



THE ChangeMakers



July 2019 Issue 08

Transforming Rural Bihar

स्वरोजगार
विशेषांक



पारंपरिक कलाओं के विकास से
आसान हुई रोजगार की राह

Page 01



Rural Retail Shop (RRS)

Page 04



बिहार ग्राम सरस मेला

Page 14



बड़की दीदी

Page 25

From the editor's desk

Dear Readers,

Greetings from JEEViKA,

I am pleased to present you the 8th edition of "The ChangeMakers". This is a special edition on initiatives taken by Jeevika to promote "Rural Non Farm Sector." The Economic Census of India estimates that around 41.89 million rural people are employed in non-agricultural institutions which registered a growth rate of 4.56% during 1998-2005. The sector plays an important role in the development of rural areas in India and is often described as "engine of growth". The Lead Story " describes the interventions of JEEViKA in human resource development, financial/credit facilities, research and development and women's participation with a view to making the non farm activities self-sustaining in the changing competitive environment. "BadkiDidi" gives the message on entrepreneurship and the segment "Didi ki Kahani, didi ki zubani" brings forth the successful entrepreneurial journeys made by Jeevikadidis.

We appreciate your support and solicit your suggestions

Happy Reading

Regards

Mahua Roy Choudhury
pc.gkm@brlps.in

EDITORIAL TEAM

• **Braj Kishore Pathak**
Officer on Special Duty

• **Mrs. Mahua Roy Choudhury**
Program Coordinator (G&KM)

• **Mr. Pawan Kr. Priyadarshi**
Project Manager (Communication)

CONTENT COMPILATION TEAM

- **Mr. Rajeev Ranjan**
Manager Communication, Samastipur
- **Mr. Biplab Sarkar**
Manager Communication, Katihar
- **Mr. Abhijeet Mukherjee**
YP-KMC, SPMU
- **Mr. Raushan Kumar**
Manager Communication, Boxur
- **Mr. Vikash Kumar Rao**
Manager Communication, Supaul

संदेश



J hcky leq xu Mh (भा.प्र.से.)

मुख्य कार्यपालक पदाधिकारी, जीविका (BRLPS)

राज्य मिशन निदेशक, लोहिया स्वच्छ बिहार अभियान

बिहार में हुए बदलाव के पीछे जीविका की महत्वपूर्ण भूमिका है। आज जीविका से जुड़कर लगभग 1 करोड़ से अधिक दीदियां अपने जीवन को बेहतर बनाने की दिशा में निरंतर गतिशील हैं। आज दीदियां सामुदायिक संस्थाओं के निर्माण, क्षमतावर्द्धन से लेकर वित्तीय समावेशन से आगे बढ़ते हुए आजीविका संबंधी गतिविधियों से जुड़ रही हैं। आजीविका संबंधी गतिविधियों में कृषि, गैर कृषि, पशुपालन आदि कार्यों से बड़ी संख्या में जीविका दीदियों को जोड़ा गया है। इन दीदियों को तकनीकी प्रशिक्षण उपलब्ध कराते हुए बाजार की उपलब्धता सुनिश्चित की गई है। जिसके फलस्वरूप ये दीदियां आर्थिक रूप से सशक्त हो रही हैं।

पिछले एक दशक से जीविका दीदियों के जीवन में आर्थिक बदलाव के लिए जीविका द्वारा कई स्तरों पर प्रयास किया गया है। इसके तहत जीविका द्वारा मधुबनी कला, सिक्की, सुजनी, मधुमक्खी पालन, जूट, दीदी की रसोई, ग्रामीण बाजार, स्टार्टअप ग्राम उद्यमिता कार्यक्रम, आजीविका ग्रामीण एक्सप्रेस योजना, अपना जीविका हाट, जयपुर रंग जैसी गतिविधियों से जीविका दीदियों को जोड़कर रोजगार की उपलब्धता सुनिश्चित की गयी है। जिसके साकारात्मक परिणाम हमारे सामने हैं। आंकड़ों के लिहाज से आज करीब.....जीविका से जुड़े परिवार गैर कृषि कार्यों से जुड़े हुए हैं और वे आर्थिक रूप से सशक्त हो रही हैं।

"चेन्ज मेकर्स" का नवीनतम अंक गैर कृषि गतिविधियों पर केन्द्रित है। इसमें गैर कृषि क्षेत्र से जुड़ी सूचनाएं, आलेख एवं जीविका दीदियों की कहानियां प्रस्तुत की गई हैं। इस अंक के माध्यम से लाखों जीविका दीदियों को आगे बढ़ने की प्रेरणा मिलेगी।

CONTENTS

lkjafjd dyk kdsfodk l svk ku gdfk xkj dhjkg.....	01
Rural Retail Shop (RRS)	04
SHILPGRAM Mahila Producer Company Ltd.....	06
Didi Ki Rasoi	08
LKZ/ i foy\$ bji b lsf ki i kke.....	10
nmhd hdguknmhd ht qkuh.....	12
fcgj xkl j l esk.....	14



Jhvj foh dckj pckjh (भा.प्र.से.)
सचिव, ग्रामीण विकास विभाग, बिहार सरकार

बिहार के अधिकांश लोग कृषि कार्यों से जुड़े हैं। रोजगार के दृष्टिकोण से कृषि क्षेत्र की अपनी सीमा है। इन्हीं तथ्यों को ध्यान में रखकर जीविका द्वारा दीदियों के लिए गैर कृषि कार्यों को बढ़ावा देने का निरंतर प्रयास किया गया है। जिसके आशातीत सफलता मिल रही है। आज जीविका के प्रयासों का ही परिणाम है कि लगभग लाख परिवार गैर कृषि कार्यों से जुड़कर रोजगार प्राप्त कर रहे हैं। इस सफलता के पीछे जीविका दीदियों की भी काफी महत्वपूर्ण भूमिका रही है। समूह के प्रयास का नतीजा है कि गरीबी, बेरोजगारी के चक्रव्यूह से निकलकर आज वो सामाजिक एवं आर्थिक सशक्तीकरण की दिशा में कदम बढ़ा रही हैं। यही नहीं वो अन्य कई नये क्षेत्रों में भी अपनी पहचान बनाने की दिशा में निरंतर कार्य कर रही हैं। आज जीविका दीदियों के कार्यक्षेत्र एवं बाजार की उपलब्धता में भी बढ़ोत्तरी हुई है। सरस मेला, आजीविका मेला जैसे बड़े मंच पर भी उन्हें अपने उत्पादों को दुनिया के सामने लाने और उन्हें बेचकर मुनाफा कमाने का मौका मिल रहा है। जीविका द्वारा रोजगार के अवसर की उपलब्धता के लिए उन्हें वित्तीय समावेशन की विभिन्न गतिविधियों से जोड़ा जाता है, जिसके उपरांत उनकी इच्छा के अनुसार उन्हें रोजगार चुनने की स्वतंत्रता प्रदान की जाती है। रोजगार चुनने के बाद उन्हें संबंधित रोजगार के तकनीकी पक्षों की जानकारी देकर बाजार की उपलब्धता भी सुनिश्चित की जाती है। परिणामस्वरूप, जीविका दीदियों की आय में वृद्धि हुई है और आर्थिक रूप से सशक्त हो रही हैं।

CONTENTS

Ajeevika Grameen Express Yojna.....	16
e/eqd ki kyu , d ojnku	18
Aapna Jeevika Haat	20
Carpet Weaving Initiative.....	23
cMhnmh.....	25
eu dhdyel s.....	27
Events.....	28



01 पारंपरिक कलाओं के विकास से आसान हुई रोजगार की राह



08 Didi Ki Rasoi



16 Aajeevika Grameen Express Yojana" (AGEY)



23 Carpet Weaving Initiative



पारंपरिक कलाओं के विकास से आसान हुई रोजगार की राह

राजीव रंजन, प्रबंधक-संचार, जीविका, समस्तीपुर

आजीविका की वैकल्पिक सुविधा प्रदान कर कृषि पर ग्रामीण बिहार की अत्यधिक निर्भरता को कम करने की जरूरत को ध्यान में रखते हुए जीविका द्वारा गैर कृषि कार्यों को बढ़ावा देने का प्रयास निरंतर जारी है। आज इसका परिणाम यह है कि जहां जीविका से जुड़े लक्षित समूहों को वैकल्पिक रोजगार का साधन उपलब्ध हुआ है, वहीं उनके घर के मुखिया खासकर पिता, पति या पुत्रों का पलायन भी एक हद तक रुका है। जीविका द्वारा इस दिशा में कई स्तरों पर कार्य किया जा रहा है। स्थानीय स्तरों की जरूरतों, सुविधाओं, आवश्यकताओं एवं बाजार की उपलब्धता को ध्यान में रखकर गैर कृषि कार्यों की संभावनाओं पर जीविका द्वारा रणनीति बनाकर कार्य किये जाने के कारण इसके परिणाम काफी

सुखद आ रहे हैं। जीविका के प्रयास का ही नतीजा है कि उत्पादक समूहों से जुड़ी दीदियों के बीच ऋण के अधिक प्रवाह, छोटे कुटीर और ग्रामीण उद्योगों, हस्तकला, हस्तशिल्प, मधुबनी कला आदि के बेहतरी के लिए विशेष ध्यान दिया गया है। ग्रामीण क्षेत्र के बाजार के विकास के साथ ही जीविका दीदियों के बीच उद्यमिता व्यवहार और आवश्यक कौशल निर्माण जीविका के लिए प्राथमिकता का क्षेत्र है। जीविका गैर कृषि कार्यों से संबंधित क्षेत्रों में नवाचार को बढ़ावा देने एवं संवर्धन करने के लिए भी सक्रिय रूप से कार्य कर रही है।

प्राचीन काल से ही बिहार हस्त एवं शिल्प कला का केन्द्र रहा है। बिहार के कलात्मक सामाग्रियों की मांग राष्ट्रीय एवं अंतरराष्ट्रीय स्तर पर है। जीविका द्वारा गैर कृषि क्षेत्र एवं सूक्ष्म उद्यम के विभिन्न कलाओं से जुड़ी वैसी महिलाओं की पहचान की गयी, जो इसे रोजगार के रूप में अपनाना चाह रही थी। इन महिलाओं के द्वारा उत्पादक समूहों का निर्माण, तकनीकी दक्षता आदि के लिए प्रशिक्षित किया गया। इसके अलावा जीविका अपने उत्पादक समूहों को व्यापार की योजना निर्माण एवं वित्त पोषण में मदद करने लगी। इसके उपरान्त मेले और प्रदर्शनियों में उत्पाद का प्रदर्शन और विपणन का अवसर प्रदान करने से गैर कृषि कार्यों से जुड़ी दीदियों के लिए नया अवसर उपलब्ध होने लगा। इसका लाभ यह हुआ कि उत्पादक समूह और उससे जुड़ी दीदियां आर्थिक रूप से आत्मनिर्भर हो गयीं।

गैर कृषि गतिविधियों में जीविका द्वारा विभिन्न क्षेत्रों एवं विभिन्न स्तरों पर कई प्रकार के कार्यों को सफलतापूर्वक संचालित किया जा रहा है। जीविका द्वारा नान फार्म गतिविधि के तहत मधुबनी कला, सिक्की, सुजनी, मधुमक्खी पालन, जूट, बांस से बने उत्पाद, दीदी की रसोई, ग्रामीण बाजार, स्टार्टअप ग्राम उद्यमिता कार्यक्रम, आजीविका ग्रामीण एक्सप्रेस योजना, अपना जीविका हाट, जयपुर रग्ग्स आदि का कार्य प्रमुखता के साथ किया जा रहा है। इन गतिविधियों से हजारों दीदियां जुड़कर अपने जीवन को बदलने में सफलता हासिल की है। आज इन गतिविधियों के कारण जीविका दीदियों को भी अपनी एक नई पहचान मिली है।

मधुबनी कला

बिहार कला एवं संस्कृति के अनेक विधाओं से प्राचीन काल से ही जुड़ा रहा है। इन कलाओं में मधुबनी भी। चित्र 'मधुबनी चित्रकला' के नाम से विश्व विख्यात है। इस प्राचीन कला का जुड़ाव लोक घटनाओं को फूलों से तैयार रंगों से घर के दिवार पर उकेरना है जो मधुबनी जिले के घरों में देखने को मिल जाती है। इस कला का प्रचार और प्रसार वैश्विक स्तर पर है। यह कला पूरे विश्व में मधुबनी पेंटिंग के नाम से विख्यात है। जिसे देखने विदेशियों से सैलानियां आते रहते हैं। मधुबनी पेंटिंग मूल रूप



से मिथिला या मैथिली पेंटिंग के रूप में जाना जाता है। जीविका ने मधुबनी के शिल्पियों के साथ काम करना शुरू किया और मधुबनी जिले के राजनगर प्रखंड में शिल्प संघ के नाम से उत्पादक समूह का गठन किया गया। उत्पादक समूह की सफलता से समूहों के लिए नया रास्ता खुल गया है।

सिक्की

सिक्की एक घास है जो कई उत्पादों को बनाने के लिए कच्चे माल के रूप में उपयोग किया जाता है। इस शिल्प को विशेष रूप से बिहार में महिलाओं के द्वारा बनाया जाता है। सुंदर खिलौने, हाथी, पक्षी, सांप, फूलदान, गुलदस्ता, आभूषण, शोपीस, घर सजावट सामग्री, कछुआ, देवी, घरेलू उपयोग की वस्तुएं यथा मौनी, दौड़ड़ी, सुप्ती आदि का उत्पादन सिक्की द्वारा किया जाता है। जीविका द्वारा कई जिलों में सिक्की उत्पाद को बढ़ावा देने के लिए कार्य किया जा रहा है। जीविका द्वारा सिक्की उत्पादक समूहों का भी गठन कर इस कार्य को बढ़ावा दिया जा रहा है। इन उत्पादक समूहों से जुड़ी दीदियों को विभिन्न तरीकों से प्रशिक्षित किया जाता है और बाजार की उपलब्धता सुनिश्चित की जाती है।



सुजनी

सुजनी के क्षेत्र में भी जीविका द्वारा काफी कार्य किया गया है। सुजनी कला में अलग-अलग रंगों के कपड़ों को एक साथ मिलाकर जोड़ दिया जाता है। जिसके बाद इसे डिजाइन में शामिल किया जाता है। नवजात शिशु के लिए रजाई, देवी-देवताओं की तस्वीर, तोरण, झालर आदि इस कला के उत्पाद हैं। बाजार के साथ तालमेल करते हुए कलाकारों ने साड़ी पर और अन्य वस्त्रों पर पैटर्न बनाने का काम भी शुरू किया। बिहार के मुजफ्फरपुर में सुजनी का कार्य सफलता पूर्वक किया जा रहा है।

मधुमक्खी पालन

बिहार का वातावरण मधुमक्खी पालन की गतिविधियों के लिए अनुकूल है। इसके अलावे लीची का पर्याप्त उत्पादन भी मधुमक्खी पालन में सहायक है। मधुमक्खी पालन एक मौसमी गतिविधि है जो आसानी से अतिरिक्त आय में रुचि रखने वाले परिवारों के लिए आय का एक अच्छा स्रोत है। इसके लिए बहुत अधिक जमीन की आवश्यकता नहीं होती है। इस गतिविधि को सफलतापूर्वक उत्पादक समूह में शामिल सदस्यों के माध्यम से मुजफ्फरपुर, खगड़िया, समस्तीपुर आदि जिलों में किया जा रहा है।

जूट

जूट के क्षेत्र में भी जीविका द्वारा कार्य किया जा रहा है। पूर्णिया जिला जो जूट की खेती

का केन्द्र है, वहां कई उत्पादक समूहों का निर्माण किया गया है। जूट के विभिन्न उत्पादों के लिए जीविका दीदियों को प्रशिक्षित किया गया। इसके उपरांत जूट के उत्पादों का निर्माण कर उसकी बिक्री प्रारंभ की गयी। टीसीपीएल के तकनीकी सहयोग से जूट के क्षेत्र में जीविका बेहतर कार्य कर रही है।

दीदी की रसोई

जीविका दीदियां सामाजिक बदलाव के साथ आर्थिक विकास के अपने ध्येय की ओर निरंतर गतिमान हैं। इसी क्रम को आगे बढ़ाते हुए जीविका की दीदियां सबके लिए शुद्ध एवं पौष्टिक भोजन की पहल की है एवं उद्यम में कुशलता हासिल कर आर्थिक स्वावलंबन की दिशा में आगे बढ़ने का कार्य किया है। कुडुम्बश्री के तकनीकी सहयोग से जीविका दीदियों द्वारा दीदी की रसोई की स्थापना की गयी है। जीविका द्वारा यह महत्वपूर्ण गतिविधि सफलता पूर्वक संचालित की जा रही है। इस गतिविधि से जहां स्थानीय स्तर पर लोगों को स्वच्छ, पौष्टिक एवं गुणवत्तापूर्ण भोजन की उपलब्धता सुनिश्चित हुई है, वहीं जीविका दीदियों की आर्थिक स्थिति में सुधार भी आया है।



जीविका ग्रामीण बाजार (रूरल रिटेल मार्ट)

जीविका के अभिनव प्रयासों में जीविका ग्रामीण बाजार भी एक है। यह बाजार बिहार के कई जिलों में सफलता पूर्वक संचालित है। इस प्रक्रिया में स्थानीय स्तर पर जीविका दीदियों द्वारा संचालित छोटे-छोटे दुकानों को रूरल रिटेल मार्ट से जोड़ा जाता है और उन्हें आवश्यकतानुसार सामानों की उपलब्धता उचित मूल्य पर सुनिश्चित की जाती है। इस प्रक्रिया में एक तरफ जीविका दीदियों के आय में बढ़ोत्तरी हुई है, वहीं उन्हें बिचोलियों से भी मुक्ति मिली है। साथ ही साथ रूरल रिटेल मार्ट संचालक भी आर्थिक रूप से सशक्त हो रहे हैं।

स्टार्टअप ग्राम उद्यमिता कार्यक्रम



जीविका द्वारा उद्यम हेतु उपलब्ध कराए जा रहे विकल्पों में स्टार्ट ग्राम उद्यमिता कार्यक्रम एक योजना है। इस योजना द्वारा ग्रामीण क्षेत्रों के सूक्ष्म उद्यमों को वित्तीय एवं तकनीकी सहायता के साथ-साथ एक सुव्यवस्थित तंत्र को उपलब्ध कराया गया है। जीविका द्वारा स्टार्टअप ग्राम उद्यमिता कार्यक्रम सफलतापूर्वक गया, वैशाली, मुजफ्फरपुर, पटना, भागलपुर, मधुबनी, नालंदा आदि जिलों में कुडुम्बश्री के सहयोग से सफलता पूर्वक संचालित की जा रही है। इस कार्यक्रम की सफलता से ग्रामीण उद्यमी बिहार की अर्थव्यवस्था के अंग बन गए हैं।

आजीविका ग्रामीण एक्सप्रेस योजना

नेशनल रूरल लाइवलीहुड मिशन के सहयोग से जीविका द्वारा आजीविका ग्रामीण एक्सप्रेस योजना बिहार के छह जिलों दरभंगा, गया, मुजफ्फरपुर, नालंदा, पटना एवं वैशाली के 17 प्रखंडों में सफलता पूर्वक संचालित है। जीविका के सामुदायिक आधारित संगठनों द्वारा लाभार्थी का चयन कर उसे ऋण की उपलब्धता सुनिश्चित की जाती है। इस कार्यक्रम से जहां स्थानीय स्तर पर यातायात व्यवस्था को बेहतर बनाने में मदद मिली है, वहीं जीविका दीदियों के बीच रोजगार के साधन में भी वृद्धि हुई है।

अपना जीविका हाट

अपना जीविका हाट गतिविधि भी जीविका द्वारा छोटे-छोटे उद्यमी, व्यवसायी को एक व्यवस्थित तंत्र से जोड़कर उन्हें एक बेहतर बाजार की उपलब्धता सुनिश्चित करने का एक कार्यक्रम है। इस गतिविधि में जीविका के सामुदायिक आधारित संगठनों द्वारा जीविका दीदियों को वित्तीय सहयोग प्रदान किया जाता है। साथ ही बाजार की उपलब्धता सुनिश्चित करते हुए जीविका दीदियों को उत्पादों की बिक्री के लिए एक स्थान पर संयोजित किया जाता है। इस गतिविधि का बेहतर परिणाम देखने को मिल रहा है और जीविका दीदियों की आर्थिक स्थिति में परिवर्तन आ रहा है।

कालीन कार्य

जीविका, जयपुर रंग जैसे सेक्टर एक्सपर्ट संस्थाओं के द्वारा जीविका से जुड़ी वैसी दीदियां जो कालीन उद्योग में बुनकर के रूप में कार्यरत हैं, को तकनीकी रूप से दक्ष बनाने का कार्य कर रही हैं। इस प्रक्रिया में जहां जीविका दीदियों की कार्य संस्कृति का विकास हुआ है, वहीं वो आधुनिक तरीकों से प्रशिक्षित होकर अपनी कार्यक्षमता को बढ़ा रही हैं। इस प्रक्रिया से जीविका दीदियों के आर्थिक सशक्तीकरण में काफी मदद मिली है।





Rural Retail Shop (RRS)

Punit Minj, YP-Non-Farm

It is often seen that when it comes to availability of consumer goods, there is a huge disparity in the quality of products. Good quality products end up in the urban markets and do not reach the villages. The villagers usually have to use locally available products which are not regulated by any institution which adversely affect their health. Another issue persistent in the rural areas is the large number of petty shops, dealing in same category of goods, which doesn't only divide the consumers but also triggers incongruent profit distribution. With the idea to club these shops, JEEViKA came up with the concept of rural retail mart, to ensure that quality goods are made available to the rural consumers through these marts.

Project background:

A survey of all prevailing livelihoods was conducted in 2014 across various blocks of Bihar. The survey helped to derive the conclusion that around 70% of the livelihood options available in these blocks are that of petty shops. Jeevika's SHG members are actively involved and are engaging themselves in this trade. Considering this report it, Jeevika decided to aggregate the petty shop owners.

This would make quality goods available as well provide a platform to the Jeevika producer groups to sell their produces.



Component:

The requirement of petty shop is outlined in three different aspects

- i) availability of consumer goods from a wholesale shop,
- ii) availability of quality products at reasonable rates to

- ensure maximum margin and
- iii) availability of goods at nearby petty shop or near the block. Considering the above logistical criteria, and ensuring quality product at reasonable rates, the decision to establish Rural Retail Marts in these blocks was taken.

Entrepreneur Selection:

Candidates for this intervention are selected based on two criteria:

1. Should be a member of Jeevika CBO
2. Must own an operational petty shop

The candidate is required to submit a membership fee of Rs. 2,000

Trainings:

Trainings at several levels are conducted

- Orientation on RRS promotion guidelines to the BPIU Staff.
- Orientation to the RRS staff
- Orientation to the selected candidates

The training to the selected candidates are mostly of 4 days residential mode

Processes:

The RRS association meets once in a month to discuss previous month performance and plan for the next month. For purchase of kirana items a purchaser committee is formed in each RRS. Major role of the committee is to find suitable distributor/ supplier of the kirana items. Association with the help of purchase committee buy kirana items from selected distributor/ supplier and sells to members. RRS keeps some margin in order to meet their expense. To run the RRS smoothly a Store Manager and a Store Keeper is appointed by the association.



RRS started its first operation at Sarmera, Nalanda in May'18. Started with 30 members currently it has more than 70 members. Shop has more than 200 types of product and does transaction of Rs.4 lakh to 5 lakh per month. Some VO's have also purchased food grains through RRS under FSF (Food Security Fund). FSF is a loan product introduced in the VO wherein basic food items are

procured at bulk as per demand generated in the VO. The initiative aims to support very poor families who are not food sufficient. All transactions and inventory is recorded electronically through E PoS machine. Another RRS was opened in Bhaktiyarpur, Patna. Currently this RRS has also more than 70 members. It also does transaction of Rs. 4 lakh to 5 lakh per month.

Funding:

The fund allocated for each RRS is 19.78 lakhs and policy has been approved on the same. The fund requisition takes place after the formulation of business plan and based on business plan prepared by the block the funds transfer takes place.


Impact:

After the opening and successful running of the Rural Retail Mart it has been observed and calculated that there is a positive financial impact of Rs. 2000 per month on the income of each member and around 75 to 100 members are attached with each RRS. Around 400 members are linked to the existing 6 RRSs thereby a total of around 400 households are realizing an increase in monthly income to the tune of Rs. 2000 and an annual income of Rs. 24000.





SHILPGRAM Mahila Producer Company Ltd.

 Nupur Kamal, YP-Non-Farm

Bihar having a rich culture and heritage, and the beautiful paintings and embroidery work, Bihar handicrafts has a wide market across many countries. Handicrafts industry in Bihar serves as a good business to the poor and the landless. These traditional art-forms include Madhubani Painting, Sikki Craft, Sujni Embroidery to name a few. The Stone Work of Bihar has also gained popularity in the recent years. Some beautiful specimens of stone work can be seen in cities like Gaya, Nalanda and Patna. These art forms have a high demand in the market but as the market is highly dynamic, the products need to be updated in terms of designs and quality to survive the ever changing market and fashion trends. This traditional skill set could be improvised into developing customer friendly products, decorated with traditional art to cater the market directly.

BRLPS through its CBOs has collectivized around 2000 artisans into Producer Groups and has trained them to address the challenges faced by the artisans. Producer Groups (15-50

members in each group) that have been formed, address issues like access to finance, design training & price negotiation. The groups are still operating on a small scale. Due to the small size, it is inherently difficult for these groups to invest for leveraging backward and forward linkages on larger scale. Due to the above constraints, the units of the cluster are compelled to produce low segment products. The support provided is not enough to propel the artisans to the next level of business activity that is in terms of scale, quality, and product diversity to leverage National and International market. A Producer company was therefore envisaged:

- To enable fair prices to the artisans on a sustainable basis.
- To attain better negotiation capabilities, both for procurement & pricing
- To create diverse product portfolios with contemporary designs, that are standardized and of high quality.
- To enter National/International market through various platforms.

The objective being to achieve economies of scale, to help the producer groups become financially sustainable, to provide a platform for marketing of handicrafts and capacity building of artisans especially women working in the art and craft sector.

Keeping in view the above objectives and to satiate the needs of the community at large, an Art and craft producer company has been incorporated under Companies Act 2013 (formerly the Companies Act 1956) on 1st October 2018 at Bahedi block of Darbhanga. The company has been registered at zonal level where would cater the requirement of nearby districts (initially Darbhanga, Madhubani and Muzaffarpur, the presence is expected to grow with time). Initially 13 Producer Groups spread over 3 districts (various art and crafts PGs like- Madhubani Painting, Sikki Craft, Sujani Embroidery, Stitching and Lac bangles) have been linked with the Producer Company making the artisan-member strength to 400 which is expected to increase gradually.

The company has been formed bearing the name of “Shilpgram Mahila Producer Company Ltd.” Shilpgram roughly means an art village, which signifies that the company will work in the grass roots to develop the local art-forms and give them the necessary expedition required for product enhancement, branding and development. With the dawn of this, the foundation for this budding sector has already been laid. This foundation will not only help in drawing a parallel between the market and the artisans but will also help in creation of a conglomeration of artists who can contribute to the overall sector.

The Producer Companies at the helms of Jeevika have given a unique dimension to women empowerment through economic independence, Shilpgram is also expected to raise its bar and provide not only economic independence to the women running it but also lays the path for artisans who due to competition and market complexities have either left their traditional work or are only partially engaged in them. The company ensures a promising future for the traditional handicrafts of Bihar.






दीदी की Rasoi

A JEEVIKA INITIATIVE



बढ़ती गरीबी

 Ranjana Rishmi, YP-Non Farm

We live in a time of overabundant food production, but despite this, millions of people in India go hungry every day. In particular, the recent and continuing phenomenon of rising food prices has resulted in a considerable section of the urban population facing serious food insecurity as the urban economy grows rapidly. Christened 'Didi Ki Rasoi' (sister's kitchen), these canteens have initially been set up at six government health facilities on a pilot project basis through women SHGs associated with Bihar Rural Livelihoods Promotion Society (BRLPS), JEEVIKA, a poverty alleviation initiative of the state government.

The hygiene and quality of food served at canteens of government institutions such as hospitals, DM office etc. has been a cause of

concern. Considering the significant number of customers served by these canteens at District and sub-divisional level, these establishments present a viable enterprise opportunity where women SHG members can participate. Hence, community members of JEEVIKA proposed to operate these canteens would provide high quality & hygienic food while earning gainful employment.

In its endeavour to provide free meals — breakfast, lunch and dinner — to in-patients, the Bihar government spends up to Rs 100 per patient per day on food, as per the rate list revised in September 2015. This money will now be routed to women SHGs through BRLPS in the six health facilities shortlisted on an experimental

basis. These include the district hospitals of Vaishali, Buxar, Sheohar, Gaya and Sheikhpura, and the subdivisional hospital of Sherghati in Gaya district. The State Health Society, Bihar (SHSB), inked a pact with the BRLPS in this regard recently. While the government will reimburse women SHGs the cost of meals provided to in-patients, they will be at liberty to charge commercial rate from other clients, including attendants of patients.

Objective

The objective of this initiative is to create an ecosystem where quality food can be made available at fair prices, apart from creating livelihoods for the community.

Institution's Objectives

- Hygienic canteens maintained in the institution's premises.
- High quality food made available to officers, staff, visitors etc.

Jeevika's Objectives

- Entrepreneurs would emerge from the community who would gain the skill of operating a high quality for profit unit.
- Canteens would act as a source of employment for the community members for additional income.

Keeping this objective as a vision Jeevika entered in food service sector by the name of " Didi Ki Rasoi ", to meet the gap of healthy & hygienic food.

'Didi Ki Rasoi' is an initiatives of JEEViKA in convergence with the Bihar State Health Society, District Administration and Kudumshree (for technical support).

Background-

The first state of the art 'Didi Ki Rasoi' was opened in the Sadar Hospital, Hajipur, Vaishali. This was inaugurated by Additional Secretary, MoRD in presence of Secretary, RD (Bihar), CEO, BRLPS and DM, Vaishali on 10th Oct 2018.

USP of Didi Ki Rasoi:-

- Didi Ki Rasoi is fully owned and operated by SHGs members.
- Hygiene and cleanliness is the utmost priority
- Good quality of food at lower prices
- All transaction & inventory managed through e-pos

Livelihood enhancement

The unit is owned by the 4 SHG members who have invested Rs. 20,000/- each for the business. They have employed 5 more SHG members to operate the unit. They procure all raw materials

including milk, vegetables and the likes from the SHG members through formal tie ups.

Sales and other market linkage

The total sales of the unit from Oct'18 to June'19 was recorded to be 20.93 lakhs. Apart from selling the inpatients they have extended their service to officials of the Hospital and are providing food in the trainings conducted by different government departments in the district. They could bag work-order to serve the officials on Election duty and the sales realization from this order amounted to 8.55 lakhs. The DKR, Hajipur has obtained licence & certificate of FSSAI, GST registration, MSME & Udyog Adhar. DKR has been initiated in Buxar also.

Happy Customars

The DM and DDC reviews the food from time and time and also takes feedback from the inpatients who are happy.

Way Ahead

JEEViKA would support the SHG members to establish DKR in all District Hospitals and also in the Collectorate Office, thus promoting livelihood options for community members.

Case Study

Rupa Devi member of SHG, was excited to participate in the DKR initiatives. She also got selected in the interview but was restrained by her family. Fighting all odds she could convince her family. She under went 10 days training from Kudumbashree in Kerala and got to a similar canteen there. Now earns Rs.8000/- per month and her family has started supporting her. She is the only family member with regular monthly earning.





LVK/VZ i foy \$ bñj i ð ksf ki i ð ð ke बिहार में स्वावलम्बन का एक नया आधार

उद्यमी होना, स्वावलम्बन हेतु एकमात्र सर्वमान्य आधार है। हमारे पारंपरिक पितृसत्तात्मक समाज में सामान्यतया परिवार का मुखिया अर्थात् प्रधान पुरुष ही परिवार के भरण-पोषण हेतु कुछ उद्यम करता आया है। जीविका के उद्भव एवं एक उल्लेखनीय योगदान के बाद, बिहार के ग्रामीण समाज में परिवार के परम्परागत स्वरूप में बदलाव दिखना शुरू हुआ। पितृसत्तात्मक परिवार में अब परिवार/समाज/विकास सम्बन्धी विभिन्न मुद्दों पर महिलाएँ बहुत ही सक्रिय भूमिका निभा रही हैं। इसके अतिरिक्त बिहार के ग्रामीण समाज में उल्लेखनीय परिवर्तन की कड़ी में एक और प्रेरणादायी एवं अनुकरणीय पहल हुआ है। महिलाएँ अब परिवार के भरण-पोषण हेतु आजीविका के विभिन्न विकल्पों के माध्यम से विभिन्न प्रकार के उद्यम शुरू कर रहीं हैं एवं उसे सफलतापूर्वक संचालित कर रहीं हैं। जीविका द्वारा उद्यम हेतु उपलब्ध कराए जा रहे विकल्पों में स्टार्ट अप विलेज इंटरप्रेन्योरशिप प्रोग्राम (SVEP) एक योजना है, जो ग्रामीण विकास मंत्रालय, भारत सरकार का एक सराहनीय पहल है। इस योजना का मुख्य उद्देश्य ग्रामीण क्षेत्रों के सूक्ष्म उद्यमों को वित्तीय व्यवस्था की मुख्यधारा से जोड़ना है एवं इनके ऐसे व्यवसाय को जो अग्रगामी योजना रखता हो एवं ग्रामीण क्षेत्रों में

रोजगार मुहैया करा सके, इनके व्यवसाय-योजना को वित्तीय सहायता प्रदान करना/कराना है। इस कार्यक्रम के द्वारा ग्रामीण उद्यमिता विकास हेतु एक सुव्यवस्थित तंत्र उपलब्ध कराया जाना है।

भारत जैसे देश में, जहां 90% से अधिक आबादी अपनी आजीविका के साधन के रूप में असंगठित क्षेत्र पर निर्भर है। उद्यम के लिए अनुकूल वातावरण बनाना महत्वपूर्ण है जहां उद्यमी को व्यावसायिक कौशल से लैस किया जाए, व्यवसाय को आगे बढ़ाने में हर कदम पर पेशेवर सलाह एवं उनके जरूरत के अनुसार आवश्यक वित्तीय सहायता दिया जाए। इसी के मद्देनजर, बजट सत्र 2014-15 के दौरान यह परिकल्पना की गयी कि ग्रामीण परिवेश में लघु एवं सूक्ष्म उद्योग मंत्रालय द्वारा परिभाषित उद्यमों की श्रेणी विकसित करना एक अगली कड़ी का हिस्सा है। इस परिभाषित श्रेणी से पहले की श्रेणी का उद्यम, जो अभी भी या तो शुरू होने की प्रतीक्षा कर रहा है या सफल उद्यमी बनकर भारतीय वित्तीय व्यवस्था का अंग बनना चाह रहा है, उनके लिए एक नए संकल्पना का प्रस्ताव किया जाना चाहिए। इस श्रेणी के उद्यमियों को उद्यम शुरू

करने हेतु या तो बहुत ही छोटे पूँजी की आवश्यकता होती है या उद्यम शुरू होने के पश्चात् उसे आगे बढ़ाने के लिए विभिन्न स्तरों पर पेशेवर सलाह की आवश्यकता होती है। इन्हीं आवश्यकताओं के मद्देनजर भारत सरकार ने इस योजना को देश के 24 राज्यों के 125 प्रखंडों में शुरू करने की योजना बनायी जिसके तहत अगले चार वर्षों में 182000 उद्यमियों को प्रोत्साहित किया जाना है जिससे लगभग 3.78 लाख लोगों को रोजगार मिलेगा। इस परियोजना का बजट लगभग निर्धारित किया गया।

स्टार्ट अप विलेज इंटरप्रेन्योरशिप प्रोग्राम के प्रथम चरण में जीविका के पहल पर बिहार के छह प्रखंडों का चयन किया गया – बोधगया एवं बाराचट्टी (गया), जन्दाहा (वैशाली), मुरौल एवं मुशहरी (मुजफ्फरपुर) एवं धनरुआ (पटना)। द्वितीय चरण में छह और प्रखंडों का चयन किया गया – खरीक (भागलपुर), राजनगर (मधुबनी), बोचहा (मुजफ्फरपुर), बिहटा (पटना), राजगीर (नालन्दा) एवं डोभी (गया) इस कार्यक्रम को क्रियान्वित करने हेतु एक क्रियान्वयन एजेंसी— कुदुम्बश्री का चयन किया गया।

प्रत्येक प्रखंड में इस कार्यक्रम को क्रियान्वित करने के लिए एक ब्लॉक रिसोर्स सेंटर का प्रावधान किया गया है, जिसके प्रबंधन के लिए ब्लॉक रिसोर्स सेंटर प्रबंधन समिति का गठन किया गया है जिसमें अध्यक्ष/सचिव/कोषाध्यक्ष के अतिरिक्त सभी सम्बंधित ग्राम संगठन/संकुल स्तरीय संघ के सदस्यों की सहभागिता सुनिश्चित करायी जाती है, कम्युनिटी रिसोर्स पर्सन— इंटरप्रेन्योरशिप प्रमोशन की एक पेशेवर टीम रखी गयी है, जीविका ने प्रत्येक प्रखंड में एक समर्पित ब्लॉक प्रोजेक्ट मैनेजर को रखा है जो प्रायः किसी उत्कृष्ट कोटि के प्रबंधन संस्थान का से अपनी पढाई पूरा किया हों, कुदुम्बश्री ने प्रत्येक प्रखंड में एक मेंटर को रखा जिनका उद्यम प्रोत्साहन कार्यक्रम में कम-से-कम पाँच वर्ष का अनुभव रखता है।

प्रत्येक प्रखंड में कार्यक्रम की शुरुआत प्रखंडों के विस्तृत प्रोजेक्ट रिपोर्ट (DPR) तैयार करने से हुई। DPR बनाने में पूरी क्रियान्वयन की टीम ने प्रखंड विशेष का गहन सर्वे किया जिसमें प्रखंड में चल रहे विभिन्न प्रकार के उद्यमों का ब्यौरा लिया गया जिसके आधार पर प्रखंड विशेष में आगे प्रोत्साहित किये जाने वाले उद्यमों का प्लान बनाया जाता है। ग्रामीण विकास मंत्रालय, भारत सरकार द्वारा इसका अनुमोदन के पश्चात् इसके क्रियान्वयन की योजना बनायी जाती है। चार वर्ष के लक्ष्य को वर्षवार विभाजित कर कार्यक्रम की शुरुआत की गयी। पहले चरण के छह प्रखंडों में की गयी उपलब्धि का ब्यौरा इस प्रकार से है:-

	बाराचट्टी	बोधगया	जन्दाहा	धनरुआ	मुरौल	मुशहरी
सहायता प्राप्त उद्यमों की संख्या	610	912	598	527	714	522
उद्यमियों को दी गयी वित्तीय सहायता	1.739 करोड़	1.96 करोड़	1.126 करोड़	1.302 करोड़	1.868 करोड़	1.539 करोड़

प्रत्येक प्रखंड में एक ब्लॉक रिसोर्स सेंटर होता है जहाँ उद्यमी को आगे बढ़ाने हेतु विभिन्न तरह की गतिविधि की जाती है जिसका ब्यौरा इस प्रकार है:-

योजना बनाना	जॉइंट एक्शन प्लान
मोबिलाईजेशन	CLF/VO उन्मुखीकरण
	SHG ट्रिगरिंग
	उद्यमी की पहचान
	जेनरल ओरिएंटेशन GoT
	उद्यम विकास योजना EDP
तकनीकी चेक	वायविलिटी चेक
	कौशल प्रशिक्षण
	बिजनेस प्लान

व्यवसाय सम्बन्धी	ऋण आवेदन
	AC/CC द्वारा अनुमोदन
	बिजनेस अप्रैजल
	संक्लेशन समिति के समक्ष उद्यमी का इंटरव्यू
	बिजनेस शुरू कराना
	शुरुआती सहयोग
BRC सम्बन्धी	विपणन सहयोग
	BRC मीटिंग
	PSC मीटिंग
	बुक ऑफ़ रिकॉर्ड बनाना
	CRP भुगतान
	BRC का व्यय
	CRP का रिव्यू मीटिंग
	किस्त भुगतान
उद्यमी को सहायता	वित्तीय सहायता
	बिजनेस परफॉर्मेंस ट्रेकिंग
	डे बुक

प्रत्येक ब्लॉक रिसोर्स में सेंटर कम्युनिटी रिसोर्स पर्सन— इंटरप्रेन्योरशिप प्रमोशन की एक पेशेवर टीम होती है। पहले चरण के छह प्रखंडों में उपलब्ध पेशेवर टीम का ब्यौरा इस प्रकार से है:-

सक्रिय CRP&EP की संख्या	बाराचट्टी	बोधगया	जन्दाहा	धनरुआ	मुरौल	मुशहरी
महिला	6	5	5	17	9	8
पुरुष	6	15	14	16	10	12

पहले चरण के छह प्रखंडों में जिन उद्यमियों को इस प्रोग्राम के तहत सहायता प्रदान की गयी है, उनमें महिला उद्यमियों का प्रतिशत, उनका सामाजिक स्तर, शिक्षा का स्तर, विभिन्न ट्रेड का विश्लेषण नीचे प्रस्तुत किया जा रहा है:-

इस परियोजना द्वारा महिला उद्यमियों को वरीयता दी जाती है। मुशहरी में यह प्रतिशत 37% है जो बोधगया में प्रतिशत 77% तक है। एक क्षेत्र विशेष में लगभग 60% का स्वामित्व महिला के पास होना, सहज ही महिला सशक्तिकरण को दर्शाता है।

जब उद्यमियों के सामाजिक स्तर एवं शिक्षा का स्तर देखा जाता है, तो हम पाते हैं कि निरक्षर एवं पांचवीं तक पढ़े हुए उद्यमियों का प्रतिशत 50% से ज्यादा है। इसका सीधा अर्थ यह है कि लाभान्वितों में अधिकतम उद्यमी ऐसे हैं जिनको पहले किसी ने सपोर्ट नहल किया है।

हमारे 28% उद्यमी अनुसूचित जाति वर्ग से आते हैं जबकि 67% उद्यमी पिछड़े वर्ग से आते हैं। अर्थात् लगभग 95% उद्यमी समाज के वंचित वर्ग से आते हैं जो आगे चलकर बिहार की अर्थव्यवस्था की रीढ़ बनेंगे।

प्रोत्साहित किये गए उद्यमों में सबसे अधिक प्रतिशत ट्रेडिंग व्यवसाय का है जो 62] तक है, सेवा क्षेत्र में यह 34% तक है जबकि विनिर्माण क्षेत्र में यह 4% है। अगले चरण में परियोजना का लक्ष्य विनिर्माण क्षेत्र के प्रतिशत को बढ़ाना है।

भारत सरकार द्वारा शुरू किये स्टार्ट अप विलेज इंटरप्रेन्योरशिप प्रोग्राम (SVEP) की शुरुआती सफलता देखकर यह स्पष्ट है आने वाले दिनों में बिहार के ग्रामीण उद्यम का परिदृश्य बदलेगा एवं ग्रामीण उद्यमी, बिहार के अर्थव्यवस्था का अभिन्न अंग बन पाएँगे।

दीदी की कहानी दीदी की जुबानी

d b &1 ekuuh e q; eahHkhd j Rq q\$ j kguk

राजीव रंजन, प्रबंधक-संचार, जीविका, समस्तीपुर

i Ukk'm kx i s k k'ed ke

समस्तीपुर सदर प्रखंड के पोखरैरा पंचायत अन्तर्गत वार्ड-4 की निवासी 52 वर्षीया वीणा देवी मात्र मैट्रिक उत्तीर्ण हैं। लेकिन आज अपने प्रयास और प्रबंधन के कारण अपने घर पर पत्तल उद्योग का संचालन सफलता पूर्वक कर रही हैं। वीणा देवी वर्ष 2015 से जीविका से जुड़ी हुई हैं। जीविका से जुड़ने के बाद वीणा देवी समूह की गतिविधियां में सक्रियता के साथ भाग लेने लगी। जिसके बाद उन्होंने सामुदायिक उत्प्रेरक के रूप में भी काम करना आरंभ कर दिया। वर्तमान समय में वीणा देवी 14 समूह की गतिविधियों का संचालन नियमित एवं बेहतर तरीके से कर रही हैं।

एक समय ऐसा आया जब वीणा देवी को लगा कि उन्हें अपने परिवार की आर्थिक स्थिति को सुधारने के लिए कुछ नया करना होगा। इसी के बाद वीणा देवी ने गगन समूह से 20 हजार एवं आंचल ग्राम संगठन से 30 हजार रुपये ऋण लेकर एवं कुछ अपने पैसों का निवेश कर अपने घर पर ही कागज के प्लेट, कटोरा आदि के निर्माण के लिए मशीन को स्थापित किया। पति हीरालाल महतो के साथ वीणा देवी ने पत्ता, कटोरा का निर्माण कार्य शुरू किया। आरंभ में तो थोड़ी कठिनाई जरूर आई पर धीरे-धीरे व्यवसाय चल निकला। आज उनके उत्पाद की मांग उनके गांव ही नहीं आसपास के गांवों में भी है। वीणा बताती हैं कि ऐसे पत्ता, कटोरा आदि की मांग सालों भर रहती है लेकिन शादी-विवाह के समय में मांग काफी बढ़ जाती है। स्थिति यह हो जाती है कि मांग के अनुसार उत्पाद को उपलब्ध नहीं करा पाती हैं। वीणा कहती हैं कि जीविका से जुड़ने का लाभ मेरे व्यवसाय में भी काफी मिला। समूह की दीदियां मेरी ग्राहक हैं और मैं उन्हें बाजार से सस्ते दर पर उत्पाद उपलब्ध करवाती हूं। कई बार दीदियों को जरूरत के समय में उधार पर भी उत्पाद उपलब्ध करा देती हूं, बाद में वो कीमत चुकाती रहती हैं। वीणा आगे कहती हैं कि आज प्रति महीने में औसत 10 हजार रुपये की आमदनी हो जाती है।

वीणा देवी कहती हैं कि सीएम के रूप में काम करने से मुझे यह लाभ हुआ कि कल तक मुझे कोई नहीं जानता था लेकिन आज मुझे सभी लोग जानते हैं। बैंक, पंचायत, प्रखंड कार्यालय सभी स्थान पर मेरी अपनी पहचान है। वो कहती हैं कि सरायरंजन प्रखंड में माननीय मुख्यमंत्री श्री नीतीश कुमार जी का कार्यक्रम था वहां मैंने भी अपने



नाम :- श्रीमती वीणा देवी

समूह- गगन

ग्राम संगठन- आंचल

पता- वार्ड-4, पोखरैरा, समस्तीपुर सदर, समस्तीपुर

द्वारा निर्मित प्लेट, कटोरों का स्टॉल लगाया। माननीय मुख्यमंत्री जी मेरे स्टॉल पर आये और करीब दो मिनट तक मेरे कामों के बारे में जाना। वीणा कहती हैं कि यह पल मेरे जीवन का सबसे सुंदर, यादगार पल था। माननीय मुख्यमंत्री जिन्हें हमेशा टीवी और अखबारों में देखती थी जीविका के कारण आज वो मेरे सामने थे।

वीणा देवी कहती हैं कि पत्ता उद्योग का काम काफी अच्छा है और मेरे परिवार को यह काम खूब पसंद भी आ रहा है। वो कहती हैं कि अगर उन्हें थोड़ी और पूंजी मिलती है तो अपने व्यवसाय को और आगे बढ़ाएंगी ताकि बाजार के अनुसार उत्पादों की उपलब्धता सुनिश्चित करवा सकूं।

pgkj nhokj hi se dā

गाँव-देहात की भाषा- परिभाषा, संस्कार और संस्कृति अनमोल धरोहर माने जाते हैं...लेकिन इन सबके बीच परदे की प्रथा के कारण प्रगतिशीलता कुप्रथाओं की अंधी दौड़ में खो भी जाती है। इनमें कई महिलायें ऐसी भी हैं जिनके अन्दर परदे के भीतर भी आर्थिक एवं सामाजिक पिछड़ेपन से बाहर निकलने की व्याकुलता अधिर रहती है और मौका मिलते ही अपने अरमानों को जिंदगी के काले स्याह पर कल के उजाले की तस्वीर उकेर देती हैं। उन्ही महिलाओं में से एक हैं बक्सर जिले के ब्रह्मपुर की रहने वाली अमीना खातून उर्फ अमीना निशा। 27 वर्षीय अमीना का मायका बक्सर जिले के इटाढ़ी में है। आर्थिक तंगी के कारण अमीना स्कूल भी नहीं जा पाई। किसी तरह इनके अब्बा ने वर्ष 2006 में इनका निकाह ब्रह्मपुर के जज सिद्दीकी से हो गई। मायके में अपने धर्म से इतर अमीना घर से बाहर भी निकल पाती थी, लेकिन निकाह के बाद अमीना अपने ससुराल और समाज की पाबंदियों के कारण घर की चाहरदीवारी में कैद हो गई। ससुराल में आमदनी का एक मात्र जरिया सास की फुटपाथ पर की चूड़ी दुकान थी। परिवार बड़ा था, आमदनी कम, गुजारा भी मुश्किल था। इस बीच वर्ष 2013 में सास का भी इंतकाल हो गया। मुश्किलें और बढ़ गई। पति किसी तरह अपने माँ की चूड़ी दुकान को चला रहे थे। कर्ज देनेवाले कई संस्थानों के कर्ज का बोझ भी बढ़ने लगा था। अमीना ने जीविका समूह के बारे में सुन रखा था। पति से बात की। कुप्रथा और सामाजिक बंधन को तोड़ते हुए घर की चौखट से बाहर अपना कदम निकाला और 2 दिसम्बर 2014 को साईं दादा जीविका स्वयं सहायता समूह से जुड़ गई। इसके साथ ही शुरू हुआ अपने अरमानों को उड़ान देने का सफ़र। पहले तो घर के खर्च में से ही दस रुपये निकाल कर समूह में बचत करना शुरू किया। समूह से दो हजार, 3 हजार और 5 हजार कर्ज लेकर दुसरे कर्जदारों का कर्ज चुकाया। जीविका समूह की मदद से देश प्रसिद्ध बिहार के बैजनाथ धाम से मशहूर शिव की नगरी ब्रह्मपुर में चूड़ी की दुकान खोल ली। समूह की ताकत और खुद के स्वावलंबन के जुनून से चूड़ी की दुकान चल पड़ी। अब आमीन के पति जज सिद्दीकी भी दूकान में हाथ बंटाने लगे हैं। महीने में सिर्फ मुनाफा आठ से दस हजार तक हो रही है। छोटी सी दुकान अब बड़ा आकार ले चुकी है। चिंताएं खत्म हुई हैं, सपने साकार होने को हैं। अब आमीना खातून अपनी तीन में से दो बेटी को स्कूल भेजती है, एक गोद में है। आमीना घर और दुकान, दोनों की जिम्मेवारी निभा रही है। आमीना भारत जीविका महिला ग्राम संगठनकी भी सदस्य है और हस्ताक्षर करना भी सीख गई है। इनकी इलाके में एक अलग पहचान है, लोग सम्मान देते हैं। समूह के सहयोग से आमीना लोगों को शिक्षा और बेहतर सामाजिक माहौल हेतु जागरूक करती हैं। इनका मानना है कि पहले जहाँ से वो ऋण लेती थीं, वहां शोषण था। जीविका में ऐसा नहीं है। आमीन का कहना है कि जीविका में आर्थिक मदद के साथ- साथ सपनों को साकार करने का आधार मिलता है। आमीन चाहती हैं कि जीविका से उन्हें आर्थिक मदद मिलता रहे, और इनके पति जज सिद्दीकी का भी कहना है कि पूरी उम्र उनका परिवार जीविका से जुड़ा रहेगा, क्योंकि जीविका ने बड़ी मदद की है और जीने की राह दिखाई है। जीविका के ब्रह्मपुर बी.पी.एम अनिल



नाम	– आमीना खातून
पति	– जज सिद्दीकी
समूह	– साईं दादा स्वयं सहायता समूह
ग्राम संगठन	– भारत जीविका महिला ग्राम संगठन
पता	– ब्रह्मपुर, बक्सर

कुमार चौबे बताते हैं कि, आमीना में गजब का आत्मविश्वास है। आमीन का सपना यही है कि अपनी बेटियों को पढ़ाकर नौकरी करने के योग्य बनाये, ताकि वे समाज के निर्माण में एक बड़ी भूमिका निभा सकें। स आमीन चाहती हैं कि उन्हें अपने राज्य के अलावा दुसरे राज्यों में भी महिलाओं को प्रशिक्षित और जागरूक करने का मौका मिले। ताकि महिला सशक्तिकरण का सपना साकार हो। हिन्दुओं के पवित्र स्थल पर आमीना खातून की चूड़ी दुकान अपने आप में साम्प्रदायिक सौहार्द की कहानी बयां करती हैं। आज आमीना के चहरे पर आत्मविश्वास है, समूह की ताकत है, हौसलें की उड़ान है। इसके साथ ही परिवार और समाज का भी साथ है, जो कल तक घर की चौखट लाघने का विरोधी था स ब्रह्मपुर के लिए आमीना खातून गंगा- जमुनी तहजीब की प्रतीक तो है ही जीविका दीदी के रूप में सशक्त महिला सशक्तिकरण की बानगी।

सिग्नल खरीद-बिक्री

✍ रौशन कुमार, प्रबंधक-संचार, जीविका, बक्सर

समाज से विलुप्त हो रही लोक कलाएं और रोजगार-परक विधाओं को पुनर्जीवित करने और गाँव की छोटी-छोटी उधमियों को बाज़ार उपलब्ध कराना बिहार जैसे प्रदेश में एक बड़ी चुनौती रही है। स्वयं सहायता समूहों से जुड़ी महिलाओं, ग्रामीण स्वरोजगारियों, एवं अन्य शिल्पकारों द्वारा निर्मित उत्पाद हस्त शिल्प एवं लोककलाकृतियों के प्रदर्शन और बिक्री के लिए बेहतर मंच तैयार करना एक बड़े कार्य को अंजाम देना और इस तरह के विधा से जुड़े लोगों को आर्थिक एवं सामाजिक रूप से स्वावलंबी बनाना उनके सपने को साकार करने जैसा था। चुनौती बड़ी और कार्य अहम। और यह तभी संभव था जब इस विधा से जुड़े लोगों को घर की चाहरदीवारी में कैद गाँव की महिलायें अब बाहरनिकाल कर अपने हुनर से बनाये गए इनके उत्पादों द्वारा लोगों को इनकी प्रतिभा और क्षमता से अवगत कराते हुए महिला सशक्तिकरण की दिशा में एक आवाज़ बुलंद की जाये। लिहाजा सरस मेला का आगाज़ हुआ।

ग्रामीण उद्यमिता को बढ़ावा देने की दिशा में एक पहल है बिहार ग्राम सरस मेला का आयोजन। सरसमेला हस्त शिल्प, लोक कलाकृति एवं संस्कृति का अनूठा संगम है, जहाँ हम अपने देश के विभिन्न राज्यों के कई रंग एक ही कैनवास पर देखते हैं और लोगों को दिखाते हैं। मेला के आयोजन का उद्देश्य आधुनिक बाज़ार में स्वदेशी उत्पादों एवं इससे जुड़े लोगों को प्रोत्साहन देना है। सरस मेला, ग्रामीण विकास विभाग, भारत सरकार द्वारा निर्धारित कैलेंडर के तहत प्रायः देश के प्रत्येक राज्य की राजधानी में प्रति वर्ष आयोजित होता है। बिहार की राजधानी पटना में भी इसका आयोजन कई वर्षों से होता रहा है। राष्ट्रीय कैलेंडर के तहत बिहार में सरस मेला के आयोजन का एक इतिहास है। वर्ष 2014 से इसके आयोजन की जिम्मेवारी बिहार ग्रामीण जीविकोपार्जन प्रोत्साहन समिति, जीविका, बिहार की है।

सरस मेला का आयोजन देश के स्वयं सहायता समूहों से जुड़ी महिलाओं, स्वरोजगारियों, एवं अन्य शिल्पकारों द्वारा निर्मित उत्पाद हस्त शिल्प एवं लोक कलाकृतियों के प्रदर्शन और बिक्री के लिए किया जाता है। बिहार ग्राम सरस मेला पटना के गाँधी मैदान में प्रति वर्ष आयोजित होता आ रहा है। वर्ष 2018 के सितंबर माह में मेला का आयोजन ज्ञान भवन, पटना में किया गया।

वर्ष 2014 से बिहार ग्राम सरस मेला के आयोजन की जिम्मेवारी जीविका को राज्य सरकार ने दी है। ग्रामीण विकास विभाग और जीविका के संयुक्त तत्वाधान में 2 दिसम्बर 14 से 14 दिसंबर 2014 तक बिहार ग्राम सरस मेला का आयोजन गाँधी मैदान, पटना में हुआ। इस आयोजन में 350 स्टल से लगभग तीन करोड़ रुपये के उत्पादों की खरीद-बिक्री हुई थी।

वर्ष 2015 में गाँधी मैदान में ही 20 दिसंबर से 2 जनवरी तक आयोजित सरस मेला में 400 स्टल से ढाई करोड़ रुपये के उत्पादों की खरीद बिक्री हुई थी। वित्तीय वर्ष 16-17 का सरस मेला प्रकाशोत्सव के कारण दिसंबर 6 की जगह 7 फरवरी से लेकर 21 फरवरी 17 तक गाँधी मैदान में “हुनरमंद महिला खुशहाल परिवार” की थीम के साथ आयोजित किया गया। तीन लाख वर्ग स्वचायर फीट में आयोजित मेला परिसर में 350 स्टल लगे। खरीद-बिक्री का आंकड़ा साढ़े चार करोड़ था।

12 से 26 दिसंबर 17 तक गाँधी मैदान में आयोजित सरस मेला 3 लाख स्वचायर फीट के क्षेत्र में कुल 434 स्टल लगे। “उधमी महिला उन्नत राष्ट्र” के स्लोगन के साथ ग्रामीण शिल्प का क्रेज प्रशंसनीय था। वर्ष 17 में भी आगंतुकों की संख्या तो बढ़ी ही, खरीद-बिक्री का रिकॉर्ड भी बढ़ा। पिछले सरस मेला में खरीद-बिक्री का आंकड़ा साढ़े 5 करोड़ के करीब रहा।

2018-19 वित्तीय वर्ष में “उन्नत महिला, उज्जवल बिहार” की थीम की परिकल्पना को साकार करने के उद्देश्य से सरस मेला 14 से 23 सितंबर 2018 तक ज्ञान भवन, पटना में आयोजित हुआ। पिछले चार वर्षों से चल रहे सफल आयोजन के बाद पुनः एक बार बिहार ग्रामीण जीविकोपार्जन प्रोत्साहन समिति, जीविका द्वारा इसका आयोजन किया गया। बिहार समेत देश के 10 राज्यों के स्वयं सहायता समूह से जुड़ी महिलाओं एवं अन्य शिल्पकारों द्वारा निर्मित उत्पाद और कलाकृतियों की खरीद-बिक्री सह प्रदर्शनी ज्ञान भवन में बने 130 स्टल से हुई। दस दिनों तक चले बिहार ग्राम सरस मेला के मिनी संस्करण से लगभग सवा करोड़ रुपये की खरीद-बिक्री हुई। खरीद-बिक्री के आंकड़े मेला में आये ग्रामीण उधमियों से लिए गए बिक्री रिपोर्ट पर आधारित होती है।

मधु, चमड़े से बने उत्पाद, सीप से बने श्रृंगार के सामान, प्राकृतिक वस्तुओं से बने कृत्रिम फूल, कतरनी और सोनाचुर चावल – चुड़ा, गुड़ मिठाई, बक्सर की सोनपापड़ी, विभिन्न प्रकार के अचार – पापड़, मधुबनी पेंटिंग पर आधारित कलाकृतियाँ, जलकुम्भी के डंठल से बनी टोपिया एवं अन्य ग्रामीण शिल्प – उत्पादों के प्रति लोगों का आकर्षण बना रहता है। इन उत्पादों की मांग का अंदाजा इस बात से भी लगाया जा सकता है कि प्रायः इन उत्पादों के स्टॉक भी मेला समापन के एक-दो दिन पूर्व ही समाप्त हो जाते हैं। जिसके कारण स्वाद और शिल्प के शौकिन पहले से अगले सरस मेला के लिए ही आर्डर दे देते हैं। जीविका दीदियों द्वारा विभिन्न उत्पादों मसलन मधुबनी पेंटिंग पर आधारित उत्पाद, सिक्की कला, लाह की चूड़ियाँ और गर्म कपड़े के निर्माण प्रक्रिया का जीवंत प्रदर्शन होता रहा है, लोग उत्पादों के स्टॉल से कलाकृतियों की कसीदाकारी की प्रक्रिया को करीब से देखते हैं और खरीददारी भी करते हैं।

मेला में प्रति वर्ष किसी भी स्वयं सहायता समूह के स्टॉल से प्रत्येक 500 रुपये की खरीददारी पर एक खरीदारी कूपन दिया जाता रहा है। इन खरीदारी कूपनो में से लॉटरी सिस्टम के तहत प्रत्येक दिन प्रथम, द्वितीय और तृतीय पुरस्कार के रूप में इनामी कूपन दिया जाता है। लॉटरी सिस्टम से खरीददारी आगंतुकों को सहज ही अपने ओर आकर्षित करता रहा है।

प्रति वर्ष सरस मेला में लगे विभिन्न विभागों एवं बैंको के स्टॉल, जादूगर का खेल, पालना घर, लकड़ी ड्रॉ कूपन, विभिन्न विभागों द्वारा प्रति दिन आयोजित सम – सामयिक विषयों पर आधारित सेमिनार, नुक्कड़ नाटक और सांस्कृतिक कार्यक्रम आगंतुकों के लिए आकर्षण का केंद्र बनी रहती हैं। अब सरस सिर्फ ग्रामीण शिल्प के

लिया बाजार ही नहीं बल्कि मनोरंजन, ज्ञानवर्धन और उत्साहवर्धन के साथ ही सामाजिक कुरीतियों के खिलाफ लोगों को जागरूक करने का एक बड़ा मंच भी बन गया है। प्रति वर्ष 20 से ज्यादा राज्य और 35 के आसपास बिहार के जिलों का प्रतिनिधित्व सरस मेला में होता रहा है।

आगंतुक इस बात से भी काफी खुश रहते हैं कि मेला परिसर में प्रवेश निःशुल्क रहता है और उनकी जरूरत की वस्तुएं एक ही जगह मिल जाती हैं। आगंतुक, स्टॉल धारक एवं आयोजक सभी सरस मेला के आयोजन के प्रति उत्साहित दिखते हैं।

बिहार ग्राम सरस मेला लोगों के आकर्षण का केंद्र रहा है। सिर्फ पटना ही नहीं बल्कि राज्य के अन्य जिलों से भी ग्रामीण शिल्प और कलाकृतियों के कद्रदान सरस मेला में लगे उत्पाद को अपने पसंद एवं जरूरत के हिसाब से खरीददारी करते हैं। कुल मिलाकर जन-सामान्य के जरूरत की वस्तुएं सरस मेला में उपलब्ध रहती हैं। लोग अपनी अभिरुचि एवं सामर्थ्य के अनुरूप खरीदारी करते हैं।

देसी अंदाज में आयोजित सरस मेला आधुनिक समाज में भी अपनी एक अलग ही अपनी पहचान बना लिया है। मेला में बिके उत्पाद और उनके प्रति लोगों का बढ़ रहा क्रेज इस बात का प्रमाण है कि लोग आधुनिकता से दूर गाँव की ओर लौट रहे हैं। अपने घरों को सवारने के लिए लोग ग्रामीण शिल्प और उत्पाद को ही तरजीह दे रहे हैं। सरस मेले में लोगों का सबसे बड़ा रुझान ग्रामीण शिल्पकला की तरफ ही है। सरस मेला के आयोजन का उद्देश्य ही है ग्रामीण शिल्पकला को बढ़ावा देना एवं बाजार उपलब्ध कराना। लिहाजा सरस मेला लोगों की कसौटी पर खरा उतरा है।





Aajeevika

Grameen Express Yojana" (AGEY)

 Ranjana Reshmi, YP-Non Farm

The Government of India had introduced a new sub-scheme under Deendayal Antyodaya Yojana - National Rural Livelihoods Mission (DAY-NRLM) entitled "Aajeevika Grameen Express Yojana" (AGEY) in the financial year 2017-18 with objectives of providing an alternative source of livelihoods to members of SHGs under DAY-NRLM by facilitating them to operate public transport services in backward rural areas and to provide safe, affordable and community monitored rural transport services to connect remote villages with key services and amenities (including access to markets, education and health) for the overall economic development of the area by making use of the supports available within the framework of DAY-NRLM.

The scheme is implemented in 6 Districts of Bihar with targeted 17 blocks. The targeted districts being Darbhanga, Gaya, Muzaffarpur, Nalanda, Patna and Vaishali.

Under this scheme identified CLF/Nodal VO is provided loan at an interest rate of 6% p.a. to the SHG member selected by the CLF/Nodal VO for the purchase and maintenance of vehicle. The

loan provided by the CLF//Nodal VO is to be repaid within six years by the beneficiary, from the date of disbursement, in a maximum of 72 monthly installments. Under this scheme, the beneficiary can purchase passenger vehicle only.

The scheme offers a maximum of Rs.8.00 lakh to be given as loan to each selected beneficiary, which includes a maximum of Rs.6.50 lakh for the purchase of vehicle and maximum of Rs.1.50 lakh for the maintenance of the same. However, the provision of loan for the maintenance of the vehicle is optional and the loan shall only be given if requisition for the same is submitted by the beneficiary.

The scheme requires

1. Selection of route for running the vehicle
2. Selection of beneficiary by VO
3. Loan transfer to the beneficiary and its repayment.

Selection of route depends on the need of the community after scrutinizing the availability and unavailability of vehicles on

important routes of the villages. An evaluation of expected number of customers is done by the BPIU team; tentatively 6 routes are selected. The concerned or the nodal CLF/VO prioritizes the importance of transportation from the shortlisted routes and each vehicle has been given the option to run on either of the top two finalized routes.

On the basis of transport network study, the nearest VO's of the identified 6 routes shall be selected by the BPIU after consultation with the CLF/VO, after receiving the application of SHG members; CLF/VO shall select the final beneficiary from among its SHG member. Once the beneficiary is selected from all interested applicants, the selected beneficiary submits a business plan to its SHG and the quotation of vehicle which the applicant finds most suitable to run on the selected route. The BPIU staff assists the beneficiary in preparing the business plan and the selection of the most suitable vehicle.

The concerned SHG submits a loan requisition (in the prescribed format) to its VO along with the grading sheet of the applicant, the business plan and the quotation of the vehicle. The respective VO in turn submits it to its CLF/Nodal VO. The requisition is reviewed by the CLF/Nodal VO. Upon successful review of the submitted requisition, grading sheet and business plan, the CLF/Nodal VO transfers loan amount to the concerned VO, who in turn transfers it to the respective SHG. The SHG then transfers the loan amount in the beneficiary's account. From the date of submission of the business plan in the SHG, the final transfer of loan amount in the account of beneficiary is completed within 30 days.

Case Study

In Phulamala CLF Baby Devi is a beneficiary of AGEY. She had been working on others land and her husband also served as daily wage labourer. That was the only source of livelihood for her and her family. AGEY project came as a ray of hope for her family. After the selection process she bought an auto rickshaw from the loan availed and her husband drives the vehicle. With this source of earning she is able to earn a daily profit of Rs. 350 to 500. Now she is learning to be self-dependent with this activity.



AGEY Progress Report					
Aajeevika Gramin Express Yojna	State	No. of Vehicles approved in project proposals	No of District	No of Blocks	No. of Vehicles
	Bihar	78	6	13	54





e /kə D[khi ky u , d'oj nku

मधुमक्खी पालन एक ऐसा व्यवसाय है जिसमें स्थान, पूँजी एवं श्रम की मांग अपेक्षाकृत कम होती है। जिस कारण जीविका परिवार इसे आसानी से अपना पाते हैं। इसमें शारीरिक परिश्रम अधिक नहीं होने के कारण जीविका दीदियाँ अपने घरेलू एवं अन्य कार्यों के साथ-साथ स्वयं सीधे तौर पर शामिल हो कर संचालित करती हैं। मधुमक्खी पालन से मौन पेटिका एवं अन्य उपकरण बनाने वाले छोटे उद्योगों को भी बढ़ावा मिलता है अतः यह स्वरोजगार एवं अतिरिक्त आय सृजन का उत्तम घरेलू श्रोत है। बिहार का मौसम एवं भोजनश्रोत (पराग-नेक्टर इत्यादि) मधुमक्खीपालन के लिए काफी अनुकूल है जिस वजह से इसे अपनाने के लिए जीविका दीदीयाँ काफी तेजी से आगे आ रही हैं। जीविका परिवारों के लिए यह गतिविधि विगत पांच वर्षों में रोजगार के एक सशक्त एवं असीम संभावनाओं से भरी विकल्प के रूप में उभर कर सामने आई है। इस अवधि में इस गतिविधि से जुड़ कर 1800 से अधिक परिवारों ने प्रत्यक्ष रूप में न केवल अपने जीवन स्तर को सुधारा है अपितु अप्रत्यक्ष रूप में देश के कृषि उत्पादन के वृद्धि एवं पर्यावरण संरक्षण में योगदान कर के एक बड़े सामाजिक दायित्व का भी निर्वहन किया है।



जीविका मॉडल :

सर्वप्रथम, स्वयं सहायता समूहों के बीच से मधुमक्खी पालन गतिविधि हेतु इच्छुक एवं प्रगतिशील जीविका दीदीयाँ का चयन कर बुनियादी स्तरीय उन्मुखीकरण प्रदान किया जाता है। तत्पश्चात 5 दिवसीय प्रशिक्षण विभिन्न कृषि विज्ञान केन्द्रों / खादी एवं ग्रामोद्योग आयोग /आरसेटी के माध्यम से प्रदान की जाती है। इन सब के उपरांत

उनको उत्पादक समूहों के अंतर्गत संगठित किया जाता है जिसके तहत वो मधुमक्खीपालन गतिविधि प्रारंभ करती हैं। प्रत्येक उत्पादक समूह में 30-120 सदस्य (जीविका दीदी) होती हैं जिनके तकनीकी एवं अन्य सहयोग हेतु एक “ग्रामीण संसाधन सेवी” होते हैं। प्रथम वर्ष प्रत्येक सदस्य 10 मधुमक्खी बक्सा/कॉलोनी के साथ गतिविधि आरम्भ करती हैं। एक बक्से का बाजार मूल्य रु.4000/- आता है। इस प्रकार 10 बक्सों हेतु रु.40000/- की आवश्यकता होती है। जिसमे आधी राशि- रु. 20000/- राज्य बागवानी मिशन के द्वारा अनुदान के रूप में प्राप्त हो जाती है और शेष आधी राशि में से रु. 2000/- सदस्य को अग्रिम अंशदान के रूप में निवेश करना होता है और बाकी 18000/-रुपये की व्यवस्था उत्पादक समूह अपने संकुल स्तरीय संघ से ऋण के रूप में प्राप्त कर के करती है। उक्त ऋण की राशि को उत्पादक समूह को अपने सम्बंधित संकुल संघ को 6 माह के मोराटोरियम अवधि के उपरांत अगले 18 माह में चुकता करना होता है। एक अच्छी तरह से गतिविधि संचालित करने वाली सदस्य, एक बक्से से 40 किलोग्राम तक शहद एक पूरे वर्ष में उत्पादित कर लेती है। शहद के खरीदारी हेतु जीविका द्वारा प्रतिष्ठित कंपनी ‘डाबर इंडिया लिमिटेड’ के साथ करार किया गया है जो की दीदीयों द्वारा उत्पादित शहद को अच्छे दरों पर खरीद लेती है। जीविका दीदीयां स्वेच्छा से अपने शहद को स्थानीय खरीदार को या ‘डाबर’ को बेंच लेती हैं। आम तौर पर जीविका दीदी का कुल निवेश प्रथम वर्ष ही लाभ के रूप में वापस आ जाता है।

प्रजाति एवं मौनालय:

जीविका मॉडल के तहत सदस्यों को इटालियन प्रजाति मधुमक्खी (एपीस मेलिफेरा) की उपलब्धता राज्य बागवानी मिशन के सहयोग एवं तकनीकी मार्गदर्शन में कराई जाती है। मौनालय की स्थापना के लिए जीविका दीदीयां अपने गृह वाटिका या पास के खेत/बागीचे का चयन करती हैं। मधुमक्खी वहां से उड़कर अपने तीन किलोमीटर की त्रिज्या में विभिन्न फसलों के पुष्पों से भोजन (पराग, नेक्टर इत्यादि) एकत्रित कर अपने छत्ते में शहद तैयार करती हैं एवं साथ ही साथ फसलों के परागण कार्य को बढ़ावा देती हैं।

उपलब्धियां:

वित्तीय वर्ष 2014-15 में जीविका द्वारा यह गतिविधि दो जिलों- मुजफ्फरपुर एवं खगड़िया, के 5 प्रखंडों में पायलट कार्यक्रम के रूप में 6 उत्पादक समूहों एवं 224

सदस्यों के साथ प्रारंभ की गई थी जो की आज चालू वित्तीय वर्ष (2018-19) में बढ़ कर 7 जिले - मुजफ्फरपुर, खगड़िया, पूर्वी चंपारण, वैशाली, समस्तीपुर, बेगुसराय एवं रोहतास तक पहुंच गई है। साथ ही साथ प्रखंडों की संख्या- 22, उत्पादक समूहों की संख्या- 45, सदस्यों की कुल संख्या- 1805, बक्सों/कॉलोनी की संख्या- 24575 तक पहुंच गए हैं। गत वर्ष के आंकड़ों पर गौर करें तो प्रत्येक सदस्य ने मधुमक्खी पालन के माध्यम से औसतन रु. 46000/-प्रति वर्ष की सकल आय अतिरिक्त रूप से प्राप्त की है जिसमें इस वर्ष भी इजाफा होने की उम्मीद है। इस प्रकार यह कहा जा सकता है कि मधुमक्खी पालन व्यवसाय जीविका परिवारों के लिए सचमुच में एक वरदान सिद्ध हुआ है।





Apna Jeevika Haat

✍ Abhijeet Mukherjee, YP-KMC

Background and Inception:

Jhapadih is a village located two kilometers from the East-West Corridor in Muzzafarpur district towards Darbhanga, even though the place is in proximity to the highway, lack of a proper market had always been a problem. SVEP or the “Start-Up Village Entrepreneurship Program” started in this area in June 2016 is a sub-scheme under National Rural Livelihoods Mission, Ministry of Rural Development, Government of India which aims to provide rural communities with business skills, exposure, credit access and business support during the first critical six months of the enterprises from the platform of SHGs and their federations.

People of this area were engaged in various traditional as well as novelty trades, but were not integrated and trained. A Block Resource Center led by BPM-SVEP was established to implement the SVEP and a CLF was chosen nodal to initiate the program. This is when the Micro-Economic Consultants began giving orientation in the CBOs. The consultants have now been renamed to Community Resource Person – Enterprise Promotion.

Funds are released to the business after the submission of the business plans and UC, and the business process is commenced.

For implementation in Jhaphadih (Location of the Apna Jeevika Haat), Sarvottam CLF was selected for intervention. While discussing the way forward in rural entrepreneurship with local cadres, CBO leaders and entrepreneurs Community Enterprise Fund (CEF) loan distribution program in Sarvottam CLF. Entrepreneurs, who grow and sell vegetables as well as daily consumable producers had to travel 5 to 7 km to get access to the nearby markets. There was no rural weekly haat, locally known as “Pethiya” in the radius of 5km. This was the moment when the idea to establish a local market was recognized.

The haat being supported by the Cluster Level Federation, VO members and the Block Resource Center at a nominal registration fee of Rs. 31 per entrepreneur was formally inaugurated on 9th May 2018 by the MLA Mrs. Baby Devi, CBO members, Jeevika district and block officials. On its first day, around 62 entrepreneurs from 8 villages of Mushahari and Bochaha block sold their products to a gathering of around 600 people. The total recorded sales volume on the first day was Rs. 87,150. The positive turn of events manifested the success that is to come.

The Initial Phase:

- The proceedings of the Haat from the very initiation has been led by the CLF or VO members and the cadres of Jeevika, Jeevika has augmented the institutional support to the entrepreneurs through the various levels of its community based organizations.
- Initially the plan was to run the market on Wednesdays and Saturdays but the idea was phased out when the members and the community members demanded that the market should run daily, as the unsold items like fruits and vegetables perish quickly and it is not feasible for them to buy refrigerators right now. Sellers of other items also suggested that the market should run daily as it will boost their income.
- After 13th May, 2018 the community decided to course the market every day.
- The localion for better upkeep of the market premise is cleaned every day by the VO members.

Continuance and Success:

- Since its inception, the haat has received hugely positive response from both the community as well as the entrepreneurs. After it was launched on 9th May and was made diurnal from 13th May, it has become a place of social gathering for people, people are going to the Haat not only for shopping and buying products, but also to meet others and spend some time during the evening hours. The entrepreneurs are also making good profit from the haat, with the sales figure crossing Rs. 50,000 everyday.
- Sellers of various categories have found a viable marketplace for themselves and are making unprecedented profits from it. The Marketplace has added itself as a unique feature of a rather deserted place, locals told that no one was to be seen in this area after 5 p.m. in the evening. After coming back from work, everyone usually went back to their homes, and didn't come out much, especially the women were totally confined in their homes.
- The market often has visitors from outside, many people travelling through the highway who hear of the market usually pay a visit to the market and buy the goods.

Impact on the community:

The haat has had a huge positive impact on the community around it, the haat has not only given a platform for economic growth but has also set the stage for social and cultural growth. The area around the haat is primarily populated by scheduled castes and minority community, women of these communities due to traditional influences didn't use to step out of their homes lest go to the market for shopping or selling their produce. But the market has changed this scenario, the women aren't only stepping out of their homes, but are also actively participating in their respective businesses.

The community also got a common place for gathering where they can not only have fun and shop but also discuss the problems of the villages in and around the market. For entrepreneurs the haat has proven to be a huge platform not only to sell new products, but also for testing new products. Most importantly the market has been saving a lot of time for the community members.

Challenges faced and strategies adopted to overcome them:

Establishing the haat was never an easy task, the team behind the haat faced various challenges, major of them being:

1. The first challenge was to motivate and organize women and other entrepreneurs for an integrated market, although many women wanted a market but many thought that the market in the village will not be much lucrative.

2. Another constraint was the concern of distance, and lack of transport facilities on the particular stretch even though the East-West Corridor is just 2 kilometres away.
3. Finding a suitable place for the market was a challenge as well, proper land was not available, and even if some land was identified it would have an eroded terrain, after much expedition CRP-EP ShreeJanardan provided a land in Jhapahadhi at a very nominal rent per entrepreneur.
4. Lack of facilities such as drinking water and toilet were also there, two makeshift toilets and drinking water supply was made available through a tanker by the help of the villagers.
5. Lack of electricity, especially during the evening hours was upsetting the footfall and thus after 15 days of the inception of the haat, a rented generator was installed at Rs. 4/day per unit of bulb and illumination. Since a bulb is capable of lighting up 3 three shops, the cost of Rs. 4 per bulb is shared as well, while some of the entrepreneurs have taken a single unit for themselves.
6. Regularity was a concern as both the community, the entrepreneurs and the facilitators thought that the market will not run for long, to battle this, the CRP-EPs Md. Salauddin and Janardan did a footfall analysis of the haat and came to a conclusion that a minimum ceiling of 40-50 shops is to be maintained to keep the haat running and as such they kept motivating the entrepreneurs to come daily and sell their produces. It was also decided to keep the market open till 9:30 P.M. to make it more lucrative as some of the people that returned late from work told the CRP-EPs that instead of buying daily goods from the city while returning from work, they would buy them from the haat itself if it is kept open till 9:30-10:00 P.M..

The challenges were mitigated successfully and the haat is now a hit among the locals. Although challenges never end, the entrepreneurs told that the next challenge will be of expansion when more entrepreneurs will start coming and there will be space crunch, but that too will be mitigated with mutual cooperation they said.

The Haat's way forward:

- 1. Growth and Expansion:** The haat is looking forward to grow and expand in the coming days as the number of beneficiaries of SVEP in the area is almost 150 and most of them are willing to come to the haat and sell their produce. The expansion is also inevitable to the hugely positive response from the community, more and more people from the nearby villages are also coming to the haat every evening.
- 2. Pioneer and Model Haat:** The haat will also serve as a model so that similar haats can be established in other places, with time the haat will become a hub for more innovation and integrated development.
- 3. Hub for Cultural and Rural tourism:** The places in and around the haat are very scenic thus the place can also be developed as a hub for culture and rural tourism that would include activities like rural sightseeing, naatakmandali (drama troupe), and rural food festival etc. This can be done by charging the visitors an entry fee and collaborating with NGOs or agencies that promote cultural activities, on the lines of Tora Eco-Resort, ChokhiDhani, The Greener Pastures, and Ecosphere Spiti etc.
- 4. Socio-Cultural and Economic development of the Area:** The Haat will also contribute towards socio-cultural and economic development of the area, it has already managed to get women out of their homes, and bring them at par with men entrepreneurs. The incomes of the entrepreneurs has also increased





Carpet Weaving Initiative

✍ Nupur Ojha, YP-Non-Farm

Promoting Hand Knotted Carpet Weaving in Gaya, Bihar

Multitude of factor compels the poor populace to remain confined to a vicious cycle of poverty. Limited employments opportunities, lack of marketable skills, inaccessibility to market are factors leading to talent to be unutilised and stuck in the clutches of poverty. Accessing the skill and need in rural Bihar Carpet weaving intervention is being implemented at one of the aspirational district of Bihar, Gaya with the support of Jaipur Rugs Foundation. This intervention is aimed at addressing key gaps in the carpet value chain in a holistic and replicable manner so as to promote as a viable non-farm livelihood option for the selected socially excluded communities. This will help the carpet industry in becoming more organized and serve as a benchmark for the other actors engaged in the industry. In the longer term, the project also carries the potential of preparing the chosen project locations to emerge as a hub for demonstrating standardization in carpet value chain, especially in those parts that involve grass-root artisans.

Rug weaving carries a lot of significance in poverty alleviation and skill development by providing training and livelihood opportunities to illiterate and poor people (especially women). It does not require massive infrastructure establishment. Furthermore, flexible working hours and output based payments enhance livelihood options for rural poor as per their needs.

Jaipur Rugs Foundation has been working in 3 blocks of Gaya District and the training have brought alternative livelihoods to 1100 families in last two years. In an area where an average person works for not more than 3-4 months in a year, JRF through its interventions has tried to create alternative livelihood opportunities across the year.

JRF's aim is not limited only to create livelihood opportunities but to bring a change in the factors that limit a large portion of the population to remain out of work mostly due to seasonal livelihood options. The broader aspect of initiative lies in changing the mindset of the targeted

communities who are not habitual for working on daily basis round the year, motivate them and provide an enabling environment to create a culture of hard work. The opportunities of getting work at their doorstep give an assurance and comfort to the beneficiaries and ensure equal participation of all members of the community.

BRLPS JEEViKA, is providing support to help JRF in developing a work culture with the prime focus on expanding the artisan base and retaining the trainees by inculcating a feeling of ownership and responsibility towards rug making. As the no. of artisans increases with trainings, JRF is strategizing to bring back people who have dropped out of the training.

Together with JEEViKA, it is determined to achieve the shared objectives of bringing economic, social and behavioural change and create a lasting socio-economic impact in the lives of these households. This alliance of rich institutional experience brings together the shared wisdom and common interest of promoting a perennial income source for the most undeserved beneficiaries in the targeted geographical area which in turn transform the communities engaged in seasonal works into the drivers of an organized industry in their area.

Engagement with Jeevika:

The objective of engagement with JEEViKA was the promotion of hand knotted carpet weaving in Gaya, Bihar, The engagement commenced on 25th August 2015. Currently the project is running in two blocks of Gaya district viz. Banke Bazar and Imamganj, the blocks were selected by JRF's corporate team, and the process is to identify the beneficiaries in the age group of 18-35, giving them a training of 3 months, and handling the loom. The ownership of the looms belongs to JEEViKA, which also pays the other expenses related to training, rent etc. These training programmes were implemented through JEEViKA's CBOs. Till date over 250 beneficiaries have been selected and 221 are working in the production phase, a total of 120 looms have been installed, 20 masters trainers at local level are working and giving training for phase two while BunkarSakhis have been identified, who run the training centres. A wage of Rs. 50 is provided to the beneficiaries in the training phase while after training the average monthly income ranges between Rs. 3000-5600 for 15-25 working days in a month.

Only weaving of the rugs is done in these centres, as the final rugs go through a twenty stage processing before it enters the market, the rugs woven at Banke Bazar and Imamganj are sent to Jaipur for further processes.

Shobha(19), who works as a BunkarSakhi says that earlier she used to loiter around the village without any purpose, but after associating with the JRF and JEEViKA's training centres she understood her purpose and after receiving training she has now in turn become a trainer and motivates the women of her village to work in these centres. She says that she receives Rs. 5000 as a BunkarSakhi which has helped her in coping with the adverse situations and gave her life a meaning too.



बड़की दीदी





eudh dyeils



रचना आमंत्रण

4

जीविका द्वारा “चेंज मेकर्स” (द्विभाषीय – त्रैमासिक) पत्रिका का प्रकाशन किया जाता है। पत्रिका में जीविका से जुड़ी गतिविधियों / कार्यक्रमों / सफलता की कहानियों के प्रकाशन के साथ-साथ विभिन्न स्तरों पर कार्य कर रहे जीविका कर्मियों के अनुभवों को भी स्थान दिया जाता है। जीविका कर्मियों से आग्रह है कि वे जीविका से जुड़े अपने अनुभवों / सफलता की कहानियों / कविता / गतिविधियों आदि को “चेंज मेकर्स” में प्रकाशन के लिए भेज सकते हैं। रचना हिन्दी या अंग्रेजी दोनों में से किसी भी भाषा में हो सकती है। रचना के साथ उससे संबंधित तस्वीरें अवश्य संलग्न हों। रचनाकार अपनी रचना के साथ अपना पूरा पता और संपर्क नंबर का उल्लेख अवश्य करेंगे। रचना को निम्न मेल आईडी पर भेज सकते हैं – changemakers.brip@gmail.com संपादकीय टीम द्वारा प्रकाशन योग्य रचनाओं को रचनाकार के नाम के साथ पत्रिका में प्रकाशित करेगी।

– संपादकीय टीम, चेंज मेकर्स

कला की अद्भुत अनुभूति

dykdhvudh
vnHq gSoks-fr
no t gk cl rsgd
c-fr dhi fj.f.kfr
fefflyk d hēj r h
ij vor fr gksh
edquh fp=dyk dh
v} hfr; sdyk-fr

'lgn d sLokn l s
l alr gksh
ukgky kad h t rou T; kfr
cg j ghēkj k
Lokcyau dh
gksj gh cxfir

nmhdhjl kã
d segd l s
xed mBh
fcgkj dhi kou ēj r h

vxjoũhdhegd
fl ôhdhæd
t hfodk nmhdst ru l s
l sj kSk gksh
?kj ?kj dhl a-frA



Anand Shankar
SPM-HR

• EVENTS



Food Dietary Diversity
campaigns in districts
to improve nutrition status



Training of Staff on
Community Grievance
Management and
Resolution Mechanism



JEEViKA bids farewell to
World Bank Task Team Leader
Mr. Vinay Kumar Vutukuru



45 young professional
inducted in JEEViKA
in the 8th cohort





JEEVIKA

Psp_j Bct cjmkn cl r Bcn_prk cl r*Ent r, md@gf _p
 Tphwr @ _u _l +@q ¢ \$ 1st Djmp@ _gcwPm_b*N_rl _+6. . 0/9
 Nf ,9 7/ +/ 0+03. 276/ 88 D_v8) 7/ +/ 0+03. 274. *
 Uc` qgc8uuu,` p;n,g 88C-k _g8acm>` p;n,g