অনুসন্ধানমূলক গবেষণা নকশা
Exploratory Research Design

ইউনিট ৪

ভূমিকা
Introduction

গবেষণা নি:সন্দেহে একটি জটিল ও সময়সাপেক্ষ কাজ। বিশেষ করে এ কাজের নকশা প্রণয়ন ও তা বাস্তবায়ন বেশ চ্যালেঞ্জিং কাজ। গবেষণার মৌলিক কাজ হলো বিভিন্ন উৎস হতে তথ্য বা উপাত্ত সংগ্রহ করা। সাধারণত দুই ধরণের উৎস হতে তথ্য সংগ্রহ করা হয়। যথা- প্রাথমিক উৎস ও মাধ্যমিক উৎস। তথ্য বা উপাত্ত প্রাথমিকভাবে অর্থাৎ গবেষণার জন্য সর্বপ্রথম সংগৃহীত হয়েছে তাকে প্রাথমিক উপাত্ত (Primary Data) বলে। এ তথ্য সংগ্রহের ক্ষেত্রে অনুসন্ধানকারী ব্যতিত অর্থাৎ সংস্থা নিজেই উপাত্ত সংগ্রহের দায়িত্ব পালন করে। বেশিরভাগ ক্ষেত্রে এ জাতীয় তথ্য সংগ্রহের সময় কোন পরিসংখ্যানীয় পদ্ধতির প্রয়োগ করা হয় না। এ কারণেই একে মূল তথ্য বা কাঁচা তথ্য বলে অভিহিত করা হয়। অপরপক্ষে, মাধ্যমিক বা পরোক্ষ তথ্য বা উপাত্ত বলতে বুঝায় যা কোন প্রতিষ্ঠিত দলিল, সরকারি বা বেসরকারি প্রকাশনা বা অন্য কোন তথ্যভান্ডার সংগ্রহ হতে সংগ্রহ করা হয়। মাধ্যমিক উপাত্ত মৌলিক অনুসন্ধান কার্য থেকে সৃষ্ট নয় বরং ইহা পূর্ব প্রকাশিত বা পূর্ব সংকলিত কোনো প্রাথমিক উপাত্ত হতে আহরিত হয়। উপাত্ত সংগ্রহের ক্ষেত্রে বেশ কিছু কৌশল অবলম্বন করা করা হয়। এ কৌশল সম্পর্কে এ ইউনিটে আলোকপাত করা হয়েছে।

এই ইউনিটে মোট ছয়টি পাঠ আছে। প্রথম পাঠে, অনুসন্ধানমূলক গবেষণা নকশা; দ্বিতীয় পাঠে, মাধ্যমিক উপাত্ত, প্রাথমিক উপাত্ত, মাধ্যমিক উপাত্তের সংজ্ঞা, প্রাতমিক বনাম মাধ্যমিক উপাত্ত, প্রাথমিক ও মাধ্যমিক উপাত্তের মধ্যে পার্থক্য; তৃতীয় পাঠে, মাধ্যমিক উপাত্তের শ্রেণিবিভাগ, মাধ্যমিক উপাত্তের সুবিধা-অসুবিধা, মাধ্যমিক উপাত্ত মূল্যায়নের মানদন্ড; চতুর্থ পাঠে, গুণগত গবেষণার সংজ্ঞা, পরিমাণগত গবেষণার সংজ্ঞা , প্রাথমিক উপাত্ত: গুণগত বনাম পরিমাণগত গবেষণা, গুণগত গবেষণা ও পরিমানগত গবেষণার পার্থক্য; পঞ্চম পাঠে, নিবিড় সাক্ষাৎকারের সংজ্ঞা ও বৈশিষ্ট্য, নিবিড় সাক্ষাৎকারের কৌশলসমূহ, নিবিড় সাক্ষাৎকারের প্রকারভেদ, নিবিড় সাক্ষাৎকার ও ফোকাস গ্রুপের মধ্যে তুলনাকরণ; এবং সর্বশেষে ষষ্ঠ পাঠে, প্রদর্শন কৌশলের সংজ্ঞা, প্রদর্শন কৌশলের শ্রেণিবিভাগ, প্রদর্শন কৌশলের প্রয়োগক্ষেত্রসমূহ।

ইউনিট সমাপ্তির সময়	ইউনিট সমাপ্তির সর্বোচ্চ সময় দুই সপ্তাহ

এ ইউনিটের পাঠসমূহ

পাঠ-৪.১: অনুসন্ধানমূলক গবেষণা নকশার সাধারণ পর্যালোচনা।
পাঠ-৪.২: মাধ্যমিক ও প্রাথমিক উপাত্তের সংজ্ঞা, প্রাথমিক বনাম মাধ্যমিক উপাত্ত, প্রাথমিক ও মাধ্যমিক উপাত্তের মধ্যে পার্থক্য।
পাঠ-৪.৩: মাধ্যমিক উপাত্তের শ্রেণিবিভাগ, মাধ্যমিক উপাত্ত মূল্যায়নের মানদন্ড নিরূপন ও এর সুবিধা-অসুবিধা।
পাঠ-৪.৪: গুণগত ও পরিমাণগত গবেষণার সংজ্ঞা, গুণগত গবেষণা ও পরিমাণগত গবেষণার পার্থক্য।
পাঠ-৪.৫: গুণগত গবেষণা প্রক্রিয়ার শ্রেণিবিভাগ ও যৌক্তিকতা, ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকারের সংজ্ঞা ও বৈশিষ্ট্য, সুবিধা-অসুবিধা ও তা পরিচালনার পদক্ষেপসমূহ।
পাঠ-৪.৬: নিবিড় সাক্ষাৎকারের সংজ্ঞা, বৈশিষ্ট্য ও প্রকারভেদ, নিবিড় সাক্ষাৎকারের কৌশলসমূহ, নিবিড় সাক্ষাৎকার ও ফোকাস গ্রুপের মধ্যে তুলনামূলক বিশ্লেষণ।
পাঠ-৪.৭: প্রদর্শন কৌশলের সংজ্ঞা, প্রদর্শন কৌশলের শ্রেণিবিভাগ ও প্রদর্শন কৌশলের প্রয়োগক্ষেত্র।

পাঠ-৪.১

মাধ্যমিক ও প্রাথমিক উপাত্তের সংজ্ঞা, প্রাথমিক বনাম মাধ্যমিক উপাত্ত, প্রাথমিক ও মাধ্যমিক উপাত্তের মধ্যে পার্থক্য

উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি–

- প্রাথমিক উপাত্তের সংজ্ঞা বিশ্লেষণ করতে পারবেন।
- মাধ্যমিক উপাত্তের সংজ্ঞা শিখতে পারবেন।
- প্রাথমিক উপাত্ত বনাম মাধ্যমিক উপাত্ত সম্পর্কে জানতে পারবেন।
- মাধ্যমিক উপাত্তের সুবিধাসমূহ ও অসুবিধাসমূহ বর্ণনা করতে পারবেন।
- মাধ্যমিক উপাত্ত মূল্যায়নের মানদন্ডসমূহ ব্যাখ্যা করতে পারবেন।

প্রাথমিক উপাত্তের সংজ্ঞা

Definition of Primary Data

যেসব উপাত্ত নির্দিষ্ট গবেষণায় ব্যবহারের জন্য প্রথমবার এবং মূল বৈশিষ্ট্য অনুসারে সংগ্রহ করা হয়, সেগুলোকে প্রাথমিক উপাত্ত বা প্রাথমিক তথ্য বলা হয়। উদাহরণ স্বরূপ বলা যেতে পারে, কোন প্রতিষ্ঠানের পণ্যের বিক্রয় হ্রাস পাওয়ার কারণ অনুসন্ধানের জন্য প্রতিষ্ঠানের বিক্রয়কর্মীর মাধ্যমে বর্তমান ও সম্ভাব্য ক্রেতাদের কাছ থেকে উপাত্ত সংগ্রহ করা হলে, সে উপাত্তকে বলা হবে প্রাথমিক উপাত্ত (Primary Data)। অন্য কথায়, সরাসরি মাঠ পর্যায় হতে সংগ্রহ করা তথ্যই হলো প্রাথমিক উপাত্ত। সাধারণত কোন সুনির্দিষ্ট লক্ষ্যকে সামনে রেখে কর্মীরা সরাসরি এ ধরণের তথ্য সংগ্রহ করে থাকেন।

এ প্রসঙ্গে Malhotra এবং Dash বলেছেন "Primary data are organized by researcher for the specific purpose of addressing the research problem at hand." অর্থাৎ প্রাথমিক উপাত্তগুলো বর্তমান সদস্যদেরকে ভিত্তি করে সুনির্দিষ্ট উদ্দেশ্যে গবেষক কর্তৃক উদ্ভাবিত।

তাহলে বলা যায়, গবেষণার কাজে ব্যবহারের উদ্দেশ্যে যেসব তথ্য বা উপাত্ত প্রাথমিকভাবে অর্থাৎ সর্ব প্রথম সংগৃহীত হয় তাকে প্রাথমিক উপাত্ত বলে। প্রাথমিক উপাত্ত হলো গবেষণার প্রাথমিক পদক্ষেপ। সাধারণত এ সকল তথ্য সংগ্রহের ক্ষেত্রে অনুসন্ধানকারী ব্যতিত বা সংস্থা নিজেই উপাত্ত সংগ্রহের দায়িত্ব পালন করে। বেশিরভাগ সময় এ জাতীয় তথ্য সংগ্রহের ক্ষেত্রে পরিসংখ্যানীয় পদ্ধতির প্রয়োগ করা হয় না। এ কারণেই একে মূল তথ্য বা কাঁচা তথ্য বলে অভিহিত করা হয়। উদাহরণস্বরূপ বলা যেতে পারে, জনসংখ্যা সম্পর্কে গবেষণার জন্য পরিসংখ্যান ব্যুরো কর্তৃক সংগৃহীত উপাত্ত সংগ্রহকে প্রাথমিক উপাত্ত বলা যায়।

মাধ্যমিক উপাত্তের সংজ্ঞা

Definition of Secondary Data

ভিন্ন কোনো উদ্দেশ্যে বা ভিন্ন গবেষণার কাজে পূর্বে সংগৃহীত উপাত্ত বর্তমান গবেষণায় ব্যবহার করা হলে সেগুলোকে মাধ্যমিক উপাত্ত বলা হয়। উদাহণ স্বরূপ বলা যায়, কোনো এলাকার জনসংখ্যা বৃদ্ধির হার, তাদের মাথাপিছু আয়,পুরুষ-মহিলা ও শিশুদের সংখ্যা ইত্যাদি আদমশুমারির মাধ্যমে সংগৃহীত তথ্যগুলো বিপণন গবেষণার কাজে ব্যবহার করা। এছাড়াও বিভিন্ন বিশ্ববিদ্যালয়, গবেষণা সংস্থা, এনজিও কর্মী প্রভৃতি থেকে সংগৃহিত তথ্যও অন্য গবেষণায় মাধ্যমিক উপাত্ত হিসেবে ব্যবহৃত হতে পারে।

এ প্রসঙ্গে Malhotra এবং Dash বলেছেন "Secondary data that have already been collcted for purposes other than the research problem at hand." অর্থাৎ, মাধ্যমিক উপাত্ত হচ্ছে ঐ সকল উপাত্ত যা বর্তমান গবেষণা সমস্যার পরিবর্তে অন্য কোন উদ্দেশ্যে ইতিপূর্বে সংগ্রহ করা হয়েছে।

মাধ্যমিক বা পরোক্ষ উপাত্ত বলতে ঐ সকল তথ্য বা উপাত্তকে বুঝায় যা কোন বিভিন্ন দলিল, প্রকাশনা বা সরকারি কোন তথ্য ভান্ডার সংগ্রহ হতে সংগ্রহ করা হয়। মাধ্যমিক উপাত্ত মৌলিক অনুসন্ধান কার্য থেকে সৃষ্ট নয় বরং ইহা পূর্ব প্রকাশিত বা সংকলিত কোনো প্রাথমিক উপাত্ত হতে আহরিত হয়। সুতরাং বলা যায়, কোনো সংস্থা বা প্রতিষ্ঠান কর্তৃক সংগৃহীত

প্রাথমিক উপাত্ত অন্য কোন গবেষণার কাজে ব্যবহার করা হলে তাকে মাধ্যমিক উপাত্ত (Secondary data) বলে। ছোট-খাটো প্রতিষ্ঠানসমূহ তাদের নিজ প্রয়োজনের এবং প্রয়োজনীয় সিদ্ধান্ত গ্রহণের তাগিদে প্রাথকি উপাত্ত সংগ্রহকারী বড় প্রতিষ্ঠান হতে উপাত্ত সংগ্রহ করে। সুতরাং আমরা বলতে পারি, একই উপাত্ত কোনো সংস্থার নিকট প্রাথমিক উপাত্ত আবার অন্য কোনো প্রতিষ্ঠানের জন্য তা মাধ্যমিক উপাত্ত। যেমন- বাংলাদেশ পরিসংখ্যান ব্যুরো কর্তৃক সংগ্রহীত উপাত্ত পরিকল্পনা কমিশন বিভাগ গ্রহণ করলে তা হবে মাধ্যমিক উপাত্ত। আবার ঐ একই উপাত্ত যখন বাংলাদেশ পরিসংখ্যান ব্যুরো নিজে গ্রহণ করে তখন তা হয় প্রাথমিক বা মূল উপাত্ত। সুতরাং ব্যবহারের পর্যায়ের উপর নির্ভর করে তথ্য বা উপাত্তের প্রকৃতি। তথ্য বা উপাত্তের প্রকৃতির উপর নির্ভর করে উপাত্তকে দুই ভাবে ভাগ করা হয়। যথা-

১. **গুণবাচক উপাত্ত (Qualitative Data):** গুণবাচক উপাত্ত বলতে আমরা যা বুঝি তা হলো, বিশেষ গুণ বা বৈশিষ্ট্য প্রকাশক উপাত্ত। যেগুলোকে সরাসরি পরিমাণ বাচক সংখ্যা দ্বারা উপস্থাপন করা যায় না। যেমন-দক্ষতা পরিমাপ, শিক্ষাগত যোগ্যতা, মনোভাব, গায়ের রং, সাফল্য ইত্যাদি পরিমাপের ক্ষেত্রে সংখ্যাবাচক উপাত্তের চেয়ে গুণবাচক উপাত্ত বেশ কার্যকরী। গুণবাচক এগুলোকে সরাসরি পরিমাপ করা যায় না। এ উপাত্তগুলো গুণের উপস্থিতি বা অনুপস্থিতির ভিত্তিতে সরাসরি পরিমাপ করা যায় না। গুণের উপস্থিতি বা অনুপস্থিতির ভিত্তিতে বা গুণের স্তর অনুসারে বিবেচনাধীন এককসমূহকে বিভিন্ন শ্রেণিতে বিভক্ত করে গণনা করা হয়।

২. **পরিমাণবাচক উপাত্ত (Quantitative Data):** যেসকল উপাত্ত সরাসরি পরিমাপের আওতায় নিয়ে আসা যায় এবং সংখ্যার সাহায্যে প্রকাশ করা যায় তাকে পরিমাণবাচক বা সংখ্যাবাচক উপাত্ত বলে। সরাসরি পরিমাণ বা পরিমাপযোগ্য গুণগত বৈশিষ্ট্যসম্পন্ন বিভিন্ন এককের ক্ষেত্রে চলকের মানসমুহকে পরিমাণবাচক উপাত্ত বলে। যেমন-নির্দিষ্ট শ্রেণির ছাত্র-ছাত্রীদের বয়স বা উচ্চতা, কোনো দ্রব্যের বিগত কয়েক বছরের উপাদান, একটি নির্দিষ্ট সময়ে কোনো এলাকা বা দেশের জন্ম-মৃত্যুর হার প্রভৃতি পরিমাণবাচক তথ্যের অন্তর্ভুক্ত।

পরিশেষে বলতে পারি যে, তথ্য উপাত্তের শ্রেণিবিন্যাস আমাদের গবেষণার মান সঠিক এবং গবেষণার ফলাফল কার্যকর ও মূল্যায়ন যথাযথ হওয়ার নিশ্চয়তা দান করে। শ্রেণি বিন্যাসের সঠিক জ্ঞান তথ্য উপাত্ত সংগ্রহের জন্য অপরিসীম।

প্রাথমিক উপাত্ত বনাম মাধ্যমিক উপাত্ত

Primary versus Secondary Data

সে সকল উপাত্ত নির্দিষ্ট ক্ষেত্রে ব্যবহারের জন্য প্রথমবার এবং মূল বৈশিষ্ট্য অনুসারে সংগ্রহ করা হয় সেগুলোকে প্রাথমিক উপাত্ত বলা হয়। যেমন-পণ্যের বিক্রয় হ্রাস পাওয়ার কারণ অনুসন্ধানের জন্য উপাত্ত সংগ্রহ করা। এ প্রসঙ্গে Malhotra এবং Dash বলেছেন "Primary data are organized by researcher for the specific purpose of addressing the research problem at hand." অর্থাৎ প্রাথমিক উপাত্তগুলো বর্তমান সদস্যকে ভিত্তি করে সুনির্দিষ্ট উদ্দেশ্যে গবেষক কর্তৃক উদ্ভাবিত।

প্রাথমিক উপাত্তগুলো সরাসরি সংগ্রহ করা হয়। অনেক ক্ষেত্রে সুনির্দিষ্ট বিপণন গবেষণা প্রকল্প থেকে তাৎক্ষণিকভাবে সংগ্রহ করা হয়। তবে প্রাথমিক উপাত্ত সংগ্রহ প্রক্রিয়া অত্যন্ত দীর্ঘ ও জটিল প্রকৃতির হয়। ফলে উপাত্ত সংগ্রহ ব্যয়বহুল ও সময়সাপেক্ষ হয়। উপাত্ত সংগ্রহরে সময় উপাত্তের সংশ্লিষ্টতা, সঠিকতা, সময়োপযোগিতা এবং নিরপেক্ষতা ইত্যাদি বিষয়ে সতর্ক হতে হয়।

অপরপক্ষে, ভিন্ন উদ্দেশ্যে কোন উপাত্ত আগেই সংগ্রহ করা হলেও সে উপাত্ত বর্তমান সমস্যায় ব্যবহার করা হয়, সেগুলোকে মাধ্যমিক উপাত্ত বা মাধ্যমিক বলা হয়। যেমন-কোনো এলাকার মোট জনসংখ্যার পরিমাণ, পুরুষ ও মহিলার অনুপাত ও বিদ্যমান শিশুদের সংখ্যা ইত্যাদি আদমশুমারির মাধ্যমে সংগৃহীত তথ্যগুলো যদি বিপণন গবেষণার কাজে ব্যবহার করা হয় তবে তা হবে মাধ্যমিক উপাত্ত।

এ প্রসঙ্গে Malhotra এবং Dash বলেছেন “Secondary data that have already been collcted for purposes other than the research problem at hand.” অর্থাৎ মাধ্যমিক উপাত্ত হচ্ছে ঐ সকল উপাত্ত যা বর্তমান গবেষণা সমস্যার পরিবর্তে অন্য উদ্দেশ্যে ইতোপূর্বে সংগ্রহ করা হয়েছে।

মাধ্যমিক উপাত্তগুলো বিভিন্ন উৎস থেকে সংগ্রহ করা যায়। যেমন-কোম্পানির অভ্যন্তরীণ উপাত্ত ভান্ডার, বাহ্যিক বিভিন্ন উৎস তথা- সরকারি প্রকাশনা, বিশ্ববিদ্যালয়ের গ্রন্থাগার, বাণিজ্যিক প্রকাশনা,বিশেষজ্ঞ জনগণ ইত্যাদি। এছাড়া বাণিজ্যিক উপাত্ত সেবাদানকারী প্রতিষ্ঠান, অনলাইন উপাত্ত ভান্ডার এবং ইন্টারনেট থেকেও উপাত্ত সংগ্রহ করা হয়। ফলে প্রাথমিক উপাত্তের চেয়ে মাধ্যমিক উপাত্তগুলো দ্রুত,সহজে ও তুলনামূলক কম খরচে সংগ্রহ করা যায়।

প্রাথমিক উপাত্ত ও মাধ্যমিক উপাত্তের মধ্যে পার্থক্য

Difference between Primary Data and Secondary Data

বিপণন গবেষণার কাজে প্রাথমিক ও মাধ্যমিক-এ উভয় ধরণের উপাত্ত ব্যবহার করা হয়। মূলত সংগৃহীত উৎসের উপর নির্ভও করে যে কোন্টি প্রাথমিক উপাত্ত আর কোন্টি মাধ্যমিক উপাত্ত। যদি সরাসরি মাঠ পর্যায় থেকে কোন উপাত্ত সংগ্রহ করা হয় তবে তা হবে প্রাথমিক উপাত্ত আর যদি ইহা কোন প্রকাশিত গবেষণা জার্নাল বা প্রকাশিত কোন গ্রন্থ থেকে সংগ্রহ করা হয় তবে তা হবে মাধ্যমিক উপাত্ত। প্রকৃতপক্ষে, প্রাথমিক ও মাধ্যমিক উপাত্তের সংমিশ্রণে গবেষণার ফলাফল বেশি গ্রহণযোগ্য হয়। তবে উভয় উপাত্তের মধ্যে বেশ পার্থক্য বিদ্যমান। পার্থক্যগুলো নিম্নরূপঃ

পার্থক্যের বিষয়	প্রাথমিক উপাত্ত	মাধ্যমিক উপাত্ত
তথ্যের উৎস	প্রাথমিক উপাত্ত সরাসরি মাঠ পর্যায় হতে সংগ্রহ করা হয়।	মাধ্যমিক উপাত্ত অন্য কোন গবেষণার কাজে ব্যবহৃত উপাত্ত হতে সংগৃহীত হয়।
পর্যায়	এটি হলো প্রথম পর্যায়ভুক্ত উপাত্ত।	এটি ২য়, ৩য় বা অন্য যেকোনো পর্যায়ভুক্ত হতে পারে।
পদ্ধতির প্রয়োগ	প্রাথমিক উপাত্তের উপর গবেষণা পদ্ধতির প্রয়োগ হয় না।	এতে একাধিকবার গবেষণা পদ্ধতির প্রয়োগ করা হয়।
একক	এ উপাত্ত মূল এককে সংগ্রহ করা হয়।	এ উপাত্ত মূল একক বা অন্য কোনো এককে প্রকাশিত হতে পারে।
নির্ভরযোগ্যতা	প্রাথমিক উপাত্ত অধিক নির্ভরযোগ্য।	মাধ্যমিক উপাত্ত সর্বদা নির্ভরযোগ্য নয়।
অর্থ ও সময় ব্যয়	প্রাথমিক উপাত্ত সংগ্রহে অর্থ ও সময়ের পরিমাণ বেশি লাগে।	এই খাতে অপেক্ষাকৃত কম অর্থ ও সময় ব্যয় হয় ।
উপাত্তের সৃষ্টি	এ উপাত্তের সৃষ্টি হয় পর্যবেক্ষণের মাধ্যমে।	এ উপাত্তের সৃষ্টি প্রকাশনার মাধ্যমে।
নির্ভরশীলতা	প্রাথমিক উপাত্ত কোনোভাবেই মাধ্যমিকের উপর নির্ভর করে না।	মাধ্যমিক উপাত্ত সর্বদা প্রাথমিক উপাত্তের উপর নির্ভরশীল।
দক্ষকর্মী	প্রাথমিক উপাত্ত সংগ্রহের জন্য প্রশিক্ষণপ্রাপ্ত কর্মীর প্রয়োজন।	এক্ষেত্রে প্রশিক্ষণপ্রাপ্ত কর্মী না হলেও চলে।

উপরোক্ত পার্থক্যের ভিত্তিতে বলা যায় যে, প্রাথমিক ও মাধ্যমিক উপাত্ত বস্তুগত বা উপাদানগত দিক থেকে একই প্রকৃতির হলেও এদের মধ্যে উৎসগত পার্থক্য দেখা যায়। উভয় উৎস হতে সংগৃহীত উপাত্ত কোন গবেষণা কাজে ব্যবহার করলে সে গবেষণার ফলাফল বেশি নির্ভরযোগ্য হয়।

সারসংক্ষেপ

গবেষণায় মূলত দুই ধরণের তথ্য বা উপাত্ত ব্যবহৃত হয়। তথ্যেও উৎসভেদে উপাত্ত দুই ধরণের হয়। যথা- প্রাথমিক উপাত্ত ও মাধ্যমিক উপাত্ত। যেসকল তথ্য বা উপাত্ত নির্দিষ্ট গবেষণায় ব্যবহারের জন্য প্রতিষ্ঠানের নিজস্ব ব্যবস্থাপনায় প্রথমবারের মতো এবং মূল বৈশিষ্ট্য অনুসারে সংগ্রহ করা হয়, সেগুলোকে প্রাথমিক তথ্য বা প্রাথমিক উপাত্ত বলা হয়। অন্য কথায়, সরাসরি মাঠ পর্যায় হতে সংগ্রহ করা তথ্যই হলো প্রাথমিক উপাত্ত। সাধারণত কোন সুনির্দিষ্ট লক্ষ্যকে সামনে রেখে কর্মীরা সরাসরি এ ধরণের উপাত্ত সংগ্রহ করে থাকেন। প্রাথমিক উপাত্ত সংগ্রহ হলো গবেষণার প্রাথমিক পদক্ষেপ। সাধারণত এ সকল তথ্য সংগ্রহের ক্ষেত্রে অনুসন্ধানকারীর প্রয়োজন হয় না। ব্যক্তি বা সংস্থা নিজেই উপাত্ত সংগ্রহের দায়িত্ব পালন করে থাকেন। বেশিরভাগ সময় এ জাতীয় তথ্য সংগ্রহের ক্ষেত্রে পরিসংখ্যানীয় পদ্ধতির প্রয়োগ করা হয় না। তাই এ প্রক্রিয়ায় সংগৃহীত তথ্যকে মূল বা কাঁচা তথ্য বলে অভিহিত করা হয়।

আবার ভিন্ন কোনো উদ্দেশ্যে বা ভিন্ন গবেষণার কাজে পূর্বে সংগৃহীত উপাত্ত যদি বর্তমান কোন গবেষণার কাজে ব্যবহার করা হয় তবে সেগুলোকে মাধ্যমিক উপাত্ত বলা হয়। বিভিন্ন দেশী-বিদেশী বিশ্ববিদ্যালয়,সরকারি বেসরকারি গবেষণা সংস্থা, এনজিও, ইন্টারনেট, ট্রেড জার্নাল প্রভৃতি থেকে সংগৃহিত তথ্যও অন্য গবেষণায় মাধ্যমিক উপাত্ত হিসেবে ব্যবহৃত হতে পারে। মাধ্যমিক উপাত্ত সংগ্রহরে সময় উপাত্তের সংশ্লিষ্টতা, সঠিকতা, সময়োপযোগিতা এবং নিরপেক্ষতা ইত্যাদি বিষয়ে সতর্ক হতে হয়।তথ্য বা উপাত্তের প্রকৃতির উপর নির্ভর করে উপাত্তকে দুই ভাবে ভাগ করা হয়। যথা-

গুণবাচক উপাত্ত (Qualitative Data): গুণবাচক উপাত্ত বলতে আমরা যা বুঝি তা হলো, বিশেষ গুণ বা বৈশিষ্ট্য প্রকাশক উপাত্ত। যেগুলোকে সরাসরি পরিমাণ বাচক সংখ্যা দ্বারা উপস্থাপন করা যায় না। যেমন-দক্ষতা পরিমাপ, শিক্ষাগত যোগ্যতা, মনোভাব, গায়ের রং, সাফল্য ইত্যাদি পরিমাপের ক্ষেত্রে সংখ্যাবাচক উপাত্তের চেয়ে গুণবাচক উপাত্ত বেশ কার্যকরী।

পরিমাণবাচক উপাত্ত (Quantitative Data): যেসকল উপাত্ত সরাসরি পরিমাপের আওতায় নিয়ে আসা যায় এবং সংখ্যার সাহায্যে প্রকাশ করা যায় তাকে পরিমাণবাচক বা সংখ্যাবাচক উপাত্ত বলে। সরাসরি পরিমাণ বা পরিমাপযোগ্য গুণগত বৈশিষ্ট্যসম্পন্ন বিভিন্ন এককের ক্ষেত্রে চলকের মানসমুহকে পরিমাণবাচক উপাত্ত বলে। যেমন-নির্দিষ্ট শ্রেণির ছাত্র-ছাত্রীদের বয়স বা উচ্চতা, কোনো দ্রব্যের বিগত কয়েক বছরের উপাদান, একটি নির্দিষ্ট সময়ে কোনো এলাকা বা দেশের জন্ম-মৃত্যুর হার প্রভৃতি পরিমাণবাচক তথ্যের অন্তর্ভুক্ত।

পাঠ-৪.২ মাধ্যমিক উপাত্তের শ্রেণিবিভাগ, উপাত্ত মূল্যায়নের মানদন্ড ও সুবিধা-অসুবিধা Clasification, Evaluating Criteria and Merit & Demerits of Secondary Data

উদ্দেশ্য

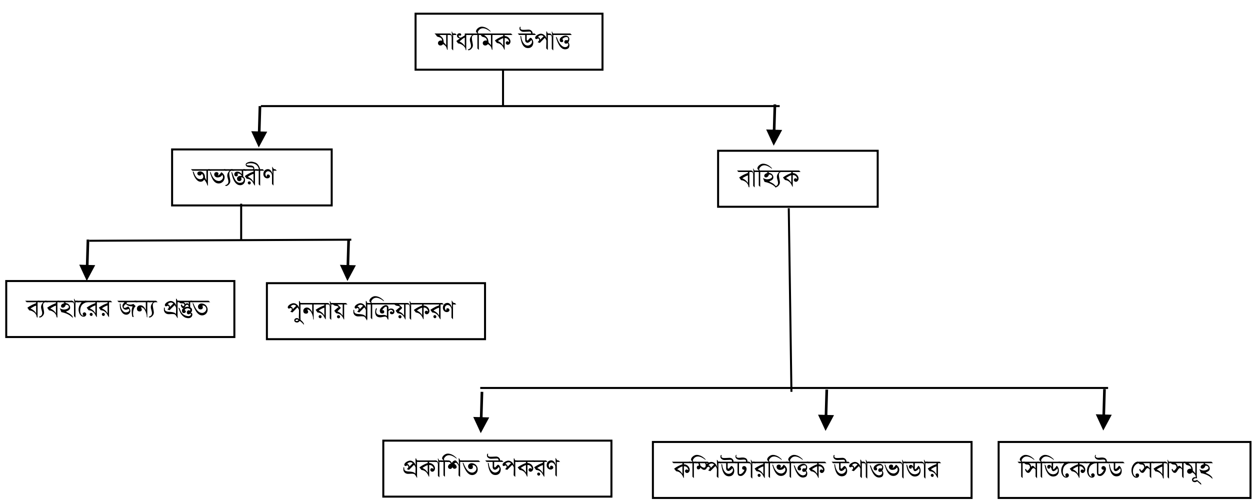
এ পাঠ শেষে আপনি–

- মাধ্যমিক উপাত্তের শ্রেণিবিভাগ করতে পারবেন।
- মাধ্যমিক উপাত্ত মূল্যায়নের মানদন্ডসমূহ বর্ণনা করতে পারবেন।
- মাধ্যমিক উপাত্তের সুবিধাবলী বর্ণনা করতে পারবেন।
- মাধ্যমিক উপাত্তের অসুবিধাসমূহ বর্ণনা করতে পারবেন।

মাধ্যমিক উপাত্তের শ্রেণিবিভাগ

Classification of Secondary Data

নির্দিষ্ট গবেষণা ভিন্ন অন্য কোনো উদ্দেশ্যে বা অন্য গবেষণার কাজে ইতোপূর্বে সংগৃহীত কোন তথ্য বা উপাত্ত যদি বর্তমান গবেষণার কাজে ব্যবহার করা হয সে তথ্যকে মাধ্যমিক তথ্য বা মাধ্যমিক উপাত্ত বলা হয়। নানা উৎস থেকে বিভিন্ন ধরণের মাধ্যমিক উপাত্ত পাওয়া যায়। উৎসের ভিত্তিতে মাধ্যমিক উপাত্তসমূহকে প্রধাণত দুই ভাগে ভাগ করা যায়। যথা-(ক) অভ্যন্তরীণ উপাত্ত এবং (খ) বাহ্যিক উপাত্ত। নিম্নের ছকে মাধ্যমিক উপাত্তের শ্রেণিবিভাগ আলোচনা করা হলো:



চিত্র: মাধ্যমিক উপাত্তের শ্রেণিবিভাগ

১. **অভ্যন্তরীণ মাধ্যমিক উপাত্ত (Internal Secondary Data):** প্রতিষ্ঠানের ভিতর থেকে সংগ্রহীত তথ্য বা উপাত্তকে অভ্যন্তরীণ মাধ্যমিক উপাত্ত বলা হয়। অভ্যন্তরিণ মাধ্যমিক উপাত্তগুলোর উৎস হতে পারে-বিক্রয় প্রতিবেদন, ক্রয়ের ফরমায়েশপত্র ও চালানপত্র ইত্যাদি।

এ প্রসঙ্গে বিখ্যাত লেখক Malhotra এবং Dash বলেছেন "Internal data are those gererated within the organizatios for which the research is being conducted."অর্থাৎ যে উপাত্তগুলো গবেষণা পরিচালনার জন্য প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরে উৎপন্ন হয় সেগুলোই অভ্যন্তরীণ উপাত্ত।

এ উপাত্ত আবার দু'ধরণের হতে পারে। যথা:

- ব্যবহারের জন্য প্রস্তুত: এ ধরনের উপাত্তগুলো তাৎক্ষণিক ব্যবহারের উপযোগী কাঠামোতে পাওয়া যায়।
- পুনরায় প্রক্রিয়াকরণ: এ উপাত্তগুলো প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরে উৎপন্ন হলেও গবেষকের ব্যবহারের উপযোগী করার জন্য প্রয়োজনীয় প্রক্রিয়াকরণের প্রয়োজন হয়।

২. **বাহ্যিক মাধ্যমিক উপাত্ত (External Secondary Data):** প্রতিষ্ঠানের বাইরে থেকে মাধ্যমিক উপাত্ত সংগ্রহ করা হলে সেগুলোকে বাহ্যিক মাধ্যমিক উপাত্ত বলা হয়। যেমন- কোন বিশ্ববিদ্যালয়ের গবেষণাগার থেকে প্রাপ্ত তথ্য যদি ভোক্তার আচরণ পরিমাপের গবেষণায় ব্যবহার করা হয় তবে তা হবে বাহ্যিক মাধ্যমিক উপাত্ত।

এ প্রসঙ্গে Malhotra এবং Dash বলেছেন, "External data are those generated by sources outside the organization." অর্থাৎ যে উপাত্তগুলো প্রতিষ্ঠানের বাইরের উৎস থেকে উৎপন্ন হয় সেগুলোই হলো বাহ্যিক উপাত্ত। এ বাহ্যিক উৎস তিন ধরনের হতে পারে। যেমন–

ক) প্রকাশিত বাহ্যিক মাধ্যমিক উৎসসমূহ (Published External Secondary Sources): প্রতিষ্ঠানের বাইরের কোন প্রকাশনা সংগৃহীত তথ্যই হলো বাহ্যিক মাধ্যমিক তথ্যের উৎস। বিভিন্ন উৎস থেকে প্রকাশিত বাহ্যিক মাধ্যমিক উপাত্ত পাওয়া যেতে পারে। যেমন- সরকারি প্রতিষ্ঠান, অব্যবসায়ী সংগঠন, চেম্বার অব কমার্স, ট্রেড এসোসিয়েশন, বাণিজ্যিক প্রকাশনা সংস্থা, পেশাগত বিপণন গবেষণা প্রতিষ্ঠান ইত্যাদি। প্রকাশিত বাহ্যিক উপাত্তগুলোকে দু'ভাবে ভাগ করা হয়। যথা-

i. **সাধারণ ব্যবসায় উপাত্ত (General Business Data): বিভিন্ন** প্রতিষ্ঠান তাদের প্রকাশিত জার্নাল, রেফারেন্স বই, ব্যবসায় সাময়িকী, খবরের কাগজ, ম্যাগাজিন, রিপোর্ট এবং ট্রেড লিটারেচার ইত্যাদি নানা ব্যবসায় তথ্যাবলী প্রকাশ করে। এ ধরনের তথ্য সংরক্ষণে অনেক সময় বিভিন্ন গাইড, নির্দেশিকা এবং ইনডেক্স ব্যবহার করা হয়। পরিসংখ্যানগত উপাত্ত চিহ্নিতকরণের মাধ্যমেও উপাত্ত পাওয়া যেতে পারে।

ii. **সরকারি উৎসসমূহ (Government Sources):** দেশের সরকারী বিভিন্ন সংস্থা ব্যাপক পরিমাণে মাধ্যমিক উপাত্ত উৎপন্ন করে থাকে। সরকারি উৎস থেকে প্রাপ্ত উপাত্তগুলোকে দু'টি শ্রেণিতে ভাগ করা যায়। যথা: শুমারির উপাত্ত এবং অন্যান্য প্রকাশনা। নিম্নে সেগুলো বর্ণনা করা হলো:

- শুমারির উপাত্ত: সরকারিভাবে আদমশুমারি বা লোক গণনার মাধ্যমে জনগণের বিভিন্ন উপাত্ত সংগ্রহ করা হয়। যেমন- কোন এলাকায় বসবাসরত লোকসংখ্যা,তাদের বয়স, আয়, পেশা, বয়স ইত্যাদি এতে লিপিবদ্ধ থাকে।
- সরকারি অন্যান্য প্রকাশনাসমূহ : শুমারি ছাড়াও সরকারী প্রতিষ্ঠানগুলো মাঝে মঝেই বিভিন্ন ধরণের তথ্যসমৃদ্ধ প্রকাশনা বের করে থাকে। বিভিন্ন সময়ে প্রকাশিত এসব রিপোর্টে নান ধরণের পরিসংখ্যানগত এবং অন্যান্য উপাত্ত লিপিবদ্ধ থাকে। এ ধরণের প্রকাশনায় মূলত সরকারের বিভিন্ন পরিকল্পনা ও কার্যক্রম তুলে ধরা হয়।

খ) কম্পিউটার ভিত্তিক উপাত্ত ভান্ডার (Computerized Database): কম্পিউটার ভিত্তিক উপাত্ত ভান্ডার হচ্ছে কম্পিউটারের মাধ্যমে পাঠযোগ্য আকারে ইলেকট্রনিক পন্থায় বণ্টনযোগ্য তথ্য ভান্ডার। কিছু কিছু কম্পিউটার ভিত্তিক উপাত্ত ভান্ডার থেকে বিনামূল্যে উপাত্ত সংগ্রহ করা যায় আবার কিছু তথ্য পেতে অর্থ ব্যয় করতে হয়। কম্পিউটার ভিত্তিক এ উপাত্তভান্ডাকে আবার তিন শ্রেণিতে ভাগ করা যেকে পারে। যথা-

ক) অনলাইন উপাত্তভান্ডার

খ) ইন্টারনেট উপাত্তভান্ডার এবং

গ) অফলাইন উপাত্তভান্ডার

- অনলাইন উপাত্তভান্ডার (Online databeses) : অনলাইন উপাত্তভান্ডারে জমা থাকা উপাত্তসমূহ সার্চ ইঞ্জিন অনলাইনের মাধ্যমে কম্পিউটারের সাহায্যে ব্যবহার করা যায়।
- ইন্টারনেট উপাত্তভান্ডার (Internet databases) : ইন্টারনেট সংযোগের মাধ্যমে উপাত্তভান্ডারে প্রবেশ, তথ্য অনুসন্ধান এবং বিশ্লেষণ করাকে ইন্টারনেট উপাত্তভান্ডার বলা হয়।
- অফলাইন উপাত্তভান্ডার (Offline databeses) : অফলাইন উপাত্তভান্ডার হলো ডিস্ক বা সিটিরম ডিস্ক এর মাধ্যমে উপাত্তসমুহ ব্যবহার করা। এ প্রসঙ্গে Malhotra এবং Dash বলেছেন,"অফলাইন উপাত্তভান্ডার তথ্যসমূহকে ডিস্কেট এবং সিডি-রম ডিস্ক-এ পাওয়ার ব্যবস্থা করে।"

গ) মাধ্যমিক উপাত্তের সিন্ডিকেটেড উৎসসমূহ (Syndicated Sources of Secondary) : প্রকাশিত উপাত্ত এবং কম্পিউটারভিত্তিক উপাত্তভান্ডার ছাড়াও সিন্ডিকেটভিত্তিক সেবাসমূহ বাহ্যিক মাধ্যমিক উপাত্ত পাওয়ার আরেকটি উৎস হতে পারে। বিপণন গবেষণা সংগঠনগুলোর একটি যৌথ (Common) উপাত্তভান্ডার থেকে অর্থের বিনিময়ে এর সাথে সংশ্লিষ্ট বিভিন্ন প্রতিষ্ঠানে তথ্য সরবরাহ করলে তাকে মাধ্যমিক উপাত্তের সিন্ডিকেটেড উৎস বলা হয়। এ উৎস থেকে প্রতিষ্ঠানগুলো বিভিন্ন গ্রাহককে বাণিজ্যিক ভ্যালুভিত্তিক উপাত্তসমূহ একটি 'সাধারণ উপাত্তভান্ডার' থেকে সরবরাহ করে। এ ধরনের উপাত্তসমূহ নির্দিষ্ট গ্রাহকের বিপণন গবেষণা সমস্যায় ব্যবহারের জন্য দেওয়া হয়। এ উপাত্তগুলো তিনভাবে অর্জন করা যায়। যথা-

- জরিপ;
- প্যানেল;
- ইলেকট্রনিক স্ক্যানার ডিভাইস।

মাধ্যমিক উপাত্ত মূল্যায়নের মানদন্ড

Criteria for Evaluating Secondary Data

বিপণন গবেষণার মাধ্যমিক উপাত্ত অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ উপাদান। মাধ্যমিক উপাত্তের ভিত্তিতেই প্রাথমিক উপাত্ত সংগ্রহ করা হয়। এজন্য মাধ্যমিক উপাত্তের মান নিয়মিতভাবে মূল্যায়ন করার প্রয়োজন। মাধ্যমিক উপাত্ত মূল্যায়নে ব্যবহৃত মানদন্ডসমূহ নিম্নে দেখানো হলো:

১. **উপাত্ত সংগ্রহের জন্য ব্যবহৃত পদ্ধতিসমূহ নির্দিষ্টকরণ (Specifications of Methodology used to collect data) :** সম্ভাব্য পক্ষপাত চিহ্নিত করার জন্য উপাত্ত সংগ্রহের উৎস ও পদ্ধতিসমূহ পরীক্ষা করা উচিত। পদ্ধতিসমূহ বিবেচনায় অন্তর্ভুক্ত বিষয়গুলো হলো- নমুনার আকার ও প্রকৃতি, সাড়ার হার ও মান, প্রশ্নপত্রের নকশা ও ব্যবস্থাপনা, মাঠকর্মের জন্য ব্যবহৃত প্রক্রিয়া এবং উপাত্ত বিশ্লেষণ ও প্রতিবেদনের প্রক্রিয়া। এ ধরনের কার্যক্রম তথ্যের বিশ্বাসযোগ্যতা তুলে ধরে।

২. **উপাত্তের ভুল ও সঠিকতা (Error and Accuracy of the data):** গবেষণার উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য উপাত্তসমূহ সঠিক কিনা গবেষককে তা অবশ্যই নির্ধারণ করতে হয়। মাধ্যমিক উপাত্তের উৎসের মধ্যে অসংখ্য ভুল থাকতে পারে। যেমন- উপাত্ত সংগ্রহের পদ্ধতি, গবেষণার নকশা, নমুনায়ন, উপাত্ত সংগ্রহ, বিশ্লেষণ ও প্রকল্পের প্রতিবেদনের স্তরের মধ্যে ভুল থাকতে পারে। এজন্য উপাত্তের বিভিন্ন উৎস অনুসন্ধান করা এবং মানসম্মত পরিসংখ্যানগত পদ্ধতি ব্যবহার করা যেতে পারে।

৩. **কখন উপাত্ত সংগ্রহ করা হয়েছে (When the data were collected):** মাধ্যমিক উপাত্তগুলো হালনাগাদ হতে হবে। এ উপাত্ত সংগ্রহ ও প্রকাশের মধ্যে দীর্ঘ সময়ের ব্যবধান থাকতে পারে। গবেষণার সময় হাল-নাগাদ করা না হলে পুরানো মাধ্যমিক উপাত্তের ভ্যালু হ্রাস পায়। ইহা বিপণন গবেষণায় সঠিক ফলাফল নাও আনতে পারে।

৪. **কোনো উদ্দেশ্যে উপাত্ত সংগ্রহ করা হয়েছে (The purpose for which the data were collected):** মাধ্যমিক উপাত্ত বিবেচনার সময় মনে রাখতে হবে কেন উপাত্তগুলো সংগ্রহ করা হয়েছিল। সুনির্দিষ্ট কোনো উদ্দেশ্যকে সামনে রেখে উপাত্ত সংগ্রহ করা হলে অন্য পরিস্থিতিতে তা উপযুক্ত নাও হতে পারে।

৫. **উপাত্তের বিষয়বস্তু (The content of the data):** উপাত্তের প্রকৃতি বা বিষয়বস্তুর প্রতি বিশেষ মনোযোগ দিয়ে প্রধান উপাদানের সংজ্ঞা, পরিমাপকের একক, ব্যবহারের ধরণ এবং সম্পর্ক পরীক্ষা করা উচিত। প্রধান উপাদানের সংজ্ঞা নির্ধারণ করা না হলে অথবা গবেষকের সংজ্ঞার সাথে অসঙ্গতিপূর্ণ উপায়ে সংজ্ঞায়িত করা হলে উপাত্তের ব্যবহারোপযোগিতা সীমিত হয়।

৬. **নির্ভরযোগ্যতা (Dependency):** বিশেষজ্ঞতা, বিশ্বাসযোগ্যতা, সুনাম এবং উৎসের নির্ভরযোগ্যতা পরীক্ষার মাধ্যমে মাধ্যমিক উপাত্তের নির্ভরশীলতা যাচাই করা যেতে পারে। উৎস কর্তৃক প্রদত্ত তথ্যের ব্যবহারকারীদের পরীক্ষা করার মাধ্যমে তথ্যের নির্ভরযোগ্যতা যাচাই করা যেতে পারে। তাছাড়া মাধ্যমিক উপাত্তের মূল উৎস, তৈরিকৃত উপাত্ত বা অর্জিত উপাত্তের প্রাসঙ্গিকতা পরীক্ষা করা প্রয়োজন।

পরিশেষে বলা যায়, মানদণ্ডের ভিত্তিতে মাধ্যমিক উপাত্তসমূহের সঠিকতা ও কার্যকারিতা নিরূপণ করা দরকার। মাধ্যমিক উপাত্তসমূহ সহজে, দ্রুত সংগ্রহ ও ব্যবহার করা গেলেও সঠিকতা ও উপযুক্ততা নিরূপণ করে ব্যবহার করা উচিত। তা না হলে গবেষণার উদ্দেশ্যই ব্যহত হতে পারে।

মাধ্যমিক উপাত্তের সুবিধা ও অসুবিধাসমূহ

Advantage and Disadvantages of Secondary Data

প্রতিটি ক্ষেত্রেই সুবিধার পাশাপাশি কিছুকটা অসুবিধা বিদ্যমান থাকে। গবেষণা কাজে মাধ্যমিক উপাত্তের ব্যবহারেরও তেমনি অনেকগুলো সুবিধার পাশাপাশি বেশ কিছু অসুবিধাও পরিলক্ষিত হয়। বর্তমান গবেষণায় মাধ্যমিক উপাত্তের ব্যবহার বেশ বেড়েছে। কারণ এর ব্যবহার করা অত্যন্ত সহজ এবং অপেক্ষাকৃত কম ব্যয়বহুল। তাছাড়া এ উপাত্তগুলো গবেষককে অনুমান গ্রহণে সহয়তা করে থাকে। মাধ্যমিক উপাত্তের ব্যবহার বহুমুখী। মাধ্যমিক উপাত্ত ব্যবহার না করে বিপণন গবেষণা কার্যক্রম পরিচালনা করা অত্যন্ত কঠিন কাজ। কিছু কিছু বিপণন গবেষণায় শুধুমাত্র মাধ্যমিক উপাত্ত ব্যবহার করা হয়। সমস্যার অনুমান ভিত্তিক গবেষণার সমাধানে মাধ্যমিক উপাত্ত অত্যন্ত কার্যকরী হয়। বিপণন গবেষণার কাজে মাধ্যমিক উপাত্ত অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ উপাদান হলেও এক্ষেত্রে কিছু অসুবিধা লক্ষ্য করা যায়। নিম্নে মাধ্যমিক উপাত্তের সুবিধা-অসুবিধাগুলো আলোচনা করা হলো:

- **মাধ্যমিক উপাত্তের সুবিধাসমূহ**

Advantages of Secondary Data

প্রাথমিক তথ্য সংগ্রহের জন্য নমুনায়নের পরিকল্পনা গ্রহণে কার্যকরী ভূমিকা পালন করে। মাধ্যমিক উপাত্ত ব্যবহারে বেশ কিছু সুবিধা পাওয়া যায়। নিম্নে সুবিধাসমূহ আলোচনা করা হলো:

i. ইহা সমস্যাসমূহ চিহ্নিতকরণে সহায়তা করে।
ii. ইহা গবেষককে সমস্যা সংজ্ঞায়িতকরণে সহায়তা করে।
iii. মাধ্যমিক উপাত্ত সমসার পদ্ধতি উন্নয়নে সহায়তা করে।
iv. ইহা গবেষণা নকশার সঠিক ফর্মূলা বা প্রধান উপাদানগুলো চিহ্নিতকরণে সাহায্য করে।

v. গবেষণার প্রশ্নের সুনির্দিষ্ট উত্তর প্রদান করে এবং কিছু অনুমান পরীক্ষা করে।

vi. প্রাথমিক উপাত্তগুলো অধিকতর অন্তর্জ্ঞানভিত্তিক উপায়ে ব্যাখ্যা করে।

vii. কম সময়ে ও কম খরচে তথ্য সংগ্রহ করা যায় এবং দ্রুত গবেষণা সম্পন্নকরণে ভূমিকা রাখে; এবং

viii. প্রাথমিক উপাত্ত সংগ্রহ ঝামেলাপূর্ণ হলে এ উপায়ে উপাত্ত সংগ্রহের মাধ্যমে গবেষণা প্রকল্প বাস্তবায়ন করা সম্ভব হয়।

পরিশেষে বলা যায়,ভালো ফলাফল প্রাপ্তির জন্য বিপণন গবেষণায় প্রাথমিক তথ্যের পাশাপাশি মাধ্যমিক উপাত্ত ব্যবহার করার প্রয়োজন হয়। মাধ্যমিক উপাত্তের গুরুত্ব বিবেচনা করে আজকাল অনেক গবেষণা প্রতিষ্ঠান বাণিজ্যিক ভিত্তিতে এ তথ্য সরবরাহ করছে।

- **মাধ্যমিক উপাত্তের অসুবিধাসমূহ**

Disadvantages of Secondary Data

বিপণন গবেষণার কাজে মাধ্যমিক উপাত্ত অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ উপাদান। কারণ মাধ্যমিক উপাত্ত ব্যবহার করা ছাড়া সঠিকভাবে প্রাথমিক উপাত্ত সংগ্রহ করা যায় না। কিন্তু তা স্বত্ত্বেও বিপণন গবেষণায় মাধ্যমিক উপাত্ত ব্যবহারে বেশ কিছু অসুবিধা লক্ষ্য করা যায়। নিম্নে অসুবিধাগুলো আলোচনা করা হলো:

১. **উপাত্তসমূহ পুরানো (Data are outdated):** মাধ্যমিক তথ্যগুলো যদি বেশি পুরনো হয় তবে তা বর্তমান সমস্যার সাথে সামঞ্জ্যপূর্ণ নাও হতে পারে। কাজেই বর্তমান সমস্যার সমাধানে মাধ্যমিক উপাত্তের ব্যবহার করলে সঠিক ফলাফল নাও পাওয়া যেতে পারে।

২. **নির্ভরযোগ্যতার অভাব (Not dependable):** সঠিক উৎস থেকে তথ্য সংগ্রহ না করলে সে উপাত্তসমূহ নির্ভরযোগ্য নাও হতে পারে। পূর্বের গবেষণা কাজটি জানা যায়না বিধায় এ কাজে সংগৃহীত উপাত্ত নির্ভরযোগ্যতা নিয়ে প্রশ্ন থাকতে পারে।

৩. **শ্রেণিবিভাগ ব্যবহারের উপযোগী নয় (Class definition are not usable):** উপাত্তগুলো সঠিকভাবে শ্রেণি বিভাগ অনুযায়ী সংগ্রহীত নাও হতে পারে।অর্থাৎ সকল শ্রেণির উল্টরদাতার উপস্থিতির অভাব থাকতে পারে।

৪. **পরিমাপক সামঞ্জস্যপূর্ণ নয় (Measurrement) :** পূর্বের গবেষকের সংঙ্গে বর্তমান গবেষকের ব্রবহৃত এককের মিল নাও থাকতে পারে। বর্তমান সমস্যা সমাধানে পরিমাপসমূহ আংশিক ব্যবহারের উপযোগী হতে পারে।

৫. **পুরোপুরি ব্যবহারের উপযোগী নয় (Not comletely usable):** সংগৃহীত উপাত্তগুলো বর্তমান প্রকল্পে পুরোপুরি ব্যবহারের উপযোগি নাও হতে পারে। প্রতিটি গবেষণার নির্দিষ্ট লক্ষ্য বা উদ্দেশ্য থাকে। গবেসণা উদ্দেশ্যের অমিল থাকলে উপাত্তগুলো পুরো পুরি ব্যবহারের উপযোগি হয় না।

৬. **উপাত্তসমূহ পুরানো (Incompatible reporting units):** উপাত্ত সংগ্রহের উদ্দেশ্য, প্রকৃতি ও পদ্ধতি বর্তমান সমস্যা সমাধানের জন্য সঙ্গতিহীন হতে পারে। এক্ষেত্রে ফলাফলে সঠিকতার অভাব হতে পারে।

৭. **পুরোপুরি কার্যকরী নয় (Not completely effective):** বর্তমানা সমস্যা সমাধানে পুরনো উপাত্তসমূহ পুরোপুরি কার্যকরী নাও হতে পারে। কারণ সময়ের প্রেক্ষিতে প্রেক্ষাপট পরিবর্তন হয়।

৮. **নিয়ন্ত্রিত ব্যবহার (Restricted use):** মাধ্যমিক উপাত্তের ব্যবহার উপযোগিতা অত্যন্ত সীমিত। এ উপাত্ত ব্যবহারের ক্ষেত্রে তিন ধরনের সমস্যা দেখা দিতে পারে। যেমন-

- উপাত্তের শ্রেণিবিভাগ প্রয়োজন থেকে ভিন্ন হতে পারে;
- পরিমাপের একক প্রয়োজন অনুযায়ী নাও হতে পারে এবং

- উপাত্ত দীর্ঘদিন আগে সংগৃহীত হয়ে থাকলে তা বর্তমান প্রকল্পে ব্যবহার উপযোগী নাও হতে পারে।

এ ধরণের সমস্যাগুলো পরিহার করার জন্য গবেষককে প্রাপ্ত মাধ্যমিক উপাত্তগুলো ব্যবহারের ক্ষেত্রে অত্যন্ত সতর্কতা অবলম্বন করতে হবে।

সারসংক্ষেপ

কোন বিপণন গবেষণা সংস্থা, বিশ্ববিদ্যালয়, প্রকাশনা অধিদপ্তর, সরকারি বা বেসরকারি সংস্থা কর্তৃক ভিন্ন কোনো উদ্দেশ্যে বা গবেষণার জন্য পূর্বে সংগৃহীত কোন তথ্য বর্তমান গবেষণায় ব্যবহার করা হলে সে তথ্যকে মাধ্যমিক তথ্য বা মাধ্যমিক উপাত্ত বলা হয়। বিপণন গবেষণায় মাধ্যমিক উপাত্তের ব্যবহার বহুমুখী। এ উপাত্তগুলো গবেষককে অনুকল্প গ্রহণে সহয়তা করে। কাজেই মাধ্যমিক উপাত্ত ব্যবহার না করে বিপণন গবেষণা কার্যক্রম পরিচালনা করা বেশ জটিল হতে পারে। অনেক বিপণন গবেষণায় শুধুমাত্র মাধ্যমিক উপাত্ত ব্যবহার করা হয়। কারণ ইহা সহজলব্ধ ও কম ব্যয়বহুল। অনেক সময় মাধ্যমিক উপাত্ত ছাড়া প্রাথমিক উপাত্ত সঠিকভাবে সংগ্রহ করা যায় না।

গবেষণার সঠিক ও নির্ভুল ফলাফল প্রাপ্তির জন্য মাধ্যমিক উপাত্ত সংগ্রহের ক্ষেত্রে অত্যন্ত সতর্কতা অবলম্বন করা উচিত। কারণ পুরনো তথ্য বর্তমান গবেষণার সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ নাও হতে পারে। প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরিণ অথবা বাহ্যিক কোন উৎস থেকে মাধ্যমিক তথ্য সংগ্রহ করা যায়। তবে এক্ষেত্রে একটা সুনির্দিষ্ট মানদন্ড স্থির করা উচিত। উপাত্ত সংগ্রহের জন্য ব্যবহৃত পদ্ধতিসমূহ নির্দিষ্টকরণ, উপাত্তের ভুল ও সঠিকতা নিরূপন, কখন উপাত্ত সংগ্রহ করা হয়েছে তা স্থিরকরণ, কোন উদ্দেশ্যে উপাত্ত সংগ্রহ করা হয়েছে তা মূল্যায়ন এবং উপাত্তের বিষয়বস্তু সম্পর্কে সিদ্ধান্ত গ্রহণই হলো মানদন্ড স্থিরকরণ।

প্রাথমিক উপাত্তের তুলনায় মাধ্যমিক উপাত্ত সংগ্রহ সহজ ও কম ব্যয়বহুল হলেও এক্ষেত্রে বেশ কতকগুলো অসুবিধা লক্ষ্য করা যায়। অনেক বিপণন গবেষণা বিশেষজ্ঞের মতে, মাধ্যমিক উপাত্তের ক্ষেত্রে- অতি পুরানো, নির্ভরযোগ্যতার অভাব, শ্রেণিবিভাগীকরণের অনুপযোগীতা,পরিমাপকের সাথে সামঞ্জস্যহীনতার অভাব, আংশিক কার্যকরীতা ইত্যাদি অনেকগুলো অভিযোগ রয়েছে। কাজেই মাধ্যমিক তথ্যের সঠিকতা ও উপযুক্ততা নিরূপণ করে ব্যবহার করা উচিত। তা না হলে গবেষণার উদ্দেশ্যই ব্যহত হতে পারে।

পাঠ-৪.৩ গুণগত ও পরিমাণগত গবেষণার সংজ্ঞা, গুণগত গবেষণার যৌক্তিকতা ও শ্রেণিবিভাগ, গুণগত গবেষণা ও পরিমাণগত গবেষণার পার্থক্য

Definition and Differerntiation of Qualitative and Quantitative Research, Rational for using Qualitative Research and its Classification.

উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি–

- গুণগত গবেষণার সংজ্ঞা ব্যাখ্যা করতে পারবেন।
- পরিমাণগত গবেষণার সংজ্ঞা মূল্যায়ন করতে পারবেন।
- প্রাথকি উপাত্তঃ গুণগত বনাম পরিমাণগত গবেষণা ব্যাখ্যা করতে পারবেন।
- গুণগত গবেষণার যৌক্তিকতা বিশ্লেয়ণ করতে পারবেন।
- গুণগত গবেষণার শ্রেণিবিভাগ করতে পারবেন।
- গুণগত গবেষণা ও পরিমাণগত গবেষণার পার্থক্য নিরূপন করতে পারবেন।

গুণগত গবেষণার সংজ্ঞা

Definition of Qualitative Research

যে গবেষণায় সমস্যার অন্তর্নিহিত বিষয়গুলো তুলে ধরা হয় এবং সমস্যার বিস্তার অনুধাবনের চেষ্টা করা হয়, তাকে গুণগত গবেষণা বলে। এক্ষেত্রে কোন বিষয় সম্পর্কে জনগণ কী বলে এবং কী করে তা পর্যবেক্ষণের মাধ্যমে উপাত্ত সংগ্রহ, বিশ্লেষণ এবং তা অনুধাবনের চেষ্টা করা হয়। এ গবেষণায় প্রাথমিক ধারণা পাওয়ার জন্য ছোট আকারের নমুনায়নের মাধ্যমে উপাত্ত সংগ্রহ করা।

এ প্রসঙ্গে Malhotra এবং Dash বলেছেন "Qualitative research provides insights and understanding of the problem setting." অর্থাৎ গুণগত গবেষণা সমস্যার অন্তর্নিহিত বিষয় এবং সমস্যা অনুধাবনের বিষয়গুলো তুলে ধরে।

বিপণন গবেষণায় ভোক্তাদের আচরণ এবং কার্যকলাপ সম্পর্কে প্রকৃত ধারণা পেতে গুণগত গবেষণা সহায়ক হয়। এ ধরনের তথ্য সংগ্রহ করার জন্য বিপণন গবেষকরা গুণগত গবেষণা কার্যক্রম গ্রহণ করে। ইদানিং ইন্টারনেটে হরেক রকম তথ্য ভান্ডার বিদ্যমান থাকায় অসংখ্য তথ্যের মধ্য হতে প্রয়োজনীয় তথ্যটি খুঁজে পেতে সমস্যা হয়। তাই অনেক গবেষণায় ঝাঁমেলা এড়াতে গুণগত গবেষণা গ্রহণ করা হয়।

পরিশেষে বলা যায়, সমস্যার অন্তর্নিহিত বিষয়গুলো তুলে ধরা এবং সমস্যার বিস্তরণ অনুধাবনের জন্য গুণগত গবেষণা চালানো হয়।

পরিমাণগত গবেষণার সংজ্ঞা

Definition of Quantitative Research

যে গবেষণার মাধ্যমে উপাত্তের পরিমাণ অনুসন্ধানের চেষ্টা করা হয় এবং উপাত্তগুলো বিভিন্ন পরিসংখ্যানিক উপায়ে বিশ্লেষণের চেষ্টা করা হয় তাকে পরিমাণগত গবেষণা বলা হয়। বর্ণনামূলক গবেষণা বা কারণ অনুসন্ধানমূলক গবেষণা হলো পমিাণগত গবেষণার অন্তর্ভূক্ত।

পরিমাণগত গবেষণা প্রসঙ্গে Malhotra এবং Dash বলেন- "Qualitative research is a research methodology that seeks to quantify the data and typically, applies some form of statistics analysis." অর্থাৎ পরিমাণগত গবেষণা হচ্ছে একটি গবেষণা পদ্ধতি যা উপাত্তের পরিমাণ খুঁজে বের করার চেষ্টা করে এবং ফলাফল পেতে কিছু পরিসংখ্যানিক বিশ্লেষণ প্রয়োগ করে।

পরিমাণগত গবেষণায় অধিক সংখ্যক নমুনা ব্যবহার করে উপাত্ত সংগ্রহ করা হয়। ফলে এ ধরণের গবেষণার উদ্দেশ্য অত্যন্ত সুনির্দিষ্ট হয়। এ পদ্ধতিতে উপাত্ত সংগ্রহের পদ্ধতি পুরোপুরি কাঠামোভিত্তিক হয়। এছাড়া উপাত্তের উৎসসমূহ সুস্পষ্ট ও সু-সংজ্ঞায়িত হয়। এক্ষেত্রে গবেষণার ফলাফলে চূড়ান্ত কার্যকলাপ গ্রহণের সুপারিশ বিদ্যমান থাকে।

পরিশেষে বলা যায়, পরিমাণগত গবেষণায় উপাত্ত বিশ্লেষণের মাধ্যমে ঘটনার কারণ খুঁজে বের করার চেষ্টা করা হয়। এ উপাত্তগুলো সাধারণত পরিসংখ্যানিক উপায়ে বিশ্লেষণ করা হয়।

প্রাথমিক উপাত্ত : গুণগত বনাম পরিমাণগত গবেষণা

Primary data: Qualitative Versus Quantitative Reserch

গুণগত গবেষণা প্রক্রিয়ায় বিভিন্ন সমস্যার অন্তর্নিহিত বিষয়গুলো তুলে ধরা এবং তা সমাধানের চেষ্টা করা হয়। ভোক্তাদের আচরণ ও কার্যকলাপ সম্পর্কে ধারণা পেতে এ ধরণের গবেষণা সহায়তা করে থাকে। অন্য কথায়, যে গবেষণায় সমস্যার অন্তর্নিহিত বিষয়গুলো তুলে ধরা হয় এবং সমস্যার বিস্তরণ অনুধাবনের চেষ্টা করা হয় তাকে গুণগত গবেষণা বলা হয়।

এ বিষয়ে Malhotra এবং Desh বলেছেন, "Qualitative research provides insights and understanding of the problem setting." অর্থাৎ গুণগত গবেষণা সমস্যার অন্তর্নিহিত বিষয় এবং সমস্যা অনুধাবনের বিষয়গুলো তুলে ধরে।

অন্যদিকে, পরিমাণগত গবেষণা হচ্ছে এমন একটি গবেষণা পদ্ধতি যা তথ্য বা উপাত্তের পরিমাণ নির্ণয় করে এবং পরিসংখ্যাগত উপায়ে তা বিশ্লেষণের চেষ্টা করে থাকে।এ বিষয়ে Malhotra এবং Desh বলেছেন, "পরিমাণগত গবেষণার পদ্ধতি যা উপাত্তসমূহের পরিমাণ খুঁজে বের করার চেষ্টা করে এবং কিছু পরিমাণগত বিশ্লেষণ প্রয়োগ করে"।

পরিশেষে বলা যায় যে, গুণগত গবেষণার মাধ্যমে সমস্যার অন্তর্নিহিত বিষয়গুলো তুলে ধরা হয় এবং তা সমাধানের চেষ্টা করা হয়। অপরদিকে, পরিমাণগত গষেণার উপাত্তসমূহের পরিমাণ খুঁজে বের করা হয় এবং উক্ত উপাত্তসমূহ পরিসংখ্যানিক পদ্ধতিতে বিশ্লেষণ করা হয়।

গুণগত গবেষণা ব্যবহারের যৌক্তিকতা/কারণ

Rational for using Qualitative Research

গুণগত গবেষণার মাধ্যমে উদ্ভুত সমস্যার প্রকৃতি এবং তা অনুধাবনের উপাদানগুলো তুলে ধরা হয়। বিপণন গবেষণা কার্যক্রম সুষ্ঠুভাবে পরিচালনার জন্য গুণগত গবেষণার ব্যবহারের বিভিন্ন কারণ রয়েছে। নিম্নে সেগুলো আলোচনা করা হলো:

১. **মূল্যবোধ, আবেগজনিত তাড়না এবং প্রেষণা** (Values, emotional drives and motivations)ঃ মূল্যবোধ, আবেগজনিত তাড়না এবং প্রেষণা ইত্যাদি মানুষের মনের অবচেতন স্তরে প্রচ্ছন্ন থাকে। কিছু আবেগতাড়িত ব্যাপারে সরাসরি প্রশ্ন করলে উত্তর নাও পাওয়া যেতে পারে। এক্ষেত্রে গুণগত পদ্ধতির প্রয়োগ দরকার হয়।

২. **কাঠামোগত আনুষ্ঠানিকতা** (Structural or formal)ঃ সাড়াদানকারীদের নিকট থেকে অনেক সময় সম্পূর্ণ আনুষ্ঠানিক পন্থায় তথ্য সংগ্রহ করা সম্ভব হয় না। এক্ষেত্রে তথ্য সংগ্রহের জন্য গুণগত গবেষণা কৌশল গ্রহণ করা প্রয়োজন।

৩. **ইন্দ্রিয় অনুভূতি** (Sensory feelings)ঃ ক্রেতাদের জন্য কোন অনুভূতি অধিকতর কার্যকরী তা গুণগত গবেষণার মাধ্যমে জানা যায়। পণ্য সম্পর্কে ভোক্তার অনুভুতি সম্পর্কে জানতে গবেষককে গুণগত পদ্ধতির প্রয়োগ দরকার হয়।

৪. **অনিচ্ছুক এবং অক্ষম** (Unwilling and unable) : জনগণ কোন নির্দিষ্ট প্রশ্নের উত্তর দিতে অনিচ্ছুক বা অসমর্থ্য হতে পারে। প্রশ্নের উত্তর তাদের গোপনীয়তা বিনষ্ট বিব্রত করা অথবা তাদের আত্নমর্যাদা বা সামাজিক মর্যাদার নেতিবাচক প্রভাব ফেললে তারা সত্য উত্তর দিতে চায় না। উদাহরণ স্বরূপ বলা যায়, ড্রাগ জাতীয় পণ্য ব্যবহার সম্পর্কে জানতে চাইলে মাদক সেবীরা সঠিক উত্তর দিতে চায় না। এক্ষেত্রে গুণগত গবেষণা পদ্ধতির প্রয়োজন হয়।

গুণগত গবেষণার প্রক্রিয়ার শ্রেণিবিভাগ

Classification fo Qualitative Research Procedure

আমরা জানি, গুণগত গবেষণায় সমস্যার অন্তর্নিহিত বিষয় এবং সমস্যা অনুধাবনের বিষয়গুলো তুলে ধরে। গুণগত গবেষণা পদ্ধতিকে প্রধানত দুই শ্রেণিতে ভাগ করা হয়। যথা:

১. প্রত্যক্ষ পদ্ধতি (Direct Approach)
২. পরোক্ষ পদ্ধতি (Indirect Approach)

১. **প্রত্যক্ষ পদ্ধতি (Direct Approach) :** প্রত্যক্ষ পদ্ধতি হচ্ছে এক ধরণের গবেষণা পদ্ধতি যাতে প্রকল্পের উদ্দেশ্য সাড়াদানকারীর কাছে গোপন রাখা হয় না অথবা সাক্ষাৎকার ধারণের মাধ্যমে সুস্পষ্ট করা হয়। এ পদ্ধতিতে সাড়াদানকারীদের কাছে প্রকল্পের উদ্দেশ্য সম্পর্কে বলা হয় এবং প্রশ্ন করার মাধ্যমে তাদের কাছে স্পষ্টতা প্রতীয়মান করা হয়। প্রত্যক্ষ পদ্ধতিতে দু'টি কৌশলে উপাত্ত সংগ্রহ করা হয়। যথা:
(ক) ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকার, (Focus group interview)
(খ) নিবিড় সাক্ষাৎকার (Depth interview).

২. **পরোক্ষ পদ্ধতি (Indirect Approach) :** পরোক্ষ পদ্ধতি হচ্ছে এক ধরনের গুণগত গবেষণা পদ্ধতি যাতে প্রকল্পের উদ্দেশ্য সম্পর্কে সাড়াদানকারীদেও নিকট গোপন রাখা হয়। এ পন্থায় উপাত্ত সংগ্রহে প্রদর্শনের বিভিন্ন পদ্ধতি ব্যাপক ভাবে ব্যবহার করা হয়। যেমন:
(ক) অনুষঙ্গ কৌশল (Association techniques);
(খ) সম্পাদন কৌশল (Completion techniques);
(গ) গঠনমূলক কৌশল (Construction techniques);
(ঘ) অভিব্যক্তিমূলক কৌশল (Expressive techniques).

গুণগত গবেষণা ও পরিমাণগত গবেষণার পার্থক্য

Differences between qualitative Research and Quantitative Research

গুণগত গবেষণার মাধ্যমে বিপণনের সমসার অন্তর্নিহিত কারণ জানার চেষ্টা করা হয়। অপরদিকে, পরিমাণগত গবেষণায় উপাত্তসমূহের পরিমাণ খুঁজে বের করার চেষ্টা করা হয়। ফলে উভয় গবেষণার মধ্যে কিছু মৌলিক পার্থক্য লক্ষ্য করা যায়। নিম্নে সেগুলো আলোচনা করা হলো:

পার্থক্যের বিষয়	গুণগত গবেষণা	পরিমাণগ গবেষণা
সংজ্ঞা	যে গবেষণায় অন্তর্নিহিতি বিষয়গুলো তুলে ধরা হয় এবং সমস্যার বিস্তার জানার চেষ্ট করা হয় তাকে গুণগত গবেষণা বলে।	যে গবেষণায় উপাত্তসমূহের পরিমাণ খুঁজে বের করার চেষ্ট করা হয় এবং উপাত্তগুলো বিশ্লেষণ করা হয় তাকে পরিমাণগত গবেষণা বলে।
নমুনা	প্রতিনিধিত্বমূলক নয় এমন একটি ছোট আকারের নমুনার ভিত্তিতে এ গবেষণা পরিচালিত হয়।	প্রতিনিধিত্বমূলক বড় আকারের নমুনার ভিত্তিতে এ গবেষণা পরিচালিত হয়।
উপাত্ত সংগ্রহ	এ গবেষণার অনানুষ্ঠানিক পদ্ধতিতে উপাত্ত সংগ্রহ করা হয়।	এ গবেষণায় আনুষ্ঠানিক পদ্ধতিতে উপাত্ত সংগ্রহ করা হয়।
উদ্দেশ্য	অন্তর্নিহিত কারণ এবং প্রেষণা সম্পর্কে গুণগত অনুধাবনের লক্ষ্যে এ গবেষণা পরিচালিত হয়।	উপাত্তসমূহের পরিমাণ খুঁজে বের করার চেষ্টা করে এবং কিছু পরিমাণগত বিশ্লেষণ প্রয়োগ করে।
ফলাফল	প্রাথমিক গবেষণার বিষয় অনুধাবনের জন্য গুণগত গবেষণার উন্নয়ন করা হয়।	চূড়ান্ত কার্যকলাপ গ্রহণের জন্য পরিমাণগত গবেষণার উন্নয়ন করা হয়।

উপাত্ত বিশ্লেষণ	উপাত্তের ফলাফলকে পরিসংখ্যানিক উপায়ে বিশ্লেষণ করা হয় না।	উপাত্তের ফলাফল বিভিন্ন পরিসংখ্যানিক উপায়ে বিশ্লেষণ করা হয়।

সারসংক্ষেপ

যে গবেষণায় সমস্যার অন্তর্নিহিত বিষয়গুলো তুলে ধরা হয় এবং সমস্যার বিস্তার অনুধাবনের চেষ্টা করা হয় তাকে গুণগত গবেষণা বলা হয়। এক্ষেত্রে কোন বিষয় সম্পর্কে জনগণ কী বলে এবং কী করে তা পর্যবেক্ষণের মাধ্যমে উপাত্ত সংগ্রহ, বিশ্লেষণ এবং তা অনুধাবনের চেষ্টা করা হয়।

অপরপক্ষে, পরিমাণগত গবেষণা হচ্ছে এমন একটি গবেষণা পদ্ধতি যা তথ্য বা উপাত্তের পরিমাণ নির্ণয় করে এবং পরিসংখ্যাগত উপায়ে তা বিশ্লেষণের চেষ্টা করে থাকে। পরিমাণগত গবেষণার পদ্ধতি যা উপাত্তসমূহের পরিমাণ খুঁজে বের করার চেষ্টা করে এবং কিছু পরিমাণগত বিশ্লেষণ প্রয়োগ করে।

সংক্ষেপে বলা যায়,গুণগত গবেষণা সমস্যার অন্তর্নিহিত বিষয় এবং সমস্যা অনুধাবনের বিষয়গুলো তুলে ধরে। পরিমাণগত গবেষণার পদ্ধতি যা উপাত্তসমূহের পরিমাণ খুঁজে বের করার চেষ্টা করে এবং কিছু পরিমাণগত বিশ্লেষণ প্রয়োগ করে।

পাঠ-৪.৪ ফোকাস গ্রুপ: শ্রেণিবিভাগ, সাক্ষাৎকারের সংজ্ঞা ও বৈশিষ্ট্য, পরিচালনার পদক্ষেপসমূহ এবং এর সুবিধা-অসুবিধাসমূহ।

Focus Group: Classifications, Definition Characteristics Interview, The steps of Conducting Focus Group and its Advantages & Disadvantages.

উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি–

- ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকারের সংজ্ঞা বিশ্লেষণ করতে পারবেন।
- ফোকাস গ্রুপের বৈশিষ্ট্য সম্পর্কে জানতে পারবেন।
- ফোকাস গ্রুপের সুবিধা-অসুবিধা বর্ণনা করতে পারবেন।
- ফোকাস গ্রুপ পরিচালনার পদক্ষেপ বা ধাপসমূহ বর্ণনা করতে পারবেন।

ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকার

Focus Group Interview

বিপণন গবেষণায় ফোকাস গ্রুপ স্বাক্ষাৎকার একটি অত্যন্ত জনপ্রিয় পদ্ধতি। সাড়াদানকারীদেরকে ছোট ছোট উপ-দলে বিভক্ত কওে একজন প্রশিক্ষিত সমন্বয়কারীর মাধ্যমে অনানুষ্ঠানিক ও স্বাভাবিক পন্থায় সাক্ষাৎকার গ্রহণ করাকে ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকার বলে। সাধারণত কোন একটা সুনির্দিষ্ট বিষয়ে ৮-১০ জনের একটি দলের সাক্ষাৎকার গ্রহণ করা হয়।

এ প্রসঙ্গে Malhotra এবং Dash বলেছেন, "A focus group is an interview conducted by a trained moderator in a nonstructured and natural manner with a small group of respondents." অর্থাৎ একজন প্রশিক্ষিত সমন্বয়কারীর মাধ্যমে কাঠামোবিহীন ও স্বাভাবিক উপায়ে ছোট ছোট সাড়াদানকারী দলের সাথে সাক্ষাৎকার গ্রহণ করাই হলো ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকার।

বিখ্যাত লেখক Philip Kotler & Keller এর মতে, ফোকাস গ্রুপ হচ্ছে জনমিতিক, মনস্তাত্ত্বিক বা অন্যান্য বিষয় বিবেচনার ভিত্তিতে গবেষক কর্তৃক সতর্কতার সাথে ৬ থেকে ১০ জনকে একত্রিকরণের মাধ্যমে তাদের আগ্রহের বিভিন্ন বিষয় আলোচনা করা।

ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকার পদ্ধতিতে একজন সমন্বয়কারী বা সঞ্চালক প্রথমে আলোচনার সূত্রপাত করেন এবং সামগ্রিকভাবে আলোচনা অনুষ্ঠানটি পরিচালনা করে। তিনি গবেষণার বিষয়বস্তুর অন্তর্নিহিত বিষয়গুলো জানার জন্য অভীষ্ট বাজারের ক্রেতা বা সম্ভাব্য ক্রেতার সাথে আলোচনা করে। এজন্য সাড়াদানকারীদেরকে ছোট ছোট দলে ভাগ করে আলোচনায় অংশগ্রহণের জন্য আমন্ত্রণ জানায় এবং আলোচনার ভিত্তিতে তথ্য সংগ্রহ করা হয়। এ পদ্ধতিটি গুণগত গবেষণার সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ পদ্ধতি। কখনো কখনো আলোচনা অনুষ্ঠান অডিও বা ভিডিও রেকর্ড করে রাখা হয়, যাতে পরে সেগুলো বিশ্লেষণ কওে সিদ্ধান্ত গ্রহণ করা যায়। সুতরাং বলা যায়, ফোকাস গ্রুপ হচ্ছে-

⇒ খোলামেলা আলোচনার মাধ্যমে গুরুত্বপূর্ণ তথ্যসমূহ সংগ্রহের প্রক্রিয়া

⇒ প্রশিক্ষিত সমন্বয়কারী কর্তৃক আলোনার সূত্রপাত করা হয়।

⇒ ৬ থেকে ১০ জনকে নিয়ে গঠিত ছোট ছোট দলের সাক্ষাৎকার গ্রহণ করা

⇒ এটি কাঠামোহীন ও স্বাভাবিক উপায়ে সাক্ষাৎকারভিত্তিক তথ্য সংগ্রহের প্রক্রিয়া এবং

⇒ জনমিতিক, মনস্তাত্তিবক বা অন্যান্য বিষয় বিবেচনার ভিত্তিতে সাড়াদানকারী নির্বাচন করা হয়।

পরিশেষে বলা যায়, সাড়াদানকারীদেরকে ছোট ছোট দলে ভাগ করে প্রশিক্ষিত সমন্বয়কারীর মাধ্যমে আলোচনার ভিত্তিতে তথ্য সংগ্রহের কৌশলই হলো ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকার।

ফোকাস গ্রুপের শ্রেণিবিভাগ
Classification of Focus Group

একজন প্রশিক্ষিত সমন্বয়কারীর মাধ্যমে কাঠামোহীন ও স্বাভাবিক উপায়ে ছোট ছোট সাড়াদানকারী দলের সাথে সাক্ষাৎ গ্রহণ রাই ফেঅকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকার। প্রাথমিক তথ্য সংগ্রহের ক্ষেত্রে ফোকাস গ্রুপ একটি গুরুত্বপূর্ণ সাক্ষাৎ। গবেষণার তথ্য আহরণের জন্য ফোকাস গ্রুপকে তিন শ্রেণিতে ভাগ করা হয়। নিম্নে এ শ্রেণিবিভাগগুলো আলোচনা করা হলো:

১. **অনুসন্ধানমূলক ফোকাস গ্রুপ (Exploratory focus group):** গবেষণা সমস্যা সঠিকভাবে চিহ্নিতকরণে সহায়তা করার লক্ষ্যে গঠিত ফোকাস গ্রুপকে অনুসন্ধানমূলক ফোকাস গ্রুপ বলে। বাজার গবেষণা প্রক্রিয়ায় সহায়তা করার জন্য এ ধরণের ফোকাস গ্রুপ ব্যাপকভাবে ব্যবহৃত হয়।
২. **বস্তুনিষ্ঠ বা নিরপেক্ষ ফোকাস গ্রুপ (Clinical focus group):** উপস্থাপনকারীদের সহায়তায় ব্যক্তির প্রকৃত প্রেষণা এবং অবচেতন মনের অনুভূতির ভিত্তিতে বৈজ্ঞানিক উপায়ে গবেষণা পরিচালনা করা হলে তাকে বস্তুনিষ্ঠ বা নিরপেক্ষ ফোকাস গ্রুপ বলা হয়। এ ধরণের গবেষণায় মনোবিজ্ঞান ও সমাজবিজ্ঞানের অভিজ্ঞতা উপস্থাপন করার প্রয়োজন।
৩. **অভিজ্ঞতাভিত্তিক ফোকাস গ্রুপ (Ecperiencing focus group):** যে সকল আবেগগত কারণে ভোক্তারা পণ্য ক্রয় করে সে সম্পর্কে অভিজ্ঞতা অর্জনে সহায়তাকারী গ্রুপকে অভিজ্ঞতাভিত্তিক ফোকাস গ্রুপ বলে। এ ধরণের ফোকাস গ্রুপ ভোক্তাদের সম্পর্কে এবং তাদের বিভিন্ন ধরনের সুযোগ সুবিধার ব্যাপারে সুস্পষ্ট ব্যাখ্যা প্রদান করে।

পরিশেষে বলা যায় যে, ফোকাস গ্রুপ বিপণন গবেষণা বাস্তবায়নের ক্ষেত্রে একটি কার্যকরী পন্থা। ফোকাস গ্রুপের সহায়তা ছাড়া প্রাথমিক তথ্য সংগ্রহ করা কঠিন। বিবিন্ন ধরনের ফোকাস গ্রুপ বিপণন গবেষণা কার্যক্রমকে গতিশীল করতে সহায়তা করে থাকে।

ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকারের বৈশিষ্ট্যসমুহ
Characteristics of Focus Group Interview

ফোকাস গ্রুপ হলো সাক্ষাৎকার গ্রহণের মাধ্যমে প্রাথমিক তথ্য সংগ্রহের একটি অন্যতম কার্যকরী পন্থা। এ প্রদ্ধতিতে সাড়াদানকারীদের ছোট ছোট দলে বিভক্ত তাদের আগ্রহের বিষয়ে অনানুষ্ঠানিক সাক্ষাৎকার নেওয়ার মাধ্যমে তথ্য সংগ্রহ করা হয়। ফোকাস গ্রুপের বৈশিষ্ট্য নিম্নে আলোচনা করা হলো:

১. পারিপার্শ্বিক অবস্থা (Atmosphere): নমনীয় ও অনানুষ্ঠানিক পারিপার্শ্বিক অবস্থায় সাড়াদানকারী সদস্যদের তাৎক্ষণিক মন্তব্য করতে উৎসাহিত করে। অভিজ্ঞ গবেষকগণ তাদের নিবিড় সাক্ষাৎকার গ্রহণ করে সাড়াদানকারীদের বিশ্বাস, অনুভূতি, ধারণা, মনোভাব, ইত্যাদি জানার চেষ্টা করা হয়।
২. ক্রিয়া-প্রতিক্রিয়া ও দ্বন্দ্ব পরিহার (Avoiding interaction and conflict) : বিভিন্ন পারিপার্শ্বিক বিষয়ে গ্রুপের সদস্যদের মধ্যে পারস্পরিক ক্রিয়া-প্রতিক্রিয়া ও সম্ভাব্য দ্বন্দ্ব গ্রুপের সদস্যরাই পরিহার করে থাকে।
৩. নির্দিষ্ট সময়সীমা (Specific Period of time): ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকারে সময় সুনির্দিষ্ট থাকায় অংশগ্রহণকারীদের সাথে সাড়াদানকারীদের সৌহার্দ্যপূর্ণ সম্পর্ক স্থপন করা সম্ভব হয়।
৪. সামঞ্জস্যপূর্ণ (Homogeneous) : জনমিতিক ও মনস্তাত্ত্বিক বিভিন্ন সামঞ্জস্যপূর্ণ বৈশিষ্ট্যের ভিত্তিতে দলসমূহ গঠন করা হয় এবং প্রতিটি গ্রুপ থেকে তথ্য সংগ্রহের চেষ্টা করা হয়।
৫. সদস্য সংখ্যা (Number of memebers) : প্রতিটি ফোকাস গ্রুপের সদস্য সংখ্যা সাধারণত ৮ থেকে ১২ জন হয়। তবে বিখ্যাত লেখক Phlip Kotler এর বইয়ে ৬ থেকে ১০ জনের সমন্বয়ে দল গঠনের কথা উল্লেখ করেছেন।
৬. ব্যতিক্রমহীনভাবে রেকর্ডকৃত (Invariably recorded) : ফোকাস গ্রুপের সাক্ষাৎকার কখনো ভিডিও টেপ-এ ধারণ ও প্রয়োজনীয় উত্তর লিপিবদ্ধ করা এবং বিশ্লেষণ করা হয়। আবার ভিডিও চিত্রের মাধ্যমে মুখের অভিব্যক্তি এবং শরীরের গতিশীলতা রেকর্ড করার সুবিধা পাওয়া যায়।
৭. প্রতিনিয়ত (Frequntly): ফোকাস গ্রুপের আলোচনা ঘন ঘন অনুষ্ঠিত হলে একমুখী আয়নার ব্যবহারের মাধ্যমে বিশেষজ্ঞরা পাশের ঘর থেকে সেশন পর্যবেক্ষণ করে তথ্য সম্পর্কে নিশ্চিত হতে পারে।

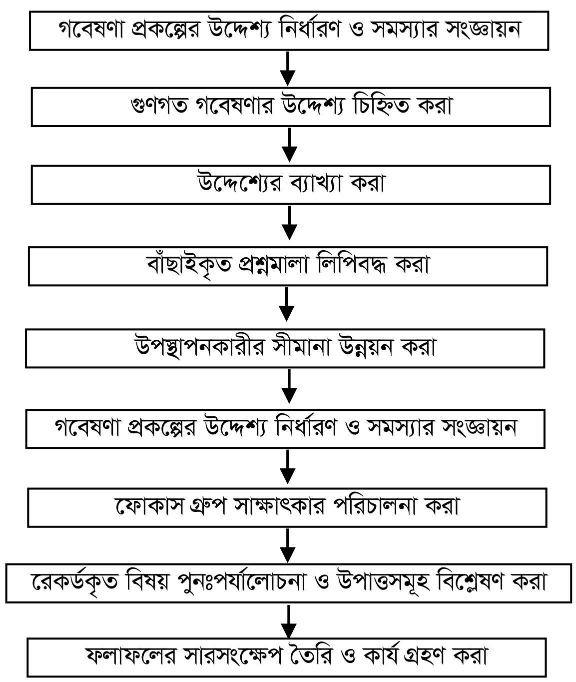
৮. অংশগ্রহণকারীর সংখ্যা (Participants): সুনির্দিষ্ট বৈশিষ্ট্যের ভিত্তিতে অংশগ্রহণকারীদের নির্বাচন করা উচিত। গবেষণায় বিষয়বস্তু বা আলোচ্য বিষয়ে অংশগ্রহণকারীদের পর্যাপ্ত অভিজ্ঞতা থাকা প্রয়োজন। গ্রুপের সদস্যদেরকে একবার মাত্র অংশ গ্রহণের সুযোগ দেয়া উচিত।
৯. দল গঠন (Group formation): সাড়াদানকারীদের দল গঠনের ব্যাপারে বিভিন্ন বিষয় বিবেচনা করা দরকার। যেমন- বয়স, পেশা, লিঙ্গ, পারিবারিক জীবন স্তর, ইত্যাদির উপর ভিত্তি কওে গ্রুপ গঠন করা হয়।
১০. বাস্তব বিন্যস্তকরণ (Physical settings): ফোকাস গ্রুপের সদস্যদেরকে বাস্তবতার নিরিখে বিন্যস্তকরণ আবশ্যক। এজন্য স্বাভাবিকভাবে নিয়ন্ত্রণের বিষয় বিবেচনা করা দরকার।
১১. মূল ভূমিকা (Key role) : ফোকাস গ্রুপের সাফল্যে উপস্থাপনকারী মূল ভূমিকা পালন করে। এজন্য সাক্ষাৎকার পরিচালনাকারীকে অংশগ্রহণকারীদের সাথে সুসম্পর্ক সৃষ্টি করতে হয়। এতে আলোচনা সামনের দিকে এগিয়ে নেয়া এবং সাড়াদানকারীদের নিকট থেকে অন্তর্নিহিত বিষয়গুলো টেনে বের করে আনা সহজ হয়।
১২. মডারেটরের দক্ষতা (Moderator's skill) : মডারেটরের যোগ্যতা, দক্ষতা, অভিজ্ঞতা, আলোচনার বিষয়বস্তু এবং দলীয় গতিশীলতার প্রকৃতি সম্পর্কে অনুধাবনের ক্ষমতা থাকা দরকার। মডারেটরের মূল যোগ্যতা হচ্ছে বিষয়বস্তুর সারসংক্ষেপ তৈরি করার ক্ষমতা।
১৩. ভিডিও সম্প্রচার প্রযুক্তি (Video transmission technology) : ভিডিও সম্প্রচার প্রযুক্তি ব্যবহারের মাধ্যমে অনলাইনের মাধ্যমে গ্রাহকরা প্রত্যন্ত অঞ্চল থেকেও ফোকাস গ্রুপের সেশন পর্যবেক্ষণ করতে পারেন।

পরিশেষে বলা যায় যে, প্রাথমিক উপাত্ত সংগ্রহের একটি অন্যতম পন্থা হলো ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকার। ইদানিং ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকার পদ্ধতি বিশ্বব্যাপী সমাদৃত হচ্ছে। কারণ বিশ্বব্যাপী জনসংখ্যার পার্থক্যের কারণে সুনির্দিষ্ট সংস্কৃতি ও জনগণের প্রকৃতি অনুযায়ী গবেষণা কার্যক্রম বাস্তবায়নের প্রয়োজনীয়তা বৃদ্ধি পাচ্ছে।

ফোকাস গ্রুপ পরিচালনার পদক্ষেপসমূহ

The step of Conducting Focus Groups

বিপণন গবেষণার জন্য বিভিন্ন ধরণের উপাত্ত প্রয়োজন হয়। উপাত্ত দু'ভাবে সংগ্রহ করা যেতে। যথা- প্রাথমিক উপাত্ত এবং মাধ্যমিক উপাত্ত। প্রাথমিক উপাত্ত সংগ্রহের জন্য ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকার অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ পন্থা। ফোকাস গ্রুপ পরিকল্পনা একটি ধারাবাহিক প্রক্রিয়া। নিম্নে ফোকাস গ্রুপ পরিকল্পনা ও পরিচালনার প্রক্রিয়ার ধাপ বা পদক্ষেপসমূহ আলোচনা করা হলো:



চিত্র: ফোকাস গ্রুপ পরিচালনার পদক্ষেপসমূহ

১. **উদ্দেশ্য নির্ধারণ এবং সমস্যার সংজ্ঞায়ন** (Determining the objectives and defining the problem) : বিপণন গবেষণা প্রকল্পের উদ্দেশ্যাবলী পর্যালোচনা করার মাধ্যমে পরিকল্পনার কার্যক্রম শুরু হয়। কার্যক্রমের শুরুতে সমস্যার সংজ্ঞা নির্ধারণ করা হয়। সমস্যা বিভিন্ন ধরণের হতে পারে। তাই এ স্তরে সমস্যার সংজ্ঞায়ন মাধ্যমে গুণগত গবেষণার উদ্দেশ্য স্থির করা উচিত।

২. **উদ্দেশ্য সুনির্দিষ্ট করা** (To Specify the objectives) : গুণগত গবেষণা পরিচালনার এ পর্যায়ে গবেষণার সুনির্দিষ্ট স্থির করতে হবে। সেইসাথে উপাত্ত সংগ্রহের ক্ষেত্রে ফোকাস গ্রুপ, বিনিড় সাক্ষাৎকার নাকি প্রদর্শনমূলক কৌশল গ্রহণ করা উচিত, তা নির্ধারর্ণ করতে হবে।

৩. **উদ্দেশ্যের ব্যাখ্যা করা** (To State the objectives): ফোকাস গ্রুপ পরিকল্পনার এ পর্যায়ে ফোকাস গ্রুপের জন্য উদ্দেশ্যের বিস্তারিত তালিকা তৈরি করা হয়। তালিকার প্রতিটি উপাদানের সুনির্দিষ্ট ব্যাখ্যা থাকা উচিত।

৪. **প্রশ্নমালা প্রণয়ন** (Write a questionnaire) : এ স্তরে সম্ভাব্য সাড়াদানকারীদের জন্য বাঁছাইকৃত প্রশ্নমালা তৈরি হবে। প্রশনমালায় বিভিন্ন বৈশিষ্ট্যসূচক তথ্য অন্তর্ভুক্ত থাকবে।

৫. **উপস্থাপনকারীর সীমানা উন্নয়ন** (Develope a moderator's outline): ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকার গ্রহণের সময় উপস্থাপনকারীর সীমানা বিস্তারিতভাবে পর্যালোচনা করা উচিত। কোন কাজে কে অংশ নিবেন, সাক্ষাৎকার কে গ্রহণ করবেন ইত্যাদি কাজ পূর্বেই স্থির করা উচিত।

৬. **সাক্ষাৎকার পরিচালনা করা** (To Conduct the interview): উপস্থাপনকারীর সীমানা নির্ধারণের পর এ স্তরে অংশগ্রহণকারীদের নির্বাচন করা এবং ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকার বাস্তবায়নের কার্যক্রম গ্রহণ করা হয়। সাক্ষাৎকার গ্রহণের সময় উপস্থাপনকারীকে কিছু বিষয়ের প্রতি গুরুত্ব দিতে হয়। যেমন- (ক) গ্রুপের সাথে সৌহার্দ্যপূর্ণ সম্পর্ক প্রতিষ্ঠা করা, (খ) গ্রুপের মধ্যে ক্রিয়া-প্রতিক্রিয়ার নীতিমালা ব্যাখ্যা করা, (গ) উদ্দেশ্য নির্ধারণ করা, (ঘ) সাড়াদানকারীদের অনুসন্ধান করা এবং সম্পর্কযুক্ত ক্ষেত্রে নিবিড় আলোচনায় প্ররোচিত করা, (ঙ) বর্ধিত সম্মতি নির্ধারণের জন্য গ্রুপের সাড়াদানকারীদের সারসংক্ষেপ তৈরি করা হয়।

৭. **পুনঃপর্যালোচনা ও বিশ্লেষণ করা** (Review and analyze) : এ স্তরে গ্রুপের আলোচিত বিষয় উপস্থাপনকারী বা বিশ্লেষক কর্তৃক পুনঃপর্যালোচনার পর তার ফলাফল বিশ্লেষণ করা হয়। বিশেষজ্ঞ বিশ্লেষকগণ শুধুমাত্র সাড়াদানকারীর মন্তব্য ও ফলাফলের রিপোর্ট প্রদান করেন না বরং তাদের মুখের অভিব্যক্তি ও শরীরের বিভিন্ন অঙ্গ-প্রত্যঙ্গের ভাষার মাধ্যমে ধারাবাহিক সাড়া, নতুন ধারণা, সংশ্লিষ্ট ব্যাপারে পরামর্শ প্রদান করেন।

৮. **সারসংক্ষেপ তৈরি করা ও কার্য গ্রহণ করা** (Summarize the findings and action): ফোকাস গ্রুপ স্থিরকরণের এ পর্যায়ে একটি সুনির্দিষ্ট বিষয়ের উপর নির্ভর করে ফোকাস গ্রুপের সদস্যদের সাক্ষাৎকার গ্রহণ করা হয়। এ স্তরে ফোকাস গ্রুপ সদস্যদেরকে যথাযথ পরিচালনার মাধ্যমে গুরুত্বপূর্ণ অনুমান সৃষ্টি করা যেতে পারে, যা গুণগত গবেষণা পরিচালনার ভিত্তি হতে পারে।

পরিশেষে বলা যায়, ফোকাস গ্রুপ প্রাথমিক উপাত্ত সংগ্রহের অন্যতম একটি পন্থা হওয়ায় সঠিক পরিকল্পনার মাধ্যমে ইহা পরিচালনা করা প্রয়োজন। কারণ পরিকল্পনাহীন গবেষণা কার্যক্রম প্রতিষ্ঠানের জন্য সাফল্য আনতে পারেনা।

ফোকাস গ্রুপের সুবিধা ও অসুবিধাসমূহ

Advantages and Disadvantages of Focus Group

প্রাথমিক তথ্য সংগ্রহের ক্ষেত্রে ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকার একটি গুরুত্বপূর্ণ পদ্ধতি। প্রশিক্ষিত সমন্বয়কারীর মাধ্যমে একজন মডারেটরের সাহায্যে কাঠামোবিহীন ও স্বাভাবিক উপায়ে সাড়াদানকারীদেরকে ছোট ছোট দলে ভাগ করে নিবিড় আলাচনার মাধ্যমে উপাত্ত সংগ্রহের চেষ্টা করা হয়। ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকার একটি জনপ্রিয় পদ্ধতি। গবেষণার বিষয়বস্তুর অন্তর্নিহিত উপদানগুলো জানার জন্য গবেষণার অভীষ্ট বাজারের ক্রেতা বা সম্ভাব্য ক্রেতাদের সাথে খোলামেলা আলোচনা করেন। কম্পিউটার সফট্ওয়ার ব্যবহার করে কখনো কখনো আলোচনা অনুষ্ঠান অডিও বা ভিডিও রেকর্ড করে রাখা হয়। কাজেই এ প্রক্রিয়ায় বেশকিছু সুবিধা পাওয়া যায়। তবে সঞ্চালকের দক্ষতা, হিসাব সংক্রান্ত জটিলতা, নিয়ন্ত্রণের অভাব ইত্যাদি বেশ কিছু জটিলতা পরিলক্ষিত হয়। নিচে ফোকাস গ্রুপের সুবিধা-অসুবিধাগুলো আলোচনা করা হলো:

#ফোকাস গ্রুপের সুবিধাসমূহ

Advantages of Focus Group

আধুনিক গবেষণায় উপাত্ত সংগ্রহ করার ক্ষেত্রে ফোকাস গ্রুপ একটি জনপ্রিয় পদ্ধতু। এ প্রক্রিয়ায় নান ধরণের সুবিধা পাওয়া যায়। এ ক্ষেত্রে বিদ্যমান সুবিধাগুলো নিম্নে তুলে ধরা হলোঃ

১. নিরাপত্তা (Security) : ফোকাস গ্রুপে অংশগ্রহণকারীরা অন্যান্য গ্রুপের সদস্যদেরকে সমপর্যায়ের মনে করায় স্বাচ্ছন্দ্যবোধ করে এবং তাদের ধারণা ও অনুভূমি নির্দ্বিদায় প্রকাশ করতে চায়।

২. কাঠামো (Structure) : ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকারে আলোচিত বিষয়ের আওতা বা কাঠামো নমনীয় এবং অত্যন্ত প্রাসঙ্গিক হয়। ফলে উপাত্ত বিশ্লেষণে বেশ সুবিধা পাওয়া যায়।

৩. গতি (Speed) : একই সময়ে অসংখ্য ব্যক্তির সাক্ষাৎকার নেওয়ার সুযোগ থাকায় উপাত্ত সংগ্রহ এবং বিশ্লেষণের প্রক্রিয়া তুলানামূলকভাবে দ্রুত ও সহজ হয়।

৪. বৈজ্ঞানিক পন্থায় বাঁছাইকরণ (Scientific serutiny) : গ্রুপ সাক্ষাৎকারে উপাত্ত সংগ্রহ প্রক্রিয়া সূক্ষ্ণভাবে যাচাই-বাঁছাই করা সহজতর হয়।

৫. বিশেষায়ণ (Specialization) : এ প্রক্রিয়ার বিভিন্ন স্তরে অসংখ্য বিশেষজ্ঞ এবং প্রশিক্ষিত অংশগ্রহণকারীরা জড়িত থাকেন, ফলে সাক্ষাৎকার সঠিক বা যৌক্তিক হয়।

৬. স্বতঃস্ফূর্ততা (Spontaneity) : অংশগ্রহণকারীদেরকে সুনির্দিষ্ট প্রশ্নের উত্তর দিতে বলা হয় না বলে তারা স্বতঃস্ফূর্ত থাকেন। ফলে তারা গতানুগতিকতা পরিহার করে নির্দ্বিধায় সাড়া দিতে পারেন।

৭. তুষার বল (Snowballing) : এ পদ্ধতিতে অনুকূল স্রোতের ন্যায় দলীয় সাক্ষাৎকার পরিচালনা করা হয়। ফলে এক ব্যক্তির মন্তব্য দলের অন্যান্য সদস্যদের মাধ্যে অতি দ্রুত ছড়িয়ে পড়তে পারে এবং তারা সহজেই প্রতিক্রিয়া ব্যক্ত করতে পারেন।

৮. সিনারজিসম (Synergism) : একজন ব্যক্তি ব্যক্তিগতভাবে যে পরিমাণ তথ্য দিতে পারবেন, একদল ব্যক্তি তার চেয়ে অনেক বেশি তথ্য দিতে পারবেন। ফোকাস গ্রুপে অধিক সদস্য জড়িত থাকায় সিনারসিজম সুবিধা ভোগ করা যায়।

৯. দৈবক্রম বা অপ্রত্যাশিততা (Serendipity) : ব্যক্তিগত সাক্ষাৎকারে চেয়ে গ্রুপ ভিত্তিক সাক্ষাৎকাওে সাড়াদানকারীর নিকট হতে দৈবক্রমে বা অপ্রত্যাশিত কোনো অনুকূল ধারণা বের হয়ে আসতে পারে।

১০. উদ্দীপনা (Stimulation) : সাধারণত সংক্ষিপ্ত সূচনা পর্বের পরে সাড়াদানকারীরা তাদের ধারণা ব্যক্ত করতে চান এবং তাদের অনুভূতি প্রকাশ করেন। ফলে অংশগ্রহণকারীদের মধ্যে উদ্দীপনা বেড়ে যায়।

ফোকাস গ্রুপের অসুবিধাসমূহ

Disadvantages of Focus Group

উপাত্ত সংগ্রহের প্রতিটা কৌশলেরই সুবিধার পাশাপাশি কমবেশি কিছু অসুবিধা বিদ্যমান থাকে। ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকারেও কিছু অসুবিধা লক্ষ্য করা যায়। এগুলোকে 5m দ্বারা প্রকাশ করা হয়। নিম্নে এগুলো আলোচনা করা হলোঃ

১. বিশৃঙ্খলা (Messy) : ফোকাস গ্রুপে অংশগ্রহণকারীদের সাড়াগুলো কাঠামোহীন ও মুক্ত প্রকৃতির হওয়ায় তার সংকেতিকরণ, বিশ্লেষণ এবং ব্যাখ্যাকরণ করা বেশ কঠিন হয়।

২. হিসাবের ভুল (Misjudge) : ফোকাস গ্রুপের ফলাফলে হিসাবের ভুল হতে পারে। যেমন- গ্রাহক এবং গবেষকের দ্বারা ফোকাস গ্রুপ সদস্যরা সুনির্দিষ্টভাবে প্রভাবিত হতে পারে, যা প্রকৃত উপাত্তের সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ নাও হতে পারে।

৩. প্রতিনিধিত্বেও ভুল (Misrepresentation) : ফোকাস গ্রুপের ফলাফল সাধারণ জনসংখ্যার প্রতিনিধিত্ব নাও করতে পারে। এতে প্রাপ্ত ফলাফল সবসময় সিদ্ধান্ত গ্রহণের একক পদ্ধতি হিসেবে ব্যবহার করা হয় না।

৪. অপব্যবহার (Misuse) : ফোকাস গ্রুপ অনুসন্ধানমূলক গবেষণার পরিবর্তে সিদ্ধান্তমূলক গবেষণা হিসেবে বিবেচিত হলে ফলাফলের অপব্যবহার হতে পারে।

৫. সঞ্চালন (Moderation) : ফোকাস গ্রুপ সঞ্চালন বা উপস্থাপন করা বেশ জটিল কাজ। সঞ্চালকের দক্ষতা ও যোগ্যতার উপর ফলাফলের মান ব্যাপকভাবে নির্ভর করে। ফলে সঞ্চালকের উপর গবেষণার ফলাফল নির্ভর করে।

পরিশেষে বলা যায়, ফোকাস গ্রুপের মাধ্যমে পূর্ব নির্ধারিত সঞ্চালক কর্তৃক নির্বাচিত সদস্যেও মতামতের ভিত্তিতে উপাত্ত সংগ্রহ করা হয়। কাজেই এক্ষেত্রে ভুল হীয়া স্বাভাবিক। তদুপরি প্রতিজন অংশগ্রহনকারীর জন্য খরচের পরিমাণও অনেক।

সারসংক্ষেপ

ফোকাস গ্রুপের মাধ্যমে গুণগত গবেষণায় সমস্যার অন্তর্নিহিত বিষয় এবং সমস্যা অনুধাবনের বিষয়গুলো বিস্তারিতভাবে তুলে ধরে। গুণগত গবেষণা পদ্ধতিকে প্রধানত দুই শ্রেণিতে ভাগ করা হয়। যথা:

১. প্রত্যক্ষ পদ্ধতি (Direct Approach)
২. পরোক্ষ পদ্ধতি (Indirect Approach).

বিপণন গবেষণায় ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকার একটি অত্যন্ত জনপ্রিয় পদ্ধতি। এ পদ্বতিতে সাড়াদানকারীদেরকে কয়েকটি ছোট ছোট দলে বিভক্ত করে একজন প্রশিক্ষিত সমন্বয়কারীর মাধ্যমে অনানুষ্ঠানিক ও স্বাভাবিক পন্থায় তাদেও সাক্ষাৎকার গ্রহণ করা হয়। এ পদ্ধতিতে সাধারণত কোন একটা সুনির্দিষ্ট বিষয়ে ৮-১০ জনের একটি দলের সাক্ষাৎকার গ্রহণ করা হয়।

এ প্রসঙ্গে Malhotra এবং Dash বলেছেন, “A focus group is an interview conducted by a trained moderator in a nonstructured and natural manner with a small group of respondents.” অর্থাৎ একজন প্রশিক্ষিত সমন্বয়কারীর মাধ্যমে কাঠামোবিহীন ও স্বাভাবিক উপায়ে ছোট ছোট সাড়াদানকারী দলের সাথে সাক্ষাৎকার গ্রহণ করাই হলো ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকার।

প্রাথমিক উপাত্ত সংগ্রহের জন্য ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকার অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ পন্থা। ফোকাস গ্রুপ পরিকল্পনা একটি ধারাবাহিক প্রক্রিয়া। প্রশিক্ষিত সমন্বয়কারীর মাধ্যমে একজন মডারেটরের সাহায্যে কাঠামোবিহীন ও স্বাভাবিক উপায়ে সাড়াদানকারীদেরকে ছোট ছোট দলে ভাগ করে নিবিড় আলাচনার মাধ্যমে উপাত্ত সংগ্রহের চেষ্টা করা হয়। ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকার একটি জনপ্রিয় পদ্ধতি। গবেষণার বিষয়বস্তুর অন্তর্নিহিত উপদানগুলো জানার জন্য গবেষণার অভীষ্ট বাজারের ক্রেতা বা সম্ভাব্য ক্রেতাদের সাথে খোলামেলা আলোচনা করেন। কম্পিউটার সফট্ওয়ার ব্যবহার করে কখনো কখনো আলোচনা অনুষ্ঠান অডিও বা ভিডিও রেকর্ড করে রাখা হয়। কাজেই এ প্রক্রিয়ায় বেশকিছু সুবিধা পাওয়া যায়। তবে সঞ্চালকের দক্ষতা, হিসাব সংক্রান্ত জটিলতা, নিয়ন্ত্রণের অভাব ইত্যাদি বেশ কিছু জটিলতা পরিলক্ষিত হয়।

পাঠ-৪.৫ নিবিড় সাক্ষাৎকারের সংজ্ঞা, বৈশিষ্ট্য ও প্রকারভেদ, নিবিড় সাক্ষাৎকারের কৌশলসমূহ; নিবিড় সাক্ষাৎকার ও ফোকাস গ্রুপের মধ্যে তুলনামূলক বিশ্লেষণ। Definition, Features, kinds and Techniques of Depth Interview; Comparison within Depth Interview and Focus Group.

উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি–

- নিবিড় সাক্ষাৎকারের সংজ্ঞা ব্যাখ্যা করতে পারবেন।
- নিবিড় সাক্ষাৎকারের প্রকারভেদ
- নিবিড় সাক্ষাৎকারের বৈশিষ্ট্য বর্ণনা করতে পারবেন
- নিবিড় সাক্ষাৎকারের কৌশলসমূহ নিবিড় সাক্ষাৎকার ও ফোকাস গ্রুপের মধ্যে তুলনাকরণ

নিবিড় সাক্ষাৎকারের সংজ্ঞা

Definition of Depth Interviews

গবেষণার বিষয়ের কোন ব্যক্তির অন্তর্নিহিত প্রেষণা, বিশ্বাস, মনোভাব এবং অনুভূতির অনুসন্ধান করার জন্য একজন দক্ষ সাক্ষাৎকার গ্রহণকারী কর্তৃক কোনো একক সাড়াদানকারীর প্রত্যক্ষ সাক্ষাৎকার গ্রহণ করাকে নিবিড় সাক্ষাৎকার বলা হয়। উদাহরণ স্বরূপ বলা যায়, যদি কোনো সাড়াদানকারীর গৃহে অথবা শপিং মলে ব্যক্তিগত সাক্ষাৎকার গ্রহণ করা হয় তবে তা হবে নিবিড় সাক্ষাৎকার।

এ প্রসঙ্গে Malhotra এবং Dash বলেছেন, "নিবিড় সাক্ষাৎকার হচ্ছে কোনো বিষয়ের অন্তর্নিহিত প্রেষণা, বিশ্বাস, মনোভাব ও অনুভূতি প্রভৃত্তি অনুসন্ধানের ব্যাপরে দক্ষ সাক্ষাৎকার গ্রহণকারী কর্তৃক একজন একক সাড়াদানকারীর সাথে কাঠামোহীন, প্রত্যক্ষ ও ব্যক্তিগত সাক্ষাৎকার।"

Burns এবং Bush বলেছেন "A depth interview is a set of probing questions posed one-on-one to a subject by a trained interviewer so as to gain an idea of what the subject thinks about something or why he or she behaves in a certain way." অর্থাৎ, একজন প্রশিক্ষিত সাক্ষাৎকার গ্রহণকারী কর্তৃক এক সেট অনুসন্ধানমূলক একের-পর-এক প্রশ্নের মাধ্যমে কোনো বিষয়ের ব্যাপারে তার চিন্তাধারা এবং কেন সে নির্দিষ্ট পন্থায় আচরণ করে সে সম্পর্কে ধারণা লাভ করাই নিবিড় সাক্ষাৎকার।

কোনো বিষয়ের ব্যাপারে তার চিন্তাধারা এবং কেন সে নির্দিষ্ট পন্থায় আচরণ করে সে সম্পর্কে ধারণা লাভ করাই নিবিড় সাক্ষাৎকার।

নিবিড় সাক্ষাৎকার গুণগত উপাত্ত সংগ্রহের একটি পদ্ধতি। এ ধরণের সাক্ষাৎকার থেকে কোনো নতুন নকশা, বিজ্ঞাপন এবং প্রমোশন বার্তার ধারণা পাওয়া যেতে পারে। সুতরাং নিবিড় সাক্ষাৎকারের বৈশিষ্ট্যগুলো হলো-

- নির্দিষ্ট বিষয়ে সাড়াদানকারীর খোলামেলা মন্তব্যের সুযোগ থাকা
- নির্দিষ্ট বিষয়ে ব্যক্তির প্রেষণা, বিশ্বাস, মেনাভাব ও অনুভূতি ানুসন্ধান করা
- প্রাসঙ্গিক বিষয়ে পর্যায়ক্রমে একের পর এক প্রশ্নের মাধ্যমে উপাত্ত সংগ্রহ করা
- গুণগত উপাত্ত সংগ্রহের ব্যক্তিগত সাক্ষাৎকারভিত্তিক পদ্ধতি এবং
- দক্ষ সাক্ষাৎকার গ্রহণকারী কর্তৃক কাঠামোহীন, প্রত্যক্ষ ও ব্যক্তিগত সাক্ষাৎকার গ্রহণ করার পদ্ধতি।

পরিশেষে বলা যায়, একজন প্রশিক্ষিত সাক্ষাৎকার গ্রহণকারীর মাধ্যমে কাঠামোহীন ও প্রত্যক্ষ পদ্ধতিতে নির্দিষ্ট কোনো বিষয়ে সাড়াদানকারীকে একের পর এক প্রশ্ন করে ঐ বিষয়ে তার চিন্তাধারা এবং প্রেষণা, বিশ্বাস, মনোভাব ও অনুভূতি অনুসন্ধান করাই নিবিড় সাক্ষাৎকার।

নিবিড় সাক্ষাৎকারের বৈশিষ্ট্যসমূহ

Features of Depth Interview

নিবিড় সাক্ষাৎকার মূলত ব্যক্তির সাক্ষাৎকারভিত্তিক গুণগত উপাত্ত সংগ্রহের কাঠামোহীন ও প্রত্যক্ষ পদ্ধতি। নিবিড় সাক্ষাৎকার দক্ষ সাক্ষাৎকার গ্রহণকারী কর্তৃক পরিচালিত হয় এবং ব্যক্তিগত সাক্ষাৎকারের মাধ্যমে উপাত্ত সংগ্রহ করা হয়। নিম্নে নিবিড় সাক্ষাৎকারের বৈশিষ্ট্যসমূহ আলোচনা করা হলোঃ

১. সময়ের ব্যাপ্তি (Time Duration) : প্রতিটি সাক্ষাৎকারের সময় সাধারণত ৩০ মিনিট থেকে ১:০০ ঘণ্টার বেশি হয়।
২. স্পর্শকাতর বিষয়ে আলোচনা (Discussion of Sensitive Topics) : এ ধরনের সাক্ষাৎকারে স্পর্শকাতর বিষয়ও আলোচনা করা সম্ভব হয়।
৩. দলীয় প্রভাব (Group Influence) : এ ধরনের আলোচনায় দলীয় কোনো প্রভাব থাকে না।
৪. একজনের পর একজনভিত্তিক পরিচালিত (Conducted on one to one basis) : নিবিড় সাক্ষাৎকারে একসাথে একাধিক জনের সাথে আলোচনা করা হয় না। শুধুমাত্র একজনের সাথেই আলোচনা করা হয়।
৫. প্রশ্নের সঠিক শব্দ ব্যবহার (Specific wording of the questions) : সাক্ষাৎকার গ্রহণের সময় বিষয়বস্তু তুলে ধরার জন্য প্রশ্নের সঠিক শব্দ ব্যবহার করতে হয়।
৬. তথ্য গ্রহণের কাঠামোহীনতা ও প্রত্যক্ষ পন্থা (Unstructured and direct way of obtaining information) : এ প্রক্রিয়ায় তথ্যসংগ্রহের জন্য সুনির্দিষ্ট প্রশ্নমালা সরাসরি অনুসরণ করা হয় না এবং মৌখিক আলোচনার মাধ্যমে তথ্যাবলী সংগ্রহ করা হয়।
৭. সাড়াদানকারীদের সাথে সময় ধার্যকরণ (Scheduling of respondents)ঃ নিবিড় সাক্ষাৎকারে সাড়াদানকারীদের সাথে সময় নির্ধারণ করে আলোচনা করতে হয়।
৮. ব্যক্তিগত সাক্ষাৎকারভিত্তিক পদ্ধতি (Personal interviewing method) : নিবিড় সাক্ষাৎকার মূলত ব্যক্তিগত সাক্ষাৎকার ভিত্তিক পদ্ধতি। এ প্রক্রিয়ায় ব্যক্তির সাথে সরাসরি আলোচনার মাধ্যমে তথ্যসংগ্রহ করা হয়।
৯. ব্যক্তিগত মতামত অনুসন্ধান (Probing person’s personal opinion)ঃ সাক্ষাৎকারের মাধ্যমে সাড়াদানকারীর ব্যক্তিগত মতামত জানার চেষ্টা করা হয়, যাতে সকলের মতামতের প্রতিফলন ঘটে।
১০. প্রশিক্ষিত সাক্ষাৎকার গ্রহণকারী (Trained interviewer) : নিরপেক্ষ ও যথাযথ উপাত্ত পেতে প্রশিক্ষিত সাক্ষাৎকারকারী নিয়োগ দিয়ে সাক্ষাৎকার গ্রহণ করা উচিত।
১১. গোপন মনোভাব উন্মোচন (Uncovering hidden motives) : নিবিড় সাক্ষাৎকার পদ্ধতিতে যে কোন বিষয় সম্পর্কে সাড়াদানকারীর গোপন মনোভাব জানা সম্ভব হয়।

পরিশেষে বলা যায়, নিবিড় সাক্ষাৎকার মূলত সাড়াদানকারীর সাথে সহযোগিতা ও আন্তরিকতার উপর নির্ভর করে। পারস্পরিক সহযোগিতা ব্যতীত এ ধরণের সাক্ষাৎকার ফলপ্রসূ হয় না। তাছাড়া, সাড়াদানকারীরা সুবিধামত সময়ে ও সুবিধাজনক স্থানে সাক্ষাৎকার গ্রহণ করতে পারেন। নিবিড় সাক্ষাৎকারের মূল উদ্দেশ্য হলো একান্ত ব্যক্তিগত আলোচনার মাধ্যমে কাঙ্খিত উপাত্ত সংগ্রহ করা।

নিবিড় সাক্ষাৎকারের কৌশলসমূহ

Techniques of Depth Interviews

নিবিড় সাক্ষাৎকার কৌশল মূলত গবেষণার উপাত্ত সংগ্রহের লক্ষ্যে কাঠামোহীন ও প্রত্যক্ষ পন্থায় কোন নির্দিষ্ট বিষয়ে সাড়াদানকারীর চিন্তাধারা, প্রেষণা, বিশ্বাস, মনোভাব ও অনুভূতি ইত্যাদি অনুসন্ধান করার পদ্ধতি। নিবিড় সাক্ষাৎকারের জন্য তিনটি অত্যন্ত জনপ্রিয় কৌশল রয়েছে। নিচে সেগুলো আলোচনা করা হলো:

১. **সিঁড়ি কৌশল (Laddering technique)** : ভোক্তাদের কাঙ্ক্ষিত ভ্যালুর সাথে পণ্যের গুণাবলি কতটুকু সম্পৃক্ত তা নিবিড় সাক্ষাৎকারের মাধ্যমে খুঁজে বের করার পন্থাকে সিঁড়ি কৌশল বলা হয়। এ প্রসঙ্গে Malhotra এবং Dash বলেছেন-"সিঁড়ি কৌশল হচ্ছে নিবিড় সাক্ষাৎকার আয়োজনের একটি কৌশল যাতে পণ্যের বৈশিষ্ট্য থেকে ব্যবহারকারীর বৈশিষ্ট্যের এক সারি প্রশ্ন উন্নয়ন করা হয়।"

২. **গোপনীয় বিষয়ক প্রশ্ন (Hidden issue questioning)** : ব্যক্তিগত পীড়াদায়ক বিষয়গুলো নিরূপণের লক্ষ্যে স্পর্শকাতর বিষয় সম্পর্কিত নিবিড় সাক্ষাৎকারকে গোপনীয় বিষয়ক প্রশ্ন বলা হয়। যেমন-জন্ম নিয়ন্ত্রণ সামগ্রীর ব্যবহার বা মাদক গ্রহণ সংক্রান্ত প্রশ্নের উত্তর কেউ সহজে দিতে চায় না। এ সংক্রান্ত তথ্য উদঘটন করতে নিবিড় সাক্ষাৎকারের প্রয়োজন হয়। এ প্রসঙ্গে Malhotra এবং Dash বলেছেন,"গোপনীয়তা বিষয়ক প্রশ্ন হচ্ছে এক ধরণের নিবিড় সাক্ষাৎকার যা গভীরভাবে ব্যক্তিগত বিষয়ের সাথে সম্পর্কযুক্ত এ ধরনের ব্যক্তিগত স্পর্শকাতর স্থানগুলোর অবস্থা নির্ণয়ের চেষ্টা করে।"

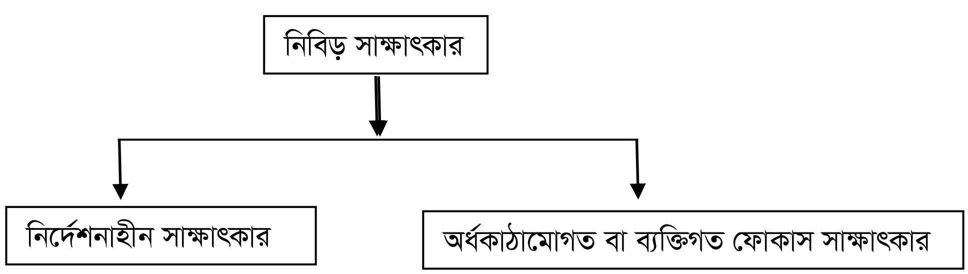
৩. **প্রতীকী বিশ্লেষণ (Symbolic analysis)** : প্রতীকী বিশ্লেষণ হচ্ছে নিবিড় সাক্ষাৎকার পরিচালনার অপর একটি কৌশল যার মাধ্যমে বিপরীত ধরনের বিষয়বস্তুর সাথে তুলনা করে সেগুলোর প্রতীকি বিশ্লেষণ করা হয়। এ প্রসঙ্গে Malhotra এবং Dash বলেছেন- "প্রতীকী বিশ্লেষণের চেষ্টা করে তাদের বিপরীতমুখী বিষয়বস্তুর সাথে তুলনা করে সে বিষয়ের প্রতীকী বিশ্লেষণ করা হয়।"

পরিশেষে বলা যায়, নিবিড় সাক্ষাৎকারের সাফল্যের ক্ষেত্রে সাক্ষাৎকার গ্রহণকারীর ভূমিকা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। সাফল্য অর্জনের জন্য সাক্ষাৎকার গ্রহণকারীর করণীয় বিষয়গুলো হচ্ছে- (ক) শ্রেষ্ঠত্ব প্রদর্শন পরিহার করে সাড়াদানকারীকে সমগোত্রের বলে গণ্য করা, (খ) সাক্ষাৎকারের ক্ষেত্রে ব্যক্তিগত উদ্দেশ্য ও বিষয়াবলি থেকে দূরে থাকা, (গ) অনানুষ্ঠানিক পন্থায় প্রশ্ন জিজ্ঞাসা করা, (ঘ) 'হ্যা' বা 'না' ধরনের সংক্ষিপ্ত উত্তর গ্রহণ করা এবং (ঙ) সাড়াদানকারী অনুসন্ধান করা।

নিবিড় সাক্ষাৎকারের প্রকারভেদ

Types of Depth Interviews

নিবিড় সাক্ষাৎকার পদ্ধতিতে কাঠামোহীন ও প্রত্যক্ষ পন্থায় নির্দিষ্ট কোনো বিষয়ের সাড়াদানকারীর চিন্তাধারা, প্রেষণা, বিশ্বাস, মনোভাব ও অনুভূতি অনুসন্ধান করার চেষ্টা করা হয়। নিবিড় সাক্ষাৎকারকে প্রধাণত দুই শ্রেণিতে ভাগ করা যায়।
নিম্নে নিবিড় সাক্ষাৎকারের শ্রেণিবিভাগগুলো আলোচনা করা হলো:



চিত্র: নিবিড় সাক্ষাৎকারের শ্রেণিবিভাগ

১. **নির্দেশনাহীন সাক্ষাৎকার (Nondirective interviews)** : নির্দেশনাহীন সাক্ষাৎকার পদ্ধতিতে সাক্ষাৎকার গ্রহণকারীর আগ্রহের বিষয়ে সাড়াদানকারীকে উত্তর দেওয়ার স্বাধীনতা দেওয়া হয়। এখানে সাড়াদানকারীকে কোনো প্রকার নির্দেশনা দেয়া হয় না। যে কোন বিষয়ে সাক্ষাতদানকারী স্বাধীনভাবে তাদের মতমত প্রদানের স্বাধীনতা পায়।

সাক্ষাৎকার সাধারণত এক থেকে দুই ঘণ্টা ব্যাপী অনুষ্ঠিত হয় এবং পরবর্তীতে তা ব্যাখ্যা করার জন্য সেগুলোর রেকর্ড সংরক্ষণ করা হয়। তবে এক্ষেত্রে-

- ➢ সাক্ষাৎকার গ্রহণকারীকে অভিজ্ঞ হতে হয়;
- ➢ সাক্ষাৎকার উদ্দেশ্যহীন ও নমনীয় হওয়া উচিত;
- ➢ মুক্ত আলোচনা পরিবেশ বিদ্যমান থাকা উচিত।

২. **অর্ধকাঠামোগত বা ব্যক্তিগত ফোকাস সাক্ষাৎকার** (Semi-structured or focused individual interviews) **:** সুনির্দিষ্ট বিষয় বস্তুর তালিকা বা উপ-বিভাগের আওতা অনুযায়ী সাক্ষাৎকার গ্রহণের প্রচেষ্টাকে অর্ধকাঠামোগত বা ব্যক্তিগত ফোকাস সাক্ষাৎকার বলে।

এ পদ্ধতিতে প্রতিটি প্রশ্নের জন্য সময় নির্ধারণ, সঠিক শব্দের ব্যবহার এবং সময় বরাদ্দ সাক্ষাৎকার গ্রহণকারীর নির্দেশনার ভিত্তিতে হয়। ব্যস্ত নির্বাহী এবং কারিগরি বিশেষজ্ঞগণ সাক্ষাৎকার গ্রহণের প্রতিটি পদক্ষেপে অত্যন্ত কার্যকর ভূমিকা রাখেন। উন্মুক্ত কাঠামোর মাধ্যমে অপ্রত্যাশিত ঘটনা বা মনোভাব জানা যায়। এ ধরণের সাক্ষাৎকার তথ্য গ্রহণকারীর দক্ষতার উপর অনেকটা নির্ভরশীল। যেমন-

- নির্ভরযোগ্য ব্যক্তিরা তাদের নিজস্ব পন্থায় অভিজ্ঞ সাড়াদানকারীদের সাথে সম্পর্ক স্থাপন করেন।
- সাক্ষাৎকার যতটা সম্ভব সংক্ষিপ্ত করা উচিত।
- সাক্ষাৎকারের রেকর্ড সংক্ষণ করা কঠিন। কারণ কিছু নির্বাহী রেকর্ড করা পছন্দ করে না।
- এ ধরনের গবেষণার জন্য উপযুক্ত সাড়াদানকারী চিহ্নিত করা সহজসাধ্য নয়।

পরিশেষে বলা যায় যে, পণ্যের সুবিধাবলী চিহ্নিতকরণ এবং অন্তর্নিহিত সৃজনশীল বিষয়গুলো ব্যবহারের জন্য ভোক্তা বাজারে এ কৌশল ব্যবহার করা হয়। দক্ষ সাক্ষাৎকার গ্রহণকারী অনুসন্ধানমূলক উত্তর দেওয়ার জন্য সাড়াদানকারীকে তার নিজস্ব পন্থায় উদ্বুদ্ধ করতে হয়।

নিবিড় সাক্ষাৎকার ও ফোকাস গ্রুপের তুলনাকরণ

Comparison with Depth Interviews and Focus Group

নিবিড় সাক্ষাৎকার ও ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকার দু'টির মাধ্যমেই উপাত্ত সংগ্রহ করা হয়। তথাপি উভয় পদ্ধতির মধ্যে কিছু পার্থক্য লক্ষ্য করা যায়। নিম্নে তুলনাকরণগুলো বা পার্থক্যগুলো আলোচনা করা হলো:

পার্থক্যের বিষয়	**নিবিড় সাক্ষাৎকার (Depth interview)**	**ফোকাস গ্রুপ (Focus group)**
সংজ্ঞা	কোন বিষয়ের অন্তর্নিহিত প্রেষণা, মনোভাব ও অনুভূতি অনুসন্ধানের ব্যাপারে দক্ষ সাক্ষাৎকার কর্তৃক একজন সাড়াদানকারীর সাথে প্রত্যক্ষ ও ব্যক্তিগত সাক্ষাৎকারই হচ্ছে নিবিড় সাক্ষাৎকার।	সাড়াদানকারীদের ছোট ছোট দলের সাথে আনুষ্ঠানিক ও স্বাভাবিক উপায়ে প্রশিক্ষিত সমন্বয়কারীর মাধ্যমে সাক্ষাৎকার গ্রহণ করাকে ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকার বলে।
প্রভাব	একজন সাড়াদানকারী থাকায় অন্য সাড়াদানকারীদের দ্বারা প্রভাবিত হওয়ার সম্ভাবনা নেই।	গ্রুপভিত্তিক সাড়া অন্য গ্রুপের মতামত দ্বারা প্রভাবিত হতে পারে।
দলীয় চাপ	দলীয় চাপের চ্যালেঞ্জিং নাও হতে পারে।	দলীয় চাপ চ্যালেঞ্জিং হতে পারে।
প্রতিযোগিতা	একজন সাড়াদানকারী থাকায় এবং সাক্ষাৎকার গ্রহণকারীর একক নেতৃত্বের ফলে প্রতিযোগিতার সম্ভাবনা নাই।	সাড়াদানকারীর কথা বলার সময় একে অপরের সাথে প্রতিযোগিতায় লিপ্ত হতে পারে।
উদ্দীপক	ব্যাপক হারে উদ্দীপক উপকরণ ব্যবহার করা হয়।	সীমিত পরিমাণে উদ্দীপক উপকরণ ব্যবহার করা হয়।
তথ্যের পরিমাণ	তথ্য সংগ্রহ ও ফলাফল বিশ্লেষণে অনেক তথ্য প্রয়োজন হয়। ফলে খরচ বেশি হয়।	সাধারণত স্বল্প সময়ে কম খরচে অধিক তথ্য সংগ্রহ করা সম্ভব হয়।

সারসংক্ষেপ

প্রশিক্ষিত সমন্বয়কারীর মাধ্যমে একজন মডারেটরের সাহায্যে কাঠামোবিহীন ও স্বাভাবিক উপায়ে সাড়াদানকারীদেরকে ছোট ছোট দলে ভাগ করে নিবিড় আলোচনার মাধ্যমে উপাত্ত সংগ্রহের চেষ্টা করা হয়। ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকার একটি জনপ্রিয় পদ্ধতি। গবেষণার বিষয়বস্তুর অন্তর্নিহিত উপদানগুলো জানার জন্য গবেষণার অভীষ্ট বাজারের ক্রেতা বা সম্ভাব্য ক্রেতাদের সাথে খোলামেলা আলোচনা করেন। কম্পিউটার সফট্ওয়ার ব্যবহার করে কখনো কখনো আলোচনা অনুষ্ঠান অডিও বা ভিডিও রেকর্ড করে রাখা হয়। কাজেই এ প্রক্রিয়ায় বেশ কিছু সুবিধা পাওয়া যায়। তবে সঞ্চালকের দক্ষতা, হিসাব সংক্রান্ত জটিলতা, নিয়ন্ত্রণের অভাব ইত্যাদি বেশ কিছু জটিলতা পরিলক্ষিত হয়।
নিবিড় সাক্ষাৎকারের সাফল্যের ক্ষেত্রে সাক্ষাৎকার গ্রহণকারীর ভূমিকা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। সাফল্য অর্জনের জন্য সাক্ষাৎকার গ্রহণকারীর করণীয় বিষয়গুলো হচ্ছে- (ক) শ্রেষ্ঠত্ব প্রদর্শন পরিহার করে সাড়াদানকারীকে সমগোত্রের বলে গণ্য করা, (খ) সাক্ষাৎকারের ক্ষেত্রে ব্যক্তিগত উদ্দেশ্য ও বিষয়াবলি থেকে দূরে থাকা, (গ) অনানুষ্ঠানিক পন্থায় প্রশ্ন জিজ্ঞাসা করা, (ঘ) 'হ্যা' বা 'না' ধরনের সংক্ষিপ্ত উত্তর গ্রহণ করা এবং (ঙ) সাড়াদানকারী অনুসন্ধান করা।

পাঠ-৪.৬ প্রদর্শন কৌশলের সংজ্ঞা ও শ্রেণিবিভাগ এবং প্রয়োগক্ষেত্রসমূহ
Definition, Classification and Applications of Projective Techniques.

উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি–

- প্রদর্শন কৌশলের সংজ্ঞা ব্যাখ্যা করতে পারবেন।
- প্রদর্শন কৌশলের শ্রেণিবিভাগ বর্ণনা করতে পারবেন।
- প্রদর্শন কৌশলের প্রয়োগক্ষেত্রসমূহ বর্ণনা করতে পারবেন।
- ফোকাস গ্রুপ, নিবিড় সাক্ষাৎকার ও প্রদর্শন কৌশলের তুলনা করতে পারবেন।

প্রদর্শন কৌশলের সংজ্ঞা
Definition of Projective Techniques

প্রদর্শন কৌশল হচ্ছে উদ্দীপনামূলক কার্যক্রম প্রদর্শন করে এমন পরিস্থিতি সৃষ্টি করা, যাতে সাড়াদানকারী নিজেরাই তাদের গোপন তথ্য ফাঁস করে দেয় যা সরাসরি প্রশ্নের মাধ্যমে জানা যায় না। এ প্রসঙ্গে Malhotra এবং Dash বলেন, "প্রদর্শন কৌশল হচ্ছে একটি কাঠামোহীন পরোক্ষ প্রশ্নের ধরন, যাতে সাড়াদানকারীদেরকে নির্দিষ্ট বিষয়ের অন্তর্নিহিত প্রেষণা, বিশ্বাস, মনোভাব বা অনুভূতি প্রকাশ করার জন্য উৎসাহিত করা হয়।"

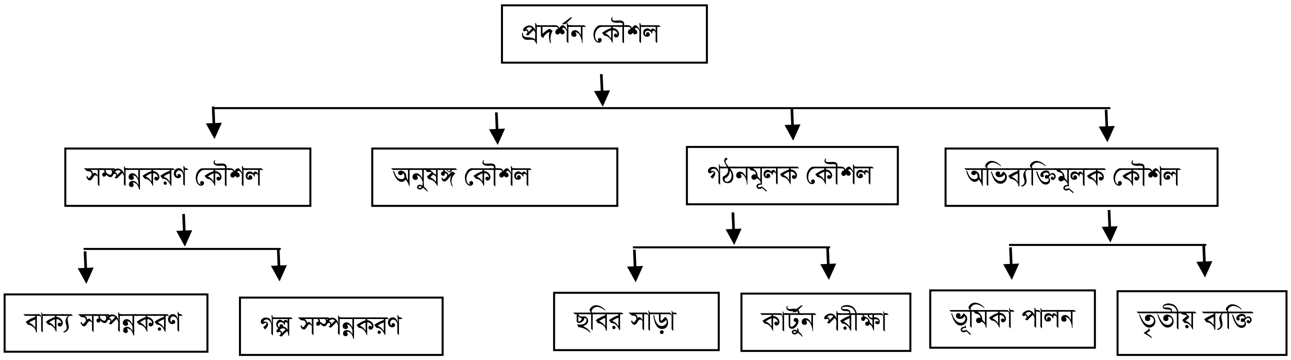
Burns এবং Bush এর মতে, "Projective technique involve stimulations in which participants are placed in (projective into) simulated activities in the hopes that they will divulge things about themselves that they might not reveal under direct questioning." অর্থাৎ, প্রদর্শন কৌশলে উদ্দীপক জড়িত যার ভিত্তিতে অংশগ্রহণকারীদেরকে উদ্দীপনামূলক কার্যক্রম দেখানো হয় এবং আশা করা হয় যাতে তারা তাদের গোপন বিষয়গুলো প্রকাশ করবে যেগুলো সরাসরি প্রশ্ন করা হলে তারা প্রকাশ নাও করতে পারে।

সাধারণত যে সকল অভিপ্রায় ব্যাখ্যা বা চিহ্নিত করা কঠিন অথবা সত্য প্রকাশে দ্বিধা-দ্বন্দ্ব থাকার সম্ভাবনা থাকে সেক্ষেত্রে এ কৌশল গ্রহণ করা হয়। এ কৌশলে সাড়াদানকারীকে প্রদর্শিত বিষয়ে বিভিন্ন ব্যক্তির ভূমিকা সম্পর্কে তার নিজস্ব মতামত তুলে ধরার জন্য বলা হয়। এতে পরিস্থিতির প্রেক্ষিতে সাড়াদানকারী তার অগোচরে নিজের প্রেষণা, বিশ্বাস, মনোভাব এবং অনুভূতি প্রকাশ করে। পরে সাড়াদানকারীর তথ্য বিশ্লেষণ করে বিষয় সম্পর্কে তা প্রকৃত মনোভাব জানা যায়। কারণ প্রদর্শন কৌশলে অনিশ্চয়তাসূচক ও অস্পষ্ট বিষয়গুলো প্রকাশ পায়।

পরিশেষে বলা যায়, একটি কাঠামোহীন ও পরোক্ষ প্রক্রিয়া যাতে সাড়াদানকারীদেরকে উদ্দীপনামূলক সংশ্লিষ্ট বিষয় প্রদর্শন করে ঐ বিষয়ে তাদের মনোভাব, বিশ্বাস বা অনুভূতি প্রকাশের জন্য অনুপ্রাণিত করা হয়।

প্রদর্শন কৌশলের শ্রেণিবিভাগ
Classification of Projective Techniques

মনোবিজ্ঞানের মনঃসমীক্ষণ তত্ত্বের ভিত্তিতে প্রদর্শন কৌশল তৈরি করা হয়। এ পদ্ধতিতে পরোক্ষভাবে সাড়াদানকারীর মনোভাব পরিমাপ করা হয়। নিম্নে প্রদর্শন কৌশলের শ্রেণিবিভাগগুলো আলোচনা করা হলো:



চিত্র: প্রদর্শন কৌশলের শ্রেণিবিভাগ

১. **সম্পন্নকরণ কৌশল(Completion techniques):** সম্পন্নকরণ হচ্ছে একটি প্রদর্শন কৌশল যাতে সাড়াদানকারীকে অসম্পূর্ণ পরিস্থিতিতে সম্পন্ন করতে হয়। সম্পন্নকরণ কৌশলের মাধ্যমে সাড়াদান কৌশল প্রদর্শনে কতিপয় উদ্দীপক কৌশল ব্যবহার করা হয়। এ কৌশল হলো:

(ক) বাক্য সম্পন্নকরণ : কতিপয় অসম্পূর্ণ বাক্যকে সম্পূর্ণ করার মাধ্যমে উপাত্ত সংগ্রহের প্রক্রিয়াকে বাক্য সম্পন্নকরণ কৌশল বলা হয়। এ পদ্ধতিতে একটি বাক্যের সূচনা করে সাড়াদানকারীকে তা শেষ করতে বলা হয়। পরে সমাপ্ত বাক্য বিশ্লেষণ করে মতামত যাচাই করা হয়।

(খ) গল্প সম্পন্নকরণ : সাড়াদানকারীকে নির্দিষ্ট বিষয়ে সরাসরি মনোযোগ দেওয়ার জন্য পর্যাপ্ত পরিমাণে গল্পের অংশ বিশেষ দেওয়া হলেও শেষ করার কোনো সূত্র দেওয়া না হলে, তাকে গল্প সম্পন্নকরণ কৌশল বলে।

২. **শব্দ অনুষঙ্গ কৌশল (Word Association techniques) :** শব্দ অনুষঙ্গ হচ্ছে একটি প্রদর্শন কৌশল যাতে সাড়াদানকারীরা শব্দের একটি তালিকা উপস্থাপন করবে। এক সময় একত্রে প্রতিটি শব্দের পরে প্রথমে যে মনে আসে এটিকে বলার জন্য তাদেরকে অনুরোধ করা হয়।

৩. **গঠনমূলক কৌশল (Construction techniques) :** সাড়াদানকারীদের উত্তরসমূহ গল্পের ডায়লগ অথবা বর্ণনা আকারে সংগঠিত করা হলে, তাকে গঠনমূলক কৌশল বলে। গঠনমূলক কৌশলে একজন গবেষক সাড়াদানকারীর জন্য প্রাথমিক কাঠামো তৈরি করে। গঠনমূলক কৌশলের প্রদান দু'টি পক্ষ হলো–

(ক) **ছবির সাড়া :** সাড়াদানকারীকে ছবি দেখিয়ে সে সম্পর্কে তাদের প্রতিক্রিয়া গল্পের আকারে লিখিত নির্দেশনা প্রদান করা হলে, তাকে ছবির সাড়া কৌশল বলা হয়।

(খ) **কার্টুন পরীক্ষা :** কার্টুনে দু'জন ব্যক্তির চরিত্র সমস্যার সাথে সম্পর্কযুক্ত সুনির্দিষ্ট পরিস্থিতি কথপোথনের মাধ্যমে তুলে ধরলে তা পরিমাপ করার পদ্ধতিতে কার্টুন পরীক্ষা বলা হয়।

৪. **অভিব্যক্তি কৌশল (Expressive techniques) :** নির্দিষ্ট মৌখিক দৃশ্যমান পরিস্থিতিতে সংশ্লিষ্ট অন্য জনের অনুভূতি ও মনোভাব সম্পর্কে সাড়াদানকারীকে জিজ্ঞাসা করার মাধ্যমে তার অভিপ্রায় জানার পন্থাকে অবিব্যক্তি কৌশল বলে। এক্ষেত্রে দু'টি কৌশল-

(ক) ভূমিকা পালন : সাড়াদানকারীকে কোন ব্যক্তির আচরণ সম্পর্কিত ভূমিকা অনুমানের জন্য বলা হলে, তাকে অভিব্যক্তি কৌশল বলে।

(খ) তৃতীয় ব্যক্তি কৌশল : তৃতীয় ব্যক্তি কৌশল হচ্ছে একটি প্রদর্শন কৌশল যাতে সাড়াদানকারীর নিকট মৌখিক ও দৃশ্যমান পরিস্থিতি তুলে ধরা হয়। পরে পরিস্থিতির প্রেক্ষিতে সংশ্লিষ্ট তৃতীয় ব্যক্তির বিশ্বাস ও মনোভাবের সাথে সম্পর্ক গড়ে তোলার জন্য বলা হয়।

এছাড়া প্রদর্শন কৌশলের আরো কিছু শ্রেণিবিভাগ লক্ষ্য করা যায়। যেমন- প্রটোকল বিশ্লেষণ, মানবজাতির বিবরণ সম্পর্কিত গবেষণা, মনস্তাত্ত্বিক পরিমাপ ইত্যাদি।

প্রদর্শন কৌশলের প্রয়োগক্ষেত্র

Applications of Projection Techniques

প্রদর্শন কৌশল হচ্ছে একটি কাঠামোহীন পরোক্ষ প্রশ্নের ধরণ যাতে সাড়াদানকারীকে নির্দিষ্ট বিষয়ের অন্তর্নিহিত বিশ্বাস, মনোভাব, অনুভূতি ইত্যাদি প্রকাশ করার জন্য অবহিত করা হয়। ফোকাস গ্রুপ ও নিবিড় সাক্ষাৎকার পদ্ধতির চেয়ে প্রদর্শন কৌশল পদ্ধতি বাস্তবক্ষেত্রে কম প্রয়োগ করা হয়। তবে ব্র্যান্ডের নাম পরীক্ষার ক্ষেত্রে প্রদর্শন কৌশল ব্যাপকভাবে ব্যবহার করা হয়। আবার কখনো কখনো কোনো পণ্য, ব্র্যান্ড, প্যাকেজ, বিজ্ঞাপন ইত্যাদি সম্পর্কে মানুষের মনোভাব পরিমাপ করার জন্য এ পদ্ধতি ব্যবহার করা হয়। প্রদর্শন কৌশলকে কার্যকরভাবে ব্যবহার করার জন্য নিম্নোক্ত দিক নির্শেনা মেনে চলা প্রয়োজন।

⇒ জটিল বিষয়বস্তুর ক্ষেত্রে প্রদর্শন কৌশল যেন সহজভাবে উপস্থাপন রকা না হয়।

⇒ যদি ফোকাস গ্রুপ ও নিবিড় সাক্ষাৎকার পদ্ধতির মাধ্যমে তথ্য সংগ্রহ করা সম্ভব না হয়, তখন প্রদর্শন কৌশল ব্যবহার করা উচিত।

⇒ প্রাথমিকভাবে অন্তর্নিহিত বিষয় ও অনুধাবনের সুবিধা অর্জনের জন্য প্রদর্শন কৌশল ব্যবহার করা উচিত।

উপর্যুক্ত আলোচনার প্রেক্ষিতে বলা যায়, সঠিক উপায়ে প্রদর্শন কৌশল ব্যবহার করা হলে গবেষণার ফলাফল সঠিক হয়।

ফোকাস গ্রুপ, নিবিড় সাক্ষাৎকার ও প্রদর্শন কৌশলের তুলনাকরণ

Comparison of Focus Groups, Depth Interviews and Projective Techniques

ফোকাস গ্রুপ নিবিড় সাক্ষাৎকার ও প্রদর্শন কৌশলের মধ্যে বেশ কিছু বিষয়ে পার্থক্য পরিলক্ষিত হয়। নিম্নে এদের মধ্যকার তূলনামূলক পার্থক্য উপস্থাপন করা হলো:

পার্থক্যের বিষয়	ফোকাস গ্রুপ	নিবিড় সাক্ষাৎকার	প্রদর্শন কৌশলসমূহ
কার্যকারিতা	অত্যন্ত কার্যকরী	কার্যকরী	সবক্ষেত্রে কার্যকরী নয়
কাঠামোর মাত্রা	উচ্চ	মধ্যম	নিম্ন/কম
সঞ্চালকের পক্ষপাত	তুলনামূলক মধ্যম	তুলনামূলক উচ্চ	নিম্ন থেকে উচ্চ
ব্যক্তিক সাড়াদানকারী অনুসন্ধান	কম	উচ্চ	মধ্যম
ব্যাখ্যাকরণের পক্ষপাত	কম	মধ্যম	উচ্চ
উদ্ভাবনী তথ্য আবিষ্কার	কম	মধ্যম	উচ্চ
অসাধারণ আচরণে জড়িত থাকে	না	মানিত	হ্যাঁ
সংবেদনশীল তথ্য আহরণ	কম	মধ্যম	উচ্চ

সারসংক্ষেপ

প্রদর্শন কৌশল হচ্ছে একটি কাঠামোহীন পরোক্ষ প্রশ্নের ধরন, যাতে সাড়াদানকারীদেরকে নির্দিষ্ট বিষয়ের অন্তর্নিহিত প্রেষণা, বিশ্বাস, মনোভাব বা অনুভূতি প্রকাশ করার জন্য উৎসাহিত করা হয়। এ কৌশলে সাড়াদানকারীকে প্রদর্শিত বিষয়ে বিভিন্ন ব্যক্তির ভূমিকা সম্পর্কে তার নিজস্ব মতামত তুলে ধরার জন্য বলা হয়। এতে পরিস্থিতির প্রেক্ষিতে সাড়াদানকারী তার অগোচরে নিজের প্রেষণা, বিশ্বাস, মনোভাব এবং অনুভূতি প্রকাশ করে। পরে সাড়াদানকারীর তথ্য বিশ্লেষণ করে বিষয় সম্পর্কে তা প্রকৃত মনোভাব জানা যায়। কারণ প্রদর্শন কৌশলে অনিশ্চয়তাসূচক ও অস্পষ্ট বিষয়গুলো প্রকাশ পায়। এছাড়া প্রদর্শন কৌশলের আরো কিছু শ্রেণিবিভাগ লক্ষ্য করা যায়। যেমন- প্রটোকল বিশ্লেষণ, মানবজাতির বিবরণ সম্পর্কিত গবেষণা, মনস্তাত্ত্বিক পরিমাপ ইত্যাদি।

ইউনিট উত্তর মূল্যায়ন

১. মাধ্যমিক উপাত্ত বলতে কী বোঝায়?
২. এাধ্রমিক উপাত্তের গুরুত্ব বর্ণনা করুন।
৩. মাধ্যমিক উপাত্তের শ্রেণিবিভাগ বর্ণনা করুন।
৪. মাধ্যমিক উপাত্ত মূল্যায়নের মানদন্ডসমূহ বর্ণনা করুন।
৫. মাধ্যমিক উপাত্তের সুবিধাবলী বর্ণনা করুন।
৬. মাধ্যমিক উপাত্তের অসুবিধাসমূহ বর্ণনা করুন।
৭. গুণগত গবেষণার সংজ্ঞা ব্যাখ্যা করুন।
৮. পরিমাণগত গবেষণার সংজ্ঞা মূল্যায়ন করুন।
৯. গুণগত গবেষণার যৌক্তিকতা বিশ্লেয়ণ করুন।
১০. গুণগত গবেষণার শ্রেণিবিভাগ বর্ণনা বরুন।
১১. গুণগত গবেষণা ও পরিমাণগত গবেষণার পার্থক্য লিখুন।
১২. ফোকাস গ্রুপ সাক্ষাৎকারের সংজ্ঞা লিখুন
১৩. ফোকাস গ্রুপের বৈশিষ্ট্য সম্পর্কে বর্ণনা করুন।
১৪. ফোকাস গ্রুপের সুবিধা-অসুবিধাসমূহ ব্যাখ্যা করুন।
১৫. ফোকাস গ্রুপ পরিচালনার পদক্ষেপ বা ধাপসমূহ বর্ণনা করুন।
১৬. নিবিড় সাক্ষাৎকারের প্রকারভেদ বর্ণনা করুন।
১৭. নিবিড় সাক্ষাৎকারের কৌশলসমূহ ব্যখ্যা করুন।
১৮. নিবিড় সাক্ষাৎকার ও ফোকাস গ্রুপের মধ্যে তুলনামূলক ব্যাখ্যা লিখুন।
১৯. নিবিড় সাক্ষাৎকারের বৈশিষ্ট্যসমূহ বর্ণনা করুন।
২০. প্রদর্শন কৌশলের সংজ্ঞা দিন।
২১. প্রদর্শন কৌশলের শ্রেণিবিভাগ বর্ণনা করুন।
২২. প্রদর্শন কৌশলের প্রয়োগক্ষেত্রসমূহ বর্ণনা করুন।
২৩. ফোকাস গ্রুপ, নিবিড় সাক্ষাৎকার ও প্রদর্শন কৌশলের তুলনা করুন।

তথ্য সূত্র:

- Boyd & Westfall: Marketingn Research: Text& Cases, All IndiaTraveller Book.
- Naresh K. Malhotra: Marketing Research,Pearson.
- Donald R. Cooper/Pamela S. Schindler, Business Research Method. McGraw Hill. International Edition.
- তাবিবার,জাহের,আলম ও সালাম (২০২৩), বাজারজাতকরণ গবেষণা, মিলেনিয়াম পাবলিকেশন, ঢাকা,
- পামেলা, ক.শ. ও মাহফুজ, মো.আ. (২০১৯), বিপণন ব্যবস্থাপনা. বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়.
- রেজা, ম.স. ও পারভেজ, ম.ম. (২০০৮) বিপণন নীতিমালা. বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়.
- https://dncrp.portal.gov.bd/