

Mabidiliko ya Vijiji kuwa Miji: Uanzishwaji wa Biashara, Mitandao ya Kibiashara na Uanzishwaji na Upatikanaji wa Ajira Mpya katika Miji inayochipukia Tanzania

Taasisi husika:



Chuo Kikuu cha Sokoine cha Kilimo
Shule Kuu ya Uchumi Kilimo na
Stadi za Biashara (SAEBS)
Morogoro

Chuo Kikuu cha Copenhagen
Idara ya Sayansi ya miamba na Usimamizi
wa Mali Asili,
Kitengo cha Jiografia



Imefadhiliwa na Shirika la maendeleo DANIDA kupitia kituo cha washirika (DFC)



Picha ya 1: Utzaji wa nyanya katika Soko la nyanya la TASAF, Ilula na ushiriki wa wakulima wa nyanya, madalali, wauzaji, wakusanyaji, wapangaji, wasafirishaji, wauzaji wa makasha na matenga

1. Utangulizi

Ukuaji wa kasi wa miji kwa Tanzania umekua dhahiri kwa kipindi hiki, hususani miji inayochipukia (EUC)¹ kwenye maeneo ya vijijini. Maeneo haya yamekuwa ni fursa za upatikanaji wa masoko kwa bidhaa za kilimo kutoka maeneo ya vijijini na pia bidhaa za viwandani kutoka mijini. Vilevile, miji inayochipukia imekuwa ni

¹ EUC ni maeneo yanayokua kwa kasi (idadi ya watu na uchumi) makazi ambayo hayatambuliwi rasmi kama miji, ila inahusika katika mchakato wa kiutawala ambao huwa sehemu ya eneo ambalo linakaribia kupewa hadhi ya utawala wa mijini.

eneo la msingi kwa ukuaji wa biashara na uzalishaji wa ajira kutokana na ukuaji wa kasi wa idadi ya watu. Biashara hizi zimekuwa ni utambulisho muhimu wa mabadiliko ya miji inayochipukia kutoka kijiji kuwa mji. Ukuaji wake unatokana na rasilimali kama vile taarifa za masoko, bidhaa, mitaji na nguvu kazi zinazopatikana kupitia mitandao ya kibiashara ambayo ni sehemu ya biashara zenyewe. Kipeperushi hiki kinatoa mwelekeo wa upana wa kibiashara katika miji inayochipukia (EUC) na jinsi mitandao imekuwa rasilimali muhimu katika kusaidia

maendeleo ya biashara, mtiririko wa rasilimali na utengenezaji wa ajira mpya.

Hivyo, kipeperushi hiki kina lenga kuonesha aina za biashara katika miji inayochipukia (EUCs) na umuhimu wa jinsi mitandao ya kibiashara kama ilivyotafitiwa kwa kutumia uchambuzi wa kijamii katika kuleta maendeleo na kuibua fursa za ajira.

2. Mbinu Iliyotumika

Kipeperushi hiki kimetokana na uchambuzi wa kina wa utafiti uliofanyika katika miji inayochipukia (EUCs) ambayo ni pamoja na Ilula na Madizini. Utafiti huu ulitokana na taarifa za kitaalamu na taarifa za kitakwimu zilizokusanywa kwa kutumia sampuli za biashara 459 na 296 zilizo katika miji inayochipukia iliyopo Ilula na Madizini. Upatikanaji wa taarifa za ukuaji wa biashara katika miji midogo ya Ilula na Madizini ulifuata mpangilio maalumu ambapo uwekezaji wa biashara ni moja ya kichocheo au kisababishi cha ukuaji huo. Maeneo matano ya kibiashara yalibainishwa kukua ni ya huduma, maduka na biashara, karakana, utengenezaji/uchakataji na usindikaji, na usafirishaji. Kijiografia, Ilula na Madizini ziko kwenye maeneo ya vijijini katika mikoa ya Iringa na Morogoro. Ilula iko katika wilaya ya Kilolo, kwenye umbali wa kilomita 50 Mashariki mwa Ofisi za Mkoa wa Iringa, ambapo Madizini ipo katika wilaya ya Mvomero, kwenye umbali wa Kilomita 92 Kaskazini mwa ofisi za Mkoa wa Morogoro.

3. Ukuaji wa biashara na mitandao ya kibiashara

Miji inayochipukia (EUCs) iliyopo Ilula na Madizini ni vitovu vya biashara kwa wakazi wa miji hiyo pamoja na wahamiaji kutoka maeneo yanayowazunguka ya vijijini, mikoani na hata nje ya nchi. Zaidi ya asilimia 60 za biashara ni za maduka na biashara, biashara ya mazao, uuzaji wa bidhaa, maduka ya jumla na rejareja ambayo ni miongoni mwa biashara kubwa

zilizoshamiri. Kwa upande mwingine, biashara za huduma kama vile migahawa na usafirishaji vinafikia asilimia 28 ya biashara, na zile zinazohusisha karakana, utengenezaji/uchakataji na usindikaji zinafikia asilimia 11. Zaidi ya hapo, takribani asilimia 70 ya biashara zilinunua na asilimia 80 ya biashara ziliuza bidhaa kwenye miji inayochipukia (EUCs). Miji inayochipukia (EUCs) huwa ni kama maduka ya kati au eneo la kati la kukusanya bidhaa za masoko ambapo mazao ya kilimo yananunuliwa kutoka vijijini kuingia EUC na baadaye kuuzwa tena kutoka EUCs hadi masoko ya kikanda/mikoa na kimataifa. Wakati bidhaa za viwandani zikiingia kwenye EUCs kutoka masoko ya ndani ya nchi na ya kimataifa, na baadhi ya bidhaa hizi huingia katika soko la vijijini. Mtiririko huu unaonesha jukumu muhimu la Miji inayochipukia (EUCs) la kujenga mahusiano ya muingiliano wa shughuli kati ya kijiji-mji.

Biashara katika miji hii midogo miwili inaonesha kufanyika kimtandao wa bidhaa na mtiririko wa taarifa, mitandao hii ni muhimu katika ufanisi wa biashara. Biashara za Ilula zilizoonekana kunufaika kwa kuungwa kimtandao na biashara za nyanya na biashara za Madizini kwa kuunganishwa kimtandao na biashara za kuuza jumla na reja reja, na usindikaji wa mchele. Biashara za nyanya na mnyororo wa thamani wa mchele zilionekana kuwa na uhusiano mkubwa na ziliongeza ufanisi na



Picha ya 2: Duka la rejareja, Ilula EUC

chachu za utendaji kwenye biashara zingine. Biashara hizi zilitumika kama lango la kuvuta bidhaa na habari kwa usawa katika biashara zingine kwenye miji inayochipukia na hata kwa wafanyabiashara nje ya miji hii inayochipukia.

4. Mitandao ya kijamii na uwekezaji wa kibiashara

Mitandao ya kijamii pia imechukua jukumu muhimu katika kuharakisha uwekezaji wa kibiashara kwa kutoa taarifa juu ya fursa za uwekezaji zilizopo kwenye miji inayochipukia (EUC). Wamiliki wa biashara ambao ni wahamiaji walionekana kuwa na uhusiano dhaifu wa kimtandao zaidi kutoka wafanya biashara wenzao katika kupata hizi, wakati wamiliki wa biashara wenyeji wanategemea zaidi familia, jamaa na marafiki kwani wana mahusiano ya kijamii yenye nguvu. Mahusiano haya ya kimtandao yamechukua jukumu muhimu katika kuchagua aina ya biashara ya kuwekeza na katika kuweza kupata mitaji ya kuanzisha biashara kama hizi. Majukumu kama hayo yalitegemea sana imani na uaminifu, hata hivyo uzito wa mahusiano hayo ulipungua pale mtaji wa rasilimali watu na wakifedha ulipoboreshwa. Ingawaje uboreshwaji wa rasilimali watu na wakifedha ulikuwa msingi wa maamuzi ya uwekezaji, mitandao ya kijamii bado imechukua nafasi yake hususani kwenye kuchanganya kwa pamoja rasilimali hizi katika kufanya maamuzi sahihi ya kuanzisha biashara hizo.

5. Uzalishaji wa Ajira

Ilula na Madizini ni kiini cha uzalishwaji wa ajira mpya na hususani kwa vijana kutoka vijijini. Biashara binafsi zilinazohusu zao la nyanya na biashara za kuuza na kusindika mpunga. Ilula na Madizini kwa mtiririko huo, zina ajira kwa wastani kama watu wapatao 15. Baadhi ya biashara hizi na wanao tafuta ajira pia wanategemea mitandao ya kijamii ili kupata rasilimali watu au kupata ajira. Mitandao hii inahusisha kwa kiasi

kikubwa familia, ndugu, marafiki na wadau wa biashara.



Picha ya 3: Karakana ya Pikipiki iliyo karibu na Duka la spea ni moja ya fursa ya ajira, Madizini EUC

6. Changamoto za Maendeleo ya kibiashara

Ingawa mitandao ya kibiashara ilionekana kuwa muhimu katika utendaji wa kibiashara katika miji hii miwili inayochipukia (EUC), biashara nyingi zilikuwa na mtandao duni. Hasa Madizini ambapo mnyororo wa thamani wa mpunga uliunganiswa na biashara chache kwani pia iliwahusisha watendaji wachache wa mnyororo wa thamani ikilinganishwa na nyanya huko Ilula. Taasisi nazo zilikuwa na nafasi ndogo katika kuwezesha mtiririko wa rasilimali katika hii mitandao ya kibiashara.

Mitaji ya uwekezaji wa kibiashara pia imekuwa changamoto kwenye maendeleo ya biashara kwenye miji inayochipukia (EUC). Ingawaje mitandao ya kijamii ilionekana kuwa njia ya kupata mtaji wa uwekezaji wa biashara kutoka kwa familia, marafiki, jamaa na kutoka kwa wafanyabiashara wengine mara nyingi kama bidhaa (mali kauli), mapato kutokana na kilimo na wafadhili wa kibinafsi bado ni chanzo kikuu cha uwekezaji wa kibiashara. Taasisi za kifedha kama vile benki, taasisi za kuweka na kukopa (SACCOS) na huduma nyingine za kifedha ndogo hazipendelewi sana kutokana na watu wengi kukosa dhamana na hofu ya



Picha ya 4: Kiwanda cha kusindika mpunga ambacho pia ni ghala la kuhifadhiwa mpunga Madizini, Wabeba mizigo, Madalali na Wauzaji wakifanya biashara zao karibu na kiwanda

kupoteza mali zao mara wanaposhindwa kulipa mkopo.

7. Athari za kimaendeleo na kisera

Maendeleo ya biashara ni taswira ya ukuaji/mabadiliko ya* miji inayochipukia (EUC) katika maeneo ya vijijini, ushirikishwaji wa sekta ya umma na binafsi juu ya maendeleo ya mnyororo wa thamani ya mazao ni muhimu. Hii inaambatana na kuimarisha taasisi na kuboresha miundombinu ili kusaidia usafirishaji wa haraka wa bidhaa na huduma ndani na nje ya miji inayochipukia (EUC). Mafanikio yake ambayo yataongeza vyanzo vya mapato

ya serikali kwani uwekezaji wa kibiashara utaongezeka.

Wakati biashara nyingi za vijijini zinakwama katika kupata taarifa sahihi za masoko, mitaji, na wenye uwezo wa kufanyakazi, taarifa za ajira, utafiti unaonyesha kuwa mitandao ya kijamii na ya kibiashara imeweza kuziba pengo hili na kuwa msaada mkubwa wa maendeleo ya kibiashara. Kwahivyo, kujenga na kuimarisha mitandao ya kijamii na ya kibiashara kimkakati, katika miji inayochipukia (EUC) kwa msingi wa mitandao iliopo ni muhimu katika miji hii inayochipukia.



Vipeperushi vya RUT vimeandaliwa kutokana na mradi wa utafiti uliofadhiliwa na shirika la misaada la DANIDA: Mabadiliko ya vijiji kuwa miji (RUT): mabadiliko ya kiuchumi, uhamiaji na utawala katika miji inayochipukia kwa kupunguza umaskini na kutekelezwa kwa pamoja na Shule kuu ya uchumi kilimo na stadi za biashara ya Chuo kikuu cha Sokoine cha kilimo (SUA), Tanzania na Idara ya Sayansi ya miamba na Usimamizi wa Maliasili (DGNRM), Sehemu ya Jiografia, ya chuo kikuu cha Copenhagen. (Mradi Na. 13-P02-TAN - Tanzania).

Wachangiaji:

Chuo Kikuu cha Sokoine cha Kilimo: Evelyne A. Lazaro*, Jeremia Makindara, Fred Kilima, Lekumok Kironyi na Stephen Nyaki

Chuo Kikuu Cha Copenhagen: Torben Birch-Thomsen*, Jytte Agergaard na Marianne Nylandsted Larsen

*Mawasiliano ya barua pepe: lazaroa@sua.ac.tz na tbt@ign.ku.dk