

জলবায়ু সহনশীল স্থায়ীত্বশীল বা টেকসই কৃষি কার্যক্রম সিরিজ

বাজারে প্রবেশাধিকার সহায়িকা

প্রোমোটিং অপরচুনিটিজ ফর উইমেনস্ এমপাওয়ারমেন্ট এন্ড রাইট্‌স (পাওয়ার) প্রকল্প

এবং

মেকিং মার্কেট ওয়ার্ক ফর উইমেন (এমএমডব্লিউডব্লিউ) প্রকল্প

বাংলা সংস্করণ

১ম প্রকাশ: ডিসেম্বর ২০১৭

বাংলা সংস্করণের প্রকাশক

‘পাওয়ার’ এবং ‘এমএমডব্লিউডব্লিউ’ প্রকল্প, একশনএইড বাংলাদেশ

সহযোগিতায়

ড. মো. শওকত আকবর ফকির

ডি. এম. হাশমত ইকবাল

অমিত রঞ্জন দে

নূরে জান্নাত প্রমা

এশিয়ান ফারমারস্ এসোসিয়েশন (আফা)

কেন্দ্রীয় কৃষক মৈত্রী

বাংলা সংকলন

আহমাদ ইবনে সেলিম

মো. হেলাল উদ্দীন

বাংলা অনুবাদ

নুরুল আলম মাসুদ

নিঃস্বত্ব

জনসচেতনতা বৃদ্ধিমূলক কাজে এই প্রকাশনার সম্পূর্ণ বা অংশবিশেষ প্রকাশকের অনুমতি ছাড়াই পুনঃমুদ্রণ করা যেতে পারে। সেক্ষেত্রে সূত্র উল্লেখ করার জন্য অনুরোধ করা গেল। এই বইয়ের অবাণিজ্যিক ব্যবহারের ক্ষেত্রে কোন বাধ্যবাধকতা নেই।

নির্দেশিকাটি সংগ্রহের জন্য যোগাযোগ করুন:

একশনএইড বাংলাদেশ

বাড়ি- এসই(সি) ৫/বি, রোড- ১৩৬

গুলশান-১, ঢাকা- ১২১২

টেলিফোন: ৫৫০৪৪৮৫১-৭। ফ্যাক্স: ৫৫০৪৪৮৫৮

সূচিপত্র

| | |
|--|----|
| মুখবন্ধ | ৪ |
| ভূমিকা | ৫ |
| সারসংক্ষেপ | ৭ |
| অধ্যায় ১: বিবরণী | ৮ |
| অধ্যায় ২: উপাদানসমূহ | ১২ |
| প্রথম উপাদান: স্থানীয় উৎপাদন সম্ভাবনা চিহ্নিতকরণ | ১২ |
| ক। একটি এলাকায় কী উৎপাদিত হচ্ছে বা হয়ে আসছে তার বিশ্লেষণ | ১২ |
| খ। আয় এবং ব্যয় বিশ্লেষণ | ২৩ |
| গ। কৃষি ও অকৃষি পণ্যের উৎপাদন ও বাজারজাতকরণে ক্ষমতা বা পাওয়ার ও নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেডার বিশ্লেষণ | ২৭ |
| দ্বিতীয় উপাদান: বাজার সম্পর্কে দলীয় অভিমত বা ভাবনা | ৩১ |
| ১। উৎপাদকদের বাজার সম্পৃক্ততার বা বাজারে যুক্ত হবার অভিজ্ঞতা বিষয়ক চিন্তার প্রতিফলন | ৩১ |
| ২। বাজার পরিস্থিতি বিশ্লেষণ | ৩৫ |
| তৃতীয় উপাদান: বাজারের সাথে সম্পর্ক নির্মূ | ৪১ |
| ১। মূল্য প্রস্তাবনা অনুধাবন | ৪১ |
| ২। সম্পর্ক স্থাপনের মাধ্যমে বাজারে প্রবেশাধিকার উন্নয়ন | ৪৫ |
| ৩। সুনির্দিষ্ট ক্ষেত্রের বাজার চাহিদা নিরূপণ | ৪৮ |
| চতুর্থ উপাদান: সামষ্টিক লক্ষ্য সহায়তায় নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেডার সংবেদনশীল উৎপাদন চক্র | ৫৫ |
| ১। উৎপাদন চক্র নকশা করা | ৫৫ |
| ২। উৎপাদন চক্রে নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেডার ভূমিকা ও সুযোগসমূহ | ৫৯ |
| ৩। উৎপাদন চক্রে অবদান রাখার ক্ষেত্রে নারীর জন্য ঝুঁকি ও চ্যালেঞ্জসমূহ চিহ্নিতকরণ | ৬২ |
| পঞ্চম উপাদান: উৎপাদন চক্রে ঘাটতি ও ঝুঁকিসমূহ | ৬৬ |
| ১। আয় ও ব্যয় বিশ্লেষণ | ৬৬ |
| ২। উৎপাদকদের জন্য ঘাটতি ও গেরোসমূহ চিহ্নিতকরণ | ৬৬ |
| ৩। ঘাটতি ও ঝুঁকি সংক্রান্ত ক্ষমতা বিশ্লেষণ | ৬৯ |
| ৪। সহযোগী ও প্রতিবন্ধক নীতি ও প্রতিষ্ঠান চিহ্নিতকরণ এবং প্রয়োজনীয় পরিবর্তন | ৭১ |
| ষষ্ঠ উপাদান: টেকসই সম্পদ তৈরি যা টিকে থাকে | ৭৩ |
| ১। সম্পদের মূল্যায়ন (Wealth assessment) | ৭৩ |
| ২। ঘাটতি পূরণ করে সম্পদ গঠন এবং প্রতিবন্ধকতা দূরিকরণ | ৭৭ |
| ৩। ঘাটতি পূরণে সম্পদের ব্যবহার | ৮০ |
| ৪। কে লাভবান হবে এবং বিনিয়োগের সুযোগ চিহ্নিত করা | ৮২ |
| সপ্তম উপাদান: যৌথ কর্মপরিকল্পনা | ৮৬ |
| ১। কর্ম পরিকল্পনা করা | ৮৬ |
| ২। উৎপাদন চক্রের জন্য ব্যবসা পরিকল্পনা | ৮৯ |
| ৩। প্রতিফলন এবং শিখন পরিকল্পনা- পরিবর্তনের তিন মাত্রার জন্য পারফরমেন্স নির্দেশক | ৮৯ |
| পারিভাষিক শব্দকোষ | ৯০ |
| রেফারেন্সেস | ৯৭ |
| সংযুক্তি ০১-মূলধন: বিস্তৃত সংজ্ঞা | ৯৮ |
| সংযুক্তি ০২-এগ্রোইকোলোজির পন্থাসমূহ ও স্তর | |

মুখবন্ধ

সংকলিত এ নির্দেশিকাটি প্রকাশ করছে একশনএইড বাংলাদেশ এর ‘প্রোমোটিং অপারচুনিটিজ ফর উইমেনস এমপাওয়ারমেন্ট এন্ড রাইটস (পাওয়ার)’ প্রকল্প এবং ‘মেকিং মার্কেট ওয়ার্ক ফর উইমেন (এমএমডব্লিউডব্লিউ)’ প্রকল্প। ডাচ পররাষ্ট্র মন্ত্রণালয়ের সহযোগিতায় ৫ বছর মেয়াদী (২০১৬-২০২০) পাওয়ার এবং রাজকীয় নেদারল্যান্ড দূতাবাসের সহযোগিতায় ৪ বছর মেয়াদী (২০১৬-২০১৯) এমএমডব্লিউডব্লিউ প্রকল্প কার্যক্রম বাস্তবায়িত হচ্ছে। পাওয়ার প্রকল্পভুক্ত ৫০০০ নারী এবং এমএমডব্লিউডব্লিউ প্রকল্পভুক্ত ৬০০২ নারী উদ্যোক্তা প্রত্যক্ষভাবে কৃষিকাজ ও কৃষিভিত্তিক ব্যবসা উন্নতীকরণ ও বাজারে প্রবেশাধিকারের সাথে যুক্ত আছেন। এ কারণে এ প্রকল্পের অন্যতম একটি ইস্যু হলো কৃষি বাস্তুসংস্থান

(Agroecology) বা জলবায়ু সহনশীল স্থায়ীতৃশীল (বা টেকসই) কৃষি। কৃষি বাস্তুসংস্থান (Agroecology) বা জলবায়ু সহনশীল টেকসই কৃষির অন্যতম একটি উপাদান হচ্ছে বাজারে অভিজগ্যতা বা প্রবেশাধিকার (Market Access)। একশনএইড-এর এই দুটি প্রকল্প টেকসই পদ্ধতিতে উৎপাদিত কৃষি ও অকৃষি ভিত্তিক উৎপাদিত ফসল ও পণ্যের বাজারজাতকরণ, গুণগতমান নিয়ন্ত্রণ, বাজারে ক্রীয়াশীল পক্ষসমূহের সাথে সম্পর্কোন্নয়ন সংক্রান্ত জ্ঞান, অভিজ্ঞতা, কৌশল ইত্যাদির চর্চা ও বিস্তার ঘটানোর ক্ষেত্রে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখছে। এর মধ্যে দিয়ে ক্ষুদ্র কৃষকদের ও নারী উদ্যোক্তাদের বাজারে প্রবেশ ও নিয়ন্ত্রণ বৃদ্ধি পাবে ও জেভারবান্দব বাজার ব্যবস্থা গড়ে তোলার ক্ষেত্রে ইতিবাচক ভূমিকা রাখবে বলে আমাদের প্রত্যাশা।

ভূমিকা

কেন আমরা এই সহায়িকাটি তৈরি করছি; কাদের জন্য করছি; কোন ধরনের সমস্যা সমাধানের জন্য এটি তৈরি করা হয়েছে; কৃষি, জীবিকা এবং নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেডার সংবেদনশীলতা বিষয়ে একশনএইড এর কার্যক্রমের সাথে এর যোগসূত্রতা কী?

মানবাধিকার ভিত্তিক কর্মধারার (HRBA¹) মাধ্যমে মানবাধিকার প্রতিষ্ঠায় একশনএইড এর কার্যকর অবদানের সুদীর্ঘ ইতিহাস রয়েছে। একশনএইড তৃণমূলের মানুষের ক্ষমতায়ন ও সমাজের অপরিহার্য অংশ হিসেবে নারীর প্রতি বিশেষ মনোযোগের মাধ্যমে এ ধারাকে এগিয়ে নিয়ে গেছে। প্রত্যেক ব্যক্তির জন্য অধিকার অপরিহার্য। কিন্তু বাজারে প্রবেশাধিকার ছাড়া এই অধিকার দারিদ্র দুরীকরণে সঠিক ভূমিকা রাখেনা।

একশনএইড সমাজের অনেক গোষ্ঠীর সাথে কাজ করে থাকে। তাদের জন্য নানা ধরনের অর্থনৈতিক কর্মকাণ্ড গ্রহন সত্ত্বেও বাজারে নারীর প্রবেশাধিকার এখনও একটি বড় চ্যালেঞ্জ হয়ে আছে। নারীকে মনে-ই করা হয় যে সে তার পরিবার ও অন্যদের যত্ন নিবে কিন্তু তাদের এ ধরণের কর্মকাণ্ডের কোনও অর্থনৈতিক মূল্য নাই- এটাই সমাজে গেড়ে বসেছে। সমাজে এ ধারণা গড়ে উঠার পিছনে কাজ করেছে সমাজের বিভিন্ন প্রতিষ্ঠান যেমন পরিবার, সমাজ, বাজার, রাষ্ট্র ইত্যাদির বৈষম্যমূলক আচরণ, দৃষ্টি-ভঙ্গি, আইন-কানুন, রীতি-নীতি এবং প্রথাগত ধারণা যেমন ধর্ম বিশ্বাস, সংস্কৃতি যেগুলোর মাধ্যমে নারীকে পৃথক করা হয়েছে পুরুষ হতে। এগুলোই নির্ধারণ করে দিয়েছে কোনটা নারী করবে এবং কোনটা করবে না। নারীরা যে সমস্ত প্রতিকূলতা মোকাবেলা করতে থাকে স্বাভাবিকভাবেই মনে করেফলে নারীর জন্য যেসব কর্মসূচি গ্রহণ করা হয়, প্রায়ই দেখা যায়, তা নারীর সমন্বিত উন্নয়ন বা ভিতরে-বাইরে প্রতিবন্ধকতা সৃষ্টিকারী বিষয়গুলোর প্রতি ঠিকভাবে নজর দিতে পারেনা যা তাদেরকে পিছনে টেনে ধরে।

সাধারণত: বাজার পুরুষের এলাকা হিসেবেই বিবেচিত হয়। নারীর সংখ্যাই সেখানে হাতেগোনা, সিদ্ধান্ত গ্রহণের জায়গায় তার অংশগ্রহণ তো দূরের কথা। বাজার আসলে কী- সে সম্পর্কে দলের অনেকেরই গভীর ধারণা নেই। বাজার কিভাবে চলে, এখানে ক্রেতারা আসলে কী চায়, এবং সকল পক্ষই লাভবান হবে বা সমলাভ বা জয়-জয় সম্পর্ক (win-win relationships) বজায় রেখে কিভাবে বাজারে নারীর জন্য জায়গা প্রতিষ্ঠা করা যায়- এসবও তাদের জানা নেই। অনেক পণ্য উৎপাদনকারী বা উৎপাদক দলের জানা নেই, তাদের অর্থনৈতিক উদ্যোগটি বা ব্যবসায়টি আদৌ লাভজনক কি না, বা আর কী করলে তা লাভজনক হতে পারে। অনেক ক্ষেত্রেই দেখা যায়, উৎপাদন প্রক্রিয়ার উন্নয়ন বা বাজার সম্প্রসারণের কৌশলগুলো খুবই সাদাসিধা। নতুন নতুন ক্রেতার সাথে সম্পর্ক স্থাপন বা পুরানো ক্রেতার সাথে সম্পর্কোন্নয়ন, উৎপাদনের প্রক্রিয়ায় সামান্য পরিবর্তন আনা বা নতুন মোড়কে বাজারজাত করা অথবা পণ্যের মধ্যেই সামান্য রদবদল আনা- এমন সহজ উদ্যোগও অনেক সময় ভালো ফল দেয়। এমনকি বিতরণ প্রক্রিয়া বা তার সাথে যারা জড়িত সেখানে কিছু পরিবর্তন আনলেও ফল পাওয়া যেতে পারে। তবে, বাজারে প্রবেশের ক্ষেত্রে সম্ভাবনা বা সুযোগ ও ঝুঁকি উভয় সম্পর্কে খুব পরিষ্কার ধারণা থাকতে হবে। নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার

আন্তঃসম্পর্ক বা জেডার বিশ্লেষণও এখানে গুরুত্বপূর্ণ। কারণ, নারী ও পুরুষের সামাজিক পরিস্থিতি, মর্যাদা, ব্যক্তিগত জ্ঞান ও দক্ষতা ভিন্ন হবার কারণে বাজারে প্রবেশের ক্ষেত্রে তাদের ঝুঁকি ও সম্ভাবনার অভিজ্ঞতাও ভিন্ন। বিভিন্ন ধরনের সম্পদে প্রবেশাধিকারের পাশাপাশি নারীরা ব্যক্তিগত দক্ষতা ও জ্ঞান অর্জন করতে পারলে নিজেদের জন্য প্রকৃত সুযোগ প্রতিষ্ঠা করতেও তারা সক্ষম হবে। তাদের পণ্যের চাহিদা তৈরি করতে পারবে। এবং সর্বোপরি, তারা নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেডার সংবেদনশীল উৎপাদন চক্রও (value chain) তারা প্রতিষ্ঠা করতে সক্ষম হবে।

দুঃখজনক বিষয় হচ্ছে, ক্রেতারা উৎপাদকদের বা যারা উৎপাদনের সাথে জড়িত তাদেরকে সবসময় যুক্তি সম্মত আচরণ বা ন্যায্যভাবে বিচার করেননা। সব পক্ষের সুবিধা হয়- এমন একটি সম্পর্কের জন্য দরকার পারস্পরিক বোঝাপড়া, যা দীর্ঘমেয়াদে ক্রেতা ও সরবরাহকারী উভয়ের জন্যই সাফল্য এনে দেবে এবং পরস্পরের সাফল্যে তারা অবদান রাখবে। উদাহরণ হিসেবে আমরা বলতে পারি, ক্রেতার সুবিধা হচ্ছে তার সম্ভৃষ্টি বা নির্দিষ্ট চাহিদা অনুযায়ী পণ্যের সরবরাহের হেরফের না হওয়া বা স্থিতিশীল সরবরাহ আর উৎপাদকের সুবিধা হচ্ছে তাদের উৎপাদন ব্যয় মেটাতে পারে এরকম একই দামে বা স্থিতিশীল দামে পণ্য সরবরাহের সুযোগ।

সংগঠিত নারীদল বা উইমেনস্ কালেকটিভস ও অন্যান্য উৎপাদক গ্রুপগুলো কিভাবে বাজারে সহজে যুক্ত হতে পারে তার একটি পদ্ধতি বা এপ্রোচের কথা এখানে বলা হয়েছে। যে পদ্ধতি বা এপ্রোচ সকল ক্রেতা ও বিক্রেতার ব্যক্তিগত ও যৌথ আগ্রহ বা স্বার্থকে আরো ভালোভাবে বুঝে তার ভিত্তিতে বাজারের বিনিময় ব্যবস্থা বা পদ্ধতিকে নতুন রূপ দিয়ে চেলে সাজানোর উদ্দেশ্যেই এটি তৈরি করা হয়েছে। এখানে ক্রেতারাও সবচেয়ে ভাল বুঝেন বিক্রেতাকে কি ধরনের চ্যালেঞ্জ ও সুযোগের বিষয়গুলো মোকাবেলা করতে হয়। কাজেই এখান থেকে ক্রেতারা বিক্রেতার সাফল্যে সহযোগিতা করার জন্য তাদের নতুন নতুন ভূমিকা বা কর্তব্য সম্পর্কে জানতে পারবেন। উদাহরণ স্বরূপ, ক্রেতা ও বিক্রেতারা কৃষি-প্রতিবেশ ভিত্তিক পণ্য নিয়ে একটা নতুন বাজার তৈরিতে একসাথে কাজ করতে পারেন। তবে তাদের এই বাজার তৈরীর কাজটি পণ্যের মানদণ্ড ও সমরূপতার ব্যাপারে কঠোরতা না দেখিয়ে পণ্যের পুষ্টি মান ও স্বাস্থ্যকর বিষয়টির উপর অধিক গুরুত্ব দিবে। তারা আবার একত্রে স্থানীয় জনগোষ্ঠীর ঐতিহ্যবাহী পণ্যের বাজার বৃদ্ধির নানা সুযোগ ও ঝুঁজে বের করতে পারেন। ক্রেতারা বিক্রেতাদেরকে অন্যান্য ক্রেতার সাথে পরিচয় করিয়ে দিতে পারেন অথবা বিক্রেতাকে অন্য বাজার চিনিয়ে দিতে পারেন যাতে তারা তাদের দক্ষতা বৃদ্ধির মাধ্যমে পণ্যের গুণগত ও স্বাস্থ্যগত মান উন্নয়নে তাদের বিনিয়োগ বাড়াতে পারেন। এতে যেমন পণ্যটির গুণগত মান বৃদ্ধি পাবে, তেমনি ক্রেতা ও বিক্রেতা উভয়ের সম্ভৃষ্টি

¹ আমাদের মানবাধিকার ভিত্তিক কর্মধারার মূল বিষয় হচ্ছে, দারিদ্র পীড়িত মানুষকে তাদের অধিকার সম্পর্কে সচেতন হতে সহায়তা করা, নিজেদের অধিকার আদায়ে তাদের সংগঠিত করা এবং অধিকার প্রদানকারীকে জবাবদিহি করা। আন্তর্জাতিক মানবাধিকার আইনের উপর ভিত্তি করেই আমাদের এই প্রচেষ্টা, কিন্তু এটি নিছক আইনী বা কারিগরী এপ্রোচের মধ্যে সীমাবদ্ধ নয়। এটি মানুষকে শক্তির ভারসাম্যহীনতা বুঝতে ও মোকাবেলা করতে সহায়তা করে এবং দারিদ্রে নিমজ্জিত মানুষের পক্ষ নেয়।

অর্জন করবে এবং প্রতিযোগিতামূলক গুণ অর্জন করার ফলে স্থানীয় পণ্যটির বাজারও বাড়বে। এই সমলাভ বা জয়-জয় এপ্রোচ (win-win approach) হয়ত সব ক্ষেত্রেই আমলে নিবেন না। তবে, যারা বিবেচনা করবেন তারা একটা প্রতিযোগিতামূলক পরিবেশ পুনর্গঠনে সহায়তা করতে পারবেন। উদাহরণস্বরূপ, বিকল্প বিক্রয় ব্যবস্থা থাকলে বিক্রেতার সব ক্ষেত্রের কাছে পণ্য বিক্রয়ে আগ্রহ প্রকাশ করেন না, বিশেষ করে যেসব ক্ষেত্র তাদের ন্যায্যভাবে বিচার বা মূল্যায়ন করেন না।

এখানে এই পদ্ধতি বা এপ্রোচ (approach) এমনভাবে তৈরী করা হয়েছে যে এটি বিভিন্ন পক্ষের মধ্যে বাজার সম্পর্কে প্রচলিত ধারণা ভেঙে দেবে, বাজার বিষয়ে সামষ্টিকভাবে সবার জানাশোনা বাড়াবে, পণ্যের প্রক্রিয়াজাতকরণ, প্যাকিং বা মোড়কজাতকরণ, এবং তার বাজার বৃদ্ধির পুরাতন ও নতুন নতুন সম্ভাবনা যাচাই করে দেখার জন্য দুয়ার খুলে দেবে। নানা ধরনের প্রাতিষ্ঠানিক চর্চার বিকল্প উদাহরণ রয়েছে যা উৎপাদকের পরখ করে দেখতে পারেন। কয়েকটি দেশে ক্ষুদ্র কৃষকেরা সরাসরি সরকারের কাছে কৃষিপণ্য বিক্রি করে থাকেন। এমন আরো কিছু উদাহরণ রয়েছে যাচাই করার মত। যেমন, মধ্যস্বত্বভোগী ছাড়াই ভোক্তাদের কাছে সরাসরি পণ্য বিক্রয় করতে পারেন উৎপাদকেরা। এভাবে তাদের মধ্যকার দূরত্ব ঘুঁচে যেতে পারে। নারী উদ্যোক্তা গ্রুপ বা দল স্থানীয় বাজার আর পণ্য বিনিময়ের এ বিকল্প বিষয়গুলো চেষ্টা করে দেখতে পারেন।

এই সহায়িকাটিতে বর্ণনা করা হয়েছে, বাজারে প্রবেশের ক্ষেত্রে নারী ও স্থানীয় কমিউনিটির লোকজন কিভাবে তাদের সম্ভাবনা খুঁজে বের করতে পারবেন। আমরা আশা করি, এটি ব্যক্তি নারী উদ্যোক্তা বা যৌথভাবে সংগঠিত নারীদলের আয়ের সুযোগ সৃষ্টি ও তা নিয়ন্ত্রণ করতে যেমন সহায়তা করবে, তেমনি বাজারের বৃহত্তর পরিসরে, পরিবারে, কমিউনিটি বা জনগোষ্ঠীতে এবং সর্বোপরি সমাজে নারীর অবস্থান নিয়ে নতুন ভাবনার সৃষ্টি করবে। সংগঠিত নারীদল বা উইমেনস্ কালেকটিভস এবং অন্যান্য উৎপাদকেরা কিভাবে বিকল্প বাজার অনুসন্ধান করবেন বা সৃষ্টি করবেন এবং কিভাবে তারা তাদের বাজারে প্রবেশাধিকারের উন্নয়ন ঘটাবেন যা বাজারের গুরুত্বপূর্ণ অংশীদার হিসেবে উৎপাদকদের মর্যাদা বাড়াবে, তাদের ক্ষমতায়ন ঘটাবে এবং নানা রূপে সম্পদ অর্জনের সুযোগ সৃষ্টি করবে। যা শেষ পর্যন্ত নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্কের সাম্যতা বা জেডার সাম্যতা গঠনে ও উৎপাদকের অধিকার রক্ষায় কাজ করবে। মূলত: বিভিন্ন সংগঠনের এধরণের চাহিদা পূরণ করতে গিয়ে নির্দেশনা হিসেবে এ সহায়িকাটি তৈরির কাজটি করা হয়েছে।

সম্পদ সৃষ্টির পথ বা পদ্ধতি (wealth creation approach) কতটা কাজ করে তা খুঁজে বের করে দেখার জন্য ফোর্ড ফাউন্ডেশনের সহায়তায় ইয়েলো উড এসোসিয়েটসের পরিচালনায় ২০১২ সালে একটি কর্মশালা অনুষ্ঠিত হয়। আন্তর্জাতিক উন্নয়নের অংশ হিসেবে এই কর্মশালায় একশনএইড এর কর্মীরাও অংশগ্রহণের সুযোগ লাভ করে। এই সম্পদ সৃষ্টির পথ বা পদ্ধতি (এই সহায়িকার বিবরণী অধ্যায়ে পূর্ণাঙ্গ আলোচনা করা হয়েছে) গড়ে উঠেছে নির্দিষ্ট ক্ষেত্রের সাথে উৎপাদকের অর্থবহ সম্পর্কের ভিত্তিতে কিছু উৎপাদন চক্র (value chain) গড়ে তোলে

যেখানে ক্রেতা ও উৎপাদক একত্রে ভোক্তারও চাহিদা পূরণে কাজ করে। এর ফলে বাজারে প্রবেশের সুবিধার মাধ্যমে উৎপাদক, তাদের পরিবার ও জনগোষ্ঠীও লাভবান হয়।

২০১৩ সালের সেপ্টেম্বরে একশনএইড-এর স্ট্রিংদেনিং উইমেন কালেকটিভস উদ্যোগের অংশ হিসেবে একশনএইড ও ইয়েলো উডের যৌথ সহায়তায় নেপালে 'জেডার সেনসিটিভ একসেস টু মার্কেট এন্ড ভ্যালু চেইন' শীর্ষক ৫ দিনের একটি কর্মশালা অনুষ্ঠিত হয়। যেখানে পাকিস্তান, ভারত, নেপাল, বাংলাদেশ ও সেনেগাল এই ৫টি দেশের জাতীয় সমন্বয়কেরা সহ বিভিন্ন নারী সংগঠনের প্রধান, একশনএইড-এর কর্মী ও সহযোগী বা পার্টনারা অংশগ্রহণ করেন।

কর্মশালা চলাকালীন এবং পরবর্তীতে শেখা বিভিন্ন পাঠ নিয়ে এই সহায়িকাটি তৈরী করা হয়েছে। কর্মশালায় অংশগ্রহণকারীদের বাইরেও একশনএইড যে সকল কমিউনিটি নিয়ে কাজ করে সে সকল কমিউনিটির প্রাকটিশনার বা অনুশীলনকারী, জাতীয় সমন্বয়কবৃন্দ, এবং তারও বাইরে নারী-পুরুষ কৃষককে বাজারের সাথে সম্পৃক্ত করার বিভিন্ন কাজে নিয়োজিতদেরকে নানা ব্যবহারিক কৌশল বা টুলস শেখানোই এই সহায়িকার লক্ষ্য। এই সহায়িকাটি পৃথিবীব্যাপী একটি যৌথ কর্মকাঠামো গড়ে তুলতে সহায়তা করতে পারে যেখানে বিভিন্ন সমাজে বাজারে প্রবেশাধিকার নিয়ে কিভাবে চিন্তা করা হয় সে বিষয়ে। আর এসব ভাবনার এক বা মিল, পার্থক্য বা শিক্ষণের বিভিন্ন বিষয়গুলো আমাদের কাজে যুক্ত হতে পারে এবং এসব বিষয় সবার মধ্যে ভাগাভাগি করাও সম্ভব হবে।

বাজারে প্রবেশাধিকার মানে কেবল বাইরের শক্তির কাছে স্থানীয় উদ্যোক্তাদের স্বার্থ পরাজিত হওয়ার বা জয়ী হবার বিষয় নয়। বরং এই সহায়িকায় বাজারে প্রবেশাধিকারের যে এপ্রোচ বা পদ্ধতির কথা তুলে ধরা হয়েছে তা পরিবেশকে গুরুত্ব দেয়, নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্কের ন্যায্যতা বা জেডার ন্যায্যতা ও নারীর অধিকারকে তুলে ধরে, খাদ্য নিরাপত্তা নিশ্চিত করে এবং বাজার চাহিদাকে পুনর্গঠন করে ও তাতে সাড়া দিতে স্থানীয় উদ্যোক্তাদের ক্ষমতায়িত করে যাতে তারা ক্রেতা, ভোক্তা ও অন্যদের সাথে সম্পর্কোন্নয়ন করেন। এর ফলে তারা উদ্যোক্তাদের দ্বারা লাভবান হন এবং একই সাথে তাদের সাফল্যে অবদান রাখেন। বাজার সম্পর্ক গড়ে তোলা ও ক্রেতাদের কাছে পণ্য ও সেবা সরবরাহের কাজে সরাসরি জড়িত থাকার মধ্য দিয়ে বিশেষ করে নারীরা বাজারের বিদ্যমান নারী বিষয়ক দৃষ্টিভঙ্গীতে পরিবর্তন আনতে পারেন এবং নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্কের সংবেদনশীলতা বা জেডার সংবেদনশীলতা বাড়াতে পারেন।

আমরা আশা করি বাজারে প্রবেশের এই এপ্রোচ বা পদ্ধতি একশনএইড-এর লক্ষ্যকেই এগিয়ে নেবে- যে লক্ষ্যের মধ্যে রয়েছে স্থায়িত্বশীল অর্থনৈতিক কর্মকাণ্ডের মধ্যদিয়ে জলবায়ু সহনশীল টেকসই কৃষিকে^২ উৎসাহিত করা, নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্কের ন্যায্যতা বা জেডার ন্যায্যতা প্রতিষ্ঠা এবং সামাজিক ও পরিবেশগত উন্নয়ন কর্মসূচি।

^২ জলবায়ু সহনশীল টেকসই কৃষি হচ্ছে কৃষি-প্রতিবেশ বা কৃষি বাস্তুসংস্থান এবং মানবাধিকার ভিত্তিক কর্মধারা গৃহীত একশনএইড-এর একটি উদ্যোগ। একশনএইড জলবায়ু পরিবর্তনের প্রভাব মোকাবেলায় নারী ও ক্ষুদ্র কৃষকদের সক্ষমতা সৃষ্টির পাশাপাশি সামষ্টিকভাবে জলবায়ু সহনশীলতা, খাদ্য নিরাপত্তা ও সার্বভৌমত্ব অর্জনের জন্য এই টেকসই কৃষি প্রস্তাব করছে। এই প্রস্তাবের ভিত্তি হচ্ছে, স্থানীয় জনগোষ্ঠীর জন্য বর্তমান ও অদূর ভবিষ্যতের জন্য চিহ্নিত প্রধান সমস্যা ও ঝুঁকিসমূহ, স্থান বিশেষের জন্য পরিকল্পিত ও বাস্তবায়নশীল অভিযোজন কৌশলসমূহ- যার লক্ষ্য হচ্ছে ঝুঁকি হ্রাস, উৎপাদনশীলতা বৃদ্ধি এবং স্থানীয় ক্ষুদ্র উৎপাদন ব্যবস্থার সহনশীলতা ও প্রতিরোধ ক্ষমতা বৃদ্ধির নানা উপায়।

সারসংক্ষেপ

এই সহায়িকাটি কয়েকটি অধ্যায়ে বিভক্ত। প্রথম অধ্যায় হচ্ছে ‘বিবরণী’ (Description)। এখানে বাজারে প্রবেশাধিকার এপ্রোচ বা পদ্ধতি বিষয়ক আলোচনায় বেশ কিছু মৌলিক ধারণার ব্যাখ্যা প্রদান করা হয়েছে যা পরবর্তীতে পুরো বইটিতে ব্যবহার করা হয়েছে। পরবর্তী অধ্যায় হচ্ছে ‘উপাদানসমূহ’ (components), যেখানে বাজারে প্রবেশাধিকার সম্পর্কিত নিম্নলিখিত সাতটি উপাদানের বিশদ ব্যাখ্যা করা হয়েছে।

১. স্থানীয় উৎপাদনের সম্ভাবনা নির্ণয়
২. বাজার সম্পর্কে সামষ্টিক বা সামগ্রিক ধারণা
৩. বাজারের সাথে সম্পর্ক উন্নয়ন
৪. যৌথ লক্ষ্য অর্জনে সহায়ক জেডার সংবেদনশীল উৎপাদন চক্র
৫. উৎপাদন চক্রে অসম্পূর্ণতা ও ঝুঁকিসমূহ
৬. স্থায়িত্বশীল সম্পদ নির্মাণ
৭. যৌথ কর্মপরিকল্পনা (ব্যবসায় উদ্যোগ পরিকল্পনাসহ)

প্রতিটি ‘উপাদানকে (component) ব্যাখ্যাসহ বর্ণনা করা হয়েছে যাতে বাজার ও বাজারে প্রবেশাধিকারের বিষয়গুলো বুঝতে সুবিধা হয়। উদাহরণ দিয়ে বোঝানো হয়েছে কোন রূপে এটা বাস্তবে উপস্থিত থাকে। কর্মশালায় অংশগ্রহনকারীরা যাতে প্রতিটি উপাদানের অন্তত একটি অংশগ্রহনমূলক কৌশল চর্চা বা অনুশীলন করতে পারে তার জন্য প্রয়োজনীয় নির্দেশনা দেয়া আছে। প্রতিটি উপাদানের সম্ভাব্য সকল কৌশলই যে কর্মশালায় চর্চা করতে হবে এমন নয়। ‘উপাদানসমূহ যে বিন্যাসে সাজানো আছে, স্থান ভেদে বাস্তবে তার প্রয়োগও ভিন্ন হতে পারে। যেমন, উৎপাদন ব্যবস্থায় নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার

আন্তঃসম্পর্ক বা জেডার ভূমিকা সম্পর্কে অংশগ্রহনকারীদের পর্যাপ্ত জানাশোনা আগে থেকেই থাকতে পারে। যদি তা থাকে, তাহলে একেবারে শুরু থেকেই এই তথ্য সব উপাদানেপ্রয়োগ করা যেতে পারে। প্রতিটি ‘উপাদান’ আলোচনার শেষে কিছু প্রশ্ন রাখা হয়েছে। অংশগ্রহনকারীরা সেসব প্রশ্নের সঠিক উত্তর দিতে সক্ষম হলে নির্দিষ্ট উপাদান সম্পর্কে আলোচনা শেষ করা যেতে পারে।

এখানে যেসব কৌশল উপস্থাপন করা হয়েছে তা মূলত প্রস্তাব। প্রয়োজনে অন্যান্য অংশগ্রহনমূলক কৌশলও কাজে লাগানো যেতে পারে। যদি আপনি অন্য কোনও কৌশল প্রয়োগ করতে চান বা নতুন কৌশল বানাতে চান, তাহলে অনুগ্রহ করে আপনার অভিজ্ঞতা আমাদের জানান, যাতে আমরা এটা অন্যদের সাথে ভাগাভাগি করতে পারি। কারণ আমরা সবাই এই শিক্ষণ যাত্রার সহযাত্রী।

বহুল উত্থাপিত প্রশ্নগুলো উত্তরসহ পাঠকদের জন্য তুলে ধরা হল। চর্চাকারীরা বিভিন্ন সময় এসব প্রশ্ন উত্থাপন করেছেন (বাজারে প্রবেশাধিকার বিষয়ক প্রশিক্ষক প্রশিক্ষণের পর সংযোজিত হবে)। মৌলিক পরিভাষার ব্যাখ্যাসহ একটি নির্ঘণ্ট বা শব্দকোষ দেয়া হয়েছে যেখানে বিভিন্ন অপরিচিত শব্দের ব্যাখ্যা ও রেফারেন্স পাওয়া যাবে। অচেনা শব্দগুলো মোটা হরফে (bold) রাখা হয়েছে এবং তার ব্যাখ্যা নির্ঘণ্টে সংযোজন করা হয়েছে।

(বি. দ্র.- এই সহায়িকা সংক্রান্ত আরও কোনও ব্যাখ্যা প্রয়োজন হলে তা এই অংশে যুক্ত করা যেতে পারে। যেমন- বিশেষ কোনও চিহ্নের ব্যবহার, উৎপাদনের কৌশল বিষয়ক কোনও ফরম্যাট ইত্যাদি)

অধ্যায়

বিবরণী



কাঠামো-গঠন বা ফ্রেমওয়ার্ক ও মূল ধারণা সম্পর্কে এই বিবরণের মধ্যে রয়েছে উৎপাদন চক্র (value chains), বাজারে প্রবেশাধিকার, নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেডার সংবেদনশীলতা, সম্পদ সৃষ্টি (বাজারে প্রবেশাধিকার ও উৎপাদন চক্র বিষয়ক জেডার সংবেদনশীল কর্মকাঠামো বা ফ্রেমওয়ার্ক- বক্স ০১)

যে মৌলিক ধারণাটি এই সহায়িকার মূল ভিত্তি, সেটি হল, মূলধারার অর্থনীতিতে অংশগ্রহণের সুযোগ হতে পর্যায়ক্রমে বিচ্ছিন্ন মানুষদের ক্ষমতায়নই দারিদ্র দূর করার একটি শক্তিশালী উপায়। তাদেরকে এমনভাবে বাজারে সম্পৃক্ত হবার সুযোগ দিতে হবে যাতে পূর্ব হতে বঞ্চিত ও বিচ্ছিন্ন মানুষেরা প্রকৃত ও টেকসই উৎপাদনে জড়িত হতে পারেন এবং তা বাজারে সরবরাহ করতে পারেন।

বাজারে প্রবেশাধিকারের এই কাঠামো-গঠন বা ফ্রেমওয়ার্কের কাজ হচ্ছে, উৎপাদকেরা যাতে বাজারের চাহিদা মত যোগান দিতে পারেন বা নিজেদের উৎপাদিত নতুন কোনও পণ্যের চাহিদা সৃষ্টি করতে পারেন তার উপায় হিসেবে একটা উৎপাদন চক্র তৈরী বা নির্মাণ করা। চাহিদাসম্পন্ন একটি পণ্য বা সেবা সম্পূর্ণ প্রস্তুত হয়ে বাজারে আসার পেছনে যত মানুষের দক্ষতা, বিনিয়োগ বা অন্যান্য অবদান যুক্ত হয় সেই ব্যক্তিদের মধ্যে নানামুখী সম্পর্কেই উৎপাদন চক্র বা ভ্যালু চেইন বলে। এখানে আমরা প্রথমে স্থানীয় বাজার, আঞ্চলিক ও জাতীয় বাজারের উপর মনোনিবেশ করব। দ্বিতীয় পর্যায়ে আমরা রপ্তানী বাজার নিয়ে ভাবব।

বাজারে প্রবেশাধিকারের এপ্রোচ বা পদ্ধতিতে উৎপাদক ও তার পণ্য নিয়ে ভাবার বদলে ক্রেতা ও ভোক্তাদের সম্পর্কে জানাবোঝাকে অগ্রাধিকার দেয়া হয়। কারা তারা? তারা কী চান? যারা কিনবেন তারা যদি সরাসরি সেই পণ্যের ভোক্তা না হন, তাহলে প্রকৃত ভোক্তারা কী চান? সেক্ষেত্রে তারা কী কিনবেন? যে পণ্য পাওয়া যায়না, তার বদলে তারা কী কিনতে ইচ্ছুক? এভাবে ক্রেতা ও ভোক্তাদের চাহিদা বোঝা দিয়ে শুরু করলে উৎপাদকেরা বুঝতে পারেন বাজারের প্রকৃত চাহিদা মেটাতে তারা নিজেদের কিভাবে সবচেয়ে উপযোগী করে প্রস্তুত করবেন। তা না বুঝলে, হাতে যা আছে তাই নিয়ে তারা বাজারে চলে যাবেন এবং আশা করবেন সেটাই বিক্রি হয়ে যাবে।

উৎপাদকেরা যদি সুনির্দিষ্ট বাজার চাহিদা মেটাতে প্রস্তুত হতে চান, তাহলে ক্রেতাদের সাথে তাদের সম্পর্ক বাড়ে এবং ক্রেতারও নিত্যানতুন চাহিদা সম্পর্কে তথ্য দিতে শুরু করেন। ফলে উৎপাদকেরাও বাজারের পরিবর্তনশীল চাহিদার সাথে দ্রুত মানিয়ে নিতে পারেন এবং তাদের পণ্যে চাহিদা অনুযায়ী নতুন নতুন বৈশিষ্ট্য ও গুণ সংযোজন করতে পারেন। ধরা যাক, বাজারে সাবান কেসের চাহিদা আছে। এখন পাইকারি ক্রেতার যদি বাজারে গিয়ে জানান, সাবান কেসের সাথে ঘরে তৈরি সাবান থাকলে সেটা ভোক্তারা বেশি কিনবেন, তাহলে সাবান কেস

উৎপাদকেরা সাবান উৎপাদকদের সাথে সম্পর্কোন্নয়ন করতে পারেন। এতে উভয়েই উপকৃত হবেন।

এভাবে বাজার দিয়ে শুরু করা এবং ক্রেতা ও ভোক্তার সাথে সম্পর্ক তৈরি করার পদ্ধতিকে বলে চাহিদা-ভিত্তিক (demand driven) হওয়া। এর মূল কথা হলো- কেন একজন ক্রেতা উৎপাদকের সাথে বাণিজ্যে আগ্রহী হবেন এবং কিভাবে ক্রেতা ও উৎপাদক একসাথে কাজ করে একটা সমলভের অবস্থা বা উইন-উইন সিচুয়েশন তৈরি করতে পারেন তা ভালোভাবে বোঝা। এটা স্বীকৃত যে, উৎপাদকের দৃষ্টিতে সমলভ পরিস্থিতি বা উইন-উইন সিচুয়েশন হচ্ছে আর্থিক লাভের পাশাপাশি সামাজিক, পরিবেশগত ও নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্কের সাম্যতা বা জেডার সাম্যতা বিষয়ক ইস্যুতে ইতিবাচক প্রভাব রাখে। ক্রেতাও কিন্তু সামাজিক, পরিবেশগত ও নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্কের সাম্যতা বা জেডার সাম্যতা বিষয়ক ইস্যুগুলোতে আগ্রহী হতে পারেন, তবে তা অনেকাংশে ভোক্তার আগ্রহের উপর নির্ভর করে। উদাহরণ স্বরূপ বলা যায়, বাণিজ্যে সমতা (Fair Trade) বিষয়ে ভোক্তাদের সমর্থন আন্তর্জাতিক বাজারে ক্রেতাদের আচরণে পরিবর্তন এনেছে। আঞ্চলিক পর্যায়ের ক্রেতা ও ভোক্তারা নিজ নিজ কমিউনিটির কল্যাণের ব্যাপারে আগ্রহী হতে পারেন। উৎপাদক, ভোক্তা ও ক্রেতাদের মধ্যকার এই সমঝোতা তাদের নিজেদের মধ্যে যেমন দূরত্ব ঘোঁচাতে পারে, তেমনি উৎপাদকেরাও পণ্যের গুণাগুণ ও নিজেদের সম্পর্কে ভোক্তাদেরকে জানানোর সুযোগ পেতে পারেন। পাশাপাশি তারা উৎপাদনের সীমাবদ্ধতা এবং সংশ্লিষ্ট পণ্যের সাথে জড়িত পরিবেশগত বিষয় ও নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেডার ইস্যু নিয়েও ভোক্তা ও অন্যদের জানাতে পারেন।

প্রথম, দ্বিতীয় ও তৃতীয় উপাদানোচ্চাহিদা ডভভিক একটি উৎপাদন চক্র তৈরির বিভিন্ন পদক্ষেপ সম্পর্কে বিবরণ দেয়া হয়েছে।

এই সহায়িকাতে বর্ণিত উৎপাদন চক্রের লক্ষ্য হচ্ছে উৎপাদক, জনগোষ্ঠী বা কমিউনিটি ও সংশ্লিষ্ট অঞ্চলের জন্য স্থাবর ও অস্থাবর সম্পদ বৃদ্ধির নানা উপায় সৃষ্টি করা ও তা টিকিয়ে রাখা। কারণ একটি টেকসই অর্থনীতির ভিত্তিই হচ্ছে টাকা-পয়সার বাইরেও সম্ভাব্য সকল সম্পদের যোগান। ক্ষমতায়নের মূল কথাই হচ্ছে জ্ঞান। আমাদের চারপাশে বাজারে কী চলছে? কী কেনা হচ্ছে, কী বিক্রি হচ্ছে? বাজারে নেই এমন কোন জিনিস মানুষ কিনতে চাচ্ছেন? আমরা কী করতে পারি যা গুরুত্ব

পাবে? চিন্তার এই সক্রিয়তাও এক ধরনের সম্পদ যাকে বলা হয় **বুদ্ধিবৃত্তিক পুঁজি (intellectual capital)**। বাজারে প্রবেশাধিকার অর্জনের লক্ষ্যে ক্রেতা ও উৎপাদকের মধ্যে এই ধরনের আলোচনা হলে তা পরস্পরের জ্ঞান বৃদ্ধি করে। যা থেকে নতুন সুযোগ সৃষ্টি হয় আর সেই সুযোগ থেকেই সৃজনশীল সাড়া পাওয়া যায়।

বাজারে ক্রেতাগণ আসলে কী চান- উৎপাদকেরা সেটা জানার পর নির্দিষ্ট মানদণ্ড অনুযায়ী সেই চাহিদা মেটাতে হয়ত তাদের নতুন দক্ষতা, উপকরণ, জমি, যন্ত্রপাতি ও অন্যান্য সম্পদ প্রয়োজন হয়ে পড়ে। তার আগে উৎপাদকের ইতিমধ্যে যে দক্ষতা আছে বা যা সে নিজেই অর্জন করতে পারেন তাকে বলে **ব্যক্তিগত পুঁজি (individual capital)**। উপকরণ ও যন্ত্রপাতিতে বলা হয় **নির্মিত পুঁজি (built capital)**। আর জমি ও অন্যান্য প্রাকৃতিক সম্পদ যেমন পানি ইত্যাদিকে বলা হয় **প্রাকৃতিক পুঁজি (natural capital)**।

উৎপাদকদের সংগঠন এবং পুরো উৎপাদন চক্র ক্রমবর্ধমান পারস্পারিক সম্পর্ক হচ্ছে **সামাজিক পুঁজি (social capital)**। এটি উৎপাদকদের অবস্থান শক্তিশালী করে এবং যে নিয়মে উৎপাদন চক্রটি পরিচালিত হয় তা সুবিধা মত পরিবর্তন করার শক্তি প্রদান করে। উদাহরণ স্বরূপ- যদি সমাজে নারীর নিজের হাতে টাকা-পয়সা রাখার বা মুক্তভাবে যাতায়াতের অনুমতি না থাকে তাহলে তাদের পক্ষে সংশ্লিষ্ট উৎপাদন চক্রে কাজ করা বা সাফল্য অর্জন করা সম্ভব নয়। কিন্তু একটা উৎপাদন চক্রে একসাথে কাজ করার ফলে অন্যান্য অংশীদারীর সাথে সম্পর্ক উন্নয়ন হলে সমাজের এই “নিয়ম” পরিবর্তিত হতে পারে। মানুষের আচার-আচরণে প্রভাব বিস্তার করতে সক্ষম- এমন আনুষ্ঠানিক আইন কানুনই হোক কিংবা অনানুষ্ঠানিক সামাজিক রীতিনীতিই হোক- উৎপাদন চক্রে কার্যকর এসব নিয়ম পরিবর্তন করার সামর্থ্যকে বলে **রাজনৈতিক পুঁজি (political capital)**। ক্রমউন্নয়নশীল বাজারের পরিপ্রেক্ষিতে রাজনৈতিক পুঁজি খাটিয়ে প্রয়োজনীয় পরিবর্তন ঘটানোই বাজারে প্রবেশাধিকারের লক্ষ্য। এ পরিবর্তন শুধু উৎপাদকের জন্য নয়, ক্রেতার জন্যও। আর উৎপাদকের স্বার্থে ক্রেতা ও ভোক্তাদের উদ্যোগ সংগঠিত হলে সেটা হয় পরিবর্তনের জন্য শক্তিশালী ঐক্য। চতুর্থ উপাদানে উৎপাদন চক্র উন্নয়নে নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্কের সংবেদনশীলতা বা জেডার সংবেদনশীলতা নিয়ে আলোচনা করা হয়েছে।

একটা উৎপাদন চক্র গড়ে ওঠার সময় অনেক ক্ষেত্রে কিছু ঘাটতি থাকে যা দূর করলে জড়িত ব্যক্তি ও ব্যবসায়ীরা টেকসই ও সমতাপূর্ণ পদ্ধতিতে পরিপূর্ণ বিকাশ লাভ করতে সক্ষম হয়। উৎপাদন চক্রে ঘাটতি সৃষ্টি হলে সেখানে নতুন নতুন অংশীদার বা সহযোগী যুক্ত হয়ে তা পূরণ

করতে পারেন। উদাহরণ স্বরূপ: কোনও বাজারে যদি নিয়মিত সরবরাহ ব্যবস্থার প্রয়োজন হয় তখন সেখানে কোনও নতুন ব্যক্তি বা ব্যবসা প্রতিষ্ঠান সরবরাহ সেবা নিয়ে হাজির হতে পারেন। প্যাকেজিংয়ের বা মোড়কজাতের প্রয়োজন হলে নতুন কেউ সেই সেবা নিয়ে আসতে পারেন। এভাবে ইনসিওরেন্স বা ক্ষুদ্র ঋণও আসতে পারে। এই ঘটতির পাশাপাশি উৎপাদন চক্রে অনেক সময় ঝুঁকিও থাকে। উৎপাদন চক্রের একটি অংশীদার হয়ত অনিবার্য কোনও কারণে চুক্তি মোতাবেক সময়মত সরবরাহ করতে পারলেন না- তখন কী ঘটবে? একটি সফল উৎপাদন চক্র গড়ে তোলার অপরিহার্য অংশ হচ্ছে ঝুঁকি কিভাবে মোকাবেলা করতে হবে তা জানা। পঞ্চম উপাদানে ঘাটতি ও ঝুঁকি মোকাবেলা সম্পর্কে আলোচনা করা হয়েছে।

পরিশেষে, উৎপাদন চক্রের লক্ষ্যই হচ্ছে আর্থিকভাবে লাভবান হবার জন্য বাজারে প্রবেশ করা, যাতে উৎপাদকেরা শুধু আয়ই করবেন না, সঞ্চয়ও করতে পারবেন। সঞ্চয় হচ্ছে **আর্থিক পুঁজি (financial capital)** যা উৎপাদন চক্রের নিজের উন্নতির জন্যই পুনর্নিয়োগ হতে পারে কিংবা অন্যান্য সম্পদ যেমন, উন্নত শিক্ষা, স্বাস্থ্যসেবা, পুষ্টি ইত্যাদির উন্নয়নের জন্যও বিনিয়োগ করা হতে পারে। এভাবেই একটা উৎপাদন চক্রে উৎপাদক ও অন্যরা একসঙ্গে কাজ করেন এবং তারাই ঠিক করেন কোন ধরনের সম্পদ কতটা সঞ্চয় করা হবে এবং কিভাবে তা টিকে থাকবে এবং তা থেকে কারা লাভবান হবেন। বাজারে প্রবেশাধিকার মানে কেবল আয় বৃদ্ধি নয়; বরং বিনিয়োগের বিভিন্ন সুযোগ সৃষ্টি করা এবং টেকসই জীবন যাপনের জন্য বিভিন্ন ধরনের সম্পদ ব্যবহার করা। ষষ্ঠ উপাদানে সম্পদ সৃষ্টি নিয়ে আলোচনা করা হয়েছে।

বাজারে প্রবেশাধিকার হচ্ছে পরিবর্তনমুখী রূপান্তরের সোপান বা সিঁড়ি। এর সাথে সম্পৃক্ত উৎপাদন চক্রগুলো যদি লাভজনক না হয় তাহলে এই সোপান বা সিঁড়ি টিকে থাকবে না। উৎপাদন চক্রটিকে একটি ব্যবসা হিসেবে ধরলে- আপনাকে হিসাব করতে হবে কিভাবে আপনি খরচ কমাবেন, দক্ষতা বাড়াবেন, দ্রব্যের বৈচিত্র্য বাড়াবেন এবং চ্যালেঞ্জগুলোকে মোকাবেলা করবেন যাতে এটি লাভজনক হয়। এত সাবধানতার পরই কেবল আপনি টেকসই জীবন যাত্রা অর্জনের কথা ভাবতে পারবেন। এখানে মূল কথাই হল **কিভাবে** আমরা এর মুনাফার প্রক্রিয়া নিশ্চিত করতে পারব। এই সহায়িকায় বর্ণিত কর্মপদ্ধতিতে প্রস্তাবিত মুনাফার প্রক্রিয়া বৃদ্ধির জন্য সম্পদ সৃষ্টির নানা পদ্ধতি সুপারিশ করা হয়েছে। যা আর্থিকভাবে প্রাস্তিক মানুষ ও স্থানকে লাভবান করবে এবং তা শেষ পর্যন্ত একটি বৃহত্তর সমতা সৃষ্টিতে অবদান রাখবে, খাদ্য নিরাপত্তা নিশ্চিত করবে, এবং পরিবেশ ও কৃষি বৈচিত্র্য সংরক্ষণে ভূমিকা রাখবে। সপ্তম উপাদানে বর্ণনা করা হয়েছে সামষ্টিক কর্মপরিকল্পনা, যার মধ্যে রয়েছে উৎপাদন চক্রের জন্য ব্যবসা পরিকল্পনা।

বক্স ০১:

বাজারে প্রবেশাধিকার ও উৎপাদন চক্রে নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেভার সংবেদনশীল কাঠামো বা ফ্রেমওয়ার্ক

১. স্থানীয় উৎপাদন সম্ভাবনা চিহ্নিতকরণ

- এলাকায় কী উৎপাদিত হচ্ছে বা কী উৎপাদিত হতে পারে তা বিশ্লেষণ করা
- আয় ও ব্যয়ের বিশ্লেষণ
- কৃষি ও অকৃষি পণ্যের উৎপাদনে নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেভার বিশ্লেষণ
- উৎপাদন ও সম্পদ ব্যবস্থাপনায় জড়িত ক্ষমতার বিশ্লেষণ

২. বাজার সম্পর্কে দলীয় অভিমত

- বাজার পরিস্থিতি বিশ্লেষণ
- বিভিন্ন চ্যানেল ও ক্রিয়ামূলক ব্যক্তি বা এন্টর চিহ্নিতকরণ
- বাজার সম্পৃক্ততার বিদ্যমান অভিজ্ঞতা বিশ্লেষণ

৩. বাজারের সাথে সম্পর্ক স্থাপন

- বাজার অনুসন্ধান ও সম্পর্ক স্থাপনের মাধ্যমে কিভাবে বাজার পরিস্থিতি উন্নয়ন করা যায়
- সম্ভাবনাময় সম্পর্ক অনুসন্ধানের মাধ্যমে বাজারের চাহিদা বোঝা

৪. সামষ্টিক লক্ষ্য সহায়তা করতে নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেভার সংবেদনশীল উৎপাদন চক্র

- উৎপাদন চক্রের ছক এবং সেখানে বিশেষ করে নারীর জন্য চ্যালেঞ্জ ও সুযোগ চিহ্নিতকরণ
- উৎপাদন চক্রের ছকের সাথে সম্পৃক্ত বাজার সম্ভাবনা ও বিদ্যমান তথ্য ঘাটতি চিহ্নিতকরণ
- পুরো উৎপাদন চক্র নিয়ে একটি সামষ্টিক মূল্যায়ন নিরূপণ

৫. উৎপাদন চক্রে ঘাটতি ও ঝুঁকি

- ঘাটতি ও ঝুঁকিসমূহ চিহ্নিতকরণ
- সহযোগী ও প্রতিবন্ধক নীতি ও প্রতিষ্ঠান খুঁজে বের করা
- নীতি ও প্রতিষ্ঠানসমূহে কী কী ইতিবাচক পরিবর্তন দরকার তা চিহ্নিত করা

৬. টেকসই সম্পদ সৃষ্টি যা স্থিতিশীল থাকে

- সম্পদের সাতটি রূপ সম্পর্কে আপনার কী মনে হয়? প্রতিটি উপাদানে আপনি কি সেগুলোর নাম বলেছেন?
- সম্পদের কোন রূপটি আপনার সবচেয়ে বেশি আছে? কোনটি সবচেয়ে কম?
- উৎপাদন চক্রে চিহ্নিত ঘাটতি পূরণে আপনার হাতে যা আছে তা কিভাবে ব্যবহার করবেন?
- কী করলে ঘাটতি ও ঝুঁকি পূরণে আপনার গৃহীত পদ্ধতি বরং আরো সম্পদ বৃদ্ধি করবে? কাকে আপনার অংশীদার বা সহযোগী হিসেবে নির্বাচন করবেন?

৭. সামষ্টিক বা যৌথ কর্ম-পরিকল্পনা

- পরিকল্পনা প্রণয়ন- উৎপাদন চক্রে আপনার চিহ্নিত ঘাটতি পূরণে গৃহীত প্রথম পদক্ষেপ
- উৎপাদন চক্রের জন্য ব্যবসা পরিকল্পনা
- পর্যালোচনা ও শিক্ষণের পরিকল্পনা

অধ্যায়

উপাদানসমূহ



প্রথম উপাদান: স্থানীয় উৎপাদন সম্ভাবনা চিহ্নিতকরণ

স্থানীয় উৎপাদন সম্ভাবনা চিহ্নিতকরণ উপাদানের তিনটি উপ-উপাদান রয়েছে:

১. একটি এলাকায় কী উৎপাদিত হচ্ছে বা হয়ে আসছে তার বিশ্লেষণ
২. আয় এবং ব্যয় বিশ্লেষণ
৩. কৃষি ও অকৃষি পণ্যের উৎপাদন ও বাজারজাতকরণে ক্ষমতা বা পাওয়ার ও নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেভার বিশ্লেষণ

১. একটি এলাকায় কী উৎপাদিত হচ্ছে বা হয়ে আসছে তার বিশ্লেষণ: বাজারে প্রবেশাধিকারের পদ্ধতি বা এপ্রোচ সাধারণত চাহিদা ভিত্তিক হয়ে থাকে। আমরা জানি, উৎপাদকদের সকল গ্রুপের জন্য, বিশেষ করে নারী উৎপাদক (যাদেরকে ব্যবসা ও পরিবারে সমন্বয় করে চলতে হয়) এবং স্থানীয় পর্যায়ে পণ্য উৎপাদনের পরিবেশ সবসময় বাজারে চাহিদাসম্পন্ন সকল পণ্য উৎপাদনের জন্য সহায়ক হয়না। একইভাবে, সকল উৎপাদক কী ধরণের পণ্য বাজারজাত করবেন, সে সম্পর্কে বাজার সম্পূর্ণভাবে সচেতন নয়। একারণেই, উৎপাদকদের কর্ম ও বসবাস যেখানে, সেখানকার পরিবেশ, সম্পদের উৎস ও সংস্কৃতির সাথে সবচেয়ে ভালোভাবে মানানসই পণ্য সম্পর্কে পরিপূর্ণ ধারণা থাকাটা খুব গুরুত্বপূর্ণ।

এটাও জানা গুরুত্বপূর্ণ যে, একটি পণ্যের উৎপাদন কিভাবে টেকসই বা স্থায়ীত্বশীলতা, জড়িত পরিবারের খাদ্য নিরাপত্তা, নারীর অমূল্যায়িত সেবামূলক কাজ এবং নারীর কাজের চাপ- ইত্যাদি বিষয়গুলোতে প্রভাব ফেলতে পারে। এই উপাদানের গুরুত্বই একটা বিশ্লেষণ করা হয়েছে, সেটা হল, একটি এলাকায় কী কী পণ্য উৎপাদিত হয় বা হয়ে আসছে এবং সেটা কারা তৈরি করছে? নারী না পুরুষ? এই বোঝাপড়া গোটা

সম্ভাবনার জগতকে একটা কাঠামোর মধ্যে নিয়ে আসতে সাহায্য করে যা বাজার চাহিদা বুঝে কাজ করতে ব্যবহার করা যায়- পরিচিত কোন পণ্য একইভাবে আরো উৎপাদন করা বা সামান্য পরিবর্তন আনা অথবা নিজেদের দক্ষতা ও সম্পদ পুনর্বিবেচনা করে সম্পূর্ণ নতুন কোনও পণ্য বাজারজাত করা। উদাহরণ স্বরূপ- সেচের কাজে ঢালু জমি ব্যবহার করার কথা বলা যায়। ঢালু জমি হয়ত এমনি পড়ে থাকে। কিন্তু সেচের কাজে ড্রেন তৈরির জরুরি খরচ এটি বাঁচিয়ে দিতে পারে। তাই, ব্যবহার করতে জানলে ঢালু জমিও একটি সম্পদ হতে পারে। এই অনুশীলনটি আপনার এলাকার বা জনপদের কোনও অমূল্য সম্পদ চিহ্নিত করতে সাহায্য করতে পারে, যা প্রায় ব্যবহারই করা হয়না।

উৎপাদন অভিজ্ঞতা, সামর্থ্য ও সম্পদ বিশ্লেষণ করার কাজে যেসব উপকরণ (tool) আমরা ব্যবহার করার পরামর্শ দিয়ে থাকি সেগুলো হচ্ছে, সময়কাল (Timeline), সময়ছক (Timeline-Matrix), সম্পদ সনাক্তকরণ, ঋতুভিত্তিক ক্যালেন্ডার এবং ফোকাস গ্রুপ ডিসকাশন বা দলীয় আলোচনা। উৎপাদক দলের সদস্য ও সংশ্লিষ্ট জনপদের বা অঞ্চলের অন্যান্য পরামর্শদাতা/সহায়ক ব্যক্তিগণ।

সেকশন ক: একটি এলাকায় কী উৎপাদিত হয় বা হয়ে আসছে তার বিশ্লেষণ এবং কারা উৎপাদন করছে?

কৌশলের (tool) নাম: সময়কাল বিশ্লেষণ: সময়ের সাথে পরিবর্তন সনাক্তকরণ

উদ্দেশ্য: একটি এলাকায় কী উৎপাদিত হয় বা হয়ে আসছে তা ভালোভাবে বোঝার জন্য চারটি কৌশলের প্রথমটি হচ্ছে টাইমলাইন বা সময়কাল। অতীতের কোনও চর্চা বা কেন পরিবর্তন হয়েছে তা পর্যালোচনা করার মাধ্যমে অংশগ্রহনকারীরা সুযোগ ও চ্যালেঞ্জসমূহ আরো ভালোভাবে বুঝতে পারবে। মনে রাখবেন: একটা উদ্যোগ ইতিহাসের কোনও একটা সময়ে সফল হয়নি মানে এই নয় যে, সেটা এখন অন্য কোনও পরিস্থিতিতে আর সফল হবে না।

এই কৌশলটি একটা নির্দিষ্ট বিষয়ের জন্য ব্যবহার করতে হবে (যেমন: “আমরা কী খাই তার পরিবর্তন”, “একটি নির্দিষ্ট সম্পদ দ্বারা তৈরি পণ্যে কী পরিবর্তন এসেছে”, “ভূমির ব্যবহার, বৃষ্টি ও ফসলের ধরনে পরিবর্তন”, “বিপণনের ধরনে পরিবর্তন”, “উৎপাদন, রীতিনীতি ও চর্চায় জেভার ভূমিকায় পরিবর্তন”, “জনপদের বিভিন্ন গ্রুপ কিভাবে নিজেদের সংগঠিত করে তার পরিবর্তন” ইত্যাদি)। অথবা একটি সুনির্দিষ্ট পণ্যের ক্ষেত্রে ব্যবহার করতে হবে (যেমন: “গরুর মাংস ও খাসীর মাংসের পরিমাণের পরিবর্তন”)। বাজার যদি অজানা হয়, অতিরিক্ত কোন বিষয় বা পণ্যের ক্ষেত্রে এই কৌশল পুনরায় ব্যবহার করাই উচিত হবে।

সময়: ১.৫-২ ঘন্টা।

অংশগ্রহনকারীর সংখ্যা: ৬-১৫ জন। (বড় মিশ্র গ্রুপ বা জেডার ভিত্তিতে দুইটি বিভক্ত গ্রুপ)। সামগ্রিক উপসংহার যৌক্তিক করতে এলাকার মিশ্র শ্রেণীর মানুষ থাকা বাঞ্ছনীয়।

প্রয়োজনীয় উপকরণ: মার্কার, লম্বা ও চওড়া কাগজ, আঁকার জন্য ছোট টুকরা কাগজ, টেপ। কাগজ কলম না পাওয়া গেলে অথবা লিখতে পড়তে না জানা অংশগ্রহনকারী থাকলে কাজটা মাটিতেও করা যেতে পারে। চিহ্নিতকরণের জন্য স্থানীয় সহজলভ্য উপকরণ ব্যবহার করা যেতে পারে।

নির্দেশনা:

- আলোচনার জন্য নির্ধারিত বিষয় বেছে নিন। ছবি এঁকে, লিখে বা প্রতীক চিহ্ন দিয়ে কাজটা করা যেতে পারে। (উদাহরণ: পরিমাণ বুঝাতে ছোট ছোট পাথর ব্যবহার করা)।
- ৫ বা ১০ বছর বুঝাতে একটি টাইমলাইন তৈরি করুন। দলীয় আলোচনার মাধ্যমে সেটা বিভিন্ন ঘটনা দিয়ে চিহ্নিত করুন। নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেডার দৃষ্টিভঙ্গি ব্যবহার নিশ্চিত করুন। প্রতি ক্ষেত্রে নারী ও পুরুষ পার্থক্য জিজ্ঞেস করুন। (উপযুক্ত মনে হলে জেডার ভিত্তিতে দল ভাগ করুন)। প্রশ্নের মধ্যে থাকতে পারে: কাজটা কে করে? বেতনভুক্ত নাকি অবৈতনিক? সিদ্ধান্ত কে গ্রহণ করে?
- প্রতিবার আলোচনার জন্য সময় নির্ধারণ করে দিন। প্রতিটি প্রাসঙ্গিক ইস্যু যাতে নথিবদ্ধ করা হয়, তা নিশ্চিত করুন। (মেট্রিক্সে একাধিক এন্ট্রি বা ভুক্তি থাকতে পারে)। অতীতের কোনও সংবেদনশীল ইস্যু উঠে আসতে পারে। এটা ঘটলে সহায়ক পরবর্তী কর্মকাণ্ডে চলে যাবেন এবং উক্ত সংবেদনশীল বিষয় নিয়ে ফোকাস গ্রুপে আলোচনা করবেন।

এই কাজ থেকে বের হয়ে আসা তথ্য নিয়ে মতামত:

- আপনি বা আপনার গ্রাম (জনগোষ্ঠী) আগে কী পণ্য উৎপাদন করত, যা এখন আর উৎপাদিত হয় না? অথবা খুব কমে গেছে? কোন পণ্য পুরুষ উৎপাদন করত? কোন পণ্য নারী?
- উক্ত পণ্য উৎপাদন বন্ধ হয়ে যাবার পেছনে কী কী দায়ী? এখন কি সেসব প্রতিবন্ধকতা পরিবর্তন হয়েছে? বা এখন সেসব মোকাবেলা করা সম্ভব? হয়ে থাকলে কোনগুলো? এখন কি পুরুষের তৈরি বা নারীর তৈরি পণ্যের মধ্যে কোনও পরিবর্তন এসেছে? এই পরিবর্তন কিভাবে ঘটল?
- অতীতে কী ধরনের জ্ঞান বা দক্ষতা দেখা যেত? প্রয়োজন হলে সেগুলোর উন্নয়ন করা কি সম্ভব?
- কমিউনিটিতে আগে যে সম্পদ ব্যবহার করে উৎপাদন হত, এখন আর ব্যবহার হয়না, সেগুলো কি এখনও বিদ্যমান? নারী ও পুরুষের ভূমিকা কী? এই ভূমিকায় কী কী পরিবর্তন এসেছে? নারী-পুরুষের সম্পদে প্রবেশাধিকারের ক্ষেত্রে কী পরিবর্তন এসেছে? এর ফলে কি নতুন কোনও সুযোগ সৃষ্টি হয়েছে? জেডার ভূমিকায় পরিবর্তন কি কোনও পণ্যের উৎপাদন বৃদ্ধিতে কাজে লাগছে?

আলোচনার উঠে আসা মূল বিষয়গুলো টুকে রাখুন। এই ইস্যুতে আরো বিস্তারিত অনুসন্ধান করতে চাইলে টাইমলাইন এবং টাইম ম্যাট্রিক্স থেকে উঠে আসা তথ্য গুছিয়ে রাখুন। ফোকাস গ্রুপ ডিসকাশন বা দলীয় আলোচনার সময় আরো কোনও প্রশ্ন করার থাকলে তা চিহ্নিত করে রাখুন।

উদাহরণ:

- নদীতে প্রাপ্ত ঘাস থেকে উৎপাদিত পণ্যের পরিবর্তন

টাইমলাইন

| | | | | |
|--------------------------------|---|--|---|------|
| নারীরা নদী থেকে ঘাস সংগ্রহ করত | পর্যটন বেড়ে যাওয়ায় শহরে ঘাস দিয়ে বানানো পাটির চাহিদা বেড়ে যায় | পুরুষেরাও ঘাসের তৈরি পণ্য বানাতে শুরু করে, বিশেষ করে বড় ঝুড়ি | পর্যটকদের জন্য আকর্ষণীয় পণ্য উৎপাদনের জন্য নারীরা ঘাস পাচ্ছে না (বা হয়ত অনেক বেশি সময় লাগছে) | |
| ১৯৭৫ | ১৯৮৫ | ১৯৯৫ | ২০০৫ | ২০১৫ |

সময় ছক (Time-Matrix)

টাইমলাইনে উঠে আসা বিষয়গুলোর ভিত্তিতে আমরা নিচের সময়-ছকটি পূরণ করতে পারি।

| সময়কাল | প্রধান কর্মকাণ্ড | জনগোষ্ঠীর প্রতিটি সদস্যের ভূমিকা |
|-----------|--|---|
| ১৯৭৫-১৯৮৫ | নারীরা নদী থেকে ঘাস সংগ্রহ করত এবং গৃহস্থালি কাজে ব্যবহারের জন্য পাটি/মাদুর তৈরি করত | নারীরাই নদীতে প্রাকৃতিকভাবে উৎপন্ন ঘাসের যত্ন নিত, মরা পাতা কেটে ফেলে দিত, শুধু পরিণত ঘাসের ডগা সংগ্রহ করত, কচি ডগাগুলো বড় হবার জন্য রেখে দিত |
| ১৯৮৫-১৯৯৫ | নিকটস্থ শহরে পর্যটকের আনাগোনা বেড়ে যাওয়ায় সেখানে হাতে তৈরি পাটির কদর বেড়ে যায়। যখন নারীরা দেখল শহরে পাটি অনেক বিক্রি হচ্ছে তখন তারা ঘাস দিয়ে অন্যান্য পণ্য তৈরির কথাও ভাবতে শুরু করল এবং সে অনুযায়ী দক্ষতা বাড়ালো। বাজারে নারীরা একত্রিত হয়ে এসব পণ্য বিপণন করত এবং একটি সমন্বয় সমিতি চালু করল। নারীদের আয় বাড়ল। | নারীরা ঘাসের যত্ন অব্যাহত রাখল। যতটুকু ঘাস কাটা হত তার সবটা ব্যবহার নিশ্চিত করত। ছেঁটে ফেলা টুকরা ঘাসের ডগা ফেলে না দিয়ে সেগুলো দিয়ে তারা চিকন হাতের চুড়ি বানাতে শুরু করল। |
| ১৯৯৫-২০০৫ | পুরুষেরাও ঘাসের পণ্য উৎপাদন শুরু করল। বিশেষ করে বড় ঝুড়ি তৈরি করে সেটা দিয়ে তারা শহরের ক্রমবর্ধমান নির্মাণ কাজের স্থান থেকে বর্জ্য বহন করতে শুরু করল। পুরুষদের আয় ব্যাপক বাড়ল। | বড় ঝুড়ির চাহিদা বেড়ে যাওয়ায় প্রচুর পরিমাণ নদীর ঘাস প্রয়োজন হয়ে পড়ল। বিনা বিচারে সকল বয়সী ঘাস কাটা হতে লাগল। নারীরা তাদের পণ্যের জন্য ঘাস সংগ্রহ করতে অনেক দূর পর্যন্ত যেতে বাধ্য হল। |
| ২০০৫-২০১৫ | পর্যটকদের জন্য পণ্য বানাতে প্রয়োজনীয় ঘাস সংগ্রহ করা নারীদের জন্য কঠিন হয়ে গেল (অথবা দীর্ঘ সময় লাগত)। বাড়িতে ঘাসের পাটির বদলে প্লাস্টিকের বা কৃত্রিম উপকরণের পাটি কেনা হতে লাগল। নারীদের আয় ব্যাপকভাবে কমে গেল। | নদীর তীরে ঘাসের পরিমাণ ক্রমেই কমেতে লাগল। ফলে নদীর কিনারে মাটি ক্ষয় হতে লাগত, পাড় ভাঙতে লাগল এবং নদীর পানির মান কমে যেতে থাকল। এলাকায় অনেক রোগ ব্যাধি দেখা দিল। নারীরা তাদের সেবায় ব্যস্ত হয়ে গেল। ভালো পানি আনতে নারীদের অনেক দূর পর্যন্ত হাঁটতে হয়। |

আরেকটি উদাহরণ: এলাকায় মাংস উৎপাদনে পরিবর্তন (ছোট পাখর দ্বারা সংখ্যা নির্দেশিত)

সময় ছক (Time-Matrix)

| | ১৯৯৫-২০০০ | ২০০০-২০০৫ | ২০০৫-২০১০ | ২০১০-২০১৫ |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| ছাগল | . | ... | | . |
| ভেড়া | | | | |
| গরু | ... | .. | . | |
| বৃষ্টিপাত | | | | .. |

আলোচনায় উঠে আসা ফলাফল:

- ২০০০ থেকে ২০১০ সময়কালে খাসির মাংস উৎপাদন বৃদ্ধি পেয়েছিল কারণ সে সময় বিনামূল্যে পশু চিকিৎসা সেবা পাওয়া যেত। ২০০৯ সালে কাঠামোগত সমন্বয় কর্মসূচি গ্রহণের ফলে সরকার এসব সেবার বিনিময়ে মূল্য নিতে শুরু করে, যা এলাকার অনেকেই পরিশোধ করতে পারেনি। একজনের পক্ষে নিজের ছাগল নিয়ে পশু চিকিৎসার জন্য স্বাস্থ্যকেন্দ্রে আসার খরচ বেশি পড়ে বলে সশ্রম করার জন্য গ্রামের সবাই একসাথে তাদের ছাগল নিয়ে আসত।
- ২০০৩ সালে পাশ হওয়া স্বাস্থ্য নীতি ও অন্যান্য অবশ্য পালনীয় বিষয়ের কারণে ক্রমবর্ধমান উপকরণ ও চর্চার আয়োজন করতে না পারায় এলাকার অনেকেই গরুর মাংস উৎপাদনে অক্ষম হয়ে পড়ে। ২০১৫ সালে এসে দেখা যায় গ্রামের মানুষ নয়, গরুর মাংস উৎপাদন করছে শুধুমাত্র করপোরেশন।
- ভেড়া উৎপাদন বৃদ্ধির একটি সম্ভাবনা দেখা দিয়েছে কারণ, এলাকা থেকে বাজারে পরিবহন সহজলভ্য হয়েছে।
- বৃষ্টিপাত কমে যাওয়ায় গবাদি পশুর জন্য ঘাসের সহজলভ্যতা কমে গেছে, যার ফলে প্রতিযোগিতা বেড়েছে এবং উৎপাদন কমেছে।



সেকশন ক। একটি এলাকায় কী উৎপাদিত হচ্ছে বা হয়ে আসছে তার বিশ্লেষণ:

কৌশলের (tool) নাম: নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেতার বাস্কব সম্পদ সনাক্তকরণ (Asset Mapping): জেতার দৃষ্টিভঙ্গীতে উৎপাদন অবকাঠামো, ভূমি, দক্ষতা এবং অন্যান্য সম্পদ চিহ্নিতকরণ

উদ্দেশ্য: একটি এলাকায় কী উৎপাদিত হয় বা হয়ে আসছে তা ভালোভাবে বোঝার জন্য চারটি কৌশলের দ্বিতীয়টি হচ্ছে সম্পদ সনাক্তকরণ। মালিকানা, প্রবেশাধিকার ও নিয়ন্ত্রণসহ এলাকার সম্পদসমূহ চিহ্নিত করা গেলে অংশগ্রহনকারীরা উৎপাদন বৃদ্ধির সুযোগসমূহ, বাধাসমূহ, ঘাটতি আরো ভালোভাবে বুঝতে সক্ষম হবে। তারা বের করতে পারবে কোন সম্পদসমূহ এই মুহূর্তে প্রায় ব্যবহার হচ্ছে না।

বিদ্যমান উৎপাদন উপকরণ (যেমন: দালান, সংরক্ষণ সুবিধা, সড়ক, ভূমি, দক্ষতা, ঋণ, কাঁচামাল, মোবাইল ফোন ইত্যাদি) চিহ্নিত করার জন্য এই কৌশলটি ব্যবহার করা হবে। সুনির্দিষ্ট এক সেট পণ্য অথবা বিদ্যমান সম্পদের একটি সাধারণ তালিকা প্রস্তুত করার কাজে এই কৌশলটি ব্যবহার করা হবে। যেহেতু নতুন বাজার চিহ্নিত হয়েছে, অতিরিক্ত পণ্যের বিষয়ে আরো বিস্তারিত আলোচনার জন্য এই কৌশলে ফিরে আসা প্রয়োজন হতে পারে।

প্রয়োজনীয় সময়: ১.৫-২ ঘন্টা।

অংশগ্রহনকারীর সংখ্যা: ৫-১৫। ছোট ছোট গ্রুপে এই কৌশলটি সবচেয়ে বেশি ফলপ্রসূ হয়। আলোচনার সময় গ্রুপসমূহের ফলাফল একীভূত করে নেয়া যায়। পুরো কাজে একজন সহায়ক থাকলে ভালো হয়। কারণ, পুরো গ্রুপ মানচিত্র আঁকায় নিয়োজিত থাকে। সামগ্রিক একটা উপসংহারে আসার জন্য এলাকার বিভিন্ন শ্রেণী থেকে অংশগ্রহনকারী থাকা বাঞ্ছনীয়। নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেতারের ভিত্তিতেও গ্রুপ ভাগ করা যেতে পারে।

জরুরি পরামর্শ: অন্য সকল অংশগ্রহনমূলক কৌশলের মতই, সহায়কের উচিত সকল কর্মকাণ্ডে কোন একক ব্যক্তি বা অল্প কয়েকজনের প্রাধান্য পরিহার করা, এবং অনুশীলনের সময় সকলের সক্রিয় অংশগ্রহন নিশ্চিত করা।

মানচিত্র তৈরির প্রক্রিয়ায় স্থানীয় ও সহজে নড়ানো যায় এমন উপকরণ ব্যবহার করলে তা বেশি গণতান্ত্রিক হয় এবং অংশগ্রহনকারীরা এতে

একাত্তর বোধ করে। গ্রুপের কাজে সাধারণত একটি বা দুইটি কলম থাকে, ফলে কাজটা গ্রুপের মধ্যে লিখতে পড়তে পারা মানুষের নিয়ন্ত্রণে চলে আসে। ছোট ছোট বস্তু যেমন নুড়ি পাথর বা কাঠি দ্বারা কাজটা করা হলে গ্রুপের সকলেরই সেগুলো বসানোর সুযোগ আসে। (প্রতিটি বস্তু বসানোর সাথে সাথেই সেটার বিষয়ে আলোচনা নিশ্চিত করুন)। আলোচনার মাধ্যমে এসব বস্তু সরানোর সুযোগ থাকে, যেখানে কলম দিয়ে একবার ভুল দাগ দেয়া হলে তা সংশোধন করতে অনেক কষ্ট স্বীকার করতে হয়। বিভিন্ন ধরনের বস্তু ব্যবহার করে আলাদা জিনিসের প্রতিনিধিত্ব করাটা গুরুত্বপূর্ণ। যেমন: পাথর মানে গরু, পাতা মানে ভেড়া ইত্যাদি। এতে করে মানচিত্র সম্পূর্ণ হলে যে কেউ তা পাঠ করতে পারবে।

কাগজ ব্যবহার করা হলেও খুব ভালো হয় যদি প্রথমেই বড় কাগজে ছক করে সরাসরি লিখতে শুরু না করে, বস্তু বা ঘর এঁকে সেখানে কাগজের টুকরা বা অন্য ছোট ছোট বস্তু বসিয়ে বসিয়ে প্রথমে চিহ্নিতকরণের কাজটা শেষ করা।

প্রয়োজনীয় উপকরণ: মার্কার, বড় ও প্রশস্ত কাগজ, আঁকার জন্য ছোট ছোট টুকরা কাগজ, আঠা বা টেপ ইত্যাদি। মানচিত্রটি কাঠি দিয়ে মাটিতেও আঁকা যেতে পারে এবং ছবি, প্রতীক চিহ্ন অথবা অকুস্থলে পাওয়া উপকরণ ব্যবহার করা যায়। কেনা মানচিত্রও ব্যবহার করা যায়। তবে সেক্ষেত্রে অংশগ্রহনকারীদেরকে মানচিত্রে ব্যবহৃত চিহ্ন বা ল্যান্ডমার্কের ব্যবহার ও তারা কিভাবে আরো চিহ্ন যোগ করবে তা শিখিয়ে দিতে হবে।

নির্দেশনা:

৪। অংশগ্রহনকারীদের বলুন তাদের এলাকা সম্পর্কে চিন্তা করতে এবং এরপর তারা সেইসব সম্পদ আঁকবে যা তাদের কোনও নির্দিষ্ট পণ্য বা সাধারণভাবে সব পণ্য উৎপাদনে সাহায্য করবে এবং সেগুলোকে মানচিত্রে বসাতে বলুন। এর মধ্যে যা অন্তর্ভুক্ত থাকা দরকার:

- ক) বাড়িঘর, যেখানে তারা বাস করে। এদের মধ্যে একজনের ঘর চিহ্নিত করতে হবে যার একটা বিশেষ পণ্য উৎপাদনে দক্ষতা আছে। শুধু বিশেষ জ্ঞানের বিষয় উল্লেখ করলে সুবিধা হবে। (যেমন: ফসল কাটা একটা গুরুত্বপূর্ণ দক্ষতা, কিন্তু এই গুণটি অনেক মানুষের আছে। কাজেই এটা মানচিত্রে উল্লেখ করা ঠিক হবে না)। গ্রুপের নারী সদস্যের একটা গুণ এখানে তুলে ধরা ভালো হবে। কারণ, আমাদের অভ্যাস হচ্ছে নারীদের নৈমিত্তিক কাজকে অবহেলা করা।
- খ) বর্তমানে ব্যবহৃত হচ্ছে এমন ভূমি বা অন্যান্য প্রাকৃতিক সম্পদ (যেমন বন, পানির উৎস- পান করার পানি, পশুর জন্য, ক্ষেতে দেবার জন্য, উৎপাদনের জন্য পানি ইত্যাদি), ভূমি বা অন্যান্য প্রাকৃতিক সম্পদ যা ব্যবহার করা যেতে পারত কিন্তু উৎপাদনের কাজে এখন ব্যবহৃত হচ্ছে না। ভিন্ন ভিন্ন রঙ দিয়ে চিহ্নিত করুন এদের মধ্যে কোনটার উপর পুরুষের নিয়ন্ত্রণ রয়েছে এবং কোনটার উপর নারীর নিয়ন্ত্রণ রয়েছে।
- গ) কাঁচামাল বা ব্যবহারযোগ্য উপকরণের অবস্থান ও বস্তু (বীজ, সার, জৈবসার, গোবর, জৈব কীটনাশক, বনজ কাঠ, ঋণ, সম্প্রসারণ ইত্যাদি)। এর কিছু উপকরণের অবস্থান এলাকার বাইরে হতে পারে, সেটা চিহ্নিত করতে হবে।
- ঘ) বিভিন্ন পণ্যের পরিবহন সুবিধা, রুট, অবস্থা ও সময়কাল (যেমন: পশু সম্পদ) এবং তারা কোথায় যায়। (উদাহরণ স্বরূপ: উগাভার নারী অংশগ্রহনকারীরা উল্লেখ করেন, বাজারে যাবার জন্য পরিবহন খুবই অসুবিধাজনক ছিল কারণ, পরিবহনের ড্রাইভার/মালিকদের কাছে পণ্য পরিবহনের যথাযথ সুবিধা ছিলনা, যেমন বৃষ্টি আসলে শস্য ঢেকে রাখার পর্দা)।
- ঙ) সংরক্ষণাগার এবং সেখানে কী সংরক্ষণ করা হয়?
- চ) প্রক্রিয়াজাতকরণের স্থান;
- ছ) উৎপাদনে ব্যবহৃত অন্যান্য গুরুত্বপূর্ণ সম্পদ;
- জ) বিদ্যমান সম্পদ বা অবকাঠামো চিহ্নিত করার চেয়েও গুরুত্বপূর্ণ হচ্ছে তাদের বর্তমান অবস্থা সম্পর্কে মতামত চাওয়া, সেগুলো কি যথেষ্ট? ঠিকমত কাজ করছে কি? সীমাবদ্ধতা কোথায়?
- ঝ) উৎপাদন সীমাবদ্ধকারী ও পরিবেশগত প্রতিবন্ধকতা সৃষ্টিকারী প্রভাবক চিহ্নিত করা, সম্ভাব্য বৃষ্টি (যেমন বন্যা উপদ্রুত এলাকা, ভূমিধস, দাবানল উপদ্রুত এলাকা ইত্যাদি)।

আনুমানিক ৪৫ মিনিট পর, অথবা গ্রুপের কাজ শেষ হলে প্রতিটি গ্রুপকে তাদের মানচিত্র উপস্থাপন করতে বলুন। তাদের মধ্যে কী কী মিল আছে? কী পার্থক্য আছে? তারা কেন এগুলো মনে করছে?

৫। যে মানচিত্রটি সবচেয়ে বেশি সঠিক হয়েছে, সেটি নির্বাচন করুন এবং সেখানে যেগুলো বাদ পড়েছে, অন্য দলের মানচিত্র থেকে তা যুক্ত করে পরিপূর্ণ করুন। এবার সবাইকে জিজ্ঞেস করুন এই ‘সর্বসম্মত মানচিত্রে’ সবার মতামত প্রতিফলিত হয়েছে কিনা। প্রয়োজন হলে, একটি ছোট দল তৈরি করে সবার মতামতের ভিত্তিতে নতুন মানচিত্রটি পুনরায় আঁকতে বলুন।

প্রতিফলন:

- ১। কোন কোন সম্পদ ইতিমধ্যে ব্যবহার হচ্ছে? কোনগুলো অব্যবহৃত পড়ে আছে, কিছুর কাজে লাগতে পারে?
- ২। কোন সম্পদটি খাওয়া-পাড়ার জন্য ব্যবহৃত হচ্ছে? কোনটি বাণিজ্যিকভাবে? যদি দুইক্ষেত্রেই ব্যবহৃত হয়, তাহলে আনুমানিক কোন খাতে কত ভাগ ব্যবহৃত হচ্ছে?
- ৩। গৃহস্থকাজে ব্যবহারের জন্য কি পর্যাপ্ত সরবরাহ আছে?
- ৪। প্রচলিত পণ্যসমূহের উৎপাদন বৃদ্ধিতে বাধা হতে পারে কোনটা? পরিবেশগত কোনও প্রভাবক আছে কি?
- ৫। মানচিত্রে তাকিয়ে দেখুন, কোন সম্পদ আপনি দেখতে পাচ্ছেন, যা প্রচলিত পণ্যের বাইরে নতুন কিছু উৎপাদনে কাজে লাগানো যেতে পারে? কী হতে পারে সেই নতুন পণ্য?
- ৬। বাধাস্বরূপ প্রভাবকসমূহ কী কী?
- ৭। সেসব সম্পদে প্রবেশাধিকার, নিয়ন্ত্রণ ও সিদ্ধান্ত গ্রহণে জেভার ভিত্তিক অবস্থাটা কেমন? উৎপাদন বৃদ্ধি বা নতুন পণ্য উৎপাদনের সম্ভাবনার ক্ষেত্রেই জেভার ভিত্তিক অবস্থাটা কেমন?
- ৮। মানচিত্রটি ২০ বছর আগে আঁকা হলে কেমন হত দেখতে? অতীত বিশ্লেষণের ভিত্তিতে আমরা ভবিষ্যতের প্রবণতা আলোচনা করতে পারি। বর্তমান অবস্থা চলমান থাকলে অবস্থাটা কেমন দাঁড়াবে? আগামী ৫/১০ বছর সময়ে অবস্থাটা কেমন দেখতে চান?

ভবিষ্যতে রেফারেন্স হিসেবে ব্যবহারের জন্য, আপনাদের লক্ষ্য অনুযায়ী সময়ের সাথে পরিবর্তন ও অগ্রগতি রেকর্ড করার জন্য মানচিত্রটি সংরক্ষণ করুন। ফোকাস গ্রুপ ডিসকাশনের সময় আলোচনার জন্য আরো কোনও প্রশ্ন থাকলে তা উত্থাপন করা যেতে পারে। অন্য কোনও কৌশলও ব্যবহার করতে পারেন।

জরুরি সুপারিশ:

বিস্তারিত আলোচনার প্রয়োজনে এবং সম্পদে প্রবেশাধিকার, নিয়ন্ত্রণ ও সিদ্ধান্ত গ্রহণ সম্পর্কে আরো ভালো ধারণা পেতে প্রবেশাধিকার ও নিয়ন্ত্রণ ছক (access and control matrix) ব্যবহার করুন।



সেকশন ক। একটি এলাকায় কী উৎপাদিত হচ্ছে বা হয়ে আসছে তার বিশ্লেষণ:

কৌশলের নাম: ঋতুভিত্তিক ক্যালেন্ডার: বছরের বিভিন্ন সময়ে এবং বয়স/ জেভার ভিত্তিতে উৎপাদন উপকরণের পরিবর্তন চিহ্নিতকরণ

উদ্দেশ্য: একটি এলাকায় কী উৎপাদিত হচ্ছে বা হয়ে আসছে তা ভালোভাবে বুঝার জন্য ঋতুভিত্তিক বর্ষপঞ্জী বা ক্যালেন্ডার হচ্ছে চারটি কৌশলের মধ্যে তৃতীয়। বিভিন্ন ঋতুতে বয়স ও জেভার ভিত্তিতে উৎপাদন কর্মকাণ্ড কখন পরিচালিত হয় এবং বিভিন্ন উপাদানে কখন পরিবর্তন আসে তা চিহ্নিত করতে এই কৌশলটি ব্যবহার করা হয়। নিম্নলিখিত ঋতু, বাজারে প্রবেশাধিকার বাধাগ্রস্তকারী প্রভাব এবং নারীর জন্য প্রতিবন্ধকতার সাথে খাপ খাইয়ে নেবার বিভিন্ন প্রণালী বুঝতেও সাহায্য করে এটি। একটি নির্দিষ্ট পণ্য বা পরস্পর সম্পর্কযুক্ত একাধিক পণ্যের জন্য এটি পূর্ণাঙ্গ ও সর্বোত্তম কৌশল। নতুন নতুন বাজার চিহ্নিত হলে সেখানকার নতুন পণ্যের ব্যাপারে বিশদ আলোচনা করতে এই কৌশল নতুন করে ব্যবহারের দরকার হবে।

নতুন প্রযুক্তি বা মধ্যবর্তী কোনও হস্তক্ষেপ প্রয়োগের ফলাফল বুঝতেও এই কৌশলটি ব্যবহার করা যেতে পারে। কল্পনা করুন, উৎপাদন চক্র গঠিত হবার আগে এবং পরে বাড়ির বিভিন্ন সদস্যের জন্য ঋতুভিত্তিক ক্যালেন্ডারটি দেখতে কেমন হবে তাহলে কোনও পরিবর্তনের প্রভাব কেমন হবে এটা যেমন বোঝা যাবে, তেমনি কোনও নেতিবাচক প্রভাব প্রশমন করা বা উৎপাদন চক্রে কোনও পরিবর্তন আনাও সম্ভব হবে। নতুন নতুন বাজার চিহ্নিত হবে বলে, সেখানকার নতুন পণ্যের ব্যাপারে বিস্তারিত আলোচনা করার জন্য এই কৌশলে ফিরে আসার প্রয়োজন হতে পারে।

কাজিকৃত সময়: ১-১.৫ ঘণ্টা

অংশগ্রহনকারীর সংখ্যা: ১০-২০ জন। আলোচনা এবং ফলাফল সন্নিবেশন করতে এই কৌশলটি ছোট গ্রুপের জন্য সবচেয়ে পূর্ণাঙ্গ। যদি একাধিক গ্রুপ থাকে, তাহলে তা বয়স ও নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেভার ভিত্তিক হতে পারে। মিশ্র গ্রুপ হলে নিচের #২ ধাপের তালিকা থেকে প্রতিটি গ্রুপে আলাদা আলোচ্য বিষয় নির্ধারণ করে দেয় যেতে পারে। যদি এমন হয়, নারী ও পুরুষের বা বিভিন্ন বয়সের মানুষ পৃথক পণ্য উৎপাদনের সাথে জড়িত, তাহলে সে অনুযায়ী গ্রুপ করলে অর্থবহ হবে। পরে তাদের সবাইকে একসাথে করে পারস্পারিক তথ্যের ভিত্তিতে যাচাই করা যাবে।

প্রয়োজনীয় উপকরণ: মার্কার, বড় সাদা কাগজ, আঁকার জন্য ছোট টুকরা কাগজ, টেপ/আঠা ইত্যাদি। ক্যালেন্ডারটি মাটিতেও কাঠি দিয়ে এঁকে ছবি বা প্রতীক ব্যবহার করা যেতে পারে (যেমন: পাথর, বীজ, কাঠি ও অন্যান্য)।

নির্দেশনা: প্রতিটি গ্রুপকে মাস ও বৃষ্টিপাতের সময় চিহ্নিত করতে বলুন। এতে করে সকল অংশগ্রহনকারীর জন্য ঋতু সংক্রান্ত একটি সাধারণ জায়গা থেকে শুরু করা সহজ হবে। অনেকের হয়ত মাস বা ঋতুর নাম জানা না থাকলেও বৃষ্টিপাতের উল্লেখ করলে সে সহজেই তার দৈনন্দিন জীবনের সাথে সম্পর্কিত করতে পারবে। অনেক জনগোষ্ঠীতে দেখা যায়, বছরের বিভিন্ন ভাগ সম্পর্কে নিজেদের আলাদা পদ্ধতি থাকে। সেক্ষেত্রে তাদের সেটাই ব্যবহার করা উচিত।

১। অংশগ্রহনকারীদের বলুন নিচের তালিকাভুক্ত বিষয়গুলো কখন ঘটে এবং বাড়ির কোন সদস্য দায়িত্বপ্রাপ্ত থাকে (বয়স/জেভার ভেদে) তা চিহ্নিত করতে। নিচের তালিকাটি প্রস্তাবনা মাত্র। প্রয়োজনে সংযোজন বিয়োজন করা যাবে।

- ক) কৃষি শ্রম: মাঠ প্রস্তুত করা, চাড়া বোনা, উপকরণ প্রয়োগ করা, নিড়ানি দেয়া, ফসল কাটা ইত্যাদি।
- খ) আয়/ ব্যয়
- গ) বিভিন্ন বাজারে পণ্যটির দাম, যেহেতু এটি পরিবর্তনশীল
- ঘ) অসুখ বিসুখ কখন বেশি হয়?
- ঙ) নারীদের পরিবারের অমূল্যায়িত সেবামূলক কাজ
- চ) গৃহস্থালি সম্পদ (জ্বালানি কাঠ, পানি, গবাদি পশুর খাদ্য)
- ছ) বছরের কোনও সময়ে কি মঙ্গা/খাদ্যাভাব থাকে?
- জ) জনগোষ্ঠী/ পরিবারগুলো কি নিজেদের খাদ্যের নিশ্চয়তা অনুভব করে?
- ঝ) খাদ্যাভাবের সময় এবং তা মোকাবেলার পদ্ধতি চিহ্নিত করা
- ঞ) জলবায়ু পরিবর্তন কিভাবে ঋতুভিত্তিক ক্যালেন্ডারকে প্রভাবিত করছে? (জলবায়ু পরিবর্তন বিষয়ে কথা বলতে গেলে গত ১০ বছরে বৃষ্টিপাতের ধরনে পরিবর্তন নিয়ে কথা বললে সুবিধা হবে)।

২। ছকগুলো আঁকা সম্পন্ন হলে (আনুমানিক ৩০ মিনিট) প্রতিটি গ্রুপকে তাদের প্রাপ্ত তথ্য অন্যদের সামনে উপস্থাপন করতে বলুন।

পুনর্যালোচনা করুন:

- ১। কোনও কর্মকাণ্ডের পরস্পরবিরোধী হবার সম্ভাবনা থাকলে তার সময়কাল কখন?
- ২। নারী ও পুরুষের নির্দিষ্ট কাজগুলো কী কী? নারী-পুরুষের কাজের চাপের পার্থক্য কী?
- ৩। বছরের কোনও সময়ে কি আয়ের চেয়ে ব্যয় বেড়ে যায়? নারী-পুরুষের আয়-ব্যয় ভিত্তিক পার্থক্যগুলো কী কী? সঞ্চয়ের ব্যবস্থা থাকলে তার পদ্ধতি কী?
- ৪। উৎপাদকেরা কি উচ্চ বা নিম্ন মূল্যে বিক্রয় করে? দাম বাড়ার জন্য অপেক্ষা করার মত সংরক্ষণ পদ্ধতি আছে কি?
- ৫। বিদ্যমান কোনও পণ্যের উৎপাদন বৃদ্ধিতে কী ধরনের বাধার সম্মুখীন হন?
- ৬। নতুন কোনও প্রযুক্তি বা পণ্য বা তার প্রক্রিয়াকরণ যুক্ত হলে এই ছকটি কতটা পরিবর্তন হবে?
- ৭। আপনার দাদীর করা হলে ক্যালেন্ডারের চেহারাটা কেমন হত? অতীতের বিশ্লেষণের মাধ্যমে মানুষ ভবিষ্যতের প্রবণতা আলোচনা করতে পারে। আপনার ছেলে বা মেয়ের করা হলে এটি দেখতে কেমন হতে পারত?
- ৮। আলোচনার সূত্রগুলো লিপিবদ্ধ করুন। আলোচ্য সকল তথ্য এক জায়গায় ধারণ করতে পারে, এমন একটা মানচিত্র প্রস্তুত করুন। সবগুলো গ্রুপকে জিজ্ঞাসা করুন তাদের মতামত নতুন “সর্বসম্মত ছকে” প্রতিফলিত হয়েছে কিনা। ফোকাস গ্রুপ ডিসকাশনে আলোচনা করা যেতে পারে এমন কোনও প্রশ্ন বাকি থাকল কি না তা চিহ্নিত করুন।

উদাহরণ:

| মাস | জানু | ফেব্রু | মার্চ | এপ্রিল | মে | জুন | জুলাই | আগস্ট | সেপ্টে | অক্টো | নভে | ডিসে |
|---|------|--------|-------|--------|-----|-----|-------------------|-------------|-------------------|----------------------------------|--|---|
| বৃষ্টিপাত | . | | | | | . | .. | | | | ... | .. |
| নারীর কৃষি দায়িত্ব (তরুণ ও বয়স্কদের জন্য আলাদা রঙ ব্যবহার করুন) | | | | | | | চাড়া উপকরণ ক্রয় | সার নিড়ানি | নিড়ানি বালাই দমন | ফসল কাটা স্থানীয় বাজারে বিক্রয় | ফসল কাটা স্থানীয় বাজারে বিক্রয়ের জন্য শুকানো ও সংরক্ষণ | নিজেদের ব্যবহারের জন্য শুকানো ও সংরক্ষণ |
| নারীর ব্যয় | | | | | | | ৳৳ | ৳৳৳ | | | | |
| নারীর আয় | | | | | | | | | | ৳ | ৳ | |
| পুরুষের কৃষি দায়িত্ব (তরুণ ও বয়স্কদের জন্য আলাদা রঙ ব্যবহার করুন) | | | | | | | মাঠ তৈরি | সেচ | | পরিবহন ও শহরের বাজারে বিক্রয় | পরিবহন ও শহরের বাজারে বিক্রয় | |
| পুরুষের ব্যয় | | | | | | | | | | ৳ | ৳ | |
| পুরুষের আয় | | | | | | | | | | ৳৳ | ৳৳ | ৳ |
| পণ্যের মূল্য | ৳ | ৳ | ৳৳ | ৳৳ | ৳৳৳ | ৳৳৳ | ৳৳৳৳ | ৳৳৳৳ | ৳৳ | ৳৳ | ৳ | ৳ |
| অসুখ বিসুখ | | | | | | | * | ** | ** | *** | *** | * |

সেকশন ক। একটি এলাকায় কী উৎপাদিত হচ্ছে বা হয়ে আসছে তার বিশ্লেষণ

কৌশলের নাম: ফোকাস গ্রুপ ডিসকাশন: সংগৃহীত তথ্যের ভিত্তিতে উপসংহার টানা

উদ্দেশ্য: এলাকায় কী উৎপাদিত হচ্ছে বা হয়ে আসছে তা ভালোভাবে বুঝার জন্য চারটি কৌশলের শেষটি হচ্ছে ফোকাস গ্রুপ ডিসকাশন। এই কৌশলটিতে আগের তিনটি কৌশলের মাধ্যমে সংগৃহীত সকল তথ্য যাচাই করে বৃহত্তর লক্ষ্য নিয়ে আলোচনা করা হয়। পরিস্থিতি অনুযায়ী এ কাজের জন্য আমরা জেডার ভিত্তিক বা মিশ্র গ্রুপ গঠন করতে পারি।

কাজের সময়: ৩-৩.৫ ঘণ্টা (দুইটি সেশনে বিভক্ত হতে পারে)।

অংশগ্রহনকারীর সংখ্যা: সমবায়ের সবাই অথবা জনগোষ্ঠীর সদস্য

প্রয়োজনীয় উপকরণ: ফোকাস গ্রুপের প্রস্তুতির জন্য সকল চিত্র, ছক, নোট এবং পূর্বের তিনটি কৌশলে প্রাপ্ত অন্যান্য ফলাফল সঙ্গে রাখুন। সেগুলো যত বেশি সম্ভব দেয়ালে টাঙিয়ে দিন। সর্বসম্মত মানচিত্র ও ছকসমূহ এবং সারসংক্ষেপ দেয়ালে টাঙানো নিশ্চিত করুন। আগের কৌশলের অমীমাংসিত প্রশ্ন বা বিষয়গুলো বড় কাগজে লিখে দেয়ালে টাঙান।

- পূর্বের টুল থেকে প্রাপ্ত উপকরণ দেয়ালে টাঙানোর জন্য টেপ, আঠা বা অন্যান্য
- লক্ষ্যসমূহ লেখার জন্য বড় কাগজ ও মার্কার
- প্রতিজন অংশগ্রহনকারীর জন্য কাগজ কলম (যেমন: নিচের #৪ নম্বর ধাপের চারটি প্রশ্ন নিয়ে ভাবনা লেখার কাগজ)
- ছোট গ্রুপে আলোচনার ফল তোলার জন্য বড় প্রশস্ত কাগজে খালি প্রতিবেদন ছক (নিচে নমুনা দেয়া আছে)।

নির্দেশনা:

প্রথম ধাপ

- ১। খাদ্য নিরাপত্তা ও পুষ্টি সম্পর্কে একটি সাধারণ আলোচনা উত্থাপন করুন এবং নারী উৎপাদকেরা মোকাবেলা করে এমন ইস্যুসমূহ বের করতে চেষ্টা করুন।
- ২। প্রথম তিনটি কৌশলে বের হয়ে আসা সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ একটি বা দুইটি প্রশ্ন নিয়ে বিশদ আলোচনা করুন (সভার আগেই তা নির্বাচন করে রাখুন)।
- ৩। সমবায়সমূহের লক্ষ্য এবং বাজারে প্রবেশাধিকার বৃদ্ধির ক্ষেত্রে তাদের আকাঙ্ক্ষা নিয়ে আলোচনা উত্থাপন করুন। সম্ভাব্য প্রশ্নসমূহের মধ্যে থাকতে পারে:
 - ক) এখন অগ্রযাত্রা শুরু হবার পর কোন জিনিসটি অপরিবর্তিত রাখতে চান?
 - খ) সফলতা কেমন হবে? বাজারে প্রবেশাধিকার বাড়াতে সক্ষম হলে কী পরিবর্তন আসবে? নারীদের জন্য? পুরুষদের জন্য?
 - গ) আপনার লক্ষ্যে পৌঁছতে পারলেন কি না তা কিভাবে বুঝবেন? সফলতার ফলে জনগোষ্ঠীতে, পরিবারে বা আপনার নিজের আচরণে কী কী পরিবর্তন দেখা যাবে?

একটি প্রশস্ত বড় কাগজে এগুলো লিপিবদ্ধ করুন। কাজের ফলাফলে সবাই একমত কি না তা নিশ্চিত করুন।

দ্বিতীয় ধাপ

- ১। প্রত্যেককে একটি করে কাগজ ও কলম দিন (ভাবনা পত্র)৩। অংশগ্রহনকারীদের হেঁটে হেঁটে সকল উপকরণ দেখে নিচের প্রশ্নগুলোর উত্তর কাগজে লিখতে বলুন।
 - ক) তাদের মতে সবচেয়ে আশ্চর্যজনক দুইটি ফলাফল।
 - খ) এলাকায় কী কী উৎপাদিত হচ্ছে এবং কী উৎপাদিত হতে পারত।
 - গ) বর্তমান উৎপাদন বাড়াতে বা নতুন কিছু উৎপাদন করতে চাইলে কোনটি সবচেয়ে বড় সুযোগ।
 - ঘ) বর্তমান উৎপাদন বাড়াতে বা নতুন কিছু উৎপাদন করতে চাইলে কোনটি সবচেয়ে বড় প্রতিবন্ধকতা?
 - ঙ) কাগজে তাদের নাম লিখতে বলুন।^৪
- ২। উপরের প্রশ্নগুলো নিয়ে আলোচনা করার জন্য অংশগ্রহনকারীদের ৪-৫ জন করে ছোট ছোট দলে ভাগ করুন (প্রায় ৪৫ মিনিট)। নিচের নমুনা অনুযায়ী খালি প্রতিবেদন ছক ব্যবহার করুন।
- ৩। ফলাফল সংশোধন করুন ও সবাইকে জানান। সহায়কের কাছে ব্যক্তিগত ভাবনা পত্র ও গ্রুপের প্রতিবেদন ছক হস্তান্তর করুন।

উদাহরণ:

| <p>ছোট গ্রুপে অংশগ্রহনকারীদের নাম:</p> <p>তারিখ:</p> | | |
|--|----------------------------------|---|
| বর্তমান ও সম্ভাব্য পণ্যসমূহ | ভবিষ্যতে উৎপাদনের জন্য সুযোগসমূহ | ভবিষ্যতে উৎপাদনের জন্য প্রতিবন্ধকতা/ চ্যালেঞ্জসমূহ |
| ~~~ | ~~~~~ ~~~~~ | ~~~~~ ~~~~~ |
| ~~~ | ~~~~~ ~~~~~ | ~~~~~ ~~~~~ |
| ~~~ | ~~~~~ ~~~~~ | ~~~~~ ~~~~~ |
| ~~~ | | |

খ: আয় ও ব্যয় বিশ্লেষণ

সাধারণত, যখন কোনও উৎপাদনকারী তাদের উৎপাদিত পণ্য পছন্দমত দামে বিক্রি করতে সক্ষম হন, তারা নিজেদের সফল মনে করেন, বা অন্তত আগের চেয়ে তাদের অবস্থা ভালো হয়েছে বলে মনে করেন। তবে, প্রকৃতপক্ষে তাদের অবস্থা তখনই ভালো হয়েছে বলা যাবে, যখন উক্ত পণ্যের দাম তাদের নিজেদের শ্রমের যথাযথ মূল্যসহ পণ্যের পেছনে নিযুক্ত সকল উপকরণের যথাযথ বিনিময় মূল্যের চেয়ে বেশি হবে। ধরা যাক, কয়েকজন মিলে দুইটি ফসল উৎপাদন করলেন বিক্রির জন্য: টমেটো ও মিষ্টি আলু। যদি তারা প্রতি কেজি টমেটোর জন্য সর্বোচ্চ দামটাও পান, দেখা যাবে, টমেটো উৎপাদনের পেছনে যেসব উপকরণ ও শ্রম দেয়া হয়েছে তার দাম, বাজারে নেয়ার পরিবহন ব্যয়, সব মিলিয়ে তা প্রাপ্ত দামের চেয়ে বেশি। কিন্তু মিষ্টি আলু খুব মূল্যবান ফসল নয়। উৎপাদন তুলনামূলকভাবে খুবই সহজ এবং ফলেও প্রচুর। স্থানীয়ভাবে এর অনেক চাহিদা আছে এবং পরিবারেও এর অনেক কদর। মিষ্টি আলুর বীজ চাষীরা নিজেরাই উৎপাদন করেন এবং প্রাকৃতিক সার ব্যবহার করেন বলে এর উৎপাদন ব্যয় খুবই কম। প্রতি কেজি টমেটোর তুলনায় মিষ্টি আলুর দাম অনেক কম হলেও এটাই বেশি লাভজনক হতে পারে। বিভিন্ন ফসল উৎপাদনের প্রকৃত ব্যয় বুঝা এবং সেসব ফসলের জন্য বাজারে প্রচলিত দাম যাচাই করলে নিচের বিষয়গুলো বুঝা সহজ হবে:

- ক) কোন ফসল বাস্তবিকই লাভজনক এবং কোনগুলো নয় তা নির্ণয় করা;
- খ) উৎপাদনের ক্ষেত্রে কখন এবং কিভাবে আরো কার্যকরভাবে সম্পদ ব্যবহার করা যায় তা চিহ্নিত করা (যেমন: নিম্নমানের বীজ যার অঙ্কুরোদগমের হার কম, সেটা বেশি পরিমাণে চাষ করলে সময়, পরিশ্রম ও উদ্যোগ ইত্যাদির খরচ অনেক বেশি পড়ে যায়, ফলে এক্ষেত্রে এসব সম্পদের উপযুক্ত ব্যবহার হলনা) এবং তা হ্রাস করার চেষ্টা করা (যেমন: খরা সহনশীল বীজ ব্যবহার করা, যার ফলন অনেক বেশি);
- গ) উৎপাদনকারীর জন্য সত্যিকারভাবে লাভজনক এমন উপযুক্ত দাম পাবার জন্য দেন দরবার করা;
- ঘ) মূল্য নির্ধারণের সময় ঐ পণ্যের পেছনে প্রযুক্ত নারীর অবদান অর্থাৎ তার শ্রম, সময় গণনায় ধরা এবং তার লাভ তার কাছে পৌঁছে দেয়া নিশ্চিত করা। সাধারণত, লাভ হিসাব করার সময় এগুলো বিবেচনা করা হয়না।

ইতিমধ্যে উৎপাদিত কোনও ফসল বা পণ্যের উপর এই আয় ব্যয় বিশ্লেষণ কৌশলটি ব্যবহার করলে উৎপাদকেরা শিখতে পারবেন কিভাবে একটা পণ্যের প্রকৃত দাম ও উৎপাদন ব্যয় বের করতে হয় এবং প্রকৃত লাভ হিসাব করতে হয়। গুরুত্বের সাথে মনে করিয়ে দিতে হবে, উৎপাদকের নিজের শ্রমের মূল্যও পণ্যের উপযুক্ত দাম নির্ধারণের সময় হিসাব করতে হবে। পারিবারিক কৃষিতে সাধারণত, পরিবারের সদস্যদের শ্রমের মূল্য উৎপাদিত পণ্যের দামের মধ্যে হিসাব করা হয়না। অবশ্য এভাবে অন্তর্ভুক্ত করতে গেলে উৎপাদন নিরুৎসাহিত হতে পারে। তার মানে এই নয়, তাদের শ্রমের মূল্য হিসাব করা যাবে না, একে পরিস্থিতির সাথে মানিয়ে নিতে হবে। এই শ্রম দেবার পরিবর্তে পেশাগতভাবে অন্য কোনও স্থানে বেতন ভিত্তিক শ্রম দিলে তিনি কত আয় করতেন সেটাও হিসেবে নিতে হবে।

আয় ও ব্যয় বিশ্লেষণের জন্য আমরা যে কৌশলটি প্রয়োগের সুপারিশ করি, তার নাম হচ্ছে ফুটো বালতি বা লিকি বাকেট।⁵

সেকশন খ: আয় ও ব্যয় বিশ্লেষণ

কৌশলের নাম: ফুটো বালতি বা লিকি বাকেট: আয়-ব্যয়ের হিসাব

উদ্দেশ্য: এই কৌশলটি এর আগের উপউপাদানেবিভিন্ন কৌশলের মাধ্যমে চিহ্নিত নির্দিষ্ট পণ্যের সম্ভাবনা গভীরভাবে বোঝার পথ করে দেবে। ফুটো বালতি বা লিকি বাকেট নামের এই কৌশলটি প্রয়োগ করে পণ্যের সত্যিকার মূল্যটি হিসাব করা যায়। কোন পণ্যটি লাভজনক এবং কোনটি নয় তা নির্ণয় করার একটা ভিত্তি দেবে এই কৌশলটি। পাশাপাশি উৎপাদন ব্যয় হ্রাস করার পথও বাতলে দেবে এটি।

কাজের সময়: ১-২ ঘণ্টা (প্রয়োজনে দুইটি সেশনে ভাগ করে নেয়া যেতে পারে)

অংশগ্রহনকারীর সংখ্যা: ৩-৭ জন, একটি পণ্য বিশ্লেষণ করার জন্য। (ভিন্ন কোনও পণ্যের জন্য একই সময়ে একাধিক গ্রুপ কাজ করতে পারে।)

প্রয়োজনীয় উপকরণ: মার্কার, বড় ও প্রশস্ত কাগজ, টেপ বা আঠা।

নির্দেশনা:

- ১। অংশগ্রহনকারীদের নিয়ে একটি পণ্য ও তার একক ঠিক করে নিন। মাঠের ফসলের জন্য একক হতে পারে হেক্টর বা একর। গ্রুপের কাজ হচ্ছে মাঠের উৎপন্ন ফসল সেই একক অনুযায়ী হিসাব করা।
- ২। একটি বড় কাগজে নির্বাচিত ফসল বা কাজ (যেমন: পশুপালন, প্রক্রিয়াজাতকরণ ইত্যাদি)-এর জন্য একটি বালতি আঁকুন। অংশগ্রহনকারীরা মাথা খাটাতে এবং পণ্যটি উৎপাদনের জন্য যত উপকরণ (রহত্) প্রয়োজন তা ভেবে বের করবে এবং প্রতিটির জন্য

⁵ 'আয় ব্যয় বৃক্ষ' নামে আরেকটি কৌশল আছে। সেটাও এক্ষেত্রে ব্যবহার করা যেতে পারে।

বালতির তলায় ফুটো হিসেবে একটি করে তীর চিহ্ন আঁকবে। প্রতিটি সংযুক্তি বা ইনপুটের তালিকা করার পর এককপ্রতি তার খরচ হিসাব করতে শুরু করবে। জমিতে চাষ দেয়া বা ফসল বোনার পর্যায় থেকে শুরু করে বিক্রির জন্য বাজারে নিয়ে যাওয়া পর্যন্ত সকল ব্যয়ের তালিকা করতে হবে। সকল ধরনের শ্রম, সুদ, প্যাকেজিং, পরিবহন ইত্যাদি হিসাব করতে হবে। যতক্ষণ পর্যন্ত সবকিছুর তালিকা করা হয়েছে বলে মনে না হবে, মাথা খাতানো চলতে থাকবে। এই প্রতিটি ব্যয়ই হচ্ছে আঁকা বালতির ভেতর থেকে বেরিয়ে যাবার একটি করে ফুটো। মনে রাখবেন, স্বেচ্ছাশ্রম বা বিনা বেতনের শ্রমও যেন উৎপাদনের একটি ব্যয় হিসাবে ধরা হয়।

৩। এবার অংশগ্রহনকারীরা বালতিতে বাইরে থেকে কী কী ঢুকবে তার জন্য তীর চিহ্ন আঁকবে। বিক্রয় থেকে প্রাপ্ত আয় ও সকল ধরনের লাভ এর মধ্যে থাকবে। সকল পর্যায়ের বাজার এখানে যুক্ত করুন: স্থানীয়, আঞ্চলিক, জাতীয় বাজার ইত্যাদি। কোনও পণ্য যদি উপহার হিসেবে প্রদান করা হয় বা নিজেদের বাড়িতেই ব্যবহার করা হয় সেটাও হিসাবে নিন (কারণ এর মাধ্যমে খরচ বেঁচেছে)। পণ্যটি যে হারে বিভিন্ন বাজারে যাচ্ছে, বা বাড়িতে ব্যবহার হচ্ছে তার একটি শতকরা হার বের করুন (সব মিলিয়ে যাতে ১০০% হয়) এবং মোট আয় কত হবে তা অনুমান করুন।

৪। সর্বমোট আয় থেকে পণ্যটির পেছনে প্রযুক্ত সকল ব্যয় বিয়োগ করে নেট লাভ নির্ণয় করুন।

৫। এবার অঙ্কনটিতে ফিরে যান এবং নির্ণয় করুন প্রতিটি ব্যয়ের সাথে জড়িত কি নারী না পুরুষ এবং আয় থেকে অর্জিত টাকা ব্যবহারে সিদ্ধান্ত কে গ্রহণ করছে, নারী নাকি পুরুষ?

পুনরালোচনা করুন:

আমরা কি এর মাধ্যমে উপার্জন করতে পারছি?

না করে থাকলে, পণ্যটির দাম কত নির্ধারণ করলে আমরা উপার্জন করতে পারব?

১। উৎপাদন ব্যয় হ্রাস করার সুযোগগুলো কোথায়?

২। আর আয় বৃদ্ধি কিভাবে?

৩। পরিবারের সদস্যদের শ্রমের কোনও অর্পচুনিটি বা সম্ভাব্য ব্যয় (ডুটডুৎৎহরু পড়ংং) আছে কি? অর্থাৎ, যদি পরিবারের নারী-পুরুষ সদস্যরা এই পণ্যটি উৎপাদনের পেছনে শ্রম না দিয়ে অন্য কোনও বেতনভিত্তিক কাজে শ্রম দিত, তাহলে তারা কত আয় করত? যদি না থাকে- তাদের দেয়া সময় ও শ্রমের ব্যাপারে সংবেদনশীল হতে হবে, হিসাব করতে হবে।

৪। অতিরিক্ত উৎপাদন (ৎৎৎৎৎ ডৎৎৎৎৎৎৎৎৎৎ) হয়েছে কি? নাকি, বর্তমান চাহিদা পূরণের মত যথেষ্ট উৎপাদন হয়নি? কার চাহিদা? নারী বা শিশু'র প্রয়োজন কি মিটছে না?

৫। সিদ্ধান্ত গ্রহনে নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেতার ভূমিকা থাকছে কি? উৎপাদনে? খরচ তুলে আনার হার বাড়তে কী কী পদক্ষেপ নেয়া প্রয়োজন?

৬। কোথায় আপনার বাড়তি তথ্য প্রয়োজন? কার সাথে কথা বলা প্রয়োজন?

৭। বিষয়গুলো নিয়ে আরো পরিষ্কার হতে এবং সর্বসম্মত হতে বড় গ্রুপে আলোচনা করুন।

উদাহরণ

এই কৌশল থেকে যেসব ফলাফল পাওয়া যায় তার মধ্যে রয়েছে:

কৃষকেরা আরও স্বচ্ছতা ও ন্যায্যতা দাবি করেছে। উদাহরণ স্বরূপ, জানা গেছে ফড়িয়ারা (যারা সরাসরি কৃষকের সাথে বাণিজ্য করে) তিনটি নতুন ওজন মাপা মেশিন কিনেছে যাতে পণ্যের সঠিক ওজন নির্ণয় করা যায়। পূর্বে কৃষকদের অভিযোগ ছিল, তারা ওজনে ঠকত। এই নতুন মেশিন কেনার ব্যাপারে প্রকল্প থেকে কোনও আর্থিক সহায়তা করা হয়নি। কৃষক, ফড়িয়া ও ব্যবসায়ীদের মধ্যে আলোচনা সংগঠিত হবার ফল হিসেবে এটা সম্ভব হয়েছে।

বাজার থেকে কৃষকেরা যে ঋণ নিয়েছিল, তা যখন বছর শেষে সুদে আসলে ২৫০% এর পাহাড় প্রমাণ অংক হয়ে দাঁড়ায় তখন কৃষকের মধ্যে একটা হাহাকার পড়ে যায় যার প্রেক্ষিতে আহাআহা আন্দোলনের সূচনা ঘটে। এটি কৃষকদের জন্য বিরাট ক্ষতির কারণ হয়ে দাঁড়ায় এবং এর ফলে, প্রকল্পের মাধ্যমে কৃষকদের একটি স্থানীয় ক্ষুদ্র ঋণ সংস্থার সাথে পরিচয় করিয়ে দেয়া হয়, যারা ঋণ প্রদান করে থাকে। এর মাধ্যমে বোঝা যায়, অন্য একজন কৃষকের ক্ষেত্রে 'বিনিয়োগ' করে বলে কৃষক কতটা ক্ষতির সম্মুখীন হয়। জানা যায়, কিছু কৃষক গবাদি পশু বিক্রি করে তা সবজি চাষে খাটিয়েছে (গত বছর গবাদি পশুর দাম হঠাৎ করে বেড়ে যায়)।

এই প্রক্রিয়াটি কৃষকের নিজেদের কাজে মালিকানা প্রতিষ্ঠায় অবদান রাখতে পারে। যেমন, কৃষকদের একটি সমবায় ২৭,০০০ বির (ইথিওপিয়ান মুদ্রা) টাঁদা দিয়ে সেচের জন্য পিডিসি পাইপ কিনল। পরবর্তী ফসলে তাদের সেচের খরচ প্রায় ১০০% হ্রাস পেল। ফলে, তাদের কৃষি ব্যয় অনেক কমে গেল।

গ। কৃষি ও অ-কৃষি পণ্যের উৎপাদন ও বাজারজাতকরণে ক্ষমতা ও জেডার বিশ্লেষণ

কৃষি ও অ-কৃষি পণ্যের উৎপাদন ও বাজারজাতকরণে প্রয়োজনীয় সম্পদসমূহের মালিকানা বা নিয়ন্ত্রণ কার বা কিসের- তা বুঝা খুবই গুরুত্বপূর্ণ। নারী ও পুরুষের ক্ষমতার ভাগাভাগিটাও এর মধ্যে অন্তর্ভুক্ত। যে কোনও পণ্যের উৎপাদন ও বাজারজাতকরণে বেশ কয়েকটি কর্মকাণ্ড যুক্ত। উদাহরণ স্বরূপ, একটি কৃষি পণ্য উৎপাদনের ক্ষেত্রে এসব কর্মকাণ্ড হতে পারে প্রয়োজনীয় উপকরণ (input) ক্রয়, জমি তৈরি, চাড়া রোপন, সেচ, নিড়ানি, বালাই দমন, ফসল তোলা, বীজ সংরক্ষণ, মাড়াই করা, প্রক্রিয়াজাতকরণ, প্যাকেজিং, মজুদের তালিকা (inventory) তৈরি ও সংরক্ষণ, পরিবহন, মান নিয়ন্ত্রণ, বিক্রয়, তথ্য সংরক্ষণ এবং অন্যান্য। তবে, এ কাজগুলো সাধারণত পুরুষের কাজ হিসেবেই আমাদের সমাজে বিবেচিত হয় এবং এসব কাজে নারীরা প্রত্যক্ষ বা পরোক্ষভাবে খুব কমই জড়িত থাকে।

ক্ষমতা বিশ্লেষণের ক্ষেত্রে যে প্রশ্নটি সামনে আসে তা হচ্ছে, “উৎপাদন ও বাজারজাতকরণের সাথে সম্পৃক্ত প্রতিটি কর্মকাণ্ডে প্রয়োজনীয় সম্পদের মালিকানা বা নিয়ন্ত্রণ কার হাতে?” কাজেই ক্ষমতা বিশ্লেষণের এই কাজ শুরু হবে পণ্যটি উৎপাদন ও বাজারজাতকরণের কাজে অবশ্য ব্যবহৃত মূল সম্পদগুলো চিহ্নিত করা। এর মধ্যে থাকতে পারে, জমি, পানি, গোবরসার, জৈবসার, সার, জ্বালানিকাঠ, পরিবহন, শিক্ষা, দক্ষ ও অদক্ষ শ্রমিক, যোগাযোগ প্রযুক্তি, যন্ত্রপাতি, সংরক্ষণ সুবিধা, এবং অন্যান্য। এসব সম্পদ প্রাপ্তিতে প্রভাব বিস্তার করে এমন সরকারী, বেসরকারী বা অন্যান্য নীতিমালা চিহ্নিত করাও এই বিশ্লেষণের কাজে জরুরি। গোটা উৎপাদনচক্র সফল হতে প্রয়োজনীয় সকল পক্ষকে জড়িত করার কাজে এই ক্ষমতা কাঠামো বিশ্লেষণ আপনাকে সাহায্য করবে অথবা আপনার সফলতায় প্রতিবন্ধকতা সৃষ্টিকারী পক্ষকে প্রতিরোধ করতে সাহায্য করবে।

নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেডার বিশ্লেষণে দুইটি প্রশ্ন সামনে আসবে। “উৎপাদন ও বাজারজাতকরণে প্রয়োজনীয় সম্পদে নারী ও পুরুষের কী পৃথক ক্ষমতা রয়েছে?” এবং “উৎপাদন চক্রের প্রতিটি কর্মকাণ্ডে নারী ও পুরুষের ভূমিকা কী?” জেডার ভিত্তিক ক্ষমতা ও অবদানের ধরন বিশ্লেষণের মাধ্যমে বুঝা যাবে, জেডারভিত্তিক দায়িত্বশীলতায় কী ধরনের পরিবর্তন আনলে প্রতিটি কর্মকাণ্ডে পরিমাণগত, গুণগত, ও দক্ষতা ভিত্তিক পরিবর্তন আনা সম্ভব। উদাহরণ স্বরূপ, উগাভায় নারীদের সাধারণভাবে সম্পত্তি (chattels) হিসেবে বিবেচনা করা হয়, ফলে জমির মালিকানায় তাদের কোনও অধিকার নাই। একশনএইড তার কাজের মাধ্যমে সেখানকার নারীদের একটি উৎপাদক গ্রুপ হিসেবে সংগঠিত হতে সাহায্য করেছে যারা দানসূত্রে পাওয়া জমিতে কাজ করেছে। তারা উৎপাদন ও বিক্রয়ে যেমন দায়িত্বশীলতার পরিচয় দিয়েছে, তেমন বিক্রয়লব্ধ আয়ে তাদের মালিকানা ও নিয়ন্ত্রণ প্রতিষ্ঠা করেছে। এমনকি তারা তাদের এই নবপ্রতিষ্ঠিত ক্ষমতা ব্যবহার করে সরকারের সিদ্ধান্ত গ্রহণকে প্রভাবান্বিত করেছে (একে রাজনৈতিক সম্পদ বা political capital বলা হয়), যার ফলে তারা তাদের জমির নিকটবর্তী একটি রাস্তা নির্মাণ করা হয়েছে যা তাদের পরিবহন ও বিক্রয়ে সহায়তা করেছে।

ক্ষমতা ও জেডার বিশ্লেষণে আপনি যেসব কৌশল (tools) ব্যবহার করতে পারেন তার একটি হতে পারে ‘প্রবেশাধিকার ও নিয়ন্ত্রণ ছক’। আরও অনেক কৌশল আছে যা এক্ষেত্রে ব্যবহার করা যায়, যেমন ভেন চিত্র, যার মাধ্যমে দেখানো যেতে পারে বাজারের সাথে সম্পৃক্ত বিভিন্ন ধরনের ক্ষমতার মাত্রা।

আপনি যদি একশনএইডের ক্ষমতা বিশ্লেষণ পদ্ধতির সাথে তেমন পরিচিত না হন তাহলে আমরা “চিন্তা-কর্মের ক্ষমতা অনুধাবন মডিউল-২” সেকশনটি তৈরি করতে জোর সুপারিশ করব। যেখানে আপনি বিভিন্ন কৌশলের উদাহরণ ও নানা বিশ্লেষণ পাবেন: ক্ষমতার রূপ (দৃশ্যমান, অদৃশ্য, লুকায়িত); ক্ষমতার ক্ষেত্র (বদ্ধ, আমন্ত্রিত, নির্মিত); ক্ষমতার মাত্রা (স্থানীয়, জাতীয়, আন্তর্জাতিক); ক্ষমতার বিকল্প রূপ (উপরে, প্রতি, সঙ্গে, ভেতরে); এবং ক্ষমতার বিকল্প মাত্রা (গণ, ব্যক্তিগত, ঘনিষ্ঠ)।

সেকশন গ: কৃষি ও অ-কৃষি পণ্যের উৎপাদন ও বাজারজাতকরণে ক্ষমতা ও জেডার বিশ্লেষণ^৫

কৌশলের নাম: প্রবেশাধিকার ও নিয়ন্ত্রণ ছক: নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেডার বিশ্লেষণ

উদ্দেশ্য: বাজারের জন্য পণ্য ও সেবা উৎপাদনে ব্যবহৃত সম্পদে জেডারভিত্তিক প্রবেশাধিকার ও সিদ্ধান্ত গ্রহণের বিষয়টি আরও গভীরভাবে বুঝার জন্য অন্যান্য সেকশন গড়ে তুলতে সাহায্য করে এই কৌশলটি।

কাজক্ষত সময়: ১.৫-২ ঘণ্টা

অংশগ্রহনকারীর সংখ্যা: ৩-১৫ (একটি বড় মিশ্র গ্রুপ অথবা জেডার ভিত্তিক দুইটি গ্রুপ)। সামগ্রিক উপসংহার টানার আগে তা জনগোষ্ঠীর নানা শ্রেণীর মানুষ দ্বারা যাচাই করে নেয়া দরকার।

প্রয়োজনীয় উপকরণ: মার্কার, বড় ও প্রশস্ত কাগজ, টেপ বা আঠা

^৫ কৃষি ও অকৃষি পণ্য উৎপাদন এবং বাজারজাতকরণে নারী-পুরুষের অংশগ্রহন ও অর্জিত আয়ের উপর নিয়ন্ত্রণের বিষয়ে আলোচনা করা হয়।

নির্দেশনা:

- ১। এই সেশনের চেহারা ও উদ্দেশ্য সম্পর্কে সবাইকে অবহিত করুন
- ২। ছকটি তৈরি করার জন্য অংশগ্রহনকারীদের উপকরণ সংগ্রহ করতে বলুন
- ৩। এলাকায় ব্যবহারযোগ্য সম্পদসমূহ চিহ্নিত করতে বলুন। একটি নির্দিষ্ট সম্পদ বা একটি নির্দিষ্ট ধরনের সম্পদের উপর দৃষ্টি নিবদ্ধ করতে পারেন। যেমন: বিভিন্ন ধরনের জমি।
- ৪। চিহ্নিত প্রতিটি সম্পদের জন্য পৃথক প্রতীক বাছতে বলুন অংশগ্রহনকারীদের।
- ৫। দেখে নিন, প্রত্যেক অংশগ্রহনকারী বাছাইকৃত প্রতীকে সম্মতি দিয়েছেন কি না। যদি সবাই একমত না হন, তাহলে তাদের বিতর্ক করার বা ভোট দেবার সুযোগ দিন।
- ৬। অংশগ্রহনকারীর প্রতীকগুলোকে চক বা ছাই বা কাঠি দিয়ে দাগ টেনে আলাদা সারিতে সাজিয়ে রাখতে।
- ৭। ‘সম্পদে প্রবেশাধিকার’ (ধপপবংং), ‘তার মালিকানা’ (ড়হিবৎংয়রঢ়) এবং ‘তার উপর নিয়ন্ত্রণ’ (পড়হৎৎড়ষ) বিষয়গুলোর অর্থ (অবশ্যই স্থানীয় ভাষায়) ভালো করে বুঝিয়ে বলুন। এই শব্দগুলোকে প্রতিনিধিত্ব করে এমন প্রতীক বাছাই করতে বলুন।
- ৮। ছকে দুইটি নতুন সারি (কলাম) যুক্ত করুন এবং তার উপরে ‘প্রবেশাধিকার’ এবং ‘নিয়ন্ত্রণ’ প্রতীক দুটো বসিয়ে দিন।
- ৯। সংখ্যা প্রকাশের জন্য নুড়ি পাথর বা বীজ ব্যবহার করতে বলুন। মিশ্র গ্রুপে নারী ও পুরুষদের জন্য আলাদা প্রতীক ব্যবহারের সুযোগ রাখুন যাতে পরে প্রয়োজনে নারী-পুরুষের তথ্যটা আলাদা করা যায়। এক্ষেত্রে নারী ও পুরুষের জন্য ছকটিতে আলাদা সারি বা কলামও রাখা যেতে পারে।
- ১০। একজন স্বেচ্ছাসেবক ছকটি পড়বেন বা ব্যাখ্যা করবেন যাতে সবাই বুঝতে পারেন।
- ১১। এবার অংশগ্রহনকারীদের মধ্যে যারা মনে করবেন সেসব সম্পদে তাদের প্রবেশাধিকার বা নিয়ন্ত্রণ রয়েছে তাহলে নির্দিষ্ট বক্সে একটি করে প্রতীক রাখবেন (অথবা কতটা রয়েছে তা বোঝানোর জন্য ১ থেকে ৩টি পর্যন্ত প্রতীক চিহ্ন রাখবেন)।
- ১২। অংশগ্রহনকারীর প্রতীক রাখার সময় যেসব কথা বলেন, সেগুলো ভালো করে শুনতে হবে। আরও অনুসন্ধান করা উচিত- এমন গুরুত্বপূর্ণ কথা সেখানে পেলে তা নোট করে রাখতে হবে।
- ১৩। ছকটি বুঝিয়ে বলার জন্য একজন স্বেচ্ছাসেবক নির্বাচন করুন।

পুনরালোচনা করুন:

১. নারী আর পুরুষের কি সম্পদে সমান প্রবেশাধিকার আছে? কেন?
২. নারী আর পুরুষের কি সম্পদের উপর সমান নিয়ন্ত্রণ আছে? কেন?
৩. পরিস্থিতি কি সকল নারীর জন্যই সমানভাবে প্রযোজ্য? কেন?
৪. এটা নারীদের জন্য কী অর্থ বহন করে? এটা তাদের জীবনে কতটা প্রভাব বিস্তার করে?
৫. সম্পদের ধরন কি নারীর বর্তমান প্রবেশাধিকার ও নিয়ন্ত্রণের মাত্রার উপর প্রভাব বিস্তার করে? কেন?
৬. নারীর কতটুকু প্রবেশাধিকার ও নিয়ন্ত্রণ থাকবে সে সিদ্ধান্ত কে গ্রহন করে? কেন?
৭. এই পরিস্থিতি পরিবর্তন করতে আমরা কী করতে পারি? এই প্রেক্ষাপটে নারীর অধিকারগুলো কী? সেই অধিকার দাবি করতে আমরা কিভাবে একসাথে কাজ করতে পারি?

উদাহরণ:



ক্ষমতার নিবিড় বিশ্লেষণের জন্য আরেকটি কৌশল

কৌশলের নাম: ক্ষমতার ব্যক্তিগত ইতিহাস (CREA উপকরণ থেকে নেয়া বা আত্মীকৃত)

উদ্দেশ্য: এই অনুশীলনটি ক্ষমতার সাথে আমাদের সম্পর্ক যেভাবে পূর্ব অভিজ্ঞতা দ্বারা নির্ধারিত হয় তার কিছু উপায় বুঝতে আমাদের সাহায্য করবে

কাজের সময়: এক ঘণ্টা

অংশগ্রহনকারীর সংখ্যা: একক ব্যক্তির অনুশীলন

নির্দেশনা:

- একটি নিরব জায়গায় একলা বসুন। সঙ্গে এক টুকরা কাগজ রাখুন যাতে আপনার চিন্তা ও ভাবনাগুলো নোট করতে পারেন। অনুশীলনের এই অংশটুকু সম্পন্ন করার জন্য নিজেকে প্রায় আধা ঘণ্টা সময় দিন।
- মনে করতে চেষ্টা করুন, আপনি কখন প্রথম অনুধাবন করলেন মানুষে মানুষে ক্ষমতার সম্পর্ক রয়েছে- কিছু মানুষের অন্যদের চেয়ে বেশি ক্ষমতা রয়েছে। সুনির্দিষ্টভাবে মনে করতে চেষ্টা করুন, ঠিক কোন জিনিসটি মানুষের সম্পর্কের মধ্যে এই ক্ষমতার শক্তি সম্পর্কে আপনি সচেতন হয়েছিলেন। এটি হতে পারে নিচের কোনও অভিজ্ঞতার ফল:
 - প্রত্যক্ষ ক্ষমতা (যেখানে কেউ একজন সরাসরি অন্যের কোনও কর্ম, আচরণ বা সুযোগ নিয়ন্ত্রণ বা নির্ধারণ করছেন, অথবা
 - পরোক্ষ বা গোপন ক্ষমতা (যেখানে কোনও একজন সরাসরি নির্দেশ না দিয়েও অন্যের কর্ম, আচরণ ও সুযোগ নিয়ন্ত্রণ ও নির্ধারণ করছেন), অথবা
 - অদৃশ্য ক্ষমতা (যেখানে কোনও একজন বা কোনও প্রতিষ্ঠান এমনকি আমাদের অজান্তেই আমাদের আচরণ, পালনীয় কর্তব্য ও বিশ্বাসে প্রভাব বিস্তার করছেন)।
- এমন একটা অভিজ্ঞতা মনে করতে চেষ্টা করুন, যখন আপনার ক্ষমতাহীনতার অনুভূতি হয়েছিল- তখন কী হয়েছিল? নিয়ন্ত্রণে কে ছিলেন? কেন আপনি নিজেকে ক্ষমতাহীন অনুভব করেছিলেন? তখন আপনার শরীরের মধ্যে কেমন লেগেছিল? আপনি কী করেছিলেন/ আপনার কী প্রতিক্রিয়া হয়েছিল?
- এবার মনে করতে চেষ্টা করুন, যেদিন প্রথমবারের মত আপনার নিজের ক্ষমতা বুঝতে পেরেছিলেন- সেটা কি প্রত্যক্ষ ক্ষমতা ছিল, নাকি পরোক্ষ বা গোপন ক্ষমতা ছিল, নাকি অদৃশ্য বা এমনকি কারও অধীনস্থ হিসেবে ক্ষমতা ছিল? মনে করতে চেষ্টা করুন, ঠিক কোন জিনিসটি আপনাকে সেই ঘটনায় নিজের ক্ষমতা বুঝতে সহায়তা করেছিল।
- সামাজিক ক্ষমতা কাঠামোর হিসাবে আপনার অভিজ্ঞতা অনুযায়ী আপনি নিচের কোন অবস্থানটিতে ছিলেন?
 - প্রভাবিত (Subjected)- যখন আপনি সেই নিয়ন্ত্রণের শিকার (কেউ আপনার উপর ক্ষমতা বা কর্তৃত্ব চাপিয়েছেন)- আপনার কেমন লেগেছিল?
 - সমান (Equivalence)- যখন আপনি অন্যজনের সাথে কাজ করেছেন, যৌথভাবে ক্ষমতা ও কর্তৃত্ব আরোপ করেছেন- তখন আপনার কেমন লেগেছিল?
 - নিয়ন্ত্রণ (Control)- যখন আপনি (একাই অথবা আরেকজনের সাথে যৌথভাবে) অন্যের উপর ক্ষমতার চর্চা করেছেন- তখন আপনার কেমন লেগেছিল?
 - অন্যান্য (Other)- উপরের তিনটি থেকে ভিন্ন কোনও ক্ষমতার হিসাব; দয়া করে সেই ক্ষমতা চর্চার ঘটনায় আপনার অবস্থান এবং বিপরীতে অন্যজনের অবস্থান কী ছিল তা সুনির্দিষ্টভাবে বর্ণনা করুন এবং তখন আপনার কেমন লেগেছিল?
- উপরের ভিন্ন ভিন্ন ক্ষমতার ভারসাম্য অবস্থানের মধ্যে, দয়া করে সততার সাথে বিবেচনা করুন, কোন অবস্থানটিতে আপনি সবচেয়ে সুবিধাজনক অনুভব করেছিলেন? কোন অবস্থানে থাকার সময় আপনি সবচেয়ে ভালোভাবে জানতেন: কী করতে হবে, আপনার কাছে কী প্রত্যাশা করা হচ্ছে এবং কিভাবে আপনি পরিস্থিতি ভালোভাবে সামাল দিবেন?
- এবার আপনার অনুভূতিগুলো লিপিবদ্ধ করুন।

নারীর অধিকার বিশ্লেষণ করার জন্য আরও কিছু প্রশ্ন:

- ঘরে (জেডার, বয়স ইত্যাদি ক্ষেত্রে) সিদ্ধান্ত গ্রহণে প্রভাব বিস্তারকারী ক্ষমতার শক্তিগুলো (power dynamics) কী?
- সাথে ক্ষমতা (power with), ভেতরে ক্ষমতা (power within) এবং প্রতি ক্ষমতা (power to) বলতে কী বোঝায়? ক্ষমতার বিভিন্ন রূপ যেমন অদৃশ্য, গোপন এবং দৃশ্যমান ক্ষমতা ইত্যাদি মানে কী?
- নারী উৎপাদনকারীর উৎপাদনের জন্য প্রয়োজনীয় সম্পদে প্রবেশাধিকার/ নিয়ন্ত্রণ প্রভাবিত করার মত সরকারী, বেসরকারী বা বাণিজ্যিক ক্ষেত্রে প্রধান নীতিমালাসমূহ কী?
- এইসব সম্পদের ক্ষেত্রে স্থানীয় ক্ষমতার শক্তি (ঢড়বিং ফুহুসরপং) কিভাবে জেলা পর্যায়ে/ জাতীয় পর্যায়ে/ আন্তর্জাতিক পর্যায়ে ক্ষমতার শক্তির সাথে যুক্ত?
- ক্ষমতামালী প্রতিষ্ঠান (এবং গোষ্ঠী) কি পুরুষ থেকে নারীকে আলাদাভাবে বিবেচনা করে?

- উৎপাদন চক্রে কার্যকর অবদান রাখার যোগ্য হতে নারীর কী কী অধিকার এখন আছে এবং কী অধিকার থাকা দরকার? আর উৎপাদন চক্রের প্রক্রিয়ায় নেতৃত্ব দিতে গেলে?
- নারীদের সচেতনতা/ সক্ষমতা/ সংগঠন/ শিক্ষার মাত্রায় কি কোনও ঘাটতি আছে যা তাদের অধিকার দাবি করা ও রক্ষা করার সামর্থ্যকে প্রভাবিত করে? কী সেগুলো?

আপনার বিশ্লেষণের ভিত্তিতে, নারীদের অধিকার ভোগ করতে হলে কোন জিনিসটার পরিবর্তন ঘটাতে হবে? এমন কোনও নারী কি আছে যার ক্ষেত্রে ইতিমধ্যে তা পরিবর্তিত হয়েছে? এই পরিবর্তন আনার পেছনে প্রভাবকগুলো কী ছিল?

স্থানীয় উৎপাদন সম্ভাবনা চিহ্নিতকরণের উপসংহারে এসে নিচের প্রশ্নগুলোর উত্তর দিতে পারার সক্ষমতা আপনার থাকা উচিত:

- ১। আপনার এলাকায় বা এ অঞ্চলে বর্তমানে উৎপাদিত হচ্ছে বা ইতিহাসে উৎপাদিত হয়ে আসছে এমন সকল পণ্য ও সেবাগুলো কী কী? এইসকল পণ্য ও সেবা উৎপাদনে সহায়তা প্রদানকারী প্রধান সম্পদগুলো কী কী? উৎপাদন বৃদ্ধিতে সহায়ক হিসেবে প্রয়োজনীয় কী কী সম্পদ সহজলভ্য রয়েছে?
- ২। এইসব পণ্যের মধ্যে কোনগুলো সবচেয়ে বেশি লাভজনক (অথবা সবচেয়ে কম অলাভজনক) এবং এর পেছনে সবচেয়ে বড় ব্যয়ের খাতগুলো কী?
- ৩। প্রধান সম্পদগুলোর উপর কার ক্ষমতা বা নিয়ন্ত্রণ রয়েছে? প্রধান সম্পদসমূহের উপর এই ক্ষমতা বা নিয়ন্ত্রণ প্রতিষ্ঠাকারী নীতিসমূহ কী কী? ক্ষমতা বা নিয়ন্ত্রণের জেতার বিভাজনটা কেমন?
- ৪। বর্তমান উৎপাদন ব্যবস্থায় নারী ও পুরুষের ভূমিকাসমূহ কী কী?

এ পর্যায়ে, একটা তাত্ক্ষনিক খেলার আয়োজন করা যেতে পারে যাতে অংশগ্রহনকারীরা সম্ভাবনা বিষয়টির সাথে ভালোভাবে পরিচিত হতে পারে এবং মনে রাখতে পারে। ছোট গ্রুপ করে অংশগ্রহনকারীদের চ্যালেঞ্জ করা যেতে পারে- তাদের বর্তমান উৎপাদনরত পণ্যের সাথে সম্পর্কযুক্ত যত বেশি সম্ভব পণ্যের নাম বলতে পারে। যেমন: মাছ, ছাগল, বাল মরিচ, টমেটো ইত্যাদি।

দ্বিতীয় উপাদান: বাজার সম্পর্কে দলীয় অভিমত বা ভাবনা

বাজার সম্পর্কে দলীয় অভিমত বা ভাবনা উপাদানটির দুইটি উপ-উপাদান রয়েছে:

১. উৎপাদকদের বাজার সম্পৃক্ততা বা বাজারে যুক্ত হওয়ার অভিজ্ঞতার বিশ্লেষণ
২. চ্যানেল এবং বিভিন্ন পক্ষসহ বাজারের পরিস্থিতি বিশ্লেষণ

চ্যানেল এবং পক্ষসমূহ চিহ্নিতকরণ

১. উৎপাদকদের বাজার সম্পৃক্ততার বা বাজারে যুক্ত হবার অভিজ্ঞতা বিষয়ক চিন্তার প্রতিফলন

বাজারে প্রবেশাধিকার বিষয়ে ওয়েলথওয়ার্ক নামে একটি পদ্ধতি আছে, সেখানে, বাজারে একজন ক্রেতা কী খোঁজে এবং কেন- তা বুঝার চেষ্টা দিয়ে শুরু করা হয়। দুই ধরনের ক্রেতাকে আমাদের হিসাবে নিতে হবে- **পাইকারি ক্রেতা** (এরা আবার খুচরা বিক্রেতা) যারা পণ্য কেনে আবার অন্যের কাছে বিক্রি করবে বলে এবং চূড়ান্ত ভোক্তা (end consumers), যারা নিজেরা ব্যবহারের জন্য পণ্য কেনে। যদিও উৎপাদনকারী গ্রুপ চূড়ান্ত ভোক্তার কাছে বিক্রি দিয়েই শুরু করেন, তবে, অনেকে আছেন যারা তাদের পণ্য পাইকারী ক্রেতার কাছেই বিক্রি করতে আগ্রহী হবেন। কারণ, যদিও ভোক্তার তুলনায় পাইকারি ক্রেতার কাছ থেকে একক প্রতি দাম কম পাওয়া যায়, কিন্তু পাইকারি ক্রেতার কাছে একবারে এত বেশি পরিমাণে বিক্রয় করা যায় যে, সামগ্রিকভাবে এটাই তার কাছে বেশি লাভজনক হয়। বাজার পরিস্থিতির বিশ্লেষণ পাইকারি ক্রেতা ও চূড়ান্ত ভোক্তা উভয়ের কাছেই উৎপাদনকারীকে উপস্থাপন করে এবং উৎপাদকেরা তাৎক্ষণিকভাবে কোথায় বেশি মনোযোগ দিবে সে সিদ্ধান্ত নিতে সহায়তা করে।

এখন যে কৌশলটি (tool) নিয়ে আলোচনা করা হবে সেটি হচ্ছে, বাজারে সম্পৃক্ততায় উৎপাদকদের অভিজ্ঞতা কেমন- সে বিষয়ে মাথা খাটানো। ইতিমধ্যে তারা বাজারে প্রবেশাধিকারের জন্য যেসব চ্যানেল ব্যবহার করছেন এবং যেসব পক্ষের সাথে কাজ করছেন- তা চিহ্নিত করতে সহায়তা করে এই কৌশলটি। উৎপাদকেরা আবার কাঁচামালের ক্রেতা হিসেবেও বাজারের সাথে সম্পৃক্ত। পাশাপাশি উৎপাদন চক্রের বিভিন্ন সহায়ক যেমন পরিবহন বা ঋণদাতাদের সাথেও তাদের সম্পর্ক আছে। এই ব্যাপারগুলোও কিন্তু ভাবনার মধ্যে অন্তর্ভুক্ত আছে। তারপরও উৎপাদক মানে এখানে তারা প্রধানত পণ্য বা সেবার বিক্রেতা হিসেবেই বিবেচিত হবেন। উৎপাদকদের বাজার সম্পৃক্ততার অভিজ্ঞতা এবং বাজার বিশ্লেষণ (নিচে দেখুন) থেকে প্রাপ্ত তথ্যগুলো মিলিয়ে দেখা যায়, উৎপাদকেরা বাজারের কোন কোন পক্ষের সাথে সম্পর্ক আরো গভীর করতে ইচ্ছুক এবং কোন কোন পক্ষকে উৎপাদন চক্রের কোথাও যুক্ত হতে না দেয়াই ভালো তা চিহ্নিত করতে শুরু করে দেয়া উচিত। উদাহরণ স্বরূপ, যে ক্রেতার সাথে তাদের বর্তমান কারবার চলছে সে যদি পণ্যের ন্যায্য দাম এবং বাজার পরিস্থিতি নিয়ে সঠিক তথ্য না দেয় তাহলে তার সাথে সম্পর্ক রাখতে উৎপাদকেরা আর ইচ্ছুক হবেননা। এই কৌশলটি উৎপাদকেরা যাতে বুঝতে পারে কোন তথ্যটি তার কাছে নেই সেভাবে নকশা করা হয়েছে। উদাহরণ স্বরূপ, উৎপাদকেরা হয়ত জানেন না কিভাবে তাদের পণ্য চূড়ান্ত ভোক্তার (end consumer) হাতে পৌঁছায়, কিভাবে তারা তা ব্যবহার করেন এবং ক্রেতাদের কাছে পণ্যটি আরও আকর্ষণীয় করতে তারা আর কী করতে পারেন। তারা হয়ত জানেন না, পাইকারী ক্রেতা বা ফড়িয়াদের কাছ থেকে চূড়ান্ত ভোক্তারা পণ্যটি কত দামে কেনেন। তারা হয়ত জানেন না, কার সাথে প্রতিযোগিতা করে তারা পণ্যটি বাজারে আনছেন। উৎপাদকদের বাজারে প্রবেশাধিকার দারিদ্র বিমোচনে বড় ধরনের পরিবর্তন আনতে সক্ষম। আর তাই এটা অর্জন করতে হলে এইসকল প্রশ্নের উত্তর বের করতে হবে।

উৎপাদকদের বাজার সম্পৃক্ততার অভিজ্ঞতা বিষয়ে বিবেচনার জন্য আমরা যে দুইটি কৌশল সুপারিশ করছি সেগুলো হচ্ছে- ফ্লোচার্ট কৌশল এবং র্যাংকিং কৌশল।

সেকশন ক: বাজার সম্পৃক্ততার বর্তমান অভিজ্ঞতা বিশ্লেষণ

কৌশলের নাম: ফ্লোচার্ট: বর্তমান চ্যানেল ও পক্ষসমূহ সনাক্তকরণ

উদ্দেশ্য: ফ্লোচার্ট হচ্ছে বাজারের পরিস্থিতি ভালোভাবে বুঝার জন্য দুইটি কৌশলের প্রথমটি, সুনির্দিষ্টভাবে চ্যানেল ও পক্ষসমূহ চেনা, বিশেষ করে, যেসব প্রভাবক নারীর উপর নানাভাবে প্রভাব বিস্তার করে। এই কৌশলটি উৎপাদকদের হাতে যেসব তথ্য নেই তা পর্যাপ্ত পরিমাণে পেতে সহায়তা করে। যেমন, পণ্যটি কিভাবে চূড়ান্ত ভোক্তার হাতে পৌঁছায়। উৎপাদক সমাজ ইতিমধ্যে যেসব পণ্য উৎপাদন করছেন বা উৎপাদন করবেন বলে ভাবছেন, সেসব পৃথক পণ্যের পরিস্থিতি বিশ্লেষণের জন্য এই কৌশলটি প্রতিবার আলাদাভাবে প্রয়োগ করা যেতে পারে (প্রথম উপাদানে চিহ্নিত করা হয়েছে)।

কাজক্ষত সময়: ১-১.৫ ঘণ্টা

অংশগ্রহনকারীর সংখ্যা: ৩-১৫ (বড় গ্রুপ)

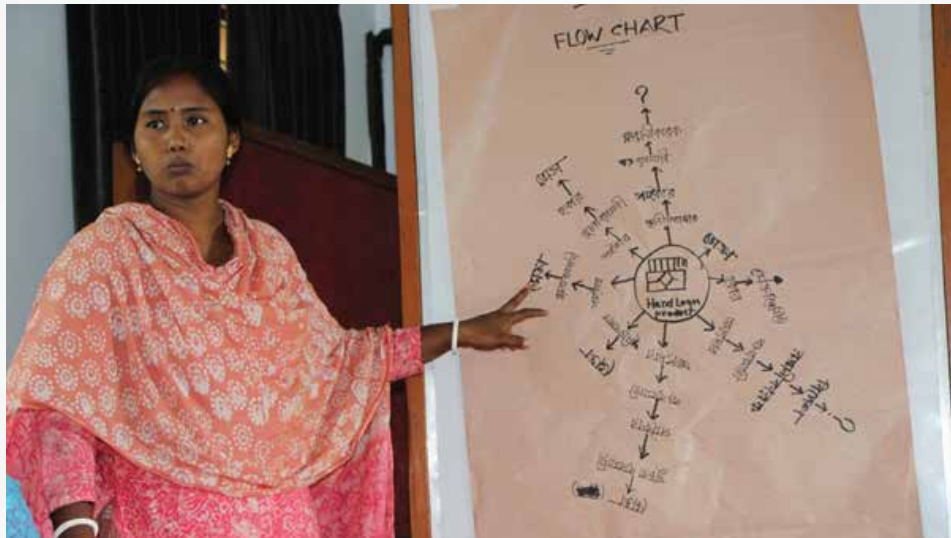
প্রয়োজনীয় উপকরণ: মার্কার, বড় ও প্রশস্ত কাগজ, টেপ বা আঠা

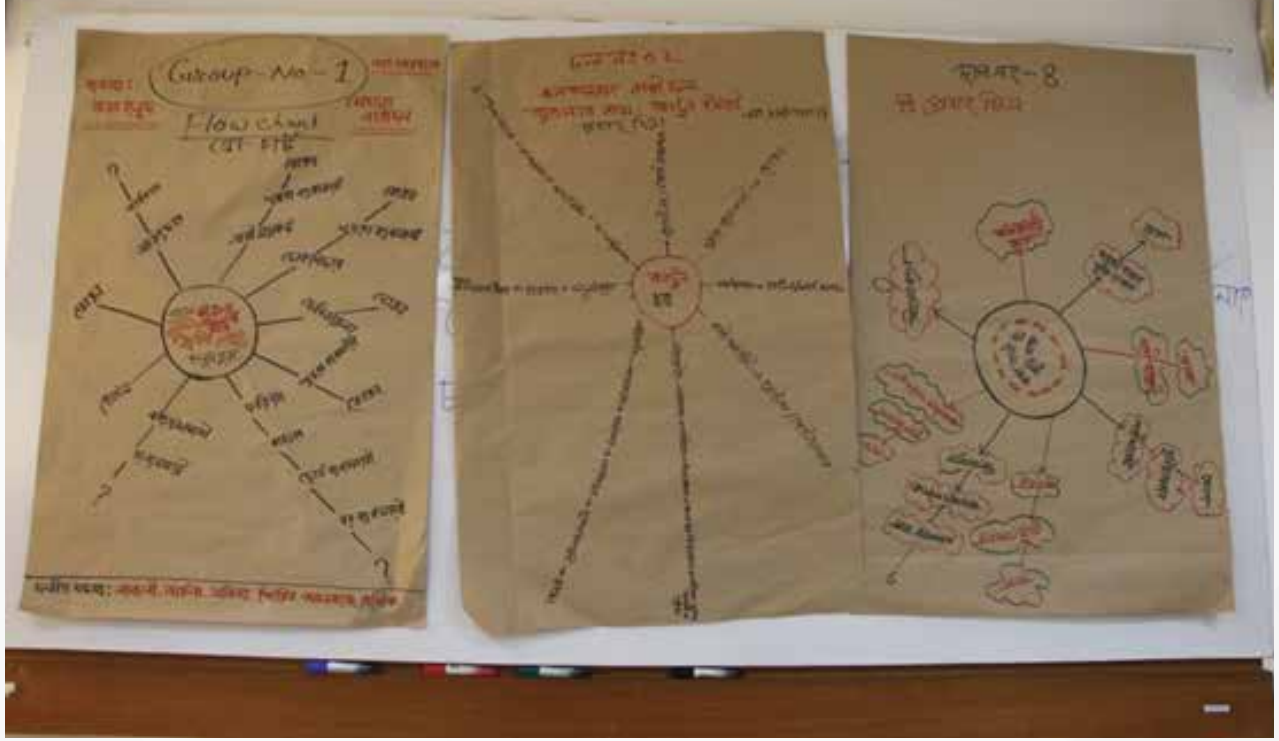
নির্দেশনা:

- ১। অনুশীলনটির উদ্দেশ্য ব্যাখ্যা করুন। অংশগ্রহনকারীরা বাজার বলতে কী বোঝেন? বাজার সম্পর্কে তারা যা বলে তার তালিকা করুন এবং শেষে সঠিক সংজ্ঞায় আসুন। তারপর ব্যাখ্যা করুন, “বাজার” মানে এমন একটি স্থান বা প্রক্রিয়া যেখানে পণ্য আনা হয় ও বিক্রি করা হয়। মাঝে মাঝে পণ্য আনা হয় এবং অন্যজনের কাছে পুনরায় বিক্রি করা হয়, এক পর্যায়ে তা চূড়ান্ত ভোক্তার কাছে বিক্রয় করা হয়- যিনি শেষ পর্যন্ত পণ্যটি ভোগ করেন।
- ২। অংশগ্রহনকারীদের বলুন, বড় কাগজের মাঝখানে একটি বৃত্ত আঁকতে। এবার বৃত্তের মাঝখানে এই অনুশীলনে আলোচ্য পণ্যটির নাম লিখুন। মনে করুন এটি সাইকেলের চাকার কেন্দ্রবিন্দু।
- ৩। অংশগ্রহনকারীদের বলুন এই পণ্যটি বিক্রি হয় এমন সকল জায়গার নাম বৃত্তের চারপাশে লিখতে। এগুলো হবে সাইকেলের চাকার স্পোক, প্রতিটি স্পোক হবে পৃথক “বাজার” (এমন স্থান বা প্রক্রিয়া যেখানে পণ্য আনা ও বিক্রয় করা হয়)। এ নামগুলোর কিছু হয়ত গ্রামের মধ্যেই, কিছু দূরে কোথাও। কোনও কোনও ক্ষেত্রে “মধ্যস্থত্বভোগী” বা অন্য কেউ জড়িত থাকতে পারে। কিছু ক্ষেত্রে টাকার বদলে অন্য কোনও পণ্য দ্বারা বিনিময় হতে পারে। উদাহরণ স্বরূপ, বাঁশের বিনিময়ে বাঁশের ঝুড়ি লেনদেন করা হয়। পণ্য হস্তান্তর মানেই বাজার নয়। পণ্যটি বহন করার জন্যও আপনি কারো হাতে দিতে পারেন। কিন্তু যতক্ষণ এটি বিক্রয় বা অন্য কিছু বদলে বিনিময় না হবে, ততক্ষণ এটি বাজার নয়। সকল ধরনের বিক্রোতা যেমন- একক নারী, বৃদ্ধ বয়সী নারী, বাচ্চাসহ নারী, ইত্যাদি মনে করে উল্লেখ করা হলে কাজে আসবে। এর মাধ্যমে তারা বাজারের সাথে নারীর সম্পর্কটি বুঝতে সক্ষম হবে।
- ৪। এরপর অংশগ্রহনকারীদের প্রতিটি স্পোক নিয়ে ভাবতে বলুন। এই ক্রেতাই কি শেষ ভোক্তা? নাকি সে আবার কারো কাছে বিক্রি করে? যদি উত্তর হয়, সেই ক্রেতা আবার অন্য বাজারে বিক্রি করে, তাহলে নতুন স্পোক আঁকুন দ্বিতীয় পর্যায়ের বিনিময় চিহ্নিত করতে। আপনারা যদি না জানেন, সেই বাজারে কার কাছে বিক্রয় করা হয়, তাহলে সেখানে একটি প্রশ্নবোধক চিহ্ন “?” আঁকুন।
- ৫। যতক্ষণ পর্যন্ত প্রতিটি বাজারের ক্রেতা শেষ ভোক্তা বা প্রশ্নবোধক চিহ্ন না হবে ততক্ষণ পর্যন্ত এটি চালিয়ে যান।
- ৬। যেসব বাজারে আপনি পণ্য বিক্রি করেছেন সেগুলো গোল চিহ্নিত করুন। সেসব বাজারের বিভিন্ন পক্ষ কারা? তারা কি নারী না পুরুষ?
- ৭। একজন স্বেচ্ছাসেবককে এই ফ্লোচার্টটি পড়তে ও ব্যাখ্যা করতে বলুন। এবং নিশ্চিত করুন, সবাই এটি বুঝতে পেরেছে।
- ৮। আলোচনাটি মন দিয়ে শুনুন এবং বিস্তারিত ব্যাখ্যার দাবি রাখে এমন কোনও বিষয় পেলে তা নোট করে রাখুন। পরিস্কার করে বোঝার জন্য প্রশ্ন করুন।

পুনরালোচনা করুন:

- ১। পণ্য বাজারজাত করতে গিয়ে আপনার কী অভিজ্ঞতা হয়েছে?
- ২। এমন কোনও বাজার কি চিহ্নিত করতে পেরেছেন, যেখানে বর্তমানে আপনি পণ্য বিক্রি করছেন না? কে আর বেশি পণ্য বিক্রি করতে সক্ষম হননি?
- ৩। এইসব বাজারে পণ্য বিক্রি করতে সক্ষম হবার জন্য আপনার গৃহীত পদক্ষেপ কী কী হতে পারে?
- ৪। আপনি হাত থেকে বিক্রি হবার পর পণ্যটির কী হয়, তা কতটা ভালো অনুধাবন করেন? আপনার ফ্লোচার্টে কি সেখানে প্রশ্নবোধক “?” চিহ্ন দেয়া হয়েছে?
- ৫। চূড়ান্ত ভোক্তা সেটা কিভাবে ব্যবহার করেন?
- ৬। বাজারজাতকরণের ক্ষেত্রে নারী ও পুরুষের মধ্যে পার্থক্য কী কী?
- ৭। এইসব প্রশ্নের উত্তর আপনি কিভাবে পাবেন?





সেকশন ক: বাজার সম্পৃক্ততার বর্তমান অভিজ্ঞতা বিশ্লেষণ

কৌশলের নাম: র্যাংকিং: বর্তমান পক্ষসমূহ পর্যালোচনা

উদ্দেশ্য: র্যাংকিং হচ্ছে আলোচ্য অনুশীলনে বাজারের পরিস্থিতি ভালোভাবে বুঝার জন্য দুইটি কৌশলের দ্বিতীয়টি, সুনির্দিষ্টভাবে পক্ষসমূহ বুঝতে। এই কৌশলটি অংশগ্রহনকারীদের বাজারে বিদ্যমান নানা পক্ষ চিনতে সহায়তা করবে, কাদের সাথে তারা আরো গভীর সম্পর্ক স্থাপন করতে ইচ্ছুক এবং কাদের সাথে হয়ত আর সম্পর্ক রাখতে ইচ্ছুক না। উৎপাদকেরা যেসব তথ্য পাননা তা পেতেও সাহায্য করবে এই কৌশলটি।

সম্ভাব্য সময়: ১.৫-২ ঘণ্টা।

অংশগ্রহনকারীর সংখ্যা: ৩-১০, যাদের বাজার সম্পর্কে অভিজ্ঞতা আছে, তাদের উপর দৃষ্টি নিবদ্ধ করুন।

প্রয়োজনীয় উপকরণ: ১২টি কার্ড (ছয়টি কার্ডে ১ থেকে ৬ পর্যন্ত নম্বর লেখা থাকবে, প্রথম পছন্দ থেকে শেষ পছন্দ পর্যন্ত, এবং ৬টি খালি থাকবে); বড় একটি কাগজ, যার নিচে একটি সারসংক্ষেপ ছক থাকবে, মার্কার, টেপ বা আঠা।

নির্দেশনা:

- ১। অংশগ্রহনকারীদের বর্তমান অভিজ্ঞতা অনুযায়ী এই অনুশীলনের উদ্দেশ্য ব্যাখ্যা করুন।
- ২। অংশগ্রহনকারীদের বলুন তারা বর্তমানে যেসব বিভিন্ন বাজারে কেনা বোচার জন্য যান, সেখানকার অন্তত ছয়টা পক্ষের নাম চিন্তা করে বের করতে বলুন। (এক অনুশীলনে ছয়টি পক্ষের বেশি র্যাংকিং না করার জন্য সুপারিশ করা হচ্ছে)। এইসব পক্ষের মধ্যে থাকতে পারে সংরক্ষণাগারের মালিক, মজুদদার অথবা “মধ্যস্থত্বভোগী”, প্রক্রিয়াজাতকারী, এবং অবশ্যই চূড়ান্ত ভোক্তা। খালি কার্ডগুলোতে এইসব নাম লিখুন অথবা এগুলোকে বোঝানোর জন্য উপযোগী ছবি আঁকুন। একটি কার্ডে একটি নাম থাকবে।
- ৩। গ্রুপ হিসেবে নম্বরযুক্ত কার্ডের পাশে উপরোক্ত নাম লেখা কার্ডগুলো বসান। “কাজ করার জন্য সবচেয়ে বেশি পছন্দ” এমন পক্ষটিকে এক নম্বরের পাশে এবং “সবচেয়ে কম পছন্দ” পক্ষটিকে ৬ নম্বরের পাশে বসান। প্রতিটি নম্বরের পাশে নাম থাকতেই হবে, প্রতি নম্বরে একটি করে নাম। এ পর্যায়ে, বাজারে অনেক পক্ষ আছে, এবং কেউ একক কোনও পক্ষের সাথে আটকে নেই। আপাত দৃষ্টিতে মনে হতে পারে, অন্য কোনও বিকল্প নাই, কিন্তু এর কারণ হচ্ছে, উৎপাদকেরা নতুন কোনও উপায় খুঁজে বের করার অবস্থায়ও ছিলনা।
- ৪। নম্বর অনুযায়ী পছন্দ করার ক্ষেত্রে অংশগ্রহনকারীদের ভিন্ন মত থাকবে বলে এটা বেশ উপভোগ্য আলোচনা হয়ে উঠতে পারে। একমত

না হওয়া পর্যন্ত আলোচনা চালিয়ে যান। একটা নাম বাছাই করা হলে তার পেছনের কারণ জানতে চান। যেসব অতিরিক্ত প্রশ্ন থেকে এই পেছনের কারণগুলো আরো ভালোভাবে উদঘাটিত হতে পারে, তার মধ্যে রয়েছে-

- পণ্যের মূল্য কে নির্ধারণ করে? সেটা কি ন্যায্য মূল্য? (ফুটো বালতির অনুশীলনের কথা মনে করুন, উৎপাদন ব্যয়, আপনার শ্রমসহ মূল্যের কথা ভাবুন)।
- আপনার পণ্য বাজারে নিতে তারা কিভাবে সাহায্য করে?
- তারা আর কী সাহায্য প্রদান করে?
- তারা কি নির্ভরযোগ্য? আপনার পাশে থাকবে বলে কথা দিলে সেখানে কি থাকে?
- তারা কি সৎ? আপনি কি তাদের বিশ্বাস করেন?
- আরো অন্যান্য।

৫। অংশগ্রহনকারীরা যখন কোনও পক্ষকে র্যাংকিং করার ব্যাপারে আলোচনা করেন, তখন সহায়ক বা নোট গ্রহনকারী (উৎপাদক সমাজের কেউ হতে পারেন) উক্ত পক্ষের সাথে কাজ করার সুবিধা এবং কোন অসুবিধার কারণে কাজ না করা হবে- সেগুলো নোট করে নিবেন। কোনও একটা পক্ষকে র্যাংকিং নম্বর দেয়া হলে সেটাই চূড়ান্ত নয়, যতক্ষণ না আলোচনাটি শেষ না হয়। তবে, নোট গ্রহনকারী এই আলোচনার অগ্রগতি নোট করতে থাকবেন, কেন তা নতুন নম্বর পাচ্ছে, নোট করবেন।

৬। মুটামুটি এক ঘন্টা পর ৬টা পক্ষই চিহ্নিত হয়ে যাবার কথা, যাদেরকে ১ থেকে ৬ নম্বর প্রদান করা হবে (“যার সাথে কাজ করতে সবচেয়ে ভালো লাগে” সে হচ্ছে ১ নম্বর)। এবং প্রতিটি নম্বরের ক্ষেত্রে উক্ত পক্ষের সাথে কাজ করার সুবিধা ও অসুবিধাসমূহ সারসংক্ষেপ ছকে লিপিবদ্ধ করা হবে। নিচে উদাহরণ দেয়া আছে।

৭। একজন স্বেচ্ছাসেবককে অনুরোধ করুন যাতে সে সারসংক্ষেপ ছকটি পাঠ করে এবং সবাই যাতে তা অনুধাবন করে।

পুনরালোচনা করুন:

- ১। কোন পক্ষের সাথে অংশগ্রহনকারীরা বেশি ভালো সম্পর্ক রাখতে চান? কেন?
- ২। পক্ষসমূহ কি নারী না পুরুষ? নারী বা পুরুষ পক্ষের সাথে অংশগ্রহনকারীদের লেনদেন কিভাবে প্রভাবিত হবে?
- ৩। এসব সম্পর্ক অংশগ্রহনকারীরা কিভাবে গভীরতর করবে?
- ৪। বিভিন্ন পক্ষ আপনার পণ্যের কোন জিনিসটা পছন্দ করে? আপনার পণ্যে কী নাই, যা বিভিন্ন পক্ষ পছন্দ করতে পারত?
- ৫। কোন পক্ষসমূহের সাথে তারা সম্পৃক্ত থাকতে ইচ্ছুক নয়? কেন নয়?
- ৬। অন্য কী ধরনের পক্ষসমূহ খুঁজে বের করা দরকার হতে পারে উৎপাদকদের? তারা কীভাবে এই কাজটি করবে?

| পক্ষ | সম্পর্কের সুবিধা | সম্পর্কের অসুবিধা | র্যাংক নম্বর |
|------|------------------|-------------------|--------------|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

২। বাজার পরিস্থিতি বিশ্লেষণ

পাইকারি ক্রেতাদের কাছে বিক্রয় আর চূড়ান্ত ভোক্তার কাছে বিক্রয় হচ্ছে বাজারে প্রবেশাধিকারের ক্ষেত্রে দুইটি ভিন্ন চ্যানেল। ফড়িয়াদের মাধ্যমে পাইকারি ক্রেতাদের কাছে বিক্রয় আরেকটি সম্ভাব্য চ্যানেল। বাজারে চলমান এই সব বিভিন্ন চ্যানেল সম্পর্কে জানাবোঝা থাকাটা উৎপাদক দলের জন্য দরকারী। এক্ষেত্রে তাদের পণ্য ও সেবার সাথে সম্পৃক্ত কোন কোন পক্ষের কথা তারা ভাবছেন- এটা বোঝা ও উৎপাদকদের জন্য খুবই গুরুত্বপূর্ণ। বাজারে প্রবেশাধিকারের বিকাশমান এই পর্যায়ে উৎপাদক সমাজ তাদের উৎপাদন চক্রের মূল মনোযোগ নির্ধারণ করে উঠতে পারেননি। যেসব পণ্য উৎপাদকেরা ইতিমধ্যে উৎপাদন করছেন, অতীতে করেছেন এবং ভবিষ্যতে উৎপাদনের কথাও ভাবছেন- সেসব পণ্য ও সেবার কথা বিবেচনা করেই বাজার বিশ্লেষণ করা উচিত।

বিবেচনায় নেবার মত অন্য ধরনের বাজারও আছে। উৎপাদকেরা হয়ত স্থানীয় বাজারেই বেশি অভ্যস্ত। আঞ্চলিক বড় বাজার বা শহরের বাজারের সাথে ততটা অভ্যস্ত নন তারা। উৎপাদকেরা যেসব বাজারের সাথে অনভ্যস্ত সে সম্পর্কে শেখার সুযোগ করে দেবে এই উপাদানটি। উদাহরণ স্বরূপ কিছু প্রতিষ্ঠানকেন্দ্রিক বাজারের কথা বলা যায়, যেমন স্কুল ফিডিং প্রোগ্রাম বা জনস্বাস্থ্য কর্মসূচি। এটি উৎপাদকদের নতুন একটি পক্ষের সাথে পরিচয় করিয়ে দেবে। নতুন সৃষ্ট যে চাহিদার কথা তারা জানতেনই না, সেই চাহিদা মেটানোর জন্য নতুন পণ্য যে তারা উৎপাদন করতে পারেন, সেই চিন্তার বাস্তবায়নও তারা সম্ভব করতে পারেন। বাজার পরিস্থিতি বিশ্লেষণের জন্য আমরা যে দুইটি কৌশল (tool) ব্যবহারের সুপারিশ করি তা হচ্ছে, হেঁটে দেখা (transect walk) এবং ফোকাস গ্রুপ।

সেকশন খ: বাজার পরিস্থিতি বিশ্লেষণ: চ্যানেল ও পক্ষসমূহ চিহ্নিতকরণ

কৌশলের নাম: বাজারের মধ্য দিয়ে হেঁটে দেখা: নতুন বাজার, পক্ষসমূহ ও পণ্য খুঁজে দেখা

উদ্দেশ্য: বাজারের মধ্য দিয়ে হাঁটার এই কৌশলটি আরো ভালোভাবে বাজার বুঝতে, সুনির্দিষ্টভাবে চ্যানেল ও পক্ষসমূহ চিনতে ব্যবহার করা হয়। পূর্বের দুইটি কৌশল, ফ্লোচার্ট ও র‍্যাংকিং-এর মাধ্যমে অংশগ্রহনকারীরা চ্যানেল এবং পক্ষসমূহ সম্পর্কে যা ইতিমধ্যে জানেন বা কল্পনা করতে পারেন সেটা চিন্তা করে বের করে আনতে পেরেছেন। আর এই 'ভেতর দিয়ে হাঁটা' কৌশলটি তাদেরকে নতুন নতুন বিকল্প (options) বা বুদ্ধির (ideas) সামনে দাঁড় করিয়ে দেবে যা তারা আগে হয়ত ভাবেননি। এই কৌশলে দুইটি উপাদান রয়েছে যা একই সাথে পরিচালিত হয়। প্রথমটি হচ্ছে, অংশগ্রহনকারীরা কী দেখছেন তা নথিভুক্ত করা। আর দ্বিতীয়টি হচ্ছে, হাঁটতে হাঁটতে বিভিন্ন পক্ষের সাথে কথা বলার সময় তারা যা শুনবেন তা লিপিবদ্ধ করা।

যদি অংশগ্রহনকারীরা সংখ্যায় বেশি হন, তাহলে একাধিক গ্রুপ করে তাদেরকে বাজারের ভিন্ন ভিন্ন স্থানে স্থাপন করুন। তথ্য নিয়ে ভাবনার সময় গ্রুপগুলোকে পরস্পরের মধ্যে তথ্য বিনিময় করতে দিন।

কাজের সময়: ২-৪ ঘন্টা।

অংশগ্রহনকারীর সংখ্যা: ৩-২৫ জন। প্রতি ছোট গ্রুপে ৩-৫ জন করে।

প্রয়োজনীয় উপকরণ: ছোট নোটখাতা, কলম, ক্যামেরা, বড় প্রশস্ত কাগজ, মার্কার এবং আঠা বা টেপ।

নির্দেশনা:

- কী করতে হবে তার উদ্দেশ্য বুঝিয়ে দিন। অংশগ্রহনকারীরা যা ইতিমধ্যে জানেন এখানে সে বিষয় বিবেচনা না। প্রত্যেককে বলুন তাদের চোখ ও কান খোলা রাখতে, তারা প্রত্যাশা করছেন না এমন জিনিস দেখা বা শোনার জন্য তাদের প্রস্তুত থাকতে বলুন। তারা হয়ত বিস্মিত হবেন।
- এই কর্মকাণ্ডের সময় কোন প্রশ্নের উত্তর খুঁজতে হবে তার পরিষ্কার করে বুঝিয়ে বলুন। অনুসন্ধানের বিষয়টি সুনির্দিষ্টভাবে নির্ধারণ করা থাকলে ভালো হয়, যাতে অংশগ্রহনকারীরা ফিরে আসার পর তাদের প্রাপ্ত তথ্যগুলো সহজেই বিনিময় ও তুলনা করতে পারেন। যেসব সম্ভাব্য প্রশ্নের উত্তর তারা খুঁজবেন তার মধ্যে থাকতে পারে:
 - পণ্য কী? পণ্যটি কি তার মূল উপাদান থেকে অনেকখানি পরিবর্তিত হয়েছে? কিভাবে? (যেমন: ফল থেকে কি জ্যাম বা জেলি বানানো হয়েছে?) বিভিন্ন পরিবর্তিত পণ্য (value-added product) যা বিক্রি হতে দেখেছেন তার নাম লিখুন (সম্ভব হলে একটি নমুনা জোগার করে আনুন)।
 - পণ্যটি কোথায় বিক্রি হচ্ছে? "চ্যানেল"টির বিবরণ দিন (যেমন- মধ্যস্বত্বভোগী, স্থানীয় দোকান, সুপারমার্কেট ইত্যাদি)। এই চ্যানেলের পক্ষ কোনটি? তার নাম লিখুন। ব্যক্তিটি কি (নারী বা পুরুষ) মালিক নাকি কর্মচারী? তাদেরকে এসব প্রশ্ন জিজ্ঞেস করুন।
 - ক্রেতা কারা? নারী নাকি পুরুষ? তারা কি চূড়ান্ত ভোক্তা? নাকি অন্য বাজারের ফড়িয়া? তারা যদি মধ্যস্বত্বভোগী ফড়িয়া হন, তাহলে চূড়ান্ত ভোক্তা কারা?
 - ক্রেতার পণ্যের মধ্যে কী চান? তারা কেন পণ্যটি কিনছেন? কী দেখে আকৃষ্ট হয়ে তারা তা কিনছেন? সুন্দর মোড়ক দেখে? পণ্যের সুনির্দিষ্ট বৈশিষ্ট্যগুলো কী কী? সাইজ? রঙ? অন্যান্য? ক্রেতার কি নির্দিষ্ট ঋতুতে এটি বেশি কেনেন?

- এই চ্যানেলে উপকারিতা কী? (উদাহরণ স্বরূপ: আপনাকে আগে থেকেই মোড়কজাত করতে হয় না। ক্রেতারা তাদের সুবিধা মত পরিমাণে এটি কিনে নেন)।
- এই চ্যানেলের অসুবিধাটা কী? (উদাহরণ: আপনাকে ঠিক নির্দিষ্ট পরিমাণে আনতে হয়। গুণগত চাহিদা অত্যন্ত বেশি। কিন্তু দাম কম।)
- অন্যান্য প্রশ্ন।

- ৩। অংশগ্রহনকারীদের হাঁটার জন্য একটি পথ ঠিক করে দিন। তাদের মনে করিয়ে দিন, এখানে হেঁটে যাওয়াটাই মুখ্য, কোথাও গিয়ে পৌঁছনো নয়। এর মূল উদ্দেশ্য হচ্ছে, তারা যা যা দেখবেন তা লিপিবদ্ধ করা এবং বাজারে যাদের সাথে দেখা হবে তাদের সাথে বিভিন্ন পণ্য সম্পর্কে আলাপ করা।
- ৪। হাঁটার কাজ শুরু করার আগে গ্রুপটিকে ফিরে আসার সময় বলে দিন। অংশগ্রহনকারীদের বলুন, তারা হাঁটার সময় যা যা দেখবেন, নোটবুকে তার ছবি আঁকবেন। এবং বিভিন্ন জনের সাক্ষাৎকার থেকে পাওয়া উত্তরগুলো লিখবেন। এজন্য তাদের নোটবুক ও কলম প্রয়োজন হবে। বাজারে সময় কাটানোর জন্য পানি ইত্যাদি সঙ্গে থাকতে পারে। নমুনা পণ্য ক্রয় করার জন্য সঙ্গে টাকা থাকা ভালো। সম্ভব হলে অংশগ্রহনকারীরা ছবি তুলতে পারেন।
- ৫। ফেরার পর, প্রতিটি গ্রুপ তাদের হাঁটার অভিজ্ঞতা নিয়ে একটা নকশা আঁকবেন। যাত্রা শুরু করার পর তারা প্রথম যে জিনিসটি দেখেছেন, কাগজের বাম পাশ থেকে তা দিয়ে শুরু করতে পারেন। সঙ্গে থাকবে, সাক্ষাৎকারগুলোর সারসংক্ষেপ। এক্ষেত্রে বড় কাগজ ও মার্কার বা প্রয়োজনে অন্য কিছু ব্যবহার করা যেতে পারে।
- ৬। প্রতিটি গ্রুপ তাদের প্রাপ্ত তথ্য উপস্থাপন করবেন। এই উপস্থাপনা ভালো করে শুনুন এবং যেসব ক্ষেত্রে বিস্তারিত ব্যাখ্যা প্রয়োজন হবে তা নোট করে রাখুন। বুঝার জন্য প্রশ্ন করুন। পোস্টারগুলো দেয়ালে টাঙিয়ে দিন, যাতে সবাই দেখতে পারে।

পুনরালোচনা করুন:

- ১। নতুন পণ্যগুলো সম্পর্কে চিন্তা করুন, ক্রেতারা সেগুলোর কোন জিনিসটা পছন্দ করেছেন? কোন জিনিসটা পণ্যটিকে আরও আকর্ষণীয় করেছে? আপনার মতে, সেসব পণ্যের ক্ষেত্রে আর কী করলে তা ক্রেতার কাছে আরও আকর্ষণীয় হত?
- ২। বিভিন্ন চ্যানেলগুলো কী কী? সেসব চ্যানেলের কিছু সুবিধা ও অসুবিধাগুলো কী ছিল?
- ৩। প্রতিটি বাজারে আপনার চিহ্নিত করা পক্ষসমূহ কী কী ছিল? আপনি তাদের সাথে আরো কথা বলতে ইচ্ছুক? তাদেরকে আর কী কী জিজ্ঞাসা করা যেতে পারে?
- ৪। এইসব পক্ষের কোনও একটির সাথে আরও গভীর সম্পর্ক স্থাপনের জন্য পরবর্তী পদক্ষেপগুলো কী হতে পারে?
- ৫। নতুন কী জিনিস আপনার চোখে পড়েছে?

উদাহরণ:

| আপনি যা দেখেছেন তা এখানে আঁকুন ... বাম থেকে শুরু করুন, যেসব চ্যানেল আপনি প্রথম দেখেছেন ... | | | |
|---|--|---|----------------------------------|
| চ্যানেলের নাম। বিবরণ দিন। | একজন বাজারের মধ্যে টেবিল পেতে তাজা টমেটো বিক্রি করছেন। | শহর থেকে আসা একজন নারী অনেক টমেটো কিনলেন। সেগুলো গুঁড়িয়ে ছোট ছোট প্যাকেট ভরলেন। এরপর শহরে নিয়ে বিক্রি করলেন। | পর্যটন দোকানে টমেটো বিক্রি হচ্ছে |
| পণ্যটা কী? এটি কি তার মূল অবস্থা থেকে পরিবর্তিত? কিভাবে? (আপনার দেখা পরিবর্তিত বিভিন্ন পণ্যের (value-added product) যেগুলো বিক্রি হচ্ছে তার নাম লিখুন) | ~~~~~ | | ~~~~~ |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| এই চ্যানেলে জড়িত পক্ষ/ব্যক্তি কে? তার নাম লিখুন। ব্যক্তিটি (নারী বা পুরুষ) কি মালিক? নাকি কর্মচারী? | ~~~~~ | | |
| ক্রেতা কারা? তারা কি নারী না পুরুষ? তারা কি চূড়ান্ত ভোক্তা? নাকি অন্য বাজারের মধ্যস্থতাকারী বা পাইকার? তারা পাইকার হলে, চূড়ান্ত ভোক্তা কারা? | ~~~~~ | ~~~~~ | ~~~~~ |
| ক্রেতার পণ্যের মধ্যে কী চান? কী দেখে আকৃষ্ট হয়ে তারা এটি কিনলেন? মোড়ক দেখে? পণ্যটির নির্দিষ্ট বৈশিষ্ট্যগুলো কী? সাইজ? রঙ? কখন ক্রেতার বেশি কেনেন? | | | ~~~~~ |
| এই চ্যানেলের সুবিধাগুলো কী কী? | | ~~~~~ | |
| এই চ্যানেলের অসুবিধাগুলো কী কী? | ~~~~~ | ~~~~~ | ~~~~~ |
| অন্যান্য প্রশ্ন | | | ~~~~~ |

কৌশলের নাম: ফোকাস গ্রুপ ডিসকাশন: সংগৃহীত তথ্য থেকে উপসংহার টানা

উদ্দেশ্য: ফোকাস গ্রুপ ডিসকাশন হচ্ছে আরেকটু ভালোভাবে বাজার বোঝার জন্য ব্যবহৃত শেষ কৌশল। এই উপাদানে তিনটি কৌশলের মাধ্যমে সংগৃহীত সকল তথ্য যাচাই করার জন্য এই কৌশলটি ব্যবহার করা হবে। মনে রাখবেন, আপনাকে হয়ত এই আলোচনা কয়েকবার পুনরাবৃত্তি করতে হবে। এটি নির্ভর করবে পণ্য বা সম্ভাব্য পণ্যের উপর যা আপনি প্রথম উপাদানে চিহ্নিত করেছেন।

কাজের সময়: ২.৫-৩ ঘণ্টা

অংশগ্রহনকারীর সংখ্যা: একটি সমবায় বা জনগোষ্ঠীর সবাই

প্রয়োজনীয় উপকরণ: ফোকাস গ্রুপ আলোচনার প্রস্তুতি হিসেবে সকল নকশা, অঙ্কন, নোট এবং এই সেশনের প্রথম চারটি কৌশল থেকে প্রাপ্ত অন্যান্য উপকরণ। প্রথম চারটি কৌশল থেকে প্রাপ্ত নকশাসমূহের যতগুলো সম্ভব দেয়ালে টাঙানোর ব্যবস্থা করুন।

- আগের কৌশল থেকে প্রাপ্ত নকশা দেয়ালে ঝুলানোর জন্য টেপ, আঠা বা অন্য কোনও ব্যবস্থা
- বড় প্রশস্ত কাগজে খালি প্রতিবেদন ছক (নিচের উদাহরণে নমুনা দেয়া আছে)।

নির্দেশনা:

কৌশলসমূহ থেকে প্রাপ্ত শিক্ষণের ভিত্তিতে নিচের ছকটি পূরণ করুন।

সম্ভাব্য পণ্য: _____

| উদাহরণ | সরাসরি চূড়ান্ত ভোক্তার প্রতি | | | পাইকারি ক্রেতা | | |
|---|-------------------------------|---|---|------------------------|-------------------|--|
| | স্থানীয় বাজার | আঞ্চলিক বাজারে সমবায়ের বিক্রয়ের স্থান | শহরে সমবায়ের মালিকানা ও পরিচালনায় দোকান | পাইকারি “মধ্যস্থতভোগী” | প্রক্রিয়াজাতকারী | শহরে ন্যায্য বাণিজ্য ভিত্তিক পাইকারী দোকান |
| আপনার পণ্যের পক্ষসমূহ (আপনারা বাজারে হেঁটে বা র্যাংকিং কৌশলে যাদের চিহ্নিত করেছেন ও সাক্ষাৎকার নিয়েছেন) | | | | | | |
| চ্যানেল বা পক্ষসমূহ আপনার সম্ভাব্য পণ্যের কোন কোন গুণাবলী পছন্দ করবেন বা চাইবেন? | | | | | | |
| বিদ্যমান সম্পদ ব্যবহার করে আপনি এমন কোনও পণ্য কি আপনি বানানো/ উৎপাদন করার সুযোগ কি আছে, যা পক্ষসমূহ কিনবেন? | | | | | | |
| এই চ্যানেল/ পক্ষসমূহের সাথে কাজ করার সুবিধা/ অসুবিধাসমূহ | | | | | | |
| আর কি আপনি শিখেছেন? | | | | | | |
| আপনার মনে আর কী প্রশ্ন আছে? | | | | | | |

বাজার সম্পর্কে দলের সবার মতামতের ভিত্তিতে উপসংহারে এসে আপনাকে নিচের প্রশ্নগুলোর উত্তর দিতে পারতে হবে:

- ১। আমাদের জন্য সহজলভ্য সম্পদগুলো ব্যবহার করে এক বা একাধিক সেবা বা পণ্য উৎপাদন করার কোনও সুযোগ আছে কি, যার জন্য এক বা একাধিক বাজারে (স্থানীয়, আঞ্চলিক, শহরে) চাহিদা রয়েছে? কী হতে পারে সেই সেবা বা পণ্য?
- ২। কোন চ্যানেল বা চ্যানেলসমূহের দিকে আমরা দৃষ্টি নিবদ্ধ করতে চাই? বাজারে বিদ্যমান সুযোগ ভালোভাবে বুঝার জন্য কোন পক্ষসমূহ সম্পর্কে আমাদের আরও জানতে হবে? তারা কি যাদের সাথে আমরা ইতিমধ্যে কাজ করে আসছি? নাকি আমাদের জন্য নতুন কেউ?

তৃতীয় উপাদান: বাজারের সাথে সম্পর্ক নির্মাণ

বাজারের সাথে সম্পর্ক নির্মাণ উপাদানে তিনটি উপউপাদান রয়েছে।

- ১। মূল্য প্রস্তাবনা (Value Proposition) অনুধাবন বা বোঝা
- ২। সম্পর্ক স্থাপনের মাধ্যমে বাজারে প্রবেশাধিকার উন্নয়ন
- ৩। সুনির্দিষ্ট ক্রেতার বাজার চাহিদা নিরূপণ

১। মূল্য প্রস্তাবনা অনুধাবন

মূল্য প্রস্তাবনা হচ্ছে একটি পণ্যের বিবরণ যা ক্রেতা বা চূড়ান্ত ভোক্তাদের কোনও ঐ পণ্য বা সেবা ক্রয় করতে উদ্বুদ্ধ করে। একজন ভোক্তা কেন টাকা-পয়সা খরচ করে পণ্য বা সেবাটি কেনার চিন্তা করবে? অর্থাৎ, পণ্যটি কি বেশি পুষ্টিসম্পন্ন? সুন্দর মোড়ক দেয়া? নাকি অনেক টেকসই? মূল্য প্রস্তাবনার ফলে কি পণ্যটি বাজারে আলাদা করে সবার চোখে পড়বে? এতে কি পণ্যটির বাজার সম্প্রসারণ হবে যাতে নতুন নতুন ক্রেতার কাছে এটি পৌঁছতে পারে? এটি কি নৈতিকতা ও মূল্যবোধের মানদণ্ডে উত্তীর্ণ? এটি কি কোনও দরিদ্র নারীর আয় বাড়াতে সাহায্য করবে? এই পণ্যটি নারী ও শিশুদের বৈষম্যকরণ থেকে মুক্ত? আমরা কি পণ্যটি কিনি কেবল এর জনপ্রিয়তার কারণে?

ঐতিহাসিকভাবে, মূল্য প্রস্তাবনা প্রায়ই স্বল্পমেয়াদী লাভের কথা চিন্তা করে থাকে। ক্রেতার চিন্তা করে, “এটা কি এখনই আমাকে কিছু টাকা-পয়সা বানাতে সাহায্য করবে?” এই মনোভাব ক্রেতাদেরকে মানুষ ঠকানো বা বিধ্বংসী ও অস্থিতিশীল পথে কোনও স্থান বা প্রকৃতি ধ্বংস করতে প্রবৃত্ত করে তোলে। উদাহরণ হিসেবে বলা যায়, নারী ও শিশুদের বিনা বেতনে বা বৈষম্যমূলক অল্প বেতনে কাজ করানো, পরিবেশ দূষণ, কর্মক্ষেত্রে বা এমনকি পণ্যের মধ্যেও বিষাক্ত উপাদান রেখে যাওয়া, মূল্য পরিশোধ না করেই জমি বা সম্পদ হস্তগত করা এবং আরো অনেক কিছুই। বৃহত্তর ক্রেতার বাজার নিয়ন্ত্রণ করে, ফলে ছোট ক্রেতার বিচ্যুত হয় আর তখন তারা অত্যন্ত কম একটি দামে উৎপাদকদের তৈরী পণ্য কিনে নেয়।

অবশ্য, তথ্যে প্রবেশাধিকার বৃদ্ধি ও যোগাযোগের ফলে বেশিরভাগ ক্রেতার পক্ষে অনৈতিক চর্চা লুকিয়ে রাখা এখন অনেক কঠিন হয়েছে। শহর এলাকা বা উন্নত দেশে এটা উপলব্ধি করা যায়। এখন ভোক্তারা পণ্য সম্পর্কে আরো বেশি তথ্য চায়, পণ্যটি কোথা থেকে আসছে, কিভাবে এটা বানানো হয়েছে, এর উপকরণ কী ইত্যাদি। প্রযুক্তি পণ্যকে আরো ইচ্ছামত পরিবর্তন করার সুযোগ করে দিয়েছে আর ভোক্তারাও এতে সাড়া দিয়ে গতানুগতিক পণ্য ছেড়ে বিশেষায়িত পণ্যের দিকে ঝুঁকে পড়েছে। স্থায়িত্বশীলতা ও প্রাকৃতিক সম্পদের সংকট এখন বিশ্বব্যাপী একটি বড় ইস্যু হয়ে উঠেছে।

মূল্য প্রস্তাবনা গঠনে ভূমিকা রাখতে পারে শিক্ষা, নীতি, নৈতিকতা, উদ্ভাবন ও ব্যক্তিগত অভিজ্ঞতা। উৎপাদকেরা ক্রেতা ও ভোক্তাদের সামনে তাদের মূল্য প্রস্তাবনা তুলে ধরতে পারেন যা তারা আগে করেননি। উদাহরণ স্বরূপ, একটি প্রক্রিয়াজাত পণ্যের উৎপাদন চক্র (value chain) একটি ক্রেতার জন্য সম্পূর্ণ নতুন বাজার খুলে দিতে পারে। সব ক্রেতা বাজারে প্রবেশাধিকারের ক্ষেত্রে সমলাভের (win-win market access) সম্ভাবনা মেনে নিতে না চাইলেও, কিছু ক্রেতা এ সুযোগ গ্রহণ করেন। তাদেরকে ঝুঁজে বের করা এবং তারা এটা কেন করেন তা অনুধাবন করাই এই অনুশীলনের উদ্দেশ্য। অনেক সময় ক্রেতা বা চূড়ান্ত ভোক্তার কাছে এই মূল্য প্রস্তাবনা সম্পর্কে একটা পূর্ব প্রত্যাশা থাকে, কিন্তু বাজারে প্রচলিত পণ্য ও সেবা তা পূরণ করেনা। যেমন- ধরা যাক, একজন ক্রেতা লক্ষ করলেন বাজারে নীল ওড়নার ভোক্তা রয়েছেন, যারা স্কুলের পোষাকের সাথে মিলিয়ে ওড়না কিনতে চান। কিন্তু বাজারে শুধু হলুদ ওড়না পাওয়া যাচ্ছে। এখন নীল ওড়নার সরবরাহ না আসা পর্যন্ত উক্ত ক্রেতা তাদের বাজার সম্প্রসারণ করতে পারছেন না। উক্ত ক্রেতার মূল্য প্রস্তাবনা হচ্ছে নীল ওড়নার ভোক্তাদের সন্তুষ্টির জন্য (এবং একই চাহিদার অন্য ভোক্তার জন্য) তাদের মূল্য সংযোজন। এখন এই ক্রেতা যদি কিছু উৎপাদকের সাথে চুক্তি করতে পারেন যারা চাহিদা অনুযায়ী অন্য রঙের ওড়না তৈরি করতে রাজি, তাহলে উক্ত ক্রেতা ওড়নার জন্য নতুন বাজার সম্প্রসারণ করতে সক্ষম হবেন। এখানে, স্কুলের ইউনিফর্মের সাথে সম্পর্কিত বাজার। ক্রেতা যদি তার বাজারের বিপুল সম্ভাবনা অনুমান করতে পারেন, তাহলে তিনি হয়ত নীল ওড়না উৎপাদকদের উৎসাহী করার জন্য সময়, উপকরণ, যন্ত্রপাতি এমনকি পুঁজি পর্যন্ত বিনিয়োগ করতে ইচ্ছুক হবেন। এতে দেখা যাবে উৎপাদকেরা কেবল ওড়না নয়, স্কুলের ইউনিফর্ম উৎপাদনের মাধ্যমে তাদের বাজার সম্প্রসারণে উৎসাহী হবেন। এভাবে ক্রেতা ও উৎপাদকের মধ্যে একবার সম্পর্ক স্থাপিত হলে তারা নিজেদের বাজার বৃদ্ধির জন্য একসঙ্গে কাজ করতে পারবেন। মূল্য প্রস্তাবনাকে বলা যায় “আঠা” যা অর্থকরী (Wealth Works) উৎপাদন চক্রে জড়িত উৎপাদক ও ক্রেতাকে সংযুক্ত করে। উৎপাদকেরা যদি এমন পণ্য বা সেবা তৈরি ও সরবরাহ করেন যা একজন ক্রেতার সংকট দূর করে বা একটা সুযোগ তিনি কাজে লাগাতে পারেন তাহলে একে বলে সমলাভ সম্পর্ক (win-win relationship)। করপোরেট সরবরাহ চক্রে (supply chain) অবশ্য এমন অংশীদারী মূল্য প্রস্তাবনা (shared value proposition) তেমন দেখা যায় না এবং এর ফলে এখানে পুরো সরবরাহ চক্রে দুর্বল পক্ষ ক্ষতির শিকার হন এবং শক্তিশালী পক্ষ মূলধন জমা করেন। করপোরেট পক্ষসমূহ মূল্য প্রস্তাবনার বদলে বিজ্ঞাপন তৈরি করেন যা ভোক্তাকে কোনও পণ্য কিনতে প্রলুব্ধ করে যা হয়ত তার কেনার আদৌ ইচ্ছা ছিলনা।

মূল্য প্রস্তাবনা অনুধাবন করতে আমরা যে কৌশলের সুপারিশ করি তা হচ্ছে ক্রেতার বিবরণের সাথে মূল্য প্রস্তাবনা মিলিয়ে দেখা।

কৌশলের নাম: বাছাই: ক্রেতার বিবরণের সাথে মূল্য প্রস্তাবনা মিলিয়ে দেখা

উদ্দেশ্য: এই কৌশল মূল্য প্রস্তাবনার ধারণা ব্যাখ্যা করে: এটি একটি নিজ-আগ্রহ যা বাজারের কোনও পক্ষকে আকৃষ্ট করে এবং সম্পৃক্ত করে রাখে। মূল্য প্রস্তাবনা মূলত একটি সুবিধার বিবরণ যা একজন ক্রেতা আপনার সাথে কাজ করতে এবং সে কাজে লেগে থাকতে উদ্বুদ্ধ করবে। ক্রেতার সাথে সাক্ষাতের পূর্বেই এই ধারণাটি অনুধাবন করা জরুরি যাতে উৎপাদকেরা সঠিক প্রশ্নটি করতে সক্ষম হন এবং উপযোগী পণ্য উৎপাদন ও একটি স্থায়ী সম্পর্ক করার জন্য দরকারী তথ্য বের করে আনতে পারেন। প্রকৃত ক্রেতাদের জন্য সুনির্দিষ্ট মূল্য প্রস্তাবনা কিভাবে তৈরি করতে হবে তা আলোচনা করা হয়েছে এই বিভাগে সেকশন গ তে। শেষ উপাদানের কৌশলগুলোতে যেভাবে দেখানো হয়েছে, চাহিদা চূড়ান্ত ভোক্তাদের পাশাপাশি পাইকারি ক্রেতাদেরও এতে যুক্ত করতে পারে।

প্রত্যাশিত সময়: ১-১.৫ ঘণ্টা

অংশগ্রহনকারীর সংখ্যা: ৮-১৫ জন (বড় গ্রুপ)

প্রয়োজনীয় উপকরণ: তিনটা বুড়ি বা বাক্স, পাথর বা ভারী কিছু, লম্বা দড়ি, আগে থেকে তৈরি করে রাখা ১২টি “মূল্য প্রস্তাবনা” কার্ড (ছয়টি খালি থাকবে), তিনটি ক্রেতার বিবরণী কার্ড (প্রতি বুড়িতে একটি করে) এবং মার্কার।

নির্দেশনা:

কর্মকাণ্ডের উদ্দেশ্য সম্পর্কে সকলকে অবহিত করুন। ব্যাখ্যা করুন, যখন অংশগ্রহনকারীরা বেশি জানবে বাজারের পক্ষসমূহ কী চায় (তাদের মূল্য প্রস্তাবনা), তখন ক্রেতার ইচ্ছা অনুযায়ী পণ্য বা সেবা উৎপাদন তাদের জন্য সহজতর হবে। পণ্যটি আরও আকর্ষণীয় হবে এবং সহজেই বাজারে বিক্রি করা যাবে। খাঁটি অর্থনীতির দৃষ্টিকোণ থেকে এটা হবে “চাহিদা-ভিত্তিক”। তবে, গুরুত্বপূর্ণ বিষয় হচ্ছে উৎপাদক সমাজের সদস্যদের খুবই পরিষ্কার লক্ষ্য থাকতে হবে এবং তার পক্ষে কাজ করতে হবে, সমলাভ (win-win) পদ্ধতি খুঁজে নিতে হবে, এতটা চাহিদা-ভিত্তিক হওয়া যাবে না যাতে সম্পর্কটা বৈষম্যমূলক হয়ে যায়, অথবা খাদ্য নিরাপত্তা, স্থায়িত্বশীলতা এবং উৎপাদক ও তাদের জনগোষ্ঠীর আত্ম-প্রতিরোধ ক্ষমতার সাথে কোনও প্রকার আপোষ করা চলবে না। স্থায়িত্বশীলতার মূল শক্তি হচ্ছে নারী-পুরুষ নির্বিশেষে সমান অংশীদারী মূল্য প্রস্তাবনার ভিত্তিতে ক্রেতা ও বিক্রেতার মধ্যে একটি দীর্ঘমেয়াদী সম্পর্ক উন্নয়ন করা।

নিচের সংক্ষিপ্ত ভূমিকা অভিনয়ে “চাহিদা-ভিত্তিক” বিষয়টি ফুটে উঠবে:

- একটি ছোট গ্রুপ “সরবরাহকারী” সেজে একটি বুড়িতে পাথর বা ভারী কিছু দিয়ে ভর্তি করবেন, যেন সেগুলো তাদের “পণ্য”। সরবরাহকারী দল তাদের বুড়ি রুমের অন্য প্রান্তে বসা ক্রেতা দলের দিকে ঠেলে দেবেন। ক্রেতার সেগুলো যাচাই করবেন এবং সেগুলো তাদের কাক্ষিত মান পূরণ না করায় প্রত্যাখ্যান করবেন।
- এবার সরবরাহকারী দল ক্রেতা দলকে জিজ্ঞেস করবেন, তারা পণ্যের মধ্যে কী চান? হয়ত উত্তর আসবে, গুণগত মান বৃদ্ধি, মোড়কে পরিবর্তন, বা পরিমাণে কম অথবা সাদা আলুর পরিবর্তে নীল আলু ইত্যাদি। তখন সরবরাহকারীরা বুড়ির গায়ে তিনটি রশি বাঁধবেন। রশিগুলো হবে ক্রেতার চাহিদা অনুযায়ী মান উন্নয়নের প্রতীক। এবার চাহিদা পূরণ হওয়ায় ক্রেতার সেই দড়ি ধরে বাক্স বা বুড়িগুলো রুমের অন্য প্রান্তে টেনে নিয়ে যাবেন, অর্থাৎ তারা বোঝালেন যে পণ্যটি তারা গ্রহণ করেছেন। একেই বলে চাহিদা-ভিত্তিক। চাহিদা সম্পন্ন পণ্য বিক্রি সরবরাহকারীদের জন্য সহজতর, কারণ ক্রেতার তা টেনে নিয়ে যান। আর চাহিদা পূরণ না হলে সরবরাহকারীদের তা ঠেলে দিতে হয়।
- আলোচনা: উৎপাদক সমাজের সদস্যদের এভাবে পণ্য ঠেলে দেবার কোনও অভিজ্ঞতা কি আছে? তাদের কি চাহিদা দ্বারা পণ্য টেনে নিয়ে যাবার অভিজ্ঞতা আছে? কোন প্রক্রিয়াটি বেশি সহজ? (পণ্য ঠেলে দেয়া অনেক কঠিন, এতে প্রত্যাখ্যাত হবার আশঙ্কাও থাকে। বাজার কর্তৃক টেনে নেয়া অনেক সহজ। আর সম্পর্কের কারণেই তা সম্ভব হয়)। উৎপাদকেরা কি কখনও তাদের পণ্য প্রত্যাখ্যাত হবার কারণসমূহ বিশ্লেষণ করেছেন? মূল্য প্রস্তাবনা উপস্থাপন করা বা পরিবর্তন করা কি নারীর জন্য সহজ? নাকি পুরুষের জন্য?

প্রতিটি বুড়িতে একটি করে ক্রেতার বিবরণী নিযুক্ত করুন। একজন অংশগ্রহনকারীকে বলুন ক্রেতার বিবরণীটি পাঠ করতে। অন্য একজন অংশগ্রহনকারীকে বলুন ঐ ক্রেতার ছবি এঁকে ঐ বুড়িতে নিযুক্ত করতে। প্রত্যেক ক্রেতা যে “সমস্যা” মোকাবেলা করছেন তা আলোচনা করুন। এবার সেই সমস্যার সমাধানে উৎপাদকেরা কিভাবে সহায়তা করতে পারেন?

১২টি মূল্য প্রস্তাবনা কার্ড (ছয়টি ফাঁকা) প্রতিজন অংশগ্রহনকারীর কাছে হস্তান্তর করুন।

প্রতিজন অংশগ্রহনকারীকে বলুন যার যার কার্ড পড়ে শোনাতে। কী সুবিধা আপনি প্রস্তাব করছেন? এবার চিন্তা করে দেখুন, কোন ক্রেতা পণ্যটি কেনার জন্য এতে উদ্বুদ্ধ হতে পারে। এই যে সুবিধার প্রস্তাব আপনি দিলেন, যা শুনে একজন ক্রেতা আপনার সাথে কাজ করতে আগ্রহী হবে এবং লেগে থাকতে চাইবে, সেটাই হল মূল্য প্রস্তাবনা (value proposition)। কিছু কার্ড হয়ত একাধিক বুড়ির ক্ষেত্রে প্রযোজ্য হবে। প্রতিজন অংশগ্রহনকারীকে ব্যাখ্যা করতে বলুন কেন সে কার্ডটি তার পছন্দ মত বুড়িতে রাখল। এই বক্তব্যের সাথে কি সবাই একমত? কার্ডটা কি আসলে অন্য কোনও বুড়িতে যাবে?

মূল্য প্রস্তাবনা কিছু কিছু ক্ষেত্রে বলতে পারে কী করা সম্ভব, হয়ত তা এখনও বাজারে নেই, কিন্তু থাকতে পারত। প্রতিটি মূল্য প্রস্তাবনার ক্ষেত্রে, ক্রেতা বা ভোক্তা কি বিনিয়োগ করতে চান যার মাধ্যমে মূল্য প্রস্তাবনাটি বাস্তবায়িত হতে পারে? (উদাহরণ স্বরূপ, পণ্যটি ছোট ছোট ব্যাগে করে মোড়কজাত করা, ড্রাইং মেশিন ক্রয়, নানা ধরনের সবজি চাষে প্রশিক্ষণ প্রদান, অর্গানিক পণ্য উৎপাদনে প্রশিক্ষণ প্রদান, সংরক্ষণাগার নির্মাণ, সবজি থেকে শিশুখাদ্য উৎপাদনের জন্য মেশিনপত্র ক্রয়, প্রক্রিয়াজাতকরণ কর্মীরা যাতে নির্বিঘ্নে কাজ করতে পারেন তার জন্য একটা শিশুপালন কেন্দ্র স্থাপন ইত্যাদি)।

ফাঁকা মূল্য প্রস্তাবনা কার্ডের জন্য অংশগ্রহনকারীদের বলুন ক্রেতাদের একজনের জন্য একটি মূল্য প্রস্তাবনা ভেবে বের করতে। সেটা কার্ডে লিখতে বলুন। এক্ষেত্রে প্রয়োজনীয় হচ্ছে, নতুন পদ্ধতিতে কিছু করার বা নতুন কোনও পণ্য উদ্ভাবনের উপায় ভেবে বের করা যাতে এমন কোনও সুবিধা থাকবে যা ক্রেতাকে সেই পণ্য কিনতে উদ্বুদ্ধ করবে। আবার ভাবুন, উক্ত ক্রেতা কিভাবে মূল্য প্রস্তাবনা বাস্তবায়ন করতে উৎপাদককে সহায়তা করবেন। এজন্য কি তারা কোন বিনিয়োগ করবেন উৎপাদককে সহায়তা করার জন্য?

আলোচনা মন দিয়ে শুনুন এবং কোনও বিষয়ে আরো বিশদ আলোচনা দরকার মনে হলে তা টুকে রাখুন। পরিষ্কারভাবে বুঝার জন্য প্রশ্ন করুন।

পুনরালোচনা করুন:

- ১। ইতিমধ্যে আপনার উৎপাদিত পণ্যে বিদ্যমান কয়েকটি মূল্য প্রস্তাবনা (সুবিধা) কী কী?
- ২। আর কি বাড়তি পণ্য আপনি উৎপাদন করতে পারতেন? সেগুলোর মূল্য প্রস্তাবনা কী হত?

উদাহরণ:

প্রশিক্ষণে ব্যবহারের জন্য নমুনা ক্রেতার বিবরণ (সত্যিকার পরিস্থিতিতে, সহায়কগণ অত্র জনগোষ্ঠী থেকে প্রাপ্ত মূল্য প্রস্তাবনা ব্যবহার করবেন)।

- **ক্রেতার স্বরূপ #১:** আশরাফ একজন মধ্যমত্বভোগী সবজি ক্রেতা, যিনি গ্রাম থেকে সবজি কেনেন এবং আঞ্চলিক বাজারে নিয়ে বিক্রি করেন। তার সমস্যা হচ্ছে গ্রামে আসলে তার ট্রাক ভর্তি করা বেশ কঠিন হয়ে যায়। অল্প কিছু সবজি নিয়ে উৎপাদকেরা আসেন, খোলা (লুজ) সবজি আনেন, বস্তায় না। এই সবজি পরিবহন করা প্রায় অসম্ভব হয়ে পড়ে। বেশিরভাগ সময় উৎপাদকেরা আনেন টমেটো। সবাই কি টমেটো ফলায় নাকি! শহরের আঞ্চলিক বাজারে, যেখানে তিনি টমেটো বিক্রি করেন, তার কাছেই অনেক টমেটো পাওয়া যায়। কাজেই তিনি দূর থেকে টমেটো কেনেন না, কারণ খারাপ রাস্তায় গাড়ি চালিয়ে আসার পর বেশিরভাগ টমেটো নষ্ট হয়ে যায়।
- **ক্রেতার স্বরূপ #২:** লাইজু রাজধানী শহরে একটি ন্যায্য বাণিজ্য কেন্দ্রের একজন ক্রেতা। তিনিও গ্রামে আসে সবজি কিনতে। কিন্তু তিনি শুধু অর্গানিকভাবে (কীটনাশক ও রাসায়নিক সারমুক্ত, দেশী বীজ থেকে উৎপন্ন) চাষ করা সবজি কেনেন। তার দোকানে যারা কিনতে আসেন তারা গ্রামের মানুষকে সহায়তা করতে চান এবং যুবকদের জন্য সুযোগ তৈরি করে দিতে চান। তার ক্ষেত্রেও কয়েকজন উৎপাদক অল্প পরিমাণে খোলা (লুজ) সবজি আনেন, বস্তায় না। বেশিরভাগ সময় তারা টমেটো আনেন।
- **ক্রেতার স্বরূপ #৩:** আমিনা একজন মা, যিনি স্থানীয় বাজার থেকে সবজি কেনেন। তিনি খুবই বিরক্ত কারণ, বেশির ভাগ সবজিই পুরাতন ও নিল্লামের। সবজিগুলো বড় বস্তায় ভরা এবং তার যতটুকু দরকার তার চেয়ে অনেক বেশি পরিমাণে। তার সংরক্ষণ করার কোনও উপায় না থাকায় তিনি তা নষ্ট হয়ে যাবার দৃষ্টিতে আছেন। তিনি সেগুলোই কিনে নিয়ে বাড়ি যান এবং অনেক সময় নিয়ে তার শিশুর জন্য খাবার তৈরি করেন। এখানেও প্রচুর পরিমাণ টমেটো উদ্ভূত থেকে যাচ্ছে।

নমুনা মূল্য প্রস্তাবনা (Value Proposition) কার্ড:

- ১। আপনার ক্রেতার চাহিদামত আমাদের সমবায় সবজি উৎপাদন করতে আপনার সঙ্গে কাজ করে।
- ২। আমরা মিষ্টিকুমড়া ও অন্যান্য সবজি চাষ করি যা পরিবহন করা সহজ।
- ৩। আমাদের সমবায় সবজি থেকে যে শিশু খাদ্য উৎপাদন করে, তা একেবারে যথাযথ না হলেও উন্নত মানের।
- ৪। আমরা ছোট ছোট মোড়কে শুকানো সবজি ও ফল বিক্রি করব। সোলার ড্রায়ারের সাহায্যে ফল ও সবজি শুকানো হবে। এরপর আমরা শুকানো পণ্য ছোট ছোট করে মোড়কজাত করব।
- ৫। আপনার ট্রাক রেখে যাবেন, আমরা ভরে রাখব। সমবায়ের মাধ্যমে আমরা সকল সদস্যের কাছ থেকে তাদের পণ্য সংগ্রহ করব, সেরা পণ্যগুলো বাছাই করব এবং সেগুলো একটা বড় কাঠের খাঁচায় রাখব নিরাপদ ভ্রমণের জন্য।
- ৬। আমরা অর্গানিক চর্চার পণ্য ব্যবহার করব। আমরা খুশী যে আমরা টমেটো বেচিনা।
- ৭। আমাদের পণ্য সেরা এবং মাত্র ক্ষেত থেকে উঠানো, তাজা। ছোট ছোট আটি বেঁধে আমরা বিক্রি করি।
- ৮। আমাদের সমবায় অর্গানিক ফল উৎপাদন করে। যুব সম্প্রদায়ের জন্য আমরা একটি কর্মসূচি গ্রহন করেছি যেখানে প্রতিটি যুবক ব্যক্তি ফলগাছ বোনের ও যত্ন করেন।
- ৯। অন্যান্য ... ৬টি ফাঁকা কার্ড থাকবে যা অংশগ্রহনকারীরা তাদের কল্পিত মূল্য প্রস্তাবনা দ্বারা পূরণ করবেন।

২। সম্পর্ক স্থাপনের মাধ্যমে বাজারে প্রবেশাধিকার উন্নয়ন

নির্দেশনা:

১। কর্মকাণ্ডের উদ্দেশ্য ব্যাখ্যা করুন। বুঝিয়ে বলুন যে, বাজারের বিভিন্ন পক্ষ কী চান সেটা যখন অংশগ্রহনকারীরা আরো ভালোভাবে জানবে, তখন ক্রেতার ইচ্ছা অনুযায়ী পণ্য বা সেবা উৎপাদন করা তাদের জন্য আরো সহজ হবে। পণ্য তখন হবে ক্রেতার কাছে আরো আকর্ষণীয় ও সহজে বিক্রয়যোগ্য। তখন এটা হবে “চাহিদা-ভিত্তিক” এবং পারস্পারিক সম্পর্ক ও আলাপচারিতার মধ্য দিয়েই তা সম্ভব হবে। গুরুত্বপূর্ণ বিষয় হচ্ছে, উৎপাদকেরা এ বিষয়টি খুবই পরিষ্কারভাবে জানবেন এবং তাদের লক্ষ্য পূরণের জন্য পদক্ষেপ নেবেন, সমলাভ সম্পন্ন সমাধান খুঁজবেন, এবং এতটা “চাহিদা-ভিত্তিক” হবেন না যে কেউ তাদের, নারী বা পুরুষকে, ঠকাতে পারেন। এর উপর ভিত্তি করে, ক্রেতার সাথ অনুযায়ী যেসব পরিবর্তন ঘটানো হবে তার ফলাফল অবশ্যই উৎপাদকদের বিবেচনায় নিতে হবে। ইতিবাচক ও নেতিবাচক অর্থনৈতিক, পরিবেশগত এবং সামাজিক প্রভাব শুধু নয়, নারীর জীবনে যেসব প্রভাব এটি ঘটাতে পারে (কাজের বোঝা, পরিবারে নারীর অমূল্যায়িত সেবামূলক কাজ, অসহায়ত্ব ইত্যাদি কমানো বা বাড়ানো) সেগুলোও বিবেচনা করুন।

২ জন “ক্রেতা” পূর্ব থেকেই নির্ধারণ করে রাখুন (অংশগ্রহনকারীদের সংখ্যার উপর নির্ভর করে)। প্রতিজন ক্রেতাকে একটি করে কার্ড দিন বাজারের পৃথক চ্যানেল উল্লেখসহ (নিচে ... পৃষ্ঠায় উদাহরণ দেখুন)। চাহিদা-ভিত্তিক, মূল্য প্রস্তাবনা, বাজারের বিভিন্ন পক্ষ যেসব সুযোগ পান বা চ্যালেঞ্জ মোকাবেলা করে থাকেন- এসব বিষয় সম্পর্কে নির্বাচিত ক্রেতাদের ধারণা উচিত, যাতে তারা সহজেই বুঝতে পারেন তার ভূমিকা কী হবে এবং সে অনুযায়ী বাজারের কোনও পক্ষের বৈশিষ্ট্য গ্রহন করতে পারেন। গ্রুপ ২০ মিনিট সময় পাবে প্রত্যেকের কী ভূমিকায় অভিনয় করবেন তার প্রস্তুতি নিয়ে নিজেদের মধ্যে আলাপ করার জন্য। “ক্রেতা”র ভূমিকা বিষয়ে নমুনা নির্দেশনা নিচে দেয়া হল।

সব অংশগ্রহনকারীকে নিয়ে ২-৩টি ছোট গ্রুপ গঠন করুন। প্রতিটি গ্রুপ ভিন্ন ভিন্ন ক্রেতার সঙ্গে সাক্ষাৎ করবে। প্রতিটি ছোট গ্রুপকে একটি করে পরিস্থিতি (scenario card) কার্ড দিন। গ্রুপগুলোকে বলুন তারা নিচের কাজগুলো করার জন্য অন্তত ২০ মিনিট সময় ব্যয় করবে:

- পরিস্থিতি পর্যালোচনা করা;
- ক্রেতা সম্পর্কে এবং ক্রেতার যা সেব চ্যালেঞ্জ মোকাবেলা করতে পারেন সে সম্পর্কে যতদূর জানেন আলাপ করবেন। আপনিও তা তৈরি করে দিতে পারেন। (তারা কোন জিনিসটার প্রতি বেশি মনোযোগ দিয়ে থাকেন? তাদের পণ্যটা কী? ব্যবসা?)
- ভূমিকা অভিনয় করার সময় ক্রেতাকে জিজ্ঞেস করার জন্য প্রশ্ন তৈরি করা।
- ক্রেতার সঙ্গে যে তথ্য আপনি বিনিময় করতে চান তা প্রস্তুত করে রাখা।
- উৎপাদক সমাজের প্রতিনিধি হিসেবে ২ জন ব্যক্তি নির্বাচন করুন যারা বাজারের পক্ষসমূহের সঙ্গে সাক্ষাৎ করবেন। উৎপাদকদের প্রতিনিধির ভূমিকার জন্য নমুনা নির্দেশনা নিচে দেয়া হল।

এবার ভূমিকা অভিনয় পরিচালনা করুন। প্রতিটির সময় ১০ মিনিট।

প্রতিটি ভূমিকা-অভিনয়ের পর বিবেচনার জন্য প্রশ্নসমূহ:

- কোনটা ভালো হয়েছে?
- উৎপাদকের প্রতিনিধিরা কতটা ভালো বুঝতে পেরেছেন ক্রেতাদের কাছে কোনটা বিবেচ্য? তাদের চ্যালেঞ্জ ও আকাঙ্ক্ষা কী?
- বাজারের বিভিন্ন পক্ষের জন্য উৎপাদকদের মূল্য প্রস্তাবনাসমূহ কী কী?
- সেখানে কি কোনও যৌথ স্বার্থ ছিল? এমন কোনও সুযোগ চিহ্নিত করতে পেরেছেন কি যা পারস্পারিকভাবে লাভজনক হতে পারত?
- উৎপাদকদের প্রতিনিধিরা কি তাদের করণীয় সম্পর্কে ‘অতিরিক্ত প্রতিশ্রুতি’ দিয়ে ফেলেছেন যা তাদের কাজের চাপ বাড়াবে, বিশেষ করে নারী সদস্যদের কাজের বোঝা বাড়াবে? ব্যাখ্যা করুন।
- উৎপাদকদের সমবায়ের সদস্যদের জীবনে যেসব পরিবর্তন আনা দরকার তার ইতিবাচক বা নেতিবাচক প্রভাবসমূহ কী হবে? বিশেষ করে দলের মধ্যকার নারীদের?
- জেতার বিষয়ক কোনও আলাপ কি হয়েছে?
- পরবর্তী ধাপগুলো কী?
- কোনটা ভালো হয়নি?
- চাহিদা কেন্দ্রিক সম্পর্ক স্থাপনের ব্যাপারে আপনি কী কী শিখলেন?

ভূমিকা অভিনয় এবং সে সম্পর্কে আলোচনা শেষ হলে অংশগ্রহনকারীদের সবাইকে বলুন তারা যেসব সর্বোত্তম চর্চা প্রত্যক্ষ করেছে তার তালিকা করতে। সেগুলো একটা বড় কাগজে লিপিবদ্ধ করে দেয়ালে টাঙিয়ে দিন। নিচে সর্বোত্তম চর্চার উদাহরণ দেখুন।

পুরো আলোচনাটি মনোযোগ দিয়ে শুনুন এবং যেসব বিষয় আরো আলোচনার দাবি রাখে বলে মনে হয় সেগুলো নোট করুন। না বুঝলে জিজ্ঞাসা করুন।

উদাহরণসমূহ:

নমুনা পরিস্থিতি কার্ড:

১। আপনাদের দলটি টমেটো ও মরিচ উৎপাদন করেন। মরিচটা খুবই ব্যতিক্রমী ধরনের এবং কেবল আপনাদের এলাকাতেই এটি উৎপাদিত হয়। উৎপাদকদের অনেকে এটি ইউরোপে অবস্থান করা আত্মীয় ও বন্ধুদের পাঠান যাতে তারা বাড়ির কথা মনে রাখতে পারে। আপনাদের উৎপাদিত টমেটোও উন্নত মানের। কিন্তু টমেটো প্রচুর পাওয়া যায় বলে আপনারা যে দামটি পান তা একটু কম। অন্য কোনও কিছু উৎপাদন করা যায় কিনা সেটা ভেবে দেখতে আপনি আগ্রহী। শহরের সুপারমার্কেট থেকে আসা একজন ক্রেতার সাথে আজকে আপনারা কথা বলবেন।

২। আপনাদের দলটি টমেটো ও মরিচ উৎপাদন করেন। মরিচটা খুবই ব্যতিক্রমী ধরনের এবং কেবল আপনাদের এলাকাতেই এটি উৎপাদিত হয়। উৎপাদকদের অনেকে এটি ইউরোপে অবস্থান করা আত্মীয় ও বন্ধুদের পাঠান যাতে তারা বাড়ির কথা মনে রাখতে পারে। আপনাদের উৎপাদিত টমেটোও উন্নত মানের। কিন্তু টমেটো প্রচুর পাওয়া যায় বলে আপনারা যে দামটি পান তা একটু কম। অন্য কোনও কিছু উৎপাদন করা যায় কিনা সেটা ভেবে দেখতে আপনি আগ্রহী। আজকে আপনারা কথা বলবেন একটি আন্তর্জাতিক কোম্পানির প্রতিনিধির সাথে, যারা বিভিন্ন পরিবর্তিত পণ্য (value added products) ইউরোপে বিক্রি করেন।

নমুনা প্রশ্নসমূহ (প্রতিটি পরিস্থিতি কার্ডের পেছনে একই প্রশ্ন):

- আপনার ক্রেতা এমন কী চায় যা আপনি এখনই দিতে পারছেন না? আপনারা কি নতুন কোনও বাজারে নেমে পড়ার চেষ্টা করছেন? আমরা কিভাবে সাহায্য করতে পারি?
- আপনার ক্রেতা কোন বিষয়টার প্রতি যত্নশীল? কোন জিনিসটাকে বেশি মূল্য দেন তারা? সেটা সরবরাহ করার ব্যাপারে আমরা কিভাবে আপনাদের সাহায্য করতে পারি? তারা কি নারী ইস্যু নিয়ে চিন্তিত?
- আপনার ব্যবসায় কী কী চ্যালেঞ্জ মোকাবেলা করেন? আমরা সবাই মিলে মাথা খাটিয়ে কিভাবে তা সমাধানের পথ বের করতে পারি?
- আমাদের পণ্যের কোন জিনিসটা আপনি পছন্দ করেন? আপনার ক্রেতার আামাদের পণ্য সম্পর্কে কী বলেন? এর বর্তমান চেহারা নিয়ে কি আপনি সন্তুষ্ট? এর মোড়ক? সরবরাহ? আর মান?
- অন্যান্য প্রশ্নসমূহ

নমুনা ক্রেতা কার্ড

১। আপনি শহরের সুপারমার্কেট থেকে আসা একজন ক্রেতা। আপনি আজকে যে উৎপাদক দলের সাথে দেখা করবেন তারা টমেটো ও মরিচ উৎপাদন করে। মরিচটা খুবই ব্যতিক্রমী ধরনের এবং কেবল এই এলাকাতেই উৎপাদিত হয়। উৎপাদকদের অনেকে এটি ইউরোপে অবস্থান করা আত্মীয় ও বন্ধুদের পাঠান যাতে তারা বাড়ির কথা মনে রাখতে পারে। এদের উৎপাদিত টমেটোও উন্নত মানের। কিন্তু টমেটো প্রচুর পাওয়া যায় বলে তারা তুলনামূলকভাবে কম দাম পান। অন্য কোনও কিছু উৎপাদন করা যায় কিনা সেটা ভেবে দেখতেও এরা আগ্রহী।

২। আপনি হচ্ছেন একটি আন্তর্জাতিক কোম্পানির প্রতিনিধি, যারা ইউরোপে পরিবর্তিত পণ্য বিক্রি করে থাকে। আপনি আজকে যে উৎপাদক দলের সাথে দেখা করবেন তারা টমেটো ও মরিচ উৎপাদন করে। মরিচটা খুবই ব্যতিক্রমী ধরনের এবং কেবল এই এলাকাতেই উৎপাদিত হয়। উৎপাদকদের অনেকে এটি ইউরোপে অবস্থান করা আত্মীয় ও বন্ধুদের পাঠান যাতে তারা বাড়ির কথা মনে রাখতে পারে। এদের উৎপাদিত টমেটোও উন্নত মানের। কিন্তু টমেটো প্রচুর পাওয়া যায় বলে তারা তুলনামূলকভাবে কম দাম পান। অন্য কোনও কিছু উৎপাদন করা যায় কিনা সেটা ভেবে দেখতেও এরা আগ্রহী।

নমুনা প্রশ্নসমূহ (প্রতিটি ক্রেতা কার্ডের পেছনে একই প্রশ্ন):

- আপনি কেন সরবরাহকারীদের সাথে বসতে একমত হলেন?
- তাদের সম্পর্কে কী জানতে আপনি ইচ্ছুক?
- আপনি যেসব সমস্যা ও চ্যালেঞ্জ মোকাবেলা করছেন তা সমাধান করতে এই উৎপাদকেরা কিভাবে সাহায্য করতে পারেন? আপনি কি চান?
- আপনি যা চান তা পাবার জন্য উৎপাদকদের কী ধরনের সাহায্য করতে আপনি ইচ্ছুক হবেন?

উত্তম চর্চার নমুনা সমূহ:

- ১। আপনার চাহিদা-অংশীদার (demand partner) সম্পর্কে এবং তাদের বর্তমান কর্মকাণ্ড সম্পর্কে গবেষণা করে ভালোভাবে অবগত হন, যাতে তাদের লক্ষ্য অনুযায়ী আপনার পণ্য প্রস্তুত করতে পারেন।
- ২। মনে রাখবেন, এটি মতবিনিময়। একমুখী বক্তব্য নয়।
- ৩। আপনার অনুমান পরীক্ষা করুন। অনুমান হচ্ছে আমাদের সেই ভাবনা যা আমরা সত্য বলে ভাবি, কিন্তু প্রকৃতপক্ষে আমরা তা জানি না।
- ৪। তাদের সমস্যা ও চ্যালেঞ্জসমূহ মন দিয়ে শুনুন, এবং চিন্তা করুন তা সমাধানে আপনি কী করতে পারেন।
- ৫। তাদের সুবিধা হয় এমন ভাষা রপ্ত করুন এবং তা ব্যবহার করুন ... আপনি বিক্রি করছেন না!
- ৬। আপনি কিভাবে মূল্য তৈরি করতে পারেন সে বিষয়ে স্বচ্ছ ও সুনির্দিষ্ট হোন। সুনির্দিষ্ট প্রভাব বিষয়ে প্রস্তুত থাকুন ... আপনার সম্পৃক্ততার ফলে যে পার্থক্য তৈরি হবে।

- ৭। তারা যে সুযোগ নিয়ে আসছে বা আসার ফলে যে সুযোগ তৈরি হচ্ছে তার সুবিধা নিতে সচেতন ও প্রস্তুত থাকুন। আপনার যা দেবার আছে তার সাথে তাদের চিন্তা মেলাতে পারার ক্ষেত্রে আপনার দক্ষতাই এখানে প্রয়োজন হবে। সুযোগ যখন ভিন্ন পণ্যের দিকে যাচ্ছে, তখন সেই সুযোগ হারানো আপনার পণ্যের দিকে বেশি মনোযোগ দিবেন না।
- ৮। বাস্তববাদী হন- আপনি প্রকৃতপক্ষে যা অর্জন করতে পারবেন সে দিকেই মনোনিবেশ করুন। অতি প্রতিশ্রুতি দেবার লাভ সামলান, কারণ এতে শেষ পর্যন্ত অপরিপূর্ণ সরবরাহের ঝুঁকি থেকে যায়।
- ৯। নিশ্চিত হয়ে নিন, এই বিনিয়োগের ফলে অল্প লাভের জন্য অতিরিক্ত কাজের চাপ বেড়ে যাবে না। স্বাস্থ্য ঝুঁকি নিয়ে বা বাড়ির শিশুদেরও কাজে লাগিয়ে দিয়ে যেন তা পূরণ করতে না হয়।
- ১০। পরবর্তী ধাপে একটি দায়বদ্ধতা নির্ধারণ করুন।
- ১১। পরবর্তীতে কথা বলা ও যোগাযোগ করার জন্য নাম, ঠিকানা জেনে নিন।
- ১২। বিনিয়োগের ধরনটা কী এবং কোথা থেকে এটি আসতে পারে তা বুঝে নিন।

৩। সুনির্দিষ্ট ক্রেতার বাজার চাহিদা নিরূপণ

যেহেতু উৎপাদকেরা বুঝতে পেরেছেন মূল্য প্রস্তাবনা কী, তারা জেনেছেন ক্রেতা ও চূড়ান্ত ভোক্তাদের বিভিন্ন ধরনের মূল্য প্রস্তাবনা থাকতে পারে এবং সেসব মূল্য প্রস্তাবনা ভালোভাবে বুঝার জন্য আলাপচারিতা অনুশীলন করেছেন, সেহেতু তারা এখন প্রকৃত ক্রেতা (বা চূড়ান্ত ভোক্তা)-র সাথে সাক্ষাৎ করে নির্দিষ্ট পণ্য বা সেবার বাজার চাহিদা নিরূপণ করতে প্রস্তুত হয়েছেন। এই আলাপচারিতার ফলে উৎপাদকেরা তাদের কোন পণ্য বা সেবার সবচেয়ে বেশি মূল্য রয়েছে এবং কাদের কাছে- সে বিষয়ে তাদের অনুমান যাচাই করার সুযোগ পাবেন। সম্ভাব্য কতজন ক্রেতা (বা চূড়ান্ত ভোক্তা)-র সাথে এই আলাপচারিতা করতে হবে সে সম্পর্কে দ্বিতীয় উপাদানের গবেষণার ফল থেকে একটা ধারণা পাবার কথা। যেসব ক্রেতা (বা চূড়ান্ত ভোক্তা)-র সাথে তারা কথা বলবেন তারা হয়ত ইতিমধ্যে তাদের পণ্য কিনে আসছেন অথবা এমন ক্রেতা (বা চূড়ান্ত ভোক্তা) হতে পারেন যারা কখনই তাদের পণ্য কেনেননি। উৎপাদকদেরা কোন ক্রেতার সাথে এবং কিভাবে কাজ করবেন তা নির্ধারণ করার মত তথ্য পাবেন প্রকৃত ক্রেতা (বা চূড়ান্ত ভোক্তা)-র সাথে আলাপচারিতার মাধ্যমে।

সুনির্দিষ্ট ক্রেতার বাজার চাহিদা নিরূপণ করার জন্য আমরা যে দুইটি কৌশল সুপারিশ করছি তা হচ্ছে (১) সাক্ষাৎকার এবং পর্যবেক্ষণ: নির্দিষ্ট ক্রেতার সাথে সাক্ষাৎ এবং (২) জোড়াভিত্তিক পছন্দ র্যাংকিং: প্রাপ্ত তথ্য থেকে উপসংহার টানা।

কৌশলের নাম: সাক্ষাৎকার এবং পর্যবেক্ষণ: নির্দিষ্ট ক্রেতার সাথে সাক্ষাৎ

উদ্দেশ্য: বাজার নিরূপণ এবং উৎপাদন চক্র উন্নয়নের এই পর্যায়ে, ইতিমধ্যে আপনি জানেন কিছু পণ্য আপনি উৎপাদন করছেন বা করতে পারবেন। আপনারা বাজারের বেশ কিছু পক্ষের সাথে কথা বলেছেন এবং দেখেছেন তারা কী বিক্রয় করছে (বাজারের ভেতর দিয়ে হাঁটা কৌশলে)। আপনি ইতিমধ্যেই চিহ্নিত করেছেন উক্ত পক্ষসমূহের কয়েকজনের সঙ্গে আপনি আরও গভীরভাবে সম্পর্ক করতে চান (র্যাংকিং অনুশীলনে)। আপনি আপনার বর্তমান ও সম্ভাব্য উৎপাদিত পণ্যের সুবিধাসমূহ (মূল্য প্রস্তাবনা) সম্পর্কে ভেবেছেন। এবং আপনারা সাক্ষাৎকার ও ভূমিকা অভিনয় অনুশীলন করেছেন, সর্বোত্তম চর্চাসমূহ চিহ্নিত করেছেন। এখন সময় হয়েছে নতুন পক্ষসমূহের সাথে পরিচয় করার- এর ভিত্তি হবে আপনার চিহ্নিত প্রাথমিক সুবিধাসমূহ, ক্রেতার মূল্য প্রস্তাবনা আপনি সত্যি পূরণ করতে পারছেন কি না অথবা কিভাবে আপনার পণ্যে কিছুটা পরিবর্তন এনে তা পূরণ করতে সক্ষম হবেন তা খুঁজে বের করা। এই সাক্ষাৎকারের সামগ্রিক লক্ষ্য হচ্ছে উক্ত পক্ষ আপনার অংশীদার হতে ইচ্ছুক ও প্রস্তুত কি না তা বের করা।

সাক্ষাৎকার ও পর্যবেক্ষণ অত্যন্ত কার্যকর কৌশল। কারণ, এটি উৎপাদক সদস্যদের যেমন বাজারের বিভিন্ন পক্ষের দৃষ্টিভঙ্গি গভীরভাবে বুঝতে সহায়তা করে তেমনি পক্ষসমূহকেও সাহায্য করে উৎপাদকদের সক্ষমতা বুঝতে। ফলে, নিজেদের “অনুমান” যাচাই করার সুযোগ তৈরি হয়। **অনুমান** হচ্ছে সেই চিন্তা যাকে আমরা সত্য বলে মনে করি, কিন্তু প্রকৃতপক্ষে আমরা জানি না। উদাহরণ স্বরূপ, এটি একটি অনুমান যে, মধ্যস্বত্বভোগীরাই পণ্যের অন্যতম দাম নির্ধারণ করবে। এটা আপনার চেনা কোনও মধ্যস্বত্বভোগীর সাথে কাজ করার বাস্তব অভিজ্ঞতা হলেও সবার ক্ষেত্রে এটা সত্য নাও হতে পারে। এক্ষেত্রে, আপনি অতীতে যে মধ্যস্বত্বভোগীর সাথে কাজ করেননি সে কিভাবে দাম নির্ধারণ করে তা হয়ত আপনি চিহ্নিত করতে চাইবেন।

আপনার অংশীদার ভালোভাবে পরিচিত হলেও এই সাক্ষাৎকার ও পর্যবেক্ষণ অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। বাজার একটি ক্রমপরিবর্তনশীল কর্মকাণ্ড। প্রতিনিয়ত এখানে নতুন পক্ষ, নতুন পণ্য ও নতুন ক্রেতা আসে, ক্রেতার পছন্দ পরিবর্তন হয়, প্রতিযোগিতা বাড়ে, নীতি পরিবর্তন হয়, নতুন সুযোগ আসে, এবং এমন আরো অনেক কিছু ঘটে। উৎপাদক হিসেবে আপনি বাজারের নানা পক্ষের সাথে অংশীদারী করতে চান, যে সম্পর্ক সময়ের সাথে সাথে নানা ঘাত-প্রতিঘাত মোকাবেলা করে পরিবর্তিত হবে, এবং যেখানে সকলেই তাদের নিজ নিজ স্বার্থ পূরণ করতে সক্ষম হবেন। একারণেই প্রয়োজন আলাপচারিতা।

প্রত্যাশিত সময়: ১-১.৫ ঘন্টা প্রস্তুতি, ৩০ মিনিট করে প্রতিটি সাক্ষাৎকার।

অংশগ্রহনকারীর সংখ্যা: ৪-৬ জন প্রস্তুতি নেবেন এবং ২ জন করে প্রতিটি সাক্ষাৎকারে অংশ নেবেন।

প্রয়োজনীয় উপকরণ: বড় ও প্রশস্ত কাগজ, মার্কার, টেপ বা আঠা, কলম, নোটবুক, সাক্ষাৎকার প্রতিবেদন ফরম।

নির্দেশনা:

- ১। এই কর্মকাণ্ডের উদ্দেশ্য বর্ণনা করুন।
- ২। সাক্ষাৎকার নিতে চান এমন ক্রেতার একটি তালিকা তৈরি করুন। যাদের আপনি ইতিমধ্যে চেনেন এবং যাদের চেনেন না, তাদের অন্তর্ভুক্ত করুন। এই পর্যায়ে আপনার পণ্যের প্রতি আগ্রহী হতে পারে বলে ভাবছেন এমন ব্যক্তিদের দিকে নজর দিন। আপনি হয়ত ব্যক্তিগতভাবে তাদের সকলকে সরাসরি চেনেন না। এদের ব্যাপারে হয়ত অন্য কারো কথা ভাববেন যে আপনাদের পরিচয় করিয়ে দিবে। সাক্ষাৎকার গ্রহণের জন্য আপনাদের উৎপাদকদের মধ্য থেকে সেবা সদস্যকে নির্বাচন করুন (সম্ভব হলে নারী ও পুরুষ উভয়কে অন্তর্ভুক্ত করুন)। আপনাদের মধ্যে ব্যক্তিগত যোগাযোগ আছে কার অথবা এমন কাউকে চেনেন যার যোগাযোগ আছে? উক্ত পক্ষের সাথে সম্পর্কিত বিষয়ে সুনির্দিষ্ট দক্ষতা আছে কার?
- ৩। তালিকার প্রত্যেকের ক্ষেত্রে সম্ভাব্য নিজের স্বার্থটি (মূল্য প্রস্তাবনা) নিয়ে আলোচনা করুন। তাদের সবচেয়ে বড় সমস্যা বা চ্যালেঞ্জ কোনটি এবং আপনারা বা আপনার সহযোগীরা কিভাবে তা সমাধান করতে পারেন তা চিন্তা করে বের করুন। একটা বড় কাগজে ছক করুন- যে ক্রেতার সাথে সাক্ষাৎকার নিতে চান, কেন আপনি ভাবছেন যে তারা আপনার পণ্য বা সেবা সম্পর্কে আগ্রহী, এবং সাক্ষাৎকারটি কে নেবে তা ছকের মধ্যে লিখুন।
- ৪। সাক্ষাৎকারের আগে থেকেই কিছু গবেষণা করে রাখুন। কিন্তু সম্ভাব্য অংশীদার কী চাইতে পারেন সে বিষয়ে কোনও অপরিপক্ব সিদ্ধান্তে চলে আসা পরিহার করুন। মনে রাখবেন, আপনি আপনার অনুমান যাচাই করতে যাচ্ছেন। কাজেই সেই অনুমান কী হতে পারে তা আগে থেকে ভেবে রাখা ভালো। তাদের ভাষায় কথা বলা রপ্ত করুন। তারা কোন বিষয়টি নিয়ে বেশি চিন্তা করেন?
- ৫। যে বিষয়ে কথা বলতে চান, তার উপর একটি প্রশ্নের তালিকা বা কিছু পয়েন্ট টুকে রাখতে পারেন। ধারণার জন্য নিচের উদাহরণ দেখুন। একটা ফরম বানিয়ে ফেলুন যাতে আপনার প্রশ্নের উত্তরগুলো টুকে রাখতে সুবিধা হয়।
- ৬। সাক্ষাৎকার আয়োজন করুন। এমন কাউকে সঙ্গে রাখুন যিনি সম্ভাব্য অংশীদারের সাথে বন্ধু-বৎসল এবং আপনার কাজের জন্য সহায়ক। যদি সত্যি কাউকে সঙ্গে রাখেন, তাহলে নিশ্চিত করে রাখুন যে, উনি সাক্ষাৎকারের বিষয় এবং সেখানে তার ভূমিকা কী তা জানেন।
- ৭। সাক্ষাৎকার গ্রহণ করুন। সাক্ষাৎকারের একটি সারসংক্ষেপ লিখুন যেখানে আপনাদের আলাপচারিতার বিবরণ লিপিবদ্ধ থাকবে। সাক্ষাৎকার ফরমটি ব্যবহার করুন। ফোকাস গ্রুপ বিশ্লেষণের সময় অন্যান্য উৎপাদক সদস্যদের এটি অবহিত করার জন্য প্রস্তুতি নিন।
- ৮। চোখ খোলা রাখুন। সুবিধাসমূহ দেখাতে বলুন। কী পর্যবেক্ষণ করলেন? নোট নিন।
- ৯। বর্তমান উৎপাদন চক্রে নতুন আইডিয়া ও সমন্বয় গ্রহণ করার জন্য মন খোলা রাখুন। নতুন অংশীদার হয়ত নতুন ইস্যু বা নতুন চিন্তার কথা তুলতে পারেন যা আপনি ফিরে এসে অন্যদের জানাতে পারেন। ফলে, আপনি নতুন অংশীদারের প্রয়োজন মেটাতে আপনার পণ্য বা সেবায় পরিবর্তন আনতে সর্বদাই প্রস্তুত থাকবেন।
- ১০। আলোচনাটি মন দিয়ে শুনুন এবং কোনও বিষয় বিস্তারিত আলোচনার প্রয়োজন হলে তা নোট করে রাখুন। পরিষ্কার করে বুঝার জন্য প্রশ্ন করুন।

পুনরালোচনা করুন:

- ১। সাক্ষাৎকারে আপনার সবচেয়ে উদ্বেগের বিষয় কোনটি? এই উদ্বেগ নিরসন করতে আপনি কী করতে পারেন?
- ২। এই সাক্ষাৎকারের কী ফল আপনি প্রত্যাশা করছেন?

উদাহরণ:

সাক্ষাৎকারের নমুনা প্রতিবেদন ফরম

শুভ সকাল, আমি “[উৎপাদক সমিতির নাম]” সমিতির সদস্য। আমাদের লক্ষ্যসমূহ হচ্ছে:

আজ পর্যন্ত আমরা উৎপাদন/ তৈরি করে আসছি। (মনে রাখবেন, আপনার পণ্য বিক্রি করছেন না। আপনারা শুধু ব্যাখ্যা করছেন, কী ধরনের পণ্য আপনাদের আছে/ থাকতে পারে)।

আমরা অংশীদার হিসেবে এর/গণের সাথে কাজ করি।

আমি আপনাদের সম্মুখে আজ যা বলতে চাই:

- আপনার বর্তমান কাজের আরও বৈশিষ্ট্য বের করুন- সুযোগসমূহ এবং চ্যালেঞ্জসমূহ- কোনটা আপনার জন্য গুরুত্বপূর্ণ।
- তারা জেভার সংবেদনশীল কি না তা বের করুন।
- যেখানে আপনি সুযোগ দেখছেন সে সম্পর্কে আরো কিছু বের করুন এবং কোথায় আপনার অবস্থান উপযুক্ত হতে পারত।
- যৌথ স্বার্থ চিহ্নিত করুন, কোথায় এবং কিভাবে আমরা একসাথে কাজ করতে পারি যার মাধ্যমে আপনি আপনার লক্ষ্য পূরণ করতে পারেন এবং আমরা আমাদেরটা।

আমরা শিখলাম, ব্যবসায়িক-সম্পর্ক অনেক বেশি উৎপাদনশীল, যেখানে আমরা যৌথ স্বার্থ চিহ্নিত করে একসঙ্গে কাজ করতে পারি এবং ভোক্তারা যেসব পণ্য ও সেবা চায়- একসঙ্গে আমরা তা প্রদান করতে পারি। উৎপাদন চক্রের মাধ্যমে কোনও কিছু ঠেলে দেবার চেয়ে আমরা বরং ভোক্তার তথ্য ও চাহিদার উপর দৃষ্টিনিবদ্ধ করে উৎপাদন চক্রের মাধ্যমে নির্দিষ্ট পণ্যটি টেনে বের করি। অর্থাৎ নিজেরা ভোক্তার উপর কোনও পণ্য চাপিয়ে দেবার চেয়ে এমন পণ্য তৈরি করি যা ভোক্তাই টেনে নেন। আমরা বাজারের বিভিন্ন সত্তার (entity) সাথে সাক্ষাৎ করছি যারা এই অঞ্চলে বর্তমানে সরবরাহ করছেন [সেক্টর] বা সম্ভাবনা আছে এবং একই সাথে যারা এ থেকে লাভবান হবেন [উদ্যোগ]।

উৎপাদকদের সমবায়ের জন্যও এটি নিজেদের লক্ষ্য ও সুযোগসমূহ ব্যাখ্যা করার একটি সুযোগ। একটা উৎপাদনমুখী সম্পর্ক কেমন হয় এবং তাদের মান কোথায় তা ভালোভাবে বুঝার জন্য তাদের জন্য এটাই সময়। আশা করা যায়, এটাই হবে এ ধরনের অনেক আলাপচারিতার সূচনা। এই আলাপচারিতায় ৩০ মিনিটের বেশি সময় লাগার কথা না।

প্রশ্নসমূহ:

- ১। আপনার বর্তমান কাজ কী? আপনি কী সম্পন্ন করার চেষ্টা করছেন? কিভাবে?
- ২। আপনার কাজে কী সমস্যা ও চ্যালেঞ্জ আপনি মোকাবেলা করছেন? উৎপাদকদের সমবায় কিভাবে এসব সমস্যা ইতিবাচকভাবে মোকাবেলা করতে পারে?
- ৩। আপনার বাণিজ্যের উন্নয়ন করার জন্য সবচেয়ে বড় সুবিধা কোনটা মনে করছেন? এখানে কোন ২-৩টি পণ্য/ সেবার সবচেয়ে বেশি সম্ভাবনা আছে বলে আপনি দেখতে পাচ্ছেন? কেন? আপনি কি মনে করেন আমাদের উৎপাদকদের এই পণ্য বা সেবা থেকে প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা আদায়ের অবস্থা আছে বা হতে পারে?
- ৪। এই প্রতিটি উদ্যোগের জন্য সম্ভাব্য বাজারের আকার আপনি কিভাবে ব্যাখ্যা করবেন? আর ভোক্তার বৈশিষ্ট্য? এই উদ্যোগ ভোক্তার কাছে কতটা মূল্যবান হতে পারে?
- ৫। এই বিষয়টির উন্নয়ন হলে আপনি কিভাবে তা থেকে উপকৃত হবেন? আপনার কি সামাজিক বা পরিবেশগত সুবিধা দাবি করার প্রয়োজন হবে? নারী ইস্যু নিয়ে আপনার অনুভূতি কী?
- ৬। আমরা সবাই আমাদের সর্বোত্তম স্বার্থ দ্বারাই চালিত হই। এই কাজে সম্পৃক্ত হতে আপনার কী বিবেচনা করার দরকার হবে? আমরা কী দিয়ে আপনাকে সাহায্য করতে পারি?
- ৭। এই সম্ভাবনাটি বাস্তবে পরিণত করতে এবং আপনার উল্লিখিত সুবিধা আদায় করতে আপনি কী করতে ইচ্ছুক হবেন? আপনি কী বিনিয়োগ করতে পারবেন? বিনিয়োগের উদাহরণ হতে পারে: ক্রয় চুক্তি স্বাক্ষর যা দেখিয়ে একজন উৎপাদক ঋণ নিতে পারবেন; ক্ষুদ্র ভূমি মালিকদের সহায়তায় অনুদান, যাতে তারা একটি প্রতিষ্ঠান তৈরি করে বড় উৎপাদকদের সাথে প্রতিযোগিতায় যেতে পারে, ইত্যাদি।
- ৮। পরবর্তী ধাপ পরিষ্কার করুন। পরবর্তী সাক্ষাৎ কখন হবে এবং আমরা কী আলোচনা করব? সে বৈঠকের জন্য আমরা কিভাবে প্রস্তুতি নিতে পারি? আর কাদের সাথে আমাদের কথা বলতে হবে? কেন?
- ৯। আর কিছু কি আপনি যুক্ত করতে চান?

চোখ খোলা রাখুন। সুবিধাসমূহ দেখাতে বলুন। কী পর্যবেক্ষণ করলেন? নোট নিন। আপনার পর্যবেক্ষণ কি সাক্ষাৎকারের জবাবের সাথে মেলে? আর কী অতিরিক্ত তথ্য আপনি সংগ্রহ করলেন? ⁷

কৌশলের নাম: জোড়াভিত্তিক পছন্দ র্যাংকিং: উপাত্ত থেকে উপসংহার টানা

উদ্দেশ্য: পছন্দ র্যাংকিং হচ্ছে বাজারের সাথে উত্তম সম্পর্ক নির্মাণে ব্যবহৃত শেষ কৌশল। ক্রেতাদের সাথে সাক্ষাৎকারের ফলাফল পর্যালোচনা করার জন্য এবং পছন্দনীয় ক্রেতা বা ক্রেতাগণ নির্ধারণ করার জন্য এই কৌশলটি ব্যবহৃত হয়।

কাজের সময়: ২.৫ থেকে ৩ ঘন্টা

অংশগ্রহনকারীর সংখ্যা: পুরো সমবায়, উৎপাদকদের সবাই

প্রয়োজনীয় উপকরণ: সাক্ষাৎকারের নোট, কার্ড, মার্কার, বড় কাগজ

⁷ আনুষ্ঠানিক সাক্ষাৎকারের বাইরে, নারী উদ্যোক্তাদের সমবায়ের হয়ত কোনও কোম্পানির সাথে সাক্ষাৎকার নিশ্চিত করার জন্য অতিরিক্ত তথ্য সংগ্রহ করার প্রয়োজন হতে পারে, যা অনেক স্থানে কঠিন, বিশেষ করে তাদের জন্য উপযুক্ত প্রবেশের জায়গা চিহ্নিত করা।

নির্দেশনা:

- এই কর্মকাণ্ডের উদ্দেশ্য পর্যালোচনা করুন।
- অংশগ্রহনকারীদের সাক্ষাৎকারের উপর প্রতিবেদন দিতে বলুন। এই উপাদানে সাক্ষাৎকার নেয়া আগে থেকে চেনা ও নতুন উভয় ক্রেতাকে বিবেচনা করার কথা মনে রাখবেন। ক্রেতার নাম, সমস্যা বা চ্যালেঞ্জ যা ক্রেতা মোকাবেলা করেন, উক্ত ক্রেতাকে সরবরাহ করার ক্ষেত্রে উৎপাদক যে চ্যালেঞ্জ মোকাবেলা করেন, সমবায়ের নারী সদস্যদের উপর তার ইতিবাচক ও নেতিবাচক প্রভাব, এবং উৎপাদকদের মূল্য প্রস্তাবনা- সবকিছু একে একে কার্ডের একপাশে লিখুন।
- কার্ডের অন্যপাশে চাহিদার বৈশিষ্ট্য লিখুন, যার মধ্যে থাকবে: কে কী চান, কিভাবে, কতটা, কখন এবং কোথায়?
- প্রতিটি কার্ড সকল অংশগ্রহনকারীর জন্য পড়ে শোনান এবং কোনও প্রশ্ন আসলে ব্যাখ্যাসহ তার জবাব দিন।
- উক্ত ক্রেতার জন্য চিহ্নিত প্রতিটি মূল্য প্রস্তাবনার ক্ষেত্রে পুরো প্রক্রিয়াটি পুনরাবৃত্ত করুন। উক্ত ক্রেতা সম্পর্কে বলার মত অতিরিক্ত কোনও অন্তর্নিহিত বিষয় পাওয়া গেল কি?
- সাক্ষাৎকার নেয়া প্রতিটি ক্রেতার ক্ষেত্রে প্রক্রিয়াটি পুনরাবৃত্ত করুন।
- ৩ থেকে ৫ জন “সর্বোত্তম” ক্রেতা নির্বাচন করুন। এবং একটি জোড়াভিত্তিক তথ্য সংগ্রহের ছক আঁকুন (নিচের নমুনা দেখুন)। ছকের নিচে বামপাশে কার্ডগুলো রাখুন, পাশাপাশি ছকের নিচে ক্রেতাদের নামের আদ্যক্ষর লিখুন। একজন রেকর্ড রক্ষক নির্বাচন করুন।
- এবার অংশগ্রহনকারীদের জোড়ায় জোড়ায় ক্রেতা থেকে কাকে বেশি পছন্দ জিজ্ঞেস করে বেছে নিতে বলা হবে। অংশগ্রহনকারীদের কিভাবে প্রশ্ন করা হবে তা খুবই গুরুত্বপূর্ণ। উদাহরণ স্বরূপ, “এই দুইজন ক্রেতার মধ্য থেকে কার সাথে আপনারা অংশীদারী কারবারে অগ্রসর হবেন?” একজনকে বাছাই করা হলে তা ছকে লিপিবদ্ধ করতে হবে।
- এবার গ্রুপের কাছে প্রশ্ন রাখা হবে, কেন তারা একে পছন্দ করলেন। অর্থাৎ, “বিজয়ী ব্যক্তির মধ্যে কী কী ভালো গুণ আছে?” অন্য কিছু না ঘটা পর্যন্ত এটি চালিয়ে যেতে থাকুন। এই প্রশ্নটি আসলে গুরুত্বপূর্ণ আলোচনার অবতারণা করবে এবং সমবায়ের প্রতিটি সদস্যের পূর্ণ অংশগ্রহন নিশ্চিত করবে।
- ১০। রেকর্ড সংরক্ষণকারীকে বলুন, একজনকে বাছাই করার পেছনে প্রতিটি যুক্তি লিপিবদ্ধ করতে।

পুনরালোচনা করুন:

- সর্বোচ্চ র্যাংকধারী ক্রেতা কে? কার্ডগুলোর দিকে ফিরে তাকান, বাজারের সাথে সমলাভ সম্পর্কের (win-win relationship) জন্য সর্বোচ্চ সম্ভাবনা কোথায়, উৎপাদকেরা কোথায় চাহিদা-ভিত্তিক হতে পারেন, যখন তারা তাদের লক্ষ্যে দৃষ্টি নিবদ্ধ রাখতে চাইবেন? (প্রথম উপাদানে ফোকাস গ্রুপ আলোচনার সময় লক্ষ্য নির্ধারণ করা হয়েছিল)।
- নারী ও পুরুষ উভয়ের জন্য সর্বোচ্চ র্যাংক প্রাপ্ত ক্রেতার সাথে কাজ করার সুবিধা ও অসুবিধাসমূহ কী কী? চ্যালেঞ্জসমূহের কয়েকটি মোকাবেলায় আমরা কী পদক্ষেপ গ্রহণ করতে পারি?
- এই পর্যায়ে এসে কি কিছু আলাপচারিতা সম্পন্ন হওয়া বাকি আছে? কে, কোথায় এবং কিভাবে?

উদাহরণ:

| কার্ড / Cards | জর্জ / GT | আমিনা / AB | ইউসুফ / YM | মার্গারেট / ML | টম / TP |
|-------------------------|-----------|------------|------------|----------------|---------|
| জর্জ / George T. | ///// | | | | |
| আমিনা / Amina B. | AB | ///// | | | |
| ইউসুফ / Yusef M. | GT | YM | ///// | | |
| মার্গারেট / Margaret L. | GT | AB | YM | ///// | |
| টম / Tom P. | TP | AB | YM | ML | ///// |

টম / Tom: ১, Margaret: ১, George: ২, Amina: ৩, Yusef: ৩

বাজারের সাথে সম্পর্ক স্থাপনের ব্যাপারে উপসংহারে এসে আপনাকে নিচের প্রশ্নগুলোর উত্তর দিতে সমর্থ হতে হবে:

- কোন ক্রেতা (বা চূড়ান্ত ভোক্তাদের গ্রুপ)-র সাথে আপনি কাজ করতে চান এবং কেন? তাদের মূল্য প্রস্তাবনা কী?
- তাদের মূল্য প্রস্তাবনা মেটানোর মত কী পণ্য বা সেবা আপনি উৎপাদন করতে পারবেন? আপনাকে তার জন্য আলাদা করে কী করতে হবে?
- আপনার কি মনে হয় ক্রেতাদের চাহিদা মেটানোর মত উপযুক্ত করতে উৎপাদকদের সক্ষমতা বাড়াতে ক্রেতারা বিনিয়োগ করবেন? ক্রেতাদের বিনিয়োগের রূপ কী হবে?

চতুর্থ উপাদান:

সামষ্টিক লক্ষ্য সহায়তায় নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা

জেভার সংবেদনশীল উৎপাদন চক্র

সামষ্টিক লক্ষ্য সহায়তায় জেভার সংবেদনশীল উৎপাদন চক্র উপাদানের তিনটি উপউপাদান রয়েছে:

- ১। নারীবাদী দৃষ্টিকোণ থেকে উৎপাদন চক্র নকশা করা
- ২। নারীর সামাজিক, রাজনৈতিক ও অর্থনৈতিক ক্ষমতায়নের জন্য ভূমিকা ও সুযোগসমূহ অনুসন্ধান, তাদের অপরিশোধিত যত্ন সংক্রান্ত কাজের মূল্যায়ন এবং অর্থনীতিতে তার অবদান
- ৩। নিজেদের কর্মক্ষেত্রে ও উৎপাদন চক্রের মধ্যেই নারীর চ্যালেঞ্জ, ঝুঁকিসমূহ^৪ এবং তার ব্যবস্থাপনা চিহ্নিতকরণ

১। উৎপাদন চক্র নকশা করা

প্রথম থেকে তৃতীয় উপাদান নির্দিষ্ট বাজারের নির্দিষ্ট ক্রেতার মূল্য প্রস্তাবনা অনুযায়ী উৎপাদকদের চলমান (ও সম্ভাব্য) পণ্য ও সেবা উৎপাদনের কাজে প্রয়োজনীয় সম্পদ চিহ্নিত করতে তাদের সহায়তা করতে সাজানো হয়েছে। চতুর্থ উপাদানে উৎপাদকেরা নিজেদের জন্য উৎপাদন চক্রের লক্ষ্য চিহ্নিত করবেন। সেই সাথে তারা এর মাঝে বিদ্যমান ঘাটতি ও চ্যালেঞ্জ চিহ্নিত করবেন, নারীর নিজেদের জায়গা তৈরি করতে এবং সকল কাজের স্বীকৃতি পাবার মাধ্যমে তাদের কাজের বোঝা কমাতে যেগুলো প্রতিবন্ধকতা সৃষ্টি করে। নারীরাও অনুধাবন করবেন সত্যিকার ও বিদ্যমান বাজার চাহিদা অনুযায়ী পণ্য সরবরাহ করতে হলে উৎপাদন ও বিপণনের সকল কর্মকাণ্ড যথাযথভাবে পরিপূরণ করতে হবে এবং একই সাথে উৎপাদনের এই সকল ক্ষেত্রে তাদের দক্ষতা বৃদ্ধি করতে হবে, তাদের কাজের বোঝা কমাতে এবং কাজের সুখম বন্টন করতে একটি অন্তর্গত পদ্ধতি বের করতে হবে এবং বাজারের নানা শক্তিকে মোকাবেলা করতে তাদের ব্যক্তিগত ও সামষ্টিক দর কষাকষির ক্ষমতা সৃষ্টি করতে হবে।

উৎপাদন চক্র নকশা করার এই অনুশীলন পণ্য বা সেবা উৎপাদনের প্রতিটি পদক্ষেপ বিশ্লেষণ করতে সহায়তা করে, যার মধ্যে কিছু পদক্ষেপের অভিজ্ঞতা হয়ত পূর্বে তাদের ছিলনা। উদাহরণ স্বরূপ মান নিয়ন্ত্রণের কথা বলা যায়। যখন উৎপাদনের ধারাবাহিকতায় প্রতিটি প্রয়োজনীয় কাজ আলাদা আলাদাভাবে চিহ্নিত করা সম্ভব হবে, উৎপাদকেরা বিবেচনা করতে পারবেন, কোন কাজটার জন্য কে সবচেয়ে বেশি উপযুক্ত, কোথায় কাজটি যৌথ হতে পারে এবং তাদের উৎপাদন চক্রের কোথায় নতুন অংশীদার নিযুক্ত করতে হবে। নারীদের জন্য বিদ্যমান শক্তি ও সুযোগসমূহ চিহ্নিত করতে, তাদের কাজগুলো বৈচিত্রময় করতে এবং তাদের আর্থ ও মানানসই সক্ষমতা অনুযায়ী বিকল্প তৈরি করতে এই ধাপগুলো ব্যবহার করা যেতে পারে। এটি ক্ষুদ্র মালিকানা ব্যবসায় নারীদের ক্ষেত্রে তাদের বর্তমান অবস্থান বিশ্লেষণ করতে এবং তারা কোথায় পৌঁছতে চান তার পরিকল্পনা করতে সহায়তা করবে। উৎপাদকদের উৎপাদন চক্রের লক্ষ্যের দৃষ্টি থাকতে পারে খাদ্য নিরাপত্তা বৃদ্ধি, বাইরের কাঁচামালের উপর নির্ভরতা হ্রাস, এবং অন্যান্য বিষয়ের দিকে, যা প্রথম উপাদানে ফোকাস গ্রুপ আলোচনা: তথ্য সংগ্রহের মাধ্যমে উপসংহার টানা কৌশলটিতে চিহ্নিত করা হয়েছিল। পুরো প্রক্রিয়ার অভিজ্ঞতার মধ্য দিয়ে এই লক্ষ্য এগিয়ে যেতে পারে।

উৎপাদন চক্র নকশা উপউপাদানে আমরা যে কৌশলটি সুপারিশ করছি তা হচ্ছে উৎপাদন চক্র প্রক্রিয়ার নকশা তৈরি।

কৌশলের নাম: উৎপাদন চক্র ব্যবস্থার নকশা তৈরি

উদ্দেশ্য: এই কৌশলে আমরা জানতে পারব উৎপাদন চক্র ব্যবস্থা: বিদ্যমান বাজার চাহিদা অনুযায়ী পণ্য সরবরাহ করার জন্য অত্যাবশ্যকীয় উৎপাদন, বিপণন এবং সহায়ক কর্মকাণ্ড পাশাপাশি যা নারীর পক্ষে বাজারে প্রভাব বিস্তারে সহায়ক পক্ষ নির্মাণ করতে পারে। পরবর্তী সেকশনে এই উৎপাদন চক্রের নকশার মাধ্যমে উপরে বর্ণিত ঘাটতি, প্রতিবন্ধকতা এবং সুযোগ চিহ্নিত করা হয়েছে। উৎপাদন চক্র ব্যবস্থা নকশাকরণের মধ্যে উভয়ই অন্তর্ভুক্ত:

প্রয়োজনীয় উপকরণ:

- প্রথম উপাদানের প্রথম অংশে সম্পাদিত ফোকাস গ্রুপ থেকে প্রাপ্ত সারসংক্ষেপ পত্র
- বড় প্রশস্ত কাগজ, মার্কার, টেপ, কলম।
- “টিকেট” বা ছোট ছোট টুকরা কাগজ
- দুই রঙের কার্ড

^৪ এর মধ্যে থাকতে পারে পরিবারে, কমিউনিটিতে, বাজারে নারীর উপর সংঘটিত নিপীড়ন, যা নারীর কাজের বোঝা বাড়ায়, ইত্যাদি।

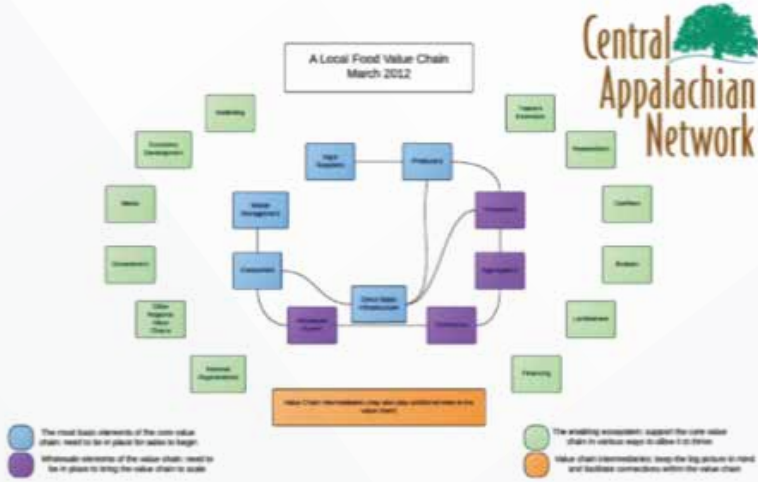
নির্দেশনা:

- ১। অংশগ্রহনকারীদের কাছে কাজটির উদ্দেশ্য সম্পর্কে বলুন। ব্যাখ্যা করুন যে, পূর্ব অভিজ্ঞতা নেই এমন ধাপসহ একটা পণ্য বাজারে নেওয়ার জন্য প্রয়োজনীয় সকল ধাপ অংশগ্রহনকারীরা চিহ্নিত করার পর গ্রুপের সবাই উৎপাদন চক্র জেতার ভূমিকা সম্পর্কে ভাববেন সুযোগ বা প্রতিবন্ধকতা হিসেবে, কাজটি সম্পাদন করার জন্য কে সবচেয়ে বেশি উপযোগী এবং নতুন অংশীদারী নির্মাণ সম্পর্কে ভাববেন।
- ২। সমবায়ের লক্ষ্যসমূহের সাথে যুক্ত সকল পক্ষ এবং বাজারে প্রবেশাধিকার বৃদ্ধির ফলে প্রত্যাশিত ফলাফল পুনরায় স্মরণ করুন, যা প্রথম উপাদানের শেষে ফোকাস গ্রুপে আলোচনা করা হয়েছিল। ফলাফল লিপিবদ্ধ করা বড় ও প্রশস্ত কাগজগুলো বের করুন। যদি না পাওয়া যায়, একটি পর্যালোচনা আয়োজন করুন এবং কাঙ্ক্ষিত ফলাফল একটি প্রশস্ত কাগজে লিপিবদ্ধ করুন যাতে সবাই দেখতে পান।
- ৩। এখানে ব্যবহৃত পরিভাষা ও ধারণা সম্পর্কে সকল অংশগ্রহনকারী সমান তালে অবগত আছেন এটা নিশ্চিত করুন, এবং নিচের বড় গ্রুপের কাজ সম্পাদন করুন।
 - সকল অংশগ্রহনকারীকে ২-৩টি করে “টিকেট” দিন। “উৎপাদক”, “কাঁচামাল সরবরাহকারী”, “পাইকার”, “পরিবেশক”, “প্রক্রিয়াজাতকারী”, “বিভিন্ন বাজার (প্রাতিষ্ঠানিক বাজারসহ)”, “বর্জ্য ব্যবস্থাপক”, এবং “চূড়ান্ত ভোক্তা”- এই ভিত্তিতে অংশগ্রহনকারীদের আলাদা করে ভাগ করুন এবং নির্দিষ্ট গ্রুপের ব্যক্তিদের কী কাজ করতে হবে তা ব্যাখ্যা করুন। অংশগ্রহনকারীদের এমন বিন্যাসে দাঁড়াতে বলুন যাতে পণ্যটি একটি শিকল ধরে আগাতে পারে। প্রতিটি ধাপে আপনার টিকেট ও আপনার কাছে আসা টিকেট একত্রিত করুন, পরবর্তী ধাপে হস্তান্তর করার আগে। যেহেতু “পণ্যসমূহ” (টিকেটসমূহ) উৎপাদক থেকে শুরু করে চূড়ান্ত ভোক্তা পর্যন্ত যাবে, অংশগ্রহনকারীরা পণ্যের প্রবাহ এবং এতে নতুন নতুন পক্ষকে যুক্ত হতে দেখতে সক্ষম হবেন।
 - পরবর্তী ধাপে, কিছু অংশগ্রহনকারীকে “সহায়ক” হতে বলুন। সহায়তা প্রয়োজন এমন কয়েকটি ক্ষেত্র কী হতে পারে? (উদাহরণ স্বরূপ, ব্যবসা ও কারিগরী সহায়তা কর্মসূচি/ সম্প্রসারণ, অর্থায়ন, নীতি ও নিয়ন্ত্রণ, গবেষণা এবং দক্ষতা উন্নয়ন)। নারী উদ্যোক্তাদের জন্য বিশেষ ধরনের সহায়তাও হতে পারে এটি, যেমন শিশু পালন কেন্দ্র, বাজার সম্পর্কে তথ্য প্রবেশাধিকার, পানি ও জ্বালানিতে ভালো প্রবেশাধিকার, আরো হতে পারে নারীর নিরাপত্তা নিশ্চিত করতে বাজারে নিরাপত্তা ব্যবস্থা, যেমন আলোর ব্যবস্থা, নিরাপত্তাকর্মী, গণ টয়লেট, সংরক্ষণ ব্যবস্থা ইত্যাদি।
 - মনে রাখুন, উৎপাদন চক্র প্রথম গঠিত হয় লেনদেনের অংশীদারদের নিয়ে (যারা পণ্যটিকে বাজারে নেয়ার যাত্রায় একে “স্পর্শ” করেন) এবং এর পর আসে সহযোগী অংশীদার। অংশগ্রহনকারীরা কী লক্ষ করেছেন? তথ্যের প্রবাহ সাধারণত কিভাবে কাজ করে? কিভাবে এটা কাজ করুক বলে তারা চান?

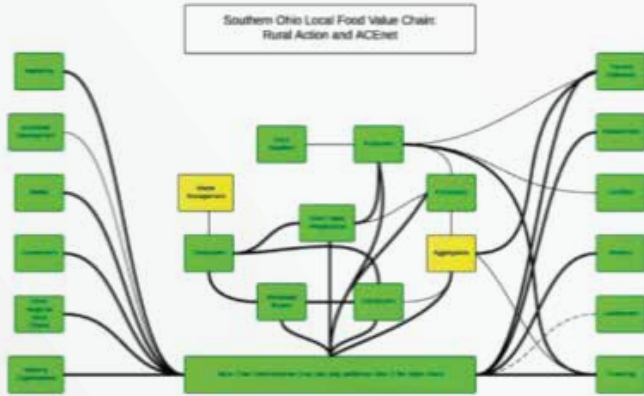
প্রতিটি ধাপের শেষে তারা আরও আলোচনা করতে পারেন যে, প্রতিটি ধাপে যে “মূল্য” পণ্যটিতে সংযুক্ত হল। এই আলোচনার ক্ষেত্রে বিবেচ্য থাকবে- এটি কিভাবে ইতিবাচক বা নেতিবাচকভাবে নারীর উপর প্রভাব ফেলছে, নারীর বাজারে প্রবেশাধিকারের ক্ষেত্রে ঘাটতি পূরণ করতে কী করতে হবে, বাজারে প্রভাব বিস্তার করতে দক্ষতা ও সক্ষমতা প্রয়োজন, নারীর উপর এর প্রভাব, অধিকার সম্পর্কিত জ্ঞান, কোন কোন সুবিধা হিসাবে ধরতে হবে এবং তাদের বিনামূল্যের যত্ন সম্পর্কিত কাজ হ্রাস করা, তাদের মানসম্পন্ন সময় বের করা ইত্যাদি।

- ৪। এবার, পরবর্তী ধাপসমূহ অনুসরণ করে উৎপাদন চক্র ব্যবস্থার নকশা তৈরি করুন। একটা নির্দিষ্ট পণ্যকে বিবেচনায় নিন যেটি উৎপাদকেরা উপাদান #১-৩ নম্বরে অধিকার হিসেবে চিহ্নিত করেছিল। ছোট গ্রুপে এই কর্মকাণ্ডটি সম্পন্ন করুন। মনে রাখবেন, উৎপাদন চক্রটি যখন কাজ করবে তখন এটি ঠিক এমন দেখতে হওয়া চাই। এমন কিছু কর্মকাণ্ড থাকতে পারে যা হয়ত বর্তমানে কোথাও নেই, কিন্তু সাফল্যের জন্য আপনাকে তা অনুসরণ করতে হবে।
 - একটু আগের অনুশীলনে যেভাবে করেছেন, লেনদেনের অংশীদারদের দিয়ে শুরু করুন। সকল লেনদেনের অংশীদারের জন্য একই রঙের কার্ড ব্যবহার করুন। কার্ডের উপর নির্দিষ্ট কর্মকাণ্ডের ছবি আঁকুন- প্রতিটি কার্ডে একটি করে কর্মকাণ্ড। এতে বিভিন্ন বিষয় শেখার জন্য কার্ডগুলো বিভিন্ন স্থানে ঘুরতে এবং উৎপাদন চক্র ব্যবস্থায় প্রয়োজনীয় পরিবর্তন আনতে সুবিধা হবে। একটি সমতল স্থানে কার্ডগুলো অর্থবহ সারিতে একের পর এক সাজান, কাঁচামাল থেকে শুরু করে উৎপাদন হয়ে শেষ ভোক্তার হাত পর্যন্ত তার যাত্রা।
 - কর্মকাণ্ডটির সাথে জড়িত বা সম্ভাব্য জড়িত ব্যক্তি যদি আপনার পরিচিত হয়, যার সাথে হয়ত আপনি এ ব্যাপারে কথা বলতে চাইতেন, কার্ডের পেছনে তার নাম লিখুন।
 - এরপর, সহযোগী অংশীদারদের প্রদর্শন করুন। সকল সহযোগী অংশীদারের জন্য একই রঙের কার্ড ব্যবহার করুন। কার্ডের উপর নির্দিষ্ট কর্মকাণ্ডটির ছবি আঁকুন- প্রতিটি কার্ডে একটি করে কর্মকাণ্ড। ইতিমধ্যে সাজানো উৎপাদন চক্রের কার্ডগুলোর পাশে প্রযোজ্য স্থানে এগুলো যুক্ত করুন। যে লেনদেন কর্মকাণ্ডে এরা সহযোগিতা করে, তার পাশে সহযোগীদের কার্ড রাখুন।
 - কর্মকাণ্ডটির সাথে জড়িত বা সম্ভাব্য জড়িত ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠান যদি আপনার পরিচিত হয়, যার সাথে হয়ত আপনি এ ব্যাপারে কথা বলতে চাইতেন, কার্ডের পেছনে তার নাম লিখুন।
 - “বিন্যাস অনুযায়ী” কার্ডগুলো টেপ দিয়ে বড় ও প্রশস্ত কাগজে স্টেটে দিন। সম্পর্ক প্রদর্শন করতে কর্মকাণ্ডের মাঝখানে দাগ টানুন।

Local Food Value Chain
Central Appalachian Network



Local Food Value Chain
Central Appalachian Network, Rural Action, ACEnet



২। উৎপাদন চক্রে নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেভার ভূমিকা ও সুযোগসমূহ

প্রথম উপাদানে জেভার সম্পর্কিত যেসব তথ্য সংগ্রহ করা হয়েছিল, এখানে এখন তা কাজে লাগতে যাচ্ছে। পাশাপাশি অন্যান্য উপাদানে জেভার ভূমিকা সম্পর্কিত আরও যেসব ভাবনা জড়ো করা হয়েছিল সেটাও এখানে কাজে লাগবে। প্রস্তাবিত উৎপাদন চক্রটিকে জেভার দৃষ্টিভঙ্গির ভেতর দিয়ে দেখে চিন্তা করার সময় উৎপাদকদের বিবেচনা করতে বলা, জেভার ভূমিকা ও দায়বদ্ধতায় কী পরিবর্তন আনলে তা একটি শক্তিশালী উৎপাদন চক্র গড়ে তুলবে? এই সুযোগে এটাও ভাবতে হবে, জেভার ভূমিকায় পরিবর্তন আনতে কোন প্রতিবন্ধকতাটি মোকাবেলা করতে হবে। এই পরিবর্তন আনার জন্য প্রভাবিত করা প্রয়োজন এমন প্রধান প্রধান নীতি ও পক্ষসমূহ চিহ্নিত করতে প্রথম উপাদানের ক্ষমতা ও জেভার বিশ্লেষণ অংশটি আবার পর্যালোচনা করা যেতে পারে। মানবাধিকার শক্তিশালী করতে বাজারে প্রবেশাধিকার তথা উৎপাদন চক্র ব্যবহারের গুরুত্বটা এখানেই।

উৎপাদন চক্রে জেভার ভূমিকা ও সুযোগসমূহ অনুসন্ধান করতে আমরা যেসব কৌশলের সুপারিশ করি, তা হচ্ছে: উৎপাদন চক্রকে জেভার লেন্স দিয়ে দেখা এবং জেভার ভূমিকা ও দায়িত্বশীলতা পরিবর্তনের ঝুঁকি ও পুরস্কারসমূহ।

কৌশলের নাম: উৎপাদন চক্রকে নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্কের লেন্স বা জেভার লেন্স দিয়ে দেখা

উদ্দেশ্য: এই কৌশলটি হচ্ছে জেভার ভূমিকা আরও ভালোভাবে বুঝা এবং উৎপাদকদের লক্ষ্য অর্জনে উৎপাদন চক্রের কার্যকারিতা বাড়াতে জেভার ভূমিকা গ্রহণ/পরিবর্তনের সুযোগ ও প্রতিবন্ধকতা অনুধাবন করার জন্য দুইটি কৌশলের প্রথমটি।

কাজক্ষত সময়: ২ থেকে ২.৫ ঘণ্টা।

অংশগ্রহনকারীর সংখ্যা: একটি বড় গ্রুপ হিসেবে পুরো উৎপাদক সমবায়। এরপর উৎপাদন চক্রের প্রতিটি কর্মকাণ্ডের গভীরে যাবার জন্য ছোট ছোট দলে ভাগ করে নেয়া।

প্রয়োজনীয় উপকরণ:

- প্রথম - তৃতীয় উপাদান থেকে আনা প্রাসঙ্গিক সার সংক্ষেপ
- সেকশন ক থেকে আনা সর্বসম্মত উৎপাদন চক্র নকশা বা ভ্যালু চেইন ম্যাপ
- বড় ও প্রশস্ত কাগজ, মার্কার, টেপ বা আঠা, কলম।

নির্দেশনা:

- কৌশলটির উদ্দেশ্য ব্যাখ্যা করুন। উৎপাদন চক্রের কোথায় কোথায় নারী ও পুরুষ যুক্ত আছেন এবং লাভবান হচ্ছেন তা অনুধাবনের মাধ্যমে কোথায় কোন পরিবর্তন আনলে উৎপাদন চক্রের কার্যকারিতা বাড়াবে এবং নারীরা লাভবান হবেন তা নির্ণয় করা সম্ভব হবে।
- সম্পূর্ণ গ্রুপ হিসেবে সর্বসম্মত উৎপাদন চক্র নকশাটি দেখুন। কোথায় নারীরা যুক্ত আছেন? কোথায় তারা নাই এবং কী থেকে বঞ্চিত হচ্ছেন? কোথায় তারা যুক্ত থাকলেও অংশগ্রহনের সুবিধা তাদের জন্য সীমাবদ্ধ? কেন নারীরা নির্দিষ্ট ভূমিকায় যুক্ত হতে পারছেন না এবং এই পরিস্থিতি কি পরিবর্তন করা সম্ভব? এই পরিবর্তনের জন্য কী করা দরকার?
- ছোট দলে ভাগ করুন এবং প্রতিটি দলকে উৎপাদন চক্রের একটি-দুইটি কর্মকাণ্ডে নিযুক্ত করুন। উদাহরণ স্বরূপ, একটি হতে পারে কাঁচামাল সংগ্রহ/উৎপাদন দল, একটা সংগ্রহ/ প্যাকেজিং/ পরিবহন দল, একটা বিপণন দল এবং অন্যান্য। প্রতিটি দল তাদের কর্মকাণ্ড (লেনদেন ও সহযোগী উভয় ক্ষেত্রে) নারীবাদী দৃষ্টিকোণ থেকে পর্যবেক্ষণ করবেন, যার লক্ষ্য হচ্ছে নারীরা অংশ নেয় এমন প্রতিটি পর্যায়ে বিদ্যমান ক্ষমতা কাঠামো পরিবর্তন করা বা প্রভাবান্বিত করা।
- প্রথম থেকে তৃতীয় উপাদানের সারসংক্ষেপ পত্র অনুসারে প্রতিটি দল নিম্নোক্ত প্রশ্নসমূহ মোকাবেলা করবেন এবং নিচের উদাহরণ ছক অনুসরণ করে আলাপচারিতা লিপিবদ্ধ করবেন (বড় ও প্রশস্ত কাগজ ব্যবহার করুন এবং শেষ হলে তা দেয়ালে টাঙিয়ে রাখুন)।
 - এই কর্মকাণ্ডে নারী ও পুরুষের ভূমিকা ও দায়িত্বসমূহ কী?
 - উৎপাদন চক্রে নারীর সম্পৃক্ততা বৃদ্ধি করতে এবং লাভবান হবার পথে প্রতিবন্ধকতাসমূহ কী?
 - যেভাবে চলছে সেখানে কি পরিবর্তন আনা সম্ভব যাতে ক্ষমতা কাঠামোকে প্রভাবিত করা যায় এবং সকলের স্বার্থ আদায় করা যায়?
- ৪৫ মিনিট পর ছোট দলগুলো ফিরে আসবে এবং তাদের আলোচনার উপর প্রতিবেদন প্রদান করবেন। শুরু করবেন বিপণন থেকে এবং শেষ করবেন কাঁচামাল সংগ্রহ/ উৎপাদনে। প্রতিটি দল তাদের উপস্থাপনা সম্পন্ন করার মাধ্যমে সকল অংশগ্রহনকারী তাদের চিন্তা এখানে সংযুক্ত করবেন। এই চিন্তাগুলোই ছকে সংরক্ষণ করা হবে।
- নারীর সুবিধা বৃদ্ধি করার জন্য প্রধান নীতিসমূহ কি প্রভাবান্বিত করা যেতে পারে? মৌলিক মানবাধিকারে তাদের প্রবেশাধিকার বৃদ্ধি করতে? পুরো উৎপাদন চক্রে জড়িত এমন কোনও পক্ষ কি আছে যাদের পক্ষে নীতিতে পরিবর্তন আনার মত বা প্রভাবিত করার মত সুযোগ বা ক্ষমতা আছে? (চিন্তার সুবিধার জন্য “ভেন চিত্র: উৎপাদন চক্রের অংশীদারদের ক্ষমতা ও প্রভাব অনুধাবন” দেখুন)।
- আলোচনাটি মন দিয়ে শুনুন এবং কোনও বিষয় বিস্তারিত আলোচনার প্রয়োজন হলে তা নোট করে রাখুন। পরিষ্কার করে বুঝার জন্য প্রশ্ন করুন।

পুনরালোচনা করুন:

- ১। একটি সফল উৎপাদন চক্র কিভাবে নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেডার ভূমিকা পরিবর্তনে অবদান রাখতে পারে?
- ২। অতিরিক্ত কোন তথ্য আপনার দরকার? কার সাথে কথা বলতে পারেন?
- ৩। কোন নতুন অংশীদার আপনি যুক্ত করতে পারতেন?

উদাহরণ: নারীবাদী দৃষ্টিকোণ থেকে উৎপাদন চক্র দর্শনের সারসংক্ষেপ ছক

| উৎপাদন চক্রের কর্মকাণ্ড | নারীর ভূমিকা/দায়িত্বশীলতা | সম্পৃক্ততা ও সুবিধা বৃদ্ধির প্রতিবন্ধকতা/বাধাসমূহ | যৌথ বা সমবায়ের লক্ষ্য অর্জনে প্রতিবন্ধক ক্ষমতা কাঠামোকে প্রভাবিত করার সুযোগসমূহ |
|---|----------------------------|---|--|
| আঞ্চলিক বাজারে উৎপাদিত পণ্যের বিক্রয়- যেখানে পণ্যের দাম তুলনামূলক বেশি | পণ্য বিক্রয় | নারীরা তাদের ছোট শিশুকে বাড়িতে ছেড়ে যেতে পারেন না। গৃহস্থালি কাজ ও আয়বৃদ্ধি মূলক কাজ নিয়ে নারীরা কাজের বোঝায় আক্রান্ত। নারীদের জন্য আঞ্চলিক বাজার পর্যন্ত ভ্রমণ করা খুবই ব্যয়বহুল | আঞ্চলিক বাজারের স্থানগুলোতে শিশু যত্ন কেন্দ্র খোলার জন্য সরকারের সাথে দেনদরবার করা। মডেল শিশু যত্ন কেন্দ্রের মাধ্যমে ^৯ নারীর যাতায়াত বৃদ্ধি পাবে ও সহজতর হবে। যৌথ বা সমবায় হিসেবে পণ্য বিক্রয়, সামষ্টিক ক্ষমতা বা শক্তি ব্যবহার করা এবং ব্যক্তিগত ও পেশাগতভাবে একে অন্যকে সহায়তা করার নানা পথ বের করা ইত্যাদি তাদের মাঝে আর্থিক, সামাজিক ও রাজনৈতিক ক্ষমতায়ন সৃষ্টি করবে। |
| বীজ ও অন্যান্য উপকরণ ক্রয় করতে আর্থিক সম্পদে (উৎসে) প্রবেশাধিকার | | নারীরা নিশ্চয়ই অর্থ লগ্নিকারীদের (পুরুষ) উচ্চহারে সুদ দিয়ে থাকেন | শস্য বিক্রয় বা অন্য কর্মকাণ্ড থেকে আয়কৃত অর্থ পুরুষেরা নারীদের প্রদান করেন বীজ বা অন্য উপকরণ কেনার জন্য। নারীরা তাদের সমবায়ের মাধ্যমে নিজেদের ক্ষুদ্র প্রচেষ্টায় জমানো টাকা ব্যবসা বৃদ্ধি করতে নানা সরকারী সেবা গ্রহণ করার কাজে ব্যবহার করে থাকেন। (এ ধরনের গ্রুপকে কিছু ব্যাংক আংশিক অনুদান (matching grant) প্রদান করে থাকে, অনেক সময় সরকার বীজে বিনিয়োগ করার জন্য আর্থিক সহায়তা প্রদান করে।) নারীরা তাদের সঞ্চয় বাড়ান এবং দলের জন্য মূলধন সৃষ্টি করেন যা থেকে তারা ঋণ বা বিনা সুদে ঋণ নিতে পারেন, ফলে অর্থ লগ্নিকারীদের উপর তাদের নির্ভরশীলতা কমতে পারে। |

^৯ তাদের বাড়িতেও শিশু যত্নকেন্দ্র খোলা যায়। কেউ হয়ত বাড়ির কাছের যত্নকেন্দ্রে বাচ্চা রেখে যেতে চাইবেন, আবার কেউ পছন্দ করবেন বাজার পর্যন্ত বাচ্চা সঙ্গে নিয়ে যেতে। পরিবারের যত্ন সংক্রান্ত আরো অনেক কাজ নারীদের করতে হয়, যেমন রান্না করা, পানি ও লাকড়ি আনা ইত্যাদি। আন্তরিকভাবে চেষ্টা না করলে এগুলোর আশু সমাধান হবেনা।

৩। উৎপাদন চক্রে অবদান রাখার ক্ষেত্রে নারীর জন্য ঝুঁকি ও চ্যালেঞ্জসমূহ চিহ্নিতকরণ

চতুর্থ উপাদানচিহ্নিত উৎপাদন চক্রে নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেডার সুযোগসমূহের বিশ্লেষণের ভিত্তিতে উৎপাদক গ্রুপ এখন উৎপাদন চক্রে অবদান রাখার ক্ষেত্রে নারীর জন্য ঝুঁকি ও চ্যালেঞ্জসমূহ চিহ্নিত করা শুরু করতে পারেন। যেমন: নিরাপত্তা, যাতায়াত, অতিরিক্ত কাজ, গৃহস্থালী কাজ, তথ্যে প্রবেশাধিকারের অভাব, উপকরণ, বাজারে পুরুষ দ্বারা অবদমিত, শারীরিক ও মানসিক চাপ, সিদ্ধান্ত গ্রহণ কাঠামোতে অনুপস্থিতি ইত্যাদি। নারীর অবদানের কী নতুন ভূমিকা প্রয়োজন হবে? প্রতিটা ঝুঁকির ক্ষেত্রে সম্ভাব্য সমাধান কী? এই সমাধানে নারী নিজে ছাড়াও আর কারা পাশাপাশি উপকৃত হন? উদাহরণ স্বরূপ, নারী যখন তার নিজের আয়-উপার্জন করতে সক্ষম হন, তখন কিন্তু পুরো পরিবারই উপকৃত হয়। যখন নারীরা মূল্যবান পণ্য নিয়ে সফলভাবে বাজারে প্রবেশ করতে পারেন, তখন পুরো জনগোষ্ঠী তথা পুরো এলাকারই সুনাম হয় এবং সেখানে অন্যান্য ব্যবসাও উন্নতি করতে শুরু করে। উৎপাদকেরা নিজেরা, উৎপাদন চক্রের অন্যান্য লেনদেন অংশীদার অথবা সহযোগী শক্তি মিলে উৎপাদকদের, বিশেষ করে নারীদের ঝুঁকি নিরসনে, সুবিধাসমূহ চিহ্নিত করতে এবং নারীর পাশাপাশি অন্যদের উপকৃত করার জন্য কী করতে পারেন?

উৎপাদন চক্রে অবদান রাখা নারীর ঝুঁকি ও চ্যালেঞ্জসমূহ নির্ণয় করতে আমরা যে কৌশলটি অনুশীলনের সুপারিশ করি তা হচ্ছে, নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেডার ভূমিকা ও দায়িত্বশীলতার ঝুঁকি ও সুবিধাসমূহ।

কৌশলের নাম: নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেডার ভূমিকা ও দায়িত্বশীলতার ঝুঁকি ও সুবিধাসমূহ

উদ্দেশ্য: এই কৌশলটি হচ্ছে জেডার ভূমিকা আরো ভালোভাবে অনুধাবন করা এবং জেডার ভূমিকা ও দায়িত্বশীলতা পরিবর্তনের ঝুঁকি ও সুবিধাসমূহ বিবেচনার জন্য ব্যবহৃত কৌশলের দুইটির মধ্যে দ্বিতীয়।

কাজের সময়: ২ থেকে ২.৫ ঘণ্টা

অংশগ্রহনকারীর সংখ্যা: ৮ থেকে ১২ জন, একটি গ্রুপ হিসেবে

প্রয়োজনীয় উপকরণ:

নারীবাদী দৃষ্টিভঙ্গীতে দেখা উৎপাদন চক্রের উপর একটি সারসংক্ষেপ ছক
বড় ও প্রশস্ত কাগজ, মার্কার, টেপ বা আঠা, কলম ইত্যাদি।

নির্দেশনা:

- ১। কর্মকাণ্ডের উদ্দেশ্য ব্যাখ্যা করুন। প্রতিটি পরিবর্তনের সাথে কিছু ঝুঁকি অথবা নেতিবাচক প্রভাব এবং এর পাশাপাশি সুবিধা বা ইতিবাচক প্রভাব আসবে। বেশিরভাগ সময়, এই সুবিধা ব্যক্তিগত উপকারের বাইরে অনেকদূর পর্যন্ত কাজে লাগে। ঝুঁকি ও সুবিধাসমূহ বুঝতে বা অনুধাবন করতে পারলে উৎপাদকেরা সম্ভাব্য নেতিবাচক প্রভাব নিরসন নিশ্চিত করার এবং সুবিধাসমূহ চিহ্নিত ও ভাগাভাগি করার পদক্ষেপ গ্রহণ করতে পারেন।
- ২। নারীবাদী দৃষ্টিভঙ্গীতে দেখা উৎপাদন চক্রের উপর তৈরি করা সারসংক্ষেপ ছকটির দিকে তাকান। উৎপাদকদের লক্ষ্য অর্জনে নারী-পুরুষের সামাজিক ভূমিকার আন্তঃসম্পর্ক বা জেডার ভূমিকা পরিবর্তন করতে সবচেয়ে বাস্তবভিত্তিক সুযোগ খুঁজে বের করতে গভীর পর্যন্ত আলোচনা করুন। প্রতিটি ক্ষেত্রে নারীর প্রতি ঝুঁকি ও নেতিবাচক প্রভাব বিবেচনা করুন। নিচে প্রদত্ত ঝুঁকি ও সুবিধার সারসংক্ষেপ ছকে এগুলো লিপিবদ্ধ করুন।
- ৩। এরপর, নারীর জন্য সুবিধাসমূহ বা সম্ভাব্য ইতিবাচক প্রভাব আলোচনা করুন। এই সুবিধা থেকে আর কে কে ইতিবাচক প্রভাব পেতে পারেন? নিচে প্রদত্ত ঝুঁকি ও সুবিধার সারসংক্ষেপ ছকে এগুলো লিপিবদ্ধ করুন।
- ৪। ঝুঁকি কিভাবে নিরসন করা যায় তা বিবেচনা করুন। উৎপাদকদের ঝুঁকি নিরসনে তারা নিজেরা, অন্যান্য লেনদেন অংশীদার ও সহযোগী অংশীদার কী করতে পারেন এবং এতে অন্যদের কী কী সুবিধা ও উপকার হতে পারে?
- ৫। আলোচনাটি মন দিয়ে শুনুন এবং কোনও বিষয় বিস্তারিত আলোচনার প্রয়োজন হলে তা নোট করে রাখুন। পরিষ্কার করে বুঝার জন্য প্রশ্ন করুন।

পুনরালোচনা করুন:

- ১। পুরো গ্রুপ সারসংক্ষেপ ছকটির দিকে দৃষ্টিপাত করুন। পরবর্তী পদক্ষেপগুলো কী হবে?
- ২। অতিরিক্ত আর কী তথ্য আপনার প্রয়োজন হবে? কার সাথে কথা বলবেন?
- ৩। আর কোন নতুন অংশীদার বা পার্টনারকে যুক্ত করবেন?

উদাহরণ: ঝুঁকি ও সুবিধার সারসংক্ষেপ ছক

| উৎপাদকদের লক্ষ্য অর্জনে জেতার ভূমিকায় প্রভাব ফেলতে সক্ষম সুবিধাসমূহ | ঝুঁকিসমূহ (নারী বা অন্যদের প্রতি সম্ভাব্য নেতিবাচক প্রভাব) | সুবিধাসমূহ (নারী বা অন্যদের প্রতি সম্ভাব্য ইতিবাচক প্রভাব) | কিভাবে ঝুঁকি নিরসন করা যেতে পারে? |
|---|--|---|--|
| আঞ্চলিক বাজার স্থানসমূহে শিশু যত্নকেন্দ্র স্থাপন | <p>রাষ্ট্রের কোনও সুবিধা না থাকা</p> <p>ব্যবসার পাশাপাশি ঘরের কাজ করাই নারীর দায়িত্ব- এই সাংস্কৃতিক চর্চা।</p> <p>নারীর আয়ের উপর পুরোপুরি নিয়ন্ত্রণ না থাকা, যা তাদেরকে শিশুর যত্নের পেছনে ব্যয় সীমাবদ্ধ করে (যেখানে প্রযোজ্য)</p> | <p>শিশু প্রতিপালনের কাজের চাপ থেকে মুক্ত হওয়ায় মানসম্পন্ন সময় বৃদ্ধি</p> <p>ব্যবসায় পূর্ণ মনোযোগের পাশাপাশি আয়ে প্রবেশাধিকার বৃদ্ধি এবং ব্যবসা সম্প্রসারণ</p> <p>খাদ্য নিরাপত্তা বৃদ্ধি এবং মৌলিক চাহিদার পরিপূরণ</p> <p>সম্ভাব্য শেষ পরিণতি হিসেবে মর্যাদাসম্পন্ন পরিচয় প্রতিষ্ঠিত</p> | <p>শিশু যত্ন ও সামাজিক কেন্দ্র প্রতিষ্ঠার মাধ্যমে কিছু উৎপাদকের নিজের বিনিয়োগ ও সহজলভ্য সরকারী সেবার সমন্বয়ে বিকল্প আয়ের সংস্থান হয়েছে</p> <p>সকল উৎপাদক সদস্য পালা করে বাজার স্থানে শিশু যত্ন প্রদান করায় ব্যয় সংকোচন হয়েছে এবং নিরাপদ পরিবেশ নিশ্চিত করেছে।</p> <p>পরিবারে যত্ন সংক্রান্ত অমূল্যায়িত সেবামূলক কাজ বা বিনা পারিশ্রমিকের শ্রম বিষয়ে পুরুষ ও অন্যান্য সদস্যদের মানসিকতা পরিবর্তনের ফলে পরিবারে গৃহস্থালি কাজের পুনর্বণ্টন হয়েছে এবং নারীর কাজের বোঝা কমেছে।</p> |
| সমবায় হিসেবে পণ্য বিক্রয়, নারীর দর কষাকষির সক্ষমতা বৃদ্ধি, আয়ের সুযোগ বৃদ্ধি, ব্যবসায় সম পর্যায়ের অংশীদারের পারস্পারিক সহযোগিতা, উৎপাদন চক্রের বিভিন্ন পর্যায়ে নারীর যৌক্তিক ভূমিকা গ্রহণের ফলে কাজের চাপ হ্রাস | <p>পুরুষতান্ত্রিক মানসিকতা দ্বারা প্রভাবিত থাকায় নারীরা প্রথাগত রীতি ও চর্চাকে স্বাভাবিক বলে মেনে নেন।</p> <p>সমবায়সমূহের সংগঠন গড়ে উঠলে বিদ্যমান অবদমন ব্যবস্থার খবরদারি আর থাকে না, এবং পুরুষশাসিত বাজার নারীর দখলে চলে যাবে এই আশঙ্কা দেখা যায়।</p> | <p>নারীর নিজের আয় দ্বারা পুরো পরিবার উপকৃত হয়।</p> <p>বাজার ব্যবস্থায় নারী সিদ্ধান্ত গ্রহণকারী কাঠামোতে প্রভাব বিস্তার করতে সক্ষম হন এবং এভাবে তাদের জন্য বড় কাজের জায়গা তৈরি হয়।</p> <p>সমবায় হয়ে ওঠে একটি বাড়তি ও স্থায়িত্বশীল বা টেকসই আয়ের উৎস</p> <p>যৌথ কারবার করার জন্য পারস্পারিক জবাবদিহিতা এবং আস্থা নির্মিত হয়</p> | <p>যৌথ জবাবদিহিতা স্থাপিত হয় যেখানে প্রতিটি সদস্য নতুন ব্যবসা বা বিদ্যমান ব্যবসার সম্প্রসারণে মালিকানা প্রাপ্ত হন।</p> <p>একটি স্বচ্ছ ও সামগ্রিক তথ্য সংরক্ষণ পদ্ধতি প্রতিষ্ঠিত হবার ফলে স্বচ্ছতা নিশ্চিত হয়, আস্থা বাড়ে, এবং এর ফলে ভালো ও মানসম্পন্ন পণ্য উৎপাদিত হয় যার জন্য বাজারে প্রবেশ অনেক সহজ হয়ে যায়।</p> |
| সমবায় নারীদের জন্য ঋণ তহবিল প্রতিষ্ঠা করে। | <p>যখন পুরুষেরা জানতে পারবে নারীদের জন্য সুবিধাজনক সুদের হারে ঋণের ব্যবস্থা রয়েছে, তখন ঘরে আরো বেশি ব্যয় করার জন্য নারীদের উপর চাপ প্রয়োগ করতে শুরু করবে।</p> | <p>ঋণ তহবিল নারীর অগ্রাধিকার পূরণে সম্পূরক, আর্থিক লেনদেনে সক্ষমতা বৃদ্ধি, অংশীদারী বা যৌথ ব্যবসা ব্যবস্থাপনা, বৈচিত্রপূর্ণ জীবিকা ও ব্যবসা সম্প্রসারণ</p> <p>অনুসন্ধানে নারীর সক্ষমতা বৃদ্ধি, সহজলভ্য সরকারী সেবায় সংযোগ স্থাপনের সুযোগ।</p> | <p>সবচেয়ে অসহায় নারীদের নিম্নহারের সুদে ঋণ গ্রহণে অগ্রাধিকার</p> <p>সামাজিক ও রাজনৈতিক ক্ষমতায়নের জন্য সক্ষমতা সৃষ্টি, যাতে নারীরা প্রতিযোগিতামূলক বাজারে নিজেদের পরিচয় প্রতিষ্ঠা করতে পারেন।</p> <p>নারীকে সম্মান প্রদর্শন ও তাদের ব্যবসা বা অন্যান্য কর্মকাণ্ডকে স্বীকৃতি প্রদানে পুরুষ ও সমাজের অন্যান্য অংশে চিন্তার ইতিবাচক পরিবর্তন</p> |

উৎপাদকদের লক্ষ্য অর্জনে সহায়ক জেডার সংবেদনশীল উৎপাদন চক্র সম্পর্কে উপসংহারে এসে আপনার নিম্নোক্ত প্রশ্নসমূহের জবাব দিতে সক্ষম হওয়া উচিত:

- ১। উৎপাদন চক্রের লক্ষ্যসমূহ কী? সম্পদের ৮টি রূপ, মালিকানা, জীবিকা এবং অধিকারের সাথে এগুলো সম্পর্কিত হতে পারে।
- ২। নির্দিষ্ট ক্রেতার মূল্য প্রস্তাবনা অনুযায়ী পণ্য সরবরাহ করতে কী কী কর্মকাণ্ড পরিপূরণ করতে হবে?
- ৩। উৎপাদন চক্রে জেডার ভিত্তিক সুযোগসমূহ কী? জেডার ভূমিকা পরিবর্তন করতে কিসের মোকাবেলা করতে হবে? একটি সফল উৎপাদন চক্র কিভাবে জেডার ভূমিকা পরিবর্তনে অবদান রাখতে পারে?

পঞ্চম উপাদান: ভ্যালু চেইন বা উৎপাদন চক্রে ঘাটতি, গেরো ও ঝুঁকিসমূহ

ভ্যালু চেইন বা উৎপাদন চক্রে ঘাটতি (gap), গেরো (bottleneck) ও ঝুঁকিসমূহ উপাদানের চারটি উপউপাদান রয়েছে:

- ১। আয় ও ব্যয় বিশ্লেষণ
- ২। উৎপাদকদের জন্য ঘাটতি ও গেরোসমূহ চিহ্নিতকরণ
- ৩। ঘাটতি ও ঝুঁকি সংক্রান্ত ক্ষমতা বিশ্লেষণ
- ৪। সহযোগী ও প্রতিবন্ধক নীতি ও প্রতিষ্ঠান চিহ্নিতকরণ এবং প্রয়োজনীয় পরিবর্তন

১। আয় ও ব্যয় বিশ্লেষণ

এই পর্যায়ে গ্রুপের বিবেচ্য একটি নির্দিষ্ট উৎপাদন চক্রের বাস্তবায়নযোগ্যতা ও মুনাফার সম্ভাবনা যাচাই করার একটি পদ্ধতি হিসেবে আয় ও ব্যয় বিশ্লেষণ পদ্ধতি ব্যবহার করা হচ্ছে। পূর্বের উপাদানসমূহের ফলাফলের উপর ভিত্তিতে প্রাপ্ত সবচেয়ে সম্ভাবনাময় পণ্য বা সেবার জন্য এই আয় ব্যয় বিশ্লেষণটি সম্পন্ন করা উচিত। একটি নির্দিষ্ট পণ্য বা সেবার ক্ষেত্রে উৎপাদন চক্রের প্রতিটি কর্মকাণ্ডের ব্যয় বা মূল্য (পরিশোধিত ও অপরিশোধিত শ্রমের মূল্যসহ) প্রাক্কলন বা অনুমান এবং উক্ত পণ্য বিক্রি করে বাজার থেকে আয় করা সম্ভাব্য সকল আয় প্রাক্কলন করার মাধ্যমে উৎপাদকেরা সহজেই অনুধাবন করতে পারবেন কোন পণ্যটি লাভজনক আর কোনটি নয়। তারা আরও দেখতে পাবেন উৎপাদনের কোন কর্মকাণ্ডটি সবচেয়ে ব্যয়বহুল এবং ব্যয় কমানোর জন্য তার বিকল্প ব্যবস্থা কী? আয় ও ব্যয়ের বিশ্লেষণ অনুশীলন দলকে চিহ্নিত করতে সহায়তা করবে কোথায় তাদের আরো তথ্য প্রয়োজন এবং উপউপাদান ২ তে তারা জানবেন কিভাবে ঘাটতি ও গেরোসমূহ চিহ্নিত করতে হবে।¹⁰

প্রথম উপাদানেব্যবহৃত বালতি কৌশল বা বাকেট টুল এই উপউপাদানেব্যবহার করা হবে, তবে এখন এটি বাজারের ক্রেতার চাহিদা অনুযায়ী নির্দিষ্ট পণ্যের ক্ষেত্রে প্রয়োগ করা হবে।

২। উৎপাদকদের জন্য ঘাটতি ও গেরোসমূহ চিহ্নিতকরণ

চতুর্থ উপাদানেউৎপাদকেরা উৎপাদন চক্র ব্যাখ্যা করেছেন, যার মধ্যে তারা উল্লেখ করেছেন, এর লক্ষ্য, উৎপাদিত পণ্য এবং উদ্দীষ্ট ক্রেতা। এবং তারা তাদের উদ্দীষ্ট ক্রেতার প্রয়োজন ও প্রত্যাশা অনুযায়ী পণ্যটির উৎপাদন প্রক্রিয়ায় প্রয়োজনীয় সকল কর্মকাণ্ড চিহ্নিত করেছেন। পঞ্চম উপাদানেউৎপাদকদের গ্রুপ ভেবে বের করবেন সফলভাবে উৎপাদন করার জন্য তাদের কী আছে এবং কী থাকা প্রয়োজন। ঘাটতি বলতে বোঝায় উৎপাদন চক্রে বিদ্যমান এমন একটি উপাদান যার কারণে উৎপাদকেরা জ্ঞান, দক্ষতা, অথবা বাজারের মান অনুযায়ী উৎপাদনের জন্য প্রয়োজনীয় অবকাঠামো ও প্রাকৃতিক সম্পদে প্রবেশাধিকারের অভাব বোধ করেন। উদাহরণ স্বরূপ, একজন চাষী জানেন কিভাবে শাক উৎপাদন করতে হয়, কিন্তু কিভাবে বালাই দমন করতে হয় তা তার জানা নাই। ফলে, এক্ষেত্রে বাজারের মানদণ্ড অনুযায়ী শাক উৎপাদনে তাদের সক্ষমতার ক্ষেত্রে এটা একটি ঘাটতি। আবার ধরা যাক, অন্যজন জানে কিভাবে সুস্থ্য সবল শাক উৎপাদন করতে হয়, কিন্তু শাক তাজা রাখার মত অবকাঠামো তার না থাকার কারণে, মাঠ থেকে তোলার পর বাজারে নিতে নিতে তা দ্রুত নেতিয়ে যায়। এটা আরেকটা ঘাটতি। বিদ্যমান কোনও নেতিবাচক নীতি, যেমন, নারীর জন্য জমির মালিকানা না থাকার আইন কিংবা কোনও নীতি না থাকা, যেমন, একটা রাষ্ট্রীয় নীতি থাকলে স্থানীয় উৎপাদকেরা উপকৃত হতেন- এমন ক্ষেত্রেও ঘাটতি সৃষ্টি হতে পারে।

¹⁰ আমরা জানি, পণ্যের মুনাফা-সম্ভাব্যতার পাশাপাশি অন্য অনেক মৌলিক উপাদান/ইস্যু রয়েছে, যা গ্রুপের অনুশীলনে তোলা দরকার। যেমন, একটি নির্দিষ্ট উৎপাদনের সামগ্রিক স্থায়িত্বশীলতার বিষয়, বাইরের কোনও প্রভাবে উক্ত পণ্যের উৎপাদন বৃদ্ধি বা হ্রাসের সম্ভাবনা, অথবা উক্ত পণ্যের উৎপাদন ব্যবস্থায় নারীর বাড়তি কাজের চাপ বা পারিশ্রমিক বিহীন গৃহস্থালী কাজের ইতিবাচক বা নেতিবাচক প্রভাব।

আমরা এখানে পণ্যের মুনাফা-সম্ভাব্যতার উপর মনোনিবেশ করতে প্রস্তাব করছি, কারণ, উৎপাদন কর্মকাণ্ডে অনেক দূর অগ্রসর হওয়ার পর বিকল্প চিন্তা করার আগেই উক্ত পণ্যের বিনিয়োগ উঠে এসে মুনাফার সম্ভাব্যতার উপায় দেখতে পারাটা উৎপাদকদের জন্য খুবই গুরুত্বপূর্ণ। উৎপাদন চক্রের অন্যান্য লক্ষ্য পূরণের পাশাপাশি পণ্যের মুনাফা সম্ভাব্যতা অর্জন ও স্থায়িত্বশীলতার ব্যাপারে আপনি কতটা সৃজনশীল হতে পারবেন সেটাই গুরুত্বপূর্ণ প্রশ্ন। এমন না যে আপনি মুনাফার বদলে উৎপাদনের অন্যান্য লক্ষ্য অর্জনে মনোযোগ দিতে চান।

অন্যান্য উপকরণ, উপরে উল্লিখিত কয়েকটা ছাড়াও আরও বিষয় রয়েছে যা ষষ্ঠ ও সপ্তম উপাদানেআলোচনা করা হবে। কারণ, সবচেয়ে সম্ভাবনাময় মুনাফা যেখানে থাকবে সেটাই তুলনামূলকভাবে বেশি অনুধাবন ও অনুসন্ধান করা হয়। মনে রাখবেন, এখানে ধরে নেয়া হচ্ছে, অনুশীলনরত গ্রুপগুলো আগের সকল উপাদানের ফলাফল গুলো ক্রমান্বয়ে পরবর্তী উপাদানসমূহে প্রয়োগ করেছেন। সুতরাং তারা ইতিমধ্যে তাদের সম্পদ ও লক্ষ্যসমূহ ইত্যাদি নিরূপণ করেছেন বলে ধরে নেয়া হবে। উপাদানগুলোর সামগ্রিকভাবে এক হয়ে কাজ করার বিষয়টি বিবেচনা করতে হবে, একটি থেকে অন্যটি বিচ্ছিন্নভাবে নয়।

আর গেরো (bottleneck) হচ্ছে যা উৎপাদন চক্রে একটা অদক্ষতা বা অকার্যকারিতা সৃষ্টি করে। উদাহরণ স্বরূপ, যদি উৎপাদক, বিশেষ করে নারী, তার পণ্য বিপণন করতে একা একা অনেক দূরের বাজারে যেতে বাধ্য হন, তাহলে অনেক পরিমাণে পণ্য বাজারে নিতে একটা গেরো তৈরি হয়। এক্ষেত্রে অংশীদার ভিত্তিক একটা পরিবহন ব্যবস্থা আয়োজন করা এই গেরো খোলার একটা পথ হতে পারে। অথবা, ক্রেতার চাহিদা মত উৎপাদক কোনও পণ্য উৎপাদন করবেন বা ফসল কাটবেন কিন্তু কোনও কারণে যদি ক্রেতার পক্ষে উৎপাদকের সাথে যোগাযোগ করার কোনও পথ না থাকে তাহলে সকল পণ্যই অপচয় বা বরবাদ হয়ে যেতে পারে। এটি উৎপাদন চক্রে আরেকটি গেরোর উদাহরণ। অনেক সময় নীতিসমূহ, যেমন ক্ষুদ্র কর্মকাণ্ডের জন্য ব্যবহৃত পরিদর্শনের নীতি, এটাও গেরো হিসেবে বিবেচিত হয় এবং তা মোকাবেলা করতে হলে দক্ষতার উন্নয়ন ঘটাতে হবে। আরেকটা গেরো হতে পারে, স্থানীয় পরিস্থিতি না বুঝে এমনকি উৎপাদকদের ঐতিহ্য ক্ষতিগ্রস্ত করে হলেও ক্রেতার পক্ষ থেকে জোর করে চাপিয়ে দেয়া কোনও চাহিদা। উৎপাদকদের সকল কাঠামোগত দিক বিবেচনায় রেখে সম্ভাব্য পণ্য সম্পর্কে অত্যন্ত স্বচ্ছভাবে বিবরণ দিতে সক্ষম হতে হবে এবং ক্রেতাকে মানাতে বা সন্তুষ্ট করতে হবে।

আরেকটি গেরো হচ্ছে সকল নৈতিকতা ও মূল্যবোধ অগ্রাহ্য করে কেবল মুনাফার চিন্তা করা। উদাহরণ স্বরূপ, নারী ও শিশুদের ঠকানো, নারীকে নিপীড়ন ও নির্যাতন করা ইত্যাদি।

আরেকটি ঘাটতি হচ্ছে, সরকারী সহায়তার অভাব বা অসহযোগিতা।

উৎপাদকেরা যখন উৎপাদন চক্রের নকশা তৈরি করবেন, তখন তারা এই ঘাটতি ও গেরোসমূহ চিহ্নিত করা আরম্ভ করতে পারবেন, যা মোকাবেলা করতে হবে এবং মোকাবেলার উপায়সমূহ নিয়ে আলোচনা করতে হবে।

ঘাটতি ও গেরোসমূহ চিহ্নিতকরণের জন্য আমরা যে অনুশীলনটি সুপারিশ করছি, তা হচ্ছে পাথর ও বেলুন কৌশল বা স্টোনস্ এ্যান্ড বেলুনস্ টুলস।

কৌশলের নাম: পাথর ও বেলুন কৌশল

উদ্দেশ্য:

এই কৌশলটি উৎপাদকদের সমবায়ের বিদ্যমান চলমান পরিস্থিতি বুঝতে এবং উৎপাদন চক্র চালাতে তাদের হাতে কী আছে, এবং সফলভাবে বাজারে পৌঁছতে ও তাদের লক্ষ্য পূরণ করতে আর কী প্রয়োজন- তা বিবেচনা করার জন্য একটি পথ খুলে দেয়।

কাজের সময়: ১.৫ থেকে ২ ঘণ্টা।

অংশগ্রহনকারীর সংখ্যা: ৮ থেকে ১০ জন।

প্রয়োজনীয় উপকরণ:

চতুর্থ উপাদান থেকে প্রাপ্ত সর্বসম্মত উৎপাদন চক্র নকশা বা ভ্যালু চেইন ম্যাপ
প্রথম উপাদান থেকে প্রাপ্ত সম্পদ মানচিত্র বা এ্যাসেট ম্যাপ এবং চতুর্থ উপাদান থেকে প্রাপ্ত ভেন চিত্র বা ভেন ডায়াগ্রাম
মাটিতে লাঠি দিয়ে চিত্র আঁকার জন্য যথেষ্ট পরিমাণ সমতল জায়গা, এবং কিছু পাথর
বড় ও প্রশস্ত কাগজ, মার্কার, টেপ বা আঠা এবং কলম

নির্দেশনা:

- ১। কর্মকাণ্ডের উদ্দেশ্য বুঝিয়ে বলুন। ব্যাখ্যা করুন যে, অংশগ্রহনকারীরা এখন ঘাটতি ও গেরোসমূহ চিহ্নিত করবেন একই সাথে তারা এলাকাও চিহ্নিত করবেন যেখানে এইসব প্রতিবন্ধকতা মোকাবেলায় ব্যবহার করার মত সম্পদ রয়েছে।
- ২। অংশগ্রহনকারীরা চতুর্থ উপাদানেমাটিতে যে উৎপাদন চক্র অঙ্কন করেছিল তার পুনরাবৃত্ত করতে বলুন এবং পণ্যটিকে বাজার পর্যন্ত নেবার ধাপগুলো ধরতে একটি সরল রেখা ব্যবহার করতে বলুন। উৎপাদনের শুরুতে কাঁচামাল ব্যবহারটি থাকবে রেখার একেবারে বাম প্রান্তে এবং ধারাবাহিকভাবে ক্রমাগত ডানে যেতে যেতে চূড়ান্ত ভোক্তাকে একেবারে ডান পাশে রেখে চক্রটি শেষ করতে হবে। পরবর্তীতে ব্যবহারের জন্য প্রয়োজনীয় তথ্য কাগজে টুকে রাখুন।
- ৩। উৎপাদন চক্রের প্রতিটি ধাপের দিকে তাকান। কোথাও কি ঘাটতি আছে? ঘাটতি হচ্ছে উৎপাদন চক্রের এমন কোনও প্রয়োজনীয় কর্মকাণ্ড যা আপনাদের অধর্মে দেখা যাচ্ছে না। কিছু কিছু ক্ষেত্রে, কর্মকাণ্ডটি হয়ত ঘটছে কিন্তু উৎপাদক গ্রুপ, সমবায় বা সমিতির সদস্যরা হয় এ বিষয়ে অবগত না অথবা সেসব সেবা ব্যবহারের সঙ্গতি বা প্রবেশাধিকার তাদের নাই। যেমন ধরা যাক, আপনাকে ছাগল পরিবহন করতে হবে, কিন্তু আপনার এলাকায় এমন কোনও ব্যবস্থা নাই যা দিয়ে বাজারের চাহিদা অনুযায়ী মাংসের মান বজায় রেখে ছাগল পরিবহন করা যায়। প্রতিটি ঘাটতির জন্য উৎপাদন চক্রের রেখার নিচে, পুরো চক্রের পরিমাপ মেনে, একটি করে পাথর রাখুন। অংশগ্রহনকারীরা প্রাপ্ত ঘাটতি সম্পর্কে আলোচনা করবেন এবং কাগজের নকশাটিতে (paper version) তা লিপিবদ্ধ করবেন।
- ৪। উৎপাদন চক্রের প্রতিটি ধাপের দিকে তাকান। কোথাও কি কোন গেরো আছে? গেরোসমূহ হচ্ছে যখন উৎপাদন চক্র বা উৎপাদন চক্রের

কাজগুলো ঠিকমত চলে না, বিশেষ করে যখন অনেক লোকদের অংশগ্রহণে প্রতিবন্ধকতা বা বাঁধার সৃষ্টি করে। উদাহরণ হিসেবে বলা যেতে পারে দুর্বল যোগাযোগ এবং উৎপাদকের ক্রেতার মান অনুযায়ী সরবরাহ সাধারণ বা কমন গেরো হিসেবে বলা যেতে পারে। ভাল যোগাযোগ ছাড়া উৎপাদক যদি পণ্য উৎপাদন করে তবে তা ক্রেতার চাহিদা মত হয়না বলে তখন বেশির ভাগ পণ্যই বিক্রি হয় না। কার্যকর যোগাযোগের ফলে চাহিদা অনুযায়ী মানসম্মত পণ্য উৎপাদন করা হয় বলে সবগুলোই বিক্রি হয়ে যায়। উৎপাদন চক্রের প্রত্যেক গেরোসমূহের রেখার নিচে, পুরো চক্রের পরিমাপ মেনে, একটি করে পাথর রাখুন। অংশগ্রহণকারীরা প্রাপ্ত গেরোসমূহ সম্পর্কে আলোচনা করবেন এবং কাগজের নকশাটিতে (paper version) তা লিপিবদ্ধ করবেন।

- ৫। পরিশেষে, অনেক সম্পদও আছে যা ব্যবহার করে ঘাটতি মোকাবেলা করা যায় অর্থাৎ “পাথর” হটানো বা উত্তোলন করা যায়। এগুলোই হচ্ছে “বেলুন”। বেলুনগুলো উৎপাদন চক্র রেখার উপরের দিকে বসান। যেমন ধরা যাক, পরিবহনের সময় খাবারের গুণাগুণ অক্ষুণ্ণ রাখে এমন একটি ট্রাক কিছু মালামাল নিয়ে আঞ্চলিক বাজার থেকে গ্রামে এসেছিল। এখন ফিরে যাবে। যাবার সময় আপনার খাদ্য পণ্য সে শহরের দিকে পরিবহন করে নিতে রাজী হল। অথবা ধরেন, নারী বিষয়ক মন্ত্রণালয় উক্ত সমস্যা সম্পর্কে অবহিত হবার পর নারী উদ্যোক্তাকে একটি ঋণ অনুমোদন করল। এবার আপনি প্রথম উপাদানের সম্পদ মানচিত্রে ফিরে যান, অথবা চতুর্থ উপাদানের ভেন চিত্রে। সেখানে দেখুন তো আর কোনও সম্পদ আছে কি না যা হয়ত আপনি ভুলে গেছেন।
- ৬। নকশাটি মাটিতে আঁকা হলেও কোথায় কোথায় পাথর আর বেলুন ব্যবহার করা হয়েছে তা কাগজের একটা নকশায় টুকে নিন, যাতে পরে ব্যবহার করা যায়। সবাই যে বিভিন্ন তথ্য দিয়েছে সেটাও লিপিবদ্ধ করুন।
- ৭। আলোচনাটি মন দিয়ে শুনুন এবং কোনও বিষয় বিস্তারিত আলোচনার প্রয়োজন হলে তা নোট করে রাখুন। পরিষ্কার করে বুঝার জন্য প্রশ্ন করুন।

এক্ষেত্রে পরিবেশগত প্রভাবক এবং সহায়ক পরিবেশ সৃষ্টি বিষয়েও আলোচনা করা যেতে পারে। ভূমি অধিকার? গণ সম্পদ? বীজে প্রবেশাধিকার, বীজ আইন এবং মেধাস্বত্ব অধিকার? জলবায়ু পরিবর্তন কিভাবে এই উদ্যোগকে প্রভাবিত করছে বা ভবিষ্যতে প্রভাবিত করবে? বন্যা বা খরা হলে কী হবে? নারী অধিকার, নারীর প্রতি সহিংসতা, সংঘাত?

পুনরালোচনা করুন:

- ১। চাহিদা মেটানোর জন্য আপনার উৎপাদন চক্রে কোন জিনিসটি দরকার, যা বর্তমানে আপনার নাই?
- ২। আপনার উৎপাদন চক্রে ঘাটতি নিরসন হলে আর কে কে লাভবান হবেন? কিভাবে তারা সাহায্য করবেন?
- ৩। উৎপাদক সমবায়ের লক্ষ্য পূরণের জন্য আশু মোকাবেলা করা দরকার এমন সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ গেরো কোনগুলো, যা বেশিরভাগ মানুষকে প্রভাবিত করবে?
- ৪। আর কী তথ্য আপনার দরকার? কার সাথে আপনার কথা বলতে হবে?
- ৫। নতুন কোন অংশীদার বা পার্টনার আপনি নিযুক্ত করবেন?
- ৬। সরকারী প্রতিষ্ঠান থেকে আপনার কী ধরনের সহায়তা দরকার হতে পারে?

৩। ঘাটতি ও ঝুঁকি সংক্রান্ত ক্ষমতা বিশ্লেষণ

কিছু ঘাটতি মোকাবেলা করতে শ্রেফ বিদ্যমান সম্পদ পুনরায়োজন করাই যথেষ্ট। উদাহরণ স্বরূপ, ফসল কাটার ঠিক সময়টা একটু পরিবর্তন করা। কিছু ঘাটতি আছে যার জন্য অতিরিক্ত সম্পদ প্রয়োজন, যেমন, ক্ষেত থেকে সবজি তোলার পর ঠাণ্ডা ও সতেজ রাখার জন্য যন্ত্রপাতি। ক্ষমতা বিশ্লেষণের এই অনুশীলনের মাধ্যমে অংশগ্রহণকারীরা বুঝতে পারবেন, তাদের জন্য প্রয়োজনীয় সম্পদটির নিয়ন্ত্রণ কার হাতে। ধরা যাক, পাশের গ্রামের উৎপাদক সমবায়ের একটি সবজি ঠাণ্ডা রাখার ইউনিট আছে যা তাদের সবসময় কাজে লাগেনা। কাজেই তাদের সাথে একটা সমঝোতা বা চুক্তি করে এটি ভাগাভাগি করা সম্ভব। অথবা অন্য কোনও কাজে গ্রামের দিকে কিছু ট্রাক আসে এবং শহরে খালি ফিরে যায়, যা দ্বারা উৎপাদকেরা তাদের পণ্য শহরের বাজারে নিয়ে যেতে পারেন। ক্ষমতা বিশ্লেষণ সম্ভাব্য অংশীদার খুঁজে বের করতে সহায়তা করে যারা ঘাটতি বা গেরো অপসারে ভূমিকা রাখতে পারেন।

ঘাটতি ও ঝুঁকির আলোকে ক্ষমতা বিশ্লেষণের জন্য যে কৌশল ব্যবহার করতে আমরা সুপারিশ করছি, তা হচ্ছে ভেন চিত্র: ক্ষমতা অনুধাবন অথবা উৎপাদন চক্রের অংশীদারদের প্রভাব।

কৌশলের নাম: ভেন ডায়গ্রাম বা চিত্র: ক্ষমতা অনুধাবন অথবা উৎপাদন চক্রের অংশীদারদের প্রভাব

উদ্দেশ্য: এই কৌশলটি উৎপাদন চক্রে জেডার ভূমিকাসহ অংশীদারদের নানা ভূমিকা বুঝতে বা অনুধাবন করতে ব্যবহার করা হয়, সুনির্দিষ্ট করে, উৎপাদন চক্রের অংশীদার ও তাদের ক্ষমতা বা প্রভাবের মধ্যকার বিদ্যমান সম্পর্ক। প্রভাব: অনানুষ্ঠানিক কর্তৃপক্ষ যা মানুষ ও সিদ্ধান্তসমূহের উপর প্রভাব বিস্তার করে। অনুসারীদের স্বীকৃতির উপর তা অনেকখানি নির্ভর করে। ক্ষমতা: আনুষ্ঠানিক কর্তৃপক্ষ বা ব্যক্তি যা উৎপাদন চক্রের উপর প্রভাব বিস্তার করে।

কাজিক্রম সময়: ১.৫ থেকে ২ ঘণ্টা

অংশগ্রহনকারীর সংখ্যা: ছোট বা বড় গ্রুপ

প্রয়োজনীয় উপকরণ:

মার্কার, কাগজ (কিছু রঙিন কাগজ), কাঁচি, টেপ বা আঠা

নির্দেশনা:

- ১। অংশগ্রহনকারীদেরকে কৌশলের উদ্দেশ্য সম্পর্কে অবহিত করুন। চাপাতি নকশা থেকে আপনি কী জানতে চান তা নির্ধারণ করুন। কোন প্রশ্নের উত্তর আপনি দিতে চান?
- ২। আপনার প্রশ্নের মধ্যে আসতে পারে এমন প্রধান সহযোগী বা স্টেকহোল্ডারদের একটি তালিকা তৈরি করুন। বিভিন্ন আকৃতির গোল করে রঙিন কাগজ কাটুন যা নির্দিষ্ট প্রেক্ষাপটে প্রতিজন সহযোগী বা স্টেকহোল্ডারের ক্ষমতার প্রভাব বলয় নির্দেশ করবে। আপনার নকশা কী বুঝাবে, “ক্ষমতা” নাকি “প্রভাব” তা আগেই পরিষ্কার করে নিন। বড় বৃত্ত “বেশি” ক্ষমতা এবং ছোট বৃত্ত “কম” ক্ষমতা বুঝাবে। বৃত্তের উপর উক্ত সহযোগী বা স্টেকহোল্ডারের নাম লিখুন। তিনি নারী নাকি পুরুষ তা নির্দেশ করুন।
- ৩। এবার বৃত্তগুলো একটির সাথে অন্যটির সম্পর্কে ভিত্তিতে স্থাপন করুন, যেখানে ঘনিষ্ঠ সম্পর্ক বুঝাতে বেশি অংশ ঢেকে যাবে (overlap)। ওভারল্যাপের পরিমাণ নির্ভর করবে বাস্তবে কী পরিমাণ ঘটেছে তার উপর।
- ৪। গ্রুপ হিসেবে পরিষ্কার করে বুঝতে ও সর্বসম্মত হতে আলোচনা করুন।
- ৫। আলোচনাটি মন দিয়ে শুনুন এবং কোনও বিষয় বিস্তারিত আলোচনার প্রয়োজন হলে তা নোট করে রাখুন। পরিষ্কার করে বুঝার জন্য প্রশ্ন করুন।

পুনরালোচনা করুন:

- ১। নারীদের ক্ষমতা বা প্রভাব কোথায় আছে? কোথায় নাই?
- ২। অংশীদারদের মাধ্যমে সিদ্ধান্ত গ্রহনকারীদের প্রভাবিত করার সুযোগ কোথায়, যাদের ইতিমধ্যে ভালো সম্পর্ক রয়েছে?
- ৩। ক্ষমতাবান লোকদের সাথে সু-সম্পর্ক সৃষ্টি করার প্রয়োজন আছে কি? (এবং/অথবা প্রভাবশালী)?
- ৪। ক্ষমতা বা প্রভাবের সুযোগ পেতে নারীদের ক্ষেত্রে প্রতিবন্ধকতাসমূহ কী কী?
- ৫। কোথায় আপনার বাড়তি তথ্য প্রয়োজন হবে? আর কার সাথে আপনার কথা বলা দরকার?
- ৬। সরকারী প্রতিষ্ঠান হতে আপনার কী ধরনের সহযোগিতা প্রয়োজন হতে পারে?
- ৭। একটি কর্মপরিকল্পনা তৈরি করুন যার মধ্যে থাকবে: কে? কী? কোথায়? এবং কখন?



৪। সহযোগী ও প্রতিবন্ধক নীতি ও প্রতিষ্ঠান চিহ্নিতকরণ এবং প্রয়োজনীয় পরিবর্তন

এতক্ষণে যেহেতু একটি উৎপাদন চক্রের বিষয় খুবই পরিষ্কার হয়ে এসেছে, এখন এর সহযোগী ও প্রতিবন্ধক নীতি, কর্মসূচি এবং প্রতিষ্ঠান চিহ্নিত করা খুবই সহজ হয়ে গেছে। একটি সফল উৎপাদন চক্রের জন্য সহায়ক হতে কী কী পরিবর্তন সেখানে দরকার তাও বুঝা যাচ্ছে। যেমন, হয়ত এমন নীতি থাকতে পারে যা চুক্তিপত্রে স্বাক্ষর কে করবে তা নির্দিষ্ট করে দেয়, তাহলে হয়ত দেখা যাবে একজন নারী উদ্যোক্তার জন্য তার নিজের পক্ষে দেন দরবার করা অসম্ভব হবে। হয়ত কোথাও মালপত্র আনা নেয়ার ব্যাপারে নিষেধাজ্ঞা নীতি থাকতে পারে, বিশেষ কোনও সম্পদের সীমাবদ্ধ ব্যবহারের নীতি থাকতে পারে। আশেপাশে এমন অনেক কর্মসূচি থাকতে পারে, যেমন ক্ষুদ্র ঋণ, কৃষি-শিল্প অথবা অন্যান্য, যা উৎপাদকদের জন্য বেশ সহায়ক, কিন্তু সে সম্পর্কে হয়ত তারা অবগতই নন। আবার এমন অনেক কর্মসূচি থাকতে পারে যা হয়ত তেমন কার্যকর না, কিন্তু একটু পরিবর্তন আনলে সবার জন্য তা কার্যকর হতে পারে। কোনও কোনও সময় এমন অনেক কর্মসূচি (অথবা নীতি) থাকে যার সম্পর্কে কেউই জানেন না, কিন্তু যদি ঠিকভাবে তা বাস্তবায়ন হয় তাহলে সত্যি তা সবার উপকারে আসবে! অনেক সময় আমরা নীতিটাকে ভুলভাবে বুঝি এবং সে কারণে অনেক সুযোগ থেকে বঞ্চিত হই।

এই পর্যায়ে উৎপাদকেরা শিখতে শুরু করবেন যে, নীতিসমূহ কিভাবে তাদের উৎপাদন চক্র এবং জীবিকাকে প্রভাবিত করে এবং সেসব নীতির নিয়ন্ত্রণ কার হাতে? গল্প থেকে সত্য আলাদা করার এটাই প্রথম ধাপ এবং সে অনুযায়ী একটা পরিকল্পনা তৈরি করা যা দিয়ে সংকোচনশীল নীতি মোকাবেলা করা যাবে এবং সম্প্রসারণশীল নীতি ও কর্মসূচির সুবিধা গ্রহণ করা যাবে।

এক্ষেত্রে যে কৌশলটি ব্যবহারের জন্য আমরা সুপারিশ করছি তার নাম হচ্ছে প্রভাব বলয় বিশ্লেষণ বা ফোর্স ফিল্ড এনালাইসিস।

কৌশলের নাম: প্রভাব বলয় বিশ্লেষণ বা ফোর্স ফিল্ড এনালাইসিস।

উদ্দেশ্য: লেনদেন সম্পর্কের উৎপাদন চক্রে ঘাটতি ও গেরোসমূহের দিকে দৃষ্টিপাত করার পরও, “সহায়ক বা সহযোগী পরিবেশের” দিকে নজর দেয়াও গুরুত্বপূর্ণ। যা উৎপাদন চক্র ও বাজারে প্রবেশাধিকার বাস্তবায়ন করার পথে সহায়তা করে বা বাধা সৃষ্টি করে।

কাজকৃত সময়: ১.৫ থেকে ২ ঘণ্টা।

অংশগ্রহনকারীর সংখ্যা: ৮ থেকে ১০ জন।

প্রয়োজনীয় উপকরণ:

- চতুর্থ উপাদান থেকে প্রাপ্ত উৎপাদন চক্র নকশা বা ভ্যালু চেইন ম্যাপ
- পাথর ও বেলুন কৌশলের সারসংক্ষেপ
- বড় ও প্রশস্ত কাগজ, মার্কার, টেপ বা আঠা, কলম
- কার্ড ও বুড়ি।

নির্দেশনা:

- এই কর্মকাণ্ডের উদ্দেশ্য ব্যক্ত করুন, যা হচ্ছে, উৎপাদন চক্রের মূল মনোযোগের সাথে সম্পর্কিত বর্তমান নীতি, প্রতিষ্ঠান ও বিভিন্ন কর্মসূচি সম্পর্কে জানা। এই কৌশল অনুশীলনের প্রস্তুতি হিসেবে গুরুত্বপূর্ণ হল, বর্তমান সরকারী নীতি সম্পর্কে ভালো জানাশোনা কোনও ব্যক্তিকে আমন্ত্রণ জানানো। যিনি কৌশল অনুশীলন শুরু করার আগে অংশগ্রহনকারীদের এ ব্যাপারে যথেষ্ট তথ্য দিতে পারবেন।
- উৎপাদন চক্র নকশা এবং পাথর ও বেলুন কৌশলের ফলাফলের দিকে তাকান। বর্তমান নীতি, প্রতিষ্ঠান এবং চলতি কর্মসূচিগুলো সম্পর্কে একটু মাথা খাটান, যা আপনার উৎপাদন চক্র ব্যবস্থাকে প্রভাবিত করছে। খুব ভালো হয়, কোনও একজন অংশগ্রহনকারীকে একটা গল্প বলতে বলুন যেখানে নীতি বা প্রতিষ্ঠান তার বাধা হয়ে দাঁড়িয়েছে। এবং এরপর একটি গল্প শোনান যেখানে নীতি, প্রতিষ্ঠান বা চলতি কোনও কর্মসূচি উৎপাদন চক্র ও বাজারে প্রবেশাধিকারের ব্যাপারে সহায়তা করেছে।
- সম্ভাব্য প্রতিটি নীতি, প্রতিষ্ঠান বা কর্মসূচির নাম একটি কার্ডে লিখুন। একটি কার্ডে একটি নাম। এবার কার্ডগুলো নিম্নোক্ত শিরোনামের বুড়িগুলোতে রাখুন: (১) সহায়ক, (২) প্রতিবন্ধক, (৩) উভয় এবং (৪) আরও বেশি জানতে হবে।
- “সহায়ক” নামাঙ্কিত বুড়িতে রাখা কার্ডগুলো বিশ্লেষণ করুন: কোন বিষয়টা এত সহায়ক ছিল? এই নীতি, প্রতিষ্ঠান বা কর্মসূচি ব্যবহার করতে পারে এমন সবাই কি এর কথা জানে? কিভাবে আরও মানুষ এ সম্পর্কে জানতে পারে?
- “প্রতিবন্ধক” নামাঙ্কিত বুড়িতে রাখা কার্ডগুলো বিশ্লেষণ করুন: কিভাবে এই নীতি, প্রতিষ্ঠান বা কর্মসূচি আপনার পথে বাধা হয়ে দাঁড়াল? কী ধরনের পরিবর্তন আনা হলে তা সহায়ক হত? সেসব নীতি, প্রতিষ্ঠান বা কর্মসূচি কারা নিয়ন্ত্রণ করেন? আপনি কি এমন কাউকে চেনেন, যিনি নীতি নির্ধারকদের প্রভাবিত করতে পারেন?
- “উভয়” লেখা বুড়ির কার্ডের ক্ষেত্রে: আরেকটু বিশ্লেষণ করে দেখুন, হয়ত আপনারা বুঝতে পারবেন এর কিছু কিছু কার্ড “সহায়ক” বুড়িতে চলে যাবে এবং কিছু কার্ড “প্রতিবন্ধক” বুড়িতে চলে যাবে। আপনাকে একেবারে সুনির্দিষ্ট হতে হবে কোন বুড়িতে কোন কার্ড যাবে। কোনও কোনও ক্ষেত্রে দেখা যাবে, কর্মসূচির মূল উদ্দেশ্য ছিল সহায়ক হওয়া কিন্তু কোনও কারণে তা এতটাই অকার্যকর যে

ভালোর বদলে লোকের ক্ষতিই করছে বেশি। বিদ্যমান নীতি, প্রতিষ্ঠান ও কর্মসূচিগুলোর মধ্যে যেগুলো অংশত বা পুরোপুরি অকার্যকর, তার মধ্যে কিছু পরিবর্তন এনে তা কার্যকর করা যায় কি না। সেক্ষেত্রে দেখতে হবে, কারা সেই নীতি, প্রতিষ্ঠান বা কর্মসূচির নিয়ন্ত্রক। আপনি কি এমন কাউকে চেনেন, যিনি নীতি নির্ধারকদের প্রভাবিত করতে পারেন?

- ৭। “আরও বেশি জানতে হবে” শিরোনামের বুড়ির কার্ডের ক্ষেত্রে: উৎপাদকদেরকে আরেকটু ভালোভাবে জানতে হবে তাদের উৎপাদন চক্র ও জীবিকাকে প্রভাবিত করছে কোন নীতি। তথ্য সংগ্রহ কে করবে? কিভাবে তারা সেসব তথ্য অন্যদের জানাবে? সেসব নীতি, প্রতিষ্ঠান ও কর্মসূচি নিয়ন্ত্রণ করেন কে?
- ৮। এমন কোনও নীতি বা কর্মসূচি কি রয়েছে যা মূলত আমাদের উৎপাদন চক্রের জন্য সহায়ক কিন্তু আমরা সে সম্পর্কে জানিনা? অংশগ্রহনকারীদের এই বাক্যগুলো পূরণ করতে বলেন: “যদি আমাদের উৎপাদন চক্রকে সহায়তা করার জন্য পৃথিবীতে এমন নীতি বা প্রতিষ্ঠান থাকত যে আমরা”। অথবা “যদি এমন হত যে অমুক নীতি থাকত ...”। মাথা খাটিয়ে বের করুন, আপনার কল্পনার সাধ পূরণ করতে সহায়তা করার মত সত্যি কোনও নীতি বা কর্মসূচি আছে কি না।
- ৯। আলোচনাটি মন দিয়ে শুনুন এবং কোনও বিষয় বিস্তারিত আলোচনার প্রয়োজন হলে তা নোট করে রাখুন। পরিষ্কার করে বুঝার জন্য প্রশ্ন করুন।

পুনরালোচনা করুন:

- ১। আলোচনা করুন, কোন নীতি, প্রতিষ্ঠান বা কর্মসূচি আগামী মাসে আপনাদের জন্য সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ হবে? বের করতে পারলে সে অনুযায়ী আপনাদের দ্বারা গৃহীত সংশ্লিষ্ট পদক্ষেপগুলো কাগজে লিখুন।
- ২। এই পরিস্থিতিতে পরবর্তী পদক্ষেপগুলো কী কী?
- ৩। আর কী তথ্য আপনার প্রয়োজন? কার সাথে কথা বলতে হবে?
- ৪। আর কাকে নতুন অংশীদার হিসেবে নিযুক্ত করতে চান?

উৎপাদন চক্রের ঘাটতি, গেরো এবং ঝুঁকি বিষয়ক উপসংহারে এসে আপনাকে নিম্নোক্ত প্রশ্নগুলোর উত্তর দিতে সক্ষম হতে হবে।

- ১। কিসের ভিত্তিতে আপনি মুনাফা সম্ভাব্যতা সম্পর্কে জানেন, কোন পণ্য বা সেবা নিয়ে আমরা আমাদের উৎপাদন চক্র গড়ে তোলার কাজ শুরু করব?
- ২। প্রধান ঘাটতি ও গেরোসমূহ কী যা আমাদের মোকাবেলা করতে হবে?
- ৩। কিভাবে আমরা ঘাটতি ও গেরো সমূহ মোকাবেলা করব? এমন কি কোনও কর্মসূচি বা নীতি আছে যা আমাদের সাহায্য করতে পারে? সেগুলো কী? আমাদের কাজ করে লাভবান হতে পারে এমন কোনও অংশীদার কি আছেন? তারা কারা?
- ৪। উৎপাদন চক্র নারী ও অন্যান্য উৎপাদকদের ঝুঁকিসমূহ কী কী? সেসব ঝুঁকি হতে তাদের রক্ষা করতে কী কী করা যেতে পারে? এসব ঝুঁকি হ্রাস করতে পারে এমন নীতি, কর্মসূচি ও অংশীদারসমূহ কী কী? আমরা নিজেরা ঝুঁকি নিরসনে কী কী করতে পারি?

ষষ্ঠ উপাদান:

টেকসই সম্পদ তৈরি যা টিকে থাকে

এই উপাদানের বিষয়টি চারটি উপ-উপাদানে বর্ণিত হয়েছে।

- ১। সম্পদের মূল্যায়ন
- ২। ঘাটতি পূরণের মাধ্যমে সম্পদ গঠন
- ৩। ঘাটতি পূরণ করতে সম্পদ ব্যবহার
- ৪। কে লাভবান হবে এবং বিনিয়োগের সুযোগ চিহ্নিত করা

১। সম্পদের মূল্যায়ন (Wealth assessment)

সম্পদের মূল্যায়নের উদ্দেশ্য হচ্ছে, কমিউনিটিতে এবং এর আশেপাশে উৎপাদক দল এবং উৎপাদন চক্রের মধ্যে অবস্থিত বিভিন্ন ধরনের মূলধন চিহ্নিত করা। সম্পদ মানে টাকা পয়সা নয়, এটা নানা আকারের পুঁজি যা সম্মানজনক জীবন ও জীবিকার জন্য প্রয়োজন। সম্পদের মূল্যায়ন করা হলে নানা ধরনের সম্পদ চিহ্নিত করা সম্ভব যা একটি উৎপাদন চক্রকে শক্তিশালী করতে পারে। উদাহরণ স্বরূপ, সম্পদের মূল্যায়নের মাধ্যমে জানা যেতে পারে, এই অঞ্চলে পশুপালনে দক্ষ কিছু মানুষ আছেন, যারা নিকটস্থ একটি খামারে কাজ করতেন, যা খরার কারণে বন্ধ হয়ে গিয়েছে। এই দক্ষতাকে কিভাবে একটি উৎপাদন চক্রে ব্যবহার করা যায়? এই মূল্যায়নের মাধ্যমে সম্পদের বিভিন্ন ধরনের দুর্বলতাও উঠে আসে, যা একটি উৎপাদন চক্রের মাধ্যমে শক্তিশালী করা যায়। এই মূল্যায়নের মাধ্যমে সম্পদে প্রবেশাধিকার এবং এর মালিকানা নিয়ন্ত্রণের ক্ষেত্রে বিদ্যমান লিঙ্গীয় বা জেভার বৈষম্য উদঘাটিত হয়। উদাহরণ স্বরূপ, একটি এলাকার মাটি কোন একটি ফসলের অতিচাষ বা মাটি ক্ষয়ের কারণে অনুর্বর বা ব্যবহার অনুপোযোগী হয়ে পড়েছে। সেক্ষেত্রে উৎপাদন চক্রে কি এমন কোন ধরনের উৎপাদন পদ্ধতি ব্যবহার করা যায়, যা মাটিকে আবার ব্যবহার উপযোগী করে তুলতে পারে?

সম্পদের মূল্যায়নের জন্য আমরা দুইটি কৌশলের সুপারিশ করব। (১) সম্পদের সংজ্ঞায়ন: আট ধরনের পুঁজি সম্পর্কে ধারণা প্রদান এবং (২) মাকড়শা নকশা বা স্পাইডার ডায়াগ্রাম: সম্পদের আট ধরনের মূল্যায়ন।

কৌশলের নাম: সম্পদের সংজ্ঞায়ন: আট ধরনের পুঁজি বা ক্যাপিটাল সম্পর্কে ধারণা প্রদান

উদ্দেশ্য: এটি দুইটি কৌশলের প্রথমটি, যা সম্পদের বহুমুখি আকার সম্পর্কে একটি পরিষ্কার ধারণা দিবে এবং আমাদের উন্নয়নে ব্যবহৃত হতে পারবে।

সম্ভাব্য সময়কাল: ১.৫ থেকে ২ ঘন্টা

অংশগ্রহণকারীর সংখ্যা: উৎপাদক দলের সকল সদস্য।

প্রয়োজনীয় উপকরণ:

- আট ধরনের সম্পদের সংজ্ঞা
- মার্কার (বিভিন্ন রঙের), কাগজ, কাঁচি, টেপ, ক্যামেরা

নির্দেশনা:

- ১। এই অনুশীলনের উদ্দেশ্য ব্যাখ্যা করুন।
- ২। অংশগ্রহণকারীরা দল গঠন করবেন এবং তারা এমন জিনিস খুঁজতে বের হবেন যা তাদের এলাকাকে বাস করার জন্য একটি সুন্দর স্থানে পরিবর্তন করতে সক্ষম। অর্থাৎ তারা “কমিউনিটির সম্পদ” অনুসন্ধান করবেন। অনুসন্ধানের পর তারা কী খুঁজে পেলেন তা কার্ডের উপর চিত্র একে দেখাতে পারেন (প্রতিটি সম্পদ একটি কার্ডে থাকবে)। অথবা তারা ছবি তুলতে পারেন, কারণ এটি ফিরে আসা মাত্রই সহজে দেখানো যাবে।
- ৩। এই সহায়িকায় আট ধরনের পুঁজি বা সম্পদের ধরন সম্পর্কে যে সংজ্ঞা দেয়া হয়েছে তার প্রতিটি পুঁজি সম্পর্কে আলোচনা করুন। ৮টি বড় কাগজ নিন, প্রতিটা কাগজে একেক ধরনের সম্পদের নাম লিখে দেয়ালে টাঙিয়ে দিন।
- ৪। অংশগ্রহণকারীদের তোলা বা আঁকা কমিউনিটির গুরুত্বপূর্ণ সম্পদের ছবি বা চিত্রগুলো টাঙিয়ে দিতে বলুন। বড় কাগজগুলোতে সম্পদের ধরন অনুযায়ী ছবিগুলো লাগিয়ে দিতে বলুন। এই সম্পদগুলো কার মালিকানায় আছে, নারী না পুরুষ, এর কারণ কি, তা নিয়ে আলোচনা করতে বলুন।
- ৫। প্রতিটা ছবি নিয়ে আলোচনা করুন। এগুলো কি সঠিক কাগজে সাঁটা হয়েছে? প্রয়োজন হলে পরিবর্তন করুন।
- ৬। আলোচনাগুলো মন দিয়ে শুনুন এবং কোনও বিষয়ে বিস্তারিত ব্যাখ্যার প্রয়োজন হলে নোট নিন। আরও পরিষ্কার ধারণার জন্য প্রশ্ন করুন।

পুনরালোচনা করুন

সবশেষে আপনি যে ফলাফলগুলো হাতে পেলেন তা দেখুন:

- ১। কী দেখে আপনি বিস্মিত হয়েছেন?
- ২। আপনার এলাকায় কী নেই?
- ৩। আমরা অনেক সময় সম্পদ আর লোক ঠকানো গুলিয়ে ফেলি। সম্পদ টাকায় পরিমাপযোগ্য নয়।
- ৪। সকল ধরনের সম্পদ একটি টেকসই অর্থনীতির ভিত্তিমূলের অংশ।
- ৫। মালিকানা এবং নিয়ন্ত্রণ হচ্ছে, কী একে আপনার সম্পদে পরিণত করেছে? এই সম্পদ কার মালিকানা ও নিয়ন্ত্রণে আছে? নারী না পুরুষ? কোন জনগোষ্ঠী এই সম্পদের মালিকানা ও নিয়ন্ত্রণ রেখেছে।
- ৬। আর কী তথ্য আপনার প্রয়োজন? কার সাথে কথা বলা প্রয়োজন?

উদাহরণ: প্রশিক্ষক প্রশিক্ষণের পর সংযুক্ত করা হবে

৮ ধরনের সম্পদের সংক্ষিপ্ত সংজ্ঞা

| পুঁজি বা ক্যাপিটাল | সংক্ষিপ্ত সংজ্ঞা |
|---------------------------------|--|
| ব্যক্তিক (Individual) | একটি অঞ্চলের মানুষের দক্ষতা, বোঝাপড়া, শারিরিক ও মানসিক সুস্থতা। |
| বুদ্ধিবৃত্তিক (Intellectual) | একটি অঞ্চলের ব্যক্তি, প্রতিষ্ঠান, সংস্থা বা খাতের জ্ঞান, চিন্তাশীলতা, সৃষ্টিশীলতা এবং অগ্রণী চিন্তা-ভাবনা |
| সামাজিক (Social) | একটি অঞ্চলের মানুষের বিশ্বাস, সম্পর্ক এবং সংযোগ বা নেটওয়ার্ক যা কোন কর্মসম্পাদনের জন্য প্রয়োজন। |
| সাংস্কৃতিক (Cultural) | একটি অঞ্চলের জনগোষ্ঠীর বিশ্বদর্শন, বিদ্যমান ঐতিহ্য, প্রথা, কর্মপ্রণালী। |
| প্রাকৃতিক (Natural) | একটি অঞ্চলের উৎপাদনক্ষম পরিবেশগত সম্পদ (যেমন, বাতাস, পানি, ভূমি, খনিজ, উদ্ভিদ, প্রাণী, প্রতিবেশ ব্যবস্থা ইত্যাদি)। |
| নির্মিত (Built) | একটি অঞ্চলের সম্পূর্ণ রূপে সক্রিয় নির্মিত অবকাঠামো, যেমন, দালান-কোঠা, পয়োঃ প্রণালী শোধন প্ল্যান্ট, উৎপাদন ও প্রক্রিয়াজাতকরণ প্ল্যান্ট, শক্তি, পরিবহন, তথ্য ও যোগাযোগের অবকাঠামো, প্রযুক্তি ইত্যাদি। |
| রাজনৈতিক (Political) | বিদ্যমান সুনাম, প্রভাব এবং ক্ষমতা যা একটি অঞ্চলের ব্যক্তি, সংস্থা এবং প্রতিষ্ঠান সিদ্ধান্ত গ্রহণ প্রক্রিয়ায় অনুশীলন করে থাকে। |
| আর্থিক (Financial) | একটি অঞ্চলে বিনিয়োগ করার জন্য ঐ অঞ্চলে বিদ্যমান আর্থিক সম্পদের বিদ্যমান মজুদ। |

৮ ধরনের সম্পদের সংজ্ঞা সম্পর্কে আরও বিস্তারিত জানার জন্য পুস্তিকার শেষে সংযুক্তি ১ দেখুন

কৌশলের নাম: মাকড়শা নকশা বা স্পাইডার ডায়াগ্রাম: আট ধরনের সম্পদের মূল্যায়ন

উদ্দেশ্য: দুইটা কৌশলের মধ্যে এটি দ্বিতীয়। যা সম্পদের বহুমুখী আকার সম্পর্কে একটি পরিষ্কার ধারণা তৈরি করবে এবং যা আমাদের উন্নয়নে ব্যবহৃত হতে পারবে।

সম্ভাব্য সময়কাল: ১.৫ থেকে ২ ঘন্টা

অংশগ্রহণকারীর সংখ্যা: উৎপাদক দলের সকল সদস্য।

প্রয়োজনীয় উপকরণ:

আট ধরনের সম্পদের সংজ্ঞা

পূর্বের কৌশলের ফ্লিপ চার্টের ফলাফল

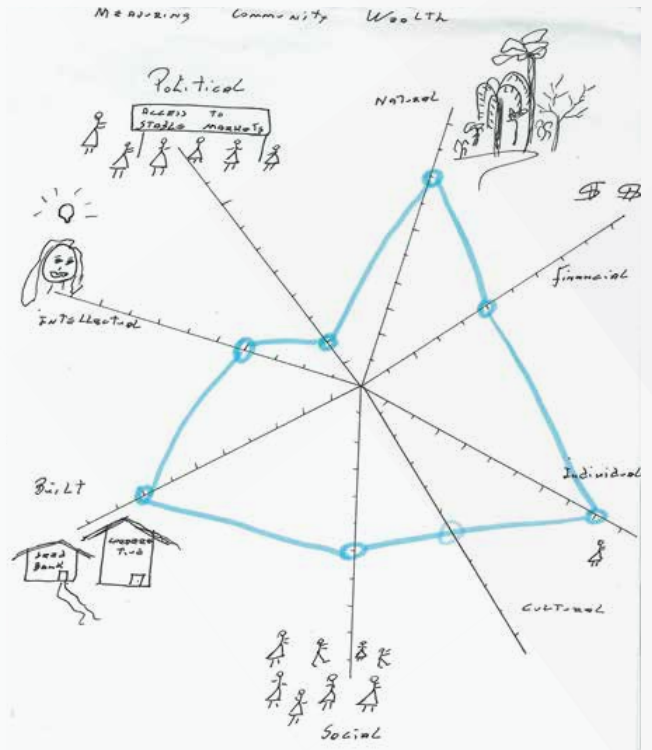
মার্কার (বিভিন্ন রঙের), কাগজ, কাঁচি, টেপ, ক্যামেরা

নির্দেশনা:

- এই কার্যকলাপের উদ্দেশ্য সম্পর্কে বলুন। মনে রাখবেন, এটা শুধুমাত্র তখনই আপনার এলাকার সম্পদ হবে, যখন এটা স্বাস্থ্যকর, সম্পূর্ণ সক্রিয়, এলাকার নিয়ন্ত্রণাধীন, কিভাবে এটা পরিচালিত বা ব্যবহৃত হবে তা নির্ধারণের এখতিয়ার যদি জনগোষ্ঠীর হাতে থাকে। আপনার উৎপাদন চক্র এটাকে ব্যবহার করার আগে কমিউনিটির সম্পদের এই বৈশিষ্ট্যগুলো আছে কিনা সে বিষয়ে নিশ্চিত হতে হবে। (আপনার সংগঠনের জন্যও এই মাকড়শা নকশা বা স্পাইডার ডায়াগ্রাম তৈরি করতে পারেন। বাড়তি মূলধনের জন্য কোন ক্ষেত্রে আপনাকে অংশীদারিত্বে যেতে হবে তা এই নকশার মাধ্যমে আপনি চিহ্নিত করতে পারবেন।)
- ৮ ধরনের সম্পদের সংজ্ঞা এবং পূর্ববর্তী কৌশল থেকে প্রাপ্ত ফলাফল পর্যালোচনা করুন।
- ৮ ধরনের পুঁজিকে মাকড়সার জালের ৮টি বিন্দু হিসাবে রেখে একটি মাকড়সার জালের নকশা তৈরি করুন। ৮টি ভিন্ন ভিন্ন পুঁজির নাম আপনি শব্দে লিখতে পারেন অথবা অংশগ্রহণকারীদের কাছ থেকে সামঞ্জস্যপূর্ণ ছবি বা ফটো নিয়ে সেখানে বসাতে পারেন। (পূর্ববর্তী কৌশলের অনুশীলন থেকে ভিন্ন ভিন্ন সম্পদের ছবি নিতে পারেন)। প্রতিটা জালের জন্য ১-৫ এর মধ্যে একটি মাপকাঠি অন্তর্ভুক্ত করুন।
- মাকড়শা নকশা এবং ০ থেকে ৫ এর মাপকাঠি (০ হচ্ছে দুর্বলতম এবং ৫ হচ্ছে সবচেয়ে শক্তিশালী অবস্থানে থাকা) ব্যবহার করে আপনার কমিউনিটির সম্পদের শক্তিমত্তার জায়গা চিত্রায়িত করুন।
- যেখানে কমিউনিটির অধিক নিয়ন্ত্রণ আছে সেখানে বৃত্ত একে নির্দেশ করুন।
- সকল বিষয় সুস্পষ্ট করতে এবং সিদ্ধান্তে পৌঁছাতে দলবদ্ধভাবে আলোচনা করুন।

পুনরালোচনা করুন:

- সম্পদে কমিউনিটির নিয়ন্ত্রণ এবং একে আরও শক্তিশালী করার জন্য কী কী সুযোগ আছে?
- এমন কোন শক্তিশালী সম্পদ আছে, অথচ এখনও ব্যবহৃত হয়নি?
- এমন কোন দুর্বল সম্পদ আছে যা কাজে লাগাতে কিছু পদক্ষেপ গ্রহণ করা প্রয়োজন?
- আর কী তথ্য আপনার প্রয়োজন? কার সাথে কথা বলা প্রয়োজন?
- কমিউনিটির সম্পদের নিয়ন্ত্রণে কোনও জেডার বৈষম্য উৎপাদন চক্র এমনভাবে পরিচালিত হয় যা সম্পদের বহুমুখী ধরন তৈরি করে এবং তাকে টেকসই করে। উদাহরণস্বরূপ, একটি কৃষি উৎপাদন চক্র উৎপাদন চর্চায় পরিবর্তন এনে মাটির উর্বরতা শক্তি বৃদ্ধি করাতে পারে, যেমন ভূমিকর্ষণ কমানো (প্রাকৃতিক মূলধন), কীটনাশক ব্যবহার কমিয়ে দিয়ে মানব স্বাস্থ্যের উন্নয়ন ঘটাতে পারে (ব্যক্তিক মূলধন), মূল্য-সংযোজন প্রক্রিয়া সম্পর্কে প্রশিক্ষণ দিতে পারে এবং এ সম্পর্কিত যন্ত্রপাতি নিয়ে আসতে পারে (ব্যক্তিক এবং নির্মিত মূলধন), নতুন বাজারে ক্রেতার সাথে নতুন সম্পর্ক তৈরি করাতে পারে (সামাজিক মূলধন) এবং ব্যক্তি উৎপাদকের গৃহস্থালীর এবং সমবায়ের সঞ্চয় বৃদ্ধি করা (আর্থিক মূলধন)।





২। ঘাটতি পূরণ করে সম্পদ গঠন এবং প্রতিবন্ধকতা দূরিকরণ

এই কৌশল উৎপাদক দলগুলোকে চিন্তা করতে শেখায় কিভাবে তারা ঘাটতি পূরণ করতে পারে এবং কিভাবে প্রতিবন্ধকতা দূর করতে পারে যাতে তারা এবং তাদের কমিউনিটি যে সম্পদ ভোগ-দখল করে, যা নিয়ন্ত্রণ করে এবং যেখান থেকে তারা লাভবান হয় সেই সম্পদের বহুমুখিতা তৈরি ও তাকে টেকসই করতে পারে।

ঘাটতি পূরণ করে সম্পদ গঠন এবং প্রতিবন্ধকতা দূরিকরণের ক্ষেত্রে আমরা যে কৌশল সুপারিশ করি তা হচ্ছে: ফ্লো ডায়াগ্রাম এবং সংক্ষিপ্ত সম্পদ মেট্রিক্স: সম্পদ গঠনের সুযোগ চিহ্নিত করা এবং কমিউনিটি পরিসম্পদের (Assets) উপর প্রভাব বোঝার চেষ্টা করা।

কৌশলের নাম: ফ্লো ডায়াগ্রাম এবং সংক্ষিপ্ত সম্পদ ছক: সম্পদ গঠনের সুযোগ চিহ্নিত করা এবং কমিউনিটি পরিসম্পদের (Assets) উপর প্রভাব বোঝার চেষ্টা

উদ্দেশ্য: কমিউনিটির সম্পদ গঠনের যে বিভিন্ন বিকল্প রয়েছে তার প্রভাব সম্পর্কে বোঝাপড়া পরিষ্কার করার মাধ্যমে এই কৌশল কোন উপায়ে ঘাটতি বা ঘাটতি পূরণ করা যায় সেই চিন্তার অনুশীলন করে এবং যে বিকল্পগুলো রয়েছে সেগুলোর মধ্যে গুরুত্ব ক্রমানুসারে সাজায়।

সম্ভাব্য সময়কাল: ২ -২.৫ ঘন্টা

অংশগ্রহণকারীর সংখ্যা: প্রথমে একটি বড় দল থাকবে, তারপর ছোট ছোট দল ভাগ করা যেখানে প্রতি দলে ৪-৫ জন থাকবে।

প্রয়োজনীয় উপকরণ:

উৎপাদন চক্র ব্যবস্থার ম্যাপের ফলাফল, বেলুন এবং পাথর, পরিসম্পদ (এসেট) মানচিত্র, এবং প্রবেশগম্যতা এবং নিয়ন্ত্রণ ছক মার্কার (লাল, সবুজ, নীল এবং কালো), বড় প্রশস্ত কাগজ, টেপ, কলম, কার্ড আছে কি?

নির্দেশনা:

- এই কার্যক্রমের উদ্দেশ্য সম্পর্কে বলুন। অংশগ্রহণকারীরা উৎপাদন চক্রের একটি ঘাটতি পূরণে কিছু বিকল্প চিন্তা অনুশীলনের মাধ্যমে এই কর্মকাণ্ড শুরু হবে। ঘাটতি এবং প্রতিবন্ধকতা পঞ্চম উপাদানে আলোচিত হয়েছে। (উৎপাদন চক্র মানচিত্র এবং বেলুন ও পাথর কৌশল দেখুন)। বেলুন এবং পাথর কৌশলে চিহ্নিত কোন ঘাটতি এই কৌশল বা প্রক্রিয়ায় পুনরাবৃত্তি হতে পারে। উৎপাদক দল তখন সবচেয়ে ভালো বিকল্পটি বেছে নিতে পারবে-সেই বিকল্পটি যা অধিক সংখক সম্পদ গঠন করতে পারবে এবং সবচেয়ে কার্যকরীভাবে ঘাটতি পূরণ করতে পারবে।
- বড় দলের মাধ্যমে উৎপাদন চক্রের ঘাটতিগুলির মধ্যে থেকে একটি ঘাটতি চিহ্নিত করুন যা দলটি উৎখাত করতে চায়। এখানে উদাহরণস্বরূপ বলা যায়, ঘাটতিটি হচ্ছে “বাজারের চাহিদা পূরণ করতে উৎপাদন বাড়ানোর জন্য প্রয়োজনীয় পানির অভাব।”
- অংশগ্রহণকারীরা তখন এই ঘাটতিকে বিবেচনা করে কিছু সংখক বিকল্প খুঁজে বের করবে। দলের সদস্যরা জোড়ায় জোড়ায় ভাগ হয়ে তারা যে ঘাটতিটি নির্বাচিত হয়েছে তার সমাধান বের করবে। দলের প্রতি জোড়া একটি সমাধানের জন্য একটি কার্ড ব্যবহার করবে। তারা যে সবচেয়ে ভালো সমাধানের কথা চিন্তা করেছে তা নিজেদের মধ্যে আলোচনা করবে এবং কার্ডের মধ্যে এর একটি চিত্র তুলে ধরবে। আপনি প্রবেশগম্যতা এবং নিয়ন্ত্রণ মেট্রিক্স এবং পরিসম্পদ মানচিত্র ফিরে দেখতে পারেন।

- ৪। প্রত্যেক জোড়া দল তাদের বিকল্প চিন্তাটি পরিবেশন করবে। বিকল্পগুলো নিয়ে আলোচনা করতে হবে এবং এর মধ্যে থেকে ২-৪টি বিকল্প নির্বাচন করুন যেগুলো সম্পর্কে দল বিশ্বাস করে যে, এগুলো সম্পর্কে বিস্তারিত উৎসাহিত করতে পারলে সবচেয়ে ইতিবাচক প্রভাব পড়বে। পুকুরে ঢিল ছোড়ার বিষয়টি চিন্তা করুন। আপনি চাইবেন যে ঢিলটি আপনি ছুড়বেন তা পুকুরের সম্পূর্ণ উপরিভাগ জুড়ে বড় বড় ডেউ তুলবে। কখনও কখনও ঢিলটা খুব বড় হয় না, এটা শ্রেফ নীচে তলিয়ে যায়।
- ৫। দলটাকে ২-৪ টি দলে ভাগ করে দিন (বিকল্পের ভাবনার যে সংখ্যা তার সাথে মিলিয়ে দল ভাগ করুন যাতে বিকল্পগুলো নিবিড়ভাবে তুলে ধরা যায়)। পরবর্তী ৩০-৪০ মিনিট এই দলগুলো নিচের ধাপগুলো অনুসরণ করবে।
- ক. অংশগ্রহণকারীরা বিকল্প/কার্যক্রমটি কাগজে পরিবেশন করবে, এবং তারপর ঐ কাজের প্রভাব বা ফলাফল চিহ্নিত করবে। এটা ইতিবাচক বা নেতিবাচক হতে পারে। প্রভাবের বিভিন্ন সম্পর্ক সম্পর্কে চিন্তা করুন, তিরচিহ্ন ব্যবহার করে এর গতিপথ নির্দেশ করুন। অংশগ্রহণকারীদেরকে প্রাথমিক, মধ্যম মানের এবং উচ্চ পর্যায়ের প্রভাব সম্পর্কে চিন্তা করার জন্য উৎসাহিত করুন। প্রয়োজন হলে দলকে আরও ছোট ছোট উপদলে ভাগ করুন।
- খ. আবার সম্পদের আটটি ধরনে ফিরে যাই। যেই অংশে কোন কর্মকাণ্ডের ফলাফল হিসাবে মূলধন ও কমিউনিটির সম্পদের বৃদ্ধি হয় সেই অংশে সবুজ বৃত্ত তৈরি করুন, সার্কেলের পাশে মূলধনের নামটি লিখুন, সেটা কি নারীর জন্য নাকি পুরুষের জন্য নাকি উভয়ের জন্য তা নির্দেশ করুন। অংশগ্রহণকারীদের স্মরণ করিয়ে দিন যে আমাদের মজুদ বৃদ্ধি করতে বিনিয়োগের মাধ্যমে সম্পদ গঠিত হয় এবং ঐ মূলধনের যে ঘাটতি আছে তা কমিয়ে আনার মধ্যে দিয়ে একে কমিউনিটি থেকে সম্পদ বের হয়ে যাওয়া রোধ করে। উদাহরণস্বরূপ, পানিতে স্থানীয়দের প্রবেশগম্যতা বৃদ্ধির জন্য কমিউনিটিগুলো অর্থ ও অন্যান্য সম্পদ ব্যয় করে (বিনিয়োগ করে)। যদি কমিউনিটি এই পানির উৎসে গবাদিপশুর গমনকে রোধ করতে না পারে তাহলে এই পানির উৎস দূষিত হবে এবং এটা কমিউনিটির জন্য সম্পদের উৎস হিসাবে পরিগণিত হবে না। একইভাবে কমিউনিটি তাদের তরুণদের জন্য শিক্ষা ও প্রশিক্ষণে বিনিয়োগ করতে পারে, কিন্তু যদি তাদের কর্মসংস্থানের ব্যবস্থা না করা হয় এবং তাদের এলাকা ত্যাগ করতে হয় (কমিউনিটি থেকে বাইরে চলে যাওয়া), তখন আসলে কমিউনিটির সম্পদ কমে যাবে।
- গ. যে সম্পদ কমে যাচ্ছে বলে মনে হচ্ছে তাকে লাল কালিতে চিহ্নিত করতে হবে। বৃত্তের পাশে মূলধনের নামটি লিখুন।
- ঘ. ফ্লো ডায়াগ্রামে অন্তর্ভুক্ত বিষয় যা লাল এবং সবুজ বৃত্তে চিহ্নিত করা হয়েছে সে সম্পর্কে একটি প্রতিবেদন তৈরির বিষয়টি নীল মার্কার দিয়ে চিহ্নিত করুন।
- ৬। যেটা অধিক পরিমানে সম্পদ তৈরি করতে পারবে সেটাকে বিবেচনায় রেখে প্রতিটা বিকল্প দলবদ্ধভাবে আলোচনা করতে হবে। প্রতিটা বিষয়ের সুস্পষ্ট ব্যাখ্যা এবং সে বিষয়ে মতৈক্যের জন্য তাদের প্রশ্ন করুন। যে আলোচনাগুলো করা হয়েছে তা গুনুন এবং যে বিষয়গুলো সম্পর্কে আরও ব্যাখ্যা বা অনুসন্ধান প্রয়োজন সেগুলো সম্পর্কে নোট নিন। কিছু বিকল্প ভাবনাকে নিয়ে আরও আলোচনার জন্য বাছাই করুন।
- ৭। সম্পূর্ণ দল একসাথে বসে যে সকল বিকল্প ভাবনা সবচেয়ে বেশি সম্পদ গঠন করবে বলে মনে হচ্ছে সেগুলোর জন্য একটি সংক্ষিপ্ত সম্পদ মেট্রিক্স তৈরি করুন। যেখানে সম্পদের ধরন কোনভাবে প্রভাবিত না হয়, বা এর উপর নেতিবাচকভাবে প্রভাব ফেলে হয়, তখন ঐ সম্পদের ধরন তৈরি করার যে ডিজাইন এবং/বা ঐ কর্মকাণ্ডের বাস্তবায়ন কৌশল পরিবর্তনের উপায়গুলো সম্পর্কে চিন্তা করুন।
- ৮। উৎপাদন চক্র বা ভ্যালু চেইনে অন্যসব গ্যাপের জন্য এই কর্মকাণ্ডগুলোর পুনরাবৃত্তি করুন।

পুনরালোচনা করুন:

- ১। ফ্লো চার্টে এমন কিছু কি আছে যা আপনাকে বিস্মিত করছে?
- ২। কোন বিকল্পটি/কাজটি অনেক কম ক্ষতি সাধন করে অধিক সম্পদ তৈরি করবে বলে মনে হচ্ছে?
- ৩। এই সম্পদ তৈরির ফলে কারা লাভবান হবে? নারী এবং পুরুষ কি সমানভাবে লাভবান হবে?
- ৪। এখানে এমন কোন সম্ভাবনা আছে কি যে নারীদের সম্পদহানীর বিনিময়ে পুরুষরা যে কোন আকারের সম্পদ লাভ করবে? যাতে এমনটা না ঘটে সেক্ষেত্রে কিভাবে এই ধরনের কার্যবলী ডিজাইন করা যায়?
- ৫। কোন কোন ক্ষেত্রে আপনার আরও তথ্য-উপাত্ত প্রয়োজন? কার সাথে আপনার আরও কথা বলা প্রয়োজন?

উদাহরণ:

- ১। একটি পানির ট্যাংকি/সেচ ব্যবস্থা বাস্তবায়নের উদাহরণের জন্য একটি ফ্লো ডায়াগ্রাম নিন, যে সম্পদগুলো তৈরি করা হয়েছে তা দেখান, এবং এই সম্পদ গঠনের উপর কোন নেতিবাচক প্রভাব আছে কিনা তা দেখান।
- ২। একটি সংক্ষিপ্ত সম্পদ মেট্রিক্স নিন যেখানে সম্পদের প্রতিটি ধরন কিভাবে প্রভাবিত হচ্ছে তা দেখান। ইতিবাচক, নেতিবাচক এবং নিরপেক্ষ প্রভাবগুলো নির্দেশ করুন।

| ভাবনা: একটি পানির ট্যাংকি নির্মাণ এবং সেচ প্রকল্প | |
|---|----------------------------------|
| সম্পদের ধরণ | প্রভাব (জেভার ভেদে বিভাজিত তথ্য) |
| ব্যক্তিক | |
| বুদ্ধিবৃত্তিক | |
| সামাজিক | |
| সাংস্কৃতিক | |
| প্রাকৃতিক | |
| নির্মিত | |
| আর্থিক | |
| রাজনৈতিক | |

৩। ঘাটতি পূরণে সম্পদের ব্যবহার

ঘাটতি এবং প্রতিবন্ধকতা পঞ্চম উপাদানে আলোচনা করা হয়েছে। উৎপাদন চক্রকে শিক্ষণীয় করতে বা সম্পদকে সক্রিয় করতে কমিউনিটি বা অঞ্চলে কি পরিমাণ সম্পদ আছে তা বিবেচনার ভিত্তি হচ্ছে সম্পদের মূল্যায়ন। কখনও কখনও দল যখন সম্পদের কথা চিন্তা করে তখন শুধুমাত্র আর্থিক সম্পদের কথা চিন্তা করে, তারা মনে করে তাদের যদি অর্থ না থাকে তাহলে তারা কোন কাজ করতে পারবে না। কিন্তু, আমরা যখন সম্পদের কথা আরও বিশদভাবে চিন্তা করি, আমরা কাজের জন্য বিভিন্ন সম্ভাবনা দেখতে পাই। উদাহরণস্বরূপ, একটি কমিউনিটির কিছু মানুষ ব্যতিক্রম হিসাবে অতিরিক্ত সৃষ্টিশীল হতে পারে, যার ভিজ্যুয়াল ডিজাইনে সত্যিকার প্রতিভা রয়েছে (বুদ্ধিবৃত্তিক মূলধন) যে প্রতিভা একটি উৎপাদন চক্রের উৎপাদনকে পৃথক করার কাজে ব্যবহার করা যায়। অথবা সেখানে কিছু পরিবারের কিছু আত্মীয় আছে যারা সব সময় যাতায়াতে মধ্যে থাকে, তারা উৎপাদিত পণ্য নতুন কোন বাজারে পরিচিত করানোর ব্যাপারে সহায়তা করতে পারে (সামাজিক মূলধন)। কিছু তরুণদের তথ্য-প্রযুক্তিতে জ্ঞান থাকে, তাদের সেই জ্ঞান উৎপাদন চক্রের যোগাযোগের উন্নয়নের ক্ষেত্রে ব্যবহার করা যায় (বুদ্ধিবৃত্তিক, ব্যক্তিক এবং নির্মাণ মূলধন)। অনেক ধরনের সম্পদ আছে যা উৎপাদন চক্রকে শিক্ষণীয় করতে এককভাবে বা একসাথে সমন্বয়ের মাধ্যমে করা যায়।

ঘাটতি/ঘাটতি পূরণের জন্য সম্পদের ব্যবহারের জন্য আমার যে কৌশল সুপারিশ করছি তা হচ্ছে: **ঘাটতি পূরণ করতে সম্পদ ছক বা মেট্রিক্স।**

কৌশলের নাম: ঘাটতি পূরণ করতে সম্পদ ছক (Wealth Matrix)

উদ্দেশ্য: এই কৌশল উৎপাদককে ঘাটতি পূরণ করতে বা সম্পদকে সক্রিয় করতে কমিউনিটি বা অঞ্চলে কি পরিমাণ সম্পদ আছে তা বিবেচনা করতে শুরু করায় এবং পরবর্তীতে এর বিকল্প ভাবনা সমূহ মূল্যায়ন করতে শেখায়। উৎপাদক দল নতুন কোন পার্টির সাথে অংশীদারিত্বে আসতে পারে যার এই ধরনের সম্পদ আছে, অথবা এই ধরনের সম্পদ যদি বিদ্যমান না থাকে, তাহলে উৎপাদক দলগুলো নিজেদের মধ্যে এই ধরনের সম্পদ তৈরি করে নেয় (যেমন, বাস্তবায়নের জন্য প্রশিক্ষণের মাধ্যমে প্রয়োজনীয় দক্ষতা বৃদ্ধি করা)। এই কৌশল বিভিন্ন ধরনের ঘাটতি তুলে ধরা বা প্রতিবন্ধকতা দূর করার জন্য যে পরিকল্পনা, তা তুলে আনার জন্য কিছু ক্ষেত্রে পূণরাবৃত্তি ঘটাতে পারে।

সম্ভাব্য সময়কাল: ১.৫ -২ ঘন্টা

অংশগ্রহণকারীর সংখ্যা: ৬-১০ জন অংশগ্রহণকারী, যার মধ্যে উৎপাদক দলের বাইরে থেকে কারিগরি উপদেষ্টা এবং অন্যান্য ব্যক্তি থাকবে যাদের অন্যান্য সম্পদ সম্পর্কে জ্ঞান রয়েছে। দলগুলোতে অবশ্যই নারীদের অংশগ্রহণের সুযোগ রাখতে হবে, যাদের হয়তো আনুষ্ঠানিক জ্ঞান নেই কিন্তু যাদের অভিজ্ঞতা সমৃদ্ধ জ্ঞান রয়েছে।

প্রয়োজনীয় উপকরণ:

মাকড়শা নকশার ফলাফল, পরিসম্পদ মানচিত্র, প্রবেশগম্যতা এবং নিয়ন্ত্রণ ছক, ফ্লো ডায়াগ্রাম মার্কার বড় প্রশস্ত কাগজ, টেপ

নির্দেশনা:

- এই কার্যক্রমের উদ্দেশ্য সম্পর্কে বলুন।
- উৎপাদক দল যে প্রকল্প বা কার্যক্রম বাস্তবায়ন করতে চায় তা চিহ্নিত করা। স্পাইডার ডায়াগ্রাম, পরিসম্পদ মানচিত্র, প্রবেশগম্যতা এবং নিয়ন্ত্রণ ম্যাট্রিক্স ফিরে দেখা, সেই সাথে সভার কারিগরি উপদেষ্টা ঘাটতিগুলো পূরণ করতে নিম্ন বর্ণিত উদাহরণে দেওয়া সম্পদ মেট্রিক্স বা ছক সম্পন্ন করবে। সম্পদের প্রতিটা ধরনের জন্য নিচের প্রশ্নগুলোর উত্তর দিন:
 - ঘাটতি পূরণ এবং প্রতিবন্ধকতা দূর করতে সম্পদের মজুদ কেমন যা আমরা ব্যবহার করতে পারব?
 - এই সম্পদগুলোতে কার প্রবেশ অধিকার এবং নিয়ন্ত্রণ আছে?
 - আমরা কিভাবে এই সম্পদগুলো ব্যবহার করতে পারি? কারা এই সম্পদ ব্যবহার করতে পারি?
 - আমরা এক ধরনের সম্পদ অন্য কোন সম্পদ তৈরির কাজে ব্যবহার করতে পারি?
- সকল বিষয় সুস্পষ্ট করতে এবং সিদ্ধান্তে পৌঁছাতে দলবদ্ধভাবে আলোচনা করুন। যে আলোচনাগুলো করা হয়েছে তা শুনুন এবং যে বিষয়গুলো সম্পর্কে আরও ব্যাখ্যা বা অনুসন্ধান প্রয়োজন সেগুলো সম্পর্কে নোট নিন। সুস্পষ্ট ধারণার জন্য প্রশ্ন করুন।

পুনরালোচনা করুন:

- ছকে কি এমন কিছু আছে যা আপনাকে বিস্মিত করেছে?
- মূলধনের উপর কমিউনিটির নিয়ন্ত্রণ বৃদ্ধি এবং মূলধনকে আরও সমৃদ্ধ করার জন্য কোন ধরনের সুযোগ আছে কি?
- এখানে এমন ধরনের কোন শিক্ষণীয় মূলধন আছে কি যা এখনও ব্যবহৃত হয় নাই?
- কোথায় কোথায় আপনার আরও তথ্য প্রয়োজন? কার কাছে থেকে আপনার আরও তথ্য নেওয়া প্রয়োজন।

উদাহরণ: ঘাটতি পূরণ করতে সম্পদ ছক

| বিকল্প ভাবনা: একটি পানির ট্যাংক স্থাপন এবং সেচ ব্যবস্থা | | |
|---|--|---|
| সম্পদের আকার বা ধরন | আমাদের কমিউনিটি/অঞ্চলে কি আছে যা আমরা ব্যবহার করতে পারি? | এটা কাদের কাছে আছে? আমরা এটা কিভাবে পেতে পারি? |
| ব্যক্তিক | কমিউনিটির একজন রাজমিস্ত্রি জানে কিভাবে সেচের জন্য পানি ধরে রাখার জলাধার/ট্যাংক তৈরি করতে হয় | যখন ট্যাংক তৈরি করে দেওয়ার জন্য বিশেষজ্ঞ আসবে, আমরা তাদের কাছে আমাদের উৎপাদক দলের কোন সদস্যকে এই বিষয়ে প্রশিক্ষণ দেওয়ার জন্য বলতে পারি যাতে আমরা পরবর্তীতে প্রয়োজন অনুসারে আরও কিছু ট্যাংক বানিয়ে নিতে পারি। |
| বুদ্ধিবৃত্তিক | আমাদের অঞ্চলের অন্য একটি কমিউনিটি সাম্প্রতিক সময়ে স্থানীয় উপকরণ ব্যবহার করে একটি নতুন ট্যাংক/সেচ ব্যবস্থা তৈরি করেছে। | আমরা একটি দল গঠন করতে পারি যারা ঐ কমিউনিটি পরিদর্শন করে তাদের অভিজ্ঞতা থেকে শিক্ষা নিয়ে আসবে। |
| সামাজিক | আমরা বেশ কিছু উৎপাদক দলকে জানি যারা পানির ট্যাংক এবং সেচ ব্যবস্থা তৈরি করতে চায়। কিন্তু কোন সম্প্রসারিত সেবা আমাদের ছোট কমিউনিটিতে আসতে চায় না। আমরা এক্ষেত্রে অন্য উৎপাদক দলের সাথে একসাথে মিলে ঐ সম্প্রসারিত সেবাকে অনুরোধ করতে পারি যে আমাদের সবাইকে একসাথে প্রশিক্ষিত করার জন্য। আমরা সকল উৎপাদক দল এক সঙ্গে অনেক পরিমাণ | আমরা সকল উৎপাদক দলগুলোকে নিয়ে একটি সভা আহ্বান করতে পারি যে কিভাবে আমরা সেচের জন্য যন্ত্রপাতি ক্রয় করতে এবং প্রশিক্ষণ পেতে পারি। |

| | | |
|-----------|--|--|
| | পাইপ এবং অন্যান্য যন্ত্রপাতি ক্রয় করতে পারি, কমদামে ক্রয় করার জন্য দরকষাকষি করতে পারি, এবং পরিবহন খরচ কমিয়ে ফেলতে পারি। | |
| প্রাকৃতিক | কিছু পুরুষদের অধীনে জমি অনুৎপাদনশীল অবস্থায় পতিত পড়ে আছে। | ঐ পুরুষদের জমি ব্যবহার করতে বলা, তাদের বুঝিয়ে বলুন যদি নারীরা এই জমি ব্যবহার করে এতে নারীদের আয় বৃদ্ধি পাবে, যা শুধুমাত্র নারীদের মুনাফা হবে না বরং এতে পুরো গৃহস্থালীর আয় বৃদ্ধি পাবে। |
| নির্মিত | গত বছরের সেচ প্রকল্প থেকে বেঁচে যাওয়া পাইপ অব্যবহৃত অবস্থায় পড়ে আছে, কিন্তু তা গ্রামের পুরুষ নেতার অধীনে আছে। | গ্রামের ঐ নেতাকে এগুলো ব্যবহার করার জন্য বলুন |
| আর্থিক | আঞ্চলিক শহরে একটি ক্ষুদ্র-ঋণ প্রতিষ্ঠান আছে | উৎপাদক দল ঐ প্রতিষ্ঠানকে ঋণ দেওয়ার জন্য অনুরোধ করবে, সেচের মাধ্যমে অর্জিত বর্ধিত উৎপাদন বিক্রয় করার মাধ্যমে অর্জিত আয় থেকে যে ঋণ পরিশোধ করা হবে |
| রাজনৈতিক | গ্রামের নেতা এবং পুরুষদের রাজনৈতিক ক্ষমতা আছে | নারীদের জন্য নেতৃত্বের অনেক সুযোগ উন্মুক্ত |

৪। কে লাভবান হবে এবং বিনিয়োগের সুযোগ চিহ্নিত করা

তিন ধরনের অংশীদারিত্ব উৎপাদন চক্রকে শক্তিশালী করতে পারে। প্রথমটি হচ্ছে, কোন কর্মকাণ্ডের জন্য অন্যান্য ট্রানজেকশন বা লেনদেন অংশীদারদের সাথে অংশীদারিত্ব, যে কর্মকাণ্ড ঐ উৎপাদক দলের কাছে নেই এবং যা উৎপাদন চক্রের ঘাটতিকে পূরণ করতে পারবে। উদাহরণস্বরূপ, অংশীদারের একটি প্রক্রিয়াজাতকরণের সুবিধা বিনিময়ের মাধ্যমে একটি উৎপাদক দল বাজারের চাহিদা পূরণের যে সুযোগ তাকে সম্প্রসারিত করতে পারে, এক্ষেত্রে অংশীদারকে সরাসরি অতিরিক্ত যন্ত্রপাতি বিনিয়োগ করার জন্য বলা হয়।

দ্বিতীয় ধরনের অংশীদার, উৎপাদক দল বা অন্যকে উৎপাদন চক্রে সহায়তার প্রস্তাব দেয়। এই ধরনের অংশীদার আর্থিক প্রতিষ্ঠানের অন্তর্ভুক্ত হতে পারে যা ঋণ এবং সঞ্চয় সুবিধা প্রদান করে থাকে, যেমন, সম্প্রসারিত সেবা প্রশিক্ষণ প্রদান করে, গণমাধ্যম প্রচারণা করে, গবেষণা অংশীদার উৎপাদন চক্রের সমস্যার সমাধান করে দেয়, পণ্য নকশা প্রণয়নকারী যে নতুন পণ্য উদ্ভাবন করে এবং বিদ্যমান পণ্যের উন্নয়ন ঘটায়, বীমা সেবা প্রদানকারী উৎপাদকের ঝুঁকি-হ্রাস করে এবং এরকম আরও অংশীদার।

লেনদেন বা ট্রানজেকশন এবং সহায়ক অংশীদার উভয়কেই উৎপাদন চক্রের অভ্যন্তরীণ হিসাবে গন্য করা হয়। আমরা ট্রানজেকশন এবং সহায়ক অংশীদার উভয়কে চতুর্থ উপাদানে এবং ভ্যালু চেইন ম্যাপিং বা উৎপাদন চক্র ম্যাপিং কৌশলে আলোচনা করেছি। এছাড়াও মূল্য নির্ধারণ প্রস্তাব (“আমার জন্য এটাতে কি আছে?” প্রশ্নের উত্তর) তৃতীয় উপাদানে আলোচনা করেছি।

সম্ভাব্য তৃতীয় ধরনের অংশীদার হচ্ছে কোন ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠান যার একটি বড় ধরনের স্বার্থ আছে এবং যার ফল পাওয়া যায় যখন একটি উৎপাদন চক্র পূর্ণ মাত্রায় সক্রিয় থাকে এবং সফল হয়। উদাহরণস্বরূপ, স্কুল প্রশাসন একটি উৎপাদন চক্র থেকে সুবিধা পেতে পারে যা বিদ্যালয়ে স্বাস্থ্যকর খাবার এবং স্থানীয়ভাবে উৎপন্ন খাদ্য প্রদান করে, এবং এর ফলে শিক্ষার্থীদের স্বাস্থ্য ভালো থাকে, শ্রেণী কক্ষে তারা অধিক মনোযোগী হয় এবং তাদের পরীক্ষার ফলাফল ভালো হয়। অথবা একটি সরকারি প্রতিষ্ঠান লাভবান হয় কারণ একটি উৎপাদন চক্র তাদের লক্ষ্য ও উদ্দেশ্য পূরণে সহায়তা করছে। ব্যক্তি, দল, ব্যবসা এবং প্রতিষ্ঠান চিহ্নিত করা গুরুত্বপূর্ণ যারা উৎপাদন চক্র থেকে লাভবান হয় কারণ তারা এর সফলতার জন্য সময়, শক্তি এবং অর্থ বিনিয়োগ করার মাধ্যমে উৎপাদন চক্রকে সহায়তা করতে ইচ্ছুক থাকে, যদি তাদের লাভের বিষয়টা সম্পর্কে পরিষ্কার ধারণা থাকে এবং এ বিষয়ে তারা নিশ্চিত হয়। এক্ষেত্রে তিনটা প্রশ্ন সামনে আসে: “যারা উৎপাদন চক্রের বাইরে থাকে তাদের জন্য উৎপাদন চক্র কি ধরনের সুবিধা তৈরি করে?”, “কে এর মাধ্যমে লাভবান হয়?”, এবং সর্বশেষে “তারা কি ধরনের বিনিয়োগ করতে পারে?”

কে লাভবান হবে এবং বিনিয়োগের সুযোগ চিহ্নিত করার জন্য আমরা যে কৌশল প্রস্তাব করি তা হচ্ছে: সুবিধা, কে সুবিধাপ্রাপ্ত হয় এবং বিনিয়োগ মেট্রিক্স।

কৌশলের নাম: সুবিধা, কে সুবিধাপ্রাপ্ত হয় এবং বিনিয়োগ মেট্রিক্স

কৌশলের উদ্দেশ্য: উৎপাদন চক্র যখন ভালোভাবে কাজ করবে এবং সফল হবে তখন এই কৌশলের মাধ্যমে উৎপাদক দল বিবেচনা করবে কে এর মাধ্যমে লাভবান হবে। যখন কিছু লোকের এই উদ্যোগ মাধ্যমে লাভবান হওয়ার সম্ভাবনা থাকে তখন তারা তাদের নিজ স্বার্থের বিষয়টি বুঝতে পারবে (“আমার জন্য এটাতে কি আছে?”), তখন তারা তাদের নিজেদের স্বার্থে স্বতন্ত্রগোদিত হয়ে এতে বিনিয়োগ করবে এটাকে আরও সফল করার জন্য। এই কৌশল নিচের প্রশ্নগুলোর উত্তর খুঁজতে সহায়তা করে:

- যারা উৎপাদন চক্রের বাইরে থাকে তাদের জন্য উৎপাদন চক্র বা ভ্যালু চেইন কি ধরনের সুবিধা তৈরি করে?
- কে এর মাধ্যমে লাভবান হয়?
- তারা কি ধরনের বিনিয়োগ করতে পারে?

সম্ভাব্য সময়কাল: ১.৫ - ২ ঘণ্টা

অংশগ্রহণকারীর সংখ্যা: ৬-১০ জন অংশগ্রহণকারী

প্রয়োজনীয় উপকরণ:

উৎপাদক দলের লক্ষ্য সম্পর্কিত আলোচনার ফলাফল এবং সম্পদ সংজ্ঞায়ন কৌশলের আলোচনার ফলাফল, উৎপাদন চক্র ম্যাপিং কৌশল, তৃতীয় উপাদানের পর্যালোচনা মার্কার, বড় প্রশস্ত কাগজ, টেপ, দুই রঙের কার্ড এবং কলম

নির্দেশনা:

১. এই কার্যক্রমের উদ্দেশ্য সম্পর্কে বলুন।
২. আপনার সম্পূর্ণ সক্রিয় এবং সফল উৎপাদন চক্রের বিদ্যমান সুবিধাগুলির মধ্যে চারটি সুবিধা নিয়ে দুইজনের জোড়া দলে চিন্তা-ভাবনা করতে হবে। মনে রাখবেন এই সুবিধাগুলো সেই ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের প্রতি যারা সরাসরি এই উৎপাদন চক্রের সাথে সম্পৃক্ত নয়। উদাহরণস্বরূপ, কম পরিমাণে কীটনাশক ব্যবহারের ফলাফল হচ্ছে পুরা কমিউনিটির জন্য পরিষ্কার পানি নিশ্চিত করা। যদি নারীর আয় থাকে এবং তা গৃহস্থালীতে ব্যয় হয় তাহলে অনেক সুস্থ নারী, সুস্থ শিশু পাওয়া যাবে এবং বিদ্যালয়ে মেয়ে শিশুর উপস্থিতি বাড়বে। একসাথে কাজ করার দক্ষতা বা সামর্থ থাকলে উৎপাদন চক্রের বাইরে রাজনৈতিক ইস্যু নিয়ে স্বেচ্ছায় হওয়ার সুযোগ তৈরি হয়।
৩. কার্ডের সামনের দিকে সুবিধা/লাভের বিষয়গুলো লিখতে হবে এবং কে সুবিধাপ্রাপ্ত হচ্ছে তা কার্ডের পেছন দিকে লিখতে হবে।
৪. অংশগ্রহণকারীদের প্রতি জোড়ার দল তাদের কার্ডগুলো রাখবে, এবং ব্যাখ্যা করবে তারা কি লিখেছে। একটি দলের মধ্যে একই ধরনের কার্ড রাখতে হবে। একই দলের সকল কার্ড একত্রিত করে লাভ বা সুবিধা সম্পর্কে একটি বক্তব্য দিতে হবে এবং সুবিধাপ্রাপ্তের নাম সম্বল হলে লিখতে হবে। এর মাধ্যমে আলোচনার বিষয়বস্তু কমে আসবে।
৫. যখন কোন দল বুঝতে পারবে না যে একটি উৎপাদন চক্র থেকে কে লাভবান হতে যাচ্ছে, তখন কার্ডটিতে (*) চিহ্ন দিয়ে নোট রাখবে। লাভের ক্ষেত্রে একজন ব্যক্তি বা সংস্থার অগ্রহ তাৎক্ষণিকভাবে নাও দৃশ্যমান হতে পারে। এটা আলোচনা এবং সম্পর্ক গঠনের মাধ্যমে হয় যা মূল্য প্রস্তাবনা তৈরি করে এবং বিনিয়োগ সংগঠিত হয়। আপনি হয়তো আপনার উৎপাদন চক্রে কোন স্বত্তাকে বিনিয়োগ করতে দেখতে চান, তাকে নিয়েও চিন্তা করা সম্ভব, আপনার সফল উৎপাদন চক্রে কোন সুবিধা আছে কিনা যা সেই সত্তাকে আকৃষ্ট করতে পারে।
৬. প্রত্যেক ব্যক্তির কাছে কি ধরণের সম্পদ আছে যা তারা উৎপাদন চক্রকে ভালোভাবে পরিচালনার জন্য বা এটাকে সফল করার জন্য বিনিয়োগ করতে পারতেন, সকল অংশগ্রহণকারী মিলে সে বিষয়টি নিয়ে চিন্তা করুন। তারা কি বিনিয়োগ করতে পারতেন? আর্থিক বিনিয়োগের বাইরেও অনেক ধরনের বিনিয়োগ আছে, সৃষ্টিশীল চিন্তা, নতুন কিছু তৈরি করার ইচ্ছা, ভিন্ন কিছু করার প্রতিজ্ঞা, কারিগরি সহায়তা, স্থান বা বস্তু ব্যবহারের প্রস্তাব, একটি চুক্তিকালীন সময় জুড়ে ক্রয় করার প্রতিশ্রুতি। যে সকল ব্যক্তিবর্গ কোন উদ্যোগ থেকে লাভবান হয়, তারা অতি অবশ্যই একটি উৎপাদন চক্রে বিনিয়োগ করতো যদি তারা নিশ্চিত হতে পারতো যে সেই চক্রে তাদের বিনিয়োগ তাদের জন্য কাঙ্ক্ষিত লাভ নিয়ে আসবে।
৭. একটি উৎপাদন চক্রকে সফল করতে সম্ভাব্য বিনিয়োগ হতে পারে তা একটি কার্ডে লিখুন। এটা সুবিধা এবং সুবিধাপ্রাপ্ত ব্যক্তির কার্ডের কাছে রাখুন।
৮. সকল বিষয় সুস্পষ্ট করতে এবং সিদ্ধান্তে পৌঁছাতে দলবদ্ধভাবে আলোচনা করুন। সুবিধা এবং বিনিয়োগ মেট্রিক্সের আলোচনাগুলো পর্যালোচনা করুন। যে আলোচনাগুলো করা হয়েছে তা শুনুন এবং যে বিষয়গুলো সম্পর্কে আরও ব্যাখ্যা বা অনুসন্ধান প্রয়োজন সেগুলো সম্পর্কে নোট নিন। সুস্পষ্ট ধারণার জন্য প্রশ্ন করুন।

পুনর্যালোচনা করুন:

১. মেট্রিক্সে এমন কিছু কি আছে যা আপনাকে বিস্মিত করেছে?
২. উৎপাদন চক্রের বিনিয়োগ নিশ্চিত করতে উৎপাদক দলের কি ধরনের আলোচনার প্রয়োজন? যে ব্যক্তি, দল বা প্রতিষ্ঠানের সাথে আপনি কথা বলতে চান এবং উৎপাদকের দলের পক্ষ থেকে কে কথা বলবে তা সুনির্দিষ্ট করুন (তৃতীয় উপাদানে চাহিদা এবং অন্যান্য অংশীদারের সাথে সাক্ষাৎকার গ্রহণের দক্ষতা দেখুন)
৩. কোথায় কোথায় আপনার আরও তথ্য প্রয়োজন? কার কাছে থেকে আপনার আরও তথ্য নেওয়া প্রয়োজন?

উদাহরণ; সুবিধা এবং বিনিয়োগ মেট্রিক্স বা ছক

| সুবিধা | এই উদ্যোগ থেকে কে লাভবান হতে পারে | সম্ভাব্য বিনিয়োগ | পরবর্তী ধাপ |
|--------|-----------------------------------|-------------------|-------------|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

টেকসই সম্পদ গঠন যা টিকে থাকে, এই উপাদানের উপসংহারে আপনি এই সকল প্রশ্নের উত্তর দিতে পারবেন:

১. সম্পদের মজুদ কেমন যেটাকে আমরা আমাদের উৎপাদন চক্রের শক্তি বৃদ্ধিতে ব্যবহার করতে পারি? আমরা এটাকে কিভাবে ব্যবহার করতে পারি?
২. সম্পদের সবচেয়ে দুর্বল মজুদ কোনটি যেটাকে আমাদের উৎপাদন চক্র গঠন করে দিতে পারে? আমরা কিভাবে এটা করতে পারি?
৩. আমাদের উৎপাদন চক্র থেকে কোন কোন ব্যক্তি, দল, ব্যবসা এবং প্রতিষ্ঠান লাভবান হচ্ছে? সম্পদের বহুমুখি ধরন তৈরি করতে কিভাবে আমাদের উৎপাদন চক্র সম্পদের সবচেয়ে ভালো ব্যবহার করতে পারি সেক্ষেত্রে তারা কিভাবে আমাদের সহায়তা করছে?

সপ্তম উপাদান: যৌথ কর্মপরিকল্পনা

যৌথ কর্মপরিকল্পনার তিনটি উপ-উপাদান আছে:

১. কর্ম পরিকল্পনা
২. উৎপাদন চক্রের জন্য ব্যবসায়িক পরিকল্পনা-ব্যবসা ক্যানভাস
৩. প্রতিফলন এবং শিখনের জন্য পরিকল্পনা

১. কর্ম পরিকল্পনা করা

বাজারে প্রবেশগম্যতা একটি কাজের মাধ্যমে শিখন অভিজ্ঞতা; একটি উৎপাদন চক্র যে সুযোগ এবং চ্যালেঞ্জের মুখোমুখি হয় তা বোঝার একমাত্র উপায় হচ্ছে এটাকে চর্চার মধ্যে নিয়ে আসা। এটাকে আমরা **ভাবনা/ধরাণার প্রমাণ (proof of concept)** বলি। পঞ্চম এবং ষষ্ঠ উপাদানে আপনারা যথেষ্ট চিন্তা-ভাবনা করতে শিখেছেন যে কারা একটি উৎপাদন চক্রের অংশগ্রহণকারী এবং অংশীদার হবে; উৎপাদন চক্র কি উৎপাদন করবে; কারা এর ক্রেতা হবে, এবং কোন বিষয়টি এটাকে লাভজনক হিসাবে তৈরি করবে। উৎপাদক দল এর সদস্যদের খাদ্য নিরাপত্তা, আয় বৃদ্ধিমূলক কর্মকাণ্ড ইত্যাদি চাহিদা পূরণ এবং একই সময়ে বাজারের আদর্শমান পূরণ, সত্যিকারের উৎপাদন, প্যাকেটজাতকরণ এবং সীমিত আকারের বিক্রয় কর্মকাণ্ড করার ক্ষেত্রে উৎপাদক দল সত্যিই একসাথে কাজ করতে পারে কিনা তা পরীক্ষা-নিরীক্ষা করার এটাই সময়।

কর্ম পরিকল্পনা বাজারে প্রবেশগম্যতা সংগঠিত করার জন্য একটি কৌশল। বাজারের সকল শর্ত নিশ্চিত করতে এবং এই শর্তগুলো সম্পর্কে বোঝাপড়া তৈরি করতে এটা সকল ধাপের জন্য প্রয়োজনীয় একটি ম্যাপ প্রদান করে। উদাহরণস্বরূপ, শুধু এটা জানাটাই পর্যাপ্ত না যে ক্রেতা আপনার কাছ থেকে নীল রঙের স্কার্ফ কিনতে চায়, বরং আপনাকে জানতে হবে যে এর সাইজ কত হবে, এর জন্য গ্রহণযোগ্য উপকরণ কি হবে, এর নকশা কেমন হবে, কিভাবে মোড়কজাত করতে হবে যাতে ক্রেতা তার গ্রাহকদের কাছে সেটা ভালোভাবে বিক্রয় করতে পারে। আপনাকে আরও জানতে হবে যে এর চাহিদা কখন কম বা বেশি থাকে, যাতে আপনি যে কোন সময় ক্রেতাকে উৎপাদিত পণ্য সরবরাহের জন্য প্রস্তুত থাকতে পারেন। আপনাকে এটা নিয়ে কিছু পরীক্ষা-নিরীক্ষা করতে হবে যে ধোয়ার সময় এর রঙ উঠে যাবে কিনা। প্রয়োজ্য ক্ষেত্রে আপনাকে সমবায়ের সকল সদস্যর মধ্যে সম্পূর্ণ উৎপাদন ব্যবস্থা এবং প্রক্রিয়াকে সংগঠিত করার প্রয়োজন হতে পারে। আপনাকে স্কার্ফ তৈরির কাঁচামালের যোগান বা প্রয়োজনীয় যন্ত্রপাতি সরবরাহের জন্য একটি ব্যবস্থা রাখতে হবে। আপনাকে বের করতে হবে যে, একটি স্কার্ফ তৈরি করতে কত সময় লাগে এবং উৎপাদন প্রক্রিয়াকে কতটা কার্যকর ও কর্মদক্ষ করে তোলা যায় সে বিষয়টি বিবেচনা করতে হবে। ক্রেতাদের সাথে যোগাযোগের জন্য আপনাকে একটি সেটআপ তৈরি করতে হবে যাতে সে আপনাকে তার চাহিদার নির্দেশ দিতে পারে এবং আপনি তাকে জানাতে পারেন কখন আপনি সেটা সরবরাহ করতে যাচ্ছেন। আপনাকে পন্যের এবং বুঁকির বিষয় নিয়ে ক্রেতার সাথে দরকষাকষি করতে হবে। কর্মপরিকল্পনা হচ্ছে কিছু ধাপের মাধ্যমে চিন্তা করার প্রক্রিয়া, যে ধাপগুলো অবশ্যই উৎপাদন চক্রকে সক্রিয়তার দিকে নিয়ে যাবে এবং যে অভিজ্ঞতার মধ্যে দিয়ে যাবে তা থেকে শিক্ষা নিতে হবে।

এর জন্য আমরা যে কৌশলের সুপারিশ করি তা হচ্ছে **পরিবর্তনের নদী: কর্মপরিকল্পনা**।

কৌশলের নাম: পরিবর্তনের নদী: কর্মপরিকল্পনা (River of Change: Action Plan)

কৌশলের উদ্দেশ্য: এই কৌশল উৎপাদক দলকে শেখায় তারা এখন কোথায় আছে এবং তারা কোথায় যেতে চায়, সেজন্য যে ধাপ এবং তথ্য প্রয়োজন হয় সে বিষয়গুলো সম্পর্কে বিবেচনা করতে শেখায়। আপনি উৎপাদন চক্রের গ্যাপ পূরণের জন্য আপনার সমগ্র ধারণা প্রমাণের পরিকল্পনা বা নির্দিষ্ট কিছু কাজের জন্য পরিকল্পনা করার জন্য এই কৌশল ব্যবহার করতে পারেন। আবার আপনি পণ্য উৎপাদনে যে বিশিষ্টতা মানা হচ্ছে এবং চাহিদা অনুযায়ী পণ্যের যে বৈশিষ্ট্য প্রয়োজন সে বিষয়গুলো আপনি এই কৌশলের মাধ্যমে চিন্তা করতে পারেন। যখনই আপনি এই কৌশল প্রয়োগ করবেন, এর প্রক্রিয়া হবে মিথস্ক্রিয়া। এর মানে আপনি পরিবর্তনের নদী আকছেন, আপনি এটা বাস্তবায়ন করছেন, আপনি কাজ করার মাধ্যমে শিখছেন, তারপর আপনি ফিরে যাচ্ছেন এবং নতুন তথ্য এবং নতুন শিক্ষাকে কাজে লাগিয়ে পুনরায় এই প্রক্রিয়া করছেন।

সম্ভাব্য সময়কাল: ২.৫ - ৩ ঘন্টা

অংশগ্রহণকারীর সংখ্যা: ৬-১০ জন অংশগ্রহণকারী, কারিগরি উপদেষ্টা এবং উৎপাদন দলের বাইরে থেকে আসা অন্যান্য ব্যক্তি যাদের এই বিষয়ে জ্ঞান আছে।

প্রয়োজনীয় উপকরণ:

মার্কার, বড় প্রশস্ত কাগজ, টেপ, কার্ড

নির্দেশনা:

১. এই কার্যক্রমের উদ্দেশ্য সম্পর্কে বলুন। এই কৌশল ব্যবহার করে আপনি আসলে কি অংকন করতে চান তা নির্ধারণ করুন। আপনি কিসের জন্য পরিকল্পনা করছেন? আপনার পরিকল্পনা যদি বেশি জটিল হয় এবং যার মধ্যে অনেক উপ-উপাদান থাকে, আপনাকে এক্ষেত্রে কয়েকটি পরিবর্তনের নদী: কর্ম পরিকল্পনা করতে হবে, প্রতিটি উপাদানের জন্য একটি পরিকল্পনা।
২. কাঙ্ক্ষিত চূড়ান্ত ফলাফল সম্পর্কে একটি সুস্পষ্ট বিবরণি লিখুন। উদাহরণ হিসাবে, “উৎপাদক দলের সকল সদস্য তাদের ফসলের জন্য জরুরী সময়ে পানি ব্যবহার করতে পারছে।” (উৎপাদন চক্রের সময়কালে চিহ্নিত একটি গ্যাপ পূরণ)।
৩. এটা যদি একটি নির্দিষ্ট পণ্যের জন্য হয়ে থাকে, নিশ্চিত হোন যে ডিমান্ড বা চাহিদা অংশীদারদের কাছ থেকে পণ্যের জন্য চাহিদা শর্ত সম্পর্কে আপনি যে শিখন লাভ করেছেন তা আপনার কাঙ্ক্ষিত চূড়ান্ত ফলাফলে পরিষ্কারভাবে প্রতিফলিত হবে। উদারণস্বরূপ, “উৎপাদক দল জেলা শহরের একটি পাইকারি দোকানে ছোট নীল আলু বিক্রয় করছে, মোট ১০০ কিলো/ প্রতি বস্তায় ১০ কিলো”। এটা কয়েকটি “পরিবর্তনের নদী: কর্ম পরিকল্পনায়” ভেঙ্গে নিতে হবে, এর মধ্যে একটি পরিকল্পনা হবে ছোট নীল আলুর উৎপাদন বৃদ্ধির জন্য। একটি হবে পণ্যের সমজাতীয়তার, বিক্রয়ের শর্ত পূরণ, প্যাকেটজাতকরণের শর্ত পূরণ করার জন্য পণ্য নির্বাচন এবং একটি হবে পরিবহনের জন্য এবং সবগুলো নদী পরিবর্তনের জন্য নিয়মিত যোগাযোগ নিশ্চিত করার বিষয়টি থাকবে।
৪. আপনি এখন কোন অবস্থায় আছেন সে সম্পর্কে একটি পরিষ্কার বিবরণি দিন। যেমন, “শুধুমাত্র উৎপাদন দলের কিছু সংখ্যক ব্যক্তির সেচকার্য সম্পন্ন জমির মাঠ আছে।”
৫. বর্তমান অবস্থা দেয়ালের বামপাশে রাখুন এবং ভবিষ্যত অবস্থা দেয়ালের ডানদিকে লাগান। অংশগ্রহণকারীদের নীচের প্রশ্নগুলো জিজ্ঞাসা করুন। এই প্রশ্নগুলো আপনাকে বার বার পুনরাবৃত্তি করতে হবে।
 - বর্তমান অবস্থা থেকে ভবিষ্যতের অবস্থা পর্যন্ত যেতে কি কি বিষয়গুলোকে নিয়ে প্রস্তুত হতে হবে? সেগুলো কার্ডে লিখুন (যেমন, মাঠের কাছে একটি পানির ট্যাংকি আছে যা একজন নারী কর্তৃক পরিচালিত হচ্ছে এবং একটি সেচ প্রকল্প সেই স্থানে আছে)
 - সেটা করার জন্য কোন কোন বিষয়কে প্রস্তুত করতে হবে? কার আচরণ পরিবর্তিত হবে সে বিষয়ে খুব পরিষ্কার হতে হবে। (উদারণস্বরূপ, “আমরা অন্যান্য উৎপাদক দলের সাথে সাক্ষাৎ করেছি দেখার জন্য যে তারা সেচ ব্যবস্থা স্থাপনের জন্য প্রশিক্ষণ চায় কিনা”; “কিভাবে সেচ পাইপ স্থাপন করতে হয় সে বিষয়ে সম্প্রসারণ সেবা উৎপাদক দলের তিনজন সদস্যকে প্রশিক্ষণ প্রদান করেছে”)
 - আর কি কি বিষয়কে প্রস্তুত করতে হবে? (যেমন, “পাইপ ক্রয়ের জন্য অর্থ,” সমবায় বা স্বনির্ভর দলের সভাপতি ঋণ পাওয়ার জন্য ক্ষুদ্র ঋণ প্রতিষ্ঠানের সাথে আলোচনা করেছে।”)
 - সেটা করার জন্য কোন কোন বিষয়কে প্রস্তুত করতে হবে? আর কি কি বিষয়কে সামনে নিয়ে আসতে হবে? (যেমন: “উৎপাদক দল কিভাবে অর্জিত আয় থেকে ঋণ পরিশোধ করবে তা দেখানোর জন্য দলের কোষাধ্যক্ষ একটি ব্যয় বিশ্লেষণ তৈরি করেছেন,” “কিভাবে ঋণ তহবিল সদস্যদের মধ্যে বন্টন করা হবে সে বিষয়ে সমবায় সিদ্ধান্ত নিয়েছে।”)
 - আপনার কি জানা প্রয়োজন?
 - বর্তমান থেকে ভবিষ্যত অবস্থা থেকে যে ধাপগুলো সংগঠিত হওয়া প্রয়োজন সে ধাপগুলো নিয়ে চিন্তা-ভাবনা চালিয়ে যেতে হবে।
৬. বর্তমানে আমি কি অবস্থায় আছি এবং এখান থেকে কোথায় যেতে চাই তার জন্য যা যা হওয়া প্রয়োজন সেই ধাপগুলো অনুসারে কার্ডগুলোকে সাজাতে হবে। যে বিষয়টি প্রথমে হওয়া প্রয়োজন সে বিষয়টি “বর্তমান অবস্থার” পাশে থাকবে এবং সফলতার সাথে বাস্তবায়িত ধাপগুলোর ফলাফল “ভবিষ্যত অবস্থার” পাশে থাকবে। এগুলোর ক্ষেত্রে টেপ ব্যবহার করুন। আপনি যখন আপনার চিন্তা-ভাবনা চালিয়ে যাবেন তখন আপনি কোথায় পৌঁছাতে চান সে অনুসারে আপনাকে এই কার্ডগুলোকে নাড়া-চাড়া করতে হবে। যদি আপনি লক্ষ্য করেন যে একটি কর্মকান্ডের অধীনে বেশ কিছু ধাপ রয়েছে, সেগুলোকে একসাথে করুন যাতে সেগুলো তাদের নিজেদের পথ তৈরি করে নিতে পারে।
৭. যখন আপনি ক্রমানুসারে কার্ডগুলো সাজাতে শুরু করবেন তখন আপনি দ্রুততার সাথে দেখতে পাবেন যে কিছু ধাপ সেখানে নেই, আপনার চিন্তা-ভাবনা চালিয়ে যান যতক্ষণ না আপনি প্রয়োজনীয় সকল ধাপগুলো সাজাতে না পারেন। (উদাহরণ দেখুন)
৮. সকল বিষয় সুস্পষ্ট করতে এবং সিদ্ধান্তে পৌঁছাতে দলবদ্ধভাবে আলোচনা করুন। যে আলোচনাগুলো করা হয়েছে তা শুনুন এবং যে বিষয়গুলো সম্পর্কে আরও ব্যাখ্যা বা অনুসন্ধান প্রয়োজন সেগুলো সম্পর্কে নোট নিন। সুস্পষ্ট ধারণার জন্য প্রশ্ন করুন।
৯. যখন কার্যাবলী/ধাপগুলো সম্পর্কে মতৈক্য হবে তখন অংশগ্রহণকারীরা কর্ম পরিকল্পনা তৈরি করবে, তার জন্য একটি সরল পরিকল্পনা মেট্রিক্স ব্যবহার করতে পারেন। পরবর্তী ৩-৬ মাসে যা যা করতে হবে তার সব কিছু সম্পর্কে পরিকল্পনা করুন।

| কর্মকান্ড | কে হতে পারে (কোন ব্যক্তি জনগোষ্ঠি, প্রতিষ্ঠান, সমর্থক ইত্যাদি) | কখন | যে সম্পদ প্রয়োজন | আপনার এ বিষয়ে আর কি জানার প্রয়োজন ? |
|-------------|--|-----|-------------------|---------------------------------------|
| কর্মকান্ড ১ | | | | |
| কর্মকান্ড ২ | | | | |
| কর্মকান্ড ৩ | | | | |

১০. প্রতিমাসে পরিকল্পনা মেট্রিক্স বা ছক পূর্ণপরীক্ষা করুন, দেখুন কি কি কাজ সম্পূর্ণ হয়েছে এবং কি কি বিষয় পরিবর্তন করতে হবে।

পুনর্যালোচনা করুন:

- আপনি আজকে যে অনুশীলন করলেন তাকে সুসামঞ্জস্যপূর্ণ করার জন্য অতিরিক্ত কোন “পরিবর্তনের নদী কর্ম পরিকল্পনার” প্রয়োজন আছে কি? যদি হ্যাঁ হয়, তাহলে সেটা কি বিষয়ে হবে?
- কর্মপরিকল্পনার অগ্রগতি নিরীক্ষণ করতে বা কি জ্ঞান অর্জিত হলো তার আলোকে কি ধরনের পরিবর্তন করা হবে এবং তা কিভাবে, কখন এবং কে করবে, তা এই কর্ম পরিকল্পনা কে পুনর্পরীক্ষা করবে?
- কোথায় কোথায় আপনার আরও তথ্য প্রয়োজন? কার কাছে থেকে আপনার আরও তথ্য নেওয়া প্রয়োজন।

২. উৎপাদন চক্রের জন্য ব্যবসা পরিকল্পনা

যদি অর্থনৈতিকভাবে প্রান্তিক জনগোষ্ঠী বা প্রান্তিক এলাকা দীর্ঘ সময় জুড়ে একটি উৎপাদন চক্র থেকে লাভবান হতে চায়, উৎপাদকের প্রকল্প অবশ্যই লাভজনক হতে হবে এবং উৎপাদন চক্রের উৎপাদক এবং অন্যান্যের মধ্যে যেসকল প্রাতিষ্ঠানিক বা অপ্রাতিষ্ঠানিক চুক্তি হবে তা অবশ্যই ন্যায্য এবং বৈষম্যহীন হতে হবে। যদি উৎপাদন চক্রের অন্য কেউ লাভবান হয় কিন্তু উৎপাদক লাভবান না হয় তাহলে উৎপাদন চক্র তার উদ্দেশ্য পূরণ করতে পারবে না। সপ্তম উপাদান যে কৌশলগুলি প্রদান করে তা সম্পূর্ণ উৎপাদন চক্রের প্রেক্ষাপটে উৎপাদক দলকে খুব নিবিড়ভাবে একটি ব্যবসায় হিসাবে দেখে থাকে। ব্যবসায় মডেল ক্যানভাস ব্যবসায়কে সংজ্ঞায়িত করার কাজে ব্যবহৃত হয়। পঞ্চম উপাদানে আলোচিত আয় এবং ব্যয় বিশ্লেষণের সাথে, পঞ্চম উপাদানে আলোচিত ঝুঁকি বিশ্লেষণ এর সাথে এবং তৃতীয় উপাদানের চাহিদার মূল্যায়নের অংশ হিসাবে আলোচিত প্রতিযোগিতার বিশ্লেষণের সাথে এটাকে সমন্বিত করা হয়েছে যা ধরণার প্রমাণের জন্য কর্মপরিকল্পনার জন্য একটি শক্ত ভিত্তি প্রদান করে।

ব্যবসায় মডেল ক্যানভাস একটি উৎপাদন চক্রের দুইটা অর্ধকে একসাথে নিয়ে আসে; প্রথমটি এলাকায় একটি অর্ধ যা পণ্য তৈরি করে (উৎপাদক) এবং অন্য অর্ধ যা এটাকে ক্রয় করে (ক্রেতা)। এটা উৎপাদক দলকে ব্যবসায়ের মূল উপাদান যা ক্রেতার দিক থেকে শুরু হয় তা চিহ্নিত করতে সহায়তা করে। উৎপাদক দল ঠিক করে কে ক্রেতা হবে, ব্যবসায়ের মূল্য প্রস্তাবনা (এটা এর ক্রেতাকে কি সরবরাহ করবে), কিভাবে এটাকে ক্রেতার কাছে সরবরাহ করা যায়, কিভাবে এটা তার ক্রেতাদের সাথে যোগাযোগ করবে, এবং আয় যা এর ক্রেতার কাছ থেকে আসবে। তারপর উৎপাদক দল তাদের নিজস্ব খরচ কাঠামো, মূল সম্পদ, মূল কর্মকাণ্ড এবং মূল অংশীদার ঠিক করে। ব্যবসায় ক্যানভাস বা ব্যবসায় মডেলের একটি পরিষ্কার চিত্র তৈরি করে এবং এটাকে ক্রেতা, অংশীদার এবং বিনিয়োগকারীদের সাথে যোগাযোগের কাজে ব্যবহার করা যায়। ক্রেতার উৎপাদকদের সাথে ব্যবসায় মডেল ক্যানভাস সম্পূর্ণ করার ক্ষেত্রে একসাথে কাজ করতে পারে বা তাদের নিজস্ব ব্যবসা সম্পর্কে অধিক বোঝাপড়ার ক্ষেত্রে এই মডেল নিয়ে কাজ করতে পারে।

৩. প্রতিফলন এবং শিখন পরিকল্পনা- পরিবর্তনের তিন মাত্রার জন্য পারফরমেন্স নির্দেশক

শিখন তখনই ঘটে যখন প্রথমে কোন কাজ করা হয়, তারপর এর প্রতিফলন ঘটে। একটি উৎপাদন চক্রে প্রচুর কর্মকাণ্ড আছে যা প্রতিষ্ঠিত করা এবং পরীক্ষা করা প্রয়োজন এবং নতুন নতুন অনেক তথ্য সামনে চলে আসছে। সেজন্য একটি কর্মকাণ্ডের সময়কালের পরে নিয়মিতভাবে প্রতিফলনের একটি সময়সূচি প্রতিষ্ঠিত করা প্রয়োজন। ব্যবসায় মডেল ক্যানভাস, প্রবলেম ট্রি এবং সমাধান ট্রি এর মধ্যে সমন্বয়, যেগুলো পূর্ববর্তী উপাদানগুলোতে সমাপ্ত করা হয়েছে, উৎপাদক দলের শুরু এবং কাজিত ভবিষ্যত সম্পর্কে বোঝাপড়ার একটি শক্ত ভিত্তি তৈরি করে দিয়েছে।

পরিবর্তনের তিন মাত্রার জন্য পারফরমেন্স নির্দেশক কৌশলটি কিছু ইতিবাচক পরিবর্তনকে পরামর্শ প্রদান করে যা উৎপাদন চক্রের অর্জন হিসাবে ঘটতে পারে। আমরা আপনাদের অন্যান্য কাজিত পরিবর্তন সম্পর্কে চিন্তা করার জন্য উৎসাহিত করবো, বিশেষ করে সম্পদের অন্যান্য ধরনের সাথে সম্পর্কিত পরিবর্তনগুলো। প্রতিষ্ঠিত প্রতিফলনের সময়সূচি ইতিবাচক পরিবর্তন হয়েছে কিনা তা নির্ধারণ করতে সহায়তা করে, আর না হয়ে থাকলে কেন হয় নি তা বের করে। প্রতিফলনের মাধ্যমে কর্মকাণ্ডের ফলাফল উন্নয়নে নতুন কোন কর্মকাণ্ডকে যুক্ত করা, চলমান কোন কাজ বন্ধ করে দেয়া অথবা যেভাবে কর্মকাণ্ড সংগঠিত হচ্ছে তার উপায় পরিবর্তন করে চলমান কর্মকাণ্ডগুলিকে পরিশীলিত করা। প্রবলেম ট্রি বা সমস্যা বৃক্ষ এবং সলিউশন ট্রি বা সমাধান বৃক্ষ এর পর্যালোচনায় প্রতিফলনের ফলাফল রেকর্ড করা উচিত যা পরবর্তী প্রতিফলন সময়ে পূর্ণ-পরিদর্শন হয়। শুধুমাত্র উৎপাদক দলের সদস্যদের মধ্যে প্রতিফলন সীমাবদ্ধ হওয়া উচিত নয়; উৎপাদন চক্রের অন্যান্য অংশীগ্রহণকারী বা সমর্থকদেরও মূল্যবান কিছু অবদান রাখার মতো বিষয় থাকতে পারে।

যৌথ কর্মপরিকল্পনা'র উপসংহারে এসে আপনি নিচের প্রশ্নগুলোর উত্তর দিতে সমর্থ হবেন:

- উৎপাদক দলের ব্যবসায় মডেল কি? সার্বিক উৎপাদন চক্রে কিভাবে উৎপাদক দলের ব্যবসা খাপ খায়?
- সত্যিকার ক্রেতাদের সাথে মিথস্ক্রিয়ার মাধ্যমে উৎপাদন চক্রের পরীক্ষামূলক যাত্রার (পাইলটিং) জন্য কর্মপরিকল্পনা কি হবে?
- উৎপাদক দলের চলতি প্রতিফলন এবং শিখন পরিকল্পনা কি? কিভাবে উৎপাদন চক্রের অন্যান্য অংশীগ্রহণকারীরা এবং সমর্থকরা প্রতিফলন এবং শিখন কার্যক্রমে সম্পৃক্ত হতে পারে?

বাজারে প্রবেশাধিকার সহায়িকা

পারিভাষিক শব্দকোষ

ব্যাপারি/ফড়িয়া (Aggregator)

ক্রেতা বা বড় ব্যবসায়ি যারা ক্ষুদ্র ক্ষুদ্র উৎপাদকদের নিকট থেকে পণ্য সংগ্রহের যে খরচ তা থেকে বাঁচতে চায় আবার অনেক বেশি পরিমাণ উৎপন্ন পণ্য কিনতে চায়। তাদের চাহিদার পূরণ করার জন্য কিছু ব্যক্তি বা ব্যবসা যাদের ব্যাপারি বা ফড়িয়া বলা হয়, তারা বিভিন্ন উৎপাদকের কাছ থেকে উৎপন্ন কাঁচামাল সংগ্রহ করে। কোন কোন ব্যাপারি সরাসরি পণ্য সংগ্রহ ও মজুত করে এবং কোন কোন ব্যাপারিরা ক্রেতাদের কাছে শুধুমাত্র তথ্য সরবরাহ করে যে কোথায় গেলে এই পণ্য বা সেবা পাওয়া যাবে। ('দালাল' দেখুন)

অনুমান (Assumption)

একটি অপরিষ্কৃত বিশ্বাস যা আমাদের চিন্তা এবং আচরণের ভিত্তিতে তৈরী হয়।

গেরো বা প্রতিবন্ধকতা (Bottlenecks)

এমন কিছু যা অদক্ষতা তৈরি করে বা একটি উৎপাদন চক্রের সম্পদের সৃষ্টি ব্যবহারের পথে বাধা হয়ে দাঁড়ায় এবং যা সমবায় (কালেকটিভ) বা উৎপাদক দল কর্তৃক নির্ধারিত উৎপাদন চক্রের অভিলক্ষ্যে কোন ধরনের অবদান রাখে না, যেমন, নীতিমালা, প্রযুক্তি, লিজিয় অসমতা ইত্যাদি।

দালাল (Broker)

ব্যক্তি বা ব্যবসা যারা কোন পণ্য বা সেবার মালিকানা না নিয়েই ঐ পণ্য বা সেবার ক্রয় বা বিক্রয় সম্পর্কিত কার্যাদি সম্পন্ন করে থাকে।

নির্মিত মূলধন (Built capital)

কমিউনিটির কল্যাণের জন্য সম্পূর্ণ রূপে সক্রিয় নির্মিত অবকাঠামো প্রয়োজন (যেমন, দালাল-কোঠা, পয়ো-প্রণালী শোধন প্ল্যান্ট, উৎপাদন ও প্রক্রিয়াজাতকরণ প্ল্যান্ট, শক্তি, পরিবহন, তথ্য ও যোগাযোগের অবকাঠামো, প্রযুক্তি ইত্যাদি)। নির্মিত মূলধনে বিনিয়োগ হচ্ছে নির্মাণ, সংস্কার এবং তা রক্ষণাবেক্ষণ করা। যে কোন ধরনের পুঁজির মতোই ব্যবহারের সাথে সাথে নির্মিত মূলধনের অবমূল্যায়ন ঘটে এবং এর মূল্যমানকে ঠিক রাখতে এতে বিনিয়োগ জারি রাখতে হয়।

ক্রেতা (Buyers)

ব্যক্তি, প্রতিষ্ঠান বা ব্যবসা যারা অন্যের কাছে পূরণীয় বিক্রয় করার জন্য সেবা বা পণ্য ক্রয় করে। (“ভোক্তা”, “চূড়ান্ত পর্যায়ের ভোক্তা” এবং “পাইকারি ক্রেতা” দেখুন)

সমবায় (Collectives)

কমিউনিটি দল বা জনগণের সংস্থা যারা নিজেদের জ্ঞান বিনিময় করতে এবং কোন সুনির্দিষ্ট ইস্যুতে নীতি প্রণেতাদের সাথে লবিং করার জন্য ঐক্যবদ্ধ হয়। একটি সমবয়ে প্রতিটি সদস্যের সমান সিদ্ধান্ত গ্রহণের ক্ষমতা থাকে, এবং তারা যা অর্জন করে তা তাদের সদস্যদের সমষ্টিগত প্রাপ্তি। বিশাল সংখ্যক নারীদের সমবায় (উইমেন কালেকটিভ) হচ্ছে স্বনির্ভর দল যা সঞ্চয় কার্যক্রমের সাথে সম্পৃক্ত, যাকে বর্তমানে ক্ষুদ্র ঋণ হিসাবে অভিহিত করা হয়। প্রথমদিকে, নারীদের সমবায়ের একটি বড় অংশ এই ধরনের ছিল। কিন্তু, বর্তমানের প্রচেষ্টা হচ্ছে নারীদের সমবায়গুলোতে (উইমেন কালেকটিভ) সামাজিক ও রাজনৈতিক উপাদান সম্পর্কে পরিচিত করানো।

ভোক্তা নিয়ন্ত্রণ (Consumers Control) সেই সকল ব্যক্তি যারা একটি সেবা পণ্যের চূড়ান্ত ভোক্তা, উদাহরণস্বরূপ, একজন ব্যক্তি যে টমেটো খায় বা একজন ব্যক্তি যে চুল কাটায়।

নিয়ন্ত্রণ (Control)

সম্পদ কিভাবে ব্যবহৃত হবে তা নির্ধারণ করার স্বামর্থ, বিশেষ করে বিনিয়োগ করা এবং সম্পদের রক্ষণাবেক্ষণ করা।

সমবায় (Cooperatives)

কৃষিসহ বিভিন্ন খাতের সাথে সম্পৃক্ত জনগোষ্ঠি, যারা তাদের আয় বৃদ্ধি এবং তাদের জীবন-জীবিকার উন্নয়নে একটি সংস্থার অধীনে একীভূত হয়। বিভিন্ন দেশে সমবায়গুলির জন্য বিভিন্ন ধরনের আইন কাঠামো রয়েছে।

সাংস্কৃতিক মূলধন (Cultural Capital)

একটি অঞ্চলের জনগোষ্ঠির বিশ্ব দর্শন (ওয়ার্ল্ড ভিউ), বিদ্যমান ঐতিহ্য, প্রথা, কর্মপ্রণালী। সাংস্কৃতিক পুঁজিতে বিনিয়োগ হচ্ছে ঐতিহ্য সংরক্ষণে

সহায়তা করা একই সাথে কোন বিশ্বাসকে এমনভাবে পরিবর্তন এবং বিন্যাস্ত করা যে তা জনগোষ্ঠিকে তার মূল্যবোধ (শেয়ার্ড ভ্যালু) ও ইতিহাসকে সমৃদ্ধ করতে সহায়তা করে।

চাহিদা (Demand)

ক্রেতার সেবা বা পণ্য ক্রয়ের ইচ্ছা। চাহিদা তখনই “কার্যকরী” হবে যখন ক্রেতার পণ্য ক্রয়ের ইচ্ছা এবং পণ্য ক্রয়ের সামর্থ্য উভয়ই থাকবে; আর “অকার্যকরী” হবে যখন ইচ্ছা থাকবে কিন্তু সামর্থ্য থাকবে না। চাহিদা “বিদ্যমান চাহিদা” হিসাবে থাকবে যখন সহজলভ্য কোন সেবা বা পণ্যের ক্ষেত্রে এটা প্রয়োগ করা হবে এবং যখন কোন পণ্য বা সেবার নতুনত্বের ভিত্তিতে ঐ পণ্য বা সেবা ক্রয়ের ইচ্ছা এবং সামর্থ্য তৈরি হবে তখন এটাকে “নতুন চাহিদা” হিসাবে গণ্য করা হবে।

চাহিদা অংশীদার (Demand partners)

একটি উৎপাদন চক্রের ক্রেতার অংশগ্রহণ ক্ষেত্রে তাদের নিজ স্বার্থের বিষয়টি চিহ্নিত করে। (“নিজ স্বার্থ” “সেফ ইন্টারেস্ট”)

ডিমান্ড-ড্রাইভেন (Demand-driven)

ক্রেতা কর্তৃক চিহ্নিত বিশেষত্বতা এবং সম্ভাবনা ও সুযোগ অনুসারে একটি উৎপাদন চক্রের পরিকল্পনা তৈরি করা যা ভোক্তার কাছে বিক্রয় করা হয়। (সাপ্লাই ড্রাইভেন দেখুন)

চূড়ান্ত ভোক্তা (End consumers)

সেই ব্যক্তি যে একটি পণ্য বা সেবার সর্বশেষ ব্যবহারকারী।

অপব্যবহার (Exploitation)

সম্পদ বা মূলধনের একটি কাঠামোকে তৈরি করতে আরেকটি কাঠামোকে ধ্বংস করা; কখনও কখনও কিছু ক্ষমতাস্বত্বের অসম মুনাফার কারণে।

রপ্তানী বাজার (Export markets)

একটি রাষ্ট্রের সীমানা ছাড়িয়ে কোন সেবা বা পণ্যের স্থানান্তর বা লেনদেন।

আর্থিক মূলধন (Financial capital)

একটি অঞ্চলে বিনিয়োগ করার জন্য ঐ অঞ্চলে বিদ্যমান আর্থিক সম্পদের বিদ্যমান মজুদ। বিনিয়োগ ও ব্যক্তিগত সঞ্চয়সহ আর্থিক মূলধন, মুনাফা নিয়ে আসে যা আবারও বিনিয়োগ করা যায় বা ভোগ বা ব্যবহার করা যায়। আর্থিক মূলধনের তত্ত্বাবধান বলতে বোঝায় বর্ধিত আয় তৈরিতে নির্ভরযোগ্য বিনিয়োগ, একই সাথে অপ্রয়োজনীয় ব্যয় বা অপব্যয় কমিয়ে আনা। সম্পদ তৈরিতে আমরা এমনভাবে সবাত্মক আর্থিক মূলধন বিনিয়োগ করি যা অন্য যে সাত ধরনের মূলধন আছে সেগুলোরও উন্নয়ন ও বৃদ্ধি ঘটায়।

কার্যকলাপ (Function)

যে কোন ধরনের কার্যকলাপ যা অবশ্যই একটি উৎপাদন চক্র অস্তিত্ব করতে হবে কারণ বাজারের আদর্শ মান বজায় রেখে একটি পণ্য বা সেবা উৎপাদন করার প্রয়োজন।

গ্যাপ (Gaps)

একটি উৎপাদন চক্রের কোন একটি কার্যকলাপ যার জন্য উৎপাদক বাজারের আদর্শ মান অনুযায়ী উৎপাদনের ক্ষেত্রে যে জ্ঞান, দক্ষতা, অবকাঠামো, নীতিমালা বা তাদের জন্য প্রয়োজনীয় প্রাকৃতিক সম্পদের অভিজ্ঞতার তা প্রদানের ক্ষেত্রে অপারগ হয়।

ব্যক্তিক মূলধন (Individual Capital)

মানুষের সুস্বাস্থ্য, দক্ষতা এবং সামর্থ্য যা একজন ব্যক্তিকে উৎপাদনক্ষম করে তোলে। ব্যক্তিক মূলধনে বিনিয়োগ হচ্ছে দক্ষতার উন্নয়ন, শিক্ষা, প্রশিক্ষণ এবং স্বাস্থ্য উন্নয়ন ও স্বাস্থ্যবিধি মেনে চলা।

প্রাতিষ্ঠানিক বাজার (Institutional markets)

স্কুল, হাসপাতাল, সরকারি কর্মসূচি, জেলখানা ইত্যাদি প্রতিষ্ঠানের ক্রেতা।

বুদ্ধিবৃত্তিক মূলধন (Intellectual capital)

একটি অঞ্চলের প্রতিষ্ঠান, সংস্থা এবং খাতের সাথে সম্পর্কিত জ্ঞান, চিন্তাশীলতা, সৃষ্টিশীলতা এবং অগ্রণী চিন্তা-ভাবনার সমাহারকে বুঝায়। বুদ্ধিবৃত্তিক মূলধনে বিনিয়োগ বলতে বোঝায় গবেষণা ও উন্নয়ন এবং যে কার্যকলাপ সমূহ নতুন নতুন চিন্তাভাবনা তৈরি করে তাকে সেই কাজে সহায়তা করা,

সেই সাথে নতুন জ্ঞান ও এর ব্যবহারের বিস্তার ঘটানো। এটা অন্য কোন মানুষের সাথে বা কমিউনিটির সাথে বিনিময়ের মাধ্যমে আসতে পারে। বুদ্ধিবৃত্তিক মূলধন থেকে উৎপাদিত “আয়” হচ্ছে নতুন ভাবে কোন কিছু চিন্তা করা।

বিনিয়োগ (Investment)

উৎপাদন চক্রকে সহায়তা করার জন্য সম্পদের বরাদ্দ। বিনিয়োগ আর্থিকও হতে পারে আবার আর্থিক নাও হতে পারে, উদাহরণস্বরূপ, সময় ও বস্তু, বিশেষজ্ঞ জ্ঞান, নীতি বা চর্চা পরিবর্তনের ইচ্ছা (যেমন, উৎপাদন চক্রকে সহায়তা দেওয়ার জন্য অর্থ পরিশোধের শর্ত বা পণ্য সরবরাহের সময়সূচি) ইত্যাদি। “অভ্যন্তরীণ” বিনিয়োগ হচ্ছে, উৎপাদন চক্রে অংশগ্রহণকারী কর্তৃক বিনিয়োগ। এবং “বহিষ্কৃত” বিনিয়োগ হচ্ছে উৎপাদ চক্রের সমর্থক কর্তৃক বিনিয়োগ যারা উৎপাদক বা ক্রেতা না।

বিনিয়োগকারী (Investor)

কোন ব্যক্তি, প্রতিষ্ঠান, সংস্থা বা ব্যবসা যা উৎপাদন চক্রে বিনিয়োগ করেছে। “বিনিয়োগ” দেখুন

স্থানীয় বাজার (Local Market)

দল কর্তৃক নির্ধারিত একটি স্থানীয় এলাকার মধ্যে লেনদেনের মাধ্যমে একটি সেবা বা পণ্যের গতিশীলতাকে বোঝায়।

বাজারের আদর্শমান (Market standards)

ধারাবাহিকতা নিশ্চিত করা এবং পণ্যকে চিহ্নিত করতে এবং অন্য পণ্য থেকে পৃথক করতে পারার শর্তসমূহ। বাজার মানদণ্ড উৎপাদক, ক্রেতা, তৃতীয় পক্ষ এবং/বা সরকার কর্তৃক নির্ধারণ হতে পারে।

জাতীয় বাজার (National markets)

একটি জাতিরাত্তরের মধ্যে লেনদেনের মাধ্যমে কোন সেবা বা পণ্যের গতিশীলতা।

প্রাকৃতিক মূলধন (Natural Capital)

একটি অঞ্চলের উৎপাদনক্ষম (মূল্যহানি না ঘটিয়ে) পরিবেশগত সম্পদ (যেমন, বাতাস, পানি, ভূমি, খনিজ, উদ্ভিদ, প্রাণী, প্রতিবেশ ব্যবস্থা ইত্যাদি)। প্রাকৃতিক মূলধনে বিনিয়োগ হচ্ছে পূর্বাভাসে ফিরিয়ে আনা এবং তা রক্ষণাবেক্ষণ করা।

মালিকানা (Ownership)

ব্যক্তি, সমবায়, ব্যবসায়, সরকার, কর্মী বা অন্য কোন কর্তৃত্ব যার দখলেই থাকুক না কেন সেই দখলের আইনগত অধিকার থাকা।

রাজনৈতিক মূলধন (Political Capital)

সম্পদের বন্টনসহ লক্ষ্য অর্জনের জন্য সোচ্চার কণ্ঠ, ক্ষমতা এবং সিদ্ধান্তের উপর প্রভাব বিস্তারের প্রয়োজন হয়। রাজনৈতিক মূলধনে বিনিয়োগ বলতে বোঝায় সামাজিক মূলধন এবং তথ্যের অবাধ প্রবাহ, আইন প্রণেতাদের কাছে প্রবেশগম্যতা এবং উচ্চকণ্ঠ হওয়া ইত্যাদি।

প্রক্রিয়াজাতকারী (Processor)

কোন ব্যক্তি বা ব্যবসা যা একটি কাঁচামালে মূল্য সংযোজন করে এটাকে অন্য কোন প্রক্রিয়াজাতকারী বা চূড়ান্ত ভোক্তার ব্যবহারের জন্য প্রস্তুত করে।

উৎপাদক (Producers)

কোন ব্যক্তি বা সমবায় যা সেবা বা পণ্য বিক্রয়ের উদ্দেশ্যে তৈরি করে, উৎপন্ন বা সরবরাহ করে।

ধারণার প্রমাণ (Proof of Concept)

উৎপাদন চক্রের গঠনকালের পুরোটা সময়জুড়ে উৎপাদক ক্রেতার কাছে পণ্য বিক্রয় করে এবং কিভাবে একটি উৎপাদন চক্র পূর্ণ মাত্রায় উৎপাদন করতে পারে তা নির্ধারণ করতে বিনিয়োগকারীর যে সকল তথ্য প্রয়োজন তা সংগ্রহ করে।

আঞ্চলিক বাজার (Regional markets)

এমন একটি এলাকা যা একটি একক স্থানীয় এলাকার চেয়ে বড় কিন্তু সমগ্র জাতিরাত্তরের চেয়ে ছোট এমন এলাকার মধ্যে লেনদেনের মাধ্যমে কোন পণ্য বা সেবার গতিশীলতা বোঝায়।

সম্পর্ক গঠন (Relationship building)

ক্রেতা এবং উৎপাদকের মুখমুখি মিথস্ক্রিয়ার মাধ্যমে কোন পণ্য বা সেবার মূল্য নির্ধারণ সম্পর্কে বোঝাপড়া তৈরি করার চর্চা।

সম্পদ (Resources)

সম্পদের যে আটটি ধরন রয়েছে তার যে কোন একটিকে বোঝায়। (“বুদ্ধি বৃত্তিক মূলধন, ব্যক্তিক মূলধন, সামাজিক মূলধন, প্রাকৃতিক মূলধন, বিল্ট মূলধন, সাংস্কৃতিক মূলধন, রাজনৈতিক মূলধন” দেখুন)

খুচরা বিক্রেতা (Retailers)

ব্যক্তি বা ব্যবসা যা চূড়ান্ত ভোক্তার কাছে কিছু বিক্রয় করে। মজুতদার এক ধরনের খুচরা বিক্রেতা। খুচরা বিক্রেতারা ইন্টারনেটেও এবিষয়টি চালনা করতে পারে। “চূড়ান্ত ভোক্তা” বা “ভোক্তা” দেখুন।

স্কেল (Scale)

ব্যক্তি, ব্যবসা বা প্রতিষ্ঠান ইত্যাদির সংখ্যা যা উৎপাদন চক্র যে ব্যবস্থার মধ্য দিয়ে পরিচালিত হয় তার পরিবর্তনের মাধ্যমে প্রভাবিত হতে পারে।

ব্যক্তি স্বার্থ (Self-interest)

কারণ ব্যক্তিগত সুবিধা অর্জন বা এভাবে বলা যায় যে “এখানে আমার জন্য কি আছে?”

যৌথ স্বার্থ (Shared interest)

একাধিক ব্যক্তি, ব্যবসা, সংস্থা বা প্রতিষ্ঠান একসাথে কাজ করতে গিয়ে যে সুবিধা বা অর্জনের বিষয়টি সামনে আসে।

সামাজিক মূলধন (Social Capital)

একটি এলাকার জনসংখ্যার মধ্যকার বিদ্যমান পারস্পরিক বিশ্বাস, সম্পর্ক এবং সংযোগ যা কোন কর্মসম্পাদনের জন্য প্রয়োজন। সামাজিক মূলধনে বিনিয়োগ হচ্ছে নতুন নতুন আলোচনার দিকে নিয়ে যাওয়া, যৌথ অভিজ্ঞতা তৈরি এবং ব্যক্তি ও দলের মধ্যকার সংযোগ বৃদ্ধি করা এবং বিভিন্ন দলের মধ্যকার সম্পর্কে আরও শক্তিশালী করা। সামাজিক মূলধনের “আয়” হচ্ছে নতুন সম্পদ চিহ্নিত করা, রাজনৈতিক মূলধন, ব্যবস্থা পরিবর্তন করার জন্য সক্ষমতা বৃদ্ধি, এবং উৎপাদন চক্রকে আরও সম্প্রসারিত করা।

মজুদ (Stock)

একজন উৎপাদক এবং তাদের কমিউনিটির কাছে বিদ্যমান আট ধরনের মূলধনের যে কোন একটি পরিমাণ, যা একটি নির্দিষ্ট সময়ের মধ্যে উৎপাদনশীল থাকে (মূল্যহানি না ঘটালে)। মজুদ (ইনকাইন্ড) আয় প্রবাহ তৈরি করে (সব সময় আর্থিক আয় নয়) যা সরাসরি ভোগ করাও হতে পারে বা মজুদ কে বৃদ্ধি করতে বা এটাকে ঠিক রাখতে মজুদের মধ্যে পুন-বিনিয়োগ হতে পারে।

সাপ্লাই ড্রাইভেন (Supply driven)

চাহিদার বিষয়টি মাথায় না রেখে বরং কি উৎপাদিত হচ্ছে সে বিষয়টি মাথায় রেখে কোন সেবা বা পণ্যকে কিভাবে বিক্রয় করা হবে তার পরিকল্পনা। “ডিমান্ড ড্রাইভেন” দেখুন

সহায়ক অংশীদার (Support partners)

কোন ব্যক্তি, সংস্থা, ব্যবসা এবং/বা প্রতিষ্ঠান যা একটি উৎপাদন চক্রের ট্রানজেকশনাল অংশীদারদেরকে বিভিন্ন সেবা প্রদান করে থাকে এবং উৎপাদন চক্রটি যাতে কার্যকরীভাবে পরিচালিত হয় সে ব্যাপারে সহায়তা করে।

ব্যবস্থা (System)

ব্যক্তি, ব্যবসা, প্রতিষ্ঠান এবং চাহিদার প্রকৃতিসহ বাজারে অন্যান্য মিথস্ক্রিয়া কে নির্ধারণ করার আনুষ্ঠানিক বা অনানুষ্ঠানিক “আইন/বিধি”। এই কাজের লক্ষ্য হচ্ছে ব্যবস্থাকে এমনভাবে পরিবর্তন করা যা স্কেল বৃদ্ধি করে, এবং যার ফলে ফলাফল অর্জন করা সম্ভব হয়। “চাহিদা” এবং “স্কেল” দেখুন।

ট্রানসেকশনাল অংশীদার (Transactional partners)

ব্যক্তি, সংস্থা, ব্যবসা বা প্রতিষ্ঠান যা মূলত উৎপাদন চক্রের পণ্য বা সেবা তৈরি, উৎপন্ন বা সরকরাহ করে থাকে।

অমূল্যায়িত সেবামূলক কার্য (Unpaid care work)

অমূল্যায়িত সেবামূলক কাজ সেইসব কর্মক্রমকে বোঝায় যা গৃহস্থালীর তত্ত্বাবধানের সাথে সম্পর্কিত, কাজগুলো পরিবারের সদস্য কর্তৃক অবৈতনিকভাবে করা হয়, যেমন, রান্না করা, পরিষ্কার-পরিচ্ছন্নতার কাজ, পানি ও জ্বালানীর কাঠ সংগ্রহ, অসুস্থদের সেবা করা, বয়স্ক ও শিশুদের সেবা ইত্যাদি। কমিউনিটিতে স্বেচ্ছাসেবামূলকভাবে কোন কাজ করাকেও অবৈতনিক সেবা কার্য হিসাবে বলা হয়। দারিদ্রের মধ্যে বাস করা নারী ও কিশোরীদের কখনও কখনও এই ধরনের কাজগুলো করতে করতে তাদের যে মৌলিক অধিকার, যেমন শিক্ষা, স্বাস্থ্য, সম্মানজনক কাজ বা বিনোদন,

বিশ্রাম ইত্যাদি বিষয়গুলোকে বিসর্জন দিতে হয়। এটা লিঙ্গীয় অসমতাকে বজায় রাখে, লিঙ্গীয় অসমতা সম্পর্কিত প্রথা তৈরি করে, নারী ও নারী শিশুদের দারিদ্রের মধ্যে রাখতে বাধ্য করে।

উৎপাদন চক্র (Value chain)

ব্যক্তি এবং ব্যবসার মধ্যকার কিছু সম্পর্ক যাদের দক্ষতা এবং অবদান বাজারে ক্রেতা কর্তৃক একটি সেবা বা পণ্যের মূল্যায়িত হওয়ার জন্য প্রয়োজনীয়।

মূল্য প্রস্তাব (Value proposition)

কোন কিছুর বর্ণনা, যা ক্রেতা বা চূড়ান্ত ভোক্তাকে কোন নির্দিষ্ট সেবা বা পণ্য ক্রয় করতে উৎসাহিত করে।

সম্পদ (Wealth)

মূলধনের যে আটটি ধরন আছে তার যে কোন একটির মজুদ বা তাদের সংমিশ্রণ যা উৎপাদনক্ষম (যার মূল্যহানি করা হয় নাই) এবং যা উৎপাদকের মালিকানাধীন বা নিয়ন্ত্রণে থাকে। কোন মূলধনের যদি মূল্যহানি ঘটানো হয় বা এমনভাবে ব্যবহার করা হয় যে তা আট ধরনের মূলধনের যে কোন একটিকে দুর্বল করে দেয় সেই মূলধনকে “সম্পদ” হিসাবে গণ্য করা হয় না। বরং একে “পরিসম্পদ” হিসাবে দেখা হয়, একে “সম্পদ” হিসাবে তৈরি করার জন্য আরও বিনিয়োগের প্রয়োজন আছে বা একে নতুন রূপে বা নতুন উদ্দেশ্যে সাজানোর প্রয়োজন আছে। (“উৎপাদক, বুদ্ধি বৃত্তিক মূলধন, ব্যক্তিক মূলধন, সামাজিক মূলধন, প্রাকৃতিক মূলধন, নির্মিত মূলধন, সাংস্কৃতিক মূলধন, রাজনৈতিক মূলধন এবং মজুদ” দেখুন)।

পাইকারি ক্রেতা (Wholesale buyers)

ব্যক্তি, ব্যবসা বা প্রতিষ্ঠান যারা অন্যের কাছে পূর্ণরায় বিক্রয় করার উদ্দেশ্যে কোন পণ্য বা সেবা ক্রয় করে। কিছু পাইকারি ক্রেতা অন্য কোন পাইকারি ক্রেতার কাছে বিক্রয় করে আবার কিছু পাইকারি ক্রেতা চূড়ান্ত ভোক্তার কাছে বিক্রয় করে।

রেফারেন্সেস

References

-ActionAid - Reflection-Action Tools

There are several manual on Reflect, PVA, STAR, ELBAG, HRBA resources, etc., available at: <https://hive.actionaid.org/HRBA%20Programme%20Support%20Unit/SitePages/Participatory%20Manuals.aspx>. The majority of these manuals were produced by ActionAid and they contain lots of detail of participatory tools and processes used in the organisation. You will notice there is lots of repetition though and that was part of the reason behind bringing all methods and tools together under the **Reflection-Action** umbrella. Also take a look at this Prezi for a simple overview of the rationale and process behind the introduction of R-A: http://prezi.com/airj0cynof5g/?utm_campaign=share&utm_medium=copy

- Climate Resilient Sustainable Agriculture Handbook, ActionAid International, 2013, 42 p

- LINK methodology: a participatory guide to business models that link smallholders to markets. Version 2.0. 2014, Lundy, M, Amrein, A, Hurtado, JJ, Becx, G, Zamierowski, N, Rodriguez, F, Mosquera, EE, International Center for Tropical Agriculture, 179p.

http://dapa.ciat.cgiar.org/wp-content/uploads/big-files/2012/LINK_Methodology.pdf

- Formulating a Sustainable Economic Development Process for Rural America:

Final Report by Yellow Wood Associates, July 2015. (hyperlink below). This summarizes the work in the U.S. that is now Wealth Works.

http://www.yellowwood.org/assets/resource_library/resource_docs/formulating-a-sustainable-economic-development-process-for-rural-america.pdf

- Producer-led value chain analysis: The missing link in value chain development by Yogesh Ghore, March 2015

<http://www.coady.stfx.ca/tinroom/assets/file/IP1-PLVCA.pdf>

- Private Sector Engagement Toolkit, Red Mantra, March 2014 (hyperlink below)

<http://www.yellowwood.org/private-sector-engagement-toolkit.html>

5 Capitals: A Tool for Assessing the Poverty Impacts of Value Chain Development. Technical Series 55, Rural Enterprise Development Collection 7, CATIE, Turrialba, Costa Rica.

http://worldagroforestry.org/sites/default/files/5Capitals%20-%20English%20version%20-%20final_0.pdf

- 5 Capitals Case Study companion

<http://worldagroforestry.org/sites/default/files/5Capitals%20case%20study%20companion%202013.pdf>

সংযুক্তি ০১-মূলধন: বিস্তৃত সংজ্ঞা

বুদ্ধিবৃত্তিক (Intellectual)

জ্ঞান, চিন্তাশীলতা, সৃষ্টিশীলতা এবং অগ্রণী চিন্তা-ভাবনা যা কোন সমস্যা সমাধানে কাজে লাগে এবং কোন কিছু করার নতুন পদ্ধতি তৈরি করে।
বুদ্ধিবৃত্তিক মূলধনে বিনিয়োগ বলতে বোঝায় গবেষণা ও উন্নয়ন এবং যে কার্যকলাপ সমূহ নতুন নতুন চিন্তাবাবনার বৃদ্ধি ঘটায় তাকে সহায়তা করা, সেই সাথে নতুন জ্ঞান ও এর ব্যবহারের বিস্তার ঘটানো। এটা অন্য কোন মানুষের সাথে বা কমিউনিটির সাথে বিনিময়ের মাধ্যমে আসতে পারে।

সামাজিক (Social)

পারস্পরিক বিশ্বাস, সম্পর্ক এবং সংযোগ যা কোন কর্মসম্পাদনের জন্য প্রয়োজন। সামাজিক মূলধনে বিনিয়োগ হচ্ছে নতুন নতুন আলোচনার দিকে নিয়ে যাওয়া, যৌথ অভিজ্ঞতা তৈরি এবং ব্যক্তি ও দলের মধ্যকার সংযোগ বৃদ্ধি করা এবং বিভিন্ন দলের মধ্যকার সম্পর্ককে আরও শক্তিশালী করা।

সাংস্কৃতিক (Cultural)

একটি অঞ্চলের জনগোষ্ঠীর বিশ্ব দর্শন, বিদ্যমান ঐতিহ্য, প্রথা, কর্মপ্রণালী। সাংস্কৃতিক পুঁজিতে বিনিয়োগ হচ্ছে ঐতিহ্য সংরক্ষণে সহায়তা করা একই সাথে কোন বিশ্বাসকে এমনভাবে পরিবর্তন এবং বিন্যাস্ত করা যায় যে তা জনগোষ্ঠীর মূল্যবোধ ও ইতিহাসকে সমৃদ্ধ করতে সহায়তা করে।

ব্যক্তিক (Individual)

মানুষের সুস্বাস্থ্য, দক্ষতা, সময় এবং সামর্থ্য যা একজন ব্যক্তিকে উৎপাদনক্ষম করে তোলে। ব্যক্তিক মূলধনে বিনিয়োগ হচ্ছে দক্ষতার উন্নয়ন, শিক্ষা, প্রশিক্ষণ এবং স্বাস্থ্য উন্নয়ন ও স্বাস্থ্যবিধি মেনে চলা।

প্রাকৃতিক (Natural)

একটি অঞ্চলের উৎপাদনক্ষম পরিবেশগত সম্পদ (যেমন, বাতাস, পানি, ভূমি, খনিজ, উদ্ভিদ, প্রাণী, প্রতিবেশ ব্যবস্থা ইত্যাদি)। প্রাকৃতিক মূলধনে বিনিয়োগ হচ্ছে পূর্বাভাস ফিরিয়ে আনা এবং তা রক্ষণাবেক্ষণ করা।

নির্মিত (Built)

কমিউনিটির কল্যাণের জন্য সম্পূর্ণ রূপে সক্রিয়, নির্মিত অবকাঠামো প্রয়োজন (যেমন, দালান-কোঠা, পথো-প্রণালী শোষণ প্ল্যান্ট, উৎপাদন ও প্রক্রিয়াজাতকরণ প্ল্যান্ট, শক্তি, পরিবহন, তথ্য ও যোগাযোগের অবকাঠামো, প্রযুক্তি ইত্যাদি)। নির্মিত মূলধনে বিনিয়োগ হচ্ছে নির্মাণ, সংস্কার এবং রক্ষণাবেক্ষণ করা। যে কোন ধরনের পুঁজির মতোই ব্যবহারের সাথে সাথে নির্মিত মূলধনের অবমূল্যায়ন ঘটে এবং এর মূল্যমানকে ঠিক রাখতে এতে বিনিয়োগ জারি রাখতে হয়।

রাজনৈতিক (Political)

সম্পদের বন্টনসহ লক্ষ্য অর্জনের জন্য সোচ্চার কণ্ঠ, ক্ষমতা এবং সিদ্ধান্তের উপর প্রভাব বিস্তারের প্রয়োজন হয়। রাজনৈতিক মূলধনে বিনিয়োগ বলতে বোঝায় সামাজিক মূলধন এবং তথ্যের অবাধ প্রবাহ, আইন প্রণেতাদের কাছে প্রবেশগম্যতা এবং উচ্চকণ্ঠ হওয়া ইত্যাদি।

আর্থিক (Financial)

একটি অঞ্চলে বিনিয়োগ করার জন্য ঐ অঞ্চলে বিদ্যমান আর্থিক সম্পদের বিদ্যমান মজুদ। বিনিয়োগ ও ব্যক্তিগত সঞ্চয়সহ আর্থিক মূলধন, যা মুনাফা নিয়ে আসে, আবার যা বিনিয়োগও করা যায় বা ভোগ বা ব্যবহার করা যায়। আর্থিক মূলধনে তত্ত্বাবধান বলতে বোঝায় বর্ধিত আয় তৈরিতে নির্ভরযোগ্য বিনিয়োগ, একই সাথে অপ্রয়োজনীয় ব্যয় বা অপব্যয় কমিয়ে আনা। সম্পদ তৈরিতে আমরা এমন সবাব্যাকভাবে আর্থিক মূলধন বিনিয়োগ করি যা অন্য সাত ধরনের যে পুঁজি আছে সেগুলোর উন্নয়ন ও বৃদ্ধি ঘটায়।

সংযুক্তি ০২- এগ্রোইকোলোজির পন্থাসমূহ ও স্তর

১. কৃষক সংগঠনের ক্ষমতায়ন
২. মাটি সংরক্ষণ
৩. স্থায়িত্বশীল পানি ব্যবস্থাপনা
৪. কৃষি-জীববৈচিত্র্য সংরক্ষণ
৫. জীবন-জীবিকার বৈচিত্র্যতা
৬. প্রক্রিয়াজাতকরণ এবং বাজার প্রবেশাধিকার
৭. কৃষক সংগঠনের ক্ষমতায়ন
১. জেডার সমতা এবং নারীর অধিকার