

SHIFT

# দোকান

সংখ্যা ০১ • জুলাই • ২০১৮

## সম্পাদকীয়

SHIFT কর্মসূচির অধীনে “SHIFT দোকান” নিউজলেটারের প্রথম সংখ্যাটি প্রকাশনা আকারে আপনাদের সামনে উপস্থাপন করতে পেরে আমরা আনন্দিত। এটি দোকানিদের ব্যবসা উন্নয়নে গবেষণা, ডিজিটাল প্রযুক্তি, প্রশিক্ষণ, সচেতনতা, সফলতা ইত্যাদি নিয়ে রচিত সাতটি সংখ্যার একটি ধারাবাহিক প্রকাশনা।

এই প্রকাশনাটির কনটেন্ট পরিকল্পনা করার সময় আমাদের লক্ষ্য ছিল, একজন পাঠক যদি সবকটি প্রকাশিত সংখ্যা ধারাবাহিকভাবে পড়েন তাহলে তিনি SHIFT কর্মসূচির অর্জন এবং ব্যবসা উন্নয়নের নালা দিক নিয়ে সামগ্রিক চিত্র সম্পর্কে জানতে পারবেন। আপনাদের সুচিন্তিত পর্যবেক্ষণ ও পরামর্শই এগিয়ে নিয়ে যাবে ‘SHIFT দোকানি’ কে। ‘SHIFT দোকানি’ হয়ে উঠুক SHIFT কর্মসূচির একটি পরিপূর্ণ মুখপাত্র হিসেবে।

‘ডিজিটাল বাণিজ্য মেলা ২০১৮’  
ও প্রচারণামূলক ক্যাম্পেইন

০১

এক নজরে SHIFT  
SHIFT সফলতা-দেশে দেশে

০৩

প্রকল্পের গবেষণা

০৪

মুদ্রা থেকে ডিজিটাল টাকা  
সাবধান! প্রতারণা চলছে

০৫

এফএমসিজি-বাংলাদেশ  
“ওয়ালমার্ট” কম লাভ-বেশি বিক্রি

০৬

রফিক এর ভুট্টা জয়

০৭

ভোক্তা অধিকার আইন

০৮

## ‘ডিজিটাল বাণিজ্য মেলা ২০১৮’ ও প্রচারণামূলক ক্যাম্পেইন

আর্থ-সামাজিক উন্নয়নের ‘ডিজিটাল বাণিজ্য মেলা ২০১৮’ সমাজের সেই সব মানুষের গল্পের মেলা, যারা গ্রাম কিংবা শহরে ভোর থেকে গভীর রাত পর্যন্ত ৩৬৫ দিন জুড়েই আমাদের নিত্য প্রয়োজনীয় পণ্য সেবা দিয়ে আসছেন। সেই সব খুচরা ব্যবসায়ী (মুদি দোকান) ও নারী উদ্যোক্তাদের সাথে নিয়ে, ডিজিটাল ফাইন্যান্সিয়াল সার্ভিস প্রদানকারী ও ভোগ্যপণ্য বিপণনকারী কোম্পানির সম্মিলনে, বাংলাদেশে প্রথমবারের মতো শেরপুর এবং জামালপুরের চারটি উপজেলায় আয়োজিত হলো ‘ডিজিটাল বাণিজ্য মেলা ২০১৮’।



প্রথম পর্যায়ে শেরপুর সদর (৮-৯ মে ২০১৮), নালিতাবাড়ি (১১-১২ মে ২০১৮), নকলা (১৬-১৭ মে ২০১৮) এবং জামালপুরের মেলান্দায় (১৪-১৫ মে ২০১৮) সফলভাবে মেলাগুলি অনুষ্ঠিত হয়।

২য় পৃষ্ঠায় দেখুন

সহযোগিতায়



বাস্তবায়নে



দুই দিনব্যাপী মেলাটি সকাল ১০টায় শুরু হয়ে রাত ৯টা পর্যন্ত চলেছে। বিপুল উৎসাহ ও উদ্দীপনার সাথে সকল বয়স ও পেশার আনুমানিক ৪২ হাজার মানুষ মেলায় অংশগ্রহণ করেন। মেলায় কিশোর, যুব এবং নারীদের উপস্থিতি ছিল লক্ষ্য করার মতো।

এই মেলায় ডিজিটাল ফাইন্যান্সিয়াল সার্ভিস, মোবাইল ফোন সেবা, নিত্য প্রয়োজনীয় বিভিন্ন পণ্য এবং মুদি দোকানি ও জনসাধারণের জন্য নানা সুযোগ-সুবিধা নিয়ে জাতীয় ও স্থানীয় পর্যায়ের অসংখ্য প্রতিষ্ঠান ও উদ্যোক্তাবৃন্দ অংশগ্রহণ করেন। বিভিন্ন স্টল ঘুরে মানুষ ক্রয় করে তাদের কাঙ্ক্ষিত পণ্য ও সেবা।

জেনে নেয় মোবাইল ব্যাংকিং, ইন্সুরেন্সসহ বিভিন্ন ডিজিটাল সেবার খবর। মেলাকে আকর্ষণীয় করার লক্ষ্যে সাজানো হয় বিভিন্ন আয়োজনের, যার মধ্যে ছিলো চিত্রাঙ্কন প্রতিযোগিতা, কুইজ প্রতিযোগিতা, র‍্যাফেল ড্র, বাউল সংগীত, সিনেমা প্রদর্শন এবং নাটক। চিত্রাঙ্কন প্রতিযোগিতায় চারটি মেলায় ২৪টি ও র‍্যাফেল ড্র তে ১৬টি পুরস্কার দেয়া হয়েছে, যার মধ্যে আছে মোবাইল ফোনসহ অন্যান্য অসংখ্য পুরস্কার।

নালিতাবাড়িতে আপে কখনো “ডিজিটাল বাণিজ্য মেলা” হয়নি, এটাই সর্বপ্রথম। মানুষ অনেক আনন্দ পেয়েছে, মেলা সুন্দর হয়েছে, আমরা বিক্রিও ভাল করেছি।

লায়লা ইসরাত জাহান, প্রপাইটর- শোভা ফ্যাশন হাউস

মেলায় পাশাপাশি জামালপুর এবং শেরপুরের বিভিন্ন বাজারে ৩৭টি জায়গায় ডিজিটাল ফাইন্যান্সিয়াল সার্ভিস এবং ভোক্তা অধিকার আইন নিয়ে সচেতনতার জন্য বাউল গান এবং নাটিকা পরিবেশন করা হয় যার মধ্যে ‘বণিক কন্যা প্রাপ্তি’ নামের নাটকটি বেশ জনপ্রিয়তা অর্জন করে। ১২ হাজারেরও বেশি মানুষ এই সচেতনতা ক্যাম্পেইন উপভোগ করেন।

পরবর্তী পর্যায়ে জামালপুর, সিরাজগঞ্জ এবং টাঙ্গাইলের বিভিন্ন উপজেলাতে মেলা এবং সচেতনতা ক্যাম্পেইন অনুষ্ঠিত হবে।

এখানে এসে ডিজিটাল ফাইন্যান্সিয়াল সার্ভিসের সাথে সম্পর্কিত নতুন নতুন পণ্য সম্পর্কে জানতে পারলাম, অনেকেই জানতে পেরেছে। এই মেলায় না আসলে সার্ভিসগুলো সম্পর্কে জানতে পারতাম না।

জিশান-মেলা দর্শনার্থী



## এক নজরে SHIFT

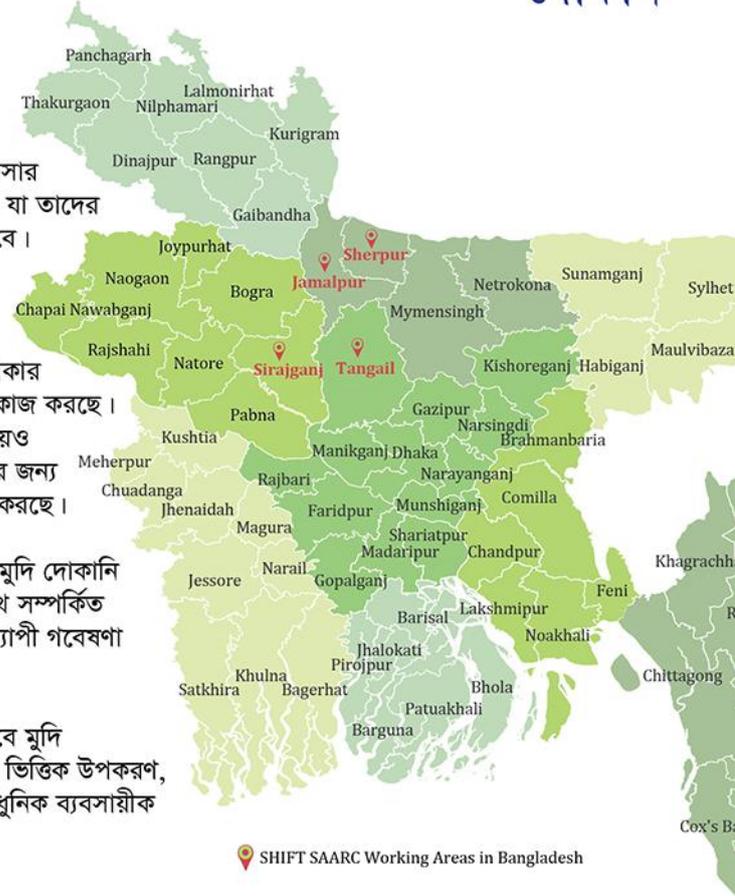
বাংলাদেশের চারটি জেলায় (শেরপুর, জামালপুর, টাঙ্গাইল এবং সিরাজগঞ্জ) প্রান্তিক ক্ষুদ্র ব্যবসায়ী মূলত মুদি দোকানিদের ব্যবসা উন্নয়ন এবং ব্যবসা সক্ষমতা বাড়াতে প্রথমবারের মতো বাস্তবায়িত হচ্ছে তিন বছর মেয়াদি SHIFT নামক একটি কর্মসূচি। এই কর্মসূচির পুরো নাম হল 'শেপিং ইনক্লুসিভ ফাইন্যান্স ট্রান্সফরমেশন ইন সার্ক: মার্চেন্ট ডেভেলপমেন্ট ড্রাইভিং রুরাল মার্কেট'।

SHIFT কর্মসূচিটি ২০১৭ সালে যাত্রা শুরু করেছে। আগামী ২০১৯ সালের মধ্যে চার জেলার ৩৩টি উপজেলায়, প্রায় ১০ হাজার মুদি দোকানির নিকট তাদের ব্যবসা উন্নয়নের নানা তথ্য ও জ্ঞান নিয়ে পৌঁছে যাবে SHIFT। এদের মধ্যে ২ হাজার ৫০০ শত মুদি দোকানি, ২২৫ জন কল্যাণী (নারী উদ্যোক্তা) পাবে সরাসরি প্রশিক্ষণের সুযোগ। শিক্ষণের মাধ্যমে মুদি দোকানিরা জানতে পারবেন ব্যবসায় ডিজিটাল পদ্ধতির ব্যবহার, ডিজিটাল ফাইন্যান্সিয়াল সার্ভিসের ব্যবহারসহ ব্যবসা পরিচালনা ও উন্নয়নে নিত্য নতুন অনেক কৌশল। SHIFT আশা করছে, মুদি ব্যবসায় ডিজিটাল পদ্ধতি উদ্ভাবন ও ব্যবহারের মাধ্যমে দোকানিরা খুব সহজে ব্যবসার হিসাব রাখতে পারবেন এবং

সহজে ব্যবসার হিসাব রাখতে পারবেন এবং ব্যবসার ভবিষ্যৎ বুঝতে পারবেন, যা তাদের উন্নয়নে খুবই কাজে আসবে। এছাড়াও SHIFT দোকান মালিক সমিতির সক্ষমতা বৃদ্ধি এবং ভোক্তাদের আইনগত অধিকার বিষয়ে সচেতনতার জন্য কাজ করছে। এই কর্মসূচি জাতীয় পর্যায়েও মুদি দোকানিদের উন্নয়নের জন্য নানা কার্যক্রম বাস্তবায়ন করছে।

ইতোমধ্যে চারটি জেলায় মুদি দোকানি এবং তাদের ব্যবসার সাথে সম্পর্কিত ব্যক্তিদের নিয়ে চার মাসব্যাপী গবেষণা পরিচালনা করা হয়েছে।

SHIFT শীঘ্রই পৌঁছে যাবে মুদি দোকানিদের কাছে চাহিদা ভিত্তিক উপকরণ, ডিজিটাল প্রযুক্তি এবং আধুনিক ব্যবসায়িক কৌশল নিয়ে।



## SHIFT সফলতা দেশে দেশে

দক্ষিণ-পূর্ব এশিয়ার স্বল্পোন্নত দেশগুলোর মধ্যে একটি হল লাওস। অসংখ্য পাহাড়-পর্বত আর নদীতে ঘেরা ক্ষুদ্র জনসংখ্যার এই দেশে অধিকাংশ মানুষ জীবন-যাপন করে গ্রামাঞ্চলে, যা ছড়িয়ে আছে হাতে গোণা কয়েকটি বড় শহরকে ঘিরে। গ্রামাঞ্চলে বসবাস করায়, দেশটির মোট জনসংখ্যার সিংহভাগ (৬৫%) ছিল ব্যাংকিং সুবিধার আওতার বাইরে। অর্থের লেনদেন হতো নগদ আর টাকা পাঠানোর প্রক্রিয়া ছিল যথেষ্ট জটিল।

লাওস থেকে এক কৃষক জানান, “আমাদের গ্রামটি শহর থেকে ২৭ কিলোমিটার দূরে। শহরে কর্মরত মানুষ বাস চালকদের হাতে তাদের সন্তানদের জন্য টাকা পাঠাতেন। এই ব্যবস্থায় ঝুঁকি ছিল অনেক বেশি”।

মূলত এই অসুবিধা মোকাবেলা করার উদ্দেশ্যে ২০১২ সালে জাতিসংঘের অঙ্গসংগঠন ইউএনসিডিএফ এবং ব্যাংক অব লাও পিডিআর (তাদের কেন্দ্রীয় ব্যাংক)র সহায়তায় স্থানীয় একটি ব্যাংক “বিসিইএল” চালু করেছিল “বিকম-বিসিই-এল কমিউনিটি মানি এক্সপ্রেস”। এটি ছিল এক ধরনের শাখাবিহীন ব্যাংকিং সেবা বা এজেন্ট

ব্যাংকিং কার্যক্রম। যার মাধ্যমে হিসাব খোলা, টাকা জমা ও উত্তোলন, টাকা পাঠানো (দেশের ভেতর), রেমিট্যান্স উত্তোলন, বিল পরিশোধ এবং সামাজিক নিরাপত্তা কার্যক্রমের আওতায় সরকারি সকল প্রকার ভর্তুকি গ্রহণ করা যায়।

বিসিইএল-বিকম শহর থেকে প্রত্যন্ত গ্রামের বিশাল জনগোষ্ঠীকে এই যুগান্তকারী আর্থিক সেবার আওতাই এনেছে এবং উন্নয়নের নতুন পথ তৈরি করেছে। শুধুমাত্র সাধারণ ব্যাংকিং সেবা নয়, প্রয়োজনে অভাবগ্রস্ত পরিবারকে ঋণ সহায়তার মাধ্যমে দরিদ্র মানুষের জীবনমান উন্নয়নে কাজ করেছে এই অভিনব এজেন্ট ব্যাংকিং সেবা। এই পদ্ধতিতে স্বল্পোন্নত দেশগুলোর ঘরে ঘরে অর্থাৎ বিপুল জনগণকে মূল ধারার ব্যাংকিং সেবা পৌঁছে দেয়া সম্ভব বলে জানান, ইউএনসিডিএফ কর্তৃপক্ষ।

বিশ্বের বিভিন্ন দেশের অভিজ্ঞতা ও সফলতাকে আমলে নিয়ে বাংলাদেশেও বিভিন্ন ব্যাংক চালু করেছে এজেন্ট ব্যাংকিং কার্যক্রম। শাখাবিহীন এ ধরনের ব্যাংকিং সেবার মাধ্যমে আমাদের দেশের প্রত্যন্ত অঞ্চলের সকল মানুষ পাবে নিরাপদ আর্থিক লেনদেনের সুযোগ।

## জ্ঞান ও প্রযুক্তি টুলকিট

মুদি দোকানিদের জন্য সঞ্চয় ও ঝুঁকি, ঝটপট সিদ্ধান্ত, পাইকারের সাথে সম্পর্ক, ক্রেতা আকর্ষণ, মূলধন সুরক্ষা, দোকান সাজানো, ডিজিটাল টাকা ইত্যাদি নিয়ে আসছে সবার জন্য সহজ ভাষায় ছবি নির্ভর বই। যাদের হাতে সাধারণ ফোন আছে তাদের জন্য অডিও। দোকানিরা তার পছন্দমতো সময় ঠিক করলে মোবাইলে কল পাবেন এবং শুনতে পাবেন এসব তথ্য। যাদের হাতে স্মার্টফোন আছে তাদের জন্য এই বিষয়গুলো নিয়ে আসছে মোবাইল অ্যাপ।

এছাড়াও আসছে মুদি দোকানিদের উপযোগী করে বাংলা ভাষায়, কম পরিশ্রমে ও ঝামেলামুক্ত দৈনন্দিন বিক্রয়, ক্রয়, খরচ, বাকি ব্যবস্থাপনা, নিজ ব্যবসার তাৎক্ষণিক হাল বোঝা এবং সিদ্ধান্ত গ্রহণের সুবিধাসহ মোবাইল অ্যাপ। থাকছে অন্য দোকানিদের সাথে কিংবা ব্যবসার জন্য বিভিন্ন প্রতিষ্ঠানের অফার ও যোগাযোগের সুযোগ। দোকান মালিক সমিতি বা এ্যাসোসিয়েশন, বিভিন্ন ভোগ্য পণ্যের বিক্রয় প্রতিনিধি, আর্থিক সেবা প্রতিষ্ঠান এবং মোবাইল ব্যাংকিং সেবা প্রতিষ্ঠানের প্রতিনিধি এই মোবাইল অ্যাপটির মাধ্যমে সরাসরি মুদি দোকানিদের সাথে যোগাযোগ স্থাপন করতে পারবেন।

## প্রকল্পের গবেষণা

উন্নয়ন কর্মসূচি বা ব্যবসায় প্রযুক্তি উদ্ভাবনের ক্ষেত্রে গবেষণা একটি গুরুত্বপূর্ণ অংশ। আর তা যদি হয় ১০ লক্ষাধিক মুদি ব্যবসায়ীর ভোর থেকে গভীর রাত পর্যন্ত বিশাল কর্মকাণ্ডের উন্নয়ন, যাদের সম্পর্কে তথ্য-উপাত্ত খুবই সীমিত, সেখানে গবেষণা আবশ্যিক। এ লক্ষ্যে সারাদেশে এবং SHIFT কর্মসূচির চারটি জেলায় (শেরপুর, জামালপুর, টাঙ্গাইল এবং সিরাজগঞ্জ) বিশেষ গুরুত্ব সহকারে মুদি দোকানিদের ব্যবসা উন্নয়নের সুযোগ ও সম্ভাবনা নিয়ে ছয় মাস ব্যাপি বেশ কয়েকটি ধাপে গবেষণা পরিচালনা করা হয়েছে। যার মাধ্যমে জানা গেছে বাংলাদেশে প্রান্তিক মুদি দোকানিদের ব্যবসা উন্নয়নের অপার সম্ভাবনার অনেক অজানা তথ্য।

জাতিসংঘের অঙ্গ সংগঠন ইউএনসিডিএফ'র তত্ত্বাবধানে, অক্টোবর ২০১৭ থেকে মার্চ ২০১৮ সময়ে দেশজুড়ে ২১০০ মুদি দোকানির উপর একটি জরিপ পরিচালিত হয়। ওআরজি কোয়েস্ট রিসার্চ লিমিটেড নামক একটি প্রতিষ্ঠান এই জরিপটি পরিচালনা করে। এই জরিপের মাধ্যমে মুদি ব্যবসায়ীদের সামগ্রিক কর্মকাণ্ড, আর্থ-সামাজিক অবস্থান, ব্যবসায় ডিজিটাল প্রযুক্তি ব্যবহার, ব্যাংকিং ও আর্থিক সেবা ব্যবহার, মোবাইল ব্যাংকিং, ভোগ্য পণ্য ক্রয়-বিক্রয়, ইনসুরেন্স, বিদ্যমান প্রতিবন্ধকতা, সম্ভাবনা এবং মুদি ব্যবসায় নারীর অংশগ্রহণ ইত্যাদি বিষয় নিয়ে তথ্য-উপাত্ত সংগ্রহ ও বিশ্লেষণ করা হয়। এই গবেষণার ফলাফল সবাইকে জানানো এবং পরবর্তী করণীয় নির্ধারণের জন্য সরকারি-বেসরকারি পর্যায়ে নীতিনির্ধারক, ব্যবসায়ী সংগঠন, ব্যাংক, আর্থিক সেবা প্রতিষ্ঠান, ভোগ্য পণ্য প্রস্তুত ও বিপণনকারী এবং প্রযুক্তি উন্নয়ন নিয়ে কর্মরত বিভিন্ন প্রতিষ্ঠানের প্রতিনিধিবৃন্দের সামনে একটি অনুষ্ঠানের মাধ্যমে উপস্থাপন করা হয়। ইউএনসিডিএফ এবং ব্যবসায়ীদের সংগঠন এফবিসিসিআই যৌথভাবে ১৬ মে ২০১৮ তারিখে ঢাকায় এ অনুষ্ঠানটি আয়োজন করে।



SHIFT কর্মসূচির অন্যতম অংশীদার প্রতিষ্ঠান ডিনেট, ডিসেম্বর ২০১৭ থেকে মার্চ ২০১৮ সময়ে শেরপুর, জামালপুর, টাঙ্গাইল এবং সিরাজগঞ্জে কয়েকটি পর্যায়ে নিবিড়ভাবে গবেষণা পরিচালনা করে। এ গবেষণার মাধ্যমে মুদি দোকানিদের ব্যবসা উন্নয়নের জন্য জ্ঞান ও দক্ষতা চাহিদা, ব্যবসা ও আর্থিক সিদ্ধান্ত গ্রহণে প্রচলিত রীতিনীতি ও আচরণ, দৈনন্দিন কর্মকাণ্ড, যোগাযোগ প্রথা ও মাধ্যম ইত্যাদি বিষয় গভীরভাবে বিশ্লেষণ করা হয়। দোকানিদের পেশাগত জীবনের পাশাপাশি ব্যক্তিগত জীবনধারাও ছিল এই গবেষণার অন্তর্ভুক্ত। এ গবেষণায় ১৫০ জনেরও বেশি মুদি দোকানি এবং ৫০ জনেরও বেশি মুদি ব্যবসা সহায়তাকারী প্রতিষ্ঠানের প্রতিনিধি ও বিশেষজ্ঞ অংশগ্রহণ করেন।

গবেষণায় অসংখ্য বিষয়ের মধ্যে এমন অনেক বিষয় উঠে এসেছে যেখানে তাদের ব্যবসার উন্নতির বিশেষ নজর দেয়া দরকার। এর মধ্যে উল্লেখযোগ্য কিছু বিষয় হল: সঞ্চয় ও ঝুঁকি, ঝটপট সিদ্ধান্ত, পাইকারের সাথে সম্পর্ক, ক্রেতা আকর্ষণ, মূলধন সুরক্ষা, দোকান সাজানো, ডিজিটাল টাকাসহ আরো অনেক মূল্যবান তথ্য এই গবেষণায় উঠে এসেছে। গবেষণা ফলাফলের ভিত্তিতে ডিনেট, মুদি দোকানিদের জন্য প্রস্তুত করছে নানা ধরনের জ্ঞান ও প্রযুক্তি টুলকিট এবং প্রশিক্ষণের ব্যবস্থা।

## মুদ্রা থেকে ডিজিটাল টাকা

প্রাচীনকাল থেকে পণ্য বিনিময় ও অর্থ লেনদেন করতে মানুষ যুগে যুগে অনেক পদ্ধতি গ্রহণ করেছে। ১৮০০ থেকে শুরু হয় মুদ্রা ব্যবস্থাপনার জন্য ব্যাংকিং কার্যক্রম। এখানে মানুষ নিজের অর্থ গচ্ছিত রাখে, গচ্ছিত অর্থের বিপরীতে পায় মুনাফা এবং ব্যাংক থেকে নিতে পারে ঋণ। নিজ প্রয়োজনে বা পরিবারের হাতে প্রয়োজনীয় অর্থ পাঠানো এক রকম চ্যালেঞ্জ হয়ে দাঁড়ায় অনেকের কাছেই। এ সমস্যার সমাধানে প্রথম ধাপে আমরা দেখি যে মানুষ মানি অর্ডার করছে। যারা ব্যাংকিং সুবিধার আওতায় তারা ল্যাণ্ডফোনের সংখ্যা বাড়ার সাথে সাথে টিটি বা টেলিগ্রাফিক ট্রান্সফারের সেবা গ্রহণ করেছে ৫ থেকে ৭ বছর আগেও। ব্যাংকগুলো অনলাইন হবার পর থেকে এই টিটির দিনও প্রায় শেষ।

মোবাইল ফোনের আগমন ও সহজলভ্যতা এবং মোবাইল ব্যাংকিং সেবা অর্থ আদান-প্রদানের চেহারা পাল্টে দিয়েছে আমূল। দেশে এক ধরনের নীরব বিপ্লব ঘটে গেছে মোবাইল ব্যাংকিং সেবা ব্যবহারের সুযোগে। ২০১১ সাল থেকে মোবাইল ফোন ব্যবহার করে অর্থ লেনদেন সেবার অনুমতি প্রদান করে বাংলাদেশ ব্যাংক, যার ফলে আজ মোবাইলে টাকা লেনদেনকারী দেশগুলোর মধ্যে বাংলাদেশ অন্যতম। দরিদ্র ও ব্যাংকিং সেবার বাইরের মানুষগুলিকে এ সেবার মাঝে নিয়ে আসার লক্ষ্যে প্রাথমিকভাবে চালু হয়েছিল মোবাইল ব্যাংকিং, যদিও আজ তা নগর থেকে গ্রামে ছড়িয়ে পড়েছে বিপুল বিক্রমে।

বাংলাদেশে ২০১১ সালে হাজার গ্রাহক দিয়ে শুরু হলেও আজ তা পৌঁছে গেছে কোটি কোটি গ্রাহকের কাছে অতি অল্প সময়ে। ২০১২ সালের মার্চ মাসে ৪.৫ লক্ষ গ্রাহক আর ২.৫ কোটি টাকা যেখানে লেনদেন হয়েছিল, বর্তমানে (২০১৮-মার্চ) তা ৬ কোটি গ্রাহক ও ৩১ হাজার কোটি টাকার এক বিশাল লেনদেন সাম্রাজ্য করেছে মোবাইল ব্যাংকিং। এখন মোবাইল ফোন মানে হল নিরাপত্তার আবরণে আপনার অর্থ লেনদেনের সুপরিচিত একটি মাধ্যম। মোবাইল ব্যাংকিংসহ ডিজিটাল ফাইন্যান্সিয়াল সার্ভিস, গ্রাম কিংবা শহরে এখন মানুষের অন্যতম কাঙ্ক্ষিত সেবা, যা ছাড়া একটি দিনও ভাবা অসম্ভব।

## সাবধান! প্রতারণা চলছে

প্রতারক আর প্রতারণা সবসময় সুযোগ খুঁজে মানুষের সরলতা, অজ্ঞতা আর দুর্বলতার। সব ভাল কিছুতেই রেখে যায় কালো দাগ। মুক্তি পায়নি মোবাইল ব্যাংকিং সেবাও। একের পর এক প্রতারণা প্রশ্নবিদ্ধ করে মোবাইল ব্যাংকিং সেবাকেও। লোভ, ভয় অথবা ভুল বিশ্বাসের উপর ভিত্তি করে মোবাইলে অপরিচিত কাউকে নিজের টাকা মোবাইলের মাধ্যমে পাঠাবেন না। প্রতারক বলতে পারে সে ভুলে আপনার মোবাইলে টাকা পাঠিয়েছে কিংবা বলতে পারে আপনি লটারি জিতেছেন বা নতুন চাকুরী পেয়েছেন। এছাড়াও কোম্পানির কর্মকর্তা সেজে প্রতারক আপনাকে নতুন সেবা চালুর প্রস্তাব দিতে পারে। একাউন্ট বন্ধের ভয় দেখাতে পারে। এসব কথা শুনে ফাঁদে পা দেবেন না। আগে তথ্য যাচাই করুন।

তথ্য যাচাই করতে আপনার মোবাইল ব্যাংক একাউন্টের ব্যালেন্স চেক করুন। যেকোনো ঝুঁকি ও প্রতারণা এড়াতে কল করুন সংশ্লিষ্ট সেবা প্রদানকারী কোম্পানির হেল্প লাইন নম্বরে। তবে যাই হোক না কেন, বিশ্বের সাথে তাল মিলিয়ে আমাদের দেশেও ডিজিটাল টাকার ব্যবহার বাড়তে থাকবে। ক্রেতার দোকান থেকে ডিজিটাল টাকার বিনিময়ে পণ্য কিনতে চাইবে। যারা ক্রেতার এ চাহিদা যত পূরণ করবে তার ব্যবসা তত বাড়বে। আমরা একটু সাবধান হলেই এ সুবিধা কাজে লাগাতে পারি।

## মুদি দোকান

### নিয়ে গবেষণার খণ্ডচিত্র



মুদি ব্যবসায়ীদের মধ্যে মাত্র ১.৫% নারী।



৬১.২% মুদি ব্যবসায়ী বয়সে তরুণ।



৫৬.৭% মুদি ব্যবসায়ীর নিজস্ব ব্যাংক একাউন্ট নেই।



মাত্র ২৯.৬% মুদি ব্যবসায়ীর মোবাইল ব্যাংক একাউন্ট আছে।



মুদি ব্যবসায়ীদের মধ্যে ৭০% ব্যবহার করেন সাধারণ ফোন, ৩০% স্মার্টফোন।



মুদি ব্যবসায়ীদের মধ্যে ইন্টারনেট ব্যবহারকারী মাত্র ২৩.৪%।



৯৮% মুদি ব্যবসায়ী গ্রাহকদের সাথে বাকিতে লেনদেন করেন।



প্রতিদিনের ক্রয়-বিক্রয় হিসাব রাখেন মাত্র ২২.৩% মুদি ব্যবসায়ী।



মাত্র ৫.৬% মুদি ব্যবসায়ী মালামাল ক্রয়ে ডিলার বা পাইকারদের সাথে ডিজিটাল মাধ্যম ব্যবহার করেন।



ক্রেতার সাথে মুদি ব্যবসায়ীদের কোন লেনদেনই ডিজিটাল মাধ্যমে হয় না।



মুদি ব্যবসায়ীদের মধ্যে ৬৫.৬% ড্রেড লাইসেন্স ব্যবহার করেন।



মুদি ব্যবসায়ীদের মধ্যে মাত্র ০.২% মুদি ব্যবসায়ীর ইনসুরেন্স আছে।



## এফএমসিজি বাংলাদেশ একটি বিশাল বাজার

সহজ কথায়, যে সব ভোগ্যপণ্য কিনতে কম খরচ হয় এবং খুব দ্রুত বিক্রি হয় সেগুলোকে ফাস্ট মুভিং কনজিউমার গুডস (এফএমসিজি) বলে। বাংলাদেশে ১০ লাখের অধিক মুদি ব্যবসায়ীর বিক্রি করা পণ্যের মধ্যে এফএমসিজি অন্যতম। উন্নয়নশীল দেশ হিসেবে বাংলাদেশের বাজার এশিয়ার অন্যান্য দেশের বাজারগুলোর মধ্যে গতিশীল। প্রতিবছর প্রায় ২০ লাখ মানুষ মধ্যবিত্ত শ্রেণিতে যুক্ত হচ্ছেন আর কমছে দরিদ্র জনগোষ্ঠীর সংখ্যা, সঙ্গে বাড়ছে সচ্ছল বা উচ্চবিত্তের সংখ্যা। ফলে ভোগ্যপণ্য উৎপাদনকারী প্রতিষ্ঠানগুলোর (এফএমসিজি) জন্য বাংলাদেশ বিশাল সম্ভাবনাময় এক বাজার। আন্তর্জাতিক গবেষণা প্রতিষ্ঠান নিয়োলসন এর ভোজা ও ভোগ্যপণ্য নিয়ে গবেষণা তথ্য অনুযায়ী, ২০১৬ অর্থ-বছরে বাংলাদেশে এফএমসিজি খাতের বাজার বেড়েছে ১২ দশমিক ৮ শতাংশ। ২০১৫ সালে এই বাজারের আকার ছিল ২৫ হাজার ৩০০ কোটি টাকা।

স্বাধীনতা পরবর্তী বাংলাদেশে বহুজাতিক প্রতিষ্ঠানের মার্কেট শেয়ার বেশি থাকলেও বর্তমানে এফএমসিজি পণ্যে দেশীয় প্রতিষ্ঠানগুলো অনেক ভালো করছে। দেশে এফএমসিজি ব্যবসার সঙ্গে যুক্ত বৃহৎ প্রতিষ্ঠান রয়েছে অর্ধ শতাব্দির বেশি এবং বাজারের নেতৃত্ব দিচ্ছে বিদেশি প্রতিষ্ঠানগুলোকে সরিয়ে। উদাহরণ স্বরূপ-খাদ্যপণ্য শ্রেণিতে বিদেশি প্রতিষ্ঠান গুলোকে পেছনে ফেলে ২০১৭ সালে সবচেয়ে জনপ্রিয় হয়েছে মেঘনা গ্রুপের ফ্রেশ ব্র্যান্ড।

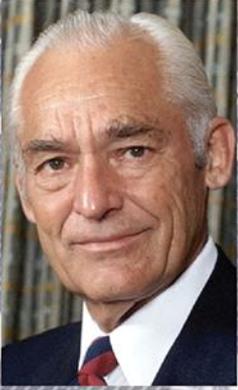
যুক্তরাষ্ট্র ভিত্তিক গবেষণা প্রতিষ্ঠান বোস্টন কনসাল্টিং গ্রুপের গবেষণা প্রতিবেদন অনুযায়ী, বাংলাদেশি ক্রমবর্ধমান ভোক্তাশ্রেণী দামি ব্র্যান্ডের পণ্য ও সেবা কিনতে ইচ্ছুক, কিন্তু একই সঙ্গে তারা খরচ নিয়েও সচেতন। মধ্যবিত্ত শ্রেণির ৮০ শতাংশই ভোগ্যপণ্য কেনার ক্ষেত্রে ভালো ব্র্যান্ডকে প্রাধান্য দেয়। তাই বাংলাদেশি ভোক্তাদের মন জয় করতে

হলে ভোগ্যপণ্য প্রতিষ্ঠানগুলোকে পণ্যের মানের ওপর জোর দেওয়ার পরামর্শ দেয়া হয়েছে এই গবেষণায়।

গবেষণায় মধ্যবিত্ত শ্রেণির মোবাইল ফোনে ইন্টারনেট ব্যবহারের বিষয়টি তুলে ধরা হয়েছে। এই শ্রেণির ৬৮ শতাংশ ভোক্তার হাতে ইন্টারনেট যুক্ত স্মার্টফোন রয়েছে। নগদ অর্থের চেয়ে মোবাইল ব্যবহার করে পণ্যের মূল্য পরিশোধে এ শ্রেণির ব্যাপক আগ্রহ রয়েছে। পণ্য সম্পর্কে জানতে এই শ্রেণির ৬৬ শতাংশ প্রথমে ইন্টারনেটে খোঁজ করে, ৮১ শতাংশ মধ্যবিত্ত ইন্টারনেটে পাওয়া তথ্যকে বিশ্বাসযোগ্য মনে করে। তাই ইন্টারনেটে এফএমসিজি বিষয়ক সঠিক তথ্য প্রচার ও সচেতনতামূলক কার্যক্রম পরিচালনা করায় বিশেষ পদক্ষেপ প্রয়োজন।

উন্নত বিশ্ব ও এশিয়ার সম্প্রসারণশীল অন্যান্য বাজারের তুলনায় এ দেশের মধ্যবিত্ত শ্রেণি গৃহস্থালি পণ্য কেনার ক্ষেত্রে আধুনিক মাধ্যম যেমন সুপার মার্কেট ও চেইন শপের চেয়ে প্রথাগত দোকান থেকে কেনাকাটায় বেশি স্বাচ্ছন্দ্য বোধ করেন। এক্ষেত্রে আমাদের মুদি দোকান ও ব্যবসায়ীরা যদি সময় উপযোগী গ্রাহক সেবা ও উন্নত প্রযুক্তির সম্মিলন ঘটাতে পারেন তাহলে বৃহত্তম এই বাজারের দখল তাদের হাতেই থাকবে। এফএমসিজি সংশ্লিষ্ট ব্যবসায়ী প্রতিষ্ঠানগুলোকে নজর রাখতে হবে যে এইসব ক্ষুদ্র ব্যবসায়ীরা যেন আধুনিক বাজার ব্যবস্থাপনার সাথে সংযুক্ত থাকতে পারে। এর সাথে সংশ্লিষ্ট শিফট কর্মসূচির একটি অন্যতম উদ্দেশ্য হল মুদি ব্যবসায়ী ও এফএমসিজি কোম্পানিগুলোর মধ্যে প্রযুক্তির মাধ্যমে ব্যবসায়িক সম্পর্ক উন্নয়নে কাজ করা।

## ওয়ালমার্ট কম লাভ বেশি বিক্রি



১৯৬২ সালে  
স্যাম ওয়ালটন  
প্রতিষ্ঠা করেন  
“ওয়ালমার্ট”

একবার ভাবুন তো, আপনার পাড়া বা মহল্লা কিংবা আধুনিক শহরের একটি ছোট আবাসিক এলাকার সমান একটি নিত্য প্রয়োজনীয় পণ্যাদি বা মুদির দোকান। উন্নত বিশ্বে যাদের নিয়মিত যাতায়াত, তাদের কাছেও বিস্ময় হয়ে ধরা দেয় এ ধরনের সুপার শপগুলো। সেখানে আমাদের গ্রামের একটি মুদি দোকানদারের কাছে এ ধরনের একটি দোকানের মালিক হবার কল্পনা যদি করতে বলি নেহাত পাগল ভেবে হয়ত সে আর কোন কথাই বলবে না অথবা হেসেই উড়িয়ে দেবে। ছোট্ট একটি দোকান থেকে কিভাবে এ ধরনের অসংখ্য সুপার শপের মালিক হওয়া যায়- 'ওয়ালমার্ট' এমনই একটি গল্প, যা কল্পনা নয় পুরোটাই সত্য।

“কম লাভে-বেশি বিক্রি” করার সহজ একটি ভাবনা ও ধারণা নিয়ে ছোট্ট পরিসরে যাত্রা হয়েছিল ওয়ালমার্টের। ১৯৬২ সালে স্যাম ওয়ালটন প্রতিষ্ঠা করেন “ওয়ালমার্ট”। যা প্রায় ৬০ বছরে বর্তমানে বিশ্বের সবচেয়ে বড় খুচরা বিক্রেতা প্রতিষ্ঠান। আয়ের দিক থেকে এ ধরনের প্রতিষ্ঠানের মধ্যে “ওয়ালমার্ট” বিশ্বের সবচেয়ে বড়। যুক্তরাষ্ট্রের আরকানসাস রাজ্যের বেন্টনভিল শহরে এর সদরদপ্তর, আর এখানেই শুরু হয়েছিল ওয়ালমার্টের যাত্রা, যা আজ যুক্তরাষ্ট্রের সর্ববৃহৎ খুচরা বিক্রেতা প্রতিষ্ঠান ও কর্মসংস্থান প্রদানকারী প্রতিষ্ঠান হিসেবে সুপরিচিত।

৩১শে জুলাই, ২০১৬ এর তথ্যমতে, বিশ্বের ২৭টি দেশে ৭১টি ব্যানারে ওয়ালমার্টের ১১,০০০ স্টোর রয়েছে। এছাড়াও ইন্টারনেটের (ই-কমার্স) মাধ্যমে তারা ১১টি দেশে ভোক্তাদের কাছে পণ্য বিক্রি করে। প্রতি সপ্তাহে ২৪ কোটি ৫০ লক্ষেরও বেশি ভোক্তা ওয়ালমার্টের দোকান এবং ইন্টারনেটের মাধ্যমে পণ্য ক্রয় করেন। ১৯৮৮ সালে তারা “ওয়ালমার্ট সুপার সেন্টার” নামে চালু করে বৃহৎ আকারের শপিং মল। এক একটি সুপারস্টোর ১ লক্ষ ৮২ হাজার বর্গফুট এলাকা জুড়ে বিস্তৃত যেখানে প্রতিদিন ৩০০ লোক কাজ করেন। এসব স্টোর দিনরাত ২৪ ঘণ্টা খোলা থাকে।

ওয়ালমার্ট পৃথিবীর সব চাইতে ধনী কোম্পানি। ২০১৬ এর জুন পর্যন্ত মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের মুদি মালামালের মোট বিক্রির ৬২.৩% ওয়ালমার্ট একাই বিক্রি করেছে। যা প্রায় ৪০ লক্ষ কোটি টাকার সমান। মূলত মুদি সামগ্রী দিয়ে শুরু করলেও ওয়ালমার্টে পাওয়া যায়, ফার্নিচার, জুতা, পোশাক, জুয়েলারি, খেলনা সামগ্রী, ছায়াছবি, মিউজিক, স্বাস্থ্য ও সৌন্দর্য সংশ্লিষ্ট সামগ্রীসহ সব ধরনের খাবার।



ঢাকা থেকে শেরপুর জেলার নতিলাবাড়ি উপজেলা পরিষদের “ডিজিটাল বাণিজ্য মেলা-২০১৮” প্রাঙ্গণে প্রবেশের পর প্রথম যে স্টলটি নজর কাড়ল, সেটি ছিল আমাদের “ভুট্টা রফিকের”। পুরো স্টলটি তার অর্জন করা অসংখ্য সার্টিফিকেট দিয়ে সাজানো, যা প্রকাশ করছিল এক ভুট্টা মানবের সাফল্যের রূপকথা। সাধারণ ক্রেতা হিসেবে আমি কিনলাম তার বানানো ভুট্টা ভাজা। পরিষ্কার বট পাতাতে তার পরিচ্ছন্ন পরিবেশনা একজন ক্রেতা হিসেবে আমাকে আকৃষ্ট করেছিল। একই সাথে তার পণ্যের গুণগানের কথা শুনতে খারাপ লাগেনি একটুও।

গল্প আমাকে খুঁজতে হয়নি, রফিক (সবার পরিচিত ভুট্টা রফিক) একটি গল্প হয়ে হাজির হল আর সম্পর্কের গভীরতা বৃদ্ধির সাথে সাথে উন্মোচিত হল একটি সফল ও সংগ্রামী উদ্যোক্তার গল্প। যে কিনা অপ্রচলিত একটি পণ্যের বুদ্ধিদীপ্ত প্রসারের মাধ্যমে পরিবর্তন এনেছে তার জীবনে।

১৯৬৯-নভেম্বর ১১, রাত ৮-৩০, মণ্ডল পরিবারে জন্ম নেন রফিক। বাবা ছিলেন মণ্ডল, ব্যস্ত থাকতেন গ্রাম্য বিচার-আচার নিয়ে, ফলে কাজে ছিলো না মন, তাই তো জমি বেচতেন আর সংসার চালাতেন। এক এক করে সব জমি শেষ, রফিকের জীবনে শুরু হল অভাব আর শুধুই অভাব, একনাগাড়ে শুনলাম রফিকের কথা। শেষের কথাটি ছিল ভাত খেতাম কালেভদ্রে, চোখ জুড়ে দেখলাম চিকচিক করছে না ঝরা অশ্রু।

লেখাপড়া ৫ম শ্রেণী। গণিতে ছিলেন অসম্ভব পারদর্শী। তাই তো খুশি হয়ে অঙ্ক স্যার কিনে দিলেন পাঞ্জাবি আর বই-খাতা। বাবা কখনও তাকে হাই স্কুলের পথ দেখাননি ফলে শেষ হল তার প্রাতিষ্ঠানিক শিক্ষা। কিন্তু কখনই থামেনি জ্ঞান চর্চা। শুরু হল তার কর্মজীবন, ক্ষেত খামারে কৃষি কাজ দিয়ে। ৫০০ টাকার পুঁজি দিয়ে শুরু হল দোকানদারি। কিন্তু পুঁজি শেষ হল সংসারে বাড়তি প্রয়োজনের চাহিদা সামাল দিতে গিয়ে। অগত্যা ফের কৃষি কাজের দিনমজুর।

১৯৯১ সালে, ৩০ শতাংশ জমি পেলেন বিবাহ সূত্রে, স্বামী-স্ত্রী দুজন মিলে শুরু করলেন কৃষি কাজ। শুরু হল রফিকের এগিয়ে চলার গল্প। রফিক বরাবরই চেষ্টা করতেন যে ফসলটি চাষ করবেন তা যেন প্রাকৃতিক ভাবে অনেক উন্নতমানের ও সেরা হয়। সে নিয়মিত অংশগ্রহণ করতেন সরকার আয়োজিত বিভিন্ন মেলায়। তার উৎপাদিত ও প্রদর্শিত পণ্যগুলো প্রশংসিত হতো সরকারি মহলসহ সবার কাছে।

চাষ, ফলন পেলেন ৬০০ মন। ঢাকাতে যোগাযোগ করলেন মালগুলো বিক্রি করার, ১৫ টন ভুট্টা নিয়েও এলেন পাইকারি বাজারে কিন্তু বিক্রি হল না এক টনও। পাইকারের কাছে অনেক অনুরোধ করে যোগাড় করলেন ট্রাক ভাড়া আর পাইকারের কাছে মালগুলো সব রেখে ফিরে এলেন একটি প্রতিজ্ঞা নিয়ে। গল্পটি যখন শুনছিলাম তখন তার চোখ-মুখে দেখছিলাম সংকল্পের এক দীপ্ত আভা। “আর বেচমু না কাঁচামাল এবার বেচমু পণ্য” এই ছিল তার প্রতিজ্ঞা। যেই ভাবা সেই কাজ। শুরু



১৯৯৬ সালে রফিকের পথচলা শুরু হল ভুট্টা রফিক হিসেবে। একটি ক্ষুদ্রঋণ প্রতিষ্ঠানের মাধ্যমে সে ঋণ নেয় ৬০০০ টাকা কিন্তু শর্ত হিসেবে তারা বলে দেয় চাষ করতে হবে ভুট্টা। শুরু হল ভুট্টা চাষ, ফলনও পেলেন ভালো, কিন্তু কেউ তা কিনতে চাইত না। অগত্যা কি করবেন ভেবে না পেয়ে শুরু করলেন ফেরি করে ভুট্টা বিক্রি করা। সেখানেও বিপত্তি কেউ টাকা দিয়ে ভুট্টা কিনতে চাইত না। নতুন একটি বুদ্ধি করলেন, শুরু করলেন বিনিময় প্রথা, মানে ভুট্টার বিনিময়ে চাল, ডাল, গম ইত্যাদি নিত্য প্রয়োজনীয় পণ্যের বিনিময়। আর এই অভিজ্ঞতা রফিককে করে তুললো আরও প্রতিজ্ঞাবদ্ধ।

করলেন অনুসন্ধান, কি কি পণ্য বেচা যেতে পারে ভুট্টা দিয়ে? বাজারে ছোট একটি দামি কৌটা তার ভাবনাকে স্বীকৃতি দিল। কৌটাটি ছিল কর্ণ ফ্লাওয়ারের। শুরু হল ভুট্টা ভাসিয়ে কর্ণ ফ্লাওয়ার বা ভুট্টার আটা বানানো। সফল হলেন আর ভাবলেন আরও কি করা যায়। আজ ২০ বছর ধরে রফিক ভুট্টা থেকে উৎপাদন করছেন ৩০ এরও অধিক পণ্য। বিভিন্ন ধরনের আটা ও তা থেকে উৎপাদিত বিভিন্ন পণ্য যেমন: বড়া, খুরমা, ভুট্টা ভাজা, জিলাপি, মিষ্টি ইত্যাদি। নিজেই তা বিক্রি করেছেন আর মানুষের মাঝে জনপ্রিয় করেছেন ভুট্টার বিভিন্ন পণ্যকে।

ভুট্টা থেকে তৈরি খাবারগুলো যে মানবদেহের জন্য কতটা উপকারী এবং একই সাথে অনেক রোগের প্রতিরোধকারী তিনি প্রতিনিয়ত তাই জানাচ্ছেন ক্রেতা ও সাধারণ মানুষকে। আর স্বপ্ন দেখেন কিভাবে তার পণ্যের প্রসার করবেন দেশব্যাপী এবং কবে বানাবেন ভুট্টা থেকে কর্ণ অয়েল।

১৯৯৭ সালে অত্র অঞ্চলে পাহাড়ি ঢলে সৃষ্ট বন্যা থেকে রক্ষার জন্য তৎকালীন সরকার বাঁধ নির্মাণের সময় বীজ, সার, কীটনাশক ইত্যাদি কৃষিজ উপকরণ সাধারণ মানুষের মাঝে বিনামূল্যে বিতরণ করলেন। রফিক সেই সুযোগে পাঁচ একর জমিতে শুরু করলেন ভুট্টা

# সহজ পাঠ: ভোক্তা অধিকার আইন



প্রতিনিয়ত বিড়ম্বনার স্বীকার ক্রেতা ও ভোক্তা। ভোক্তা আর অধিকার, এটি একটি চিরায়ত প্রশ্ন। অথচ ভোক্তা নিজেও জানে না তার অধিকার কোথায় আর কিভাবে বলা আছে। উন্নত বিশ্বে ক্রেতা ভোক্তা সচেতন হলেও আমাদের মতো দেশে ভোক্তা অধিকারের চর্চা নেই বললেই চলে। মধ্যম আয়ের দেশ হিসেবে পরিচিতি পেতে এগিয়ে যাচ্ছে বাংলাদেশ, জীবনকে উন্নত করতে হলে সময় এসেছে সচেতন হবার, সচেতন করার।

২৬ শে এপ্রিল ২০০৯, গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার জাতীয় সংসদে প্রণয়ন করেন 'ভোক্তা অধিকার সংরক্ষণ আইন'। একজন ক্রেতার যেমন জানা দরকার তেমনি একজন বিক্রেতা হিসেবে আপনার প্রয়োজন আইন জানার, তা মেনে চলার এবং আপনার ক্রেতাকে তা জানানোর। আসুন জেনে নেয়া যাক ধারাবাহিকভাবে এর বিস্তারিত।

## প্রদর্শন করব মূল্য তালিকা

দোকান বা প্রতিষ্ঠানে ঢুকলেই দেখা যায় এমন একটি স্থানে ঝুলিয়ে রাখব পণ্যের মূল্য তালিকা। ক্রেতা জানতে পারবে তার প্রয়োজনীয় পণ্যটির মূল্য আর আপনিও মেনে চলবেন আইন। পণ্যের মূল্য তালিকা প্রদর্শন না করলে এক বছরের কারাদণ্ড বা ৫০ হাজার টাকা অর্থদণ্ড, এমন কি উভয় দণ্ডও হতে পারে।

## বেচব না ভেজাল পণ্য/ঔষধ

অবশ্যই খেয়াল রাখব যেন কোন ভাবেই ভেজাল পণ্য/ঔষধ দোকানে যেন না থাকে। ভেজাল পণ্য/ঔষধ আমাদের সবার জীবনের জন্য হুমকি স্বরূপ ও ভেজাল পণ্য বিক্রয় করা একটি গুরুতর অপরাধ। এই অপরাধে সর্বোচ্চ তিন বছর কারাদণ্ড ও দুই লাখ টাকা জরিমানা হতে পারে, এমন কি উভয় দণ্ডও হতে পারে।

## বিক্রয় করব ধার্যকৃত মূল্য

সকল ধর্মমতে- লোভ একটি পাপ ও অন্যায় আর আইনে পণ্যের নির্ধারিত মূল্যের চেয়ে বেশি অর্থ আদায় করা অপরাধ। নির্ধারিত মূল্য অপেক্ষা অধিক মূল্যে কোন পণ্য, ঔষধ বা সেবা বিক্রি করলে অনূর্ধ্ব এক বৎসর কারাদণ্ড, বা অনধিক পঞ্চাশ হাজার টাকা অর্থদণ্ড বা উভয় দণ্ডে দণ্ডিত হইবেন।

## অভিযোগ করলে পুরস্কার

আইন মানলে কিন্তু জীবন অনেক সহজ আর বরং না মানলেই নেমে আসে বিপত্তি। কোনভাবে যদি আপনার ভোক্তার অধিকার ক্ষুণ্ণ হয় তাহলে আইনে সুযোগ আছে অভিযোগ করার। অভিযোগ প্রমাণিত হওয়ার জরিমানা করা হলে অভিযোগকারী পাবেন আদায়কৃত জরিমানার ২৫% অর্থ। এশিয়ার মধ্যে বর্তমানে শুধুমাত্র বাংলাদেশেই এই ধরনের জরিমানার অংশ ভোক্তাকে দেওয়ার নিয়ম আছে।

## ইতিহাস থেকে

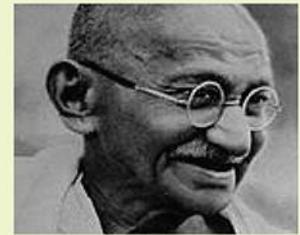
দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধের পর উন্নত দেশগুলোতে ভোক্তা অধিকার একটি চিন্তার বিষয় হয়ে দাঁড়ায়। পণ্যের চাহিদা অনুযায়ী সরবরাহকৃত পণ্যের গুণগত মান অর্জন করা, এক পর্যায়ে রূপ নেয় সার্বজনীন জটিলতায়। এরই ফলশ্রুতিতে, ১৯৬২ তে মার্কিন কংগ্রেসে উত্থাপিত ভোক্তা অধিকার বিষয়ক বিল পাস করার সময় প্রেসিডেন্ট, জন এফ কেনেডি মন্তব্য করেছিলেন-

“যদি কোন গ্রাহককে নিম্নমানের পণ্য/ঔষধ দেয়া হয়, তার দাম যদি হয় অযৌক্তিক বা পণ্য/ঔষধটি হয় অসুরক্ষিত বা অকার্যকর, আর গ্রাহকের যদি সুযোগ বা ধারণা না থাকে সঠিক ও প্রয়োজনীয় পণ্যটি বেছে নেওয়ার- তাহলে তার অর্থের অপচয় হয়, হুমকির সম্মুখীন হতে পারে তার স্বাস্থ্য এবং নিরাপত্তা, একই সাথে তা ক্ষতিগ্রস্ত করে জাতীয় অর্থনীতিকে।



মহাত্মা গান্ধী বলেছেন-

“একজন গ্রাহক আমাদের ব্যবসায়ীক প্রাঙ্গণে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ অতিথি। তিনি আমাদের উপর নির্ভরশীল নন, আমরা তার উপর নির্ভরশীল। তিনি আমাদের কাজের মধ্যে বাধা নন, বরং তিনি আমাদের কাজের উদ্দেশ্য। তার সেবা করে আমরা তাকে অনুগ্রহ করছি না, বরং সেবার সুযোগ দিয়ে তিনি আমাদের অনুগ্রহ করছেন”।



ক্ষুদ্র দোকানির ব্যবসায় উন্নতির জন্য চাহিদাভিত্তিক জ্ঞান ও ডিজিটাল প্রযুক্তি পৌঁছে দেয়া এবং ভোক্তাকে সচেতন করা SHAPING INCLUSIVE FINANCE TRANSFORMATION-MERCHANTS DEVELOPMENT DRIVING RURAL MARKETS (SHIFT-MDDRM) কর্মসূচির মূল উদ্দেশ্য। ইউরোপিয়ান ইউনিয়নের সহযোগিতায় ২০১৯ সালের মধ্যে দক্ষতা উন্নয়ন প্রশিক্ষণ, উদ্ভাবনী ডিজিটাল প্রযুক্তি ও সচেতনতা কার্যক্রম নিয়ে শেরপুর, জামালপুর, টাঙ্গাইল এবং সিরাজগঞ্জের দশ হাজার ক্ষুদ্র দোকানি এবং এক লক্ষ ভোক্তার নিকট SHIFT কর্মসূচি পৌঁছে যাবে। SHIFT কর্মসূচিতে ডিজিটাল প্রযুক্তি উদ্ভাবন এবং মার্ট পর্যায়ে কার্যক্রম বাস্তবায়নের অন্যতম অংশীদার ডিনেট। বৌদ্ধভাবে সাথে আছে দ্য ইউনাইটেড ন্যাশনাল ক্যাপিটাল ডেভেলপমেন্ট ফান্ড, ফেডারেশন অব বাংলাদেশ চেম্বার অব কমার্স এন্ড ইন্ডাস্ট্রি (এফবিসিসিআই) এবং বাংলাদেশ দোকান মালিক সমিতি (বিডিএমএস)।