

الحمد لله الذي



وزارت جهاد کشاورزی
سازمان جهاد کشاورزی استان کرمانشاه

توانمندسازی زنان روستایی



عنوان نشریه: توانمندسازی زنان روستایی

نویسندگان: بهزاد شهسواری، سحر بینش

ویراستار ترویجی: سحر بینش

ویراستار ادبی: هادی باباخانی

مدیر داخلی: کوروش مهرابی

طراحی و صفحه‌آرایی: هادی باباخانی

تهیه شده در: مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی استان کرمانشاه

ناشر: نشر آموزش کشاورزی

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول/۱۴۰۱

قیمت: رایگان

مسئولیت درستی مطالب با نویسندگان است.

نشانی: کرمانشاه، میدان سپاه پاسداران، بلوار کشاورز، سازمان جهاد کشاورزی استان کرمانشاه

تلفن: ۰۸۳۳۱۵۲۱۲۴۸ فاکس: ۰۸۳۳۳۸۲۲۱۸ کد پستی: ۶۷۱۵۸۴۸۳۳۱

پست الکترونیک: jkker@kermanshah.maj.ir درگاه اینترنتی:

www.kermanshah.maj.ir

مخاطبان نشریه

زنان روستایی و عشایری، زنان کارآفرین روستایی، زنان تسهیلات‌گیر توسعه روستایی، اعضای صندوق اعتبارات خرد زنان روستایی، اعضای تعاونی‌های زنان روستایی، زنان روستایی فارغ‌التحصیل بخش کشاورزی، و مروجان مسئول پهنه‌های تولیدی کشاورزی

اهداف نشریه

ارتقای سطح دانش زنان روستایی و فراهم کردن زمینه مشارکت آنان در بخش کشاورزی و توسعه روستایی
توانمندسازی زنان روستایی جهت ارتقای سطح زندگی خانوار، کاهش فقر و دسترسی به منابع و تسهیلات

فهرست مطالب

مقدمه	۹
موانع فعالیت زنان در روستاهای ایران	۱۱
راهکارهای توانمندسازی زنان روستایی	۱۲
نقش آموزش در کارآفرینی زنان روستایی	۱۲
آموزش‌های لازم برای توانمندسازی زنان روستایی	۱۳
شیوه‌های آموزشی مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی	۱۵
اصول آموزش زنان روستایی	۱۶
صندوق اعتبارات خرد	۱۷
مهم‌ترین اهداف صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی	۱۹
مزایای تشکیل صندوق‌های خرد زنان روستایی	۲۰
انواع فعالیت‌های زنان روستایی با استفاده از اعتبارات خرد	۲۱
مشکلات صندوق‌های اعتبارات خرد	۲۲
پیشنهادهای برای صندوق‌های اعتبارات خرد	۲۲
متنوع‌سازی فعالیت‌های اقتصادی	۲۳
گردشگری	۲۴
فعالیت‌های غالب کسب و کار گردشگری زنان روستایی	۲۵
بازارچه‌های محلی	۲۷
اثر بازارچه‌های محلی روستایی بر گردشگری	۲۹
مشکلات بازارچه‌های محلی	۳۱
پیشنهادهای	۳۱
منابع	۳۳

مقدمه

توسعه روستایی به عنوان یک راهکار عملی در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و منطقه‌ای مطرح است. در بُعد اقتصادی، توسعه به دنبال افزایش اشتغال، کاهش مهاجرت، افزایش درآمد و بازاریابی محصولات تولیدی کشاورزان است. در بُعد اجتماعی نیز توسعه، مشارکت مردمی و ارتقای موقعیت اجتماعی مردم روستایی را سبب می‌شود و در بُعد فرهنگی هدفش گسترش فرهنگ محلی و بومی و تولیدات فرهنگی است.

توسعه پایدار، که کشاورزی را به عنوان جزئی از خود می‌طلبد، تنها در سایه مشارکت تمامی افراد جامعه عملی می‌شود که نیمی از آنان را زنان تشکیل می‌دهند. بنابراین، مشارکت زنان بخش مهمی از فرآیند توسعه محسوب می‌شود.

طبق برآورد سازمان ملل متحد، زنان روستایی یک چهارم جمعیت جهان و نیمی از جمعیت فعال جوامع روستایی را تشکیل می‌دهند و بخش بزرگی از نیروی کار کشاورزی به شمار می‌روند. زنان روستایی و عشایری حدود ۱۰ میلیون نفر یا ۱۴ درصد از جمعیت کشور و ۴۹ درصد از جمعیت روستایی و عشایری را تشکیل می‌دهند.

زنان روستایی قشری زحمتکش و فعالند که در تمامی فعالیت‌های روزانه اعم از کشاورزی، دامداری، تولید لبنیات، فرش، گلیم، شالبافی، نخ، حصیر، چادر، هیزم، پرورش ماکیان، ظروف و صنایع دستی و ... همپای مردان علاوه بر امور خانه‌داری و بچه‌داری سهیم هستند و از این بابت نصیبی منطبق با تلاش و فعالیت خود به دست نمی‌آورند. به عبارتی هر چند زنان نقش مهمی در توسعه روستایی، کشاورزی و بهبود کیفیت زندگی خانواده در مناطق روستایی دارند، اما در دسترسی برابر به فرصت‌های شغلی، اعتبارات و منابع مالی، کمک‌های فنی و سرمایه‌ای و آموزش، نسبت به مردان در جایگاه ضعیف‌تری قرار دارند.

توانمندسازی زنان، استقلال بخشیدن به آنان و فراهم کردن زمینه مشارکت فعال آن‌ها در امور مختلف اقتصادی - اجتماعی، به عنوان قشر تأثیرگذار و انتقال دهنده فرهنگ و ارزش‌ها، امری است که باید در برنامه‌ریزی‌های تصمیم‌گیران و سیاست‌گذاران مورد توجه قرار گیرد.

موانع فعالیت زنان در روستاهای ایران

مطالعات اجتماعی و اقتصادی نشان داده است که موانع متعددی در مسیر نقش زنان در توسعه روستایی ایران وجود دارد که عمده آنها به شرح ذیل است:

الف) موانع فردی

- پایین بودن سواد که منجر به عدم اعتماد به نفس و احساس خود کم‌بینی می‌شود.
- حجم زیاد فعالیت آنان و تنوع در کار زنان روستایی (امورات منزل، کشاورزی، دامپروری و صنایع دستی)
- کم بودن اطلاعات، دانش و آگاهی‌های علمی و کاربردی آنها
- پایین بودن ضریب سلامت و بهداشت فردی

ب) موانع خانوادگی

- عدم آگاهی نسبت به نحوه برخورد با دختران و زنان
- تعصبات خانوادگی و موافقت نکردن شوهر یا پدر با حضور زنان در فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی به دلایل مختلف فرهنگی و یا تمایل نداشتن به از دست دادن نیروی کار منزل
- باور و نگرش منفی نسبت به توانایی آنان
- تبعیض‌های جنسیتی

ج) موانع اجتماعی

- آداب و سنن غلط نظیر خرافات و تقدیرگرایی

- دسترسی پایین زنان به اعتبارات و تسهیلات نهاده‌ها و عوامل تولید
- دور از دسترس بودن خدمات ترویجی، جهت‌گیری فعالیت‌های اجتماعی و برنامه‌های مشارکتی به سمت مردان
- کمبود متخصصان زن جهت آموزش زنان روستایی
- مشکلات دسترسی به خدمات و تسهیلات اجتماعی و بهداشتی
- پایین بودن دستمزد زنان روستایی در مقایسه با مردان
- حضور بسیار اندک سازمان‌های غیردولتی زنان برای پیگیری مسائل و مشکلات زنان روستایی
- حضور کم زنان در مدیریت زنان و نهاد دهیاری

راهکارهای توانمندسازی زنان روستایی

- آموزش زنان روستایی
- صندوق اعتبارات خرد
- تنوع بخشی به فعالیت‌های اقتصادی

نقش آموزش در کارآفرینی زنان روستایی

بهره‌مندی از آموزش، یکی از مهم‌ترین عوامل در توسعه فعالیت‌های کارآفرینی است. زنان روستایی کارآفرین، از طریق آموزش، توانایی مقابله با موانع و بکارگیری روش‌های جدید و متناسب با تغییرات تکنولوژی و بازار را پیدا می‌کنند.

■ یکی از برنامه‌های کارآفرینی ویژه زنان روستایی در کشور "طرح مرکز رشد و توسعه کارآفرینی زنان روستایی" دفتر زنان روستایی وزارت جهاد کشاورزی بوده که از سال ۱۳۸۸ با هدف توانمندسازی زنان روستایی و عشایری، ایجاد مهارت‌های لازم برای راه‌اندازی کسب و کارهای موفق، ایجاد فرصت‌های جدید برای زنان روستایی، افزایش درآمد و سرمایه آن‌ها و کمک به خودکفایی و استقلال آن‌ها به اجرا درآمد.



شکل ۱- آموزش زنان روستایی

آموزش‌های لازم برای توانمندسازی زنان روستایی

الف) مهارت‌های انسانی

- تقویت اعتماد به نفس
- اجتماعی شدن
- تقویت خلاقیت فردی و اجتماعی
- تقویت روحیه رهبری

ب) مهارت‌های ادراکی

- سوادآموزی
- تقویت قدرت تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی
- تقویت تجزیه و تحلیل مسائل
- تقویت شناخت و درک صحیح از محیط اطراف

ج) مهارت‌های فنی و تخصصی

- آموزش صنایع روستایی و هنری
- آموزش زراعت، باغبانی و دامپروری
- آموزش تبدیل و فرآوری محصولات کشاورزی و دامی
- آموزش خانه‌داری، بهداشت و تنظیم خانواده



شکل ۲- آموزش‌های تخصصی کشاورزی به زنان روستایی

شیوه‌های آموزشی مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی

- شرکت در کارگاه‌های آموزشی آشنایی با کارآفرینی
- شرکت در کارگاه‌های آموزشی کسب و کار تولیدی
- شرکت در کارگاه‌های آموزشی فراوری و بسته‌بندی محصولات کشاورزی
- شرکت در کارگاه‌های آموزشی آشنایی با مدیریت مالی و حسابداری
- شرکت در کارگاه‌های آموزشی آشنایی با بازاریابی و شیوه‌های آن
- تأکید بر روش‌های عملی کارآفرینی
- بهره‌مندی از آموزش‌های ارائه شده از طریق رسانه‌های جمعی (رادیو، تلویزیون) مرتبط با کسب و کار
- بهره‌مندی از کتاب، مجلات و نشریات مرتبط با موضوع کسب و کار
- بهره‌مندی از آموزش‌های ارائه شده از طریق برنامه‌های ترویجی مرتبط با کسب و کار
- بهره‌مندی از اینترنت و آموزش مجازی
- میزان دسترسی به کارشناسان ترویجی
- میزان دسترسی به شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای
- بازدید از کسب و کارهای موفق
- آشنایی با زنان کارآفرین برتر، با تجربه و موفق
- میزان آشنایی با روش‌ها، ابزارها و شیوه‌های جدید تولید
- آشنایی و بکارگیری روش‌های آموزشی جدید بازاریابی، توزیع و فروش محصولات تولیدی

اصول آموزش زنان روستایی

- دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی در زمینه‌های متنوع و مورد نیاز زنان روستایی در زمان‌هایی متناسب با فعالیت‌های آن‌ها برگزار شود.
- اطلاع‌رسانی مناسب درخصوص نوع، زمان و مکان برگزاری دوره‌ها صورت گیرد.
- به دلیل برخی مشکلات زنان روستایی برای حضور در دوره‌های آموزشی برگزار شده در شهرها، حتی‌المقدور این دوره‌ها در مناطق روستایی تشکیل شود.
- از آن‌جا که امکان آموزش این موارد به تمام زنان روستایی و عشایری وجود ندارد، لازم است به تسهیلگران آموزش دوره‌های مختلف متناسب با نیاز آنان ارائه شود تا قادر باشند این مهارت‌ها را به زنان روستایی و عشایری آموزش دهند.
- از هر یک از دوره‌های آموزشی در حال برگزاری، ارزشیابی‌های لازم در مقاطع مختلف به‌ویژه پس از اتمام دوره در زمینه میزان تأثیرگذاری و کسب مهارت‌های مورد نیاز و پیش‌بینی شده توسط فراگیران، انجام شود.



شکل ۳- آموزش‌های تخصصی کشاورزی به زنان روستایی

■ از طریق رسانه‌های گروهی و برنامه‌های ترویجی، برنامه‌های مرتبط با زنان که ضمن تشریح حقوق اجتماعی - فرهنگی زنان روستایی و معرفی نقش و ارزش کارآفرینی زنان و نیز جلب حمایت جامعه از فعالیت‌های زنان کارآفرین، آگاه‌سازی آنان از جایگاه، توانایی‌های بالقوه و نقش مؤثر خود در توسعه صورت گیرد.

صندوق اعتبارات خرد

دفتر امور زنان روستایی و عشایری وزارت جهاد کشاورزی بنا به اهمیت بهبود وضعیت اقتصادی کشور و کاهش بیکاری، عدالت اجتماعی و کاهش فقر در مناطق روستایی، پروژه تشکیل صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی را به‌طور آزمایشی در سال ۱۳۷۹ در روستای فیروزجاه از توابع شهرستان بابل در استان مازندران آغاز کرد و ۵۲ نفر از زنان روستا به عضویت صندوق درآمدند. از آن‌جا که استان‌های کشور ماهیت متفاوتی به لحاظ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دارند، در پی این تجربه، دفتر امور زنان اقدام به تأسیس این صندوق‌ها در دیگر نقاط کشور کرد. در حال حاضر بیش از ۲۵۰۰ صندوق در استان‌های مختلف کشور با بیش از ۸۰ هزار نفر عضو مشغول فعالیت و ارائه خدمات مالی به زنان روستایی هستند.

منظور از اعتبارات خرد عمدتاً اعتبارات کوچک و وام‌هایی است که از نظر مبلغ کم بوده و بدون دریافت وثیقه از طرف یک مؤسسه مالی به اقشار کم‌درآمد پرداخت می‌شود. گروهی از زنان روستایی به تعداد ۲۰ تا ۵۰ نفر که به‌طور داوطلبانه گرد هم می‌آیند و هر ماه مبلغ مشخصی پول را در یک صندوق مشترک پس‌انداز می‌کنند. اعضای صندوق بر اساس تشخیص و اولویت‌های خود از منابع جمع شده در صندوق مشترک، به اعضای خود وام پرداخت می‌کنند. هر عضو با توجه به نیاز و شرایط از وام دریافتی جهت امور

تولیدی، معیشتی و اضطراری استفاده می‌کند و وام را همراه با کارمزد مربوطه به صورت اقساطی و یا یکجا به صندوق بازپرداخت می‌کند.



شکل ۴- فعالیت زنان روستایی عضو صندوق اعتبارات خرد

عموماً خانوارهای فقیر برای ارائه وثیقه وام از دارایی‌های مادی برخوردار نیستند و از این روست که اعتبارات خرد به صورت جایگزین برای آن‌ها گسترش داده می‌شود. معمول‌ترین شکل جایگزینی وثیقه به صورت تشکیل گروه‌هایی از وام گیرندگان است که اعضای هر گروه وام‌های یکدیگر را تعهد می‌کنند و بدین ترتیب، تعهدات مشترک ایجاد می‌شود. با توجه به استمرار پس‌انداز ماهانه و دریافت کارمزد وام‌ها، به تدریج مبلغ صندوق مشترک افزایش یافته و صندوق وام‌های بزرگتری را به اعضا پرداخت می‌کند. ادامه این روند باعث توانمندی زنان روستایی در زمینه تصمیم‌گیری‌های جمعی، هزینه‌کرد وام‌ها در راستای فعالیت‌های کشاورزی و ضمانت زنجیره‌ای وام‌ها توسط خودشان می‌شود.

مهم‌ترین اهداف صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی

- توانمندسازی جامعه محلی از طریق ایجاد بستری مناسب برای مشارکت جمعی زنان در قالب گروه‌های اعتبار و پس‌انداز
- ارتقای مهارت‌های فردی و اجتماعی زنان روستایی با برنامه‌های آموزشی
- تجهیز پس‌انداز خانوارهای روستایی جهت تأمین مالی فعالیت‌های درآمدزا
- افزایش درآمد خانوارهای کم‌درآمد از طریق پرداخت وام‌های کوچک برای انجام فعالیت‌های درآمدزا



شکل ۵- فعالیت زنان روستایی عضو صندوق اعتبارات خرد

مزایای تشکیل صندوق‌های خرد زنان روستایی

- افزایش سطح درآمد زنان روستایی
- افزایش دستیابی زنان و دختران روستایی کم‌درآمد به تسهیلات مالی
- ایجاد زمینه‌های لازم برای توسعه مشاغل خانگی
- ترویج فرهنگ پس‌انداز بین زنان روستایی
- تقویت مشارکت زنان روستایی در فعالیتهای اجتماعی و اقتصادی
- افزایش حس اعتماد به نفس
- ظرفیت‌سازی جهت اجرای سایر فعالیتهای جمعی و گروهی
- بهبود شرایط و محیط کار زنان روستایی
- پرداخت وام در راستای فعالیتهای کشاورزی و تولیدی



شکل ۶- فعالیت زنان روستایی عضو صندوق اعتبارات خرد

انواع فعالیت‌های زنان روستایی با استفاده از اعتبارات خرد

■ کسب و کارهای خانگی: کسب و کارهای خانگی آغاز مناسبی برای فعالیت‌های زنان روستایی است؛ زیرا راه‌اندازی آن در مقایسه با دیگر انواع کسب و کارها، کم هزینه و آسان است. از طرف دیگر زنان روستایی که کسب و کارهای خانگی راه‌اندازی می‌کنند، به ایجاد توازن میان کار و زندگی خویش گرایش دارند. در کسب و کارهای کوچک و خانگی، زنان روستایی به دلیل ذی‌نفع بودن، انگیزه بیشتری دارند و در نتیجه بهره‌وری بیشتری نشان می‌دهند.

- پرورش دام، طیور، زنبورداری، بوقلمون و شیلات
- کشت زعفران، پرورش قارچ، کشت گیاهان دارویی و باغداری
- قالی‌بافی، خیاطی و فعالیت‌های هنری
- مغازه‌داری
- درمان و سلامت فرد
- آموزش خود و فرزندان



شکل ۷- محصولات زنان روستایی عضو صندوق اعتبارات خرد

مشکلات صندوق‌های اعتبارات خرد

- عدم ارتباط صندوق‌ها با منابع مالی رسمی
- خطر عدم شفافیت مالی در صندوق‌های خرد
- عدم وجود یک ارتباط شبکه‌ای بین صندوق‌ها
- کمبود امکانات دولتی در استمرار نظارت و آموزش صندوق‌های خرد
- وجود نخبه‌گرایی در صندوق‌ها، به این معنی که وجود افراد نخبه حضور و مشارکت دیگر اعضای صندوق در فعالیت‌های اجتماعی را تحت‌الشعاع قرار خواهند داد.
- عدم پویایی و نرسیدن به بلوغ در برخی از صندوق‌ها
- انتظارات بیش از حد از دولت
- عدم وجود یک مکانیزم قابل دفاع نرخ بهره در صندوق‌ها
- عدم وجود تنوع در بازپرداخت اقساط وام‌ها به دلیل عدم اطلاع از نرخ بهره و میزان آن
- عضویت تعداد بیش از ۵۰ نفر در یک صندوق
- فراموش شدن مبانی، فرضیات و اقدامات مورد نیاز در یک صندوق
- مشکل حسابداری در صندوق‌های خرد
- عدم بکارگیری مؤثر مکانیزم فشار هم‌قطار در بازپرداخت وام‌ها

پیشنهادهای صندوق‌های اعتبارات خرد

- با توجه به ناکافی بودن میزان اعتبارات، صندوق‌ها باید تمهیدات لازم را در این رابطه انجام دهند تا با راه‌اندازی کسب و کار جدید توسط اعضا، بهره‌وری و در نهایت درآمد خانوار افزایش یابد. قسط‌بندی و دوره بازپرداخت وام، با شرایط اعضا مناسب باشد و مقدار پس‌انداز اجباری برای گرفتن وام به حداقل برسد.

- کسب و کارهای کوچک در زمینه تبلیغات ضعیف هستند و به دلیل هزینه‌بر بودن نمی‌توانند برای معرفی محصولات تولیدی خود در حد مطلوبی تبلیغ کنند. اخیراً با توجه به مقوله کسب و کار الکترونیکی، این امکان فراهم آمده تا شرکت‌ها یا مالکان کسب و کارهای کوچک بتوانند با صرف هزینه اندکی، توانمندی، محصولات یا خدمات خود را معرفی کنند.
- آموزش افراد قبل از اعطای وام نیز باید در نظر گرفته شود. افراد با دانش شغلی بیشتر، بهتر می‌دانند برای بهبود سطح درآمد خانوار چه کاری انجام دهند.
- با توجه به اینکه این طرح در حیطه نظارتی سازمان جهاد کشاورزی استان‌ها است، لازم است آموزش‌های ترویجی ویژه زنان روستایی از طرف این سازمان‌ها برای اعضای صندوق‌ها برگزار شود. این آموزش‌ها می‌تواند با هماهنگی سازمان فنی حرفه‌ای و در راستای مشاغل کوچک درآمدزا، کارآفرینی، بازاریابی، مشاغل خانگی و برگزاری بازدیدهای متنوع و دیگر موارد برنامه‌ریزی شود.
- حضور بیشتر کارشناسان ترویجی سازمان جهاد کشاورزی در این صندوق‌ها می‌تواند در انعکاس مشکلات آن‌ها به نهادهای مربوطه و همچنین ارائه راهکارهای جدید به آنان مؤثر باشد.
- پذیرش فن‌آوری باید هدف اصلی برنامه‌های اعتبارات خرد در آینده باشد. فن‌آوری جدید تولید و توسعه کسب و کار، بهره‌وری را افزایش می‌دهد و از سرمایه‌گذاری اعتبارات، بازده بیشتری حاصل می‌شود. توسعه فن‌آوری هزینه‌بر است، اما پایداری برنامه‌های اعتباری خرد را تضمین خواهد کرد.

متنوع‌سازی فعالیت‌های اقتصادی

روستاهای کشور ما به دلیل اتکای شدید بر کشاورزی و درآمدهای حاصل از آن و نداشتن منابع اشتغالی و درآمدی غیر از کشاورزی، دارای اقتصادی ضعیف و آسیب‌پذیر

است. بخش کشاورزی به دلیل محدودیت و غیرقابل افزایش بودن مقدار زمین‌ها، امکان افزایش درآمد چندانی ندارد و جستجو برای پیدا کردن منابع درآمدی دیگر با توجه به توان و موانع هر منطقه از کشور، برای تنوع بخشی به اقتصاد روستایی به منظور افزایش توان نگه‌داشت جمعیت روستاها و به عبارتی پایداری جمعیت روستایی ضروری است.

از این رو سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان توسعه روستایی به اصل متنوع‌سازی اقتصادی روی آورده‌اند و با فراهم آوردن منابع جدید فعالیت اقتصادی از جمله بازارچه‌های محلی، رونق صنایع دستی و رونق گردشگری در مناطق روستایی به عنوان فعالیت‌های جدیدی خارج از مزرعه به همراه فرصت‌های جدید در بخش کشاورزی از جمله یکپارچه‌سازی اراضی و کشت محصولات کارگبر و سودآور، آموزش روستاییان در ارتباط با پرورش زنبور عسل، جمع‌آوری شیر از سطح روستاها، تشویق به باغداری با در اختیار قرار دادن تسهیلات، زمینه‌ساز تنوع‌بخشی به اقتصاد روستایی شده‌اند. لازم به ذکر است که این اقدامات به صورت غیرمستقیم نیز موجب افزایش مشاغل خدماتی دیگر از جمله رانندگی، مغازه‌داری و حتی سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های سودآور شهری شده است.

گردشگری

صنعت گردشگری از صنایع فرهنگی محسوب می‌شود که زمینه رشد فوق‌العاده‌ای در مناطق روستایی دارد. طبیعت زیبای مناطق روستایی همراه با جاذبه‌های سنتی روستانشینان، زمینه مورد علاقه گردشگران داخلی و خارجی محسوب می‌شود. توسعه این صنعت که با هزینه قابل توجه همراه نیست، در حاشیه خود باعث توسعه کسب و کارهای کوچک و کارآفرینی فراوانی در مناطق روستایی خواهد شد. گردشگری قادر است به عنوان یک گزینه در توانمندسازی زنان روستایی از طریق کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک نقش مهمی را ایفا کند و از این رو دفتر بین‌المللی گردشگری در مارس

۲۰۰۸ با ارائه برنامه‌ای عملی، سازمان جهانی گردشگری را در خصوص ایفای نقشی راهبردی در توانمندسازی اقتصادی زنان معرفی کرد. برنامه‌ای که اساس آن بر کاهش فقر و تقویت هویت زنان و توجه به نقش آن‌ها در فعالیت‌های مرتبط با گردشگری گذاشته شده است محل کار مورد توجه قرار بگیرد.

فعالیت‌های غالب کسب و کار گردشگری زنان روستایی

فروش تولیدات دامی: یکی از مواردی که با گسترش گردشگری روستایی سبب اشتغال‌زایی زنان روستایی می‌شود، فروش محصولات دامی و لبنی به گردشگران است. از گذشته یکی از پایه‌های اقتصاد روستایی فروش این محصولات به دلان و رهگذران بوده است. با ورود گردشگران به مناطق روستایی، امکان فروش محصولات دامی و لبنی (روغن حیوانی، کشک و ...) به آن‌ها فراهم می‌شود. خوراک محلی بخشی جالب توجه و یک گزینه اجتناب‌ناپذیر برای گردشگران است که ارتباط خوبی با آن برقرار می‌کنند. همین موضوع سبب شده تا زنان روستایی محصولات لبنی مانند کشک را با اشکال و طعم‌های مختلف و در اغلب موارد بسته‌بندی شده ارائه دهند.



شکل ۸- فرآوری محصولات دامی

پخت نان محلی: قیمت ارزان، محلی بودن کامل این کالا و جذابیت آن از جمله دلایل توجه و خرید بازدیدکنندگان است.



شکل ۹- پخت نان محلی

خرده فروشی: یکی از فرصت‌های شغلی برای زنان روستایی، ارائه خدمات خرده‌فروشی به گردشگران است. در واقع این نوع کالا و خدمات خرده‌فروشی که از طریق مغازه‌های بقالی عرضه می‌شود به علت اینکه قابلیت تأمین فوری نیازهای بازدیدکنندگان را دارد، همواره برای مردم روستایی جذابیت داشته است. علاوه بر نیاز فوری به این کالا، قیمت مناسب آن‌ها نیز باعث شده تا همراه با افزایش بازدید افراد بیرون از روستا از ناحیه، تعداد دکه‌ها و مغازه‌ها نیز به سرعت افزایش پیدا کند.

فروش صنایع دستی: در اکثر نواحی روستایی کشور، زنان به کارهای دستی چون گلیم‌بافی، حصیربافی، سوزن‌دوزی یا صنایع دستی بومی هر منطقه می‌پردازند که فروش آن‌ها درآمدی قابل توجه برای جامعه میزبان به ارمغان می‌آورد.

هتلداری: زنان نقش مهم و کلیدی در توسعه صنعت گردشگری ایفا می‌کنند و حتی برخی از بزرگترین هتل‌های جهان با مدیریت زنان اداره می‌شود. نمونه بارز این اثرگذاری در کشور ما در شهرهای شمالی مشهود است.

تأمین محل اقامت مسافران (اقامتگاه‌های بوم‌گردی): یکی از فعالیت‌های گردشگری، ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی است و یکی از اصول مهم آن، مشارکت اعضای خانواده میزبان است. این اقامتگاه‌ها که توسط بسیاری از زنان کارآفرین در مناطق روستایی و بکر طبیعی اداره می‌شود، می‌تواند از یک سو امکان حفاظت منابع و بهره‌برداری پایدار از جاذبه‌های طبیعی روستا را فراهم سازد و از سوی دیگر با ایجاد درآمد و اشتغال برای زنان و سایر افراد جامعه محلی، از مهاجرت به شهرها جلوگیری نماید. بنابراین، بین صنعت گردشگری و زنان رابطه‌ای دوسویه وجود دارد. از یک سو در توانمندسازی زنان روستایی تأثیرگذار است، یعنی با خلق فرصت‌های شغلی جدید، زمینه رشد اقتصادی را برای زنان روستایی فراهم می‌سازد و از سوی دیگر باعث توسعه گردشگری می‌شوند. بنابراین، اقامتگاه‌های بوم‌گردی زمینه اشتغال نسبتاً بالایی را برای زنان در زمینه‌های مدیریتی و خدمات‌رسانی به گردشگران، راهنمایان تورگردی، پخت و پز، پذیرایی، فروش محصولات غذایی و صنایع دستی و محلی و ... فراهم کرده که زمینه کسب درآمد، افزایش مشارکت و حضور آن‌ها را در جامعه فراهم کرده است.

بازارچه‌های محلی

به‌منظور دستیابی به توسعه روستایی، راهکارهای مختلفی از طرف برنامه‌ریزان مطرح شده است که دارای نقاط قوت و ضعف هستند. با این همه در بین این راهکارها، به باور بسیاری از متخصصان برنامه‌ریزی، توجه به ایده‌هایی که از دیرباز توسط خود روستاییان مورد استفاده قرار می‌گرفته، می‌تواند بسیار اثربخش‌تر از نوآوری‌های جدید و

غیربومی باشد که برخی موارد مطرح می‌شوند. از جمله این ایده‌ها، بازارهای دوره‌ای محلی هستند که قدمتی تاریخی دارند.

بازارهای روستایی اثرات مثبتی در پایداری اقتصادی مناطق روستایی دارند. با توجه به نقشی که این بازارها در افزایش درآمد روستاییان، قدرت خرید، حذف واسطه‌ها، سرمایه‌گذاری در روستا، رفاه و تأمین مایحتاج و خدمات مناطق روستایی، سرمایه‌گذاری بیشتر در بخش کشاورزی، افزایش روند توسعه و اشتغال، کاهش ضایعات، افزایش ارزش افزوده محصولات کشاورزی، افزایش سطح زیر کشت، تنوع محصولات کشاورزی و توسعه اقتصادی جوامع روستایی دارد، لذا از اهمیت و جایگاه خاصی برخوردارند.

بازارهای موقت هفتگی، روستاییان را ترغیب خواهد کرد تا به‌طور مستقیم تولیدات کشاورزی و سایر فرآورده‌های خود را به‌راحتی و در اغلب موارد بدون واسطه به مشتریان عرضه کرده و بدین ترتیب محصول عرضه شده با قیمت پایین‌تری به‌دست مصرف‌کننده برسد و چون عامل واسطه وجود ندارد، سود بیشتری نصیب تولیدکننده روستایی می‌شود که این امر به‌نوعی موجب می‌شود که درآمدها در درون جامعه محلی هزینه شده و ارزش افزوده بالایی نیز تولید کند.



شکل ۱۰- فعالیت زنان روستایی در بازارچه‌های محلی

یکی از راه‌های ارتقاء سطح توانمندسازی زنان روستایی، ایجاد زمینه حضور آن‌ها در فعالیت‌های اقتصادی و فروش محصولات کشاورزی و صنایع دستی است که نیازمند مهیا کردن شرایط مطلوب از جمله ایجاد بازارهای مناسب برای این محصولات است.

بازارهای هفتگی روستایی، محل عرضه و تقاضای فرآورده‌های زراعی، باغی و دامی و صنایع دستی روستایی است. البته مبادله کالای شهری نیز در کنار آن صورت می‌گیرد. تعداد زیادی از تولیدکنندگان خرده‌پا (به‌ویژه زنان روستایی) تولیدات اندک خود را در طول ماه به این بازارها آورده و با عرضه بدون واسطه این محصولات، درآمد قابل توجهی را برای خانوار به دست می‌آورند که برای اقتصاد خانوارهای روستایی بسیار اهمیت دارد. فروش و عرضه محصولات محلی و کشاورزی توسط زنان در این بازارها سبب شده که توجه برنامه‌ریزان و محققان به نقش آنان در بازارهای مذکور جلب شود. این بازارها صرف نظر از ابعاد (کوچک یا بزرگ بودن)، تأثیر قابل توجهی بر اوضاع اقتصادی خانوارهای روستایی دارد.

اثر بازارچه‌های محلی روستایی بر گردشگری

بازارهای دوره‌ای محلی، مکان‌های جذابی برای گردشگران هستند. این بازارها از نظر جاذبه‌های محلی (از قبیل آداب و رسوم، لباس و محصولات محلی) برای آن‌ها جالب هستند. همچنین بسیاری از گردشگران که به مناطق مختلف سفر می‌کنند، در صورت وجود بازار محلی، در مدت اقامت خود از آن بازدید می‌کنند. از طرفی متغیرهای مختلفی همچون کیفیت محصولات محلی، نظارت بر بازار، مدیریت بازار، فضای بازار، جذابیت بازار و زمان تشکیل بازار بر جذب گردشگران اثر می‌گذارند که از میان آن‌ها دو

عامل کیفیت محصول محلی و نظارت بر بازار، بیشترین نقش را در جذب گردشگران ایفا می‌کند.

از آنجا که گردشگران هنگام سفر به روستاها همواره در صدد خرید تولیدات، صنایع دستی و محصولات کشاورزی هستند و از آن‌ها به‌عنوان خاطرات سفر یاد می‌کنند، از این رو مدیریت شهر و روستا می‌تواند با ایجاد بازارهای دوره‌ای روستایی نسبت به عرضه نظام‌مند محصولات تولیدی روستاها و صنایع دستی اقدام کند. این مسئله سبب افزایش درآمد و اشتغال‌زایی بسیار مفید خواهد شد و بازگشت سریع گردشگران و افراد جدید را به دنبال خواهد داشت.

نکته: ضروری است بازارهای دوره‌ای محلی جنبه سنتی خود را حفظ کرده و اکثر کالاها و محصولات ارائه شده، تولید خود روستاییان باشد. بازارهای محلی در صورت سازماندهی، مکان‌یابی صحیح، خدمات‌رسانی مناسب، توجه به ویژگی‌های سنتی و زیبایی‌شناختی، عرضه محصولات و تولیدات بومی و محلی و صنایع دستی در کنار سایر کالاها می‌تواند عامل خوبی برای جذب گردشگر باشد.



شکل ۱۱- بازارچه‌های محلی

مشکلات بازارچه‌های محلی

مهم‌ترین مشکلاتی که از نظر فروشندگان و خریداران در شرایط و میزان خرید و فروش کالا مؤثر است، به ترتیب اهمیت، تمیزی بازار، امنیت و وسعت آن است. به حدی که در مرحله نخست، فقدان مکان و جایگاه مناسب برای برپایی بازارهای روستایی و در مرحله بعدی نبود امکانات بهداشتی و رعایت نکردن بهداشت در عرضه برخی اجناس از مهم‌ترین مشکلات بازارهای محلی روستایی است. عدم حضور مأموران دولت یا حتی نمایندگان شورای اسلامی روستا برای برقراری نظم و امنیت بازارها، عدم رعایت شئون اخلاقی و اسلامی از طرف برخی از افراد به‌ویژه جوانان بیکار در محیط بازار، عدم نظارت بر قیمت کالا و اجناس، بدحسابی برخی مشتریان، نبود جاده مناسب، مشکل رفت و آمد، هزینه رفت و برگشت به محل بازار و نبود برخی کالاهای مورد نیاز، از دیگر مسائل و مشکلات زنان روستایی برای فعالیت در این بازارها است.

پیشنهادهای

- جهت جلوگیری از اتلاف و فساد محصول نیاز به ایجاد نظام بازاریابی کارا بوده، از این رو ایجاد انبارهای مناسب برای نگهداری محصول و وسایل حمل و نقل در روستاها ضروری است.
- واگذاری غرفه‌های میدان میوه و تره‌بار به تعاونی‌ها، جهت حذف دلالان واسطه‌ها
- افزایش اطلاع و آگاهی زنان روستایی جهت افزایش قدرت چانه‌زنی آن‌ها برای تعیین قیمت و فروش با سود بیشتر و در نتیجه کاهش ناکارایی بازاریابی در روستاهای دارای شرایط فروش محصولات

■ فرهنگ‌سازی در جوامع روستایی در رابطه با تولید برخی محصولات که قابل عرضه در بازارهای محلی روستایی هستند، می‌تواند گامی مؤثر در افزایش درآمد خانوارهای روستایی محسوب شود.

■ لازم است اداره بازارهای محلی روستایی به صورت خودجوش صورت پذیرد تا علاوه بر سازماندهی و هدایت این گونه بازارها به مسائل و مشکلات جانبی آن مانند مکان مناسب برای برگزاری بازارها، رعایت مسائل بهداشتی، نظارت بر قیمت، برقراری نظم و امنیت و ... پرداخته شود.

■ از آنجا که محل سکونت حدود نیمی از فروشندگان بازارهای محلی، مناطق شهری بوده است این موضوع با ماهیت این بازارها که جنبه روستایی داشته منافات دارد. در واقع به نظر می‌رسد که تعداد فروشندگان روستایی (ساکن روستا) با محصولات تولیدی روستا در این بازارها کم بوده است. بنابراین لازم است شرایطی فراهم شود تا روستاییان بیشتری در عرضه کالا به ویژه محصولات تولیدی روستا و همچنین اداره بازار، نقش داشته باشند. همچنین امکان ایجاد بازارهای محلی روستایی در روستاهای محوری و یا حداقل مراکز دهستان‌ها که بتوانند روستاهای همان منطقه را تحت پوشش قرار دهند و نیز امکان‌سنجی ایجاد این گونه بازارها در شهرهایی که بازارهای محلی روستایی ندارند، به طور تدریجی پیشنهاد می‌شود.

■ بالا بردن نقش زنان روستایی در این بازارها از طریق عرضه محصولات کشاورزی و صنایع دستی خانوار که خود رأساً به تولید آن اقدام می‌کنند، می‌تواند تا حدودی در اقتصاد خانوار روستایی مؤثر باشد.

منابع

- ۱- جانبازقبادی، غ. ۱۳۹۶. نقش بازارچه‌های محلی و هفتگی در تحقق اقتصاد مقاومتی (نمونه موردی: شهر ساحلی نور). کنفرانس بین‌المللی عمران، معماری و شهرسازی ایران معاصر، ایران، تهران.
- ۲- مطیعی لنگرودی، ح.، قدیری معصوم، م.، و رضوانی، م. ر. ۱۳۹۲. نقش بازارهای دوره‌ای محلی در توسعه گردشگری محلی - مطالعه موردی: استان گیلان. فصلنامه علمی-پژوهشی فضای جغرافیایی، ۱۳ (۴۳): ۱۱۵-۱۳۳.
- ۳- محمدی، س.، و رستمی، خ. ۱۳۹۸. تدوین راهبردهای متنوع‌سازی اقتصاد روستاها مورد: بخش خاوو میرآباد در شهرستان مریوان. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۲ (۲۸): ۲۰۱-۲۲۲.
- ۴- مطیعی لنگرودی، ح.، فرجی سبکبار، ح.، و حجت شمامی، س. ۱۳۹۸. تحلیل موانع و قابلیت‌های تنوع‌بخشی فعالیت‌ها در اقتصاد روستایی مورد: بخش رحمت‌آباد و بلوکات شهرستان رودبار. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۱ (۲۷): ۱-۲۰.
- ۵- نامجویان شیرازی، ر.، عباسی، ص.، و دهقانپور، م. توانمندسازی زنان روستایی از طریق تشکیل صندوق‌های حمایت از توسعه فعالیت‌های کشاورزی. اولین همایش ملی زن و توسعه پایدار روستایی.
- ۶- مظفری، محمدمهدی. ۱۳۹۶. بررسی اثرات مالی خرد بر میزان توانمندسازی مدیریتی زنان روستایی (مطالعه موردی: منطقه الموت). فصلنامه علمی-پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری، ۶ (۲۴): ۲۳۱-۲۴۹.

۷- زرافشانی، ک.، رستمی، ف.، خوش‌مرام، م.، و شیرینی، ن. ۱۳۹۳. نقدی بر ساختار صندوق‌های اعتبارات خرد در خوداشتغالی زنان روستایی. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۱ (۳): ۱۲۹-۱۲۱.

۸- کوشکی، ف.، ایروانی، ه.، و کلانتری، خ. ۱۳۹۰. عوامل مؤثر بر بهبود مشارکت زنان در صندوق‌های اعتبارات خرد روستایی. مطالعه موردی استان کرمانشاه. فصلنامه روستا و توسعه، ۱۴ (۱): ۳۳-۱۵.