

প্রথমআন্দো

বিজ্ঞাপন বার্তা

প্রকাশ: ১৫ জুন ২০২৩, ২১: ৩৯

বাংলাদেশ

<https://www.prothomalo.com/bangladesh/9swke7nxhm>

গোল্ড স্টার: গ্রামীণ নারী উদ্যোক্তাদের একটি সফল নেটওয়ার্ক



জিএসএমরা কমিউনিটি পর্যায়ে প্রয়োজনীয় স্বাস্থ্য বার্তা প্রদানের মাধ্যমে জনস্বাস্থ্য পণ্যের চাহিদা ও সরবরাহ বৃদ্ধিতে কাজ করেনছবি: সংগৃহীত

চারটি এনজিওর মাধ্যমে বাংলাদেশের ৩২টি জেলার ১০৪টি উপজেলায় কমিউনিটি মোবাইলাইজেশন কর্মসূচি বাস্তবায়ন করছে এসএমসি। এই কর্মসূচির একটি উল্লেখযোগ্য পদক্ষেপ হলো, আগ্রহী গ্রামীণ নারীদের উদ্যোক্তায় রূপান্তরিত করা। গোল্ড স্টার মেম্বার

(জিএসএম) হিসেবে খ্যাত এই নারী উদ্যোক্তারা নির্দিষ্ট একটি প্রক্রিয়ার মাধ্যমে নির্বাচিত হন। জিএসএমরা কমিউনিটি পর্যায়ে প্রয়োজনীয় স্বাস্থ্য বার্তা প্রদানের মাধ্যমে জনস্বাস্থ্য পণ্যের চাহিদা ও সরবরাহ বৃদ্ধিতে কাজ করেন এবং পারিবারিক পর্যায়ে এসএমসির জনস্বাস্থ্য পণ্যসমূহ বিক্রি করে নিজেরা লাভবান হচ্ছেন। গোল্ড স্টার সদস্যরা গর্ভধারণের সঠিক সময় ও বিরতি, শিশু জন্মের পর প্রথম এক হাজার দিনের যত্ন, বয়ঃসন্ধিকালীন স্বাস্থ্য, পুষ্টি, স্বাস্থ্যবিষয়ক এবং ব্যক্তিগত পরিষ্কার-পরিচ্ছন্নতা বিষয়ে গুরুত্বপূর্ণ তথ্য প্রচার করে থাকেন।

এসব নারীকে উদ্যোক্তা হিসেবে গড়ে তোলার জন্য প্রয়োজনীয় প্রশিক্ষণ এবং পরামর্শ প্রদান করে থাকে এসএমসি। প্রশিক্ষণে বিভিন্ন জনস্বাস্থ্যবিষয়ক তথ্য, পণ্যের বিশদ বিবরণ এবং প্রচার, বিক্রয় এবং ব্যবসায়িক কৌশল, জিএসএমের ভূমিকা ও দায়িত্ব, যোগাযোগের কৌশল ইত্যাদি বিষয়ে তাঁদের দক্ষতা বৃদ্ধি করা হয়। কমিউনিটি পর্যায়ে উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠীর মধ্যে জনস্বাস্থ্য পণ্যের চাহিদা বৃদ্ধির লক্ষ্যে বিভিন্ন আচরণ পরিবর্তনমূলক সামগ্রী জিএসএমদের প্রদান করা হয়। কাজটি সহজ ও সুন্দরভাবে সম্পাদন করার জন্য তাঁদের পণ্যের বিবরণসংবলিত একটি নির্দেশিকাও প্রদান করা হয়।

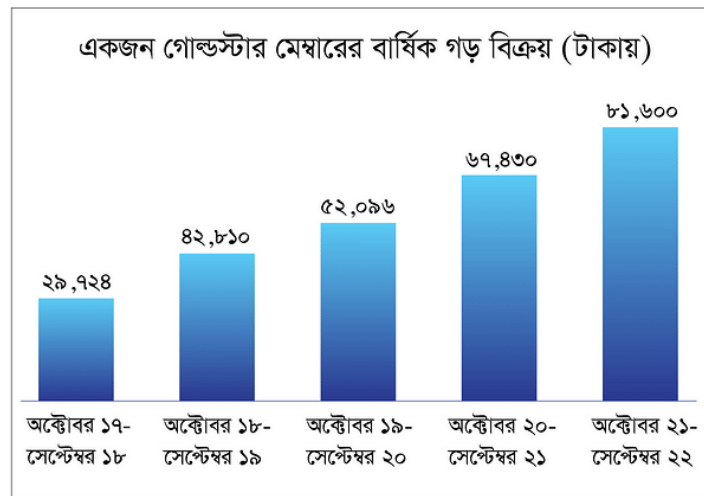


গোল্ড স্টার সদস্যরা গর্ভধারণের সঠিক সময় ও বিরতি, শিশু জন্মের পর প্রথম এক হাজার দিনের যত্ন, বয়ঃসন্ধিকালীন স্বাস্থ্য, পুষ্টি, স্বাস্থ্যবিষয়ক এবং ব্যক্তিগত পরিষ্কার-পরিচ্ছন্নতা বিষয়ে গুরুত্বপূর্ণ তথ্য প্রচার করেন
ছবি: সংগৃহীত

দক্ষতা, অভিজ্ঞতা এবং গ্রহণযোগ্যতা সাপেক্ষে, নির্ধারিত এলাকায় একজন জিএসএম প্রায় এক হাজার থেকে এক হাজার দুই শ বা তারও বেশি পরিবারের মধ্যে সচেতনতা সৃষ্টিসহ জনস্বাস্থ্য পণ্য সরবরাহ করে থাকেন। এই নেটওয়ার্কে যুক্ত হয়ে এসএমসির পণ্য বিক্রি করে অর্থ উপার্জন তাঁদের ব্যবসায়িক সম্ভাবনা বাড়িয়ে দেয়।

জিএসএমরা সাধারণত জনস্বাস্থ্যবিষয়ক তথ্য প্রচার এবং পারিবারিক পর্যায়ে এসএমসির পণ্য বিক্রি করে থাকেন। তাঁরা প্রকল্প কর্মীদের তাঁদের নির্ধারিত এলাকায় উঠান বৈঠক এবং কিশোর-কিশোরীদের স্বাস্থ্য সেশন আয়োজনে সহায়তা প্রদানসহ অংশগ্রহণকারীদের মধ্যে জনস্বাস্থ্য পণ্য সরবরাহ করে থাকেন। এ ছাড়া জিএসএমরা দীর্ঘমেয়াদি ও স্থায়ী জন্মবিরতিকরণ পদ্ধতি এবং সম্ভাব্য যক্ষ্মা রোগীকে নিকটস্থ সেবাদানকেন্দ্রে রেফার করে থাকেন।

২০১৩ সাল থেকে শুরু করে বর্তমানে সারা দেশে প্রায় ৩ হাজার ২০০ জন নারী উদ্যোক্তা হিসেবে গোল্ড স্টার নেটওয়ার্কের অধীনে কাজ করছেন। ২০২৩ সালের এপ্রিল মাসে একজন জিএসএমের মাসিক গড় বিক্রি হচ্ছে প্রায় ১০ হাজার টাকা। জিএসএমরা পারিবারিক পর্যায়ে জনস্বাস্থ্য পণ্যের সরবরাহ নিশ্চিত করার মাধ্যমে গ্রামীণ এলাকায় জনস্বাস্থ্য পণ্যের চাহিদা, সহজলভ্যতা এবং ব্যবহার বৃদ্ধিতে উল্লেখযোগ্য অবদান রেখে চলেছেন। গত পাঁচ বছরে একজন জিএসএমের বার্ষিক গড় বিক্রি নিম্নলিখিত ছকের মাধ্যমে দেখানো হলো—



এসএমসির নারী উদ্যোক্তা বিকাশের এই উদ্যোগ গ্রামীণ নারীদের জীবনে উল্লেখযোগ্য পরিবর্তন এনেছে। বিশেষ করে পরিবার এবং কমিউনিটি পর্যায়ে সিদ্ধান্ত গ্রহণ প্রক্রিয়ায় অংশগ্রহণ করার সক্ষমতা বৃদ্ধি এবং তাঁদের মতামত প্রকাশের সুযোগ করে দিয়েছে।

রেজইন্ট বাংলাদেশ লিমিটেড কর্তৃক সম্পাদিত ‘গোল্ড স্টার নেটওয়ার্কের দক্ষতা, দুর্বলতা, সুযোগ এবং চ্যালেঞ্জ মূল্যায়ন, ২০১৯’ নামক একটি সাম্প্রতিক সমীক্ষায় দেখা গেছে, ৪৩ শতাংশ জিএসএম মনে করেন, তাঁরা গোল্ড স্টার নেটওয়ার্কের সঙ্গে সম্পৃক্ত থাকার কারণে পারিবারিক ও কমিউনিটি পর্যায়ে তাঁদের সম্মান ও গ্রহণযোগ্যতা বৃদ্ধি পেয়েছে, যা ভবিষ্যতে তাঁদের মতামত এবং সিদ্ধান্ত প্রদানের ক্ষেত্রে আরও প্রসারিত করবে। জিএসএমরা উল্লেখ করেন যে তাঁদের এই জনসচেতনতামূলক কার্যক্রম কমিউনিটি পর্যায়ে খুব ভালোভাবে গ্রহণযোগ্যতা এবং স্বীকৃতি পেয়েছে। কারণ, গ্রামীণ নারীরা পারিবারিক পর্যায়ে তাঁদের কাছ থেকে স্বাস্থ্যসংক্রান্ত পণ্যসামগ্রী কিনতে বেশি স্বাচ্ছন্দ্যবোধ করে থাকেন। এটি খুবই উৎসাহব্যঞ্জক যে সম্প্রতি মোট ৫৭ জন জিএসএম স্থানীয় সরকার নির্বাচনে সদস্য হিসেবে নির্বাচিত হয়েছেন।

এ ছাড়া নগর এলাকায় উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠীর চাহিদা মেটানোর লক্ষ্যে, এসএমসি জানুয়ারি ২০২১ থেকে একই মডেল বাস্তবায়নের কাজ শুরু করেছে। বর্তমানে ১৮৪ জন জিএসএম ঢাকা, চট্টগ্রাম, সিলেট ও বরিশাল সিটি করপোরেশন এলাকায় কাজ করছেন।

গোল্ড স্টার মেম্বার শাহেদা বেগমের গল্প



শাহেদা বেগম ছবি: সংগৃহীত

ফরিদপুর জেলার নগরকান্দা উপজেলার একজন সফল ও প্রতিশ্রুতিশীল জিএসএম শাহেদা বেগম। যিনি ২০১৭ সালে গোল্ড স্টার নেটওয়ার্কে যোগদান করেন। সামাজিক বিপণনের একটি নতুন দিগন্তে প্রবেশ করে তিনি শিখেছেন কীভাবে কমিউনিটি পর্যায়ে প্রয়োজনীয় স্বাস্থ্য বার্তা প্রচার এবং জনস্বাস্থ্য পণ্যের চাহিদা সৃষ্টি করে স্বাস্থ্যপণ্য বিক্রি করতে হয়। প্রথম মাসেই তিনি এই ব্যবসায় লাভজনক ফলাফল দেখতে পেয়েছিলেন। বর্তমানে ১৬ থেকে ১৭ হাজার টাকা নিট মুনাফাসহ তাঁর মাসিক বিক্রি প্রায় ৬২ হাজার টাকা।

পরিবার ও সমাজে নিজের অবস্থান সম্পর্কে জানতে চাইলে শাহেদা বেগম বলেন, ‘আমি আমার কাজ সত্যিই খুব উপভোগ করি এবং ব্যবসায়িক কার্যক্রম চালিয়ে যাওয়ার জন্য আমার স্বামী এবং শ্বশুর-শাশুড়ির কাছ থেকে সব সময় আন্তরিক সমর্থন পেয়েছি। আমি এবং আমার স্বামী যৌথভাবে সন্তানের স্বাস্থ্য পরিচর্যা এবং শিক্ষাসম্পর্কিত বিভিন্ন পারিবারিক বিষয়ে সিদ্ধান্ত নিয়ে থাকি, যা আমি আগে করতে পারিনি। আমি এসএমসির জনস্বাস্থ্যবিষয়ক পণ্যসমূহ বিক্রির মাধ্যমে সমাজের মানুষদের সেবা প্রদানের পাশাপাশি আমার ব্যবসাকে প্রসারিত করে আরও সফলতা অর্জন করতে চাই। এবং এভাবেই গোল্ড স্টার নেটওয়ার্কে সমাজের অন্য নারীদের সম্পৃক্ত করার লক্ষ্যে আমার এ প্রয়াস অব্যাহত রাখতে চাই।’

Gold Star: A successful network of women entrepreneurs

Approximately 3,200 women are working as entrepreneurs under the network and the average monthly sales of a member in April 2023 was around Tk 10,000



SMC is implementing a community mobilisation programme in 104 upazilas of 32 districts of Bangladesh through four partner NGOs. Of these, 68 upazilas are funded by USAID and 36 by SMC. One of the key components of the community mobilisation programme is to create women entrepreneurs. These women, branded as Gold Star Member (GSM), are selected through a competitive process by using a set of standard criteria to sustain their efforts. This network has been established to create demand in the community for essential public health products by delivering necessary health messages as well as to earn money by selling products to households. The health messages cover healthy timing and spacing of pregnancy, first 1000 days of care, adolescent health, nutrition, health and hygiene, etc.



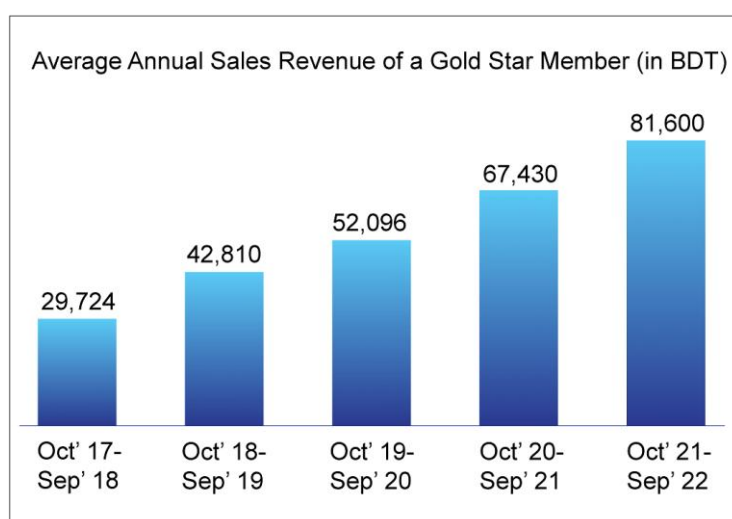
SMC does not pay any remuneration to these women for their engagement in the business but provides training and mentoring support to develop them as entrepreneurs. The training covers information on different public health issues, product detailing and promotion, selling and business techniques, pricing, profit calculation, roles and responsibilities of GSM, communication techniques, etc. These GSMs receive different behaviour change communication and promotional materials to create demand in the community. They also receive a booklet focusing on product details as a reference guide for them.



The catchment area for a GSM covers about 1,000 to 1,200 households or even more, subject to mobility and accessibility. It allows a GSM to explore business potentials in a large and targeted market to earn a fair income through sales. The GSMs usually visit households to create demand and sell public health products in the community. In addition, they assist project staff in organising courtyard meetings and adolescent health sessions in their catchment areas, where they attend to make the product available for the participants. The GSMs also refer potential clients for long-acting and permanent methods to the nearest service delivery centre.



Starting in 2013, at present, approximately 3,200 women are working as entrepreneurs under the Gold Star network. The average monthly sales of a GSM in April 2023 was around Tk. 10,000. It has been observed that making public health products available at the household level through GSM can significantly contribute to increased access to and utilisation of public health products, especially in rural areas. The following figure shows the annual sales of a GSM during the last five years.



The entrepreneurship initiative of SMC has made a significant change in the lives of rural women. It increases their ability to participate in the decision-making process in families and communities. A recent study (Assessing the Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats of Gold Star Network, 2019" conducted by ResInt Bangladesh Ltd) reveals that 43 percent of GSMs believe they receive social recognition in terms of respect and acceptance in their families and communities due to their engagement with the GSM network that helps surpass their boundary from family to the larger community. The GSMs informed that the awareness-building activities by them in the community are well accepted by the community because women feel comfortable approaching them for purchasing female health products at their doorstep. This is encouraging that a total of 57 GSMs have been elected as members in the recent local government election.

SMC is expanding the Gold Star model each year due to ensure accessibility and also to meet the demand for information and products in the community. Based on the experience of the rural Gold Star model and meeting the demand of the urban population, SMC started implementing the Gold Star model in the urban setting in January 2021. Currently, 184 GSMs are working in the peri-urban areas of Dhaka, Chattogram, Sylhet and Barishal City Corporation areas. SMC is in the phase of expanding this initiative in other areas of Bangladesh.

STORY OF GOLD STAR PROVIDER, SHAHEDA BEGUM

Shaheda Begum, one of the promising GSMs at Nagarkanda Upazila under the Faridpur district, joined the GSM network in 2017. Entering a new horizon of social marketing, she learned how to disseminate health messages and sell public health products in the community. In the first month, she found the business profitable. Currently, her monthly sale is Tk 62,000 with a profit margin of Tk 16,000-17,000. Talking about her position in her family and community, she says, “I enjoy my work, and I receive cordial support from my husband and in-laws to continue my business. My husband and I jointly decide our family matters relating to the child’s health care and education, which I was unable to do before. I love to serve the community and achieve further success in my business by expanding my product basket with SMC public health products and thereby become a role model in the community to inspire other women to join us in this initiative.”

Watch on YouTube: Gold Star Member (GSM) Documentary : A reflection of women's economic and social empowerment



<https://www.tbsnews.net/economy/corporates/gold-star-successful-network-women-entrepreneurs-650138>

Gold Star: A successful network of women entrepreneurs



Photo: Courtesy

SMC is implementing a community mobilisation programme in 104 upazilas of 32 districts of Bangladesh through four partner NGOs.

Of these, 68 upazilas are funded by USAID and 36 by SMC, reads a press release.

One of the key components of the community mobilisation programme is to create women entrepreneurs.

These women, branded as Gold Star Member (GSM), are selected through a competitive process by using a set of standard criteria to sustain their efforts.

This network has been established to create demand in the community for essential public health products by delivering necessary health messages as well as to earn money by selling products to households.

The health messages cover healthy timing and spacing of pregnancy, first 1000 days of care, adolescent health, nutrition, health and hygiene, etc.

SMC does not pay any remuneration to these women for their engagement in the business but provides training and mentoring support to develop them as entrepreneurs.

The training covers information on different public health issues, product detailing and promotion, selling and business techniques, pricing, profit calculation, roles and responsibilities of GSM, communication techniques, etc.

These GSMs receive different behaviour change communication and promotional materials to create demand in the community. They also receive a booklet focusing on product details as a reference guide for them.



Photo: Courtesy

The catchment area for a GSM covers about 1,000 to 1,200 households or even more, subject to mobility and accessibility.

It allows a GSM to explore business potentials in a large and targeted market to earn a fair income through sales.

The GSMs usually visit households to create demand and sell public health products in the community.

In addition, they assist project staff in organising courtyard meetings and adolescent health sessions in their catchment areas where they attend to make the product available for the participants. The GSMs also refer potential clients for long-acting and permanent methods to the nearest service delivery centre.



Photo: Courtesy

Starting in 2013, at present, approximately 3,200 women are working as entrepreneurs under the Gold Star network.

The average monthly sales of a GSM in April 2023 was around Tk10,000.

It has been observed that making public health products available at the household level through GSM can significantly contribute to increased access to and utilisation of public health products, especially in rural areas. The following figure shows the annual sales of a GSM during the last five years.

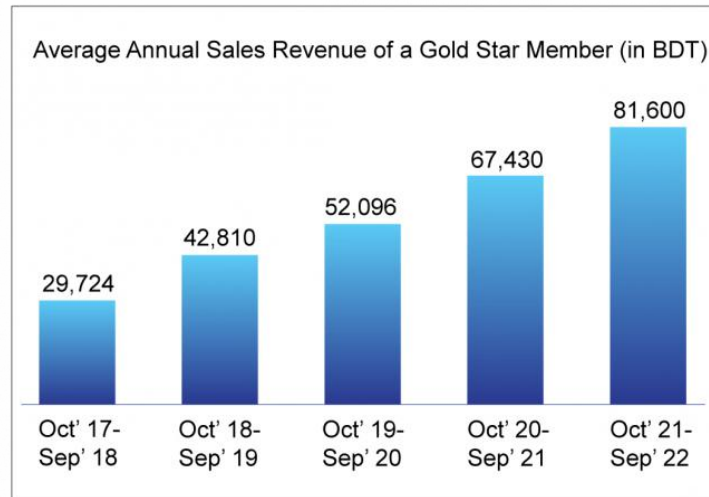


Photo: Courtesy

The entrepreneurship initiative of SMC has made a significant change in the lives of rural women. It increases their ability to participate in the decision-making process in families and communities.

A recent study (Assessing the Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats of Gold Star Network, 2019" conducted by ResInt Bangladesh Ltd) reveals that 43% of GSMs believe they receive social recognition in terms of respect and acceptance in their families and communities due to their engagement with the GSM network that helps surpass their boundary from family to the larger community.

The GSMs informed that the awareness-building activities by them in the community are well accepted by the community because women feel comfortable approaching them for purchasing female health products at their doorstep.

This is encouraging that a total of 57 GSMs have been elected as members in the recent local government election.

SMC is expanding the Gold Star model each year to ensure accessibility and also to meet the demand for information and products in the community.

Based on the experience of the rural Gold Star model and meeting the demand of the urban population, SMC started implementing the Gold Star model in the urban setting in January 2021. Currently, 184 GSMs are working in the peri-urban areas of Dhaka, Chattogram, Sylhet and Barishal City Corporation areas. SMC is in the phase of expanding this initiative in other areas of Bangladesh.

Story of Gold Star Provider, Shaheda Begum



Photo: Courtesy

Shaheda Begum is one of the promising GSMs at Nagarkanda Upazila under the Faridpur district, joining the GSM network in 2017. Entering a new horizon of social marketing, she learned how to disseminate health messages and sell public health products in the community.

In the first month, she found the business profitable. Currently, her monthly sale is Tk62,000 with a profit margin of Tk16,000-17,000.

Talking about her position in her family and community, she says, "I enjoy my work and I receive cordial support from my husband and in-laws to continue my business. My husband and I jointly decide our family matters relating to the child's health care and education, which I was unable to do before. I love to serve the community and achieve further success in my business by expanding my product basket with SMC public health products and thereby become a role model in the community to inspire other women to join us in this initiative."

[SMC](#) / [USAID](#) / [women empowerment](#)