

А. ЖИДЕБЕККЫЗЫ, М.И. МИР ЗАДА

## РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В АФГАНИСТАНЕ КАК ОСНОВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ЗАНЯТОСТИ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ

*Статья посвящена влиянию развития предпринимательства среди молодежи на сокращение безработицы в Афганистане. Авторы рассмотрели особенности рынка труда Афганистана и барьеры, с которыми сталкиваются молодые люди при создании собственного бизнеса. Адаптация инструментов «Шаблон бизнес-модели» (BMC) и «Шаблон ценностного предложения» (VPC) на основе дизайн-мышления позволила выявить наиболее важные проблемы и потребности стейкхолдеров, выстроить выявленные результаты наглядным и структурированным способом. Для валидации построенных моделей были проведены дополнительные глубинные интервью среди молодежи.*

*Результаты исследования наглядно демонстрируют необходимость внедрения программы предпринимательского образования для решения проблем низкой занятости молодежи. Предложенные меры также имеют положительные мультипликативные эффекты на уровне общества, правительства и частного сектора.*

**Ключевые слова:** предпринимательское образование, безработица, занятость молодежи, Афганистан, дизайн-мышление.

**Введение.** Безработица является одной из самых острых экономических проблем в современном мире. Несмотря на то, что уровень безработицы варьируется от страны к стране, самая высокая доля безработных людей от общего числа экономически активного населения, в основном, наблюдается в развивающихся странах.

Особую актуальность имеет проблема безработицы среди молодежи, так как молодежь играет важную роль в построении устойчивого общества и рост безработных людей среди молодежи ведет к негативным социально-экономическим последствиям. Поэтому, учитывая разрушительный эффект роста молодежной безработицы, государственным органам следует сосредоточиться на предоставлении программ развития предпринимательства для студентов с целью повышения их предпринимательских навыков, творчества, создания рабочих мест, сокращения бедности и повышения благосостояния общества. Уровень безработицы среди молодых людей в Афганистане достиг критических отметок (23,9%), и страна является одним из лидеров по этому показателю в мире [1].

Почти половина населения Афганистана (48%) моложе пятнадцати лет, и 60% – моложе двадцати четырех лет, что делает народ этой страны одним из самых молодых на земле. Тем не менее, в стране не хватает рабочих мест, чтобы удовлетворить спрос на быстро растущем рынке труда и обеспечить средства к существованию преимущественно у неквалифицированной и неграмотной рабочей силы [2].

Страна является крупнейшим в мире получателем помощи, однако, в экономическом отношении Афганистан является одной из самых бедных стран, где 54,5% населения живут за чертой бедности [3]. Согласно исследованию, проведенному в 2016-2017 годах Центральной статистической организацией, 16 миллионов человек из примерно 30 миллионов страдают от нищеты как в сельских, так и в городских районах [2].

Низкое качество образования по всей стране является еще одной серьезной проблемой в Афганистане. Чтобы готовить компетентных специалистов, которые соответствуют требованиям современных работодателей, необходимы фундаментальные изменения в системе образования. Согласно опросу, проведенному среди учащихся школ Афганистана относительно качества образования, 70% респондентов ответили, что качество образования в Афганистане не соответствует потребностям рынка. Существующая система образования не позволяет подготовить выпускников с актуальными знаниями, навыками и ценностями для немедленной занятости или самозанятости [4]. Следовательно, возникает острая необходимость системного подхода в решении данной проблемы.

В последние два десятилетия количество публикаций на тему предпринимательства выросло в разы. Предпринимательство играет огромную роль в создании рабочих мест и снижении уровня безработицы во всем мире. Согласно ученым Дламини С. и Бимха Х., предпринимательство рассматривается как эффективный инструмент для борьбы с безработицей, особенно среди молодежи» [5].

Более того, как пишет Науде В., предпринимательство можно рассматривать как «ворота» для самодостаточности, расширения прав и возможностей, и экономического развития [6].

Следует отметить, что предпринимательское образование среди молодежи положительно влияет на экономическое развитие страны и увеличение шансов на создание новых рабочих мест. Не находя работу на рынке труда, молодые люди стараются стать самозанятыми и самим создавать рабочие места. Такое стремление приводит к развитию таких предпринимательских навыков, как инновационное мышление, умение принимать управленческие решения, критическое мышление, лидерство, работа в команде и т.д. Приобретенные навыки становятся ценным активом как для предпринимателей, так и для человеческого капитала страны [7]. Изучение опыта одной из развивающихся стран (Нигерия) показало, что программы по развитию молодежного предпринимательства действительно могут стать драйвером экономики, однако нуждаются в современных, гибких и основанных на знаниях центрах для молодежи, которые будут способствовать дальнейшему развитию предпринимательских навыков [8].

Несмотря на то, что большинство высших учебных заведений стараются включить курсы по предпринимательству в учебные планы, не все они могут сформировать требуемые навыки у обучающихся. Причина интеграции программ развития предпринимательства в образовательную деятельность заключается в том, чтобы помочь выпускникам самостоятельно заниматься предпринимательской деятельностью, вне зависимости от того, ищут ли они работу по найму. Поэтому, предпринимательское образование позволяет начать прибыльный малый бизнес с соответствующими знаниями и навыками [9].

Для успешности программы молодежного предпринимательства необходимо оказывать системную финансовую поддержку. Традиционно, меры по поддержке молодежного предпринимательства делятся на три типа: обучение предпринимательству, «мягкая» поддержка (например, координация, развитие навыков, обеспечение минимальной материально-технической базой); «жесткая» поддержка (например, кредиты, микрофинансирование и гранты).

Обучение предпринимательству проводится на базе следующих методов:

- традиционные методы обучения (лекции, написание эссе, экзамены);

- бизнес-симуляция (симуляционные игры по управлению бизнесом с использованием компьютерных программ);
- семинары (командная работа, дискуссии, проектные работы);
- менторство (консультация и помощь в навигации старт-апов и бизнес-проектов);
- учебные визиты в предприятия (усиление связи с бизнес-сектором и обучение на реальных примерах);
- игры и соревнования;
- программы краткосрочной стажировки [10].

Второй тип поддержки направлен на начинающих предпринимателей, которые сталкиваются с финансовыми ограничениями. Им предоставляется базовая техническая поддержка (интернет, гаджеты, технические лаборатории и т.д.) и координация в дальнейшем развитии. Третий тип поддержки включает в себя микрофинансирование в виде займов, финансовых средств и грантов для покрытия ежедневных расходов. Таким образом, финансовая поддержка способствует к продолжению предпринимательских проектов, соответственно, созданию новых рабочих мест.

Обучение предпринимательству готовит молодежь к ответственности, умению рисковать, управлять бизнесом и извлекать необходимые уроки, применяя свои навыки в реальных условиях обучения [11]. Одним из наиболее важных навыков остается способность к самообучению, что особенно актуально в эпоху быстрых перемен.

*Анализ ситуации в Афганистане.* Возможности трудоустройства молодежи в Афганистане сильно ограничены и сдерживаются проблемами, связанными со спросом (медленный рост количества рабочих мест) и предложением (недостаток и несоответствие навыков у потенциальных кандидатов), а также общим неблагоприятным политическим и экономическим контекстом. Большая часть безработной молодежи в стране – это неграмотная молодежь с низким уровнем квалификации. Возможности для молодежного предпринимательства ограничены из-за отсутствия доступа к финансовым средствам и общей низкой финансовой грамотности.

Согласно аналитическим отчетам Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), недоступность финансовых средств остается основным препятствием для создания и роста бизнеса в Афганистане. Кредитование частного сектора составляет всего 3,5% ВВП – самый низкий показатель в мире. Требования к залогу высоки, процентные ставки достигают 25% для малых и средних предприятий, а сроки погашения короткие [12].

По официальным статистическим данным, уровень безработицы в Афганистане растет из года в год (Рис. 1).

Правительство Афганистана в настоящее время пытается создать условия для формирования благоприятной деловой среды, в которой могут развиваться все малые и средние предприятия.

Малый и средний бизнес более адаптирован к текущей ситуации в стране – они составляют почти 85 процентов афганского бизнеса, на них приходится половина ВВП страны, и в них задействованы более трети рабочей силы страны [14].

Однако, ситуация усложняется тем, что около 80% экономической активности в Афганистане не регулируется государством и носит неформальный характер [15].

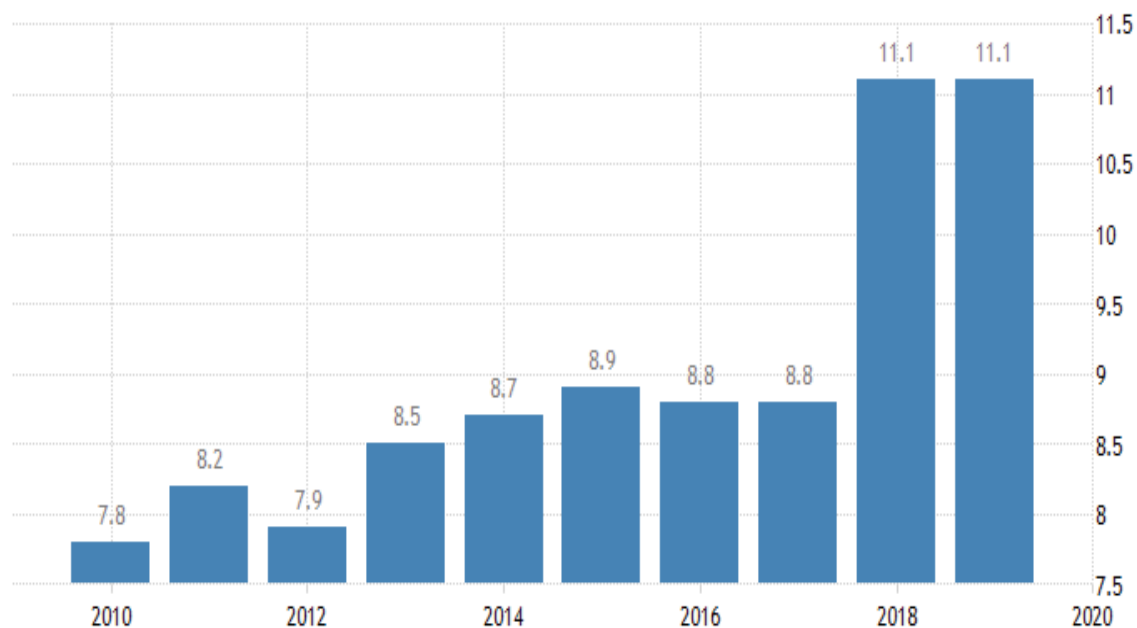


Рисунок 1 – Уровень безработицы в Афганистане (2010-2019 гг.) [13]

Для повышения благосостояния населения Афганистана, правительством были озвучены стратегические цели по увеличению занятости. Были приняты 12 национальных приоритетных программ, одна из которых ориентирована на развитие частного сектора (2018-2023 гг.). Основными направлениями являются:

1. Восстановление доверия и создание благоприятных условий для бизнеса путем повышения безопасности, осуществления реформ в области делового климата и расширения участия в глобальных цепочках создания стоимости.
  2. Расширение доступа к ключевым ресурсам для бизнеса, таким как финансовые средства и земельные участки;
  3. Разделение рисков через привлечение инвестиций, развитие проектов государственно-частного партнерства;
  4. Обеспечение безопасности торговли и транзита, включая таможенные операции.
- [16, 17].

Эффективное достижение вышеуказанных целей возможно при активном вовлечении молодого поколения в развитие малого и среднего предпринимательства.

**Методы.** В статье были адаптированы методы дизайн-мышления и системного мышления для выявления проблем молодежного предпринимательства в Афганистане.

На первом этапе исследования был проведен комплексный литературный обзор для понимания ключевых проблем, препятствующих развитию предпринимательства в Афганистане. Для лучшего понимания потребностей и возможностей молодежи в данном вопросе были использованы инструменты построения моделей «Шаблон бизнес-модели» (Business Model Canvas – BMC) и «Шаблон ценностного предложения» (Value Proposition Canvas – VPC). Если рассматривать молодежь Афганистана в качестве клиентов в традиционной модели, адаптация данной методики позволяет выявить наиболее важные проблемы и потребности, протестировать и выстраивать выявленные предложения очень наглядным, структурированным и осмысленным способом [18, 19].

С целью валидации построенных моделей BMC и VPC было проведено интервью

среди 30 афганских студентов и магистрантов от 18 до 35 лет. BMC и VPC модели были дополнены на основе результатов проведенных интервью.

**Результаты, обсуждение.**

Модель, полученная по результатам исследования и построенная на основе BMC, представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Адаптация шаблона бизнес-модели (BMC) для развития молодежного предпринимательства в Афганистане

<b>Ключевые партнеры</b>  - Министерство высшего образования. - Министерство образования. - Бизнес ассоциации. - НПО. - МСП. - Спонсоры. - Университеты. - Предприниматели	<b>Ключевые действия</b>  - Обучение предпринимательству молодежи. - Продвижение продуктов и услуг через социальные сети. - Улучшение онлайн-платформ, таких как E-marketplace и E-learning	<b>Ключевые ценности</b>  - Расширение возможностей и знаний молодежи в предпринимательской деятельности. - Повышение благосостояние населения и сокращение бедности. - Сокращение безработицы среди молодежи. - Обеспечение надежной платформой для пожертвований и финансовой помощи	<b>Взаимоотношение с клиентами</b>  - Программы обучения и мотивации молодежи. - Социальные сети. - Обратная связь с предпринимателями и обучающимися
	<b>Ключевые ресурсы</b>  - Успешные выпускники, которые могут тренировать и обучать молодежным предпринимательским навыкам - Лекторы, менторы и консультанты - IT ресурсы, мобильные платформы. - Финансовые ресурсы		<b>Каналы</b>  - СМИ. - Социальные сети. - Мобильные платформы
<b>Сегменты потребителей</b>  - Молодежь. - Выпускники. - Обучающиеся - Университеты. - Правительство. - Общество. - Компании	<b>Структура расходов</b>  - Заработная плата - Арендные расходы. - Рекламные расходы. - Техническое обслуживание	<b>Потоки доходов</b>  - Государственный фонд, инвестиции и спонсорство. - Плата за обучение. - Пожертвования. - Плата за рекламу через мобильное приложение	

Модель, полученная по результатам исследования и построенная на основе BMC, состоит из следующих блоков:

1. Сегменты потребителей – различные группы людей и организации, которые являются основными бенефициарами предложенных рекомендаций.

2. Ключевые ценности – описание того, какие проблемы хотим решить, что ценного в нашем предложении, какие услуги предлагаются для каждого сегмента потребителей.

3. Структура расходов – описание всех расходов, которые требуются для реализации программ предпринимательства.

4. Потоки доходов – потенциальный доход, полученный от сегментов потребителей.

5. Ключевые действия – описание наиболее важных действий, необходимых для успешной реализации программ предпринимательства.

6. Ключевые партнеры – сеть партнеров, необходимых для продвижения предложенных идей, обеспечения ресурсами, привлечения молодежи и т.д.

7. Ключевые ресурсы – ресурсы, необходимые для построения ключевых ценностей.

8. Взаимоотношение с клиентами – подходы к взаимоотношению с каждым из сегментов потребителей.

9. Каналы – наиболее эффективные каналы достижения целевых сегментов.

По результатам интервью с представителями молодежи в Афганистане можно заключить, что огромный интерес представляют цифровые технологии и методы онлайн обучения. Это увеличивает доступность обучения, одновременно снижая затраты, что немаловажно в сложившейся экономической обстановке.

Шаблон ценностного предложения в традиционной трактовке объясняет то, как предлагаемый продукт решает проблему.

VPC расширяет и детализирует шаблон бизнес-модели (BMC). В нем рассматриваются два важных аспекта:

- сегменты потребителей;
- ценностные предложения.

Детальное осмысление потребностей клиента и способы их удовлетворения определяет ценность продукта или услуги [20].

В данном случае, адаптация шаблона VPC позволяет наглядно продемонстрировать необходимость внедрения программ обучения предпринимательству для решения проблем безработицы среди молодежи в Афганистане.

Адаптация шаблона ценностного предложения (VPC) для развития молодежного предпринимательства в Афганистане представлена в таблице 2.

Прослеживается логическая взаимосвязь с выявленными проблемами и предложенными рекомендациями, а также ценность для всех стейкхолдеров.

**Заключение.** В Афганистане вопросы экономического развития неразрывно связаны с безопасностью, поскольку страна все ещё борется с наследием продолжительного военного конфликта.

Неблагоприятный деловой климат сдерживает привлечение инвестиций, наносит ущерб инфраструктуре и влечет за собой огромные ресурсные затраты.

Таблица 2 – Адаптация шаблона ценностного предложения (VPC) для развития молодежного предпринимательства в Афганистане

<b>Сегмент потребителей</b>			
<b>Клиенты</b>	<b>Задачи клиента</b>	<b>Боли клиента</b>	<b>Выгода клиента</b>
Молодежь	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Получение предпринимательского образования.</li> <li>- Формирование предпринимательских навыков.</li> <li>- Самозанятость.</li> <li>- Увеличение благосостояния</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Недостаток предпринимательских знаний и навыков</li> <li>- Высокий уровень безработицы.</li> <li>- Низкая возможность трудоустройства.</li> <li>- Бедность</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Собственный бизнес.</li> <li>- Инновационные бизнес-идеи.</li> <li>- Создание рабочих мест</li> <li>- Финансовая безопасность</li> </ul>
Спонсоры	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Обеспечить спонсорство.</li> <li>- Мониторинг деятельности.</li> <li>- Надежная платформа для пожертвований и финансовой помощи</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Недостаток бюджета для организации Программы.</li> <li>- Отсутствие средств для оказания услуг на надлежащем уровне</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Сотрудничество с несколькими категориями стейкхолдеров.</li> <li>- Положительный имидж на рынке и дополнительное продвижение собственных услуг и продуктов</li> </ul>
Общество	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Увеличить благополучие.</li> <li>- Сократить бедность.</li> <li>- Возможности создания новых рабочих мест</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Отсутствие предпринимательского образования.</li> <li>- Недостаточность возможностей для предпринимательской деятельности молодежи.</li> <li>- Бедность.</li> <li>- Низкий уровень доверия</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Получение опыта.</li> <li>- Положительный эффект в виде улучшения благосостояния.</li> <li>- Улучшение атмосферы доверия между стейкхолдерами</li> </ul>
Правительство	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Обеспечить рабочие места.</li> <li>- Поддержка предпринимательского образования.</li> <li>- Увеличение благополучия граждан</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Недостаток специалистов с предпринимательскими знаниями и навыками.</li> <li>- Высокий уровень безработицы.</li> <li>- Бедность населения.</li> <li>- Недостаточность спонсорских средств.</li> <li>- Отсутствие новых рабочих мест</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Улучшение человеческого капитала.</li> <li>- Создание новых рабочих мест.</li> <li>- Формирование пула молодых предпринимателей.</li> <li>- Улучшение благополучия граждан</li> </ul>

Продолжение таблицы 2

<b>Карта ценностей</b>			
<b>Клиенты</b>	<b>Продукты и услуги</b>	<b>Болеутоляющие</b>	<b>Создатели выгод</b>
Молодежь	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Опытные и успешные предприниматели.</li> <li>- Интернет-услуги.</li> <li>- Качественное образование.</li> <li>- Электронное обучение.</li> <li>- МООС</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Приобретение предпринимательских навыков и современных знаний через использование IT-ресурсов, наставничества опытных предпринимателей.</li> <li>- Улучшение компетенций в использовании информационных технологий.</li> <li>- Получение возможности улучшить финансовое положение и создать новые рабочие места</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Реализация творческих и инновационных идей.</li> <li>- Повышение квалификаций и профессиональный рост.</li> <li>- Доступ к улучшенным услугам</li> </ul>
Спонсоры	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Обучение предпринимательству.</li> <li>- Финансирование старт-апов.</li> <li>- Финансовая и материальная поддержка начинающих предпринимателей</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Централизованная, системная работа, направленная на решение организационных проблем.</li> <li>- Прозрачность оказанной помощи</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Улучшенная коммуникация с государственными органами и обществом.</li> <li>- Повышение узнаваемости компании / организации.</li> <li>- Положительные эмоции от оказания помощи</li> </ul>
Общество	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Предпринимательское образование</li> <li>- IT-услуги</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Меры, направленные на борьбу с причинами вместо последствий.</li> <li>- Системная работа по возвращению класса молодых предпринимателей, что благоприятно скажется на финансовых возможностях широких слоев населения</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Укрепление доверия правительственным мерам.</li> <li>- Положительные эффекты от сокращения безработицы и бедности.</li> <li>- Удовлетворение качеством практикоориентированного обучения</li> </ul>



Продолжение таблицы 2

Клиенты	Продукты и услуги	Болеутоляющие	Создатели выгод
Правительство	- Программа обучения предпринимательству молодежи. - ИТ-услуги. - Платформа по оказанию спонсорской поддержки	- Эффективные меры по созданию новых рабочих мест. - Сокращение недовольства среди населения	- Долгосрочные мультипликативные эффекты от развития человеческого капитала. - Достижение стратегических целей правительства. - Увеличение благосостояния населения и улучшение качества жизни

Поэтому, создание условий для развития молодежного предпринимательства, способного диверсифицировать структуру экономики, создать рабочие места и повысить благосостояние населения, является одним из наиболее сложных и важных проблем в стране.

Эффективная реализация программ предпринимательского обучения, слаженная и системная работа всех заинтересованных сторон – правительства, населения и частного сектора – будут иметь решающее значение для разрыва порочного круга конфликта и преодоления бремени бедности.

Для обеспечения эффективной занятости молодежи в Афганистане необходима реализация комплексных мер, охватывающих повышение финансовой грамотности, организацию предпринимательского образования, поддержки альтернативных источников финансирования для бизнес-проектов, расширение доступа к Интернету, использование современных цифровых платформ и снижение бюрократических барьеров.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Unemployment By Country 2020 // World Population Overview. – Internet resource: <https://worldpopulationreview.com/countries/unemployment-by-country>
2. Ahmad, A. Refugees return to poverty, Unemployment and Desapir Afgahanistan’s Labour Market and the Status of Women. Vienna Institute for International Dialogue and Cooperation, 2018.
3. Poverty Data: Afghanistan // Asian Development Bank. – Internet resource: <https://www.adb.org/countries/afghanistan/poverty#:~:text=In%20Afghanistan%2C%2054.5%25%20of%20the,die%20before%20their%205th%20birthday.>
4. Youth, A. Peace brief. No. 188. – 2015 (August), 1-4.
5. Dlamini, S., & Bimha, H. The Effectiveness of youth Entrepreneurship Programmes in Enhancing an Entrepreneurial Culture in Swaziland, 2017.
6. Naudé, W. Entrepreneurship and Economic Development: Theory, Evidence and Policy, IZA DP no. 7507, 2013. – Internet resource: <http://ftp.iza.org/dp7507.pdf>.

7. Conference, V., Tv, U., & Introduction, C.P. Making youth entrepreneurship a viable path, 2016.
8. Fadeyi, O., & Isiawwe, D. T. Impact of Youth Entrepreneurship in Nation Building. International Journal of Academic Research in Public Policy and Governance, 2015. – 2(1), pp. 27-40.
9. Murithi, C.K. Youth Polytechnic Education and Entrepreneurship in Kenya; (Are we Promoting Entrepreneurs?). 2013. – 3(5), pp. 491-499.
10. Hytti, U. and O’Gorman, C. What is «enterprise education»? An analysis of the objectives and methods of enterprise education programmes in four European countries’, Educ. Train., vol. 46, no. 1, pp. 11-23, Jan. 2004, doi: 10.1108/00400910410518188.
11. Mashal, M. Small and Medium Enterprises Development and Regional Trade in Afghanistan, Ssrn, no. January 2014, 2017.
12. OECD. Boosting Private Sector Development and Entrepreneurship in Afghanistan. OECD Publishing, Paris. 2019
13. Afghanistan Unemployment Rate 1991-2019 Data // Trading Economics. – Internet resource: <https://tradingeconomics.com/afghanistan/unemployment-rate>
14. Afghanistan Country Report – Enhancing the Competitiveness of Small and Medium Enterprises in Member States. Presentation by Afghan Ministry of Commerce and Industries at Organsatin of Islamic Cooperation Meeting in Istanbul. October 8-11, 2012.
15. Richard Ghiasy, Jiayi Zhou and Henrik Hallgren Afghanistan's Private Sector: Status and Way Forward. Stockholm: SIPRI and NIR, 2015.
16. Business DNA (2018), Business DNA. – Internet resource: <http://businessdna.af/>
17. Afghanistan’s Executive Committee on Private Sector Development (PRISEC). NPP for Private Sector Development, 2018
18. Данченко, А. Value Proposition Canvas. Введение // ESputnik. – Internet resource: <https://esputnik.com/blog/chto-takoe-value-proposition-canvas>
19. Brown, T. HBR-on-Design-Thinking, 2008, pp. 1-11.
20. Craig Strong, Sonja Kresojevic, Tendayi Viki The Lean Product Lifecycle: How to Make Products People Want. Pearson UK, 2018.

**Жидебеккызы Акнур**

Казахский национальный университет имени аль-Фараби  
PhD, Заместитель декана по научно-инновационной деятельности и международным связям  
050040, Республика Казахстан, г. Алматы, проспект аль-Фараби, 71  
E-mail: [aknur.zhidebekkyzy@kaznu.kz](mailto:aknur.zhidebekkyzy@kaznu.kz)

**Мир Зада Мир Исматуллах**

Казахский национальный университет имени аль-Фараби  
Докторант  
050040, Республика Казахстан, г. Алматы, проспект аль-Фараби, 71  
E-mail: [esmat\\_kohistani@yahoo.com](mailto:esmat_kohistani@yahoo.com)

A. ZHIDEBEKKYZY, M.I. MIR ZADA

## ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN AFGHANISTAN AS A BASIS FOR YOUTH EMPLOYMENT

*The article examines the impact of youth entrepreneurship on reducing unemployment in Afghanistan. The authors considered the features of the Afghan labor market and the barriers that young people face in creating their own business. Adaptation of Business model canvas (BMC) and Value proposition design canvas (VPC) based on the design thinking method allowed identifying the vital problems and needs of stakeholders, to present the identified results in a clear and structured way. Additional in-depth interviews were conducted among young people to validate proposed models.*

*The results of the study demonstrate the need to implement an entrepreneurial education program to solve the problems of low youth employment. The proposed measures also have positive multiplicative effects at the level of society, government and the private sector.*

**Keywords:** entrepreneurship education, unemployment, youth employment, Afghanistan, design thinking.

### BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATED)

1. Unemployment By Country 2020 // World Population Overview. – Internet resource: <https://worldpopulationreview.com/countries/unemployment-by-country>
2. Ahmad, A. Refugees return to poverty, Unemployment and Desapir Afgahanistan's Labour Market and the Status of Women. Vienna Institute for International Dialogue and Cooperation, 2018.
3. Poverty Data: Afghanistan // Asian Development Bank. – Internet resource: <https://www.adb.org/countries/afghanistan/poverty#:~:text=In%20Afghanistan%2C%2054.5%25%20of%20the,die%20before%20their%205th%20birthday.>
4. Youth, A. Peace brief. No. 188. – 2015 (August), 1-4.
5. Dlamini, S., & Bimha, H. The Effectiveness of youth Entrepreneurship Programmes in Enhancing an Entrepreneurial Culture in Swaziland, 2017.
6. Naudé, W. Entrepreneurship and Economic Development: Theory, Evidence and Policy, IZA DP no. 7507, 2013. – Internet resource: <http://ftp.iza.org/dp7507.pdf>.
7. Conference, V., Tv, U., & Introduction, C.P. Making youth entrepreneurship a viable path, 2016.
8. Fadeyi, O., & Isiauwe, D. T. Impact of Youth Entrepreneurship in Nation Building. International Journal of Academic Research in Public Policy and Governance, 2015. – 2(1), rr. 27-40.
9. Murithi, C.K. Youth Polytechnic Education and Entrepreneurship in Kenya; (Are we Promoting Entrepreneurs?). 2013. – 3(5), rr. 491-499.
10. Hytti, U. and O'Gorman, C. What is «enterprise education»? An analysis of the objectives and methods of enterprise education programmes in four European countries', Educ. Train., vol. 46, no. 1, pp. 11-23, Jan. 2004, doi: 10.1108/00400910410518188.
11. Mashal, M. Small and Medium Enterprises Development and Regional Trade in Afghanistan, Ssrn, no. January 2014, 2017.
12. OECD. Boosting Private Sector Development and Entrepreneurship in Afghanistan. OECD Publishing, Paris. 2019
13. Afghanistan Unemployment Rate 1991-2019 Data // Trading Economics. – Internet resource: <https://tradingeconomics.com/afghanistan/unemployment-rate>
14. Afghanistan Country Report – Enhancing the Competitiveness of Small and Medium Enterprises in Member States. Presentation by Afghan Ministry of Commerce and Industries at Organsatin of Islamic Cooperation Meeting in Istanbul. October 8-11, 2012.
15. Richard Ghiasy, Jiayi Zhou and Henrik Hallgren Afghanistan's Private Sector: Status and Way Forward. Stockholm: SIPRI and NIR, 2015.

16. Business DNA (2018), Business DNA. – Internet resource: <http://businessdna.af/>
17. Afghanistan's Executive Committee on Private Sector Development (PRISEC). NPP for Private Sector Development, 2018
18. Danchenko, A. Value Proposition Canvas. Vvedenie // ESputnik. – Internet resource: <https://esputnik.com/blog/chto-takoe-value-proposition-canvas>
19. Brown, T. HBR-on-Design-Thinking, 2008, pp. 1-11.
20. Craig Strong, Sonja Kresojevic, Tendayi Viki The Lean Product Lifecycle: How to Make Products People Want. Pearson UK, 2018.

**Zhidebekkyzy Aknur**

Al-Farabi Kazakh National University

PhD, Deputy Dean for Research-Innovation Affairs and International Relations

050040, Republic of Kazakhstan, Almaty, al-Farabi Avenue, 71

E-mail: [aknur.zhidebekkyzy@kaznu.kz](mailto:aknur.zhidebekkyzy@kaznu.kz)

**Mir Zada Mir Ismatullah**

Al-Farabi Kazakh National University

PhD student

050040, Republic of Kazakhstan, Almaty, al-Farabi Avenue, 71

E-mail: [esmat\\_kohistani@yahoo.com](mailto:esmat_kohistani@yahoo.com)