



Promocija domaćih, ručno rađenih prehrambenih proizvoda, bez aditiva, veštačkih boja i aroma, kroz programe resornog ministarstva, lokalne samouprave, turističkih činioca, raznih udruženja, organizacijom festivala i medijskim kampanjama, ali i sve veća briga o zdravlju, uticala je na povećanje tražnje i veći broj onih koji su spremni na ovakav način privređivanja. Najveći deo ovog posla pao je na žene, koje ne samo da moraju da obrade svoje livade, njive, voćnjake, bašte, već da proizvedu i prerade plodove prirode, i na kraju da se bave marketingom i prodajom. U finalizaciji ovog procesa potrebna im je podrška i pomoć, da svoje proizvode što uspešnije plasiraju na tržište.

□ □ □ □ □ Žena snažna i važna

- Animiranje domaćina, posebno u poslednje vreme, je veliki zadatak, imajući u vidu da smo bili prinuđeni da se okrenemo domaćem tržištu i da putujemo unutar naše zemlje. Mali proizvođači su se našli u nezavidnom položaju. Prema statistikama SeConS-grupe oko 200.000 ljudi je ostalo bez posla, a 70% njih su bile žene, stalno zaposlene, zaposlene pod ugovorom, neformalno zaposlene (na pijacama, uličnim tezgama i sl). Imajući u vidu da je i broj manifestacija u velikoj meri smanjen, onemogućen je ovakav vid prodaje. Zadatak je nalaženje mogućnosti plasiranja proizvoda, tim pre što su naši mali proizvođači mahom žene, koje danas, na selu žive teže nego ranije. One su bile prinuđene da se u vreme pandemije prilagode novonastalim okolnostima i mnoge su se okrenule društvenim mrežama, pokušale da prodaju svoje proizvode od vrata do vrata. Neke od njih rade i kućnu dostavu, ali mnoge nisu u situaciji da to postignu zbog digitalne nepismenosti, i ako mlađi članovi njihovog domaćinstva ne preuzmu to na sebe, izostaje takav vid promocije. Ukoliko nemaju svoj automobil ne mogu da rade ni kućnu dostavu - navodi Snežana Milisavljević iz Udruženja „Putokaz Kragujevac“.

Ruralni turizam je velika perspektiva Srbije koji se potvrdio u poslednje vreme. Prirodni resursi i kulturno nasleđe, naša sela u različitim podnebljima Srbije sa autentičnom ponudom proizvoda, domaćini koji pripremaju zdrave namirnice kakve se ne mogu kupiti u prodavnicama u kojima je zastupljena uglavnom roba iz globalne ekonomije, ponudu našeg ruralnog turizma čine posebnom.

- Čini se da je zakazala spona između malog proizvođača, koji još uvek proizvodi na tradicionalan način i krajnjeg potrošača. Umrežavanje i komunikacija, kada je u pitanju plasman proizvoda, je ono što nam u ovom trenutku nedostaje. Ruralni turizam je specifičan turistički

proizvod koji bi Srbija mogla da plasira ne samo unutar zemlje, već i za goste iz inostranstva, imajući u vidu da možemo da ponudimo dobre smeštajne kapacitete, domaćine, koji znaju da rade svoj posao, autentičnost podneblja, prirodne lepote u neposrednom okruženju, tradiciju, kulturni identitet, raznoliku ponudu aktivnog odmora. Imajući u vidu bazične elemente, poput smeštaja i ishrane, te dodatnih sadržaja, mislim da Srbija može da plasira odličan proizvod kako na domaće tako i ino tržište, ali nam po malo fali završnica, umrežavanje svih tih faktora i plasman na tržište. Dobro je da još uvek postoje brojne manifestacije u Srbiji i zemljama u okruženju, gde domaćini mogu da se pojave i direktno razgovaraju sa potrošačima, da čuju njihove potrebe, jer ne smemo zaboraviti da se pitanje bezbednosti izdvojilo kao obavezan segment turističke ponude, i svaki gost će voditi računa koliko je bezbedno boraviti u nečijem domaćinstvu - ističe gospođa Milisavljević.

O udruženju Putokaz Kragujevac

Iznela je neverovatn podatak da se prema istraživanjima Udruženja „Putokaz Kragujevac“, preko 60% nezaposlenih žena sa kojima je udruženje radilo, izjasnilo da želi da se bavi nekom vrstom samostalnog posla, pre svega ženskim preduzetništvom. Žene vole da se prepoznaju kao aktivne članice društva i radno angažovane u okviru udruženja žena, što je razumljivo, s obzirom na sličnu situaciju u kojoj se nalaze.

Podseća, da se na žene još uvek gleda kao na stub porodice. Na njih se oslanjaju domaćinstva, i od njih se i dalje očekuje da privređuju i nešto pruže svom potomstvu. To što su se žene prepoznale u okviru nekih udruženja, dovoljno ukazuje na činjenicu da su izgubile poverenje u formalno zapošljavanje, koje se u nekim istraživanjima, zbog garantovane sigurnosti, našlo na drugom mestu, dok se najmanji broj žena odlučilo za rad u okviru zadruga (podaci se odnose na centralnu Srbiju, dok je stanje u Vojvodini, zbog boljeg funkcionisanja zadruga, drugačije). Bez obzira na to gde rade, njima je potreban input, informacija od organizacija, institucija pod ingerencijom lokalne samouprave, republičkih institucija, koje bi mogle da im pruže neophodnu stručnu, savetodavnu podršku. Primera radi, kada su u pitanju podsticajna sredstva, značajne informacije mogu da im pruže poljoprivredne stručne službe, kada su IPARD programi u pitanju, a odnose se na ruralni turizam, ali i lokalne turističke organizacije, omogućavajući im da ono što već znaju da rade i proizvode, plasiraju na najbolji mogući način. U ojačavanju onih institucija koje se bave radom na terenu i omogućavanju zaposlenima u tom sektoru da posete svako domaćinstvo, porazgovaraju sa njegovim članovima i upoznaju se sa konkretnim problemima kako bi ih predupredili, prevazišli, Snežana Milisavljević vidi jedno od rešenja ovog problema. Jer, samo tako možemo da imamo jake male proizvođače, bez kojih nema jake, stabilne porodice, niti lokalne zajednice. Zato su projekti poput „Osnaživanje malih proizvođača kao preduslov za jačanje porodica“ koji podržava Ministarstvo za brigu o porodici i demografiju, izuzetno važni.

Udruženje „Putokaz Kragujevac“ je nevladino i neprofitno udruženje, osnovano 2019.. Jedan od primarnih Udruženja je unapređenje kvaliteta života građana i marginalizovanih grupa putem obuka i sticanja dodatnih znanja i poslovnih veština radi lakšeg zapošljavanja i pronalazjenja dodatnih izvora finansiranja. Akcenat rada stavljen je na nezaposlene žene, strarije od 45 godina, saglasan sa projektom Mreže za podršku ženama 45+, na teritoriji Republike Srbije - „Javnim zagovaranjem do ekonomskog osnaživanja žena 45+“, a u cilju uticanja na poboljšanje ekonomskog položaja žena starijih od 45 godina, jedne od najranjivijih grupa na tržištu rada. „Mrežu 45+“ čine udruženja žena: „Žene na prekretnici“ Beograd, Laris“ Čačak, „Putokaz Kragujevac“ i „Miona“ Aleksandrovac. Ona su kroz zajedničke aktivnosti u prethodnom periodu, sistemski uticala na donosice odluka lokalnih i republičkih institucija, kako

bi trajno doprinela prevazilaženju polne i starosne diskriminacije.

Najavljen je i pojeekat pod nazivom „Ponovo snažna i važna” usmeren na ekonomsko osnaživanje nezaposlenih žena, koji realizuje Udruženje „Laris” iz Čačka u partnerstvu sa udruženjima „Putokaz Kragujevac“ i UŽ „Evgenija” iz Ježevice, u cilju poboljšanja ekonomskog položaja žena na tržištu rada iz ruralnih ili gradskih sredina, unapređenja njihovih znanja i veština, radi pokretanja sopstvenog posla i prevazilaženja trenutne krize. Pomoć u njihovom osamostaljivanju i osnaživanju kroz praktične obuke, individualna savetovanja sa sertifikovanim savetnicima za procenu kompetencija, obuke koje se odnose na digitalni marketing i promociju na društvenim mrežama, obezbediće materijal i opremu za početak posla u okviru malih kućnih radionica za pet žena iz Čačka i pet iz Kragujevca.

