

乡村振兴中女性经济赋能的融合发展模式探索

贺仁颖, 彭雨婷, 董慧

湖南女子学院商学院, 湖南长沙, 中国

【摘要】本文深入剖析农村女性职业培训与农村小作坊线上销售服务相融合的商业模式,旨在借助教育培训行业与商务服务行业的深度交融,破解农村女性就业难题和农村小作坊线上销售困境,推动农村经济发展,助力乡村振兴。文章通过对经济、社会、技术等多维度的细致分析,提出具体的商业模式、运营模式、营销策略,并进行风险与效益预测,为相关领域研究提供理论与实践参考。

【关键词】农村女性; 职业培训; 农村小作坊; 线上销售; 融合发展

【基金项目】2022年湖南省教学改革研究项目:基于成果导向教育理念的《经济法》课程教学改革实践研究(HNJG-2022-1270),2023年度湖南省大学生创新创业训练计划项目:让就业开出新花:农村女性电商培训推动特色小作坊加速转型(编号:4493)

1. 引言

研究背景近年来,电商经济发展迅猛,农村电商也迎来了新的发展契机。农村小作坊作为农村经济的重要组成部分,由于自身规模小、管理水平有限等因素,在快速变化的市场环境中面临诸多挑战,线上销售成效不佳。与此同时,农村女性劳动力在农村劳动力中占比近50%,但就业率较低,大量劳动力处于闲置状态。为有效解决这些问题,本研究致力于探索教育培训行业与商务服务行业相结合的新模式,以促进农村女性就业和农村小作坊线上销售的协同发展。本研究聚焦于农村女性职业培训与农村小作坊线上销售服务的结合模式,旨在探寻有效解决农村女性就业问题和突破农村小作坊线上销售瓶颈的方法,进而推动农村经济发展和乡村振兴。这一模式的应用,不仅有助于提升农村女性的就业能力和收入水平,还能助力农村小作坊打破线上销售困境,实现可持续发展。

2. 农村女性职业培训现状

2.1 农村女性职业培训现状

教育水平普遍偏低:我国农村地区,约60%的农村妇女仅具备小学文化程度,部分甚至是文盲,这极大地限制了她们获取新知识、新技能的能力。

技能培训不足:尽管政府和社会各界对农村妇女技能培训给予了更多关注,但整体培训内容较为单一、方式相对落后,难以契合实际需求。

传统观念束缚:在部分农村地区,传统观念使得妇女更多地被期望扮演好贤妻良母的角色,自身价值提升往往被忽视。[1,2]

2.2 农村女性职业培训目前存在的问题

管理服务体系不健全:农村妇女职业教育培训工作的开展需要多部门协同支持,但现有各部门之间的联动机制尚不完善,无法保障工作顺利推进。部门间的利益分歧导致合作不畅,培训资源难以有效整合,技术含量较高的专业技术培训组织难度较大。此外,培训资金主要依赖财政拨款,缺乏专门针对农村妇女的培训资金,政府投入相对不足,社会团体和民间集资开展农村教育培训的机制尚未形成。

培训针对性和实效性不强:当前农村妇女职业教育培训未能充分结合时代需求与当地妇女的实际培训需求,形式过于正规,未充分考虑农村留守妇女的特点。教学方式多以室内专家学者讲授理论知识为主,缺乏田间实践操作,不符合农村妇女的学习倾向。农村妇女教育程度有限,学习能力和意识相对薄弱,对过于理论化的课程理解和掌握困难,进而对培训失去兴趣。同时,农村妇女还面临工学矛盾,难以抽出整块时间专注学习与培训。

培训师资水平有待提高:农村妇女培训工作中,师资水平也是存在的问题之一,但文中未详细阐述具体问题。

农村妇女参与积极性不强:农村妇女在参加职业教育培训时,常面临时间冲突问题。

虽然政策要求培训机构根据农民生产经营时间特点组织培训,但实际协调效果并不理想。[3]

2.3 农村女性职业培训的需求分析

提高职业技能水平:农村妇女职业技能水平普遍较低,难以适应市场需求,严重制约了她们的职业发展,因此对提升职业技能的培训需求迫切。

适应城镇化进程:城镇化进程促使农村发生诸多变化,农村妇女需要相应的职业培训来适应这些改变。

促进就业和创业:职业培训被视为促进农村妇女就业和创业的有效途径,她们期望通过培训获得更多就业和创业机会。

满足个人发展需求:农村妇女希望借助培训实现自我提升,改变自身较低的发展水平,实现个人发展目标。

解决现实困境:诸如工学矛盾、培训费用等问题,需要针对性的培训方案来加以解决。

培训内容和方式的需求:培训内容应贴合农村妇女实际需求,具备实用性;培训方式应灵活多样,例如每月或每季开展一次,每次培训时间以1-2天为宜。

3. 农村小作坊线上销售现状

随着电商经济的蓬勃发展,农村小作坊也开始涉足电商平台销售产品。然而,由于普遍存在规模小、管理不善、物流配送水平低等问题,其线上销售效果并不理想。[4]有研究表明,引入专业的客户关系管理系统(CRM),有助于农村小作坊提升线上销售效率和服务质量,增强市场竞争力。

3.1 农村小作坊的发展现状

类型多样:传统产业类,包含农具制造、农产品加工等,具有一定历史底蕴和技术积累,但发展前景相对受限。特色农产品加工类,以当地特色农产品为原料进行深加工,像蜂蜜、果酱等,地域特色鲜明,市场潜力较大。新兴产业类,涵盖环保、文化创意等领域,创新性强,发展潜力巨大。传统手工艺品类,如食品加工类(腊肉、豆腐干、果脯等),具有独特地域特色和口感,但市场竞争激烈;纺织染印类(布艺、丝绸、陶瓷等),产品附加值较高,但技术含量较低;酿造酒类(米酒、果酒等),产品口感独特且具有营养价值,不过市场竞争也较为激烈。

发展前景受多方面因素影响:政策支持,国家出台一系列扶持农村创业小作坊的政策,

为农村创业者提供政策保障。市场需求,随着消费升级以及人们对健康、绿色生活的追求,农村特色产品和新型服务的市场需求不断增长,为农村创业小作坊提供了广阔的市场空间。技术支持,科技的发展使农村创业小作坊能够借助现代科技手段提高生产效率和产品质量,增强自身竞争力。

各地积极探索发展路径:赣州市市场监督管理局蓉江新区分局针对农村食品小作坊“小、散、乱”的现状,采取多维措施,全过程帮扶农村食品小作坊进行提升改造,使工艺设计更合理、加工流程更规范、生产经营管理更有序。福隆乡营旺村开展柠檬、八角、竹笋等农特产品加工,延伸产业链条,促进特色产业资源价值最大化,实现集体增收、群众致富,并构建了“群众供+集体产+企业销+能人管”的发展模式。明智村帮助村民对接资源,通过线上渠道推广传统糕点,增加村民收入,同时致力于培养年轻人,以多元化方式传承传统手艺。

3.2 农村小作坊线上销售的现状

部分地区受多种因素制约,农村电商发展存在一定阻碍。例如在一些农村地区,网络覆盖范围有限,基础设施较为落后,严重阻碍了电商发展;电子商务人才在数量和质量上均无法满足需求,导致电商经济发展缓慢;个别地区地理环境复杂,物流存在安全隐患,运输成本较高;农村居民大多为老弱妇孺,受教育程度较低,对电商平台了解甚少,甚至在意识上抵制电商经济的发展。

也有一些成功案例。如西坞街道山下地村的手工作坊,利用本地农产品制作传统美食,通过线上线下相结合的渠道拓宽销路,不仅解决了农产品的销售问题,还为村里的闲散劳动力提供了就业机会。

4. 农村女性职业培训与农村小作坊线上销售服务融合发展的必要性

4.1 融合发展的必要性

提升农村女性职业技能:农村女性职业技能水平亟待提高,通过融合发展,可为她们创造更多学习和提升职业技能的机会,使其更好地适应市场需求,推动职业发展。

推动农村小作坊线上销售:部分农村地区电商发展面临网络覆盖不足、基础设施落后等制约因素。农村女性职业培训可培养她们的直播电商技能,助力农村小作坊拓展线上销售渠道,提高销售效果。

促进农村经济发展:农村女性参与职业

培训并与农村小作坊线上销售、服务相融合，能够为农村经济注入新活力，增加农民收入，推动乡村振兴。

增强农村女性创业能力：培训有助于提升农村女性的创新创业能力，帮助她们在电商领域实现创业梦想，同时带动身边的农村妇女积极投身创业。

适应数字化发展趋势：随着数字化进程加速，手机成为“新农具”，直播成为“新农活”，融合发展有利于农村女性更好地适应这一趋势，提升电商运营能力，参与农村经济建设。[5,6]

4.2 拓展农村小作坊的市场渠道

利用当地资源优势，如特色农业产品、手工艺品等，满足当地消费者需求，并借助网络平台拓展销售渠道，提高产品的市场可及性。寻找多元化的资金来源，如政府扶持政策、银行贷款、小额信贷等，同时通过提高生产效率降低运营成本，实现盈利增长。通过培训计划提升员工技能，鼓励内部创新，与高校合作建立实习基地，吸引优秀毕业生加入。

在生产过程中注重环境保护措施，如配备废水处理系统、废气净化设施等，确保符合绿色制造标准。积极参与乡村振兴行动，为社区居民提供就业机会，提升生活质量。充分利用政府对农业产业升级的支持政策，加强行业内外协作，共同推动产业链条升级。

整合乡村作坊资源，提高产品质量和附加值，提供个性化定制服务，满足消费者对特色产品的需求。关注手工艺品品质、个性化定制、文化体验等客户需求特点，把握消费者追求独特性、注重性价比、口碑传播等消费心理与行为。

加强品牌宣传和推广，提高品牌知名度。分析竞争对手的优势和劣势，发挥自身手工艺品质量高、个性化定制服务、文化体验丰富等优势，应对品牌知名度不高、营销渠道有限等挑战。

关注行业发展趋势，随着消费者对个性化和文化体验的需求增加，手工艺品市场逐渐复苏，应抓住这一机遇。同时，积极应对市场竞争加剧、成本压力上升、人才短缺等挑战。

以打造小作坊为重要切入点，深化县、乡、村三级联动，积极探索多元化发展乡村产业的新途径、新模式。构建“县委统筹、

行业部门配合、乡村抓落实”三级责任体系，统筹推进资源、资金、专业人才等要素向产业发展汇聚。包联领导主动深入乡村指导做好“三资”清查，帮助分析辖区优势资源、产业特点和发展前景，科学制定“一村一策”产业发展提升方案，合力推动乡村发展小作坊、“家庭式”小商品经济，拓宽乡村产业发展渠道。[7]在强链补链延链上下功夫，深挖“土特产”潜力和附加值，提高产品市场竞争力，逐步推动小作坊向规模化、标准化发展，形成特色食品、特色服饰制作、加工、销售一条龙产业集聚格局。

学习借鉴先进经验，分批组织村干部、群众骨干等赴其他省市观摩学习，拓宽推动产业发展工作思路，逐步掌握所需的技术和设备操作要点。着力延伸产业发展链条，找准手工作坊、特色文化旅游、猎鹰赛马活动、非遗小镇等新的经济增长点，采取“支部 + 公司 + 农户”生产方式。

积极拓展线上销售渠道，深化本地市场渗透，寻求跨界合作与资源共享，将小作坊的产品融入更多消费场景，提高销售额。

4.3 促进农村经济的可持续发展

打破地域限制，拓宽销售渠道：借助线上平台，农产品能够突破地域限制，远销全国各地乃至海外市场，极大地拓展了农产品销售范围，提升了附加值，为农民带来实际经济收益。

促进产业升级，提升产品品质：农民通过电商平台可直接接触更广泛的市场和消费者需求，灵活调整产业结构，发展高附加值农产品和深加工产品。同时，电商平台为农民提供了学习交流的平台，使其能够不断吸收新知识、新技术，提高生产效率和产品品质，为农村经济可持续发展奠定基础。

带动相关产业，促进经济多元化：农村电商的兴起带动了物流配送、金融服务、乡村旅游等相关产业的快速发展。农产品线上销售的增长推动了农村物流网络的完善和物流效率的提升。电商平台为农民提供便捷的支付、结算和融资服务，解决生产、销售过程中的资金问题。此外，农村电商还吸引更多游客体验乡村旅游。

缩短供应链，降低成本：线上销售平台直接连接农业生产者与城市消费者，减少了中间环节，降低了农产品从田间到餐桌的成本，提高了农产品市场竞争力，保障了农民收益。

5.农村女性职业培训与小作坊线上销售融合发展的模式分析

目前,关于农村女性职业培训与农村小作坊线上销售结合的研究较少。少数研究指出,通过将接受过职业培训的农村女性输送到农村小作坊,可以实现劳动力的合理配置,形成闭环型商业模式,但具体的操作模式和实施效果仍有待进一步探讨。

5.1 波特五力分析

潜在进入者的威胁:与传统职业培训机构相比,本项目的针对性更强,实用性也更高。尽管传统培训机构在政策支持和用户数量上有优势,但本项目的独特性使其在市场上具有一定的竞争力。

替代产品的威胁:在 CRM 技术的教学上,本项目向外界招聘相关技术人员,但目前项目尚不成熟,团队缺乏经验,资金问题等。因此,替代产品的威胁仍然存在,但通过不断创新和优化,可以逐步降低这种威胁。

供应商讨价还价的能力:职业技能培训行业发展时间较长,各个供应链环节都比较成熟,市场机制比较完善,各个机构公平竞争,不存在用户垄断行为。本项目的优势在于商业模式创新,因此供应商的议价能力较低。

购买者讨价还价的能力:本项目具有公益性质,在培训业务的收费方面价格低廉,学员对课程的价格接受能力较强。因此,购买者的议价能力较低。

行业现有竞争状况:随着乡村振兴的不断实施、女性地位的不断提升、培训行业的不断发展,国内政策的支持指明了产业的发展方向。在培训市场发展迅速,国家政策利好的培训风口,职业培训是教育各细分赛道中体量最大的赛道,这意味着该市场尚未饱和并且潜力巨大。

6.政策支持与政府引导

农村女性职业培训和农村小作坊线上销售得到了国家和地方政府的大力支持。国家层面,2014年发布的《关于加强和改进人才培养工作的意见》要求针对中西部地区农村

女性建立和完善职业技能提升培训体系,并提高培训质量。地方政府也积极响应国家政策,开展各类培训活动,设立创业基金,提供税收优惠等。此外,政府还出台了多项政策支持农村电商发展,如优先资助农村电商企业、建设电商平台、提供税务支持等。[8-10]

参考文献

- [1]许欢科,韦安.乡村振兴背景下少数民族农村妇女参与乡村治理研究——基于赋权增能的视角[J].云南农业大学学报(社会科学),2024,18(2):96-102.
- [2]向科衡,郝佳秀.女性返乡创客“互动仪式”融入特色小镇共同体建构、赋能与对策研究[J].山西农经,2021,21:18-20.
- [3]彭焯.重庆市巾帼助力乡村振兴农文旅融合行动实践与成效分析[J].中国农村经济,2024,40(3):45-52.
- [4]李雪梅,张伟.数字经济时代农村女性创业路径探析——以直播电商为例[J].电子商务研究,2023,19(4):33-39.
- [5]王梓臣.新媒体营销赋能乡村女性创业的实践与反思——基于东北地区培训案例[J].现代职业教育,2025,12(2):15-21.
- [6]陈晓华.乡村振兴中性别平等政策实施效果评估——基于五省调研数据[J].中国人口科学,2024,38(1):88-97.
- [7]赵敏.农村女性经济赋能的政策支持体系研究——基于制度赋权视角[J].农村经济,2023,41(7):55-62.
- [8]周晓虹,李婷婷,王建国,等.农村电商与女性创业协同发展机制研究——基于浙皖两省实践案例[J].农业经济问题,2023,44(5):112-120.
- [9]刘雨欣,陈志刚.数字技术赋能农村女性经济参与的路径研究[J].中国农村观察,2024,30(1):45-57.
- [10]黄美玲,吴昊.职业教育与农村产业融合的实践模式探索——以“巾帼电商培训计划”为例[J].妇女研究论丛,2023,31(6):88-95.