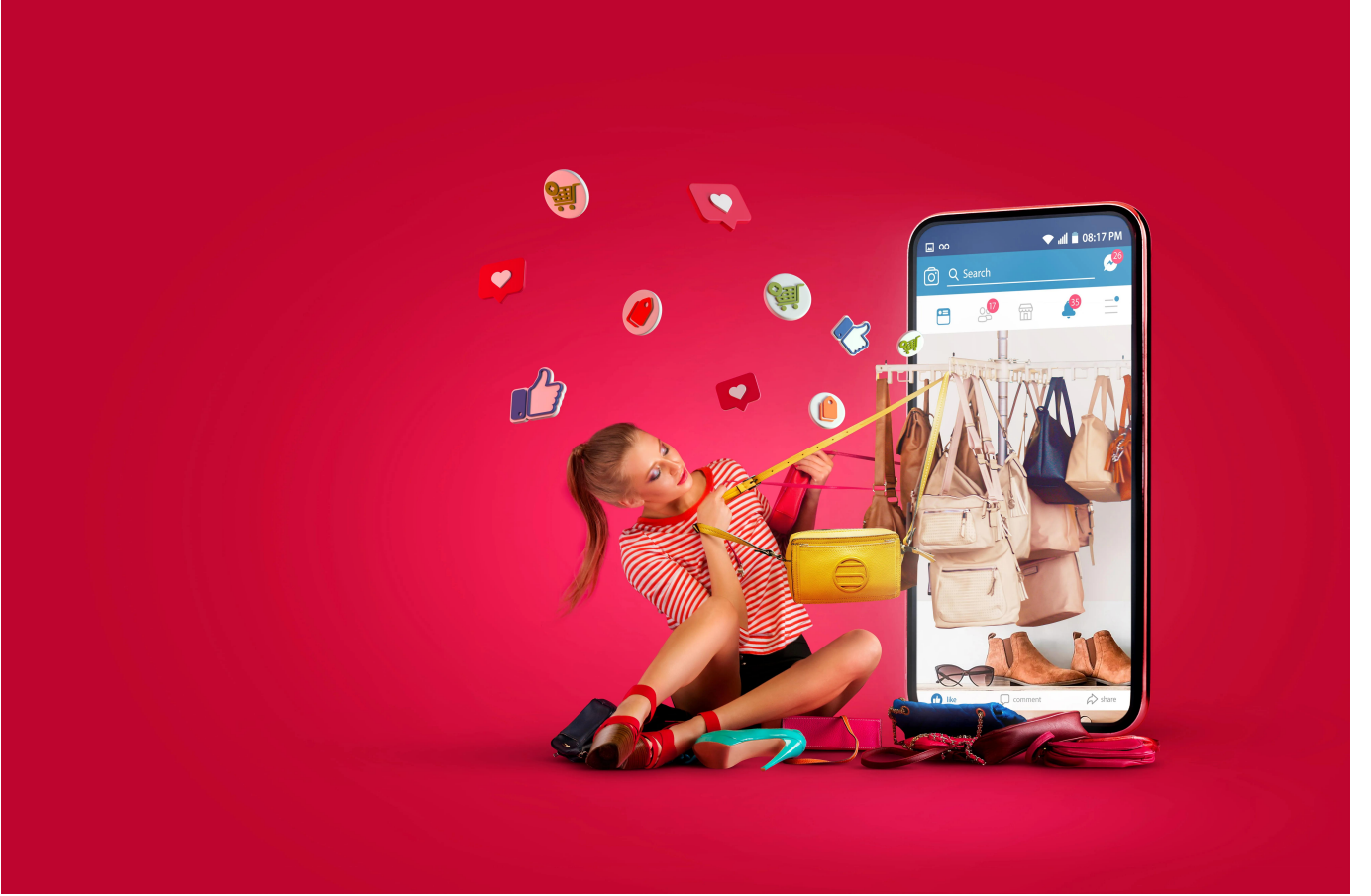




ভোক্তা আচরণ সম্পর্কে কনে জানতে হবে?

লেখক: অধ্যাপক ড. এবিএম শহিদুল ইসলাম | প্রকাশিত: 26 July 2026, 02:15 AM | বিভাগ: মার্কেটিং



মার্কেটিংয়ের মূল কাজ হলো ভোক্তাকে সন্তুষ্ট করা। মার্কেটিংয়ের যেকোনো কার্যক্রমের কনেদ্রবন্দিতে থাকতে হবে ভোক্তা বা ক্রেতা। যদিও সকল ক্রেতা ভোক্তা নয়, আবার সকল ভোক্তাও ক্রেতা নয়। তবে কোনো কোনো ক্ষেত্রে যনিক্রমে তনিহি ভোক্তা। শিশুখাদ্য থেকে শুরু করে অনেকে কিছুই আমরা ক্রয় করি যিগেলো আমরা ভোগ করিনি। অর্থাৎ ক্রেতা আমরা হলেও ভোক্তা আমরা নই। আবার অনেকে কিছু আমরা ভোগ করলেও সগেলো আমাদের কনো নয়। পণ্য যাঁর দ্বারাই কনো হোক না কনে ভোক্তার বসিয়টি বসিয়েভাবে ববিচেনায় রাখতে হয়। কারণ ভোক্তা যদি পণ্য ভোগ বা ব্যবহার করতে না পারনে তাহলে ওই পণ্য কনোর স্বার্থকতা খুঁজে পাওয়া যাবে না। একজন ক্রেতা যখন কোনো পণ্য ক্রয় করনে তখন তনি ভোক্তার বভিন্ বসিয়গুলো ববিচেনা করেই পণ্য কনেনে। যমেন একজন বাবা বা মা যখন তাঁর শিশুসন্তানের জন্ম ববেফিউড ক্রয় করনে তখন কনো ববেফিউডটি ভালো হবে সটো ববিচেনা করেই তনিকনিছনে। আবার ওই একই ক্রেতা যখন তাঁর বয়স্ক পতির জন্ম একটি পাঞ্জাবী কনিছনে তখনো তনি তাঁর পতির বভিন্ বসিয়গুলো ববিচেনা করে

পাঞ্জাবী কনিছনে। আমরা মার্কটেগিয়ে বহুল উচ্চারণি একটি কথা জানি, ক্রতোর পণ্যকে বিবেচনা করনে অনেকেগুলো সন্তুষ্টেরি সমাহার হসিবে। এ কারণে ক্রতোর কনো পণ্য কনোর সময় পণ্যের কোয়ালিটি, ফচারস, সাইজ, ডিজাইন, কালার, ওয়টে, প্যাকজেটিং, ব্র্যান্ড, ওয়ারেন্ট, গ্যারান্টি, আফটার সেলস সার্ভিস, প্রাইস, অ্যাভেইলাবিলিটি সহ আরও নানা বিষয় বিবেচনা করাই একটি পণ্য কনেনে। একজন ক্রতো একটি পণ্য কনোর সময় এই য়ে নানান বিষয় বিবেচনা করনে সটো করার মূল কারণ ভোক্তা। অর্থাৎ ভোক্তার কথা বিবেচনা করাই ক্রতো এই বিষয়গুলো বিবেচনা করনে। একজন ধনী ক্রতো কনো পণ্য কনোর সময় দাম নিয়ে ভাবনে না। তাঁর কাছে ব্র্যান্ড, কোয়ালিটি, ফচারস গুরুত্বপূর্ণ। কনিতু একজন গরীব ক্রতোর কাছে পণ্যের মূল্য সবচেয়ে বেশি গুরুত্বপূর্ণ। ক্রতো কার জন্য পণ্য কনিছনে সটোই মার্কটেরকে বিবেচনায় নতি হবো। মার্কটেরকে এখান মার্কটে সগেমেন্টেশনের নানা বিষয়গুলো পুঙ্খানুপুঙ্খভাবে বিশ্লেষণ করতে হবো।

একজন মার্কটেরকে ক্রতোদরে ক্রয় সিদ্ধান্তেরে প্রক্রিয়া নিয়েও ভাবতে হবো। এক সময় আমাদের দশেরে প্রায় সকল পরিবারই ক্রয় সিদ্ধান্তগুলো গ্রহণ করতনে পরিবারেরে গৃহকর্তা তথা বাবা বা পতি। এর পাশাপাশি পরিবারে বড় ছলে সন্তান থাকলে তাঁরাও সিদ্ধান্তে অংশগ্রহণ করত। কনিতু এখন সখোনে অনেকে পরিবর্তন এসছে। অনেকে পরিবারই এখন বাবার পাশাপাশি মা ও কন্যারা সিদ্ধান্ত গ্রহণে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখছেন। কনো কনো পরিবারে সিদ্ধান্ত গ্রহণে বাবার চেয়ে মা এবং কন্যাদেরে প্রভাব বেশি প্রলিক্ষিত হয়। এর পছনে কারণও রয়েছে। ময়েরো এখন পড়ালখোয় আগরে চেয়ে অনেকে বেশি অগ্রসর। নারীদেরে ক্ষমতায়ন তাঁদেরে সিদ্ধান্ত গ্রহণেরে ক্ষমতা বাড়িয়ে দিয়েছে। এছাড়া আরথ-সামাজিকি নানা কারণ এখান প্রভাবক হসিবে কাজ করছে। কনো কনো ক্রয় সিদ্ধান্তে পরিবারেরে সদস্যদেরে চেয়েও বেশি প্রভাব বিস্তার করছে পিয়ার গ্রুপ বা বন্ধুবান্ধব। ফলে মার্কটেরকে ক্রতোদরে সিদ্ধান্ত গ্রহণ প্রক্রিয়া এবং ওই সিদ্ধান্তে কার কতটুকু ভূমিকা সটো নিয়ে চিন্তা করতে হবো। আমাদের পরিবারগুলোতে এখন নানা ধরনের দৃষ্টিভিঙি চলমান। পরিবারেরে সকল সদস্যদেরে সমন্বয়ে সিদ্ধান্তগ্রহণ এখন অনেকেটা কমে গেছে। ছলেময়েরো বড় হলে ওরা ওদেরে মতো করে সিদ্ধান্ত নতি স্বাচ্ছন্দবোধ করছে। এমনকি বিয়ে-সাদী করার সময়ও নজিদেরে মতো করে জীবনসঙী বছে নচিছে। সময়েরে পরিক্রমায় এই য়ে পরিবর্তন এগুলো মার্কটেরকে বুঝতে হবো। মার্কটেরকে ভোক্তাদেরে প্রতিটি বিষয়েরে প্রতি এবং প্রতিটি পরিবর্তনেরে প্রতি তীক্ষ্ণ দৃষ্টি রাখতে হবো।

আমেরিকায় সফট ড্রিংকস এর অনেকে বড় একটি বাজার রয়েছে। কনো কনো ব্র্যান্ড শুধু বয়স্কদেরে জন্য তৈরি বাজারে অনেকেগুলো ব্র্যান্ড জনপ্রিয়। নতুন একটি ব্র্যান্ড বাজারে আসার পূর্বে ক্রতোদরে ওপর একটি গবেষণা কার্যক্রম পরিচালনা করছে। বিভিন্ন ব্র্যান্ডেরে সট (এসডব্লিউটিওটি) অ্যানালাইসিস করার সময় গবেষকেরো অন্যান্য ব্র্যান্ডেরে মধ্যে দুটি সীমাবদ্ধতা খুঁজে পলেনে। কনো কনো ব্র্যান্ডেরে বোতলেরে কর্ক বা ছপি বিশেষ শক্তভাবে আটকানো থাকতো। ফলে খোলা সহজ ছিল না। বয়স্ক ক্রতোদেরে মধ্যে অনেকেই আর্থারাইটিজ রোগে আক্রান্ত থাকার

কারণে তাঁদের পক্ষে কর্ক বা ছপি খোলা সহজ ছিল না। দ্বিতীয় সমস্যাটি ছিল পরিমাণ নিয়ে। প্রতিটি বোতলে যে পরিমাণ সফট ড্রিংকস থাকতো তা ছিল বয়স্কদের জন্য বেশি কারণ অনেকে নানা রোগে আক্রান্ত থাকার কারণে তাঁদের শরীর সবটুকু পান করার জন্য উপযুক্ত ছিল না। পরিমাণ মতো পান করে কউ বাকীটুকু ফলে দতিনে না। সবটুকুই পান করতনে। এটা ছিল তাঁদের স্বাস্থ্যের জন্য ক্ষতকির। এই দুটি বিষয়কে গুরুত্ব দিয়ে নতুন ব্র্যান্ডটি যখন পরিমাণ কমিয়ে এবং কর্ক বা ছপি সহজে খোলা যায় এমনভাবে সফট ড্রিংকস বাজারে ছাড়লো তখন তাঁদের পক্ষে বাজারে একটি অবস্থান তৈরি করে নেওয়া সম্ভব হলো। ক্রতৌদের জন্য কৌনটি ভালো, কৌনটি খারাপ এটা মার্কটৌরকে বুঝতে হবৌ। পাশাপাশি এটাও বুঝতে হবৌ ক্রতৌদের আচরণ কৌন পণ্যের জন্য কৌন সময় কৌমেন করছে এবং কৌনে করছে।

(চলবে)