



ভোক্তা আচরণ সম্পর্কে কনে জানতে হবে?

লেখক: অধ্যাপক ড. এব্রিম শহদিল ইসলাম | প্রকাশিত: 13 September 2026, 12:45 PM | বিভাগ: মার্কেটিং



গত সংখ্যায় উল্লেখ করেছিলাম ভোক্তারা খুব দ্রুত পণ্যের ব্র্যান্ড পরিবর্তন করে। যাঁরা চাইন
স্মোকার তাঁরা সাধারণত ব্র্যান্ডের প্রতি লক্ষ্য রাখেন। তথাপি তাঁদের বোয়ও ব্র্যান্ড পরিবর্তন
হয়। হয়তো সটো খুব ধীরে হয়। কিন্তু পরিবর্তন দৃশ্যমান। ক্রতারা বিভিন্ন কারণে সগিরাটে ব্র্যান্ড

পরবর্তন করতে পারেন। কটে হয়তো আর্থিক অবস্থার কারণে পরবর্তন করছেন। কটে স্বাস্থ্য বা টেস্টে অথবা অন্য কোনো কারণে পরবর্তন করছেন। বাস্তবতা হলো পরবর্তন হচ্ছে। এই পরবর্তনের ধরন মার্কেটেরকে বুঝতে হবে। আমি গত সংখ্যায় ক্যালকুলেটরের উদাহরণ দিয়েছিলাম। বলছিলাম সাধারণ ক্যালকুলেটর থেকে মানুষ সাইন্টফিকি ক্যালকুলেটরের যুগে অবস্থান করছেন। সাধারণ ক্যালকুলেটর এবং সাইন্টফিকি ক্যালকুলেটরের মধ্যে ব্যাপক পার্থক্য রয়েছে। সাইন্টফিকি ক্যালকুলেটরে নানা ধরনের সুবিধা বিদ্যমান। তাহলে সাধারণ ক্যালকুলেটরের চাহিদা বা উপযোগিতা কী শেষে হয়ে গেছে? সাধারণ ক্যালকুলেটরের বাজার কী হারিয়ে গেছে? না, তমেনটি হয়নি কারণ, আমাদের দেশে এখনো সাধারণ ক্যালকুলেটরের অনেকে বড় একটি বাজার রয়েছে।

সাইন্টফিকি ক্যালকুলেটরের প্রতিদ্বন্দ্বী আগ্রহ রয়েছে যাঁদের পড়ালখো বা কর্মক্ষেত্রে সাথে এই ক্যালকুলেটরের ব্যবহার জড়িত। উচ্চশিক্ষা বিশেষ করে যখন গণিত ও পরিসংখ্যানের ব্যবহার রয়েছে সেখানে সাইন্টফিকি ক্যালকুলেটরের ব্যবহার বা উপযোগিতা এড়িয়ে যাওয়ার সুযোগ নেই। এছাড়া জটিল কিছু হিসাবনিকাশের ক্ষেত্রে সাইন্টফিকি ক্যালকুলেটর ব্যবহার করতে হয়। এর বাইরে এই ক্যালকুলেটরের ব্যবহার তমেন একটা নই বললেই চলে। অন্যদিকে সাধারণ ক্যালকুলেটর বিভিন্ন কাজে এখনো ব্যাপকভাবে ব্যবহার হচ্ছে। ক্ষুদ্র ব্যবসা থেকে শুরু করে বড় ব্যবসা প্রতিষ্ঠান সকল ক্ষেত্রেই এর ব্যবহার লক্ষ্যণীয়। এছাড়া একজন বয়স্ক ব্যক্তি যিনি সাইন্টফিকি ক্যালকুলেটর ব্যবহার করতে স্বাচ্ছন্দবোধ করেন না, তিনি অবলীলায় একটি সাধারণ ক্যালকুলেটর ব্যবহার করতে পারেন। বাসা-বাড়িতে হিসাবনিকাশ করার জন্য অনেকে ক্যালকুলেটর ব্যবহার করেন। এদের জন্যও সাধারণ ক্যালকুলেটর আদর্শ। মার্কেটেররা এটা বুঝতে পারেন বললে এখনো সাইন্টফিকি ক্যালকুলেটরের পাশাপাশি সাধারণ ক্যালকুলেটর মার্কেটেই করছেন। বাজারে এই চাহিদা একজন মার্কেটেরকে বুঝতে হবে। একটি নতুন পণ্য বাজারে আসা মানই পুরোনো পণ্যের উপযোগিতা শেষ হয়ে যাওয়া নয়। কোনো কোনো পণ্যের ক্ষেত্রে এটা সত্য বলে প্রমাণিত হলেও সকল পণ্যের ক্ষেত্রে সত্য নয়। এই সত্যটা মার্কেটেরকে বুঝতে হবে। জানতে হবে। অন্যথায় তাঁকে বিপদে পড়তে হবে।

কর্তোরা কত দ্রুত তাঁদের ব্র্যান্ড পরবর্তন করছে তার উৎকৃষ্ট উদাহরণ হতে পারে মোবাইল স্টে। তীব্র প্রতিযোগিতার মধ্য দিয়ে বিভিন্ন কোম্পানি নতুন নতুন বৈশিষ্ট্যসম্বলিত স্টে বাজারে ছাড়ছে। আর কর্তোরা কোনো জন্য হুমড়ি খেয়ে পড়ছে। কর্তোদের এই যে কর্তা আচরণে পরবর্তন, রুচির পরবর্তন, চাহিদার পরবর্তন এগুলো নিয়ে মার্কেটেরকে ভাবতে হবে। মার্কেটেরকে গবেষণা করতে হবে। মার্কেটের যখন কর্তোদের চাহিদা পরবর্তনের এই ধারাগুলো বুঝতে ব্যর্থ হচ্ছে তখন কোম্পানিকেও বিপদে পড়তে হচ্ছে। আমরা নোকিয়ার গল্প অনেকেই জানি। নব্বই দশকেও কোম্পানিটি বাজারে দাপটের সাথে ছিল। কর্তোদের পছন্দের তালিকায় ছিল নোকিয়া। কিন্তু ওই সময়ের জনপ্রিয় ব্র্যান্ডটি আজ বাজারে ধুঁকে ধুঁকে মরছে। এক সময় ফুজি এবং কোডাক ফিল্ম ছিল পুরো পৃথিবী জুড়ে বিখ্যাত ব্র্যান্ড। এই দুটি ব্র্যান্ডও সময়ের সাথে নিজদের বদলাতে পারেনি।

প্রযুক্তিপণ্যের ক্ষেত্রে মার্কটেরকে আরও বেশি সচতেন হতে হবে। কারণ প্রযুক্তির পরিবর্তন এবং উন্নয়ন এতোটাই দ্রুত হচ্ছে যা মানুষ তার কল্পনাশক্তি দিয়ে চিন্তাও করতে পারছে না। এ কারণে মার্কটেরকে তীক্ষ্ণ দৃষ্টি কর্তার মনোভাবের প্রতিরাখতেই হবে। অন্যথায় যে কোনো সময় যে কোনো পণ্যের জন্য বিপদ এসে হাজরি হতে পারে। প্রযুক্তি কোন দিকে যাচ্ছে, বজিনসে ট্রেন্ড কোন দিকে যাচ্ছে, ক্রতীদের রুচির পরিবর্তন কনে হচ্ছে, কভাবে হচ্ছে এই বিষয়গুলো একজন মার্কটেরকে সব সময় বোঝার চেষ্টা করতে হবে। যখন কোনো মার্কটের বজিনসে ট্রেন্ড ধরতে ব্যর্থ হন তখন তিনি ব্যবসা হারিয়ে ফেলেন। ব্যবসা থেকে দূরে সরে যান।

কর্তার চাহিদা, রুচি, ক্রয়-আচরণ, কনোকাটার ধরন সকল ক্ষেত্রেই পরিবর্তন দৃশ্যমান। এই পরিবর্তন কনে হচ্ছে এমন প্রশ্নের উত্তরে বলা যায়, মানুষের লাইফস্টাইল পরিবর্তন হয়ে যাচ্ছে। লাইফস্টাইল পরিবর্তনের পছন্দে নানা কারণ কাজ করছে। আগের যে কোনো সময়ের তুলনায় মানুষ এখন শিক্ষার প্রতিঅনকে বেশি আগ্রহী। মানুষ এখন দূর থেকে আরও দূরে চলে যাচ্ছে শিক্ষালাভ করার জন্য। মানুষ দু'হাতে টাকা খরচ করছে জ্ঞান অর্জনের জন্য। এই সংখ্যা হয়তো আমাদের প্রত্যাশার চেয়ে অনেকে কম। কিন্তু মানুষ পড়ালখো করছে। পড়ালখো করতে গিয়ে মানুষ অনেকে কিছু পড়ছে, শিখছে, জানছে।

উচ্চশিক্ষিত হওয়ার কারণে অনেকে ভালো চাকরি পাচ্ছে। রাতারাতি এর প্রভাব পড়ছে লাইফস্টাইলে। বাংলাদেশে অধিক জনসংখ্যার একটি দিশে। ফলে এদেশকে বিভিন্ন পণ্যের অনেকে বড় একটি বাজার হিসেবে বিবেচনা করতেই হবে। এখানে ব্যবসা করার সুযোগ অনেকে বেশি কডে ব্যবসা করছে, কডে চাকরি করছে। দনিশষে মানুষের ক্রয়ক্ষমতা বাড়ছে। ক্রয়ক্ষমতা বাড়লেই মানুষ আগের চেয়ে বেশি দামী পণ্যের প্রতি আকৃষ্ট হচ্ছে। তবে শুধু ক্রয়ক্ষমতা নয়, আরও নানা কারণে ক্রয়ের ধরন বদলে যাচ্ছে। মার্কটেরকে কর্তার পণ্য ক্রয়ের এই পরিবর্তনগুলো নিয়ে চিন্তাভাবনা করতে হবে। গবেষণা করতে হবে।

(চলবে)