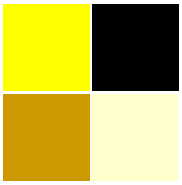
বাংলাদেশের পর্যটন মিথ
শেষ পর্ব

মাবরুর মাহমুদ

আইএফডি পলিসি পেপার সিরিজ
পেপার ৩

জানুয়ারী ১, ২০১৫



[এই রচনার সকল মন্তব্য এবং যে কোন ভুল ভ্রান্তির জন্য লেখক ব্যক্তিগতভাবে দায়ী। এর জন্য অন্য কোন ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠান দায়ী নয়]

বাংলাদেশের পর্যটন মিথ
আইএফডি'র প্রস্তাবনা

আমাদের এই পলিসি পেপারের গবেষণার আলোকে আমরা সবার কাছে বেশ কিছু প্রস্তাবনা তুলে ধরছি। এর কিছু প্রস্তাবনা স্বল্প মেয়াদে করণীয়, আবার কিছু প্রস্তাবনা রয়েছে যা কিনা মধ্য এবং দীর্ঘমেয়াদে বাস্তবায়নযোগ্য।

প্রয়োজন দীর্ঘমেয়াদী সমন্বিত মহাপরিকল্পনা

বাংলাদেশে পর্যটন শিল্পের বিকাশে দীর্ঘমেয়াদী সমন্বিত মহাপরিকল্পনার কোন বিকল্প নেই। বর্তমানে বাংলাদেশের পর্যটন শিল্পের বিকাশ হচ্ছে কোন প্রকার দীর্ঘমেয়াদী পরিকল্পনা ছাড়াই। সরকারি যে সকল পরিকল্পনাতে পর্যটন শিল্পের উন্নয়ন সংক্রান্ত নানা পরামর্শ স্থান পেয়েছে, আমরা মনে করি এই পরিকল্পনাগুলি পর্যটন শিল্পের বিকাশে যথেষ্ট নয়। তাই আমাদের প্রস্তাবনা হচ্ছেঃ

প্রস্তাবনা ১ঃ সরকারি নের্তৃবৃন্দ, দেশীয় পরামর্শক, দেশীয় পর্যটন শিল্পের ব্যবসায়ী এবং খ্যাতনামা বিদেশী পরামর্শকদের সমন্বয়ে বাংলাদেশের পর্যটন শিল্পের বিকাশে একটি সমন্বিত মহাপরিকল্পনা প্রণয়ন করা উচিত। এখানে উল্লেখ্য, ১৯৯০ সালে ইউএনডিপি/ডব্লিউটিও এর অর্থায়নে একটি পর্যটন শিল্পকেন্দ্রিক কৌশলগত মাস্টার প্ল্যান প্রণীত হয়েছিল। আমরা মনে করি সরকারের সংশ্লিষ্ট মন্ত্রণালয়ের উচিত পূর্বে প্রণীত এই মাস্টার প্ল্যানটি রিভিউ করা এবং বর্তমানের আলোকে তার কার্যকারিতা নতুন করে বিবেচনা করা।

প্রস্তাবনা ২ঃ প্রস্তাবিত এই মহাপরিকল্পনায় চিহ্নিত করতে হবে বাংলাদেশের পর্যটন শিল্পের প্রতিযোগিতা করার ক্ষেত্রসমূহ এবং দুর্বলতা এবং এই দুর্বলতাগুলিকে কাটিয়ে কিভাবে বাংলাদেশকে বিশ্বের একটি অন্যতম পর্যটন কেন্দ্র হিসাবে প্রতিষ্ঠিত করা যায়।

প্রয়োজন উপযোগী বিপণন কৌশল

বাংলাদেশকে বিশ্বের একটি অন্যতম পর্যটন কেন্দ্র হিসাবে প্রতিষ্ঠিত করতে হলে বিভিন্ন ধরনের পর্যটকদেরকে আকৃষ্ট করতে হবে উপযুক্ত বিপণন কৌশলের মাধ্যমে। আমরা মনে করি বর্তমানে বাংলাদেশকে পর্যটকদের কাছে তুলে ধরার জন্য উপযুক্ত বিপণন কৌশলের ঘাটতি রয়েছে। তাই আমাদের প্রস্তাবনা হলঃ

প্রস্তাবনা ৩ঃ বর্তমান পরিস্থিতিতে দেশের দুর্বল অবকাঠামো সত্বেও উপযুক্ত বিপণন কৌশল অনুসরণ করলে বাংলাদেশে অধিক পরিমাণে এডভেঞ্চার প্রিয় পর্যটক, ধার্মিক পর্যটক, ব্যবসায়ী পর্যটক, শিক্ষাবিদ পর্যটক এবং সংস্কৃতিমনা পর্যটকদেরকে আকৃষ্ট করার বিপুল সম্ভাবনা রয়েছে। এই ধরনের পর্যটকদেরকে আকৃষ্ট করার জন্য প্রয়োজন নতুন পর্যটন পণ্যের সৃষ্টি এবং তার উপযুক্ত বিপণন কৌশল।

প্রস্তাবনা ৪ঃ বর্তমানে বাংলাদেশের জন্য অবকাশকালীন বিদেশী পর্যটকদের আকৃষ্ট করা কঠিন। তাই পর্যটন শিল্পের বিপণন কৌশলেও এই বিষয়টিও নজর রাখা উচিত।

প্রস্তাবনা ৫ঃ বিভিন্ন শ্রেণির পর্যটককে আকৃষ্ট করার জন্য ভিন্ন ভিন্ন বিপণন কৌশলের প্রয়োজন রয়েছে, কারণ পর্যটকদের শ্রেণিভেদে তাদের চাহিদার মধ্যে ভিন্নতা রয়েছে। তাই এক ধরনের বিপণন কৌশলে কোন এক বিশেষ শ্রেণির পর্যটকদেরকে আকৃষ্ট করা সম্ভব হলেও সবাইকে একই বিপণন কৌশলে আকৃষ্ট করা সম্ভব নয়।

দেশীয় পর্যটকদের যথাযথ মুল্যায়ন

বাংলাদেশ ১৬ কোটি জনসংখ্যার দেশ এবং এই দেশের অর্থনৈতিক প্রবৃদ্ধি দিন দিন যতই বাড়তে থাকবে, পর্যটন শিল্পের প্রতি জনগণের আগ্রহও ততই বাড়তে থাকবে। তাই এই বিরাট জনসংখ্যার বিপুল সম্পদকে কাজে লাগানোর জন্য আমাদের প্রস্তাবনাগুলো হলঃ

প্রস্তাবনা ৬ঃ দেশের পর্যটন শিল্পের বিকাশে দেশীয় পর্যটকদের অংশগ্রহণকে যথাযথ স্বীকৃতি দিয়ে দেশীয় পর্যটকদের চাহিদা প্রতিনিয়ত যাচাই করতে হবে, এবং সেই অনুসারে বিভিন্ন উন্নয়ন প্রকল্প গ্রহণ করতে হবে।

প্রস্তাবনা ৭ঃ পর্যটকদের চাহিদা সবসময়ই পরিবর্তনশীল এবং এই পরিবর্তিত চাহিদা সঠিকভাবে নিরূপনের জন্য প্রতিনিয়ত তথ্য-উপাত্ত সংগ্রহের বিকল্প নেই। তাই সরকারি

কর্তৃপক্ষের উচিত প্রতিনিয়ত এই সকল তথ্য-উপাত্ত সংগ্রহ করে তা সবার কাছে উপস্থাপন করা যাতে দেশের পর্যটন শিল্প এর মাধ্যমে উপকৃত হতে পারে।

এই ধরনের জরিপে তুলে আনতে হবে দেশীয় এবং বিদেশী পর্যটকদের ভ্রমণের সংখ্যা, ভ্রমণের স্থান, ভ্রমণের উদ্দেশ্য, ভ্রমণের স্থায়িত্ব, ভ্রমণকালীন ব্যয়, ভ্রমণকালীন যাতায়াত সংক্রান্ত তথ্য, হোটেল-মোটেল খাতে মোট বিনিয়োগের পরিমাণ, হোটেল-মোটেলের বিভিন্ন সময়ের অকুপেন্সি রেট, পর্যটকদের মন্তব্য, ইত্যাদি।

কক্সবাজারের সম্ভাবনা এবং এর ব্র্যান্ডিং

আমরা মনে করি, বাংলাদেশের পর্যটন শিল্পের বিকাশে কক্সবাজারের একটি বিরাট ভূমিকা রয়েছে এবং বিশ্বের পর্যটন শিল্পে একটি উন্নত পর্যটন কেন্দ্র হিসাবে কক্সবাজারের পরিচিত হওয়ার বিপুল সম্ভাবনাও রয়েছে। তবে কক্সবাজার নিয়ে আমাদের সামগ্রিক চিন্তাধারায় পরিবর্তন আনতে হবে। তাই আমাদের প্রস্তাবনা হলঃ

প্রস্তাবনা ৮ঃ আমরা মনে করি **শুধুমাত্র অবকাশকালীন বিদেশী পর্যটক** আকৃষ্ট করার লক্ষ্যে কক্সবাজার কেন্দ্রিক কোন বড় প্রকল্প হাতে নেয়ার আগে এই বিষয়ে আরো বেশি বিচার বিশ্লেষণের প্রয়োজন রয়েছে। এর কারণ বর্তমানে বাংলাদেশের সরকারি মহলে পর্যটনশিল্প কেন্দ্রিক যে কোন প্রকল্প শুরু হয় মূলত কক্সবাজার থেকে। কক্সবাজার নিয়ে সরকারের একটি ব্যাপক উন্নয়ন পরিকল্পনা অনুমোদনের অপেক্ষায় রয়েছে এবং অতি সম্প্রতি সরকারের টেকনাফের কাছে বিদেশী পর্যটকদের জন্য একটি এক্সক্লুসিভ জোন গড়ার অনুমতি দিয়েছে।

আমরা যদি কক্সবাজারে **শুধুমাত্র** বিদেশী পর্যটকদের আকর্ষণ করার জন্য কোন বড় প্রকল্প গ্রহণ করি, এবং পরবর্তীতে যদি দেখা যায়, এই বৃহৎ প্রকল্পগুলি বিদেশী পর্যটকদের আকৃষ্ট করতে সক্ষম হচ্ছে না, তাহলে প্রত্যাশা এবং প্রাপ্তির মধ্যে বিস্তর ব্যবধান থাকতে পারে যা হতাশার জন্ম দিতে পারে।

এখানে উল্লেখ্য, **শুধুমাত্র অবকাশকালীন বিদেশী পর্যটকদের** কথা মাথায় রেখে যদি কোন প্রকল্প গ্রহণ করা হয়, তাহলে বাংলাদেশ একটি অসম প্রতিযোগিতার মুখে পড়বে। এর কারণ প্রায় কাছাকাছি খরচে একজন অবকাশকালীন পর্যটক মালয়শিয়া, সিঙ্গাপুর কিংবা

থাইল্যান্ডে ভ্রমণ করতে পারেন যেখানকার সামগ্রিক অবকাঠামো বাংলাদেশের সামগ্রিক অবকাঠামোর চেয়ে অনেক বেশি উন্নত। এই দেশগুলি ইতোমধ্যে পর্যটন খাতে অনেক এগিয়ে গেছে।

প্রস্তাবনা ৯ঃ কক্সবাজারকে দীর্ঘদিন ধরে বিশ্বে দীর্ঘতম সমুদ্র সৈকত হিসাবে ব্র্যান্ডিং করা হয়েছে এবং এখন সরকারিভাবে একে বলা হচ্ছে "দীর্ঘতম *নিরবিচ্ছিন্ন* সমুদ্র সৈকত" বা Longest Unbroken Seabeach। কক্সবাজার বিশ্বের সবচেয়ে দীর্ঘতম সমুদ্র সৈকত নয়। তাই কক্সবাজার সম্পর্কে ব্রান্ডিং করার আগে এই বিষয়টি গুরুত্বের সাথে বিবেচনা করা উচিত। আমরা যদি দাবি করি একটি, অথচ পর্যটকরা যদি বুঝতে পারে আমাদের দাবি সঠিক নয়, তাহলে তাতে পর্যটকদের মনে এক ধরনের নেতিবাচক মনোভাবের সৃষ্টি হতে পারে।

আমাদের পরামর্শ হল, কক্সবাজার সমুদ্র সৈকত Unbroken বা নিরবিচ্ছিন্ন কিনা তা পুরোপুরি নির্ভর করে প্রকৃতির উপর যার পরিবর্তন যে কোন সময় হতে পারে। বিশেষ করে বিশ্ব উষ্ণতার প্রেক্ষাপটে এর পরিবর্তন হওয়ার সম্ভাবনা রয়েছে। তাই কক্সবাজারকে এমনভাবে ব্র্যান্ডিং করা উচিত যা সময়ের সাথে টিকে থাকবে।

সেই সাথে জনগণকেও এই ব্যাপারে সচেতন করতে হবে, কারণ সাধারণ জনগণ যদি একটি ভুল ধারণা নিয়ে চলতে থাকেন, তাহলে তারা বিদেশীদের কাছে ভুল দাবি করবেন যা বাংলাদেশের মানুষের সচেতনতা সম্পর্কে বিদেশীদের মনে একটি নেতিবাচক ধারণার সৃষ্টি করবে।

প্রস্তাবনা ১০ঃ আমরা কক্সবাজার এবং এর কাছাকাছি এলাকার সামগ্রিক উন্নয়নের পক্ষে। তবে আমরা মনে করি, এই উন্নয়নগুলি করা উচিত **সবার আগে** দেশীয় পর্যটকদের চাহিদার কথা মাথায় রেখেই।

তাই আমরা মনে করি, **বর্তমান পরিস্থিতিতে** বিদেশে কক্সবাজারকে ব্র্যান্ডিং করে বিদেশী পর্যটক আকর্ষণ করার চেয়ে দেশি পর্যটকদের দিকেই নজর দেয়া উচিত বেশি। এর জন্য প্রয়োজন সড়ক যোগাযোগের উন্নয়ন এবং দ্রুতগামী রেল ব্যবস্থার প্রবর্তন যাতে একজন দেশি পর্যটক অতি অল্প সময়ে অল্প খরচে ঢাকা কিংবা দেশের অন্যান্য অঞ্চল থেকে কক্সবাজার যেতে পারেন।

এখানে উল্লেখ্য, ঢাকা থেকে কক্সবাজারের সড়ক পথে দুরত্ব মাত্র ৩৮৭ কি.মি., কিন্তু এই দুরত্ব অতিক্রম করতেই বর্তমানে সময় লাগে প্রায় একদিন[১]। রেলপথে যাতায়াত করলেও প্রায় পুরোদিন চলে যায় কারণ চট্টগ্রাম থেকে কক্সবাজারের কোন রেল যোগাযোগ নেই।

তাই আমরা মনে করি, ঢাকা সহ দেশের অন্যান্য অঞ্চল থেকে কক্সবাজারের সড়ক এবং রেলপথের যোগাযোগ আরো দ্রুত করা গেলে খুবই অল্প সময়ে একজন অবকাশকালীন পর্যটক অবকাশ যাপনের জন্য কক্সবাজারে যেতে পারবেন। ফলে কক্সবাজারের প্রতিযোগিতা করার সক্ষমতাও দিন দিন বাড়বে। উন্নততর যোগাযোগ ব্যবস্থার প্রবর্তন করা হলে এবং সেই সাথে কক্সবাজার সহ এর কাছাকাছি এলাকার সামগ্রিক উন্নয়ন করা হলে ধীরে ধীরে কক্সবাজারে দেশি পর্যটকদের পাশাপাশি বিদেশী পর্যটকদের আগমনও বাড়বে।

প্রস্তাবনা ১১ঃ কক্সবাজারসহ দেশের অন্যান্য পর্যটন কেন্দ্রগুলির অবকাঠামো দ্রুত উন্নয়ন করা উচিত এবং এই কেন্দ্রগুলির প্রতিযোগিতা করার ক্ষমতা বাড়ানো উচিত। তা করা না হলে এই কেন্দ্রগুলি প্রতিযোগিতা করার ক্ষমতা দিন দিন হারাবে; ফলে এমন এক সময় আসবে যখন এই কেন্দ্রগুলি দেশীয় পর্যটকদেরকেও আকৃষ্ট করতে সক্ষম হবে না। এর কারণ অতি অল্প খরচের ব্যবধানে বাংলাদেশি পর্যটকরা এখন অন্যান্য দেশেও ভ্রমণ করতে পারেন এবং এই দেশগুলি পর্যটন শিল্পে অনেক উন্নত অবস্থানে চলে গেছে। তাই ভবিষ্যতে দেশের মধ্যবিত্ত পরিবারের সদস্যরাও ঘুরে বেড়ানোর জন্য বিদেশকে প্রাধান্য দিতে পারেন।

বিদেশী সংস্কৃতির আমদানি

আমরা মনে করি, বাংলাদেশকে বিশ্বে একটি অন্যতম পর্যটন কেন্দ্র হিসাবে প্রতিষ্ঠিত করতে হলে বিদেশী সংস্কৃতির আমদানির কোন প্রয়োজন নেই। তা করা হলে তা দেশীয় পর্যটকদেরকে পর্যটন শিল্প বিমুখ করে তুলতে পারে যা বুমেরাং হয়ে দেখা দিতে পারে। তাই আমাদের প্রস্তাবনা হলঃ

প্রস্তাবনা ১২ঃ বাংলাদেশে পর্যটন শিল্পের বিকাশে এমন কোন উপাদান যুক্ত করা ঠিক নয় যা আমাদের সামগ্রিক সাংস্কৃতিক মূল্যবোধের সাথে সাংঘর্ষিক। এই উপাদানগুলো যুক্ত করা

[১] সৌদিআরবের জেদ্দা থেকে মদীনার দুরত্ব প্রায় ৪৫০ কি.মি. এবং এই দুরত্ব অতিক্রম করতে গাড়িতে সময় লাগে মাত্র ৪ ঘন্টা।

হলে একটি পর্যটন পণ্য হিসাবে বাংলাদেশের প্রতিযোগিতা করার ক্ষমতা কমবে যার কারণে বাংলাদেশ অন্যান্য প্রতিযোগী দেশের তুলনায় প্রতিযোগিতায় পিছিয়ে পড়বে। এর কারণ বাংলাদেশে যে পশ্চিমা উপাদান পাওয়া যায়, তা যদি আরো ভালোভাবে অন্যান্য দেশেও পাওয়া যায়, তাহলে পর্যটকরা আকৃষ্ট হবেন অন্যান্য দেশের দিকেই, বাংলাদেশের দিকে নয়।

প্রস্তাবনা ১৩ঃ সরকারের উচিত এমন নীতিমালা প্রণয়ন করা যাতে বাংলাদেশ ধীরে ধীরে একটি মদ্যপানমুক্ত পর্যটন কেন্দ্র হিসাবে পরিচিতি পেতে পারে। বিশ্বে এখন পর্যন্ত কোন দেশ নিজেকে এইভাবে ব্র্যান্ডিং করেনি। তাই বাংলাদেশ যদি নিজেকে একটি Alcohol-free Tourist Destination হিসাবে বিশ্বে পরিচিত করে তুলতে পারে, তাহলে তা ভবিষ্যতে পর্যটন শিল্পের বিকাশে একটি ইতিবাচক ভূমিকা পালন করতে পারবে বলে আমাদের বিশ্বাস।

বাংলাদেশ যদি পর্যটকদেরকে আকৃষ্ট করার একটি সহজ উপাদান তার নীতিমালা থেকে বাদ দেয়, তাহলে পর্যটক আকৃষ্ট করে বিশ্বে অন্যতম সেরা পর্যটন কেন্দ্র হিসাবে পরিচিতি পেতে হলে বাংলাদেশকে বাধ্য হয়ে বিশ্বের সেরা অবকাঠামো নির্মাণ করতে হবে, নিশ্চিত করতে হবে বিশ্বের সেরা পর্যটন সেবা এবং বিশ্বের সেরা পর্যটন বিপণন কৌশল। এই পন্থা কঠিন হলেও অসম্ভব নয় বলে আমরা মনে করি।

প্রস্তাবনা ১৪ঃ তবে এর পাশাপাশি সরকারের উচিত মদ্যপানের অপকারিতা সম্পর্কে বিশ্ববাসীকে অবহিত করা। জাতিসংঘের শান্তিরক্ষা কার্যক্রমে অংশ নিয়ে বাংলাদেশ ইতোমধ্যেই বিশ্ববাসীর নজর কেড়েছে। সেই সাথে প্রফেসর ইউনুসের শান্তিতে নোবেল বিজয় বিশ্ব শান্তির ক্ষেত্রে বাংলাদেশের একটি অনন্য অবস্থান সৃষ্টি করেছে। এখন বাংলাদেশ যদি বিশ্বে মদ্যপানের বিস্তার রোধে একটি সামাজিক আন্দোলনের নের্তৃত্ব দেয়, তাহলে আমরা মনে করি, এই উদ্যোগ ধীরে ধীরে অন্যান্য মুসলিম প্রধান দেশেও অনুসৃত হবে এবং পরবর্তীতে তা অমুসলিম দেশেও ছড়িয়ে পড়বে।

যে কৌশল সৌদি আরব গ্রহণ করেনি, যে কৌশল ইরান এখনো অনুসরণ করছে না, যে কৌশল টার্কির পক্ষে অনুসরণ করা সহজ নয়, সেই কৌশল অবলম্বন করে বাংলাদেশ যদি বিশ্ব পর্যটনে সফল হয়, তাহলে বাংলাদেশের অবস্থান শুধুমাত্র মুসলিম বিশ্বে নয়, বরং সারা বিশ্বেই উচ্চারিত হবে সম্মানের সাথে।

পর্যটন শিল্পে সরকারি বিনিয়োগ

বর্তমান পরিস্থিতিতে দেশের পর্যটন শিল্পে বিকাশে সরকারের আরো অধিক হারে বিনিয়োগের কোন বিকল্প নেই এবং এই বিনিয়োগকে শুধুমাএ অবকাঠামো নির্মাণের মধ্যে সীমাবদ্ধ রাখলে চলবে না। তাই আমাদের প্রস্তাবনা হলঃ

প্রস্তাবনা ১৫ঃ পর্যটন শিল্পের বিকাশে সমন্বিত মহাপরিকল্পনার আওতায় বিশ্বমানের বিভিন্ন পর্যটন বান্ধব প্রকল্প নির্ণয় করতে হবে এবং এই সকল প্রকল্পে সরকারের অধিক মাত্রায় বিনিয়োগ নিশ্চিত করতে হবে। প্রকল্প বাস্তবায়নের জন্য ব্যক্তিখাতের অংশগ্রহণ হলে ভাল, তবে এর জন্য দীর্ঘদিন অপেক্ষা করা উচিত নয়। এই ধরনের পর্যটন বান্ধব প্রকল্পে বিনিয়োগ করলে তা অধিক মাত্রায় পর্যটক আকৃষ্ট করতে সক্ষম হবে এবং ধীরে ধীরে এমন এক সময় আসবে যখন ব্যক্তিখাতও একই মানের কিংবা আরো উন্নত প্রকল্প বাস্তবায়নে আগ্রহী হবে। তবে মনে রাখা উচিত এই সকল সরকারি প্রকল্প যেন ব্যক্তিখাতের পথপ্রদর্শক হয়; তা যেন ব্যক্তিখাতকে অসম প্রতিযোগিতায় না ফেলে।

শেষ কথা

বাংলাদেশের পর্যটন শিল্পের সম্ভাবনাকে বিশ্ববাসীর কাছে তুলে ধরার জন্য **বিউটিফুল বাংলাদেশঃ স্কুল অফ লাইফ** নামে একটি বিজ্ঞাপন তৈরি করা হয়েছিল সরকারি উদ্যোগে। এই বিজ্ঞাপনটি ২০১১ সালে ঢাকায় অনুষ্ঠিত আইসিসি বিশ্বকাপের উদ্বোধনী অনুষ্ঠানে দেখানো হয়েছিল।

বিজ্ঞাপনটিতে দেখা যায়, একটি বিদেশী মেয়ে বাংলাদেশের বিভিন্ন প্রান্তে ঘুরে বেড়াচ্ছে এবং বাংলাদেশের মানুষের কাছ থেকে বিভিন্ন বিষয়ে শিক্ষা নিচ্ছে। এই বিজ্ঞাপনে বাংলাদেশকে তুলে ধরা হয়েছে একটি স্কুল হিসাবে যেখানে শিক্ষার্থীরা ভর্তি হয়ে নানা বিষয়ে শিক্ষা গ্রহণ করবে। বিজ্ঞাপনটি শেষ হয়েছে Admission going on...বলে।

আমরা মনে করি, এই বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে বাংলাদেশকে যেভাবে তুলে ধরা হয়েছে, তা শতভাগ সঠিক এবং বাংলাদেশের উচিত এই বিপণনের ধারাটি বজায় রাখা।

তবে একটি সঠিক বিজ্ঞাপন নির্মাণই শেষ কথা নয়। সঠিক বিজ্ঞাপন তৈরি করলেও আমরা কিন্তু এখনো ঠিক করতে পারিনি আমরা কোন ধরনের ছাত্র-ছাত্রীকে এই স্কুলে ভর্তি করাবো, তাদের শিক্ষার পাঠ কি হবে, আর তাদের বেতনও বা কত টাকা ধার্য করতে হবে। সর্বোপরি আমরা এখনো জানি না আমাদের এই স্কুলের উদ্দেশ্য কি হবে? আমরা কি বিশ্ববাসীকে সত্যিই কোন নতুন শিক্ষা দিতে আগ্রহী, নাকি অন্যরা যা শিক্ষা দিচ্ছে, আমরা সেই শিক্ষাই দিতে চাই?

আমরা কি শুধু যেনতেন স্টুডেন্ট ভর্তি করেই বেতন বাবদ উচ্চ আয় করতে চাই? নাকি আমরা দেখব ছাত্র-ছাত্রীদের মানের দিকে? আমরা কি চাইব আমাদের স্কুল থেকে ছাত্র-ছাত্রীরা বিশ্বের সেরা শিক্ষাটি নিয়ে বের হোক?

বাংলাদেশের পর্যটন খাতকে ভবিষ্যতে এগিয়ে নিতে হলে আমাদেরকে এই প্রশ্নগুলির উত্তর খুঁজে বের করতে হবে এখনই।

পর্যটনখাত যদি ব্যক্তিখাতের উপর অধিক মাত্রায় নির্ভরশীল হত, তাহলে হয়তো এতোদিনে বাংলাদেশের পর্যটন খাত আরো অনেক বিকশিত হত। কিন্তু পর্যটন খাতের উন্নয়নে ব্যক্তিখাতের কাঠামোগত দুর্বলতা থাকায় পর্যটন খাত গার্মেন্টস, সিরামিক, প্লাস্টিক, কিংবা কসমেটিকস খাতের মত বিকশিত হয়নি। এই বিকাশের জন্য আমাদের সবাইকে বাধ্য হয়ে নির্ভরশীল থাকতে হবে সরকারের উপর।

স্বাধীনতার চল্লিশ বছরে বাংলাদেশের উন্নয়নে সরকারের অবদান বেশি, নাকি অবদান বেশি ব্যক্তিখাতের – এ নিয়ে একটি ভাল বিতর্ক হতে পারে। যারা ব্যক্তিখাতের ব্যবসা করে সুনাম কামিয়েছেন, তারা দাবি করবেন ব্যক্তিখাতের উদ্যম এবং সৃষ্টিশীলতা ছাড়া বাংলাদেশ আজকের অবস্থানে পৌঁছাতো না।

তারা যুক্তি দেখাবেন প্রাকৃতিক দুর্যোগ, বিদ্যুতের স্বল্পতা, দুর্বল অবকাঠামো এবং রাজনৈতিক অস্থিরতা সত্বেও বর্তমানে যে রপ্তানিনির্ভর শিল্পখাত বিকশিত হয়েছে, প্রতি বছর বাংলাদেশ যে বিলিয়ন ডলার আয় করছে, তার উপর ভর করেই বাংলাদেশ আজকের অবস্থানে এসেছে। এই সফলতার শতভাগ কৃতিত্ব উদ্যমী ব্যবসায়ী সমাজের, সরকারের নয়। সরকার শুধু নীতিসহায়তা প্রদান করেছে। এর চেয়ে বেশি কোন সাহায্য সরকার থেকে পাওয়া যায়নি।

আবার যারা সরকারি উঁচু পদে আছেন, তারা নিশ্চয়ই পাল্টা যুক্তিতে বলবেন, সরকারের প্রতি বছরের গৃহীত উন্নয়ন কর্মসূচী, কৃষিখাতে গবেষণা এবং এর ফলাফলে ফসল উৎপাদনে বিপৰ এবং বছর বছর সফলভাবে দুর্যোগ মোকাবেলার জন্যই বাংলাদেশ এগিয়েছে – অন্য কোন কারণে নয়।

কিন্তু আগামী বিশ বছরে যদি বাংলাদেশ বিশ্ব পর্যটনে একটি সম্মানজনক অবস্থানে পৌঁছাতে পারে, তাহলে নির্দ্বিধায় বলা যাবে, সরকারের উদ্যমী নের্তৃত্ব, পথপ্রদর্শনকারী পর্যটন নীতি, বিশ্বমানের পর্যটন কৌশল, এবং ব্যক্তিখাত কেন্দ্রিক প্রণোদনার কারণেই বাংলাদেশ এই সফলতা পেয়েছে। অন্যান্য দেশের মত ব্যক্তিখাত এখানে ছিল সহযোগী ভূমিকায় – চালকের ভূমিকায় নয়।

বাংলাদেশ যদি সেই পর্যায়ে সত্যিই পৌঁছাতে পারে, তাহলে স্বপ্নের সেই গন্তব্যে আরোহন যেন হয় নৈতিক এবং সুন্দর উপায়ে এবং আমাদের দীর্ঘদিনের ঐতিহ্য এবং সংস্কৃতিকে লালন করে – আমাদের চাওয়াটা এটুকুই।

Bibliography

An Overview of Present Status and Future Prospects of the Tourism Sector in Bangladesh by Md Lutfur Rahman, S.M. Nawshad Hossain, Sania Sifat Miti, and Dr AKM Abul Kalam; Journal of Bangladesh Institute of Planners, Volume 3; 2010

Annual Report 2013; KLCC Property Holdings Berhad

Annual Report 2013; KLCC Real Estate Investment Trust

Annual Report 2013; Petronas

ASEAN: Tourism Marketing Strategy (ATMS) 2012-2015; ASEAN Secretariat; 2012

Bangladesh by Daniel McCrohan; Lonely Planet, 7th Edition; 2012

Bangladesh by Mikey Leung and Belinda Meggitt; Bradt, 2nd Edition; 2012

Bangladesh - International Tourism, number of arrivals; www.indexmundi.com

Bangladesh to Build Exclusive Tourist Zone; www.bdnews24.com; 28 August, 2014

Bangladesh Branding & Communication Strategy, a Presentation by Akhtaruz Zaman Khan Kabir; Bangladesh Tourism Board; Undated.

Bangladesh Gazette; Government of Bangladesh; June 30 2010

Bangladesh Grants Private Liquor License; BBC News; June 3, 2002

Beer: Made in Bangladesh; www.BDINN.com; August 1, 2011

Best Places to Purchase Alcohol in Bangladesh; Bangladesh Travel Assistance; September 16, 2010

Case Study: Disney in France by Charles W.L. Hill; International Business, Competing in the Global Marketplace; Irwin McGraw Hill, pp. 106-107; 2000

Classifying Tourists; www.geographyfieldwork.com

Classifying Tourists; www.geographyfieldwork.com

Data Deficiency: Main Cause of Bangladesh's Struggling Tourism Industry; www.tourism-review.com; 29 April, 2013

Defining tourists by Rong Huang; The University of Plymouth Colleges (UPC)

Draft Tourism Act 2012 to be submitted to ministry by Feb; The Financial Express; January 23, 2012

Eiffel Tower; www.wikipedia.org

Evolution of the Backpacker Market and the Potential for Australian Tourism by Philip L. Pearce, Laurie Murphy and Eric Brymer; CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd.; 2009

Forms of Tourism; UNSD/UNWTO Workshop; Madrid, Spain; 17-20 July, 2006

Fourth Tourism Master Plan: 2013-2017; Ministry of Tourism, Arts and Culture; Republic of Maldives; 2012

Gaining the Edge: A Five-year Strategy for Tourism in British Columbia 2012-2016

Getting a Drink in Bangladesh; Gridskipper; January 23, 2006

Haussmann's renovation of Paris; www.wikipedia.org

High and Dry: Alcohol Ban in Kerala Affecting Tourism; www.NDTVCooks.com; September 11, 2014

Household Domestic Tourism, IV Quarter: October - December and Annual 2013; News Release by Turkish Statistical Institute; May 7, 2014

Impact of Tourism in Cox's Bazar, Bangladesh by Sheikh Saleh Ahammed; Mastr in Public Policy and Governance Program; North South University, Bangladesh; 2010

In Indonesia, a Push for Prohibition Strikes Fear; The New York Times; Ocotber 26, 2013

In Iran: No Credit Cards, Alcohol….or Urinals by Rick Steves; www.ricksteves.com

International tourism , number of arrivals - Country Ranking; www.indexmundi.com

Invigorating Investment Initiative Through Public Private Partnership: A Position Paper; Ministry of Fiannce; Government of Bangladesh; 2009

Iran is 2014's surprise tourism hit; wwwtelegraph.co.uk; 1 April, 2014

It's madness: Judge postpones plan to ban alcohol in Kerala amid fears tourists will stop visiting the popular Indian state; www.dailymail.co.uk; 13 September, 2014

Kerala to Become An Alcohol-Free State; www.theviewspaper.net;

Kerala tourism set to face heavy loss after alcohol prohibition; www.articles.economictimes.indiatimes.com; 23 August, 2014

Louvre; www.wikipedia.org

Malaysia Tourist Arrivals by Country of Nationality 2012; Tourism Malaysia

Master plan for Cox's Bazar needed to lure tourists: Experts, Even 20,000 foreigners living in Bangladesh holidaying abroad; The Financial Express; 4 May, 2014

Medical Tourism: India, Thailand and Singapore by Daniel L. Gross; Annual CHA Meeting; 17 July, 2012

Most Britons would avoid alcohol-free destinations; www.telegraph.co.uk; 15 May, 2013

Motorcycle Tourism Strategy: 2013-2016; State Government Victoria, Australia

National Alcohol Strategy: 2006-2009; Commonwealth of Australia; 2006

National Tourism Policy 2002; Government of India

National Tourism Policy; Ministry of Civil Aviation & Tourism; Government of Bangladesh; 2009

New Development Authority for Cox's Bazar on Cards; The Financial Express; 25 December 2012

Seasonality in the Tourism Industry: Impacts and Strategies by Christine Lee, Sue Bergin-Seers, Graeme Galloway, Barry O'Mahony and Adela McMurray; CTC Sustainable Tourism; 2008

Seasonality in Tourism Demand: From Statistics Explanined; www.epp.eurostat.ec.europa.eu

Sentosa 2013/14 Annual Report; 2014

Sentosa Financial Report 2013/14; 2014

Sharing knowledge on topical issues in the healthcare sector; Issues Monitor, Volume 7; KPMG International; May 2011

Sixth Five Year Plan FY 2011-FY 2015: Accelerating Growth and Reducing Poverty; Ministry of Planning; Government of Bangladesh

Strengths, Weaknesses, Opportunities & Threats (SWOT) of Tourism in the Sundarbans Reserve Forest, Bangladesh; Integrated Protected Area Co-Management (IPAC); USAID, Bangladesh; 31 August, 2009

Summary of Tourism Austrlia's China 2020 Strategic Plan; Tourism Australia

The Bangladesh Parjatan Corporation Order, 1972; President's Order No 143 of 1972; Government of Bangladesh

Thermal Springs - All About Turkey; www.allaboutturkey.com

Thermal Tourism in Turkey by Turabi CELEBI

Tourism Destination Marketing: Case Study - Kuakata Sea Beach, Bangladesh by Md Bellal Hossain; Centria University of Applied Sciences; 2013

Tourism Development Strategy 2011-2016; Ministry of Economic Development; Government of Sri Lanka

Tourism Development in Malaysia from the Perspectives of Development Plans by Md Anowar Hossain Bhuiyan, Chamhuri Siwar and Shaharuddin Mohamad Ismail; Asian Social Science, Volume 9, No. 9; 2013

Tourism Development in Malaysia: A Review on Government Plans and Policies by Mohd Motasim Ali Khan; Acme International Journal of Multidisciplinary Research, Volume I, Issue XII; December 2013

Tourism in Iran; www.wikipedia.org

Tourism Staretgy of Turkey 2023; Ministry of Culture & Tourism; 2007

Travel & Tourism: Economic Impact 2013 Bangladesh; World Travel & Tourism Council; 2013

Travel & Tourism: Economic Impact 2014 Iran; World Travel & Tourism Council; 2014

Trip Report: Womderful Bangladesh! By Peg_Chris; www.tripadvisor.in

7,000 sought permit to dring wine including ministers, MPs & Secretaries; www.BDINN.com; July 22, 2011

What would a ban of alcohol mean to tourism in Bali: A survey by Vilondo villas; www.vilondo.com; 2013

www.alcohol.gov.au

www.petronastwintowers.com.my

www.tour-eiffel.biz

www.tripadvisor.com

www.dhakaholidays.com

www.emirates.com

www.flyregent.com

www.parjatan.gov.bd

www.keralatourism.org

www.amar.org.ir

www.lonelyplanet.com

লেখকের নিজের কথা

জন্মস্থান বাংলাদেশের সিলেট জেলা। বর্তমানে সৌদি আরবে একটি উন্নয়ন প্রতিষ্ঠানে কর্মরত রয়েছেন। ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয় থেকে ফিন্যান্স এন্ড ব্যাংকিংয়ে অনার্স এবং মাস্টার্স সম্পন্ন করেন যথাক্রমে ১৯৯৯ এবং ২০০০ সালে। পাশ করার সাথে সাথেই ঢাকা'র সেন্টার ফর পলিসি ডায়লগে (সিপিডি) ইন্টার্ন হিসাবে গবেষণা জীবনের শুরু।

পরবর্তীতে আবারো মাস্টার্স করতে পাড়ি জমান ইউএসএ'তে। এবারের গন্তব্য ইউনিভার্সিটি অফ মেরিল্যান্ড – কলেজ পার্ক। সেখান থেকে ফিন্যান্সে মাস্টার অফ সাইন্স ডিগ্রি সম্পন্ন করেন ২০০২ সালে।

ফিরে আসেন আবার বাংলাদেশে ২০০৩ এর শেষের দিকে। পুনরায় যোগ দেন গবেষণা কাজে। ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ে পড়াকালীন সময় থেকে পত্রিকায় লেখালেখি শুরু হলেও লেখক হিসাবে পূর্ণ আত্মপ্রকাশ ঘটে সাপ্তাহিক ***'যায়যায়দিন'*** পত্রিকার মাধ্যমে। ২০০৪–২০০৬ সময়কালে অর্থনীতি, রাজনীতি, সমাজনীতি, এবং নীতিহীনতা নিয়ে তার একাধিক রচনা সাপ্তাহিক যায়যায়দিনে প্রকাশিত হয়েছে। দেশীয় এবং আন্তর্জাতিক জার্নালে তার একাধিক গবেষণা প্রবন্ধও রয়েছে।

পেশাগত কারণে এবং ব্যক্তিগত পর্যায়ে বিশ্বের চারটি মহাদেশের ২৫টি দেশে এখন পর্যন্ত ভ্রমণ করার সুযোগ হয়েছে। মিশেছেন অসংখ্য মানুষের সাথে, দেখেছেন নানা দেশের নানা সংস্কৃতি। ভ্রমণ করেছেন বিশ্বের খ্যাতনামা পর্যটন কেন্দ্রসমূহ। এই পেপারটি তার সুদীর্ঘ ১৫ বছরের নানা দেশে ভ্রমণ অভিজ্ঞতার ফসল।

মি. মাবরুর মাহমুদ বিবাহিত এবং তিন সন্তানের জনক। অবসর সময়ে তিনি টিভি দেখেন, গবেষণা করেন, ইন্টারনেট ব্রাউজ করেন, এবং পরিবারের সাথে সময় কাটান।

আইএফডি পরিচিতি

IDEAS FOR DEVELOPMENT (IFD) একটি ভারচুয়্যাল থিঙ্ক ট্যাংক (Virtual Think Tank)। এর মূল ধারণার প্রকাশ ঘটে ২০০৭ সালের জানুয়ারী ১৮ তারিখে একটি ইমেইলের মাধ্যমে। এই থিঙ্ক ট্যাংকটির কোন অফিস নেই। এর ওয়েব এবং ইমেইল এড্রেসই এর ঠিকানা। এই থিঙ্ক ট্যাংকটির উদ্যোক্তা সৌদি আরব প্রবাসী মি. মাবরুর মাহমুদ। তিনি একজন বাংলাদেশি নাগরিক। আইএফডি তারই চিন্তার ফসল।

এই ভারচুয়্যাল থিঙ্ক ট্যাংকটির মূল উদ্দেশ্য ইন্টারনেটের শক্তি ব্যবহার করে বিভিন্ন উন্নয়নমূলক আইডিয়ার আদান প্রদানের মাধ্যমে দেশ, জাতি এবং সর্বোপরী মানবতার সার্বিক উন্নয়ন সাধন করা। এটাই এই থিঙ্ক ট্যাংকটির মিশন স্টেটমেন্ট।

এই মিশন স্টেটমেন্ট প্রতিফলিত হয়েছে এই থিঙ্ক ট্যাংকটির লোগোতেও। এর লোগোতে চার রঙের ব্লক ব্যবহার করা হয়েছে। এই চারটি রঙের মাধ্যমে বিশ্বের চারটি জাতি বা রেসকে (Race) বোঝানো হয়েছে। আইএফডি বিশ্বাস করে বর্তমান বিশ্বে যে অস্থিরতা এবং অশান্তি রয়েছে, তার মূলে রয়েছে জাতিগত অর্থনৈতিক এবং সামাজিক বৈষম্য। তাই আমরা বিশ্বাস করি এই নানাবিধ বৈষম্য যদি দুর করা যায়, তাহলে বিশ্বে অস্থিরতা অনেক কমে আসবে।

কিন্তু বৈষম্য কমানোর জন্য চাই নতুন নতুন উন্নয়ন আইডিয়া। বর্তমান বিশ্বে অর্থনৈতিকভাবে স্বনির্ভর জাতিগুলি বিভিন্ন গবেষণার মাধ্যমে নিত্যনতুন উন্নয়ন আইডিয়া তৈরি করছে এবং তার সফল বাস্তবায়ন করে দিন দিন এগিয়ে যাচ্ছে। কিন্তু স্বল্পন্নোত দেশগুলি সম্পদ কম থাকার কারণে বা সম্পদের যথেচ্ছ অপব্যবহারের কারণে এই প্রতিযোগিতায় দিন দিন পিছিয়ে পড়ছে। ফলে উন্নত এবং উন্নয়নকামী দেশগুলির মধ্যে অর্থনৈতিক ব্যবধান বাড়ছে এবং বৃদ্ধি পাচ্ছে দারিদ্র্য এবং শোষণ।

বিভিন্ন আইডিয়া উদ্ভাবনের মাধ্যমে জাতিগত এই ব্যবধান কমানোর একটি মহৎ উদ্দেশ্য নিয়েই আইএফডির সৃষ্টি। আইএফডি বিশ্বের সকল চিন্তাশীল এবং উদ্ভাবনী শক্তির অধিকারী মানুষদের আইডিয়া আদান প্রদানের প্ল্যাটফর্ম হতে চায়। এই প্ল্যাটফর্মের মাধ্যমে চিন্তাশীল মানুষরা তাদের আইডিয়ার আদান প্রদান করবেন, এটাই আমাদের প্রত্যাশা।

আইএফডির মাধ্যমে আইডিয়া আদান প্রদান করলে একজন উদ্ভাবক বেশ কয়েকটি সুবিধা পাবেন।

প্রথমত, উন্নয়ন নিশ্চিত করার জন্য আইডিয়া তৈরি করাই শেষ কাজ নয়, বরং এটি পুরো প্রক্রিয়াটির শুরু মাএ। একজন উদ্ভাবককে শুধু আইডিয়া তৈরি করলেই চলবে না, বরং একটি সমস্যার চুলচেরা বিশ্লেষনের মাধমে তার নতুন আইডিয়াটি দিয়ে সমস্যাটি কিভাবে সমাধান করা যাবে তা উপস্থাপন করতে হবে একটি মডেলের

আকারে। সেই মডেল আবার বাস্তবায়নযোগ্যও হতে হবে। এর অন্যথা হলে সেই আইডিয়াটির আসলে কোন মূল্য নেই।

আমাদের চারপাশে নতুন আইডিয়া দেয়ার লোকের আসলে কোন অভাব নেই। তবে একটি সুন্দরভাবে উপস্থাপিত এবং সর্বোপরী বাস্তবায়নযোগ্য আইডিয়া প্রণেতার সঙ্কট সর্বএই।

এই সঙ্কট সমাধানকল্পে আইএফডি একজন উদ্ভাবককে তার আইডিয়া সুন্দরভাবে উপস্থাপনের পথ বাতলে দেবে। এক্ষেত্রে আইএফডি সম্ভব সবরকম গাইডেন্স প্রদান করবে এবং একটি সম্ভাবনাময় অথচ অপরিপক্ক আইডিয়াকে পরিপূর্ণ করতে সকল ধরনের সহায়তা প্রদান করবে।

দ্বিতীয়ত, আইএফডিতে আইডিয়া পাঠানোর জন্য কোন যোগ্যতার প্রয়োজন নেই। যে কোন ব্যক্তি যে কোন স্থান থেকে যে কোন মাধ্যমে আইএফডিতে আইডিয়া পাঠাতে পারেন।

তৃতীয়ত, বর্তমানে আইএফডি শুধুমাত্র অর্থনৈতিক আইডিয়া আদান প্রদানের প্ল্যাটফর্ম হিসাবে কাজ করলেও ভবিষ্যতে অন্যান্য অনেক বিষয়ও ধীরে ধীরে এর কার্যক্রমে অন্তর্ভুক্ত করা হবে।

চতুর্থত, আইএফডির মাধ্যমে কোন আইডিয়া প্রচার করা হলে সেই আইডিয়াটি যে একটি সুষ্ঠু প্রক্রিয়ার মধ্য দিয়ে পরিপূর্ণতা লাভ করেছে, সে ব্যাপারে সকলেই নিশ্চিত থাকবেন। ফলে আইডিয়াটির গ্রহণযোগ্যতা বাড়বে। এখানে বলে রাখা দরকার, আইএফডি যে কোন আইডিয়া পেলেই তা প্রচার করবে না। বরং একটি আইডিয়ার মাধ্যমে সমাজ কতটুকু উপকৃত হতে পারে, সেটাই হবে আইডিয়া নির্বাচন করার মুল ভিত্তি।

এবং পঞ্চমত এবং সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ সুবিধা হল, আইএফডিতে আইডিয়া পাঠাতে হলে উদ্ভাবককে কোন খরচ করতে হবে না, শুধুমাত্র পোস্ট কিংবা ইমেইলের খরচ ছাড়া। এই আইডিয়া যদি প্রচারযোগ্য হয়, তাহলেও উদ্ভাবককে কোন প্রকার ফি বা চার্জ দিতে হবে না।

এখানে প্রশ্ন উঠতে পারে, কোন এক চিন্তাশীল ব্যক্তি কোন সম্ভাবনাময় আইডিয়া দিলে তা চুরি হয়ে যেতে পারে। ফলে একজন আইডিয়ার উদ্ভাবক বঞ্চিত হবেন তার যথাযথ স্বীকৃতি থেকে।

এক্ষেত্রে আমরা নিশ্চয়তা দিচ্ছি, আইএফডির কাছে কেউ কোন আইডিয়া পাঠালে তা উদ্ভাবকের অনুমতি ছাড়া অন্য কোথাও অন্য কোন নামে ব্যবহার করা হবে না। আমাদের মতে, শুধুমাত্র একজন আইডিয়ার কারিগরের পক্ষেই সম্ভব অন্য আরেকজন আইডিয়ার কারিগরকে যথার্থ মুল্যায়ন করা।

আইএফডি বিশ্বাস করে একটি আইডিয়ার প্রকৃত মুল্যায়ন হয় তখনই যখন তা আংশিক বা পূর্ণভাবে বাস্তবায়িত হয় এবং তা মানুষের কাজে লাগে। এ দিক থেকে আইএফডির একটি সীমাবদ্ধতা রয়েছে। কারণ অনেক উন্নয়নমূলক আইডিয়ার সফল বাস্তবায়নের জন্য বিভিন্ন দেশের সরকার সহ অন্যান্য অনেক সংস্থা বা প্রতিষ্ঠানের সাহায্যের প্রয়োজন হয়। তাই আইএফডি এমন কোন নিশ্চয়তা দিতে পারবে না যে আইএফডির মাধ্যমে কোন সম্ভাবনাময় আইডিয়া প্রচার হলেই তার সফল বাস্তবায়ন হবে। আইএফডি শুধু আইডিয়া তৈরি এবং প্রচারের প্ল্যাটফর্ম হিসাবেই কাজ করবে। এর বাস্তবায়নের দায়িত্ব আইএফডির নয়।

তবে আইএফডির কার্যক্রম শুধুমাএ আইডিয়া তৈরি এবং তার প্রচারের মধ্যেই সীমাবদ্ধ থাকবে না। আইডিয়া তৈরি এবং তার সফল বাস্তবায়নের জন্য যেমন প্রয়োজন চিন্তাশীল মানুষ, তেমনি প্রয়োজন সঠিক রাজনৈতিক নের্তৃত্ব, বলিষ্ঠ সরকার কাঠামো, আধুনিক শিক্ষা ব্যবস্থা এবং সর্বোপরী একটি শান্তিপূর্ণ রাজনৈতিক এবং সামাজিক পরিবেশ। উপযুক্ত পরিবেশ না থাকলে চিন্তাশীল মানুষের যেমন জন্ম হবে না, তেমনি অস্থিতিশীল সামাজিক এবং রাজনৈতিক পরিবেশে চিন্তাশীল মানুষদের উন্নয়ন আইডিয়ার যথার্থ মুল্যায়ন এবং বাস্তবায়নও হবে না।

তাই উন্নয়ন আইডিয়া প্রচারের পাশাপাশি আইএফডি এমন একটি উপযুক্ত পরিবেশ সৃষ্টিতে কাজ করবে যার মাধ্যমে যেন সমাজে সৃষ্টিশীল মানুষদের সংখ্যা বাড়ে, তাদের যথার্থ মুল্যায়ন হয় এবং তাদের আইডিয়ার সফল বাস্তবায়ন হয়। এই লক্ষ্যে আইএফডি বিভিন্ন ইস্যুতে তার মতামত ব্যক্ত করবে এবং বিভিন্ন রচনা প্রচার করবে।

পরিশেষে আমরা বলতে চাই, আপনি যদি আপনার কোন আইডিয়া নিয়ে আত্মবিশ্বাসী হোন, এবং মনে প্রাণে বিশ্বাস করেন এই আইডিয়াটি বাস্তবায়িত হলে সমাজের কিছু কল্যাণ সাধিত হবে, তাহলে আইডিয়াটি আমাদেরকে লিখে পাঠান। এর জন্য প্রাথমিকভাবে ইমেইল করুন আমাদের ঠিকানায়। আমাদের ব্যাপারে বিস্তারিত জানতে ভিজিট করুন আমাদের ওয়েবসাইট।

আমাদের বিশ্বাস এই ধরণের আইডিয়া আদান প্রদানের মাধ্যমে সর্বএ নতুন নতুন চিন্তাশীল মানুষের বিকাশ ঘটবে। তাদের চিন্তালব্ধ আইডিয়ার সফল বাস্তবায়ন হলে লাভবান হবেন সকলেই। তাই এর জন্য প্রয়োজন সকলের সহযোগিতা। আইএফডির মাধ্যমে উন্নয়নমূলক আইডিয়া প্রচারের জন্য যে কোন প্রকার সহযোগিতাকে তাই আমরা স্বাগত জানাই।

©IDEAS FOR DEVELOPMENT (IFD)

ideasfd@gmail.com
www.ideasfd.org

[Keyword for Websearch: IFD Policy Paper Series, Myths of Bangladesh's Tourism]