ভোক্তা আচরণ সম্পর্কে কেন জানতে হবে?

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



গত সংখ্যায় উল্লেখ করেছিলাম ভোক্তারা খুব দ্রুত পণ্যের ব্র্যান্ড পরিবর্তন করে। যাঁরা চেইন স্মোকার তাঁরা সাধারণত ব্র্যান্ডের প্রতি লয়্যাল থাকেন। তথাপি তাঁদের বেলায়ও ব্র্যান্ড পরিবর্তন হয়। হয়তো সেটা খুব ধীরে হয়। কিন্তু পরিবর্তন দৃশ্যমান। ক্রেতারা বিভিন্ন কারণে সিগারেটের ব্র্যান্ড

পরবির্তন করতে পারনে। কউে হয়তো আর্থকি অবস্থার কারণে পরবির্তন করছনে। কউে স্বাস্থ্য বা টস্টে অথবা অন্য কোনো কারণে পরবির্তন করছনে। বাস্তবতা হলো পরবির্তন হচ্ছে। এই পরবির্তনরে ধরন মার্কটোরকে বুঝতে হবে। আমগিত সংখ্যায় ক্যালকুলটেররে উদাহরণ দয়িছেলিাম। বলছেলিাম সাধারণ ক্যালকুলটের থকেে মানুষ সাইন্টফিকি ক্যালকুলটেররে যুগে অবস্থান করছনে। সাধারণ ক্যালকুলটের এবং সাইন্টফিকি ক্যালকুলটেররে মধ্যে ব্যাপক পার্থক্য রয়ছে। সাইন্টফিকি ক্যালকুলটেরে নানা ধরনরে সুবধিা বদ্যিমান। তাহলে সাধারণ ক্যালকুলটেররে চাহদিা বা উপযোগতিা কী শষে হয়ে গছে? সাধারণ ক্যালকুলটেররে বাজার কী হারয়িে গছে? না, তমেনটি হয়নি। কারণ, আমাদরে দশেে এখনো সাধারণ ক্যালকুলটেররে অনকে বড় একটি বাজার রয়ছে।

সাইন্টফিকি ক্যালকুলটেররে প্রতি তাঁদরেই আগ্রহ রয়ছে যাঁদরে পড়ালখো বা কর্মক্ষত্রেরে সাথে এই ক্যালকুলটেররে ব্যবহার জড়তি। উচ্চশকি্ষা বশিষে করে যখোনে গণতি ও পরসিংখ্যানরে ব্যবহার রয়ছে সখোনে সাইন্টফিকি ক্যালকুলটেররে ব্যবহার বা উপযোগতিা এড়য়িে যাওয়ার সুযোগ নইে। এছাড়া জটলি কছিু হসিাবনকিাশরে ক্ষত্রেে সাইন্টফিকি ক্যালকুলটের ব্যবহার করতে হয়। এর বাইরে এই ক্যালকুলটেররে ব্যবহার তমেন একটা নইে বললইে চল। অন্যদকিে সাধারণ ক্যালকুলটের বভিন্নি কাজে এখনো ব্যাপকভাবে ব্যবহার হচ্ছে। ক্ষুদ্র ব্যবসা থকেে শুরু করে বড় ব্যবসা প্রতষ্ঠিান সকল ক্ষত্রেইে এর ব্যবহার লক্ষ্যণীয়। এছাড়া একজন বয়স্ক ব্যক্তি যনিি সাইন্টফিকি ক্যালকুলটের ব্যবহার করতে স্বাচ্ছন্দবোধ করনে না, তনিি অবলীলায় একটি সাধারণ ক্যালকুলটের ব্যবহার করতে পারনে। বাসা-বাড়তিে হসিাবনকিাশ করার জন্য অনকেে ক্যালকুলটের ব্যবহার করনে। এদরে জন্যও সাধারণ ক্যালকুলটের আদর্শ। মার্কটোররা এটা বুঝতে পারনে বলইে এখনো সাইন্টফিকি ক্যালকুলটেররে পাশাপাশি সাধারণ ক্যালকুলটের মার্কটেংি করছনে। বাজাররে এই চাহদিা একজন মার্কটোরকে বুঝতে হবে। একটি নতুন পণ্য বাজারে আসা মানইে পুরোনো পণ্যরে উপযোগতিা শষে হয়ে যাওয়া নয়। কোনো কোনো পণ্যরে ক্ষত্রেরে এটা সত্য বলে প্রমাণতি হলওে সকল পণ্যরে ক্ষত্রেরে সত্য নয়। এই সত্যটা মার্কটোরকে বুঝতে হবে। জানতে হবে। অন্যথায় তাঁকে বপিদে পড়তে হবে।

ক্রতোরা কত দ্রুত তাঁদরে ব্র্যান্ড পরবির্তন করছে তার উৎকৃষ্ট উদাহরণ হতে পারে মোবাইল সটে। তীব্র প্রতযিোগতিার মধ্য দয়িে বভিন্নি কোম্পানি নতুন নতুন বশৈষ্ট্যিসম্বলতি সটে বাজারে ছাড়ছে। আর ক্রতোরা কনোর জন্য হুমড়ি খয়েে পড়ছে। ক্রতোদরে এই যে ক্রয় আচরণরে পরবির্তন, রুচরি পরবির্তন, চাহদিার পরবির্তন এগুলো নয়িে মার্কটোরকে ভাবতে হবে। মার্কটোরকে গবষেণা করতে হবে। মার্কটোর যখন ক্রতোদরে চাহদিা পরবির্তনরে এই ধারাগুলো বুঝতে ব্যর্থ হচ্ছে তখন কোম্পানকিওে বপিদে পড়তে হচ্ছে। আমরা নোকয়িার গল্প অনকেইে জানি। নব্বই দশকওে কোম্পানটিি বাজারে দাপটরে সাথে ছলি। ক্রতোদরে পছন্দরে তালকিায় ছলি নোকয়িা। কন্তিু ওই সময়রে জনপ্রয়ি ব্র্যান্ডটি আজ বাজারে ধুঁকে ধুঁকে মরছে। এক সময় ফুজি এবং কোডাক ফলি্ম ছলি পুরো পৃথবিী জুড়ে বখি্যাত ব্র্যান্ড। এই দুটি ব্র্যান্ডও সময়রে সাথে নজিদেরে বদলাতে পারনে।ি

প্রযুক্তপিণ্যরে ক্ষত্রেে মার্কটোরকে আরও বশেি সচতেন হতে হবে। কারণ প্রযুক্তরি পরবির্তন এবং উন্নয়ন এতোটাই দ্রুত হচ্ছে যা মানুষ তাঁর কল্পনাশক্তি দয়িে চন্তিাও করতে পারছে না। এ কারণে মার্কটোরকে তীক্ষ্ম দৃষ্টি ক্রতোর মনোভাবরে প্রতি রাখতইে হবে। অন্যথায় যে কোনো সময় যে কোনো পণ্যরে জন্য বপিদ এসে হাজরি হতে পারে। প্রযুক্তি কোন দকিে যাচ্ছে, বজিনসে ট্রন্ডে কোন দকিে যাচ্ছে, ক্রতোদরে রুচরি পরবির্তন কনে হচ্ছে, কভিাবে হচ্ছে এই বষিয়গুলো একজন মার্কটোরকে সব সময় বোঝার চষ্টো করতে হবে। যখন কোনো মার্কটোর বজিনসে ট্রন্ডে ধরতে ব্যর্থ হন তখন তনিি ব্যবসা হারয়িে ফলেনে। ব্যবসা থকেে দূরে সরে যান।

ক্রতোর চাহদিা, রুচি, ক্রয়-আচরণ, কনোকাটার ধরন সকল ক্ষত্রেইে পরবির্তন দৃশ্যমান। এই পরবির্তন কনে হচ্ছে এমন প্রশ্নরে উত্তরে বলা যায়, মানুষরে লাইফস্টাইল পরবির্তন হয়ে যাচ্ছে। লাইফস্টাইল পরবির্তনরে পছেনে নানা কারণ কাজ করছে। আগরে যে কোনো সময়রে তুলনায় মানুষ এখন শক্ষিার প্রতি অনকে বশেি আগ্রহী। মানুষ এখন দূর থকেে আরও দূরে চলে যাচ্ছে শক্ষিালাভ করার জন্য। মানুষ দু'হাতে টাকা খরচ করছে জ্ঞান অর্জনরে জন্য। এই সংখ্যা হয়তো আমাদরে প্রত্যাশার চয়েে অনকে কম। কন্তিু মানুষ পড়ালখো করছে। পড়ালখো করতে গয়িে মানুষ অনকে কছিু পড়ছে, শখিছে, জানছে।

উচ্চশক্ষিতি হওয়ার কারণে অনকেে ভালো চাকরি পাচ্ছে। রাতারাতি এর প্রভাব পড়ছে লাইফস্টাইলে। বাংলাদশে অধকি জনসংখ্যার একটি দশে। ফলে এদশেকে বভিন্নি পণ্যরে অনকে বড় একটি বাজার হসিবেে ববিচেনা করতইে হবে। এখানে ব্যবসা করার সুযোগ অনকে বশেি কউে ব্যবসা করছে, কউে চাকরি করছে। দনিশষেে মানুষরে ক্রয়ক্ষমতা বাড়ছে। ক্রয়ক্ষমতা বাড়লইে মানুষ আগরে চয়েে বশেি দামী পণ্যরে প্রতি আকৃষ্ট হচ্ছে। তবে শুধু ক্রয়ক্ষমতা নয়, আরও নানা কারণে ক্রয়রে ধরন বদলে যাচ্ছে। মার্কটোরকে ক্রতোর পণ্য ক্রয়রে এই পরবির্তনগুলো নয়িে চন্তিাভাবনা করতে হবে। গবষেণা করতে হবে।

(চলবে)

© 2026 আপনার নউিজ পোর্টাল। সর্বস্বত্ব সংরক্ষতি।
এই প্রতবিদেনটি আমাদরে ওয়বেসাইট থকেে ডাউনলোড করা হয়ছে।