



Status of  
**Women Entrepreneurs**  
Engaged in the Handicraft Sector  
of Bangladesh



**Status of Women Entrepreneurs Engaged in the  
Handicraft Sector of Bangladesh**

*Consultant*

**M. M. Akash**

*Researcher*

**Shaheen Rahman**

*Coordinator*

**Javed Hussien**

**ECOTA Fair Trade Limited**

2007

ECOTA Fair Trade Limited (2007)  
**Status of Women Entrepreneurs Engaged  
in the Handicraft Sector of Bangladesh**

Published by  
**ECOTA Fair Trade Limited**  
Within the framework of  
“Support to Develop Fair Trade Handicraft  
Entrepreneurship” Project  
Supported by European Union

© ECOTA Fair Trade Limited (2007)  
Info@ecotaftf.org  
www.ecotaftf.org

Design & Print  
Pathway  
01199 151706

Price:  
BDT 00/-  
€ 00/-

# Forward

---

Gender is a key factor in the complex relationship between trade, growth and development. Within the widespread assumption that trade policies and agreements are class, race and gender neutral, the real situation is much reverse. The handicraft sector of Bangladesh has boosted the women entrepreneurship and a close look in the arena will disclose very important issues which are crucial to ensure women's rights and poor people's livelihoods, and to support the gender equality agenda.

This study seeks to understand affects and operation of gender roles and relations of unequal power which influence impacts and responses of the women handicraft entrepreneurship. This report also argues for the development of an alternative, social and economical approach, which puts rights and understandings of gender and other power inequalities in the wider context of Bangladesh.

Present socio-political and economic practice of Bangladesh is beckoning a prospect of women entrepreneurship in the handicraft sector. Being women issue one of the important standards for the fairtraders and as ECOTA members are working intensively with women for advancement through Fair Trade, it is really an essential step to apprehend the scopes and challenges of the emerging issues within the women handicraft entrepreneurship in Bangladesh.

We appreciate the help of European Union to realize this necessary work.

**Arshad Siddiqui**

Director

ECOTA Fair Trade Limited

# Contents

---

|   |    |
|---|----|
| 1. Preface  | 1  |
| 2. Background of the study                                    | 2  |
| 3. Snapshot of the women entrepreneurs engaged in handicrafts | 4  |
| 4. Challenges for the Women Entrepreneurs in Handicrafts      | 5  |
| 5. The voice of the women entrepreneurs                       | 8  |
| 6. Findings from Interview                                    | 14 |
| 7. Case study-1   | 18 |
| 8. Emerging Issues  | 19 |
| 9. Recommendations  | 20 |
| 10. Conclusion  | 21 |
| 11. Bangla Version of the Report (Selective Part)             | 22 |
| 12. Annexure  | 35 |

# Preface

---

This study focuses on the women entrepreneurs engaged in the handicraft sector. The first part of the study reports about the self-perception of the women engaged in the handicrafts sector. Thus we hear directly the voice of the women entrepreneurs from two divisional headquarters of Bangladesh: Dhaka and Chittagong. These voices speak about certain common constraints prevailing in this sector e.g. lack of credit facility, lack of training, lack of a brand name, lack of an association and lack of support and dignity from both society and state. But at the same time they have their own suggestion about how to overcome these. One important suggestion was to form their own marketing cooperatives to buy inputs and sell outputs.

The second part of the study is based on the survey findings carried out by using a questionnaire for interviewing the women entrepreneurs engaged in the handicrafts sector. Most of them are engaged in the textile related business and have come from an urban educated and middle class background. The sample size of this survey is very small- only twenty and this precludes us from making any bold generalization from the findings of the survey. Yet certain interesting indicative hypothesis can be put forward from the findings of this primary survey which can be tested in future by using a larger sample size covering diverse activities and regions.

The main hypothesis that can be put forward is that these women entrepreneurs had not taken this job out of mere economic compulsion or poverty. Nor they were doing it just as a part time self-employment based complementary job for supplementing their family income. It was a major profession chosen for improving their status and empowering themselves.

The most important problem they were facing in their business was the lack of capital, lack of proper training. By lack of proper training they meant not only technical training but also training about bookkeeping, accounting, management, marketing etc. In other words they were lacking of working knowledge about how to run a small business formally.

Another interesting point found from the survey is that the women entrepreneurs themselves were discriminating their own women labourers. However it was also reported that in some cases some women labourers by learning the trade secrets were able to graduate themselves through upward mobility. Perhaps this apprehension prevented the owners from becoming more friendly to their co-workers.

Finally it was clear from both the focus group discussion and the findings of the survey, that some kind of up scaling, standardization, cooperation and formal linkage with the organized sector and the state will be necessary for the sustainable development of this sector.

**M. M. Akash**

Department of Economics  
Dhaka University

# Background of the study

### Introduction

**B**angladesh has a very long tradition of handicraft. There is an intimate correlation between handicraft and folk society and culture. Handicraft evolved significantly in this country from a very distant past. The fame of our ancient handiworks was widely known, even exceeding the limits of our land. Apart from its decorative and aesthetic usage, handicraft of this land was a prime source of several essential commodities. Industrialization has made our life dependant on industrial commodities. Because of the heavy impact of globalization, our life is controlled by industrial mass production. In spite of all these, handicraft is still as fascinating as they had been. This use of different handicrafts by almost all the families of this land testifies for this fact. Specially, under the new light of environmental and cultural consciousness the demand for handicraft product is increasing at home and beyond.

### Contribution and Condition of Women and Handicraft

Everywhere around the globe women are very closely associated with handicraft production. Home-based production, simple management and small investment are the main reasons of the involvement of women in handicraft. On the one hand, handicraft is the primary source of income for women and on the other side it is a great expression of women's natural and traditional talent for artistic excellence. Because of the capitalistic transformation of economy the evolution of handicraft became almost stopped in this country. But a small current of handicraft declared its presence in spite of all these adversities. Different religious and cultural traditions have contributed for the survival of handicrafts. The period after the liberation of Bangladesh can rightly be attributed as the renaissance of Bangladeshi handicrafts. The government, non governmental

organizations along with a number of NGO's has come forward with different efforts patronizing handicraft. Consequently, handicraft has been spotted by many as a source of self-employment and earning. Likewise, the poor population of villages, specially women and landless people has identified handicraft as a source of potential income. On the other side, the increase of demand for handiworks in national and international markets has created an environment conducive to the development of handicraft. At present, women are more closely associated with handicraft. One of the main reasons of this phenomenon is the rapid migration of rural work force to urban regions. Women on the other hand, cannot migrate as easily for their close bond with their children, family, and because of a number of social and religious obligations. As a result, involving with handicraft appears to be the easiest choice in front of them. However, women's natural expertise in handicraft is also a significant reason of their involvement in handicraft.

**Because of this at present a sort of feminization of handicraft is taking place. At present 90% of the total work force involved in handicraft are women. Women are emerging not only as the work force but also as entrepreneurs and managers of handicrafts manufacturing.**

Under these circumstances, the sustainable development of handicraft has become a significant concern. For this reason, the survival of handicraft, its development, search of potential markets, raw materials, skill development, standardization and management related issues demand our urgent attention. Moreover, Bangladeshi handicraft has to achieve the international standards. Above all, the condition and status of the women who are the main impetus behind the handicrafts of Bangladesh has to be properly realized. Because of the fact that, any effort to develop the handicrafts of Bangladesh without the fundamental knowledge about the female workforce in this arena will ultimately prove to be futile, “ECOTA Fair Trade Forum” has taken the initiative to conduct a small research to know about the women involved in handicraft of Bangladesh.

The study was conducted with the following objectives in sight, to assess the status of the women engaged in the fair trade handicraft sector in respect to existing socio-economic conditions as compliment to the fulfillment of the fair trade standards.

## **Assessment of the present status of women in handicraft**

In order to assess the present status of women engaged in handicraft, this study has taken into consideration the opinion of the women entrepreneurs' engaged in the handicraft sector. In this study, information provided by them has been given priority. In this regard to assemble their views two different focus group discussions were arranged in Dhaka and Chittagong respectively. In addition to this the opinion of 20 selected women entrepreneurs was taken into account through questionnaire. Previously published documents of “ECOTA” was invaluable in this respect.

## **Snapshot of the women entrepreneurs engaged in handicrafts**

The role of women in developing and sustaining the society, politics, economics and culture has been significant since the beginning of the civilization. Women plays the equal role in the national development through not recognizes. Their role is both in the wage and non-wage activities which mean that on one hand they maintain the household and work for earning on the other. Participation of women is steadily increasing both in the formal and informal sector labor market. The national economy on the whole benefits greatly from their endeavors. Thousands of women have emerged as successful entrepreneurs in handicrafts, poultry and cattle raising, vegetables cultivation, etc. Women have developed small and middle scale organizations too. They are playing important role in the growth of national economy one, by self-employment and two, by creating employment for others. Eventually their role positively impacts the poverty alleviation scenario on the whole. Not only the women entrepreneurs have earned praised in the country, they have earned recognition in abroad also. Nevertheless, the women entrepreneurs in the country face the worst kinds of challenges. There is no or very little assistance from the government for them. The society also has a tendency to ignore their work labeling it as a mere pastime or hobby. Most of the time they do not get support from their own family. In this background the women entrepreneurs in handicrafts are struggling with a number of challenges.

## **Possibilities**

- Demand for handicrafts products is increasing in the country.
- Demand for handicrafts products is increasing in abroad.
- Investment in handicrafts is becoming profitable.
- Scopes for utilizing the traditional skill for women is increasing.
- Women's involvement in handicrafts production earns social recognition.
- Government and NGOs are gradually coming forward with different kinds of assistance for the women entrepreneurs in handicrafts.

## **Problems/Challenges/Risks**

- Procuring raw materials
- Lack of capital
- Increased production cost
- Problem in getting workers and frequent turn over of workers
- Problem in marketing
- Lack of government support and assistance
- Lack of family support
- Isolation from the mainstream business environment
- Isolation from the main business associations
- General disregard of the state and society about this sector
- Lack of knowledge, experience and skill of the women entrepreneurs about this sector
- Problems in exporting the handicrafts in abroad

# Challenges for the Women Entrepreneurs in Handicrafts

*M M Akash\**

The good days of handicrafts are gone now. The situation has much changed over time. Yet some scopes and possibilities have emerged these days. Demand of products from handicrafts is gradually increasing in the country as well as in abroad. With its increasing demand in the foreign countries investment in handicrafts nowadays promises good return. In this way the age-old skills of the women find their place in the market and are gradually transforming into commercial enterprises. Women stepping out of the door are becoming entrepreneurs. Their work earns them an identity. It is indeed a time of transition for the women in this country.

However, whether the transition of women from the handicraft-maker-for-the-family to commercial entrepreneur would be successful still remains a question. Answers to many other related questions depend upon the answer of this primary question.

Women entrepreneurs are still quite at a distance from the mainstream of commercial world. They are not members of the organizations like the Chamber of Commerce. The situation of all the women entrepreneurs is not the same. Some have achieved exemplary success while others are still fighting for mere survival. So the particular problems they face depend upon their situation.

Women entrepreneurs now face three basic problems: 1. economic and technical problems, 2. structural problems and 3. Problems of values. They face these challenges in two ways - as entrepreneurs and as women.

**1. Economic and technical problems** - Problems related to collection of raw materials and capital, increase in production cost, getting skilled workers and handling workers migration, marketing, etc. The form and depth of these problems are different for different

---

\* *Professor of Economics, University of Dhaka*

levels of women entrepreneurs. Still our effort should be to find out some general solutions that would be applicable at all levels. And solution of these problems will lead women entrepreneurs to enter the mainstream commercial world.

**2. Structural problems** - Structural problems are a very big challenge for women entrepreneurs. And solution to these problems is difficult too. One main structural problem faced by women entrepreneurs is their separation from the mainstream business.

The industrial sector in Bangladesh is divided by the government and the policy makers into two sectors: formal and informal. Industries included in the formal sector are in the mainstream of business sector meaning that they enjoy all the facilities, privileges and attention from the government. Industries included in the informal sector are entirely deprived of any facilities from the government. For women entrepreneurs it is extremely difficult to enter into the formal sector. It is because their products then will have to compete with the products of the big industries. Eventually the competition will turn to a struggle for existence where the fittest will survive. However, the present market situation is such that the women entrepreneurs may not be able to go far. The plan to solve the structural problems should aim at a long-term solution armed with appropriate strategies. The separation between the women entrepreneurs and the organizations of the business enterprises is indeed a major structural problem. This leads to the lack of cooperation and communication between the two while the latter continue to ignore the former. At the same time women entrepreneurs remain unattended by the state policies too. Extended dynamic reproduction of these enterprises is a rare possibility.

**3. Problems of values** - It is another big challenge for the women entrepreneurs. Family problems, negative attitude of the family head who is generally a male, lack of cooperation from the family, compulsion to give more time for household chores, etc. are the problems of values. Women entrepreneurs will always remain behind men in the market race unless any alternative is found to reduce their work pressure at home. They are always compelled to divide their time and capacity of labor between home and business that ultimately lessen their pace in the market. The social values that pull the women behind have to be changed so that they are able to emerge as powerful entrepreneurs in the society.

In order to get rid of the economic and technical problems of the women entrepreneurs the first step should be to solve two crises. First, lack of information and knowledge about the opportunities open before potential or willing women entrepreneurs. This challenge can be met with proper training facilities, institutes and supporting research activities. Second crisis is of capital. Steps should be taken to attract the credit agencies to give loan with soft terms to the women entrepreneurs. Training organizations and loan agencies should come forward together to solve these problems of the women entrepreneurs. This is how the economic and technical problems of the women entrepreneurs can be solved.

However, the structural problems of the women entrepreneurs are much vast as well as deep. It is not possible to solve these many crises for anyone alone. The very first condition towards solving these difficulties is to develop relationship, friendship, communication, understanding and unity among the women entrepreneurs themselves. A common platform may create an atmosphere for women entrepreneurs to stand beside each other. An organization of the women entrepreneurs will meet and bargain with the different related parties like the government, chambers of commerce or other businessmen's organizations, export agencies, other related formal players and organizations in the field. In the conversation with these organizations some common agenda may be highlighted. These agenda include forming of a handicrafts board and establishing training institutes for women entrepreneurs, facilitating credits for them in easy conditions and low interest rate, etc. Despite forming such an organization their voice had remained unheard for a long time in the past.

It is only recently, the economists of the country found that the non tradable goods and services and especially the small and mid-level enterprises (SME) played the main role behind the growth rate jump from the long standing 4 per cent to 6 or 7 per cent in the post 1995 period. But as prescribed by the World Bank the state till now is providing all the information, capital, loan, banking facilities and all other facilities for the so-called export sector. However, the World Bank has admitted recently that in order to retain this growth, facilities we will have to provide help to the local market oriented small and mid-level enterprises too. It is now upon the women entrepreneurs to utilize this scope. This newly recognized finding and recommendation may help to increase the scope and privileges for the small and mid-level women entrepreneurs.

Still, how much the women entrepreneurs will be able to reap the fruit of this newly created scope depends on quite a number of factors. It even may need political struggle too. They can demand for an expanded market of handicrafts and fair trade. The women entrepreneurs themselves can take initiatives for organizing fairs in different parts of the country for market expansion. The government can assist them to organize such fairs in abroad. The women entrepreneurs' organization may also take the initiative for market expansion. They can urge and take help from the Export Promotion Bureau (EPB) that plays role in creating market in abroad for the domestic products. Websites containing information about the products and their marketing should be opened to give information to the women entrepreneurs of the country. They can then collect information about new scopes and markets just sitting at home. It is true that acquiring knowledge is a long-time process yet these kinds of websites could act as another outlet for disseminating information and knowledge.

Moreover, women entrepreneurs should demand to the EPB for creating export market for their products while the platform of the women entrepreneurs will organize fairs in different parts of the country to expand the domestic market.

Changing the conventional outlook of the males in this society is a primary requisite for achieving all the tasks discussed so far. Bringing such change is very difficult, however. Again it is women entrepreneurs who would have to continue the struggle in their own family. We can take the scope of the objective situation of the present time. The number of women workers is increasing steadily. In this situation we can make a strong demand for establishing day-care centers at the work place. Families will pay for such service according to their financial capacity. If the women entrepreneurs were successful in brining this demand home it would much lessen the burden of their household responsibilities. With much ease then they would be able to face the market competition.

These are three main challenges that the women entrepreneurs have to face. To handle these challenges they should develop unity and networking among themselves and at the same time, ask for and take assistance from related parties and agencies outside.

## CHAPTER 3

# The voice of the women entrepreneurs

*“No Bank loan under favourable Terms...” Ferdoushi Begum, Chittagong*

We do not get any bank loan facilities under favourable terms and conditions. The NGO's are distributing both small and large loans. But the problem with NGO loan is these loans are to be refunded on a weekly premium basis. However, there are a whole band of conditions involved in these loans which are not suitable for business like ours. Consequently, we never feel encouraged to take these loans.

*“The scope of using mechanical technology in handicraft is very small...” Bibi Ayesha Pakhi*

The scope of using machines and technology in handicraft is very small. We have to work with our hands mainly. Only a few works like sewing is done with the aid of machines. However, design and works like embroidery can be perfected in machines. But the demand for handiworks is more than the embroidery done in machines. Because of the variation it produces, the demand for handiworks is by far more. As a result we do all these works using our hands mainly.

*“We are so far been unable to associate ourselves with mainstream business community...” Shanaz Jesmin, Pabartoli, Chittagong.*

We do not get the opportunity to associate with the mainstream business community. Women entrepreneurs are not included in different business forums. Women are not yet seen as business entrepreneurs by them. Consequently, we can confront any problem with a united approach like the different trade forums.

*“Family helps but there are other issues...” Ruma Akhter, Chittagong*

Family helps the women workers involved in handicraft but a series of adversities has to be negotiated also. At the beginning the family easily agrees but when a significant amount of time has to be dedicated

behind the work then appears all sorts of troubles. Conducting business and continuing the household works with equal attention becomes impossible. Very often, I have to attend household works, husband, and my children leaving behind the handiworks. It is a kind of compulsion, whereas, this additional time could contribute to the improvement of the quality of my products.

***“Production cost is high so, is the price...” Parul Akther, Chittagong***

The price of the raw materials required in the production of handicrafts is high and it fluctuates almost arbitrarily. On the other hand we run our business on a very low capital. As a result the fluctuation of price of the raw materials greatly affects the handicraft manufacturers. As a cumulative result of all these, the end price of handicrafts normally becomes high which take it beyond the reach of the normal middle class buyers. With our small capital and small production volume we can not sell our products in a wholesale market. Arong on the other hand, with huge capital can ensure the supply of a huge quantity of products. They are even exporting their products around the world. In reality, our production is so small that we can not influence the price of the products. In addition to this, nobody can be sure about the sale of handicrafts. So even if we can enter the wholesale markets, there is no guaranty that our products will immediately be sold out. Because of all these, wholesaling of handicrafts has never attracted the entrepreneurs.

***“Brand name is a problem for us...” Pakhi Chakma, Rangamati***

The products of the women entrepreneurs can never become a brand name. Institutions like Arrong are collecting the products from a multitude of workers around the country and selling them under their own brand name. The buyers seem happy to see the brand name stamped on the products. Our products have no chance like this to be sold under our brand name.

***“Women entrepreneurs need to be organized under co-operatives...” Neela Afrin, Chittagong***

Most of the women workers work alone in isolation. We have no comprehensible unity when we desperately need to be united. If we can organize ourselves under any co-operative effort we will have a better chance to compete in the challenging circumstances of the today's markets. We can accumulate all our products and give a

common brand name for that. We will then have the chance to compete with the products of popular brands like Arrong. In isolation, even if we can manufacture superior quality products we will have no chance of getting fare price. Co-operatives can save us from all these and this will also save us from the jaws of the brokers of different level. We can even think about exporting our products. This will ultimately benefit all of us.

***“We need to face the challenge of the low cost products which act as alternative of handicrafts...” Roushon Ara Begum, Chittagong***

There are a very wide range of low cost products available in the market which can act as alternative of handicrafts. Because of the presence of so many low cost alternatives the buyers normally do not want to buy handicrafts which are relatively costly. Buyers have to be encouraged to buy the different handicrafts. At the same we need to think about possible ways of reducing the price of handicrafts. Trade fairs have to be organized to increase the level of consciousness of the buyers. These sort fairs are to be organized not only in big cities but also in villages and semi-urban areas. Buyers will be encouraged to buy handicrafts which will ultimately benefit the sellers also. The small manufacturers of handicrafts living in villages will have the chance to participate in these fairs.

***“Began as a hobby, but now it is a necessity...” Maya Chakma, Cittagong***

Many of us have come to manufacture handicraft as a hobby and many of us have chosen it because of existential necessities. Again, there are many people who started as a hobby but later on handicrafts became a necessity to them. The reason behind this is that, now handicrafts have emerged as a source of income for the family.

***“Not only income, dignity is also increasing...” Rahmatun Neha Nasima, Chittagong.***

We had to face a few social problems in the beginning but later on the dignity of our work has significantly increased. It is primarily because of the fact that, handicrafts are earning money now a day. Our husbands, though a bit unwilling in the beginning have extended their support for handicrafts. As handicrafts can be primarily be manufactured while remaining at home families are more and more acknowledging the benefits of handicrafts.

***“No acknowledgement of our works...” Monira Imdad, Dhaka***

It is to nobody's wonder that the women entrepreneurs are contributing to the national economy. Women entrepreneurs are making vital contribution to the development of our internal market. In spite of all these the government is yet to come forward with any acknowledgement for the women entrepreneurs. Our male counterparts are very often recognized for their contribution in the economy but women on the other hand are rarely acknowledged. However, for a women entrepreneur is very tough to face the challenges of works like market promotion. The reason behind this is the fact that, the problems and corruption involved in market promotion are extremely difficult for a woman to tackle.

On the other side, a woman has to complete all her duties and give enough time to her family before she can indulge herself in activities like handicraft. As a result, it is almost next to impossible for a women entrepreneur to attain a high level of proficiency like a male. I believe, training facilities has to be enlarged for female entrepreneurs working in the field of handiworks. Without this, we will not be able to ensure a sustainable standard of our products. A handicraft worker Guild has to be established for gaining access to the international markets. In this respect, we have to remember that our handicrafts have successfully faced the threat posed by our Indian counterparts. In order to ensure our future survival we must undertake training activities. Apart from the technical aspects our female entrepreneurs should be trained about the official formalities concerning trade and commerce.

***“Women entrepreneurs need practical training to develop their skill...” Ruby Ali, Dhaka***

Women in handicraft sector are hugely in need of practical training. In addition to practical training, they have to be familiarized with the rules and regulations of trade and commerce. In this regard they can be taken to different institutions for a more practical training. In this way we will be able to ensure a sustainable practical training for them.

***A show room has to be established for displaying the works of women entrepreneurs...” Nayeema Islam, Dhaka***

Women entrepreneurs can not ensure proper measures to ensure the sell of their products on individual basis. In addition, the opportunities for marketing their products are very few. I think a

common show-room can be a solution to this problem. Buyers from home and abroad will come and will be able to select from a number of products and place their orders. In this way a rapport can be established between the buyers and the sellers of handicrafts. Show-rooms like this will make it easier for the female entrepreneurs to explore and access new markets for their products. The government and the different NGO's should come forward in this regard. The problems of Women entrepreneurship should be taken into consideration and they might be given some special priorities.

*“Women entrepreneurs have to be given the chance to participate in specialized fairs...” Rawnok Sultana, Dhaka.*

The Export Processing Bureau (EPB) of Bangladesh government sometimes arranges international fairs to expand our markets. In these fairs the local manufacturers are taken under government supervision. Recently, the manufacturers have to pay a big amount of money to participate in these fairs. As a result, male entrepreneurs with relatively larger capitals can participate in these fairs; whereas the female entrepreneurs with their small capital can not participate in these fairs. Getting visa for female entrepreneurs in this regard is again a big problem. Special arrangements for women have to be made, and EPB should take responsibilities of getting the visa for the female participants.

*“There should be a hawker's market for women entrepreneurs...” Sanjida Eva, Dhaka.*

We can see that various hawker's markets are important places for the selling of different commodities. In different places of the country there are several specialized hawker's markets for different products. There is no hawker's market for handicrafts related products. Hawker's market like this has to be established for the women entrepreneurs.

*“Designs can not be protected by copyright of patent systems...” Shamima Khan, Dhaka*

The women entrepreneurs are inventing a multitude of innovative and attractive designs. But after being marketed these designs are vulnerable to be copied by anybody as there is no patent or copyright law in place in the country. The primary designer or the inventor is very often deprived in this manner. Therefore, the limits of the copyright of the main designer or the process of registering the

designs under a uniform patent law have to be given some serious thought.

***“Shop to be allocated for the female entrepreneurs...” Neepa Khaled, Dhaka***

Very often the owners of the markets do not want to rent a shop to a women entrepreneur. Sometimes shops come at a very high rent. Most of the cases women entrepreneurs are facing a kind of double standard invariably everywhere. The government should come forward with a specific set of rules and regulations in this respect which might protect the rights of the fwomen entrepreneurs.

***“Involvement of the husband might create more problems than it actually solves...” Bharoti Mandol., Dhaka***

We sometimes take help from the family. Very often these helps turn out to be a problem itself. Most of the women of this country do not own any property; as a result they have to show the property of their husband in order to take loan from banks. This ultimately causes the husband to demand the ownership of the business. Sometimes when the business is big the women entrepreneurs are pressurized for a share of the profit.

***“There is no honourable identity of the women entrepreneurs...” Shelina, Dhaka***

Though the women entrepreneurs are contributing in the economy in many different ways, they do not have any honorable identity within the community. The government should acknowledge their work and issue proper identification document for them which in turn will help them to attain facilities like bank loan. In addition to this, successful and significant women entrepreneurs have to be acknowledged through awards and prizes.

***“We are forced to take order under unfavorable terms and conditions...” Sultana Rahman, Dhaka***

Very often we are forced to take orders under unequal terms. Sometimes we are forced to come to agreement that we will take all the unsold products back which we will not be able to sell to anybody else. Because of these unequal terms and conditions we sometimes fail to sell our products which cause a serious problem. This affects not only the female entrepreneurs but also the workers working for them.

***“Handicraft persons sometimes causes problem because of the lack of proper knowledge...” Farhana Afroza, Dhaka***

Sometimes the handicraft persons cause a series of problems for the women entrepreneurs. Firstly, they very often leave the women entrepreneur start a business of his/her own. Since he/she does not need any establishment cost he/she can easily sell products at a lower price. Secondly, he/sheF ruthlessly copies the designs of women entrepreneurs without the fear of anything. But because of lack of originality he/she can not continue like this for long, but in the whole process he puts the women entrepreneur into trouble and causes destruction to himself /her as well.

***“The troubles are more acute outside of Dhaka...” Shikha Saba, Jamalpuu***

The problems of the women entrepreneurs are even more acute once her job is outside of Dhaka. We get orders from Dhaka on a regular basis but when the time of payment comes our troubles begin. We are very often deprived of the correct price of our products. Our payments are deferred on under the pretext of so many things. The small entrepreneurs of villages who invests small amount of money collected by mortgaging their valuables are the very often the victims of this. This causes so many troubles in their families. Sometimes they have to face divorce even.

***“We must prepare ourselves for the challenges of the competitive markets...” Badrun Nahar., Dhaka***

In the end we actually have to solve all our problems ourselves. We have to equip ourselves with all the knowledge of trade and commerce. We have to improve our managerial capacition also. We have to improve the standard of the designs keeping the market demand in mind. Training can be of great help in this regard.

*[Note: Compiled from Focus Group Discussion held at Chitagong, on 10 February 2007 and Dhaka, on 25 February 2007]*

# Findings from Interviews

The present study is an effort to judge the socio-economic condition of the women entrepreneurs engaged in handicrafts in the country. This study with a questionnaire has directly sought for the opinion of the women entrepreneurs. Twenty women respondents had been selected from Dhaka and Chittagong. The answers they have expressed reflect the general scenario of the women entrepreneurs. Following text presents a summary of their opinion that may help us understand their condition.

### **Handicrafts women are becoming entrepreneurs**

Handicraft is no more a mere means of passing time or hobby for many women in Bangladesh. It has become an occupation now. There are many women round the country who earn by applying this skill. Many of them again emerge as entrepreneurs at one stage of their involvement in the business. For many handicrafts has become their main occupation. Of the respondents 80% i.e. 16 persons regard it as their main occupation. Of the rest 4, 2 respondents regard housework, 1 studies and 1 computer trainer's work as their main occupation and handicrafts work as their secondary work. Of the respondents 60% (11persons ) were students and 30% (6) were housewives. Of the rest, some did jobs while doing handicrafts as a pastime.

### **The socio-economic background of the women entrepreneurs**

All the respondents in this study are more or less institutionally educated. Of the whole, 70% (12persons) have Bachelor's and higher degree while 30% (8 persons) have passed HSC, SSC or Class IX. Almost all of them are healthy having full working capacity. Most of the respondents are between 30 and 40 years of age and married (70% of all respondents). Most of them have a positive family environment meaning that their husbands are educated, earn well through job or

business and possess a positive outlook about their wives' initiatives giving them a hand when they need. It is the husbands for 60% of the respondents who have provided with the initial capitals. However, for 30% of the respondents the initial capital came from their own savings. The rest 10% collected their initial capital from their fathers. All the respondents receive substantial assistance from their husbands and other family members in managing their household chores.

## **Women entrepreneurs concentrating in handloom -block-boutique handicrafts**

The common trend of the women entrepreneurs is the boutique based activities that include weaving, boutique, block, embroidery, etc. About 75% of the women entrepreneurs are engaged in this type of handicraft production. However women are involved in producing other kinds of handicrafts, too like earthen ornaments, leather and wooden products and other kinds of gift items.

## **Skill and self-confidence of the women entrepreneurs**

Women entrepreneurs are quite confident about their skills which reflected in this survey, too where 50% of the respondents said that they are satisfied with their present skill-level. One main reason of this confidence might be that 80% of the respondents received different types of skill training from the NGOs. However, 50% of the respondents feel that they need to more skilled for which further training is necessary.

## **Inspiration to become an entrepreneur**

The reality for the women to become entrepreneurs varies from person to person. They have faced many challenges in their journey to becoming businesswomen. The first cause for most of the respondents was that they were intent on doing something on their own. For 25% of the respondents the inspiration and assistance from the NGOs acted as the main cause. As this survey reveals the women didn't take up this activity exclusively for the sake of their self-employment. They have rather chosen this path in order to empower themselves.

## **Sensitivity to provide financial information**

Women entrepreneurs are not usually hesitant about giving information regarding themselves. They talk freely about their life, work and family. Yet they are very sensitive about their financial matters. In this survey 50% respondents didn't give any information about their monthly income and expenditures. Whether it is their intention not to divulge financial information or they are not yet prepared to give the information was not clearly understood. It may be that they have yet to come up with systematic financial procedures. Some information in this regard has been derived from the rest 50% respondents through asking questions from many angles. According to the information they have provided, 10% earn 10,000 to 12,000 taka and 8,000 to 10,000 taka per month. Another 20% of the entrepreneurs earn 4,000 to 5,000 taka and spend 3,000 to 4,000 taka monthly. And 25% respondents earn 2,000 taka and spend 1,500 taka per month.

Despite most of the respondents were reluctant to provide financial information also a primary idea can be derived from their overall responses. About 25% of the respondents have loans that they have drawn from different sources. The rest 75% didn't provide any information about their loans. The respondents rather comfortably gave information about their savings. About 45% have savings the amount of which they didn't tell.

## **Obscure production cost**

Although most of the respondents as entrepreneurs are confident and skilled enough but seriously lack information and idea about their production costs. They do not know how much their per unit production cost is. Of them 65% failed to provide any information about their average production costs while 35% had an overall idea in this regard. There is indeed reason behind this lack of clarity of the production costs. Handicrafts are mostly produced in a very home-based and informal environment. Probably that is why women entrepreneurs do not feel it necessary to take the pain of working out such minute details of financial costings. Lack of knowledge in production systems may add to it.

## **Problems in value adding**

Value adding to the handicrafts items they produce is a common problem generally for all women. Of the respondents 50% regard that they do not get the fair price for their products. Many think that it is because of the middlemen they do not get the fair price of their products. Of all respondents 40% sell their products to the end buyers. Many of them have their own show-room. Some of them export their products, too. However, 60% respondents marketing their products through the middlemen and thus they are deprived of the fair price of their products. The other cause for the inability to add the proper value to the handicrafts products is that the main three steps of production i.e. the raw materials, production and marketing are not controlled by the same entrepreneur. Again, lack of capital, not having own show-room and lack of communication hinder these entrepreneurs from taking their products directly to the market i.e. the end buyers. As a result, they are compelled to sell their product at a lower price to the middlemen who then adding value to it sell to the end buyer.

## **Assistance from the government and non-government organizations**

Despite their substantial contribution to the national economy not much assistance from either the government or the NGOs is offered to them. There is no government assistance for them regarding loan, training, marketing or export. Nor do they enjoy any special privilege in getting loans as women entrepreneurs. Most respondents in this survey did not get loan as they had applied for it. Again, many are not interested to get loans because of the Fair conditions, interest-rate and lengthy process it involves. No respondents got any training facilities from the government. However, some got assistance from the NGOs regarding skill training and loan. This survey finds 35% of the respondents receiving NGO loans while 40% received skill development training.

## **Problems in production**

The women entrepreneurs usually face various kinds of difficulties in both producing and marketing their products some of which need special attention. The first problem is about capital. All the respondents believe that they cannot expand their initiative because

they do not have enough capital. It is mainly the lack of capital that makes it so difficult for them to sustain when any risky or disastrous situation arises. They also think that they lack skill, information and knowledge about production processes like counting the per head production cost, reducing the production cost, increasing profit margin, etc. Distribution and marketing are other problems for the women entrepreneurs as they have pointed out. It is mostly because they have to depend on the middlemen or the wholesalers for their marketing. The other complaint is that the market is so much overpowered by the males that there is very little room for the women entrepreneurs. The instability of the price of the raw materials also negatively impacts the whole business of the women entrepreneurs.

## **Barriers against the development of the women entrepreneurs**

Household responsibilities of the women certainly act as one of the main barriers against women's becoming successful entrepreneurs. However in this survey most respondents said that their husbands have responded positively towards their efforts. Still they are not spared from their household and family responsibilities. They have to spend a considerable amount of time on doing their house work which eventually hampers their attention in their business. At the same time the existing social psyche is also a hindrance against women entrepreneurs. Almost all the respondents considers that the society has yet to be accustomed with the presence of women as entrepreneurs. The existing market system or those who control it deprive the women entrepreneurs of their fair share taking chance of their lack of experience of the vast complexity of the market system.

## **Unity of the women entrepreneurs**

Despite many difficulties women entrepreneurs want to build a strong communication and unity among themselves. Among the respondents 75% are involved with different associations, NGO and network. This involvement helps them grow communication and share each other's experiences. On the other hand they are trying to solve their problems with a concerted effort through these agencies, NGOs and networks. This involvement also help them get skill development training and other related assistance from these organizations. Many can get loan also from these organizations. Understandably, the significance of getting united for the women

entrepreneurs is not only related to financial causes but also too many non-economic causes. It is all the more necessary to persuade and pressurize the different government and non-government agencies so that they come forward with the assistances they need.

## **Workers/laborer problems**

Handicraft has to depend upon the labor, talent and skill of the workers. This dependency from the entrepreneur's part gives the workers a privileged point for bargaining. But there are times when this same factor holds the women entrepreneurs hostage to the workers. In this industry the workers' migration is very high. The workers readily migrate when they are offered better wages and facilities from any other place. Instability however is other cause for the high migration rate of the handicrafts workers. A very common complaint from the women entrepreneurs is that after learning skills the workers leave. Yet all the respondents confided that the workers have to work in small rooms without enough light and air and so many times they leave just because they have found a working space where these facilities are little better. Many workers again try to start their own initiatives as entrepreneurs. In this situation the women entrepreneurs find out some strategies to hold the workers like not teaching them the whole process of a particular product giving them partial payment, etc.

## **Discrimination of women by women**

Both male and female workers work for the women entrepreneurs. The general wage discrimination existing in other industries also exists here. According to the women entrepreneurs point some of its reasons: women workers are engaged mainly in block, batik, embroidery, etc, i.e. activities that they used to traditionally do at home. However the male workers here also are engaged in their traditional role i.e. they perform outside activities. This brings division between their wages women workers get fewer wages than the males. Again when male workers do the same activity as their female counter part, i.e. when they do embroidery, block, batik, etc. they get more because as their employers point out, they can work over time which the female workers cannot as they have to do their household work. However, the women entrepreneurs said that they are quite aware about their making this discrimination.

## **Child labor**

Many children are working in the industries in Bangladesh. The reality is that their survival will be jeopardized if they do not. One positive thing about this survey is that none of the respondents have engaged child laborers. The age of the workers in these initiatives is between 20 and 30 years.

## **Facing the challenge of the cheap substitutes**

Handicrafts products have yet to become daily life necessities for the general people in the country. It is mainly because of they cost more than their cheap alternatives abundant in the market. So facing the cheap products is a big challenge. Still the women entrepreneurs are confident about a positive future of the handicrafts products. They believe that the handicrafts will eventually sustain because it link with tradition, beauty and environment friendliness. They insist however on taking different measures and initiatives to facilitate the sector.

## **A better place in the society and family**

All the respondents are positive in opinion that becoming entrepreneurs earned them a better place at home and outside. Despite some initial difficulties which they had overcome in time they now enjoy a position of respect in the society. The society also has learned to regard their work with a positive attitude.

## Case study

### **I am well now- Bharati Mondol**

Bharati Mondol owns “Shubho Boutiques” at Jafrabad in Dhaka. A woman of forty she has one son. Her husband does a job. After she had passed her BA Bharati stated to think about starting something of her own. Gradually she became involved in handicrafts. The identity of an entrepreneur has earned her respect both in her family and from outside. Bharati made her initial capital from her own savings and her husband. She mainly works on fabric and does tie-dye, block, batik, emboss, embroidery etc. At present she had about 25 male and female workers. Now Shubho Boutiques monthly earns about 12 thousand taka. Bharati is also a member of a local savings based samiti. She has not received any training or other kinds of assistance from any government or non-government organizations till now. She says that she took help from other established women entrepreneurs in learning block, batik, tie-dye etc. Bharati directly supplies order to the buyers. So she doesn't have any middle-men crisis. She herself purchases the raw materials. “Prices are increasing for all the materials. And you cannot even get quality things giving extra prices,” she says. She believes that women entrepreneurs should unite and from that view she has become involved with Women Entrepreneur Association (WEA) and MIDAS. She was also in the team that placed a charter of demand for the women entrepreneurs to the government. Bharati Mondol thinks that developed technologies can be applied in the handicrafts. “We can use high-performance machinery in doing our embroidery and other work,” she says. Bharati has identified some problems that a woman faces when she wants to become an entrepreneur. “It is very difficult for a woman to become a successful entrepreneur after doing all the household work.” Then there is the problem of delayed payment in the market. She faces much difficulties is collecting the payment after supplying the order to the different buyers. Although the handicrafts sector is full of problems, it has many potentials also, believes Bharati. She further believes that the handicrafts sector will sustain by virtue of its own specialty and quality.

## CHAPTER 5

# Emerging Issues

Separation/isolation of Women Entrepreneurs from mainstream business.

Lack of access to associate with mainstream business associations/organizations.

Exclusion of handicraft from formal sector, and extremely deprived of any facilities from government like formal sector.

Lack of capital for investment and unwillingness of credit/loan agencies to provide loan for women entrepreneur under favourable terms and condition.

Crisis of raw materials i.e. Price, quality etc.

Lack of scope to display products.

Problems of getting skill worker and handling workers migration.

Problems related to marketing.

Increase production cost of handicraft products.

Lack of necessary cooperation from family, specifically from husband.

Compulsion to give more time for household chores.

Lack of necessary knowledge, information and skill for potential women entrepreneurs.

Products of women entrepreneurs have no scope to be sold under own brand home.

Non-recognition or under valuation of the contribution of women entrepreneurs by government.

Lack of scope to participate in specialized fair both nationally and internationally.

No copyright or patent of the design of women entrepreneurs.

Challenge of low cost alternative products

## Recommendations

Steps should be taken by government to attract credit agencies to provide loan for women entrepreneurs under favourable terms

and condition.

Develop relationship, friendship, linkage, as well as unity among the women entrepreneurs themselves and a common platform or association should be created to place their demands before concern authority.

Provide need based practical training for women entrepreneurs to increase their knowledge, skill and capacity regarding production, marketing, management etc.

Website containing information about the products and marketing should be open for women entrepreneurs.

Government and different non-governmental organization should organize frequent trade-fair to promote handicraft production of women entrepreneur.

Export Promotion Bureau should explore export market for women entrepreneurs.

Raise demand to form a handicraft board and training institution for women entrepreneurs.

Women entrepreneurs should build up a cooperative of themselves to overcome the production and marketing problems.

Establish a common show room to display and sales of productions.

City Corporation/ Municipality should establish hawker's market at important places for the selling of handicraft commodities of women entrepreneurs.

Introduce patent system to protect copyrights of women entrepreneurs.

Formulate a code of conduct for women entrepreneurs to manage the trouble of worker migration.

Create cultural motivation to promote handicraft goods.

## Conclusion

The women entrepreneurs are passing through a transitional phase now. By this time a considerable number of women have established themselves as successful entrepreneurs. It is difficult to project however whether the women entrepreneurs will sustain facing all the negative situations pervading the sector. Till now the government has very scanty assistance for them. It impacts their production and market where many times they cannot eventually survive. Not only lack of capital, but lack of knowledge and skill also render them

vulnerable to the market system. Assistance from the non-government organizations also is not at all enough for these entrepreneurs. Most women entrepreneurs are involved with one or more organizations which however cannot much help them in their bargain with the government and the parties that rule the market. In this situation it is a crying need for the women entrepreneurs to have the government, private and NGO sectors and the civil society beside them.



# **Conspectus of the Report in Bangla**



# কারুশিল্পের নারীদের অবস্থা

### ভূমিকা

বাংলাদেশ কারুশিল্পের সুপ্রাচীন ঐতিহ্যে সমৃদ্ধ একটি দেশ। আমাদের লোকসমাজ ও সংস্কৃতির সঙ্গে এর রয়েছে নিবিড় যোগসূত্র। সুদূর অতীত থেকেই এদেশে কারুশিল্পের উলেখযোগ্য বিকাশ ঘটেছিল। শুধু স্থানীয় পর্যায়েই নয়, দেশের বাইরেও আমাদের কারুশিল্পের খ্যাতি ছড়িয়ে পড়েছিল। সাজ সজ্জা বা নান্দনিক প্রয়োজন মেটানোর পাশাপাশি দৈনন্দিন জীবনের নানা প্রয়োজনীয় উপকরণ যোগান দিতো এই কারুশিল্প। পরবর্তীকালে বৃহদায়তন কারুশিল্পের বিকাশের ফলে প্রতিযোগিতায় কারুশিল্প কোণঠাসা হয়ে পড়ে। আমাদের জীবনযাত্রা এখন আধুনিক শিল্প পণ্য নির্ভর। বিশ্বায়নের সর্বত্রাসী প্রভাবে প্রতিটি মানুষ আজ কমবেশি শিল্প পণ্য দ্বারা নিয়ন্ত্রিত। কিন্তু নানা প্রতিকূলতা সত্ত্বেও কারুশিল্পের আবেদন আমাদের কাছে এখনো অক্ষুণ্ণ রয়েছে। তাই প্রায় প্রতিটি পরিবারে আমরা আজও কারুশিল্পজাত সামগ্রীর ব্যবহার দেখতে পাই। বিশেষ করে সাম্প্রতিক কালে পরিবেশ চেতনা এবং লোক ঐতিহ্য সংরক্ষণের আকাঙ্ক্ষা বৃদ্ধি পাওয়া কারুশিল্পের কদর ক্রমশ বাড়ছে দেশে-বিদেশে।

### কারুশিল্পে নারীর অবদান ও অবস্থা

বাংলাদেশ সহ বিশ্বের সর্বত্র কারুশিল্পের সঙ্গে নারীরা ওতপ্রোতভাবে জড়িত। গৃহভিত্তিক উৎপাদন, সরল ব্যবস্থাপনা এবং স্বল্প বিনিয়োগ-মূলত এসব কারণে নারীরা কারুশিল্পের প্রতি আকৃষ্ট হয়। কারুশিল্প একদিকে যেমন নারীদের আয়-উপার্জনের প্রাথমিক ক্ষেত্র। অন্যদিকে আবার কারুশিল্প নারীদের ঐতিহ্যগত শিল্প নিপুণতা প্রকাশেরও মাধ্যম। অর্থনীতির পুঁজিবাদী রূপান্তরের ফলে অন্যান্য দেশের মতো এদেশেও কারুশিল্পের বিকাশ প্রায় রুদ্ধ হয়ে পড়ে। অবশ্য তা সত্ত্বেও কারুশিল্পের ক্ষীণ ধারা সব সময়ই বিদ্যমান ছিল। নানা ধর্মীয় ও সামাজিক অনুষ্ঠানভিত্তিক পালা-পর্বন এবং মেলা আজও তাই কারুশিল্পের বাজারকে টিকিয়ে রেখেছে। বাংলাদেশের স্বাধীনতার পর নতুন করে আবার কারুশিল্পের উলেখযোগ্য পুনর্জাগরণ ঘটে। সরকার, বিভিন্ন বেসরকারি প্রতিষ্ঠান ও এনজিওরা কারুশিল্পের পৃষ্ঠপোষকতায় নানাভাবে এগিয়ে আসে। ফলে দ্রুত পরিবর্তনশীল গ্রামীণ অর্থনীতিতে কারুশিল্প কর্মচ্যুত মানুষের কাছে আত্মকর্মসংস্থান ও আয়-উপার্জনের

অন্যতম অবলম্বন হয়ে উঠে। এভাবে গ্রামীণ দরিদ্র জনগোষ্ঠী, বিশেষ করে নারী ও ভূমিহীন মানুষ বিকল্প আয়ের পথ হিসেবে কারুশিল্পকে বেছে নেয়। অন্যদিকে জাতীয় ও আন্তর্জাতিক বাজারে কারুশিল্পের চাহিদা বৃদ্ধি পাওয়ায় তা কারুশিল্পের বিকাশের অনুকূল পরিবেশ সৃষ্টি করে। তবে বর্তমানে কারুশিল্প খাতে নারীরাই বেশি যুক্ত। কারণ গ্রামীণ দরিদ্র ও বেকারত্ব বৃদ্ধি পাওয়ায় শহরে বা অন্যত্র বিকল্প ভালো কাজের আশায় পুরুষ শ্রমশক্তির দ্রুত স্থানান্তর ঘটছে। কিন্তু সন্তান ও পরিবারের দায়-দায়িত্ব এবং অন্যান্য সামাজিক বাধা-বিপত্তির দরুণ নারীদের পক্ষে বিকল্প কর্মসংস্থানের খোঁজে অন্যত্র পাড়ি জমানো মোটেই সহজ নয়। কারুশিল্পে যুক্ত হওয়াইটাই তাদের সামনে সহজ পথবিকল্প। এ ছাড়াও কারুশিল্প উৎপাদন নারীদের সামর্থ্য ও দক্ষতার সঙ্গে সামঞ্জস্যপূর্ণ হওয়ায় এ খাতে তাদের অংশগ্রহণ বৃদ্ধি পেয়েছে। সেজন্য এখন কারুশিল্প খাতের নারীমুখীকরণ (feminization of handicraft) ঘটেছে। বাংলাদেশে আজ কারুশিল্প খাতে নিয়োজিত মোট জনশক্তির ৯০ ভাগই হচ্ছে নারী। কেবল শ্রমশক্তি রূপেই নয়, উদ্যোক্তা ও ব্যবস্থাপক হিসেবেও নারীদের উপস্থিতি এখন লক্ষণীয়।

এ প্রেক্ষাপটে তাই কারুশিল্প খাতের উন্নয়ন একটি গুরুত্বপূর্ণ এজেন্ডা হয়ে দাঁড়িয়েছে। সে জন্য কারুশিল্পের টিকে থাকা, বিকাশ, বাজার, কাঁচামাল, দক্ষতা বৃদ্ধি, মান উন্নয়ন, বিপণন, ব্যবস্থাপনা এসব দিকে মনোযোগ স্থাপন করা জরুরি। তাছাড়া বাংলাদেশের কারুশিল্পজাত পণ্যকে আন্তর্জাতিক মানের বাণিজ্য উপযোগী হয়ে উঠতে হবে। তবে এ ক্ষেত্রে সর্বাত্মে ও দেশের কারুশিল্পের যারা মূল চালিকা শক্তি, সেই নারীদের অবস্থা জানাটা খুবই প্রয়োজন। কেননা কারুশিল্পে নিয়োজিত নারীদের অবস্থা সম্বন্ধে একটা প্রাথমিক ধারণা না নিয়ে এ খাতের কোনো উন্নয়ন প্রচেষ্টা সফল করা সম্ভব নয়। এ বিবেচনা থেকে তাই বাংলাদেশে কারুশিল্পের নারীদের অবস্থা জানার জন্য একতা ফেয়ার ট্রেড ফোরাম একটি ছোট্ট সমীক্ষা চালানোর উদ্যোগ নেয়।

### কারুশিল্পের নারীদের বর্তমান অবস্থা পরিমাপ

কারুশিল্পের নারীদের অবস্থা পরিমাপ করার জন্য পরিচালিত এই সমীক্ষায় সরাসরি নারী উদ্যোক্তাদের মতামত তুলে আনা হয়। তাদের প্রদত্ত মতামত ও তথ্যের ভিত্তিতে এখানে তাদের অবস্থা উঠে এসেছে। কারুশিল্পে নিয়োজিত এই নারী উদ্যোক্তাদের মতামত সংগ্রহের জন্য ঢাকা ও চট্টগ্রামে দু'টি ফোকাস গ্রুপ ডিসকাশন (Focus Group Discussion) এর আয়োজন করা হয়। সেই সঙ্গে এখানে ধরনের ২০ জন নারী উদ্যোক্তাদের মতামতও প্রশ্নামালার মাধ্যমে গৃহীত হয়েছে। আর একতা ফেয়ার ট্রেড ফোরাম-এর সংশ্লিষ্ট লিখিত উপকরণ (Written document) এ ক্ষেত্রে তথ্যগত সহায়তা প্রদান করেছে।

## কারুশিল্পে নিয়োজিত নারী উদ্যোক্তার অবস্থা

সমাজ, রাজনীতি, অর্থনীতি, সংস্কৃতি সর্বক্ষেত্রে নারীরা সভ্যতার শুরু থেকেই গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে চলছে। জাতীয় উন্নয়নে পুরুষের মতো নারীরাও তাই সমান অংশীদার। মজুরিভিত্তিক এবং মজুরিবিহীন উভয় ধরনের কাজের দ্বারা নারীরা জাতীয় উন্নয়নে অবদান রাখে। অর্থাৎ তারা বিনা পয়সায় সাংসারিক কাজের পাশাপাশি আয় উপার্জনের সঙ্গে যুক্ত। প্রাতিষ্ঠানিক ও অপ্রাতিষ্ঠানিক শ্রমের বাজারে নারীর অংশগ্রহণ এখন ক্রমবর্ধমান হারে বাড়ছে। এখানে নারীদের অবদানে সমৃদ্ধ হয়েছে জাতীয় অর্থনীতি। কারুশিল্প, কৃষি, হাঁস-মুরগী ও পশু পালন, সবজি চাষ ইত্যাদি ক্ষেত্রে লক্ষ লক্ষ নারী আজ সফল উদ্যোক্তা হিসেবে আবির্ভূত হয়েছে। ক্ষুদ্র, মাঝারি প্রতিষ্ঠানও গড়ে তুলেছে নারীরা। এই নারী উদ্যোক্তারা মূলত দু'ভাবে জাতীয় উন্নয়নে অংশগ্রহণ করছেন। প্রথমত তারা স্বনিয়োজিত বা আত্ম-পোষণশীলভাবে কর্মসংস্থান বৃদ্ধি করে চলেছেন। অন্যদিকে দারিদ্র্য দূরীকরণেও তাদের অবদান কম নয়। বিশেষ করে কারুশিল্প খাতে নারী উদ্যোক্তাদের উজ্জ্বল উপস্থিতি আজ দেশের সর্বত্র চোখে পড়ে। কেননা এসব নারী উদ্যোক্তারা কেবল দেশের মাটিতে সুনাম করেনি; বিদেশেও তাদের পণ্য রপ্তানি হচ্ছে। অথচ এই কারুশিল্প খাতের নারী উদ্যোক্তারা সবচেয়ে প্রতিকূলতার শিকার। রাষ্ট্র বা সরকার থেকে এই নারী উদ্যোক্তারা কোনো সাহায্য সহযোগিতা পায় না। সামাজিকভাবেও 'সখের কাজ' বলে এ খাতের নারীরা উপেক্ষার শিকার হয়। এমনকি অধিকাংশ ক্ষেত্রে পরিবার থেকেও এ কাজে উৎসাহ পায় না তারা। এ প্রেক্ষাপটে তাই কারুশিল্প খাতে নিয়োজিত নারী উদ্যোক্তারা বিপুল সম্ভাবনার পাশাপাশি কতগুলো চ্যালেঞ্জের সম্মুখীন।

### সম্ভাবনা :

- দেশে ক্রমশ কারুশিল্পজাত পণ্যের কদর বৃদ্ধি পাচ্ছে।
- বিদেশে কারুশিল্পজাত পণ্যের চাহিদা বাড়ছে।
- কারুশিল্প লাভজনক বিনিয়োগ হয়ে উঠেছে।
- নারীদের ঐতিহ্যগত শিল্প নৈপুণ্য প্রয়োগের সুযোগ সৃষ্টি হচ্ছে।
- কারুশিল্পের নারী উদ্যোক্তাদের কাজ সামাজিক মর্যাদা লাভ করছে।
- কারুশিল্প খাতের নারী উদ্যোক্তাদের সহায়তায় সরকার, এনজিও ও দাতাগোষ্ঠী নানা কার্যক্রম গ্রহণ করছে।

### সমস্যা/চ্যালেঞ্জ/ঝুঁকি :

- কাঁচামাল প্রাপ্তির সমস্যা।
- মূলধন পুঁজির অভাব।
- উৎপাদন ব্যয় বেশি।
- কারিগর পাওয়ার সমস্যা এবং কারিগরের স্থানান্তর।

বাজারজাতকরণের সমস্যা ।  
সরকারি পৃষ্ঠপোষকতার অভাব ।  
পারিবারিকভাবে সাহায্য সহযোগিতা না পাওয়া ।  
ব্যবসা-বাণিজ্যের মূলধারা থেকে বিচ্ছিন্নতা ।  
ব্যবসায়ী/বণিক সমিতির সঙ্গে সংযোগহীনতা ।  
এ খাতের উদ্যোগকে গুরুত্বহীন বলে অবজ্ঞা করা ।  
নারী-উদ্যোক্তাদের সংশ্লিষ্ট জ্ঞান, দক্ষতা ও অভিজ্ঞতার অভাব ।  
বিদেশে কারুশিল্পজাত পণ্যের যোগানের সমস্যা ।

## দ্বিতীয় অধ্যায়

# কারুশিল্পের নারী উদ্যোক্তাদের সামনে চ্যালেঞ্জ

এম এম আকাশ\*

কারুশিল্প আগে যে অবস্থায় ছিল, এখন আর সেভাবে নেই। তবে বর্তমানে কারুশিল্পের সম্ভাবনাও তৈরি হয়েছে নতুন করে। দেশে কারুশিল্পজাত পণ্যের কদর বাড়ছে। বিদেশেও কারুশিল্পজাত সামগ্রীর চাহিদা বৃদ্ধি পাওয়ায় তা এখন লাভজনক বিনিয়োগে পরিণত হয়েছে। এভাবে নারীদের ঐতিহ্যগত নিপুণতা বাজারে প্রবেশ করছে এবং তা ক্রমেই বাণিজ্যিক উদ্যোগ (commercial venture) হয়ে উঠছে। ঘরের গি থেকে বেরিয়ে এসে নারীরা এখন উদ্যোক্তা। সে একটা পরিচয় লাভ করেছে। তাই এটা একটা উত্তরণকালীন (transitional) পর্ব। কেননা নারীরা এখন নিছক গৃহের অভ্যন্তরে শেখের কারুশিল্পী নন, তিনি এখন উদ্যোক্তা। কিন্তু নারীদের এই উদ্যোক্তা হিসাবে উত্তরণ কতটুকু সফল হবে বা আদৌ তা হবে কিনা, সেটি একটি গুরুত্বপূর্ণ প্রশ্ন। আর এই প্রশ্নের মীমাংসার ওপর নির্ভর করছে অনেক কিছু। অন্যদিকে এখনও নারী উদ্যোক্তারা ব্যবসা-বাণিজ্যের মূলধারায় পৌঁছতে পারেনি। তারা চেম্বার অব কমার্স এর মতো ব্যবসায়ী প্রতিষ্ঠানের সঙ্গে যুক্ত নন। আবার নারী উদ্যোক্তারা সবাই একই অবস্থায় নেই। কেউ কেউ অনেক দূর এগিয়েছেন। অনেকে এখনো পিছিয়ে আছেন। তাই অবস্থা ভেদে এক এক জন একেক ধরনের সমস্যার সম্মুখীন।

তবে সাধারণত নারী উদ্যোক্তারা বর্তমানে মূলত তিন ধরনের সমস্যার মোকাবেলা

\* অধ্যাপক, অর্থনীতি বিভাগ, ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়

করছে। এগুলি কারু (ক) অর্থনৈতিক ও টেকনিক্যাল সমস্যা (Economic & technical problem), (খ) কাঠামোগত সমস্যা (Structural problem), (গ) মূল্যবোধের সমস্যা (Value problem)। আর নারীরা দু'ভাবে ওই সমস্যাগুলির দ্বারা আক্রান্ত হচ্ছে। এক উদ্যোক্তা হিসেবে এবং দ্বিতীয়ত নারী হবার কারণে।

### অর্থনৈতিক ও টেকনিক্যাল সমস্যা

এর মধ্যে রয়েছে কাঁচামাল প্রাপ্তির সমস্যা, মূলধন বা পুঁজির সমস্যা, উৎপাদন ব্যয় বৃদ্ধি, কারিগর প্রাপ্তি ও তাদেও অন্যত্র চলে যাবার সমস্যা, বাজারজাতকরণ সমস্যা। এই সব সমস্যা একেক স্তরের নারী উদ্যোক্তাদের জন্য একেক রকম। কিন্তু তা সত্ত্বেও এসব সমস্যা সমাধানের জন্য আমাদেরকে একটি সাধারণ কৌশল ও নীতিমালা নির্ধারণ করতে হবে। আর এইসব সমস্যা দূর করা সম্ভব হলে নারী উদ্যোক্তারা মূলধারার ব্যবসা-বাণিজ্যে প্রবেশ করতে পারবে।

### কাঠামোগত সমস্যা

নারী উদ্যোক্তাদের সামনে একটি বড় চ্যালেঞ্জ হল এই কাঠামোগত সমস্যা। আর এর সমাধানও দুরূহ। এই কাঠামোগত সমস্যার মধ্যে অন্যতম হল ব্যবসা-বাণিজ্যের মূলধারা থেকে বিচ্ছিন্নতা। এক্ষেত্রে মূল কারণ হস্তবাংলাদেশের শিল্পখাত দু'ভাবে বিভক্তপ্রাতিষ্ঠানিক (formal) এবং অপ্রাতিষ্ঠানিক (informal)। প্রাতিষ্ঠানিক শিল্প মূলধারার অন্তর্ভুক্ত। ফলে সব ধরনের রাষ্ট্রীয় নীতিমালা, সুযোগ-সুবিধা ও মনোযোগ এই প্রাতিষ্ঠানিক খাতের জন্য। অপ্রাতিষ্ঠানিক খাত এখানে পুরোপুরি উপেক্ষিত। এই প্রাতিষ্ঠানিক বলয়ে নারী উদ্যোক্তাদের প্রবেশ করা সহজসাধ্য নয়, বরং বেশ কঠিন। কেননা এখানে নারী উদ্যোক্তাদের পণ্যকে প্রতিযোগিতা করতে হবে বৃহৎ শিল্প পণ্যের সাথে। কারুশিল্প পণ্যকে দামী ও নিম্নমানের বলে চিহ্নিত করার চেষ্টা চলবে। আমদানিকৃত পণ্যের সঙ্গে কারুশিল্পজাত পণ্যকে প্রতিযোগিতায় নামতে হবে। ফলে ব্যাপারটা দাঁড়াবে টিকে থাকার লড়াই (Struggle for existance) এবং যোগ্যতমের টিকে থাকা (Survival of the fittest)। কিন্তু প্রতিযোগিতামূলক বাজারে বিদ্যমান কাঠামোর ভেতরে থেকে নারী উদ্যোক্তারা সংগ্রাম করে বেশিদূর যেতে পারবেন না। তাই এই কাঠামোগত সমস্যার সমাধান হবে দীর্ঘমেয়াদী। এর জন্য কৌশল ও সংগ্রামও হবে ভিন্ন। উল্লেখ্য যে মূল বণিক বা ব্যবসায়ী সমিতির সঙ্গে নারী উদ্যোক্তাদের যুক্ত হতে না পারাটাও একটা কাঠামোগত সমস্যা। যার জন্য বণিক সমিতির সঙ্গে নারী উদ্যোক্তাদের সংযোগ সাধন হচ্ছে না। বণিক সমিতিও নারীদের উদ্যোক্তাদের অগাঙতেয় ভাবছে।

### মূল্যবোধের সমস্যা

মূল্যবোধের সমস্যা নারী উদ্যোক্তাদের সামনে একটি বড় চ্যালেঞ্জ। এর মধ্যে রয়েছে নানা পারিবারিক সমস্যা, পরিবারের পুরুষ প্রধানদের নেতিবাচক মনোভাব, পরিবার

থেকে সহযোগিতার অভাব, সাংসারিক দায়-দায়িত্ব পালনের জন্য বেশি সময় ব্যয় করা। তবে এসব সমস্যার মধ্যে সাংসারিক দায়-দায়িত্বের বোঝা একটা গুরুত্বপূর্ণ সমস্যা। সাংসারিক কাজ-কর্ম সম্পন্ন করার বিকল্প ব্যবস্থা গড়ে না উঠলে এই সমস্যাই পুরুষ উদ্যোক্তার চাইতে নারী উদ্যোক্তাদের পেছনে টেনে ধরে রাখবে। কেননা সাংসারিক সব কাজ করতে গিয়ে নারীরা আর বাজারে পুরুষের মতো সচল হতে পারছেন না। সুতরাং যে মূল্যবোধ নারীকে সচল হতে দেয় না, নিশ্চল করে রাখে, সেটা বদলানো দরকার।

নারী উদ্যোক্তাদের অর্থনৈতিক ও টেকনিক্যাল সমস্যার সমাধানের ক্ষেত্রে প্রথমে দুটি বাধা দূর করতে হবে। প্রথমটি হস্ত জ্ঞান-তথ্য। নানা ধরনের প্রশিক্ষণের মাধ্যমে নারীদের তথ্য-জ্ঞান প্রাপ্তির সমস্যা সমাধান করা যায়। দ্বিতীয় বাধা হচ্ছে পুঁজির সমস্যা। নারী উদ্যোক্তাদের বিভিন্ন ধরনের ঋণ প্রদানের জন্য বিভিন্ন এজেন্সি যেন এগিয়ে আসে সে ব্যবস্থা করতে হবে। নারী উদ্যোক্তাদের তথ্য-জ্ঞান প্রাপ্তির সমস্যা ও পুঁজির সমস্যার সমাধান করবে যথাক্রমে ট্রেনিং ইনস্টিটিউট ও ঋণদানকারী প্রতিষ্ঠানগুলি। এভাবে নারী উদ্যোক্তাদের অর্থনৈতিক ও টেকনিক্যাল সমস্যাগুলির সমাধান করা সম্ভব। তবে নারী উদ্যোক্তাদের কাঠামোগত সমস্যা অনেক ব্যাপক ও গভীর। এটি বিচ্ছিন্নভাবে একা একা সমাধান করা সম্ভব নয়। এই সমস্যা সমাধানের প্রথম শর্ত হল নিজেদের মধ্যে সম্পর্ক, বন্ধুত্ব, সংযোগ, সৌহার্দ্য ও সংহতি বৃদ্ধি করা। নিজেদের একটা প্ল্যাটফর্ম (common platform) প্রতিষ্ঠা করা। এ জন্য নারী উদ্যোক্তাদের একটা সংগঠন গড়ে তুলতে হবে। এই সংগঠন সরকার, বণিক সমিতি, রপ্তানিকারক সংস্থাগুলির সঙ্গে আলাপ-আলোচনা ও দর কষাকষি করবে। এক্ষেত্রে নিজেদের গড়ে তোলা এই প্ল্যাটফর্ম থেকে কিছু সাধারণ এজেন্ডা বা দাবি (common agenda) তুলে ধরা যেতে পারে। যেমন একটি কারুশিল্প বোর্ড নির্মাণ করতে হবে, বিভিন্ন ধরনের ট্রেনিং-ইনস্টিটিউট গড়ে তুলতে হবে নারী উদ্যোক্তাদের জন্য, তাদের জন্য সহজ শর্তে ঋণদানের ব্যবস্থা গ্রহণ করা ইত্যাদি। এ রকম একটা প্ল্যাটফর্ম সক্রিয় করা বেশ কঠিন ও ঝামেলাপূর্ণ হলেও, এটা গড়ে ওঠার একটা সম্ভাবনা ও সুযোগ সৃষ্টি হয়েছে। কেননা বাংলাদেশের অর্থনীতিবিদরা দেখিয়েছেন, ১৯৯৫ সাল থেকে দেশের প্রবৃদ্ধির হার যে শতকরা ৪ শতাংশ থেকে বেড়ে ৬ বা ৭ শতাংশে পৌঁছেছে, তার পেছনে মূল অবদান হল এক্সপোর্ট ইন্ডাস্ট্রি এবং মাঝারি ও ক্ষুদ্র উদ্যোগগুলির (SME)।

বর্তমানে আমরা বিশ্বব্যাংকের নীতি অনুযায়ী তথ্য-জ্ঞান পুঁজি, ঋণ, ব্যাংকিং সুবিধা, সবকিছু এক্সপোর্ট ইন্ডাস্ট্রিকে প্রদান করছি। কিন্তু বিশ্বব্যাংক স্বীকার করেছে যে, এই প্রবৃদ্ধির হার ধরে রাখতে হলে মাঝারি ও ক্ষুদ্র উদ্যোগকেও নানা ধরনের সহায়তা দিতে হবে। তা না হলে প্রবৃদ্ধি আটকে যাবে। তাই এই সম্ভাবনাকে এখন নারী উদ্যোক্তাদের কাজে লাগাতে হবে। তাহলে মাঝারি ও ক্ষুদ্র নারী উদ্যোক্তার সুযোগ সুবিধা বৃদ্ধি পাবে। তবে এক্ষেত্রে নারী উদ্যোক্তারা কতটুকু ভূমিকা পালন করতে

পারবেন, তার উপর অনেক কিছু নির্ভর করছে। এর জন্য রাজনৈতিক সংগ্রামেরও প্রয়োজন রয়েছে। কার্গিশিল্ল বাজার সম্প্রসারণের দাবিও তারা তুলতে পারেন। এই বাজার প্রসারের জন্য নারী উদ্যোক্তারা নিজেরা বছরের একটা নির্ধারিত সময়ে নানা জায়গায় মেলার আয়োজন করতে পারেন। বিদেশেও এ ধরনের মেলার আয়োজন সরকারের সহায়তায় করা যায়। বাজার বিস্তারের দায়িত্ব আবার নারী উদ্যোক্তাদের সংগঠনও নিতে পারে। যেমন এক্সপোর্ট প্রমোশন ব্যুরো (EPB) পণ্য রপ্তানির বাজার প্রসারে সাহায্য করে থাকে। এ ছাড়াও নারী উদ্যোক্তাদের নানা তথ্য-জ্ঞান সহায়তা প্রদানের জন্য ওয়েব সাইট খোলা দরকার। তাহলে তারা ঘরে বসেই জানতে পারবেন কোথায় কোথায় নতুন সুযোগ ও সম্ভাবনা আছে। জ্ঞান অর্জনের বিষয়টি যদিও একটি দীর্ঘমেয়াদী প্রক্রিয়া, তবুও এভাবে তার একটি ক্ষেত্র তৈরি হতো। তাই কার্গিশিল্লের বাজার সম্প্রসারণের দাবি সরকারের এক্সপোর্ট প্রমোশন ব্যুরোর কাছে জানানো উচিত। আর নারী উদ্যোক্তাদের সংগঠনের কাজ হবে পণ্য বাজার বিস্তারের জন্য সারা দেশে মেলার আয়োজন করা। নানা জায়গায় ঘুরে বাজার খুঁজে বের করা কিংবা বাজার তৈরি করা।

অবশ্য এসব কাজ করার ক্ষেত্রে পুরুষের প্রচলিত মূল্যবোধ দৃষ্টিভঙ্গির পরিবর্তন জরুরি। যদিও এটা করা বেশ কঠিন। এজন্য যার যার গৃহে নারী উদ্যোক্তাদের সংগ্রাম চালাতে হবে। এক্ষেত্রে বস্তুগত অবস্থার সুযোগ আমরা নিতে পারি। আর তা হল এখন নারী কর্মজীবীর সংখ্যা বাড়ছে। তাই কর্মক্ষেত্রে ডে-কেয়ার সেন্টার খোলার দাবি জোরালোভাবে তোলা যায়। এর খরচ যার যার সামর্থ্য অনুযায়ী নির্ধারিত হবে। এ ধরনের অবস্থার সুযোগ নারী উদ্যোক্তারা কাজে লাগাতে পারলে, তাদের গৃহস্থালী কাজের বোঝা হ্রাস পাবে এবং তারা বাজারের প্রতিযোগিতায় অবতীর্ণ হতে সক্ষম হবে।

নারী উদ্যোক্তাদের তাই এই তিনটি চ্যালেঞ্জ এখন মোকাবেলা করতে হবে। এই চ্যালেঞ্জ মোকাবেলায় তাদের একদিকে নিজেদের মধ্যে সংহতি ও নেটওয়ার্কিং গড়ে তুলতে হবে। তেমন অন্যদিকে নিজেদের বাইরে থেকেও সাহায্য ও সহযোগিতা নিতে হবে।

## তৃতীয় অধ্যায়

### নারী উদ্যোক্তাদের কণ্ঠস্বর

#### অনুকূল শর্তে ঋণ পাই না

ফেরদৌসী বেগম, চট্টগ্রাম

সুবিধাজনক শর্তে যে কোনো ব্যাংক ঋণ আমাদের দেওয়া হয় না। এখন এনজিওরা ছোট বা বড় অংকের ঋণ দেয়। কিন্তু এই ঋণ সাপ্তাহিক কিস্তিতে পরিশোধ করতে হয়। এ ছাড়াও এক্ষেত্রে আরও অনেক শর্ত রয়েছে এখানে। ওসব শর্ত ব্যবসায়িক দিক থেকে সুবিধাজনক নয়। ফলে এই ঋণ নেওয়ার জন্য আমরা উৎসাহ বোধ করি না।

#### কারুশিল্পে প্রযুক্তি ব্যবহারের সুযোগ কম

বিবি আয়েশা পাখি, নন্দন কানন, চট্টগ্রাম

কারুশিল্প মেশিন ও যন্ত্রপাতি ব্যবহার করার সুযোগ খুব কম। আমাদের মূলত হাতেই কাজ করতে হয়। মেশিনে সেলাই ও অন্যান্য কিছু কাজ করা হয়। তবে মেশিনে নকশা বা এমব্রডারি করা যায়। কিন্তু মেশিনে এমব্রডারির চেয়ে হাতের কাজের চাহিদা ও দাম বেশি। হাতের কাজে ভিন্নতা থাকে বলে এই কাজের কদর বেশি হয়। সে জন্য আমরা হাতেই এসব কাজ করে থাকি।

#### মূলধারার ব্যবসায়ী সম্প্রদায়ের সঙ্গে আমরা জড়িত হতে পারছি না

শাহনাজ জেসমিন, পাহাড়তলী, চট্টগ্রাম

মূলধারার ব্যবসায়ী বা বণিক সমিতির সঙ্গে যুক্ত হবার সুযোগ আমরা পাই না। বণিক সমিতিতে নারী উদ্যোক্তাদের নেওয়া হয় না। নারীদেরকে ব্যবসায়িক উদ্যোক্তা হিসেবে দেখার মানসিকতা এখনো তাদের মধ্যে তৈরি হয়নি। ফলে ব্যবসা-বাণিজ্যের ক্ষেত্রে অনেক বাধা-বিপত্তি আমরা বণিক সমিতির মতো সাংগঠনিকভাবে মোকাবেলা করতে পারি না।

#### পরিবারের সহযোগিতা থাকলেও সমস্যা হয়

রূপা আখতার, চট্টগ্রাম

কাজের ক্ষেত্রে পরিবারের সহযোগিতা থাকলেও অনেক সমস্যার মুখোমুখি হতে হয়। কাজের শুরুতে পরিবারের সম্মতি থাকে। কিন্তু একটা পর্যায়ে যখন কাজের পেছনে বেশি সময় ব্যয় করতে হয় তখনই সমস্যা দেখা দেয়। তখন ব্যবসা এবং ঘরের

কাজের দুটোই তাল মিলিয়ে আর করা যায় না। প্রায়ই ব্যবসার কাজ ফেলে রেখে স্বামী, সন্তান, শ্বশুড়ি ও সংসারের জন্য সময় দিতে হয়। এটা একটা বাধ্যবাধকতা। অথচ এই সময়টা ব্যবসার জন্য ব্যয় করলে উৎপাদিত পণ্যের মান আরো বাড়ানো সম্ভব হতো।

## কারুশিল্প সামগ্রীর উৎপাদন ব্যয় বেশি হওয়ায় দাম বেশি

পারুল আক্তার, চট্টগ্রাম

কারুশিল্প সামগ্রী তৈরি করতে যে কাঁচামাল দরকার তার দাম বেশি এবং এর দাম খুব ওঠা-নামা করে। এখানে পুঁজিও কম। তাই বড় আকারে উৎপাদন করা যায় না। তাই মাথাপিছু জিনিষের উৎপাদন খরচ বেড়ে যায়। এ সব কারণে কারুশিল্পজাত পণ্যের দাম বেশি হয়। ফলে সাধারণ ক্রেতারা তা কিনতে চায় না। ক্ষুদ্র বা অল্প আকারে উৎপাদন হওয়ায় আমরা পাইকারী বাজারে পণ্য পাঠাতে পারি না। আড়ৎ-এর পুঁজি বেশি, তাই তারা পণ্য বেশি সরবরাহ করতে পারে। তারা বিদেশেও মাল রপ্তানি করছে। আসলে আমাদের উৎপাদন এতই কম যে বাজারে দামের ক্ষেত্রে কোনো প্রভাব ফেলতে পারি না। আবার পাইকারী বাজারে নিশ্চয়তা নেই। ফলে পাইকারী বাজারে কারুশিল্প সরবরাহ করলেই যে তা সব বিক্রি হয়ে যাবে এর কোনো গ্যারান্টি নাই। কারুশিল্প পণ্য বিক্রি না হওয়ারও আশংকা আছে। সে জন্য কারুশিল্পের পাইকারী বাজার গড়ে ওঠেনি।

## ব্র্যান্ড নেম আমাদের জন্য একটি সমস্যা

পাখি চাকমা, রাঙামাটি

আমরা নারী উদ্যোক্তাদের পণ্য কোনো ব্র্যান্ড হয়ে উঠতে পারে না। অথচ আড়ৎ বিভিন্ন জায়গা থেকে পণ্য অর্ডার দিয়ে বানায় এবং তারপর নিজস্ব ব্র্যান্ড হয়ে তা বিক্রি হয়। ক্রেতারাও আড়ৎ ব্র্যান্ড দেখে সন্তুষ্ট হয়ে কেনে। আমাদের পণ্য এরকম ব্র্যান্ড নামে বিক্রি করার সুযোগ নেই।

## নারী উদ্যোক্তাদের সমবায় গড়ে তোলা জরুরি

নীলা আফরিন, চট্টগ্রাম

নারী উদ্যোক্তারা বিচ্ছিন্ন। এক একা কাজ করে। আমাদের মধ্যে কোনো ঐক্য নেই। অথচ এখন আমাদেরও ঐক্যবদ্ধ হওয়াটা খুবই প্রয়োজন। আমরা নারী উদ্যোক্তারা যদি সমবায় গড়ে তুলি তাহলে ঐক্যবদ্ধভাবে প্রতিযোগিতা করতে পারবো। সবার উপাদিত পণ্য এক জায়গায় জমা হবে এবং তারপর আমাদের ব্র্যান্ড নামে তা বিভিন্ন জায়গায় সরবরাহ করা হবে। তাহলে আমরা আড়ৎ-এর মতো ব্র্যান্ডের সঙ্গেও প্রতিযোগিতা করতে পারবো। কেননা আমরা একা একা আড়ৎ-এর মতো সমমানের পণ্য তৈরি করেও তার ন্যায্য দাম পাচ্ছি না। আর আমাদের পণ্যের চাহিদা মূলত বিদেশেই বেশি। তাই সমবায়ের মাধ্যমে আমরা বিদেশেও পণ্য রপ্তানি করতে পারি। এর ফলে আমরা মধ্যসত্ত্বভোগীদের খপ্পর থেকেও বাঁচতে পারবো। এভাবে আমরা সকলেই লাভবান হবো।

## কারুশিল্প সামগ্রীর বিকল্প শস্তা পণ্যের চ্যালেঞ্জ মোকাবেলা করতে হবে

রৌশন আরা বেগম, চট্টগ্রাম

বাজারে কারুশিল্প সামগ্রীর বিকল্প পণ্য শস্তায় অনেক পাওয়া যায়। ফলে ক্রেতার কাঙ্ক্ষিত দ্রব্য কিনতে চায় না। এ জন্য ক্রেতাদের এসব কিনতে উদ্বুদ্ধ করা দরকার। এর পাশাপাশি কারুশিল্প সামগ্রীর দাম কীভাবে কম করা যায় সে ব্যবস্থা গ্রহণ করতে হবে। ক্রেতাদের সচেতন করার জন্য মেলার আয়োজন করা প্রয়োজন। শুধু বড় বড় শহরে নয়। ছোট শহরে এবং গ্রামে-গঞ্জেও এ ধরনের মেলার আয়োজন করতে হবে। এর ফলে ক্রেতারাও কারুশিল্প কিনতে উৎসাহী হবেন এবং অন্যদিকে বিক্রেতারাও তাদের পণ্য বিক্রি করতে পারবে। গ্রাম-গঞ্জের ছোটখাট কারুশিল্প উৎপাদকদের পক্ষেও এসব মেলায় অংশগ্রহণ করা সহজ হবে।

## গুরুতে শখ হলেও এখন এটা প্রয়োজন

মায়া চাকমা, রাঙামাটি

আমরা কেউ কেউ সংসারের প্রয়োজনে এই কাজ করে থাকি। আবার কেউ কেউ শখ করে শুরু করলেও এখন এটা প্রয়োজন। কেননা এখন এই কাজ থেকে আয়-উপার্জন হচ্ছে এবং তা সংসারের প্রয়োজন মেটাতে সাহায্য করছে।

## শুধু আয় নয়, মর্যাদাও বেড়েছে

রহমতুন নেছা নাছিমা, চট্টগ্রাম

প্রথম প্রথম আমরা সামাজিকভাবে কিছু সমালোচনার সম্মুখীন হয়েছিলাম। কিন্তু এখন সমাজে কিছুটা মর্যাদা বেড়েছে আয়-উপার্জন করতে পারার জন্য। শুরুতে স্বামীরা কিছুটা সমস্যা সৃষ্টি করলেও পরে এই কাজকে গুরুত্ব ও সমর্থন দিয়েছে। তাছাড়া কারুশিল্প অনেকটা ঘরে বসে করা যায় বলে পরিবার এটা মেনে নিচ্ছে।

## অর্থনীতিতে অবদান রাখলেও রাষ্ট্রীয় স্বীকৃতি নেই

মনিরা ইমদাদ, ঢাকা

আজ এটা স্বীকৃত সত্য যে আমরা জাতীয় অর্থনীতিতে অবদান রাখছি। অভ্যন্তরীণ বাজার বিকাশে নারী উদ্যোক্তাদের ভূমিকা রয়েছে। কিন্তু তা সত্ত্বেও সরকার রাষ্ট্রীয়ভাবে আমাদের কোনো স্বীকৃতি ও মর্যাদা দেয়নি। দেশীয় অর্থনীতিতে ভূমিকা পালনের জন্য সাধারণ পুরুষ ব্যবসায়ীরা মর্যাদা পেলেও আমরা নারী উদ্যোক্তারা সে ধরনের কোনো মর্যাদা পাই না। নারী উদ্যোক্তাদের পক্ষে পণ্যের বাজার তৈরি করা বা মার্কেট প্রাথমিক করা খুবই দুর্কর। কেননা এই মার্কেট প্রমোশনের ক্ষেত্রে নানা বামেলাসহ অনিয়ম, দুর্নীতি, অব্যবস্থা আছে তা নারী উদ্যোক্তাদের জন্য সামলানো সহজ নয়। একজন পুরুষ যেভাবে এই সব সমস্যা মোকাবেলা করতে পারে, নারীদের পক্ষে সেভাবে তাল মিলিয়ে এগিয়ে যাওয়া সম্ভব হয় না।

অন্যদিকে আবার একজন নারী উদ্যোক্তাকে তার সাংসারিক সব কাজ শেষ করে,

পরিবারকে সেবা ও সময় দিয়ে সন্তুষ্টি করে তবেই তাকে কাজ চালিয়ে যেতে হয়। ফলে পুরুষের মতো প্রতিযোগিতামূলক দক্ষতা অর্জন করাটা নারী উদ্যোক্তাদের পক্ষে কঠিন হয়ে দাঁড়ায়। সেজন্য আমি মনে করি বাজার ব্যবস্থাকে বোঝা, ক্রেতাদের চাহিদা জানা, পণ্যের মান বৃদ্ধি ও নতুনত্ব আনা-এ সবার জন্য প্রশিক্ষণের ব্যবস্থা করতে হবে নারী উদ্যোক্তাদের জন্য। উলেখ্য আমরা কারুশিল্পের নারী উদ্যোক্তারা অনেক সময় উৎপাদিত পণ্যের গুণমান ধরে রেখে তা আরও উন্নত করতে পারি না। ফলে ঐ পণ্য আর ক্রেতাদের আকৃষ্ট করতে পারে না। আবার কারুশিল্প খাতে নিয়োজিত নারী উদ্যোক্তাদের গিল্ড গড়ে তোলা দরকার। তাহলে আমরা আন্তর্জাতিক বাজারও ধরতে পারবো। এ ক্ষেত্রে স্মরণ রাখা দরকার যে আমরা প্রতিবেশি ভারতের সাথে প্রতিযোগিতা করে কারুশিল্পে টিকে আছি। তাই যাতে ভবিষ্যতে আমরা টিকে থাকতে পারি সে জন্য এ ধরনের প্রশিক্ষণের আয়োজন করতে হবে। এ ছাড়াও দক্ষতা বৃদ্ধির ট্রেনিং-এর পাশাপাশি নারী উদ্যোক্তাদের ব্যবসা-বাণিজ্য সংক্রান্ত অফিসিয়াল ফর্মালিটিজ সম্বন্ধে ধারণা প্রদানের জন্য উদ্যোগ নিতে হবে।

## হাতে কলমে নারী উদ্যোক্তাদের দক্ষতা বৃদ্ধির প্রশিক্ষণ দিতে হবে

রুবী আলী, ঢাকা

কারুশিল্পে নারী উদ্যোক্তাদের দক্ষতার অভাব রয়েছে। তাই তাদের হাতে কলমে দক্ষতা বৃদ্ধির প্রশিক্ষণ দিতে হবে। ব্যবসা-বাণিজ্য সংক্রান্ত আইন-কানুন, রীতিনীতি, নিয়ম সম্বন্ধেও নারী উদ্যোক্তারা অনেক কম জানে। এই বিষয়েও তাদের জ্ঞাত করার উদ্যোগ নিতে হবে। তবে এ ক্ষেত্রে বিভিন্ন অফিস ও জায়গায় নারী উদ্যোক্তাদের নিয়ে গিয়ে ব্যবসা-বাণিজ্য সংক্রান্ত কাজকর্ম হাতে কলমে শেখানো দরকার। তাহলে তাদের ব্যবহারিক শিক্ষণ (ষবধৎহরহম) নিশ্চিত করা সম্ভব।

## নারী উদ্যোক্তাদের পণ্য প্রদর্শনীর জন্য একটি শো-রুম স্থাপন করতে হবে

নাইমা ইসলাম, ঢাকা

নারী উদ্যোক্তা আলাদা আলাদা ও ভাবে একা একা তাদের পণ্যের বাজার খুঁজতে পারে না। উৎপাদিত পণ্যের বিপণন (সখৎশবৎহরহম) করার সুযোগও তাদের কম। তাই আমি মনে করি নারী উদ্যোক্তাদের কারুশিল্পজাত পণ্যের প্রদর্শনীর জন্য একটি কমন শো-রুম থাকা দরকার। এই শো-রুমে নারী উদ্যোক্তারা তাদের বিভিন্ন ধরনের মান সম্পন্ন পণ্য প্রদর্শন করবে। আর দেশী ও বিদেশী ক্রেতা বা বায়াররা এখানে এসে তাদের পছন্দসই পণ্য পছন্দ করে অর্ডার দেবে। এভাবে নারী উদ্যোক্তাদের সাথে বায়ারদের একটা সংযোগ তৈরি করা সম্ভব হবে। এই ধরনের প্রদর্শনী কেন্দ্র থাকলে কারুশিল্পের নারী উদ্যোক্তাদের পক্ষে বাজারে প্রবেশ করা বা নতুন বাজারের সন্ধান লাভ করা সহজ হবে। সরকার ও এনজিওদের এখন এ ক্ষেত্রে এগিয়ে আসা উচিত। শুধু তাই নয়, নারী উদ্যোক্তাদের বিশেষ সমস্যা বা অসুবিধাগুলি বিবেচনা করে তাদের জন্য কিছু বিশেষ সুযোগ-সুবিধাও প্রদান করা দরকার।

## নারী উদ্যোক্তাদের বিদেশে মেলায় অংশগ্রহণ করার সুযোগ দিতে হবে

রওনক সুলতানা, ঢাকা

বাংলাদেশ সরকারের রপ্তানি উন্নয়ন ব্যুরো (EPB) বিদেশে দেশীয় পণ্যের বাজার প্রসারের জন্য মেলায় আয়োজন করে। এই মেলায় দেশীয় উৎপাদকদের নিয়ে যাওয়া হয়। এ জন্য সরকার সহায়তা করতো। কিন্তু এখন বিদেশে অনুষ্ঠিত মেলায় অংশগ্রহণকারী উৎপাদকদের কাজ থেকে টাকা নেওয়ার নিয়ম চালু করছে রপ্তানি উন্নয়ন ব্যুরো। এর ফলে মোটা অংকের টাকা জমা দিয়ে পুরুষদের পক্ষে বিদেশের মেলায় অংশগ্রহণ সম্ভব। কিন্তু টাকা জমা দিয়ে বিদেশের মেলায় যেতে পারে না নারী উদ্যোক্তারা। শুধু তাই নয়, এক্ষেত্রে ভিসাও একটি সমস্যা। কেননা এক্ষেত্রে নারীদের নানাভাবে হয়রানি করা হয়। তাই এখন বিদেশে মেলায় অংশগ্রহণ করতে আগ্রহীদের কাছ থেকে টাকা নেওয়ার নিয়ম বাতিল করা প্রয়োজন। সেই সঙ্গে বিদেশী মেলা অংশ নিতে ইচ্ছুক নারী উদ্যোক্তাদের ভিসার ব্যবস্থা করার দায়িত্ব রপ্তানি উন্নয়ন ব্যুরোর নেওয়া উচিত।

## নারী উদ্যোক্তাদের জন্য হকার্স মার্কেট করা দরকার

সানজিদা ইভা, ঢাকা

আমরা দেখি হকার্স মার্কেট পণ্য বিক্রির একটা গুরুত্বপূর্ণ স্থান। কম বেশি সকলেই হকার্স মার্কেটে যায়। দেশের বিভিন্ন শহরে নির্দিষ্ট ধরনের পণ্য বিক্রির জন্য বিভিন্ন ধরনের হকার্স মার্কেট আছে। কিন্তু দেশে কারুশিল্পের কোনো হকার্স মার্কেট গড়ে ওঠেনি। তাই নারী উদ্যোক্তাদের জন্য এ ধরনের হকার্স মার্কেট গড়ে তোলা প্রয়োজন। এই হকার্স মার্কেট এমন একটি সুবিধাজনক স্থানে স্থাপন করতে যাতে বিভিন্ন অঞ্চলের নারী উদ্যোক্তারা এখানে এসে তাদের জিনিস বিক্রি করতে পারে।

## ডিজাইনের মালিকানা স্বত্ত্ব সংরক্ষণ বা পেটেন্ট করা সম্ভব হচ্ছে না

শামীমা খান, ঢাকা

আমাদের দেশে নারী উদ্যোক্তারা বিভিন্ন ধরনের ডিজাইন তাদের মেধা খাটিয়ে তৈরি করছে। কিন্তু এসব ডিজাইন যখন বাজারে আসে তখন কোনো নির্দিষ্ট ডিজাইনারের বা প্রকৃত উদ্ভাবক উদ্যোক্তার নাম থাকে না। বাজারে আসার পর তা কপি করে অন্যান্যরাও ব্যবহার করে। ফলে নিজের শ্রম ও মেধা দিয়ে তৈরি করা ডিজাইন অন্যরা নিজের নাম লাগিয়ে বিক্রি করছে। এতে করে মূল ডিজাইনার বঞ্চিত হচ্ছে। তাই এখন ডিজাইনের স্বত্ত্ব বা পেটেন্টের বিষয়টিকে গুরুত্ব দিতে হবে এখন।

## বিভিন্ন মার্কেটে নারী উদ্যোক্তাদের জন্য দোকান বরাদ্দ রাখা দরকার

নীপা খালেদ, ঢাকা

নারী উদ্যোক্তাদের সহজে কেউ দোকান বা ঘর ভাড়া দিতে চান না। অনেক কষ্টে দোকান পাওয়া গেলেও অনেক বেশি ভাড়া দিতে হয়। আবার নারী উদ্যোক্তা হলে

মালিকরা ঘন ঘন ভাড়া বাড়তে চাপ দেয়। সে জন্য সরকারের একটা নীতিমালা করা উচিত যাতে সহজ শর্তে নারী উদ্যোক্তারা দোকান ভাড়া নিতে পারে। এ ছাড়া বিভিন্ন মার্কেটে নারী উদ্যোক্তাদের জন্য দু'একটি দোকান বরাদ্দ রাখা দরকার, যাতে করে নারীরা সেগুলি ভাড়া নিয়ে দোকান চালাতে পারে।

### **স্বামীরা যুক্ত হলে সুবিধার চেয়ে অসুবিধা হয় বেশি**

*ভারতীয়গল, ঢাকা*

অনেকে আমরা পরিবারের কাছ থেকে সহযোগিতা নেই। স্বামীসহ পরিবারের অন্যান্য সদস্যরা নানাভাবে সাহায্য করে অনেক ক্ষেত্রে। তবে স্বামী সহযোগিতাটা সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ। আবার অনেক সময় এই স্বামীর এই সহযোগিতা নারী উদ্যোক্তাদের কাছে সমস্যা দাঁড়ায়। যেমন সাধারণত নারীদের কোনো সম্পত্তি না থাকায় তারা ব্যাংক ঋণ নিতে পারে না। তাই তারা স্বামীর সম্পদ দেখিয়ে ঋণ নেয়। কিন্তু ঋণ নিয়ে ব্যবসা শুরু পর দেখা যায়, এক সময় স্বামীরা মালিকানা দাবি করছে। ব্যবসা বড় হলে লাভের ভাগ দেবার জন্য চাপ প্রয়োগ করছে।

### **কারিগর চলে যাওয়া আমাদের জন্য একটি অন্যতম সমস্যা**

*শেলীনা, ঢাকা*

কারুশিল্পের নারীদের উদ্যোক্তাদের অনেক সমস্যার মধ্যে একটি বড় সমস্যা হল কারিগর চলে যাওয়া। যখন দেশী/বিদেশী বাজারে ভালো কাজের অর্ডার পাই তখন এই সমস্যা তীব্র হয়ে দেখা দেয়। আমরা অনেক কষ্ট করে একজন কারিগর গড়ে তুলি। কিন্তু দেখা গেল কিছু দিন পর সে অন্য একটি জায়গায় গিয়ে যোগ দিল। আবার অনেক সময় দেখা যায় যে, ঐ কারিগরটি নিজেই একটা ব্যবসা খুলে বসলো। তাই এই সমস্যা সমাধানের জন্য নারী উদ্যোক্তাদের মধ্যে একটি কোড অব কনডাক্ট বা নীতিমালা থাকা উচিত। কেননা ভালো কারিগর একদিনে পাওয়া যায় না, তাদের তৈরি করে নিতে হয়।

### **নারী উদ্যোক্তাদের কোনো সম্মানজনক পরিচয় নেই**

*রাখী, ঢাকা*

নারী উদ্যোক্তারা নানাভাবে নিজের ও দেশের জন্য অবদান রাখলেও তার কোনো সম্মানজনক পরিচয় নেই। ফলে সে নানা জায়গায় হয়রানির শিকার হয়। সে জন্য নারী উদ্যোক্তাদের জন্য পরিচয় পত্র বা সার্টিফিকেট সরকার থেকে প্রদান করা প্রয়োজন। এই পরিচয় পত্র তাকে ব্যাংক ঋণসহ নানা ধরনের সুযোগ-সুবিধা পেতে সাহায্য করবে। এছাড়াও সফল ও ভালো নারী উদ্যোক্তাদের সরকারি ও বেসরকারিভাবে পুরস্কৃত করে তাদের উৎসাহিত করা দরকার।

## আমাদের প্রতিকূল শর্তে অর্ডার নিতে হয়

সুলতানা রহমান

অনেক সময় আমাদের নারী উদ্যোক্তাদেরকে প্রতিকূল শর্তে অর্ডার নিতে হয়। যেমন অর্ডার নিলে চুক্তি করতে হয় যে, অবিক্রিত মাল ফেরৎ নিতে হবে এবং তা অন্য কোথাও বিক্রি করা যাবে না। এই অসম চুক্তির ফলে অনেক মাল অবিক্রিত থেকে যায়। এতে করে আমাদের অনেক লোকসান হয়ে। একদিকে আমরা যেমন ক্ষতির সম্মুখীন হই। তেমনি দরিদ্র নারী কারিগররাও এর পারিশ্রমিক থেকে বঞ্চিত হয়।

## কারিগররা না বুঝে অনেক সময় বাজার নষ্ট করে

ফারহানা আফরোজ, ঢাকা

কারিগররা অনেক সময় না বুঝে নারী উদ্যোক্তাদের ক্ষতি করে। তারা যেমন বেশি পারিশ্রমিকের আশায় অন্যত্র চলে যায়। তেমনি অনেক কারিগর আবার নিজেই ব্যবসা খুলে বসে। আমাদের পণ্য বা ডিজাইন কপি করে সে বাজারে ছাড়ে এবং কম দামে সে বিক্রি করে। তার কোনো স্টাবলিস্টমেন্ট কস্ট না থাকায় সে কমে বিক্রি করতে পারে। কিন্তু এভাবে সে বেশিদিন চলতে পারে না। এক সময় সে অন্যান্য প্রয়োজনীয় জ্ঞান-দক্ষতা ও পুঁজি না থাকার কারণে আর টিকে থাকতে পারে না। এভাবে সে নিজেও ধ্বংস হয়। অন্যদিকে আমাদের বাজারটাও নষ্ট করে।

## ঢাকার বাইরের কারিগররা বেশি সমস্যার সম্মুখীন হয়

শিখা সাহা, জামালপুর

তুলনামূলকভাবে ঢাকার চাইতে ঢাকার বাইরের নারী উদ্যোক্তারা বেশি সমস্যা মোকাবেলা করছে। অবস্থানগত কারণে ঢাকায় যারা থাকে তারা কিছুটা সুবিধাজনক অবস্থায় আছে। আমরা বাইরের নারী উদ্যোক্তারা ঢাকা থেকে অর্ডার পাই ঠিকই। কিন্তু ডেলিভারি দেওয়ার পর সময় মতো পাওনা আমাদের দেওয়া হয় না। নানাভাবে এক্ষেত্রে ঘোরানো হয়। সময় মতো টাকা না পাওয়ায় সবচেয়ে বিপদে পড়ে গ্রামের ক্ষুদ্র নারী উদ্যোক্তারা। তারা অনেক সময় গোপনে সোনার গয়না বন্ধক রেখে টাকা নিয়ে এখানে বিনিয়োগ করে। কিন্তু মাল সরবরাহ করেও টাকা না পাওয়ায় তাদের পরিবারে নানা অশান্তি সৃষ্টি হয়। এমনকি তারা তালাকেরও শিকার হয়।

## প্রতিযোগিতামূলক বাজারে আমাদের নিজেদেরকে যোগ্য হয়ে উঠতে হবে

বদরুন নাহার, ঢাকা

আসলে আমাদের সমস্যা আমাদের নিজেদেরকেই সমাধানে এগিয়ে আসতে হবে। অন্যের মুখাপেক্ষি হয়ে থাকলে চলবে না। আমাদেরকে ব্যবসা-বাণিজ্যের প্রচলিত নিয়ম-কানুন জানতে হবে। ব্যবস্থাপনা দক্ষতাও বাড়ানো দরকার। চাহিদার সঙ্গে তাল মিলিয়ে ডিজাইনের মানও উন্নয়ন করতে হবে। এ জন্য নিজেদের উদ্যোগে ট্রেনিং-এর ব্যবস্থা করা প্রয়োজন। অনেক সময় আমরা নিজেদের দুর্বলতা ঢেকে

রাখি। তা ঠিক নয়। যেমন অনেক নারী উদ্যোক্তা অর্ডার নিয়ে ঠিক সময় মতো মাল ডেলিভারি দিতে পারে না। আবার অনেকের সরবরাহকৃত পণ্যের গুণমান খারাপ হয়। এভাবে কয়েকজন উদ্যোক্তার কারণে সকল নারী উদ্যোক্তার বদনাম হয়। আমাদের নিজেদেরকে এ ব্যাপারে সচেতন হতে হবে।

## চতুর্থ অধ্যায়

# কারুশিল্পের নারী উদ্যোক্তাদের অবস্থা সাক্ষাৎকার ভিত্তিক প্রতিবেদন

বর্তমান সমীক্ষাটি আসলে কারুশিল্পে নিয়োজিত নারী উদ্যোক্তাদের আর্থ-সামাজিক অবস্থা বিচার করার একটি প্রচেষ্টা। এরই অংশ হিসাবে এই সমীক্ষায় সরাসরি নারী উদ্যোক্তাদের মতামত সংগ্রহ করা হয়েছে। নারী উদ্যোক্তাদের এই মতামত একটি প্রশ্নমালার ভিত্তিতে তুলে আনা হয়। এ ক্ষেত্রে ঢাকা ও চট্টগ্রামের মোট ২০ জন নারী উদ্যোক্তাকে নির্বাচন করা হয়েছিল। তাদের প্রদত্ত বক্তব্য বা প্রশ্নোত্তর নারী উদ্যোক্তাদের অবস্থার একটা সাধারণ চিত্র তুলে ধরছে। এখানে প্রশ্নমালার ভিত্তিতে সংগৃহীত নারী উদ্যোক্তাদের কথা সংকলিত করে তুলে ধরা হল, যা নারী উদ্যোক্তাদের বর্তমান অবস্থা উপলব্ধি করতে আমাদেরকে সহায়তা করবে।

### কারুশিল্পের নারীরা উদ্যোক্তা হয়ে উঠছেন

বাংলাদেশে কারুশিল্প এখন আর নারীদের নিছক শখ বা সময় কাটানোর বিষয় নয়। কেবল শিল্পবোধ প্রকাশের জন্য আজকাল নারীরা কারুশিল্পে নিয়োজিত হন না। কারুশিল্প বর্তমানে তাদের জীবিকা বা পেশা। তাই আমরা দেখি যে, অনেক নারীই কারুশিল্পের মাধ্যমে আয়-উপার্জন করছে। কারুশিল্প উৎপাদনে জড়িত এসব নারীরা ক্রমশ নারী উদ্যোক্তা হয়ে উঠছেন। এমন কি কারুশিল্পই এখন তাদের মূল পেশা। সমীক্ষার অধীনে পরিচালিত প্রশ্নমালা ভিত্তিক জরীপে তাই দেখা গেছে যে, জরীপে অংশগ্রহণকারী নারী উদ্যোক্তাদের প্রায় ৮০ শতাংশের (১৬ জন) মূল পেশা হল কারুশিল্প। বাদবাকিরা ২ জন গৃহ কর্ম, ১ জন লেখাপড়া ও ১ জন কম্পিউটার ট্রেনারের কাজ করার পাশাপাশি এই কারুশিল্পের কাজ করেন। উল্লেখ্য যে, নারী উদ্যোক্তাদের অধিকাংশই আগে ছাত্রী ও গৃহিণী ছিলেন। কেউ কেউ আগে চাকরি করতেন। আবার কেউ কেউ নিছক সখের বশে আগে এসব করতেন। যেমন সমীক্ষা অনুযায়ী ৬০% (১১ জন) নারী উদ্যোক্তা ওই কারুশিল্পে নিযুক্ত হবার পূর্বে ছাত্রী ছিল।

৩০% (৬ জন) গৃহিণী ছিলেন। বাদবাকীরা চাকরি করতেন বা সখ করে এসব করতেন।

### নারী উদ্যোক্তাদের আর্থসামাজিক পটভূমি

(Socio-Economic background of WE)

কারুশিল্প খাতে কর্মরত নারী উদ্যোক্তাদের সকলেই কম বেশি প্রাতিষ্ঠানিকভাবে শিক্ষিত। এমন কি উলেখযোগ্য সংখ্যক নারী উদ্যোক্তা উচ্চশিক্ষিত। যেমন সমীক্ষা অনুযায়ী ৭০ শতাংশ (১২ জন) নারী উদ্যোক্তার স্নাতক ও স্নাতকোত্তর ডিগ্রি, ৩০ শতাংশ (৮ জন) মাধ্যমিক, উচ্চ মাধ্যমিক এবং ৯ম শ্রেণী পাস। ওদের প্রায় সকলেই সুস্থ ও সবল। নারী উদ্যোক্তারা বেশিরভাগই মাঝবয়সী, যাদের বয়স ৩০ থেকে ৪০ এর কোঠায় এবং এরা সবাই বিবাহিত (৭০ শতাংশ)। পারিবারিকভাবে নারী উদ্যোক্তারা প্রায় সকলেই বেশ অনুকূল পরিবেশ উপভোগ করেন। যেমন তাদের স্বামীরা শিক্ষিত ও স্বচ্ছল, যারা ভাল চাকরি বা ব্যবসা করেন। অধিকাংশ নারী উদ্যোক্তার স্বামীরা তাদের স্ত্রীদের এই কাজকে ইতিবাচক দৃষ্টিতে দেখেন এবং সহায়তা করেন। কেননা দেখা গেছে যে ৬০% নারী উদ্যোক্তাদেরকে প্রাথমিক পুঁজি যোগান দিয়েছেন তাদের স্বামীরা। তবে উলেখযোগ্য সংখ্যক নারী উদ্যোক্তার (প্রায় ৩০ শতাংশ) প্রাথমিক পুঁজির উৎস ছিল তাদের নিজের জমানো সম্পদ। আবার কিছু নারী উদ্যোক্তা (১০ শতাংশ) পিতার কাজ থেকে অর্থ সংগ্রহ করে কারুশিল্পে প্রাথমিক পুঁজি হিসাবে বিনিয়োগ করেছে। এ ছাড়াও নারী উদ্যোক্তাদের গৃহস্থালী কাজে দায়-দায়িত্ব পালনের ক্ষেত্রে স্বামীর পরিবারের অন্যান্য সদস্যরা যথেষ্ট সাহায্য-সহযোগিতা করে থাকে।

### তাঁত-বাটিক-বুটিক-বকের কাজে নারী উদ্যোক্তাদের কেন্দ্রীভবন

তাঁত-বাটিক-বুটিক-বক-সেলাই এ ধরনের কারুশিল্পেই মূলত নারী উদ্যোক্তাদের কেন্দ্রীভবন লক্ষ্য করা যায়। প্রায় ৭৫ শতাংশ নারী উদ্যোক্তা এ ধরনের কারুশিল্প উৎপাদনের সাথে জড়িত। সাধারণত গৃহভিত্তিক উৎপাদন ও ঐতিহ্যগত দক্ষতার কারণে নারী উদ্যোক্তারা এই ধরনের কারুশিল্পের প্রতি আকৃষ্ট হয়। তবে অন্যান্য ধরনের কারুশিল্প উৎপাদনের নারীদের যুক্ত হতে দেখা যায়। যেমন মাটির অলংকার, উপহার সামগ্রী, চামড়া ও কাঠের কাজ ইত্যাদি।

### নারী উদ্যোক্তাদের দক্ষতা ও আত্মবিশ্বাস

নারী উদ্যোক্তারা তাদের বর্তমান দক্ষতা সম্বন্ধে যথেষ্ট আত্মবিশ্বাসী। তাই ৫০ শতাংশ নারী উদ্যোক্তা নিজেদের দক্ষতায় সন্তোষ প্রকাশ করেছেন। এর কারণ হল প্রায় ৮০ শতাংশ নারী উদ্যোক্তা কম-বেশি এনজিওদের কাছ থেকে দক্ষতা বৃদ্ধিসহ বিভিন্ন ধরনের প্রশিক্ষণ পেয়েছেন। নারী উদ্যোক্তাদের অর্ধেক (৫০ শতাংশ) মনে করেন যে তাদের বর্তমান দক্ষতা আরো বৃদ্ধি করা প্রয়োজন।

## নারী উদ্যোক্তা হবার প্রণোদনা

নানা বাস্তবতা থেকে নারীরা কারুশিল্পের উদ্যোক্তা হিসাবে আত্মপ্রকাশ করেছেন। অনেক প্রতিকূলতা মোকাবেলা করে তারা নারী উদ্যোক্তা হয়েছেন। তাদের এই উদ্যোক্তা হবার পেছনে বিভিন্ন ধরনের শর্ত কাজ করেছে। কিন্তু অধিকাংশ (৭০ শতাংশ) নারী উদ্যোক্তা নিজে কিছু করার আকাঙ্ক্ষায় এ পথে পা বাড়িয়েছেন। এ জন্য তারা অন্যের মুখাপেক্ষী না হয়ে নিজেই উদ্যোগ গ্রহণ করেছেন। এই নিজস্ব উদ্যোগের ফলেই তারা আজ নারী উদ্যোক্তা হয়ে উঠেছেন। তবে নারী উদ্যোক্তা হবার পেছনে অন্য কারণও কিছু রয়েছে। যেমন কিছু সংখ্যক (২৫%) নারী উদ্যোক্তা এনজিওদের উৎসাহ ও উদ্যোগে এ কাজে যুক্ত হয়েছেন। তা হলে দেখা যাচ্ছে যে, নিছক দারিদ্র্যতা বা আত্মকর্মসংস্থানের (self-employment) জন্য নারীরা উদ্যোক্তা হবার প্রচেষ্টা গ্রহণ করেনি। বরং নিজের ক্ষমতায়নের লক্ষ্যেই তারা সচেতনভাবে নারী উদ্যোক্তা হবার প্রয়োজনীয়তা বোধ করেছেন। আর তাই তারা নারী উদ্যোক্তা হবার অপ্রচলিত পথ বেছে নিয়েছেন।

## আর্থিক তথ্য প্রকাশে স্পর্শকাতরতা

(Sensitive to income and expenditure information)

সাধারণ নারী উদ্যোক্তাদের তাদের সম্বন্ধে নানা তথ্য প্রদানে কোনো সংকোচ নেই। নিজেদের জীবন, কর্ম, এমনকি সংসার নিয়ে নানা কথা তারা সহজে বলেছেন। কিন্তু একটি ক্ষেত্রে তারা খুব স্পর্শকাতর। আর সেটি হল তাদের আর্থিক তথ্য। দেখা গেছে অর্ধেক (৫০%) নারী উদ্যোক্তা তাদের মাসিক আয়-ব্যয় সংক্রান্ত তথ্য জানাননি। নানাভাবে চেষ্টা করা সত্ত্বেও তাদের কাজ থেকে ঐ সংক্রান্ত তথ্য জানা যায়নি। তবে তারা ইচ্ছাকৃতভাবে এই তথ্য জানাতে চান না, নাকি এই তথ্য তারা এখনো সঠিকভাবে দিতে প্রস্তুত নভতা জানা সম্ভব হয়নি। আবার এমনও হতে পারে যে তাদের আয়-ব্যয়ের হিসাব রক্ষণ পদ্ধতি না থাকায় সঠিকভাবে ঐ তথ্য জানে না। বাকি অর্ধেক (৫০%) নারী উদ্যোক্তাদের কাজ থেকে অবশ্য নানাভাবে প্রশ্ন করার পর এ ধরনের কিছুটা তথ্য পাওয়া গেছে। তাদের প্রদত্ত তথ্য অনুযায়ী ১০ শতাংশ নারী উদ্যোক্তার মাসিক আয় ১০ থেকে ১২ হাজার এবং ৮ থেকে ১০ হাজার। ২০ শতাংশ নারী উদ্যোক্তার মাসিক আয়-ব্যয় যথাক্রমে ৪ থেকে ৫ হাজার এবং ৩ থেকে ৪ হাজার। আর ২৫ শতাংশ নারী উদ্যোক্তার মাসে গড় আয় ২ হাজার এবং ব্যয় ১৫০০ টাকা। অধিকাংশ নারী উদ্যোক্তাদের আয়-ব্যয় সংক্রান্ত প্রকৃত তথ্য জানা না গেলেও প্রদত্ত নানা তথ্য থেকে তাদের সঞ্চয় বা ঋণ সংক্রান্ত একটি প্রাথমিক ধারণা পাওয়া যায়। প্রায় ২৫ শতাংশ নারী উদ্যোক্তা ঋণ সহায়তা নিয়েছেন। কোনো-না-কোনো উৎস থেকে এরা ঋণ পেয়েছেন। তবে ৭৫ শতাংশ নারী উদ্যোক্তা ঋণ গ্রহণ সংক্রান্ত কোনো তথ্য দেননি। এ থেকে অনুমান করা যায় যে, ৭৫ শতাংশ নারী উদ্যোক্তা কোনো ঋণ গ্রহণ করেনি। অবশ্য নারী উদ্যোক্তাদের কাছ থেকে সঞ্চয় সংক্রান্ত তথ্য

সহজে পাওয়া গেছে। দেখা গেছে, প্রায় ৪৫ শতাংশ নারী উদ্যোক্তার সঞ্চয় রয়েছে। যদিও এই সঞ্চয়ের পরিমাণ কত তা তারা প্রকাশ করতে চাননি।

### উৎপাদন ব্যয় সম্বন্ধে অস্পষ্টতা

অধিকাংশ নারী উদ্যোক্তা দক্ষতা ও আত্মবিশ্বাসী হলেও উৎপাদন ব্যয় সম্বন্ধে তাদের অনেকেরই কোনো ধারণা নেই। উৎপাদিত পণ্যের মাথা পিছু উৎপাদন ব্যয় কত সেটাও তারা টিক জানে না। দেখা গেছে ৬৫ শতাংশ নারী উদ্যোক্তা তাদের বিভিন্ন পণ্যের গড় উৎপাদন খরচ সম্বন্ধে সঠিক তথ্য দিতে পারেনি। অবশ্য প্রায় ৩৫ শতাংশ নারী উদ্যোক্তা তাদের কারুশিল্প সামগ্রীর গড় উৎপাদন ব্যয় সম্বন্ধে মোটামুটি ধারণা রয়েছে। উৎপাদন ব্যয় সংক্রান্ত এই অস্পষ্টতার কারণও আছে। কারুশিল্প উৎপাদন অনেকটা অনানুষ্ঠানিক ও ঘরোয়া ধরনে। এই বিশেষ বৈশিষ্ট্যের জন্য হয়তো নারী উদ্যোক্তাদের পক্ষে গড় উৎপাদন ব্যয় বের করা সম্ভব হয় না। এ ছাড়াও উৎপাদন জ্ঞানের ঘাটতিও এর একটা কারণ।

### মূল্য সংযোজনের (Value added) ক্ষেত্রে সমস্যা

নারী উদ্যোক্তারা মূল্য সংযোজনের ক্ষেত্রে সকলেই কম বেশি সমস্যার সম্মুখীন হয়। কারণ ৫০ শতাংশ নারী উদ্যোক্তা মনে করেন যে তারা তাদের জিনিষের ন্যায্য দাম (Fair Price) পান না। মধ্যস্বত্ত্বভোগীর কারণে তারা ন্যায্যমূল্য থেকে বঞ্চিত হন বলে অনেক নারী উদ্যোক্তা মনে করেন। দেখা গেছে, ৪০ শতাংশ নারী উদ্যোক্তা সরাসরি ক্রেতার কাছে তাদের পণ্য বিক্রি করেন। এদের অনেকেরই আবার শো রুম রয়েছে। এদের কেউ কেউ বিদেশে পণ্য রপ্তানিও করে। কিন্তু প্রায় ৬০ শতাংশ নারী উদ্যোক্তা মধ্যস্বত্ত্বভোগীদের মাধ্যমে তাদের পণ্য বাজারে বিক্রি করে থাকেন। সরাসরি বাজারে ক্রেতার কাছে পণ্য বিক্রি করতে না পারার কারণে এই নারী উদ্যোক্তারা ন্যায্য দাম থেকে বঞ্চিত হন। এ ছাড়াও কাঁচামাল, উৎপাদন এবং বিপণন এই তিনটি ধাপ একই উদ্যোক্তার এজিয়ারে না থাকায় প্রায় সকল নারী উদ্যোক্তাই মূল্য সংযোজনের ক্ষেত্রে বঞ্চনার শিকার হন। আবার পুঁজির স্বল্পতা, নিজস্ব দোকান বা শো-রুম না থাকা এবং যোগাযোগের সমস্যার কারণে নারী উদ্যোক্তারা তাদের পণ্য যথাযথভাবে বাজারজাত বা বিপণন করতে পারেন না। ফলে তারা বর্ধিত মূল্য সংযোজন করতে পারেন না।

### সরকারি-বেসরকারি সহায়তা

বাংলাদেশে নারী উদ্যোক্তারা জাতীয় অর্থনীতিতে অবদান রাখলেও তারা রাষ্ট্রীয় বা সরকারি পৃষ্ঠপোষকতা পায় না। ঋণ সাহায্য, প্রশিক্ষণ, বাজারজাতকরণ, রপ্তানি এসব ক্ষেত্রে সরকারি কোনো সাহায্য সহযোগিতা করা হয় না। নারী উদ্যোক্তা হিসাবে ঋণ প্রাপ্তির ক্ষেত্রে কোনো সুযোগ তাদের জন্য নেই। অধিকাংশ নারী উদ্যোক্তা সরকারি ব্যাংকে ঋণের আবেদন করেও তা পাননি। আবার ঋণের শর্ত, সুদ ও

দীর্ঘসূত্রিতার কারণে তারা ঋণ গ্রহণে আগ্রহী নয়। দেখা গেছে মাত্র ১০ শতাংশ নারী উদ্যোক্তা ব্যাংক ঋণ পেয়েছেন। সরকার থেকে প্রশিক্ষণ বা দক্ষতা উন্নয়ন সংক্রান্ত কোনো সহায়তা নারী উদ্যোক্তারা পায়নি। তবে এনজিওদের কাজ অনেক নারী উদ্যোক্তারা বেশ সাহায্য সহযোগিতা পেয়েছেন। যেমন ঋণ সহায়তা, দক্ষতা উন্নয়ন প্রশিক্ষণ ইত্যাদি। দেখা গেছে, প্রায় ৩৫ শতাংশ নারী উদ্যোক্তা এনজিওদের কাজ থেকে ঋণ সহায়তা নিয়েছেন। ৪০ শতাংশ নারী উদ্যোক্তাদেরকে এনজিওরা দক্ষতা উন্নয়ন সংক্রান্ত প্রশিক্ষণ দিয়েছে।

## উৎপাদনে সমস্যা

নারী উদ্যোক্তাদের প্রায় সকলেই কারুশিল্প উৎপাদন ও বাজারজাতকরণের ক্ষেত্রে কিছু সমস্যার সম্মুখীন হয়। এসব সমস্যা নানা ধরনের হলেও এর মধ্যে কিছু সমস্যা জরুরি মনোযোগ দাবি করে। এ ক্ষেত্রে প্রথমেই আসে পুঁজি বা মূলধনের সমস্যা। নারী উদ্যোক্তারা সকলেই মনে করে পুঁজির অভাবে তারা তাদের উৎপাদনের আরো সম্প্রসারণ ঘটাতে পারছেন না। এর ফলে কোনো ঝুঁকি বা বিপর্যয় এলে তাদের টিকে থাকা কঠিন হয়ে পড়ে। আবার নারী উদ্যোক্তাদের উৎপাদন জ্ঞান ও দক্ষতার ঘাটতি আছে বলে তারা নিজেরা মনে করেন। যেমন মাথা পিছু উৎপাদন ব্যয় নির্ণয়, উৎপাদন ব্যয় হ্রাস করা, মুনাফা বৃদ্ধি এসব বিষয়ে তাদের তথ্য, জ্ঞান ও দক্ষতা ঘাটতি রয়েছে। আর এ ধরনের জ্ঞান ও দক্ষতা লাভের সুযোগও তাদের তুলনামূলকভাবে কম। এ ছাড়াও বিপণন ও বাজারজাতকরণও নারী উদ্যোক্তাদের একটি অন্যতম সমস্যা বলে তারা উল্লেখ করেছেন। কেননা বাজারজাতকরণের ক্ষেত্রে তাদের অধিকাংশকেই মধ্যসত্ত্বভোগী বা পাইকারদের উপর নির্ভর করতে হয়। তা ছাড়া বাজারে পুরুষদেরই দাপট থাকে বেশি এবং এখানে নারীর প্রবেশাধিকার বা অভিজ্ঞতা (access) নেই বললেই চলে। কাঁচামালের মূল্যের অস্থিতিশীলতাও উৎপাদনের ক্ষেত্রে নেতিবাচক প্রভাব ফেলে বলে তারা মনে করেন।

## নারী উদ্যোক্তা উন্নয়নে বাধা

উদ্যোক্তা হিসাবে নিজেকে প্রতিষ্ঠিত করার ক্ষেত্রে পারিবারিক কাজকর্ম বা সংসারের দায়-দায়িত্ব একটি বড় বাধা হিসাবে কাজ করে। নারী উদ্যোক্তাদের এটা একটা সাধারণ উপলব্ধি। যদিও অধিকাংশ নারী উদ্যোক্তার মতে পরিবার, বিশেষ করে স্বামীরা তাদের কাজের সহায়ক। কিন্তু তা সত্ত্বেও সংসারের নানা কাজ-কর্ম ও বামেলা থেকে তারা রেহাই পায় না। অন্য কথায় পারিবারিক দায়-দায়িত্ব এড়ানো তাদের পক্ষে সম্ভব হয় না। সংসারের দৈনন্দিন কাজ-কর্মে তাই তাদের অনেকটা সময় ব্যয় করতে হয়। ফলে উদ্যোক্তা হিসাবে প্রতিযোগিতামূলক কর্মক্ষেত্রে প্রয়োজনীয় সময় ও মনোযোগ দ্বারা দিতে তারা পারে না। সেই সঙ্গে সামাজিক মনোভাবও নারী উদ্যোক্তাদের উন্নয়নে আর একটি বিশেষ প্রতিবন্ধকতা। প্রায় সকল নারী উদ্যোক্তা

মনে করেন যে, সমাজ এখন নারীদেরকে উদ্যোক্তা হিসাবে দেখতে অভ্যস্ত হয়ে উঠেনি। তাই একজন নারীকে এই ভূমিকায় সহজে মেনে নিতে পারে না সমাজ। আবার বাজার ব্যবস্থা ও অর্থনৈতিক কার্যক্রমে নারীর তুলনামূলক অনভিজ্ঞতা এবং নতুন প্রবেশের জড়তার সুযোগ নেয়। সহযোগিতার বদলে নারী উদ্যোক্তার অসহায় অবস্থার সুযোগ নিয়ে ঠকাতে চায়।

### নারী উদ্যোক্তাদের সংঘবদ্ধতা

নারী উদ্যোক্তারা নানা প্রতিকূলতা সত্ত্বেও নিজেদের মধ্যে যোগাযোগ ও সংহতি গড়ে তুলতে বেশ আগ্রহী। তাই দেখা যায় ৭৫ শতাংশ নারী উদ্যোক্তা বিভিন্ন সমিতি, সংস্থা বা এনজিও ও নেটওয়ার্কের সঙ্গে যুক্ত। এর মাধ্যমে তারা নিজেদের মধ্যে সংযোগ গড়ে তুলছেন এবং তাদের অভিজ্ঞতা বিনিময় করছেন। অন্যদিকে আবার এসব সমিতি, সংস্থা ও নেটওয়ার্কের মাধ্যমে নারী উদ্যোক্তারা তাদের সমস্যাগুলি ঐক্যবদ্ধভাবে মোকাবেলা করার প্রচেষ্টা চালাচ্ছে। তা ছাড়া এভাবে সংগঠিত হবার কারণে তারা বিভিন্ন সংস্থা থেকে জ্ঞান ও দক্ষতা উন্নয়নে নানা ধরনের সহায়তা পাচ্ছে। অনেক নারী উদ্যোক্তা ঋণ সহায়তাও লাভ করছে। তবে নারী উদ্যোক্তাদের এই সংগঠিত হবার প্রবণতার কেবল অর্থনৈতিকভাবে গুরুত্বপূর্ণ নয়। নারী উদ্যোক্তা হিসেবে প্রতিষ্ঠিত হবার ক্ষেত্রে অন্যান্য অন-অর্থনৈতিক (non-economic) চ্যালেঞ্জ মোকাবেলা করার জন্যও এই সংহতি প্রয়োজন। বিশেষ নারী উদ্যোক্তাদের জন্য সরকারি-বেসরকারি বিভিন্ন ধরনের সাহায্য-সহযোগিতা প্রাপ্তির জন্য ঐক্যবদ্ধ প্লটফরম গড়ে তুলতে হবে।

### কারিগর/শ্রমিক সমস্যা

কারুশিল্প মূলত কারিগর বা শ্রমিকের শ্রম, মেধা ও দক্ষতা নির্ভর। কারুশিল্পে তাই তাদের ভূমিকা বেশ গুরুত্বপূর্ণ। নারী উদ্যোক্তাদের তাই কারুশিল্প উৎপাদনের ক্ষেত্রে এই কারিগর ও শ্রমিকদের উপর নির্ভর করতে হয়। ফলে দরকষাকষির ক্ষেত্রে কারিগররা যথেষ্ট সুবিধাজনক অবস্থানে থাকে। অনেক সময় তাদের কাছে নারী উদ্যোক্তারা জিম্মি হয়ে পড়ে। কারিগরদের স্থানান্তর বা অন্যত্র গমনের প্রবণতাও বেশি। বেশি মজুরি, বেশি সুযোগ সুবিধা পেলেই কারিগররা অন্যখানে চলে যায়। কর্মসংস্থানের অনিশ্চয়তার কারণেও এটা ঘটে। নারী উদ্যোক্তারা হাতে কলমে কারিগরদের কাজ শেখানোর পর তারা বেশি বেতনে অন্য জায়গায় চাকরি নেয়। প্রায় সব নারী উদ্যোক্তারই এই অভিযোগ রয়েছে। আবার নারী উদ্যোক্তারা নিজেরাই স্বীকার করেছেন যে, কারিগররা আটসাত ঘরে, অনুন্নত কর্মপরিবেশে কাজ করে। ফলে তারা ভাল কর্ম পরিবেশ পেলেই চলে যায়। অনেক কারিগর আবার কাজ শিখে নিজেই নতুন উদ্যোক্তা হবার চেষ্টা করে। কারিগরদের ধরে রাখার জন্য তাই নারী উদ্যোক্তারা কিছু কৌশল অবলম্বন করে। যেমন তারা কারিগরদের পুরো কাজ শেখায়

না, পুরো বেতন না দিয়ে কিছু আটকে রাখে। এভাবে তারা কারিগরদের ধরে রাখার চেষ্টা করে।

## নারীর অধীনে নারীর প্রতি বৈষম্য

নারী উদ্যোক্তাদের কারুশিল্প উৎপাদনের সঙ্গেই যুক্ত কারিগর ও শ্রমিকদের মধ্যে নারী ও পুরুষ উভয়েই রয়েছে। কিন্তু সমাজে বিদ্যমান নারী-পুরুষের বৈষম্যমূলক বিভাজন কারুশিল্প উৎপাদনের ক্ষেত্রেও দেখা যায়। নারী উদ্যোক্তাদের প্রদত্ত তথ্য মতে নারী কারিগররা মূলত ঘরে বক, বাটিক, সেলাই ইত্যাদি ধরনের কাজে। অর্থাৎ ঐতিহ্যগতভাবে নারীরা ঘরে বসে যে সব কাজ করতো কারুশিল্প উৎপাদনেও তাদেরকে সে ধরনের কাজেই যুক্ত করা হচ্ছে। আর কারুশিল্পের সাথে যুক্ত বাইরের কাজ করানো হয় পুরুষের দ্বারা। ফলে নারী ও পুরুষের মজুরির ক্ষেত্রে বৈষম্য ঘটে। নারীদের কাজগুলির মজুরি কম হয় এবং পুরুষরা বেশি পায়। আবার একই ধরনের কাজের ক্ষেত্রেও নারীরা কম পায়। এর কারণ হল সাংসারিক দায়-দায়িত্ব না থাকায় পুরুষরা বেশি সময় ধরে (বিশেষ করে রাতে) কাজ করতে পারে। আর নারীরা ইচ্ছে থাকলেও নির্দিষ্ট সময়ের বেশি কাজ করতে পারে না। ফলে পুরুষরা বেশি আয়-উপার্জনের সুযোগ পায়। এই বৈষম্যের বিষয়টি অবশ্য নারী উদ্যোক্তারা নিজেরা নির্দিধায় স্বীকার করেছেন এবং এ বিষয়ে তারা সচেতন বলে জানিয়েছেন।

## শিশু শ্রম

বাংলাদেশে দুঃখজনকভাবে বিপুল পরিমাণ শিশু শ্রমিক কর্মরত। এই শিশু শ্রমের আর্থ-সামাজিক বাধ্যবাধকতাও রয়েছে। কিন্তু ওটা আনন্দের কথা যে, কারুশিল্প খাতের নারী উদ্যোক্তারা কেউ শিশু শ্রমিক নিয়োগ করেন না। ওখানে কর্মরত কারিগর/শ্রমিকদের বয়স গড়ে ২০ থেকে ৩০ বছরের মধ্যে।

## সস্তা বিকল্প পণ্যের চ্যালেঞ্জ মোকাবেলা

কারুশিল্প সামগ্রী এখনো গণ ব্যবহার্য দ্রব্য হয়ে উঠেনি। বলতে গেলে সীমিত পরিসরে তা ব্যবহৃত হয়। তুলনামূলক বেশি দাম হওয়ায় ক্রেতারা এ সব সামগ্রী কিনতে আগ্রহী হয় কম। তা ছাড়া প্রচলিত কারুশিল্প সামগ্রীর সস্তা বিকল্প দ্রব্য সামগ্রী বাজারে প্রচুর পরিমাণে পাওয়া যায়। তাই এই সস্তা বিকল্প পণ্য কারুশিল্প সামগ্রীর প্রসারের ক্ষেত্রে একটি চ্যালেঞ্জ। কিন্তু এই বিরূপ অবস্থা সত্ত্বেও নারী উদ্যোক্তারা সকলেই আশা প্রকাশ করেছেন যে, কারুশিল্পজাত দ্রব্য সামগ্রীর ভবিষ্যৎ রয়েছে। কেননা তাদের মতে কারুশিল্প ঐতিহ্য চেতনার প্রতীক, সৌন্দর্যমণ্ডিত এবং পরিবেশ বান্ধব হওয়ায় শত প্রতিকূলতা থাকলেও তা টিকে থাকবে। তবে নারী উদ্যোক্তাদের মতে, কারুশিল্পের বিকাশ ও প্রসারের নানা ধরনের উদ্যোগ গ্রহণ করা দরকার।

## সামাজিক অবস্থা এবং মর্যাদার উন্নয়ন



# Annexure



## 1. About the Study

Since establishment in 1990 ECOTA Fair Trade Limited well known as ECOTA Fair Trade Forum working as a networking and coordinating body of 29 NGOs and small & medium Fair Trade enterprises that are active in the handicraft sector development focused on artisan development, poverty alleviation and promotion of Fair and Ethical trade in Bangladesh. Most of the member organizations of ECOTA are exporting handicrafts and it cover 125,000 artisans among which 90% are women. ECOTA provides a range of services to its members, such as market information and research, product development and design inputs, business and export marketing counseling, skills development/ enhancement training and technical inputs. It is engaged in identifying various issues for doing advocacy for the ultimate benefit of disadvantaged artisans of Bangladesh.

With an aim to accelerate Bangladeshi Handicrafts sector, ECOTA is going to implement a project on “Support to Develop Fair Trade Handicraft Entrepreneurship” with the financial assistance of Delegation of the European Commission.

## 2. Context and the rational

Bangladeshi crafts have a long past, especially handloom textiles. During the many years of colonial rule and the effects of the industrial revolution, the traditional crafts suffered badly and many craftsmen abandoned their professions in pursuit of better paying jobs elsewhere. Following the independence of Bangladesh in 1971, there has been a revival in the development and marketing of handicrafts, thereby proving supplementary income to rural poor especially women and landless. The attraction of development organizations, both public and private, for handicrafts production is its obvious ease of entry for women involved mostly within own home and requiring little space, raw materials, traditional skills and small investment. Thus the Bangladesh government, national and international NGOs, as well as private SMEs has invested in the development, trading and marketing of both traditional and non-traditional crafts.

On and around 90% are women out of total people involved in the handicrafts sector. So, it is necessary to know their status compare with the previous year and needs to identify the laps and gaps as well as the proper steps to be taken to promote their products in the

market especially in the global Fair Trade market. Considering the whole situation ECOTA realized the urgency to know about their status under the above project for the benefaction of total handicraft sector with the following objectives.

### **3. Objective**

To assess the status of the women engaged in the fair trade handicraft sector in respect to existing Socio-economic conditions as compliment to the fulfillment of the fair trade standards.

### **4. Methodology**

#### ***4.1 Mode of methods***

The total mode of the methodology will be conducted with two aspect- quantitative and Qualitative.

#### ***4.2 Sampling***

The categories of respondents are segmentable as per:

- The producer from the field level who produce for the entrepreneurs or for any other middle agent
- The group leader of the producer groups who represent on behalf of the field level producer stated above
- Entrepreneurs of small and mid level who sell the collected product accumulated from the two above stated party or make produced by own group of producers.

On the other hand the women in the handicraft sector can be divide ethnically in to

- Mainstream Bengali producers
- Ethnic women producers.

On the other hand the producer, group leaders and entrepreneurs can be divided according to the medium of handicraft product like

- Bamboo and Cane
- Clay
- Leafs
- Textile
- Embroidery, etc.

#### ***4.3. Design for qualitative information***

Beside quantitative data collection some qualitative data will be gathered for which following tools will be used:

- Key informants Interview

Semi-structured questionnaire will be prepared concentrating the basic features of the issue and it will be employed to gathered information from the informants

**4.4. Focus Group Discussion**

The aim of this activity is to prioritize the coverage area of women Handicraft producer's status from the view of the producers. Outcome of the activity will be an FGD report to execute the findings in the study. Participant will be 15 each; the key issues will be selected, selected participants will be communicated with the help of the Partner NGO of ECOTA. FGD materials will be prepared and distributed; FGD arrangement will be completed with the help of the partner NGO. FGD report will be compiled as draft by the Research associate.

**4.5. Sample design for quantitative survey**

A short questionnaire will be conducted within the participants of the FGD. This feature will cover the three categories of informants.

**4.6. Geographic location**

Working area of the proposed Study Ten (10) Administrative Districts of Bangladesh within the working area of ECOTA

**4.7. Process observation matrix**

| Methods                     | Type of informants  | Volume of informants |
|-----------------------------|---|----------------------|
| Focus Group Discussion      | Producers (Bengali and Ethnic community)  | 2                    |
| Questionnaire               | Producers (Bengali and Ethnic community)  | 20                   |
| In-depth interview          | Entrepreneurs (Bengali and Ethnic community )<br>Group leaders (Bengali and Ethnic community) | 20                   |
| Secondary resource analysis | over all available information  | .....                |

**5. Study implementation**

**5.1 Questionnaire**

A draft questionnaire will be prepared by the researcher with the concern of the consultant based on the area coverage agreed by ECOTA. The questionnaire will be tested in the sample field.

Comments and other observation will be incorporated to finalise the questionnaire.

### ***5.2. Collaboration with the partner NGOs***

The tools will be employed in collaboration with the partner NGOs of ECOTA network. These partners will help to arrange the FGDs as they are directly related with them. On the other hand the partner or the related women entrepreneurs will be prioritized which will help to find out the effectiveness or further required steps for ECOTA. Study on the Status of the Women Entrepreneurs in Handicrafts.

#### **A. General information**

1. Name:
2. Address:
3. Age:
4. Main occupation:
5. Second occupation:
6. Marital status:  
 Married  Unmarried
7. Children:  
 Boy  Girl
8. Total family members:  
 Women  Males
9. Occupation of the husband:
10. Occupation of other family members (if any):

#### **B. Socio-economic information**

1. Educational qualification (following the institutional education-month):  
Before starting the business ..... months  
After starting the business ..... months.
2. Health situation:  
 Good...  Very good...  
 Poor...  Very poor...

3. Special training (how many):
4. Monthly income:
5. Monthly expenditures:
6. Monthly savings:
7. Monthly loan:
8. Total savings:
9. Total loan:
10. Amount of steady/permanent savings:
11. What did you do before you came to this work?
12. How did you become involved in this work?
13. Has this work made your life better or worse?

**C. Production information**

1. Type of products made (loom, bamboo, cane, gift items, etc.):
2. Average production cost of each piece of the products:
3. Selling price of each piece of the products:
4. Do you get the fair price for your products?
5. If not, why don't you get the fair price?
6. Do you sell your products directly to the end users?
7. If the answer of Q.6 is 'no', then how many steps/hands does your product pass to reach the end consumer?
8. How many do you have?
 

|            |         |
|------------|---------|
| Women:.... | Men.... |
|------------|---------|
9. Do you pay your women workers as much as your men workers for the same work?
10. (i) Wage that women workers get...  
 (ii) Wage that men workers get...
11. Do children work in your initiative?
12. If 'yes' how many children?
 

|           |           |
|-----------|-----------|
| boys..... | girls.... |
|-----------|-----------|
13. Their average age: boys... girls...

14. Please cite three main problems you face in marketing your products:
  - (i)
  - (ii)
  - (iii)
15. How do you procure your raw materials?
16. What problems do you face while collecting the raw materials? Please tell about the main problem.
17. How did you collect your initial capital?
18. Have you ever got any bank loans as capital for this business?
 

|                              |                             |
|------------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> yes | <input type="checkbox"/> no |
|------------------------------|-----------------------------|
19. If 'yes', how much?
20. Have you presently applied for any bank-loan? When did you do? What is the amount you have applied for?
21. If you haven't yet get the loan, then why?
22. Have you received any kind of government assistance?
23. If 'yes', what sort of assistance?
24. Have you received any assistance from the NGOs?
25. If 'yes', what sort of assistance?
26. What are the main challenges you face in your production activities? Please cite three main challenges you face in this case.

**D. Questions related to capacity**

1. Have you had any training for this work?
2. If 'yes', what kind of training did you receive?
3. Who gave the training?
4. Do you need to enhance your capacity in this work?
5. What kind of skill development do you need?
6. Is there any scope to use modern technologies in your work?
7. If 'yes', what are the new technologies that can be applied here?
8. Are you involved with any samiti/organizations/networks?

9. Whom are you involved with?
10. What kind of assistance do you receive from them?
11. Have you either individually or in group made any demand to the government?
12. What are problems developing the women entrepreneurs? Please cite three problems.

**E. Challenge/risk related information**

1. Do you always get workers?
2. Do your workers leave job frequently?
3. Why do they leave?
4. Can you manage to supply your products on time?
5. What are the problems in supplying products on time?
6. Are there substitutes of the products you produce?
7. Are the substitute products cheaper or costlier than your products?
8. Is it possible for your products to survive competing with the substitute products?
9. How is it possible to survive facing the competition?

## Participant list

Study on the  
“Status of Women engaged in the handicraft sector of Bangladesh.”  
Focus Group Discussion with the Women handicraft entrepreneurs

Venue:YPSA-HRDC, Chotagong  
10 February 2007

Organised by:YPSA & ECOTA Fair Trade Limited

| No. | Name                    | Organization            | Designatin         |
|-----|-------------------------|-------------------------|--------------------|
| 1.  | Mara Chakma             | SUS,Rangamati           | Entrepreneur       |
| 2.  | Phakhi Chakma           | SUS,Rangamati           | Entrepreneur       |
| 3.  | Mukto Ranjan Chakma     | SUS,Rangamati           | Entrepreneur       |
| 4.  | Rahamtunecha Nasima     | YPSA                    | Entrepreneur       |
| 5.  | Shanaj Jeshmin          | Sangshaptak             | Entrepreneur       |
| 6.  | Hamida Begum            | YPSA                    | Entrepreneur       |
| 7.  | Shamim Akter            | YPSA                    | Entrepreneur       |
| 8.  | Bibi Aesha              | Banoful                 | Entrepreneur       |
| 9.  | Munni Akter             | YPSA                    | Entrepreneur       |
| 10. | Md.Hasam Shahriar       | Ecota Fair Trade Foroum | Program Officer    |
| 11. | Shafiur Rahman          |                         | Research Associate |
| 12. | Parul Akter             | Banoful                 | Entrepreneur       |
| 13. | Arshad siddique         | Ecota Fair Trade Foroum | Director           |
| 14. | Najli Zaman             | Ecota Fair Trade Foroum | Program Officer    |
| 15. | Ferdows                 | CWFD                    | Entrepreneur       |
| 16. | Ruma Akter              | CWFD                    | Entrepreneur       |
| 17. | Mariam Kaniij           | CWFD                    | Entrepreneur       |
| 18. | Anju Akter              | CWFD                    | Entrepreneur       |
| 19. | Shely Akter             | Bonoful                 | Entrepreneur       |
| 20. | Dalia                   | Bonoful                 | Entrepreneur       |
| 21. | Nila Afrin              | CWFD                    | Entrepreneur       |
| 22. | Javed Hussen            | Ecota Fair Trade Foroum | Program Officer    |
| 23. | MD.Elias Kabir          | Janoadhikar             | Organizer          |
| 24. | Nipa SAha               | CWFD                    | Entrepreneur       |
| 25. | Shaheen Rahman          |                         | Researcher         |
| 26. | Muhammad Shahidul Islam | Ypsa                    | Program Officer    |

Study on the  
 “Status of Women engaged in the handicraft sector of  
 Bangladesh.” Focus Group Discussion with the Women handicraft  
 entrepreneurs

Venue: MIDAS, Dhaka  
 25th February 2007  
 ECOTA Fair Trade Limited

| No. | Name                        | Organization              | Designatin         |
|-----|-----------------------------|---------------------------|--------------------|
| 1.  | Tarin Tun Nur               | Individual                | Enterpreneur       |
| 2.  | Rawnak Sultana              | Charushila Butie          | Enterpreneur       |
| 3.  | Shafia Shama                | Shama                     | Enterpreneur       |
| 4.  | Minira Emdad                | Tangail Sari Kutir        | Managing Director  |
| 5.  | Naima Islam                 | Ayon Craft                | Managing Director  |
| 6.  | Shanzida Eva                | Banaj Barnali             | Managing Director  |
| 7.  | Shamima Khan                | Batic and Handicraft      | Director           |
| 8.  | Sultana Rahnak              | Batic and Handicraft      | Director           |
| 9.  | Ruby Ali Damal              | Ruby Shilpa Kutir         | Director           |
| 10. | Md. Hasam<br>Shahriar       | Ecota Fair Trade<br>Forum | Program<br>Officer |
| 11. | Shafiur Rahman              |                           | Research Associate |
| 12. | Sharifullah Kaiser<br>Suman | The Daily JajjaiDin       | Journalist         |
| 13. | Arshad siddique             | Ecota Fair Trade Forum    | Director           |
| 14. | Bharoti Mandol              | Shuvo Butics              |                    |
| 15. | Badrun Nahar                | Indivisual                | Enterpreneur       |
| 16. | A.S.M Mashi-Ur-Rahman       | MIDAS                     | General Manager    |
| 17. | Farhana Afroj               | Bangal                    | Owner              |
| 18. | Neepa Khaled                | Ideas                     | Owner              |
| 19. | Shelina Akter               | Akor                      | Owner              |
| 20. | M M Akash                   | Dhaka University          |                    |
| 21. | Shikha Shaha                | Srijon Mahila sangtha     | E.D                |
| 22. | Javed Hussen                | Ecota Fair Trade Forum    |                    |
| 23. | Rashed Chudhury             |                           | Research Associate |
| 24. | Tania                       |                           | Research Associate |
| 25. | Shaheen Rahman              |                           | Researcher         |