



জয়িতা পণ্যের বাজার গবেষণা

জয়িতা ফাউন্ডেশনের সক্ষমতা বিনির্মাণ প্রকল্প

জয়িতা ফাউন্ডেশন

মহিলা ও শিশু বিষয়ক মন্ত্রণালয়

গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার

গবেষণা পরিচালনায়

অধ্যাপক ড. আবুল বারকাত এবং গবেষণা দল



Human Development Research Centre

humane development through research and action

ঢাকা: জুন ২০২৪



জয়েতা পণ্যের বাজার গবেষণা

জয়েতা ফাউন্ডেশনের সক্ষমতা বিনির্মাণ প্রকল্প
জয়েতা ফাউন্ডেশন
মহিলা ও শিশু বিষয়ক মন্ত্রণালয়
গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার

গবেষণা পরিচালনায়

অধ্যাপক ড. আবুল বারকাত এবং গবেষণা দল



Human Development Research Centre

humane development through research and action

ঢাকা: জুন ২০২৪

সূচিপত্র

কৃতজ্ঞতা স্বীকার	৫
নির্বাহী সারসংক্ষেপ	৬
অধ্যায় ১: ভূমিকা	১৩
১.১ প্রেক্ষিত	১৩
১.২ গবেষণা পদ্ধতি	১৪
অধ্যায় ২: গবাদি পশুপাখি পালন	১৮
২.১ ভূমিকা	১৮
২.২ বর্তমান বাজার ও নারী উদ্যোক্তাদের অবস্থান	১৮
২.২.১ গবাদি পশুপাখি পালন: পণ্যের ক্রেতা চাহিদা, বাজার বিস্তৃতি এবং পণ্যের আয়-ব্যয়, মুনাফা	১৯
২.৩ চ্যালেঞ্জ	২০
২.৪ ব্যবসা-উদ্যোগ প্রসারের পথ-নির্দেশনা	২১
২.৫ সুপারিশমালা	২১
অধ্যায় ৩: কৃষি ব্যবসা	২৩
৩.১ ভূমিকা	২৩
৩.২ বর্তমান বাজার ও নারী উদ্যোক্তাদের অবস্থান	২৩
৩.২.১ কৃষি ব্যবসা: পণ্যের ক্রেতা চাহিদা, বাজার বিস্তৃতি এবং পণ্যের আয়-ব্যয়, মুনাফা	২৪
৩.৩ চ্যালেঞ্জ	২৫
৩.৪ ব্যবসা-উদ্যোগ প্রসারের পথ-নির্দেশনা	২৬
৩.৫ সুপারিশমালা	২৭
অধ্যায় ৪: ঘরোয়া প্রক্রিয়াজাত খাবার	২৮
৪.১ ভূমিকা	২৮
৪.২ বর্তমান বাজার ও নারী উদ্যোক্তাদের অবস্থান	২৮
৪.২.১ ঘরোয়া প্রক্রিয়াজাত খাবার: পণ্যের ক্রেতা চাহিদা, বাজার বিস্তৃতি এবং পণ্যের আয়-ব্যয়, মুনাফা	৩০
৪.৩ চ্যালেঞ্জ	৩১
৪.৪ ব্যবসা-উদ্যোগ প্রসারের পথ-নির্দেশনা	৩১
৪.৫ সুপারিশমালা	৩২
অধ্যায় ৫: কাঠ, বাঁশ ও বেত শিল্প	৩৩
৫.১ ভূমিকা	৩৩
৫.২ বর্তমান বাজার ও নারী উদ্যোক্তাদের অবস্থান	৩৩
৫.২.১ কাঠ, বাঁশ ও বেত শিল্প: পণ্যের ক্রেতা চাহিদা, বাজার বিস্তৃতি এবং পণ্যের আয়-ব্যয়, মুনাফা	৩৫
৫.৩ চ্যালেঞ্জ	৩৫
৫.৪ ব্যবসা-উদ্যোগ প্রসারের পথ-নির্দেশনা	৩৬
৫.৫ সুপারিশমালা	৩৭
অধ্যায় ৬: মৃৎপাত্র ও টেপা পুতুল শিল্প	৩৮
৬.১ ভূমিকা	৩৮
৬.২ বর্তমান বাজার ও নারী উদ্যোক্তাদের অবস্থান	৩৮
৬.২.১ মৃৎপাত্র ও টেপা পুতুল শিল্প: পণ্যের ক্রেতা চাহিদা, বাজার বিস্তৃতি এবং পণ্যের আয়-ব্যয়, মুনাফা	৩৯
৬.৩ চ্যালেঞ্জ	৪০
৬.৪ ব্যবসা-উদ্যোগ প্রসারের পথ-নির্দেশনা	৪১
৬.৫ সুপারিশমালা	৪১

অধ্যায় ৭: শীতল পাটি শিল্প	৪৩
৭.১ ভূমিকা	৪৩
৭.২ বর্তমান অবস্থা	৪৩
৭.২.১ শীতল পাটি শিল্প: পণ্যের ক্রেতা চাহিদা, বাজার বিস্তৃতি এবং পণ্যের আয়-ব্যয়, মুনাফা	৪৪
৭.৩ চ্যালেঞ্জ	৪৫
৭.৪ ব্যবসা উদ্যোগ প্রসারের পথ-নির্দেশনা	৪৬
৭.৫ সুপারিশমালা	৪৭
অধ্যায় ৮: ক্ষুদ্র ও কুটির গার্মেন্টস	৪৮
৮.১ ভূমিকা	৪৮
৮.২ বর্তমান বাজার ও নারী উদ্যোক্তাদের অবস্থান	৪৮
৮.২.১ ক্ষুদ্র ও কুটির গার্মেন্টস: পণ্যের ক্রেতা চাহিদা, বাজার বিস্তৃতি এবং পণ্যের আয়-ব্যয়, মুনাফা	৫০
৮.৩ চ্যালেঞ্জ	৫০
৮.৪ ব্যবসা-উদ্যোগ প্রসারের পথ-নির্দেশনা	৫১
৮.৫ সুপারিশমালা	৫২
অধ্যায় ৯: শতরঞ্জি কারুশিল্প	৫৩
৯.১ ভূমিকা	৫৩
৯.২ বর্তমান অবস্থা	৫৩
৯.২.১ শতরঞ্জি কারুশিল্প: পণ্যের ক্রেতা চাহিদা, বাজার বিস্তৃতি এবং পণ্যের আয়-ব্যয়, মুনাফা	৫৪
৯.৩ চ্যালেঞ্জ	৫৫
৯.৪ ব্যবসা উদ্যোগ প্রসারণের পথ-নির্দেশনা	৫৬
৯.৫ সুপারিশমালা	৫৭
অধ্যায় ১০: হারবাল ও সৌন্দর্যবর্ধন	৫৮
১০.১ ভূমিকা	৫৮
১০.২ বর্তমান অবস্থা	৫৮
১০.২.১ হারবাল ও সৌন্দর্যবর্ধন পণ্য: পণ্যের ক্রেতা চাহিদা, বাজার বিস্তৃতি এবং পণ্যের আয়-ব্যয়, মুনাফা	৬০
১০.৩ চ্যালেঞ্জ	৬০
১০.৪ ব্যবসা উদ্যোগ প্রসারণের পথ-নির্দেশনা	৬১
১০.৫ সুপারিশমালা	৬২
অধ্যায় ১১: পাটজাত পণ্য	৬৪
১১.১ ভূমিকা	৬৪
১১.২ বর্তমান বাজার ও নারী উদ্যোক্তাদের অবস্থান	৬৪
১১.২.১ পাটজাত পণ্য: পণ্যের ক্রেতা চাহিদা, বাজার বিস্তৃতি এবং পণ্যের আয়-ব্যয়, মুনাফা	৬৫
১১.৩ চ্যালেঞ্জ	৬৬
১১.৪ ব্যবসা-উদ্যোগ প্রসারের পথ-নির্দেশনা	৬৭
১১.৫ সুপারিশমালা	৬৮
অধ্যায় ১২: নকশি কাঁথা শিল্প	৬৯
১২.১ ভূমিকা	৬৯
১২.২ বর্তমান অবস্থা	৬৯
১২.২.১ নকশি কাঁথা শিল্প: পণ্যের ক্রেতা চাহিদা, বাজার বিস্তৃতি এবং পণ্যের আয়-ব্যয়, মুনাফা	৭১

১২.৩	চ্যালেঞ্জ	৭১
১২.৪	ব্যবসা উদ্যোগ প্রসারণের পথ-নির্দেশনা	৭২
১২.৫	সুপারিশমালা	৭৩
অধ্যায় ১৩: ক্ষুদ্র নৃগোষ্ঠীর হস্ত শিল্প (পার্বত্য ও বরেন্দ্র অঞ্চল)		৭৫
১৩.১	ভূমিকা	৭৫
১৩.২	বর্তমান বাজার ও নারী উদ্যোক্তাদের অবস্থান	৭৫
১৩.২.১	ক্ষুদ্র নৃগোষ্ঠীর হস্ত শিল্প (পার্বত্য ও বরেন্দ্র অঞ্চল): পণ্যের ক্রেতা চাহিদা, বাজার বিস্তৃতি এবং পণ্যের আয়-ব্যয়, মুনাফা	৭৭
১৩.৩	চ্যালেঞ্জ	৭৭
১৩.৪	ব্যবসা-উদ্যোগ প্রসারণের পথ-নির্দেশনা	৭৮
১৩.৫	সুপারিশমালা	৭৯
অধ্যায় ১৪: মাসিক ব্যবস্থাপনা পণ্য		৮০
১৪.১	ভূমিকা	৮০
১৪.২	বর্তমান বাজার ও নারী উদ্যোক্তাদের অবস্থান	৮০
১৪.২.১	মাসিক ব্যবস্থাপনা পণ্য: পণ্যের ক্রেতা চাহিদা, বাজার বিস্তৃতি এবং পণ্যের আয়-ব্যয়, মুনাফা	৮১
১৪.৩	চ্যালেঞ্জ	৮২
১৪.৪	ব্যবসা-উদ্যোগ প্রসারণের পথ-নির্দেশনা	৮৩
১৪.৫	সুপারিশমালা	৮৪
অধ্যায় ১৫: অনলাইন ব্যবসা, ই-কমার্স, এবং ফ্রিল্যান্সিং		৮৫
১৫.১	ভূমিকা	৮৫
১৫.২	বর্তমান অবস্থা	৮৫
১৫.২.১	অনলাইন ব্যবসা, ই-কমার্স, এবং ফ্রিল্যান্সিং: পণ্যের ক্রেতা চাহিদা, বাজার বিস্তৃতি এবং পণ্যের আয়-ব্যয়, মুনাফা	৮৬
১৫.৩	চ্যালেঞ্জ	৮৭
১৫.৪	ব্যবসা উদ্যোগ প্রসারণের পথ-নির্দেশনা	৮৮
১৫.৫	সুপারিশমালা	৮৯
অধ্যায় ১৬: ঘরোয়া চামড়াজাত পণ্য শিল্প		৯০
১৬.১	ভূমিকা	৯০
১৬.২	বর্তমান বাজার ও নারী উদ্যোক্তাদের অবস্থান	৯০
১৬.২.১	ঘরোয়া চামড়াজাত পণ্য শিল্প: পণ্যের ক্রেতা চাহিদা, বাজার বিস্তৃতি এবং পণ্যের আয়-ব্যয়, মুনাফা	৯১
১৬.৩	চ্যালেঞ্জ	৯২
১৬.৪	ব্যবসা-উদ্যোগ প্রসারণের পথ-নির্দেশনা	৯৩
১৬.৫	সুপারিশমালা	৯৪
অধ্যায় ১৭: উদ্যোগ উন্নয়নের পথনির্দেশনা		৯৫
১৭.১	সবজনীন পথনির্দেশনা	৯৫
১৭.২	পণ্যের ধরণ-অনুযায়ী পথনির্দেশনা	৯৭
পরিশিষ্ট সমূহ:		-১
পরিশিষ্ট-১: জয়িতা পণ্যের বাজার গবেষণা সম্পর্কিত অংশীজন কর্মশালায় উপস্থাপিত স্লাইড প্রেজেন্টেশন (২০ মে ২০২৪; বাংলাদেশ শিশু একাডেমি, ঢাকা)		১০১
পরিশিষ্ট-২: গবেষণা দল		১১৮

কৃতজ্ঞতা স্বীকার

অর্থনৈতিক ক্ষেত্রে নারীর অমিত সম্ভাবনা এবং অবদানকে স্বীকৃতি দেওয়া শুধুমাত্র জেভার সমতার বিষয় নয়, বৃহত্তর প্রেক্ষাপটে নারীর অর্থনৈতিক শক্তির ত্বরান্বয়ন বাংলাদেশের টেকসই আর্থ-সামাজিক উন্নয়নে অপরিহার্যও বটে। নারীর ক্ষমতায়নে বর্তমান সরকারের অনেক উদ্যোগ চলমান রয়েছে, এবং আরো নানা শুভ উদ্যোগ রয়েছে পরিকল্পনায়।

জয়িতা ফাউন্ডেশন—যা বাংলাদেশ সরকারের নারীর ক্ষমতায়নের লক্ষ্যে একটি গুরুত্বপূর্ণ উদ্যোগ— পরিকাঠামোগত সুবিধাদিসহ নারী উদ্যোক্তাদেরকে ব্যবসা পরিচালনায় ও পণ্য উৎপাদনে প্রয়োজনীয় জ্ঞান-দক্ষতা প্রদান করে, ক্ষেত্রবিশেষে পুঁজি যোগানের ক্ষেত্রে ঋণ সহায়তা প্রদান করে থাকে। নারী উদ্যোক্তাদের তৈরি কিছু সুনির্দিষ্ট পণ্যের বিষয়ে আরো নিবিড় জ্ঞান ও তথ্য-উপাত্ত লাভের নিমিত্তে জয়িতা ফাউন্ডেশনের “জয়িতা ফাউন্ডেশনের সক্ষমতা উন্নয়ন প্রকল্প”- এর অধীনে একটি গবেষণা কার্যক্রম গ্রহণ করা হয়েছে। এ গবেষণার ফলাফলের উপর ভিত্তি করে নারী উদ্যোক্তাদের জন্য ব্যবসায়িক পরিকল্পনা এবং বাজারজাতকরণ কৌশল প্রণয়ন করা হবে, যা নারী উদ্যোক্তাদের ব্যবসায়িক সক্ষমতা জোরদার এবং তাঁদের ব্যবসাকে সম্প্রসারণ ও টেকসই করতে ভূমিকা রাখবে। এ লক্ষ্যে, “জয়িতা ফাউন্ডেশন” নারী উদ্যোক্তাদের উৎপাদিত ও বিপণনকৃত নির্দিষ্ট কিছু পণ্যের বাজারবিষয়ক একটি সময়ানুগ গবেষণা পরিচালনার জন্য “হিউম্যান ডেভেলপমেন্ট রিসার্চ সেন্টার (এইচডিআরসি)”-কে নিযুক্ত করবার জন্য আমরা কৃতজ্ঞ।

জয়িতা ফাউন্ডেশন-এর ব্যবস্থাপনা পরিচালক এবং “জয়িতা ফাউন্ডেশনের সক্ষমতা বিনির্মাণ প্রকল্প”-এর প্রকল্প পরিচালক-এর প্রতি থাকবে আমাদের আন্তরিক ধন্যবাদ, যাঁদের মূল্যবান দিকনির্দেশনা ও পরামর্শ আমাদের জুগিয়েছে উদ্যম। আমরা কৃতজ্ঞ মহিলা ও শিশু বিষয়ক মন্ত্রণালয়ের সংশ্লিষ্ট সকল কর্মকর্তাগণের প্রতি।

স্থানীয় পর্যায়ের সংশ্লিষ্ট সকল সরকারি দপ্তরের যে সহযোগিতা আমরা পেয়েছি, সেটা না পেলে সফলভাবে এই জরিপ পরিচালনা সম্ভবপর হতো না— তাঁদের জন্য রইলো কৃতজ্ঞতা।

আমাদের মাঠ গবেষকবৃন্দ এবং হিউম্যান ডেভেলপমেন্ট রিসার্চ সেন্টারের কর্মীদের কঠোর পরিশ্রমের ফসল বর্তমান গবেষণা— তাঁদেরকেও জানাই আন্তরিক ধন্যবাদ।

জয়িতা ফাউন্ডেশন-এর ব্যবস্থাপনা পরিচালক-এর সভাপতিত্বে জয়িতা পণ্যের বাজার গবেষণা সম্পর্কিত একটি অংশীজন কর্মশালা অনুষ্ঠিত হয় গত ২০ মে ২০২৪ তারিখে, বাংলাদেশ শিশু একাডেমির সভাকক্ষে। মহিলা ও শিশু বিষয়ক মন্ত্রণালয়ের সচিব মহোদয় উক্ত কর্মশালায় প্রধান অতিথি হিসেবে উপস্থিত ছিলেন। উক্ত কর্মশালায় উপস্থিত সুধীজন গবেষণার খসড়া ফলাফলের উপর তাঁদের মূল্যবান মতামত ও পরামর্শ প্রদান করেন, যা এই গবেষণা চূড়ান্তকরণে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রেখেছে। কর্মশালায় উপস্থিত সকলের প্রতি আমরা কৃতজ্ঞ।

সর্বোপরি, এ গবেষণা ও জরিপের উত্তরদাতা এবং অংশগ্রহণকারীদের কথা—ক্ষুদ্র নারী উদ্যোক্তাসহ সংশ্লিষ্ট সব পক্ষ—আমরা অবশ্যই উল্লেখ করতে চাই; তাঁদের গভীর আগ্রহ এবং সহায়তা ছাড়া এ গবেষণা কর্মের বাস্তবায়ন সম্ভব হতো না। গবেষণার পুরো সময় অকৃত্রিম সহায়তার জন্য তাঁদের কাছে আমরা কৃতজ্ঞ।

এদেশের ক্ষুদ্র নারী উদ্যোক্তাদের টেকসই উন্নয়নে জয়িতা ফাউন্ডেশনের কর্মসূচি পরিকল্পনা ও তার সফল বাস্তবায়নে এ গবেষণা সহায়ক হলেই আমাদের প্রচেষ্টা সফল হয়েছে বলে মনে করবো।

অধ্যাপক ড. আবুল বারকাত

গবেষণা দল প্রধান এবং প্রধান উপদেষ্টা, হিউম্যান ডেভেলপমেন্ট রিসার্চ সেন্টার (এইচডিআরসি)

নির্বাহী সারসংক্ষেপ

প্রেক্ষিত

অর্থনৈতিক ক্ষেত্রে নারীর অমিত সম্ভাবনা এবং অবদানকে স্বীকৃতি দেওয়া শুধুমাত্র জেডার সমতার বিষয় নয়, বৃহত্তর প্রেক্ষাপটে নারীর অর্থনৈতিক শক্তির ত্বরান্বয়ন বাংলাদেশের টেকসই আর্থ-সামাজিক উন্নয়নে অপরিহার্যও বটে। বাংলাদেশের প্রেক্ষিত পরিকল্পনা (২০২১-২০৪১) নারী উদ্যোক্তাদের অপরিহার্যতাকে কেন্দ্র করে নারী উদ্যোক্তাদের মাইক্রো, ছোট এবং মাঝারি উদ্যোগের জোরদারকরণে কৌশলগত পদক্ষেপের ওপর বিশেষ গুরুত্বারোপ করেছে।

জয়িতা ফাউন্ডেশন পরিকাঠামোগত সুবিধাদিসহ নারী উদ্যোক্তাদেরকে ব্যবসা পরিচালনায় ও পণ্য উৎপাদনে প্রয়োজনীয় জ্ঞান-দক্ষতা প্রদান করে, ক্ষেত্রবিশেষে পুঁজি যোগানের ক্ষেত্রে ঋণ সহায়তা প্রদান করে থাকে। এরই প্রেক্ষিতে, নারী উদ্যোক্তাদের তৈরি কিছু সুনির্দিষ্ট পণ্যের বিষয়ে আরো নিবিড় জ্ঞান ও তথ্য-উপাত্ত লাভের নিমিত্তে জয়িতা ফাউন্ডেশনের “জয়িতা ফাউন্ডেশনের সক্ষমতা উন্নয়ন প্রকল্প”- এর অধীনে একটি গবেষণা কার্যক্রম গ্রহণ করা হয়েছে।

এ লক্ষ্যে, “জয়িতা ফাউন্ডেশন” নারী উদ্যোক্তাদের উৎপাদিত ও বিপণনকৃত নির্দিষ্ট কিছু পণ্যের বাজারবিষয়ক একটি গবেষণা পরিচালনার জন্য “হিউম্যান ডেভেলপমেন্ট রিসার্চ সেন্টার (এইচডিআরসি)”-কে নিযুক্ত করেছে।

এ গবেষণার ফলাফলের উপর ভিত্তি করে নারী উদ্যোক্তাদের জন্য ব্যবসায়িক পরিকল্পনা এবং বাজারজাতকরণ কৌশল প্রণয়ন করা হবে, যা নারী উদ্যোক্তাদের ব্যবসায়িক সক্ষমতা জোরদার এবং তাদের ব্যবসাকে সম্প্রসারণ ও টেকসই করতে ভূমিকা রাখবে।

গবেষণা পদ্ধতি

এই গবেষণায় বাংলাদেশের ক্ষুদ্র নারী-উদ্যোক্তাদের দ্বারা বর্তমানে উৎপাদিত এবং ভবিষ্যতের জন্য সম্ভাবনাময়/জরুরি সকল পণ্যকেই আমরা “জয়িতা পণ্য” হিসেবে অভিহিত করা হয়েছে। বাংলাদেশের নীতি-নির্ধারণী দলিলাদির সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ এবং ক্ষুদ্র-প্রান্তিক নারী উদ্যোক্তাদের জন্য সম্ভাবনাময় ১৫ ধরনের পণ্য (broad product category) “জয়িতা ফাউন্ডেশন”-এর সাথে নিবিড় আলোচনাক্রমে ঠিক করা হয়।

প্রাথমিক অনুসন্ধানের মাধ্যমে নির্বাচিত ১৫ ধরনের জয়িতা পণ্যের নারী উদ্যোক্তাদের এলাকা-ভিত্তিক নির্বাচন করে দৈব চয়নের মাধ্যমে উদ্যোক্তাদের সাথে পরিমাণগত (quantitative) এবং গুণগত (qualitative) জরিপ পরিচালনা করা হয়। এই ১৫ ধরনের পণ্য হলো: (১) পশু-পাখি পালন; (২) কৃষি ব্যবসা; (৩) ঘরোয়া প্রক্রিয়াজাত খাবার; (৪) কাঠ, বাঁশ ও বেত শিল্প; (৫) মৃৎপাত্র ও টেপা পুতুল; (৬) শীতল পাটি শিল্প; (৭) ক্ষুদ্র ও কুটির গার্মেন্টস; (৮) শতরঞ্জি কারুশিল্প; (৯) হার্বাল ও সৌন্দর্যবর্ধন পণ্য; (১০) পাটজাত পণ্য; (১১) নকশি কাঁথা; (১২) ক্ষুদ্র নৃ-গোষ্ঠীর হস্ত শিল্প; (১৩) মাসিক ব্যবস্থাপনা পণ্য; (১৪) অনলাইন ব্যবসা, ই-কমার্স, এবং ফিল্যান্সিং; এবং (১৫) ঘরোয়া চামড়াজাত পণ্য।

১৫টি পণ্য-সংশ্লিষ্ট মোট ৬১২ (যা প্রথমিকভাবে ৫৯৫ হিসেবে নির্ধারণ করা হয়েছিল, যা যৌক্তিক ফলাফল পাওয়া নিশ্চিত করে) জন ক্ষুদ্র নারী উদ্যোক্তাদের (কুটির ও মাইক্রো পর্যায় /cottage & micro level) সাথে কাঠামোবদ্ধ পরিমাণগত (quantitative, structured) জরিপ পরিচালিত হয়েছে। প্রতি পণ্যের জন্য ন্যূনতম ৩০জন করে নমুনা উদ্যোক্তা নেয়া হয়েছে হয়েছে জরিপের জন্য (শুধুমাত্র, মাসিক ব্যবস্থাপনা পণ্যের ক্ষুদ্র নারী উদ্যোক্তার অপ্রাপ্যতা হেতু আমরা ১৭ জন উদ্যোক্তাকে জরিপের আওতায় আনতে পেরেছি। উদ্যোক্তাদের সাথে দলীয় আলোচনাও করা হয়েছে। উদ্যোক্তা ব্যতীতও কাঁচামাল সরবরাহকারী, পাইকারি ক্রেতা/বিপণনকারী,

ক্রেতা/ভোক্তা/পণ্যের ব্যবহারকারী, নতুন বা সম্ভাব্য ক্রেতা-কেও জরিপের আওতায় আনা হয়েছে। দেশের ৮টি বিভাগের ১৬-টি জেলায় এই জরিপ পরিচালিত হয়েছে।

একদল অভিজ্ঞ এবং প্রশিক্ষিত মাঠ-গবেষকবৃন্দ মার্চ - মে, ২০২৪ সময়কালে নিবিড় পরিবীক্ষণের মধ্যে এই জরিপকাজে অংশগ্রহণ করে “জয়িতা ফাউন্ডেশন”-এর অনুরোধে স্থানীয় পর্যায়ের সংশ্লিষ্ট দপ্তরসমূহের সহযোগিতায় জরিপ সম্পন্ন হয়েছে।

উদ্যোক্তাদের জনমিতিক প্রেক্ষাপট

বয়স-কাঠামো: জনমিতিক দৃষ্টিকোণে, নারী উদ্যোক্তাদের বড় অংশটিই ৩০ বা তদূর্ধ্ব বছর বয়সী—উদ্যোক্তাদের গড় বয়স বেশিরভাগ ক্ষেত্রেই ৩৫ বছরের বেশি (mature-aged)। শুধুমাত্র, “অনলাইন ব্যবসা, ই-কমার্স, এবং ফ্রিল্যান্সিং”-এর ক্ষেত্রে উদ্যোক্তারা অপেক্ষাকৃত তরুণ (youth-centric)। উদ্যোক্তাদের সক্ষমতা বৃদ্ধিতে উদ্যোগসমূহ পরিকল্পনার ক্ষেত্রে জনমিতিক এই বৈশিষ্ট্যটি গুরুত্বপূর্ণ, যেন বয়স-কাঠামো উপযোগী কর্মসূচি সৃজন ও বাস্তবায়ন (age group-specific programme design and implementation) করা যায়।

শিক্ষাগত যোগ্যতা: উদ্যোগের ধরনভেদে উদ্যোক্তাদের শিক্ষাগত যোগ্যতার মাত্রায় দৃশ্যমান তারতম্য বিদ্যমান। “পশুপাখি পালন”, “কৃষি ব্যবসা”, “কাঠ-বাঁশ-বেত শিল্প”, “মৃৎপাত্র ও টেপা পুতুল”, “শীতলপাটি”, এবং “ক্ষুদ্র নৃগোষ্ঠীর হস্তশিল্প”, এবং “ঘরোয়া চামড়াজাত পণ্য”—এর উদ্যোক্তাদের প্রাতিষ্ঠানিক শিক্ষাগত যোগ্যতা লক্ষণীয় মাত্রায় স্বল্প (low level of formal education)। এ প্রেক্ষিতে, সংশ্লিষ্ট যেকোনো সক্ষমতা-উন্নয়নের (capacity development) লক্ষ্যে তৈরিকৃত শিখন-উপকরণ (learning material) এই শিক্ষাগত যোগ্যতা-উদ্দিষ্ট (education level-targeted) হওয়া দরকারি।

বৈবাহিক অবস্থা: নারী উদ্যোক্তাদের বড় অংশই বিবাহিত। তবে, “অনলাইন ব্যবসা, ই-কমার্স, এবং ফ্রিল্যান্সিং” এবং “পাটজাত পণ্য”—এর উদ্যোক্তাদের একটি দুই-পঞ্চমাংশ অবিবাহিত। উল্লেখ্য, উদ্যোক্তাদের একটি উল্লেখযোগ্য অংশের বিবাহ বিচ্ছেদ হয়েছে, আলাদা থাকছেন, কিংবা স্বামী প্রয়াত। বাংলাদেশের পুরুষতান্ত্রিক সমাজ-কাঠামোতে উদ্যোক্তা নারীদের এই বৈবাহিক অবস্থা গুরুত্বপূর্ণ: কেননা এই অবস্থা অনেকাংশেই তাদের সামাজিক অবস্থানকে প্রভাবিত করে। এমতাবস্থায়, সম্পৃক্ত উদ্যোগসমূহকে যথেষ্ট মাত্রায় সংবেদনশীল হওয়া প্রয়োজন, এবং কমিউনিটির সার্বিক দৃষ্টিভঙ্গির ইতিবাচক পরিবর্তনের জন্য সচেতনায়ন ও সম্পৃক্তকরণ-উদ্যোগ (community sensitization and inclusion) নারী-উদ্যোগের সার্বিক অগ্রযাত্রাকেই বেগবান করবে।

অভিগম্যতা এবং অন্তর্ভুক্তি

উদ্যোগসমূহের প্রাতিষ্ঠানিক নিবন্ধন: “ট্রেড লাইসেন্স” এবং “আয়কর নিবন্ধন” এর মাত্রা জরিপের আওতাধীন উদ্যোগগুলোতে লক্ষণীয়ভাবেই কম। এটি বাস্তবতা যে একজন প্রথাগত শিক্ষায় কম শিক্ষিত-ক্ষুদ্র নারী উদ্যোক্তার জন্য এ ধরনের নিবন্ধন করানো এবং তা হালনাগাদ রাখা, অনেকক্ষেত্রেই খুব সহজসাধ্য নয়। কিন্তু, কোনো ব্যবসায়িক উদ্যোগের প্রাতিষ্ঠানিক নিবন্ধন থাকা-না থাকা ওই উদ্যোগের সম্প্রসারণকে উল্লেখযোগ্যভাবে প্রভাবিত করে। অতএব, এ বিষয়ে ক্ষুদ্র নারী-উদ্যোক্তাবান্ধব বাস্তবানুগ উদ্যোগ (small-scale women-entrepreneur-friendly realistic initiative) প্রয়োজন।

বেসরকারি সংগঠনের সাথে উদ্যোগসমূহের সম্পৃক্ততা: বেসরকারি সংগঠনের সাথে উদ্যোগসমূহের সম্পৃক্ততার তার শক্ত অবস্থান ও সম্প্রসারণ-প্রবণতাকে দৃশ্যমান করে। জরিপের আওতাধীন নারী উদ্যোক্তাদের উদ্যোগগুলোর সাথে এমন কোনো সম্পৃক্ততা দেখা যায়নি বললেই বলা যায়—যা বেসরকারি সংগঠনের পক্ষ থেকে ক্ষুদ্র নারী উদ্যোক্তাদের সম্পৃক্তকরণে আরেকটু বেশি সক্রিয় উদ্যোগের প্রয়োজনীয়তাকেই তুলে ধরে।

ব্যাংকিংয়ে অভিজ্ঞতা: কয়েকটি পণ্য ব্যতীত (যথা: “শতরঞ্জি কারুশিল্প”, “অনলাইন ব্যবসা, ই-কমার্স, এবং ফ্রিল্যান্সিং”, এবং “মাসিক ব্যবস্থাপনা পণ্য”) বাকি উদ্যোক্তাদের বৃহত্তর অংশেরই কোনো ব্যাংক একাউন্ট নেই, যা আর্থিক অন্তর্ভুক্তিকরণের ক্ষেত্রে অন্যতম একটি প্রধান নির্দেশক। ক্ষুদ্র নারী উদ্যোক্তাদের একটি বড় অংশই মোবাইল ব্যাংকিং সেবার গ্রহীতা, যা তাদের আর্থিক লেনদেনকে পূর্বের তুলনায় কিছুটা সহজতর করেছে। যদিও, মোবাইল ব্যাংকিংয়ের মাধ্যমে লেনদেন বেশ খরচসাপেক্ষ বিষয় এবং এই অন্তর্ভুক্তি উদ্যোক্তাদের প্রকৃত আর্থিক-অন্তর্ভুক্তির (real financial inclusion) মাত্রায় স্বল্প ইতিবাচক প্রভাব রাখে।

প্রশিক্ষণে অভিজ্ঞতা: এটি আশার কথা যে ক্ষুদ্র নারী উদ্যোক্তাদের একটি উল্লেখযোগ্য অংশই প্রশিক্ষণ নিয়েছেন। প্রধানত, সরকারের বিভিন্ন প্রতিষ্ঠান ও প্রকল্পের মাধ্যমেই এই প্রশিক্ষণগুলো তারা পেয়েছেন। তদুপরি, যারা প্রশিক্ষণ নিয়েছেন তারা প্রায় সবাই জানিয়েছেন যে প্রশিক্ষণের মানোন্নয়নের অনেক সুযোগ থাকলেও, মোটা দাগে প্রশিক্ষণগুলো তাদের কাজে লেগেছে। “পশু-পাখি পালন”, “কৃষি ব্যবসা”, “কাঠ, বাঁশ ও বেত শিল্প”, “শীতল পাটি শিল্প”, “ক্ষুদ্র নৃ-গোষ্ঠীর হস্ত শিল্প”, এবং “ঘরোয়া চামড়াজাত পণ্য”—এই পণ্যগুলোর উদ্যোক্তাদের প্রশিক্ষণের ঘাটতি রয়েছে, যেখানে নজর দেয়া প্রয়োজন।

উদ্যোগ-সংক্রান্ত

উদ্যোগ পরিচালনার স্থান ও সময়কাল: জরিপকৃত উদ্যোক্তারা প্রায় সবাই বেশ দীর্ঘসময় যাবৎ ব্যবসা পরিচালনা করছেন (শুধুমাত্র “অনলাইন ব্যবসা, ই-কমার্স, এবং ফ্রিল্যান্সিং” এবং “পাটজাত পণ্য” পণ্যের গড় উদ্যোগকাল একটু কম)। বেশিরভাগ উদ্যোগ পরিচালিত হচ্ছে বাড়ি থেকে, তবে “হার্বাল ও সৌন্দর্যবর্ধন পণ্য” উদ্যোক্তাদের বড় অংশই ভাড়া করা স্থান থেকে উদ্যোগ পরিচালনা করেন। এছাড়াও, “মাসিক ব্যবস্থাপনা পণ্য” উদ্যোক্তাদের একটি বড় অংশই ভাড়া করা স্থান ব্যবহার করেন। “ঘরোয়া প্রক্রিয়াজাত খাবার”, “হার্বাল ও সৌন্দর্যবর্ধন পণ্য”, “নকশি কাঁথা”, “ক্ষুদ্র ও কুটির গার্মেন্টস” এবং “মাসিক ব্যবস্থাপনা পণ্য”—উদ্যোক্তাদের একটি উল্লেখযোগ্য অংশের অনলাইন/ডিজিটাল মার্কেটিং এর সাথে সম্পৃক্ততা রয়েছে। এই সম্পৃক্ততার সম্প্রসারণ ও কার্যকারিতা বৃদ্ধি, এবং বাকি উদ্যোগের ক্ষেত্রে এই সম্পৃক্ততা তৈরির ক্ষেত্রে সুনির্দিষ্ট উদ্যোগ উদ্যোক্তাদের উপকৃত করবে।

পণ্য বিক্রি: বেশিরভাগ উদ্যোক্তা নিজ ব্যবসা প্রতিষ্ঠান (অনেক সময়ই সেটি তার বাড়ি) থেকে পণ্য বিক্রি করেন; স্থানীয় বাজার, দোকান এবং বিপনী বিতান থেকেও বিক্রি হয়। অনলাইনে পণ্য বিক্রি দিন দিন বাড়ছে, বাড়িতে পৌঁছে দেয়ার প্রবণতাও বাড়ছে—এই প্রেক্ষিতে জয়িতা পণ্য বিক্রির জন্য উদ্যোক্তাদের দিক থেকে ক্ষুদ্র নারী উদ্যোক্তা ব্যবহারকারী-বান্ধব সমন্বিত অনলাইন প্ল্যাটফর্ম এবং সাশ্রয়ী ডেলিভারি সার্ভিস এর চাহিদাও বাড়ছে।

ভোক্তার মতামত নেয়া এবং নতুন ভোক্তার খোঁজ: ভোক্তার কাছ থেকে পণ্যবিষয়ক মূল্যায়ন সংগ্রহ করবার একটি চল থাকলেও, এটি এখনো সব উদ্যোক্তার চর্চাকৃত কোনো বিষয় নয়—অনেক উদ্যোক্তাই এ বিষয়ে সচেতন নন, এবং এ চর্চাটি করেন না। আবার যেসব ক্ষুদ্র নারী উদ্যোক্তা মতামত নিয়েও থাকেন, তাদের একটি অংশ মতামত গ্রহণ করে সে অনুযায়ী ব্যবস্থা নেওয়া। বৃহৎ পুঁজির তীব্র প্রতিযোগিতামূলক এই বাজারে, এই চর্চা যেন সব ক্ষুদ্র নারী উদ্যোক্তার মাঝে ছড়িয়ে পরে সে বিষয়ে সচেতনায়ন উদ্যোগের প্রয়োজন, নইলে তাদের ব্যবসা সম্প্রসারণ দুর্বল হবে। “ঘরোয়া প্রক্রিয়াজাত খাবার”, “ক্ষুদ্র ও কুটির গার্মেন্টস”, “হার্বাল ও সৌন্দর্যবর্ধন পণ্য”, “মাসিক ব্যবস্থাপনা পণ্য” এবং “অনলাইন ব্যবসা, ই-কমার্স, এবং ফ্রিল্যান্সিং” ছাড়া কোনো পণ্যের উদ্যোক্তাগণের মাঝে নতুন ক্রেতা/ভোক্তা সন্ধানের তেমন তাড়না এখনো নেই; মূলত তাদের আর্থিক ও কারিগরি সক্ষমতার ঘাটতির কারণেই তারা এ বিষয়ে সুনির্দিষ্ট ভাবনা-চিন্তা করবার মতো উৎসাহ পান না।

কিছু সময়ের জন্য উদ্যোগ স্থগিত রাখবার অবস্থা: উদ্যোক্তাদের একটি বড় অংশই তার উদ্যোগটিকে কিছু সময়ের জন্য বন্ধ রাখতে বাধ্য হয়েছিলেন। লক্ষণীয় যে, “মুৎপাত্র ও টেপা পুতুল”, “কাঠ, বাঁশ ও বেত শিল্প”, “ক্ষুদ্র ও কুটির গার্মেন্টস” এবং “মাসিক ব্যবস্থাপনা পণ্য”—উদ্যোক্তাদের একটি বড় অংশই উদ্যোগ কিছু সময়ের জন্য স্থগিত রাখতে বাধ্য হয়েছিলেন।

উদ্যোগের ধরনভেদে ব্যবসা স্থগিত রাখবার কারণও ভিন্ন: যেমন, বেশিরভাগ উদ্যোগকেই ক্ষতিগ্রস্ত করেছিল কোভিড মহামারী। প্রায় সব খাতের উদ্যোক্তাদের একটি বড় অংশ পুঁজির/ বিনিয়োগের ঘাটতির কথা উল্লেখ করেছেন। কিন্তু, জনবলের ঘাটতির কথা সব খাত থেকে আসেনি, যা বিশেষভাবে এসেছে “কৃষি ব্যবসা”র ক্ষেত্রে। উল্লেখ্য, উদ্যোক্তার নিজ কিংবা পরিবারের কারো শারীরিক অসুস্থতা এবং এ সংক্রান্ত মাত্রাতিরিক্ত ব্যয় ব্যবসা পরিচালনার ক্ষেত্রে একটি বড় বাঁধা হিসেবে উঠে এসেছে।

পণ্যের সমস্যা বিশ্লেষণপূর্বক প্রস্তাবিত পথনির্দেশনা

সার্বজনীন পথনির্দেশনা

- ১) ব্যাঙ্কিং খাতে আর্থিক অন্তর্ভুক্তি নিশ্চিতকরণ;
- ২) সহজ শর্তে এবং স্বল্প সুদে ঋণ সুবিধা;
- ৩) অনলাইন/ডিজিটাল মার্কেটিং-এর সাথে সম্পৃক্ততার ব্যবস্থার ত্বরান্বয়ন;
- ৪) প্রাতিষ্ঠানিক নিবন্ধনে এবং হালনাগাদ রাখতে সহযোগিতা;
- ৫) বেসরকারি সংগঠনের (স্থানীয় এবং জাতীয় পর্যায়ে) সাথে উদ্যোগসমূহের সম্পৃক্ততা বৃদ্ধির জন্য সক্রিয় উদ্যোগ;
- ৬) প্রশিক্ষণ (কারিগরি এবং উদ্যোগ-উন্নয়ন)-এর ঘাটতি চিহ্নিত করে তা পূরণের জন্য সমন্বিত ব্যবস্থা;
- ৭) ভোক্তার কাছ থেকে পণ্যবিষয়ক মূল্যায়ন সংগ্রহ করা এবং সে অনুযায়ী ব্যবস্থা নেয়ার বিষয়টি নিশ্চিত করবার জন্য প্রয়োজনীয় উদ্যোগ;
- ৮) সরকারীভাবে জেলাভিত্তিক সেলস সেন্টার বা পণ্য বিপণন কেন্দ্রের সুযোগ তৈরি করে দেওয়া;
- ৯) বিভিন্ন সুনির্দিষ্ট স্থানভিত্তিক যেসব বাণিজ্যিক মেলা হয়, সেগুলোতে স্বল্প চার্জের বিনিময়ে নারী অগ্রাধিকারের ভিত্তিতে উদ্যোক্তাদের স্টলের সুযোগ করে দেওয়া;
- ১০) জেলা পর্যায়ের আধুনিক ডিপার্টমেন্টাল স্টোর / সুপার শপ / বিশেষায়িত অউটলেট-এর সাথে স্থানীয় পর্যায়ের নারী উদ্যোক্তাদের সংযোগ স্থাপন করে এই স্টোরগুলোতে তাদের পণ্যের উপস্থিতি নিশ্চিত করা;
- ১১) নারী উদ্যোক্তাদের জন্য পণ্য উৎপাদনের জন্য প্রয়োজনীয় কাঁচামাল সরবরাহের হাব/ব্যবস্থা তৈরি;
- ১২) জয়িতা পণ্যের ব্র্যান্ডিংসহ, কেন্দ্রীয়ভাবে নান্দনিক এবং পরিবেশবান্ধব প্যাকেজিং নিশ্চিত করা এবং প্যাকেজিং এর জন্য ব্যবহারকৃত মোড়কগুলো উৎপাদনমূল্যে পর্যাপ্ত সংখ্যকভাবে উদ্যোক্তাদের কাছে পৌঁছে দেওয়ার ব্যবস্থা করা;
- ১৩) আর্থিকভাবে অসচ্ছল এবং সামাজিকভাবে প্রান্তিক সঠিক নারী উদ্যোক্তা খুঁজে বের করা এবং তাদের পণ্য উৎপাদন এবং বিপণনের সুযোগ তৈরিতে সহযোগিতা;
- ১৪) বয়স-কাঠামো উপযোগী কর্মসূচি সৃজন ও বাস্তবায়ন;
- ১৫) শিক্ষাগত যোগ্যতা-উদ্দিষ্ট শিখন-উপকরণ তৈরি ও ব্যবহার;
- ১৬) পুরুষতান্ত্রিক সমাজ-কাঠামোতে উদ্যোক্তা নারীদের সম্মানজনক আর্থ-সামাজিক অন্তর্ভুক্তি এবং অগ্রযাত্রা নিশ্চিত করতে কম্যুনিটি সচেতনায়ন ও সম্পৃক্তকরণ-উদ্যোগ;
- ১৭) ঐতিহ্যগত পণ্যের (যার অনেকগুলোর সাথেই এদেশের ক্ষুদ্র নারী উদ্যোক্তারা ওতপ্রোতভাবে জড়িত) ভৌগলিক নির্দেশক (GI) পণ্য হিসাবে স্বীকৃতি আদায়ের উদ্যোগ গ্রহণ।

পণ্যের ধরণ-অনুযায়ী পথনির্দেশনা

১) পশু-পাখি পালন: পশু-পাখি পালনের ক্ষেত্রে, বিশেষ করে উন্নত জাতের পশুর জন্য বিদ্যমান যে ঋণ সুবিধাদি আছে, তাতে ঋণের পরিমাণ কম, যা উন্নত জাতের পশু ক্রয় এবং তার উপযোগী খামার ব্যবস্থাপনা গড়ে তোলবার জন্য অপ্রতুল। এক্ষেত্রে ঋণের পরিমাণ বৃদ্ধি, এবং একই সাথে উন্নত খামার ব্যবস্থাপনার প্রশিক্ষণ প্রদানের ব্যবস্থা অতি জরুরি।

২) কৃষি-ব্যবসা: কৃষি-ব্যবসার ক্ষেত্রে বৈচিত্রময় পণ্যের প্রসার ও প্রচারে সমন্বিত উদ্যোগ নেয়া প্রয়োজন, যা ব্যক্তি পর্যায়ের উদ্যোক্তার জন্য সম্ভবপর নয়। বিশেষ করে, যারা এ ধরণের স্ব-উদ্যোগী উদ্যোক্তা তাদের জন্য বিশেষ ইনকিউবেশন-প্রোগ্রাম (incubation programme) চালু করা প্রয়োজন।

৩) অনলাইন ব্যবসা, ই-কমার্স, এবং ফ্রিল্যান্সিং: “ডিজিটাল বাংলাদেশ” বিনির্মাণে এই ক্ষুদ্র নারী উদ্যোক্তাদের উদ্যোগকে সহায়তা প্রদান গুরুত্বপূর্ণ। উন্নত প্রশিক্ষণের ব্যবস্থা করা সহ প্রকৃত উদ্যোক্তারা যেন একটি স্বচ্ছ-জবাবদিহিতামূলক ব্যবস্থার মাধ্যমে নিবন্ধিত হয়ে প্রযুক্তি পণ্য ক্রয় এবং বৈদেশিক মুদ্রা আহরণের ক্ষেত্রে সকল ধরণের নীতি-সহযোগিতা পান সে জন্য কর্মোদ্যোগ অত্যন্ত জরুরি।

৪) ঘরোয়া প্রক্রিয়াজাত খাবার, হার্বাল ও সৌন্দর্যবর্ধন পণ্য, এবং মাসিক ব্যবস্থাপনা পণ্য

- উৎপাদিত পণ্যগুলোকে কার্যকরভাবে তুলে ধরার জন্য একটি শক্তিশালী ব্র্যান্ড পরিচয় এবং বিপণন কৌশল তৈরিতে নারী উদ্যোক্তাদের সুযোগ করে দিতে হবে।
- এই উদ্যোগে সচেতনতা বাড়াতে এবং পণ্যের চাহিদা তৈরি করতে ডিজিটাল মার্কেটিং চ্যানেল, সোশ্যাল মিডিয়া প্ল্যাটফর্ম এবং সম্পর্কিত ইভেন্টগুলো সম্পর্কে নারী উদ্যোক্তাদের সহায়তা করতে হবে।
- এছাড়াও, প্রক্রিয়াকরণ, প্যাকেজিং এবং স্টোরেজের জন্য আধুনিক সরঞ্জাম এবং অবকাঠামো, যা ব্যায়বহুল, সেগুলোর প্রাপ্যতা নিশ্চিত করলে এগুলো কিভাবে সল্লমূল্যে দেশীয় প্রযুক্তিতেই করা সম্ভব সে বিষয়ে গবেষণায় উদ্যোগী হওয়া প্রয়োজন।
- একই সাথে, সুপার-শপগুলোর সাথে অংশীদারিত্ব চুক্তির মাধ্যমে কিভাবে তাদের নির্দিষ্ট শেলফকে “জয়িতা পণ্যের শেলফ” হিসেবে চালু ও প্রচার করা যায়, সে বিষয়েও উদ্যোগ নেয়া প্রয়োজন।
- পণ্যের মান নিয়ন্ত্রণের বৈজ্ঞানিক জ্ঞান এবং এ সংক্রান্ত আইনি-বিধিবিধান বিষয়ে সুনির্দিষ্ট ম্যানুয়াল প্রয়োজন, যা অনুসরণ করে উদ্যোক্তাকে প্রশিক্ষিত করে তোলা যাবে।
- পণ্যের গুণগত মান নিশ্চিত করতে এবং গ্রাহকের আস্থা অর্জনের জন্য বিভিন্ন জাতীয় এবং আন্তর্জাতিক সার্টিফিকেশন লাভে সহযোগিতা প্রয়োজন।
- আধুনিক এবং পরিবেশ-বান্ধব প্যাকেজিং ডিজাইন করার জন্য প্রশিক্ষণ দেয়া যেতে পারে যা পণ্যকে আকর্ষণীয়ভাবে উপস্থাপন করবে এবং গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করবে।

৫) কাঠ, বাঁশ ও বেত পণ্য:

- নতুন ক্রেতা তৈরির জন্য নতুন ডিজাইন ও কারুকাজ একটি বড় বিষয়, যা সম্পর্কে প্রথাগতভাবে শিখে আসা উদ্যোক্তারা ততটা ওয়াকিবহাল নন। এ সম্পর্কে নির্বাচিত উপজেলা পর্যায়ে নিবিড় প্রশিক্ষণের প্রয়োজন।
- পণ্যগুলোর ফিনিশিং এবং আউটলুক আকর্ষণীয় করবার জন্য কিছু প্রযুক্তিগত উদ্ভাবন-সহায়তাও প্রয়োজন, যেখানে দৃষ্টি দেয়া দরকার। উল্লেখ্য, বাঁশ সঠিক মাপে-সহজে কাটার কাজটি সমাধা করবার জন্য কোনো স্বল্পমূল্যের প্রযুক্তির চাহিদা পরিলক্ষিত হয়েছে নারী উদ্যোক্তাদের মাঝ থেকে; এ বিষয়ে গবেষণা-সহযোগিতা এবং অভাবিত প্রযুক্তির সম্প্রসারণ করা একটি গুরুত্বপূর্ণ উদ্যোগ হতে পারে।
- এর অনলাইন উপস্থিতি এবং দেশের বিভিন্ন প্রান্তের আউটলেট/পর্যটন কেন্দ্রগুলোতে এগুলো প্রদর্শন, প্রচার ও বিক্রির ব্যবস্থা নিশ্চিত করবার লক্ষ্যে উদ্যোগের প্রয়োজন।

৬) ক্ষুদ্র ও কুটির গার্মেন্টস:

- ব্যবসা উদ্যোগ প্রশিক্ষণের উদ্যোগ জরুরি।
- উৎপাদিত পণ্যগুলোতে আধুনিক রুচি-চাহিদার সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ নতুন ডিজাইন ও কারুকাজ অন্তর্ভুক্ত করতে হবে, যেন একটি শক্তিশালী ব্র্যান্ড হিসেবে একজন নারী উদ্যোক্তার এই বাজারে অন্যান্য প্রতিযোগীদের থেকে আলাদা করতে এবং গ্রাহকদের আকর্ষণ করতে সক্ষম হয়। এই বিষয়ে উপযুক্ত প্রশিক্ষকের মাধ্যমে কর্মশালার আয়োজন যেমন জরুরি, তেমনি জরুরি এ বিষয়ে এ দল মাস্টার ট্রেনার তৈরি করা যারা দেশব্যাপী এই প্রশিক্ষণ ছড়িয়ে দিতে পারবেন।
- আধুনিক এবং পরিবেশ-বান্ধব প্যাকেজিং ডিজাইন করার জন্য প্রশিক্ষণ দেয়া যেতে পারে যা পণ্যকে আকর্ষণীয়ভাবে উপস্থাপন করবে এবং গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করবে।
- এই খাতে যেহেতু বিপুল সংখক নারী উদ্যোক্তা যুক্ত আছেন, তাই তাদের সম্মিলিত শক্তিকে জাতীয় পর্যায়ে একটি কার্যকর চেহারা দেয়া এবং অভিজ্ঞতা বিনিময়ের মাঝে সমৃদ্ধ হওয়ার লক্ষ্যে বছরওয়ারী তৈরি একটি পূর্বনির্ধারিত ক্যালেন্ডার অনুযায়ী বিভাগীয় পর্যায়ের ট্রেড অ্যাসোসিয়েশন, ব্যবসায়িক ফোরাম এবং উদ্যোক্তাকেন্দ্রিক ইভেন্টের মাধ্যমে এই খাতে নারী উদ্যোক্তাদের মধ্যে নেটওয়ার্কিং সুযোগ (পণ্যের প্রচার, প্রসার, বিপণন সুবিধাসহ) নিশ্চিত করা প্রয়োজন।

৭) মৃৎশিল্প ও টেপা পুতুল, শীতল পাটি, শতরঞ্জি, নকশি কাঁথা, ক্ষুদ্র নৃ-গোষ্ঠীর হস্তশিল্প, এবং ঘরোয়া চামড়াজাত পণ্য শিল্প:

- এই পণ্যগুলোতে ঐতিহ্যগত বৈশিষ্টের পাশাপাশি আধুনিক রুচি-চাহিদার সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ সামগ্রিক নান্দনিকতা (নতুন ডিজাইন ও কারুকাজ, পণ্যে লোগো, প্যাকেজিং, ইত্যাদি) অন্তর্ভুক্ত করতে হবে, যেন একটি শক্তিশালী ব্র্যান্ড হিসেবে একজন নারী উদ্যোক্তার এই বাজারে অন্যান্য প্রতিযোগীদের থেকে আলাদা করতে এবং গ্রাহকদের আকর্ষণ করতে সক্ষম হয়।
- ঘরোয়া চামড়াজাত পণ্য শিল্পের ক্ষেত্রে বেশি কিছু যন্ত্রপাতি দরকার হয় যা বেশ মূল্যবান, এছাড়াও বড় পুঁজির প্রতিযোগিতামূলক বাজারে বিশেষায়িত প্রশিক্ষণ ব্যতীত এ শিল্পে এগোনো কঠিন; তাই, এই দুটি সহযোগিতা বিশেষভাবে প্রয়োজন। মৃৎশিল্পে ব্যবহৃত ইলেকট্রিক হুইলের সহজলভ্যতা নিশ্চিত করার জন্য ঋণ সুবিধা প্রয়োজন।
- এই বিষয়ে উপযুক্ত ব্যবসা উদ্যোক্তা বিষয়ক প্রশিক্ষণ প্রদান যেমন প্রয়োজন, তেমনি এর অনলাইন উপস্থিতি এবং দেশের বিভিন্ন প্রান্তের আউটলেট/পর্যটন কেন্দ্রগুলোতে এগুলো প্রদর্শন, প্রচার ও বিক্রির ব্যবস্থা নিশ্চিত করবার লক্ষ্যে উদ্যোগের প্রয়োজন।
- আধুনিক এবং পরিবেশ-বান্ধব প্যাকেজিং ডিজাইন করার জন্য প্রশিক্ষণ দেয়া যেতে পারে যা পণ্যকে আকর্ষণীয়ভাবে উপস্থাপন করবে এবং গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করবে। একই সাথে, প্রতিটি পণ্যের গায়ে ওই পণ্যের ঐতিহ্যগত, নান্দনিক, ও শৈল্পিক বৈশিষ্ট্যাবলী ইংরেজি ও বাংলায় লিখে (branding story) দেশি-বিদেশী ক্রেতাকে আকৃষ্ট করা সম্ভব; এই লেখা তৈরিতে সহায়তা প্রয়োজন। পাশাপাশি, কোনো নির্মাতা/শিল্পীর বিশেষ বৈশিষ্ট্যকে উৎসাহিত করতে এবং স্বীকৃতি নিশ্চিত করতে, পণ্যের গায়ে ক্ষেত্র বিশেষে তার নাম পরিচয় দেয়া যেতে পারে, যা ক্রেতাকে পণ্যের সাথে নিবিড়ভাবে সংযুক্ত করবে এবং কেনায় উৎসাহিত করবে।
- স্থানীয় এবং জাতীয় পর্যায়ের জনপ্রিয় ব্যক্তিত্বদের মাধ্যমে পণ্যের প্রচার করার উদ্যোগ নেয়া (influencer marketing)।
- কোনো কোনো নির্দিষ্ট অঞ্চলকে সুনির্দিষ্ট পণ্য-কে লক্ষ্য করে “অভিজ্ঞতা পর্যটন (product-centric experience tourism)” এর ব্যবস্থা করা প্রয়োজন, যেখানে ক্রেতা সকল-সুযোগসুবিধা সহ ওই পণ্য তৈরির ধাপগুলো নিজ চোখে দেখতে পারেন, পণ্য তৈরির সাথে নিজেকে যুক্ত করতে পারেন, এবং ওই পণ্য ক্রয়/ব্যবহারে উৎসাহিত হয়ে ওঠেন, এবং সর্বোপরি একটি সুন্দর অভিজ্ঞতা (enriching tourism experience) ওই ক্রেতাকেও ওই পণ্যের “ব্র্যান্ড এম্বাসেডর (brand ambassador)”

হিসেবে তৈরি করে দেবে। জেলা ব্র্যান্ডিং কার্যক্রমের সাথে সমন্বিতভাবে এই উদ্যোগের পরিকল্পনা করতে পারলে, সমগ্র অঞ্চলের অর্থনৈতিক কর্মকান্ডই বেগবান হতে পারে।

৮) পাটজাত পণ্য:

- পাটজাত পণ্যে নারী উদ্যোক্তাদের পণ্য উৎপাদন ও ব্যবসা সম্প্রসারণের জন্য নারী উদ্যোক্তাকেন্দ্রিক দক্ষতা বিকাশ এবং পণ্য সংশ্লিষ্ট উপযুক্ত প্রশিক্ষণ সহায়তা দেওয়া প্রয়োজন। দেখা যায় সময়ের ব্যবধানে এই ধরনের পণ্যের ডিজাইন এবং গ্রাহক চাহিদার পার্থক্য ঘটে। তাই এই ধরনের পণ্য বিষয়ক প্রশিক্ষণ নারী উদ্যোক্তার ব্যবসা সম্প্রসারণে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখবে।
- পাটজাত পণ্যের বাজার সংশ্লিষ্ট পণ্য বিষয়ক বিভিন্ন আধুনিক যন্ত্রপাতি কিংবা নিত্যনতুন মেশিনারী এর সাথে নারী উদ্যোক্তাদের পরিচয় ঘটাতে হবে যেন উৎপাদন ব্যবস্থা বাড়ানো যায়। এই পণ্যের কাঁচামাল সরবরাহে (জুট, কটন) সংশ্লিষ্ট দায়িত্বশীল ব্যবসায়ীদের আগ্রহী করে তুললে হবে, যেন নারী উদ্যোক্তারা এই পণ্যের কাঁচামাল খুব সহজেই পেতে পারে। যেমন- সরকারীভাবে যদি স্বল্পমূল্যে জুট-কটন সাপ্লাই দেওয়ার ব্যবস্থা করা যায়।
- পাটপণ্যের পরিবেশ-বান্ধব গুণাগুণ প্রচার ও প্রসারের লক্ষ্যে, স্থানীয় এবং জাতীয় পর্যায়ের জনপ্রিয় ব্যক্তিত্বদের মাধ্যমে পণ্যের প্রচার করার উদ্যোগ নেয়া (influencer marketing) একটি কার্যকর উদ্যোগ হতে পারে।
- এর অনলাইন উপস্থিতি এবং দেশের বিভিন্ন প্রান্তের আউটলেট/পর্যটন কেন্দ্রগুলোতে এগুলো প্রদর্শন, প্রচার ও বিক্রির ব্যবস্থা নিশ্চিত করবার লক্ষ্যে উদ্যোগের প্রয়োজন।

