Економско зајакнување на жените преку мини здружување на индивидуални производителки

Неодамнешната примена на модел за социјално претприемништво базиран на здружување на жени-индивидуални производители на домашни, еколошки и традиционални производи од Крушево, покажа дека, како резултат на интервенцијата, се подобрува животниот стандард, вештините и социјалната вклученост на жените. Приходот на жените се зголеми во просек за над шест пати, а бројот на нови купувачи се зголеми за 80%. Истовремено, значајно се подобрија и вештините за пакување и продажба. Вертикалното кластерирање ги диверзифицира постојните и овозможи нови канали на продажба, додека хоризонталното кластерирање ги унапреди производите со заеднички бренд, слоган и лого.

БРИФ ЗА ПОЛИТИКИТЕ
бр. 10

Овој документ им препорачува на локалните власти да вклучат модели за економско јакнење на жените во своите локални развојни планови, преку поддршка на мини здружување на индивидуални производителки на традиционални и локални производи.

Министерството за економија да развие кластеринг на индивидуални производителки на домашни традиционални и еколошки производи во две насоки: хоризонтално и вертикално. Хоризонтално поврзување помеѓу производителки во една општина, и вертикалано поврзување на кластерите од различни општини.

Проблем

Крушево се карактеризира со бавен економски развој и висока стапка на невработеност од 58%. Над 40% од невработените се повозрасни од 45 години, а дури 54% се со најмногу основно и незавршено средно образование. Сеуште доминантна е традиционалната улога на жената да се грижи за домот и децата. Од друга страна, можностите за вработување се ограничени. Бројот на активни бизниси континуирано се намалува и во 2014 година изнесува 245. 196 од нив се микро бизниси со просек од 1,1 вработен, а најголем приватен работодавач е една текстилна фабрика. Ваквата состојба на некфалификувана работна сила и ограничени можности за вработување, го прави животот на крушевските жени тежок. Многу семејства се соочуваат со предизвикот за преживување, додека сиромаштијата расте.

Од друга страна, Крушево изобилува со шумски плодови и природни чаеви од незагадена и еколошки чиста природа. Крушевските домаќинки, на се'уште традиционален начин, произведуваат различни еколошки џемови од шумски плодови, слатка, сирупи, ликери, масла, домашни пити и специјалитети од крушевското поднебје. Дел од ова индивидуано производство го продаваат, а туристите се фасцинирани од вкусот. Сепак, производството и продажбата се повремени, без соодветна амбалажа, бренд, промоција и воспоставени канали за продажба. Оттука, потенцијалните купувачи и туристи остануваат неинформирани кој, што, каде и кога продава.

Методологија

Во оваа интервенција се вклучени 25 економски-ранливи жени од Крушево, невработени или со месечен приход до 10.000 денари. Интервенцијата вклучува активности базирани на моделите за социјално

претприемништво: обучување, менторство, пилотирање и промоција. Истовремено е применет и концептот на мини кластеринг. Овој концепт, од една страна, применува хоризонтално здружување помеѓу индивидуалните производителки на домашни, еколошки и традиционални производи, а од друга страна, нивно вертикално поврзување со локалните угостители и женски здруженија со слична мисија.

Интервенцијата започна со работилници и тренинг за зголемување на вештините за пакување, промоција и продажба. Потоа следеше брендирање на прозиводите со соодветно лого, слоган и етикетирање. Во следната фаза се развија каналите на продажба и промоција.

Ефектот од интервенцијата е мерен преку оценка на изведбата. За таа цел, спроведена е анкета пред и по интевенцијата.

Интервенцијата има за цел да поттикне економско јакнење на економски ранливи жени од Крушево.

Резултати-производи

- Производите се брендирани под слоганот „Домашно е, од Крушево е...“.
- Мини кластерингот резултираше во здружување на жените во формален ентитет, Здружение „Крушевска жена“. Воспоставена е соработка и со здружение на жени „Слоу Фуд“ од Гевгелија, локалните угостители и Општината Крушево.
- Воспоставена е веб платформата www.odkruevo.mk за промоција на производите и зголемување на информациите кој, каде, што и кога продава.
- За прв пат е организиран саем на домашни, традиционални и еколшки производи „Домашно е од Крушево е...“.
- Продуцирани се иновативни форми на промоција: флаер во дневни весници, видео и промоција на социјалните мрежи.

Резултати-ефекти

- Работилницата и тренингот ги зголемија вештините за пакување за 67%, а вештините за продажба за 47%.
- 80% од жените го зголемија бројот на купувачи.
- Просечниот годишен приход на жените од продажба од производите се зголеми за над шестпати (544%).
- Не постои разлика во растот на приходот помеѓу жените што продаваат до три и оние со повеќе од три производи.
- Знајачајна разлика во растот на приходот постои во зависност од иновативнота на производите. Жените кои имаат поиновативни производи, во просек, имаат 51% повисок раст од жените со помала иновативност во производите.
- Мотивацијата и вклученоста на жените во активностите има значајно влијание врз растот на приходот. Жените со повисока мотивација и вклученост, во просек, имаат 60% повисок раст на приходот во однос на жените со помала вклученост и мотивација.
- Саемот „Домашно е, од Крушево е...“ е поставен на агендата за културно лето на Општина Крушево.

Препораки

Ова интервенција ги дава следните препораки:

- Локалните власти да вклучат модели за економско зајакнување на жените во своите локални развојни планови, преку здружување на жените-индивидуални производители на традиционални и локални производи.
- Министерството за економија да развие кластеринг на индивидуални производителки на домашни, традиционални и еколошки производи во две насоки: хоризонтално и вертикално. Хоризонтално поврзување помеѓу производителки во една општина (населено место), и вертиклано поврзување на кластерите од различни општини.
- Да се воведат пред-стартап мерки, кои ќе имаат функција на „грејс приод“ за почеток на бизнис. Овие мерки ќе имаат за цел индивидуалните производителки со мал годишен приход (пример, до 2,500 еур) да се охрабрат да направат обид за реализација на идејата без притоа да бидат обврзани да регистрираат фирма и вработување на самиот почеток. Активноста и приходот може да бидат регистрирани во форма на паушал.

FINANCE THINK OUT OF THE BOX

Finance Think е Институт за економски истражувања и политики.

Брифот за политиките е резултат на проектот “Зајакнување на жените во Крушево преку мини здружување за продажба и промоција на традиционални производи “.

Главна цел на проектот е да се подобри животниот стандард и социјалната вклученост, и да се намали сиромаштијата во Крушево, преку здружување (мини-кластеринг) на жените за производство и продажба на локални, домашни, традиционални, еколошки, и производи од домашна ракотворба.

Овој бриф за политиките е поддржан од Амбасадата на САД. Мислењата, откритијата, и заклучоците, или препораките изнесени овде се на имплементаторот, и не ги одразуваат оние на Владата на САД“

EMBASSY OF THE UNITED STATES OF AMERICA