ქალთა გაძლიერების პრინციპების (WEPs) ზეგავლენა ბიზნესზე საქართველოში

2021

In support of

WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES

pwc

გაეროს ქალთა ორგანიზაცია (UN Women) არის გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის სააგენტო, რომელიც გენდერული თანასწორობის ხელშეწყობისა და ქალთა გაძლიერების საკითხებზე მუშაობს. ორგანიზაციის დაარსების მიზანს მთელი მსოფლიოს მასშტაბით ქალებისა და გოგოების ინტერესების დაცვა და მათი საჭიროებების დაკმაყოფილება წარმოადგენს. გაეროს ქალთა ორგანიზაცია მხარს უჭერს გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის წევრ სახელმწიფოებს გენდერული თანასწორობის მიღწევის საყოველთაო სტანდარტების შემუშავებაში; თანამშრომლობს მთავრობებსა და სამოქალაქო საზოგადოებასთან ამ სტანდარტების შესაბამისი კანონმდებლობის, პოლიტიკის, პროგრამებისა და მომსახურების შექმნის პროცესში. ორგანიზაცია ხელს უწყობს ყველა სფეროში ქალთა თანაბარ მონაწილეობას და განსაკუთრებულ აქცენტს აკეთებს ხუთ ძირითად მიმართულებაზე: ქალთა ლიდერობისა და მონაწილეობის გაზრდა საზოგადოებრივ ცხოვრებაში, ქალთა მიმართ ძალადობის აღმოფხვრა, სამშვიდობო და უსაფრთხოების პროცესების ყველა ასპექტში ქალთა მონაწილეობის უზრუნველყოფა, ქალთა ეკონომიკური გაძლიერება და გენდერული თანასწორობის პრინციპების ინტეგრირება ქვეყნის განვითარების დაგეგმვისა და ბიუჯეტის განსაზღვრის პროცესებში. გარდა ამისა, გაეროს ქალთა ორგანიზაცია კოორდინირებას უწევს და ხელს უწყობს გაეროს სისტემაში გენდერულ თანასწორობასთან დაკავშირებულ საქმიანობას.

პუბლიკაცია მომზადდა შპს PwC საქართველოს მიერ პროექტის „ერთობლივი ძალისხმევა ქალთა ეკონომიკური გაძლიერებისთვის საქართველოში“ ფარგლებში, რომელიც ნორვეგიის საგარეო საქმეთა სამინისტროს ფინანსური მხარდაჭერით ხორციელდება. პუბლიკაციაში წარმოდგენილი მოსაზრებები არ წარმოადგენს გაეროს ქალთა ორგანიზაციის, გაეროს ან მასთან დაკავშირებული რომელიმე სააგენტოს ან ნორვეგიის საგარეო საქმეთა სამინისტროს მოსაზრებებს.

© 2021 UN Women. All rights reserved.

ქალთა გაძლიერების პრინციპების (WEPs) ზეგავლენა ბიზნესზე საქართველოში

2021

In support of

WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES

Established by UN Women and the UN Global Compact Office

სარჩევი

აბრევიატურები 6

თავი I. პროექტის მიმოხილვა 7

- მიმოხილვა 7
- ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელება საქართველოში 8
- საბაზისო კვლევა 9
- ჩვენი მიდგომა და მეთოდოლოგიები 11

თავი II. კვლევის მონაწილეები 15

თავი III. საბაზისო კვლევის ანალიზი 18

- გენდერული მრავალფეროვნება სამუშაო ადგილზე და ქალთა ლიდერობა 18
- ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელების შედეგად კომპანიების მიერ მიღებული სარგებელი 21
- ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელებაზე დახარჯული თანხები 22
- კომპანიების მიერ განხორციელებული Pro-bono აქტივობების მონეტიზაცია 23
- ქალთა გაძლიერების პრინციპების ფარგლებში გაწეული საქმიანობის შედეგები 25

თავი IV. ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელება თითოეული პრინციპის მიხედვით 27

- პრინციპი 1: მაღალი დონის კორპორაციული მართვის დამკვიდრება გენდერული თანასწორობის უზრუნველსაყოფად 28
- პრინციპი 2: სამსახურში ქალისა და კაცის მიმართ სამართლიანი მოპყრობა – ადამიანის უფლებების პატივისცემა, მხარდაჭერა და დისკრიმინაციის აკრძალვა 30
- პრინციპი 3: სამუშაო ადგილზე ყველა თანამშრომლის ჯანმრთელობის, უსაფრთხოებისა და კეთილდღეობის უზრუნველყოფა 43
- პრინციპი 4: ქალების პროფესიული განვითარების, ტრენინგებისა და განათლების ხელშეწყობა 43
- პრინციპი 5: საწარმოების, მიწოდების ჯაჭვისა და მარკეტინგული პრაქტიკის განვითარება ქალთა გაძლიერების მიზნით 44
- პრინციპი 6: თანასწორობის ხელშეწყობა საზოგადოებრივი ინიციატივების და ადვოკატირების გზით 48
- პრინციპი 7: გენდერული თანასწორობის მიზნების მიღწევის პროგრესის გაზომვა და საჯაროდ ანგარიშგება 51

თავი V. კოვიდ 19-ის გავლენა ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელებაზე 53

თავი VI. ძირითადი მიგნებები 56

- კომპანიების მაგალითები გენდერული მრავალფეროვნების მხარდასაჭერად 57

თავი VII. რეკომენდაციები სამომავლო პროგრამული ინტერვენციებისთვის 56

დანართი 1. რეკომენდაციები სამომავლო პროგრამული ინტერვენციებისთვის 52

დანართი 2. ონლაინ გამოკითხვის კითხვარი 74

დანართი 3. საუკეთესო გამოცდილება 84

აბრევიატურები

GCCI	საქართველოს სავაჭრო სამრეწველო პალატა
GEL	ქართული ლარი
Geostat	საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური
ILO	შრომის საერთაშორისო ორგანიზაცია
IT	საინფორმაციო ტექნოლოგიები
NGO	არასამთავრობო ორგანიზაცია
PSA	სოციალური რეკლამა
PwC	PricewaterhouseCoopers
SDGs	მდგრადი განვითარების მიზნები
UN Women	გაეროს ქალთა ორგანიზაცია
USAID	ამერიკის საერთაშორისო განვითარების სააგენტო
W4T	ბიზნეს ლიდერ ქალთა ფედერაცია „ქალები მომავლისთვის“
WEPs	ქალთა გაძლიერების პრინციპები

თავი I
პროექტის მიმოხილვა

მიმოხილვა

საქართველომ მნიშვნელოვან პროგრესს მიაღწია გენდერული თანასწორობის და ქალთა გაძლიერების საკითხებში საკანონმდებლო და პოლიტიკის დონეზე. 1994 წელს საქართველომ მოახდინა გაეროს ქალთა მიმართ დისკრიმინაციის ყველა ფორმის აღმოფხვრის შესახებ კონვენციის (CEDAW) რატიფიცირება. საქართველოს კონსტიტუცია და კანონი „გენდერული თანასწორობის შესახებ" უზრუნველყოფს ქალის და კაცის თანაბარ უფლებებს და შესაძლებლობებს და ასევე, აღიარებს დროებითი სპეციალური ზომების საჭიროებას ქალსა და კაცს შორის არსებითი თანასწორობის მისაღწევად. გენდერული თანასწორობის შესახებ მუხლები ასახულია სხვა კანონებშიც, პოლიტიკის დოკუმენტებში, სტრატეგიებსა და სამოქმედო გეგმებში. მიუხედავად ამისა, გამოწვევად რჩება აღსრულება, მათ შორის ისეთ სფეროში როგორიცაა ქალთა ეკონომიკური გაძლიერება. ქალები კვირაში 45 საათს სახლის საქმეებს უთმობენ, რაც სრულ განაკვეთზე, რეგულარულად ზეგანაკვეთური დროით მუშაობას უთანაბრდება.[1] 2020 წლის გლობალური გენდერული სხვაობის ინდექსით საქართველო 153 ქვეყანას შორის 61-ე ადგილზეა ქალთა ეკონომიკური მონაწილეობის კუთხით. სოციალური და კულტურული ბარიერები, შრომის გენდერული დაყოფა, აუნაზღაურებელი შრომა და ნაკლები ანაზღაურება წარმოადგენს უმთავრეს წინაღობას, რაც ხელს უშლის ქალებს ჩაერთონ შემოსავლის მომტან საქმიანობაში.[2] ქალებს და კაცებს შორის უმუშევრობის მაჩვენებლებს შორის სხვაობა 5%-ზე მეტია, 12.63% და 6.99%. სახელმწიფოს ოფიციალური სტატისტიკის მიხედვით, 2019 წელს ანაზღაურების გენდერული სხვაობა 36.2%-ს შეადგენდა, მაშინ როდესაც ქალები სამუშაო ძალის 56.9% წარმოადგენდნენ, ხოლო კაცები - 38.2%-ს.[3] არაფორმალური დასაქმება და სტაბილური სამსახურის ნაკლებობა საქართველოს რეგიონებში სოფლად მცხოვრებ ქალებს ეკონომიკურად ყველაზე მოწყვლად ჯგუფად აქცევს. ამ კონტექსტში, კერძო სექტორს შეუძლია მნიშვნელოვანი როლი შეასრულოს გენდერული თანასწორობის მიღწევაში და ქალთა გაძლიერებაში.

გაეროს ქალთა ორგანიზაცია ხაზს უსვამს კერძო სექტორის მზარდ როლს არა მხოლოდ ეკონომიკის ზრდაში, არამედ მდგრადი სოციალური განვითარების ხელშეწყობაში. კომპანიები პასუხისმგებელნი არიან იმ ზეგავლენაზე, რასაც ისინი ახდენენ საზოგადოებაზე. ქალთა გაძლიერების პრინციპების შესრულებით კერძო სექტორს შეუძლია ხელი შეუწყოს სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეებს შორის თანამშრომლობას მდგრადი განვითარების მიზნების (SDGs) მისაღწევად და სამუშაო ადგილზე, საბაზრო ურთიერთობებში და საზოგადოებაში გენდერული თანასწორობის დამკვიდრებას.

1 გაეროს ქალთა ორგანიზაცია, ქალთა დაბალი ეკონომიკური აქტიურობა და არაფორმალურ სექტორში ჩართულობა საქართველოში 2018. ხელმისაწვდომია: https://georgia.unwomen.org/ka/digital-library/publications/2018/12/womens-economic-inactivity-and-engagement-in-the-informal-sector-in-georgia (ბოლოს ნანახია 8.11.2021).

2 გაეროს ქალთა ორგანიზაცია, ქალთა ეკონომიკური გაძლიერება სამხრეთ კავკასიაში – პროექტის მიმოხილვა, 2018.

3 საქსტატი, ქალი და კაცი საქართველოში, 2020.

ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელება საქართველოში

2017 წელს გაეროს ქალთა ორგანიზაციამ ნორვეგიის საგარეო საქმეთა სამინისტროს მხარდაჭერით დაიწყო პროექტის „ერთობლივი ძალისხმევა ქალთა ეკონომიკური განვითარებისთვის საქართველოში" (JAWE) განხორციელება, რომლის ერთ-ერთ მთავარ მიზანს ქალთა ეკონომიკურ გაძლიერებაში კერძო სექტორის ჩართვა წარმოადგენდა.

კერძო სექტორი წამყვანი რგოლია გენდერული თანასწორობის მიღწევისა და ქალთა გაძლიერების პროცესში და შესაბამისად მისი ჩართულობა პროექტის ერთ-ერთ პრიორიტეტს წარმოადგენდა. ქალთა გაძლიერების პრინციპები იმ პრინციპების ერთობლიობაა, რომლებიც კერძო კომპანიებს სთავაზობს მეგზურობას, თუ როგორ შეუწყონ ხელი გენდერულ თანასწორობას და გააძლიერონ ქალები სამუშაო ადგილზე, საბაზრო ურთიერთობებში და საზოგადოებაში.[4] გაეროს გლობალური შეთანხმებისა და გაეროს ქალთა ორგანიზაციის მიერ შემუშავებული „ქალთა გაძლიერების პრინციპები" შრომისა და ადამიანის უფლებების საერთაშორისო სტანდარტებს ეყრდნობა და მისი ამოსავალი წერტილია კერძო სექტორს გაუღვივოს პასუხისმგებლობა და ინტერესი გენდერული თანასწორობისა და ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობის მიმართ. პრინციპები წარმოადგენს ბიზნესების კორპორაციულ გზამკვლევს მდგრადი განვითარების 2030 წლის დღის წესრიგით გათვალისწინებული გენდერული თანასწორობის მიზნების მიღწევის გზაზე.

ქალთა გაძლიერების პრინციპები მოიცავს შვიდ პრინციპს:

პრინციპი 1: მაღალი დონის კორპორაციული მართვის დამკვიდრება გენდერული თანასწორობის უზრუნველსაყოფად

პრინციპი 2: სამსახურში ქალისა და კაცის მიმართ სამართლიანი მოპყრობა და დისკრიმინაციის აკრძალვა

პრინციპი 3: თანამშრომლის ჯანმრთელობის, უსაფრთხოებისა და კეთილდღეობის უზრუნველყოფა

პრინციპი 4: პროფესიული განვითარების, ტრენინგებისა და განათლების ხელშეწყობა

პრინციპი 5: საწარმოების, მიწოდების ჯაჭვისა და მარკეტინგული პრაქტიკის განვითარება ქალების გაძლიერების მიზნით

პრინციპი 6: თანასწორობის ხელშეწყობა საზოგადოებრივი ინიციატივებისა და ადვოკატირების მეშვეობით

პრინციპი 7: პროგრესის გაზომვა და საჯაროდ ანგარიშგება

გაეროს ქალთა ორგანიზაციის თანახმად, 2021 წლის 1 მარტიდან 141 ქვეყნის 5000-ზე მეტმა კომპანიამ, რომელიც ჯამურად 10 მილიონ დასაქმებულს წარმოადგენს, ხელი მოაწერა ქალთა გაძლიერების პრინციპებს და აიღო ქალთა გაძლიერების პრინციპების აღსრულების ვალდებულება.

2018 წელს საქართველოში გაეროს ქალთა ორგანიზაციამ წამოიწყო ცნობიერების ამაღლების კამპანია მდგრადი განვითარების მიზნების მიღწევის პროცესის დაჩქარების და მასში კერძო სექტორის და ეკონომიკურად გაძლიერებული ქალების თანაბრად მნიშვნელოვანი როლის შესახებ.

საქართველოში ქალთა გაძლიერების პრინციპების დანერგვასა და განხორციელებაში აქტიურად იყვნენ ჩართულნი გაეროს ქალთა ორგანიზაციის კონსულტანტი და ორი პარტნიორი ორგანიზაცია: ბიზნეს ლიდერ ქალთა ფედერაცია „ქალები მომავლისთვის" (W4T) და საქართველოს სავაჭრო სამრეწველო პალატა (GCCI). GCCI შეირჩა როგორც ყველაზე დიდი ბიზნეს ასოციაცია საქართველოში (სადაც 1000-ზე მეტი კომპანიაა წარმოდგენილი),

4 ხელმისაწვდომია: https://www.weps.org/about (ბოლოს ნანახია 20.02.2021).

ხოლო W4T როგორც ქალი მეწარმეების ბიზნეს ფედერაცია. გაეროს ქალთა ორგანიზაცია თავის პარტნიორ ორგანიზაციებთან ერთად აწვდის ინფორმაციას კომპანიებს იმის შესახებ, თუ რატომ არის გენდერული თანასწორობა მნიშვნელოვანი ბიზნეს საქმიანობისთვის და ეხმარება მათ ამ მიმართულებით სამომავლო აქტივობების განხორციელებაში.

ბოლო წლებში საქართველოში მკვეთრად გაიზარდა გენდერული თანასწორობის მნიშვნელობის შესახებ ცოდნა ბიზნესებს შორის და ამის მტკიცებულებაა ქალთა გაძლიერების პრინციპებზე ხელმომწერი კომპანიების მზარდი რაოდენობა. 2019 წელს ეს რიცხვი 25-დან 44-მდე გაიზარდა, ხოლო 2020 წელს კი პრინციპებზე ხელმომწერთა რაოდენობამ 80 შეადგინა. კომპანიებს, რომლებიც დაინტერესებულნი იყვნენ აღმოეჩინათ გენდერული სხვაობები და საჭიროებები თავიანთ საქმიანობაში, ჩაუტარდათ თანამონაწილეობითი გენდერული აუდიტი (PGAs) ქალთა გაძლიერების პრინციპების შიდა გენდერული აუდიტის ინსტრუმენტის გამოყენებით[5]. კომპანიების წარმომადგენლებმა ასევე გაიარეს ტრენინგები გენდერული თანასწორობის შესახებ, რაც მათ დაეხმარა სამუშაო ადგილზე ისეთი არადისკრიმინაციული გარემოს შექმნაში, რომელიც აღიარებს ადამიანის უფლებებს და მხარს უჭერს სამუშაო ძალის მრავალფეროვნებას. გაეროს ქალთა ორგანიზაცია დაეხმარა ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერ კომპანიებს გენდერული თანასწორობის სტრატეგიების და სამოქმედო გეგმების შემუშავებაში, შიდა და გარე პოლიტიკის დოკუმენტების და პრაქტიკის დანერგვაში, განსაკუთრებით კი გენდერულად მგრძნობიარე შესყიდვების პრაქტიკის შემუშავებაში, რაც კორპორატიული მიწოდების ჯაჭვებში ქალთა მონაწილეობის გაზრდას გულისხმობს. ამ მუშაობის ფარგლებში ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერმა კომპანიებმა დანერგეს სამსახურში აყვანის გენდერულად მგრძნობიარე პრაქტიკა, თანამშრომლებს შესთავაზეს მენტორობის პროგრამები, შეიმუშავეს სექსუალური შევიწროების გასაჩივრების მექანიზმი, მრავალ ქალს, მათ შორის მოწყვლად ჯგუფებს, შესთავაზეს კარიერული წინსვლის შესაძლებლობები, როგორიცაა სტიპენდიები, მენტორობა, სტაჟირება, დროებითი დასაქმების პროგრამები, სასწავლო/გადამზადების გრანტები და სხვა. ქალთა გაძლიერების ხელშეწყობისთვის მოხდა კომპანიების წახალისებაც ისეთი ფორმით, როგორიცაა საჯარო აღიარება დაჯილდოების ყოველწლიურ ცერემონიალზე ადგილობრივ და გლობალურ დონეზე.

2018 წლიდან, ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმოწერის შემდეგ, თითქმის ყველა კომპანიამ განახორციელა კონკრეტული ინიციატივა გენდერული თანასწორობის და ქალთა გაძლიერების მიზნით. ამ ანგარიშში კომპანიების მიერ განხორციელებული ზოგიერთი ინიციატივა დეტალურად არის განხილული მომდევნო თავებში და მაგალითების სახით არის წარმოდგენილი დანართებში.

საბაზისო კვლევა

საფუძველი

კვლევაში თავმოყრილია საბაზისო მონაცემები და გაანალიზებულია საქართველოში WEPs-ის ხელმომწერი კომპანიების მიერ გენდერული თანასწორობის და ქალთა გაძლიერების მიმართულებით 2017-2020 წლებში ჩატარებული სამუშაო. ასევე, საუკეთესო გამოცდილების მაგალითების შესწავლის გზით შეფასებულია, თუ რამდენად გაუმჯობესდა ბიზნესის წარმოება კომპანიებში ინკლუზიური პოლიტიკის და კულტურის დამკვიდრების შემდეგ.

5 გაეროს ქალთა ორგანიზაცია, ქალთა გაძლიერების პრინციპები შიდა გენდერული აუდიტის ინსტრუმენტი, ხელმისაწვდომია (ინგლისურ ენაზე): https://weps-gapanalysis.org/ (ბოლოს ნანახია 5.11.21).

მიზანი

საბაზისო კვლევის მიზანი იყო ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერი კომპანიების საქმიანობის დოკუმენტირება, კერძოდ:

- კომპანიების მიერ გაწეული სამუშაოს რაოდენობრივი შეფასება.
    - გენდერული მრავალფეროვნების და ყველა დონეზე ქალთა ლიდერობის სტატისტიკური მონაცემები (მათ შორის, მმართველობის უმაღლეს და საშუალო რგოლში, საბჭოში, თანამშრომლებში).
    - კომპანიებში ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელება პრინციპების მიხედვით 2017-2020 წლებში, მათ შორის კონკრეტული ზომები, რომელიც განახორციელა კომპანიამ სამუშაო ადგილზე, საბაზრო ურთიერთობებში და საზოგადოებაში ქალთა გაძლიერების მიზნით.
    - სტატისტიკური მონაცემები, რამდენი ქალი გაძლიერდა სხვადასხვა ინიციატივების გზით თითოეული პრინციპის მიხედვით.
    - ის სარგებელი, რაც კომპანიებმა მიიღეს ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელების შედეგად (გამოსახული რიცხვებში).
- ქალთა გაძლიერების პრინციპების სამუშაოს მონეტიზაცია.
    - კომპანიების მიერ ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელებისთვის გაწეული სამუშაოს ეფექტურობის ანალიზი - ფასის და ხარისხის შედარება.
    - კომპანიების მიერ საზოგადოებაში ქალთა გაძლიერების მიზნით განხორციელებული პრო-ბონო საქმიანობის ფულში გამოსახული ღირებულება (სადაც შესაძლებელია).
- ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერი კომპანიების მიერ განხორციელებული ინიციატივების და რეალური მაგალითების გაზიარება.
    - კარგი კორპორატიული პრაქტიკის, ინიციატივების და კამპანიების მაგალითები.
    - სამუშაო ადგილზე გენდერული მრავალფეროვნების მაგალითები და სხვადასხვა ფაქტორები, რომლებიც განაპირობებს კომპანიის ჩართულობას გენდერული თანასწორობის მიღწევის საქმეში.
- კოვიდ 19-ის ზეგავლენა ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელებაზე.
    - კომპანიის ინიციატივები და ინოვაციური გადაწყვეტილებები კოვიდ 19-ის პანდემიის დროს გენდერული თანასწორობის და სამუშაო ადგილზე, საბაზრო ურთიერთობებში და საზოგადოებაში ქალთა სოციალური და ეკონომიკური ჩართულობის უზრუნველსაყოფად.
- საბაზისო კვლევის ფარგლებში ასევე, შემუშავდა რეკომენდაციები გაეროს ქალთა ორგანიზაციისთვის სამომავლო პროგრამული ინტერვენციების დაგეგმვის მიზნით.

წინამდებარე კვლევის განსახორციელებლად PwC საქართველოს ხელმძღვანელობით შეიქმნა კონსორციუმი PwC ინდოეთთან ერთად (ერთობლივად მოიხსენება როგორც „PwC“), PwC-ს საქმიანობას წარმოადგენდა კვლევის ჩატარება და შემაჯამებელი ანგარიშის მომზადება ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერი კომპანიების ინიციატივებისა და მათ მიერ გენდერული თანასწორობის და ქალთა გაძლიერების მიმართულებით განხორციელებული სამუშაოს შედეგების შესახებ. კვლევის ანგარიში მიზნად ისახავს აამაღლოს საზოგადოების ცნობიერება იმ ხელშესახები შედეგების შესახებ, რაც კერძო სექტორის მხრიდან გენდერული თანასწორობისა და ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობამ მოიტანა. ამავე დროს, კვლევის ანგარიში დაეხმარება გაეროს ქალთა ორგანიზაციას გააანალიზოს საქართველოში ქალთა გაძლიერების პრინციპების სამუშაოს შედეგები და გამოიყენოს ის სამომავლო პროგრამირებისთვის.

ჩვენი მიდგომა და მეთოდოლოგია

ჩვენი მიდგომა

კვლევის განსახორციელებლად სამფაზიანი მიდგომა შემუშავდა, რომელიც ქვემოთ დიაგრამის სახით არის წარმოდგენილი.

ფაზა I	▶ სამუშაო გეგმის მომზადება განსახორციელებელი აქტივობების, გამოყენებული მეთოდოლოგიის, ვადების მოკლე აღწერით და ასევე თითოეულ აქტივობაზე გუნდის პასუხისმგებელი წევრებით ▶ კვლევის კითხვარის შემუშავება ქართულ და ინგლისურ ენებზე
ფაზა II	▶ კვლევის კითხვარის საფუძველზე ონლაინ გამოკითხვით ინფორმაციის შეგროვება ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერი კომპანიებიდან ▶ ჩაღრმავებული ინტერვიუების ჩატარება გაეროს ქალთა ორგანიზაციის კონსულტანტთან, დაინტერესებულ მხარეებთან (W4T და GCCI) და ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერ რამდენიმე კომპანიასთან
ფაზა III	▶ ანგარიშის პირველადი ვერსიის წარდგენა ▶ საბოლოო ანგარიშის მომზადება ქართულ და ინგლისურ ენაზე

მეთოდოლოგია

პროექტის განხორციელებისას გამოყენებული იყო კვლევის შერეული მოდელი, რომელიც აერთიანებს ხარისხობრივი და რაოდენობრივი მონაცემების შეგროვების ტექნიკას.

- რაოდენობრივი კვლევა – ონლაინ გამოკითხვა
- ხარისხობრივი კვლევა – ჩაღრმავებული ინტერვიუები

ონლაინ გამოკითხვა: გაეროს ქალთა ორგანიზაციის მიერ მომზადებული ინტერვიუს სახელმძღვანელოს გამოყენებით PwC გუნდმა დეტალური კითხვარი შეიმუშავა, რომელშიც საბაზისო კვლევის ძირითად მიზანთან შესაბამისობაში მყოფი სტრუქტურირებული შეკითხვები შედიოდა. დამატებით გამოყენებულ იქნა ღია შეკითხვები რესპონდენტების მოსაზრებების და მიდგომების უკეთ გასაგებად. კითხვარი შეთანხმებული იყო გაეროს ქალთა ორგანიზაციის წარმომადგენლებთან და გადამოწმდა კონსულტანტთან და პარტნიორ ორგანიზაციებთან. კითხვარი სრულად წარმოდგენილია 1-ელ დანართში.

დასრულებული კითხვარი განთავსდა ონლაინ პლატფორმაზე Qualtrics და გაეგზავნა ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერ 80 კომპანიას (შერჩევაში მონაწილე ჯგუფებს) საქართველოში. პლატფორმა Qualtrics, Microsoft Excel-თან კომბინაციით გამოყენებულ იქნა რაოდენობრივი მონაცემების ანალიზისთვის. უნდა აღინიშნოს, რომ გარდა რაოდენობრივი მონაცემებისა, კვლევისას ხარისხობრივი მონაცემებიც გაანალიზდა.

ჩაღრმავებული ინტერვიუები: ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერი კომპანიების ონლაინ გამოკითხვასთან ერთად, ასევე, ჩატარდა ჩაღრმავებული ინტერვიუები გაეროს ქალთა ორგანიზაციის წარმომადგენლებთან, კონსულტანტებთან, პარტნიორ ორგანიზაციებთან (W4T და GCCI) და ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერ სამ კომპანიასთან. ამ ინტერვიუების ძირითადი მიზანი იყო ინფორმაციის მიღება შემდეგ საკითხებზე:

- ქალთა გაძლიერების პრინციპების საჭიროების ზოგადი პერსპექტივა და ის კონტექსტი, რომელშიც მოხდა პროცესის ინიცირება.
- ქალთა გაძლიერების პრინციპების ინიცირების პროცესი, საკითხები და გამოწვევები 2017 წელს და შემდგომ.
- კომპანიებში წლების განმავლობაში (2017-2020) ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელება თითოეული პრინციპის მიხედვით; მათ შორის, სამუშაო ადგილზე, საბაზრო ურთიერთობებში და საზოგადოებაში ქალთა გაძლიერებისთვის კომპანიის მიერ განხორციელებული კონკრეტული ზომები.
- კარგი კორპორატიული პრაქტიკის, ინიციატივების და კამპანიების გამოცდილების შესწავლა.
- კომპანიების მიერ ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელების შედეგად მიღებული სარგებლის შესწავლა.
- სამუშაო ადგილზე გენდერული მრავალფეროვნების შემთხვევები და სხვა ფაქტორები, რომლებიც განაპირობებს კომპანიის ჩართულობას გენდერული თანასწორობის მიღწევის საქმეში.
- კომპანიის ინიციატივები და ინოვაციური გადაწყვეტილებები კოვიდ 19-ის პანდემიის დროს გენდერული თანასწორობის და სამუშაო ადგილზე, საბაზრო ურთიერთობებში და საზოგადოებაში ქალთა სოციალური და ეკონომიკური ჩართულობის უზრუნველსაყოფად.
- რეკომენდაციები გაეროს ქალთა ორგანიზაციისთვის სამომავლო პროგრამების დასაგეგმად.

ვადები

საბაზისო კვლევა ჩატარდა 2020 წლის დეკემბრიდან 2021 წლის თებერვლამდე პერიოდში.

ეთიკის საკითხები

წინამდებარე დოკუმენტი არის გაეროს ქალთა ორგანიზაციის მიერ ჩატარებული საბაზისო კვლევა. სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეებიდან მიღებული მოსაზრებები არის ობიექტური და ნათელი, თავისუფალი ყოველგვარი მიკერძოებისგან და მოიცავს ძირითად ეთიკურ მოსაზრებებს.

PwC-მ უზრუნველყო, რომ კვლევა ჩატარებულიყო სამართლიანობის სტანდარტების დაცვით და სოციალური და კულტურული გარემოს, რწმენის, ჩვევების და ადათების, ადამიანის უფლებების და გენდერული თანასწორობის პატივისცემით. ასევე, „არ ავნოს" პრინციპით მოხდა კვლევის ვირტუალური პლატფორმების გამოყენება. მკვლევარებმა მაქსიმალური ძალისხმევით შეძლეს ორგანიზაციების და ინდივიდუალური პირებისგან მიღებული ინფორმაციის კონფიდენციალურობის დაცვა, რათა არ გახმაურებულიყო განსაკუთრებული კატეგორიის მონაცემები და მათი მომწოდებელი წყარო. მთელი ინფორმაცია მიღებული იყო ინფორმირებული თანხმობით, პირადი ინფორმაციის გამოყენებასთან დაკავშირებით. იმის გათვალისწინებით, რომ კვლევა ვირტუალურად ჩატარდა, PwC-მ მოითხოვა ნებართვა - რესპონდენტების ინტერვიუები მხოლოდ შიდა გამოყენებისთვის ჩაეწერათ.

ეთიკური მოსაზრებები გამოყენებული იქნა როგორც კვლევის დაწყებამდე, ასევე მონაცემების შეგროვების და ანგარიშის მომზადების ეტაპზე.

(i) კვლევის დაწყებამდე გათვალისწინებული იქნა ისეთი საკითხები, როგორიცაა:

- კოვიდ 19-ის ფონზე ინოვაციების გამოყენება მონაცემთა შეგროვებისთვის, მათ შორის, ისეთი მეთოდებით, როგორიცაა ონლაინ გამოკითხვა და ვირტუალური პლატფორმა ჩაღრმავებული კვლევისთვის.
- მკვლევართა გუნდში გენდერულ საკითხებზე მრჩევლის ჩართვა - ვინაიდან ეთიკა ეხება

არა მხოლოდ დადგენილ წესებს, არამედ შესაძლო ეთიკური პრობლემების გათვალისწინებას ადგილობრივ კონტექსტში, დისკუსიას, ზიანის შემცირების სტრატეგიების შემუშავებას და გეგმების კორექტირებას იქამდე, სანამ მონაცემების შეგროვება მოხდება. ამ მხრივ, გენდერულმა მრჩეველმა თავისი წვლილი შეიტანა ეროვნული კონტექსტის გაანალიზებაში, იმისთვის, რომ მომხდარიყო კვლევის ეთიკური გეგმის შემუშავება.

(ii) მონაცემების შეგროვების და ანგარიშის მომზადების ეტაპზე წინა პლანზე წამოიწია შემდეგმა საკითხებმა:[6]

- პირადი ხასიათის და განსაკუთრებული კატეგორიის ინფორმაციის დაცვა – პირადი მონაცემების დაცვა მოხდა სრული კონფიდენციალობის უზრუნველყოფით და გამოყენებულ იქნა მხოლოდ კვლევის მიზნებისთვის. კვლევის ფარგლებში არ მომხდარა ტელეფონის ნომრების შეგროვება.
- პირადი ინფორმაციის შეგროვებაზე უარის თქმა – ონლაინ კითხვარის განხორციელების ეტაპზე არ მომხდარა პირადი ინფორმაციის შეგროვება. ამით უზრუნველყოფილი იყო რესპონდენტების პასუხების ანონიმურობა.
- პირისპირ ინტერვიუების ჩატარებაზე ნებართვის აღება – კოვიდ 19-ის პირობებში ყველა რესპონდენტს ჰქონდა შესაძლებლობა აერჩია ინტერვიუში მონაწილეობა პირისპირ ან ონლაინ.
- მიკერძოების ფაქტებისა და კვლევის შეზღუდვების აღრიცხვა – შეზღუდული რაოდენობის შერჩევის ჯგუფის და გამოხმაურების დაბალი მაჩვენებლის გამო მიკერძოების თავიდან აცილების მიზნით, მკვლევართა ჯგუფმა ნებისმიერი შესაძლო მიკერძოების და კვლევის ყველა შესაძლო შეზღუდვის გათვალისწინება და აღრიცხვა მოახდინა.
- ჩანაწერების შერჩევით გაკეთება – იმის გათვალისწინებით, რომ კვლევა ძირითადად ვირტუალურად ჩატარდა, მკვლევართა ჯგუფმა მოითხოვა ზოგიერთი რესპონდენტის საუბრის ჩაწერის ნებართვა მხოლოდ შიდა დოკუმენტირების მიზნებისთვის.
- მონაცემთა დაცვა – ვინაიდან მონაცემთა სისტემა ერთ-ერთ ღირებულ ორგანიზაციულ აქტივს წარმოადგენს, მკვლევართა ჯგუფმა მონაცემების ასლები კონფიდენციალურობის სრული დაცვით მოამზადა. კვლევის განმავლობაში მონაცემთა სერვერზე წვდომა მხოლოდ მკვლევართა ჯგუფის რამდენიმე წევრს ჰქონდა.
- დამოუკიდებლობის შენარჩუნება – მკვლევართა დამოუკიდებლობა მაქსიმალურად იყო დაცული და არ მომხდარა კვლევის მონაწილეთა მხრიდან მკვლევარებზე ზეგავლენის მოხდენისა და ზეწოლის მცდელობა.
- მიუკერძოებლობის უზრუნველყოფა – მკვლევართა ჯგუფს არანაირი პირადი ინტერესი თუ კავშირები არ ჰქონიათ დაინტერესებულ მხარეებთან (შიდა თუ გარე) მიუკერძოებლობის მაქსიმალურად უზრუნველსაყოფად. კვლევისთვის მონაცემების გამოყენების პროცესი იყო მიუკერძოებელი და დაცული და ეფუძნებოდა ადამიანის უფლებების დაცვის საერთაშორისო სტანდარტებს. კვლევის პროცესში არ მომხდარა გენდერული, რასობრივი, რელიგიური ან სხვა ნიშნით დისკრიმინაცია.
- ანგარიშვალდებულება – კვლევა ჩატარდა დაბალანსებულ და სამართლიან პირობებში და ნებისმიერი გადაწყვეტილება ეფუძნება სრულფასოვან მტკიცებულებას, რომელთა გადამოწმებაც შესაძლებელია.

6 იხილეთ http://www.unstudy.org/document/detail/2866 (ბოლოს ნანახია 28.01.2021).

კვლევის შეზღუდვები

კვლევის დროს არსებული შეზღუდვები:

- კვლევის ჩატარება დაემთხვა ზამთრის არდადეგების პერიოდს, რომელიც დღესასწაულებით არის დატვირთული. შედეგად, შეიზღუდა მონაწილე კომპანიების რაოდენობა, მათი ოფისში არ ყოფნის გამო. ჯამში ონლაინ გამოკითხვაში 80-დან 40-მა კომპანიამ მიიღო მონაწილეობა. კვლევა ძირითადად ეფუძნება რესპონდენტი/ხელმომწერი კომპანიების წარმომადგენელთა მოსაზრებებს და არ ეფუძნება მხარდამჭერ დოკუმენტებს ან სხვა მტკიცებულებას.
- ონლაინ გამოკითხვის ზოგიერთმა მონაწილემ საერთოდ არ წარმოადგინა, ან ნაწილობრივ წარმოადგინა ახსნა-განმარტებითი ინფორმაცია შეკითხვებზე.
- ჩაღრმავებული ინტერვიუ ჩატარდა ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერი კომპანიების ნაწილთან და მათი კომენტარები არ ასახავს ქალთა გაძლიერების პრინციპების ყველა ხელმომწერი კომპანიის მოსაზრებას.

წინამდებარე ანგარიში წარმოადგენს ონლაინ გამოკითხვის და ჩაღრმავებული ინტერვიუების პასუხების საფუძველზე შექმნილი მთავარი მიგნებების, ანალიზის და რეკომენდაციების ერთობლიობას.

თავი II

კვლევის მონაწილეები

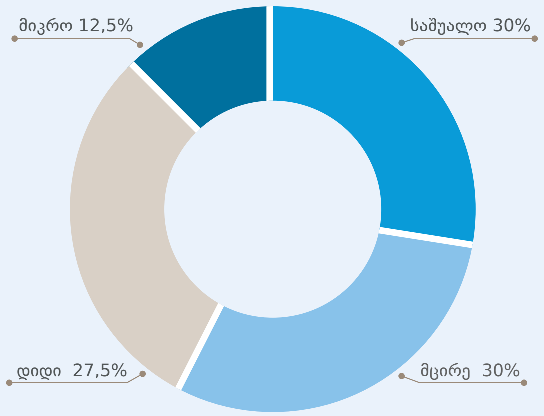
ონლაინ გამოკითხვაში მონაწილეობა მიიღო ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერმა 40-მა კომპანიამ. როგორც ეს მე-2 სურათზე ჩანს, ონლაინ გამოკითხვაში მონაწილე კომპანიების 77% თბილისში საქმიანობს. მხოლოდ 6 რესპონდენტი (23%) ახორციელებს ეკონომიკური საქმიანობის უმეტესობას საქართველოს რეგიონებში.

ონლაინ გამოკითხვის მონაწილეთა თითქმის თანაბარი რაოდენობა წარმოადგენს მსხვილ, საშუალო და მცირე ზომის კომპანიებს და რესპონდენტების მხოლოდ 13% აქვს მიკრო ბიზნესის სტატუსი. რესპონდენტების უმეტესობა საქმიანობს საფინანსო და სადაზღვევო სექტორში (20%), შემდეგ მოდის პროფესიული სამეცნიერო და ტექნიკურ საქმიანობაში ჩართული კომპანიები (18%), მათ კი მოსდევს ადმინისტრაციული და მომსახურების სფეროში მომუშავე კომპანიები (10%).

ქალთა გაძლიერების პრინციპებზე მომუშავე პარტნიორი ორგანიზაციების წარმომადგენლები აღნიშნავენ, რომ მართალია, თავდაპირველად ხელმომწერი კომპანიები ერთადერთი კრიტერიუმით, - თანამშრომლების რაოდენობით შეირჩნენ (მინიმუმ 10 თანამშრომელი), თუმცა ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელების წარმატება არ არის დამოკიდებული კომპანიის სიდიდეზე. ამავე დროს, სხვა რესპონდენტებმა აღნიშნეს, რომ ქალთა გაძლიერების საქმეში დიდი კომპანიების მონაწილეობა მნიშვნელოვანია, ვინაიდან, ისინი მაგალითი ხდებიან სხვა ბიზნესებისთვის.

სურათი 1

კომპანიები სიდიდის მიხედვით[7]

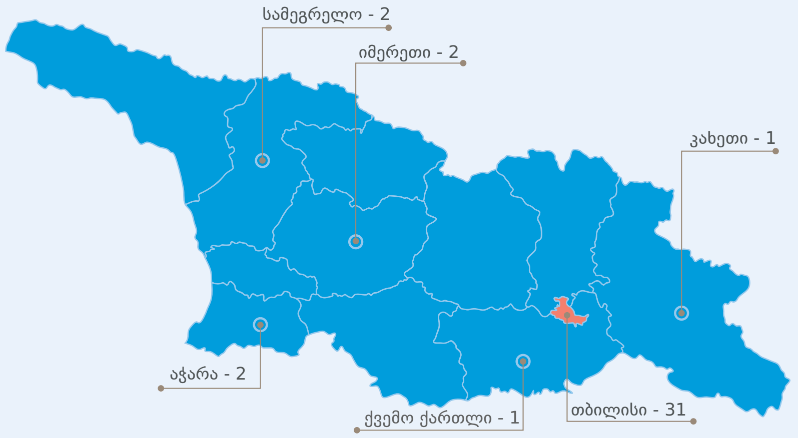


n=40 (n უდრის რესპონდენტების რაოდენობას, რომლებმაც შეკითხვაზე გასცეს პასუხი). შეკითხვა 4 – რა ზომის არის თქვენი კომპანია?

7 კომპანიის სიდიდე თანამშრომლების რაოდენობის მიხედვით: მიკრო – დასაქმებულია მაქსიმუმ 9 ადამიანი; მცირე - დასაქმებულია 10-დან 49 ადამიანი; საშუალო – დასაქმებულია 50-დან 249 ადამიანი; დიდი - დასაქმებულია 250 ადამიანზე მეტი.

სურათი 2

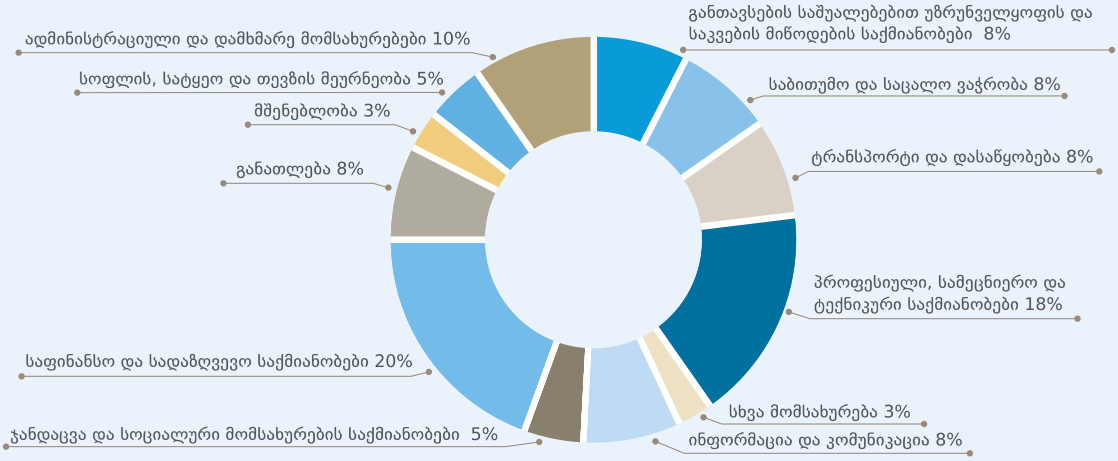
კომპანიები რეგიონების მიხედვით



n=40. შეკითხვა 5 – ძირითადად სად ახორციელებს თქვენი კომპანია თავის ეკონომიკურ საქმიანობას (შემოსავლის უმსხვილესი წილი)?

სურათი 3

კომპანიები საქმიანობის სფეროების მიხედვით



n=40. შეკითხვა 6 – რომელია თქვენი საქმიანობის ძირითადი სფერო?

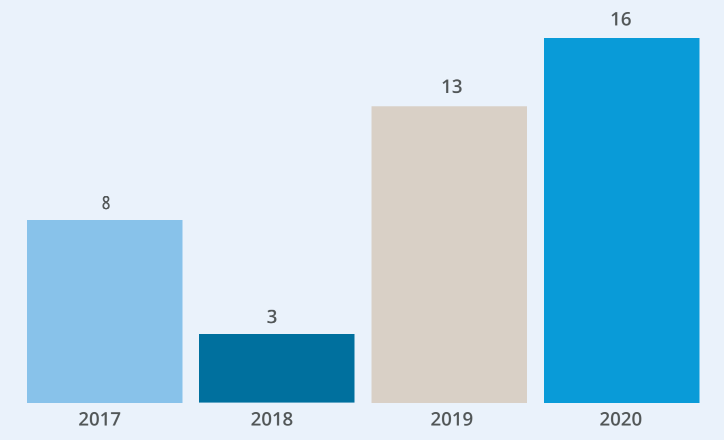
გაეროს ქალთა ორგანიზაციის წარმომადგენლებმა აღნიშნეს, რომ პროექტის განხორციელების საწყის ეტაპზე კერძო სექტორის წარმომადგენელთა ცნობიერება ქალთა გაძლიერების პრინციპების გარშემო კამპანიის და ზოგადად გენდერული საკითხების შესახებ დაბალი იყო. პროექტის დაგეგმარების ეტაპზე გაეროს ქალთა ორგანიზაციის მიზანი იყო კერძო სექტორის მზაობის განსაზღვრა, თუ რამდენად ჩაერთვებოდნენ ისინი ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელების პროცესში და სწორედ ამიტომ, თავდაპირველად, კომპანიების უმეტესობას გაეროს ქალთა ორგანიზაცია პირდაპირ დაუკავშირდა. მომდევნო წლებში ამ პროცესს კიდევ უფრო მეტი კომპანია შემოუერთდა უკვე W4T-სა და GCCI-ს მხარდაჭერით.

ახალი ორგანიზაციების მოზიდვა და გაწევრიანება მხოლოდ პირველი ნაბიჯია; ნამდვილი გამოწვევა ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელებისთვის საჭირო ძალისხმევაა, მათ შორის ტექნიკური დახმარებისთვის საჭირო მნიშვნელოვანი რესურსები.

2017 წლიდან ქალთა გაძლიერების პრინციპებს ბევრმა სხვადასხვა ტიპის კომპანიამ მოაწერა ხელი, როგორც მიკროსაფინანსო და სტუმართმოყვარეობის, ისე კომუნიკაციების და საინფორმაციო ტექნოლოგიების სექტორიდან. როგორც მე-3 სურათზე ჩანს, ორი ყველაზე დიდი სექტორი, რომელიც ხელმომწერი კომპანიების 10%-ზე მეტს წარმოადგენს, არის საფინანსო და სადაზღვევო სექტორი (20%). ასევე, დიდი წილი მოდის პროფესიულ, სამეცნიერო და ტექნიკურ სფეროებზე (18%). ხელმოწერების მატება წლების მიხედვით ასახულია მე-4 სურათზე და ცხადყოფს რომ რესპონდენტი კომპანიების უმეტესობა (40%) ქალთა გაძლიერების პრინციპებს 2020 წელს შემოუერთდნენ. 2019 წელს პრინციპებს კომპანიების 32% შეემატა, 2017 წელს 20%, ხოლო 2018 წელს კი მხოლოდ კომპანიების 8%.

სურათი 4

კომპანიების მიერ ქალთა გაძლიერების საქმეში ჩაბმა და პრინციპების ხელმოწერა წლების მიხედვით



n=40. შეკითხვა 7 – რომელ წელს დაიწყო თქვენმა კომპანიამ ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობა?

თავი III
საბაზისო კვლევის ანალიზი

გენდერული მრავალფეროვნება სამუშაო ადგილზე და ქალთა ლიდერობა

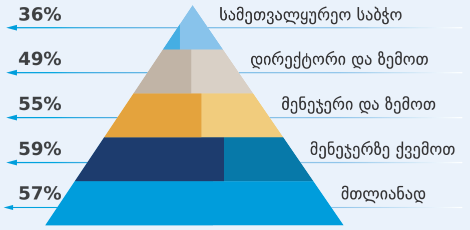
ქალთა აქტიური მონაწილეობა ეკონომიკაში და გადაწყვეტილების მიღების პროცესში მნიშვნელოვანია გრძელვადიანი ეკონომიკური შედეგების მიღწევისთვის. გაეროს ქალთა ორგანიზაციის თანახმად, სამუშაო ადგილზე გენდერული სტერეოტიპების აღმოფხვრა, ქალების ნიჭის, ცოდნისა და უნარების დაფასება და მათი აზრის გათვალისწინება გადაწყვეტილების მიღების პროცესში, კომპანიებსა და ორგანიზაციებს წარმატების მიღწევაში ეხმარება. გენდერული თანასწორობის შენება სამეთვალყურეო ან მმართველობით საბჭოში პირდაპირ აისახება კომპანიის მიღწევებზე.

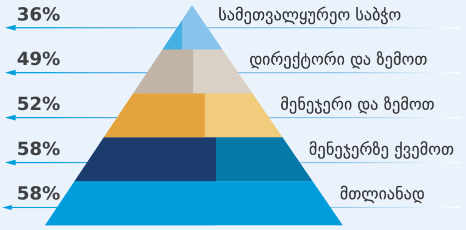
კითხვარში რესპონდენტებმა მონიშნეს ქალი დასაქმებულების წილი სხვადასხვა კარიერულ საფეხურებზე იმ დროისთვის, როდესაც მათ დაიწყეს ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობა და შემდგომ პერიოდში, 2020 წლისთვის. შეკითხვის მიზანი იყო იმის გაგება, თუ რამდენად მოხდა რაოდენობრივი ცვლილება სხვადასხვა პოზიციებზე დასაქმებულ ქალებს შორის და რამდენად იქონია გავლენა ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმოწერამ ამ პროცესზე.

ანალიზის მიხედვით, ონლაინ გამოკითხული რესპონდენტების პასუხები ცხადყოფს, რომ ადგილი არ ჰქონია არანაირ ცვლილებას სხვადასხვა საფეხურზე ქალთა დასაქმების კუთხით. გამოკითხვამ ცხადყო, რომ კომპანიებში დასაქმებულთა რაოდენობა გაიზარდა 54%-ით (10 471-დან 16 125 თანამშრომლამდე). როგორც ეს ასახულია მე-5 და მე-6 სურათზე, ჯამში ქალი დასაქმებულების რაოდენობა 1%-ით გაიზარდა და შეადგინა 58%.

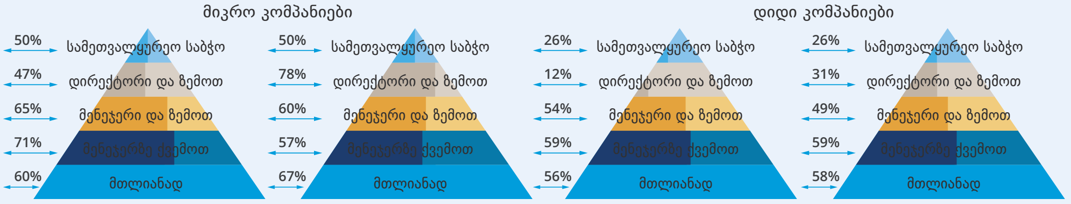
სურათი 5
ქალი დასაქმებულების წილი კარიერული საფეხურების მიხედვით იმ დროს, როდესაც კომპანია შეუერთდა ქალთა გაძლიერების პრინციპებს

სურათი 6
ქალი დასაქმებულების წილი კარიერული საფეხურების მიხედვით 2020 წლის ბოლოსთვის





n=40. შეკითხვა 8 – მიუთითეთ დასაქმებულთა რაოდენობა სქესის მიხედვით იმ პერიოდში, როდესაც კომპანიამ დაიწყო ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობა.
შეკითხვა 9 - მიუთითეთ ამჟამინდელი დასაქმებულთა რაოდენობა სქესის მიხედვით.

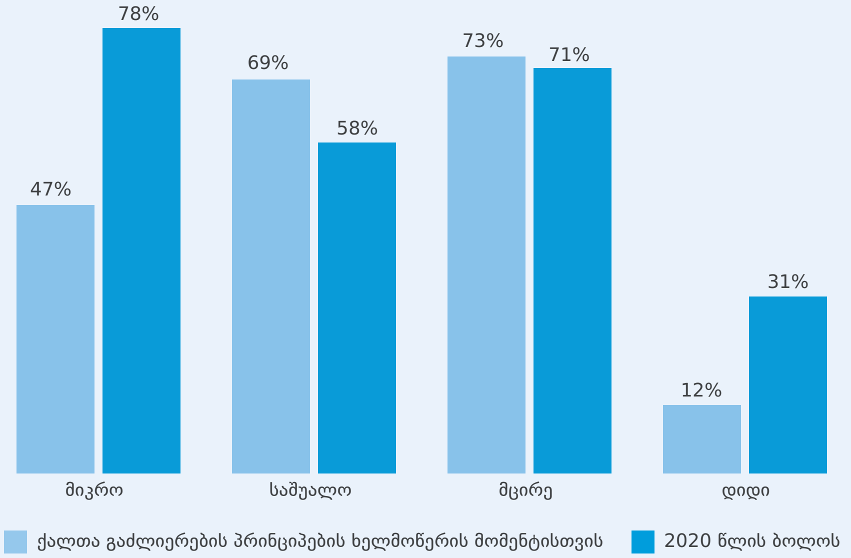


n=40. შეკითხვა 9 – გთხოვთ მიუთითეთ ამჟამად დასაქმებულთა რაოდენობა სქესის მიხედვით.
n=40: შეკითხვა 8: დასაქმებულთა რაოდენობა სქესის მიხედვით იმ პერიოდში, როდესაც კომპანიამ დაიწყო ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობა
n=40: შეკითხვა 4: რა ზომის არის თქვენი კომპანია?

მე-5 და მე-6 სურათს შორის განსხვავება მხოლოდ მცირე სხვაობის დემონსტრირებას ახდენს რესპონდენტ კომპანიებში დასაქმებული ქალების რაოდენობის თვალსაზრისით, მათ შორის წამყვან პოზიციებზე. თუმცა, მნიშვნელოვანი ცვლილებები ჩანს მე-7 სურათზე, სადაც რესპონდენტი კომპანიები სიდიდისა და საქმიანობის სექტორების მიხედვით არის შედარებული. როგორც მე-7 სურათზე ჩანს, მას შემდეგ რაც კომპანიამ ქალთა გაძლიერების მიმართულებით დაიწყო მუშაობა, მიკრო კომპანიებში წამყვან პოზიციებზე (მაგ. დირექტორი ან უფრო მაღალი) ქალების რაოდენობა 40%-ით გაიზარდა და დიდი ზომის კომპანიებში თითქმის გასამმაგდა. აღსანიშნავია, რომ ამავდროულად, არანაირი ცვლილება არ მომხდარა პატარა კომპანიებში, ხოლო საშუალო ზომის კომპანიების რესპონდენტებში წამყვან პოზიციებზე ქალების რაოდენობა 19%-ით შემცირდა. მიუხედავად იმისა, რომ მცირე და საშუალო ზომის კომპანიები შეადგენენ ონლაინ გამოკითხვის რესპონდენტების 60%-ს, ჯამში წამყვან პოზიციებზე მყოფი ქალების რაოდენობა 150%-მდე გაიზარდა მას შემდეგ რაც კომპანიებმა ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობა დაიწყეს. ეს კი შეიძლება აიხსნას წამყვან პოზიციებზე ქალების რაოდენობის მნიშვნელოვანი ზრდით დიდი ზომის კომპანიებში, ვინაიდან 2020 წლის ბოლოსთვის იქ დასაქმებულები რესპონდენტ კომპანიებში დასაქმებულთა 89%-ს შეადგენდნენ.

სურათი 7

წამყვან პოზიციებზე ქალების რაოდენობა, მას შემდეგ, რაც კომპანიამ დაიწყო ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობა



n=40. შეკითხვა 4 – რა ზომის არის თქვენი კომპანია?
n=40. შეკითხვა 8 – მიუთითეთ დასაქმებულთა რაოდენობა სქესის მიხედვით იმ პერიოდში, როდესაც კომპანიამ დაიწყო ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობა. შეკითხვა 9 - მიუთითეთ ამჟამად დასაქმებულთა რაოდენობა სქესის მიხედვით.

როგორც მე-8 სურათი გვაჩვენებს, სექტორებს შორის შედარებისას მნიშვნელოვანი ცვლილება იკვეთება დირექტორის და უფრო მაღალ პოზიციაზე დასაქმებული ქალების რაოდენობაში. სექტორების ნახევარში გაიზარდა ქალთა რაოდენობა წამყვან პოზიციებზე. თითქმის არანაირი ცვლილება არ ფიქსირდება სამ: სოფლის მეურნეობის, მშენებლობის და ტრანსპორტისა და დასაწყობების სექტორებში, მაშინ როდესაც შემცირება დაფიქსირდა სხვა სამ სექტორში

- განათლების, საფინანსო და სადაზღვევო საქმიანობის და საბითუმო და საცალო ვაჭრობის სექტორებში. ჯამში ყველა პოზიციაზე დასაქმებულ ქალთა რაოდენობის ცვლილება ასევე განსხვავდება სექტორების მიხედვით. 2020 წლის ბოლოსთვის სამი წამყვანი სექტორი, სადაც გაიზარდა დასაქმებული ქალების რაოდენობა იყო ადმინისტრაციული და მომსახურების სფეროები (19%-იანი ზრდა), ჯანდაცვა და სოციალური მომსახურების საქმიანობები (13%-იანი ზრდა) და მშენებლობა (10%-იანი ზრდა). ყველაზე დიდი ვარდნა მოხდა საფინანსო და სადაზღვევო სექტორში (52%-იანი ვარდნა).

სურათი 8

დასაქმებული ქალების რაოდენობა პოზიციების მიხედვით, როდესაც კომპანიამ დაიწყო ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობა და 2020 წლის ბოლოსთვის, სექტორების მიხედვით

სექტორი	კომპანიების რაოდენობა	ჯამში (პრინციპების ხელმოწერამდე)	ჯამში (2020 წლის ბოლოს)	დირექტორი და ზემოთ (პრინციპების ხელმოწერამდე)	დირექტორი და ზემოთ (2020 წლის ბოლოს)
სხვა მომსახურება	1	100%	100%	70%	100%
ჯანდაცვა და სოციალური მომსახურების საქმიანობები	2	87%	100%	91%	100%
ადმინისტრაციული და დამხმარე მომსახურებები	4	78%	97%	46%	86%
სოფლის, სატყეო და თევზის მეურნეობა	2	72%	72%	50%	50%
საფინანსო და სადაზღვევო საქმიანობები	8	70%	18%	70%	38%
პროფესიული, სამეცნიერო და ტექნიკური საქმიანობები	7	69%	75%	68%	75%
საბითუმო და საცალო ვაჭრობა	3	54%	50%	54%	50%
განთავსების საშუალებებით უზრუნველყოფის და საკვების მიწოდების საქმიანობები	3	47%	45%	1%	57%
განათლება	3	46%	52%	75%	43%
ინფორმაცია და კომუნიკაცია	3	28%	22%	33%	40%
მშენებლობა	3	28%	24%	31%	30%
მშენებლობა	1	24%	34%	67%	67%

n=40. შეკითხვა 6 – რომელია თქვენი საქმიანობის ძირითადი სექტორი?
n=40. შეკითხვა 8 – მიუთითეთ დასაქმებულთა რაოდენობა სქესის მიხედვით იმ პერიოდში, როდესაც კომპანიამ დაიწყო ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობა
n=40. შეკითხვა 9 - მიუთითეთ ამჟამად დასაქმებულთა რაოდენობა სქესის მიხედვით

როგორ წავიკითხოთ ცხრილი

ზემოთ წარმოდგენილი ცხრილი აჩვენებს სხვადასხვა სექტორში მომუშავე კომპანიებში დასაქმებული ქალების პროცენტულ მაჩვენებელს თანამშრომლების ჯამური რაოდენობით, ასევე, დირექტორის პოზიციაზე და სხვა მაღალ თანამდებობებზე, როგორც კომპანიის მიერ ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობის დაწყებამდე, ისე 2020 წლის ბოლოსთვის. მაგალითად, განათლების სფეროში დასაქმებული ქალების რაოდენობა (მხოლოდ რესპონდენტ კომპანიებში) მანამ, სანამ კომპანია დაიწყებდა ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობას, შეადგენდა 46%-ს და 2020 წლის ბოლოსთვის გაიზარდა 52%-მდე. დირექტორის და უფრო მაღალ პოზიციაზე დასაქმებული ქალების რაოდენობა იმავე სექტორში უტოლდებოდა 75%-ს მანამ, სანამ კომპანია დაიწყებდა ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობას და შემცირდა 43%-მდე 2020 წლის ბოლოსთვის. გაითვალისწინეთ, რომ რესპონდენტებს შეეძლოთ ერთზე მეტი პასუხის მონიშვნა და ამიტომ პროცენტები არ ჯამდება 100%-მდე.

ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელების შედეგად კომპანიების მიერ მიღებული სარგებელი

ონლაინ გამოკითხვის ერთ-ერთი შეკითხვა ეხებოდა კომპანიების მოტივაციას, თუ რატომ მოაწერეს მათ ხელი ქალთა გაძლიერების პრინციპებს და მოუტანა თუ არა აღნიშნულმა მუშაობამ მათ კომპანიებს სარგებელი. შეკითხვის მიზანს წარმოადგენდა იმის გაგება, თუ რამდენად შეიცვალა კომპანიის მიერ ქალთა გაძლიერების პრინციპებიდან მიღებული სარგებლის აღქმა გამოცდილების მიღებისა და დროის გასვლის შემდეგ.

გამოკითხვამ აჩვენა, რომ ქალთა გაძლიერების პრინციპებზე ხელმოწერის მოტივაცია და ფაქტობრივი სარგებელი, რაც კომპანიებმა მიიღეს, ძირითადად თანაბარია. მე-9 სურათის მიხედვით, გამოკითხული რესპონდენტებისთვის ყველაზე მნიშვნელოვანი მოტივაცია, რის გამოც ხელი მოაწერეს პრინციპებს, საქართველოს ეკონომიკის განვითარებაში წვლილის შეტანა იყო. იგივე პასუხი დასახელდა მეორე ყველაზე დიდ რეალურ სარგებელს შორის, რაც კომპანიამ ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობის დაწყების შემდეგ მიიღო. მეორე ყველაზე დიდი სარგებელი, რაც კომპანიების 58%-მა დაასახელა, არის „გაძლიერებული კორპორაციული რეპუტაცია". მოტივარტორთა სამეულში (რესპონდენტების 63%) ასევე, დასახელდა კომპანიების მიერ ქალთა გაძლიერების პრინციპების პოზიტიური ზეგავლენა ქალი თანამშრომლების პროდუქტიულობის ზრდაზე და აღნიშნულისგან რეალური სარგებლის მიღება დაადასტურა რესპონდენტების 48%-მა. გაეროს ქალთა ორგანიზაციის წარმომადგენლების თანახმად, კომპანიების მოტივაცია გაერთიანდნენ ქალთა გაძლიერების პრინციპებში, მრავალფეროვანია და მოიცავს, როგორც რეპუტაციის გაძლიერებას, ასევე, კორპორატიული მმართველობის საერთაშორისო მოთხოვნების შესრულებას და იმავე სექტორში სხვა კომპანიების მაგალითის გადმოღებას.

მოტივაციასა და რეალურ სარგებელს შორის ყველაზე მნიშვნელოვანი სხვაობა (20%) დაფიქსირდა შემდეგ ორ პასუხს შორის: „ეკონომიკის ხელშეწყობა ქალთა გაძლიერების მეშვეობით" და „კონტრიბუცია მდგრადი განვითარების მიზნებისთვის". აღნიშნულ პასუხებზე მაღალი იყო კომპანიების მხრიდან მოტივაცია, თუმცა დაბალი იყო მიღებული სარგებელი. მიუხედავად ამისა, ხელმოწერის მოტივაციასა და მიღებულ სარგებელს შორის ძალიან პატარა განსხვავება იყო შემდეგ სამ პასუხზე: (1) გაზრდილი დაინტერესება და ნდობა ინვესტორთა მხრიდან; (2) კომპანიის გაუმჯობესებული წვდომა კაპიტალზე/დაფინანსებაზე; და (3) ერთგული მომხმარებლის რაოდენობის ზრდა. ამ პასუხებს შორის ერთი - „კომპანიის გაუმჯობესებული წვდომა კაპიტალზე/დაფინანსებაზე" - ყველაზე დაბალი იყო მოტივაციისა და სარგებლის თვალსაზრისით. თუმცა ინტერვიუებმა ცხადყო, რომ მოტივაციის ფაქტორები განსხვავდება ინდივიდუალური ფაქტორების მიხედვით და ამას ინდივიდუალური მიდგომა ესაჭიროება.

სურათი 9
ქალთა გაძლიერების პრინციპებზე ხელმოწერის მოტივაცია და რეალურად მიღებული სარგებელი

მიზეზი	მოტივაცია	სარგებელი
გაძლიერებული კორპორაციული რეპუტაცია	68%	58%
ეკონომიკის ხელშეწყობა ქალთა გაძლიერების მეშვეობით	73%	53%
თანამშრომლების მოტივაციისა და პროდუქტიულობის ზრდა	63%	48%
შიდა კომუნიკაციის, დასაქმებულთა ჩართულობის და კორპორაციული კულტურის გაუმჯობესება	60%	43%
ჩვენი კონტრიბუცია მდგრადი განვითარების მიზნებისთვის	55%	35%
ნიჭიერი კადრების აყვანის და შენარჩუნების გაუმჯობესებული მაჩვენებელი	40%	30%
ინვესტორების მხრიდან მეტი ნდობა	28%	25%
ქალი მომხმარებლების რაოდენობის ზრდა	35%	25%
ერთგული მომხმარებლის რაოდენობის ზრდა	25%	20%
გაუმჯობესებული კონკურენტუნარიანობა ბაზარზე	25%	18%
კომპანიის მხრიდან ქალი თანამშრომლების შენარჩუნება	25%	15%
ძალადობის და ძალადობასთან დაკავშირებული კომპანიის ხარჯების შემცირება	10%	10%
დაფინანსებაზე მეტი წვდომა	8%	5%
სხვა	5%	5%

n=40. შეკითხვა 10 – რა იყო თქვენი კომპანიის ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობის დაწყების მოტივაცია და რა რეალური სარგებელი მიიღეთ ამ ინიციატივიდან?

ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელებაზე დახარჯული თანხები

რესპონდენტებს ჰკითხეს, თუ რა დრო დახარჯა მათმა კომპანიამ ქალთა გაძლიერების მიმართულებაზე, როგორც კომპანიის შიგნით, ისე მის გარეთ 2018 წლიდან 2020 წლამდე. შეკითხვის მიზანი იყო ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერი კომპანიების მიერ ქალთა გაძლიერების განხორციელებისთვის საჭირო ხარჯების რიცხვებში გამოსახვა.

ჯამში 21-მა რესპონდენტმა კომპანიამ დაასახელა 2018-2020 წლებში ქალთა გაძლიერების მიმართულებაზე გაწეული ხარჯები, როგორც კომპანიის შიგნით, ისე გარეთ; მათ შორის, 2020 წელს ქალი მომწოდებლებისგან პროდუქციის შეძენაზე დახარჯული თანხები. ჯამში 21 კომპანიის მიერ გაწეულმა ჯამურმა ხარჯმა 1 მილიონი ლარი შეადგენდა.[8] როგორც ეს მე-10 სურათზე არის ასახული, ყველაზე დიდი თანხა (446 000 ლარი) დაიხარჯა ქალი მომწოდებლების/ქალთა კუთვნილი ბიზნესების პროდუქციის/მომსახურების შეძენაზე. ჯამში 573 000 ლარი დაიხარჯა რესპონდენტი კომპანიების მიერ ქალთა გაძლიერების მიმართულებით განხორციელებულ კომპანიის შიდა და გარე აქტივობებზე, რომელიც მოიცავს ტრენინგებს, გრანტებს და სტიპენდიებს თანამშრომლებისთვის, ასევე სათემო ორგანიზაციებზე დახარჯულ თანხებს და გრანტებს ქალებისთვის კომპანიის გარეთ. ჩაღრმავებული ინტერვიუების მიხედვით, ხელმომწერ კომპანიებს კარგად ესმით, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია ქალი

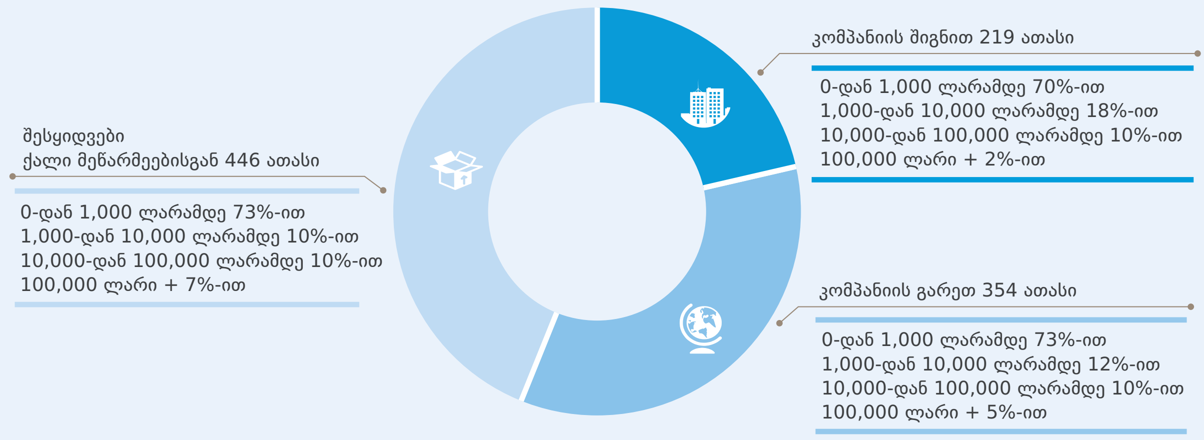
8 დოლარი/ლარის (USD/GEL) გაცვლის კურსი კვლევის ჩატარების მომენტისთვის შეადგენდა 1: (ე.ი. - 1:3.30).

თანამშრომლების პროფესიულ განვითარებაზე დახარჯული თანხები, ვინაიდან ქალი თანამშრომლების უნარების ზრდა პირდაპირ აისახება კომპანიის სარგებელზე.

მართალია, ხარჯები განსხვავდება ორგანიზაციების მიხედვით, კომპანიების უმეტესობა (70-73%) ხარჯავს 0-დან 1000 ლარამდე, და მხოლოდ კომპანიების 2-7% ხარჯავს 100 000 ლარზე მეტს. უნდა აღინიშნოს, რომ არ არსებობს მკაფიო კორელაცია კომპანიების ხარჯებსა და მათ ზომას შორის.

სურათი 10

კომპანიების მიერ ჯამურად დახარჯული თანხები ქალთა გაძლიერების პრინციპების განსახორციელებლად (ქალი მომწოდებლებისგან შეძენა, ქალთა გაძლიერების პრინციპების აქტივობები კომპანიის შიგნით და გარეთ)[9]



n=40. შეკითხვა 15 – ჯამურად რა თანხა (ლარში) დახარჯეთ ქალთა გაძლიერების მიმართულებით საქმიანობაში კომპანიის შიგნით, ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობის დაწყებიდან?
n=36. შეკითხვა 16 – ჯამურად რა თანხა (ლარში) დახარჯეთ ქალთა გაძლიერების მიმართულებით კომპანიის გარე აქტივობებზე (სათემო ორგანიზაციები, გრანტები) ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმოწერის შემდეგ?
n=40. შეკითხვა 17 – ჯამურად რა თანხა (ლარში) დახარჯა კომპანიამ 2020 წელს ქალი მომწოდებლების/ქალთა კუთვნილი ბიზნესების პროდუქციის/მომსახურების შეძენაზე?

კომპანიების მიერ განხორციელებული Pro-bono (საზოგადოებისათვის სასიკეთო) აქტივობების მონეტიზაცია

ქალთა გაძლიერების პრინციპების ფარგლებში აქტივობების განხორციელების ერთ-ერთი დადებითი ფაქტორია ის, რომ კერძო სექტორს უფრო დიდი რესურსი და ფართო რეგიონული დაფარვა აქვს და შესაბამისად, გაცილებით დიდი ზეგავლენის მოხდენა შეუძლია საზოგადოებაზე. ხელმომწერი კომპანიები პრინციპების განხორციელების შედეგად აძლიერებენ ქალებს საზოგადოებაში თავიანთი pro-bono საქმიანობით, მათ შორის უფასო ტრენინგების, ქალი მეწარმეების პროდუქციის უფასო ბრენდირების, უფასო საკონსულტაციო მომსახურების

9 ეს მაჩვენებლები ეფუძნება ონლაინ გამოკითხვის შედეგად მიღებულ პასუხებს და არ არის გადამოწმებული კომპანიის ფინანსურ ანგარიშებში.

შეთავაზებით და სხვა ტიპის აქტივობებით, როგორიცაა თემში ქალების მენტორინგი და ქოუჩინგი. კომპანიების მიერ ქალთა გაძლიერების პრინციპების ფარგლებში განხორციელებული pro-bono აქტივობები უფრო დეტალურად აღწერილია მე-6 პრინციპის ქვეთავში.

ფინანსურ ხარჯებთან ერთად კომპანიებმა საკუთარი თანამშრომლების დრო გამოყვეს ქალთა გაძლიერების პრინციპებთან დაკავშირებული სხვადასხვა სახის ინიციატივებისთვის. რესპონდენტებს სთხოვეს განესაზღვრათ ჯამური დრო, რომელიც მათმა თანამშრომლებმა მსგავს საქმიანობაზე დახარჯეს. როგორც მე-11 სურათზე ჩანს, რესპონდენტი კომპანიების მიერ 2018-2020 წლებში ჯამურად დახარჯული დრო 2 500 საათს შეადგენს. გამოკითხვის შედეგად, ყველაზე მეტმა კომპანიამ (60%) დრო დახარჯა ქალების მენტორინგზე და ქოუჩინგზე, 21%-მა ქალ მეწარმეებს შესთავაზა ტრენინგები და ბიზნესის რეკლამირება, 5%-მა ქალ მეწარმეებს მხარი დაუჭირა უფასო ბრენდირების შეთავაზებით, ხოლო რესპონდენტი კომპანიების 3%-მა ქალ მეწარმეებს გაუწია კონსულტაციები ბუღალტერიაში. გამოკითხვის შედეგებიდან ჩანს, რომ 2020 წელს მნიშვნელოვნად გაიზარდა ყველა აქტივობებზე დახარჯული დრო, განსაკუთრებით კი ქალი მეწარმეების გადამზადებაზე (66% ჯამში ტრენინგებზე დახარჯული დროიდან). კვლევის ფარგლებში გამოკითხულმა კომპანიებმა აღნიშნეს, რომ კოვიდ 19-ის პანდემიის პირობებში, ონლაინ ტექნოლოგიების აქტიურად გამოყენების შედეგად უფრო მეტი ქალისთვის შეძლეს ტრენინგის ჩატარება. ამასთან, მართალია რესპონდენტები ხაზს უსვამდნენ ონლაინ ტრენინგების შესაძლებლობებს მისაწვდომობის კუთხით, თუმცა პირისპირ შეხვედრების და ურთიერთობების ნაკლებობის გამო, ასეთი სახის შეხვედრების უარყოფით მხარეებზეც მიუთითებდნენ.

სურათი 11

თანამშრომლების მიერ ჯამურად დახარჯული დრო ქალთა გაძლიერების მიმართულებით კომპანიის გარე აქტივობებზე წლების მიხედვით

კომპანიის გარე საქმიანობაზე დახარჯული საათები	2018	2019	2020	მთლიანი დრო (საათებში)
ტრენინგი	212	290	958	1 460
რეკლამირება/პოპულარიზაცია	10	38	472	520
მენტორობა	6	65	192	263
ბრენდინგი	0	0	113	113
სხვა	0	30	65	95
სულ	**228**	**423**	**1 800**	**2 451**

0-200 საათი | 200-400 საათი | 400-800 საათი | 800-1200 საათი | 1200-1500 საათი

n=23. შეკითხვა 19 – ჯამურად რა დრო (რამდენი საათი) დახარჯეს თქვენმა თანამშრომლებმა თითოეულ წელს ქალთა გაძლიერების მიმართულებით კომპანიის გარე აქტივობებზე?

რესპონდენტების მიერ განხორციელებული pro-bono აქტივობები დაეხმარა როგორც ქალ მეწარმეებს, ისე ზოგადად ქალებს თემში, კომპანიის გარეთ. კვლევის ფარგლებში მოხდა გაეროს ქალთა ორგანიზაციის მიერ განხორციელებული იმავე სამუშაოს მონეტიზაცია და შედარება კერძო სექტორის მიერ განხორციელებულ აქტივობებთან. კვლევის თანახმად, თუ მსგავს აქტივობას გაეროს ქალთა ორგანიზაცია განახორციელებდა კონსულტანტის ან სერვის

პროვაიდერის მეშვეობით, საშუალო განაკვეთი შეადგენდა 50-85 ლარს საათში. შესაბამისად, თუ გამოვიყენებთ ანაზღაურების ამ განაკვეთს, შევძლებთ გამოვიანგარიშოთ რესპონდენტი კომპანიების მიერ დახარჯული დროის (2 451 საათი) ღირებულება, რაც საშუალოდ 122 550 - 208 335 ლარს შეადგენს.

ქალთა გაძლიერების პრინციპების ფარგლებში გაწეული საქმიანობის შედეგები

მე-12 სურათის მიხედვით, რესპონდენტი კომპანიების თანამშრომლებისა და კომპანიის გარეთ 2018-2020 წლებში ქალთა გაძლიერების პრინციპების ფარგლებში 7 ათასმა ქალმა მიიღო მხარდაჭერა. ქალების უმეტესობამ (33%) მხარდაჭერა მიიღო პროფესიული განვითარების მიმართულებით (კომპანიის შიგნით თანამშრომლები), ქალების 17%-მა (კომპანიის შიგნით თანამშრომლები) გაიარა ტრენინგი გენდერული თანასწორობის საკითხებზე და მხოლოდ 9%-მა ონლაინ კურსი სექსუალურ შევიწროების პრევენციაზე. 2020 წელს 2019 წელთან შედარებით, 16-ჯერ გაიზარდა იმ თანამშრომლების რაოდენობა, რომლებმაც მიიღეს სარგებელი კომპანიის ქალთა გაძლიერების აქტივობების შედეგად. კომპანიის სხვა აქტივობები, რითაც ქალმა თანამშრომლებმა ისარგებლეს, აგრეთვე, მოიცავდა გაუმჯობესებულ ჯანდაცვის პაკეტს, მოქნილ სამუშაო საათებს, კონსულტაციას და ბავშვზე ზრუნვის პროცესში მხარდაჭერას. ასევე, 99%-ით გაიზარდა ქალი მეწარმეების რაოდენობა, რომლებმაც პრინციპების ხელმომწერ კომპანიებში გაიარეს გადამზადება. 188%-ით გაიზარდა ქალების და გოგოების რაოდენობა, ვინც მიიღო სტიპენდია რესპონდენტი კომპანიებისგან და 46%-ით გაიზარდა ქალების და გოგოების რაოდენობა, ვინც ხელმომწერი კომპანიების მიერ შეთავაზებულ სტაჟირებაში მიიღო მონაწილეობა. 2020 წელს 2019 წლის მონაცემებთან შედარებით მცირედ შემცირდა (დაახლოებით 7%-იანი ვარდნა განიცადა) იმ თანამშრომლების რაოდენობა, ვინც გადამზადება გაიარა გენდერული თანასწორობის საკითხებზე. მნიშვნელოვნად, 45%-ით შემცირდა იმ ქალების რაოდენობა, ვინც მონაწილეობა მიიღო სამუშაო ადგილზე მენტორობის პროგრამაში. ეს შეიძლება აიხსნას იმ გარემოებით, რომ კომპანიების უმეტესობა 2020 წელს კოვიდ 19-ის პანდემიის გამო დისტანციურად მუშაობდა. ამ პერიოდში მეტი ყურადღება გამახვილდა ონლაინ სწავლებაზე, რაც გამოიხატა 56%-იანი ზრდით იმ თანამშრომლების რაოდენობაში, ვინც გაიარა ონლაინ კურსი სექსუალური შევიწროების თემაზე და 46%-იანი ზრდით იმ თანამშრომლებში, რომლებმაც დაასრულეს ონლაინ კურსი „მე ვიცი გენდერი“.

სურათი 12

ქალების/თანამშრომლების რაოდენობა, ვინც მიიღო ქალთა გაძლიერების პრინციპების ფარგლებში განხორციელებული აქტივობების შედეგად მხარდაჭერა, წლების მიხედვით

ქალები/თანამშრომლები	კომპანიების რაოდენობა	2018	2019	2020	მთლიანად
ქალმა თანამშრომლებმა მიიღეს პროფესიული განვითარება	13	15	1 191	1 089	2 295
თანამშრომლებმა გაიარეს გენდერული თანასწორობის ტრენინგი	10	102	557	519	1 178
ქალმა თანამშრომლებმა სარგებელი მიიღეს კომპანიის მიერ ქალთა გაძლიერების მიმართულებით განხორციელებული სხვა აქტივობებიდან	7	1	45	725	771
თანამშრომლებმა გაიარეს ონლაინ კურსი სექსუალური შევიწროვების პრევენციის შესახებ	11	184	184	281	649
ქალმა თანამშრომლებმა კომპანიის მხრიდან მიიღეს მენტორის დახმარება	9	4	386	214	604
თანამშრომლებმა გაიარეს ონლაინ კურსი "მე ვიცი გენდერი"	9	156	171	249	576
კომპანიამ მეწარმე ქალებს/ქალთა ასოციაციის წევრებს ჩაუტარა ტრეინინგი	7	0	132	263	395
ქალებმა კომპანიისგან მიიღეს სტიპენდია	6	0	52	150	202
ქალებმა კომპანიაში გაიარეს სტაჟირება	6	3	41	60	104
კომპანიაში დასაქმებულები გარდა, სხვა ქალებმა მიიღეს სარგებელი კომპანიის მიერ ქალთა გაძლიერების მიმართულებით განხორციელებული სხვა აქტივობებიდან	5	0	30	43	73
ქალებმა კომპანიისგან მიიღეს გრანტი	4	0	0	70	70
კომპანიაში დასაქმებული ქალების გარდა, სხვა ქალებმა ისარგებლეს მენტორის დახმარებით	4	0	21	36	57
სულ		**465**	**2 810**	**3 699**	**6 974**

n=35. შეკითხვა 18 – მიუთითეთ, რამდენი ქალი/გოგო/თანამშრომელი გაძლიერდა თქვენი კომპანიის მიერ განხორციელებული აქტივობების შედეგად (წლების მიხედვით) და ჯამურად რა თანხა (ლარში) დაიხარჯა ამ აქტივობებისთვის (ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობის დაწყებიდან)

როგორ წავიკითხოთ ცხრილი

Tზემოთ ცხრილი გვიჩვენებს იმ ქალების რაოდენობას, რომლებმაც მიიღეს ქალთა გაძლიერების პრინციპების ფარგლებში განხორციელებული აქტივობების შედეგად მხარდაჭერა რესპონდენტი კომპანიებისგან 2018, 2019 და 2020 წლებში. მაგალითად, 15-მა ქალმა თანამშრომელმა მიიღო მხარდაჭერა პროფესიული განვითარების მიმართულებით რესპონდენტი კომპანიებიდან 2018 წელს. დამატებით 1 191 ქალმა მიიღო იგივე მხარდაჭერა 2019 წელს და 1 089 ქალმა - 2020 წელს. ჯამში, 2 295 ქალმა ისარგებლა რესპონდენტი კომპანიებისგან პროფესიული განვითარების მხარდაჭერით სამი წლის განმავლობაში.

თავი IV.

ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელება თითოეული პრინციპის მიხედვით

ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმოწერის შემდეგ კომპანიის შიდა გენდერული აუდიტის საფუძველზე ხდება გენდერული სამოქმედო გეგმის შემუშავება, რომლის მიხედვითაც განისაზღვრება შვიდი პრინციპის ეტაპობრივი განხორციელება. კომპანიებს არ ეკისრებათ პრინციპების შესრულების სამართლებრივი ვალდებულება და მათი საქმიანობა სრულად ნებაყოფლობითია. შედეგად, ქალთა გაძლიერების პრინციპების მიღწევები განსხვავდება ორგანიზაციების მიხედვით. ბიზნესებს სხვადასხვა გზით შეუძლიათ მონაწილეობის მიღება გენდერული თანასწორობის ხელშეწყობისა და ქალთა გაძლიერების მიმართულებით. კომპანიებს შეუძლიათ აირჩიონ ქალთა გაძლიერების სხვადასხვა შესაძლებლობები მრავალფეროვანი აქტივობების მენიუდან და გააძლიერონ ქალები როგორც სამუშაო ადგილზე, ისე საბაზრო ურთიერთობებში და საზოგადოებაში. როგორც მე-13 სურათზე არის ასახული, ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელება ყველა რესპონდენტი კომპანიების მიერ მერყეობს 52%-დან 75%-მდე.

სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემების მიხედვით, კომპანიების უმეტესობაში ხელმძღვანელ თანამდებობებს კაცები იკავებენ. მიუხედავად ამისა, ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერ კომპანიებს შორის შედარებით მაღალია იმ კომპანიების რაოდენობა, სადაც ქალები არიან მმართველ პოზიციებზე. გაეროს ქალთა ორგანიზაციის პარტნიორი ორგანიზაციები აღნიშნავენ, რომ არ არსებობს იმის მტკიცებულება, რომ ქალების მიერ მართული კომპანიები უფრო წარმატებით ახდენენ ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელებას. ამის დამატებით მტკიცებულებას წარმოადგენს ონლაინ კვლევის მიგნებები. მე-13 სურათი ცხადყოფს, რომ ქალების მიერ მართული ორგანიზაციები საშუალოდ 1%-ით უფრო კარგად ახდენენ შვიდი პრინციპის განხორციელებას. გამონაკლისს წარმოადგენს მხოლოდ პრინციპი 5 და პრინციპი 6, სადაც მაჩვენებლები თითქმის თანაბარია ქალების და კაცების მიერ მართული კომპანიების მაგალითზე. ჩაღრმავებული ინტერვიუების დროს ასევე გაირკვა რომ კაცი ხელმძღვანელის არსებობის შემთხვევებში, ქალთა გაძლიერების პრინციპების ფარგლებში განსახორციელებელი აქტივობების დაგეგმვა და განხორციელების მონიტორინგის ვალდებულება ხშირად ეკისრებათ ქალ თანამშრომლებს, რადგან კაცები ნაკლებად არიან ჩართულნი პროცესში.

ქალების მიერ მართულ კომპანიებში ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელების უმაღლესი მაჩვენებლით გამოირჩევა პრინციპი 2 და 7, მაშინ როდესაც განხორციელების ყველაზე დაბალი მაჩვენებელით გამოირჩევა პრინციპი 5. კაცების მიერ მართულ კომპანიებში განხორციელების უმაღლესი მაჩვენებლით გამოირჩევა პრინციპი 2, მაშინ როდესაც პრინციპი 4, 5 და 6 ასევე თანაბრად ხორციელდება რესპონდენტების მიერ (59%).

სურათი 13

ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელება ქალების და კაცების მიერ მართულ კომპანიებში, პრინციპების მიხედვით

პრინციპები	ყველა კომპანია	ქალის კუთვნილი	კაცის კუთვნილი
ყველა პრინციპი	64%	65%	64%
პრინციპი 1: მაღალი დონის კორპორაციული მართვის დამკვიდრება გენდერული თანასწორობის უზრუნველსაყოფად	66%	68%	66%
პრინციპი 2: სამსახურში ქალისა და კაცის მიმართ სამართლიანი მოპყრობა და დისკრიმინაციის აკრძალვა	75%	77%	74%
პრინციპი 3: თანამშრომლის ჯანმრთელობის, უსაფრთხოებისა და კეთილდღეობის უზრუნველყოფა	65%	67%	63%
პრინციპი 4: პროფესიული განვითარების, ტრენინგებისა და განათლების ხელშეწყობა	60%	61%	59%
პრინციპი 5: საწარმოების, მიწოდების ჯაჭვისა და მარკეტინგული პრაქტიკის განვითარება ქალების გაძლიერების მიზნით	52%	46%	59%
პრინციპი 6: თანასწორობის ხელშეწყობა საზოგადოებრივი ინიციატივებისა და ადვოკატირების მეშვეობით	58%	58%	59%
პრინციპი 7: პროგრესის გაზომვა და საჯაროდ ანგარიშგება	73%	79%	65%

n =40, შეკითხვა 21–64

როგორ წავიკითხოთ ცხრილი

ზემოთ მოცემული ცხრილი ასახავს ყველა რესპონდენტი კომპანიების წილს, რომლებმაც განახორციელეს ქალთა გაძლიერების პრინციპები, ასევე ქალების და კაცების მიერ მართული კომპანიებს წილს, რომლებმაც განახორციელეს პრინციპები. ქალების და კაცების მიერ მართული კომპანიების კატეგორიებად დაყოფა მოხდა ორგანიზაციაში ხელმძღვანელის სქესის მიხედვით. მაგალითად, ყველა რესპონდენტი კომპანიის 64%-მა განახორციელა პრინციპი 1, მაშინ როდესაც ქალების მიერ მართული კომპანიების 68%-მა განახორციელა პრინციპი 2.

პრინციპი 1:
მაღალი დონის კორპორაციული მართვის დამკვიდრება გენდერული თანასწორობის უზრუნველსაყოფად

პირველი პრინციპი, რომელიც ხაზს უსვამს ხელმძღვანელობის მნიშვნელობას გენდერული თანასწორობის მიღწევის გზაზე, შვიდივე პრინციპის წარმატებით განხორციელების საფუძველია. ქალთა გაძლიერების პრინციპების მიხედვით, „კომპანიის ხელმძღვანელობის როლი უმნიშვნელოვანესია გენდერული თანასწორობის და ქალთა გაძლიერების საკითხის სტრატეგიულ პრიორიტეტად განსაზღვრაში. პირველი პრინციპი ხელმძღვანელ და აღმასრულებელ გუნდს ეხმარება მიზნებისა და ამოცანების განსაზღვრაში ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელების გზაზე, თუ როგორ უნდა გახდეს შვიდივე პრინციპი კორპორატიული მდგრადობის სტრატეგიის, ყოველდღიური საქმიანობის და ორგანიზაციული კულტურის ნაწილი.“[10]

პირველი პრინციპის განხორციელების მიზნით კომპანიებს ეძლევათ რეკომენდაცია გადადგან შემდეგი ნაბიჯები:

- დანერგონ გენდერული თანასწორობისა და ადამიანის უფლებების დაცვის ხელშემწყობი პოლიტიკა და გამოუცხადონ ამ პროცესს მხარდაჭერა ხელმძღვანელობის მხრიდან
- დასახონ გენდერული თანასწორობის მასშტაბური მიზნები და ამოცანები და მენეჯერების საქმიანობის შეფასებაში მოახდინონ გენდერული ინდიკატორების ინტეგრირება
- ჩართონ შიდა და გარე დაინტერესებული მხარეები კომპანიის პოლიტიკის, პროგრამებისა და სამოქმედო გეგმების შემუშავებაში, რაც გენდერულ თანასწორობას შეუწყობს ხელს
- კომპანიის ყველა პოლიტიკის დოკუმენტში გაითვალისწინონ გენდერული თანასწორობის პრინციპები, ასევე ფაქტორები, რომლებიც ქალსა და კაცს განსხვავებულ მდგომარეობაში აყენებს და უზრუნველყონ, რომ კორპორაციული კულტურა თანასწორობისა და თანაბარი ჩართულობის ხელშემწყობი იყოს.[11]ამ პრინციპის ფარგლებში კომპანიებს ეძლევათ რეკომენდაცია კიდევ ერთხელ გადახედონ სამეთვალყურეო თუ მმართველობითი საბჭოს წევრობისთვის საჭირო მოთხოვნებს ქალთა მიმართ დისკრიმინაციის ან მიკერძოების აღმოფხვრის მიზნით. კომპანიებს ასევე ეძლევათ რეკომენდაცია, რომ მენეჯერების საქმიანობის შეფასებაში, ყველა დონეზე, გაითვალისწინონ გენდერული ინდიკატორები და შედეგები, რაზეც მენეჯერები იქნებიან პასუხისმგებელნი. კომპანიის მმართველი რგოლის მტკიცე მხარდაჭერა ეხმარება გენდერული პარიტეტის დამკვიდრებას კორპორატიულ მმართველობაში.[12]

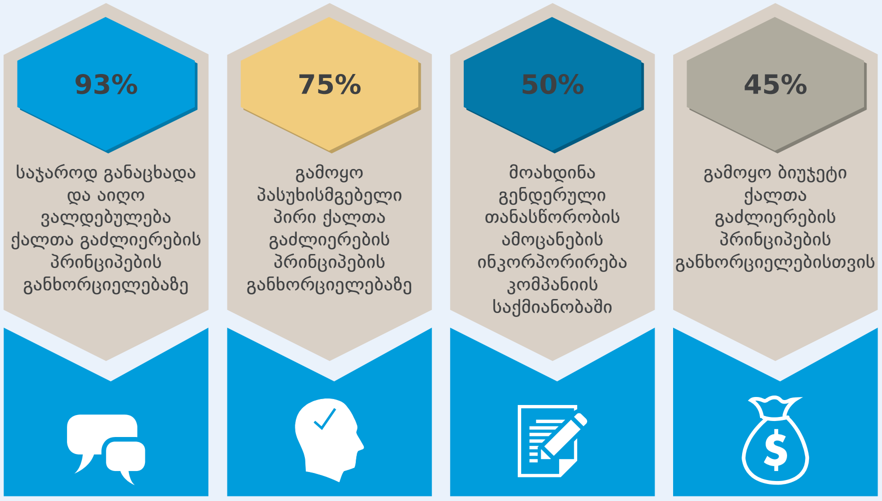
ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელებაზე ხელმომწერ კომპანიებთან მომუშავე პარტნიორი ორგანიზაციების აზრით, ხელმძღვანელის პროცესში და საქმიანობაში ჩართულობა არის პრინციპების წარმატებით განხორციელების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორი.

თითქმის ყველა რესპონდენტმა კომპანიამ საჯაროდ გააკეთა განცხადება და საჯაროდ აიღო ვალდებულება ქალთა გაძლიერების პრინციპების შესრულებაზე. რესპონდენტი კომპანიების ნახევარმა გენდერული თანასწორობის ამოცანები ასახა თანამშრომლების სამუშაო აღწერილობაში; ნახევარზე ცოტა ნაკლებმა გამოყო ბიუჯეტი ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელების მიზნით.

10 ხელმისაწვდომია (ინგლისურ ენაზე): https://www.weps.org/principle/high-level-corporate-leadership (ბოლოს ნანახია 20.02.2021).

11 გაეროს ქალთა ორგანიზაცია, თანასწორობა ბიზნესში: გენდერული თანასწორობა საქართველოს ბიზნეს სექტორის წარმატების საფუძველი 2019, ხელმისაწვდომია: https://georgia.unwomen.org/ka/digital-library/publications/2019/11/toward-equality-in-business (ბოლოს ნანახია 12.03.2021).

12 გაეროს ქალთა ორგანიზაცია, ერთად მუშაობის ძალა: განვითარებადი პრაქტიკები, რომლებიც ხელს უწყობს ქალთა ეკონომიკურ გაძლიერებას, 2020, ხელმისაწვდომია (ინგლისურ ენაზე): https://www.weps.org/sites/default/files/2020-12/THE_POWER_OF_WORKING_TOGETHER_FINAL_0.pdf (ბოლოს ნანახია 12.03.2021).



n=40. შეკითხვა 20 – გააკეთა თუ არა თქვენმა კომპანიამ საჯარო განცხადება ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმოწერასთან დაკავშირებით? (მაგ. კომპანიის ვებ-გვერდის, სოციალური მედიის მეშვეობით)?
n=40. შეკითხვა 21 – გამოყო თუ არა კომპანიამ პირი, რომელიც იმუშავებდა ქალთა გაძლიერების/გენდერული თანასწორობის მიმართულებით?
n=40. შეკითხვა 22 – არის თუ არა ქალთა გაძლიერების მიმართულებით განსახორციელებელი მოვალეობები ასახული კომპანიის დანაყოფების, მენეჯერების ან/და თანამშრომლების სამუშაო აღწერილობებში?
n=40. შეკითხვა 24 – გამოყო თუ არა კომპანიამ ბიუჯეტი ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობისთვის?

* მეტი დეტალები ამ საკითხზე წარმოდგენილია III თავში, გენდერული მრავალფეროვნება და ქალთა ლიდერობის ნაწილში.

პრინციპი 2:
სამსახურში ქალისა და კაცის მიმართ სამართლიანი მოპყრობა – ადამიანის უფლებების პატივისცემა, მხარდაჭერა და დისკრიმინაციის აკრძალვა

Pმეორე პრინციპის ამოცანაა სამუშაო ადგილზე ყველა ქალისა და კაცის მიმართ სამართლიანი მოპყრობის, ასევე ადამიანის უფლებების პატივისცემის, მხარდაჭერისა და დისკრიმინაციის აკრძალვის უზრუნველყოფა. ქალთა გაძლიერების პრინციპების მიხედვით "ყველა ქალის და კაცის მიმართ სამართლიანი მოპყრობა სამუშაო ადგილზე შესაბამისობაშია ადამიანის უფლებათა საერთაშორისო სამართალის პრინციპებთან. ამ პრინციპის პრაქტიკაში განხორციელება ეხმარება კომპანიას ნიჭიერი კადრების მოზიდვასა და შენარჩუნებაში და უზრუნველყოფს თანამშრომლების კმაყოფილების მაღალ დონეს, გაზრდილ პროდუქტიულობას და გადაწყვეტილების მიღების ეფექტიანობას. კორპორატიული პოლიტიკის დოკუმენტებში, სტრატეგიებში, კორპორაციულ კულტურასა და პრაქტიკაში დისკრიმინაციის ყველა ფორმის აღმოფხვრა მნიშვნელოვანი წინ გადადგმული ნაბიჯია კომპანიის მიერ ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელების გზაზე."[13]

მეორე პრინციპი უზრუნველყოფს სამართლიან მიდგომას ყველა თანამშრომლისადმი მიუხედავად გენდერული ნიშნისა და უზრუნველყოფს ადამიანის უფლებების დაცვას. კომპანიებს რეკომენდაცია ეძლევათ წინ აღუდგნენ ნებისმიერი სახის უთანასწორობას, რასიზმს

13 ხელმისაწვდომია: https://www.weps.org/principle/treat-all-women-and-men-fairly-work-without-discrimination (ბოლოს ნანახია 20.02.2021).

და დისკრიმინაციას და უზრუნველყონ მრავალფეროვანი გამოცდილებისა და უნარების მქონე ქალების განსხვავებული უნარების, ნიჭის და შესაძლებლობების პატივისცემა და დაფასება კომპანიის ინიციატივებში, პროგრამებში და გადაწყვეტილების მიღების პროცესში.[14]

მეორე პრინციპის მიხედვით, კომპანიებს ეძლევათ რეკომენდაცია გადადგან შემდეგი ნაბიჯები:

- უზრუნველყონ თანაბარი ანაზღაურება თანაბარი ღირებულების სამუშაოსთვის, და სასიცოცხლო მინიმუმის გადახდა ყველა ქალისა და კაცისთვის
- უზრუნველყონ, რომ კომპანიის ყველა პოლიტიკა და პრაქტიკა თავისუფალი იყოს გენდერული ნიშნით დისკრიმინაციისგან
- დანერგონ სამუშაოზე აყვანისა და შენარჩუნების გენდერულად მგრძნობიარე პრაქტიკა და დანიშნონ ქალები მმართველ და აღმასრულებელ თანამდებობებზე, ასევე, დირექტორთა საბჭოში
- უზრუნველყონ ქალების სათანადო მონაწილეობა - 30% ან მეტი, გადაწყვეტილების მიღებისა და მართვის ყველა დონეზე და ბიზნესის ყველა სფეროში
- შესთავაზონ ქალ თანამშრომლებს მოქნილი სამუშაო პირობები, შვებულება და სამუშაო პოზიციაზე დაბრუნების შემთხვევაში, თანაბარი ანაზღაურება და სტატუსი
- ხელი შეუწყონ ქალებსა და კაცებს, იზრუნონ ბავშვებზე და დამოკიდებულ პირებზე სხვადასხვა სერვისების, ინფორმაციისა და რესურსების შეთავაზების გზით.[15]

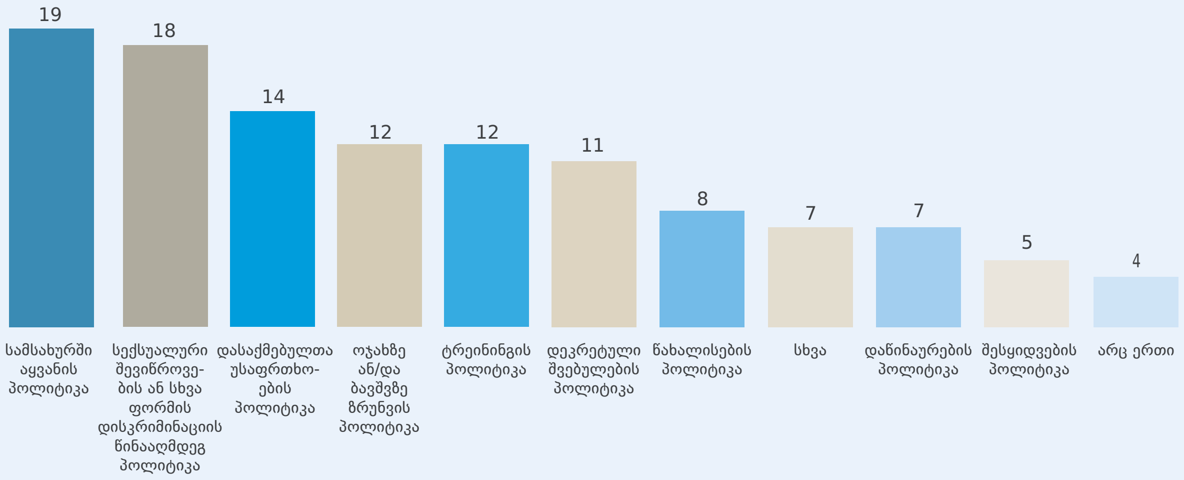
მეორე პრინციპი მოუწოდებს კომპანიებს დანერგონ სამუშაოზე აყვანისა და შენარჩუნების გენდერულად მგრძნობიარე პრაქტიკა და დანიშნონ ქალები მმართველ და აღმასრულებელ თანამდებობებზე, ასევე, დირექტორთა საბჭოში. როგორც მე-14 სურათზე არის ასახული, გამოკითხული რესპონდენტების თითქმის ნახევარმა დანერგა სამუშაოზე აყვანის გენდერულად მგრძნობიარე პოლიტიკა და შეიმუშავა სექსუალური შევიწროების და დისკრიმინაციის სხვა ფორმის ამკრძალავი პოლიტიკის დოკუმენტები. ჩაღრმავებული ინტერვიუების დროს აღინიშნა, რომ სექსუალური შევიწროების პოლიტიკა კულტურულად ყველაზე მგრძნობიარე საკითხია და შესაბამისად მათი დანერგვა მეტ გამოწვევებთან არის დაკავშირებული. გამოკითხვის შედეგებიდან ჩანს, რომ კომპანიების დაახლოებით 30-35%-ს აქვს შემუშავებული თანამშრომლების უსაფრთხოებაზე ზრუნვის, ოჯახის ან ბავშვზე ზრუნვის პოლიტიკა. ყველაზე ნაკლებად პოპულარული პოლიტიკის დოკუმენტი, რომელიც რესპონდენტების მხოლოდ 12%-მა დანერგა, არის შესყიდვების გენდერულად მგრძნობიარე პოლიტიკა. ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერი რესპონდენტი კომპანიების მხოლოდ 10%-ს არ დაუნერგავს არცერთი ჩამოთვლილი პოლიტიკის დოკუმენტი. პასუხებში მითითებული „სხვა“ მოიცავდა ისეთ ქმედებებს, როგორიცაა ცვლილებები კომპანიის წესდებაში, ქცევის კოდექსში ან/და კორპორაციულ სახელმძღვანელოში.

14 გაეროს ქალთა ორგანიზაცია, თანასწორობა ბიზნესში: გენდერული თანასწორობა საქართველოს ბიზნეს სექტორის წარმატების საფუძველი. გაეროს ქალთა ორგანიზაცია, ერთად მუშაობის ძალა.

15 გაეროს ქალთა ორგანიზაცია, ერთად მუშაობის ძალა.

სურათი 14

ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელების ფარგლებში შემუშავებული პოლიტიკის დოკუმენტები, კომპანიების რაოდენობის მიხედვით



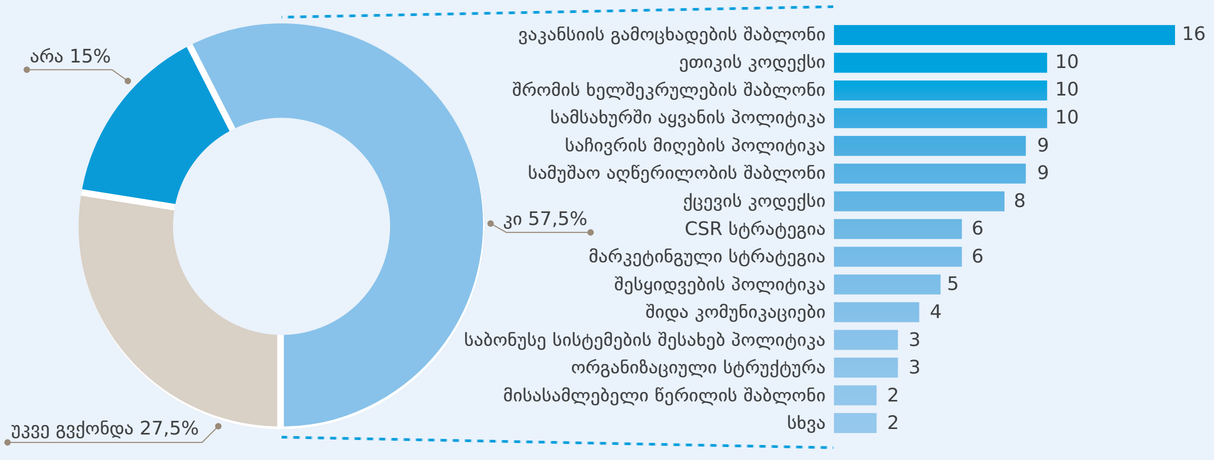
n=40. შეკითხვა 26 – რა ახალი პოლიტიკის დოკუმენტები შეიმუშავა თქვენმა კომპანიამ სამუშაო ადგილზე დისკრიმინაციის აღმოფხვრის მიზნით

მე-15 სურათი აჩვენებს, რომ რესპონდენტე-ბის 58%-მა გადახედა საკუთარ პოლიტიკის დოკუმენტებს გენდერული თანასწორობის ან დისკრიმინაციის აკრძალვის ჭრილში. კომპანი-ების მეოთხედი მიიჩნევს, რომ მის კომპანიას უკვე ჰქონდა მსგავსი პოლიტიკა და მხოლოდ კომპანიების 15%-ს არ განუხორციელებია არა-ნაირი ცვლილება.

მე-16 სურათის მიხედვით, ყველაზე მეტი ცვლილება კომპანიებმა განახორციელეს ვა-კანსიის გამოცხადების შაბლონებში (40%), ამას მოყვება კომპანიები (25%), რომლებმაც განაახლეს საკუთარი ეთიკის კოდექსი, შრო-მის ხელშეკრულებები და თანამშრომლების აყვანის პოლიტიკა. რესპონდენტების მხოლოდ 5%-მა განაახლა სამუშაოზე აყვანის წერილის შაბლონი. პასუხი „სხვა“ ძირითადად მოიცავს კომპანიის წესდების განახლებას.

სურათი 15
კომპანიები, რომლებმაც გადახედეს პოლიტიკის დოკუმენტებს გენდერულ და დისკრიმინაციის დაუშვებლობის ჭრილში

სურათი 16
განხილული დოკუმენტების ტიპები

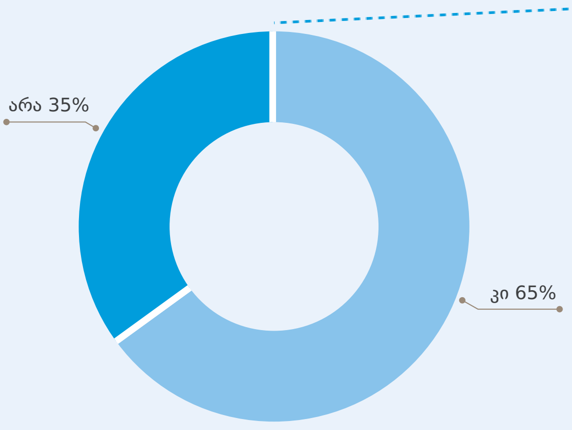


n=40. შეკითხვა 27 – მოხდა თუ არა კომპანიის პოლიტიკის დოკუმენტების გადახედვა გენდერული თანასწორობის ან დისკრიმინაციის დაუშვებლობის კუთხით?
n=23. შეკითხვა 28 – გთხოვთ მიუთითეთ, რომელი დოკუმენტები შეცვალა კომპანიამ გენდერული თანასწორობის ან დისკრიმინაციის დაუშვებლობის კუთხით

როგორც მე-15 სურათზე ჩანს, ყველაზე მეტმა კომპანიამ „თანამშრომლების აყვანის პოლიტიკას“ გადახედა გენდერული თანასწორობისა და დისკრიმინაციის აკრძალვის ჭრილში. მე-15 სურათზე მოცემული კომპანიების 58%-თან შედარებით, მე-17 სურათი აჩვენებს, რომ რესპონდენტების უფრო დიდმა ნაწილმა (65%) შეცვალა თანამშრომლების სამსახურში აყვანის პრაქტიკა. რესპონდენტი კომპანიების დაახლოებით ნახევარმა შეცვალა ვაკანსიების გამოცხადების შაბლონები, აკრძალა დისკრიმინაციული შეკითხვები ინტერვიუების დროს, ხელი შეუწყო სამსახურში აყვანის გამჭვირვალე პროცედურების დანერგვას ან მოახდინა ამ რამდენიმე პრაქტიკის ერთად დანერგვა. როგორც პასუხებიდან ჩანს, კომპანიებმა ყველაზე ნაკლებად მოახდინეს ქალების წახალისება დასაქმებულიყვნენ არატრადიციულ პოზიციებზე.

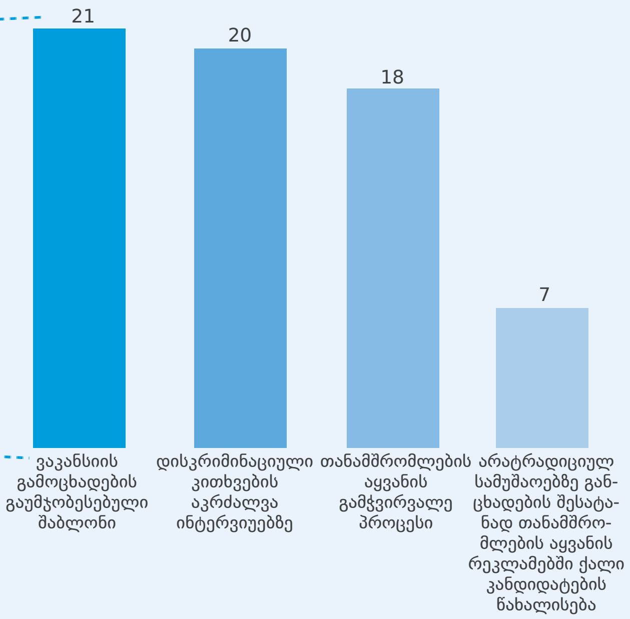
სურათი 17

კომპანიები, რომლებმაც შეცვალეს სამსახურში აყვანის პრაქტიკა დისკრიმინაციის თავიდან აცილების მიზნით.



სურათი 18

თანამშრომლების აყვანის პრაქტიკის გაუმჯობესების გზები



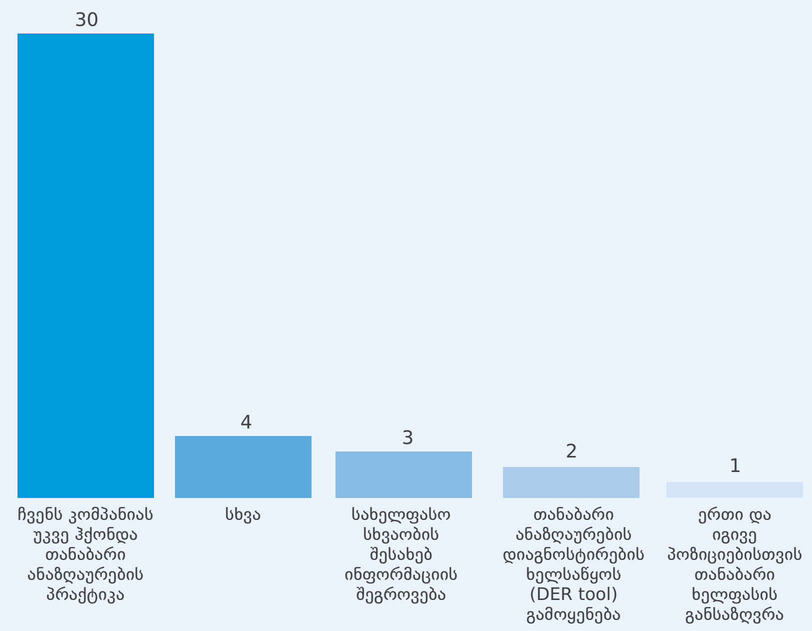
n=40. შეკითხვა 31 – შეცვალა თუ არა კომპანიამ სამსახურში აყვანის პრაქტიკა დისკრიმინაციის თავიდან აცილების მიზნით?
n=26. შეკითხვა 32 – გთხოვთ მიუთითეთ, როგორ შეცვალა კომპანიამ სამსახურში აყვანის პრაქტიკა დისკრიმინაციის თავიდან აცილების მიზნით?

გაეროს ქალთა ორგანიზაციის თანახმად, კომპანიები დიდ როლს ასრულებენ გენდერული სახელფასო სხვაობის აღმოფხვრის პროცესში და სულ უფრო მეტად აქტიურდებიან სამუშაო ადგილზე დისკრიმინაციის თავიდან ასაცილებლად. მიუხედავად ამისა, ბევრ კომპანიას ჯერ კიდევ არ დაუნერგავს „თანაბარი ანაზღაურება თანაბარი ღირებულების შრომისთვის" პრინციპი. თანაბარი ანაზღაურების პრინციპის გამოყენებას თანაბარი ღირებულების სამუშაოსთვის გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს შრომის ღირებულების განსაზღვრისას ცნობიერი და არაცნობიერი მიკერძოების დასადგენად, გენდერული დისკრიმინაციის აღმოსაფხვრელად და გენდერული თანასწორობის მისაღწევად.

მე-19 სურათის მიხედვით ონლაინ გამოკითხულთა მეოთხედს მიაჩნია, რომ მათ კომპანიებში არ არის გენდერული სახელფასო სხვაობა. იმ კომპანიებმა, რომლებმაც აღიარეს გენდერული სახელფასო სხვაობის არსებობა, დაიწყეს სახელფასო მონაცემების სქესის ჭრილში შეგროვება, დაადგინეს სახელფასო გენდერული სხვაობა დიაგნოსტირების ინსტრუმენტის გამოყენებით და გაათანაბრეს ანაზღაურება მსგავსი პოზიციებისთვის. იმ კომპანიებმა, რომლებმაც პასუხად მონიშნეს „სხვა", არ დააკონკრეტეს განხორციელებული ზომები.

სურათი 19

კომპანიების მიერ გენდერული სახელფასო სხვაობის აღმოფხვრის მიზნით გამოყენებული ზომები



n=40. შეკითხვა 33 – გთხოვთ, მიუთითოთ რა ღონისძიებები გაატარა კომპანიამ სახელფასო სხვაობის აღმოფხვრის მიზნით?

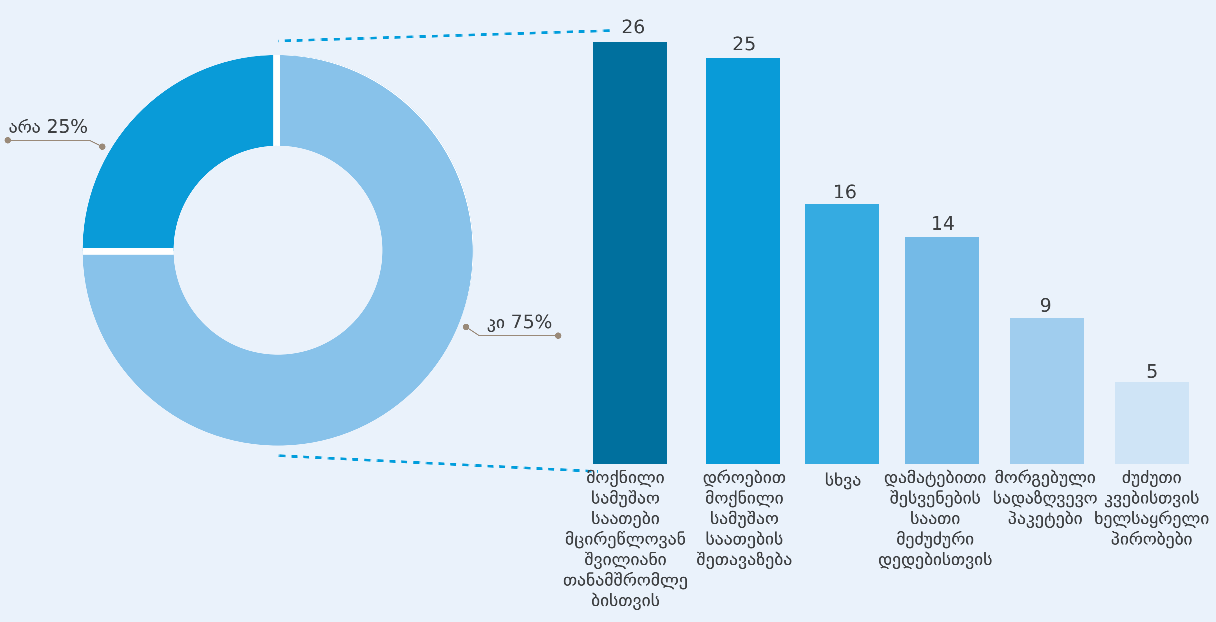
გაეროს ქალთა ორგანიზაციის წარმომადგენლების აზრით, უნდა მოხდეს კომპანიების წახალისება, რათა მათ დანერგონ ოჯახის კეთილდღეობის ხელშემწყობი პოლიტიკა, რომელიც დედებს და ზოგადად ქალებს დაეხმარება. კომპანია ხელს უნდა უწყობდეს მშობლებს შვებულების ინკლუზიური და კომპლექსური პოლიტიკის დანერგვის გზით, ბავშვის მოვლაზე თანაბარი მიდგომების წახალისებით, მოქნილი სამუშაო პირობების შეთავაზებით და სხვა ღონისძიებებით, რომელიც ხელს უწყობს გენდერულ თანასწორობას.

როგორც ასახულია მე-20 სურათზე, რესპონდენტი კომპანიის 75% ორსულ თანამშრმლებს ან თანამშრომლებს, ვისაც ჰყავთ შვილები, მათ შორის კაცებს, ხელსაყრელ სამუშაო პირობებს სთავაზობს. რესპონდენტების უმეტესობა თანამშრომლებს, რომელთაც მცირეწლოვანი შვილები ჰყავთ, სთავაზობს მოქნილ სამუშაო საათებს (65%[16]) და/ან დროებით ხელსაყრელ სამუშაო პირობებს (62%). კომპანიების მხოლოდ 12%-ს აქვს მოწყობილი ძუძუთი კვებისთვის ადაპტირებული სივრცე - მეძუძური დედებისთვის.

16 40 რესპონდენტი კომპანიიდან 65%-მა და 30 კომპანიიდან 87%-მა გასცა პასუხი „დიახ“ შეკითხვას ორსული და შვილებიანი თანამშრომლებისთვის ხელსაყრელი სამუშაო პირობების შექმნასთან დაკავშირებით.

სურათი 20

კომპანიები, რომლებმაც ხელსაყრელი პირობები შეუქმნეს ქალ თანამშრომლებს, რომლებიც ორსულად არიან ან ჰყავთ მცირეწლოვანი შვილები

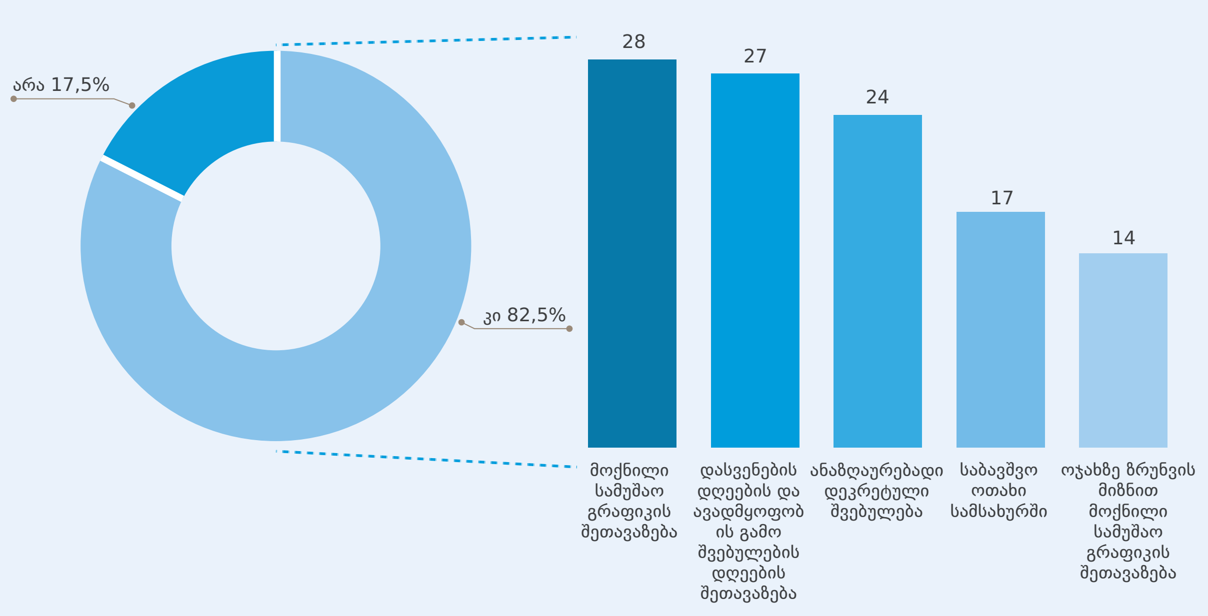


n=40. შეკითხვა 29 – შეუქმნა თუ არა კომპანიამ უფრო ხელსაყრელი პირობები ქალ თანამშრომლებს, რომლე-ბიც ორსულად არიან ან ჰყავთ მცირეწლოვანი შვილები?
n=30. შეკითხვა 30 – გთხოვთ მიუთითეთ, როგორ შეუქმნა კომპანიამ უფრო ხელსაყრელი პირობები ქალ თანამ-შრომლებს, რომლებიც ორსულად არიან ან ჰყავთ მცირეწლოვანი შვილები?

21-ე სურათის მიხედვით რესპონდენტების უდიდესმა წილმა (83%) გადადგა ნაბიჯები თანამშრომლების სამსახურსა და პირად ცხოვრებას შორის ბალანსის დაცვის მიზნით. კომპანიების უმეტესობა თანამშრომლებს (70%) სთავაზობს მოქნილ სამუშაო საათებს, მაშინ როდესაც შედარებით ნაკლები კომპანია (35%) სთავაზობს ხელსაყრელ სამუშაო პირობებს ოჯა-ხზე ზრუნვისათვის.

სურათი 21

კომპანიები, რომლებიც ხელს უწყობენ თანამშრომლებს სამსახურსა და პირად ცხოვრებას შორის ბალანსის დაცვაში



n=40. შეკითხვა 34 – უწყობს თუ არა კომპანია ხელს თანამშრომლებს სამსახურსა და პირად ცხოვრებას შორის ბალანსის დაცვაში?
n=33. შეკითხვა 35 – გთხოვთ მიუთითეთ, როგორ უწყობს კომპანია ხელს თანამშრომლებს სამსახურსა და პირად ცხოვრებას შორის ბალანსის დაცვაში?

I22-ე სურათის მიხედვით კომპანიების უმეტესობა სთავაზობს საკუთარ თანამშრომლებს დეკრეტულ შვებულებას, როგორც ქალებს (98%), ისე კაცებს (80%). კომპანიების 95%-ში დეკრეტული შვებულება ანაზღაურებადია ქალებისთვის და რესპონდენტების 72%-ში დეკრეტული შვებულება ანაზღაურდება კაცებისთვის. როგორც ასახულია 23-ე სურათზე, ქალებისთვის შეთავაზებული ყველაზე ხანგრძლივი დეკრეტული შვებულება შეადგენს 6 თვეს (რესპონდენტების 32%), რომელსაც მოსდევს 4 თვიანი (22%) და შემდეგ 3 თვიანი დეკრეტული შვებულება (16%). ქალების დეკრეტული შვებულების მსგავსად, კაცებისთვის შეთავაზებული დეკრეტული შვებულების ხანგრძლივობა შეადგენს 6 თვეს (რესპონდენტების 27%), რომელსაც მოსდევს 2 და 3 თვიანი დეკრეტული შვებულებები (23%). კომპანიები ნაკლებად იყენებენ სხვა ალტერნატიულ ღონისძიებებს: მაგალითად, რესპონდენტების 16% აძლევს ქალ თანამშრომლებს საშუალებას აიღონ უფრო ხანგრძლივი შვებულება, ვიდრე ეს კანონით არის გათვალისწინებული ან სთავაზობს მათ ხელსაყრელ სამუშაო პირობებს. აღნიშნული მონაცემები განამტკიცებს იმ აზრს, რომ საზოგადოებაში გამჯდარია გენდერული სტერეოტიპები და უმეტესად ქალებს აკისრიათ ბავშვზე ზრუნვის ვალდებულებები.

სურათი 22

დეკრეტული შვებულება კომპანიებში

კომპანიების **98%** თავაზობს თანამშრომლებს დეკრეტულ შვებულებას

კომპანიების **95%** ქალებს ანაზღაურებად დეკრეტულ შვებულებას სთავაზობს

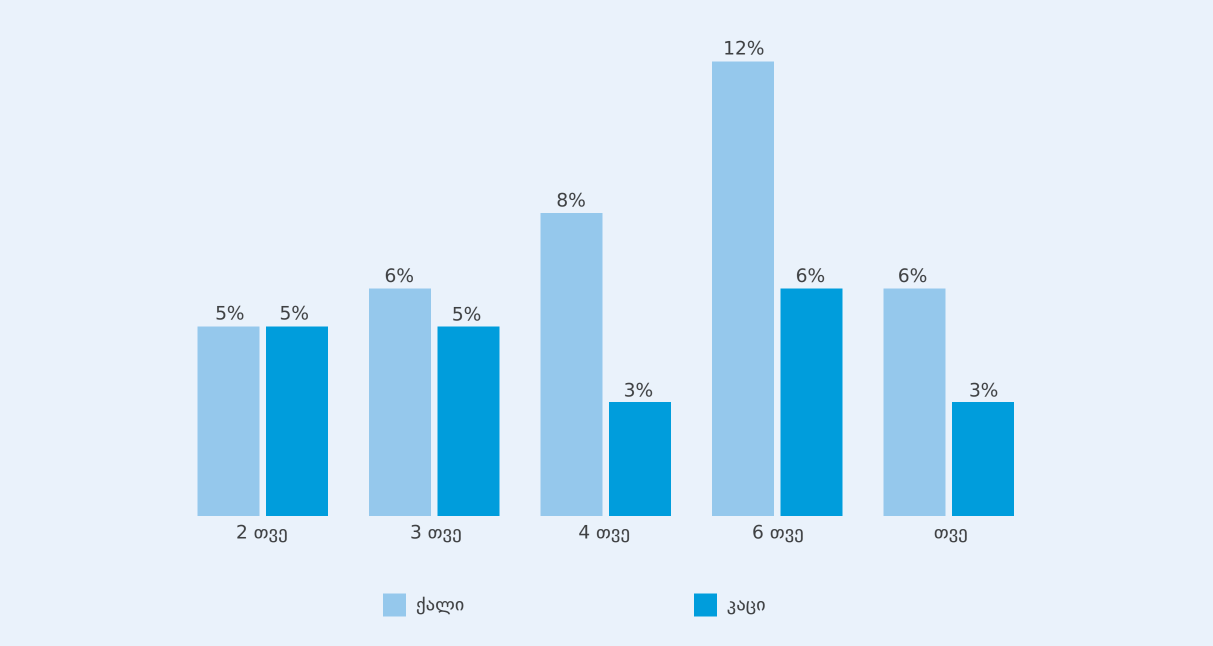
კომპანიების **80%** სთავაზობს თანამშრომელ კაცებს დეკრეტულ შვებულებას

კომპანიების **72%** კაცებს ანაზღაურებად დეკრეტულ შვებულებას სთავაზობს

n=40. შეკითხვა 45 – სთავაზობს თუ არა კომპანია დეკრეტულ შვებულებას ქალ თანამშრომლებს?
n=39. შეკითხვა 46 – არის თუ არა დეკრეტული შვებულება ქალი თანამშრომლებისთვის ანაზღაურებადი?
n=40. შეკითხვა 48 – სთავაზობს თუ არა კომპანია დეკრეტულ შვებულებას კაც თანამშრომლებს?
n=32. შეკითხვა 49 – არის თუ არა დეკრეტული შვებულება კაცი თანამშრომლებისთვის ანაზღაურებადი?

სურათი 23

კომპანიები, რომლებიც უზრუნველყოფენ ანაზღაურებად დეკრეტულ შვებულებას ქალებისა და კაცებისთვის, შვებულების ხანგრძლივობის მიხედვით



n=37. შეკითხვა 47 – ქალი თანამშრომლებისთვის განკუთვნილი დეკრეტული შვებულების რამდენ თვეს ანაზღაურებს კომპანია?
n=23. შეკითხვა 50 – კაცი თანამშრომლებისთვის განკუთვნილი დეკრეტული შვებულების რამდენ თვეს ანაზღაურებს კომპანია?

პრინციპი 3:
სამუშაო ადგილზე ყველა თანამშრომლის ჯანმრთელობის, უსაფრთხოებისა და კეთილდღეობის უზრუნველყოფა

მესამე პრინციპის მიზანია უზრუნველყოს თანამშრომელი ქალების და კაცების ჯანმრთელობა, უსაფრთხოება და კეთილდღეობა. ქალთა გაძლიერების პრინციპების მიხედვით, „დამსაქმებლები ასრულებენ არსებით როლს თანამშრომლების ფიზიკური და ფსიქიკური ჯანმრთელობის, უსაფრთხოების და კეთილდღეობის დაცვის პროცესში. სექსუალური შევიწროებისა და ძალადობის შემთხვევები ქალ თანამშრომლებს უკარგავს როგორც შემოსავალს და დაწინაურების შესაძლებლობებს, ისე მოქმედებს მათ საერთო კეთილდღეობაზე. ეს კი კომპანიაზე ნეგატიურად აისახება, ვინაიდან თანამშრომელი, როგორც წესი, აღარ არის პროდუქტიული და ხშირად აცდენს სამსახურს.[17]

კომპანიებს ეძლევათ რეკომენდაცია მესამე პრინციპის განხორციელების მიზნით გადადგან შემდეგი ნაბიჯები:

- შექმნან უსაფრთხო სამუშაო გარემო, დაიცვან თანამშრომლები სახიფათო მასალების ზემოქმედებისგან, გამოავლინონ პოტენციური რისკები, მათ შორის რეპროდუქციული ჯანმრთელობის კუთხით
- დანერგონ ნულოვანი ტოლერანტობის პოლიტიკა სამსახურში ძალადობის ყველა ფორმის მიმართ, მათ შორის, სიტყვიერი ან ფიზიკური ძალადობის ჩათვლით, და მოახდინონ სექსუალური შევიწროების პრევენცია
- შესთავაზონ ჯანმრთელობის დაზღვევა და სხვა სერვისები თანამშრომლებს, მათ შორის, ძალადობა გამოვილ პირებს
- შესთავაზონ თანამშრომლებს შვებულება სამედიცინო მომსახურების მისაღებად, იქნება ეს მკურნალობა თუ ექიმის კონსულტაცია მათთვის პირადად ან მათზე დამოკიდებული პირებისთვის
- თანამშრომლებთან კონსულტაციის შედეგად განსაზღვრონ და გადაჭრან თანამშრომლების უსაფრთხოებასთან დაკავშირებული საკითხები, მათ შორის, იმ ქალებისთვის, რომლებიც სამსახურებრივ ტრანსპორტს იყენებენ ან მგზავრობენ კომპანიის საქმიანობასთან დაკავშირებული მიზნებით
- შესთავაზონ დაცვის სამსახურის თანამშრომლებსა და მენეჯერებს ტრენინგები ქალთა მიმართ ძალადობის ან ძალადობის საფრთხეების ამოცნობის შესახებ, ასევე, გააცნონ მათ კომპანიის პოლიტიკა და წესები ადამიანების ტრეფიკინგის, შრომითი და სექსუალური ექსპლუატაციის შესახებ.[18]

გაეროს ქალთა ორგანიზაციის წარმომადგენლების აზრით, სექსუალური შევიწროების ხარჯი დასაქმების სფეროში ძალიან მაღალია, როგორც თანამშრომლისთვის, ვინც ეს განიცადა, ისე კომპანიისთვის, სადაც ეს შემთხვევა მოხდა. კერძო სექტორი ასრულებს წამყვან როლს სამუშაო ადგილზე გენდერულ ძალადობასთან ბრძოლის პროცესში. სამუშაო ადგილზე უსაფრთხოების პოლიტიკა უნდა ითვალისწინებდეს ძალადობასთან და შევიწროებასთან დაკავშირებულ ყველა შესაძლო რისკს, მათ შორის რისკ ფაქტორების ან საფრთხეების გამოვლენას და თანამშრომლების გადამზადებას. კომპანიებს, რომლებიც თანამშრომლების უსაფრთხოებაზე, პატივისცემაზე და ღირსების დაცვაზე დაფუძნებულ ინკლუზიურ გარემოს ქმნიან, ბევრად უადვილდებათ ნიჭიერი თანამშრომლების მოზიდვა და შენარჩუნება, ისევე როგორც მომხმარებლების მოზიდვა.

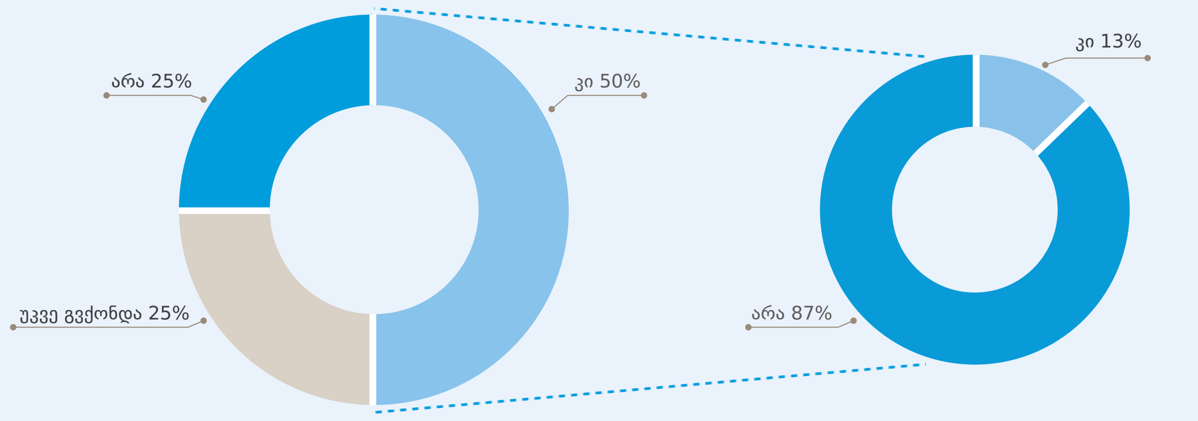
17 ხელმისაწვდომია: https://www.weps.org/principle/employee-health-well-being-and-safety (ბოლოს ნანახია 20.02.2021).

18 გაეროს ქალთა ორგანიზაცია, თანასწორობა ბიზნესში: გენდერული თანასწორობა საქართველოს ბიზნეს სექტორის წარმატების საფუძველი.

24-ე სურათის მიხედვით, რესპონდენტი კომპანიების სამ მეოთხედს უკვე ჰქონდა ან განაახლა სექსუალური შევიწროების პრევენციის პოლიტიკა. ოცი კომპანიიდან (50%), რომელმაც სამუშაო ადგილზე სექსუალური შევიწროების პრევენციის პოლიტიკა დანერგა, მხოლოდ 13-ს აქვს მიღებული რეალური საჩივარი სექსუალური შევიწროების შესახებ, რაც ასახულია 25-ე სურათზე.

სურათი 24
კომპანიები, რომლებმაც შეიმუშავეს ან განაახლეს სექსუალური შევიწროების პრევენციის პოლიტიკა

სურათი 25
კომპანიები, რომლებმაც მიიღეს საჩივარი სექსუალურ შევიწროებასთან დაკავშირებით

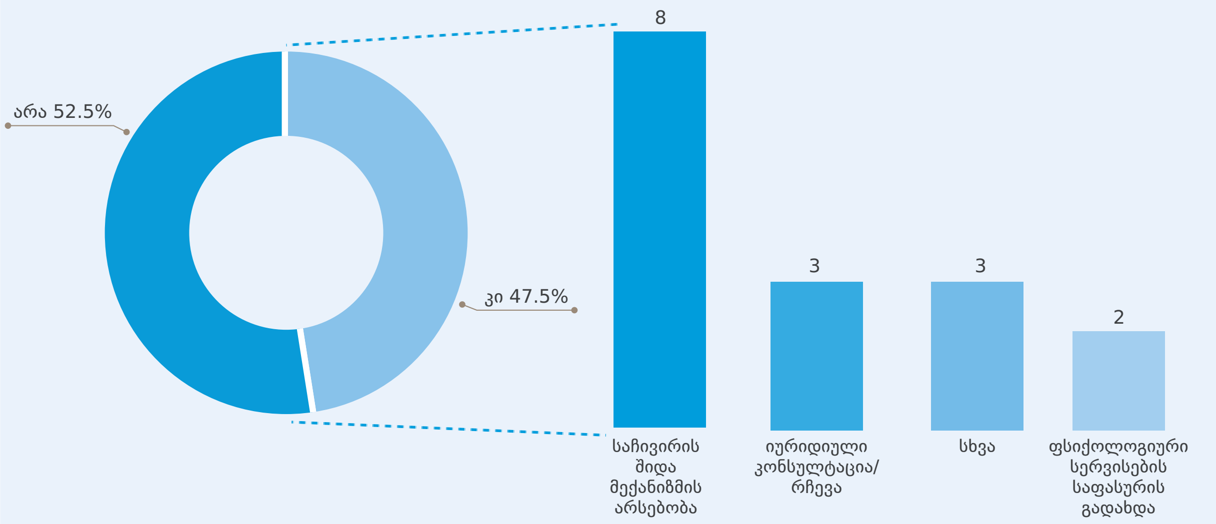


n=40. შეკითხვა 36 – შეიმუშავა თუ არა კომპანიამ სექსუალური შევიწროების პრევენციის პოლიტიკა?
n=20. შეკითხვა 37 – მიიღო თუ არა კომპანიამ საჩივარი სექსუალურ შევიწროებასთან დაკავშირებით ამავე პოლიტიკის შეცვლის/შექმნის შემდეგ?

როგორც 26-ე სურათზე ჩანს, გამოკითხული კომპანიების ნახევარზე ცოტა ნაკლები გარკვეული სახის დახმარებას უწევს სექსუალური შევიწროების ან ძალადობა გამოვლილ ქალებს და მათი ნახევარი ამას აკეთებს კომპანიაში შიდა გასაჩივრების მექანიზმის დანერგვის გზით. ის კომპანიები, რომლებმაც აირჩიეს პასუხი „სხვა" აღნიშნავენ, რომ ისინი ძალადობა გამოვლილ ქალებს და ქალებს, ვისაც განუცდიათ სექსუალური შევიწროება გადამზადებას და დასაქმების შესაძლებლობას სთავაზობენ.

ᲡᲣᲠᲐᲗᲘ 26

ᲙᲝᲛᲞᲐᲜᲘᲔᲑᲘ, ᲠᲝᲛᲚᲔᲑᲘᲪ ᲔᲮᲛᲐᲠᲔᲑᲘᲐᲜ ᲫᲐᲚᲐᲓᲝᲑᲐ ᲒᲐᲛᲝᲕᲚᲘᲚ ᲥᲐᲚᲔᲑᲡ ᲓᲐ ᲡᲔᲥᲡᲣᲐᲚᲣᲠᲘ ᲨᲔᲕᲘᲬᲠᲝᲔᲑᲘᲡ ᲛᲡᲮᲕᲔᲠᲞᲚ ᲥᲐᲚᲔᲑᲡ

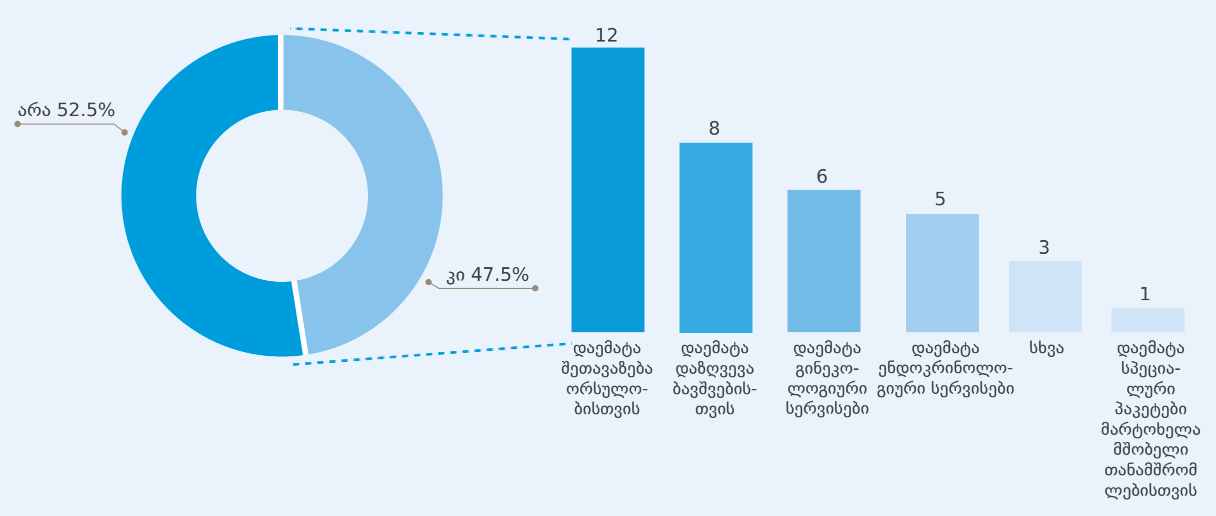


n=40. შეკითხვა 43 – ეხმარება თუ არა თქვენი კომპანია სექსუალური ძალადობის / ან სხვა სახის ძალადობის მსხვერპლ ქალებს?
n=19. შეკითხვა 44 – გთხოვთ მიუთითეთ, როგორ ეხმარება კომპანია სექსუალური ძალადობის / ან სხვა სახის ძალადობის მსხვერპლ ქალებს?

27-ე სურათის მიხედვით, რესპონდენტი კომპანიების 47.5%-მა განაახლა ჯანმრთელობის დაზღვევის პაკეტი იმისთვის, რომ უკეთესად ყოფილიყო ასახული ქალთა საჭიროებები. კონკრეტულად კი, კომპანიების 30%-მა დაამატა შეთავაზება ორსულებისთვის და მხოლოდ ერთმა კომპანიამ გაითვალისწინა სპეციალური პაკეტი მარტოხელა მშობელი თანამშრომლებისთვის. პასუხები არ დაუკონკრეტებიათ იმ რესპონდენტებს, რომლებმაც აირჩიეს პასუხი „სხვა“.

ᲡᲣᲠᲐᲗᲘ 27

ᲙᲝᲛᲞᲐᲜᲘᲔᲑᲘ, ᲠᲝᲛᲚᲔᲑᲛᲐᲪ ᲒᲐᲜᲐᲐᲮᲚᲔᲡ ᲯᲐᲜᲛᲠᲗᲔᲚᲝᲑᲘᲡ ᲓᲐᲖᲦᲕᲔᲕᲘᲡ ᲞᲐᲙᲔᲢᲘ ᲥᲐᲚᲗᲐ ᲡᲐᲭᲘᲠᲝᲔᲑᲔᲑᲘᲡ ᲒᲐᲗᲕᲐᲚᲘᲡᲬᲘᲜᲔᲑᲘᲡ ᲛᲘᲖᲜᲘᲗ

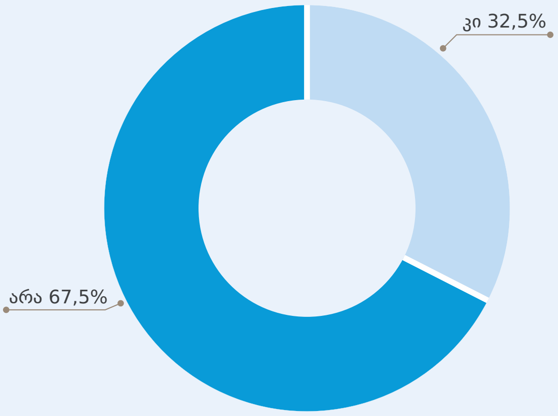


n=40. შეკითხვა 39 – შეიმუშავა თუ არა კომპანიამ ჯანმრთელობის დაზღვევის ისეთი პაკეტი, რომელიც უკეთ ითვალისწინებს ქალების საჭიროებებს?
n=19. შეკითხვა 40 – გთხოვთ მიუთითეთ, რა ტიპის ჯანმრთელობის დაზღვევის პაკეტი შეიმუშავა კომპანიამ, რომელიც უკეთ ითვალისწინებს ქალების საჭიროებებს?

28-ე სურათი აჩვენებს, რომ კომპანიების ერთმა მესამედმა გაატარა სპეციალური ზომები ქალი თანამშრომლების ჯანმრთელობის მდგომარეობის გაუმჯობესების მიზნით. ზოგიერთი ასეთი ინიციატივა, რომელიც სპეციალურად ქალი თანამშრომლების საჭიროებებზეა მორგებული, მოიცავს ქალი თანამშრომლებისთვის უფასო სავარჯიშო დარბაზის საშვის გადაცემას, ფიზიკური შრომის შემცირებას, დისტანციურად მუშაობის შესაძლებლობის შეთავაზებას, სამედიცინო შემოწმების და დიაგნოსტიკის დაფინანსებას.

სურათი 28

კომპანიები, რომლებმაც გაატარეს ზომები ქალი თანამშრომლების ჯანმრთელობის მდგომარეობის გაუმჯობესებისთვის



n=40. შეკითხვა 41 – მიღებული აქვს თუ არა კომპანიას ისეთი ზომები, რომლებიც აუმჯობესებს ქალი თანამშრომლების ჯანმრთელობას?

პრინციპი 4:
ქალების პროფესიული განვითარების, ტრენინგებისა და განათლების ხელშეწყობა

გაეროს ქალთა ორგანიზაციის წარმომადგენლების აზრით, განათლების, ტრენინგებისა და პროფესიული განვითარების ხელშეწყობა არა მხოლოდ თანამშრომლის პიროვნული განვითარებისთვისაა მნიშვნელოვანი, არამედ თავად კომპანიებს აძლიერებს. მეოთხე პრინციპი მოუწოდებს კომპანიებს მოახდინონ ინვესტირება ქალების განათლებასა და პროფესიულ გადამზადებაში, რაც შესაძლებლობას მისცემს ქალებს ჩაერთონ ბიზნესის ყველა სფეროში, მათ შორის, ქალებისთვის არატრადიციულ საქმიანობაში.

ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერებს შეუძლიათ ჩაატარონ ტრენინგი კომპანიის გენდერული თანასწორობის პოლიტიკის და სამოქმედო გეგმის შესახებ, ასევე მოახდინონ ცნობიერების ამაღლება სექსუალურ შევიწროებაზე, გაუცნობიერებელ მიკერძოებაზე და სხვა საკითხებზე, რომლებიც ხელს უწყობს ინკლუზიურ სამუშაო გარემოს შექმნას. კომპანიებმა უნდა უზრუნველყონ თანაბარი წვდომა ქალებისთვის კომპანიის შიგნით არსებულ სასწავლო და ტრენინგ პროგრამებზე, ფორმალურ და არაფორმალურ საქმიან კავშირებზე და მენტორულ პროგრამებზე. ის ბიზნესები, რომლებიც სწავლების და უნარების გაუმჯობესების უკეთეს პირობებს სთავაზობენ თანამშრომლებს, საკუთარ ბიზნესს უფრო კონკურენტუნარიანს ხდიან და იზიდავენ ნიჭიერ ადამიანებს.

კომპანიებს ეძლევათ რეკომენდაცია მეოთხე პრინციპის განსახორციელებლად გადადგან შემდეგი ნაბიჯები:

- სამუშაო ადგილზე შეიმუშაონ ისეთი პოლიტიკა და პროგრამები, რომლებიც ნებისმიერ ბიზნეს საქმიანობაში გაზრდის ქალების ჩართულობას და ასევე, წაახალისებს ქალების ჩართულობას არატრადიციული საქმიანობის სფეროებში.
- უზრუნველყონ თანაბარი ხელმისაწვდომობა კომპანიის მხარდაჭერით განხორციელებულ საგანმანათლებლო და ტრენინგ პროგრამებზე, მათ შორის, პროფესიულ განათლებაზე, ასევე, საინფორმაციო ტექნოლოგიებთან დაკავშირებულ ტრენინგებზე.
- უზრუნველყონ თანაბარი შესაძლებლობები ფორმალური და არაფორმალური კავშირების და მენტორული პროგრამებისთვის[19].

მეოთხე პრინციპი მხარს უჭერს ქალების განათლებას, ტრენინგს და პროფესიულ განვითარებას. ქალთა გაძლიერების პრინციპების მიხედვით, „ყველა თანამშრომლის ინფორმირება იმაზე, თუ როგორ უწყობს ხელს კომპანია გენდერულ თანასწორობას და ქალთა გაძლიერებას, მათ საერთო ღირებულებების გარშემო აერთიანებს და უზრუნველყოფს კომპანიის პოლიტიკისა და პრაქტიკის შესაბამისობას. ქალთა პროფესიული გაძლიერების პროგრამები მოიცავს განათლებას და ტრენინგს, რომელსაც თან ერთვის საქმიანი კავშირებისა და მენტორული პროგრამების შეთავაზება."[20]

ჩაღრმავებული ინტერვიუს დროს პარტნიორი ორგანიზაციის წარმომადგენლებმა აღნიშნეს, რომ ხელმომწერი კომპანიები დაინტერესებული არიან მეოთხე პრინციპის განხორციელებით, რადგან ისინი მოტივირებულნი იყვნენ გადაემზადებინათ თავიანთი თანამშრომლები. რესპონდენტებმა აღნიშნეს, რომ ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმოწერის შემდეგ ჯამში 2 295 ქალმა თანამშრომელმა მიიღო პროფესიული მხარდაჭერა, 604 ქალი ჩაერთო სამუშაო ადგილზე მენტორობის პროგრამაში, 395 ქალი მეწარმე გადამზადდა რესპონდენტი კომპანიების მიერ და 104 ქალმა და გოგომ გაირა სტაჟირება.

19 გაეროს ქალთა ორგანიზაცია, თანასწორობა ბიზნესში: გენდერული თანასწორობა საქართველოს ბიზნეს სექტორის წარმატების საფუძველი.

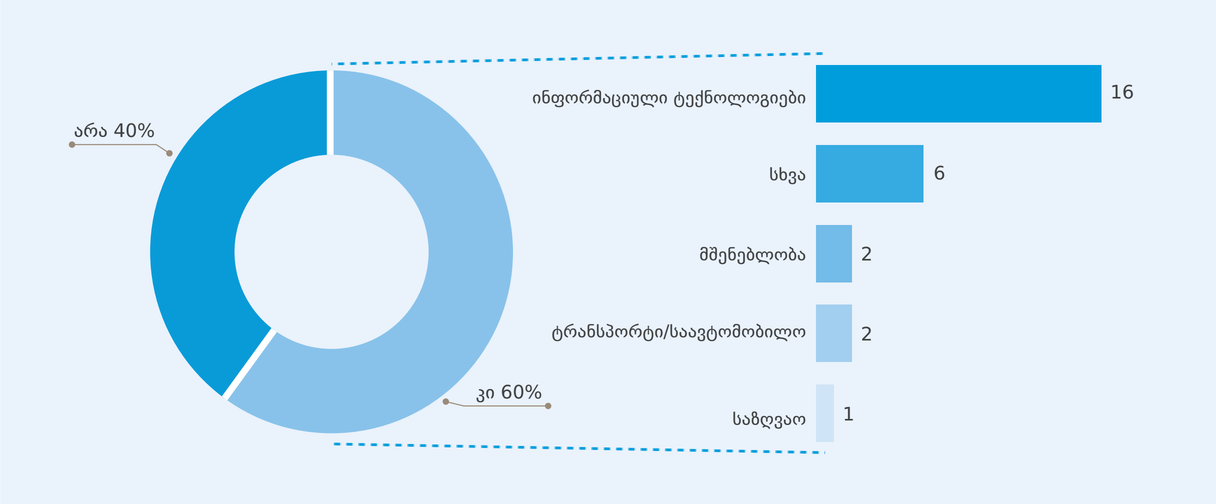
20 ხელმისაწვდომია: https://www.weps.org/principle/education-and-training-career-advancement (ბოლოს ნანახია 20.02.2021).

გაეროს ქალთა ორგანიზაციის თანახმად, მენტორობას შეუძლია ბიზნესში პოზიტიური ორგანიზაციული კულტურული ცვლილების მოხდენა. მენტორინგი ხელს უწყობს დაწინაურებას და კარიერულ წინსვლას, და ასევე აუმჯობესებს კომპანიის საქმიანობას, პროდუქტიულობას, ორგანიზაციულ ეფექტურობას, მომხმარებელთა კმაყოფილებას და ინვესტიციების მოზიდვას.

29-ე სურათის მიხედვით, ონლაინ გამოკითხული რესპონდენტების 60% ხელს უწყობს ქალთა ჩართულობასა და დასაქმებას საქმიანობის არატრადიციულ სფეროებში. კომპანიების 40%-მა ასეთ სფეროდ ინფორმაციული ტექნოლოგიები დაასახელა. კომპანიების 15%-ის მიერ დასახელებული სხვა სფეროები მოიცავს სოფლის მეურნეობას, უსაფრთხოებას, კურიერულ სერვისებს და წარმოებას.

სურათი 29

კომპანიები, რომლებიც ხელს უწყობენ ქალების ჩართულობას არატრადიციული საქმიანობის სფეროებში



n=40. შეკითხვა 51 – უწყობს თუ არა თქვენი კომპანია ხელს ქალების მონაწილეობას მათთვის არატრადიციულ სფეროებში/სამუშაოებში?
n=24. შეკითხვა 52 – რომელ კაცებით დომინირებულ სფეროებში/სამუშაოებში შეუწყო ხელი კომპანიამ ქალების მონაწილეობას?

კომპანიებმა სხვადასხვა მეთოდები გამოიყენეს ქალების წასახალისებლად ჩართულიყვნენ არატრადიციულ სფეროებში. ეს მიდგომები მოიცავს:

- სტიპენდიები და უფასო კურსები ქალი თანამშრომლებისთვის
- ქალ თანამშრომლებზე მორგებული ტრენინგები
- ანაზღაურებადი სტაჟირება
- სოციალურ მედიაში კამპანიების წარმოება
- ღონისძიებები, სადაც ქალი სპიკერები საუბრობენ საკუთარ გამოცდილებაზე

პრინციპი 5:
საწარმოების, მიწოდების ჯაჭვისა და მარკეტინგული პრაქტიკის განვითარება ქალთა გაძლიერების მიზნით

კომპანიებს აქვთ შესანიშნავი შესაძლებლობა, გენდერული თანასწორობის მიღწევას მომწოდებლებთან ურთიერთობის გზით შეუწყონ ხელი. მათ ასევე შეუძლიათ გენდერული თანასწორობის ღირებულებების პოპულარიზაცია მოახდინონ თავიანთ მარკეტინგულ კამპანიებში და ამით გააძლიერონ ქალები.[21]

მეხუთე პრინციპი მოუწოდებს კომპანიებს და ორგანიზაციებს ერთი მხრივ, მოითხოვონ ბიზნეს პარტნიორებისგან, კონტრაქტორების და მომწოდებლებისგან ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმოწერა და მეორე მხრივ, თავად დაამყარონ საქმიანი ურთიერთობები ქალ მეწარმეებთან და ქალთა კუთვნილ ბიზნესებთან. მეხუთე პრინციპის განმახორციელებელი ხელმომწერები მუდმივად ცდილობენ ქალებს შესთავაზონ ისეთი პროექტი ან/და მომსახურება, რომელიც მათ ფინანსებზე წვდომას გაუადვილებს და სისტემატურად შეისყიდიან პროდუქტს და მომსახურებას ისეთი კომპანიებიდან, რომლებიც ქალთა გაძლიერების საქმეში არის ჩართულნი. ამის გაკეთება სულაც არ მოითხოვს კომპანიების მხრიდან კომპრომისზე წასვლას და ხარისხზე, ეფექტურობაზე და ხარჯების დაზოგვაზე თვალის დახუჭვას.[22]

მეხუთე პრინციპის განხორციელებისთვის, ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერებმა უნდა გადადგან შემდეგი ნაბიჯები:

- განავითარონ საწარმოს მართვის ისეთი მეთოდები, მიწოდების ჯაჭვი და მარკეტინგული პრაქტიკა, რომელიც ქალების გაძლიერებას შეუწყობს ხელს
- დაამყარონ ურთიერთობები ქალ მეწარმეებთან და ქალების მფლობელობაში არსებულ საწარმოებთან, მათ შორის, მცირე ბიზნესებთან
- თავიანთი პროდუქტები და მომსახურებები მოარგონ ქალთა საჭიროებებს
- პატივი სცენ ქალების ღირსებას კომპანიის მარკეტინგულ თუ სხვა საქმიანობაში.[23]

პარტნიორი ორგანიზაციების წარმომადგენლები აღნიშნავენ, რომ მეხუთე პრინციპი ყველაზე რთული განსახორციელებელი აღმოჩნდა კომპანიებისთვის. მთავარ გამოწვევად დასახელებული იყო ქალთა გაძლიერების პრინციპების ინტეგრირება შესყიდვების პროცესში, შესყიდვების არსებული წესებისა და რეგულაციების გადახვევა და ქალი მეწარმეებისთვის და ქალთა კუთვნილი ბიზნესებისთვის პრიორიტეტის მინიჭება.

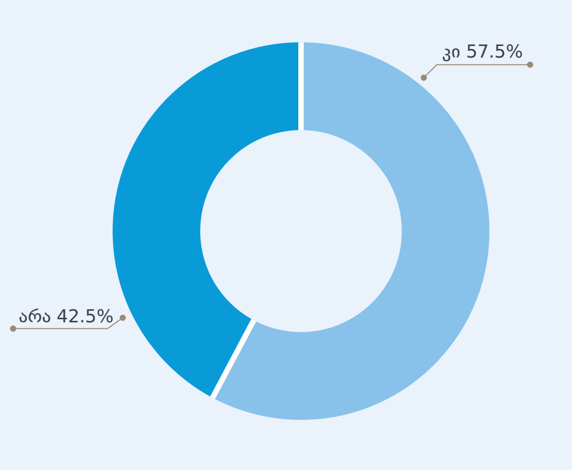
გაეროს ქალთა ორგანიზაციის თანახმად, მომწოდებლების მონაცემთა ბაზის დივერსიფიცირება და ქალი მეწარმეებისგან/ქალების კუთვნილი საწარმოებიდან პროდუქტის/მომსახურების შეძენა უზრუნველყოფს ქალი მომწოდებლების შესაძლებლობების გაზრდასა და მათი ბიზნეს კავშირებსა და შემოსავლის მდგრად წყაროებზე წვდომას.

30-ე სურათის მიხედვით, გამოკითხული კომპანიების ნახევარზე მეტმა საქმიანი ბიზნეს კავშირები დაამყარა ქალ მეწარმეებთან.

21 გაეროს ქალთა ორგანიზაცია, თანასწორობა ბიზნესში: გენდერული თანასწორობა საქართველოს ბიზნეს სექტორის წარმატების საფუძველი
22 გაეროს ქალთა ორგანიზაცია, ერთად მუშაობის ძალა.
23 გაეროს ქალთა ორგანიზაცია, თანასწორობა ბიზნესში: გენდერული თანასწორობა საქართველოს ბიზნეს სექტორის წარმატების საფუძველი.

სურათი 30

კომპანიები, რომლებმაც დაამყარეს ბიზნეს ურთიერთობები ქალ მეწარმეებთან და ქალთა კუთვნილ ბიზნესებთან



n=40. შეკითხვა 57 – დაამყარა თუ არა კომპანიამ ბიზნეს ურთიერთობები ქალთა კუთვნილ ბიზნესებთან, ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობის დაწყებიდან?

კომპანიები სხვადასხვა მიდგომებს იყენებენ ქალთა კუთვნილ ბიზნესებთან სამუშაოდ, მათ შორისაა:

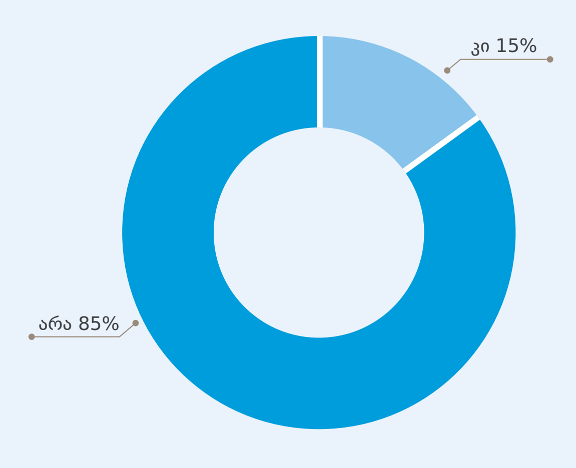
- ქალთა მფლობელობაში არსებული ბიზნესების მომწოდებელთა საძიებო და შერჩევის სისტემაში ჩასმა
- პროდუქტის/მომსახურების შეძენა, მათ შორის კორპორატიული საჩუქრების შეძენა ახალი წლისთვის, ქალთა მფლობელობაში არსებული ბიზნესებიდან
- შესყიდვების პროცესზე სტაჟირების, ტრენინგის და შეხვედრების ორგანიზება
- pro-bono მომსახურების შეთავაზება

გაეროს ქალთა ორგანიზაციის თანახმად, ქალები ხშირად აწყდებიან ბარიერებს, რომელიც დაკავშირებულია ინფორმაციაზე წვდომასთან, საჭირო უნარებისა და ცოდნის შეძენასთან, რეალიზაციის ბაზრებსა და ფინანსებზე წვდომასთან, საჭირო კავშირების დამყარებასა და მომსახურებების მიღებასთან. სწორედ ამიტომ, კომპანიის პროდუქტები და მომსახურებები მუდმივად უნდა იხვეწებოდეს და ითვალისწინებდეს ქალთა განსაკუთრებულ საჭიროებებს. მაგალითად, კომპანიებს ფინანსურ სექტორში კარგი შესაძლებლობა აქვთ ქალებს დაეხმარონ ფინანსებზე წვდომაში, რაც არსებით გამოწვევას წარმოადგენს ბევრი ქალისთვის.

როგორც 31-ე სურათზე ჩანს, რესპონდენტების მხოლოდ 15%-მა შექმნა ახალი პროდუქტი ან სერვისი, რომელიც კონკრეტულად ქალების საჭიროებებზეა მორგებული.

სურათი 31

კომპანიები, რომლებმაც შექმნეს ქალების საჭიროებებზე მორგებული ახალი პროდუქტი

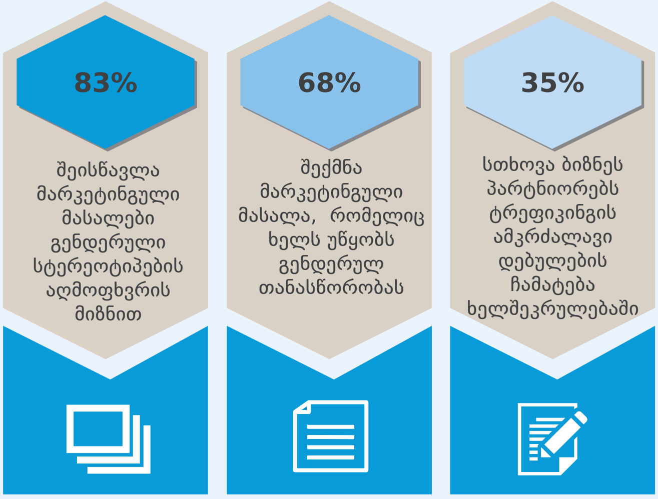


n=40. შეკითხვა 59 – ხომ არ შეუქმნია თქვენს კომპანიას ისეთი ახალი პროდუქტი, რომელიც კონკრეტულად ქალების საჭიროებებზეა მორგებული?

რესპონდენტი კომპანიების მიერ შექმნილი ზოგიერთი ასეთი პროდუქტი ან სერვისი მოიცავს:

- ვებ პლატფორმას ქალებისთვის
- პოდკასტების სერიას ქალებზე
- კოდირების სკოლას ქალებისთვის
- ქალთა კორპორატიულ ობლიგაციებს
- უფასო საკონსულტაციო მომსახურებას ქალებისთვის
- სამედიცინო მომსახურებას ფასდაკლებით
- ბიზნესის შეფასებისა და სადაზღვევო პაკეტებს ქალებისთვის.

ქალთა გაძლიერების პრინციპების მიხედვით, „ქალებისა და გოგოების უარყოფით კონტექსტში მოხსენიება, ან დამამცირებელი წარმოჩენა არის ერთ-ერთი ყველაზე დიდი ბარიერი გენდერული თანასწორობისთვის. გენდერულად მგრძნობიარე კომუნიკაციას, ქალების და კაცების თანაბარ, ავთენტურ როლებში გამოსახვას, შეუძლია შეცვალოს წარმოდგენები, სტერეოტიპები და მნიშვნელოვნად დააჩქაროს საზოგადოებისთვის სასარგებლო ცვლილებები“[24]. ანალიზის მიხედვით, რესპონდენტთა 83%-მა შეისწავლა თავისი კომპანიის მარკეტინგული მასალები სტერეოტიპული შინაარსის აღმოფხვრის მიზნით, 68%-მა შექმნა მარკეტინგული მასალები, რომელიც ხელს უწყობს საზოგადოებაში გენდერული თანასწორობის დამკვიდრებას და 35%-მა სთხოვა ბიზნეს პარტნიორებს დაემატებინა ტრეფიკინგის ამკრძალავი დებულებები კონტრაქტებში.



n=40. შეკითხვა 54 – ახდენს თუ არა თქვენი კომპანია მარკეტინგული და სარეკლამო მასალის გადახედვას გენდერული სტერეოტიპების აღმოფხვრის მიზნით?
n=40. შეკითხვა 55 – ამზადებს თუ არა თქვენი კომპანია ისეთ მარკეტინგულ ან სარეკლამო მასალას, რომელიც ხელს უწყობს გენდერულ თანასწორობას?
n=40. შეკითხვა 56 – სთხოვს თუ არა თქვენი კომპანია თავის ბიზნეს პარტნიორებს/მიმწოდებლებს ადამიანით ვაჭრობისა და შრომითი თუ სხვა სახის ექსპლუატაციის ამკრძალავი პუნქტების დამატებას ხელშეკრულებებში?

24 ხელმისაწვდომია: https://www.weps.org/principle/enterprise-development-supply-chain-and-marketing-practices (ბოლოს ნანახია 20.02.2021).

პრინციპი 6:
თანასწორობის ხელშეწყობა საზოგადოებრივი ინიციატივების და ადვოკატირების გზით

კომპანიებს სხვადასხვა შესაძლებლობები აქვთ ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მაგალითი მისცენ ფართო საზოგადოებას.[25] გენდერული თანასწორობის მისაღწევად მათ მნიშვნელოვანი როლის შესრულება შეუძლიათ სოციალური პასუხისმგებლობის პროექტების მეშვეობით ისეთ სფეროებში, როგორიცაა: ჯანდაცვა, სპორტი, ხელოვნება, კულტურა და გარემოს დაცვა; ასევე, სხვა ინიციატივების, მაგალითად, საგრანტო პროგრამების განხორციელების გზით.[26]

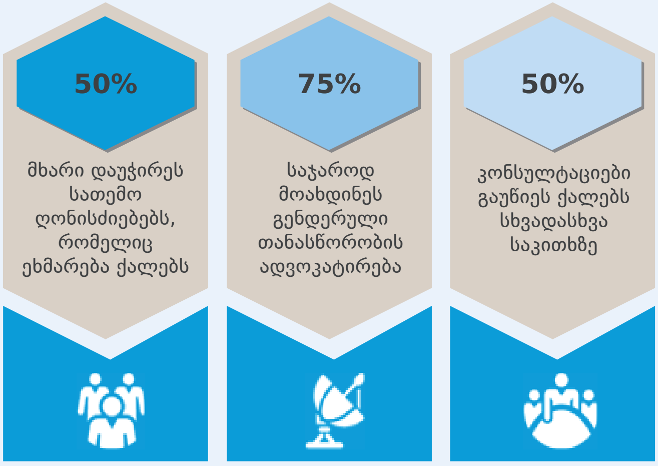
პრინციპი 6 მოუწოდებს კომპანიებს ხელი შეუწყონ გენდერულ თანასწორობას საზოგადოებრივი ინიციატივების და ადვოკატირების გზით. ქალთა გაძლიერების პრინციპების მიხედვით, „კომპანიები სულ უფრო მეტ ინვესტირებას ახდენენ სათემო განვითარების პროგრამებში იმისთვის, რომ ღირებული, ეფექტური და საპასუხისმგებლო წვლილი შეიტანონ გენდერული თანასწორობის და ქალთა გაძლიერების პროცესში. ისინი აქტიურად უნდა მონაწილეობდნენ და კონსულტაციებს უწევდნენ ქალებს და გოგოებს მათი მოსაზრებების, საჭიროებების და მისწრაფებების გახმოვანებაში."[27]

პრინციპი 6-ის განხორციელებისთვის, ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერებმა უნდა გადადგან შემდეგი ნაბიჯები:

- ითანამშრომლონ ბიზნეს პარტნიორებთან, მომწოდებლებსა და საზოგადოებრივ ლიდერებთან, რათა ჩართულობის ხელშეწყობის მიზნით გავლენა მოახდინონ საზოგადოებაზე
- ითანამშრომლონ საზოგადოების დაინტერესებულ მხარეებთან, ოფიციალურ პირებთან და სხვებთან დისკრიმინაციის აღმოფხვრისა და ქალებისა და გოგოებისთვის მეტი შესაძლებლობების უზრუნველყოფის მიზნით
- გამოიყენონ ფილანთროპიული და საგრანტო პროგრამები, მოუწოდონ სხვა კომპანიებს მხარი დაუჭირონ ადამიანის უფლებების დაცვასა და გენდერულ თანასწორობას.[28]

ჩატარებული კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით საზოგადოებაში ქალების მხარდაჭერისთვის რესპონდენტების ნახევარმა მხარი დაუჭირა სათემო განვითარების ღონისძიებებს; რესპონდენტების 75%-მა საჯაროდ მოახდინა გენდერული თანასწორობის ადვოკატირება; და 50%-მა სამუშაო ადგილის გარეთ ქალებს კონსულტაციები გაუწია სხვადასხვა საკითხზე. ბევრმა ხელმომწერმა დაასაქმა და სათემო კარიერული გადამზადების შესაძლებლობები შესთავაზა საზოგადოებაში ქალებსა და გოგოებს, მათ შორის არატრადიციულ, კაცებით დომინირებულ სექტორებში. ამ ტიპის ღონისძიებების მასშტაბი ცხადყოფს, რომ სულ უფრო მეტი კომპანია გამოხატავს გენდერული თანასწორობის მიმართ ერთგულებას, რაც საქართველოში ბიზნეს სექტორზე ქალთა გაძლიერების პრინციპების პოზიტიურ გავლენას ასახავს.

25 გაეროს ქალთა ორგანიზაცია, თანასწორობა ბიზნესში: გენდერული თანასწორობა საქართველოს ბიზნეს სექტორის წარმატების საფუძველი
26 იქვე.
27 ხელმისაწვდომია: https://www.weps.org/principle/community-initiatives-and-advocacy.
28 გაეროს ქალთა ორგანიზაცია, თანასწორობა ბიზნესში: გენდერული თანასწორობა საქართველოს ბიზნეს სექტორის წარმატების საფუძველი.



n=40. შეკითხვა 61 – აწყობს თუ არა თქვენი კომპანია თემის მხარდაჭერის ღონისძიებებს ქალების დახმარების მიზნით?
n=40. შეკითხვა 62 – ახდენს თუ არა თქვენი კომპანია გენდერული თანასწორობის საჯარო მხარდაჭერას/ადვოკატირებას?
n=40. შეკითხვა 64 – აწყობს თუ არა თქვენი კომპანია საკონსულტაციო/ან სხვა სახის შეხვედრებს ქალებთან კომპანიის გარეთ?

ჩაღრმავებული ინტერვიუების დროს პარტნიორი ორგანიზაციების წარმომადგენლებმა აღნიშნეს, რომ პრინციპების შესრულება, რომელიც ფინანსურ რესურსებს საჭიროებს, უფრო რთულია განსახორციელებლად ხელმომჭერი კომპანიებისთვის. მიუხედავად ამისა, რესპონდენტი კომპანიები სხვადასხვა მეთოდებს იყენებენ, რომელიც არ საჭიროებს დანახარჯებს გენდერული თანასწორობის ადვოკატირებისთვის, მათ შორის:

- გენდერული თანასწორობის შესახებ საკუთარ სოციალურ მედიაში განაცხადის გაკეთება (ყველაზე პოპულარული არჩევანი)
- გენდერული ძალადობის წინააღმდეგ 16 დღიან კამპანიაში მონაწილეობა
- გენდერული სახელფასო სხვაობის შესახებ სატელევიზიო პროგრამის მომზადება[29]
- ქალების გადამზადება სხვადასხვა პროფესიაში
- ქალი მეწარმეების მხარდაჭერა მათთვის ბრენდირების და მარკეტინგის უფასო მომსახურებების შეთავაზებით
- ისეთი მარკეტინგული მასალების გამოქვეყნება, რაც საზოგადოებაში სტერეოტიპების დამსხვრევას უწყობს ხელს.

გაეროს ქალთა ორგანიზაციის წარმომადგენლები მიიჩნევენ, რომ ზოგიერთმა კომპანიამ წაახალისა გენდერული თანასწორობა სათემო ინიციატივების და ადვოკატირების გზით, როგორც ეს ქვემოთ მოცემულ მაგალითებშია:

- ლიბერთი ბანკმა შეიმუშავა ონლაინ ტრენინგი ქალი მეწარმეებისთვის ისეთ საკითხებზე, როგორიცაა მოლაპარაკებები, ბიზნესის მართვის ძირითადი ინსტრუმენტები, მარკეტინგის და გაყიდვების სტრატეგია. ტრენინგის სერიები ხელმისაწვდომი იყო ქალი მეწარმეებისთვის და ფერმერებისთვის.
- 2020 წელს კომპანია LAB-მა უმასპინძლა ონლაინ ღონისძიებას სახელწოდებით „ქალები

29 ხელმისაწვდომია: https://www.facebook.com/TV25ge/videos/388469372539459

და ინფორმაციული ტექნოლოგიები“ ახალგაზრდა ქალების და გოგოების ჩართულობის გასაზრდელად IT სექტორში. ღონისძიების დროს კერძო და არასამთავრობო სექტორის წარმომადგენლებმა იმსჯელეს ქალების როლზე ტექნოლოგიებში, მათ შორის გამოწვევებზე და შესაძლებლობებზე და როგორ შეუძლიათ ქალებს შეცვალონ ინფორმაციული ტექნოლოგიების სამყარო.

- „ფონდ ტასოსთან“ თანამშრომლობით მიკროსაფინანსო ორგანიზაცია „კრისტალმა“ განახორციელა სამი სათემო ინიციატივა: ცაგერის მუნიციპალიტეტში სასმელი წყლით უზრუნველყო 25 ოჯახი; გურიაში, ლანჩხუთის რაიონის სოფელ გულიანში გახსნა სამედიცინო ამბულატორია და რაჭაში, ონის რაიონის სოფელ პიპილეთში გახსნა საჯარო ბიბლიოთეკა.

- საყოველთაოდ გავრცელებული სტერეოტიპის დანგრევის მიზნით, რომ ქალები ცუდი მძღოლები არიან, კომპანია „სოკარმა“ ბენზინგასამართ სადგურებში დაარიგა სპეციალური სტიკერები, რათა დაეძლია ეგრეთწოდებული სტერეოტიპი „მამაკაცური პროფესიების“ შესახებ. კომპანიის მიერ შემუშავებული იყო ვიდეო მერი გვასალიას, ქალი მექანიკოსის მონაწილეობით. ვიდეოში მერი ლიცენზირებული მრბოლელია, რომელმაც კარგად იცის მანქანების შეკეთება. კამპანია ძალიან სწრაფად გახდა პოპულარული ონლაინ სივრცეში და აჩვენა, რომ ქალს კარგად შეუძლია „კაცის სამუშაოს“ შესრულება.

- 2018 წელს აჭარა ჯგუფმა ჩაატარა ცნობიერების ამაღლების ტრენინგი ქალთა მიმართ ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლის შესახებ ყაზბეგის მუნიციპალიტეტის თემებში, სადაც კომპანიამ წამოიწყო პროექტი ძალადობა გამოვლილი ქალების დასაქმების მიზნით. პროექტის შედეგად, სამი ქალი წარმატებით დასაქმდა კომპანიაში.

პრინციპი 7:
გენდერული თანასწორობის მიზნების მიღწევის პროგრესის გაზომვა და საჯაროდ ანგარიშგება

მეშვიდე პრინციპი ანგარიშგებისა და გამჭვირვალობის მნიშვნელობაზე ამახვილებს ყურადღებას და მოუწოდებს კომპანიებს, გაასაჯაროონ თავიანთი გენდერული თანასწორობის პრაქტიკა, პოლიტიკა და პროგრესი, ასევე დაგეგმონ, გაზომონ და ყოველწლიური ანგარიში წარმოადგინონ გენდერულად ჩაშლილი მონაცემების საფუძველზე. ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერებს რეკომენდაცია ეძლევათ გამოიყენონ შიდა გენდერული აუდიტის ინსტრუმენტი კომპანიაში გენდერული თანასწორობისადმი სტრატეგიული მიდგომის განსაზღვრის, უწყვეტი გაუმჯობესების, ხარვეზების აღმოფხვრის და მიზნების თუ ამოცანების დადგენისთვის.[30] ქალთა გაძლიერების პრინციპების მიხედვით, „გამჭვირვალობა და ანგარიშვალდებულება საჭიროა კომპანიისთვის პირნათლად შეასრულოს ის ვალდებულებები, რაც მან აიღო გენდერული თანასწორობის მიღწევის საქმეში სამუშაო ადგილზე, საბაზრო ურთიერთობებში და საზოგადოებაში."[31]

პროგრესის გაზომვა და არსებულ პოლიტიკასა და პროცესებში ხარვეზების გამოვლენა კომპანიას შესაძლებლობას აძლევს უფრო ეფექტურად დაგეგმოს მომდევნო ინიციატივები. კომპანიებს სტანდარტული პარამეტრების გამოყენებით შეუძლიათ თავიანთი პროგრესი სხვა კომპანიების პროგრესს შეადარონ და დაინტერესებულ მხარეებს წარუდგინონ. სწორედ ამ პრინციპის ნაწილია ყოველწლიური ანგარიშები კომპანიის გენდერული თანასწორობის პოლიტიკის, გეგმებისა და საქმიანობის შესახებ - ჩაშლილი გენდერული თანასწორობის ინდიკატორების მიხედვით.[32]

ჩაღრმავებული ინტერვიუების დროს გამოვლინდა, რომ მეშვიდე პრინციპი ერთ-ერთი ყველაზე მეტად რთული პრინციპია კომპანიებისთვის შესასრულებლად, რადგან ანგარიშგება და მონიტორინგი საჭიროებს დამატებით ადამიანურ რესურს, რაც კომპანიებს ხშირად არ აქვთ. 33-ე სურათის მიხედვით, კომპანიების 83% პერიოდულად ახდენს გენდერული სამოქმედო გეგმების გადახედვას. 32-ე სურათი აჩვენებს, რომ გამოკითხვაში მონაწილეთა 63%-მა დაიწყო სქესის ჭრილში დანაწევრებული მონაცემების შეგროვება, რაც აუცილებელია გენდერული სტატისტიკის მისაღებად და რაც საშუალებას იძლევა გაიზომოს ქალს და კაცს შორის სხვაობა სხვადასხვა სოციალურ და ეკონომიკურ განზომილებაში.[33] კომპანიები, რომელთა პასუხი 32-ე სურათზე გამოსახულ შეკითხვაზე იყო „არა", ძირითადად არიან - საშუალო ზომის კომპანიები (46%), დიდი ზომის კომპანიები (27%) და მცირე ზომის კომპანიები (27%). ეს კომპანიები წარმოადგენენ შემდეგ სექტორებს: საფინანსო და სადაზღვევო (20%), განთავსების საშუალებებით უზრუნველყოფის და საკვების მიწოდების საქმიანობები (13%) და ინფორმაცია და კომუნიკაცია (13%).

30 გაეროს ქალთა ორგანიზაცია, თანასწორობა ბიზნესში: გენდერული თანასწორობა საქართველოს ბიზნეს სექტორის წარმატების საფუძველი.

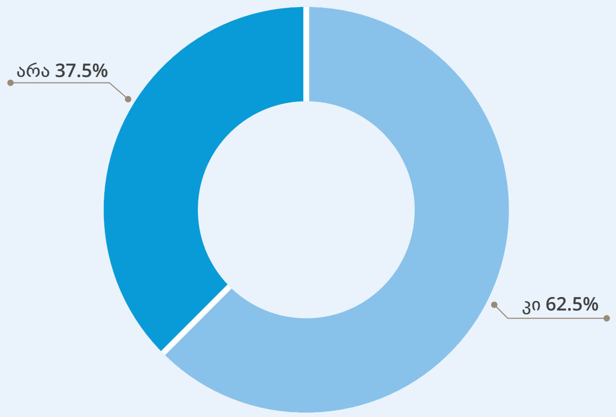
31 ხელმისაწვდომია: https://www.weps.org/principle/measurement-and-reporting (ბოლოს ნანახია 20.02.2021).

32 გაეროს ქალთა ორგანიზაცია, თანასწორობა ბიზნესში: გენდერული თანასწორობა საქართველოს ბიზნეს სექტორის წარმატების საფუძველი.

33 იხილეთ https://eige.europa.eu/gender-mainstreaming/methods-tools/sex-disaggregated-data

სურათი 32

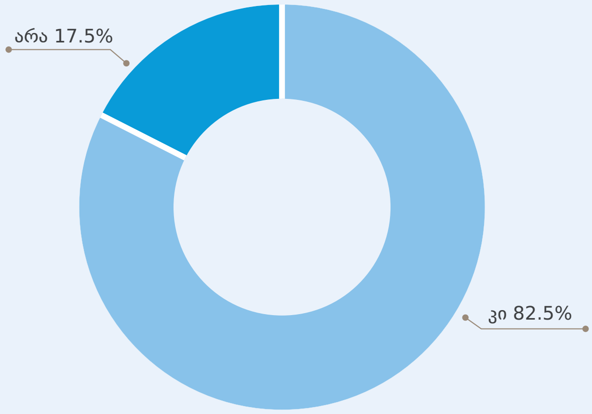
კომპანიები, რომლებმაც დაიწყეს სქესის ჭრილში დანაწევრებული ინფორმაციის შეგროვება გარკვეულ სფეროებში



n=40. შეკითხვა 23 – დაიწყო თუ არა კომპანიამ სქესის ჭრილში დანაწევრებული ინფორმაციის შეგროვება / წარმოება?

სურათი 33

კომპანიები, რომლებიც ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმოწერის შემდეგ პერიოდულად ახდენენ გენდერული სამოქმედო გეგმის გადახედვას



n=40. შეკითხვა 25 – ახდენს თუ არა კომპანია გენდერული სამოქმედო გეგმის პერიოდულ გადახედვას?

თავი V.

კოვიდ 19-ის გავლენა ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელებაზე

კოვიდ 19 რისკის ქვეშ აყენებს გენდერული თანასწორობის კუთხით არსებულ მიღწევებს. მიმდინარე პანდემიამ შოკურ მდგომარეობაში ჩააგდო გლობალური ეკონომიკა, მაგრამ ყველაზე მეტად გავლენა სწორედ ქალებზე იქონია და საფრთხის წინაშე დააყენა ათწლეულების მანძილზე ნაგროვები გენდერული თანასწორობის მიღწევები.[34] ტექნოლოგიებზე, ფინანსურ და სხვა არაფინანსურ მომსახურებებზე, მიწოდების ჯაჭვებზე უთანასწორო წვდომა, გაზრდილი ზრუნვისა და ოჯახური პასუხისმგებლობები, ძალადობის გაზრდილი რისკი ოჯახში და სამუშაო ადგილზე, არის ქალთა ეკონომიკურ შესაძლებლობებზე კოვიდ 19-ის გავლენის ზოგიერთი მაგალითი.

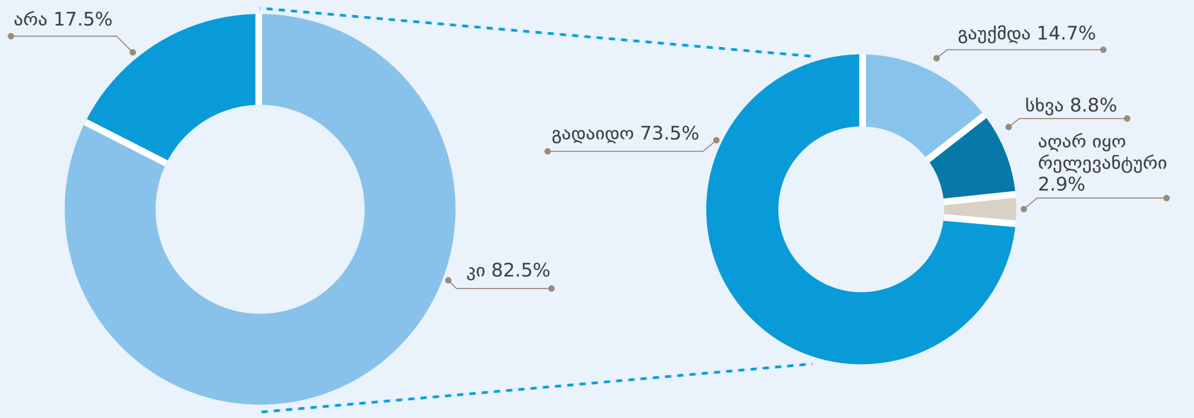
კოვიდ 19-მა მნიშვნელოვანი ზეგავლენა მოახდინა კერძო სექტორის საქმიანობაზე და ბიზნესის თითქმის ყველა მიმართულებით, როგორიცაა შემოსავლები, დასაქმება და ასევე, ფინანსებზე წვდომა. პარტნიორი ორგანიზაციის წარმომადგენლები, რომლებიც კერძო სექტორს უწევენ კონსულტაციას ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელებაზე, აღნიშნავენ, რომ ტურიზმის სექტორმა ყველაზე დიდი დარტყმა კოვიდ 19-ის შედეგად მიიღო, რამაც ამ კომპანიების მხრიდან ქალთა გაძლიერების პრინციპების ფარგლებში დაგეგმილი აქტივობების გადავადება და ხშირ შემთხვევაში გაუქმებაც კი გამოიწვია. ხაზგასმით აღინიშნა, რომ კოვიდ 19-ის დროს ყველაზე მნიშვნელოვანი ცვლილება იყო კომპანიის დამოკიდებულების და მიდგომების შეცვლა თანამშრომლების რეალური საჭიროებების მიმართ. პანდემიის დასაწყისში გაეროს ქალთა ორგანიზაციამ შეიმუშავა კითხვარი თანამშრომლების საჭიროებების კვლევაზე კოვიდ 19-ის პერიოდში და გაუზიარა ის ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერ კომპანიებს. ამ კვლევის მიზანი პანდემიის პერიოდში თანამშრომლების კეთილდღეობის კვლევა იყო.

როგორც 34-ე სურათზე ჩანს, ონლაინ გამოკითხულთა უმრავლესობამ (83%) აღნიშნა, რომ კოვიდ 19-მა გავლენა იქონია ქალთა გაძლიერების პრინციპების ფარგლებში დაგეგმილ მიზნებსა და გეგმებზე. ბევრ კომპანიას მოუხდა აქტივობების გადავადება (რესპონდენტების 74%), ბევრმა გააუქმა ის აქტივობები, რომელსაც გეგმავდა (15%) და ზოგიერთი კომპანიისათვის აღნიშნული აქტივობების განხორციელებამ საერთოდ აზრი დაკარგა (3%). კომპანიები, რომლებმაც პასუხად აირჩიეს „სხვა“ აცხადებენ, რომ მათ შეცვალეს გეგმები და დაგეგმილი ღონისძიებები ონლაინ ჩაატარეს.

34 ხელმისაწვდომია (ინგლისურ ენაზე): https://www.weps.org/sites/default/files/2020-12/Bridging_the_Gap_UN_Women_IFC_1.pdf (ბოლოს ნანახია 7.11.2021).

სურათი 34

კომპანიები, რომლებმაც განაცხადეს ქალთა გაძლიერების პრინციპების სამოქმედო გეგმით განსახორციელებელ აქტივობებზე კოვიდ 19-ის გავლენის შესახებ

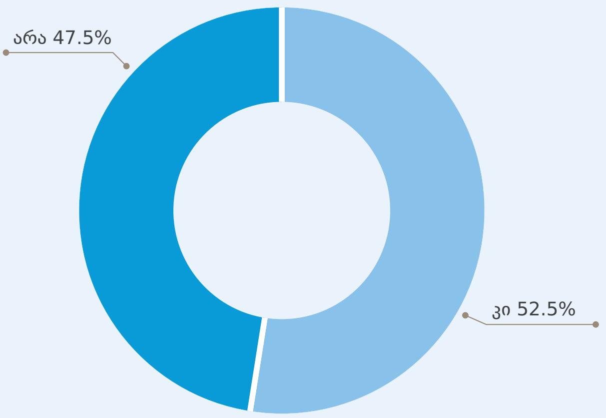


n=40. შეკითხვა 12 – მოახდინა თუ არა გავლენა კოვიდ 19-მა ქალთა გაძლიერების პრინციპების სამოქმედო გეგმაში დაგეგმილ აქტივობებზე?
n=33. შეკითხვა 13 – რა გავლენა მოახდინა კოვიდ 19-მა ქალთა გაძლიერების პრინციპების სამოქმედო გეგმაში დაგეგმილი აქტივობების კუთხით?

მიუხედავად იმისა, რომ კოვიდ 19-მა უარყოფითი გავლენა იქონია ბიზნესზე და ქალთა გაძლიერების პრინციპებთან დაკავშირებული აქტივობების განხორციელებაზე, ბევრმა კომპანიამ მაინც შეძლო გამოეძებნა ინოვაციური გზები ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელების მიზნით, როგორც ეს 35-ე სურათზეა ნაჩვენები.

სურათი 35

კომპანიების წილი, რომელთაც კოვიდ 19-მა უბიძგა ქალთა გაძლიერების პრინციპების ფარგლებში ახალი აქტივობების განხორციელებისკენ



n=40. შეკითხვა 14 – გიბიძგათ/გაიძულათ თუ არა კოვიდ 19-მა ქალთა გაძლიერების მიმართულებით ახალი აქტივობების განხორციელებისკენ?

პანდემიის დასაწყისში რესპონდენტმა კომპანიებმა გადაწყვიტეს კოვიდ 19-ზე რეაგირება მოეხდინათ ქალების, მათ შორის თანამშრომლების, მომწოდებლების და საზოგადოების წევრების გაძლიერების მიზნით. ეს რეაგირება ძირითადად შემდეგი ექვსი მიმართულებით განხორციელდა: 1. თანამშრომლების კეთილდღეობაზე და ფსიქიკურ ჯანმრთელობაზე ზრუნვა; 2. თანამშრომლებისთვის მოქნილი სამუშაო გრაფიკის შეთავაზება და ოჯახზე მორგებული პოლიტიკის დანერგვა; 3. ციფრულ ტექნოლოგიებზე და პლატფორმებზე თანაბარი წვდომის უზრუნველყოფა; 4. ფინანსურ და არაფინანსურ რესურსებზე თანაბარი წვდომის უზრუნველყოფა; 5. ქალების მიერ მართული ბიზნესების მხარდაჭერა და მათი მიწოდების ჯაჭვებში ჩაბმა; 6. გენდერული ძალადობის შესახებ ცნობიერების ამაღლება და პრევენცია.

ჩაღრმავებულ ინტერვიუებში პარტნიორი ორგანიზაციების წარმომადგენლებმა აღნიშნეს, რომ პანდემიის დროს მნიშვნელოვნად გაიზარდა ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერი კომპანიების მხრიდან ქალებისთვის ჩატარებული ონლაინ ტრენინგების რაოდენობა. მიუხედავად ამისა, რეგიონებში პრობლემური იყო ონლაინ ტრენინგებზე ქალების თანაბარი წვდომის უზრუნველყოფა ინტერნეტისა და შესაფერისი ტექნოლოგიების არარსებობის გამო. კომპანიებმა პანდემიის დროს სხვა ინოვაციური გზებიც გამონახეს ქალების გასაძლიერებლად; მაგალითად, როგორიცაა:

- მეწარმე ქალებისთვის თავიანთი პროდუქციისთვის/მომსახურებისთვის ვიზუალური მასალის დამზადება
- თანამშრომლებისთვის შეთავაზებული მოქნილი სამუშაო პირობები
- კომპანიის სოციალური მედიის გვერდზე გენდერული თანასწორობის შესახებ ინფორმაციის განთავსება
- სამსახურში აყვანის დისტანციური/ონლაინ ფორუმის გამართვა
- კოვიდ 19-ის უარყოფითი შედეგების თავიდან აცილებისთვის აუცილებელ ზომებზე ქალი მეწარმეებისთვის რჩევების მიცემა.

გაეროს ქალთა ორგანიზაციის წარმომადგენლების ცნობით, ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერმა კომპანიებმა სხვა ინოვაციური გადაწყვეტილებებიც შესთავაზეს ქალებს პანდემიის პერიოდში, მაგალითად:

- კოვიდ 19-ის პანდემიის დროს, განგრძობადი ონლაინ განათლების შეთავაზების მიზნით, კომპანია LAB-მა ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტის სოფლად მცხოვრები 50 ქალი სტუდენტი უფასო ინტერნეტ პაკეტით უზრუნველყო.
- საქართველოს აუდიტორულმა კომპანიამ 29 ქალს უფასო საბუღალტრო მომსახურება, კონსულტაციები და მენტორინგი გაუწია ბუღალტერიასა და საგადასახადო საკითხებზე და ასევე, საგადასახადო დეკლარაციების ფორმების შევსებაზე.
- კოვიდ 19-ის პანდემიის საპასუხოდ, ტერაბანკმა შეისწავლა თავისი კლიენტების საჭიროებები და 50 კომპანიას შესთავაზა ტრენინგები ონლაინ ვაჭრობაზე, ბრენდირებაზე, მარკეტინგსა და სტრატეგიულ კომუნიკაციაზე. აღნიშნული 50 კომპანიიდან 42-ს ქალი ხელმძღვანელობს.
- როგორც საგანმანათლებლო პლატფორმამ, კანტის აკადემიამ სწრაფად მოახდინა რეაგირება კოვიდ 19-ის პანდემიისას და ახალგაზრდების ჯგუფებთან დაიწყო სტრესის მართვის და პირადი და პროფესიული განვითარების პროგრამების განხორციელება. ჯამში გადამზადდა 1 500 ახალგაზრდა. აკადემიამ, ასევე, დაიწყო ტრენინგ კურსი სტრესის მართვის ტექნოლოგიებზე სასკოლო ასაკის ბავშვებთან და მათ მშობლებთან პანდემიის დროს გამოვლენილ პრობლემებზე რეაგირების მიზნით. კანტის აკადემია აგრძელებს მშობლის სწავლების პროგრამას - ბავშვებსა და მშობლებს შორის კომუნიკაციის გაუმჯობესების მიზნით და ეხმარება მათ სტრესულ გარემოსთან შეგუებაში და ემოციების მართვაში.
- კოვიდ 19-ის ლოკდაუნის დროს ტელეკომპანია „მთავარმა არხმა“ პრაიმთაიმში გაუშვა სოციალური სარეკლამო რგოლი ოჯახში ძალადობის შესახებ, რომელიც შეიცავდა მსხვერპლებისთვის ხელმისაწვდომი სერვისების შესახებ ინფორმაციას.

თავი VI

ძირითადი მიგნებები

ამ თავში გაერთიანებულია სხვადასხვა რესურსებიდან მიღებული ინფორმაცია, მათ შორის ონლაინ გამოკითხვის, ჩაღრმავებული ინტერვიუების და კონკრეტული სიტუაციური მაგალითების ანალიზის საფუძველზე.

ნებისმიერი კომპანია, მიუხედავად მისი ზომისა, შეიძლება იყოს აქტიური და წარმატებული ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელებაში. არ არსებობს ზომასთან დაკავშირებული რაიმე კრიტერიუმი კომპანიის ჩართულობის წინასწარ განსასაზღვრად. წარმატება ძალიან ინდივიდუალურია თითოეული კომპანიისთვის და მეტწილად დამოკიდებულია კომპანიის ხელმძღვანელობაზე (მათ შორის, ხელმძღვანელის ღირებულებებზე), ზოგადად განზრახვაზე და კონკრეტულ მოტივაციაზე. შესაბამისად, მნიშვნელოვანია ინდივიდუალურად, თითოეული კომპანიის მაგალითზე, გათვალისწინებულ იქნას კომპანიების სტრუქტურა და მამოტივირებელი ფაქტორები, რათა უზრუნველვყოთ ხელმომწერი კომპანიების სრული ჩართულობა ქალთა გაძლიერების საქმეში.

თითოეული კომპანიის მიერ ქალთა გაძლიერების პრინციპების ცოდნის დონე და შემოერთების მოტივაცია არსებითია საწყის ეტაპზე. კომპანიები სხვადასხვა მიზეზების გამო უერთდებიან ქალთა გაძლიერების პრინციპებს. ზოგიერთ კომპანიას სრულად ესმის გენდერული თანასწორობის უპირატესობები, მაგრამ სხვები ამას საჯაროობისთვის აკეთებენ. კომპანიებს სჭირდებათ მნიშვნელოვანი მხარდაჭერა გაეროს ქალთა ორგანიზაციის და მისი პარტნიორი ორგანიზაციებისგან ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელების პროცესში. მნიშვნელოვანია კომპანიებს განემარტოთ, რომ ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმოწერა მიზნების სრულად გააზრებით და მათ შესრულებაზე პასუხისმგებლობის აღებით ხდება.

ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმოწერა და პირველადი ვალდებულების აღება ნაკლებ გამოწვევებს შეიცავს კომპანიებისთვის და კომპანიები ამას მეტი ენთუზიაზმით უდგებიან. თუმცა პრინციპების განხორციელების პროცესი, განსაკუთრებით კი საჭირო რესურსების გამოყოფა პრინციპების 2, 3, 5 და 7-ის განსახორციელებლად, უკვე რთული ხდება.

კომპანიები სხვადასხვა სახის სარგებელს იღებენ ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელებით. რესპონდენტების მიერ გამოკვეთილი სამი ძირითადი სარგებელი მოიცავს: (1) ძლიერ კორპორატიულ რეპუტაციას; (2) ქალთა სამუშაო ძალაში ჩართულობის გაზრდას, რაც ასევე ეხმარება საქართველოს ეკონომიკის ზრდას; და (3) ქალთა გაზრდილ პროდუქტიულობას სამუშაო ადგილზე.

ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერმა კომპანიებმა ჯამში 1 მილიონი ლარი დახარჯეს ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელებაზე. ხოლო ამ მიმართულებით განსახორციელებელი ინიციატივების დაგეგმვასა და შემდგომ განხორციელებას კომპანიის თანამშრომლებმა ჯამში 2,451 საათი დაუთმეს. რესპონდენტების მიერ განხორციელებული pro-bono აქტივობები მოიცავს მეწარმე ქალების ტრენინგებს, ქალების მიერ წარმოებული პროდუქტების პოპულარიზაციას და ბრენდირებას, ასევე, სხვა აქტივობებთან ერთად საზოგადოებაში ქალების მენტორინგს და ქოუჩინგს.

ბიზნესები დაინტერესებულნი არიან გაიგონ მეტი ქართული კომპანიების გამოცდილების შესახებ, თუ რამდენად გაუმჯობესდა გენდერული პარიტეტი და ქალთა გაძლიერება კომპანიის შიგნით, რამაც, თავის მხრივ, გავლენა იქონია კომპანიაში მოგების ზრდაზე. საერთაშორისო მაგალითების მოსმენა საინტერესოა, თუმცა სამომავლოდ, კომპანიებს უშუალოდ ქართული ბიზნესის გამოცდილების გაზიარება აინტერესებთ. აღნიშნული ხელს შეუწყობს, რომ უფრო მეტი კომპანია შეუერთდეს

ქალთა გაძლიერების პრინციპებს და უფრო ამბიციური ვალდებულებები აიღონ კომპანიებმა გენდერული თანასწორობის მიმართულებით.

გაეროს ქალთა ორგანიზაციის კიდევ უფრო მეტი მხარდაჭერის შემთხვევაში, კერძო სექტორს აქვს პოტენციალი გახდეს გენდერული თანასწორობის დღის წესრიგის მთავარი მხარდამჭერი და მამოძრავებელი ძალა. ის კომპანიები, რომლებსაც გათვითცნობიერებული აქვთ ქალთა გაძლიერების პრინციპების მნიშვნელობა, სრულ მხარდაჭერას უცხადებენ პრინციპებს და პრაქტიკაში ახორციელებენ მათ. ამის დასტურია ის, რომ ხელმომწერთა უმეტესობამ უკვე გამოხატა მზაობა ხელი შეუწყოს ქალთა გაძლიერებას და მოახდინა დროითი რესურსებისა და ფინანსების ინვესტირება ამ საქმეში. ხელმომწერმა კომპანიებმა ხაზი გაუსვეს იმ ფაქტს, რომ ქალთა გაძლიერების საქმეში აქტიური კომპანიები სამაგალითო გახდნენ იმავე სექტორის სხვა კომპანიებისთვის. სწორედ ამიტომ გამოცდილების გაზიარებას დიდი მნიშვნელობა აქვს კერძო სექტორისთვის. იმისთვის, რომ გაგრძელდეს პრინციპების მდგრადი განხორციელება კერძო სექტორს ესაჭიროება დამატებითი მხარდაჭერა და დახმარება გაეროს ქალთა ორგანიზაციისგან.

მიუხედავად იმისა, რომ კომპანიების უმეტესობა აგროვებს სქესის ნიშნით დანაწევრებულ მონაცემებს, დიდი და საშუალო ზომის კომპანიებისთვის აღნიშნული პროცესი გამოწვევებთან არის დაკავშირებული. სქესის ნიშნით დანაწევრებული მონაცემების შეგროვების და გაანალიზების საჭიროება კიდევ უფრო მწვავედ დგას დიდი და საშუალო ზომის კომპანიებში, მაშინ როდესაც ამ კომპანიებზე მოდის დასაქმების უფრო დიდი წილი. უნდა ითქვას, რომ დიდ და საშუალო ზომის კომპანიებს უფრო მეტი რესურსი აქვთ უზრუნველყონ ასეთი მონაცემების შეგროვება და ანალიზი და გამოიყენონ აღნიშნული მტკიცებულებები პოლიტიკის ისეთი დოკუმენტების შესამუშავებლად, რომელიც ხელს შეუწყობს გენდერულად თანასწორი და არადისკრიმინაციული გარემოს ჩამოყალიბებას სამუშაო ადგილას.

კომპანიებმა დადებითად შეაფასეს გაეროს ქალთა ორგანიზაციის მიერ მათთვის ქალთა გაძლიერების პრინციპების ფარგლებში გაწეული ტექნიკური მხარდაჭერისა და ექსპერტიზის ხარისხი. კომპანიებმა მიღებული დახმარების ხარისხი დაახასიათეს როგორც თანმიმდევრული და ექსპერტული და მომავალშიც ისურვეს აღნიშნული მხარდაჭერის გაგრძელება.

კომპანიების მაგალითები გენდერული მრავალფეროვნების მხარდასაჭერად

ბოლო ათწლეულის განმავლობაში კერძო სექტორი აქტიურად ჩაერთო გენდერული თანასწორობის მიღწევის საქმეში და შესაბამისად, დაგროვდა კომპანიების მხრიდან განხორციელებული ინოვაციური ინიციატივების ბევრი მაგალითი. გენდერულად მრავალფეროვანი სამუშაო ძალა გულისხმობს მეტი ნიჭიერი თანამშრომლის მოზიდვას, ამცირებს თანამშრომლების სამსახურიდან გადინებას და ზრდის კომპანიისადმი ნდობას კლიენტების და მომხმარებლების მხრიდან. მაკრო დონეზე გენდერული თანასწორობის მიღწევამ შეიძლება მსოფლიო ეკონომიკის 12 ტრილიონი დოლარით ზრდა გამოიწვიოს. თუმცა ამის საპირისპიროდ, დღესდღეობით მსოფლიოში ჩვენ ვხედავთ უამრავ მაგალითს, როდესაც ქალები აწყდებიან ბარიერებს სამუშაო ადგილზე, დაწყებული ძალადობიდან და შევიწროებიდან, გაგრძელებული ზრუნვისა და აუნაზღაურებელი შრომის არათანაბრად გადანაწილებული პასუხისმგებლობებით.

მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში გენდერული თანასწორობის საქმეში მრავალი კომპანიაა ჩართული, ბიზნესებს პროგრესის მისაღწევად ჯერ კიდევ სჭირდებათ პოლიტიკის კონკრეტული დოკუმენტების, გაზომვადი გენდერული ინდიკატორების და ანგარიშვალდებულების ძლიერი მექანიზმების მიღება. კონკრეტული კორპორატიული პრაქტიკის უფრო დეტალურად განხილვისას დავინახავთ შეუსაბამობას აღებულ ვალდებულებებსა და პრინციპების პრაქტიკაში განხორციელებას შორის. საბაზისო კვლევამ გამოავლინა, რომ განხორციელება, განსაკუთრებით კი ადეკვატური რესურსების გამოყოფა, უფრო რთული პრობლემაა, განსაკუთრებით ისეთ პრინციპებთან

მიმართებით როგორიცაა 2, 3, 5 და 7, ვიდრე, პრინციპების შესრულებაზე საჯაროდ პასუხისმგებლობის აღება.

მიუხედავად ამისა, რესპონდენტმა კომპანიებმა თავიანთ პასუხებში და ინტერვიუებში პოზიტიური ტენდეციები გამოავლინეს გენდერული თანასწორობის მიმართულებით საქმიანობის გაგრძელებასთან დაკავშირებით. ამის ზოგიერთი მაგალითი მოყვანილია ქვემოთ:

- საქართველოში ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერებს შორის ქალების მიერ კუთვნილი და მართული კომპანიების რიცხვის სტაბილურად ზრდა.
- ქალი მეწარმეებისა და ქალთა ბიზნესებიდან პროდუქტის/მომსახურების შესყიდვების სტაბილურად ზრდა.
- pro-bono აქტივობების ზრდა. აქ ძირითადად იგულისხმება ონლაინ ტრენინგები ქალი მეწარმეებისთვის (რომელზეც ხელმომწერმა კომპანიებმა საშუალოდ 2 451 საათი და დაახლოებით 122 550-დან 208 335 ლარამდე დახარჯეს).
- კომპანიების მხრიდან პოლიტიკის ახალი დოკუმენტების მიღება, როგორიცაა სამსახურში აყვანის პოლიტიკა, სექსუალური შევიწროების პრევენციისა და დისკრიმინაციის სხვა ფორმების ამკრძალავი პოლიტიკა (რაც საკმაოდ რთულია ქვეყნის კულტურულად მგრძნობიარე გარემოს გათვალისწინებით).

2021 წელი გადამწყვეტია მდგრადი განვითარების მიზნების 2030 წლის დღის წესრიგის მიღწევის პროცესში. მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის თანახმად, ქალთა ეკონომიკური გაძლიერების მიღწევას და ეკონომიკაში გენდერული სხვაობის აღმოფხვრას დაახლოებით 257 წელი დასჭირდება. მნიშვნელოვანია, რომ ბიზნესმა გააგრძელოს კრიტიკული როლის შესრულება გენდერული თანასწორობის მიღწევასა და ყველა ქალის და გოგოს გაძლიერებაში. ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელებასთან ერთად, კომპანიებმა მხარი უნდა დაუჭირონ საერთაშორისო სახელმძღვანელო პრინციპებს, როგორიცაა შრომის საერთაშორისო ორგანიზაციის კონვენცია „სამუშაო ადგილზე ძალადობისა და შევიწროების აღმოფხვრის შესახებ“ (No. 190) და გაეროს სახელმძღვანელო პრინციპები ბიზნესზე და ადამიანის უფლებებზე, და მონაწილეობა მიიღონ თანასწორობის თაობის ფორუმში (Generation Equality Forum), რომლის მიზანი აღებული ვალდებულებების კონკრეტულ ქმედებებად გადაქცევაა.

ამასთან ერთად, კრიტიკული მნიშვნელობა აქვს ქალთა გაძლიერების მიმართულებით არსებული ბიზნეს პრაქტიკის შესახებ უფრო მეტი მტკიცებულების შეგროვებას და ანგარიშგების გაუმჯობესებას.

თავი VII

რეკომენდაციები სამომავლო პროგრამული ინტერვენციებისთვის

ეს თავი გვთავაზობს ამ ანგარიშში წარმოდგენილი ანალიზის შედეგების საფუძველზე შემუშავებულ რეკომენდაციებს მომავალში პროგრამული ინტერვენციისთვის.

სტრატეგიული მიზნების და კონკრეტული სექტორების დაფარვის გაუმჯობესება

კვლევის შედეგები ცხადყოფს, რომ კომპანიის მახასიათებლები (მაგ. ზომა, საქმიანობის სფერო) არ ახდენს გავლენას კომპანიის ეფექტიანობაზე ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელების კუთხით. მაგრამ ნათელია, რომ არსებობს კონკრეტული სფეროები, რომლებსაც ჩართულობის უკეთესი გამოცდილება აქვთ. ამრიგად, შესაძლოა აღნიშნული სექტორების დაფარვის გაუმჯობესების მიზნით დაიგეგმოს კონკრეტული სტრატეგია. სტრატეგიამ აქცენტი უნდა გააკეთოს (მაგრამ არ შემოიფარგლოს) შემდეგ ელემენტებზე:

- ქალთა გაძლიერების საქმიდან მიღებული უპირატესობების, მათ შორის მიღებული ფინანსური სარგებლის, უფრო დეტალურად წარმოჩენა (კონკრეტული სექტორის/ზომის მიხედვით). კომპანიების უმეტესობისთვის მნიშვნელოვანია PR და საჯაროობა, რაც ახდენს მათ მოტივაციას განახორციელონ ქალთა გაძლიერების პრინციპები, ამიტომ მნიშვნელოვანია მსგავსი საზოგადოებრივი აქტივობების რეგულარულად განხორციელება.
- საქართველოში არსებული კონკრეტული კომპანიის მაგალითების წარმოჩენა იმის შესახებ, თუ როგორ ზრდის გენდერული თანასწორობა და ქალთა გაძლიერება კომპანიის წარმატების შანსს. ადგილობრივი მაგალითები უფრო ნათლად აჩვენებს პოტენციურ ხელმომწერ კომპანიებს ქალთა გაძლიერების საქმეში ჩართვის აუცილებლობასა და სარგებელს და წაახალისებს მათ მოქმედებისკენ.
- ონლაინ მედიის გამოყენება კამპანიისთვის ახალი კომპანიების მოსაზიდად ინდუსტრიისთვის სპეციფიკური სარგებლის, შედეგების და/ან ზემოქმედების საჩვენებლად.

პრინციპების გაცნობის, ინიციატივების ერთობლივად დაგეგმვის და ორგანიზაციის დაყოფის პროცესების ფორმალიზება

გაცნობის/ინიცირების ფორმალური პროცესი შეიძლება დაიგეგმოს ქალთა გაძლიერების პრინციპების ახალი ხელმომწერი კომპანიებისთვის, სადაც მსგავსი გამოცდილებისა და ინტერესების კომპანიები ერთად დაგეგმავენ თავიანთ ინიციატივებს. ეს შეიძლება მოიცავდეს (თუმცა არ შემოიფარგლებოდეს) ამ ელემენტებით:

- მსგავსი გამოცდილებისა და ინტერესების კომპანიების მცირე ჯგუფებად დაყოფა, სადაც მოხდება კომპანიების მხრიდან თავიანთი არსებული მდგომარეობისა და გეგმების გაზიარება ქალთა გაძლიერების პრინციპებთან მიმართებაში.
- კომპანიებს შორის პრინციპების შესრულებაზე გამოცდილების გაზიარების შესაძლებლობის შექმნა; კერძოდ, ქალთა გაძლიერების პრინციპების ახალი ხელმომწერი კომპანიები შეხვდებიან უკვე გამოცდილ კომპანიებს სექტორის, კომპანიის ზომის და ჩართულობის დონის მიხედვით.

მტკიცებულებაზე დაფუძნებული გადაწყვეტილებების მიღება პრინციპების დაგეგმვისა და განხორციელების პროცესში

მონაცემთა შეგროვება, ანალიზი, გადახედვა და ანგარიშგება უნდა იყოს განგრძობადი პროცესი და უნდა გამოიყენებოდეს პრინციპების ფარგლებში განსახორციელებელი ინტერვენციების და კამპანიების დაგეგმვისას. აღნიშნული ღონისძიებები შეიძლება მოიცავდეს შემდეგს:

- კომპანიის მენეჯმენტის გუნდთან კონსულტაციების გამართვა, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია მათი ჩართულობა და ნება კომპანიის მიერ ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელებაში.
- ქალთა გაძლიერების პრინციპების ფარგლებში განხორციელებული ინიციატივების დამოუკიდებელი გადამოწმების უფრო მეტი მექანიზმების დანერგვა, ვინაიდან ამის ერთადერთი გზა ამ დროისთვის არის კომპანიის ინტერვიუები.
- ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერი კომპანიებისთვის გაწეული ტექნიკური დახმარების ხარისხის კონტროლის უზრუნველყოფა.
- კომპანიებიდან მონაცემების შეგროვება დეკრეტული შვებულების (როგორც ქალი, ისე კაცი თანამშრომლების მიერ) ფაქტობრივი გამოყენების შესახებ.
- კომპანიებთან მუშაობა კაცი თანამშრომლების წასახალისებლად ისარგებლონ დეკრეტული შვებულებით.
- კომპანიების წახალისება გაითვალისწინონ უფრო მრავალფეროვნებაზე ორიენტირებული აქტივობები ქალთა გაძლიერების პრინციპების სამოქმედო გეგმაში იმისთვის, რომ გაიზარდოს მრავალფეროვნება კომპანიის შიგნით და ქალებთან ერთად მოხდეს სხვა ჯგუფების გათვალისწინებაც.
- თანამშრომლობის დამყარება არასამთავრობო ორგანიზაციებთან, აკადემიურ წრეებთან და კერძო სექტორთან უფრო მეტი სინერგიისთვის განხორციელების პროცესში.
- კომპანიების წახალისება სამუშაო ადგილზე დანერგონ ოჯახზე ან ბავშვზე ზრუნვის უფრო მეტი ინიციატივები, როგორიცაა მაგალითად სამსახურში საბავშვო სივრცეები და თანამშრომლებს შესთავაზონ მოქნილი სამუშაო საათები.
- კომპანიების წახალისება განახორციელონ კონკრეტული აქტივობები სექსუალური შევიწროების პრევენციის პოლიტიკის პრაქტიკაში დასანერგად.
- კომპანიების წახალისება შემოიღონ ჯანმრთელობის დაზღვევის პაკეტები მარტოხელა მშობლებისთვის.
- ქალი მომწოდებლების ხელშეწყობა ჩაებან მიწოდების ჯაჭვებში, ასევე, კომპანიების დახმარება გაიაზრონ, რომ ქალი მომწოდებლების არჩევა არ ნიშნავს ხარისხის კომპრომისს. ამისთვის შესაძლებელია კომპანიებს ჩაუტარდეთ ტრენინგები გენდერულ სხვაობაზე, ქალების წინაშე არსებულ ბარიერებზე, და სხვა, რაც მათ დაეხმარება გააცნობიერონ, თუ რატომ არის მნიშვნელოვანი მომწოდებელ ქალებზე ორიენტირება. ძალიან მნიშვნელოვანია არა მხოლოდ თეორიული განმარტება, არამედ პრაქტიკული მაგალითებიც. ზოგიერთ შემთხვევაში კომპანიებმა არ იციან სად იპოვონ ქალი მომწოდებლების საკონტაქტო ინფორმაცია, ამიტომ რეკომენდებულია მონაცემთა ბაზის შექმნა და მისი მუდმივი განახლება და კომპანიებისთვის მიწოდება.

განხორციელებული ინიციატივების მდგრადობისა და უფრო ფართოდ გავრცელების წახალისება

მნიშვნელოვანია ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმოწერის შემდეგ კომპანიებმა შეასრულონ მათ მიერ აღებული ვალდებულებები და უზრუნველყონ ინტერვენციები. დაკვირვებამ ცხადყო, რომ ბევრმა კომპანიამ ვერ შეძლო აღებული ვალდებულებების შესრულება კოვიდ 19-ის გამო, მაშინ როდესაც სხვებმა სცადეს ახალ გარემოებებთან ადაპტაცია. მნიშვნელოვანია მსგავსი წარმატებული მაგალითების გამოყენება პრინციპების ფარგლებში დაგეგმილი ინიციატივების მდგრადობისა და უფრო ფართოდ გავრცელების მიზნით. ზოგიერთი აქტივობა, რომელიც შეიძლება ამ მიზნით იყოს გამოყენებული შესაძლოა მოიცავდეს შემდეგს:

- იმ კომპანიების დაჯილდოება და აღიარება, რომლებმაც წვლილი შეიტანეს ქალთა გაძლიერების საქმეში პრინციპების განხორციელებით, მათ შორის ინოვაციური ინიციატივების გზით.

- კომპანიების წახალისება ჩაატარონ შიდა გენდერული აუდიტი და მოხდინონ მონაცემების შეგროვება, იმისთვის რომ გაზომონ კომპანიის შიგნით გენდერული სახელფასო სხვაობა, ასეთის არსებობის შემთხვევაში.
- ცნობიერების ამაღლების კამპანიის დაწყება, რომლის სამიზნე აუდიტორია რეგიონში არსებული კომპანიები იქნებიან.
- კომპანიების წახალისება მეტად ითანამშრომლონ გაეროს ქალთა ორგანიზაციასთან მონაცემთა შეგროვების და შედეგების შეფასების ნაწილში. წახალისებაში იგულისხმება ჯილდოები და სხვა აქტივობები, რომლითაც მოხდება გაეროს ქალთა ორგანიზაციის სტატიებში, ბლოგებში, ვებ-გვერდზე და ა.შ. კომპანიების წარმოჩენა.
- საქართველოს მთავრობასთან და შესაბამის ინდუსტრიებთან მუშაობა პოლიტიკის გარკვეულ ხარვეზებზე, რათა ხელი შეეწყოს ქალებს ბიზნესში და ზოგადად ქალთა ეკონომიკურ გაძლიერებას.

დანართი 1.

ონლაინ გამოკითხვის კითხვარი

სექცია 1		
1	**თქვენი სრული სახელი (სახელი/გვარი)?**	ტექსტი
2	**რა ჰქვია თქვენს კომპანიას?**	ტექსტი
3	**რა პოზიციას იკავებთ კომპანიაში?**	ტექსტი
4	**რა ზომის არის თქვენი კომპანია? (სრულ განაკვეთზე დასაქმებული თანამშრომლები)** მიკრო - დასაქმებულია < 9 ადამიანი მცირე - დასაქმებულია 10-49 ადამიანი საშუალო - დასაქმებულია 50-249 ადამიანი დიდი - დასაქმებულია 250-ზე მეტი ადამიანი	ერთი
5	**ძირითადად სად ახორციელებს თქვენი კომპანია თავის ეკონომიკურ საქმიანობას (შემოსავლის უმსხვილესი წილი)?** თბილისი აფხაზეთის ავტონომიური რესპუბლიკა აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკა გურია იმერეთი კახეთი მცხეთა-მთიანეთი რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი სამეგრელო-ზემო სვანეთი სამცხე-ჯავახეთი ქვემო ქართლი შიდა ქართლი	ერთი
6	**რომელი არის თქვენი საქმიანობის ძირითადი სექტორი?** საბითუმო და საცალო ვაჭრობა მშენებლობა სოფლის, სატყეო და თევზსაშენი მეურნეობა განთავსების საშუალებებით უზრუნველყოფის და საკვების მიწოდების საქმიანობები (სასტუმრო, რესტორანი და სხვა) ინფორმაცია და კომუნიკაცია ტრანსპორტი და დასაწყობება გადამამუშავებელი მრეწველობა საფინანსო და სადაზღვევო საქმიანობები უძრავ ქონებასთან დაკავშირებული საქმიანობები	ერთი

	პროფესიული, სამეცნიერო და ტექნიკური საქმიანობები	
	ადმინისტრაციული და დამხმარე მომსახურების საქმიანობები	
	განათლება	
	ჯანდაცვა და სოციალური მომსახურების საქმიანობები	
	ხელოვნება, გართობა და დასვენება	
	სამთო მოპოვებითი მრეწველობა და კარიერების დამუშავება	
	ელექტროენერგიის, აირის, ორთქლის და კონდიცირებული ჰაერის მიწოდება	
	წყალმომარაგება; კანალიზაცია, ნარჩენების მართვა და დაბინძურებისაგან გასუფთავების საქმიანობები	
	სხვა მომსახურება (სავარჯიშო დარბაზი, სილამაზის სალონი, ავტომობილების რემონტი და სხვა)	
	სხვა (გთხოვთ მიუთითეთ)	

სექცია 2		
7	**რომელ წელს დაიწყო თქვენმა კომპანიამ ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობა?**	ერთი
	2017	
	2018	
	2019	
	2020	
8	**გთხოვთ, მიუთითეთ დასაქმებულთა რაოდენობა სქესის მიხედვით იმ პერიოდში, როდესაც კომპანიამ დაიწყო ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობა (იმ შემთხვევაში თუ ასეთ პოზიციაზე თანამშრომელი არ გყავთ, მიუთითეთ 0)**	ქალი
	ყველა დასაქმებული	ტექსტი
	მენეჯერზე ქვემოთ	ტექსტი
	მენეჯერი და ზემოთ	ტექსტი
	დირექტორი და ზემოთ	ტექსტი
	სამეთვალყურეო საბჭო	ტექსტი
9	**გთხოვთ, მიუთითეთ ამჟამად დასაქმებულთა რაოდენობა სქესის მიხედვით (თუ პასუხი უცნობია, გთხოვთ მიუთითეთ N/A)?**	ქალი ტექსტი
	ყველა დასაქმებული	ტექსტი
	მენეჯერზე ქვემოთ	ტექსტი
	მენეჯერი და ზემოთ	ტექსტი
	დირექტორი და ზემოთ	ტექსტი
	სამეთვალყურეო საბჭო	ტექსტი

10	**რა იყო თქვენი კომპანიის ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობის დაწყების მოტივაცია და რა რეალური სარგებელი მიიღეთ ამ ინიციატივიდან? (მონიშნეთ მხოლოდ თქვენი კომპანიისთვის რელევანტური პასუხი)** ჩვენი კონტრიბუცია მდგრადი განვითარების მიზნებისთვის კომპანიის გაუმჯობესებული წვდომა კაპიტალზე/დაფინანსებაზე გაზრდილი დაინტერესება და ნდობა ინვესტორთა მხრიდან ქალი თანამშრომლების მოტივაციისა და პროდუქტიულობის ზრდა კომპანიის მხრიდან ქალი თანამშრომლების შენარჩუნება ნიჭიერი კადრების აყვანის და შენარჩუნების გაუმჯობესებული მაჩვენებელი შიდა კომუნიკაციის, დასაქმებულთა ჩართულობის და კორპორაციული კულტურის გაუმჯობესება	**მატრიცა**
	გაძლიერებული კორპორაციული რეპუტაცია ერთგული მომხმარებლის რაოდენობის ზრდა ძალადობის და ძალადობასთან დაკავშირებული კომპანიის ხარჯების შემცირება გაუმჯობესებული კონკურენტუნარიანობა ბაზარზე ეკონომიკის ხელშეწყობა ქალთა გაძლიერების მეშვეობით ქალი მომხმარებლების რაოდენობის ზრდა სხვა (გთხოვთ მიუთითეთ)	
11	**გთხოვთ, მიუთითეთ, რომელი წყაროდან (საერთაშორისო ფინანსური ინსტიტუტები, დონორი, ადგილობრივი ბანკები, სხვა) და რა ოდენობით მიიღეთ დაფინანსება?**	ტექსტი
12	**მოახდინა თუ არა გავლენა კოვიდ 19-მა ქალთა გაძლიერების პრინციპების სამოქმედო გეგმის მიხედვით დაგეგმილ აქტივობებზე?** დიახ არა	ერთი
13	**რა გავლენა მოახდინა კოვიდ 19-მა ქალთა გაძლიერების პრინციპების სამოქმედო გეგმის მიხედვით დაგეგმილი აქტივობების კუთხით?** გადაიდო აქტივობების განხორციელება გაუქმდა დაგეგმილი აქტივობები დაგეგმილმა აქტივობებმა საერთოდ დაკარგა რელევანტურობა სხვა (გთხოვთ მიუთითეთ)	ტექსტი ტექსტი
14	**გიბიძგათ/გაიძულათ თუ არა კოვიდ 19-მა ქალთა გაძლიერების მიმართულებით ახალი აქტივობების განხორციელებისკენ?** დიახ (გთხოვთ მიუთითოთ) არა	ერთი ტექსტი

სექცია 3 რაოდენობრივი კითხვები		
15	**ჯამურად რა თანხა (ლარში) დახარჯეთ ქალთა გაძლიერების მიმართულებით საქმიანობაში კომპანიის შიგნით, ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობის დაწყებიდან?**	
16	**ჯამურად რა თანხა (ლარში) დახარჯა კომპანიამ 2020 წელს ქალი მომწოდებლების/ქალთა კუთვნილი ბიზნესების პროდუქციის/მომსახურების შეძენაზე?**	
17	**ჯამურად რა თანხა (ლარში) დახარჯა კომპანიამ 2020 წელს ქალი მომწოდებლების/ქალთა კუთვნილი ბიზნესების პროდუქციის/მომსახურების შეძენაზე?**	
18	**გთხოვთ, წლების შესაბამისად მიუთითოთ, რამდენი ქალი/თანამშრომელი გაძლიერდა თქვენი კომპანიის მიერ განხორციელებული აქტივობების შედეგად და ჯამურად რა თანხა (ლარში) დაიხარჯა ამ აქტივობებისთვის (ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობის დაწყებიდან). იმ შემთხვევაში, თუ მოთხოვნილი მონაცემები არ მიესადაგება თქვენს შემთხვევას, მიუთითეთ N/A:**	რამდენიმე
	ქალებმა/გოგოებმა კომპანიისგან მიიღეს სტიპენდია	
	ქალებმა/გოგოებმა კომპანიისგან მიიღეს გრანტი	
	ქალებმა/გოგოებმა კომპანიაში გაიარეს სტაჟირება (მაგ. სტაჟირებისას გადახდილი ხელფასი)	
	ქალმა თანამშრომლებმა მიიღეს პროფესიული განათლება	
	ქალებმა კომპანიის მხრიდან მიიღეს მენტორის დახმარება	
	თანამშრომლებმა გაიარეს გენდერული თანასწორობის ტრენინგი (მაგ. ღონისძიების მოწყობაში გადახდილი თანხა)	
	თანამშრომლებმა გაიარეს ონლაინ კურსი „მე ვიცი გენდერი“ (მაგ. ონლაინ კურსის შექმნის საფასური)	
	თანამშრომლებმა გაიარეს ონლაინ კურსი სექსუალური შევიწროვების პრევენციის შესახებ (მაგ. ონლაინ კურსის შექმნის საფასური)	
	ქალმა თანამშრომლებმა სარგებელი მიიღეს კომპანიის მიერ ქალთა გაძლიერების მიმართულებით განხორციელებული სხვა საქმიანობით	
	კომპანიამ მეწარმე ქალებს/ქალთა ასოციაციის წევრებს ჩაუტარა ტრენინგი (მაგ. კურსის საფასური)	
	კომპანიაში დასაქმებულების გარდა, სხვა ქალებმა მიიღეს სარგებელი კომპანიის მიერ ქალთა გაძლიერების მიმართულებით განხორციელებული სხვა საქმიანობით (გთხოვთ, აქ ნუ გაიმეორებთ ზედა კითხვებში მითითებულ ქალების ოდენობას)	
	კომპანიაში დასაქმებული ქალების გარდა, სხვა ქალებმა ისარგებლეს მენტორის დახმარებით	
19	**ჯამურად რა დრო (რამდენი საათი) დახარჯეს თქვენმა თანამშრომლებმა ქალთა გაძლიერების მიმართულებით კომპანიის გარე აქტივობებზე? (ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობის დაწყებიდან, თუ არ არის რელევანტური, მიუთითეთ N/A)**	რამდენიმე

	ბრენდირება (მაგ. ბრენდირება ქალი მეწარმეებისთვის) ტრენინგი (მაგ. ტრენინგი ქალი მეწარმეებისათვის) მენტორინგი/ქოუჩინგი (მაგ. გარე მენტორობის გაწევა ქალებისთვის) რეკლამირება/პოპულარიზაცია (მაგ. ვიდეოს მომზადება ქალი მეწარმის შესახებ ან ქალი მეწარმის შესახებ პოსტის მომზადება) სხვა (გთხოვთ მიუთითეთ)	

სექცია 4 ხარისხობრივი კითხვები

20	**გააკეთა თუ არა თქვენმა კომპანიამ საჯარო განცხადება ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმოწერასთან დაკავშირებით?** დიახ არა	ერთი
21	**გამოყო თუ არა კომპანიამ პირი, რომელიც იმუშავებდა ქალთა გაძლიერების/ გენდერული თანასწორობის მიმართულებით?** დიახ არა	ერთი
22	**არის თუ არა ქალთა გაძლიერების მიმართულებით განსახორციელებელი მოვალეობები ასახული კომპანიის დანაყოფების, მენეჯერების ან/და თანამშრომლების სამუშაო აღწერილობებში?** დიახ არა	ერთი
23	**დაიწყო თუ არა კომპანიამ სქესის ნიშნით დანაწევრებული ინფორმაციის შეგროვება/წარმოება?** დიახ არა	ერთი
24	**გამოყო თუ არა კომპანიამ ბიუჯეტი ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობისთვის?** დიახ არა	ერთი
25	**ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობის დაწყების შემდგომ, ახდენს თუ არა კომპანია ქალთა გაძლიერების სამოქმედო გეგმის პერიოდულ გადახედვას?** დიახ არა	ერთი

26	**რა ახალი პოლიტიკის დოკუმენტები შეიმუშავა თქვენმა კომპანიამ სამუშაო ადგილზე დისკრიმინაციის აღმოფხვრის მიზნით?** სამსახურში აყვანის პოლიტიკა დაწინაურების პოლიტიკა ტრენინგის პოლიტიკა წახალისების პოლიტიკა საოჯახო ან/და ბავშვის მოვლის პოლიტიკა მშობელთა შვებულების პოლიტიკა შესყიდვების პოლიტიკა სექსუალური შევიწროვების ან სხვა ფორმის დისკრიმინაციის წინააღმდეგ მიმართული პოლიტიკა დასაქმებულთა უსაფრთხოების პოლიტიკა არც ერთი სხვა (გთხოვთ მიუთითეთ)	რამდენიმე ტექსტი
27	**მოხდა თუ არა კომპანიის პოლიტიკის დოკუმენტების გადახედვა გენდერული თანასწორობის ან დისკრიმინაციის დაუშვებლობის კუთხით?** დიახ არა, ვინაიდან ჩვენს კომპანიას უკვე ჰქონდა დაბალანსებული პოლიტიკა გენდერის კუთხით არა	ერთი
28	**გთხოვთ მიუთითეთ, რომელი დოკუმენტები შეცვალა კომპანიამ გენდერული თანასწორობის ან დისკრიმინაციის დაუშვებლობის კუთხით? (მონიშნეთ იმდენი, რამდენიც შეესაბამება)** ორგანიზაციული სტრუქტურა ქცევის კოდექსი დასაქმებულის ხელშეკრულების შაბლონი ვაკანსიის გამოცხადების შაბლონი ეთიკის კოდექსი საჩივრის მიღების მექანიზმი შიდა საკომუნიკაციო გეგმა მისასალმებელი წერილის შაბლონი თანამშრომლების აყვანის პოლიტიკა ბონუსების სისტემა სამუშაო აღწერილობების შაბლონი კორპორაციული და სოციალური პასუხისმგებლობის სტრატეგია პიარის, კომუნიკაციის და მარკეტინგის სტრატეგია შესყიდვების პოლიტიკა სხვა (გთხოვთ მიუთითეთ)	რამდენიმე
29	**შეუქმნა თუ არა კომპანიამ უფრო ხელსაყრელი პირობები ქალ თანამშრომლებს, რომლებიც ორსულად არიან ან ჰყავთ მცირეწლოვანი შვილები?** დიახ არა	ერთი

30	**გთხოვთ მიუთითეთ, როგორ შეუქმნა კომპანიამ უფრო ხელსაყრელი პირობები ქალ თანამშრომლებს, რომლებიც ორსულად არიან ან ჰყავთ მცირეწლოვანი შვილები?** მოქნილი სამუშაო საათები მცირეწლოვან შვილიანი თანამშრომლებისთვის დამატებითი შესვენების საათი მეძუძური დედებისთვის ძუძუთი კვებისთვის ხელსაყრელი პირობები მორგებული სადაზღვევო პაკეტები სამსახურიდან გათავისუფლების შესაძლებლობა (მაგ. ექიმთან ვიზიტისთვის) სხვა (გთხოვთ მიუთითეთ)	რამდენიმე ტექსტი
31	**შეცვალა თუ არა კომპანიამ სამსახურში აყვანის პრაქტიკა დისკრიმინაციის თავიდან აცილების მიზნით?** დიახ არა	ერთი
32	**გთხოვთ მიუთითეთ, როგორ შეცვალა კომპანიამ სამსახურში აყვანის პრაქტიკა დისკრიმინაციის თავიდან აცილების მიზნით?** ვაკანსიის გამოცხადების გაუმჯობესებული შაბლონი თანამშრომლების აყვანის გამჭვირვალე პროცესი დისკრიმინაციული კითხვების აკრძალვა ინტერვიუებზე არატრადიციულ სამუშაოებზე განცხადების შესატანად თანამშრომლების აყვანის რეკლამებში ქალი კანდიდატების წახალისება სხვა (გთხოვთ მიუთითეთ)	რამდენიმე ტექსტი
33	**გთხოვთ, მიუთითოთ რა ღონისძიებები გაატარა კომპანიამ სახელფასო სხვაობის აღმოფხვრის მიზნით?:** ღონისძიებების გატარება საჭირო არ იყო, ვინაიდან ჩვენს კომპანიას უკვე ჰქონდა თანაბარი ანაზღაურების პრაქტიკა თანაბარი ანაზღაურების დიაგნოსტირების ხელსაწყოს (DER tool) გამოყენება სახელფასო სხვაობის შესახებ ინფორმაციის შეგროვება ერთი და იგივე პოზიციებისთვის თანაბარი ხელფასის განსაზღვრა სხვა (გთხოვთ მიუთითეთ)	რამდენიმე ტექსტი
34	**უწყობს თუ არა კომპანია ხელს თანამშრომლებს სამსახურსა და პირად ცხოვრებას შორის ბალანსის დაცვაში?** დიახ არა	ერთი
35	**გთხოვთ მიუთითეთ, როგორ უწყობს კომპანია ხელს თანამშრომლებს სამსახურსა და პირად ცხოვრებას შორის ბალანსის დაცვაში?**	რამდენიმე

	მოქნილი სამუშაო საათები ანაზღაურებადი დეკრეტული შვებულება დასვენების დღეების და ავადმყოფობის გამო შვებულების დღეების უზრუნველყოფა ბავშვზე ზრუნვის სივრცე სამუშაო ადგილას ოჯახზე ზრუნვისთვის ხელსაყრელი პირობების შეთავაზება სხვა (გთხოვთ მიუთითეთ)	ტექსტი
36	**შეიმუშავა თუ არა კომპანიამ სექსუალური შევიწროების პრევენციის პოლიტიკა** დიახ არა, ჩვენს კომპანიას უკვე ჰქონდა სექსუალური შევიწროების პრევენციის პოლიტიკა არა	
37	**მიიღო თუ არა კომპანიამ საჩივარი სექსუალურ შევიწროებასთან დაკავშირებით ამავე პოლიტიკის შეცვლის/შექმნის შემდეგ?** დიახ არა	ერთი
38	**რამდენი საჩივარი მიიღო კომპანიამ სექსუალურ შევიწროებასთან დაკავშირებით ამავე პოლიტიკის შეცვლის/შექმნის შემდეგ?**	ტექსტი
39	**შეიმუშავა თუ არა კომპანიამ ჯანმრთელობის დაზღვევის ისეთი პაკეტი, რომელიც უკეთ ითვალისწინებს ქალების საჭიროებებს?** დიახ არა	ერთი
40	**გთხოვთ მიუთითეთ, რა ტიპის ჯანმრთელობის დაზღვევის პაკეტი შეიმუშავა კომპანიამ, რომელიც უკეთ ითვალისწინებს ქალების საჭიროებებს?** დაემატა შეთავაზება ორსულობისთვის დაემატა დაზღვევა ბავშვებისთვის დაემატა ენდოკრინოლოგიური სერვისები დაემატა სპეციალური პაკეტები მარტოხელა მშობელი თანამშრომლებისთვის დაემატა გინეკოლოგიური სერვისები სხვა (გთხოვთ მიუთითეთ)	რამდენიმე ტექსტი
41	**მიღებული აქვს თუ არა კომპანიას ისეთი ზომები, რომლებიც აუმჯობესებს ქალი თანამშრომლების ჯანმრთელობას?** დიახ არა	ერთი
42	**გთხოვთ მიუთითეთ, როგორი ზომები აქვს მიღებული კომპანიას, რომლებიც აუმჯობესებენ ქალი თანამშრომლების ჯანმრთელობას?**	ტექსტი

43	**ეხმარება თუ არა თქვენი კომპანია სექსუალური ძალადობის/ან სხვა სახის ძალადობის მსხვერპლ ქალებს?** დიახ არა	ერთი
44	**გთხოვთ მიუთითეთ, როგორ ეხმარება კომპანია სექსუალური ძალადობის/ან სხვა სახის ძალადობის მსხვერპლ ქალებს?** იურიდიული კონსულტაცია/რჩევა ფსიქოლოგიური სერვისების საფასურის გადახდა საცხოვრებელი სერვისები სხვა (გთხოვთ მიუთითეთ)	რამდენიმე ტექსტი
45	**სთავაზობს თუ არა კომპანია დეკრეტულ შვებულებას ქალ თანამშრომლებს?**	ერთი
46	**არის თუ არა დეკრეტული შვებულება ქალი თანამშრომლებისთვის ანაზღაურებადი?** დიახ არა	ერთი
47	**ქალი თანამშრომლებისთვის განკუთვნილი დეკრეტული შვებულების რამდენ თვეს ანაზღაურებს კომპანია?** 1 თვე 2 თვე 3 თვე 4 თვე 5 თვე 6 თვე სხვა (გთხოვთ მიუთითეთ)	ერთი ტექსტი
48	**სთავაზობს თუ არა კომპანია დეკრეტულ შვებულებას კაც თანამშრომლებს?** დიახ არა	ერთი
49	**არის თუ არა დეკრეტული შვებულება კაცი თანამშრომლებისთვის ანაზღაურებადი?** დიახ არა	ერთი

50	**კაცი თანამშრომლებისთვის განკუთვნილი დეკრეტული შვებულების რამდენ თვეს ანაზღაურებს კომპანია?** 1 თვე 2 თვე 3 თვე 4 თვე 5 თვე 6 თვე სხვა (გთხოვთ მიუთითეთ)	ერთი ტექსტი
51	**უწყობს თუ არა თქვენი კომპანია ხელს ქალების მონაწილეობას მათთვის არატრადიციულ სფეროებში/სამუშაოებში?** დიახ არა	ერთი
52	**რა ფორმით შეუწყო ხელი თქვენმა კომპანიამ ქალების მონაწილეობას მათთვის არატრადიციულ სფეროებში/სამუშაოებში?**	ტექსტი
53	**გთხოვთ მიუთითეთ, რომელ არატრადიციულ სფეროებში/სამუშაოებში უწყობს ხელს კომპანია ქალების მონაწილეობას?** საინფორმაციო ტექნოლოგიის სექტორი სამშენებლო სექტორი საზღვაო სექტორი სატრანსპორტო სექტორი სხვა (გთხოვთ მიუთითეთ)	რამდენიმე
54	**ახდენს თუ არა თქვენი კომპანია მარკეტინგული და სარეკლამო მასალის გადახედვას გენდერული სტერეოტიპების აღმოფხვრის მიზნით?** დიახ არა	
55	**ამზადებს თუ არა თქვენი კომპანია ისეთ მარკეტინგულ ან სარეკლამო მასალას, რომელიც ხელს უწყობს გენდერულ თანასწორობას?** დიახ არა	ერთი
56	**სთხოვს თუ არა თქვენი კომპანია თავის ბიზნეს პარტნიორებს/მიმწოდებლებს ადამიანით ვაჭრობისა და შრომითი თუ სხვა სახის ექსპლუატაციის ამკრძალავი პუნქტების დამატებას ხელშეკრულებებში?** დიახ არა	ერთი
57	**დაამყარა თუ არა კომპანიამ ბიზნეს ურთიერთობები ქალთა მფლობელობაში მყოფ ბიზნესებთან, ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობის დაწყებიდან?** დიახ არა	ერთი

58	**გთხოვთ განმარტოთ, რა ტიპის ბიზნეს ურთიერთობა დაამყარა თქვენმა კომპანიამ ქალთა მფლობელობაში მყოფ ბიზნესებთან, ქალთა გაძლიერების მიმართულებით მუშაობის დაწყებიდან?**	ტექსტი
59	**ხომ არ შეუქმნია თქვენს კომპანიას ისეთი ახალი პროდუქტი ან მომსახურება, რომელიც კონკრეტულად ქალების საჭიროებებზე არის მორგებული?** დიახ არა	ერთი
60	**გთხოვთ, მიუთითეთ, რა ტიპის ახალი პროდუქტი ან მომსახურება შექმნა თქვენმა კომპანიამ, რომელიც კონკრეტულად ქალების საჭიროებებზე არის მორგებული.**	ტექსტი
61	**აწყობს თუ არა თქვენი კომპანია თემის მხარდაჭერის ღონისძიებებს ქალების მხარდაჭერის მიზნით?** დიახ არა	ერთი
62	**ახდენს თუ არა თქვენი კომპანია გენდერული თანასწორობის საჯარო მხარდაჭერას/ადვოკატირებას?** დიახ არა	ერთი
63	**გთხოვთ მიუთითოთ, როგორ ახდენს კომპანია გენდერული თანასწორობის საჯარო მხარდაჭერას/ადვოკატირებას?**	ტექსტი
64	**აწყობს თუ არა თქვენი კომპანია საკონსულტაციო/ან სხვა სახის შეხვედრებს ქალებთან კომპანიის გარეთ?** დიახ არა	ერთი

სექცია 5		
65	**არის თუ არა რაიმე დამატებითი ქალთა გაძლიერების მიმართულებასთან დაკავშირებული ინიციატივები, რომელიც კომპანიამ დანერგა (რომლებიც კითხვარში არ იყო ნახსენები)? ამ პუნქტში ასევე, შეგიძლიათ მიუთითოთ ქალთა გაძლიერების მიმართულებასთან დაკავშირებული ონლაინ ბმულები.**	ტექსტი
66	**იყო თუ არა გაეროს ქალთა ორგანიზაციის და მისი პარტნიორების დახმარება ქალთა გაძლიერების მიმართულების დასანერგად მნიშვნელოვანი თქვენი კომპანიისთვის?** დიახ არა	Single
67	**ქალთა გაძლიერების მიმართულებასთან დაკავშირებული რა სახის მხარდაჭერა დასჭირდება თქვენს კომპანიას სამომავლოდ?**	ტექსტი

დანართი 2.
საუკეთესო გამოცდილება

აღნიშნულ დანართში წარმოდგენილია გაეროს ქალთა ორგანიზაციის პუბლიკაციებში „ქალთა გაძლიერების პრინციპები საქართველოში: არსებული წარმატებული პრაქტიკა 2019“[35] და „ქალთა გაძლიერების პრინციპების განხორციელება საქართველოში: ცვლილებების ისტორიები, წარმატების ისტორიები, შთაგონების ისტორიები, 2020“ წარმოდგენილი მაგალითები.

1. m2 უძრავი ქონების ჯგუფი – უძრავი ქონების ბიზნესის სახის ცვლილება

m2 უძრავი ქონების ჯგუფი ქალთა გაძლიერების პრინციპებს 2016 წელს შემოუერთდა. კომპანიაში ქალთა გაძლიერების პირველი სამოქმედო გეგმის შემუშავების შემდეგ კომპანიამ აქტიურად დაიწყო ქალების წახალისება დასაქმებულიყვნენ კაცებით დომინირებულ პროფესიებში. ცვლილებამ გასაოცარი შედეგი მოიტანა. 2016 წელს ქალების მხოლოდ 20% იყო სამშენებლო მოედნის მენეჯერის პოზიციაზე დასაქმებული, 2018 წლიდან კი საცხოვრებელი სახლის სამშენებლო მოედნის მენეჯერების 80% ქალებმა შეადგინეს - პოზიცია, რომელიც ადრე „მამაკაცის საქმიანობად“ მიიჩნეოდა.

2018 წელს კომპანიამ შეიმუშავა ქალთა გაძლიერების პრინციპების მეორე სამოქმედო გეგმა 2018-2020 წლებისთვის და აღნიშნა გენდერული ბალანსის მიღწევა მის წამყვან მენეჯერებს შორის. მაღალ მენეჯერულ რგოლში ქალების წილი 2016 წელს არსებული 20%-დან 2018 წელს 50%-მდე გაიზარდა. ამჟამად კომპანიაში 10 მაღალი მენეჯერული პოზიციიდან 5 პოზიცია ქალებს უკავიათ. კომპანიის ადამიანური რესურსების პოლიტიკასა და პრაქტიკაში სხვადასხვა შიდა ცვლილებების შედეგად უფრო მეტი ქალი დაწინაურდა მენეჯერულ თანამდებობაზე.

2. ევროპის უნივერსიტეტი – ქალი ხელმძღვანელების გაძლიერება გენდერული თანასწორობისთვის

დღეისათვის „Fortune 500-ის“ კომპანიებიდან ოცდაჩვიდმეტს ქალი აღმასრულებელი დირექტორი ჰყავს, მაშინ როდესაც 1998 წელს მხოლოდ ერთ კომპანიას ხელმძღვანელობდა ქალი. ეს რიცხვი სულ რაღაც 7.4%-ს შეადგენს.[36] ქალი ლიდერების რაოდენობის მატების ტენდენცია, ძირითადად, გასული ოთხი წლის განმავლობაში გამოვლინდა.

თუ იკითხავთ, როგორ შეიძლება, რომ ქალების მიერ ხელმძღვანელი თანამდებობებისა და გადაწყვეტილების მიმღები პოზიციების დაკავებამ გავლენა იქონიოს გენდერულ თანასწორობაზე, ამის შესახებ საკუთარი გამოცდილების გაზიარება ევროპის უნივერსიტეტს შეუძლია. აღმასრულებელ თანამდებობებზე ქალების დასაქმებით ევროპის უნივერსიტეტი ძლიერ

35 ხელმისაწვდომია: https://georgia.unwomen.org/ka/digital-library/publications/2019/11/womens-empowerment-principles-in-georgia (ბოლოს ნანახია 8.11.2021).

36 ხელმისაწვდომია (ინგლისურ ენაზე): https://fortune.com/2020/05/18/women-ceos-fortune-500-2020 (ბოლოს ნანახია 8.11.2021).

სიგნალს აგზავნის იმის შესახებ, რომ უნივერსიტეტი პროგრესულია, ყველას აძლევს თანაბარ შესაძლებლობებს და უზრუნველყოფს ქალების კარიერულ წინსვლას.[37]

კოვიდთან დაკავშირებულმა სკოლების იძულებითმა დახურვამ ბუნებრივად განაპირობა ციფრულ ტექნოლოგიებზე გადასვლის აუცილებლობა, რაც მასწავლებლებისთვის განსაკუთრებულად რთული აღმოჩნდა. ევროპის უნივერსიტეტმა ახალი სასწავლო ტექნოლოგიებითა და ციფრული უნარებით პედაგოგების აღჭურვის მიზნით, მასწავლებლებს, ჯგუფის ხელმძღვანელებსა და ლექტორებს ტრენინგები ჩაუტარა ციფრული სწავლების მეთოდებში, რითაც აკადემიურ პერსონალს უწყვეტი სასწავლო პროცესის უმტკივნეულოდ გაგრძელების საშუალება მისცა. თავდაპირველად, ამ ინიციატივის ფარგლებში გადამზადდა 10 ინსტრუქტორი, რომლებიც შემდეგ 100 სხვადასხვა ასაკისა და წარმომავლობის ქალ მასწავლებელს დაეხმარნენ ციფრული რესურსებისა თუ ონლაინ პლატფორმების ათვისებაში.

პანდემიის პერიოდში ქალი მეწარმეების გაძლიერების ინიციატივას „ევროპის უნივერსიტეტის ინოვაციური საგანმანათლებლო და კვლევითი ინსტიტუტიც“ შეუერთდა, რომელმაც სემინარები ჩაატარა კომპანიაში ორგანიზაციული სტრუქტურის ჩამოყალიბების, ქმედითი ბიზნეს სტრატეგიების, რისკების მართვისა და ციფრული ტექნოლოგიების გამოყენების შესახებ. ასევე, ინსტიტუტთან თანამშრომლობით ქალ ფერმერებს და მეწარმეებს გაეწიათ უსასყიდლო კონსულტაციები ბიზნესის მართვის სამართლებრივ ასპექტებში, როგორიცაა მაგალითად, სახელშეკრულებო ვალდებულებები ფორს მაჟორის შემთხვევაში.

უნივერსიტეტი სისტემატურად მართავს საინფორმაციო კამპანიებს და დასაქმების ფორუმებს ქალებისთვის და მოსწავლე გოგოებისთვის განათლების სამომავლო გეგმების, ქალთა უფლებების, გენდერული თანასწორობისა და ქალთა გაძლიერების მნიშვნელობის საკითხებზე.

„ქალთა გაძლიერების პრინციპები“ კომპანიას დაეხმარა, გაეცნობიერებინა, რომ უნივერსიტეტი მხოლოდ ის ადგილი არ არის, სადაც ადამიანები მუშაობენ და სწავლობენ. მრავალი თვალსაზრისით, ბევრი თანამშრომლისთვის და სტუდენტისთვის ის სახლია საკუთარი სახლიდან მოშორებით, სადაც ისინი დღის უმეტეს ნაწილს ატარებენ. იმისათვის, რომ ადამიანებს საქმის უკეთ კეთება შეეძლოთ, ამ სივრცეში უნდა არსებობდეს ადგილი, სადაც ისინი თავს კომფორტულად და დაცულად იგრძნობენ და სადაც მათ ყველა პირობა ექნებათ შთაგონებისთვის, შემოქმედებითობისა და ნაყოფიერი მუშაობისთვის.

3. მიკრო-ბიზნეს კაპიტალი — ქალთა ფინანსური განათლების ხელშეწყობა; თანამშრომლებისთვის სამუშაო და პირადი ცხოვრების ბალანსის შესახებ ცნობიერების ამაღლება

სამსახურსა და პირად ცხოვრებას შორის ბალანსის დაცვაზე ბევრი მსჯელობა მიდის და აზრები ყოველთვის განსხვავებულია. მიკროსაფინანსო ორგანიზაცია „ემბისიმ“ თავისი თანამშრომლების კეთილდღეობაში წვლილის შეტანა იმით დაიწყო, რომ თანამშრომლებს ასწავლა, თუ როგორ დაეცვათ სამსახურსა და პირად ცხოვრებას შორის ბალანსი და როგორ გაენაწილებინათ პრიორიტეტები ცხოვრების სხვადასხვა - პროფესიულსა თუ პიროვნულ ასპექტებში. ეს მესიჯი კომპანიამ თანამშრომლებს იმ ფორმით მიაწვდინა, რომ სამუშაო დროის დასრულება ყოველდღიურად ზუსტად 18:30 საათზე დააწესა. „ჩვენ მუშაობა წარმოუდგენლად კონკურენტულ

37 კეტრინ ლუისი, „კვლევა იმის შესახებ, თუ როგორ აუმჯობესებს პროდუქტიულობას სამუშაო-ცხოვრების სარგებელი“, The Balance Careers, 2019 წლის 14 ოქტომბერი.ხელმისაწვდომია (ინგლისურ ენაზე): https://www.thebalancecareers.com/work-life-benefits-improve-productivity-3545181.

და დაძაბულ გარემოში გვიწევს, ასე რომ, ჩვენს წარმატებას განსაზღვრავს ის, თუ რამდენად კარგად ვახერხებთ სამუშაოსა და პირად ცხოვრებას შორის ბალანსის დაცვას," - აღნიშნავს კომპანიის ოპერაციების დირექტორი ეთერ ჩაჩიბაია.

კომპანიაში განხორციელებულმა ქალთა გაძლიერებისკენ მიმართულმა აქტივობებმა „ქალთა გაძლიერების პრინციპების" თითქმის შვიდივე პრინციპი მოიცვა, თუმცა, კომპანიისთვის მე-2, მე-3 და მე-5 პრინციპები განსაკუთრებით ყურადსაღები აღმოჩნდა. „ემბისი" ერთ-ერთი პირველი კომპანია იყო, რომელმაც კოვიდ 19-ით გამოწვეულ სირთულეებზე მოახდინა რეაგირება, კერძოდ: წინა ხაზზე დასაქმებული თანამშრომლები და მომხმარებლები სრულად აღჭურვა პირბადეებით, რომელიც ოჯახში ძალადობა გამოვლილი მარტოხელა დედისგან შეიძინა.

იმ დროს, როცა კოვიდ 19-მა გენდერული უთანასწორობის უფსკრული კიდევ უფრო გააღრმავა და ოჯახში ძალადობის შემთხვევები ბევრად უფრო გაიზარდა, კომპანიამ ძალადობის მსხვერპლთა დასახმარებლად ახალი ინიციატივა წამოიწყო. პირველი ასეთი დახმარება თავშესაფარში მცხოვრებ ერთ-ერთ ქალს გაუწიეს, რომელსაც კომპანიამ ფსიქო-სოციალური სერვისები და დროებითი საცხოვრებელი დაუფინანსა.

პანდემიით თავსმოხვეულ იზოლაციის პირობებში, მიკროსაფინანსო ორგანიზაცია „ემბისიმ" დასაქმებულთა კეთილდღეობის მდგომარეობა შეისწავლა და მათი კონკრეტული საჭიროებები გაარკვია. ამის საფუძველზე შექმნა „ფინანსური მხარდაჭერის ფონდი" საკუთარი თანამშრომლებისა და მათი ოჯახის წევრებისთვის. პირველი შვიდი ოჯახი, რომელთაც კომპანია დაეხმარა, რეგიონებში მცხოვრები ოჯახები იყო.

მე-6 პრინციპის განხორციელების მიზნით, კომპანიამ დაარსა „ფინანსური მრჩევლის" ინიციატივა და სამეგრელოს მაღალმთიანი რეგიონების სოფლებიდან: ჯგალიდან და მუჟავადან 2019 წელს ფონდი „ტასოს" ბენეფიციარი ქალები გადაამზადა - ფინანსური ცნობიერების დონის ამაღლების მიზნით. ინიციატივა „ფინანსური მრჩეველი" სრულად დაფინანსებული სოციალური პროექტია, რომელსაც სათავე „ემბისიმ" დაუდო. პროექტი მიზნად ისახავს საქართველოს რეგიონებში ფინანსური ცნობიერების დონის ამაღლებას.

როგორც „საქართველოს პრო ბონოს" ქსელის წევრი, ორგანიზაცია კომუნიკაციისა და ბრენდირების საკითხებშიც აქტიურად ეხმარება მეწარმე ქალებს. ინიციატივა „ემბისის მეგობრის" ფარგლებში, კომპანიის თანამშრომლები ქალ მეწარმეებს ხელს უწყობენ თავიანთი პროდუქციის ბრენდირებასა და რეკლამირებაში. ამავე ინიციატივის ფარგლებში, კომპანია უსასყიდლოდ დაეხმარა სოციალურ საწარმო „პოტერიას" და საწარმოში დასაქმებულ პრობაციონერებსა და ყოფილ პატიმარ ქალებს კომუნიკაციის სტრატეგიის ჩამოყალიბებისა და სოციალური მედიის მართვის ტრენინგები შესთავაზა.

კომპანია ერთმნიშვნელოვნად აღიარებს „ქალთა გაძლიერების პრინციპებზე" ხელმოწერით ნაკისრ ვალდებულებებს და იმ როლს, რომელიც მან გენდერული თანასწორობის მიღწევისთვის უნდა შეასრულოს. გენდერული თანასწორობის მიმართულებით გაწეული სამუშაოს თაობაზე ინფორმაციის გაზიარებისა და ეკონომიკაში ქალების ჩართულობის მნიშვნელობაზე თავისი საჯარო განცხადებებით „ემბისი" პოზიტიურ ბიძგს აძლევს სხვა კომპანიებს, შეუერთდნენ „ქალთა გაძლიერების პრინციპებს". თუ კომპანიის აღმასრულებელი დირექტორის გია პეტრიაშვილის სიტყვებს დავესესხებით, „თავიანთ საწარმოებში ღირებულებების შექმნით ქალი მეწარმეები, ერთი მხრივ, თავიანთი ოჯახების ცხოვრების დონეს აუმჯობესებენ, ხოლო, მეორე მხრივ, წვლილი შეაქვთ ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაში."

4. ACCORHOTELS — თანამშრომლების მხარდაჭერა ტრენინგების და ინიციატივების საშუალებით

AccorHotels საქართველოში ქალთა გაძლიერების პრინციპებს 2017 წელს შეუერთდა. 2018 წელს კომპანიამ შეიმუშავა ქალთა გაძლიერების პრინციპების სამოქმედო გეგმა და დაიწყო გენდერული თანასწორობის პრინციპების ჩაშენება კომპანიის პოლიტიკის დოკუმენტებში, რაც ასევე გულისხმობდა პოლიტიკის დოკუმენტების ცვლილებას. 2018 წელს კომპანიამ ასევე, დაიწყო სქესის ნიშნით დანაწევრებული მონაცემების შეგროვება, მაგალითად ვაკანსიის განაცხადზე შემოსულ აპლიკაციებში გენდერული სხვაობის კვლევა.

ქალთა გაძლიერების პრინციპების ფარგლებში კომპანიამ შეიმუშავა ინიციატივა „მომავლის დაგეგმვა ქალებისთვის დეკრეტული შვებულების დროს". ამ ინიციატივის ფარგლებში დეკრეტულ შვებულებამდე ერთი თვით ადრე კომპანია აორგანიზებს შეხვედრას თანამშრომელთან მის გეგმებზე სამსჯელოდ და მისთვის მისაღები განრიგის შესამუშავებლად. დეკრეტული შვებულებიდან დაბრუნების შემდეგ თანამშრომელს ეკითხებიან, თუ სურს რაიმე კონკრეტული ტრენინგის გავლა სამუშაო გარემოში რეინტეგრაციის მიზნით.

2018 წლის განმავლობაში კომპანიამ დააორგანიზა 40 ტრენინგი თანამშრომლებისთვის სხვადასხვა საკითხებზე, როგორიცაა ჯანმრთელობა, კეთილდღეობა და უსაფრთხო სამუშაო გარემო და გენდერული თანასწორობა. საერთო ჯამში გადამზადდა 175 თანამშრომელი, საიდანაც 94 იყო ქალი (54%) და 81 კაცი (46%). „ეკორჰოტელსმა" ასევე, დაიწყო კომპანიის შიგნით გადამზადებული და კვალიფიციური მენტორების ჯგუფის შექმნა და თავისი ორი თანამშრომელი მენტორების სასწავლო პროგრამაში ჩართო.

5. „ჯეპრა" — ტრენინგები მეწარმეობაში გენდერული უთანასწორობის აღმოსაფხვრელად.

ქალთა გაძლიერების პრინციპებზე" ხელმომწერი კომპანიები ვალდებულებას იღებენ, რომ დანერგონ ისეთი ბიზნეს-პრაქტიკა, რომელიც აძლიერებს ქალებს და ასევე, აწარმოონ შინაარსიანი და პასუხისმგებლიანი კომუნიკაცია. კომპანიებს ამ გზით მნიშვნელოვანი როლის შესრულება შეუძლიათ გენდერული თანასწორობის განმტკიცების და სტერეოტიპებთან, წინასწარ განწყობებთან და დამკვიდრებულ ცრურწმენებთან ბრძოლაში.

„ჯეპრა" ერთ-ერთი პირველი კომპანია იყო, რომელიც „ქალთა გაძლიერების პრინციპების" მოძრაობას ჯერ კიდევ 2016 წელს შეუერთდა. „ქალთა გაძლიერების პრინციპებზე" ხელმოწერის შემდეგ კომპანიამ შეიმუშავა გენდერული თანასწორობის სამოქმედო გეგმა, გენდერული თანასწორობისა და სექსუალური შევიწროების საკითხებში გადაამზადა თანამშრომლები და მენტორული პროგრამა დანერგა ქალების განათლებისა და პროფესიული განვითარების ხელშესაწყობად. ვინაიდან „ჯეპრას" საქმიანობა მჭიდროდ არის დაკავშირებული საზოგადოებასთან ურთიერთობასა და სტრატეგიულ კომუნიკაციებთან, კომპანიამ მეწარმე ქალებს შესთავაზა ტრენინგები მარკეტინგისა და კომუნიკაციების მიმართულებით, ასევე, ჩაუტარა მათ ტრენინგი ბიზნეს გეგმების შემუშავებაში და ამით გააძლიერა ისინი.

„ჯეპრას" თანამშრომლებმა გაიარეს ონლაინ კურსი სამუშაო ადგილზე სექსუალური შევიწროების პრევენციის საკითხში და კომპანიამ სექსუალური შევიწროების მექანიზმი დანერგა ორგანიზაციაში. აგრეთვე „ჯეპრა" მუდმივად ახდენს მიმწოდებლების შესახებ ინფორმაციის სქესის მიხედვით დანაწევრებას, რათა გაზარდოს ქალ მეწარმეთა რიცხვი კორპორაციულ შესყიდვებში და ამით გააძლიეროს მეწარმე ქალები და ქალთა კუთვნილი საწარმოები.

2020 წელს „ჯეპრა“ აქტიურად ჩაერთო გენდერული ძალადობის წინააღმდეგ 16 დღიან კამპანიაში და დაეხმარა გაეროს ქალთა ორგანიზაციას კამპანიის ვიზუალური მასალების მომზადებაში, რომლებიც გამოყენებული იყო კამპანიის ფარგლებში ქალთა მიმართ ძალადობის დასრულების საკითხებზე.

კოვიდ 19-ის პანდემიით გამოწვეული იზოლაციის პირობებში „ჯეპრამ“ კიდევ ერთი ნაბიჯი გადადგა მეწარმეობისა და ბიზნესის სამყაროში ქალთა ეკონომიკური გაძლიერების მიმართულებით, როდესაც ონლაინ სემინარების სერია წამოიწყო. კოვიდ 19-თან დაკავშირებული პირველი მნიშვნელოვანი ინიციატივა იყო ქალების გადამზადება პოსტ-კრიზისული კომუნიკაციების საკითხებში, რაც მიზნად ისახავდა მონაწილეთა აღჭურვას ისეთი აუცილებელი უნარებით, როგორიცაა საკუთარი ბიზნესის განვითარება და რეკლამირება, ბრენდირება და კომუნიკაცია და სხვა. პროექტის ბენეფიციარები იყვნენ ფონდი „ტასოს“ და „საქართველოს ფერმერთა ასოციაციის“ წევრი ქალები.

ბრენდირება და მარკეტინგი ყველაზე საჭირო მომსახურებად განისაზღვრა ბიზნესში ქალების მიერ, ამიტომ „ჯეპრა“, ფონდი „ტასოს“ სამ ბენეფიციარ ქალს დაეხმარა თავიანთი პროდუქტების ბრენდირებასა და მარკეტინგში. ეს მომსახურება ბრენდის სახელის, ლოგოს, შეფუთვის და სხვა ვიზუალური დიზაინების შექმნას მოიცავდა.

6. ფოთის საზღვაო ტერმინალი (APM TERMINALS) – სამუშაო ადგილზე მრავალფეროვნების მნიშვნელობა

წარმატება შესაძლებელია, როცა ქალები სამუშაო ადგილებზე კაცების სრულფასოვანი პარტნიორები არიან. და მართლაც, მრავალი კვლევა გვაჩვენებს, რომ ლიდერებს, რომლებიც კომპლექსურად უდგებიან მრავალფეროვნების, თანასწორობისა და ჩართულობის საკითხებს, უფრო ინოვაციური და თანამშრომლობის გრძნობით გამსჭვალული შრომითი კოლექტივის ჩამოყალიბება შეუძლიათ, რაც, თავის მხრივ, უკავშირდება შრომის ნაყოფიერების ზრდას, ბიზნესის უკეთეს შედეგებსა და გაუმჯობესებულ სამუშაო გარემოს.

ვინაიდან შრომითი რესურსები მრავალფეროვნებას იძენს და მთელ მსოფლიოში ფართოვდება, ეს გამოწვევა პრიორიტეტული გახდა ფოთის საზღვაო ტერმინალისთვისაც, რომელიც ერთ-ერთი უდიდესი ოპერატორი და დამსაქმებელია შავი ზღვის პორტში. კომპანია 2018 წლიდან არის ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერი. ვინაიდან კომპანიას სურდა შრომითი რესურსის, რომლის 90%-ს კაცები წარმოადგენ, გამრავალფეროვნება, საზღვაო ტერმინალმა, ქალების ეკონომიკური გაძლიერებისა და განათლების ხელშეწყობის მიზნით, ტექნიკური პროფესიული განათლების ექვს დაწესებულებასთან დაიწყო თანამშრომლობა. ამ ერთობლივმა ინიციატივამ ფოთის საზღვაო ტერმინალს მე-4 პრინციპის განხორციელებისა და თანამშრომელი ქალების რაოდენობის გაზრდის საშუალება მისცა ისეთი სამუშაოების შესასრულებლად, რასაც ადრე ტრადიციულად კაცები ასრულებენ. მაგალითად, ამწის მართვა, საინფორმაციო ტექნოლოგიების გაძღოლა, ჯანმრთელობისა და უსაფრთხოების სფეროები, შედუღება, ელექტრო-მექანიკური და საინჟინრო საქმიანობა. ამის შემდეგ კომპანიამ ქალების გარკვეული რაოდენობა ანაზღაურებადი პრაქტიკითა და სპეციალობის მიხედვით სამუშაო ადგილზე მომზადების შესაძლებლობით უზრუნველყო. 2019 წლის გაზაფხულიდან პრაქტიკა ოთხმა გოგომ გაიარა, რომელთაგან ერთი, პრაქტიკის დასრულების შემდეგ, ამწის ოპერატორად დასაქმდა კომპანიაში. გოგოებისა და ქალების სამუშაოზე საგანგებოდ აყვანის გზით ეს პარტნიორობა ქალებს საშუალებას აძლევს, ტრადიციულად კაცების პროფესიები აირჩიონ, დაეუფლონ, უსაფრთხო გარემოში შეიძინონ პროფესიული კვალიფიკაცია, დაარღვიონ სტერეოტიპები და დასაქმების ახალი შესაძლებლობები მიიღონ.

2019 წელს კომპანია თავის თანამშრომლებთან გენდერული თანასწორობის საკითხებზეც მუშაობდა. მათგან უკუკავშირის მისაღებად კომპანიამ ჩამოაყალიბა და განახორციელა სამუშაო გარემოს კვლევა, რომლის შედეგებიც ტრენინგის პროგრამაში გამოიყენა. გაეროს ქალთა ორგანიზაციის ქალთა გაძლიერების პრინციპების ტრენინგის გავლის შემდეგ, კომპანიამ თანამშრომლებისთვის შიდა ტრენინგები ჩაატარა აღნიშნულ პრინციპებზე, გადახედა პოლიტიკის დოკუმენტებს და სექსუალური შევიწროების შესახებ შეტყობინებისთვის გასაჩივრების მექანიზმიც შექმნა. ქალთა გაძლიერების პრინციპებთან დაკავშირებულ სამუშაოს კომპანია 2018 წლიდან ახორციელებს.

7. სასტუმრო მერკური და Ibis Styles — თანასწორობა გაცილებით მეტია, ვიდრე რესურსების მხოლოდ სამართლიანი განაწილება ქალებისთვის

სასტუმრო მერკური და Ibis Styles შეუერთდა ქალთა გაძლიერების პრინციპებს 2018 წელს. კომპანია განუხრელად მიისწრაფვის კაცებსა და ქალებს შორის თანასწორობის კორპორაციული ღირებულებებისკენ, სამუშაო ადგილზე მრავალფეროვნებისკენ და სოლიდარობისა და სტერეოტიპების წინააღმდეგ ბრძოლის შესახებ ცოდნის გაზიარებისკენ. კომპანია ამჟამად ახორციელებს RiiSE საერთაშორისო პროექტს, სადაც ორმაგი “ii” სიმბოლურად აღნიშნავს კაცებსა და ქალებს.

„მერკურში“ მტკიცედ გვწამს ჩვენი ძირითადი ღირებულებების. არ იქნება არავითარი პროგრესი გენდერული თანასწორობისა და მრავალფეროვნების - კოლექტიური საქმიანობის ძირითადი მამოძრავებელი ძალის გარეშე. 2019 წელი დატვირთული იყო აქტივობებით; ყველა თანამშრომელი გაწევრიანდა RiiSE ქსელში და მომზადება გაიარა სამუშაო ადგილზე მრავალფეროვნების, ჩართულობისა და თანასწორობის საკითხებზე. გენდერულ თანასწორობასთან ერთად, RiiSE-ს მრავალფეროვნების კონცეფცია, ასევე, მიზნად ისახავს თაობებისა და კულტურების თვალსაზრისით შერეული გუნდების შექმნას. ჩვენ ვართ ას ქვეყანაში მომუშავე საერთაშორისო კომპანია მდიდარი გამოცდილებით, რომელიც კიდევ უნდა განვითარდეს RiiSE-ს დახმარებით,“ - აცხადებს ხარისხისა და პროექტის მენეჯერი თამუნა ჩხიკვაძე.

გაეროს ქალთა ორგანიზაციასა და „კრეატიული განვითარების ცენტრთან“ პარტნიორობით, კომპანიის თანამშრომლებმა ტრენინგი გაიარეს მენტორობის საკითხებში, რის შედეგადაც კომპანიაში მენტორობის ათი წყვილი შეიქმნა. „მერკურმა“ ასევე განახორციელა: ტრენინგი „ლიდერების სტრატეგიული განვითარება“, ჩართულობის და მრავალფეროვნების კვირეული, პერსონალის მართვის პოლიტიკის დანერგვა, თანასწორობისა და მრავალფეროვნების პრინციპებზე დაფუძნებული საერთაშორისო დოკუმენტის შექმნა. აღნიშნულ პოლიტიკას 2019 წლის მარტიდან გაეცნო და ხელი მოაწერა თითოეულმა თანამშრომელმა. კომპანიამ ურთიერთგაგების მემორანდუმი გააფორმა ATIPfund Georgia-სთან (ადამიანით ვაჭრობის (ტრეფიკინგის) მსხვერპლთა, დაზარალებულთა დაცვისა და დახმარების სახელმწიფო ფონდთან) თავშესაფარში მცხოვრები ქალებისთვის სერტიფიცირებული სტაჟირებების მოსაწყობად, მე-4 პრინციპის შესაბამისად. მე-5 პრინციპის განხორციელების დაწყებით „მერკურისთვის“ ნათელი გახდა, რომ გენდერულად მგრძნობიარე შესყიდვები, შეიძლება, სწრაფ და ეკონომიურ პრაქტიკას წარმოადგენდეს ქვეყანაში ქალთა გაძლიერების ხელშეწყობის თვალსაზრისით. 2019 წელს კომპანიამ რესტორანში დადგა სპეციალური სტენდი, სადაც ქალების მიერ წარმოებული ღვინო და თაფლია - „ბაიას ღვინო“[38] და „ეკას თაფლი“[39] გამოფენილი და იყიდება

38 წარმოებულია საოჯახო მეღვინეობის მიერ სოფელ ობჩაში, იმერეთის რეგიონი, დასავლეთ საქართველო.
39 წარმოებულია ეკა გოგატიშვილის მიერ, სოფელ პერევში, იმერეთის რეგიონი, დასავლეთ საქართველო.

8. „კრისტალი“ – ქალი მეწარმეების და თანამშრომლების მხარდაჭერა

ფინანსურ მომსახურებაზე წვდომის გაზრდა მნიშვნელოვანი ბიზნეს-შესაძლებლობაა ქალებისთვის. მსოფლიო მასშტაბით, ქალებს ნაკლებად მიუწვდებათ ხელი საფინანსო დაწესებულებებზე; საბანკო ანგარიშიც, კაცებთან შედარებით, უფრო ნაკლებ ქალს გააჩნია. მაშინ, როცა კაცების 65%-ს ანგარიში აქვს ოფიციალურ საფინანსო დაწესებულებებში, ქალების მხოლოდ 58% სარგებლობს იმავე დაწესებულებების მომსახურებით.[40] წვდომის ნაკლებობა არა მარტო ზღუდავს ქალების ეკონომიკურ პოტენციალს, არამედ ხელს უშლის მათი ოჯახებისა და თემების კეთილდღეობას. კვლევა გვიჩვენებს, რომ ქალების მმართველობის ქვეშ მყოფი მცირე და საშუალო ზომის საწარმოები უკეთ ახერხებენ მოგების რეინვესტირებას საქმიანობაში, მათი ოჯახების ჯანმრთელობასა და განათლებაში და ადგილობრივი თემების გაძლიერებაში.[41]

„კრისტალი“, ფინანსური ჩართულობის ორგანიზაცია, 2016 წელს ერთ-ერთი პირველი შეუერთდა ქალთა გაძლიერების პრინციპების მოძრაობას საქართველოში. მას შემდეგ იგი გენდერული თანასწორობის ხელშეწყობას განაგრძობს. „საკმარისზე მეტი მტკიცებულება არსებობს იმისა, რომ იმის გარდა, რომ გენდერული თანასწორობისა და ქალთა გაძლიერების ხელშეწყობა თავისთავად სამართლიანი საქმეა, ეს ჭკვიანური გადაწყვეტილებაა ბიზნესისთვისაც. „კრისტალში“ ჩვენ ამის მტკიცედ გვჯერა“ - აცხადებს „კრისტალის“ აღმასრულებელი დირექტორი ილია რევია.

2019 წლის მარტში, მე-5 პრინციპის განხორციელებისა და ქალებისთვის ფინანსებზე წვდომის ხელშეწყობის მიზნით, კომპანიამ 15 მილიონი ლარის (5 მილიონ აშშ დოლარზე მეტი) ღირებულების „ქალებისთვის განკუთვნილი კორპორაციული ობლიგაციების“ გამოშვების შესახებ განაცხადა, ათასობით მომხმარებელი ქალის ეკონომიკური განვითარებისთვის. ამით კომპანიამ ფინანსური პროდუქტებითა და კაპიტალზე თანასწორი წვდომით უზრუნველყო ისინი მცირე ბიზნესების გასაფართოებლად. კორპორაციული ობლიგაციები ნიშნავს სპეციალური წინადადებების შექმნას მეწარმე ქალებისთვის და მათი საკრედიტო მომსახურების საფასურის 5%-ით შემცირებას. შედეგად, 2 300-ზე მეტმა ქალმა მიიღო სესხები, რამაც მთლიანობაში 4.7 მლნ ლარი (1.5 მლნ აშშ დოლარზე მეტი) შეადგინა.

კომპანიამ ფონდ „ტასოს“ თემებში 3 სოციალური პროექტი განახორციელა: სოფელ გულიანში, (ლანჩხუთის მუნიციპალიტეტში) სამედიცინო ამბულატორია მოაწყო, მაღალმთიან სოფელ ზუბში (ცაგერის მუნიციპალიტეტში) 25 ოჯახისთვის სასმელი წყლის მიწოდება გახდა შესაძლებელი, ხოლო სოფელ პიპილეთში (ონის მუნიციპალიტეტში) კი ბიბლიოთეკის ინვენტარით აღჭურვა დააფინანსა.

ისტორიულად, თანამშრომლების კეთილდღეობისკენ მიმართულ ინიციატივებს მაინცდამაინც დიდი მნიშვნელობა არ ენიჭებოდა და მეტწილად არც დამსაქმებლებისთვის იყო ეს საქმე პრიორიტეტული. თუმცა ვითარება შეიცვალა. კოვიდ 19-ით გამოწვეულმა პანდემიამ და მასთან დაკავშირებულმა შეზღუდვებმა მნიშვნელოვნად გააუარესა თანამშრომლების კეთილდღეობა.

„კრისტალის“ გარემოსდაცვითი და სოციალური სამსახურის ხელმძღვანელი მაია ქობალია განგვიმარტავს, თუ რა მოგება ნახა კომპანიამ იმით, რომ თანამშრომელთა კეთილდღეობაზე

40 აშლი დემირგუჩ-კუნტი და სხვები, „The Global Findex-ის მონაცემთა ბაზა 2014: ფინანსური ხელმისაწვდომობის განსაზღვრა მთელ მსოფლიოში“, პოლიტიკის კვლევის სამუშაო დოკუმენტი, No. 7255, ვაშინგტონი, მსოფლიო ბანკი, 2015, ხელმისაწვდომია (ინგლისურ ენაზე): http://documents.worldbank.org/curated/en/187761468179367706/pdf/WPS7255.pdf (ბოლოს ნანახია 8.11.2021).

41 გაეროს ქალთა ორგანიზაცია, მსოფლიო ქალთა პროგრესი 2015-2016: ეკონომიკის ტრანსფორმაცია და უფლებების რეალიზაცია, 2015, ხელმისაწვდომია (ინგლისურ ენაზე): http://progress.unwomen.org/en/2015/pdf/UNW_progressreport.pdf (ბოლოს ნანახია 8.11.2021).

იმრუნა კორპორაციული პასუხისმგებლობისა და მდგრადი განვითარების თვალსაზრისით: „დასაფასებელია, რომ კრიზისის პერიოდში ბევრი კომპანია უკეთ ხვდება, რომ თანამშრომლების კეთილდღეობა უფრო მეტს ნიშნავს, ვიდრე, უბრალოდ, მათ ფიზიკურ ჯანმრთელობას. მიუხედავად იმისა, რომ თითქოს იოლი არ არის თანამშრომლებზე ორიენტირებულ კომპანიად იქცე და პირველ ადგილზე ადამიანი დააყენო, პანდემიამ და მისმა თანმდევმა მოვლენებმა თვალსაჩინოდ დაგვანახა, რომ ამგვარი მიდგომა აბსოლუტური აუცილებლობაა! როდესაც ადამიანებს პოზიტიური განწყობა აქვთ სამუშაო ადგილებზე, მათ შესწევთ უნარი განავითარონ საკუთარი პოტენციალი, უფრო პროდუქტიულები და შემოქმედებითები გახდნენ, დაამყარონ კარგი ურთიერთობები, უკეთ გაუმკლავდნენ სტრესს, ღირებული წვლილი შეიტანონ საერთო საქმეში და უკეთ მოემსახურონ თავიანთ მომხმარებლებს."

„აშშ-ს ქალთა გლობალური განვითარებისა და კეთილდღეობის ინიციატივის" ფარგლებში და „USAID/Georgia-ს" ფინანსური მხარდაჭერით, „ახალგაზრდა მეწარმეთა" პროგრამა 2024 წლამდე დაფინანსდა. 2020 წელს პროგრამის YES-Georgia (პროგრამა „საქართველოში ახალგაზრდებისა და ქალთა მეწარმეობის მხარდასაჭერად")[42] მეშვეობით „კრისტალმა" შეძლო 794 ქალი გაეძლიერებინა პიროვნული ზრდის, სოციალურ-ეკონომიკური გაძლიერების, ბიზნესის/ფინანსების მართვისა და ცნობიერების ასამაღლებელი სხვა აქტივობების მეშვეობით. მეტიც, USAID YES-Georgia-ს პროგრამის ფარგლებში დაფინანსდა 69 სტარტაპი და 64 მონაწილე ქალი გადამზადდა „ახალგაზრდა მეწარმეთა სკოლაში". „BUZZ Georgia"-მ, რომელიც მხოლოდ ქალებზე ორიენტირებული კომპონენტია USAID YES-Georgia პროგრამის, 400-ზე მეტ ქალს მთელი საქართველოს მასშტაბით, ვირტუალური ტრენინგები ჩაუტარა პიროვნული გაძლიერების, თვითშეფასების ამაღლებისა და მეწარმეობის მნიშვნელობის გაცნობის მიზნით.

მეოთხე პრინციპის შესაბამისად, „კრისტალში" ასევე წარმატებით დაინერგა მენტორობის პროგრამა დასაქმებული ქალების გასაძლიერებლად გაეროს ქალთა ორგანიზაციის პარტნიორი ორგანიზაციის, „კრეატიული განვითარების ცენტრის", წარმომადგენლებთან თანამშრომლობის შედეგად.[43] მენტორობის პროგრამა მნიშვნელოვან როლს ასრულებს კომპანიაში თანამშრომელთა კმაყოფილების ამაღლების, კადრების გადინების შემცირების, სამუშაო გარემოს გაუმჯობესების და თანამშრომელთა ჩართულობის ასამაღლებლად, რაც თავისთავად კომპანიის მოგებაზეც აისახება. საერთო ჯამში, 2020 წლის განმავლობაში, კომპანიაში 107 დასაქმებული ქალი დაწინაურდა უფრო მაღალ პოზიციებზე.

9. „კანტის აკადემია" – ქალების როლის გაძლიერება განათლების სისტემაში

2030 წლის განათლების დღის წესრიგი დაფუძნებულია გენდერული თანასწორობის პრინციპებზე და მისი მიზანია, ყველა ადამიანს მიეცეს განათლების მიღებაზე წვდომის თანაბარი შესაძლებლობა. „კანტის აკადემია" აცნობიერებს, რომ სიღარიბე, გეოგრაფიული იზოლაცია, უმცირესობათა სტატუსი, ფიზიკური შეზღუდულობა, ადრეული ქორწინება, გენდერული ნიშნით ძალადობა და სხვა ტრადიციული წინასწარგანწყობები ქალის სტატუსისა და როლის შესახებ, იმ მრავალი დაბრკოლების ნაწილია, რომელიც საშუალებას არ აძლევს ქალებსა და გოგოებს, სრულყოფილად გამოიყენონ თავიანთი შესაძლებლობები და მიიღონ განათლება.

„ჩვენი აკადემია სულ უფრო და უფრო მგრძნობიარე ხდება ქალების პრობლემების მიმართ,"

42 ხელმისაწვდომია: https://crystalfund.ge/2020/01/31/usaid-program-yes-georgia-to-support-youth-women-entrepreneurship-2/ (ბოლოს ნანახია 8.11.2021).

43 პროგრამის შესახებ ვიდეო შეგიძლიათ იხილოთ https://www.youtube.com/watch?v=nF-1haaIH2g.

- აცხადებს „კანტის აკადემიის“ თანადამფუძნებელი მარეხ გვარამაძე. „ქალთა გაძლიერება პრიორიტეტული მიმართულებაა დღეს ჩვენთვის. როგორც საგანმანათლებლო ინსტიტუტს, გვჯერა, რომ შეგვიძლია რადიკალური ცვლილებები შევიტანოთ გოგოებისა და ქალების ცხოვრებაში.“

როგორც საგანმანათლებლო პლატფორმამ, რომელიც 2015 წლიდან მუშაობს ქართველ ახალგაზრდობასთან მათი ემოციური ინტელექტისა და კრიტიკული აზროვნების უნარის განვითარების მიმართულებით, „კანტის აკადემიამ“ მყისიერი რეაგირება მოახდინა კოვიდ 19-ის პანდემიის გამოწვევებზე. „კანტის აკადემიამ“ ჯამში 1 500 ახალგაზრდასთან იმუშავა საქართველოს სხვადასხვა რეგიონებში სტრესის მართვისა და პიროვნული და პროფესიული უნარების განვითარების მიმართულებით. ახალგაზრდებთან მუშაობა რეგიონებში ითვალისწინებდა მდგრადობის, პიროვნული ზრდისა და თანატოლებთან გამოცდილების გაზიარების ხელშეწყობას. მონაწილეთა უმრავლესობას, დაახლოებით 70%-ს ქალები წარმოადგენდნენ.

აკადემიამ გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის 75-ე წლისთავთან დაკავშირებითაც განახორციელა კამპანია, რომელიც გენდერული თანასწორობისა და ქალთა უფლებების საკითხების გარშემო დისკუსიებს მოიცავდა. გარდა ამისა, კახეთისა და ქვემო ქართლის რეგიონებში 200-მდე ქალი ჩაერთო „კანტის აკადემიის“ პიროვნული განვითარების ქოუჩინგ სესიებში.

აკადემიამ, ასევე, წამოიწყო სტრესის მართვის ტრენინგების კურსი სასკოლო ასაკის ბავშვებისა და მათი მშობლებისთვის, პანდემიით გამოწვეული პრობლემების საპასუხოდ. ამ კურსის მიზანია გაუმჯობესდეს მშობლებსა და შვილებს შორის ურთიერთობები და უკიდურესად დაძაბულ გარემოსთან გამკლავებასა და ემოციების მართვაში დაეხმაროს მათ.

„კანტის აკადემიამ“ რამდენიმე სემინარი გამართა სამცხე-ჯავახეთის სოფლების, სვირისა და ტოლოშის ქალებისთვის მოტივაციის, კარიერული განვითარებისა და პროფესიული ორიენტაციის თემებზე, აგრეთვე, CV-ს წერისა და სამსახურებრივი გასაუბრების ტექნიკის შემუშავებაზე. სემინარები ისეთ თემებსაც მოიცავდა, როგორიცაა: ლიდერობა და ქალი ლიდერები, თვითგაძლიერება, ბრენდის მარკეტინგისა და კომუნიკაციის მნიშვნელობა.

„კანტის აკადემია“ ძალისხმევას არც კომპანიის შიგნით იშურებს საგანმანათლებლო პროგრამის მეშვეობით თანამშრომლების გასაძლიერებლად და მათი უნარების გასავითარებლად. მენტორობის პროგრამის 6 წყვილის შექმნით კომპანიის მიზანია, ორგანიზაციული მართვის უნარების გამომუშავებაში დაეხმაროს თანამშრომლებს და მათ პიროვნულ განვითარებას დაუჭიროს მხარი. განხორციელებული საქმიანობა პასუხობს ქალთა გაძლიერების მეოთხე პრინციპს და თანამშრომლების გაძლიერებას ემსახურება.

კომპანიის შიგნით განხორციელებული ღონისძიებების გარდა, როგორიცაა შიდა გენდერული აუდიტის ჩატარება და სტრატეგიული დოკუმენტების გადახედვა, აკადემიამ გენდერულად მგრძნობიარე შესყიდვები წამოიწყო, რისთვისაც, პირველ რიგში, ქალების საკუთრებაში მყოფ ბიზნესებთან და ქალ მომწოდებლებთან დაამყარა კონტაქტი და მათგან დაიწყო პროდუქციისა და მომსახურებების შეძენა.

10. „მთავარი არხი“ — „ქალთა გაძლიერების პრინციპების“ პირველი ხელმომწერი ტელევიზია საქართველოში

„მთავარი არხი“ არის პირველი ტელევიზია საქართველოში, რომელიც „ქალთა გაძლიერების პრინციპების“ დახმარებით ცდილობს გააძლიეროს კაცი და ქალი პროდიუსერები, კოპირაიტერები, ჟურნალისტები და უფრო მგრძნობიარე გახადოს ისინი გენდერული თანასწორობის საკითხების მიმართ. არხის მიზანია, შექმნას ხარისხიანი პროგრამები და გადაცემები, რომლებიც გენდერულად სენსიტიური ენით მიაწვდიან მაყურებელს ინფორმაციას.

„იმან, თუ როგორ არიან კაცები და ქალები წარმოდგენილი სატელევიზიო გადაცემებში, შესაძლოა, დაამსხვრიოს საზოგადოებაში გაბატონებული სტერეოტიპები ან პირიქით, გააძლიეროს ისინი,“ - აღნიშნავს „მთავარი არხის“ დირექტორი თამთა მურადაშვილი. „ჩვენ ვამაყობთ, რომ ვართ პირველი ტელევიზია, რომელიც უმნიშვნელოვანეს როლს ასრულებს გენდერული თანასწორობის მიღწევის საქმეში, ბრძოლას უცხადებს სტერეოტიპებს და წინასწარგანწყობებს და ცვლის საზოგადოების ცნობიერებას. გადაცემებს, რომელსაც ჩვენ ვქმნით, სოციალურ გარდაქმნაში წვლილის შეტანა შეუძლიათ.”

მას მერე, რაც ქალთა გაძლიერების პრინციპებს შეუერთდა, ტელეკომპანია მთელი შემართებით ცდილობს გამოავლინოს და შეცვალოს გენდერული უთანასწორობის შემთხვევები სამაუწყებლო საქმიანობაში - იქნება ეს გადაცემების შინაარსი თუ რესპონდენტების შერჩევა. ხშირად გადაცემები ერთგვაროვანი აუდიტორიისთვის იქმნება მაგრამ, კომპანია ცდილობს გაითვალისწინოს თავისი მრავალფეროვანი მაყურებლის ინტერესი და მრავალფეროვანი და გენდერულად სენსიტიური გადაცემების შეთავაზებით უპასუხოს მათ განსხვავებულ მოლოდინებს.

გაეროს ქალთა ორგანიზაციის დახმარებით, კომპანიამ გადახედა თავის შიდა დოკუმენტაციას, მოარგო ის საერთაშორისო სტანდარტებს, რომელიც პასუხობს გენდერული თანასწორობის პრინციპებს, შექმნა სექსუალური შევიწროების შიდა მექანიზმი და გადაამზადა თავისი თანამშრომლები გენდერული თანასწორობისა და სექსუალური შევიწროების პრევენციის საკითხებში.

კოვიდ 19-ით გამოწვეული იზოლაციის პერიოდში, ტელეკომპანია „მთავარმა არხმა“ ოჯახური ძალადობის მომეტებული შემთხვევების საპასუხოდ, შექმნა სოციალური რეკლამა ქალთა მიმართ ძალადობაზე, რომელიც ხელმისაწვდომი დამხმარე სერვისების შესახებ შეიცავდა ინფორმაციას. ეს ვიდეორგოლი „პრაიმტაიმის“ ეთერში გადის 2020 წლის გაზაფხულიდან დღემდე.

„მთავარმა არხმა“ ასევე, პირველმა წამოიწყო კამპანია გენდერული თანასწორობის საკითხების წინ წამოსაწევად. მას შემდეგ რაც დაასაქმა ქალები ოპერატორისა და მძღოლის პოზიციებზე, კომპანიამ გადაწყვიტა ამ წამოწყებისთვის კამპანიის სახე მიეცა და დაბეჭდა მაისურები, რომელზეც ბიჭი ჟურნალისტები და გოგო ოპერატორები იყვნენ გამოსახულნი. ამით კომპანიას სურდა, დაემსხვრია დამკვიდრებული სტერეოტიპები იმასთან დაკავშირებით, რომ არსებობს კონკრეტული სამსახურები მხოლოდ კაცებისთვის და მხოლოდ ქალებისთვის.

გარდა ამისა, არხზე შეიქმნა ახალი გადაცემა „მისი ამბავი“, რომლის მიზანია საზოგადოებას უკეთ გააცნოს ფემინიზმი და წარმოაჩინოს ქალების როლი საზოგადოებაში. ასევე, გადაცემაში „სხვა ნანუკა“ გადაცემის უმეტესობა ეთმობა ქალების ისტორიებს. „მთავარმა არხმა“ თავისი სოციალური ქსელი და დილის ეთერი დაუთმო პროექტს „ტოლობა“, რომელიც სამი ქალის, სოფო ლილუაშვილის, თამთა მურადაშვილის და თეონა ჩემიას მიერ შეიქმნა. პროექტის მიზანია წარმოაჩინოს ძლიერი ქალები და ამით საჯარო დისკუსიისთვის წამოჭრას ისეთი საკითხები, როგორიცაა ფემინიზმი, გენდერული თანასწორობა და ქალთა გაძლიერება.

დანართი 3.
დაინტერესებული მხარეები

კვლევის დროს ჩაღრმავებული ინტერვიუები ჩატარდა შემდეგ პირებთან და ორგანიზაციებთან:

- გაეროს ქალთა ორგანიზაცია საქართველოში
- კონსულტანტი ქეთი მამინაიშვილი
- პარტნიორები: W4T და GCCI
- ქალთა გაძლიერების პრინციპების ხელმომწერი კომპანიები საქართველოში

საბაზისო კვლევა „ქალთა გაძლიერების პრინციპების (WEPs) ზეგავლენა ბიზნესებზე საქართველოში“ მომზადდა პროექტის „ერთობლივი ძალისხმევა ქალთა ეკონომიკური გაძლიერებისათვის საქართველოში“ და PwC-სა და გაეროს ქალთა ორგანიზაციას შორის 2020 წლის 2 დეკემბერს გაფორმებული ხელშეკრულების (No. SFC 2020-12-08) ფარგლებში. PricewaterhouseCoopers Georgia LLC (PwC)-ის ნებისმიერი ვალდებულება გაეროს ქალთა ორგანიზაციის მიმართ განიმარტება აღნიშნული ხელშეკრულების თანახმად. PwC-ს არ ეკისრება არანაირი ვალდებულება (იქნება ეს სახელშეკრულებო თუ დელიქტური სამართლის თანახმად (მათ შორის, გამოწვეული დაუდევრობით ან სხვაგვარად) არცერთი პირის მიმართ ზემოთხსენებულ პროექტთან დაკავშირებით.

ჩვენი ანგარიში მოიცავს სხვადასხვა წყაროებიდან მიღებულ ან მოპოვებულ ინფორმაციას. PwC-ს არ დაუდგენია წყაროების სანდოობა და არც მათ მიერ ინფორმაციის სისწორე გადაუმოწმებია. შესაბამისად, PwC არ იძლევა გამოხატულ თუ ნაგულისხმევ გარანტიას (გარდა გაეროს ქალთა ორგანიზაციასთან დადებული ხელშეკრულებისა) ანგარიშის სისწორის თუ სრულფასოვნების შესახებ.

ამ ანგარიშის ასლი შეიძლება გადაეცეს სხვა მხარეებს, იმის გათვალისწინებით, რომ PwC-ს არ ეკისრება პასუხისმგებლობა მათ მიმართ (იქნება ეს სახელშეკრულებო თუ დელიქტური სამართლის თანახმად (მათ შორის, გამოწვეული დაუდევრობით ან სხვაგვარად).

UN Women Georgia Country Office
87 Paliashvili Street
Tbilisi 0179, Georgia

Tel: (+995 32) 222 06 04
(+995 32) 222 08 70
www.unwomen.org
georgia.unwomen.org