

УДК 336

**Продвижение экономической и финансовой инклюзивности:
расширение доступа женщин к микрофинансовым услугам
на примере деятельности МДО «ИМОН Интернешнл»**

Махкамова Гулбахор Махсудовна

Кандидат исторических наук,
соискатель степени доктора экономических наук,
Институт экономики и демографии Академии наук Республики Таджикистан,
734025, Республика Таджикистан, Душанбе, просп. Айни, 44;
e-mail: g_makhkamova@imon.tj

Аннотация

Целью статьи является анализ уровня финансовой инклюзивности в Республике Таджикистан на примере микрофинансовых услуг, предоставляемых МДО «ИМОН Интернешнл». В статье показано, что расширение доступа к качественным финансовым продуктам и услугам и их использование имеют важное значение для обеспечения всеобщего экономического роста и сокращения масштабов нищеты для всех государств в целом и Республики Таджикистан в частности. Обосновано, что на данный момент в Республике существует проблема доступа женщин к микрофинансовым услугам. Практические аспекты деятельности микрофинансовой организации «ИМОН Интернешнл» позволили выделить особенности финансовой инклюзивности: женщины меньше заимствуют, но больше сберегают; среди них выше уровень погашаемости кредитов; однако у женщин есть проблемы с использованием финансовых технологических решений, что позволяет говорить о необходимости повышения финансовой и технической грамотности. Показана значимость тренингов и консультаций в данной сфере, за счет которых увеличится эффективность управления финансовыми ресурсами домохозяйства, выделена роль «ИМОН Интернешнл» в данном процессе. Предложены направления повышения уровня финансовой вовлеченности женщин в предпринимательство за счет расширенного доступа к финансированию.

Для цитирования в научных исследованиях

Махкамова Г.М. Продвижение экономической и финансовой инклюзивности: расширение доступа женщин к микрофинансовым услугам на примере деятельности МДО «ИМОН Интернешнл» // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2018. Том 8. № 3А. С. 338-349.

Ключевые слова

Финансовые ресурсы, женский бизнес, микрофинансирование, предпринимательство, доступ к финансированию.

Введение

Процесс финансовой инклюзивности продолжает привлекать внимание ученых и политиков на протяжении последних десятилетий. Учитывая, что миллионы людей не имеют доступа к финансовым услугам, во всем мире существует потенциальная потеря вкладов или сбережений, потеря средств и утрата потенциала экономики для повышения уровня благосостояния и качества жизни [Иголина, 2016]. Доступ к финансовым услугам признается как способность стимулировать процесс кредитования и накопления капитала, тем самым повышая уровень инвестиционной и экономической активности. По мнению В. Джека и Т. Сури, доступ к финансовым услугам является важным инструментом политики, используемым для стимулирования экономического роста [Jack, Suri, 2016].

Финансовая инклюзивность является основой как для низкооплачиваемой категории населения, так и граждан с высокими доходами, которые должны быть интегрированы в финансовую систему. Исследования показывают, что, когда люди являются участниками финансовой системы, они способны лучше управлять рисками, начинать или инвестировать в бизнес, а также финансировать большие расходы, такие как образование или улучшение жилищных условий [Field et al., 2016]. Усиление финансовой интеграции женщин особенно важно, поскольку женщины непропорционально испытывают бедность, обусловленную неравномерным разделением труда и отсутствием контроля над экономическими ресурсами [Левченко, Шувалова, 2017].

Доступ женщин к экономическим возможностям

Многие женщины остаются зависимыми от своих мужей, и примерно каждая третья замужняя женщина из развивающихся стран не контролирует расходы домашних хозяйств на крупные закупки [The world's women 2015..., www]. Только одна из десяти женщин не консультируется с членами семьи в отношении того, как расходуется их собственный заработок [Ibidem]. Кроме того, женщины часто имеют ограниченные возможности для получения образования, трудоустройства, покупки имущества и земельных участков, наследования активов и контроля над финансовыми ресурсами в целом.

В глобальном масштабе только 58% женщин являются клиентами официальных финансовых учреждений по сравнению с 65% мужчин [Demirguc-Kunt et al., www]. Этот гендерный разрыв еще более выражен между мужчинами и женщинами на развивающихся рынках, причем наибольший разрыв, составляющий 18 процентных пунктов, наблюдается в Южной Азии [Ibidem]. Предоставление женщинам с низким доходом во всем мире эффективных и доступных финансовых инструментов для заимствования денег, осуществления платежей и управления рисками имеет решающее значение как для расширения прав и возможностей женщин, так и для сокращения масштабов нищеты. Однако путь к усилению финансового участия женщин зависит от создания более полной гендерной финансовой системы, которая учитывала бы конкретные барьеры, связанные со спросом и предложением, с которыми сталкиваются женщины, поддерживаемые всеобъемлющей нормативной средой. Эти барьеры колеблются от чего-то столь же элементарного, как отсутствие активов для обеспечения возвратности кредита, к более структурным ограничениям, таким как требования к открытию счета, которые ущемляют женщин [Мелешкина, 2016, www].

Несмотря на наличие все большего количества доказательств, которые касаются влияния финансовой инклюзивности на достижение желаемых результатов, касающихся адекватного уровня благосостояния, остается вопрос о том, как финансовые продукты и услуги могут способствовать расширению экономических прав и возможностей женщин. Тем не менее более широкие социальные ограничения, связанные с существованием стереотипов и социальным статусом женщин, могут по-прежнему ограничивать более широкое воздействие финансовой инклюзивности на расширение экономических прав женщин [Сокол, 2015]. Существует необходимость в дополнительных доказательствах эффективных стратегий, ориентированных на продукты, для устранения этих барьеров и улучшения экономических возможностей для женщин [Demirguc-Kunt et al., www].

Согласно данным исследований Всемирного банка по глобальной финансовой инклюзивности, доля женщин, получающих финансовые услуги в развивающихся странах, с 2011 по 2015 г. увеличилась на 13%. Что касается относительных условий, то эти выгоды сопоставимы с теми, что были в развивающихся странах за тот же период, но в абсолютном выражении. Хотя есть веские аргументы, доказывающие успехи, достигнутые в последние годы, женщины все еще нуждаются в расширении доступа к финансовым услугам. В глобальном масштабе гендерный разрыв в финансовой инклюзивности остался на уровне 7% в развитых государствах, а в развивающихся странах разрыв еще выше – 9%. Аналогичные проблемы наблюдаются и в Республике Таджикистан, в которой гендерный разрыв также значителен (табл. 1).

**Таблица 1 – Ключевые показатели доступа к экономическим возможностям
[Национальный банк..., www; The world's women 2015..., www]**

Индикатор	Страны Европы и Центральной Азии		Таджикистан	
	Мужчины	Женщины	Мужчины	Женщины
Уровень участия в трудовой деятельности (% от возраста населения 15-64 лет)	80	62	78	63
Безработица (% от рабочей силы)	11,5	9,6	9,7	9,5
Безработица среди молодежи (% населения в возрасте 15-24 лет)	17,7	12,4	21,7	22,4
Самозанятые (% занятых мужчин/женщин)	53	42	22	16

Как мы видим, все ключевые показатели в Республике Таджикистан ниже, чем в странах Европы и Центральной Азии. Помимо этого, согласно последним показателям развития, в 2014 г. рабочая сила в Таджикистане составляла 3,7 млн человек. Участие рабочей силы было неравномерным: только 62% женщин в возрасте от 15 до 64 лет были трудоустроены на рынке труда по сравнению с 80% мужчин в той же возрастной группе [The world's women 2015..., www].

Доминирующий патриархальный порядок таджикского общества представляет собой существенное ограничение для самоопределения и развития женского бизнеса. Как правило, женщины должны запрашивать у членов своих семей (партнера/мужа, родственников по месту жительства и других членов семьи) разрешение на принятие любого решения, связанного с бизнесом (покупка новых посевов, предметов снабжения, получение кредита, изменение методологии производства и т. д.). Этот процесс занимает много времени и замедляет развитие бизнеса. Несмотря на то, что возможности и поведение женщин в области погашения кредитов

лучше, чем у их коллег-мужчин (табл. 2), финансовым учреждениям легче обрабатывать и выдавать кредиты предприятиям, принадлежащим мужчинам (отказы в получении кредитов для мужчин составляют примерно 15-20% случаев, в то время как для женщин этот показатель составляет около 90% [Ibidem]).

Таблица 2 – Портфель «Под Риском (ПАР)» в «ИМОН Интернешнл»

Показатель	Мужчины	Женщины
Сумма, сомони	25 624 952	6 316 190,35
Доля в общей сумме портфеля, %	5,20%	2,90%
Количество	1709	620
Доля в общем количестве клиентов, %	2,60%	1,60%

В сельском хозяйстве одним из ограничений развития женского бизнеса является то, что часто семейные обязательства ограничивают физическую мобильность женщин. Кроме того, большинство предприятий, управляемых женщинами, ограничены ближайшим местным рынком с небольшой покупательной способностью. Высокое налогообложение вынуждает некоторые сельскохозяйственные предприятия приобретать патент на сезонную часть года, что требует значительных затрат на этот процесс. Данное обстоятельство приводит к тому, что такие предприятия выглядят как стартапы и ранжируются очень низко при доступе к кредиту.

В Таджикистане нет частной собственности на землю, доступ к земле имеет конкретное юридическое значение. Это означает, что право на использование земли предоставляется лицам, которые имеют сертификаты и лицензии на землю, а женщины зачастую не принадлежат к данной категории. Женский малый бизнес занимается большей частью мелкой торговлей, в то время как мужчины становятся все более доминирующими, являясь лицом бизнеса на крупных предприятиях, специализирующихся на производстве товаров, где многие женщины заняты решением производственных задач и упаковки. Женщины также активно участвуют в культивации и ручной уборке урожая в сельском хозяйстве, разведении животных и пищевой промышленности.

Поддержка женского бизнеса и расширение доступа женщин к финансовым ресурсам на примере организации «ИМОН Интернешнл»

Понимание указанных проблем привело к тому, что многие социально ориентированные организации банковского сектора стали разрабатывать или участвовать в программах поддержки женского бизнеса и расширения доступа женщин к финансовым ресурсам. К ним относится микрофинансовая депозитная организация «ИМОН Интернешнл», чье развитие началось в 1999 г. с программы микрокредитования Национальной ассоциацией деловых женщин Таджикистана (НАДЖТ) в партнерстве с Корпусом милосердия. Эта программа была инициативой только для женщин и одним из первых применений методов микрофинансирования в Таджикистане. В 2005 г. «ИМОН Интернешнл» (который до этого был Проектом микрофинансирования, управляемым НАДЖТ) при принятии Закона о микрофинансировании в РТ был зарегистрирован в качестве микрокредитного фонда, затем был преобразован в микрокредитную организацию в 2008 г. и наконец в так называемую микродепозитную организацию в январе 2013 г.

С момента своего создания «ИМОН Интернешнл» расширила свою клиентскую базу за счет мужских клиентов и диверсифицировала свой ассортимент, добавив ряд финансовых и нефинансовых услуг. На сегодняшний день она стала крупнейшей МФО в Таджикистане с 27 филиалами, у нее более 1700 сотрудников и более 130 000 клиентов, из которых почти 40% составляют женщины [Официальный сайт «ИМОН Интернешнл», www].

Будучи признанным сравнительно надежным и стабильным учреждением на финансовом рынке Таджикистана, «ИМОН Интернешнл» сумел защитить или даже укрепить свои рыночные позиции в области микрофинансирования в последние сложные времена. Имея более 130 000 клиентов по всей стране, «ИМОН Интернешнл» обладает наибольшим охватом рынка среди микрофинансовых организаций в Таджикистане.

В 2016 г. рост депозитного портфеля «ИМОН Интернешнл» составил 48%, а количество активных текущих счетов почти удвоилось (+90%), при этом операции на этих счетах увеличились в 5 раз. При увеличении объема денежных переводов в 4 раза доля «ИМОН Интернешнл» на этом рынке выросла с 1,6% до 12,2%, а уже в конце 2017 г. доля рынка составила 20,2%. В том же году количество активных банковских карт выросло до 11 300 за счет привлечения 120 зарплатных проектов [Там же].

Поддерживая интернет и мобильный банкинг для физических лиц, интернет-клиент для юридических лиц, «ИМОН Интернешнл» впервые провел более половины всех транзакций через безналичные расчеты (51%). Позиция «ИМОН Интернешнл» на рынке безналичного расчета стала более сильной и составила 10% от рыночной доли и 44% по объему (из-за увеличения числа юридических лиц с высоким объемом транзакций по сравнению с частными клиентами) операций в 2016 г.

В 2017 г. «ИМОН Интернешнл» продолжил курс положительного развития, который был проведен в 2016 г., и в результате в настоящее время он занимает высокие позиции на банковском рынке Таджикистана (табл. 3).

Таблица 3 – Основные показатели деятельности «ИМОН Интернешнл» [Там же]

Показатель	2015	2016	2017
Общий кредитный портфель	6,7%	6,5%	8%
Портфель микрозаймов кредиты до 500 тыс. сом	17,2%	19,5%	22%
Кредитный портфель МСП	n/a	n/a	n/a
Общий депозитный портфель	1,4%	1,8%	3,4%
Денежные переводы	1,6%	7,5%	20,4%
Карты по количеству	0,1%	0,3%	4,1%
Карты по объему транзакций	0,5%	1,1%	4,5%

«ИМОН Интернешнл» традиционно фокусируется на женщинах и молодежи с продуктами, адаптированными к их потребностям, как это предусмотрено в бизнес-плане на 2017-2020 гг. Следует отметить, что «ИМОН Интернешнл» планирует развивать возможности бизнеса для активизации работы с клиентами-женщинами. Внутреннее обследование показывает, что в конце 2015 г. активных зарегистрированных женщин-предпринимателей было около 190 000 и уже в 2017 г. количество женщин, занимающихся частным бизнесом, возросло до 270 000. По данным государственной статистики, в 2014 г. около 2,5 млрд сомони были заимствованы женщинами-предпринимателями у банков и микрокредитных организаций Таджикистана.

Структура клиентов «ИМОН Интернешнл» по половому признаку на сегодняшний день представлена на рис. 1.

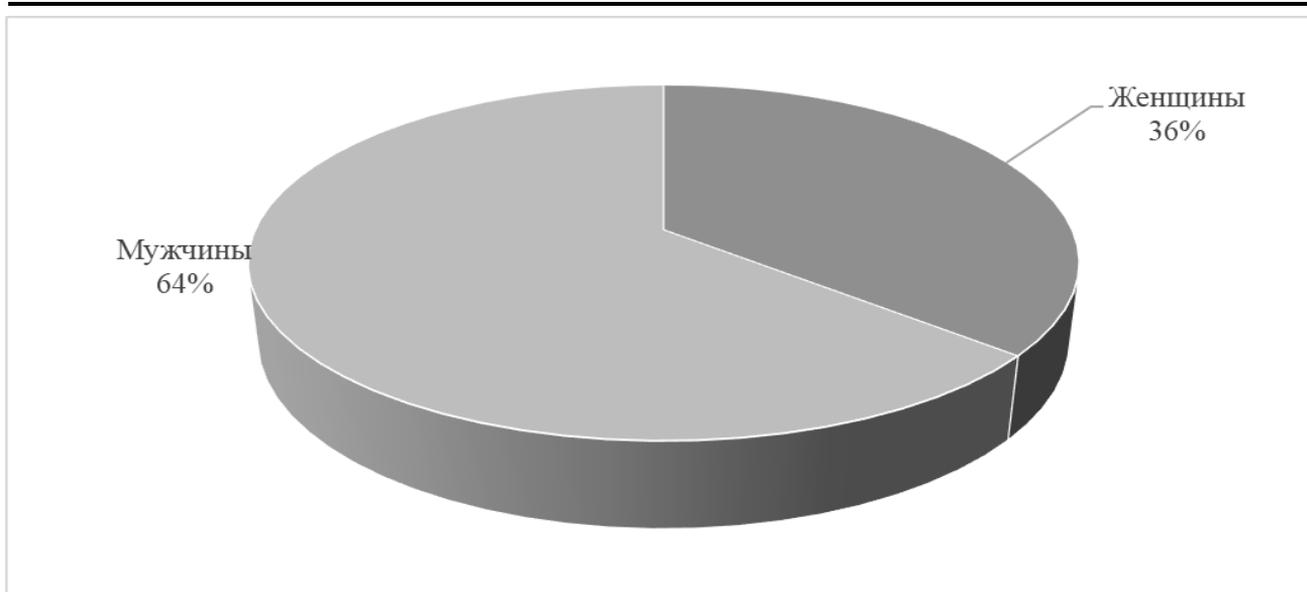


Рисунок 1 – Структура клиентов «ИМОН Интернешнл» по половому признаку [Там же]

Статистические данные демонстрируют, что доля женщин составляет всего 36%. Основные финансовые показатели «ИМОН Интернешнл» представлены в табл. 4.

Таблица 4 – Основные бизнес-показатели и финансовые показатели на 31 декабря 2017 г. [Там же]

Показатель	Значение
Итого активы (тыс. долл. США)	121 103
Достаточность капитала (%)	21%
Общий кредитный портфель (тыс. долл. США)	80 015,41
Кредитный портфель (бизнес-клиентов) (тыс. долл. США)	57 518,51
Количество микрозаймов	102 669,00
Количество микрозаймов (бизнес-клиенты)	58 430,00
Количество кредитов МСП	1354,00
Портфель микрозаймов (тыс. долл. США)	61 311,23
Портфель микрозаймов (бизнес-клиенты) (тыс. долл. США)	39 200,58
Портфель кредитов МСП (тыс. долл. США)	18 704,18
Доля портфеля МСП в общем портфеле кредитов	23,4%
Доля портфеля МСП (бизнес-клиенты)	32,5%
Общее количество клиентов микробизнеса	103 448,00
Количество заемщиков микробизнеса	104 023,00
Численность сотрудников	1720
Численность кредитных сотрудников	535
Средняя сумма микрозайма (тыс. долл. США)	0,6
Средняя сумма кредита МСП (тыс. долл. США)	13,81
Средний портфель на одного эксперта по кредитам (тыс. долл. США)	150
Количество филиалов	27
Количество точек обслуживания	96
Крупнейший сектор в портфеле микрозаймов (%), сельское хозяйство	25%
Крупнейший сектор кредитного портфеля МСП (%), торговля	48,1%
Доля кредитов физических лиц в общем портфеле займов (%)	99,81%
Количество розничных клиентов	119 182

Как мы видим финансовые показатели «ИМОН Интернешнл» можно назвать довольно высокими, однако «ИМОН Интернешнл» поставил перед собой стратегическую цель увеличить долю клиентов-женщин. Поэтому был разработан специальный предварительный план продвижения женского сегмента, который соответствует целям стратегической программы развития МФО. Некоторые мероприятия интегрированы с программой поддержки женского бизнеса и ориентированы на предпринимателей. В целом данная программа хорошо вписывается в маркетинговую стратегию и стремления «ИМОН Интернешнл». Развивая специальные продукты и услуги, новую модель обслуживания только для женщин, организация помогает повысить восприятие уровня обслуживания и удовлетворение клиентов в этом сегменте, привлекая новых клиентов в стратегический сегмент и сохраняя существующих.

Следует отметить, что с 2008 г. «ИМОН Интернешнл» активно поддерживает женщин и молодежь, начинающих бизнес. Программа финансирования стартапов являлась довольно сложной, охватывая финансовые и нефинансовые услуги. «ИМОН Интернешнл» помогал женщинам в разработке бизнес-планов, которые затем они представляли инвесторам и «ИМОН Интернешнл». Стартапы, получившие высокие баллы, получали финансирование, а также наставничество. «ИМОН Интернешнл» выделял долгосрочные кредиты на сумму около 2 млн долл. США для финансирования примерно 800 женщин в год. В табл. 5 представлена динамика кредитов, направленных на развитие бизнеса за период с 2009 по 2017 г.

Таблица 5 - Кредиты, предоставленные для запуска бизнеса (2009-2017 гг.) [Там же]

Валюта	Долларов США		Сомони	
	Пол	Количество	Выданная сумма	Количество
Женщины	166	448 042	1153	6 298 808
Мужчины	194	709 182	272	3 218 592
Всего	360	1 157 225	1425	9 517 400
В процентах				
Женщины	46,1	38,7	80,9	66,2
Мужчины	53,9	61,3	19,1	33,8

Анализ представленных в таблице статистических данных позволяет сделать вывод о том, что женщины чаще всего берут кредиты в национальной валюте, тогда как мужчины – в долларах США. В табл. 6 представлена средняя сумма кредитов.

Таблица 6 – Средняя сумма кредитов «ИМОН Интернешнл» для запуска бизнеса

Валюта	Долларов США	Сомони
Пол		
Женщины	2699,0	5463,0
Мужчины	3655,6	11 833,1
Всего	3214,5	6678,9

Результаты проведенного расчета показали, что на развитие женского бизнеса выдаются существенно меньшие суммы кредитов, чем на развитие мужского бизнеса, а также среднего значения, т. е. можно утверждать о наличии до настоящего времени гендерного разрыва в данной сфере. Первоначальная диагностика, проведенная «ИМОН Интернешнл» в 2008 г., выявила важный разрыв между мужчинами и женщинами с точки зрения предпринимательства. Было выявлено, что:

- мужчины с большей вероятностью решают вопрос об использовании кредитов самостоятельно, чем женщины (88% женщин по сравнению с 94% мужчин);
- 65% клиентов зарегистрировали новый бизнес, при этом клиенты-мужчины регистрируются чаще, чем клиенты-женщины (71% по сравнению с 59%);
- 77% клиентов имели книги о доходах и расходах, равный процент для мужчин и женщин [Там же].

Последние два вывода были особенно важны для «ИМОН Интернешнл», так как он был создан НАДЖТ. С 2010 г. «ИМОН Интернешнл» проводит тренинги «Go ahead», программа и методология которых разработаны Международной организации труда, и в результате он оказал большое влияние на развитие рыночных навыков женщин. Была поставлена более широкая организационная цель для «ИМОН Интернешнл» в направлении расширения финансовой инклюзивности. Стратегия «ИМОН Интернешнл» была сформулирована в отношении улучшения женского таргетинга, бизнеса и понимания спроса женщин на финансовые и нефинансовые услуги. Сегодня «ИМОН Интернешнл» работает с 12 различными проектами совместно с Министерством экономического развития и торговли, Министерством финансов, Министерством образования и науки, Министерством сельского хозяйства и Национальным банком Таджикистана, уделяя особое внимание женщинам.

Развитие женского бизнеса считается стратегически важным сегментом для «ИМОН Интернешнл», сотрудники которого проанализировали женский профиль клиента, сформулировали гендерные аспекты для использования целевых сообщений и отразили их потребности в продуктах, ориентированных на женщин. «ИМОН Интернешнл» находится в процессе разработки новой кредитной карты со специальным дизайном для женщин и комплекта продуктов для них.

Цели маркетинга и производительности «ИМОН Интернешнл» на 2017 г. включают:

- 1) поддержание ведущего положения:
 - а) увеличение доли рынка в кредитах и депозитах;
 - б) увеличение транзакций по банковским картам;
 - в) увеличение доли безналичных транзакций выше 50%;
- 2) выполнение стратегии депозитов по увеличению количества сберегательных вкладов от населения;
- 3) стандарты и качество обслуживания клиентов:
 - а) сохранение текущих клиентов;
 - б) внедрение системы мониторинга соответствия стандарту обслуживания;
 - в) перевод режима функционирования центра обработки вызовов на круглосуточный;
 - г) поддержание результатов оценки качества обслуживания на высоком уровне;
- 4) стратегические проекты:
 - а) увеличение клиентов-женщин на 5%;
 - б) увеличение клиентов среди молодежи на 5%;
- 5) повышение популярности бренда «ИМОН Интернешнл» в цифровом пространстве:
 - а) запуск нового веб-сайта;
 - б) увеличение числа последователей в социальных сетях, а именно Facebook.

«ИМОН Интернешнл» очень активно предлагает широкий спектр нефинансовых услуг для женского бизнеса в Таджикистане. К ним относятся: информация/консультации, образование (обучение, наставничество), сетевые возможности с помощью различных инициатив, таких как конкурс «Женщина – предприниматель года» (премия «Фарах»), проектная деятельность

НАДЖТ, сетевая организация «Озара» для ремесленников. В усилиях по содействию роста депозитов «ИМОН Интернешнл» также начал программы финансового образования, поскольку женщины являются основными получателями денежных переводов из России (табл. 7).

Таблица 7 – Получатели денежных переводов в Республике Таджикистан
[Национальный банк..., www; Официальный сайт «ИМОН Интернешнл», www]

Показатель	Мужчины	Женщины
Сумма, сомони	567 740 411	1 256 744 716
Доля в общей сумме, %	31,12%	68,88%
Количество	204 280	634 348
Доля в общем количестве, %	24,36%	75,64%

В НАДЖТ есть несколько других инициатив и мероприятий, поддерживающих женское предпринимательство в Таджикистане, таких как профессиональные тренинги по обретению навыков, демонстрационные площадки по обучению аграрным технологиям и инновациям в области сельского хозяйства, программы наставничества и развитие бизнес-инкубаторов.

Анализ статистики «ИМОН Интернешнл» в гендерном разрезе выявляет еще такие проблемы, как слабое использование женщинами банковских технологий, дистанционных каналов обслуживания, что обусловлено тем, что они сами и их бизнесы меньше ориентированы на безналичные расчеты и использование банковских карт. Это можно проследить на примере сравнительного анализа использования карт (табл. 8).

Таблица 8 – Использование карт и дистанционных каналов банковского обслуживания мужчинами и женщинами в Республике Таджикистан
[Национальный банк..., www; Официальный сайт «ИМОН Интернешнл», www]

Показатель	Мужчины	Женщины
Сумма, сомони	5 490 026,25	2 138 019,09
Доля в общей сумме, %	71,97%	28,03%
Количество	12449	6473
Доля в общем количестве, %	65,79%	34,21%
Интернет / мобильный банкинг	62 731 150,48	343 530 065,82
Доля в общей сумме транзакций	62,0%	38%

Что касается потребностей в обучении, основной проблемой является низкая финансовая грамотность, которая определяется как приоритет среди микропредприятий, особенно в сельских районах. Поскольку предприятия растут, а в сегменте МСП налогообложение представляется довольно сложным, проводятся консультации в отношении того, как интерпретировать сложные правила, как сформировать основные навыки бизнес-планирования. Опрос, проведенный «ИМОН Интернешнл», подтверждает это. Основываясь на результатах опроса 278 женщин, опрошенных в 4 городах в январе 2017 г., основными потребностями считают:

- тренинги: финансовая грамотность, как сэкономить деньги, навыки работы на компьютере;
- курсы: профессиональное развитие, маркетинг, финансовый менеджмент;
- консультации: налоги, бухгалтерский учет и аудит, повышение самооценки.

Основываясь на этом исследовании, «ИМОН Интернешнл» уже разработала концепцию продуктов для женского бизнеса, которая включает финансовые, нефинансовые услуги и консультации. Нефинансовые услуги в этом пакете включают в себя компьютерную

грамотность, профессиональные навыки (налоговые, бухгалтерские, деловые), сетевое взаимодействие, наставничество, профессиональное развитие.

«ИМОН Интернешнл» также активно развивает кредитование в сфере сельскохозяйственного бизнеса. Внутренние тренеры ежегодно проходят обучение по основам агробизнеса, новым технологиям и управлению рисками. При необходимости доступны внешние тренеры, предоставляемые АМФОТ (Ассоциация микрофинансовых организаций Таджикистана) или АБТ (Ассоциация банков Таджикистана).

Функционирующий в партнерстве с «ИМОН Интернешнл» учебный центр «Тренинг-центр передовой практики в бизнесе и финансах» также имеет опыт проведения коммерческих бизнес-тренингов, в том числе по направлениям:

- мини-MBA;
- бизнес-планирование;
- самоуправление;
- презентации;
- коммуникации;
- управление людьми;
- информация/консалтинг;
- налогообложение и финансы;
- регистрация;
- образование;
- наставничество;
- профессиональные курсы;
- лидерство;
- организация различных круглых столов, конференций, симпозиумов.

Благодаря внешнему учебному центру и внутренним возможностям обучения, «ИМОН Интернешнл» имеет опытный и хорошо подготовленный коллектив тренеров и потенциал для дальнейшего развития нефинансовых услуг для конкретных сегментов женского бизнеса в качестве отдельного предложения или как часть пакетов продуктов/услуг.

Заключение

Обобщая вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что на данный момент существуют проблемы повышения уровня финансовой инклюзивности женщин в процессе доступа к финансовым услугам. Несмотря на то, что женщины более дисциплинированы при погашении кредитов, они ограничены в доступе к ним. Также были выделены особенности процесса предоставления микрофинансовых услуг женщинам в Республике Таджикистан: женщины меньше заимствуют, меньше пользуются технологиями и банковскими картами, с другой стороны, они являются основными реципиентами денежных переводов, у них выше уровень погашаемости кредитов. Таким образом, для решения проблемы дальнейшего расширения доступа женщин к финансовым услугам необходима, прежде всего, информационная и консультативная поддержка женщин в направлении повышения их финансовой грамотности, что будет способствовать расширению использования мобильных и других цифровых технологий, способствующих финансовой инклюзивности, а это, в свою очередь, положительно отразится на доступе к финансовым ресурсам, повышении эффективности управления

денежными средствами домохозяйства, принятии грамотных решений в финансовой сфере. Все это приведет к снижению уровня бедности и макроэкономическому росту, так как по мере того, как все больше людей интегрируются в формальный финансовый сектор, они становятся экономически активными и успешными, а благодаря активному участию в производственной деятельности они могут вырваться из нищеты и развивать экономику.

Библиография

1. Игонина Л.Л. Финансовое развитие и экономический рост // Финансы: теория и практика. 2016. № 1 (91). С. 111-120.
2. Левченко Е.А., Шувалова Ю.А. Исследование влияния гендерного фактора на предпринимательскую активность в зарубежных странах // Экономические исследования. 2017. № 2. С. 4-12.
3. Мелешкина А.И. Особенности институционального проектирования гендерной политики с учетом экономических последствий гендерного неравенства // Управление экономическими системами. 2016. № 9 (91). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-institutsionalnogo-proektirovaniya-gendernoy-politiki-s-uchetom-ekonomicheskikh-posledstviy-gendernogo-neravenstva>
4. Национальный банк Таджикистана. Макроэкономический отчет. Душанбе. 2017. URL: http://www.nbt.tj/ru/statistics/monetary_sector.php
5. Официальный сайт «ИМОН Интернешнл». URL: <https://imon.tj/ru/#/publication/>
6. Официальный сайт Ассоциации микрофинансовых организаций Республики Таджикистан. URL: www.amfot.tj
7. Сокол Ю.В. О дискриминации женщин по половому признаку // Вестник КПУ МВД России. 2015. № 1 (27). С. 139-143.
8. Demircuc-Kunt A., Klapper L., Singer D., Van Oudheusden P. The Global Findex Database 2014: measuring financial inclusion around the world. URL: <http://pubdocs.worldbank.org/en/681361466184854434/2014-Global-Findex-Report-DKSV.pdf>
9. Field E., Jayachandran S., Pande R., Rigol N. Friendship at work: can peer effects catalyze female entrepreneurship? // American economic journal: public policy. 2016. No. 8 (2). P. 125-153.
10. Jack W., Suri T. The long-run poverty and gender impacts of mobile money // Science. 2016. No. 354 (6317). P. 1288-1292.
11. The world's women 2015: trends and statistics. URL: https://unstats.un.org/unsd/gender/downloads/worldswomen2015_report.pdf

Promoting economic and financial inclusion: improving women's access to microfinance services (a case study of the organisation "IMON International")

Gulbakhor M. Makhkamova

PhD in History,
Doctoral Research Scholar,
Institute of Economics and Demography of the Academy of Sciences of the Republic of Tajikistan,
734025, 44, Aini av., Dushanbe, Republic of Tajikistan;
e-mail: g_makhkamova@imon.tj

Abstract

The article aims to analyse the level of financial inclusion in the Republic of Tajikistan, using microfinance services provided by the microcredit deposit-taking organisation "IMON International" as an example. It also shows that the improvement of access to and the use of quality financial products and services is important for ensuring universal economic growth and poverty reduction in all states in general and the Republic of Tajikistan in particular. The author of the article proves that at the moment there is a problem of women's access to microfinance services. Practical

aspects of the activities of the microcredit deposit-taking organisation "IMON International" allow the author to highlight the features of financial inclusion: women borrow less, but save more; their level of repayment is higher; however, women have problems with the use of financial technological solutions, that is why there is a need for improving their financial and technical literacy. The article demonstrates the importance of trainings and consultations in this sphere, which help to improve the efficiency of household financial resources management, and identifies the role of the microcredit deposit-taking organisation "IMON International" in this process. The author proposes measures aimed at increasing the level of financial involvement of women in entrepreneurship through increased access to finance.

For citation

Makhkamova G.M. (2018) Prodvizhenie ekonomicheskoi i finansovoi inkluzivnosti: rasshirenie dostupa zhenshchin k mikrofinansovym uslugam na primere deyatel'nosti MDO "IMON Interneshnl" [Promoting economic and financial inclusion: improving women's access to microfinance services (a case study of the organisation "IMON International")]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 8 (3A), pp. 338-349.

Keywords

Financial resources, women's business, microfinance, entrepreneurship, access to finance.

References

1. Demircug-Kunt A., Klapper L., Singer D., Van Oudheusden P. *The Global Findex Database 2014: measuring financial inclusion around the world*. Available at: <http://pubdocs.worldbank.org/en/681361466184854434/2014-Global-Findex-Report-DKSV.pdf> [Accessed 26/01/18].
2. Field E., Jayachandran S., Pande R., Rigol N. (2016) Friendship at work: can peer effects catalyze female entrepreneurship? *American economic journal: public policy*, 8 (2), pp. 125-153.
3. Igonina L.L. (2016) Finansovoe razvitiye i ekonomicheskii rost [Financial development and economic growth]. *Finansy: teoriya i praktika* [Finance: theory and practice], 1 (91), pp. 111-120.
4. Jack W., Suri T. (2016) The long-run poverty and gender impacts of mobile money. *Science*, 354 (6317), pp. 1288-1292.
5. Levchenko E.A., Shuvalova Yu.A. (2017) Issledovanie vliyaniya gendernogo faktora na predprinimatel'skuyu aktivnost' v zarubezhnykh stranakh [A study of the impact of gender on entrepreneurial activity in foreign countries]. *Ekonomicheskie issledovaniya* [Economic research], 2, pp. 4-12.
6. Meleshkina A.I. (2016) Osobennosti institutsional'nogo proektirovaniya gendernoi politiki s uchetom ekonomicheskikh posledstviy gendernogo neravenstva [The features of institutional design of gender policy with due regard to the economic consequences of gender inequality]. *Upravlenie ekonomicheskimi sistemami* [Management of economic systems], 9 (91). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-institutsionalnogo-proektirovaniya-gendernoy-politiki-s-uchetom-ekonomicheskikh-posledstviy-gendernogo-neravenstva> [Accessed 26/01/18].
7. *Natsional'nyi bank Tadzhikistana. Makroekonomicheskii otchet. Dushanbe. 2017* [The National Bank of Tajikistan. A macroeconomic report. Dushanbe. 2017]. Available at: http://www.nbt.tj/ru/statistics/monetary_sector.php [Accessed 26/01/18].
8. *Ofitsial'nyi sait "IMON Interneshnl"* [The official website of the organisation "IMON International"]. Available at: <https://imon.tj/ru/#/publication/> [Accessed 26/01/18].
9. *Ofitsial'nyi sait Assotsiatsii mikrofinansovykh organizatsii Respubliki Tadzhikistan* [The official website of the Association of Microfinance Organisations of the Republic of Tajikistan]. Available at: www.amfot.tj [Accessed 26/01/18].
10. Sokol Yu.V. (2015) O diskriminatsii zhenshchin po polovomu priznaku [On gender-based discrimination against women]. *Vestnik KRU MVD Rossii* [Bulletin of Krasnodar University of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation], 1 (27), pp. 139-143.
11. *The world's women 2015: trends and statistics*. Available at: https://unstats.un.org/unsd/gender/downloads/worldswomen2015_report.pdf [Accessed 26/01/18].