18,4% респондентов отметили, что банки более заинтересованы в кредитовании крупных проектов, это практически в два и более раза больше, чем доля респондентов в других проектных регионах.

Респонденты из двух городов республиканского значения Алматы и г. Нур-Султана чаще других отмечали проблему сложности с составлением бизнес-плана. Вероятно, что здесь есть не менее 3-х причин: (1) более строгие требования банков данных городов к бизнес-планам, (2) проекты респондентов данных городов сложнее, что требует более тщательного бизнес-планирования, (3) либо, респонденты реально не имеют достаточных финансовых знаний (данный вывод подтверждается сравнительно высокой долей по этому барьеру в рассматриваемых городах).

Если говорить о дискриминационном отношении к женскому предпринимательству при получении финансирования, то по сравнению с другими регионами, в г. Нур-Султане 2% тех, кто согласен с данным утверждением, в остальных в два и более раза ниже.

ТАБЛИЦА 42. Барьеры при получении финансирования в регионах, %

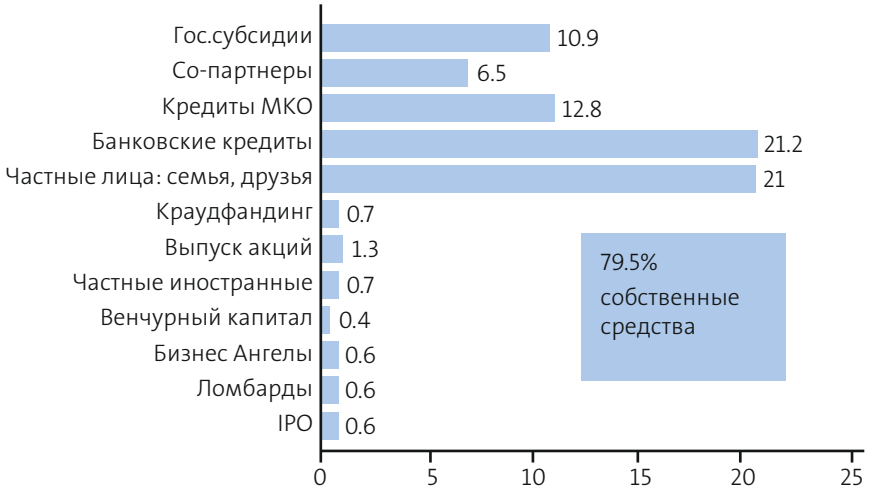
	г. Нур-Султан	г. Алматы	Актю-бинская	Жам-былская	СКО
Сложности с предоставлением залога	19.7	26.3	50	63.6	21.6
Нет информации о кредитах	18	9.1	5.9	37.4	5.7
Сроки рассмотрения	18	15.2	23.3	13.9	10.2
Высокие проценты	59.8	64.6	43.6	68.4	49.4
Нет прозрачности рассмотрения заявок	15.2	7.1	4	15.5	6.8
Много проверок	16.8	19.7	10.9	3.2	12.5
Финансируют более крупные проекты	18.4	9.6	3.5	3.7	8
Бюрократия	7.8	16.7	10.9	39.6	20.5
Коррупция	9.8	7.1	2.5	18.7	4
Недостаточность финансовых знаний у меня	7	11.1	5.9	4.3	6.8
Сложно составить бизнес-план	11.5	7.6	4	8.6	6.3
Дискриминация женского бизнеса	2	0.5	1	0.5	0

Источники финансирования

Основным источником финансирования деятельности для опрошенных респондентов являются собственные средства, 79,5% указали на данный источник финансов. Далее, но гораздо для меньшего числа населения, источниками финансов служат банковские кредиты (21,2%), круг родственников, друзей (21%). Кредиты микрокредитных организаций и государственные субсидии используют примерно 11-13% опрошенных. Опыт со-партнерства, как источника получения финансов был у 6,5% респондентов.

Таким образом, исключая собственные средства, отмечается довольно узкий круг источников финансирования, с малым числом респондентов, использующих их.

ДИАГРАММА 48. Источники финансирования, %



Источники финансирования у предпринимателей несколько более разнообразны по сравнению с самозанятыми. В частности, предприниматели помимо собственных средств, привлекают для развития своего бизнеса банковские кредиты (25,6%), средства семьи, друзей (19,5%), кредиты МКО (14,8%), государственные субсидии (13,9%).

Самозанятые, в основном используют собственные средства (87,4%) и обращаются за финансовой поддержкой к семье, друзьям (26,3%), это вариант они называют «берем в долг». Кредиты используют лишь 6% респондентов.

Низкая доля привлечения кредитов банков и МКО говорит о том, что самозанятым данный финансовый источник практически недоступен, в виду отсутствия залога, высокой процентной ставкой банков, отсутствия подтверждения постоянного источника дохода у заемщика. Об этом более шире в разделе «Барьеры финансирования».

ДИАГРАММА 49. Источники финансирования, %

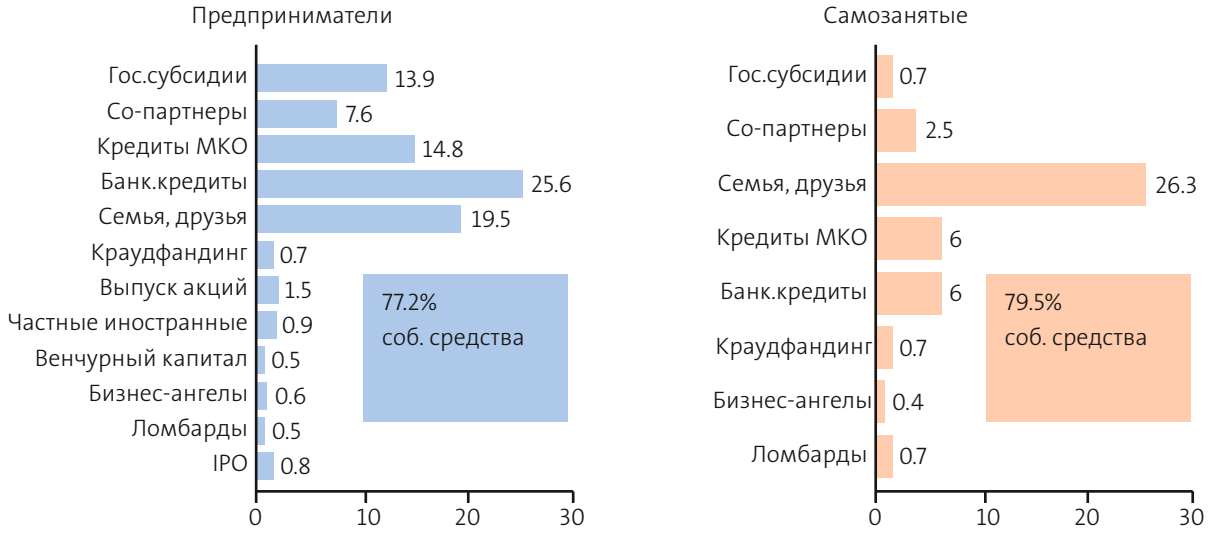


ТАБЛИЦА 43. Источники финансирования у мужчин и женщин, %

	мужчины	женщины	Разница между мужчинами и женщинами
Собственные средства	77.5	81.2	-3.7
Гос. субсидии	12.7	9.4	3.3
Со-партнеры	6.9	6.1	0.8
Кредиты МКО	10.8	14.5	-3.6
Банковские кредиты	20.7	21.6	-0.9
Семья, друзья	22.7	19.6	3.2
Краудфандинг	0.7	0.7	0
Выпуск акций	1.7	1	0.7
Частные иностранные	1.2	0.3	0.9
Венчурный капитал	0.7	0.1	0.5
Бизнес-ангелы	1	0.1	0.9
Ломбарды	0.3	0.7	-0.4
IPO	0.5	0.7	-0.2

В региональном разрезе важно рассмотреть ситуацию по основным источникам финансирования. Согласно данным, по использованию собственных средств заметно выделяется Актюбинская область, где 91% прибегают к данному источнику финансирования. Также в этом регионе сравнительно большая доля респондентов, использующих государственные субсидии (16%), по сравнению с ними в Жамбылской области и г. Алматы данный вид источника практически не распространен.

К со-партнерам чаще обращаются респонденты г. Нур-Султана (12,7%). Также в этом городе наибольшая доли тех, кто использует кредиты банков (32,6%), МКО (22,6%), и финансовую поддержку от семьи и друзей (42,1%).

ТАБЛИЦА 44. Источники финансирования в регионах, %

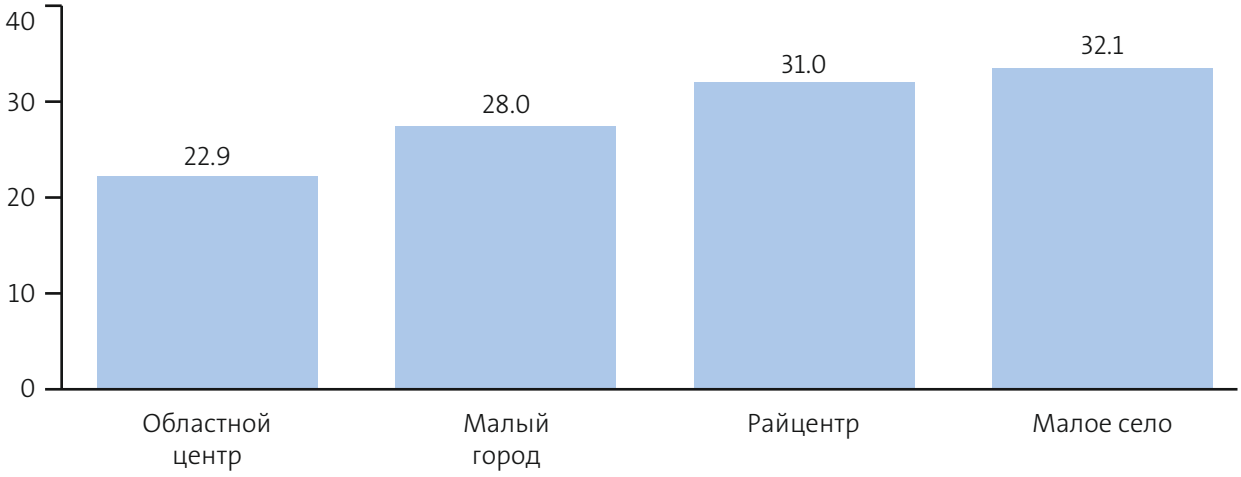
	г. Нур-Султан	г. Алматы	Актю-бинская	Жам-былская	СКО
Собственные средства	60.6	77.5	90.9	76.2	87.3
Гос. субсидии	12.7	6.1	16	7.7	11.2
Со-партнеры	12.7	7.4	6.5	1.6	4.8
Кредиты МКО	22.6	9	20.8	7.7	3.2
Банковские кредиты	32.6	16.4	17.3	22.2	19.5
Семья, друзья	42.1	27.5	5.5	24.6	11.6

Помимо рассмотренных видов финансовых источников, в интервью с респондентами, а также с экспертами обращалось внимание на грантовую поддержку женского предпринимательства. В частности, эксперт Аграрного союза женщин Казахстана отмечает, что грантовое обеспечение наиболее устойчивое и приемлемое для женщин в сельской местности, и особенно самозанятых, так как зачастую у женщин сельской местности нет залогового имущества, чаще всего имущество записано на мужчин, нет постоянной заработной платы, чтобы подтвердить свою платежеспособность в погашении кредита. Одним из условий выдачи грантов является реализация денег в открытие, развитие бизнеса.

b. Обращение за получением финансирования для бизнеса

В течение года за получением финансирования обращалось 25,5% всех опрошенных респондентов, из них доля предпринимателей составила – 27,8%, самозанятых – 18,9%. В гендерном разрезе существенной разницы не наблюдается. Более 30% предпринимателей малых сел и райцентров обращалось за кредитованием, в меньшей степени респонденты областных центров – 22,9%.

ДИАГРАММА 50. Доля респондентов, обращавшихся за финансированием в течение года в разрезе типа населенного пункта, %



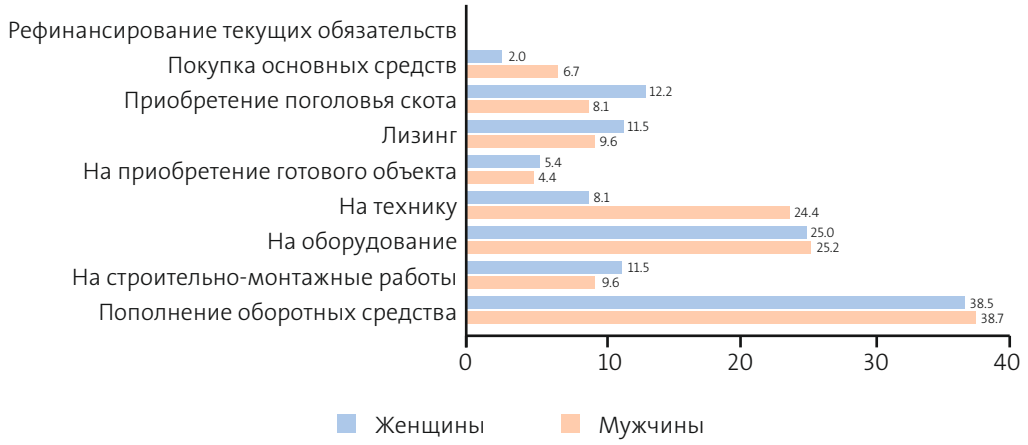
Чаще всего действующие предприниматели обращались за финансированием с целью пополнения оборотных средств (38,7%). На оборудование брали 25,1% опрошенных респондентов, еще 15,9% на технику. Подавали заявку в банк для рефинансирования текущих обязательств – 4,2%, на приобретения готового объекта – 4,9%.

ДИАГРАММА 51. Цели обращения действующих предпринимателей за финансированием, %

В разрезе регионов следует отметить, что чаще за пополнением оборотных средств обращались респонденты г. Нур-Султана (52,2) и Алматы (53,6%). На оборудование просили финансирование 38,1% бизнесменов Жамбылской области. Высокая доля предпринимателей СКО обратилось с целью приобретения техники – 23,6%. На приобретения поголовья скота большая доля респондентов из Актюбинской области – 27,9%.

Существенной разницы между целями обращения на пополнение оборотных средств и на оборудование в разрезе пола не наблюдается. На покупку основных средств обратились 12,2% женщин, в то время как доля мужчин составила 8,1%. Обращение мужчин (24,4%) на покупку техники в три раза превышают по количеству обращений женщин (8,1%).

ДИАГРАММА 51. Цели обращения действующих предпринимателей за финансированием в разрезе пола, %



Источники финансирования бизнеса различаются тем, что мужчины чаще финансируются из государственных субсидий, тогда как женщины – из микрокредитных организаций. Гендерная разница наблюдается по отдельным целям финансирования: женщины реже берут деньги на технику (8,1 против 24,4%), но чаще – на покупку основных средств (12,2 против 8,1) и готовых объектов (5,4 против 4,4).

Со случаями отказа заявки на финансирование сталкивалось 34,9% опрошенных респондентов. Банк вправе не объяснять заемщику, по какой причине ему отказали в выдаче средств. Это может быть низкий уровень дохода, негативная кредитная история, недостаточность залогового обеспечения и т.д. Часто банки могут даже отказать по причине нежелательной отрасли, то есть банк исчерпал лимиты выдаваемых кредитов на определенную отрасль.

«Мне ни банк не дал кредит на такую сумму, ни в принципе какие-то незнакомые люди, инвестор не дал бы мне таких денег, если только есть связи опять-таки. Бизнес только начала, оборотов нет, залога нет – нет денег».

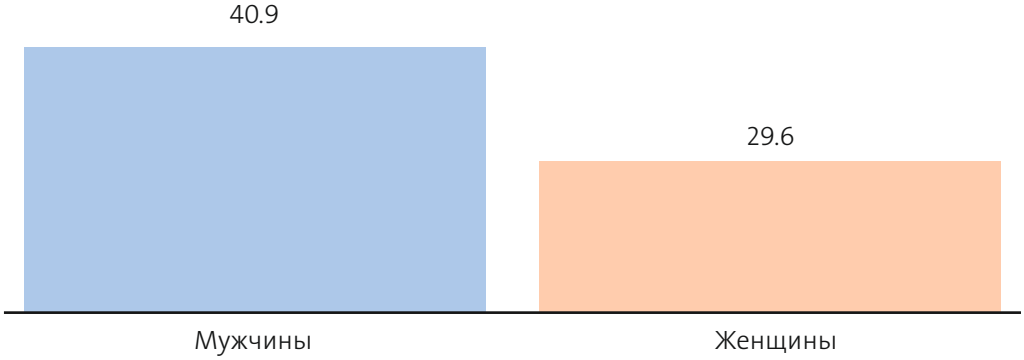
«Да, там опять-таки же ты должна быть платежеспособна. Опять чтобы кредит этот взять у тебя доход должен быть такой-то, ну знаете же кредитную систему. Нам простым смертным это очень-очень невыгодно и недоступно».

«Вы знаете, у меня как-то в 2009 году попали в аварию мать, дочь и сестра. У меня был кредит в ЖилСтрой, мы буквально в 2007 году взяли кредит. И там месяца 3-4 этот кредит не платила, пока похороны, пока все в больнице лежали. 5-6 месяцев прошло, и меня вызвали в суд, дело дошло до суда. Вот этот единственный кредит испортил всю мою историю. И вот теперь я нигде не могу взять никакой кредит. Я беру через прописки, через знакомых».

Самозанятым чаще отказывают в выдаче кредита (38,8%) по сравнению с предпринимателями (33,9%). Причинами отказа могут послужить ряд причин, но в большинстве случаях одной из основных проблем с которыми сталкиваются самозанятые – официально не зарегистрированный бизнес. Соответственно, заемщик не может доказать свою финансовую стабильность.

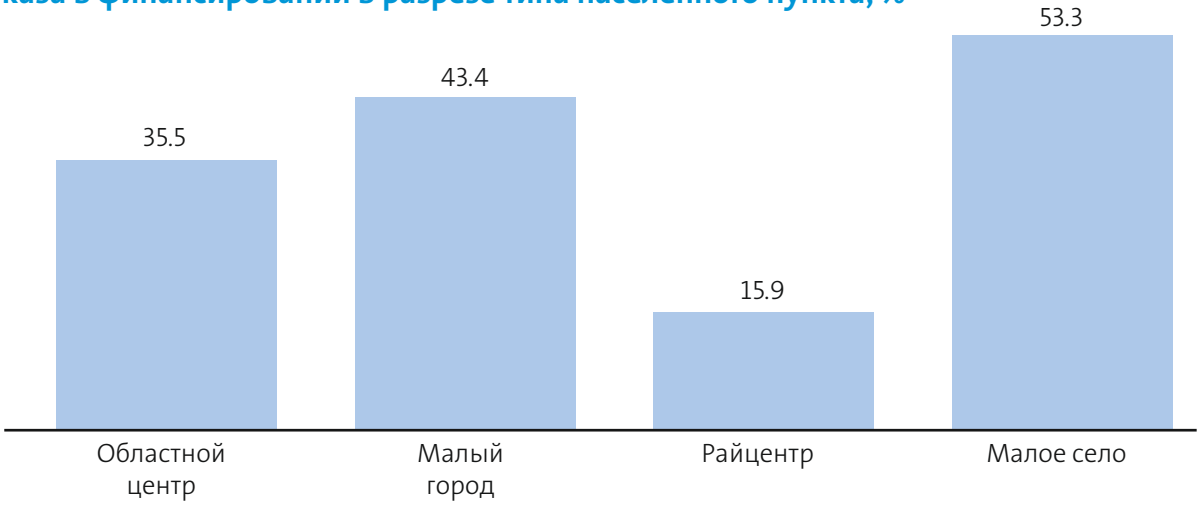
Анализ в разрезе гендера показывает, что мужчины больше сталкивались со случаями отказа, по сравнению с женщинами. Таким образом, доля женщин составляет 29,6%, в то время как доля мужчин 40,9%.

ДИАГРАММА 53. Доля респондентов, которые сталкивались со случаями отказа в финансировании в разрезе пола, %



В региональном разрезе наблюдается существенная разница, в частности Жамбылской области (66,2%), а также г. Нур-Султана (53,0%). В Актюбинской области зафиксированы самые редкие случаи отказа в финансировании – 8,4%. В малых и отдаленных селах более половины опрошенных предпринимателей (53,3%), которые обращались за финансированием, сталкиваются со случаями отказа в заявке.

ДИАГРАММА 54. Доля респондентов, которые сталкивались со случаями отказа в финансировании в разрезе типа населенного пункта, %



На сегодняшний день банковское финансирование имеет огромное значение в любом государстве, которое решает проблемы, стоящие перед всей экономической системой. Анализ данных показал, что 25,5% всех опрошенных респондентов прибегали за финансированием в течение последнего года, большинство из них для пополнения оборотных средств. Однако не всегда займы могут быть доступными для предпринимателей и в целом для населения, треть из всех, кто обращался, получили отказ в финансировании.

Если рассматривать проблемы кредитования с точки зрения опрошенных предпринимателей, то можно сказать что основные проблемы возникают из-за жестких условий и высокой стоимости самого кредита. *«Ну конечно хотелось бы, чтобы более лояльные были условия именно в части кредитования со стороны банков второго уровня, потому что там требования очень жесткие, сами понимаете»* - говорит предприниматель в селе.

Немаловажной проблемой является отсутствие залогов, из-за этого многим представителям бизнеса, а также самозанятым отказывают в предоставлении займа.

«Вот я же часто езжу по районам, в основном в селах, в большей части в городе – «на чье имя записано хозяйство, дом, квартира»? Естественно, на мужа. Так о каком финансировании может мечтать женщина? И теперь скажите, как это на законодательном уровне принять, чтобы женский бизнес поддерживать? Она не может, он либо сам не дает, либо он его уже давно три раза заложил, перезаложил. У него не пошло, у него нет предпринимательского мышления, а у нее на уровне пирожков, курта, молока идет, но она не может взять. То есть, законодательно есть. Если они каким-то макаром придут к этому, что как финансировать тот же самый женский бизнес с этими услугами, но у нее нет залога, залог записан на мужа. Тогда да, я думаю, будет развиваться. И опять как отсечь, женщин не бывает же, все институты, все банки, Всемирные банки, говорят о женской лояльности, о женской ответственности, когда перед кредиторами, но и на старуху проруха бывает, и в бочке меда деготь заводится, как отсечь? Чтобы потом это пятно не ложилось на всех остальных женщин, которые хотят и могут брать эти кредиты и потом закрывать. Тут тоже надо думать».

Банковскую систему трудно назвать эффективной для развития предпринимательства. На всех стадиях инструменты банковского финансирования не полностью удовлетворяет потребности бизнеса. Недоступность ключевых источников финансирования приводит к медленному росту и развития предпринимательства в стране. Необходимо использовать методы кредитования, которые позволили бы расширить кредитные отношения с предприятиями.

Безналичные процедуры и банковские счета на сегодняшний день становятся неотъемлемой частью повседневной жизни человека, и важным элементом в системе отношений предпринимательства. Несмотря на это, среди опрошенных самозанятых лиц, доля тех, кто имеет банковский счет или карту – 70,8%. В гендерном соотношении больше всего владельцами счетов и карт являются женщины – 75,3%, доля мужчин составила 64,5%. В областных центрах высокая доля тех, кто использует карточки и счета по сравнению с селами. Значительно упрощает управление безналичными расчетами применение электронных средств. С этой целью на сегодняшний день предлагаются банковские автоматы, электронные платежи. Однако в сельской местности, в особенности в отдаленной данные функции не всегда бывают доступными.

Резюме

Доступ к финансам является одним из главных вопросов развития бизнеса. Согласно полученным данным, только 57% респондентов отметили, что для них доступны кредиты, или другие финансовые ресурсы. Этот показатель не является положительным в таком важном аспекте, как финансирование, без которого сложно развивать бизнес.

Самозанятые наиболее ущемлены в финансировании, так как лишь 37,3% отметили, что имеют возможность получить финансовую поддержку. Этот барьер является одним из главных для развития устойчивости самозанятых, и переходу их на ступень предпринимательства.

Среди предпринимателей, лучшее возможности в получении финансирования у представителей крупного и среднего бизнеса, доля положительных ответов составляет 71%, тогда как у малого бизнеса 62,4%. Принимая во внимание, что в малом бизнесе в основном присутствуют женщины, следовательно, женщины из малого бизнеса более ущемлены в доступе к финансам.

Для успешного получения финансирования женщинам надо уметь идти на риск, так как 71% женщин, обладающих данным личностным качеством, отметили доступность к финансам. Также, больший доступ к финансам имеют женщины, которые умеют «подать себя» (эффектная внешность), не нарушают законы, дипломатичны, настойчивы в достижении цели, умеющие постоять за себя, восприимчивы к инновациям, желающие влить финансы в новый интересный инновационный продукт.

Основными барьерами, препятствующих при получении финансирования, являются высокие проценты, сложности с предоставлением залога, бюрократия, связанная со сбором документов. Проблема высоких банковских процентов, и отсутствие залога более остро выражены у самозанятых. Категория заемщиков с отсутствием стабильного высокого дохода входит в группу «риска» по невозврату кредита, и банки таким заёмщикам отказывают в кредитовании, либо, с целью минимизации рисков, выдают им кредиты под большие проценты и требуют высоколиквидный залог.

Такие барьеры при получении финансирования, как отсутствие информации, бюрократия, непрозрачность предоставления займов, долгие сроки рассмотрения заявок, низкая финансовая грамотность заемщиков, порождает коррупцию в финансовых организациях, либо среди операторов грантов, льготных займов. С коррупцией при обращении за финансированием столкнулось 8,4% опрошенных респондентов.

По сравнению с мужчинами, у женщин несколько существеннее проблемы высоких процентов по кредитам, количество банковских проверок для получения одобрения на кредит, недостаточность финансовых знаний. В глубинных интервью часто отмечалось, что банки меньше кредитуют женщин, так как считают, что женщины, как правило, больше представляют небольшой бизнес с небольшими финансовыми оборотами, низкорентабельные сферы деятельности.

Основным источником финансирования для опрошенных респондентов являются собственные средства. Далее, но гораздо для меньшего числа респондентов, источниками финансов служат банковские кредиты, круг родственников, друзей.

Источники финансирования у предпринимателей несколько разнообразны по сравнению с самозанятыми. В частности, предприниматели помимо собственных средств, привлекают для развития своего бизнеса кредиты банков и МКО, средства семьи, друзей, государственные субсидии.

Самозанятые в основном используют собственные средства и обращаются за финансовой поддержкой к семье, друзьям, это вариант они называют «берем в долг».

Низкая доступность кредитов банков и МКО для самозанятых говорит о том, что у них нет постоянного источника дохода, отсутствует ликвидный залог.

По данным опроса видно, что женщины чаще привлекают для развития своей деятельности собственные средства, кредиты. Тогда как мужчины несколько чаще привлекают государственные субсидии, а также чаще обращаются за поддержкой к семье, друзьям.

Четвертая часть всех опрошенных респондентов обращались за финансированием в течение последнего года, большинство из них для пополнения оборотных средств. Однако не всегда займы могут быть доступными, чуть более трети обращавшихся за финансированием к внешним источникам, получили отказ.

Самозанятым чаще отказывают в выдаче кредита по сравнению с предпринимателями. Причинами отказа могут послужить ряд причин, но в большинстве случаях одной из основных проблем с которыми сталкиваются самозанятые – официально не зарегистрированная деятельность, и соответственно, заемщик не может доказать свою финансовую стабильность.

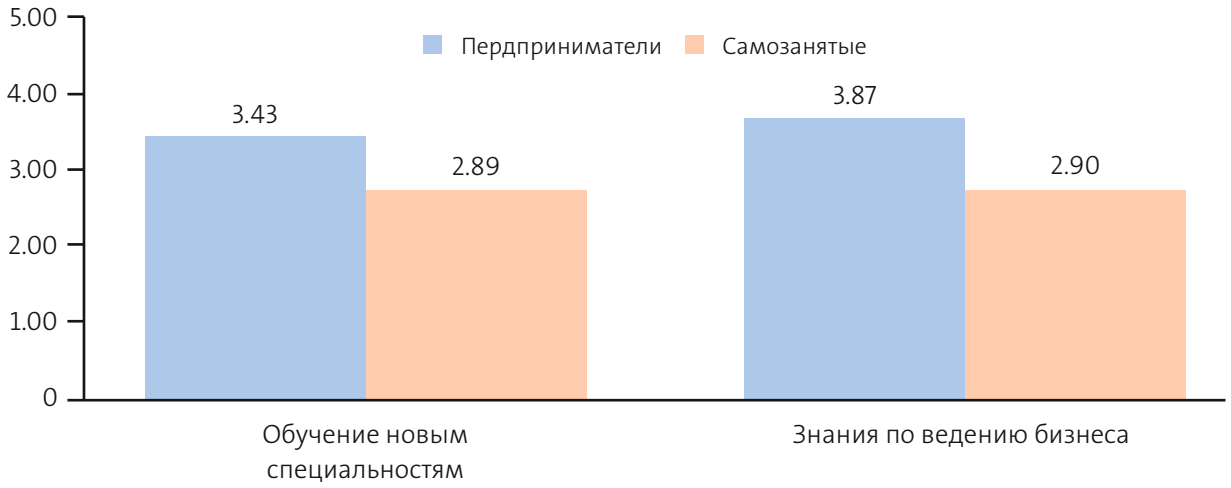
Рекомендации:

- *Предоставление грантов для самозанятых*
- *Тренинги по финансовой грамотности для развития женского бизнеса*
- *Тренинги по развитию личностных качеств, способствующих росту и успешности в бизнесе.*
- *Развивать менторскую помощь для самозанятых и начинающих предпринимателей*
- *Повышать качество и количество информации по поддержке предпринимательства, и в особенности по доступу к финансам.*
- *Особое внимание уделять малым селам, где все обозначенные проблемы по доступу к финансированию обозначены острее: «в маленьких поселках много желающих работать и быть независимыми, но нет возможностей, даже обучаться».*

3.3.4. Образование и профессиональная подготовка

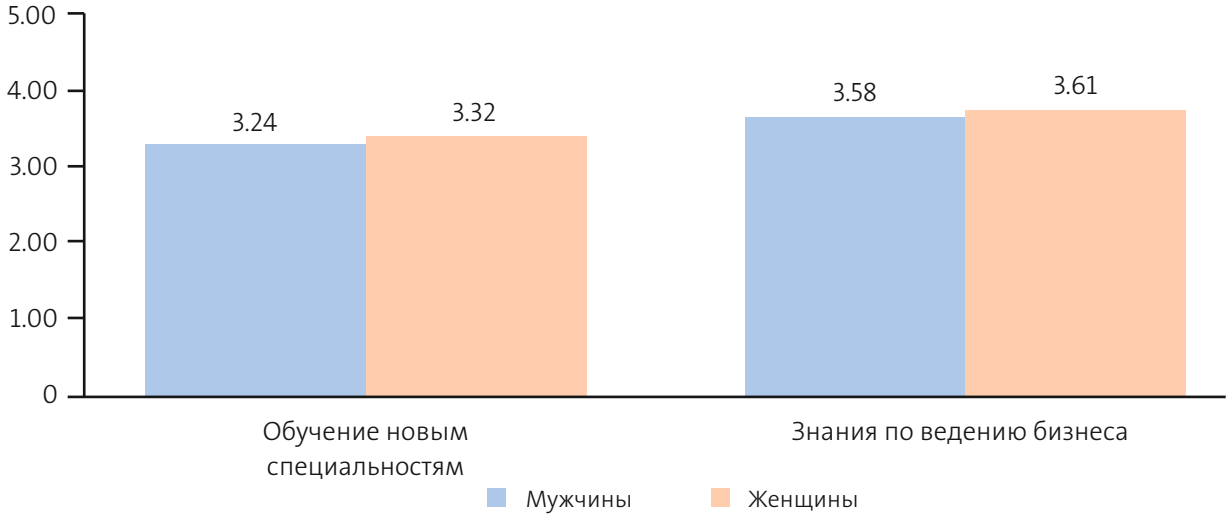
Обучение новым специальностям и знания по ведению бизнеса являются более доступным для предпринимателей – 3,87 баллов по пятибалльной шкале (выше среднего), чем для самозанятых – 2,9 балла. Если для самозанятых доступность к знаниям, обучение имеет одинаково средний уровень, то для предпринимателей знания по ведению на сегодня более доступны.

ДИАГРАММА 55. Доступность обучения новым специальностям, знаний по ведению бизнеса



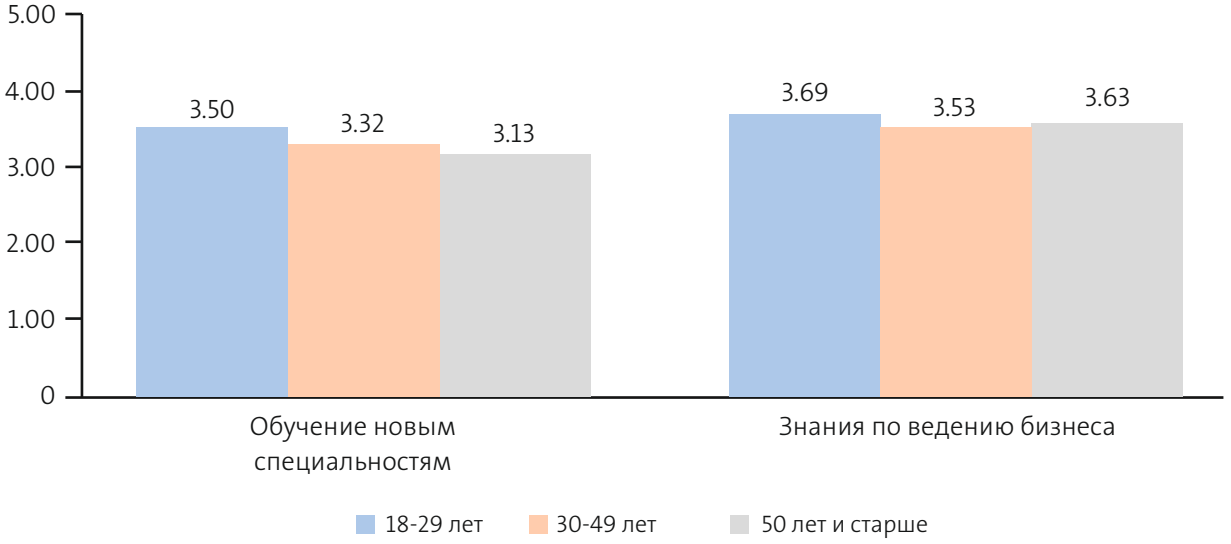
Женщины отмечают более высокий уровень доступности знаний по ведению бизнеса (3,61 балла) и обучения новым специальностям (3,32 балла), чем мужчины.

ДИАГРАММА 56. Доступность обучения новым специальностям, знаний по ведению бизнеса



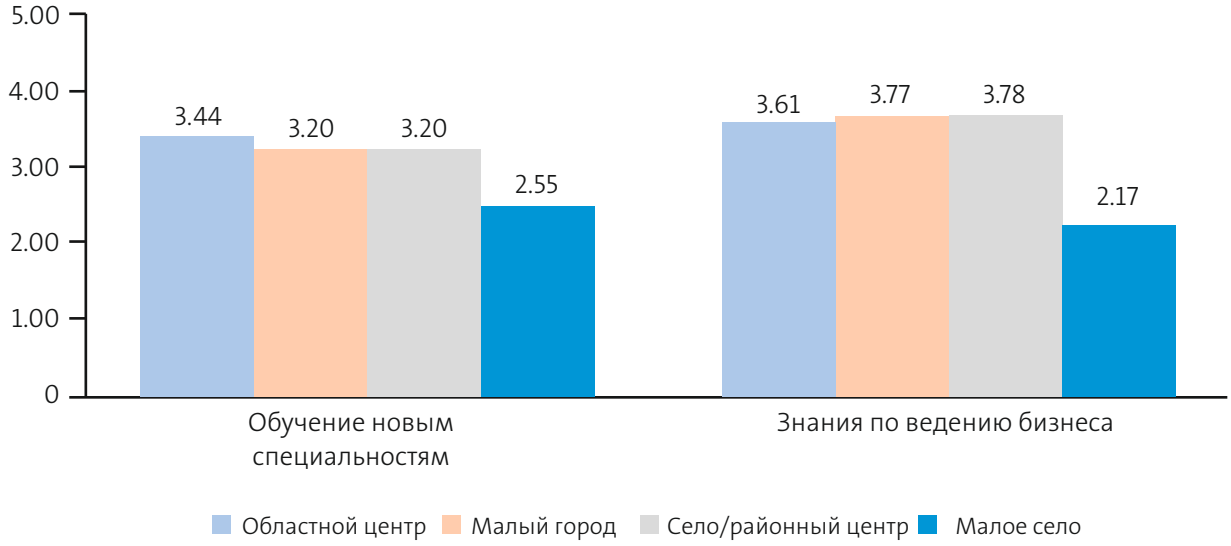
Если обучение новым специальностям с возрастом становится менее доступным, то знания по ведению бизнеса доступны для всех возрастных групп женщин.

ДИАГРАММА 57. Доступность обучения новым специальностям, знаний для женщин по возрастным группам



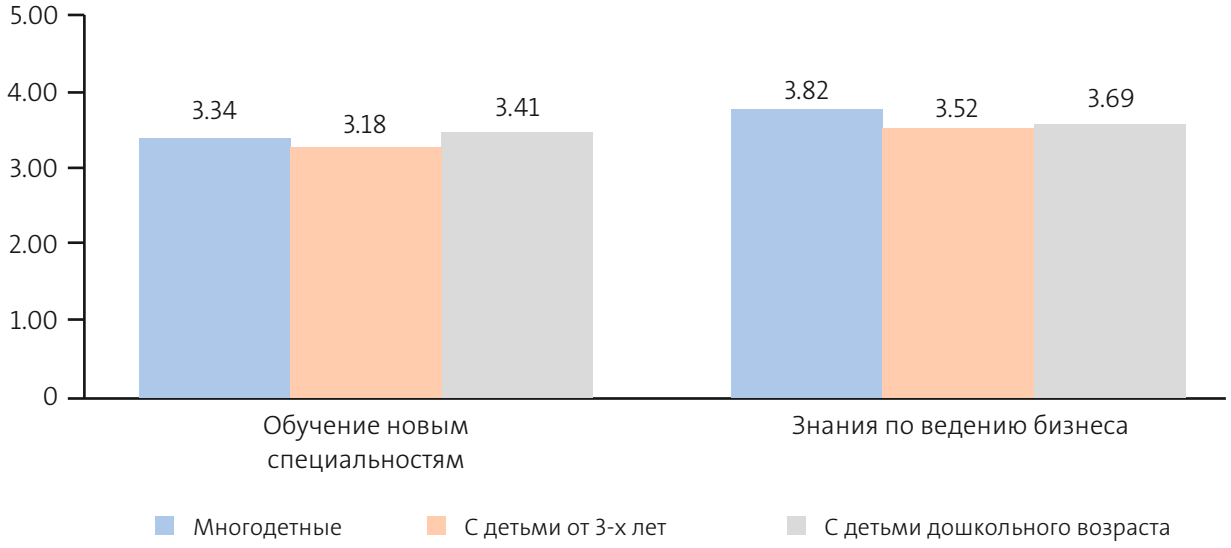
В малых селах обучение женщин новым специальностям и знания по ведению бизнеса даются сложнее.

ДИАГРАММА 58. Доступность обучения новым специальностям, знаний для женщин по типу населенного пункта



Среди женщин с детьми наиболее уязвимой является группа женщин с детьми до трех лет, для которых менее доступно обучение новым специальностям (3,18 балла), получение знаний по ведению бизнеса (3,52 балла).

ДИАГРАММА 59. Доступность обучения новым специальностям, знаний по ведению бизнеса для женщин с маленькими детьми



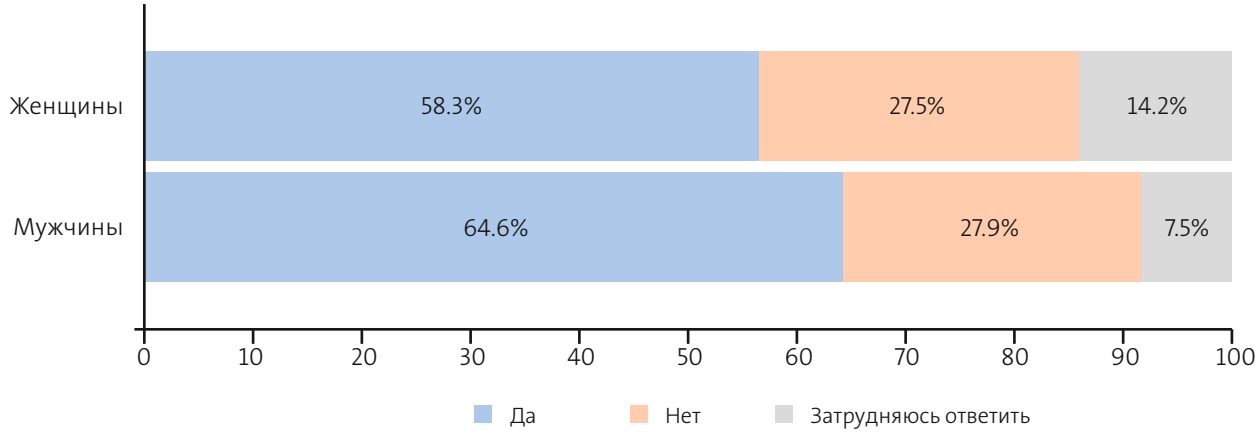
Обучение новым специальностям отметили более доступным самозанятые женщины, имеющие предпринимательские намерения и предпринимательский потенциал. Знания по ведению бизнеса считают более доступными устоявшиеся предприниматели и новые предприниматели.

ТАБЛИЦА 45. Группы предпринимателей и самозанятых женщин о доступности обучения новым специальностям, знаний по ведению бизнеса, среднее по пяти балльной шкале

	Обучение новым специальностям	Знания по ведению бизнеса
Устоявшийся бизнес (более 3,5 лет)	3.38	3.86
Новые предприниматели (до 3,5 лет)	3.50	3.95
Имеющие предпринимательские намерения	3.71	3.72
Потенциальный предприниматель	3.66	3.55
Прекратившие бизнес, не планируют или страхи, препятствия	2.53	2.40

Следует отметить, что для женщин более актуально обучение, чем для мужчин, так как 58,3% женщин имеют, по их мнению, необходимые профессиональные навыки в какой-либо сфере, чтобы открыть свой бизнес против 64,6% мужчин.

ДИАГРАММА 60. Имеют необходимые профессиональные навыки к какой-либо сфере, чтобы открыть свое дело (самозанятые)



Анализ глубинных интервью предпринимателей показал, что ни система среднего образования, ни система высшего образования не способствует в полной мере развитию профессиональной, предпринимательской деятельности: *«Очень беспокоит школа. Наша школа для детей. Вот учителям не дают времени, детей сейчас абсолютно не обучают ничему. Даже нитку с иголкой держать не могут, не говоря уже о знаниях. Только бедные директора и учителя встречают комиссию. А детям знания как таковые вообще не дают. Абсолютно. Их не требуют и не дают».* (ГИ, Жамбылская область, Диля, предприниматель из села), *«Когда человек приходит с университета, он вообще не готов. То есть я беру его, я обучаю его, переучиваю его».* (ГИ, Жамбылская, Шахиста, предприниматель из города, торговля, строительство, строительство кабельных каналов, производство полиэтиленовых труб).

Более того, устоявшиеся предприниматели МСБ, считают, что уровень образования для п
редпринимателя не имеет значения.

Я окончила специальное, я – экономист, технико-строительный экономический факультет, мое образование абсолютно не имеет никакого значения. Это просто корочка, никому не нужна, я никогда

его не вытаскивала, нигде не говорю об этом, я можно сказать без образования (ГИ, СКО Галина предприниматель из села, Торговля, пекарня, ритуальные услуги, производство брусчатки).

Но в то же время для нарождающихся предпринимателей профиль образования, предыдущий опыт работы чаще всего определяет сферу бизнеса: *«Я работала в Астане. Ну на хорошей должности. Менеджер по зарубежному образованию. Я химик по образованию, второе высшее у меня сейчас учусь на переводческое дело»*. (ГИ, СКО, Сауле предприниматель из села, образовательные услуги, разведение КРС)

Эксперты, представители Совета деловых женщин НПП «Атамекен» считают, что азы предпринимательского образования необходимо давать детям со школьной скамьи, но данному предмету должны обучать не педагоги: «*Ну нет у педагогов предпринимательского мышления, как он будет ребенку это объяснять. Больше должно быть практики, этого нет тоже. Потом встречи с предпринимателями тоже считаю неправильно делаются. Их надо водить именно по малым предприятиям. У малых предприятий нет ни юристов, ни бухгалтеров, у них, извините, экскурсоводов тоже нет. Зато дети увидят, что такое пахать самой одной за всех, когда не пришел повар, когда не пришли технички или мне нужно сделать ремонт, я с ними вместе, они это должны видеть. Что такое предпринимательство на самом деле.*» (ГИ, Жамбылская область, Председатель Совета деловых женщин НПП «Атамекен»).

Предприниматели считают, что в данное время необходимо особую роль выделить для дополнительного образования и практики: «*Развитие бизнес-образования среди девушек – дополнительное обучение для начинающих предпринимательниц. Будет полезным прохождение курсов по повышению финансовой (азы бухгалтерского дела, инвестиционного проектирования, бизнес-планирования и т.п.), правовой (Предпринимательский кодекс, Трудовой кодекс, Налоговый кодекс и т.п.), компьютерной (бизнес в интернете, социальные сети и т.п.) грамотности*» (ГИ, Жамбылская область, Исполнительный директор Ассоциации деловых женщин).

Барьеры получения предпринимательского образования

- Предприниматели из села утверждают, что набор в программы обучений осуществляются несправедливо: «*У нас есть программа трехмесячного обучения по стипендии, но в районном центре с этим немножко трудновато, записываются, а вместо них другим карманы забивают, хотелось бы чтобы ужесточили контроль над этими процессами*». (ГИ, Жамбылская область, предприниматель из города, Айжанат, ломбард, торговля)
- Недостаток информации о грантах, образовательных курсах: «*Но к сожалению, не все об этом знают. Гранты выделяются, образовательные всякие курсы, субсидии, возможности какие-то. Это все есть, но люди не умеют пользоваться, либо пользуются не те, кто действительно в этом нуждается*». (ГИ, Жамбылская, Гаухар, предприниматель из города, сфера образования).
- Пассивность населения: «*В столице в последнее время социальные проблемы, то, что многодетные матери есть, есть люди, которые приходят без образования, хотят заниматься предпринимательской деятельностью, когда мы им всем предлагаем, у нас в рамках проекта бизнеса, я же говорил есть 4 направления, это финансовая мера поддержки, а есть нефинансовая мера поддержки, которой занимается «Атамекен», они полностью на бесплатной основе обучают. Единственный барьер вижу в том, что люди в большинстве случаев просто ленятся выйти из дома и действовать*» (ГИ, Нур-Султан, эксперт отдела по поддержке и развитию предпринимательства).

В каких знаниях нуждаются женщины предприниматели и самозанятые:

- Обучение финансовой грамотности
- Составление отчета по налогам

«Я не знаю даже элементарно, как отчет составлять, какие виды отчета бывают, по налогам» (ФГД, г. Алматы, женщины-предприниматели)

- Составление бизнес-плана
- Получение новых знаний, информации про свой вид деятельности
- Прохождение практики, получение и обмен профессиональным опытом с представителями зарубежных стран

«Я хотела бы усовершенствовать свои поварские навыки или вот в сфере сельского хозяйства, селекции коров, улучшения продуктивности. Но у нас в Казахстане я не знаю, это, наверное, куда-то надо ехать. В Австралию, в Швейцарию, где разводят этих породистых коров». (ГИ, Жамбылская область, предприниматель из села, Гульсин, сельское хозяйство).

- Знания языков
- Введение бухгалтерии
- Работа с госорганами
- Проведение тренингов по личностному развитию

«Я сейчас больше, хочу знать о ведении бизнеса, руководство бизнесом, все что связано с бизнесом, саморазвитием. Я хочу приносить пользу. Тренинги по развитию личности, действительно часто неуверенность в себе бывают». ГИ, Жамбылская, Гаухар, предприниматель из города, сфера образования).

- Администрирование бизнеса, управление бизнесом
- Маркетинг
- Тренинги по публичному выступлению, защите проектов

Рекомендации

- Введение предмета «Финансовая грамотность»:

Финансовая грамотность должна бытьразвита, у нас финансовой грамотности абсолютно нет в стране. Прям вводить предмет, не финансы и аудит, а финансовая грамотность. (ГИ, Алматы, Вероника, общепит, СТО).

- Обучающие курсы с возможностью получения стипендий.

- Проведение выездных обучений по ведению бизнеса, тренингов в села:

«Хорошо было бы, если бы приезжали такие как вы, кто соберет сельских женщин, будет проводить тренинги, обучать их, открыть что-нибудь здесь» (ФГД, Жамбылская, женщины-самозанятые из села).

- Проведение тренингов по личностному развитию

- Онлайн курсы по ведению бизнеса.

«Я беру опять же не крупные города, а маленькие поселки, очень много желающих работать, но нет возможности, даже обучаться. Одно из таких путей решения – это онлайн курсы. Совершенно недавно к нам приходил Замминистра Соцтруда, именно как раз по IT-направлениям, и мы с ним разговаривали о том, что как важно именно онлайн-обучение, и сколько мы можем обучить таким образом, или 20 человек которые приходят на место, либо 200 человек по всему Казахстану» (ГИ, Нур-Султан, женщина-предприниматель из уязвимой группы, руководитель ОФ «Мама Pro»).

- Доступность информации по бизнесу, тренингов на казахском языке

- Адаптировать программу тренингов на доступный, понятный язык

«Я уже несколько раз говорила, что нужно адаптировать эту программу тренингов, нужно посмотреть насколько они человеческим языком написаны, обязательно нужно учитывать, что это казахский язык, это села, сельчане в большинстве казахоязычные, и представляете им как это объяснять». (ГИ, Нур-Султан, Эксперт Института мировой экономики и политики при Фонде Первого Президента).

3.3.5. Предпринимательство и новые технологии

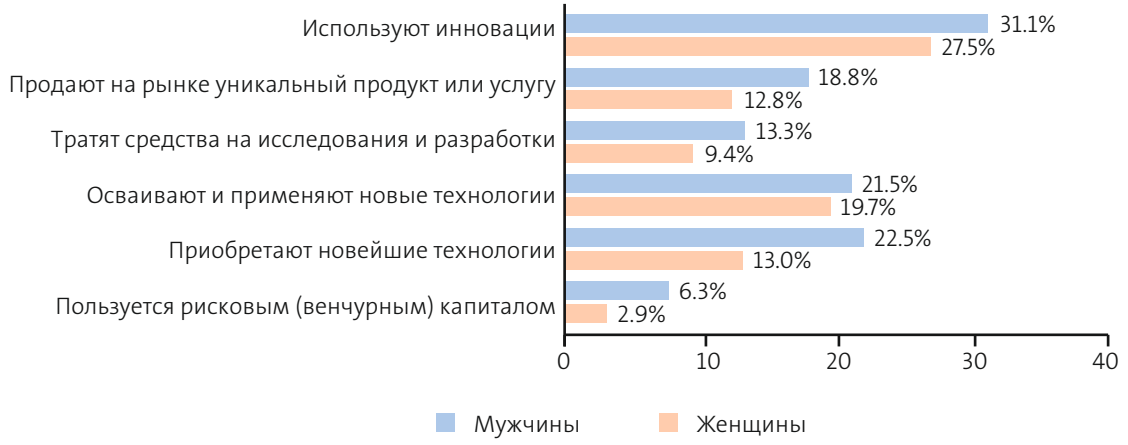
Около 29,2% респондентов используют инновации в своей предпринимательской деятельности. 20,6% предпринимателей осваивают и применяют новые технологии. 17,6% приобретают новейшие технологии. В меньшей степени продают уникальные товары или услуги, тратят средства на исследования, разработки и пользуются рисковым (венчурным капиталом). Использование новых технологий больше доступно более крупным компаниям, так как это требует значительных средств.

ТАБЛИЦА 46. Использование новых технологий

	Всего	Крупный (более 250 человек)	Средний (51-250 человек)	Малый (1-50 человек)
Используют инновации	29.2	50.0	27.3	29.2
Осваивают и применяют новые технологии	20.6	66.7	30.9	17.5
Приобретают новейшие технологии	17.6	66.7	29.1	14.2
Продают на рынке уникальный продукт или услугу	15.7	50.0	26.1	12.9
Тратят средства на исследования и разработки	11.3	38.9	20.6	8.8
Пользуются рисковым (венчурным) капиталом	4.5	11.1	10.3	3.3

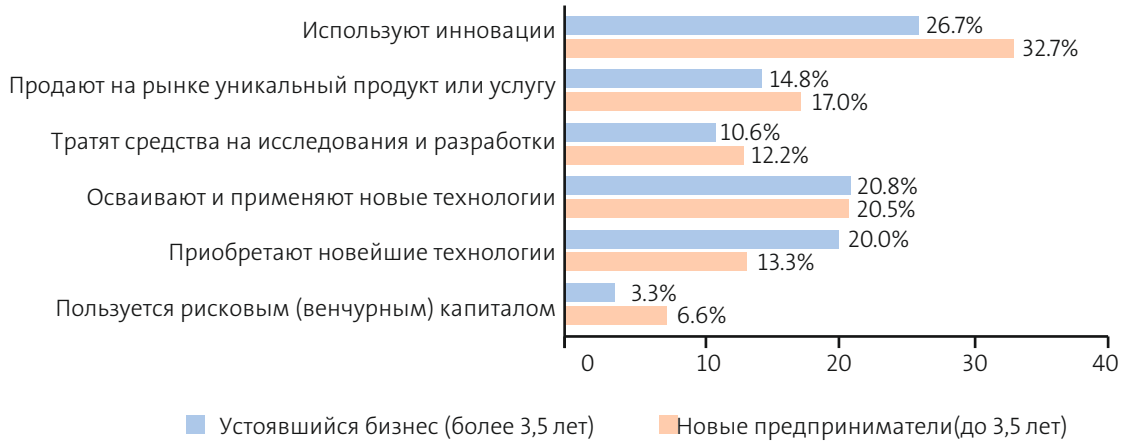
По результатам опроса выявилось, что женщины незначительно уступают мужчинам при использовании инноваций в бизнесе. Более значительная разница при приобретении новейших технологий (22,5% мужчин и 13% женщин), продаже на рынке уникальных товаров (18,8% мужчин и 12,8% женщин).

ДИАГРАММА 61. Использование новых технологий, муж/жен



Результаты исследования показывают, что новые предприниматели более готовы к инновациям в бизнесе: в использовании инноваций, продаже уникальных продуктов, услуг и пользуются рисковым капиталом.

ДИАГРАММА 62. Развитие новых технологий



Из регионов более открыты инновациям предприниматели из наиболее крупных городов Казахстана г. Нур-Султана и г. Алматы. Более прогрессивными в этом направлении является бизнес г. Алматы. Предприниматели г. Нур-Султана чаще пользуются рисковым капиталом.

ТАБЛИЦА 47. Использование новых технологий

	г. Нур-Султан	г. Алматы	Актю-бинская	Жам-былская	СКО
Используют инновации	53.7%	32.1%	29.1%	9.6%	23%
Продают на рынке уникальный продукт или услугу	18.4%	34.2%	18.4%	0.5%	7.7%
Тратят средства на исследования и разработки	18.9%	17.4%	15.2%	0%	4.6%
Осваивают и применяют новые технологии	23.7%	31.0%	21.3%	6.6%	20.9%
Приобретают новейшие технологии	21.6%	23.4%	14.8%	13.1%	16.3%
Пользуются рисковым (венчурным) капиталом	11.1%	3.3%	5.7%	0%	2.6%

Государственные программы активно поощряют предпринимателей на инновационные бизнес идеи: «*... есть 4 направление Дорожной карты бизнеса 2025 – предоставление государственных грантов на инновационные бизнес идеи*». (ГИ, Нур-Султан, эксперт отдела по поддержке и развитию предпринимательства).

Среди опрошенных предпринимателей не применяют новшества в своей деятельность из-за отлаженного годами производства: «*Со мной работают люди по много лет, и они знают наше качество, и что-то менять, для того, чтобы это качество испортить, нет, я на такое не рискну. И я на это не пошла, хотя для меня это было очень выгодное предложение, и, я считаю, что в первую очередь лицо перед своими клиентами свое за столько лет нельзя терять. Это для нас неприемлемо*» (ФГД, Жамбылская, женщины-предприниматели из города).

Предприниматели отмечают инновационный программный продукт для малого бизнеса «Webkassa»: «*Я довольна, взяла этот аппарат. Во- первых, в рассрочку взяла, он веб, могу через телефон отбить чек, отправить на WhatsApp, он действительный, он фискальным является, QR код, все коды, все есть, вообще удобно, и вообще без заморочки. Во - первых, кассовую книгу я не веду, он у меня автоматом все сам оформляет, полностью, в 10 часов закрытие смены*» (ФГД, СКО, женщины-предприниматели).

Более половины респондентов (64,7%) имеют пользовательский уровень навыков в области технологий (соцсети, электронная почта, онлайн-покупки и др.) Продвинутый уровень (знание компьютерных программ) составляет 19,1% и профессиональный (специализированные программы) – 9,6%. Не имеют навыков – 6,6%.

В целом разницы значимой нет между мужчинами и женщинами, но среди самозанятых женщин продвинутый уровень навыков выше среднего – 28,1%. Доля женщин с навыками на уровне пользователя больше среди предпринимателей.

ТАБЛИЦА 48. Навыки в области технологий, информации и связи (предприниматели, самозанятые)

	Предприниматели		Самозанятые	
	Мужчины	Женщины	Мужчины	Женщины
Пользовательский уровень (соцсети, электронная почта, онлайн-покупки и др.)	65.7%	67.1%	62.2%	58.6%
Продвинутый уровень (компьютерные программы)	17.7%	17.1%	18.2%	28.1%
Профессиональный уровень (специализированные программы)	10.5%	9.4%	12.8%	5.4%
Не имею навыков	6.1%	6.5%	6.8%	7.9%

Не имеющих навыков больше среди самозанятых (7,4), чем среди предпринимателей (6,3). Наличие навыков зависит от местности проживания. В сельской местности и в малых городах респонденты чаще не владеют навыками в области технологий, информации и связи: в областных центрах – 3,8%, малых городах – 7,4%, селе – 14,7%.

Среди новых предпринимателей более продвинутый уровень, чем у представителей бизнеса с опытом более 3,5 лет. Следует отметить, что свое дело открывают обычно не те, кто имеет продвинутый или профессиональный уровень навыков. Это чаще люди с пользовательскими навыками (74,4%), имеющие предпринимательские намерения.

ТАБЛИЦА 49. Навыки в области технологий, информации и связи (группы среди предпринимателей и самозанятых)

	Предприниматели		Самозанятые		
	Устоявшийся бизнес (более 3,5 лет)	Новые предпринимателе (до 3,5 лет)	Имеющие предпринимательские намерения	Потенциальный предприниматель	Прекратили бизнес, не планируют или страхи, препятствия
Пользовательский уровень (соцсети, электронная почта, онлайн-покупки и др.)	69.2%	60.9%	74.4%	57.6%	57.2%
Продвинутый уровень (компьютерные программы)	14.4%	22.4%	10%	19.6%	29.6%
Профессиональный уровень (специализированные программы)	10.1%	10.4%	7.8%	18.5%	3.8%
Не имею навыков	6.4%	6.3%	7.8%	4.3%	9.4%

Положительную роль предприниматели уделяют коммуникациям: *«Сейчас коммуникации очень важны, особенно в век цифровизации без интернета нет бизнеса. Если у тебя нет интернета, то, считай, что ты уже в пролете»*. (ГИ, Жамбылская, Шахиста, предприниматель из города, торговля, строительство, строительство кабельных каналов, производство полиэтиленовых труб).

Предприниматели используют инновации в технологиях, не только в своей деятельности, но и для упрощения получения многих услуг: *«У меня 4 года ИП, я сходила в налоговую 2-3 раза. Почему? Потому я все делаю с интернета, дома все делаю, я бы сходила, потому что нужно было заявление переписать на переименование. К сожалению эта услуга делается там. И все. Остальное все я знаю, где - то законы, какой выбрать режим, я знаю, как избавить себя от лишних расходов, знаю, как по минимуму заплатить и в принципе, сидеть спокойно жить.»* (ФГД, СКО, женщины-предприниматели).

99,4% респондентов имеют мобильные телефоны.

ТАБЛИЦА 50. Имеют мобильные телефоны, %

	Мужчины	Женщины	Всего
Предприниматели	99.4	99.6	99.5
Самозанятые	100	98.5	99.1
Всего	99.5	99.3	99.4

Практически все предприниматели (97,7%) и самозанятые (93,5%) имеют доступ к интернету.

ТАБЛИЦА 51. Доступ к Интернету, %

	Мужчины	Женщины	Всего
Предприниматели	97.3	98.1	97.7
Самозанятые	90.6	95.6	93.5
Всего	95.7	97.4	96.6

В Актюбинской, Жамбылской и Северо-Казахстанской областях 92-96% респондентов, имеющих доступ в Интернет за счет занятых в неформальном секторе.

ТАБЛИЦА 52. Доступ к Интернету, %

	г. Нур-Султан	г. Алматы	Актю-бинская	Жам-былская	СКО
Предприниматели	99.5%	98.9%	97%	98%	95.3%
Самозанятые	100%	100%	95.8%	76.4%	95.2%
Всего	99.6%	99.2%	96.7%	92.2%	95.3%

ТАБЛИЦА 53. Доступ к Интернету, %

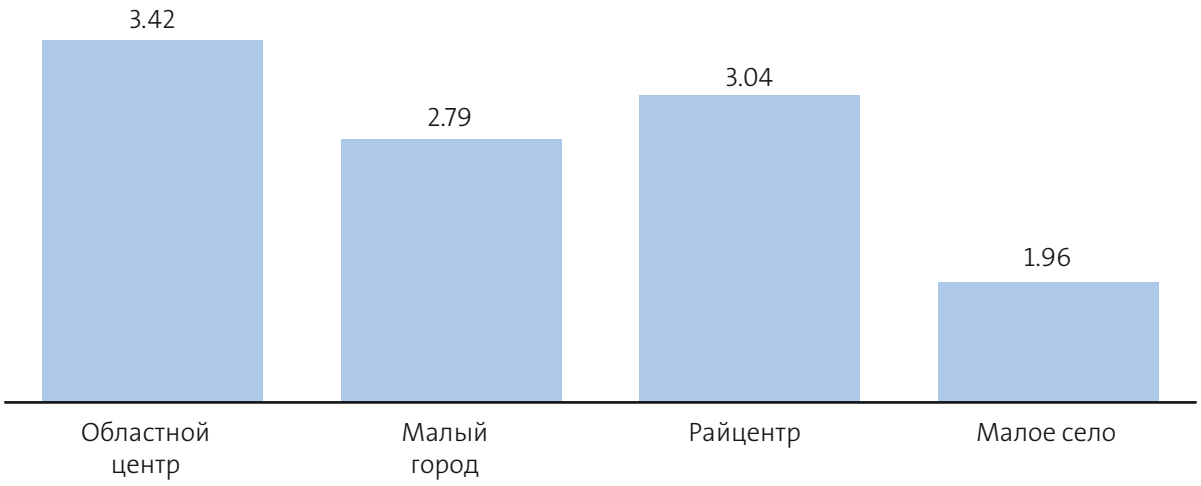
	Предприниматели		Самозанятые	
	Мужчины	Женщины	Мужчины	Женщины
Facebook	35.4%	35.3%	25.2%	31.5%
Instagram	62.8%	78.1%	60.5%	77.5%
Twitter	12.1%	9.8%	3.4%	2.5%
WhatsApp	91.6%	95.8%	89.8%	94%
Telegram	28.2%	23.3%	28.6%	32.5%
YouTube	52.3%	58.2%	49.7%	65.5%
Vk	29.9%	32.1%	34.7%	34%
Одноклассники	24.3%	30.7%	16.3%	14%
TikTok	0.6%	1%	2%	0.5%
LinkedIn	1.5%	1%	2%	0%
Snapchat	2.1%	3.8%	6.1%	5.5%
Другое	2.3%	0.8%	0.7%	2%

В целом доступность новых технологий и инновационных процессов в предпринимательской деятельности на сегодняшний день респонденты оценили на средне, то есть на 3,16 балла по пятибалльной шкале, женщины оценили на 3,18 и мужчины – на 3,14 балла.

Для предпринимателей новые технологии более доступны (3,31 балла), чем для самозанятых (2,78 балла). Более высокий уровень доступности новых технологи и инновационных процессов для молодежи 18-29 лет (3,39 баллов) в сравнении с возрастной группой 30-49 лет (3,11 балла) и респондентов более старшего возраста (3,02 балла).

В областных центрах новые технологии доступны на уровне выше среднего – 3,42 балла и среднем – 3,04 балла в сельских районных центрах. Менее доступным новые технологии являются в малых городах (2,79 балла) и практически недоступным или достаточно серьезным барьером – в малых селах (1,96 балла).

ДИАГРАММА 63. Доступность новых технологий, среднее



Соответственно влияние местности отражается и на женском предпринимательстве.

ТАБЛИЦА 54. Доступность новых технологий, среднее

	Предприниматели		Самозанятые		Среднее
	Мужчины	Женщины	Мужчины	Женщины	
Областной центр	3.60	3.53	3.11	3.05	3.42
Малый город	2.69	3.19	1.74	2.35	2.79
Село/районный центр	2.95	2.87	4.20	3.87	3.04
Малое село	2.76	1.88	1.64	1.76	1.96
Среднее	3.31	3.32	2.65	2.87	3.16

Барьеры к новым технологиям

Предпринимателями выделены были следующие барьеры:

- Главный барьер к новым технологиям – отсутствие финансов
  «Есть деньги, будет новое инновационное оборудование, нет денег – не будет оборудования» (Анкетный опрос, СКО, мужчина-предприниматель из села).
- Отсутствует доступ к качественному расходному материалу, сырью
- Плохое качество связи, отсутствие доступа к высокоскоростному интернету
- Проблемы с водоснабжением, перебои с электричеством
- Дефицит квалифицированных кадров

Рекомендации

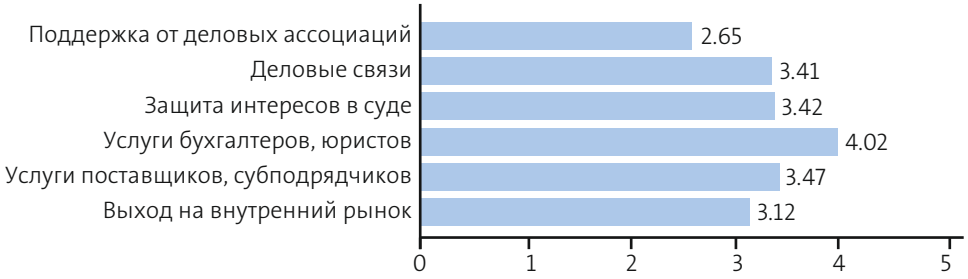
- Разработка новых программ поддержки предпринимателей для содействия покупки новых технологий, инновационного оборудования, так как имеют возможность пользоваться венчурным капиталом 4,5% предпринимателей
- Обмен опытом с другими странами, приглашение специалистов из других стран, преуспевающих в той или сфере.
- Поощрять предпринимателей, у которых главным принципом их норм ведения бизнеса является охрана окружающей среды, которые производят экологически чистые продукты и используют безопасные технологии.

3.3.6. Коммерческая инфраструктура и внутренний рынок

Доступность коммерческой инфраструктуры для респондентов на уровне выше среднего – 3,4-4 балла по пятибалльной шкале. Наиболее доступными являются услуги бухгалтеров и юристов – 4,02 балла. Доступность услуг поставщиков и субподрядчиков на уровне 3,47 балла. Легкость защиты интересов в суде получила 3,42 балла. Наличие деловых связей также на уровне 3,41 балла. Низкий уровень поддержки со стороны деловых ассоциаций (2,65 баллов).

Выход на внутренний рынок на уровне среднего – 3,12 балла.

ДИАГРАММА 64. Доступность коммерческой инфраструктуры и открытость внутреннего рынка, среднее



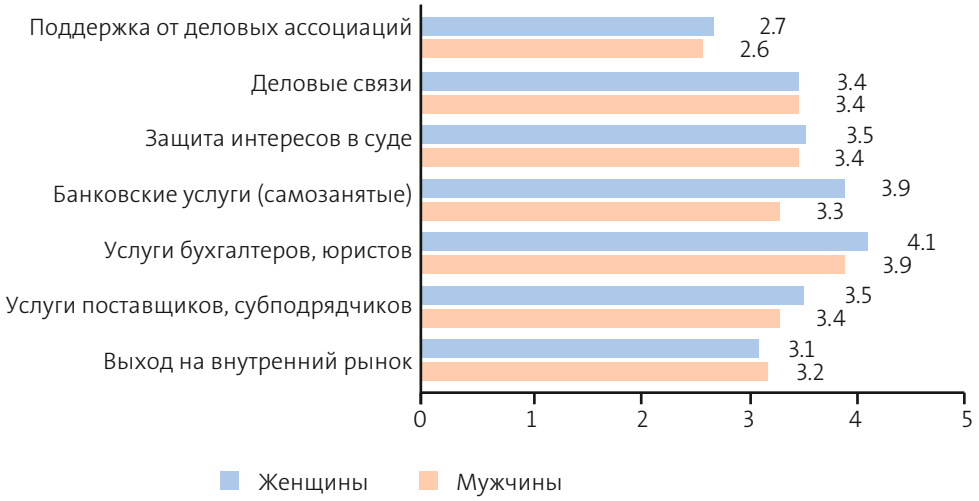
По результатам опроса выяснилось, что для предпринимателей коммерческая инфраструктура более доступна, чем для самозанятых, так как они с ней более знакомы.

ТАБЛИЦА 55. Доступность коммерческой инфраструктуры и открытость внутреннего рынка для предпринимателей и самозанятых, среднее.

	Предприниматели	Самозанятые
Выход на внутренний рынок	3.28	2.69
Услуги поставщиков, субподрядчиков	3.64	3.03
Услуги бухгалтеров, юристов	4.20	3.52
Банковские услуги		3.90
Защита интересов в суде	3.67	2.81
Деловые связи	3.74	2.55
Поддержка от деловых ассоциаций	2.83	2.18

По результатам опроса разница в доступности коммерческой инфраструктуры незначительная, но она есть. Женщины выше оценили инфраструктуру в среднем на 0,1 балла по услугам бухгалтеров, юристов, судебной защиты. Женщины активнее в сравнении с мужчинами работают с деловыми ассоциациями, но уровень поддержки со стороны деловых ассоциаций довольно низкий. Мужчинам более доступны деловые связи и внутренний рынок.

ДИАГРАММА 65. Доступность коммерческой инфраструктуры и открытость внутреннего рынка по полу, среднее



Услуги бухгалтеров и юристов доступны всем кроме респондентов, проживающих в малых селах (2,82 балла). В малых селах достаточно серьезная проблема с доступом к коммерческой инфраструктуре – не достигает 3 баллов.

В крупных городах и крупных селах коммерческая структура более доступна для женщин, так как населенные пункты являются областными и районными административными центрами.

Несколько отличается ситуация с защитой интересов в суде. В малом городе (3,73 балла) и райцентре (3,87 баллов) защиту интересов в суде женщины оценили выше, а в областном центре – несколько сложнее (3,34 балла).

Женщины в сельских районных центрах оценили выше, чем в других населенных пунктах, поддержку со стороны деловых ассоциаций – 3,19 баллов).

ТАБЛИЦА 56. Доступность коммерческой инфраструктуры и открытость внутреннего рынка для женщин по типу местности, среднее

	Областной центр	Малый город	Село/районный центр	Малое село
Выход на внутренний рынок	3.12	3.00	3.28	2.62
Услуги поставщиков, субподрядчиков	3.67	3.25	3.67	2.50
Услуги бухгалтеров, юристов	4.08	4.24	4.22	2.82
Защита интересов в суде	3.34	3.73	3.87	2.70
Деловые связи	3.48	3.24	3.59	2.21
Поддержка от деловых ассоциаций	2.72	2.57	3.19	1.89

Чем младше дети у женщины, тем менее доступны коммерческая инфраструктура и внутренний рынок. Широко распространенные услуги бухгалтеров и юристов им менее доступны (3,29 балла). Для женщин с детьми до трех лет защита интересов в суде сложнее (2,74 балла), чем другим женщинам.

Выход на внутренний рынок и услуги поставщиков, субподрядчиков менее доступны для многодетных женщин (2,77 и 2,78 баллов).

ТАБЛИЦА 57. Доступность коммерческой инфраструктуры и открытость внутреннего рынка для женщин-предпринимателей с детьми, среднее

	Многодетные	С детьми до трех лет	С детьми дошкольного возраста
Выход на внутренний рынок	2.77	2.81	3.13
Услуги поставщиков, субподрядчиков	2.78	2.94	3.48
Услуги бухгалтеров, юристов	3.67	3.29	4.06
Защита интересов в суде	3.00	2.74	3.46
Деловые связи	2.65	2.63	3.34
Поддержка от деловых ассоциаций	2.23	2.43	2.89

Услуги бухгалтеров и юристов, услуги поставщиков и субподрядчиков, защита интересов в суде, деловые связи более доступны для новых предпринимателей и потенциальных предпринимателей женщин, которые видят бизнес возможности и обладают потенциалом для открытия своего дела, но без предпринимательских намерений. Для самозанятых женщин, имеющих предпринимательские намерения – услуги бухгалтеров и юристов, услуги поставщиков и субподрядчиков.

ТАБЛИЦА 58. Доступность коммерческой инфраструктуры и открытость внутреннего рынка для женщин по группам предпринимательской деятельности, среднее

	Выход на внутренний рынок	Услуги поставщиков, субподрядчиков	Услуги бухгалтеров, юристов	Защита интересов в суде	Деловые связи	Поддержка от деловых ассоциаций
Устоявшийся бизнес (более 3,5 лет)	3.08	3.53	4.19	3.49	3.67	2.69
Новые предприниматели (до 3,5 лет)	3.40	3.81	4.26	3.95	3.69	3.11
Имеющие предпринимательские намерения	3.37	3.71	3.80	3.41	3.31	3.00
Потенциальный предприниматель	3.34	3.68	4.08	3.64	3.60	2.90
Прекратившие бизнес, не планируют или страхи, препятствия	2.42	2.68	3.58	2.51	1.84	1.82

При введении предпринимательской деятельности важны не только партнерские отношения со многими компаниями, но и с другими организациями. Как показал опрос женщины за поддержкой обращаются в НПП «Атамекен», Ассоциации налогоплательщиков, организации деловых женщин (Ассоциация деловых женщин Казахстана, Совет деловых женщин Казахстана). Мужчины также обращаются в данные организации, но помимо этого они чаще, чем женщины обращаются за поддержкой в инвестиционные агентства, бизнес-инкубаторы.

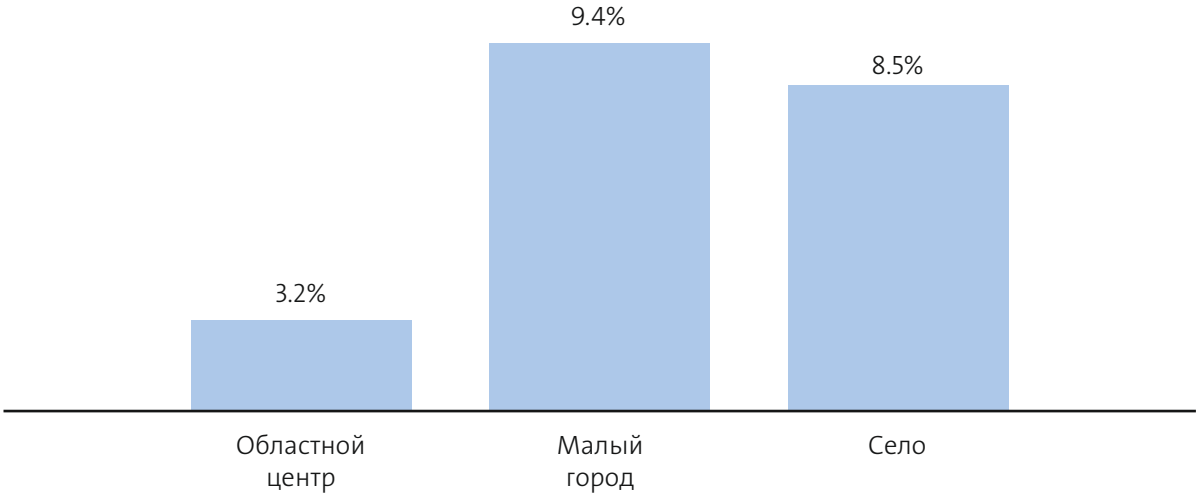
ТАБЛИЦА 59. Поддержка от организаций, в разрезе пола %

	Мужчины, %	Женщины, %
Отраслевых ассоциаций	3	2.2
Бизнес-инкубаторов, технопарков и др.	5.1	3.2
Научных организаций, в области новых технологий, инноваций	2.4	0.8
Инвестиционных агентств	5.9	2.8
Организаций деловых женщин	1.6	5.4
НПП «Атамекен», Ассоциации налогоплательщиков Казахстана и других организаций по поддержке бизнеса	24.1	28.9
Партнёрские деловые отношения со многими компаниями	14.3	9.9
Международных организаций	1.3	2

К сожалению организации, которые призваны помогать женщинам в предпринимательской деятельности недостаточно популярны среди женщин. 6,3% женщин предпринимателей и 3,4% самозанятых отметили о поддержке со стороны женских организаций.

Женщины в малых городах (9,7%) и селах (8,5%) ощущают большую поддержку с их стороны, чем в областных центрах (3,2%).

ДИАГРАММА 66. Поддержка от женских организаций, женщины



О трудностях выхода на внутренний рынок в Жамбылской области: *«Для моей ТОО-шки для того, чтобы выйти на рынок, у нас очень большая конкуренция, и если я захочу выйти на рынок с района, то не смогу, потому что рынок переполненный»*. (ГИ, Жамбылская область, предприниматель из города, Айжанат, ломбард, торговля)

ТАБЛИЦА 60. Барьеры при входе на внутренний рынок, по результатам опроса предпринимателей и самозанятых в разрезе пола, %

	Среднее	Мужчины	Женщины
Высокая конкуренция	43.6	42.5	44.6
Нет барьеров	23.3	25.7	21.1
Дороговизна торговых и производственных площадей	22.2	18.9	25.1
Высокая себестоимость продукции	14.5	14.9	14.1
Высокие транспортные издержки	14.3	16.8	12
Низкий потребительский спрос	12.9	10.8	14.7
Нечестная конкуренция некоторых компаний	11.7	13	10.5
Дороговизна рекламы	11.7	10.5	12.8
Захват рынка посредниками/ сетевиками	10.2	10.3	10.1
Нет системы сбыта	5.6	7.1	4.2
Другое	4.4	4.3	4.5
Невысокое качество продукции (услуги)	3.5	3.3	3.6

По результатам опроса, выяснилось, что для женщин-предпринимательниц ощутимее высокая конкуренция, дороговизна аренды, рекламы, тогда как для мужчин – транспортные издержки, нечестная конкуренция, отсутствие сбыта.

Помимо данных барьеров для выхода на рынок, во время проведения качественных методик, предприниматели указали следующие:

- Соглашение о фиксированной цене:

«Единственный барьер — это одна цена для всех. Вот кто-то эту цену придумал, поставил и все. И никто и выше не даст. Ну ниже, наверное, если даст, то это значит что-то ненормально у них с продуктом. Фиксированная цена». (ГИ, Жамбылская область, предприниматель из села, Гульсин, сельское хозяйство).

- Заполнение рынка китайской продукцией

«Допустим, раньше у нас работали такие узкопрофильные специалисты, которых сейчас уже многих и не найдешь, так по стекольному обучению у нас в Казахстане вообще нет. Поэтому у нас производились такие вещи из стекла, когда их выдували, это каждую вещь мастера выдували. Потом Китай начал заполонять рынок дешевой продукцией, и вот это производство у нас остановилось, и мы перестали это выпускать. И теперь, естественно Китай заваливает своим товаром, все это по низким ценам, а мы не может по таким низким ценам продавать, потому что нам это не окупится. Ну, таким образом нам пришлось все это закрыть». (ФГД, Жамбылская, женщины-предприниматели из города).

25,7% опрошенных мужчин и 21,1% женщин отмечают, что для выхода на внутренний рынок у них нет барьера.

Услуги бухгалтеров и более доступны женщинам-предпринимателям во многом потому, что они сами занимаются бухгалтерией: *«Я дома лежу на диване и через Каспий кошелек отправляю налоги, я просто тащусь от того что я могу сегодня это так сделать, красота, нам создали такие условия».* (ГИ, СКО Галина предприниматель из села, Торговля, пекарня, ритуальные услуги, производство брусчатки).

У предпринимателей, работающих долгие годы услуги поставщиков налажены: *«Вообще банки звонят мне, потому что у меня огромная собственность, у меня много всего, они же набирают и видят сколько у человека собственности, они все мне предлагают кредит, но как мой сын говорит, есть умный кредит, есть банковский кредит, я пользуюсь умным кредитом, умный кредит – это заработанная годами репутация когда-то перед партнерами. Я не плачу проценты, какие-то неустойки, мне не насчитывают бешеные проценты, а если я возьму в банке кредит на эту сумму, завтра не смогу оплатить по той причине, что я попала в больницу или еще что-нибудь, банк быстро отберет мою собственность и смотреть не будет, все, вообще быстро, поэтому я не пользуюсь никакими кредитами»* (ГИ, СКО Галина предприниматель из села, Торговля, пекарня, ритуальные услуги, производство брусчатки).

11,5% предпринимателям (11,5% мужчины, 11,4% женщины) недоступны услуги поставщиков и субподрядчиков.

Предприниматели отмечают барьеры, связанные с услугами поставщика, субподрядчика:

- Недостаток качественных услуг от поставщика, субподрядчика: *«Отсутствуют качественные услуги поставщика, с Китая нет качественного материала, приходится с России закупать»* (Анкетный опрос, СКО, мужчина- предприниматель).
- Отсутствие необходимого для производства качественного сырья в Казахстане: *«Вот элементарно вам я только что говорила, что мы закупаем сырье из России. Потому что в Казахстане нет такого сырья, что необходимо нам для работы. С этим, конечно, у нас тяжеловато»* (ФГД, Жамбылская, женщины-предприниматели из города).
- Дорогие транспортные издержки: *«В Бишкеке, рядом, но каждый раз именно касаемо моей работы что-то появляется новое и это так долго, и уже с такой накруткой, что уже с ним работать становится невыгодным. То есть, если бы это было более доступным. Вот недавно наши швейники подписали с китайскими поставщиками меморандум, что это будет, ну вот, честно говоря, ждем. Даже элементарная фурнитура, дорого и каждый день требуется. Элементарно какие-то там ткани и новые материалы, все это далековато. То есть, люди, когда уже привозят, это становится невыгодным. Получается, ты заработаешь только на своей работе, даже какое-то там новшество ты не сможешь внести»* (ФГД, Жамбылская, женщины-предприниматели из города). *«Вы знаете, если, например, мою долю рассматривать, как предпринимателя в сфере производства одежды, тогда я сталкиваюсь с проблемой нехватки сырья, то есть я переплачиваю за то, что я привожу сырье из других стран. Либо у местных перекупщиков я покупаю в 4 раза дороже».* (ГИ, Жамбылская, Шахиста, предприниматель из города, торговля, строительство, строительство кабельных каналов, производство полиэтиленовых труб).
- Высокая пошлина на ввозимое сырье

Рекомендации для улучшения доступа к коммерческой инфраструктуре

- Сокращение количества документов для получения банковского кредита

«Поменьше документов, наверное, по банку, чтобы они могли открыть свой малый бизнес, которые хотят начать в ауле» (ГИ, Жамбылская область, предприниматель из села, Эля.)

- Низкий процент банковский процент для начинающего предпринимателя.

- Предоставление от банков консультаций, подробной, доступным языком написанной информации по кредитам.

«Информационная хорошая база, чтобы более подробно, мы все равно все боимся кредитов каких-то, все это должно быть доступно на должном уровне объясняться» (ГИ, Жамбылская, Виктория, предприниматель из города, торговля).

- Гибкие условия для кредитования женского предпринимательства.

- Индивидуальный подход банка к рассмотрению документов: *«Ведь все равно финансирование идет через банки и больше ни откуда, а банки в свою очередь именно к такому числу населения, где до 3 лет, пусть он выставит какие-то более тщательные условия, дополнительные супер развёрнутые, пусть будет план развития, наличие залогового имущества. То есть, рассматривать такие проекты нужно, потому что иногда они настолько уникальные, а их просто отметают, потому что они не входят в рамки»* (ГИ, Жамбылская, Шахиста, предприниматель из города, торговля, строительство, строительство кабельных каналов, производство полиэтиленовых труб).

- Введение льгот или беспошлинных налогов на ввоз сырья: *«Поддержать именно тем, что может какие-то «зеленые коридоры» делать, беспошлинные налоги за ввоз того же сырья, какие-то льготы предоставить, чтобы именно это сырье нам обходилось так же как оно обходится, ну, например, в Турции. Вот если мы хотя бы на такие условия выйдем, то мы можем как-то конкурировать. Но пока мы не можем конкурировать, и мы не сможем никогда конкурировать с ними, пока мы вопрос не решим с сырьем. И отсюда у нас такая вот боль лично у нас, у легковиков»* (ГИ, Жамбылская, Шахиста, предприниматель из города, торговля, строительство, строительство кабельных каналов, производство полиэтиленовых труб).

По результатам опроса выяснилось, что для предпринимателей коммерческая инфраструктура более доступна, чем для самозанятых, так как они с ней более знакомы. Необходима поддержка для самозанятых с предпринимательскими намерениями в отличии от самозанятых с предпринимательским потенциалом, так как им менее доступна коммерческая инфраструктура.

3.3.7. Физическая и социальная инфраструктура

Многочисленные исследования подтверждают гипотезу о том, что физическая и социальная инфраструктура являются определяющими факторами развития предпринимательства, в том числе и женского предпринимательства. Развитая инфраструктура становится серьезным конкурентным преимуществом территории, фактором, способствующим привлечению инвестиций.[10] Через обеспечение доступа к экономическим благам и информации, через снижение транзакционных издержек, увеличивается прибыль экономических агентов, тем самым стимулируется рост предпринимательской активности и привлечение новых субъектов экономики. Так, к примеру, результаты исследования, проведенного Д. Нурушевой, показали, что низкий уровень развитости инфраструктуры является одним из серьезнейших препятствий в развитии малого и среднего бизнеса в г. Атырау: «Никакие глобальные проекты не будут успешными в условиях отсутствия самого главного и элементарного – инфраструктуры, хороших дорог».[11]

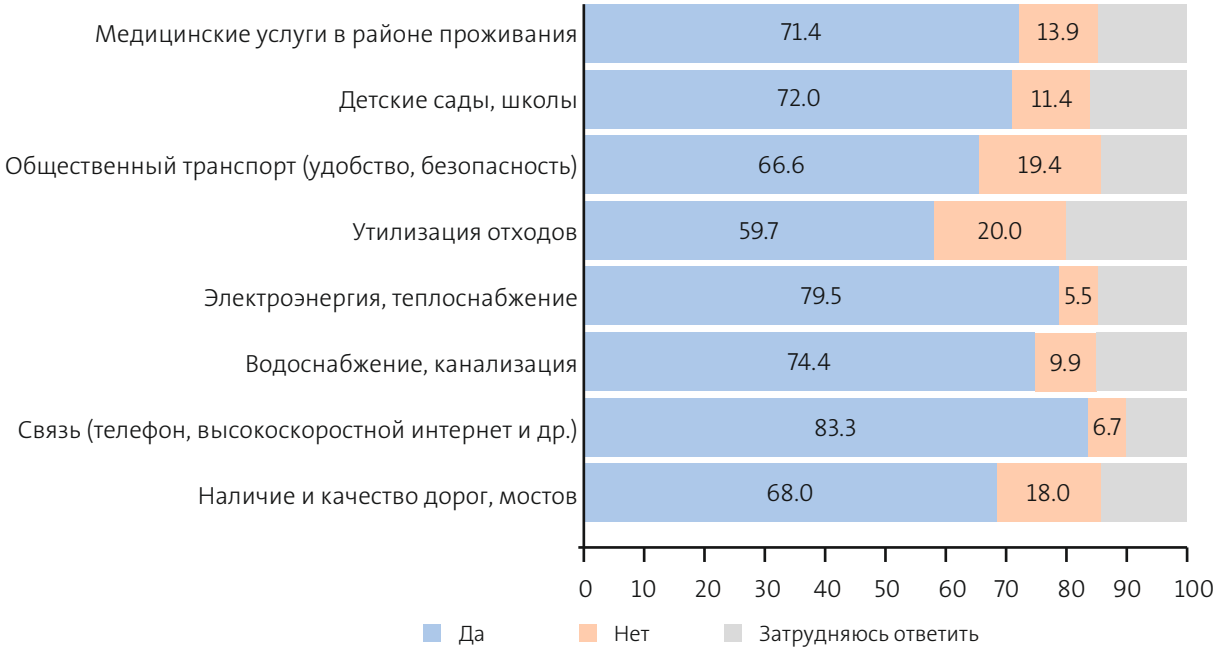
В этой связи в ходе исследования предпринимателей и самозанятых просили оценить: насколько физическая и социальная инфраструктура их региона способствует развитию предпринимательской

10 Шеховцов Р.В., Авакян О. С. Роль инфраструктуры в социально-экономическом развитии региона // Финансовые исследования № 4 (53) 2016

11 Д. Нурушева. Развитие МСБ в Казахстане: опыт Атырау, 2015 //https://www.soros.kz/wp-content/uploads/2015/10/development_of_sme_Atyrau.pdf

деятельности. В отношении физической инфраструктуры наименьшие трудности у респондентов вызывают электроэнергия, теплоснабжение и связь: менее 7% респондентов отметили, что эти виды инфраструктуры не способствуют развитию предпринимательства. Каждый пятый респондент отметил, что наличие дорог и мостов, их качество, общественный транспорт и утилизация отходов также не способствуют развитию предпринимательства.

ДИАГРАММА 67. Распределение ответов на вопрос о влиянии физической и социальной инфраструктуры на развитие предпринимательства, %



В разрезе пола значительной разницы в оценке влияния инфраструктуры на развитие предпринимательства не наблюдается. Женщины более чувствительны к наличию связи (телефон, высокоскоростной интернет), водоснабжению, электроснабжению, общественному транспорту, детским садам и медицинским услугам. Мужчины – к качеству дорог и утилизации отходов.

ТАБЛИЦА 61. Оценка влияния социальной и физической инфраструктуры на развитие предпринимательства (доля респондентов, отметивших, что способствует)

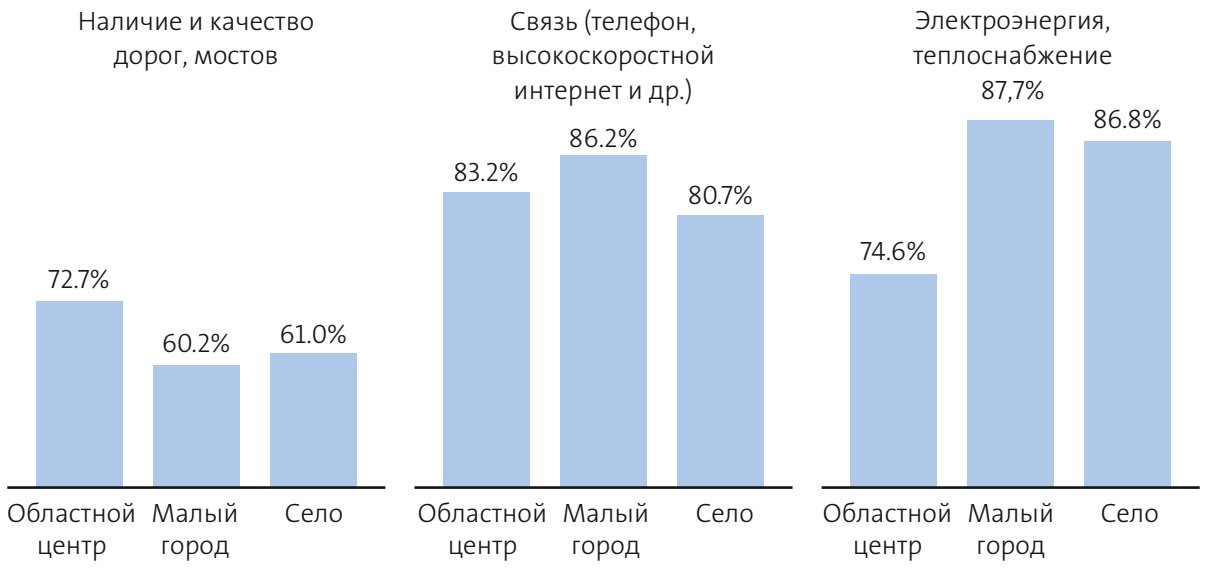
	Мужчины	Женщины
Наличие и качество дорог, мостов	69.1%	67%
Связь (телефон, высокоскоростной интернет и др.)	80.3%	86%
Водоснабжение, канализация	73.1%	75.5%
Электроэнергия, теплоснабжение	78.1%	80.7%
Утилизация отходов	61.2%	58.3%
Общественный транспорт (удобство, безопасность)	65.6%	67.6%
Детские сады, школы	70.3%	73.4%
Медицинские услуги в районе проживания	69.2%	73.2%

В разрезе типа населённого пункта имеются различия в оценке влияния уровня развитости инфраструктуры на развитие предпринимательства.

В крупных городах (скорее всего, в силу лучшей развитости инфраструктуры) большая доля респондентов отметила, что имеющиеся дороги и мосты способствуют развитию предпринимательства (72,7%), тогда как в малом городе и селе доля таких респондентов заметно ниже (60,2% и 61,0% соответственно).

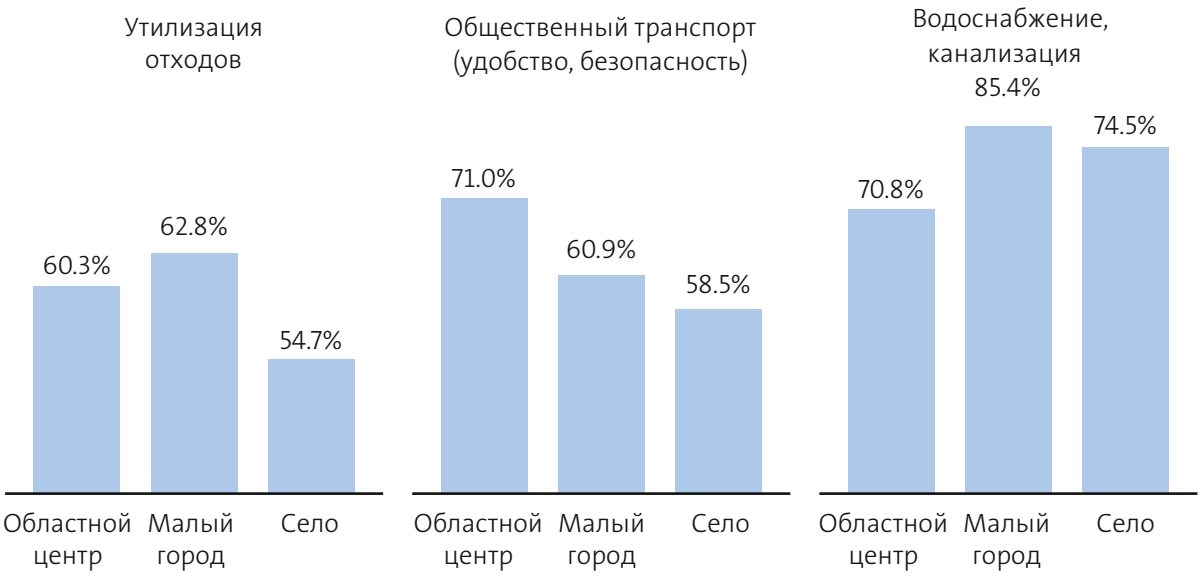
В крупных городах значительно меньшая доля респондентов (74,6%), нежели в малых городах и селах (87.7% и 86,8%) считают, что электро- и теплоснабжение способствует развитию предпринимательства,

ДИАГРАММА 68. Влияние дорог, связи, электроэнергии и теплоснабжения на развитие предпринимательства в разрезе типа населенного пункта, %



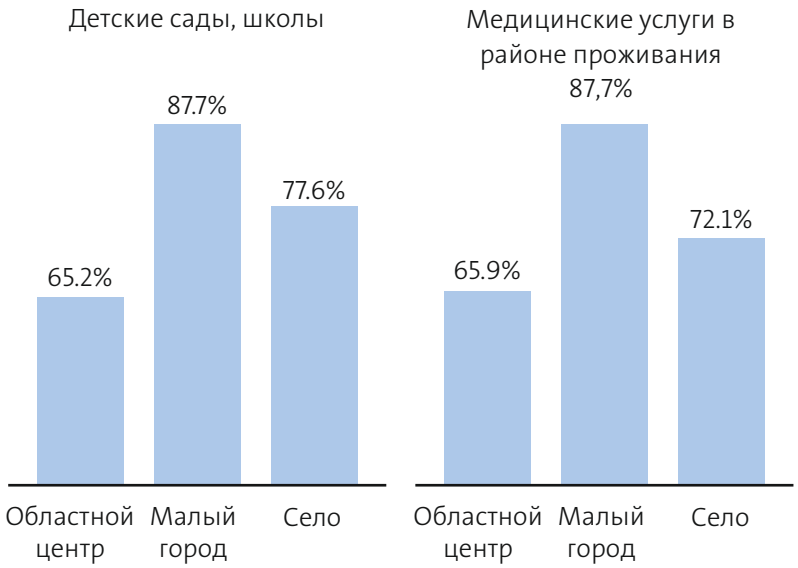
Только половина опрошенных сельчан (54,7%) считает, что имеющаяся утилизация отходов содействует развитию предпринимательства, в городе доля таких респондентов больше 60%. Наблюдается сильная разница в оценке влияния общественного транспорта. Скорее всего, эта разница объясняется уровнем развития инфраструктуры.

ДИАГРАММА 69. Влияние утилизации мусора, общественного транспорта, водоснабжения и канализации на развитие предпринимательства в разрезе типа населенного пункта, %



Социальная инфраструктура в виде детских садов и медицинских учреждений хуже развита в крупных городах (официальная статистика свидетельствует о недостатке мест в детских садах), в мелких городах ситуация обстоит лучше.

ДИАГРАММА 70. Влияние социальной инфраструктуры на развитие предпринимательства в разрезе типа населенного пункта, %



Физическая и социальная инфраструктура в значительной степени предопределяет степень развития предпринимательства в регионе. Поэтому вопросам развития инфраструктуры следует уделять особое внимание. В разрезе пола разницы в оценках инфраструктуры не обнаружены, то есть можно предположить, что доступ к объектам инфраструктуры и мужчин и у женщин одинаков. Имеются различия в разрезе типа населенного пункта. Например, в селах респондентов, считающих, что состояние дорог способствует развитию предпринимательства, заметно меньше. В то время как вопросы электричества, тепло и водоснабжения больше волнуют городских предпринимателей, несмотря на то, что объективно ситуация в городах с этими вопросами гораздо лучше. Здесь уже речь скорее идет об уровне «достаточности» благ для каждого субъекта бизнеса.

3.4. Особенности женского предпринимательства и факторы, влияющие на трудоустройство в неформальном секторе

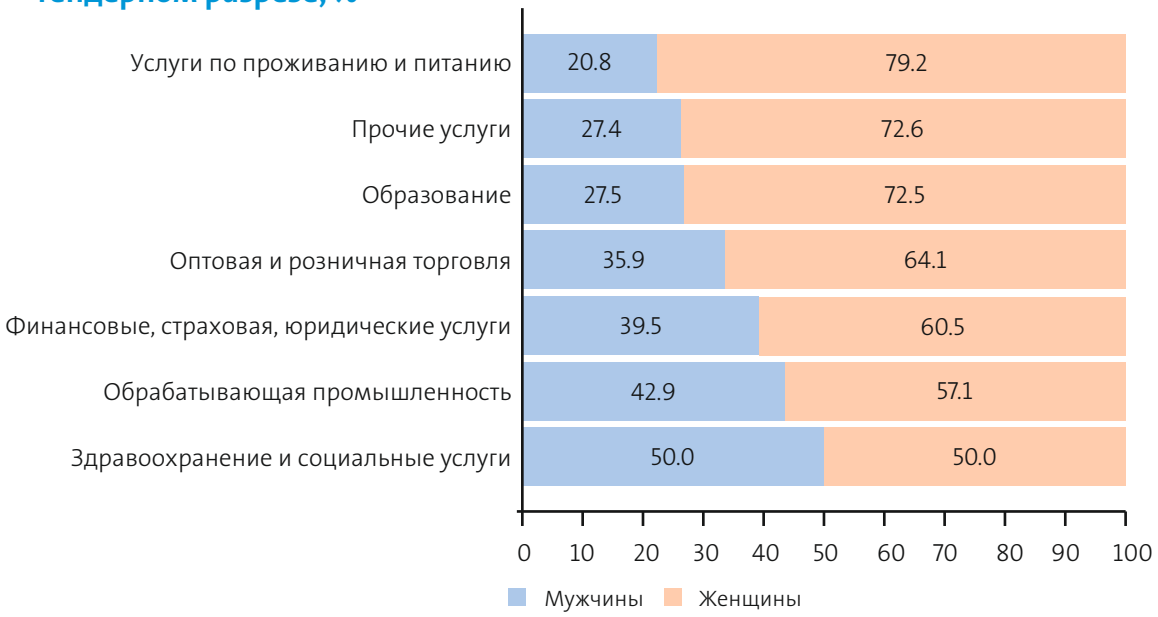
3.4.1. Присутствие женщин в бизнесе

Согласно официальным жанным женщины-руководители болльше представлены в малом бизнесе. В среднем и крупном бизнесе женщин значительно меньше, соответственно и на предприятиях, возглавляемых женщинами, число занятых меньше (30%). Женщины незначительно, но преобладают среди субъектов индивидуального предпринимательства (52,6%).

Основная причина высокой представленности женщин в малом бизнесе кроется в специализации женского бизнеса.

Так, по результатам исследования, женщины – предприниматели и самозанятые женщины представляют виды экономической деятельности, связанные с услугами по проживанию и питанию (79,2%), образованию (72,5%), оптовой и розничной торговлей (64,1%), другими услугами.

ДИАГРАММА 71. Сфера деятельности предпринимателей и самозанятых в гендерном разрезе, %



А меньше всего женских субъектов предпринимательства и самозанятых женщин в таких сферах, как «сельское, лесное и рыбное хозяйство» (32,4%), «строительство» (20,4%), «транспорт, логистика и складирование» (17,4%), «горнодобывающая промышленность и разработка карьеров» (14,3%), «электроснабжение» (11,1%) и прочая техническая деятельность.

Среди самых популярных женских сфер деятельности: торговлей больше занимаются в СКО (38,2%); образованием в г.Нур-Султан (16,2%) и Жамбылской области (15,7%); услуги по проживанию и питанию, а также пищевая и легкая промышленность больше распространены в Актюбинской области, 13,8% и 11,6% соответственно; занятие искусством больше распространено в г.Нур-Султан – 10,8%.

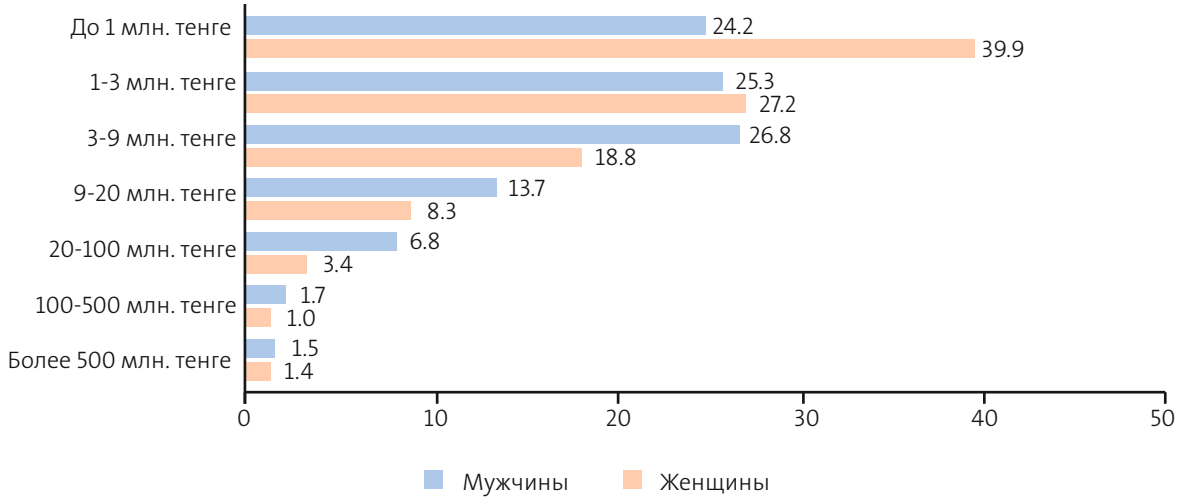
ТАБЛИЦА 62. Популярные женские сферы деятельности в разрезе регионов, % женщин

	Оптовая и розничная торговля	Образование	Услуги по проживанию и питанию	Пищевая и легкая промышлен-ность	Искусство, дизайн, развле-чение и отдых
г. Нур-Султан	30.0	16.2	3.8	3.1	10.8
г. Алматы	29.6	7.9	7.2	4.6	4.6
Актюбинская	24.9	2.8	13.8	11.6	2.2
Жамбылская	29.1	15.7	9	9	0.7
СКО	38.2	2.2	2.2	4.4	7.4
Всего	30.0	8.5	7.6	6.8	4.9

3.4.2. Доходы в женском предпринимательстве

По данным опроса предпринимателей, женщины, ведя в основном малый бизнес, получают малый доход. Почти у 40% женщин годовой доход не превышает 1 млн. тенге и это учитывая, что для 82% этих женщин данный бизнес является основным источником дохода.

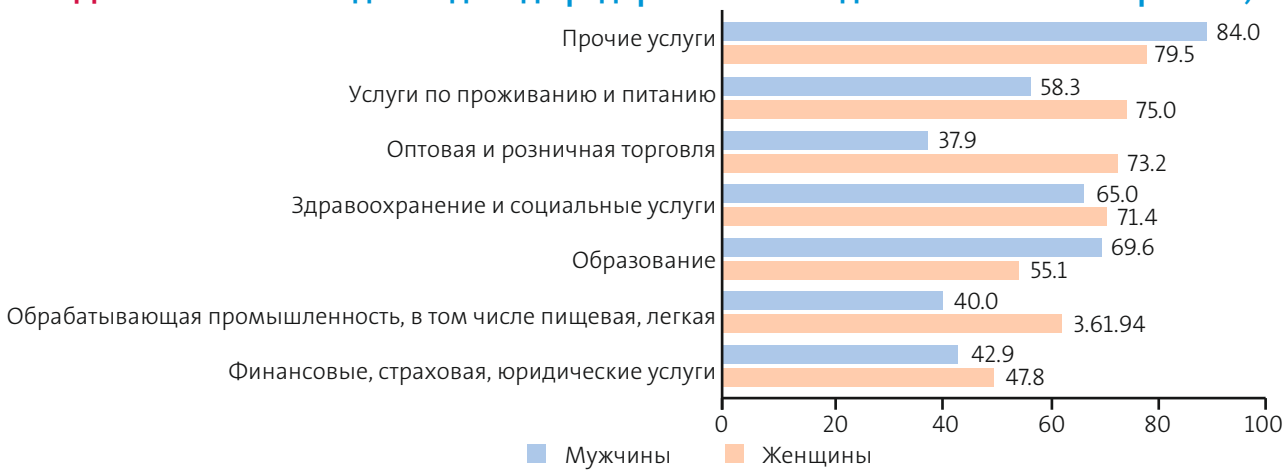
ДИАГРАММА 72. Годовой доход предпринимателей в гендерном разрезе, %



Женщины в большинстве своем занимаются менее доходным бизнесом, среди них 67,4% имеют доход меньше 3 млн. тенге в год (менее 8 тысяч долларов), среди мужчин таковых меньше 50%. В более высокодоходных группах мужчины-предприниматели значительно обгоняют женщин.

По наиболее распространенным сферам деятельности среди женщин, таким как услуги по проживанию и питанию, прочие услуги, а также образование, здравоохранение и социальные услуги, оптовая и розничная торговля, больше половины женщин имеют годовые доходы не более 3 млн. тенге. И сравнении с мужчинами доля женщин (с годовым доходом до 3 млн. тенге) в этих отраслях преобладает, особенно в оптовой и розничной торговле (37,9% мужчин и 73,2% женщин).

ДИАГРАММА 73. Годовой доход предпринимателей до 3 млн. тенге по отраслям, %



В региональном разрезе по результатам опроса самый высокий показатель низкого дохода приходится на Актюбинскую область – 68,8% женщин предпринимателей данного региона получают в год до 1 млн.тенге. Для 79,7% женщин предпринимателей с такой прибылью данный бизнес является основным источников дохода. Данные по г.Алматы и г.Нур-Султану складываются иначе, здесь женщины имеют больше дохода от своей предпринимательской деятельности. Так, например, в г.Нур-Султане 31,7% женщин получают доход 1-3 млн.тенге, 37,5% получают от бизнеса 3-9 млн.тенге. В г.Алматы эти показатели составляют 36,7% и 21,1% соответственно.

ТАБЛИЦА 63. Годовой доход предпринимателей в региональном разрезе, %

	г. Нур-Султан		г. Алматы		Актюбинская		Жамбылская		СКО	
	Муж	Жен	Муж	Жен	Муж	Жен	Муж	Жен	Муж	Жен
До 1 млн. тенге	14.3	13.6	16.2	33.4	29.4	68.8	25.8	32.7	31.1	37.8
1-3 млн. тенге	26.5	31.7	31.0	36.7	11	11.4	35.5	30.8	25.9	32.2
3-9 млн. тенге	35.7	37.5	41.9	21.1	22.0	7.6	17.2	20.2	20	13.3
9-20 млн. тенге	18.4	13.6	6.8	3.3	21.1	6.1	9.7	11.5	9.4	7.8
20-100 млн. тенге	3.1	3.5	2.7	2.2	12.8	1.5	7.5	3.8	5.9	6.7
100-500 млн. тенге	2			1.1	0.9	0.8	4.3	1	1.2	2.2
Более 500 млн. тенге			1.4	2.2	2.8	3.8			3.5	
Всего	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

ТАБЛИЦА 64. Годовой доход предпринимателей по типу населенных пунктов, %

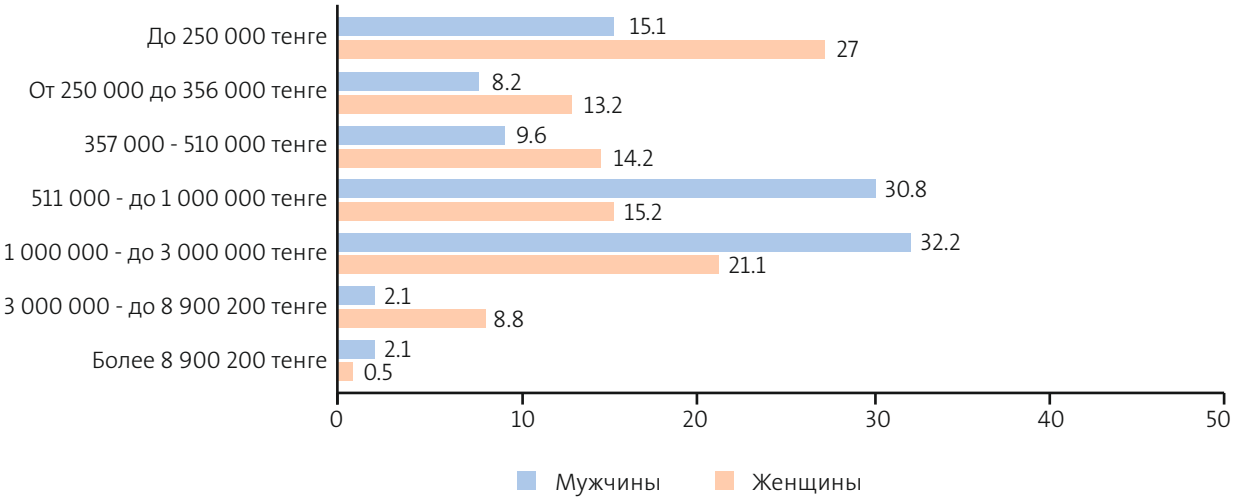
	Областной центр		Малый город		Село/районный центр		Малое село	
	Муж	Жен	Муж	Жен	Муж	Жен	Муж	Жен
До 1 млн. тенге	15.8	25	35.9	64.5	38.0	58.7	42.1	50.0
1-3 млн. тенге	24.0	31.3	26.9	21.8	27.8	20	26.3	20
3-9 млн. тенге	35.0	25.7	11.5	6.5	15.2	11.4	15.8	20
9-20 млн. тенге	15.2	11	16.7	2.4	7.6	7.1	5.3	10
20-100 млн. тенге	5.7	3.7	6.4	4	10.1	1.4	10.5	
100-500 млн. тенге	2.5	1	1.3	0.8		1.4		
Более 500 млн. тенге	1.8	2.3	1.3		1.3			
Всего	100	100	100	100	100	100	100	100

В региональном разрезе по результатам опроса самый высокий показатель низкого дохода приходится на Актюбинскую область – 68,8% женщин предпринимателей данного региона получают в год до 1 млн.тенге. Для 79,7% женщин предпринимателей с такой прибылью данный бизнес является основным источников дохода. Данные по г.Алматы и г.Нур-Султану складываются иначе, здесь женщины имеют больше дохода от своей предпринимательской деятельности. Так, например, в г.Нур-Султане 31,7% женщин получают доход 1-3 млн.тенге, 37,5% получают от бизнеса 3-9 млн.тенге. В г.Алматы эти показатели составляют 36,7% и 21,1% соответственно.

3.4.3. Доходы самостоятельно занятых женщин

По данным опроса самозанятых годовой доход не превышает 1 млн.тенге у 69,6% женщин, 27% из которых имеют до 250 тыс.тенге в год, предоставляя в основном услуги индустрии красоты. У самозанятых мужчин доходы в основном колеблются от 500 тыс. до 3 млн. тенге в год, и деятельность свою они ведут в основном в сфере строительства, транспорта, логистики и складирования.

ДИАГРАММА 72. Годовой доход самозанятых в гендерном разрезе, %



Самозанятые женщины имеют низкие доходы. Более половины опрошенных самозанятых женщин (54,4%) имеют годовой доход менее 510 тыс. тенге или в среднем менее 42,5 тыс. тенге в месяц (32,9% среди мужчин).

- Доля самозанятых женщин с годовым доходом до 250 тыс. тенге преобладает (27%) в сравнении с мужчинами (15,1%). Это женщины, которые имеют доход в среднем менее 20,8 тыс. тенге в месяц. 20,8 тыс. тенге с 1 апреля 2019 года определяется как черта бедности (70 процентов от величины прожиточного минимума). [12]
- Доля самозанятых женщин с годовым доходом 250-356 тыс. тенге преобладает (13,2%) в сравнении с мужчинами (8,2%). Это женщины, которые имеют ежемесячный доход в среднем менее прожиточного минимума. С 1 января 2019 года величина прожиточного минимума для исчисления размеров базовых социальных выплат составляет 29 698 тенге. [13]
- Доля самозанятых женщин с годовым доходом 357–510 тыс. тенге также преобладает (14,2%) в сравнении с мужчинами (9,6%). Это женщины, которые имеют доход в среднем меньше минимальной заработной платы (МЗП с 1 января 2019 года - 42 500 тенге в месяц). [14]

У самозанятых женщины в г.Нур-Султане доходы начинаются от 500 тыс.тенге в год и выше. В то время как в других регионах встречаются женщины, которые получают от своего бизнеса до 500 тыс.тенге в год. К примеру, в СКО у 48,4% женщин доходы за год не превышают 250 тыс.тенге, в Актюбинской у 43,7% и в Жамбылской у 41,5%.

ТАБЛИЦА 65. Годовой доход самозанятых в региональном разрезе, %

	г. Нур-Султан		г. Алматы		Актюбинская		Жамбылская		СКО	
	Муж	Жен	Муж	Жен	Муж	Жен	Муж	Жен	Муж	Жен
До 250 000 тенге	6.1			11.1	18.2	43.7	30.2	41.5	10	48.4
От 250 000 до 356 000 тг			5.6	16.7	18.2	12.5	2.3	24.1	20	15.2
357 000 – 510 000 тг				22.2	9.13	14.6	23.3	17.2	6.7	15.2
511 000 – до 1 0млн тг	6.1	2.5	66.7	29.6	1.8	12.5	39.5	17.2	23.3	9.1
1 млн – до 3 млн тг	84.8	60	27.7	18.5	18.2	12.5	4.7		26.7	9.1
3 млн – до 8 900 200 тг	3	37.5		1.9	4.5	4.2			3.3	
Более 8 900 200 тенге									10	3
Всего	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

ТАБЛИЦА 66. Годовой доход самозанятых по типу населенных пунктов, %

	Областной центр		Малый город		Село/районный центр		Малое село	
	Муж	Жен	Муж	Жен	Муж	Жен	Муж	Жен
До 250 000 тенге	7.7	10.3	18.2	65.7	40	53.3	32.1	57.1
От 250 000 до 356 000 тенге	8.7	11	4.5	15.6		20	10.7	19
357 000 – 510 000 тенге	3.3	14.8	27.3	3.1	20	20	14.3	23.9
511 000 – до 1 000 000 тенге	27.5	18.4	31.9	15.6	20	6.7	42.9	
1 000 000 – до 3 000 000 тенге	47.3	31.6	13.6		20			
3 000 000 – до 8 900 200 тенге	3.3	13.2						
Более 8 900 200 тенге	2.2	0.7	4.5					
Всего	100	100	100	100	100	100	100	100

12 Приказ Министра труда и социальной защиты населения Республики Казахстан от 27 сентября 2019 года № 523. О внесении изменения в приказ Министра труда и социальной защиты населения Республики Казахстан от 31 августа 2017 года № 290 «Об определении размера черты бедности»
13 Установлены Законом РК «О республиканском бюджете на 2019 - 2021 годы» от 30 ноября 2018 года № 197-VI
14 Установлены Законом РК «О республиканском бюджете на 2019 - 2021 годы» от 30 ноября 2018 года № 197-VI

Для 74% самозанятых женщин их деятельность является основным источником дохода. 8,3% женщин, будучи самозанятыми, нанимают работников для своего бизнеса.

3.4.4. Потенциальные предприниматели и самозанятые с предпринимательскими намерениями.

Женщины более рационально принимают решения относительно бизнеса и более законопослушные. Имеющие предпринимательские намерения (планируют открыть бизнес в течение 3 лет) самозанятые составляют большую долю (27,7%) среди женщин в сравнении с мужчинами (24%). Хотя потенциальных предпринимателей, которые видят бизнес возможности, обладают потенциалом, больше среди мужчин (28%). И среди женщин меньше респондентов, не планирующих открывать бизнес, имевших в прошлом бизнес, а также имеющих страхи и препятствия относительно открытия своего дела (45,6% против 48% среди мужчин).

ТАБЛИЦА 67. Группы самозанятых по полу

	Мужчины	Женщины
Имеющие предпринимательские намерения	24%	27.7%
Потенциальный предприниматель	28%	26.7%
Прекратили бизнес, не планируют или присутствуют страхи, препятствия	48%	45.6%

Соответственно в женском бизнесе больше новых предпринимателей (39,8%), имеющих бизнес не более 3,5 лет, чем в мужском (36%). В большей степени это проявляется, когда женщина выполняет функции руководителя, чем владельца.

ТАБЛИЦА 68. Новые предприниматели (не более 3,5 лет) по категориям предпринимателей

	Мужчины	Женщины
Владелец (совладелец) предприятия, не руководитель	66.7%	62.5%
Руководитель и совладелец	44.4%	47.9%
Единоличный собственник-предприниматель	36.1%	39.8%
Руководитель, не являющийся владельцем	16.9%	25%

По результатам опроса 22,3% неформально занятых нанимают работников и/или, предоставляют услуги/товары индивидуальным предпринимателям, юридическим лицам. Данная категория самозанятых составляет 31% среди мужчин и в два раза меньше среди женщин – 15,6%. То есть присутствие женщин в теневом бизнесе в два раза меньше, по той причине, что они более склоны официально регистрировать свою деятельность как бизнес.

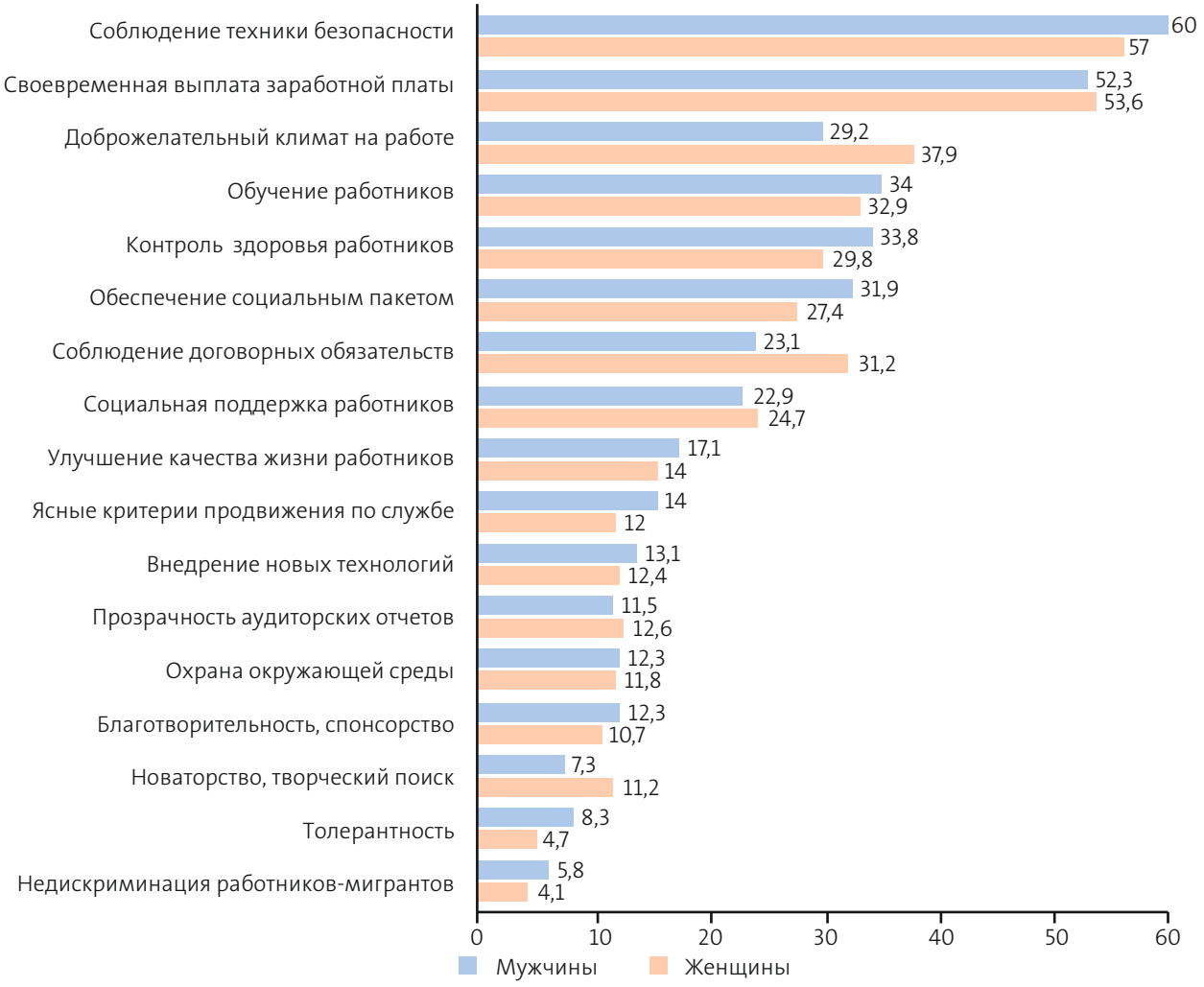
3.4.5. Нормы ведения бизнеса

В приоритете как для мужчин, так и для женщин соблюдение техники безопасности и своевременная выплата заработной платы.

Для женского бизнеса более характерно соблюдение договорных обязательств (31,2% и 23,1%). Женщины более предрасположены создавать доброжелательный климат на работе (37,2% - женщины, 29,2% - мужчины), чаще всего, когда являются единоличными руководителями или руководителем и совладельцем.

Новаторство и творческий поиск является одной из привлекательных сторон женского бизнеса, особенно у предприятий действующих до 3,5 лет (16% у женщин, 7% - у мужчин) и когда женщины работают в команде, то есть являются руководителем, но не владельцем, либо наоборот владельцем (совладельцем), но не руководителем.

ДИАГРАММА 73. Наиболее важные для соблюдения нормы ведения бизнеса, %



Женщины меньше сталкиваются в своей деятельности с коррупцией, чем мужчины. Такая тенденция наблюдается как среди предпринимателей, так и самозанятых. Среди женщин более нетерпимое отношение к коррупции в своей деятельности. Доля тех, кто считает предоставление неофициальных платежей, неформальных услуг неотъемлемой частью предпринимательской деятельности составляет 16,4% среди женщин предпринимателей (21,5% среди мужчин) и 11,3% среди самозанятых женщин (17,4% среди мужчин). Более подробно вопросы коррупции освещены далее.

3.4.6. Практика совместного управления в женском бизнесе

Из всех опрошенных респондентов 73,7% составляют единоличные собственники-предприниматели, где понятно кто влияет на ведение бизнеса. В остальных предприятиях присутствует совместное управление мужчин и женщин, в той или иной степени.

Если присутствует совместное управление нескольких лиц в предпринимательской деятельности при равных позициях, **в женском бизнесе право решающего голоса в большей степени принадлежит мужчинам, чем женщинам**. Если владельцем (совладельцем) предприятия (не руководитель) является мужчина, то право решающего голоса принадлежит мужчинам в 16% случаев, если женщина – право решающего голоса у женщин в 9,5% случаев. Если мужчина является совладельцем и руководителем, все решают мужчины в 71,4% случаев, если женщина руководитель-совладелец – женщины принимают решения в 25,7% случаев. Похожая картина и при руководителе, не являющемся владельцем – 45,5% в пользу мужчин и 12,9% в пользу женщин.

Женщины стараются больше **соблюдать в управлении бизнесом баланс – право решающего голоса предоставлять в равной степени мужчинам и женщинам** (76,2%), чем мужчины (66,7%), когда являются владельцем (совладельцем) и не руководителем. И когда руководителем является женщина подобная ситуация сохраняется – 61,3% против 50%. Это ярче проявляется, когда респондент имеет больше полномочий – является руководителем и совладельцем предприятия. Баланс мужчин и женщин в управлении сохраняется в 68,6% при опросе женщин и 23,8% - при опросе мужчин.

ТАБЛИЦА 69. Кому принадлежит право решающего голоса

	Право решающего голоса или контрольный пакет акций принадлежит	Респонденты	
		Мужчины	Женщины
Владелец (совладелец) предприятия, не руководитель	Женщинам	16.7%	9.5%
	Мужчинам	16.7%	14.3%
	В равной степени мужчинам и женщинам	66.7%	76.2%
Руководитель и совладелец	Женщинам	4.8%	25.7%
	Мужчинам	71.4%	5.7%
	В равной степени мужчинам и женщинам	23.8%	68.6%
Руководитель, не являющийся владельцем	Женщинам	4.5%	12.9%
	Мужчинам	45.5%	25.8%
	В равной степени мужчинам и женщинам	50%	61.3%

3.4.7. Предпринимательство и дети

В женском бизнесе значимым фактором является материнство. Женщины с детьми до 18 лет составляют большую долю среди таких категорий респондентов, как новые предприниматели (57,9%) и имеющие предпринимательские намерения (54,7%). Дети стимулируют женщин на предпринимательскую активность.

Детализация по типу населенного пункта не позволяет привести статистически значимые данные, но тенденция такая сохраняется на уровне городской и сельской местности.

ТАБЛИЦА 70. Дети стимулируют предпринимательскую активность женщин (% респондентов с детьми)

	Мужчины	Женщины	Всего
Устоявшийся бизнес (более 3,5 лет)	45.7%	48.6%	47.1%
Новые предприниматели (до 3,5 лет)	43.2%	57.9%	51.1%
Имеющие предпринимательские намерения	42.9%	54.7%	50%
Потенциальный предприниматель	65.9%	37.3%	50%
Прекратили бизнес, не планируют или страхи, препятствия	46.5%	45.3%	45.9%

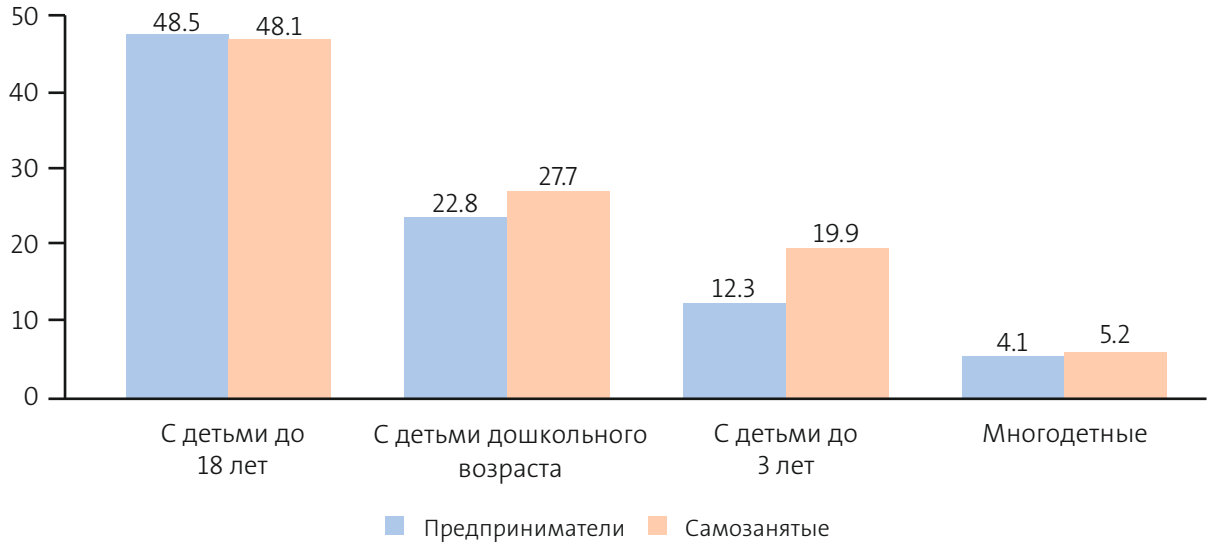
Детализация по типу населенного пункта не позволяет привести статистически значимые данные, но тенденция такая сохраняется на уровне городской и сельской местности.

В областном центре большая доля женщин с детьми среди имеющих предпринимательские намерения. В малых городах и селах большая доля женщин с детьми среди новых предпринимателей и (!) прекративших бизнес, имеющих страхи, препятствия, не планирующих открывать свое дело.

Если женщины с детьми до 18 лет составляют примерно половину опрошенных респондентов (50,5%), то с детьми дошкольного возраста – 24,8%. Женщин с детьми до трех лет среди респондентов – 12,9%. Многодетные респонденты составили – 4,4%.

Среди самозанятых доля женщин с малолетними детьми и многодетные составляет большую долю. Несмотря на то, что наличие детей до 18 лет стимулирует предпринимательскую активность, необходимость ухода за маленькими детьми является одним из факторов, влияющих на трудоустройство в неформальном секторе.

ДИАГРАММА 76. Малолетние дети как фактор, влияющий на трудоустройство в неформальном секторе, женщины



3.4.8. Влияние города и села на женское предпринимательство.

В сельской местности выше среднего показателя составляет доля устоявшегося бизнеса (25% мужчин, 18% женщин). Несмотря на сравнительно высокую долю имеющих предпринимательские намерения (27,8% мужчин, 24,1% женщин), новых предпринимателей в сельской местности мало среди мужчин (17,9%) и в еще большей степени среди женщин (13,2%). Это говорит о наличии сдерживающих факторов на селе для развития женского предпринимательства.

В малых городах женщины активнее мужчин – значительно выше доля новых предпринимателей (25,4%). Среди мужчин выше доля потенциальных предпринимателей (21,4%), которые видят бизнес-возможности и способности для открытия бизнеса, но предпринимательские намерения на более низком уровне (13,9%).

В областных центрах похожая ситуация, но только женщины здесь менее активны. Новые предприниматели больше распространены среди мужчин (69,4%), а среди женщин – потенциальные предприниматели (71,2%).

ТАБЛИЦА 71. Место проживания как фактор влияющий на развитие предпринимательства

	Обл. центр		Малый город		Село		Всего	
	Муж	Жен	Муж	Жен	Муж	Жен	Муж	Жен
Устоявшийся бизнес (более 3,5 лет)	56.5%	58.4%	18.5%	23.2%	25%	18.4%	100%	100%
Новые предприниматели (до 3,5 лет)	69.4%	61.5%	12.7%	25.4%	17.9%	13.2%	100%	100%
Имеющие предпринимательские намерения	58.3%	59.3%	13.9%	16.7%	27.8%	24.1%	100%	100%
Потенциальный предприниматель	61.9%	71.2%	21.4%	13.5%	16.7%	15.4%	100%	100%
Прекратили бизнес, не планируют или страхи, препятствия	65.3%	65.2%	12.5%	18%	22.2%	16.9%	100%	100%
Всего	61.5%	61.1%	16.2%	22%	22.3%	16.9%	100%	100%

Таким образом, при более благоприятных условиях для предпринимательской деятельности в сельской местности очень высокая вероятность роста новых предприятий. В малых городах необходима большая поддержка для развития предпринимательства. В областных центрах необходимость выдерживать более высокую конкуренцию, что способствует росту новых предприятий среди женщин в меньшей степени, чем среди мужчин.

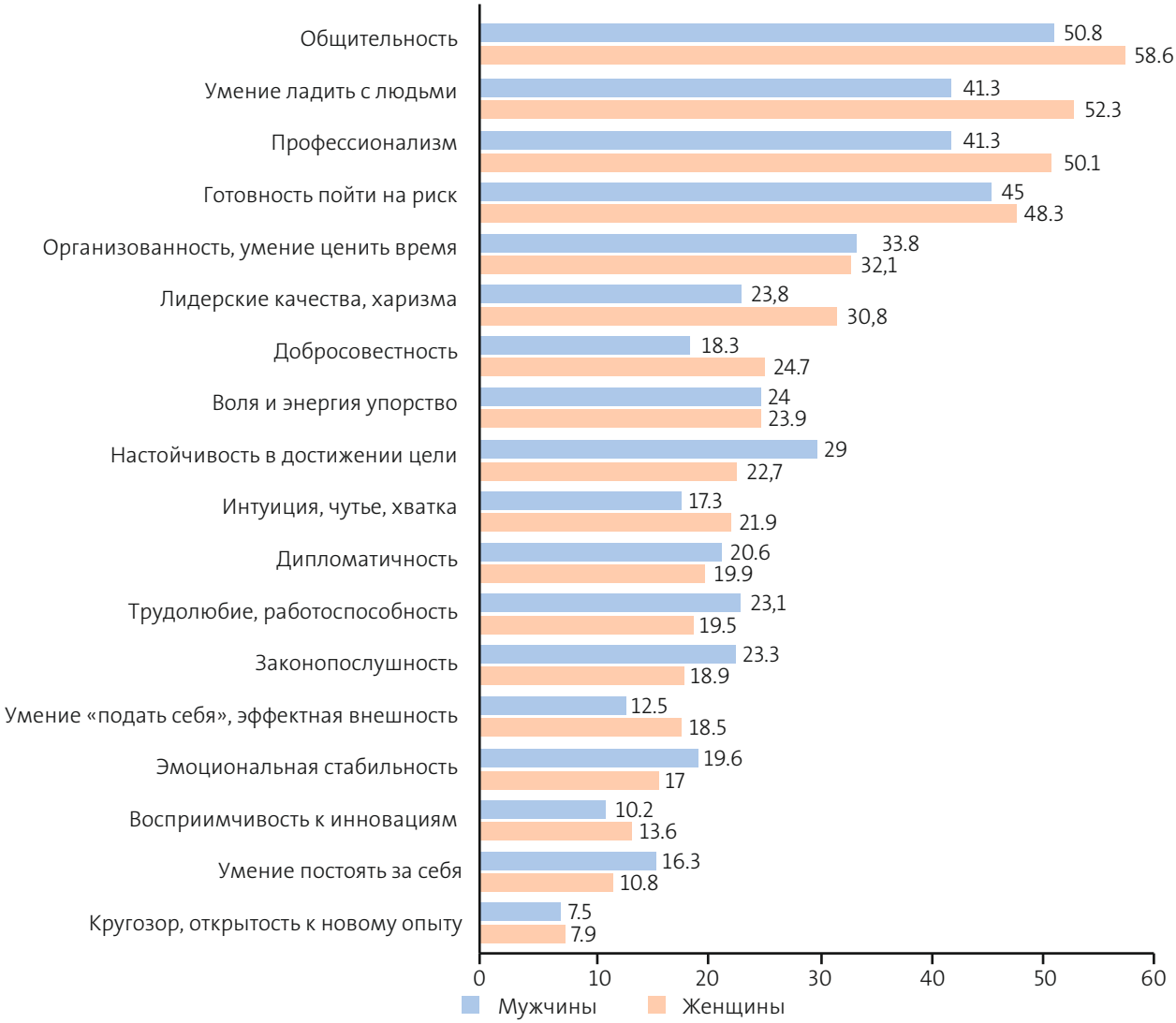
3.4.9. Личные качества

Общительность, умение ладить с людьми, профессионализм и готовность пойти на риск являются наиболее необходимыми личными качествами, способствующими предпринимательской деятельности по мнению, как мужчин, так и женщин предпринимателей (более 40% ответов). Однако женщины придают этим качествам большее значение. Поэтому женщины предприниматели более общительны, умеют строить отношения с людьми и более профессиональны, если взялись за дело.

Мужчины и женщины одинаково готовы пойти на риск и в равной степени ценят организованность, умение ценить время.

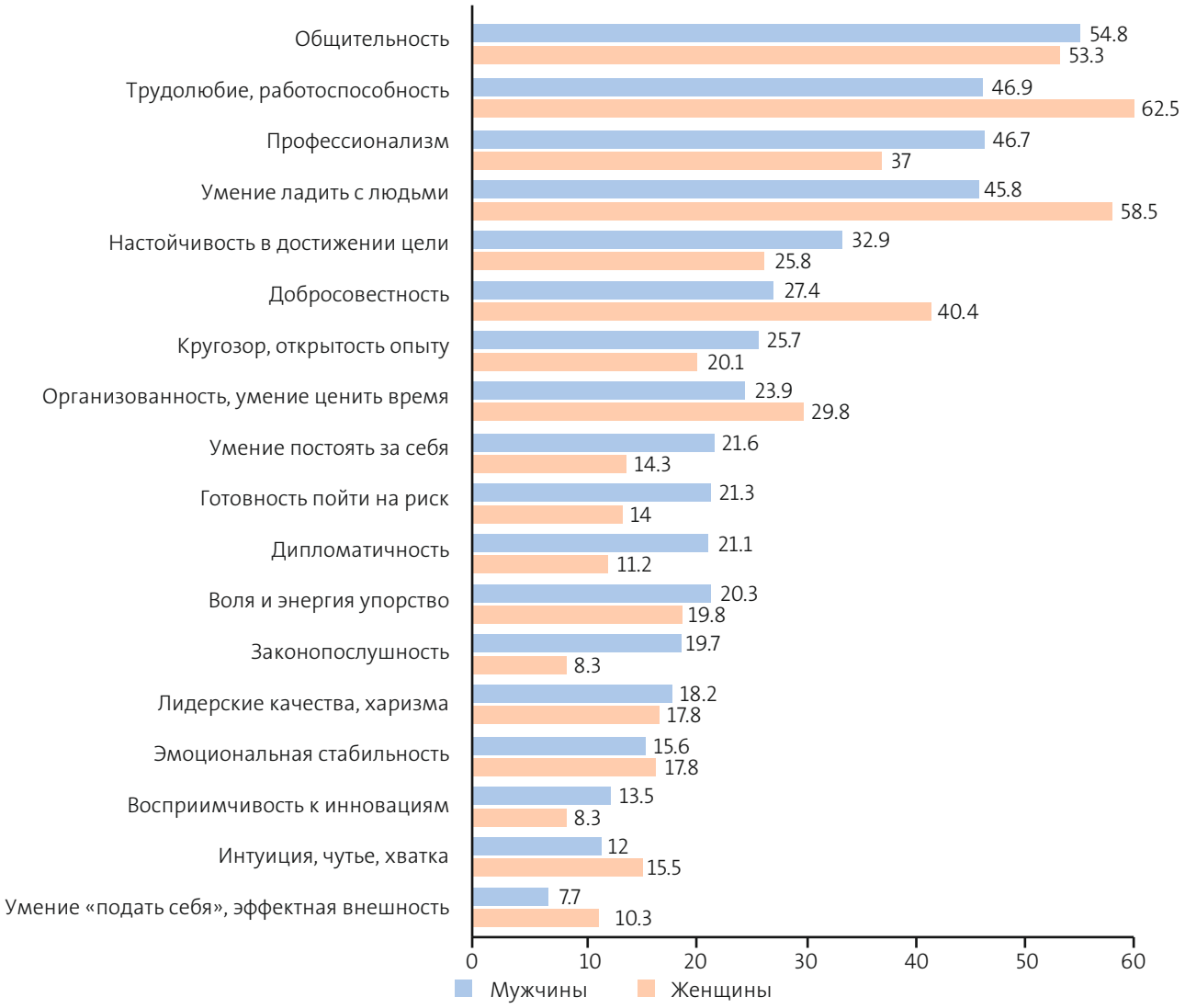
Портрет женщины предпринимателя можно дополнить такими личными качествами, которые в большей степени характерны для женского бизнеса – это лидерские качества и харизма, добросовестность, интуиция, чутье и хватка, умение «подать себя» и эффектная внешность.

ДИАГРАММА 77. Личные качества, необходимые для предпринимательской деятельности, пол (%)



По мнению самозанятых, прежде всего необходимы для предпринимательской деятельности трудолюбие, работоспособность и затем умение ладить с людьми. Сравнительный анализ ответов предпринимателей и самозанятых по данному вопросу дает возможность оценить качества, недостающие самозанятым для предпринимательской деятельности – это профессионализм, настойчивость в достижении цели, открытость новому опыту, готовность пойти на риск, дипломатичность и умение постоять за себя.

ДИАГРАММА 78. Личные качества, необходимы для предпринимательской деятельности, предприниматели и самозанятые (%)



3.4.1. Дискриминация, сексуальные домогательства

По результатам опроса встречаются случаи не только дискриминации, но и сексуальных домогательств. С дискриминацией сталкивались 3,1%, с сексуальными домогательствами – 0,9% и насилием – 0,1% опрошенных женщин. Более незащищенными в этом отношении являются самозанятые женщины.

ТАБЛИЦА 72. Дискриминация и сексуальное домогательство

	Предприниматели, N=471	Самозанятые, N=197	Всего, N=668
Дискриминация	2.5%	4.6%	3.1%
Сексуальное домогательство	0.6%	1.5%	0.9%
Насилие	0.2%	0%	0.1%

Дискриминация имеет место как в городской, так и в сельской местности. Отмечают случаи сексуальных домогательств городские женщины. И доля женщин, отказавшихся ответить на данные вопросы также больше в городах – от 2% в селе до 6% в областном центре. В городской местности существует больший риск для женщин оказаться жертвой сексуального домогательства.

ТАБЛИЦА 73. Дискриминация и сексуальное домогательство, местность

	Областной центр, N=411	Малый город, N=152	Село, N=105	Всего, N=689
Дискриминация	3.4%	2.6%	2.9%	3.1%
Сексуальное домогательство	0.7%	2%		0.9%
Насилие	0.2%			0.1%

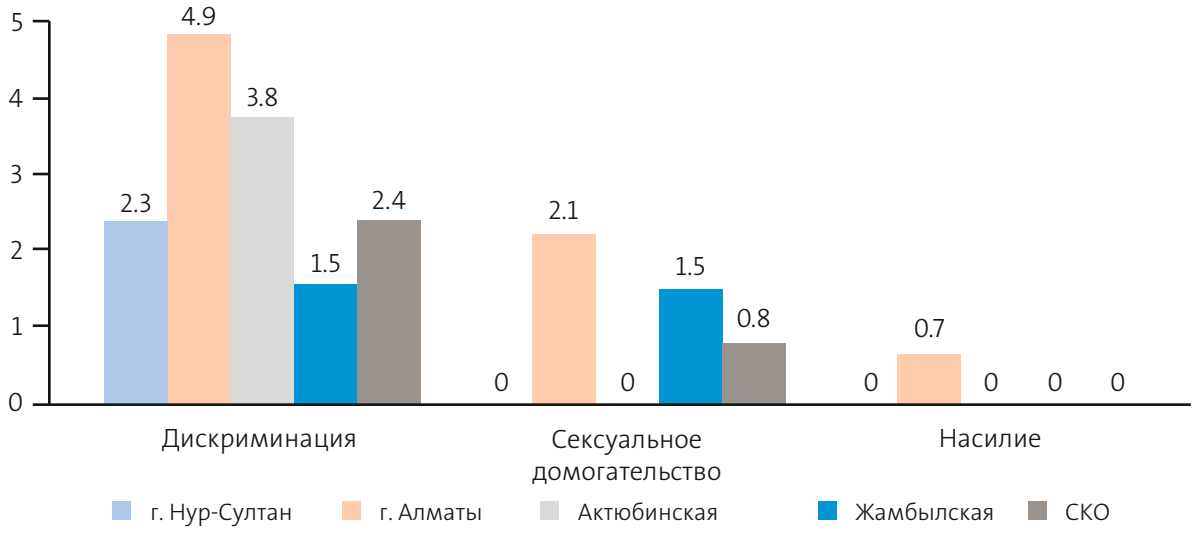
Дискриминация и сексуальные домогательства, имеющие место в предпринимательской деятельности, способствуют отсутствию предпринимательского намерения у самозанятых.

ТАБЛИЦА 74. Дискриминация и сексуальное домогательство, группы предпринимателей и самозанятых

	Устоявшийся бизнес (более 3,5 лет)	Новые предприниматели (до 3,5 лет)	Имеющие предпринимательские намерения	Потенциальный предприниматель	Прекратили бизнес, не планируют или страхи, препятствия
Дискриминация	2.5%	2.7%	-	9.8%	4.8%
Сексуальное домогательство	0.7%	0.5%	-	2%	2.4%
Насилие	-	0.5%	-	-	-

Алматы является городом, где с дискриминацией (4,9%) и сексуальными домогательствами (2,1%) женщины сталкиваются чаще, чем в других регионах (менее 2%).

ДИАГРАММА 79. Дискриминация и сексуальное домогательство, группы предпринимателей и самозанятых



С дискриминацией по половому признаку встречались устоявшиеся предприниматели на начальном этапе их становления: *«В 2008 году, когда я открывала свой бизнес, гендерное неравенство было на глазах. Тогда не было ни юридической поддержки, ни налоговой поддержки, мы сами все делали, сами двигались и мне приходилось каждому на поклон идти. Я выслушивала неприятные вещи, например, может поужинаем, может чай попьем? Сейчас все равно больше женщин стало и такой уже дискриминации нету, но все равно это все остается в нынешнее наше время «я тебе помогу, ты мне поможешь». Тем более я - мать-одиночка»* (ГИ, Жамбылская область, Айжанат, женщина-предприниматель из районного центра).

«Я бы не позволила такого по отношению к себе». (ГИ Гульжан, Алматы, предприниматель). *«По бизнесу, я думаю, что это выбор женщины. Если это касается карьерной лесницы, то были такие случаи, когда предлагали быть любовницей, зарплата и должность будут, и т.д. и т.п. А в бизнесе, это все-таки выбор женщины».* (ГИ, Алматы, женщина-предприниматель, многодетная мама, руководитель социального центра).

Сами женщины иногда оправдывают сексуальные домогательства со стороны мужчин: *«Я не слышала о подобных случаях. Но считаю, женщина своим неподобающим поведением к этому подводит, допустим, слишком открыто одевается. От женщины исходит все, если женщина такое не допустит сама – то ничего не будет».* (ГИ, СКО, председатель Совета деловых женщин).

Чаще женщины-предприниматели свою принадлежность к слабому полу обращают в свою пользу.

«Если бы я была сексуальная, худенькая и красивая может быть у меня были бы домогательства. Но в виду того, что я бывшая капитан полиции и сама как говорится, за свои подушки безопасности отвечу, поэтому в этом плане ничего не было. Но есть такая тонкая грань, когда хочешь добиться своего, дискриминация конечно есть. Это когда, мне нужен документ, идти вот этим долгим путем, отдать письмо и ждать его. Или решить дело звонком, например: «Баке, что там?», «Я же слабая женщина, не могу сделать» и тут сразу вопрос решается быстрее. Это очень даже хорошо. В комитете там одни мужчины, к ним прийти и договориться проще. Ну конечно, женщина должна знать грань между обаянием и навязчивостью». (ГИ, Жамбылская, Гаухар, предприниматель из города).

«Мне помогает то, что я женщина. Например, у нас получается вообще семейный бизнес, муж и я. В основном все мои клиенты — это мужчины, это крупные компании. Обычно хожу на переговоры я одна, потому что они к женщине как-то лояльней, что ли относятся, с каким-то уважением, тем более если они видят, что человек в своей сфере грамотный. И если это женщина – их это подкупает» (ГИ, Нур-Султан, женщина-предприниматель из уязвимой группы).

3.4.11. Выводы по главе

Таким образом, можно выделить следующие характерные особенности женского предпринимательства:

1. Женщины в основном представлены в малом бизнесе, а именно в менее доходных сферах деятельности, в сфере услуг, а именно оптовой и розничной торговле, образовании, услугах по проживанию и питанию. Из высокодоходных можно отметить финансовые, страховые и юридические услуги. Бизнес женщин редко связан с производственной деятельностью, за исключением пищевой и отчасти швейной промышленности.
2. Доходы самозанятых женьщин ниже доходов мужчин. Более половины опрошенных самозанятых женщин (54,4%) имеют годовой доход менее 510 тыс. тенге или в среднем менее 42,5 тыс. тенге в месяц (32,9% среди мужчин). Среди них имеющие доходы ниже черты бедности и ниже прожиточного минимума, которые также преобладают относительно мужчин.
3. Женщины более рационально принимают решения относительно бизнеса и более законопослушные.
4. В женском бизнесе больше новых предпринимателей, имеющих бизнес не более 3,5 лет.
5. Для женского бизнеса характерны такие нормы ведения бизнеса как, соблюдение договорных обязательств. Женщины также более предрасположены создавать доброжелательный климат на работе. Новаторство и творческий поиск является одной их привлекательных сторон женского бизнеса, особенно у новых предприятий.
6. При равных позициях в предпринимательской деятельности (присутствует совместное управление нескольких лиц), в женском бизнесе право решающего голоса в большей степени принадлежит мужчинам, чем женщинам. Женщины также стараются больше соблюдать в управлении бизнесом баланс – право решающего голоса предоставлять в равной степени мужчинам и женщинам.
7. В женском бизнесе значимым фактором является материнство. Дети стимулируют женщин на предпринимательскую активность. Детализация по типу населенного пункта не позволяет привести статистически значимые данные, но тенденция такая сохраняется на уровне городской и сельской местности.
8. Несмотря на то, что наличие детей до 18 лет стимулирует предпринимательскую активность, необходимость ухода за маленькими детьми является одним из факторов трудоустройства в неформальном секторе.
9. В сельской местности выше среднего показателя составляет доля устоявшегося бизнеса и имеющих предпринимательские намерения. Новых предпринимателей в сельской местности мало среди мужчин и в еще большей степени среди женщин. Это говорит о наличии сдерживающих факторов на селе для развития женского предпринимательства.
10. В малых городах женщины активнее мужчин – значительно выше доля новых предпринимателей. Также значительна доля бизнеса с опытом более 3,5 лет.
11. В областных центрах похожая ситуация, но только женщины здесь менее активны мужчин. Новые предприниматели больше распространены среди мужчин, а среди женщин – потенциальные предприниматели, которые видят бизнес-возможности и способности для открытия бизнеса, но предпринимательские намерения на более низком уровне.
12. Женщины предприниматели более общительны, умеют строить отношения с людьми и более профессиональны, если взялись за дело. Портрет женщины предпринимателя также можно дополнить такими личными качествами, как лидерство и харизма, добросовестность, интуиция, чутье и хватка, умение «подать себя» и эффектная внешность. Мужчины и женщины одинаково готовы пойти на риск и в равной степени ценят организованность, умение ценить время.

13. Личные качества, которые самозанятые недооценивают, как способствующие предпринимательской деятельности – это профессионализм, настойчивость в достижении цели, открытость новому опыту, готовность пойти на риск, дипломатичность и умение постоять за себя.
14. Присутствие женщин в теневом бизнесе среди неформально занятых в два раза меньше, по той причине, что они более склоны официально регистрировать свою деятельность как бизнес.
15. У женщин более нетерпимое отношение к коррупции и соответственно они меньше сталкиваются в своей деятельности с коррупцией, чем мужчины.
16. По результатам опроса встречаются случаи не только дискриминации, но и сексуальных домогательств. Более незащищенными в этом отношении являются самозанятые женщины. Дискриминация имеет место как в городской, так и в сельской местности. В городской местности существует больший риск для женщин оказаться жертвой сексуального домогательства.

4. Гендерно-ориентированное бюджетирование

4.1. Международный опыт и определения

В августе 2010 года «Общество Фосетта» подало иск о судебном пересмотре действий правительства Великобритании, т.к. оно оставило без должного внимания законы о гендерном равенстве при подготовке «Экстренного бюджета Великобритании», представленного в начале того же года. В своем иске «Общество Фосетта» ссылалось на результаты анализа, проведенного сотрудниками библиотеки Палаты общин по просьбе депутата Иветты Купер, который показал, что из 8 млрд. фунтов стерлингов, которые будут собраны в результате бюджетных изменений в виде прямых налогов и льгот, 5,8 млрд. фунтов стерлингов будут оплачены женщинами.[15] То есть в Великобритании в первом десятилетии 21 века было обнаружено, что 72,5% налогов должно было бы оплачиваться женщинами в результате изменений налогового законодательства. Суд общество не выиграло, но судья поощрил изучение этого вопроса.

В начале 2011 года то же «Общество Фосетта» поручило Институту фискальных исследований («ИФИ») провести анализ воздействия изменений в налогах и пособиях в период 2010-2015 гг. на женщин и мужчин. **Результаты анализа показали, что одинокие матери больше всего пострадают** в результате этих мер.[16]

Вопросы гендерного бюджетирования сначала стали дискутироваться и приниматься в виде законов в двух странах: Австралии и Южной Африке. В 1984 году Австралия стала первой страной, которая ввела в практику гендерно-ориентированное бюджетирование. На протяжении 1980-х и 1990-х гг. данная инициатива была расширена для включения всех бюджетов на федеральном, штатном и территориальном уровнях. Результаты анализа были опубликованы в виде «Женских бюджетных докладов» и стали неотъемлемой частью официальной бюджетной документации, которая выносилась в парламент на обсуждение. Отмена апартеида (1994, избрание Нельсона Манделы президентом ЮАР) и последующее создание новых демократических структур государственной власти в Южной Африке предоставили возможность для принятия разных стратегий, ориентированных на обеспечение

15 «Бюджетирование, ориентированное на обеспечение равенства» Экспертный отчет Шейлы Куинн для Комиссии по равноправию Северной Ирландии, 2013. (Далее – БООР, Куини, 2013) Неофициальный перевод. Русская версия подготовлена к печати Многостраховым отделением Структуры «ООН-женщины» в Центральной Азии (Казахстан). Казахстан, Алматы, 2017 год. Доклад опирается на статью 75 Закона о Свереной Ирландии, где говорится, в частности, что что Государственный орган при выполнении своих функций, касающихся Северной Ирландии, должен должным образом учитывать необходимость обеспечения равенства возможностей:
(а) между лицами различных религиозных убеждений, политических убеждений, расовой группы, возраста, семейного положения или сексуальной ориентации;
(б) между мужчинами и женщинами в целом;
(в) между людьми с ограниченными возможностями и лицами без;
и (г) между лицами с иждивенцами и лицами без. (http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1998/47/section/75)
16 Там же

равенства, включая гендерно-ориентированное бюджетирование. Методологии, использованные в этих двух странах, были адаптированы в качестве рамочной основы, которая впоследствии стала фундаментом программ обучения по гендеро-ориентированному бюджетирования (Далее – ГОБ).[17]

Для Казахстана важно ориентироваться на результаты, достигнутые в гендерном бюджетировании в передовых странах мира для принятия решений для правительства в сфере эффективного расходования бюджетных средств на развитие женского предпринимательства в стране, учитывая потребности социально-уязвимых групп женщин.

В настоящем исследовании по Казахстану, к примеру, женщина-предприниматель, многодетная мать, руководитель социального центра, г. Алматы предлагает для категории многодетных сделать льготное налогообложение: *«по опыту даже зарубежных стран, какой-то родитель имеет право работать только половину дня, за ним сохраняется его рабочее место, и он может работать полдня,... У нас такого нет. Женщина не может на полдня выходить работать, официально. Даже в госструктурах.»* Данное утверждение применяется к обоим родителям и относится вообще к многодетным семьям, к отцам и матерям в равной мере, и равенство здесь учитывается не по гендерному признаку, а по признаку количества детей в семье. Но на данном этапе важно учитывать традиции страны – в большинстве случаев это относится к женщинам, матерям, то есть носит все еще гендерный аспект.

В широком смысле, следует применять гендерное бюджетирование как к подходу в отношении как женщин, так и мужчин, а также вообще к вопросам равенства различных социальных групп. Таким образом, ГОБ – это часть долгосрочного общего проекта «Бюджетирование, ориентированное на равенство» (Далее – БОР).

В данном отчете будет введено определение гендерного бюджетирования и изложение основных идей и стандартов, имеющихся в мировой практике.

Гендерное бюджетирование – это применение гендерного подхода в бюджетном процессе. Это означает **гендерную оценку бюджетов, учитывающую гендерную проблематику на всех уровнях бюджетного процесса и реструктуризирующую доходы и расходы в целях обеспечения гендерного равенства**. [18] Вместо гендерного бюджета (бюджетирования) в качестве синонимов могут использоваться термины: «с учетом гендерного фактора», «гендерно-зависимый или гендерно-чувствительный бюджет» и «бюджет для женщин». Гендерное бюджетирование **не означает отдельный бюджет для женщин**. Он не ограничивается бюджетными ассигнованиями, направленными на политику равных возможностей или продвижение женщин, но **охватывает весь бюджет, доходы и расходы**.

Гендерное бюджетирование является неотъемлемой частью учета гендерной проблематики, бюджеты должны рассматриваться вместе с политикой. Разрыв между политикой и распределением ресурсов, который был выявлен почти во всех инициативах по гендерному бюджету на сегодняшний день, **а разработка бюджета и разработка политики должны осуществляться в тесном сотрудничестве**. [19]

Направления гендерного бюджетирования:

- содействовать подотчетности и прозрачности в налогово-бюджетном планировании;
- расширить участие с учетом гендерных факторов в бюджетном процессе, например, путем принятия мер по равному вовлечению женщин и мужчин в подготовку бюджета;
- продвигать гендерное равенство и права женщин. [20]

Пример распределения ответственности по гендерному бюджетированию и статистике в Австрии (2013 бюджетный год):[21]

17 Там же
18 https://rm.coe.int/1680596143
19 https://rm.coe.int/1680596143
20 Далее – БООР, Куини, 2013. Подробно см. выше.
21 https://www.un.org/en/ecosoc/newfunct/pdf/vpd_steger.pdf

- Способствовать совмещению работы и семьи: Министерство финансов; Министерство экономики и семьи; Верховный суд
- Содействовать участию женщин на рынке труда: Министерство труда и социальных дел, Министерство экономики и семьи; Министерство транспорта, инноваций и технологий
- Сократить гендерный разрыв в оплате труда: Министерство финансов
- Защита женщин от насилия: Федеральная канцелярия; Министерство Внутренних дел
- Сокращение бедности среди женщин: Министерство труда и социальных дел
- Улучшить представительство женщин в госучреждениях: Федеральная канцелярия;
- Министерства обороны; Министерство науки; Министерство экономика и семьи; Министерство финансов
- Улучшить базы данных по гендеру (статистика): Счетная палата; Министерство труда и социальных дел; Министерство здоровья; Министерство транспорта, инноваций и технологий
- Повышение осведомленности общественности о гендерном равенстве: парламент; Федеральная канцелярия; Министерство иностранных дел.

Влияние на позиции Казахстана в международных рейтингах

Улучшение гендерных показателей и включение статистического гендерного аспекта во все стратегические и бюджетные документы приведет к повышению позиций в соответствии с Целями в области устойчивого развития (ЦУР)[22] ООН по всем рейтингам, включая непосредственно индексы ЦУР.

Индекс устойчивого развития (ИУР)

Отчет об устойчивом развитии представляет собой ежегодный документ, где подсчитывается рейтинг по 115 показателям, и в Отчете об устойчивом развитии 2019[23] Казахстан занимает 77 место с 68,7 баллами. Между Бахрейном (76 место с таким же скорингом), Арменией (75 место, 68,8 баллов) и Мексикой (78 место, 68,5 баллов). На первом месте – Дания, 85,2 балла. Кыргызстан 48 место с 71,6 баллов, Россия – 55 место, 70,9 баллов; Беларусь – 23 место, 77,4 балла. На 256 странице отчета можно увидеть подробную информацию по Казахстану по каждому показателю.

В сентябре 2015 года Казахстан присоединился к ЦУР ООН, в которых 12 из 17 целей являются гендерно-чувствительными. Это означает, что практически во всех программах на всех уровнях управления должны быть включены показатели гендерного равенства, отслеживание которых и соответствующие улучшения должны привести не только к повышению позиций страны в мировом рейтинге, но и реальному улучшению в развитии.

В рейтингах Отчет об устойчивом развитии присутствует индекс оценки усилий правительств по реализации ЦУР. Всего там несколько показателей, и есть такой показатель, как «упоминание ЦУР в последнем документе по бюджету?»: учитывается ответ на вопрос **«принимаются ли страной термины «Цели в области устойчивого развития»**, «ЦУР» и «Повестка дня на период до 2030 года»?»[24], и следом вопрос: «если да, **упоминаются ли ЦУР** для внутреннего осуществления и / или международного сотрудничества?», а помещение таких положений в ежегодный бюджет находится, прежде всего, в компетенции Министерства Финансов, Министерства национальной экономики и Парламента. Также есть показатель: «за последний год было ли сделано какое-либо официальное заявление высокопоставленного чиновника (главы государства и / или члена кабинета), одобряющего реализацию ЦУР на национальном уровне?» - здесь лежит ответственность на Президенте и его администрации, либо на Премьер-министре.

Важный вопрос также касается следующего: «определил ли Национальный статистический институт или какие-либо уполномоченные центральные / федеральные учреждения официальные ключевые национальные показатели для мониторинга реализации ЦУР?», и, если да, «сколько индикаторов в этом списке официальных национальных индикаторов?».

22 https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/
23 https://s3.amazonaws.com/sustainabledevelopment.report/2019/2019_sustainable_development_report.pdf
24 Там же

Последний показатель касается взаимодействия с общественностью: «Были ли разработаны комплексные механизмы взаимодействия с заинтересованными сторонами для информирования о реализации ЦУР?».

Индекс устойчивого развития (ИУР)

Каждые два года проводится оценка и выставляется рейтинг стран по Индексу открытости бюджета,[25] в оценку входит, в том числе, определение ориентированности 8 главных бюджетных документов страны на гендер. Включение разделения бюджетов по мужчинам и женщинам в каждый из этих документов повысит рейтинг страны на 1 пункт, а, значит, всего на 8 пунктов. Данный индекс включается в Цели развития тысячелетия (ЦРТ) и учитывается в ЦУР.[26] Повышение ИОБ косвенно влияет на инвестиционную привлекательность стран.

Позиция Казахстана в ИОБ – 53 балла, он находится между Гондурасом (54) и Непалом (53), при этом ИОБ у России – 72, у Кыргызстана – 55, у Грузии – 82, и она входит в пятерку ведущих стран, на первом месте – Новая Зеландия (89).

4.2. Текущая ситуация с гендерно-ориентированным бюджетированием в Казахстане

4.2.1. Планы и отчеты по внедрению ГОБ

Гендерно-ориентированное бюджетирование (ГОБ) осуществляется во многих странах ОЭСР. Согласно «Концепции семейной и гендерной политики РК до 2030 года» в 2016 году[27] (далее – Концепция) планировалось внедрение гендерного бюджетирования при формировании бюджетов государственных органов. В этом документе целями государственной гендерной политики прописано достижение паритетных прав, выгод, обязанностей и возможностей мужчин и женщин во всех сферах жизнедеятельности общества, преодоление всех форм и проявлений дискриминации по половому признаку. В частности, для достижения поставленной цели по государственной гендерной политике необходимо обеспечить решение следующих задач: 9) экспертиза и оценка на предмет внедрения гендерных подходов в систему государственного и бюджетного планирования и их учет при разработке нормативных правовых актов, направленных на обеспечение равных прав и равных возможностей мужчин и женщин; 4.2. Стратегия реализации гендерной политики Укрепление института гендерного равенства путем государственного регулирования и внедрения оценки гендерного воздействия в систему государственного и бюджетного планирования, а также при разработке нормативных правовых актов.

Также в Концепции было сказано, что:

- Будет определен уполномоченный орган, осуществляющий руководство и межотраслевую координацию в сфере гендерной политики, и усовершенствована институциональная основа Национальной комиссии.
- Гендерные подходы (в том числе гендерная статистика) будут интегрированы в систему государственного и бюджетного планирования, разработанные гендерные подходы будут учитываться при разработке нормативных правовых актов, направленных на обеспечение равных прав и равных возможностей мужчин и женщин.
- Будут рассмотрены вопросы внедрения гендерного бюджетирования при формировании бюджетов государственных органов.
- Касательно стратегических планов государственных органов мониторинг основных направлений Концепции будет проводиться по ее целевым индикаторам.
- Оценка реализации Концепции будет основана на выполнении поставленных целей и задач.

25 https://www.internationalbudget.org/
26 https://www.internationalbudget.org/international-advocacy/sustainable-development/, https://www.internationalbudget.org/wp-content/uploads/Budget-Brief-From-Numbers-to-Nurses.pdf
27 https://egov.kz/cms/ru/law/list/U1600000384

- Реализация положений Концепции будет осуществляться поэтапно посредством Плана мероприятий, утверждаемого Правительством Республики Казахстан. Консолидированный отчет Президенту Республики Казахстан о ходе реализации Концепции будет предоставляться Правительством Республики Казахстан на ежегодной основе. Кроме того, на заседании Национальной комиссии ежеквартально будут проводиться заслушивания центральных и местных исполнительных органов по реализации Концепции.

План реализации Концепции был составлен и опубликован.[28] Национальная комиссия по делам женщин и семейно-демографической политике (Далее – НК) выступила в роли центрального учреждения по гендерным вопросам. Тем не менее, в ее задачах и полномочиях[29] нет ничего о гендерном бюджетировании и гендерной статистике, судя по сообщениям на сайте и в СМИ, члены комиссии не заинтересованы в гендерном бюджетировании и, возможно, не обладают достаточными компетенциями[30] для реализации такого крупного проекта, как введение гендерно ориентированного бюджетирования снизу доверху. Однако, из отчета ОЭСР (Обзор ОЭСР по реализации гендерной политики в Казахстане был проведен в рамках рабочей программы Комитета ОЭСР по государственному управлению) видно,[31] что «в Казахстане, Национальная комиссия (НК) играет ключевую роль в содействии целенаправленной работы по обеспечению бюджетного планирования с учетом гендерной проблематики в масштабах всего правительства». В числе других, в первоначальном Плане мероприятий по реализации Концепции, где оператором изменений была именно НК, есть такое пункты, которые могли продвинуть и ГОБ и вообще политику в отношении гендерных проблем, как:

- Разработка Концепции проекта Закона РК «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам семейно- гендерной политики» для приведения в соответствие с ЦУР и заключительными замечаниями Комитета ООН по ликвидации дискриминации в отношении женщин, а также стандартами стран ОЭСР,
- Изучение опыта внедрения гендерного бюджетирования в странах с аналогичной системой государственного и бюджетного планирования и разработка проекта плана внедрения гендерного бюджетирования в действующую систему государственного и бюджетного планирования (Июнь 2019 года)
- Обеспечение интеграции целевых индикаторов Концепции семейной и гендерной политики до 2030 года в соответствующие документы системы государственного планирования
- Обеспечение интеграции целевых индикаторов Концепции семейной и гендерной политики до 2030 года в соответствующие документы системы государственного планирования (декабрь 2017 года)
- Внесение проекта консолидированного отчета Правительства о реализации настоящего Плана, ответственное лицо – МТСЗН.

Но многие пункты плана не были выполнены, в Отчете по Плану,[32] подготовленному МТСЗН, это объясняют «долгосрочностью мероприятий и показателей». **Однако из Плана на 2017-2019 годы уже цели по гендерному бюджетированию исчезают**,[33] что говорит о прекращении интереса страны в этом вопросе, либо о низкой компетенции членов Национальной комиссии.

4.2.2. Система государственного планирования

В системе государственного планирования, за которую отвечает Министерство национальной экономики, существует документ Постановление правительства № 790 от «29» ноября 2017 «Система государственного планирования в Республике Казахстан» года, в котором расписаны требования к планам различного уровня, в том числе, есть требования к индикаторам результата программ.[34] В этом документе достаточно подробно расписана иерархия госпланирования, представленная на схеме 1.

28 https://tengrinews.kz/zakon/pravitelstvo_respubliki_kazahstan_premer_ministr_rk/bpak_i_semya/id-P1700000106/
29 https://egov.kz/cms/ru/law/list/U060000056_
30 https://massaget.kz/laws/rus/docs/U060000056_#z16 Composition of the Commission on women's affairs
31 http://www.oecd.org/gov/Russian_Gender_Kaz.pdf
32 https://www.enbek.gov.kz/ru/node/362022
33 http://dsm.gov.kz/sites/default/files/pages/plan_mer_rus_0.doc
34 https://economy.gov.kz/ru/pages/sistema-gosudarstvennogo-planirovaniya-v-respublike-kazahstan?theme_version=special

СХЕМА 1. Иерархия госплана

1 уровень – Стратегия развития Казахстана до 2050 года, Стратегический план развития Республики Казахстан до 10 лет включительно, Прогнозная схема территориально-пространственного развития страны, Стратегия национальной безопасности Республики Казахстан.

2 уровень – Прогноз социально-экономического развития на 5 лет, **Государственные программы** по направлениям развития на период не менее 5 лет.

3 уровень – Стратегические планы госорганов на 5 лет, **программы развития территорий** на 5 лет, стратегии развития на 10 лет национальных управляющих холдингов, национальных холдингов и национальных компаний.

На 1 уровне документы с долгосрочным видением развития страны с ключевыми приоритетами и ориентирами. На 2 уровне – документы, определяющие параметры экономического развития страны, области, города республиканского значения, столицы, а также документы межсферного, межотраслевого и межведомственного характера. На 3 уровне – документы, определяющие пути достижения документов Системы государственного планирования на основе декомпозиции первого и второго уровней.

В каждом документе каждого уровня должны быть представлены гендерные индикаторы и намерения, согласно ЦУР, но их нет. Они должны повторяться на каждом уровне, но этого тоже нет. Нет достаточной статистики по гендеру. Что говорить о документах, если такой важный документ, определяющий всё стратегическое планирование страны, как «Система государственного планирования в Республике Казахстан» не содержит ни одного положения, которое бы требовало включения гендерных показателей во всех областях развития.

В рамках данного отчета и ограниченности временных и финансовых ресурсов, были рассмотрены существующие программы, инструменты и механизмы формирования целей и соответствия целям ЦУР.

Ниже в таблице продемонстрирован подход и принципы формирования гендерного анализа для одной сферы, например, сферы развития бизнеса и предпринимательства, и – для примера – всего одного показателя ЦУР по данной сфере.

Для цели ЦУР №8: Содействие поступательному, всеохватному и устойчивому экономическому росту, полной и производительной занятости и достойной работе для всех, одна из задач (8.3): содействовать проведению ориентированной на развитие политики, которая способствует производительной деятельности, созданию достойных рабочих мест, предпринимательству, творчеству и инновационной деятельности, и поощрять официальное признание и развитие микро-, малых и средних предприятий, в том числе посредством предоставления им доступа к финансовым услугам. Вкупе с целью ЦУР №5: Обеспечение гендерного равенства и расширение прав и возможностей всех женщин и девочек, с одной из задач по этой цели ЦУР: провести реформы в целях предоставления женщинам равных прав на экономические ресурсы, а также доступа к владению и распоряжению землей и другими формами собственности, финансовым услугам, наследуемому имуществу и природным ресурсам в соответствии с национальными законами. Данным индикаторам соответствует несколько программ и направлений развития в Казахстане.

К примеру, 31.12.2019 г. принята Программа индустриально-инновационного развития (ПИИР) Республики Казахстан на 2020 – 2025 годы.[35] В разделе 4 Программы «Цели, задачи, целевые индикаторы и показатели результатов реализации» можно прочесть:

Цель: конкурентоспособная обрабатывающая промышленность на внутреннем и внешних рынках.

Задачи:

1) углубление индустриализации путем повышения потенциала индустриального предпринимательства;

35 https://egov.kz/cms/ru/law/list/P1900001050

2) увеличение объемов производства и расширение номенклатуры обработанных товаров, пользующихся спросом на внутреннем и внешних рынках;
3) увеличение промышленных мощностей посредством стимулирования развития базовых производств и реализации стратегических проектов;
4) технологическое развитие и цифровизация отраслей обрабатывающей промышленности.

Достижение цели Программы будет измеряться следующими целевыми индикаторами (таблица 1):

1) реальный рост производительности труда в обрабатывающей промышленности в 1,6 раза к уровню 2018 года;
2) рост объема экспорта обрабатывающей промышленности в 1,9 раза к уровню 2018 года;
3) индекс физического объема инвестиций в основной капитал обрабатывающей промышленности в 1,6 раза к уровню 2018 года;
4) увеличение количества действующих предприятий обрабатывающей промышленности на 1000 человек экономически активного населения в 1,5 раза к уровню 2018 года;
5) повышение места в Индексе экономической сложности (Гарвард) с 78 до 55 (уровня с -0,31 балла до 0,14 балла)

Как видно, в целях этой программы нет гендерных целей, и показатели общие, не разделенные по полу.

Рассмотрим Государственную программу поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса-2025»,[36] цель которой: обеспечение устойчивого и сбалансированного роста регионального предпринимательства, а также поддержание действующих и создание новых постоянных рабочих мест, а задачи:

1. Повышение доступности к финансированию предпринимателей сельских населенных пунктов, малых городов и моногородов.
2. Увеличение производственных мощностей предпринимателей сельских населенных пунктов, малых городов и моногородов.
3. Увеличение объемов произведенной продукции обрабатывающей промышленности.
4. Создание новых конкурентоспособных производств.
5. Недопущение трансформации валютных рисков в кредитные в связи с колебаниями иностранных валют.
6. Информационно-аналитическое обеспечение предпринимательства.
7. Повышение компетенций предпринимателей.
8. Расширение деловых связей.

Целевые индикаторы:

1. Доведение доли МСП в ВВП не менее 33,8 %.
2. Увеличение налоговых поступлений от участников Программы в 2 раза от уровня 2017 года.
3. Создание участниками Программы новых 30 тыс. рабочих мест.
4. Доведение доли обрабатывающей промышленности в структуре ВВП не менее 13,4 %.
5. Доведение доли среднего предпринимательства в экономике не менее 13,7 %.

Аналогично ПИИР, в целях, задачах и целевых индикаторах программы также нет гендерных показателей. Но их легко внедрить, добавив в отчетные таблицы Комитета по статистике (КС) обязательное разделение по гендеру. Так, на сайте КС МНЭ даются таблицы по предпринимательству, не содержащие гендерной составляющей.[37] Отслеживание по гендеру уже имеющихся показателей может существенно улучшить мониторинг ЦУР. Причем, отслеживать лучше по удельным показателям.

Также на сайте КС приводится Индекс гендерного неравенства,[38] расчет произведен на основе официальных статистических данных по методологии ПРООН, опубликованной в Докладе о человеческом развитии 2011 года, но не включает в явном виде индекс женского предпринимательства или индекс женской активности в экономике (возможно, предложить включение для стимулирования развития женского предпринимательства).

36 http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=121920#A5OP0MLJXN
37 https://gender.stat.gov.kz/ru/category/6
38 https://gender.stat.gov.kz/ru/category/12

ТАБЛИЦА 75. Пример одного из показателей ЦУР с гендерной разбивкой (по цели №8: экономическое развитие, по 1 индикатору)

Международный уровень	Республиканский уровень	Региональный уровень (Например, СКО)	Местный уровень (Например, Мамлютский район)
ЦУР – выборочная цель по образованию:[39] До 2030. К 2030 году ЦУР №8: содействовать проведению ориентированной на развитие политики, которая способствует производительной деятельности, созданию достойных рабочих мест, предпринимательству, творчеству и инновационной деятельности, и поощрять официальное признание и развитие микро-, малых и средних предприятий, в том числе посредством предоставления им доступа к финансовым услугам [40]	Стратегические программы и цели. ПИИР:[41] Конкурентоспособная обрабатывающая промышленность Республики Казахстан на внутреннем и внешних рынках. (Прим. Sange: Цель не конкретная и не относится прямо к цели ЦУР). То же относится к задачам этой программы. «Дорожная карта бизнеса-2025»:[42] обеспечение устойчивого и сбалансированного роста регионального предпринимательства, а также поддержание действующих и создание новых постоянных рабочих мест. (Прим. Sange: Цель не конкретная, но относящаяся к цели ЦУР) В контексте данной цели ЦУР можно, например, предложить цели в одной из программ: Увеличить долю малых предприятий с оборотом более 10 млн. в год (на столько-то процентов). Увеличить долю неформальной занятости в несельскохозяйственном секторе (на столько-то процентов). И гендерную цель: Увеличить долю женщин-предпринимателей среди предприятий среднего и крупного бизнеса (на столько-то процентов). И т.п.	Программа развития территорий, программа развития территории СКО на 2016-2020 годы[43] Перечислены цели (в т.ч.): • Устойчивое развитие экономики области; • Развитие конкурентоспособной промышленности региона, обеспечивающей развитие обрабатывающих отраслей; • Создание условий для повышения конкурентоспособности субъектов АПК; • Создание благоприятных условий для развития малого и среднего предпринимательства в регионе; • Индустриально-инновационное развитие региона (Прим. Sange: Цели совсем не конкретные, но относящаяся к цели ЦУР, нет упоминания по рабочим местам)	Программа развития территорий, Программа развития Карасайского района на 2016-2020 годы [44] Устойчивое развитие экономики района; Развитие конкурентоспособной промышленности региона, обеспечивающей развитие обрабатывающих отраслей; Создание условий для повышения конкурентоспособности субъектов АПК; Создание благоприятных условий для развития малого и среднего предпринимательства в регионе; Индустриально-инновационное развитие региона; (Прим. Sange: Цели совсем не конкретные, но относящаяся к цели ЦУР, нет упоминания по рабочим местам. Абсолютный дубль целей СКО) Должны быть аналогичные республиканским целям и показателям, но на уровне района, города, села.)
Пример показателя: Proportion of informal employment in non agriculture employment, by sex (%) [45] Доля неформальной занятости в несельскохозяйственном секторе, с разбивкой по полу	Явно прописанного целевого показателя, соответствующего показателю ЦУР нет Согласно предложенным выше целям можно предложить: Доля малых предприятий с оборотом более 10 млн. в год, из них – женских (где более 50% учредителей – женщины) столько-то. Доля неформальной занятости в несельскохозяйственном секторе (на столько-то процентов). Доля женщин-предпринимателей среди предприятий среднего и крупного бизнеса. И оставить показатель ЦУР: Доля неформальной занятости в несельскохозяйственном секторе, с разбивкой по полу.	Должны быть показатели, аналогичные республиканским, но на уровне района. Выборочно взяты имеющие отношение к цели ЦУР: Доля МСБ в ВРП, % ВДС в ВРП; Доля среднего предпринимательства в экономике, %ВДС в ВРП; Инвестиции в основной капитал к 2016 году, %; Уровень безработицы, %; Уровень молодежной безработицы, %; Доля непродуктивно занятых, от общего числа самостоятельно занятых,%; Доля доходов наименее обеспеченных 40% населения, % в общих доходах населения	Должны быть показатели, аналогичные республиканским, но на уровне района. Выборочно взяты имеющие отношение к цели ЦУР: Доля действующих субъектов малого и среднего предпринимательства в общем объеме зарегистрированных, % Доля внешних инвестиций в общем объеме инвестиций в основной капитал; Доля инновационно-активных предприятий от числа действующих предприятий, % Уровень безработицы, % Доля трудоустроенных из числа лиц, обратившихся по вопросам трудоустройства, % Доля трудоустроенных лиц на постоянную работу из числа обратившихся целевых групп, %

4.2.3. Статистика Казахстана по ЦУР

Статистика Казахстана по ЦУР

Несмотря на отсутствие теперь в планах задач и целей по ГОБ, Комитет по статистике МНЭ РК в рамках проекта ПСЭИ разработал национальную платформу отчетности по ЦУР, в рамках чего был проведен

39 https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/education/
40 Очень расплывчатая задача, но под каждое направление можно найти показатель (прим. Sange)
41 https://egov.kz/cms/ru/law/list/P1900001050
42 http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=121920#A5OP0MLJXN
43 http://uebp.sko.gov.kz/page/read/Programma_razvitiya_territorii_SKO_na_20162020_gody.html?lang=ru
44 http://maml.sko.gov.kz/page/read/Gosudarstvennye_programmy.html?lang=ru
45 https://sustainabledevelopment.un.org/sdg8#targets

предварительный анализ наличия и пробелов в данных по показателям ЦУР; совместно с членами 5-ти Межведомственных рабочих групп, созданных в рамках Координационного совета по вопросам Целей устойчивого развития, была разработана система показателей для мониторинга ЦУР из 297 показателей:

- 163 глобальных показателей приняты без изменений;
- 58 глобальных показателей включают небольшие изменения;
- предложены 41 альтернативных/прокси показателей;
- дополнительно включены 35 национальных показателей.

Более подробная информация по каждому показателю находится в подразделах 17-ти Целей устойчивого развития на национальной платформе отчетности по ЦУР, разработанной Комитетом по статистике МНЭ РК, которая находится в процессе разработки и доступна по адресу: https://kazstat.github.io/sdg-site-kazstat/.

Комитет по статистике МНЭ РК выполняет ключевую роль в создании системы мониторинга ЦУР и осуществляет координацию и тесное сотрудничество со всеми производителями и пользователями данных в процессе сбора и распространения данных для ЦУР, даже создано специальное структурное подразделение для осуществления сбора и распространения данных – Управление по статистике ЦУР.[46] статистика ЦУ, которое ведет статистику в разбивке по гендеру и по возрасту (по детям).

Была создана межведомственная Рабочая группа по разработке и внедрению системы мониторинга ЦУР, в которую вошли все заинтересованные стороны (госорганы, МИО, частный сектор, национальные компании и холдинги, профсоюзы, НИИ, НПО, политические партии, агентства ООН, банки развития), которой проведена оценка готовности национальной статистической системы производить глобальные индикаторы для мониторинга ЦУР на основе таблицы самооценки ЕЭК ООН; работа до сих пор ведется.

Ситуация по ГОБ в сфере предпринимательства

Цель 8 ЦУР ООН гласит: Содействие поступательному, всеохватному и устойчивому экономическому росту, полной и производительной занятости и достойной работе для всех, при этом поставленные задачи касаются, в частности, следующего:

- 8.3 Содействовать проведению ориентированной на развитие политики, которая способствует производительной деятельности, созданию достойных рабочих мест, предпринимательству, творчеству и инновационной деятельности, и поощрять официальное признание и развитие микро-, малых и средних предприятий, в том числе посредством предоставления им доступа к финансовым услугам
- 8.5 К 2030 году обеспечить полную и производительную занятость и достойную работу для всех женщин и мужчин, в том числе молодых людей и инвалидов, и равную оплату за труд равной ценности
- 8.6 К 2020 году существенно сократить долю молодежи, которая не работает, не учится и не приобретает профессиональных навыков
- 8.8 Защищать трудовые права и содействовать обеспечению надежных и безопасных условий работы для всех трудящихся, включая трудящихся мигрантов, особенно женщин-мигрантов, и лиц, не имеющих стабильной занятости
- 8.10 Укреплять способность национальных финансовых учреждений поощрять и расширять доступ к банковским, страховым и финансовым услугам для всех
- 8.b К 2020 году разработать и ввести в действие глобальную стратегию обеспечения занятости молодежи и осуществить Глобальный пакт о рабочих местах Международной организации труда.

Все задачи в этой сфере имеют высокую гендерную чувствительность, и они требуют различного подхода к мужчинам и женщинам, а, соответственно, ведения гендерной статистики.

С момента разработки Концепции по гендерной политики в РК приняты следующие программы, где отражаются вопросы касательно предпринимательства:

46 https://www.unescap.org/sites/default/files/Session4_Kazakhstan_SDG_indicators_Russian.pdf

Стратегия «Казахстан-2050», Государственная программа «Цифровой Казахстан», Государственная программа инфраструктурного развития «Нұрлы жол», Государственная программа индустриально-инновационного развития (Программа индустриализации), но ни в одной из них, кроме стратегии Стратегия «Казахстан-2050», где присутствует целый раздел, посвященный женщинам, нет индикаторов по женскому предпринимательству, нет разбивки по полу. Соответственно, в переложениях на более низкие уровни планирования (В программах развития территорий, к примеру), нет разбивки по гендеру.

Очень важно использовать существующие показатели Комитета статистики по ЦУР для поставки правильных целей в упомянутых программах. Требуется широкое обучение специалистов.

Показателями дискриминации или равенства были бы показатели, например, по доступу к финансированию и использованию кредитов ДАМУ отдельно мужчинами и женщинами.

По перечисленным выше показателям, как пример, 8.3, есть разработанный индикатор: 8.3.1 Доля неформальной занятости в несельскохозяйственных секторах в разбивке по полу,[47] где видны различия по регионам – по возрасту в том числе, что помогает определиться и с молодежной политикой, в том числе, в гендерном аспекте. И так возможно найти информацию и обосновать постановку целей на любом уровне, в соответствии с ЦУР.

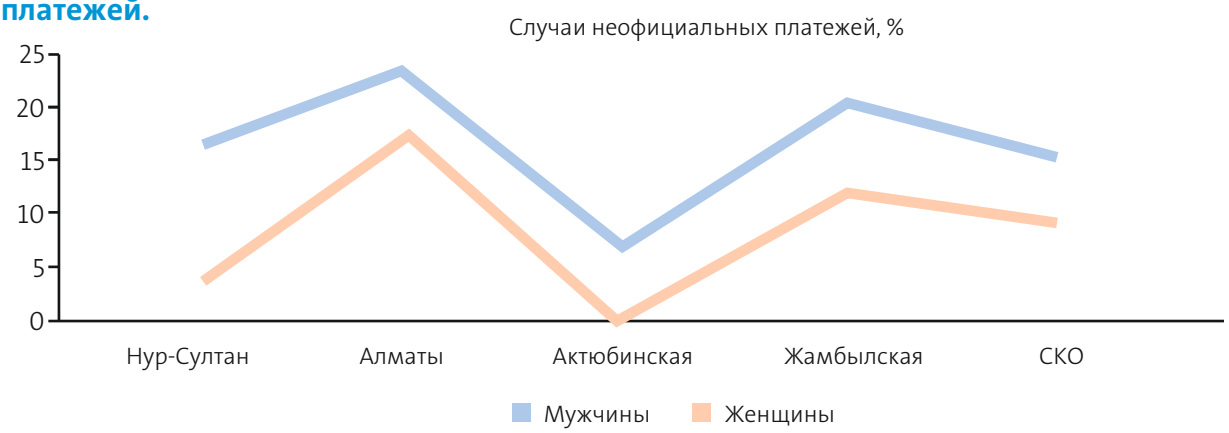
5. Барьеры развития женского предпринимательства

5.1. Коррупция, как барьер развития женского предпринимательства

По результатам выполненного исследования, 11% опрошенных предпринимателей и самозанятых сталкивались со случаями неофициальных платежей в их предпринимательской деятельности. 78% респондентов отметило, что вообще не сталкивалось с такими случаями, 11% затруднились ответить на этот вопрос или отказались. Возможно, что те, кто не захотел ответить на данный вопрос, участвовали в неофициальных платежах, тогда доля тех, кто сталкивался со случаями коррупции возрастает до 22%.

Чаще, чем в других отмечают наличие коррупционных случаев предприниматели и самозанятые в г. Алматы (18%) и Жамбылской области (16%). Реже других – в Актюбинской области (2,5%). Однако, если судить по ситуации на основании доли тех, кто не сталкивался со случаями неофициальных платежей, то хуже всего ситуация отмечается в г. Нур-Султане, особенно среди мужчин данного города.

ДИАГРАММА 80. Случаи коррупции по полу и регионам, % неофициальных платежей.



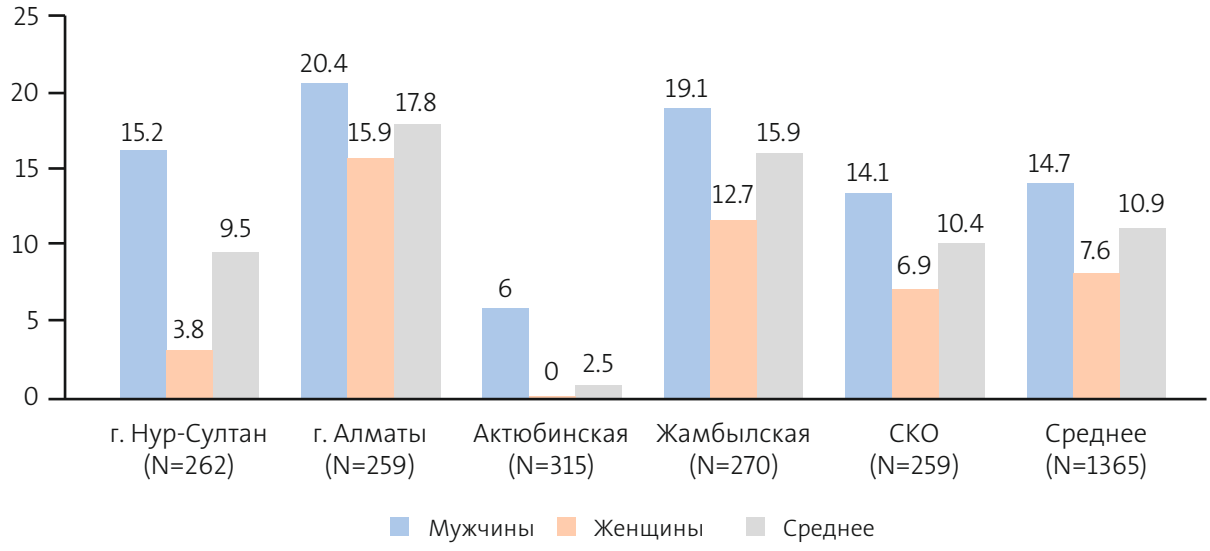
47 https://old.stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/R_SDG_goals-8?_afrLoop=1128312111465988 4#%40%3F_afrLoop%3D11283121114659884%26_adf.ctrl-state%3D12y0naaw38_35

ТАБЛИЦА 76. Сталкивались ли вы в своей предпринимательской деятельности со случаями неофициальных платежей? Результаты ответов на вопрос, %

Регион	Ответ	Мужчины	Женщины	Среднее
г. Нур-Султан (N=262)	Да	15.2	3.8	9.5
	Нет	54.5	77.7	66
	Затрудняюсь ответить	30.3	18.5	24.4
г. Алматы (N=259)	Да	20.4	15.9	17.8
	Нет	72.2	76.2	74.5
	Затрудняюсь ответить	7.4	7.9	7.7
Актюбинская (N=315)	Да	6	0	2.5
	Нет	90.3	92.3	91.4
	Затрудняюсь ответить	3.7	7.7	6
Жамбылская (N=270)	Да	19.1	12.7	15.9
	Нет	77.2	82.8	80
	Затрудняюсь ответить	3.7	4.5	4.1
СКО (N=259)	Да	14.1	6.9	10.4
	Нет	71.9	79.4	75.7
	Затрудняюсь ответить	14.1	13.7	13.9
Среднее (N=1365)	Да	14.7	7.6	10.9
	Нет	73.4	82.3	78.1
	Затрудняюсь ответить	11.9	10.2	11

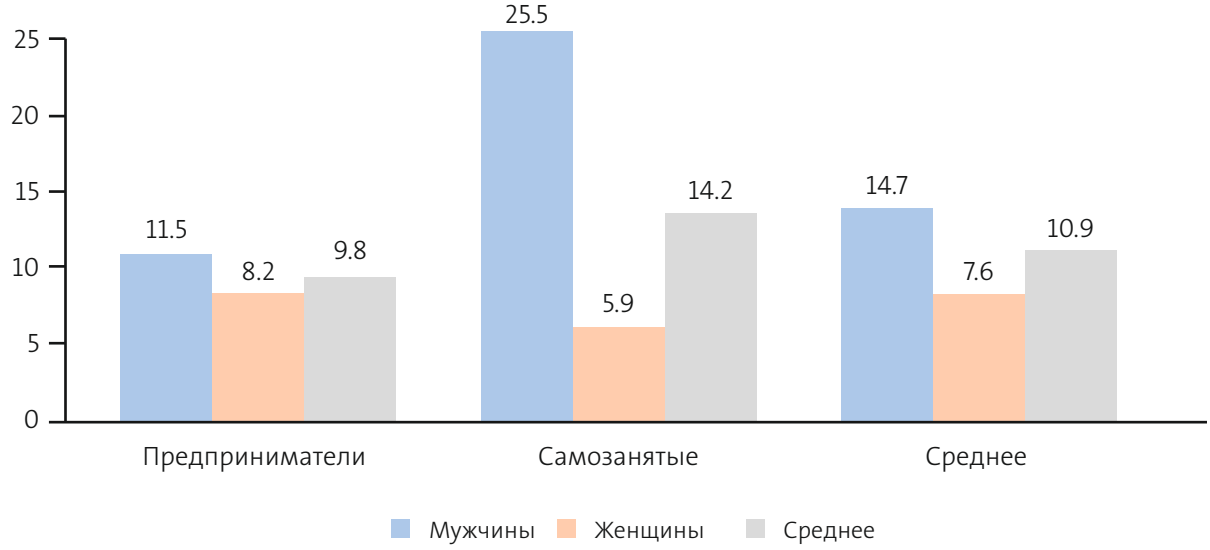
Мужчины чаще, чем женщины сталкиваются с коррупционными случаями как в среднем по РК (11,9% и 10,2% соответственно), так и в отдельно взятых пилотных регионах. Причем самая большая разница между ответами мужчин и женщин наблюдается в г. Нур-Султан (11% разница).

ДИАГРАММА 81. Распространенность неофициальных платежей. Доля жителей пилотных регионов, отметивших, что сталкивались в своей предпринимательской деятельности со случаями неофициальных платежей, %



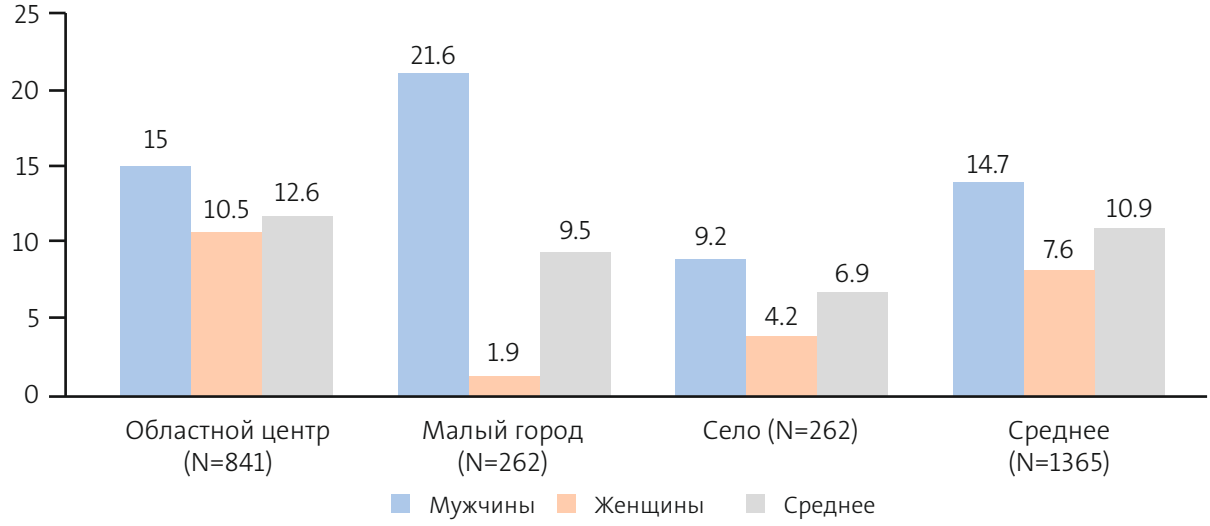
В среднем самозанятые чаще сталкиваются с коррупционными случаями, чем действующие предприниматели (14% и 10% соответственно), причем среди мужчин эта разница еще больше (26% и 12% соответственно). Среди женщин наблюдается противоположная ситуация: женщины-самозанятые сталкиваются с неофициальными платежами реже, чем женщины-предприниматели.

ДИАГРАММА 82. Распространенность неофициальных платежей. Доля предпринимателей и самозанятых, отметивших, что сталкивались в своей предпринимательской деятельности со случаями неофициальных платежей, %



Чаще всего с неофициальными платежами сталкиваются респонденты областных центров (13%), следующие по частоте встречаемости таких ситуаций – жители малых городов (9,5%), меньше всего таких ситуаций возникает в сельской местности (7%). Больше чем другие страдают от неофициальных платежей мужчины малых городов (22%), меньше других – женщины этих же малых городов (2%).

ДИАГРАММА 83. Распространенность неофициальных платежей, с разбивкой по типам населенных пунктов. Доля предпринимателей и самозанятых, отметивших, что сталкивались в своей предпринимательской деятельности со случаями неофициальных платежей, %



В среднем предприниматели и самозанятые платят неофициально около 81 тыс. тенге (минимум 1000, максимум – 500 000 тенге). Неофициальные платежи у женщин в среднем немного меньше, чем у мужчин (72114 тенге и 85452 тенге соответственно).

ТАБЛИЦА 77. Сумма неофициальных платежей, тенге

Пол	Среднее, тенге	#	Минимум	Максимум
Мужчины	85,452	42	1,000	500,000
Женщины	72,114	22	1,500	500,000
Среднее	80,867	64	1,000	500,000

Больше всего средняя сумма неофициальных платежей наблюдается в Актюбинской области, как нефтегазовом регионе (252500 тенге в среднем) и в республиканских центрах: г. Нур-Султане (103750 тенге) и в г. Алматы (133160 тенге), меньше – в Жамбылской области (24071 тенге).

ТАБЛИЦА 78. Сумма неофициальных платежей, с разбивкой по регионам, тенге

Код региона	Среднее, тенге	#	Минимум	Максимум
г. Нур-Султан	103,750	4	30,00	387,000
г. Алматы	133,160	25	5,000	500,000
Актюбинская	252,500	2	5,000	500,000
Жамбылская	24,071	21	1,000	100,000
СКО	35,083	12	5,000	100,000
Среднее, сумма для N	80,867	64	1,000	500,000

«Ежемесячно участковый берет по 10000 тенге, экология – 5000 тенге, пожарные – 5000...»
«от 10% до 30% от суммы тендера»
«30% от суммы тендера»
«от 2000 тенге и выше»
«услуга за услугу»

17,5% опрошенных предпринимателей и самозанятых считает, что предоставление неофициальных платежей, подарков или неформальных услуг является неотъемлемой частью предпринимательской деятельности, то есть смирились с данной ситуацией. 63% респондентов не согласились с этим мнением, 20% затруднились с ответом или отказались отвечать.

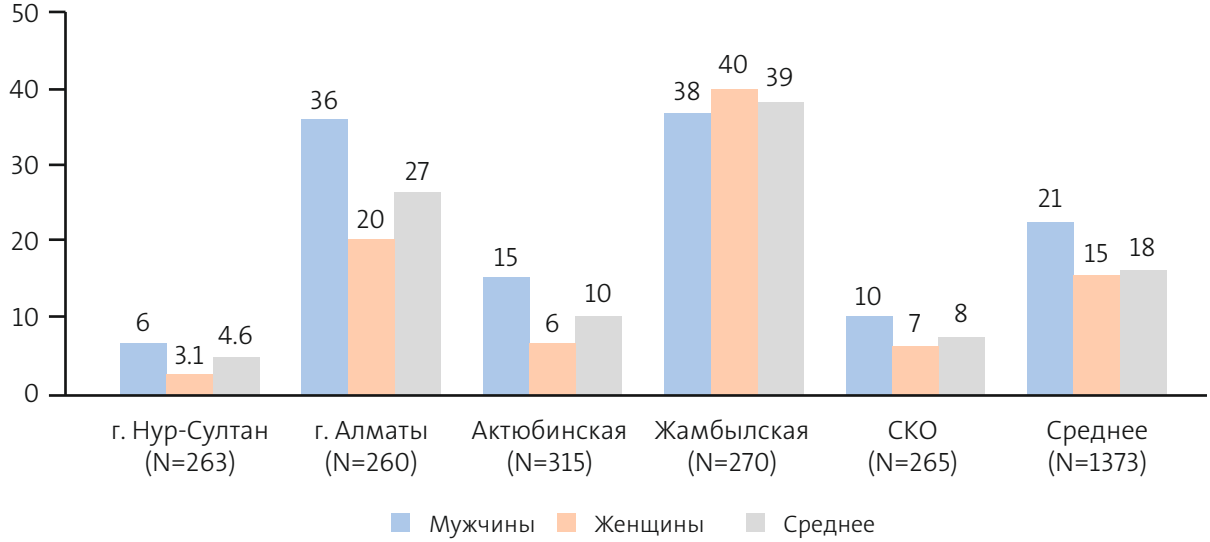
Среди мужчин больше тех, кто смирился со случаями коррупции, чем среди женщин. Предприниматели более терпимы к коррупционным проявлениям, чем самозанятые.

ТАБЛИЦА 79. Убежденность, что предоставление неофициальных платежей, подарков или неформальных услуг являются неотъемлемой частью предпринимательской деятельности, %

	Мужчины	Женщины	Среднее
Предприниматели (N=1018)	21.4	16.3	18.8
Самозанятые (N=355)	17.3	11.2	13.8
Среднее (N=1373)	20.5	14.9	17.5

Среди предпринимателей и самозанятых пилотных регионов более терпимо относятся к коррупционным случаям жители южных регионов, менее терпимо – северных и западных. Так в Жамбылской области 39% респондентов, в г. Алматы 27% считает, что предоставление неофициальных платежей, подарков или неформальных услуг являются неотъемлемой частью предпринимательской деятельности. Тогда как в г. Нур-Султан, СКО и Актюбинской области такая доля респондентов составляет 10% и меньше.

ДИАГРАММА 84. Убежденность, что предоставление неофициальных платежей, подарков или неформальных услуг являются неотъемлемой частью предпринимательской деятельности, с разбивкой по регионам, %



Таким образом можно сделать вывод, что самозанятые чаще предпринимателей участвуют в коррупционных схемах, хотя менее терпимо относятся к коррупции. Женщины реже, чем мужчины участвуют в неофициальных платежах и в меньшей степени, чем мужчины считают, что предоставление неофициальных платежей, подарков или неформальных услуг являются неотъемлемой частью предпринимательской деятельности. Если сравнивать между собой регионы, то можно отметить, что жители южных регионов более терпимы к коррупции, чем северные, и чаще с нею сталкиваются.

5.2. Системные барьеры на законодательном и институциональном уровнях

По итогам анализа экспертных интервью было выделено несколько групп барьеров, препятствующих развитию женского предпринимательства в Казахстане:

- Информационные
- Ментальные
- Экономические
- Политические
- Административные
- Технические

Типы барьеров

- **Информационные (неосведомленность и отсутствие навыков)**
- **Ментальные (социо-культурные)**
- **Экономические (отсутствие или нехватка средств)**
- **Политические (гос. политика и гос. программы, законодательство)**
- **Административные (бюрократия, очереди, коррупция, проверки)**
- **Технические (связь и физическая инфраструктура)**

Информационные барьеры связаны с недостатком информации о существующих программах и мерах поддержки, а так же с отсутствием необходимых знаний и навыков для ведения бизнеса.

«Давно уже все есть, но не все об этом знают. Сейчас главная проблема в информированности, получается доступ к информации он везде открыт, насколько у нас получается поспевают, созревают к этому вопросу» (ГИ, НПП Атамекен, г. Нур-Султан).

На селе это чувствуется, не информированность, неуверенность в себе есть (ГИ, Совет деловых женщин, Акмолинская область).

Отсутствие специализированных курсов по ведению бизнеса в большинстве сел:

«У нас в селе нет. Я вот молодым женщинам предлагала выезжать в районы, чтобы пройти обучение, они говорили: «Как мы каждый день будем ездить?» (ГИ, предприниматель, ВКО).

Ментальные (социокультурные) барьеры обусловлены особенностями норм и ценностей социальной среды, включают в себя ценностные ориентации и поведенческие установки, которые затрудняют или даже не позволяют женщинам заниматься карьерой и бизнесом. Согласно таким установкам женщина должна прежде всего заниматься домом и семьей, может заниматься бизнесом и строить карьеру только с позволения мужа. Данные установки не являются доминирующими, но все же имеют место быть в казахстанском обществе. По мнению экспертов, они особенно распространены в сельской местности.

«Барьеры есть на уровне менталитета, это работает даже лучше чем законы. Не секрет что для казахоязычного населения, особенно в южных регионах не то что бизнесом заниматься, а даже работать не всегда приемлемым считается. Особенно если брать в пример родственников» (ГИ, предприниматель, г. Нур-Султан).

«Единственный барьер который существует, например, я была в Мангыстауской области и мне молодые женщины говорили, что у них есть традиция: ты женщина и должна сидеть дома. А они хотят начать свой бизнес, но им их свекровь и семья не разрешает. Тут может быть барьер ментального характера» (ГИ, Депутат, г. Нур-Султан).

По результатам исследования, культурные стереотипы и ментальные барьеры в отношении женского предпринимательства, которые выражаются в следующем:

1. Предназначение женщины дом и семья, все остальное вторично.
2. Если женщина успешна в бизнесе, то это достигается в ущерб семейному благополучию.
3. Женщина эмоционально нестабильна, подвержена переменам и внешнему влиянию.
4. Женщина может быть успешной в бизнесе только при поддержке мужчины и другого близкого окружения.
5. Женщина неохотно идет на риск, и она более эффективна в роли исполнителя, чем руководителя и стратега.

Устойчивость этих стереотипов обеспечивается тем, что они находят подтверждение в индивидуальном опыте или в личных наблюдениях. В то же время они являются грубым обобщением, которое может влиять на принятие решений. Даная ситуация требует определенных шагов в сторону признания возможностей женщины, исследования и распространения опыта, который опровергает сложившиеся представления.

Основным инструментом преодоления стереотипов и предубеждений является просвещение, которое может принимать следующую форму

1. Работа по созданию разнообразного имиджа женщины-предпринимательницы, который может быть очень дифференцированным – от матери большого семейства до молодой, независимой девушки.
2. В продвижении идей женского бизнеса важно использовать гибкость, пропагандировать различные модели бизнеса, которые могут охватить широкий круг потребностей и возможностей женского сообщества.
3. 3Проводить исследовательские и образовательные мероприятия, направленные на формирование гендерной чувствительности в вопросах занятости, доступности разнообразных ресурсов (время, финансы, инфраструктура) для развития бизнеса.
4. Обеспечить доступность бизнес-образования с активной трансляция разнообразного успешного опыта.

Экономические барьеры связаны с нехваткой либо отсутствием средств на ведение бизнеса.

По мнению эксперта по гендерным вопросам, зачастую у женщин изначально меньше экономических возможностей начать и развивать свой бизнес. Банки часто относятся к ним с предубеждением, считается что женщине сложнее вернуть заем. Средства для старта бизнеса женщинам найти гораздо сложнее, поскольку даже если женщина работает, то по статистике ее заработная плата на 30% меньше, чем у мужчин.

«Те которые мало зарабатывают, они соответственно чувствуют что они не смогут получить кредит, то есть они даже не будут пытаться пойти и получить кредит на развитие своего бизнеса. То есть, это изначально такая внутренняя установка, которая в принципе объясняется внешними причинами, чем меньше у тебя доход, тем меньше вероятность что тебе дадут кредит Женщины мало зарабатывают, если говорить не только о сельских женщинах, но и городских. Когда мы говорим о разнице в оплате труда, у нас есть такая цифра что 32% разница между мужчиной и женщиной» (ГИ, эксперт по гендерным вопросам в сфере экономики, г. Нур-Султан).

Зачастую женщинам сложно взять кредиты из-за отсутствия необходимого залогового имущества:

«Кредит хочет взять, банк не дает, потому что залога не хватает, а через палату предпринимателей не дают, потому что у нее там большая сумма» (ГИ, Совет Деловых женщин, Акмолинская область).

Политические барьеры определены особенностями государственной политики, сложностями в законодательстве, ограничениями в ряде государственных программ по кредитованию.

Программы, которые в «Даму» видела, это какие-то нереальные программы, я не считаю, что они есть, и они работают. До этого Вы говорили о льготном кредитовании про процентные ставки. У него такие условия, что начинающий предприниматель, например, девушка 25-ти лет вряд ли будет этим условиям соответствовать (ГИ, предприниматель, г. Нур-Султан).

Согласно полученным данным социологического опроса и анализа глубинных интервью с экспертами, предприниматели в целом знают о существовании государственных программ по поддержке женщин-предпринимателей. Однако среди потенциальных предпринимателей осведомленность значительно ниже. Следовательно, стоит обратить особое внимание на доступность информации в целом для всего населения. Недостаточная осведомленность далее влияет на то, что предприниматели не участвуют в государственных программах, заранее предполагая, что их сфера деятельности не подходит под программу. Многие предприниматели боятся процедур сбора документов, из-за чрезмерной централизованной бюрократической системы.

Относительно участия в государственных программах не все респонденты имеют представление о том, что именно можно получить в рамках государственной программы. Получение грамотной консультации, особенно в малых селах и районных центрах, является проблематичным, что сильно сказывается на доверии граждан.

Для повышения эффективности при разработке государственных программ, выявлении четких стратегий и механизмов, следует взаимодействовать с экспертами гражданского сектора и предпринимателями. Необходимо также создать комплексную систему экономической, правовой и психологической поддержки семьям и женщинам в бизнесе.

Результативность программ зависит от четких механизмов подотчетности и оценки органов власти. На местном уровне в ходе реализации программ необходимо проводить постоянные проверки, включающие в себя структуры общественности.

Оценка государственной политики

По результатам выполненного исследования, можно отметить, что респонденты достаточно положительно оценивают политику поддержки бизнеса (71,5%). Большинство (72%) считают, что реализуемая государственная политика поддержки бизнеса в равной мере применяется как к бизнесменам, так и к бизнесвумен. Что касается политики местной власти в поддержке гендерно ориентированного подхода в бизнесе, то здесь доля положительных ответов немного ниже (67,7%), что предполагает наличие некоторого разрыва между политикой государства и местной власти, который в априори существовать не должен.

Важным аспектом является то, что предприниматели хуже оценивают реализуемую государственную и местную политику поддержки гендерного равенства в бизнесе, чем самозанятые. Доля удовлетворенных предпринимателей государственной политикой, которая способствует гендерному равенству в предпринимательской деятельности составляет 69,8%, а доля удовлетворённых политикой местной власти в данном вопросе составляет 66,1%.

Очевидно, что мнение самозанятых сформировано лишь на основе рекламируемых мерах активной поддержки женского МСБ, сами лично они не испытывали на себе эту поддержку, в то время как предприниматели, реально сталкивающиеся с различными программами поддержки, относятся к оценке более реалистично и критично.

Административные барьеры включают проблемы административного характера (бюрократию, коррупцию, очереди, проверки, штрафы, проблемы связанные с налогообложением, заполнением отчетной документации).

Проблема бюрократии, и связанные с этим страхи, являются одним из самых распространенных административных барьеров:

«Молодым и начинающим кажется, что самое сложное - это волокита с налогами, счета открывать, на самом деле они просто документации боятся» (ФГД, Совет деловых женщин, СКО).

Предпринимателями упоминались факты коррупции, произошедшие недавно с ними, некоторые говорили о систематичности таких случаев:

«Были случаи, не буду говорить с какими конкретно органами, связано с проверкой, когда прямо говорили: «Если столько не дашь – процесс дальше не пойдет» (ГИ, Предприниматель, г. Нур-Султан).

Одна из респонденток описала случай коррупции, произошедший год назад на таможне. Из-за угрозы штрафа по задержке посылки, ей пришлось дать взятку. Данная проблема не носит гендерного аспекта, является общей для предпринимателей обоих полов.

У меня был заказ из Германии на сумму 569 евро. По моим расчетам заказ я должна была получить в конце декабря 2018 года. Но, по какой-то причине, посылка задержалась дольше обычного на таможне. Я не придала этому значения, так как были новогодние праздники, и я подумала, задержка связана с этим. Таким образом, в первый рабочий день после праздников мне позвонили с таможни и сказали подъехать к ним. Я не знала, что с 1 января приняли новые правила покупок заграницей, и что теперь потолок с 1000 евро снизили до 500 евро. Я пыталась доказать, что заказ был сделать еще в прошлом году и это легко отследить, что он прибыл на таможню 27 декабря, то есть, нарушений нет. Но меня не слушали. Мне грозили штрафом, 30% таможенной пошлины, задержкой посылки на таможне на неопределённый срок. Я пыталась найти знакомых, кто бы мне мог помочь в этой ситуации, но мне все говорили, что легче отдать им то, что они просят. Мне даже пришлось поторговаться, в конечном счете, мою посылку отпустили за определенную плату (ГИ, Алматы, предприниматель).

Чтобы не платить большую сумму по налогам, предпринимательницы могут открывать ИП вместо ТОО:

По ТОО это процентов на 20-30 больше налогов, поэтому от ТОО мы отказались временно и работаем как ИП (ГИ, Предприниматель, г. Нур-Султан).

Технические барьеры – включают проблемы, связанные с инфраструктурой (электричество, газ, вода, качество дорог) и качеством либо отсутствием связи.

По словам предпринимателей, часто возникают проблемы технического характера при заполнении и отправке отчетной налоговой документации в государственные органы.

Сбой системы — это проблема большая. Допустим очень много предпринимателей этот вопрос поднимается перед сдачей отчетов в налоговую допустим. Все начинают сдавать в конце месяца налоговый отчет, все бухгалтера, все предприятия и происходит перегрузка системы. Говорим об этом, постоянно ставим этот вопрос перед налоговой, но он таки все равно есть. (ГИ, Совет деловых женщин при НПП Атамекен, г. Нур-Султан).

Распространенными проблемами на селе являются качество дорог и затрудненный доступ к питьевой воде в некоторых регионах:

«Есть такие проблемы в селе: дорога плохая, вода не проведена. Вода, есть, но отдаленная, только колонки» (ГИ, Председатель совета деловых женщин, Акмолинская область).

Нехватка и труднодоступность необходимых ресурсов в сельской местности:

«У нас даже комбикорма нет, поэтому и кур мало, их же надо чем-то кормить» (ГИ, предприниматель, ВКО).

Барьеры к новым технологиям

Предпринимателями выделены были следующие барьеры:

- Главный барьер к новым технологиям – отсутствие финансов

«Есть деньги, будет новое инновационное оборудование, нет денег-не будет оборудования» (Анкетный опрос, СКО, мужчина-предприниматель из села).

- Отсутствует доступ к качественному расходному материалу, сырью
- Плохое качество связи, отсутствие доступа к высокоскоростному интернету
- Проблемы с водоснабжением, перебои с электричеством
- Дефицит квалифицированных кадров

Необходимо:

- Разработка новых программ поддержки предпринимателей для содействия покупки новых технологий, инновационного оборудования, так как имеют возможность пользоваться венчурным капиталом только 4,5% предпринимателей
- Обмен опытом с другими странами, приглашение специалистов из других стран, преуспевающих в той или сфере.
- Поощрять предпринимателей, у которых главным принципом их норм ведения бизнеса является охрана окружающей среды, которые производят экологически чистые продукты и используют безопасные технологии.

Информационные барьеры

Реализуемые меры гендерного равенства не находят должного положительного отклика у опрошенных респондентов. Одной из причин является низкая осведомленность об этих мерах. Неинформированность о реализуемых мерах поддержки, отражается на мнении о выражении поддержки, так как незнание, недопонимание влечет сомнение в важности и необходимости.

Помимо информированности, важны и практические доказательства эффективности реализуемых правительством мер гендерного равенства.

Следовательно, необходима не только информационная огласка мер, но и практическая реализация, чтобы население не только слышало, но и имело возможность увидеть плюсы и минусы каждой и предложенных мер.

Осведомленность о деятельности организаций, занимающихся поддержкой женского предпринимательства, в среднем на уровне 45%. Наиболее осведомлены респонденты об Ассоциации деловых женщин. Наименьшая осведомленность о Национальной комиссии по делам женщин. Эффективность работы организаций по поддержке женского бизнеса оценена в диапазоне 3-х баллов из пяти возможных.

На основании данных можно отметить, что политика данных организаций более направлена на работу с действующим бизнесом, нежели с потенциальными предпринимателями. Это следует из того, что предприниматели, показывают несколько лучшую осведомленность о данных организациях по сравнению с самозанятыми.

Демонстрируется дискриминация в поддержке предпринимателей и самозанятых малых сел и малых городов, со стороны организаций, занимающихся развитием женского предпринимательства. Сравнительно низкая осведомленность о существующих организациях по поддержке женского бизнеса говорит о том, что эти организации недостаточно активны и проявляют малый интерес в данных населенных пунктах.

5.3. Факторы сдерживания и стимулирования развития женского предпринимательства

На сегодняшний момент на государственном уровне предпринимается ряд мер по поддержке женского предпринимательства. Можно выделить ряд факторов, стимулирующих развитие женского предпринимательства, к ним относятся:

- Наличие программ льготного кредитования
- Выделение грантов на бизнес-проекты
- Проведение различных тренингов, семинаров и обучающих курсов
- Проведение массовых мероприятий для взаимодействия, обмена опытом и роста мотивации женщин
- Наличие организаций, поддерживающих женщин, занимающихся предпринимательской деятельностью
- Развитие политики гендерного равенства
- Развитие информационных технологий

Наличие программ льготного кредитования:

Одной из самых распространенных и востребованных мер поддержки являются программы льготного кредитования, часть из таких программ являются общими как для мужчин, так и для женщин. С прошлого года реализуется Программа кредитования «Экономика простых вещей». Координатор программы – Палата предпринимателей города «Атамекен». Они полностью сопровождают проекты, по этой программе:

«У нас еще в прошлом году началась реализация новой программы по льготному кредитованию «Экономика простых вещей», на Республику было выделено около 600 млрд. тенге, по ней у нас сейчас программа только начинается. Для предпринимателей процентная ставка 6% и без ограничений максимальной суммы. Программа была разработана для того, чтобы у нас было развито местное производство, чтобы местное содержание было вообще в госзакупках» (ГИ, Отдел по поддержке и развитию предпринимательства, г. Нур-Султан).

Плюсом данной программы для предпринимателей в отсутствии ограничений на максимальную сумму. Однако ограничением для женщин в ней выступает, то что она распространяется преимущественно на производство.

Сама программа рассматривает только приоритетные сектора экономики, туда вот, например, обычные продуктовые магазины, там парикмахерские такое не пойдут, я говорил, что поручение Елбасы было, то что поддержка местного производства (ГИ, Отдел по поддержке и развитию предпринимательства, г. Нур-Султан).

На данный момент сфера производства – это та ниша, в которой женщины задействованы не часто (за исключением пошива одежды, текстильной промышленности). Поэтому женщины имеют меньше шансов получения кредитов по данной программе.

Но при этом действуют также программы без отраслевых ограничений, наиболее выгодной из таких программ можно назвать программу «Енбек».

«Программа «Енбек» называется. Это микрокредитование под 6% без отраслевых ограничений, по этой программе у нас максимальная сумма займа – 8000 МРП. По ней нет отраслевых ограничений» (ГИ, отдел по поддержке и развитию предпринимательства, г. Нур-Султан).

Другой программой без отраслевых ограничений является программа «Астана-бизнес 2», но у нее более высокая процентная ставка, чем у программы «Енбек».

«В рамках этой программы максимальная сумма кредита до 100 млн тенге, процентная ставка для предпринимателей 8.5%. Она тоже без отраслевых ограничении. Здесь полностью бюджет выделяется с местного бюджета и фонд Даму тоже софинансирует» (ГИ, отдел по поддержке и развитию предпринимательства, г. Нур-Султан).

Существуют также программы льготного кредитования, ориентированные непосредственно на женщин. Одной из таких программ является программа «Женщины в Бизнесе» Европейского Банка Реконструкции и Развития.

«Есть программа «Женщины в бизнесе» от Фонда развития предпринимательства. Там есть какие-то льготные условия. Там, где учредителем является женщина, предоставляется такой кредит» (ГИ, Сотрудник микрокредитной организации, г. Нур-Султан).

Однако номинальная процентная ставка по данной программе начинается от 14-15%, в зависимости от банка.

Другая программа «Кредитование женского предпринимательства» имеет более выгодные условия:

«Есть программа «Кредитование женского предпринимательства» Народного банка. Под 5-7% годовых, и там вот женщины могли получать до 10 млн тенге в одни руки для развития своего бизнеса. Причем без ограничения по сферам деятельности. И максимальный срок кредита составлял 7 лет. Поскольку они проходили через Регсовет, и региональная палата предпринимателей в курсе была, тут же они могли обучиться по всем программам, которые есть у нас по «Атамекен», как бы такая со всех сторон учтенная программа была. Если бы было побольше таких финансовых кредитных программ было бы вообще прекрасно» (ГИ, Совет деловых женщин, г. Нур-Султан).

Однако стоит отметить, что некоторые мужчины могут оформлять свой бизнес на родственниц женского пола, с целью получения льготного кредитования.

Выделение грантов на бизнес-проекты

Другой распространенной мерой поддержки является выделение грантов на бизнес-проекты, большинство из них не имеет гендерной направленности: как мужчины, так и женщины в равной степени имеют возможности на получение грантов.

«Если вы начинающий предприниматель по программе «Жас Касипкер», если вы молодой предприниматель можете до 505 000 тенге получить. Если вы начинающий предприниматель, то по программе «Бастау» можете получить 250000 тенге грант для открытия и развития своего бизнеса. Также есть кредитное финансирование, где под 6% вы можете получить кредит и развить свой бизнес» (НПП, Атамекен, г. Нур-Султан).

«Дорожная карта бизнеса 2020 программа закончилась, у нас сейчас новые правила поступили, сейчас Дорожная карта бизнеса 2025, и чуть условия поменялись. До этого у нас гранты были до 3 млн тенге, сейчас максимальная сумма 5 млн тенге. Следующие гранты у нас планируется провести где-то в мае и июне месяце» (ГИ, отдел по поддержке и развитию предпринимательства, г. Нур-Султан).

Проведение различных тренингов, семинаров и обучающих курсов

Значительная часть обучающих мероприятий проходит при поддержке Национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан. На базе «Атамекен» предприниматели могут обучаться и находить партнеров для дальнейшего сотрудничества.

«У нас в рамках проекта бизнеса есть 4 направления, это финансовая мера поддержки, а есть нефинансовая мера поддержки, которой занимается Атамекен, они полностью на бесплатной основе обучают, у них курс обучения более 5 разных проектов, есть 2-х дневное, есть 2-х недельное, есть 2-х месячное обучение, это все делается на бесплатной основе» (ГИ, Отдел по поддержке и развитию предпринимательства, г. Нур-Султан).

«Программы, которые сейчас проводит национальная палата Атамекен, она для всех, как для женщин, так и для мужчин. В рамках Дорожной карты бизнеса 2020, у нас есть проект бизнес-школа, бизнес-проектное обучение. Также в рамках ДКБ у нас есть Деловые связи, Старшие сеньоры – это все программы, как и для начинающих предпринимателей, так и для действующих, в том числе и для женщин предпринимателей, которые хотят заниматься бизнесом. По программе Старшие сеньоры очень много старших экспертов, которые приезжают из Канады, Германии, делятся своим опытом» (НПП, Атамекен, г. Нур-Султан).

При совете деловых женщин и его региональных подразделениях основное внимание уделяется обучению и консультативной помощи женщинам в вопросах ведения бизнеса:

Большое внимание уделяется образованию женщин именно в сфере предпринимательства, начиная с элементарных азов, что такое предпринимательство, как можно начать свое дело, какие нужны знания, и естественно, мы в первую очередь, обучаем финансовой грамотности, составлению и разработке бизнес-плана, ну и так далее. То есть, это так сказать основная работа. Проводятся всякого рода обучающие курсы, пропагандируем и занимаемся менторством. Допустим, некоторые лица нашего Совета начиная с первых шагов наших начинающих предпринимателей ведут их дальше к развитию их бизнеса, в основном это малый бизнес (ГИ, Совет деловых женщин, г. Нур-Султан).

Проведение массовых мероприятий для взаимодействия, обмена опытом и мотивации женщин.

К таким мероприятиям можно отнести форумы, конференции, воркшопы, любые мероприятия для женщин в бизнесе, где они могут поделиться опытом и обменяться контактами для дальнейшего сотрудничества. Такие мероприятия служат не только для расширения сети деловых контактов, но и для мотивации и вдохновения.

«Мотивация для женщин – это очень много поощрений, очень много сейчас вот конференций, очень много съездов, очень много. Для чего это делается? Для того чтобы нас воспитать. А вот именно нас хорошо направляют вот эти массовые мероприятия. Конференции, форумы» (ГИ, НПП Совет деловых женщин, СКО).

Наличие организаций, поддерживающих женщин, занимающихся предпринимательской деятельностью: Совет деловых женщин и его региональные подразделения при НПП «Атамекен», Ассоциация деловых женщин Казахстана, Общественный фонд «Мама Про».

«Совет был создан для поддержки женского предпринимательства, и это общественная работа, не коммерческая организация, основной такой задачей является привлечение как больше женщин в предпринимательство» (ГИ, Совет деловых женщин, г. Нур-Султан).

Во-первых, есть финансирование в Совете деловых женщин, государственная поддержка бизнеса очень идет, есть женщины из состоятельных семей, есть женщины, которые начинают с малого и раскручивают свой бизнес (ФГД, предприниматель, Жамбылская область, город).

Существуют организации для матерей детей с инвалидностью, помогающие и открыть свой бизнес.

«Деятельность фонда заключается в том, что мы обучаем женщин основам предпринимательской деятельности, для того чтобы они могли зарабатывать либо на удаленном доступе, либо начать свое дело с минимальными вложениями. То есть, то что они умеют делать - это монетизировать. За свою аудиторию мы взяли мам детей-инвалидов. Этой категорией до нас практически никто не занимался. После нас и другие фонды тоже поддержали. Но если к нам обращаются многодетные, матери-одиночки – мы им не отказываем» (ГИ, ОФ «Мама Про», г. Нур-Султан).

При фонде «Мама Про» имеется детская комната и воспитатели, которые смотрят за детьми пока их матерей обучают основам ведения бизнеса.

Наличие ролевых моделей среди женщин, успешно реализовавших себя в бизнесе:

«На самом деле самый стимулирующий фактор – это сами женщины-лидеры. Женщины-лидеры именно Центральной Азии, которые открыли бизнес, которые развивают бизнес, я считаю, что одним из главных моментов будет стимулирующим для начинающих молодых девочек, которые хотят заниматься бизнесом, это вот мотивация от гуру, именно женщин-гуру, которые самостоятельно смогли открыть, создать и развить свой бизнес» (ГИ, НПП Атамекен, г. Нур-Султан.).

Развитие политики гендерного равенства

Политика гендерного равенства в Казахстане проявляется в наличии специальных показателей гендерного равенства и стремлении им соответствовать, контроль на соответствие данным показателям. Так же наблюдается увеличение женщин в государственных органах.

«Мы очень активно следим за тем, как достигаются различные индикаторы, у нас есть специальные показатели гендерного равенства, мы следим за рейтингом гендерного равенства, мы там лучше, чем наши соседи себя показываем, но тем не менее довольно плохо, на 56 месте мы находимся. Потом, я знаю у всех госорганов, в их функциях есть «Ведение и обеспечение гендерного равенства», это прямо их функция. в Парламенте раньше 10% было женщин, сейчас 24-25%» (ГИ, эксперт по гендерным вопросам в сфере экономики, г. Нур-Султан).

«Ну если даже брать в политике, мы видим, что женщин все больше и больше, и руководящие должности занимают» (ГИ, Совет деловых женщин, Акмолинская область).

Однако, по мнению эксперта, большинство этих показателей декларативны, а глубоко укоренившаяся патриархальная система всячески противодействует установлению гендерного равенства:

«Декларативно мы пытаемся этого достичь, а фактически это происходит с большой долей инерции, с трудом, с тормозами, потому что очень серьезная патриархальная система, которая не хочет двигаться, которой это не нравится» (ГИ, эксперт по гендерным вопросам в сфере экономики, г. Нур-Султан).

Развитие информационных технологий

Развитие и распространеннность информационных технологий во многом упростили ведение бизнеса, благодаря этому можно открыть свой бизнес, не выходя из дома и дистанционно решать ряд вопросов:

«Сейчас можно за минуту открыть свое ИП не выходя из дома» (ГИ, Совет деловых женщин) (ГИ, Совет деловых женщин, Акмолинская область).

«Постольку поскольку и ЦОНы открыли, там электронный автомат есть, уже облегчилось, намного облегчилось, по сравнению с тем, когда мы начинали бизнес. Сейчас вот пожалуйста нажатием кнопки ты можешь многие вещи сделать в электронной форме» (ГИ, Совет деловых женщин, г. Нур-Султан).

Распространенность социальных сетей позволяет распространять информацию о продукции и находить потребителей:

«У нас на курсах, кстати, они проходят обучение Инстаграму прям от и до. Как красиво выставить свой товар, какие тексты писать» (ГИ, ОФ «Мама Про»).

Вместе с тем существует ряд факторов, сдерживающих развитие женского предпринимательства.

К факторам, сдерживающим развитие женского предпринимательства относятся:

- Внутренние (личностные) факторы
- Необходимость заниматься детьми, домашними семейными делами
- Культурная обусловленность в занятии женщинами определенных ниш в бизнесе
- Первоочередная роль мужчины по принятию решений в некоторых семьях
- Проблема сбыта
- Иногда сложно выполнимые условия по программам льготного кредитования
- Высокие процентные ставки в банках второго уровня
- Инфраструктура, особенно на селе, проблемы с доступом к воде
- Сложный для понимания простыми людьми язык тренингов и обучающих курсов
- Доминирование патриархальных установок в обществе

Внутренние (личностные) факторы – связаны с личностными качествами самого человека, с отсутствием мотивации, трудолюбия, уверенности, решительности, стремления к развитию.

«Самая главная проблема, мне кажется – это создать у самого человека желание работать. Легко сказать: «Государство не дает, акиматы не работают» (ГИ, Совет деловых женщин, Акмолинская область).

Среди внутренних барьеров экспертами часто называется неуверенность в своих силах, особенно у сельских женщин.

«А вот по развитию бизнеса к примеру, мы едем по районам, встречаемся собираем женщин, разговариваем, многие женщины хотят открыть бизнес, есть такой барьер – страх, неуверенность в себе» (ГИ, Совет деловых женщин, Акмолинская область).

Сдерживающие факторы я не знаю, просто женщины я считаю сами со своей стороны может быть думают, что у них не получится, или еще что-то. Опять же, проблема в самом человеке я считаю (ГИ, НПП Атамекен, г. Нур-Султан).

Необходимость заниматься детьми, домашними семейными делами:

«Мужчина, как правило, освобожден от домашнего быта. Соответственно, женщина с низкими доходами и у которой много детей, у нее все гораздо сложнее получается. Это не учитывается, когда мы говорим о равенстве. Мы пытаемся предоставить вроде бы как равные возможности, но забываем, что есть этот большой стопор» (ГИ, Эксперт по гендерным вопросам в сфере экономики, г. Нур-Султан).

Культурная обусловленность в занятии женщинами определенных ниш в бизнесе (сфера персональных услуг, питание, бьюти индустрия, пожив одежды, дизайн). При этом многие программы поддержки ориентированы на приоритетные отрасли: производство, обрабатывающая промышленность, IT (в данных сферах сравнительно мало женщин) и мало ориентированы на сферу услуг, бьюти сферу, сферу общественного питания, торговли, в которых чаще всего задействованы женщины.

«У нас нет ни одной программы, которая поддержала бы услуги. У нас поддерживают производство ладно, перерабатывающую промышленность, сельское хозяйство, все что угодно, услуг нет. А какое женское предпринимательство, мы все там находимся» (ГИ, Совет деловых женщин, Жамбылская область)

В основном сама Дорожная карта бизнеса программа реализуется в приоритетном секторе. А приоритетный сектор у нас – это производство, здравоохранение, образование, IT (ГИ, Отдел по поддержке и развитию предпринимательства, г. Нур-Султан).

Нередко сферы, в которых по большей части сосредоточены женщины, являются малодоходными. Женщины зачастую идут в них из-за того, что они более доступны, а не более привлекательны и престижны:

«Это все издержки нашего общества, какие-то стереотипы, которые есть и стали какой-то социальной нормой, и хотим мы этого или нет получается, что мы следуем этому, большинство из нас. Многие смирились с этим, считают «ой меня там задавят, это чисто мужской мир, я не справлюсь» и так далее, поэтому они идут в те сферы» где малорентабельные сферы, малодоходные, здесь можно сказать, что есть неравенство и дисбаланс».

Первоочередная роль мужчины по принятию решений в некоторых семьях:

В некоторых семьях женщины не могут самостоятельно принимать решения заняться бизнесом даже при наличие желания, поскольку им не позволяют мужья. Такие ситуации наиболее распространены в сельской местности, но имеют место и в городах.

Есть такие моменты, когда жена хочет, но муж не разрешает. Даже в городе есть. Я вижу по жене, что она хочет, глаза горят, и я начинаю с мужем говорить, потому что она не может с мужем этот вопрос поднять, я могу, я говорю ну давайте, он: нет, у нее дома дел хватает (ГИ, Совет деловых женщин, Акмолинская область).

Проблема сбыта – это проблема, которая является общей для предпринимательства в целом, особенно в сельской местности.

«Проблемы, например, развития сельского хозяйства — это сбыт. Не хватает именно этого. Нужны кооперативы, создавать цепочку от народа, хозяйства до потребителя. И для этого опять нужно чтобы они делали стандартизованную продукцию. У нас этим не занимаются» (ГИ, Аграрный союз женщин, г. Нур-Султан).

Иногда сложно выполнимые условия по программам льготного кредитования.

При участии в программах льготного кредитования есть ряд условий, которым женщинам бывает сложно соответствовать, например, наличие залогового имущества или определенный оборот для действующих предприятий.

«Наверное, самое основное ограничение – это наличие залогового имущества, опять же не каждое залоговое имущество подойдет. Во-вторых, где-то должно быть действующее предприятие 3-5 лет, где-то по обороту смотрят (ГИ, предприниматель, г. Нур-Султан)».

«Если говорить о программе «Даму», которая именно для женщин, от Азиатского банка развития, там проблема в том, что Даму в принципе с трудом выдает, там нужно очень сильно подтверждать, ну там они дают обычно только тем, кто уже развивает какое-то производство. Если говорить о крупном это вообще столько вложений требует изначально, таких ресурсов у женщин нет. А производство у нас — это редко, обычно у нас женщины занимаются услугами, а на развитие бизнеса услуг не дают деньги. (ГИ, Эксперт по гендерным вопросам в сфере экономики, г. Нур-Султан).

Высокие процентные ставки в банках второго уровня и сложности получения кредита.

«Процентные ставки, которые у нас имеются в банках второго уровня конечно достаточно высокие» (Аграрный союз женщин Казахстана, г. Нур-Султан).

Если говорить о банковских услугах, когда женщина выходит в декрет она получает минимальные свои доходы, соответственно у нее будут минимальные пенсионные отчисления, соответственно, когда она придет в банк взять кредит на развитие, они посмотрят и скажут: «Извините у вас маленькая сумма», 9000-11000 тенге, это в лучшем случае, и под это они не могут дать кредит на развитие бизнеса, или вообще на открытие (ГИ, Эксперт по гендерным вопросам в сфере экономики, г. Нур-Султан).

Инфраструктура, особенно на селе, проблемы с доступом к воде.

«Слабые стороны – это провести это все, то есть инфраструктуру. Это долго, это дорого, это очень мучительно. Мы с этим сталкивались, это очень дорого. Это примерно месяца3-4, если, например, ты захочешь поставить себе какой-то цех, и если ты покупаешь или арендуешь уже существующий, то здесь нет проблем, когда уже все готово. Но если ты сам хочешь построить себе и туда надо проводить всю эту инфраструктуру, это проблема, большая проблема. И вот там вся коррупция есть уже» (ФГД, предприниматель, Жамбылская область).

Сложный для понимания простыми людьми язык тренингов и обучающих курсов.

По мнению эксперта и по ее опыту общения с предпринимательницами, материал который преподают на курсах зачастую очень сложен для них и терминология, которая там используется им непонятна. Особенно актуальна эта проблема для сельских женщин:

«Эти курсы довольно сложные, сложные даже для образованного человека который живет в городе и много читает. Потому что там есть всякие понятия, это очень сложно, там нужно максимально адаптировать человека который в селе живет и не читал никогда, ну если вы действительно хотите развить предпринимательство, чтобы это понял дурак, самые простые формулировки, зачем эта точка безубыточности, он же не собирается корпорацию открывать, маленький бизнес, магазинчик какой-нибудь открывать чтобы. Нужно адаптировать эту программу тренингов, посмотреть насколько они человеческим языком написаны, обязательно нужно учитывать, что это казахский язык, это села, сельчане в большинстве казахоязычные, и представляете им как это объяснять».

Доминирование патриархальных установок в обществе.

Важно отметить, что несмотря на ряд прогрессивных мер, предпринимаемых на государственном уровне для поддержки и развития женского предпринимательства и укрепления гендерного равенства в Республике Казахстан, среди большинства участников этого процесса: государственных служащих, депутатов, представителей организаций по поддержке женщин, самих предпринимательниц доминируют патриархальные установки.

Примечательно, что у значительной части опрошенных нами экспертов преобладают ярко выраженные патриархальные установки:

Так, по мнению опрошенного эксперта, мужчина должен быть главным в семье, если он не позволяет женщине заниматься бизнесом, не обязательно добиваться гендерного равенства, достаточно убедить, уговорить, упросить мужчину, чтобы он позволил женщине это делать.

Мы создали группу, где обсуждали и придумывали стратегию как убедить свою свекровь, и они приводили интересные примеры. Одна из них, допустим говорила: «У меня муж транслирует то, что говорит моя свекровь. Я же вечером, когда пью с ней чай, приводила пример соседку. Говорила, как у них все хорошо, потому что сноха занимается бизнесом». Это будет ментальный ответ на ментальное противостояние (ГИ, Депутат).

Предлагаемая стратегия исходит из неравенства мужчины и женщины, получается, чтобы заниматься тем, чем хочется необходимо уговаривать и идти на хитрости. Необходимость идти на хитрости возникает лишь при отсутствии возможности принимать решения самостоятельно.

По мнению другого опрошенного эксперта, у мужчин и женщин разные природные склонности и качества, даже не смотря на то, что зачастую женщина занимает менее доходные сферы бизнеса, это не является проблемой, ведь она по природе к этому тяготеет:

Но лично мое мнение, наверное, чуть-чуть должны быть мужские и женские, все-таки женщина от природы создана мягкой, доброй, немножко незащищенной, а мужчины — это все-таки стержень, добытчик, само слово «за мужем». Наверное, я думаю должны быть чисто мужские, допустим, горняки, металлурги, такие сложные работы, наверное, должны быть мужскими (ГИ, представительница организации по поддержке женского бизнеса).

Представительница организации по поддержке женского бизнеса считает, что у женщины на первом месте должна быть семья:

Женщина, наверное, на первое место все-таки должна ставить семью, дом, дети, муж и потом любимая работа, любимое занятие (ГИ, представительница организации по поддержке женского бизнеса).

Не обязательно добиваться гендерного равенства – достаточно убедить мужчин идти навстречу женщинам, они ведь мужчины и поэтому должны поддерживать женщин:

«Надо не совсем о гендерном равенстве сейчас говорить, надо говорить о гендерной идентификации, нам этого не хватает. Если мужчина будет чувствовать себя по-настоящему мужчиной, он никогда не обидит женщину по половому признаку» (ГИ, представительница организации по поддержке женского бизнеса).

Вышеизложенные цитаты некоторых из опрошенных депутатов, чиновников, руководителей организаций по поддержке женского бизнеса свидетельствуют о наличии у них патриархальных установок. Получается, что люди, которые должны способствовать развитию женского предпринимательства не разделяют идеи гендерного равенства, считая, что у мужчин и женщин разные природные склонности, способности и возможности, что женщины должны уговаривать мужчин, чтобы им позволили развиваться в бизнесе, а не добиваться с ними равных прав и возможностей. Для успешного развития женского предпринимательства важно, чтобы все члены общества разделяли идеи гендерного равенства, начиная от государственных служащих, топ менеджеров и заканчивая женщинами предпринимательницами.

Таким образом, факторы стимулирования и развития женского предпринимательства можно условно разделить на две группы:

1) общие для предпринимателей в целом, в независимости от пола;

2) специфичные для женщин (как правило они связаны с гендерными ролями и социальными ожиданиями по отношению к женщинам).

Для успешного развития женского предпринимательства важно не только работать с первой группой факторов, но и основательно работать со специфичными для женщин факторами сдерживания, начиная от патриархальных установок на уровне топ-менеджеров и заканчивая инфраструктурой, облегчающей бизнес для женщин и матерей.

6. Рекомендации по развитию гендерного равенства в предпринимательстве

6.1. Индекс женского предпринимательства, как инструмент для оценки барьеров и принятия решений

IB международной практике сложилось несколько подходов к составлению индекса, отражающего разные аспекты женского предпринимательства. Наиболее типичный – отражение характеристик предпринимательства, разделенных по полу и базирующийся на первичных данных. Такой подход, например, применен в рамках исследования Global Entrepreneurship Management (GEM), где на основе опроса в 83 странах в качестве зависимой переменной (конечного индикатора) выявляется попытка открыть собственный бизнес, а независимыми переменными являются страх неудачи, восприятие своих способностей и возможностей, включенность в предпринимательскую среду (связи с другими предпринимателями) среди женщин.

На гендерном портале ОЭСР публикуются данные опроса предпринимателей 35 экономик, где отслеживаются доля женщин, владеющих или работающих в своем бизнесе, разница в заработке, доля работающих владелиц бизнеса, доля изобретательниц, в зависимости от отношения к предпринимательскому риску, посильность самозанятости, доли респонденток, берущих кредиты для открытия собственного дела, доступа к тренингам.

Проект Evidence and Data for Gender Equality (EDGE) – Доказательства и данные женского равенства – основан на опросе в семи пилотных странах, предпринятому в 2015 году. Там отслеживаются процент

компаний, где женщины являются владелицами и процент работающих среди работодательниц. Независимыми переменными определены доля женщин, которые берут кредиты, доля владелиц землей, гендерная разница в зарплате, доля детсадовских детей младше 3 лет, индекс женского равенства в образовании.

Второй подход базируется на вторичных данных. Это, например, Глобальная оценка женщин-предпринимательниц из 31 страны по уровню женских стартапов, стартапов с высшим образованием, ориентированных на рост или расширение рынка. Независимыми переменными берутся законодательство, доступ к образованию, к банковским услугам, равенство юридических прав, доступ к тренингам в разрезе пола.

Индекс женского предпринимательства (Female Entrepreneurship Index), рассчитанный также на основе статистических данных, в качестве конечного индикатора берет отношение женщины-мужчины в TEA (предпринимательской активности) в зависимости от равенства прав и размер рынка, доля со средним образованием, бизнес риск, доступ к детским садам, поддержка малого и среднего бизнеса, гендерное соотношение в рабочей силе, затраты на научных-прикладные исследования и их финансирование.

Используя данные этих исследований, Ф.Меньер, Ю.Крылова и Р.Ромальо[48] в статье «Женское предпринимательство: Как измерить разрыв между женщинами и мужчинами-предпринимателями?», пришли к выводам, что женское предпринимательство в основном низкодоходное, сконцентрированное в индивидуальном предпринимательстве, тогда как в более крупном женщин менее одной трети. Эта ситуация характерна для развивающихся стран. Институциональные факторы, такие как доступ к финансам, образованию, юридическим знаниям, играют существенную роль. В этом отчете нам важно подчеркнуть, что, по крайней мере, в двух из пяти исследований доступ к детским садам стал одним из определяющих индикаторов, наряду с другими институциональными факторами. Вполне возможно, что остальные исследования просто игнорировали этот показатель.

При любых видах анализа очень важно отделять общий эффект развитости предпринимательства в целом от уровня развития именно женского предпринимательства. Регрессионный анализ позволяет это сделать.

К сожалению, набор исследованных регионов в Казахстане был ограничен пятью, тем не менее, даже такой набор позволил сделать некоторые выводы. В нашем анализе в качестве зависимой переменной (конечным индикатором) мы взяли долю женского бизнеса в малом предпринимательстве из официальной статистики. Лучшими предикторами его на чрезвычайно высоком уровне в одной из моделей оказались доля предпринимательниц с планами по расширению бизнеса (положительный коэффициент), планы по набору сотрудников (отрицательный коэффициент) и потребность в финансовой обучении (положительный). В этой модели и R2, и R2adj оказались на уровне 99%, причем по отдельности три независимые переменные, входящие в уравнение, имели гораздо более сильную объяснительную силу. Уравнение выглядит следующим образом:

$$Fembusiness = 31.9 + 0.81\ expansion - 0.64\ staff + 0.19\ fin\ knowledge\ needs\ (R^2=99.8\%),$$

что может быть интерпретировано как рост числа женщин, желающих расширить свой бизнес и получить финансовые знания при снижении количества занятых является надежным индикатором успешного бизнеса. То есть бизнес может развиваться только в условиях продуктивной занятости, а не навязанного требования трудоустройства.

В другой модели индикатором успешного женского бизнеса являются опять же планы женщины расширить свой бизнес и отсутствие отклоненных заявок

$$Fembusiness = 31.34 + 0.25\ expansion - 0.187\ decline\ appl\ (R^2=91.8\%),$$

В этом случае можно сказать, что для стимулирования бизнеса надо повышать способности женщин получать финансирование, чтобы не иметь отклоненных заявок.

Третья модель обращает наше внимание на связь между успешностью бизнеса, доступом к коммуникациям и многодетностью с отрицательным знаком.

48 F.Meunier, Y.Krylova, R.Ramalho, Women's Entrepreneurship. How to measure the Gap between New Female and Male Entrepreneurs?, 2017. https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Special-Reports/Womens-Entrepreneurship.pdf

Fembusiness = 30.17 + 0.486 communication – 0.032 multichildren (R2=97.9%),

В этой модели важно понимать, что женский бизнес очень сильно завязан на коммуникации, в то же время многодетность тормозит успешное предпринимательство. Это имеет значение еще и потому, что поощрение многодетных матерей в качестве предпринимателей не является устойчивым с точки зрения развития бизнеса.

Хорошими предикторами в моделях с одной переменной (разумеется, при необходимой степени достоверности) также оказался доступ к коммуникациям R^2=90%, отсутствие отклоненных заявок, R^2=72%, доступ к электроэнергии R^2=65%, в меньшей степени доступ к детским садам R^2=57%.

В свою очередь планы по расширению женского бизнеса достоверно связаны с доступом к водоснабжению и канализации (R^2=91.6%), (R^2=57,3%).

Как выяснилось, ни домашние дела, ни существование неравенства, ни сексуальные домогательства, не могут служить маркерами того, является женщина успешным предпринимателем или не является. Скорее всего, это типичные проблемы женщин вне зависимости их вовлечения в бизнес. Также жалобы на уход ха детьми, многодетность, отсутствие детей до 18 лет оказались неспецифичными для деления женщин на предпринимателей и непредпринимателей. То есть предпринимательницей может оказаться и многодетная, и неимеющая или уже вырастившая детей, так же, как обычная женщина.

Отсюда следует вывод, что создание хорошей инфраструктуры в виде детских садов, надежного водоснабжения и канализации, общественного транспорта, может служить стимулом для развития женского предпринимательства. Важным фактором является финансовая доступность, измеренная через количество отклоненных заявок. Расширение возможностей профессионального обучения для женщин, а также повышение финансовой грамотности, тоже может способствовать развитию женского бизнеса. Важным фактором видится и грамотность в планировании семьи, то есть возможность иметь не более 2 детей.

Поэтому предлагается ввести в Индекс женского предпринимательства, по которому можно отслеживать создание благоприятной среды для женского бизнеса, доступ к детским садам, принятые финансовые заявки, планирование семьи, доступ к связи, электроэнергии, общественному транспорту и возможности профессионального обучения.

Таким образом, Индекс предпринимательства может состоять из 5 компонентов:

1. Инфраструктура: доступ к электроэнергии и водоснабжению.
2. Социальная инфраструктура: детские учреждения, медицинские услуги
3. Образование женщины-предпринимательницы: финансовое обучение
4. Экономические стимулы: принятые обоснованные заявки от женщин
5. Технологии: доступ к связи.

Эти индикаторы, как показавшие большую способность объяснять развитость именно женского бизнеса, могут быть использованы в Индексе предпринимательства, по которому можно дифференцировать регионы и предсказывать успешность бизнеса.

6.2. Рекомендации в регулирующие нормативные правовые акты

Создать пул инвесторов-женщин, которые рассматривают потенциал идей женщин-предпринимателей.

Развитие социальных коммуникаций между женщинами, развитие связей для обсуждение новых проектов, идей, подходов, взаимное рекламирование и поддержка

Создать закон о социальном предпринимательстве

Базовой человеческой потребностью является безопасность, при ее отсутствии другие потребности, связанные с самореализацией, в том числе в трудовой и предпринимательской деятельности отходят на второй план.

По словам эксперта, это не имеет прямого отношения к предпринимательству, но тем не менее при отсутствии безопасности женщина предпочтет сидеть дома, не будет рисковать идти в бизнес, когда у нее дома маленькие дети. Сами мужчины часто говорят женам сидеть дома, заниматься семьей, ребенком. Основная задача женщины в этом случае: отвезти и привезти ребенка из школы, чтобы ребенок был в безопасности. поэтому нормативно-правовые акты НПА тоже нужно вводить (Аграрный союз женщин Казахстана, г. Нур-Султан).

В некоторых случаях женщины не могут реализоваться профессионально и вести предпринимательскую деятельность, потому что им запрещают мужья /сожители, даже если сама женщина изъявляет желание к этому.

«Женщины, даже имеющие бизнес, достаточно с известным положением в обществе, в социуме, они могут подвергаться насилию внутри семьи, со стороны мужа. То есть, это у нас проблема тоже существует» (ГИ, Аграрный союз Женщин, г. Нур-Султан).

Существуют ситуации, когда женщины ведут семейный бизнес, зачастую оформленный на них, но при этом не могут распоряжаться доходами и полностью экономически зависимы от мужчин.

«Часто женщина работает бесплатно, с мужем занимается предпринимательской деятельностью, не получает сама в руки деньги, все идет ему или домой, она работает днем и ночью в этом бизнесе, но ничего не получает и еще занимается всеми домашними делами. Ситуация, которую я описала – это вся жизнь моей младшей сестренки и моей матери. Мама все время занималась бизнесом, наравне с мужем все делала, но деньги никогда в ее руках не были, она всегда рядом ходила и была просто бесплатной рабочей силой». (Предприниматель, Алматинская область).

Нужно выявлять и пресекать такие случаи, ведь по сути они являются экономическим насилием – «умышленным лишением человека средств, на которые он/она имеет предусмотренное законом право» (статья 4 Закона Республики Казахстан «О профилактике бытового насилия»).

Предлагается внесение изменений и дополнений в Закон «О государственных закупках», для упрощения процесса участия в конкурсе для женщин.

«В госзакупках есть инструменты или требования которые не позволяют женщинам участвовать в них, потому что у женщин бизнес более мелкий, а там в основном берут у крупных госзакупщиков» (ГИ, предприниматель, г. Нур-Султан).

Также предлагается предоставление кредитных каникул и введение моратория по выплате налогов

«Объявление моратория на какой-то период по выплате налогов для женщин» (ГИ, сотрудник микрокредитной организации г. Нур-Султан).

«Предоставление каникул по кредиту на первые несколько месяцев, какие-то процентные ставки и комиссии, ну льготные условия в общем» (ГИ, сотрудник микрокредитной организации г. Нур-Султан).

Предлагается создание условий для легализации бизнеса:

«Нужно создать условия, не заставлять легализовать, а чтобы они сами захотели легализовать. Например, по налогу НДС, чтобы платил не продавец, а покупатель. Есть такие моменты, в Германии есть «tax free». Также в Китае, НДС они возвращают за счет государства это хорошо» (ФГД, предприниматель, Жамбылская область, город).

6.3. Рекомендации в государственные планы и программы в целях их совершенствования с учетом гендерных подходов:

Выработка статистических индикаторов по представленности женщин в различных сферах и по реализуемым проектам.

Надо везде, и в СМИ, и Ваши аналитические общества привлекать, Вы должны подчеркивать, даже выискивать в любом нашем мероприятии, любых каких-то проектах - сколько составляют женщины. У нас даже статистических индикаторов нет. (ГИ, НПП Атамекен, Жамбылская область).

Уменьшение процентных ставок по программам кредитования для женщин и на более гибких условиях:

«Для женщин именно чтобы проценты поменьше были, поменьше документов, наверное, по банку, чтобы они могли открыть свой малый бизнес, которые хотят начать в ауле. Потом, наверное, чтобы на месяца 2, или хотя бы 1 месяц чтобы аренда была бесплатной, для начала, чтобы могли показать свой талант. Для сельской местности». (ГИ предприниматель, Совет деловых женщин района, Жамбылская область, село).

«Маленький процент, информационная хорошая база, чтобы более подробно, мы все равно все боимся кредитов каких-то, все это должно быть доступно на должном уровне объясняться, очень гибкие условия, женщины ведь опасаются кредитов. Какие-то гибкие условия может быть для женщин, особенные» (ФГД, предприниматель, Жамбылская область, город).

«Для поддержки женского предпринимательства нужно все-таки посмотреть другие процентные ставки, должно быть намного меньше. Если допустим, у нас в пределах 12-16%, для тех женщин, у кого нет залогового имущества надо давать гораздо меньше микрокредиты, и ставка не больше 5%» (ГИ, Аграрный союз сельских женщин, г. Нур-Султан).

«Можно для предпринимателей действительно доступные кредиты, с приемлемой процентной ставкой, Нацбанк мог бы снизить, базовую ставку, из-за этой процентной ставки все остальное уже приходится либо субсидировать правительству, либо неприемлемые проценты идут. Если бы ее снизили до 3-5%, потому, что нашему правительству в принципе ничего не мешает уменьшить эту процентную ставку, тогда конечно у нас экономика бы развивалась куда быстрее» (ГИ, предприниматель, г. Нур-Султан).

Мне кажется, вот на таких уровнях, государственных и республиканских, чтобы больше появлялось женщин, женщин, которые знают свой бизнес с азов, женщин, которые могут реально помочь, как мама, как женщина, как жена и как сестра. В парламенте появляются женщины, баллотироваться могут уже, чтобы именно на руководящих должностях были места для женщин (ГИ, предприниматель, Жамбылская область, город).

6.4. Рекомендации в Программы развития территорий

Нередко мужчины могут запрещать женщинам заниматься бизнесом и карьерой, особенно часто такие ситуации происходят в сельской местности. Поэтому одна из опрошенных предпринимательниц рекомендует проводить семинары по гендерному равенству в регионах:

«Проводить семинары, объясняющие мужчинам о гендерном неравенстве, чтобы каждая организация проходила» (ГИ предприниматель 1, Жамбылская область).

Рекомендуется улучшение инфраструктуры в регионах, в особенности дороги и Интернет соединение:

«Дороги сделать получше, Интернет у нас слабый тоже, чтоб наши аульские женщины могли в интернете общаться, продвигать свой бизнес, выставлять в онлайн продажу. Наверное, побольше поддержки от сельского акимата, чтобы они дали доступ на какие-то участки, чтоб можно было бы построить что-то, обустроить, чтобы они хотя бы минимальную поддержку нам дали» (ГИ предприниматель, Совет деловых женщин района, Жамбылская область).

Обучение сельских женщин по месту их проживания, не только для приобретения ими навыков, но и для повышения их мотивации:

«Но нет женщин, которые поднялись, если честно. Хорошо было бы если бы приезжали те, кто соберет сельских женщин, будет проводить тренинги, обучать их открыть что-нибудь здесь» (ФГД, предприниматель, Жамбылская область, село).

«Надо мотивировать регионы, у нас на самом деле очень много ярких личностей проживают в больших городах, это Шымкент, Нур-Султан, Алматы, а в остальных городах, да есть отдельные личности, но как раз таки не хватает той столичной яркости женщинам, чтобы они могли на начальном уровне проводить презентации.Я считаю что женщины-лидеры должны ездить в села, назначатся как акимы, на 3-4 дня, проводить мастер-классы, дать мотивацию, чтобы у них там поменялось мышление» (ГИ, НПП «Атамекен», г. Нур-Султан).

Рекомендуется стимулировать поддержку женщин и санкционировать по половому признаку:

«Необходимо стимулировать поддержку женщин и наоборот наказывать тех, кто женщин не поощряет и забивает инициативу. Это должно исходить от топ-менеджеров, руководства крупного, крупной компании, например. Они должны поощрять чтобы женщин продвигали, и собственным примером это показывать» (ГИ, Эксперт по гендерным вопросам в сфере экономики, г. Нур-Султан).

«Важно чтобы ментальное восприятие у топ-менеджеров менялось, чтобы они потом на всех остальных это распространяли. Как только они себя начнут так ввести, все будут у них проверять и считать себя продвинутыми как топ-менеджеры» (ГИ, Эксперт по гендерным вопросам в сфере экономики, г. Нур-Султан).

«Именно грантовое обеспечение – самое удобное, самое приемлемое подспорье именно для женщин. Потому что у них нет залогового имущества, все это знают, нет у них какой-то постоянной зарплаты, чтобы погашать кредит, тем более с достаточно большими процентами» (ГИ, Аграрный союз женщин Казахстана, г. Нур-Султан).

Для открытия бизнеса рекомендуют устранить очереди в официальных структурах, в частности, в акиматах.

В акимате чтобы не стоять в очереди, чтоб не было с первых дней барьеров не было (ГИ. Самозанятая, СКО, Петропавловск).

«Первое это все-таки воспитание, образование, информирование. Многие люди плохо воспринимают гендерную политику, надо говорить, что гендер это социальная политика, когда он не принимает решение по половому признаку».

6.5. Общие рекомендации

Обучение основам гендерного равенства в школах, особенно в сельских:

Должно быть какое-то обучение, девочек в школах, что в казахских школах, в регионах, в сельской местности. Я реально считаю, что это очень важно, потому что девочки с таких школ, ну я сталкивалась с этим, в принципе у них нет понимания. Но они же потом вырастают и становятся взрослыми, они начинают работать и заниматься предпринимательством, а у них нет вообще такого понятия. Думаю, во многих казахских школах надо вводить такой предмет как гендерное равенство, или что такое гендерное неравенство и так далее (ГИ, Совет деловых женщин, г. Алматы).

Привитие ответственности и трудолюбия с детства в семье:

Думаю, чтобы строить бизнес, нужно начинать с Института семьи, приучать детей к ответственности, трудолюбию (ГИ, Совет деловых женщин, Акмолинская область).

Борьба с последствиями женской гендерной социализации:

Одна из участниц акцентировала внимание на необходимости психологической работы с женщинами, которые по ее мнению возникают в результате доминирования в обществе патриархальных установок и женской гендерной социализации (ЖГС). По ее мнению женщин воспитывают как более слабых и менее уверенных в своих силах, чем мужчины, как тех, о ком нужно заботиться и тех, кто не сможет сделать это сама. Эти качества широко транслируются в нашем обществе, но по мнению некоторых экспертов, они могут мешать реализации женщин в бизнесе.

«Чтобы не только обучали финансам, как все это вести, а чтобы базу сделать вообще психологическая подготовленность, которая понимает, что такое ЖГС, которая будет работать именно с ментальными проблемами, и только потом начинать уже остальное, инструменты в руки давать, теперь ты уже знаешь, что можешь это делать, давай теперь обучать как это делать, вести финансы, налоги, законы и вообще что это такое» (ГИ, предприниматель, Акмолинская область).

Предпринимательница из сельской местности предлагает создание недельных курсов по ведению бизнеса для женщин в селах:

*«Если бы было так, что в деревне группу создавали, и преподаватель к ним выезжал в деревню. Хотя бы не на месяц, а на неделю. Думаю, они бы согласились» (*ГИ, предприниматель, ВКО).

Ролики про успешных женщин предпринимателях

Необходимо разработать серию роликов об успешных женщинах предпринимателях для психологической поддержки женщин, желающих открыть свой бизнес, как истории успеха, для передачи опыта, как руководство к действию. При анализе интернет-пространства было найдено очень много историй успеха, пошаговых инструкций, правил успеха женщин предпринимателей развитых стран, России, но не было обнаружено подобных роликов казахстанского производства. А ведь для женщины, которая решила заняться бизнесом, например, из дальнего аула, важно услышать рекомендации успешной женщины из подобного аула, которая сталкивалась с подобными проблемами.

Разработка новых финансовых инструментов для развития сельского хозяйства:

«Для развития сельского хозяйства нам необходимо разработать новые финансовые инструменты, допустим с Россией создать свой Агробанк или Сельхозбанк, если касаться развития именно женского предпринимательства» (ГИ, Аграрный союз сельских женщин, г. Нур-Султан).

Предоставление возможностей свободного сотрудничества с государственными служащими:

«Должна быть простота в общении с государственными служащими, возможность свободно попасть в кабинет к госслужащему» (ГИ, Совет деловых женщин, Акмолинская область).

Проведение обучающих семинаров по базовым вопросам ведения бизнеса, в том числе по составлению бизнес-плана, составлению отчетной, налоговой и конкурсной документации.

«Обучающие семинары, где женщины смогут развиваться. Институт консультаций надо развивать, потому что часто вопросы возникают, например, как составить бизнес-план».

Создание в школах профориентационных развивающих мотивирующих курсов девочек старших классов, на основе добровольного посещения:

«Я считаю, что это нужно начинать со школьной скамьи, 9-10-11 класс, девочкам отдельно программу создавать, мотивирующую, чтобы девочки уже со школьной скамьи понимали куда идти, чем заниматься, и понимали, что все стереотипы которые есть на данный момент, они созданы. И на самом деле самая главная проблема – в самом человеке, и что человек постоянно должен работать над собой, что на самом деле никаких преград нету, ограничивающих человека» (ГИ, НПП «Атамекен», г. Нур-Султан).

Таким образом, необходимо вести работу по двум основным направлениям:

- создание условий для бизнеса в целом (коммерческая и физическая инфраструктура, законодательство);
- создание специфических условий для женщин с учетом их потребностей (детские сады, возможности вести бизнес дистанционно, коворкинг центры для матерей-предпринимательниц с детской комнатой и воспитателями, контроль соблюдения принципов гендерного равенства в государственных и финансовых учреждениях).

7. Рекомендации по внедрению гендерно-ориентированного бюджетирования в стране

7.1. Общее видение необходимых изменений

С целью совершенствования законодательства в сфере ГОБ были выработаны рекомендации в институциональную среду и законодательство республики.

В том числе через интервью настоящего исследования удалось найти рекомендации и конкретные меры с целью развития гендерного равенства в предпринимательской деятельности.

На основе предложений от экспертов в данном исследовании, а также на основе международного опыта, предлагается предпринять ряд следующих мер:

- Закрепить политически и законодательно проект по формированию ориентированных на результат и гендерно-ориентированных бюджетов в Госпрограммах разного уровня, программах развития территорий, посланиях и т.п.
- Организовать институт, ответственный за гендерное равенство, а в последующем – за соблюдение всех видов равенства и искоренению дискриминации для исполнения 14 статьи Конституции РК (Никто не может подвергаться какой-либо дискриминации по мотивам происхождения, социального, должностного и имущественного положения, пола, расы, национальности, языка, отношения к религии, убеждений, места жительства или по любым иным обстоятельствам). Этим институтом может быть Комиссия по соблюдению равенства (КСР), главный вклад которой будет заключаться в аналитической оценке равенства, начать надо с гендерного, как наиболее статистически ясного инструмента статистики. В КСР должны войти представители гражданского общества из числа экспертов, работа в КСР должна быть оплачиваемой из бюджета, но не зависеть от работы любого из министерств и ведомств.
- Выполнить первоначальный анализ взаимосвязи между фискальной и общей государственной политикой с проведением взвешенного анализа причин, по которым ГОБ и БОР, должны быть учтены в бюджетных процессах и при разработке государственной политики.
- Внести изменения, касающиеся гендерного аспекта в документ «Система государственного планирования РК»
- Внести соответствующие изменения в политические и стратегические документы на всех уровнях государственного планирования.
- Параллельно внести соответствующие поправки в Бюджетный Кодекс Казахстана.

- Внести в бюджет государства расходы на КСР и проведение соответствующих аналитических и исследовательских работ, а также внедрение программного обеспечения для детализации и консолидации бюджетов с учетом гендера, а также последующих этапов утверждения равенства. Учесть в бюджете информирование населения об этих подходах.
- Провести информирование гражданского общества об изменении принципов формирования бюджета и расширить гражданское участие в формировании бюджетов и оценке результатов, а также в бюджетный процесс.
- Совместно с гражданским обществом разработать программы по обучению госслужащих в сфере постановки целей, увязыванию их с бюджетом, проведению гендерного анализа и требование ведения обязательной гендерной статистики.
- Влиять на процессы, связанные с подготовкой бюджета. Важно, как принимаются бюджетные решения, на основании каких допущений, кто принимает решения, кто влияет на эти решения, кто не имеет возможности на них влиять. Вовлекать гражданское общество в эти процессы.

7.2. Институциональные факторы и аналитика

Аналитический центр и центр принятия решений по гендеру

Организовать реально рабочее ведомство по внедрению ГОБ, в Австралии, например, действует Министерство по делам женщин, и оно продвигает этот вопрос. Возможно, курирующим органом этой организации будет Счетный Комитет или Комитет по статистике, то есть организация, понимающая важность индикаторов и их выполнения. В случае невозможности создания отдельного госоргана республиканского уровня, можно сформировать «Комиссию по соблюдению равенства (КСР) и внедрению ГОБ», а не только по делам женщин, со всеми полномочиями по ревизии бюджетов на предмет гендерной чувствительности, главными задачами и функциями которой станет следующее:

- Внести в правила планирования и отчетности МинЭКа на уровне формирования любого документа и плана, с опорой на индикаторы по ЦУР, с разделением по гендеру и другим признакам.
- Разработать и внедрить правила детализации бюджетов и отчетности Минфина на уровне формирования республиканского бюджета, с разделением по гендеру и другим признакам – на всех уровнях.
- Принять участие в работе по разработке тех.задания и внедрению программного обеспечения на всех уровнях (локальном, областном и республиканском) системы бюджетирования, ориентированного на результат (БОР), включающую так же и другие индикаторы, например, гендерной оценки по всем показателям ЦУР.
- Вести контроль открытости и прозрачности бюджетов.
- Накапливать опыт и экспертные знания в сфере бюджетирования в Информационной системе, которая будет открыта для всех.
- Разработать мероприятия, системы, процедуры, инструменты государства для внедрения полностью функциональной системы планирования и бюджетирования по результатам, включая гендерный компонент.
- Запустить пилотный проект по ГОБ в отдельных регионах.
- Вести контроль результативности бюджетов с учетом гендера.
- Разработать систему оценки бюджетов всех уровней на гендерную чувствительность, а затем проводить на республиканском и региональном уровне:
  - оценку предоставления государственных услуг и бюджетных приоритетов бенефициарами с разбивкой по полу
  - анализ распределения государственных расходов с разбивкой по полу;
  - оценку деятельности госорганов и программ с учетом гендерного подхода, в частности, оценивать насколько они:
    - способствуют преобразованиям;
    - имеют широкое влияние;
    - способствуют снижению гендерного неравенств;
    - имеют отношение к работе в администрации региона.

анализ бюджета с точки зрения использования времени с разбивкой по полу;
- анализ концепции экономической политики на среднесрочный период с учетом гендерного подхода;
- анализ распределения государственных доходов с разбивкой по полу.
- Издавать Женский бюджетный доклад
- Издавать ежегодный Бюджетный циркуляр, где указаны основные принципы ГОБ и нормы для каждого ведомства и гендерные комментарии к каждой статье.

- Привлекать организации гражданского общества для:
  - информирования об основных принципах ГОБ;
  - демонстрирование аналитических инструментов;
  - привлечение политических сил для обеспечения подотчетности
  - правительства;
  - инициативы по общественному просвещению;
  - осуществление лоббирования;
  - проведение работы по расчету расходов;
  - услуги по обучению и консультированию государственных чиновников;
  - разработка инструментов и пособий;
  - подготовка альтернативных отчетов и осуществление других мероприятий по мониторингу.
  - Работа с парламентариями – ключевой компонент работы групп гражданского общества.

Анализ бюджетов должен учитывать влияния затрат на эффективность и результативность вообще, а затем и оценку влияния на распределение общественны благ с разбивкой по полу, например, расчет стоимости единицы государственных услуг на людей вообще и по гендеру, например, стоимость обучения одного ребенка в начальной школе (в разбивке на девочек и мальчиков), стоимость койко-места в больнице в сутки, с учетом гендера, стоимость участия одного человека в программе предпринимательства – также с учетом разбивки по гендеру.

В результате будет определено, в какой степени бюджет соответствует потребностям получателей; как гендерные потребности и роли получателей влияют на уровень удовлетворенности; в какой степени бюджет способствовал снижению, усугублению или сохранению текущего уровня гендерного неравенства; есть ли разрыв между программными целями (особенно в области гендерного равенства) и бюджетными затратами и пр.

На основе гендерно-чувствительного анализа КСР имеет право указать на необходимость и требовать реструктуризации бюджетных статей расходов для выполнения стратегии гендерного равенства, в том числе, в сфере предпринимательства и доступа к финансовым инструментам.

Стратегии, государственные планы и программы и принципы формирования ГОБ-политики

Важно перенести акцент с процессов реализации бюджетных программ на достижение конкретных результатов. В связи с этим следует для каждого ведомства поставить одну или несколько количественных целей в области гендерного равенства. Затем запланировать соответствующие мероприятия и предусмотреть выделение бюджетных средств для их достижения. Каждая цель должна быть проанализирована на результативность: почему выбрана эта цель; что планируется для достижения цели; в чем будет выражаться успешный результат. Для начала именно ГОБ, считается, что добавление всего 1-2 целей в программы развития на любом уровне уже принесет какой-то результат.

Например, можно ставить цели в области гендерного дисбаланса в образовании, основанные на показателях: доля девочек и мальчиков, которые переходят в 10 класс, либо средний балл у девочек и мальчиков в ЕНТ, по разным дисциплинам. Такой анализ может влиять на разные группы населения. Например, в Австрии при внедрении ГОБ стали обсуждаться проблемы мужчин; расширен доступ для этнических меньшинств; проводится работа по проблемам неравенства среди молодежи; улучшилось понимание вопросов в области сексуальной ориентации; обеспечивается более качественное прогнозирование потребностей людей с инвалидностью.[49]

49 Далее – БООР, Куини, 2013. Подробно см. выше.

Очень важно понимать, что все целевые показатели, программы, мероприятия и бюджет должны быть связаны в одну информационную систему, в которой по мере накопления данных можно осуществлять гендерно-чувствительные тесты показателей. В настоящее время инструменты отчетности и статистики по ЦУР являются очень востребованным продуктом для правительств многих стран мира. Для этого следует, как вариант, использовать опыт Австрии в гендерном бюджетировании и Новой Зеландии в прозрачности бюджетов и вовлечению общественности.

Законодательство

В регулирующие нормативные правовые акты Республики Казахстан предлагаются следующие поправки.

1. Внести требования по постановке целей в декомпозиции по гендеру в каждый документ в Постановление правительства № 790 от «29» ноября 2017 «Система государственного планирования в Республике Казахстан», а затем разработать и внести изменения согласно представленным индикаторам в «Методику по разработке Стратегического плана развития Республики Казахстан, Прогнозной схемы территориально-пространственного развития страны, государственных программ, стратегических планов государственных органов и программ развития территорий» [50]
2. Поправки в Бюджетный Кодекс Казахстана должны касаться следующего:
   - Прописать ориентирование бюджета на:
   - – результаты
   - – гендер
   - – другие аспекты равенства, в соответствие со ст. 14 Конституции.
   - Внести статьи по методике определения лимита расходов правительственного ведомства, отдельно по текущим и капитальным расходам.
   - Внести обязательные положения по обязательствам ведомств и представлению бюджета согласно гендерной стратификации и по другим аспектам равенства, в том числе, по многодетным семьям, к примеру.
3. Обязать Комитет по статистике предоставлять все индикаторы ЦУР в единой информационной системе, в гендерном разрезе, а госорганы использовать эти индикаторы как обязательные и в гендерной разбивке.

У нас есть стандарты по обслуживанию людей с инвалидностью, для участников ВОВ, афганцев, военных. А по предоставлению таких специальных социальных услуг и льгот для многодетных нет. Это потому что, они не были никогда выделены в категорию, и у них никогда не было статуса уязвимых групп. И вот только после этих печальных событий с несчастным случаем, вот только сейчас начали поднимать вопрос (Женщина-предприниматель, многодетная мать, руководитель социального центра, г. Алматы)

Список использованных источников

Сайты государственных органов

1. Министерство труда и социальной защиты РК (https://www.enbek.gov.kz)
2. Министерство здравоохранения РК (http://dsm.gov.kz)
3. Министерство национальной экономики РК (https://economy.gov.kz)
4. Комитет по статистике МНЭ РК (https://old.stat.gov.kz)
5. Официальный сайт Управления экономики акимата Северо-Казахстанской области (http://uebp.sko.gov.kz)
6. Официальный интернет-ресурс Акима Мамлютского района Северо-Казахстанской области (http://maml.sko.gov.kz)
7. Официальный сайт электронного правительства РК (https://egov.kz)

Статистические сборники, доклады и исследования

8. The United Nations Minimum Set of Gender Indicators. A product of the Inter-agency and Expert Group on Gender Statistics. United Nations Statistics Division, 30 April 2019
9. Gender-relevant SDG indicators (80 indicators). (updated on 14 Mar 2018)
10. Enterprise Survey And Indicator Surveys Sampling Methodology // https://www.enterprisesurveys.org/
11. Женщины, бизнес и закон 2018. Основные выводы. Группа Всемирного банка. (Gonzales et al. 2015)
12. Глобальный мониторинг предпринимательства. Национальный доклад: Казахстан 2017/2018
13. Шеховцов Р.В., Авакян О. С. Роль инфраструктуры в социально-экономическом развитии региона // Финансовые исследования № 4 (53) 2016

50 https://economy.gov.kz/sites/default/files/pages/prikaz_no6403042018182206.doc

14. Д. Нурушева. Развитие МСБ в Казахстане: опыт Атырау, 2015 // https://www.soros.kz/wp-content/uploads/2015/10/development_of_sme_Atyrau.pdf
15. «Бюджетирование, ориентированное на обеспечение равенства» Экспертный отчет Шейлы Куинн для Комиссии по равноправию Северной Ирландии, 2013 // http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1998/47/section/75
16. Gender budgeting // https://rm.coe.int/1680596143
17. https://www.un.org/en/ecosoc/newfunct/pdf/vpd_steger.pdf
18. https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/
19. Sustainable development report // https://s3.amazonaws.com/sustainabledevelopment.report/2019/2019_sustainable_development_report.pdf
20. The International Budget Partnership // https://www.internationalbudget.org/
21. Об утверждении Плана мероприятий по реализации Концепции семейной и гендерной политики в Республике Казахстан до 2030 года (первый этап 2017 - 2019 годы) // https://tengrinews.kz/zakon/pravitelstvo_respubliki_kazahstan_premer_ministr_rk/bpak_i_semya/id-P1700000106/
22. О Национальной комиссии по делам женщин и семейно-демографической политике при Президенте Республики Казахстан. Указ Президента Республики Казахстан от 1 февраля 2006 года N 56 // https://massaget.kz/laws/rus/docs/U060000056_#z16
23. Реализация гендерной политики в Казахстане. Обзоры ОЭСР по государственному управлению // http://www.oecd.org/gov/Russian_Gender_Kaz.pdfЗаконодательство стран СНГ. Постановление Правительства РК от 24 декабря 2019 года №968 // http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=121920#A5OP0MLJXN
24. https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/education/
25. https://sustainabledevelopment.un.org/sdg8#targets
26. Мониторинг показателей ЦУР в РК // https://www.unescap.org/sites/default/files/Session4_Kazakhstan_SDG_indicators_Russian.pdf
27. F.Meunier, Y.Krylova, R.Ramalho, Women's Entrepreneurship. How to measure the Gap between New Female and Male Entrepreneurs?, 2017. https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Special-Reports/Womens-Entrepreneurship.pdf

United Nations Entity for Gender Equality
and the Empowerment of Women

ул. А. Мамбетова 14.
г. Нур-Султан,
Республика Казахстан
Тел: +7 7172 69 65 50

www.unwomen.org
www.facebook.com/unwomen
www.twitter.com/un_women
www.youtube.com/unwomen
www.flickr.com/unwomen
www.instagram.com/unwomen