



কারণ, অনেকে উদযোক্তা একই পণ্য বা একই সর্বো ন্যি়ে ষখন বাজারে হাজরি হয় তখন প্রত্যেকে নজি

কারণ, অনেকে উদযোক্তা একই পণ্য বা একই সর্বো ন্যি়ে ষখন বাজারে হাজরি হয় তখন প্রত্যেকে নজি

নজি পণ্য বা সবো বকির্কিরতগে গয়িগে তীব্র প্রতযিগতিগতির সম্মুখীন হয়। তখন অধিকাংশ সময়ই বাজারে অস্বাস্থ্যকর প্রতযিগতিগতি শুরু হয়। এই প্রতযিগতিগতি এক সময় প্রত্যকে উদ্যোক্তার জন্যই কুফল বয়গে আনগে। অথচ প্রত্যকে উদ্যোক্তা যদি নজি নজি অবস্থান থকে উদ্ভাবন এবং সৃজনশীল ভাবনা নয়িগে কাজ করত তাহলে কর্তোরা বাজার থকে নতুন নতুন পণ্য কনোর সুয়োগ পতে। বাজারে অসম প্রতযিগতিগতি করার কডে সুয়োগ পতে না।

অনকরে মনে প্রশ্ন হতে পারে একজন কষুদ্র উদ্যোক্তা য়ার তমেন কনো মূলধন নই, অনকে কষত্রে হয়তো তমেন কনো শকিষাগত যোগ্যতাও নই, তাহলে এরা উদ্ভাবন ও সৃজনশীলতার মতো ব্যয়বহুল এবং বুদ্ধিবৃত্তিক কাজরে সাথে নজিদেবকগে কীভাবে সংযুক্ত করবে। প্রশ্নটি অমূলক নয়। এমন প্রশ্ন অনকরে মনেই উদয় হতে পারে। এখানগে আমাদরে সকলরেই মনে রাখা প্রয়োজন উদ্যোক্তা হতে হলে মধোবী হতে হবে। একটচাকরিপতে হলে যগে ধরনরে মধো প্রয়োজন, উদ্যোক্তা হতে হলে তার চয়গে অনকে বেশি মধো প্রয়োজন। একজন বজিনসে গ্র্যাজুয়েটে যদি প্রমাণ করতগে পারে তার মজের কোর্সগুলোর ওপর ভালো পড়াশোনা আছে তাহলে তাকে একটভালো চাকরিপতে তমেন কনো বগে পতে হবে না।

মার্কটেং নয়িগে পড়ালখো করলে সেলস, মার্কটেং বা ব্র্যান্ড ডিভিশিনে চাকরিপাবে। হিসাববজিঞান নয়িগে গ্র্যাজুয়েশন করলে প্রতযিগতানরে অ্যাকাউন্টস ডিভিশিনে চাকরিপতেই পারে। এইচআরএম নয়িগে পড়ালখো করে প্রতযিগতানরে এইচআর ডিপার্টমেন্টে চাকরিপাবে। সএসসি নয়িগে পড়ালখো করে সফটওয়্যার ফার্মগে বা কর্পোরগে প্রতযিগতানরে সাইবার সিকিউরিটি ডিপার্টমেন্ট বা আইটির সাথে সম্পৃক্ত অন্য কনো ডিপার্টমেন্টে চাকরিপাবে এগুলো হলো সাধারণ ঘটনা। কনিতু উদ্যোক্তা হিসেবে আত্মপ্রকাশ করতগে হলে শুধু নজিরে পঠতি বিষয়রে ওপর জ্ঞান রাখলই হবে না, অন্যান্য বিষয় সম্পর্কেও জানতে হবে।

উদ্ভাবন এবং সৃজনশীল কাজগুলো কষুদ্র উদ্যোক্তাদরে পক্ষে করা সম্ভব এবং বাজটেরে সীমাবদ্ধতা থাকা সত্তবেও করা সম্ভব। আমাদরে মনে রাখতে হবে এই দুটি বিষয় যখনগে থাকবে না সেখনগে ভালো কিছু আশা করা সম্ভব না। কর্তোরা সব সময় তাঁরে ব্যয় করা অর্থ থকে সর্বোচ্চ সুবিধা পতে চাইবে এটাই স্বাভাবিক। বাজারে যদি সকলরে পণ্য একই রকম হয় তাহলে কর্তোরা কারও পণ্যকে বিশেষ গুরুত্ব দেবে না। কনো ব্র্যান্ডরে প্রতিআনুগত্য দেখাবে না। অনকে পাট এবং পাটজাত পণ্য নয়িগে কাজ করছে। কডে কডে পাট দয়িগে কুটিরশলিপ গড়ে তুলছে। কনিতু আমরা যদি একটু গভীরভাবে লক্ষ্য করতিহলে দেখো যাবে সকলে প্রায় একই ধরনরে পণ্য তরৈকিরছে। পাটরে ব্যাগ, পাটরে টবেলি ম্যাট, পাটরে ওয়াল ম্যাট, পাটরে কার্পটে, পাটরে শো-পসি, ইত্যাদি প্রত্যকেরে পণ্যগুলো এক জায়গায় জড়ো করলে বিশেষ কনো পার্থক্য দেখো যাবে না।

একজন কষুদ্র উদ্যোক্তার পণ্যরে মধ্যগে ভন্নিতা আনার জন্য গবষণাগার স্থাপনরে প্রয়োজন নই। বপিল অর্থ ব্যয় করে গবষেক নয়িগে দেওয়ার প্রয়োজন নই। এ ধরনরে বনয়িগে তার পক্ষে

সম্ভবও নয়। কিন্তু তিনি ইচ্ছে করলে নতুন নতুন পণ্য তৈরি কথা ভাবতে পারেন। পণ্যের রঙ ও ডিজাইনে ভিন্নতার কথা চিন্তা করতে পারেন। পণ্য নিয়ে শিক্ষিতজনদের সাথে কথা বলতে পারেন। ইউনভার্সটির বজিনসে ফ্যাকালটির শিক্ষকদের সাথে আলাপ করতে পারেন। ইন্টারনেটে ব্যবহার করে বশির বিভিন্ন দশেরে পাটরে বিভিন্ন পণ্য সম্পর্কে তথ্য-উপাত্ত সংগ্রহ করতে পারেন। এরপর তিনি তাঁর পণ্যের ডিজাইন পরিবর্তন করতে পারেন। নতুন কোনো পণ্য তৈরি কথা চিন্তা করতে পারেন। কিন্তু সমস্যা হলো এই কাজগুলো করার জন্য যটুকু চিন্তা এবং বুদ্ধিমত্তা থাকা প্রয়োজন আমাদের দশেরে প্রান্তিকি পর্যায়ে উদ্যোক্তাদের সটো নই। এমনকি উচ্চশিক্ষা লাভ করছে এমন অনেকের মধ্যেও এই ভাবনাগুলো নই। ফলে এদশেরে অসংখ্য উদ্যোক্তা বিভিন্ন পণ্য ও সেবা নিয়ে উদ্যোগ গ্রহণ করার পর বাজারে টিকে থাকতে পারছে না। কারণ তাঁদের পণ্যগুলো ক্রতাদের চাহিদা পূরণ করতে পারছে না। ক্রতাদের আকর্ষণ করতে পারছে না। ক্রতাদের ধরে রাখতে পারছে না। যদিও একজন উদ্যোক্তার পণ্যের মধ্যে বৈচিত্র্য বজায় রাখার জন্য গবেষণা এবং উন্নয়ন সংক্রান্ত পরিকল্পনা থাকা প্রয়োজন।

(চলবে)