



DROPS

عنوان مقاله پژوهشی:

«تجارت مایه صلح»: برنامه‌های تجاری زنان و نقش آن‌ها در

صلح‌سازی در افغانستان»

نویسنده (گان): منیژه وافق

به این مقاله ارجاع دهید: وافق، منیژه (۲۰۲۰). ترجمه حیات الله بیان.

«تجارت مایه صلح»: برنامه‌های تجاری زنان و نقش آن‌ها در صلح‌سازی در

افغانستان». ژورنال زنان و صلح‌سازی افغانستان، شماره ۱ (۲۰۲۰). صص. ۶۶

- ۷۵. پیوند دسترسی به مقاله:

ژورنال زنان و صلح‌سازی افغانستان (شماره ۱ - ۲۰۲۰)

ناشران:

نهاد پژوهش و توسعه

و

اداره ملل متحد برای زنان در افغانستان

«تجارت مایه صلح»: برنامه‌های تجاری زنان و نقش آن‌ها در صلح‌سازی در

افغانستان

منیژه وافق^۱

فشرده

- منیژه وافق بنیان‌گذار و رئیس اتاق تجارت و صنایع زنان افغانستان (AWCCI) در این مقاله مطالعه موردی برنامه «تجارت مایه صلح» (PTB) را ارائه می‌کند و تمهیداتی را که زمینه‌ساز ایجاد اتاق تجارت و صنایع زنان افغانستان گردید، توضیح می‌دهد. وی به عنوان کسی که در تمام برنامه‌ها و روی دادهای مورد بحث در این مطالعه موردی، شخصاً حضور و سهم داشته است، نقش توان‌مندسازی زنان در تجارت را تحلیل و بررسی می‌کند.
- در این مقاله این استدلال مطرح شده است که تجارت می‌تواند در راستای صلح‌سازی مفید واقع شود، مشروط به آن‌که در این روند کارگزاران داخلی به صورت بسنده دخیل باشند و در زمینه ایجاد شبکه‌ها و نهادها از آن‌ها حمایت شود.
- زنان در گذشته در برنامه‌های توان‌مندسازی در زمینه تجارت با مشکلاتی روبه‌رو شده‌اند و همین مشکلات موجب شده این برنامه‌ها ظرفیت تداوم و پایداری را نداشته باشند. برنامه «تجارت مایه صلح» یک مورد موفق‌تر است که می‌تواند برای بهبود برنامه‌های دیگر در راستای رسیده‌گی به نیازهای صلح‌سازی در افغانستان الهام‌بخش و آموزنده باشد. دو مؤلفه مهم در برنامه «تجارت مایه صلح» که تأثیرگذاری دوام‌دار را تضمین می‌کنند و برای زنان کارآفرین جذابیت دارد، این‌ها هستند: (الف) برنامه استادشاگردی که تحت نظارت زنان تجارت‌پیشه امریکایی اجرا می‌شود و (ب) و برنامه «شما هم حامی شوید» (Pay it Forward)؛ که زنان اشتراک‌کننده در برنامه استادشاگردی را در نقش مربی و نیز مدافع تجارت زنان حفظ می‌کند.

۱. منیژه وافق بنیان‌گذار و رئیس اتاق تجارت و صنایع زنان افغانستان و تسهیل‌کننده برنامه صلح از طریق تجارت برای افغانستان است.

بخش خصوصی می‌تواند نقش مهمی در صلح‌سازی ایفا کند؛ این بخش می‌تواند زمینه‌ها و مکان‌های جدید برای سرمایه‌گذاری جست‌وجو کند، روش‌های فراگیر و پایدار در پیش بگیرد و با نهادهای بشردوستانه و انکشافی هم‌کاری نزدیک انجام دهد و از این رهگذر سرمایه‌گذاری‌ها را با مقاصد صلح‌سازی پیوند بدهد. این امر خصوصاً در مورد تجارت‌های محلی در ساحهٔ منازعه بیشتر صادق است. برای بهبود و تقویت نقش تجارت در فرآیند صلح‌سازی، درک اینکه چگونه تجارت می‌تواند بر صلح تأثیر بگذارد حیاتی است. در این مقاله نقش زنان در تجارت خصوصاً به عنوان بخشی از دستورکار کلی در صلح‌سازی بررسی شده است.

برای اینکه زنان فعال در بخش خصوصی در افغانستان در کل بتوانند نقش خود را در صلح‌سازی ایفا کنند، زنان کارآفرین در سال ۲۰۱۷ اتاق تجارت و صنایع زنان افغانستان را بنیان‌گذاری کردند تا از این سکو بتوانند صداها، منافع و نگرانی‌های خود را در مورد پالیسی‌ها مطرح کنند و منعی کارگزاران بخش اقتصادی مطرح شوند نه فقط مستفیدشونده‌گان منابع. این اولین نهاد دادخواهی معطوف به پالیسی است که می‌تواند دیدگاه‌های زنان را در بارهٔ پیوندهای صلح و تجارت در افغانستان، بازتاب دهد. بنیان‌گذاران این اتاق به این باوراند که فعالیت‌های تجاری و توسعه‌ی ایجاب می‌کند تا ساکنان روستاها، زنان و جوانان تحت پوشش قرار بگیرند. نویسندهٔ این مقاله به عنوان بنیان‌گذار و رئیس فعلی این اتاق، کوشیده برنامه‌هایی را که زمینه‌ساز ایجاد اتاق تجارت و صنایع زنان افغانستان گردید تحلیل کند و در مورد رابطهٔ تجارت با صلح‌سازی دیدگاه خویش را به صورت اجمالی ارائه نماید.

این مقاله توضیح می‌دهد که چگونه در سال ۲۰۰۹ گروهی از زنان تجارت‌پیشه از برنامهٔ «تجارت مایهٔ صلح» فارغ‌گردیدند و چگونه این گروه توانستند با ایجاد مجتمع «تجارت مایهٔ صلح» (PTB-N)، برای تأسیس اتاق تجارت و صنایع زنان افغانستان زمینه‌سازی کردند. این نهاد برای دادخواهی خواست گروه بزرگ‌تر ایجاد شود؛ به همین لحاظ، تعداد بیشتر زنان تجارت‌پیشه و مطرح در عرصهٔ تجارت را شامل شبکه نمود تا بتواند برای تجارت زنان در افغانستان نیرومندتر دادخواهی کند. در سال ۲۰۱۳، مجتمع «تجارت مایهٔ صلح» هم‌پیمانان بیشتری پیدا کرد و در سال ۲۰۱۴ نهادی به نام متشبین رهبر برای انکشاف افغانستان «LEAD» تبدیل گردید. در ماه مارچ ۲۰۱۷، نهاد «لید» به اتاق تجارت و صنایع زنان افغانستان مبدل گردید و تا کنون به همین نام ساخته می‌شود. مقاله حاضر این استدلال را مطرح می‌کند که ابتکار «تجارت مایهٔ صلح» که از طریق کمک‌های خارجی راه‌اندازی و اجراء شد، یک الگوی بالقوهٔ تکثیرپذیر توسعهٔ تجارت را

پیش کش کرد که می‌تواند به ابتکارهای صلح‌سازی فراگیر ممد واقع شود و به این الگو هنوز هم در سراسر افغانستان نیاز مبرم وجود دارد.

نقش تجارت در صلح‌سازی

نقش بخش خصوصی در صلح‌سازی و به طور کلی حتی در توسعه بین‌المللی هنوز هم موضوعی است که بین کارگزاران عرصه توسعه مورد بحث است. مفکوره مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و شاخص‌های محیطی، اجتماعی و حکومت‌داری (ESG) اهمیت بیشتر یافته و نزد کشورهای مهم تمویل‌کننده در باره چگونگی استفاده از ابزارهای بخش خصوصی در آمارهای کمک‌های انکشافی، بحث‌های مهمی جریان دارد. سرمایه‌گذاری ۷ تریلیون یورویی برای پیش‌رفت شرکت‌ها در زمینه صلح و توسعه تا سال ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ در نظر گرفته شده تا با توجه به اهداف توسعه پایدار سازمان ملل (SDG) تطبیق شود.^۲ با این حال، یکی از مدیران پروژه در سال ۲۰۱۹ برای مجمع جهانی اقتصاد نوشت که «وجود تجارت به خودی خود تضمینی برای ایجاد صلح نیست» و تصریح کرد که تجارت به همان اندازه ظرفیت بالقوه تشدید درگیری را نیز دارد.^۳

در یک مقاله تحقیقی برای مجله منازعه، امنیت و توسعه، که در سال ۲۰۱۹ منتشر شده است، جیسون میکلیان و پییر سچوتان به پیچیده‌گی‌هایی اشاره می‌کنند که در پروژه‌های تجارت-صلح وجود دارد و استدلال می‌کنند که این پروژه‌ها اهداف توسعه پایدار سازمان ملل متحد را تنها در گزارش‌های خود می‌گنجانند. در کشورهای گوناگونی که آن‌ها نقش تجارت در ایجاد صلح را مطالعه کرده‌اند، پروژه‌های تجارت-صلح صرفاً کوشیده تا دسترسی به تجارت را بهبود بخشند ولی معمولاً نابرابری را تشدید کرده که قشر نخبه از آن نفع می‌برند. مقررات، کمک‌ها و نظارت‌های قابل توجه دولت و جامعه بین‌المللی به منظور ایجاد پیش‌رفت واقعی در تعامل شرکت‌ها با جوامع درگیر در منازعه، می‌توانند نقش اساسی ایفا نکنند. از سوی دیگر، مقاله یادشده نتیجه‌گیری می‌کند که تجارت‌های محلی در موقعیت‌های منازعه در موقعیت بی‌نظیری قرار دارند تا اقتصاد منازعه را دور بزنند؛ حتی اگر «به دلایل خطرات سیاسی، اعتباری و شخصی مایل نباشند در معرض دید قرار بگیرند و انگشت‌نما شوند».^۴

2. Miklian, Jason and Peer Schouten. "Broadening "business", widening "peace": a new research agenda on business and peace-building." Conflict, Security & Development. Vol. 19, 2019— Issue 1: Bringing Business and Peace up to the Mainstream— and Down to the Local. Pages 1-13. February 14 2019. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14678802.2019.1561612?scroll=top&needAccess=true>

3. Crawford, Victoria. "7 ways business can be agents for peace." World Economic Forum. May 28 2019. <https://www.weforum.org/agenda/2019/05/7-ways-business-can-be-agents-for-peace/>

4. Miklian and Schouten. "Broadening "business", widening "peace."
"Private Sector Peer Learning Policy Brief 3: Ensuring Results when Engaging

پژوهش‌های علمی و بحث‌ها در باره این موضوع رو به افزایش است اما هنوز در حدی نیست که با پشتوانه آن بتوانیم تبیین کنیم که تجارت (داخلی و یا خارجی) می‌تواند به نحوی در راستای صلح‌سازی نقش مهمی ایفا کنند. حتی یک گزارش فشرده برای کمیته هم‌کاری کمک به توسعه (DAC) - شورای بزرگ تمویل‌کننده‌گان ملی کمک‌های بین‌المللی در سازمان هم‌کاری اقتصادی و توسعه (OECD) - اذعان می‌کند که «در سطح پروژه‌ها و برنامه‌ها و نتایج فعالیت‌های بخش خصوصی به صورت کافی تبیین و اثبات نشده است»؛ و نتیجه‌گیری می‌کند که برای ایضاح تأثیرات توسعه‌ی و کارآیی مشارکت فعلی با کارگزاران بخش تجارت، کنکاش‌ها و ارزیابی‌های بیشتر لازم است.^۵ حتی قواعدی که بر اساس آن کمیته هم‌کاری کمک به توسعه بتواند ضوابط آماری را برای سنجش سهم‌گیری و مشارکت بخش خصوصی به توسعه مشخص کند، در مرحله بحث و بررسی قرار دارد.^۶

مروری بر نقش زنان در اقتصاد افغانستان و مالکیت تجارت

از نظر تاریخی، زنان در بخش‌های مختلف اقتصادی مانند تولید قالین، فرآوری میوه‌های خشک و مغزباب، تولید لبنیات و دام‌داری نقش بارزی داشته‌اند. آن‌ها بخش کثیری بیش از ۱ میلیون کارگر صنعت قالین در افغانستان را تشکیل می‌دهند، اما ارزش این صنعت حتی در ارزیابی‌های اخیر نیز کم‌رنگ بوده است. بر اساس استراتژی صادرات ملی ۲۰۱۸-۲۰۲۲ افغانستان (که به طور مشترک بین وزارت صنعت و تجارت افغانستان و مرکز تجارت بین‌المللی تهیه و تدوین شده است)، ۷۵٪ از صادرات قالین افغانستان به بازار بین‌المللی ثبت نشده است و بیش‌ترین صادرات در واقع از طریق دلالان در پاکستان صورت می‌گیرد.^۷ تأثیر آن این است که ظرفیت این صنعت که یکی از سکتورهای بزرگ صادرات افغانستان به حساب می‌آید و توسط زنان به پیش برده می‌شوند، کم‌رنگ جلوه داده می‌شود.

زنان هم‌چنین در طول تاریخ در تجارت میوه خشک و مغزباب در سطح منطقوی فعال بوده و به پیمانه زیاد در سراسر زنجیره ارزش دخیل‌اند. سهم این بخش در سال ۲۰۱۶ بالاتر از سایر بخش‌های صادراتی ارزیابی شده است و تقریباً ۲۳٪ از کل صادرات افغانستان را تشکیل می‌دهد.

5. "Private Sector Peer Learning Policy Brief 3: Ensuring Results when Engaging the Private Sector in Development Co-operation." OECD. <https://www.oecd.org/dac/peer-reviews/Policy-Brief-3-Ensuring-Results-when-Engaging-the-Private-Sector-in-Development-Co-operation.pdf>

6. "Private Sector Instruments." OECD. 2018. <http://www.oecd.org/fr/cad/private-sector-instrument.htm>

7. "Afghanistan National Export Strategy 2018-2022: Carpets Sector." International Trade Center. 2018. P 24.

در همان سال ارزش صادرات این بخش ۱۸۳ میلیون دالر بوده است.^۸ زنان غالباً در مراحل برداشت و بسته‌بندی نقش بسزایی دارند و بدین ترتیب به عنوان ممد درآمد خانوار، جایگاه خود را در خانواده بالا می‌برند.^۹ در گزارش استراتژی ملی صادرات، اشاره شده است که هنجارهای فرهنگی موجود در تعاملات بین زن و مرد، توانایی زنان را صدمه زده و موجب می‌شود آن‌ها نتوانند از توانایی‌های بالقوه خود در سراسر زنجیره ارزش میوه خشک و مغزباب، استفاده کنند.^{۱۰} در این گزارش توصیه شده است که مشارکت بیشتر زنان به نحوی تعامل زن-با-زن را بیش تر می‌کند و این امر در بستر محلی از لحاظ فرهنگی بیش تر عملی است.

علی‌رغم موقعیت زنان به عنوان تولیدکننده‌گان مهم کالاهای مصرفی صادراتی، مطابق گزارش بانک جهانی میزان مشارکت زنان در سال ۲۰۲۰ فقط به ۲۱.۷٪ افزایش یافته است (براساس برآورد سازمان بین‌المللی کار^{۱۱}) و این افزایش شامل کار غیررسمی که در بالا توضیح داده شد، نمی‌شود. علاوه براین، زنان افغان اکثراً قربانی مقوله معروف «بار مضاعف» یا «نوبت دوم کاری» هستند؛ یعنی برای حمایت از خانواده‌های خود هم باید در شرایط دشوار «حوزه عمومی» کار کنند و هم مسئولیت رسیده‌گی به خانواده را در «حوزه خصوصی» به عهده دارند و این «حوزه‌ها» ی تیوریک برای زنان همواره در هم می‌آمیزند. این مشکلات خودشان را در مالکیت تجارت زنان بروز می‌دهند.

طبق آمار اتاق تجارت و صنایع زنان افغانستان (که در اوایل سال ۲۰۱۹ برای مطبوعات افغانستان منتشر شد) ۱,۱۵۰ زن کارآفرین در ۱۸ سال گذشته در تجارت‌های مختلف افغانستان سرمایه‌گذاری کرده‌اند. این سرمایه‌گذاری‌های زنان فقط در سال ۲۰۱۸ در حدود ۷۷ میلیون دالر بوده است که شامل ۳۰۰ تجارت تازه تأسیس توسط زنان می‌شود. ۷۷,۰۰۰ شغل جدید توسط این تجارت‌ها ایجاد شده است.

این موفقیت با این واقعیت توأم است که ۵۰٪ این سرمایه‌گذاری‌ها در کابل بوده است.^{۱۲} اتاق تجارت و صنایع زنان افغانستان در سال ۲۰۱۸ یک مطالعه جداگانه انجام داد و در آن به طور

8. "Afghanistan National Export Strategy 2018-2022: Dried Fruits and Nuts Sector." International Trade Centre. 2018. P 24.

9. Ibid. P 1.

10. Ibid. P 37.

11. "Labor force participation rate, female (% of female population ages 15+) (modelled ILO estimate) – Afghanistan." The World Bank. <https://data.worldbank.org/indicator/SL.TLF.CACT.FE.ZS?locations=AF>

12. Arman, Rohullah. "AWCCI Releases Figures on Women Entrepreneurs." Tolo news. February 10, 2019. <https://tolonews.com/business/awcci-releases-figures-women-entrepreneurs>

تصادفی ۲۴۸ تجارت تحت مالکیت زنان را در کابل، مزارشریف، هرات، قندهار و جلال‌آباد مورد مطالعه قرار داد؛ یافته‌های آن تحقیق نشان می‌دهد که در این مناطق (که بیشتر تجارت‌های ایجادشده توسط زنان در حال گسترش است)، ۹۰٪ زنان صاحب تجارت تحصیل کرده بودند و ۵۰٪ آن‌ها از دانش انگلیسی و سواد کمپیوتر برخوردار بودند. این امر خود تصویری از پیش‌رفت را به نمایش می‌گذارد که تقریباً به طور کامل به شهرنشینان تحصیل کرده محدود می‌شود.^{۱۳} این امر ممکن است به ادعای میکلیان و پیپر سچوتان بیشتر کمک کند که در گفته بودند بهبود دسترسی به تجارت مطلقاً به نفع نخبه‌گان می‌انجامد. در همان زمان، کمتر از ۵۰٪ پاسخ‌دهنده‌گان برنامه‌های تجاری یا بازاریابی داشتند، سیستم اجرایی معیاری داشتند یا هم با سیستم‌های کنترل کیفیت و مدیریت مالی آشنا بودند. در نتیجه می‌توان گفت که ترکیبی از موانع خارجی (کمبود زیرساخت‌ها، ضعف سیستم حقوقی، عدم دسترسی به منابع مالی، عدم دسترسی به بازارها و انتظارات جنسیتی اجتماعی-فرهنگی) و موانع داخلی (ضعف ظرفیت داخلی) به طور قابل توجهی مانع فعالیت زنان افغان در تجارت می‌شوند.^{۱۴}

مطالعه سال ۲۰۱۸ در مورد آینده تجارت‌های تحت مالکیت زنان در افغانستان چشم‌انداز امیدوارکننده‌ای را نشان نمی‌دهد. فقط ۵٪ از کل تجارت‌های که جواز دارند، تحت مالکیت زنان قرار داشتند و معمولاً این تجارت‌ها در بخش صنایع دستی و بسته‌بندی مواد غذایی بود و فعالیت‌های دیگر در عرصه خدمات رستوران‌داری، اطلاعات و تکنالوژی و خدمات مسافرتی به مراتب رشد کم‌تر را نشان می‌داد (براساس اطلاعات جمع‌آوری شده در زمانی که اتاق تجارت و صنایع زنان هنوز به عنوان «لید» شناخته می‌شد).^{۱۵} هم‌چنان اشاره شد که بسیاری از مشاغل تحت مالکیت زنان در حال رکود استند و «طی چندین سال رشد اندکی داشته‌اند».^{۱۶} وضعیت طوری بود که به الگوهایی نیاز فوری احساس می‌شد که با عادی‌سازی مشارکت زنان در حوزه‌های عمومی و موقعیت‌های رهبری، بتواند به زنان کمک کند تا از موانع مشارکت اقتصادی عبور کنند و در صلح‌سازی مشارکت نمایند. برنامه «تجارت مایه صلح» که سرانجام به تأسیس «LEAD» و سپس به اتاق تجارت و صنایع زنان افغانستان منجر گردید، می‌تواند یکی از این الگوهای مثبت

13. Wafeq, Manizha. "Internal Factors Affecting Growth of Women-Owned Businesses in Afghanistan." Afghanistan Women Chamber of Commerce and Industry. P 4. <https://awcci.af/wp-content/uploads/2018/07/AWCCI-Research-Paper-Factors-Affecting-Womens-Businesses-Print-Layout-V2-Pages-Low-Res.pdf>

14. Ibid. P 4.

15. Ibid. P 7.

16. Ibid.

برای تارجران محلی باشد که به نفع صلح‌سازی و توان‌مندسازی زنان است.

مطالعه موردی برنامه «تجارت مایه صلح»

در سال ۲۰۰۶ لورا بوش، بانوی اول پیشین ایالات متحده از داکتر تیری نیس، یک کارآفرین از ایالت اوکلاهما و مدافع زنان در تجارت (بنیان‌گذار نهادی موسوم به زنان تأثیرگذار در پالیسی عمومی (WIPP) در سال ۲۰۰۱)، خواست تا یک برنامه آموزش تجارت و استادشگردی را برای زنان تجارت‌پیشه افغانستان راه‌اندازی کند. داکتر تیری نیس از یک‌سویه عنوان معتمد و متحد دولت بوش بود (وی برای انتخاب مجدد جورج دبلیو بوش در سال ۲۰۰۴ یک میلیون دالر جمع‌آوری کرده بود و در سال ۲۰۰۵ برایش از سوی دولت بوش سمت خوبی هم پیش‌نهاد شده بود)^{۱۷} از سوی دیگر به اعتبار شبکه‌ای که وی در ایالات متحده در میان زنان تجارت‌پیشه آمریکایی ایجاد کرده بود و در آن بیش از ۲۰۰ هزار زن تجارت‌پیشه شامل بودند، نفوذ و شهرت کسب کرده بود. وی با کمک همین شبکه در نظر داشت برنامه‌ای منحصربه‌فردی را برای آموزش زنان مشتاق افغان راه‌اندازی کند.^{۱۸}

داکتر تیری نیس در سال ۲۰۰۷ برنامه «تجارت مایه صلح» را بر اساس این فلسفه بنیان نهاد که تجارت شغل ایجاد می‌کند و ایجاد شغل بالنوبه باعث ایجاد فضای مستعد برای مشارکت اقتصادی در میان شهروندان می‌گردد. در سال ۲۰۱۸ دوکتور نیس با نگاهی به گذشته این برنامه هم‌چنان باور داشت که نظام‌های مردم‌سالار نیرومند به اقتصاد پایدار نیاز دارند که زنان در آن نقش محوری داشته باشند.^{۱۹} این یک موضوع مشترک در بسیاری از برنامه‌های کمک‌های خصوصی در طول دهه ۲۰۰۰ میلادی بود، اگرچه در آن میان برنامه «تجارت مایه صلح» به عنوان یک استثنا مطرح بود. برخلاف بسیاری از برنامه‌های دیگر توان‌مندسازی زنان در بخش تجارت که با کمک‌های بخش خصوصی فعالیت می‌کردند، برنامه «تجارت مایه صلح» در میان آن‌ها به خاطر موفقیت بلندمدت‌تر از نظر عمل‌کرد آموزش‌دیده‌گان، برجسته‌تر بود. بنابراین مهم است که درک کنیم چرا

17. Gold, Matea and Tom Hamburger. "In 2016 campaign, the lament of the not quite rich enough." The Washington Post, March 25, 2015. https://www.washingtonpost.com/politics/in-2016-campaign-the-lament-of-the-not-quite-rich-enough/2015/03/24/f0a38b18-cdb4-11e4-8a46-b1dc9be5a8ff_story.html

18. Nance-Nash, Sheryl. "Women Business Owners Partner to Bring Prosperity and Peace." Forbes. April 26, 2012. <https://www.forbes.com/sites/sherylnancenash/2012/04/26/women-business-owners-partner-to-bring-prosperity-and-peace/>

19. Hall, Cheryl. "Terry Neese brings women entrepreneurs to Dallas to help end strife in Afghanistan, Rwanda." The Dallas Morning News. August 03, 2018. <https://www.dallasnews.com/business/entrepreneurs/2018/08/03/terry-neese-brings-women-entrepreneurs-to-dallas-to-help-end-strife-in-afghanistan-rwanda/>

برنامه «تجارت مایه صلح» عملکرد بهتری نسبت به بسیاری از برنامه‌های دیگر داشت که اهداف و فلسفه مشترک را دنبال می‌کردند.

برنامه «تجارت مایه صلح» در سال ۲۰۰۷ با اولین گروه ۱۳ نفره که نویسنده این مقاله نیز آن جمله بود، راه‌اندازی شد. این برنامه با گذشت زمان و با پیش‌کش نمودن برنامه آموزشی ۱۰ هفته‌ای در افغانستان در باره مدیریت عملیات، مبانی مالی، بازاریابی، تبلیغ و فروش و منابع انسانی که توسط دانشگاه نارت وود تطبیق شد، تکامل بیشتر پیدا کرد. سپس ۱۵ دانش‌جوی برتر افغان انتخاب شدند تا برای سپری نمودن دوره «کارآفرینی» به دانشگاه نارت وود و اخیراً به دانشگاه (AT&T) فرستاده شوند و بعد یک هفته را با یک مربی امریکایی (از میان شبکه بزرگ زنان کارآفرین امریکایی) در یک شغل هم‌سان، سپری کند.^{۲۰ ۲۱ ۲۲} سپس فارغ‌التحصیلان برنامه به عنوان مربی برنامه «تجارت مایه صلح» در برنامه «شما هم حامی شوید» برای آموزش دانش‌جویان جدید در افغانستان انتخاب می‌شوند و برای سازمان‌های حامی زنان و فعالان حقوق زنان در باره «مسائل اقتصادی» سخنرانی می‌کنند.^{۲۳}

این برنامه توازن موثری بین تئوری و عمل برقرار کرد و به زنان تجارت‌پیشه افغان این فرصت را فراهم ساخته بود تا مستقیماً از هم‌تایان امریکایی خود بیاموزند. نویسنده این مقاله به عنوان عضوی از اولین گروه فارغ‌التحصیلان برنامه «تجارت مایه صلح»، بعداً انجمن فارغ‌التحصیلان «تجارت مایه صلح» افغانستان را در سال ۲۰۰۹ تأسیس کرد تا فرصت‌های شبکه‌سازی و دادخواهی معطوف به پالیسی را برای زنان تاجر در سطح محلی گسترش دهد. برنامه «شما هم حامی شوید» بعداً در نظر دارد تا از فارغ‌التحصیلان اتاق تجارت و صنایع زنان افغانستان برای انجام دادخواهی خود استفاده کنند. هم‌چنین در سال ۲۰۱۷ یک دوره آموزشی پنج‌روزه طراحی شد تا کارآموزان روستایی را در فراگیری اصول برنامه‌ریزی و اصول تجارت کمک کند.^{۲۴} نویسنده این مقاله به عنوان مسئول این دوره آموزشی ایفای وظیفه می‌کند.

مطابق گزارش برنامه «تجارت مایه صلح» که در صفحه دانش فارغ‌التحصیلان این برنامه نشر

20. Nance-Nash. "Women Business Owners Partner to Bring Prosperity and Peace."

21. Hall. "Terry Neese brings women entrepreneurs to Dallas to help end strife in Afghanistan, Rwanda."

22. "What We Do." IEEW. <https://ieew.org/our-impact/what-we-do/>

23. Ibid.

24. "PTB/NU Pathways 5-Day Course: Afghanistan." IIEW. <https://ieew.org/pathways-course/>

شده است، تاکنون بیش از ۴۵۰ زن تاجر افغان این آموزش را فرا گرفته‌اند.^{۲۵} این برنامه هم‌چنان در ذیل تأثیرگذاری برنامه گزارش می‌دهد که حدود ۸۰٪ از فارغ‌التحصیلان برنامه «تجارت مایه صلح» در افغانستان و رواندا (کشور دیگر درگیر مناقشه شامل این برنامه) هنوز هم مصروف فعالیت تجاری‌اند.^{۲۶} این ارقام در گزارش‌های رسانه‌ای این برنامه استفاده می‌شود (با استناد به آمار «تجارت مایه صلح» بدون تحقیق بیشتر) ولی فراتر از برآورد یا که توسط خود برنامه «تجارت مایه صلح» انجام یافته است، هیچ ارزیابی عمیقی صورت نگرفته است که تأثیرگذاری واقعی برنامه «تجارت مایه صلح» را بسنجد و یا مفهوم عبارت «هنوز مشغول تجارت‌اند» را واضح سازد. با این وجود می‌توان برنامه «تجارت مایه صلح» را تا حدودی موفقیت‌آمیز ارزیابی کرد زیرا ۸۹٪ فارغ‌التحصیلان این برنامه هنوز به ابتکار «شما هم حامی شوید» پیوسته‌اند و علاقه‌مندی نسبت به این برنامه در افغانستان رو به افزایش است. بر علاوه، مدیریت غیرانتفاعی برنامه «تجارت مایه صلح» - انستیتوت توان‌مندسازی اقتصادی زنان (IEEW) - به حمایت‌های آموزشی از اتاق تجارت و صنایع زنان افغانستان به عنوان سکویی برای دادخواهی در باره تجارت زنان، ادامه داده است.^{۲۷}

مجتمع «تجارت مایه صلح» که توسط اولین گروه برنامه «تجارت مایه صلح» برای دادخواهی معطوف به پالیسی ایجاد شده است، باور دارند که آن‌ها برای ایجاد تغییرات قابل توجه در پالیسی‌های مربوط به تجارت زنان در افغانستان زمینه وسیع‌تری میسر کرده‌اند. برای دستیابی به این هدف، مجتمع «تجارت مایه صلح» با زنان تاجر سرشناس یک‌جا سرانجام در سال ۲۰۱۳ متشبین رهبر برای انکشاف افغانستان «LEAD» را ایجاد کردند که خود در ۱۲ مارچ ۲۰۱۷ به اولین اتاق تجارت و صنایع زنان در افغانستان تبدیل شد.^{۲۸} از بدو تأسیس، اتاق تجارت و صنایع زنان افغانستان از زنان تاجر افغان در سطح ملی حمایت کرده است. از آنجا که این اتاق یک سازمان کاملاً جدید است، ارزیابی تأثیرگذاری آن به زمان نیاز دارد اما نفس موجودیت آن ثابت می‌کند که کار دادخواهی توسط فارغ‌التحصیلان برنامه «تجارت مایه صلح» (و بنابراین تأثیر پایدار برنامه «تجارت مایه صلح») ادامه دارد.

نتیجه‌گیری

طراحی و رویکرد برنامه نیاز به انعطاف‌پذیری و تکامل دارد. برنامه «تجارت مایه صلح»

25. "Peace Through Business Alumnae." IIEW. <https://ieew.org/students/ptb-alumnae/>

26. "Our Impact." IIEW. <https://ieew.org/our-impact/>

27. Ibid.

28. "Our Organization." AWCCI. <https://awcci.af/en/our-organization/>

موضوعیت‌اش را حفظ کرده است زیرا از یک‌سو به بهبود تمایل دارد و از سوی دیگر مشتاق است در کنار فارغ‌التحصیلان افغان از توان و ابتکار خود برای گسترش برنامه استفاده کند. ابتکار «توهم حامی شو»، ایجاد شبکه نیرومند فارغ‌التحصیلان و تأسیس اتاق تجارت و صنایع زنان افغانستان اهمیت مشارکت محلی اندام‌وار و نقش فاعلیت در موفقیت یک برنامه را به اثبات می‌رساند. بسیاری از برنامه‌های مشابه دیگر که از بودجه هنگفت بهره‌مند بودند، نتوانستند بقای خود را حفظ کنند؛ زیرا آن‌ها برای دانش‌آموخته‌گان خود چشم‌انداز طولانی‌مدت نداشتند و منافع محلی را در احراز مالکیت پروژه در نظر نگرفتند. همان‌طور که تحقیقات فعلی در مورد رابطه تجارت و صلح نشان می‌دهد، این بازیگران محلی هستند که می‌توانند ساحات منازعه را در نظر داشته و بهترین راه‌ها را برای نیل به اهداف و مقاصد انکشافی در زمینه‌های مشخص، به کار ببندند. برای پایان‌دادن به وضعیت کنونی ناپایداری در تجارت تحت رهبری زنان در افغانستان و سودآوری پایین آن‌ها، در کنار ظرفیت‌سازی و حفظ پایداری برنامه «تجارت مایه صلح»؛ برنامه‌های بیشتر لازم است.

سفارش‌های پالیسی

- برنامه‌های آموزشی باید از استادشگردي طولانی‌مدت برای انتقال دانش و مهارت استفاده کنند و اطمینان حاصل کنند که چنین برنامه‌ها منتج به تغییر واقعی در معیشت زنان و مدیریت تجارت آن‌ها می‌شود.
- برای رشد اندام‌وار و پایدار نهادهای تحت رهبری زنان افغان باید زمینه لازم فراهم شود.
- چنین سازمان‌های اندام‌وار به رهبری زنان می‌توانند در ایجاد صلح مشارکت داشته باشند و باید برای مدت زمان طولانی‌تری از آن‌ها حمایت سیاسی، فنی و مالی صورت گیرد و برای دستیابی به نتایج ملموس باید به آن‌ها وقت داده شود.
- مدیریت و ساختار این سازمان‌ها باید از همان ابتدای تشکیلات آشکارا تعریف شود تا فعالیت آن‌ها بر اثر چنددسته‌گی داخلی متوقف نگردد.
- طراحی محتوای برنامه‌ها، روش‌شناسی عرضه خدمات و انتخاب مربی باید متناسب با محیط افغانستان باشد. فهم و دانش زبان‌های محلی ضروری است. در صورت امکان مربی زنان باید زن باشد.
- در کشورهایی که مانند افغانستان درگیر منازعه‌اند، برنامه‌ها باید با تمرکز بر چگونگی کمک به صلح‌سازی و توسعه همه‌شمول تدوین گردند.