

ব্যবসায় গবেষণার সূচনা

Introduction to Business Research



গবেষণা হলো একটি সৃজনশীল কাজ। জ্ঞানভান্ডার বৃদ্ধির জন্য পদ্ধতিগতভাবে সৃজনশীল কাজ হলো গবেষণা। গবেষণা কোনো ঘটনা বা তথ্যের নিশ্চয়তা বা প্রতিষ্ঠা বা পূর্ববর্তী কাজের নিশ্চয়ন বা নতুন বা চলমান সমস্যার সমাধান করে বা প্রচলিত তত্ত্বের সহায়তা নিয়ে নতুন কোনো তত্ত্বের উন্মোচ ঘটায়। একটি গবেষণা প্রকল্প (research project) হতে পারে কোনো সুনির্দিষ্ট ক্ষেত্রের অতীত কার্যক্রমের একটি সম্প্রসারিত রূপ। ব্যবসায় জগতে নতুন কোনো পণ্য বা সেবা বা বাজার অনুসন্ধানপূর্বক নতুন কিছু উদ্ভাবন করাই হলো ব্যবসায় গবেষণা। ব্যবসায় গবেষণার আওতা বা ক্ষেত্র ব্যাপক। ব্যবস্থাপকদের জন্য ব্যবসায় গবেষণার উদ্দেশ্য হলো প্রতিষ্ঠান, বাজার, অর্থনীতি এবং অনিশ্চয়তা সংক্রান্ত জ্ঞান সরবরাহ করা। এ ইউনিট থেকে আপনারা ব্যবসায় গবেষণার সংজ্ঞা, উদ্দেশ্য ও গুরুত্ব, আওতা, প্রকারভেদ, প্রক্রিয়া এবং ব্যবসায় গবেষণার বিবেচ্য বিষয় সম্পর্কে জানতে পারবেন।



ইউনিট সমাপ্তির সময়:

ইউনিট সমাপ্তির সর্বোচ্চ সময় ২ সপ্তাহ

এ ইউনিটের পাঠসমূহ

- পাঠ-১.১ : ব্যবসায় গবেষণার সংজ্ঞা, উদ্দেশ্য ও গুরুত্ব
- পাঠ-১.২ : ব্যবসায় গবেষণার আওতা
- পাঠ-১.৩ : ব্যবসায় গবেষণার প্রকারভেদ
- পাঠ-১.৪ : ব্যবসায় গবেষণার প্রক্রিয়া
- পাঠ-১.৫ : ব্যবসায় গবেষণার বিবেচ্য বিষয়

পাঠ ১.১

ব্যবসায় গবেষণার সংজ্ঞা, উদ্দেশ্য ও গুরুত্ব

Definition, Objectives and Importance of Business Research



উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি—

- ব্যবসায় গবেষণার ধারণা ব্যাখ্যা করতে পারবেন;
- ব্যবসায় গবেষণার উদ্দেশ্য ব্যাখ্যা করতে পারবেন।
- ব্যবসায় গবেষণার গুরুত্ব বিশ্লেষণ করতে পারবেন।

ব্যবসায় গবেষণার সংজ্ঞা

(Definition of Business Research)

ব্যবসায়ের সাথে সম্পর্কিত কোনো সমস্যা, ঘটনা বা বিষয় সম্পর্কে নতুন কোনো জ্ঞান, তথ্য অনুসন্ধানের জন্য যে বৈজ্ঞানিক পদ্ধতি প্রয়োগ করা হয়, তাকে ব্যবসায় গবেষণা বলে। ব্যবসায় সংশ্লিষ্ট সমস্যাসমূহের যৌক্তিক সমাধানের জন্য তথ্য সংগ্রহ এবং সংগৃহীত তথ্যের বিশ্লেষণের সঙ্গে সম্পর্কিত বিষয়ের পদ্ধতিগত, রীতিবদ্ধ ও উদ্দেশ্যভিত্তিক কার্যক্রমকেও ব্যবসায় গবেষণা বলা হয়।

বিভিন্ন গবেষক ও মনীষীগণ ব্যবসায় গবেষণার বিভিন্ন সংজ্ঞা প্রদান করেছেন।

W. G. Zikmund, B. J. Babin, J. C. Car, M. Griffin বলেন, “Business research is the application of the scientific method in searching for the truth about business phenomena. These activities include defining business opportunities and problems, generating and evaluating alternative course of action, and monitoring employee and organizational performance.”

অর্থাৎ ব্যবসায় সম্পর্কিত তথ্যাবলির সত্য সন্ধানের জন্য বৈজ্ঞানিক পদ্ধতির প্রয়োগই হলো ব্যবসায় গবেষণা। এর মধ্যে অন্তর্ভুক্ত বিষয় হলো, ব্যবসায়ের সুযোগ ও সমস্যা সংজ্ঞায়িতকরণ, বিকল্প কার্যক্রম নির্ধারণ ও মূল্যায়ন এবং কর্মী ও প্রাতিষ্ঠানিক কার্য সম্পাদন পর্যবেক্ষণ।

N. K. Malhotra এর মতে, “Business research is the systematic and objective identification, collection, analysis, dissemination, and use of information for the purpose of improving decision making related to the identification and solution of problems and opportunities in business”.

অর্থাৎ ব্যবসায় সমস্যা চিহ্নিতকরণ, সমাধান এবং সুযোগ-সুবিধা সংশ্লিষ্ট সিদ্ধান্ত গ্রহণের উদ্দেশ্যে তথ্যসমূহ পদ্ধতিগত ও উদ্দেশ্যভিত্তিক সনাক্তকরণ, সংগ্রহ, বিশ্লেষণ, প্রচার এবং ব্যবহার করা।

ব্যবসায় সম্পর্কিত সমস্যা সমাধানের জন্য প্রয়োজনীয় তথ্য সংগ্রহ, তথ্য সংগ্রহের পদ্ধতি নির্ধারণ, উপাত্ত ব্যবস্থাপনা ও বাস্তবায়ন, ফলাফল বিশ্লেষণ এবং সিদ্ধান্ত গ্রহণের জন্য প্রাপ্ত ফলাফল উর্ধ্বতন কর্তৃপক্ষের নিকট সরবরাহ করা ব্যবসায় গবেষণার কাজ। সুতরাং ব্যবসায় গবেষণা হচ্ছে—

- ব্যবসায় সমস্যা বা কোনো সুযোগ সংজ্ঞায়িতকরণ ও নির্দিষ্টকরণ;
- সমাধানের উপায় চিহ্নিতকরণ;
- সংশ্লিষ্ট তথ্য বা উপাত্ত সংগ্রহ করা;
- তথ্য বা উপাত্ত বিশ্লেষণ, মূল্যায়ন ও ফলাফল নির্ধারণ;
- সিদ্ধান্ত গ্রহণ ও প্রচার এবং
- রিপোর্ট আকারে প্রকাশ।

ব্যবসায় গবেষণার উদ্দেশ্য

(Objectives of Business Research)

ব্যবসায় গবেষণার প্রধান উদ্দেশ্য হচ্ছে সুনির্দিষ্ট ও বস্তুনিষ্ঠ উপায়ে সঠিক তথ্য উৎপাদন বা সংগ্রহ করা। ব্যাপকভাবে বলা যায় বৈজ্ঞানিক কৌশল অনুসরণ করে বিভিন্নভাবে সমস্যার সমাধান নির্ণয়ের জন্য গবেষণা পরিচালিত হয়। নতুন জ্ঞান অর্জন করে প্রচলিত জ্ঞানের ভাণ্ডারকে সমৃদ্ধ করার জন্য গবেষণা গৃহীত হয়। প্রত্যেক গবেষক নির্দিষ্ট কিছু উদ্দেশ্যকে সামনে রেখে গবেষণা কার্য পরিচালনা করে। নিম্নে ব্যবসায় গবেষণার প্রধান উদ্দেশ্যসমূহ উল্লেখ করা হলো:

- (১) **দিক-নির্দেশনা প্রদান:** অজানাকে জানার ও প্রকৃত সত্যকে উদঘাটন করার অদম্য স্পৃহা মানুষের স্বভাবজাত। এই স্পৃহা হ্রাসের উপায় হলো গবেষণা। তাই কোনো সমস্যা সম্পর্কে নতুন দিক-নির্দেশনা প্রদান গবেষণার অন্যতম উদ্দেশ্য।
- (২) **বৈজ্ঞানিক পদ্ধতি প্রয়োগ:** গবেষণায় কোনো সমস্যা সমাধানের জন্য বৈজ্ঞানিক পদ্ধতি প্রয়োগ করা হয়। এর মাধ্যমে অংশীজনদের জটিল প্রশ্নের সমাধানও সম্ভব।
- (৩) **পরস্পর বিরোধী ধারণা দূরীকরণ:** যেহেতু গবেষণায় পদ্ধতিগত বৈজ্ঞানিক রীতি-নীতি অনুসরণ করা হয়, তাই গবেষণায় বিদ্যমান পরস্পর বিরোধী ধারণা দূর করা যায়।
- (৪) **নতুন তত্ত্ব ও পদ্ধতির উদ্ভাবন:** দেশ, জাতি ও সমাজের বিভিন্ন সমস্যা সমাধানের জন্য নতুন তত্ত্ব, ধারণা ও পদ্ধতি উদ্ভাবন করা গবেষণার উদ্দেশ্য।
- (৫) **যৌক্তিক ধারণা প্রতিষ্ঠা:** নব নব ধ্যান-ধারণা ও জ্ঞান আবিষ্কারের মাধ্যমে সমাজে যৌক্তিক ধারণা প্রতিষ্ঠা পায়। আর গবেষণার দ্বারাই এই যৌক্তিক ধারণা গঠন ও বিকাশ লাভ করে।
- (৬) **সম্পদের সুষম ব্যবহার:** প্রকৃতিতে রয়েছে অনেক অজানা সম্পদ। গবেষণার দ্বারা এ সকল সম্পদের উৎস খুঁজে বের করা, আহরণ ও সুষম ব্যবহার সুনিশ্চিত করা যায়।
- (৭) **বাস্তব জ্ঞান অর্জন:** গবেষণার মাধ্যমে সমাজের বিভিন্ন প্রতিষ্ঠান, সংগঠন, জনগোষ্ঠী, ভূ-প্রকৃতি ইত্যাদি সম্পর্কে বাস্তব জ্ঞান লাভ করা যায়। আর এই বাস্তব জ্ঞান দিয়ে সমস্যার সমাধান করা সম্ভব হয়।
- (৮) **সমস্যাগুলোর নিয়ন্ত্রণ:** দেশ তথা সমাজে বিদ্যমান সমস্যার সমাধান অন্য কোনো উপায়ে সম্ভব না হলে গবেষণার মাধ্যমে সমস্যাগুলো নিয়ন্ত্রণের প্রয়াস নেওয়া হয়।
- (৯) **বিকল্প সিদ্ধান্ত গ্রহণ:** গবেষণায় যেহেতু বৈজ্ঞানিক পদ্ধতি প্রয়োগ করা হয়, তাই কোনো সমস্যা সমাধানের জন্য গবেষণার দ্বারা একাধিক বিকল্প সিদ্ধান্ত গ্রহণ করা যায়।
- (১০) **মানব কল্যাণ:** গবেষণার দ্বারা সমাজের বিদ্যমান সমস্যাগুলো সমাধানের উপায়সমূহ সুনিশ্চিত করে মানব কল্যাণ করা সম্ভব হয়।

পরিশেষে বলা যায়, গবেষণার উদ্দেশ্য কী হবে, তা সুস্পষ্ট হওয়া আবশ্যিক। অর্থাৎ গবেষণার উদ্দেশ্য এমন হতে হয় যেটি নির্দিষ্ট সময়ের মধ্যে বাস্তবেই অর্জনযোগ্য এবং এটি পরিমাপও করা যায়। এটিকে সংক্ষেপে SMART হিসেবে প্রকাশ করা যায়। যেখানে S= Specific (সুনির্দিষ্ট), M= Measurable (পরিমাপযোগ্য), A= Attainable (অর্জনযোগ্য), R= Realistic (বাস্তবসম্মত) এবং T= Time-bound (সময় আবদ্ধ)। গবেষণার মূল লক্ষ্য হচ্ছে প্রচলিত জ্ঞানের উপর ভিত্তি করে নতুন জ্ঞান/ তত্ত্ব আবিষ্কার করে তার বিস্তার সাধন করা। এ জ্ঞান মানব কল্যাণের উদ্দেশ্যে বাস্তবে ব্যবহৃত হয়।

ব্যবসায় গবেষণার গুরুত্ব

(Importance of Business Research)

সাধারণত যেকোনো গবেষণার মূখ্য উদ্দেশ্য হলো বৈজ্ঞানিক পদ্ধতির মাধ্যমে প্রশ্নের উত্তর খুঁজে বের করা। ব্যবসায় গবেষণার মূল উদ্দেশ্য হলো ব্যবসায় সম্পর্কিত বিষয়ের লুকায়িত সত্যকে খুঁজে বের করা, যা এতদিনে আবিষ্কার হয়নি। পণ্য বা সেবার চাহিদা ও দাম, বাজার পরিস্থিতি, বিক্রয় ও বিক্রয় প্রসার, উন্নয়নমূলক কার্যাবলি, বণ্টন কৌশল, বাজারজাতকরণ কৌশল ইত্যাদি বিশ্লেষণের জন্য ব্যবসায় গবেষণা কার্যক্রম গ্রহণ ও বাস্তবায়ন করা হয়। ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের নির্বাহীগণ তাদের নিজস্ব দৃষ্টিভঙ্গি অনুসারে ব্যবসায় গবেষণার উদ্দেশ্য ও গুরুত্ব নির্ধারণ করেন। নিম্নে ব্যবসায় গবেষণার উদ্দেশ্য ও গুরুত্ব আলোচনা করা হলো:

(১) **জ্ঞানের সম্প্রসারণ:** গবেষণার দ্বারা জ্ঞানের সম্প্রসারণ ঘটে। যে কোনো বিষয়ের ক্ষেত্রে নতুন জ্ঞান অর্জন-সংযোজন ইত্যাদিতে গবেষণার বিকল্প নেই। ব্যবসায় সংক্রান্ত বিষয়ে ব্যবসায় গবেষণা প্রয়োজনীয় তথ্য সরবরাহ করে।

(২) **ব্যবসায় পরিকল্পনা ও নীতি প্রণয়ন:** ব্যবসায় পরিকল্পনা ও নীতি প্রণয়নের ক্ষেত্রে দেশের অর্থনৈতিক অবস্থা ও বাজার পরিস্থিতি প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিক চ্যালেঞ্জ, শক্তি, সামর্থ্যতা, সীমাবদ্ধতা ও সম্ভাবনা ইত্যাদি সম্পর্কে পূর্বেই তথ্য সংগ্রহের প্রয়োজন হয়। আর ব্যবসায় গবেষণালব্ধ তথ্যের ওপর নির্ভর করেই সঠিক পরিকল্পনা ও নীতি প্রণয়ন করা হয়।

(৩) **ক্রেতা বা ভোক্তাদের সম্পর্কে জানা:** প্রতিষ্ঠানের কার্যকর তথ্যভান্ডার গড়ে তোলা এবং বাজারের সম্ভাব্যতা নিরূপণ করার জন্য ক্রেতা বা ভোক্তাদের সম্পর্কে বিভিন্ন তথ্যাদি যেমন- ক্রেতা-ভোক্তার সংখ্যা, অবস্থান, রুচি, পছন্দ, ক্রয় অভ্যাস বা ক্রয় ক্ষমতা ইত্যাদি ব্যবসায় গবেষণার মাধ্যমে জানা সম্ভব হয়।

(৪) **ক্রেতা-ভোক্তাদের সাড়া প্রদান সম্পর্কে জানা:** প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য অর্জনের জন্য পণ্য বা সেবাকর্মের প্রতি ক্রেতা-ভোক্তা সাধারণ কীরূপ সাড়া দিতে পারে তা জানা ও পরিমাপ করার জন্য ব্যবসায় গবেষণা প্রয়োজন।

(৫) **টেকসই উন্নয়ন:** সহজে, দ্রুত, কম ব্যয়ে, ক্রেতা-ভোক্তাদের চাহিদা মাফিক পণ্য বা সেবা তাদের নিকট গ্রহণযোগ্য ও বিক্রয়যোগ্য করে মুনাফাভিত্তিক বাজারে প্রবেশ করা, ব্যয় হ্রাস, টিকে থাকা ও প্রবৃদ্ধি অর্জন করতে হলে পরিকল্পিত বাজার গবেষণার প্রয়োজন অনস্বীকার্য।

(৬) **বিক্রয়ের জন্য সঠিক পণ্য বা সেবা নির্বাচন:** ব্যবসায় গবেষণার মাধ্যমে সঠিক পণ্য বা সেবা নির্বাচন করা সম্ভব হয়। তাছাড়া এর বণ্টন প্রণালি, বিক্রয় পরিকল্পনা, কর্মসূচি ইত্যাদি তুলে ধরতে ব্যবসায় গবেষণা ব্যবস্থাপকদের সহায়তা করে। নতুন ক্রেতা কীভাবে আকৃষ্ট করা যায় কিংবা অধিক পণ্য কীভাবে বিক্রয় করা যায় সেটির জন্যও গবেষণা প্রয়োজন।

(৭) **জীবনযাত্রার মান উন্নয়ন:** ব্যবসায় গবেষণার মাধ্যমে মানুষের কৃষ্টি, সংস্কৃতি, মূল্যবোধ, রুচি, চাহিদা, পছন্দ, ক্রয় সামর্থ্য, ফ্যাশন ইত্যাদি বিবেচনা করে বাজারে পণ্য বা সেবা সরবরাহ করা হয়। ফলে এসকল পণ্য-সামগ্রী ব্যবহারে মানুষের জীবনযাত্রার মান বাড়ে।

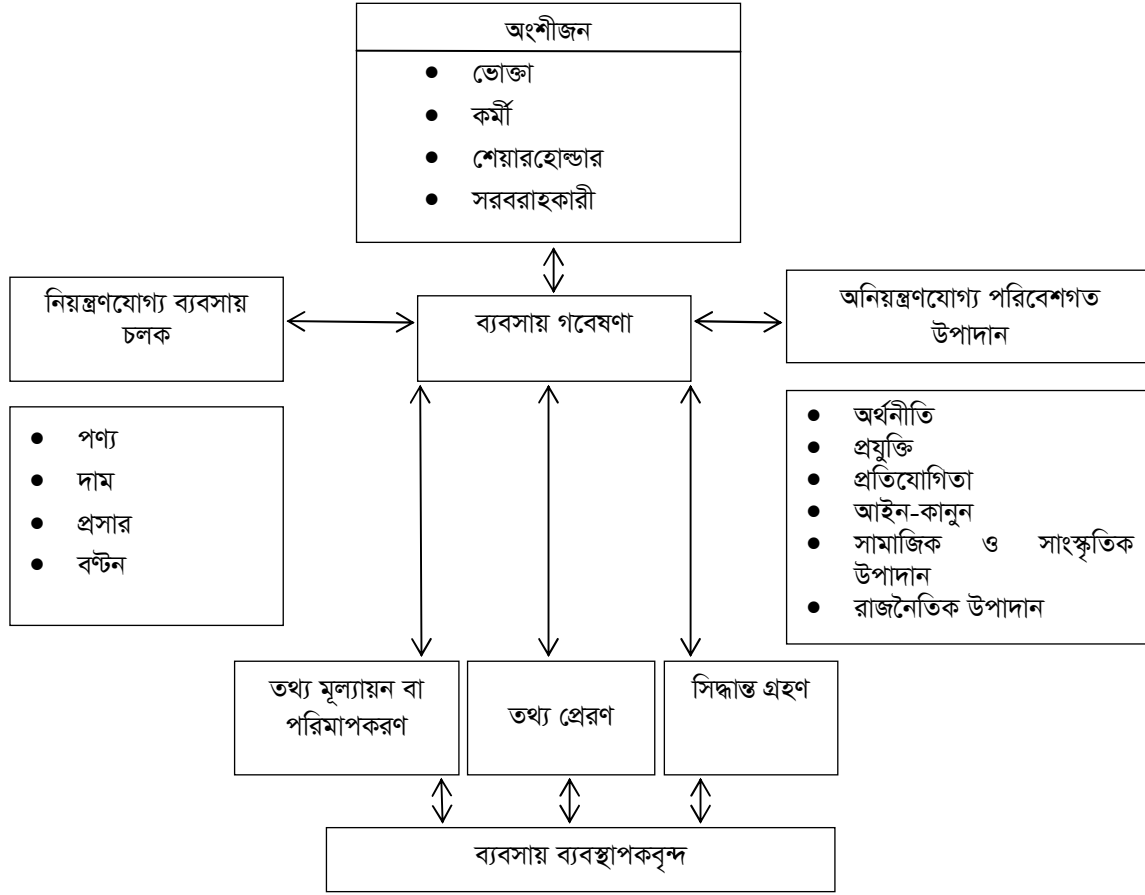
(৮) **গতিশীলতা ও অভিযোজন/খাপ খাওয়ানো:** স্থবিরতা ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানকে পিছিয়ে দেয়। প্রতিটি ব্যবসায়ই গতিশীলতা অর্জন করতে চায়। গতিশীলতা অর্জনের জন্য ব্যবসায়ের নিয়ন্ত্রণযোগ্য ও অনিয়ন্ত্রণযোগ্য চলকসমূহ অনুধাবন ও ব্যাখ্যা বিশ্লেষণ করতে হয়। গতিশীলতা অর্জনের পাশাপাশি পরিবর্তিত পরিস্থিতিতে খাপ-খাওয়ানোর জন্য নতুন পন্থা বা কৌশল খুঁজে বের করতে হয়। আর এ সকল ক্ষেত্রে ব্যবসায় গবেষণা তাৎপর্যপূর্ণ ভূমিকা রাখে।

(৯) **বাহ্যিক শক্তিগুলো নিয়ন্ত্রণ করা:** ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের ওপরে প্রভাব বিস্তারকারী উপাদানসমূহ বা বাহ্যিক শক্তিগুলো নিয়ন্ত্রণের জন্য প্রতিযোগী কৌশল, কার্যক্রম, বাজার শেয়ার, বাজারের প্রবৃদ্ধি, সরকারি নীতি, প্রযুক্তিগত পরিবর্তন, পরিবেশের ভারসাম্য, ভোক্তাদের আয় ও ব্যয় আচরণ, বিকল্প পণ্যের আর্বিভাব ইত্যাদি সম্পর্কে সঠিক তথ্যের জন্য ব্যবসায় গবেষণার বিকল্প নেই।

(১০) **সঠিক সিদ্ধান্ত গ্রহণ:** ব্যবসায় জগতে যেকোনো জটিল ও গুরুত্বপূর্ণ সিদ্ধান্ত গ্রহণে ব্যবসায় গবেষণা অত্যন্ত প্রয়োজন। গবেষণালব্ধ জ্ঞান, প্রতিষ্ঠিত সত্য ও তথ্যাদি যা বৈজ্ঞানিক উপায়ে সংগ্রহ ও বিশ্লেষণ করা হয়। এর দ্বারা ব্যবস্থাপকগণ সঠিক সিদ্ধান্ত গ্রহণে সমর্থ হন।

সুতরাং ব্যবসায় সংক্রান্ত নতুন তত্ত্ব ও পদ্ধতির উদ্ভাবন, যৌক্তিক ধারণা প্রতিষ্ঠা, সম্পদের উৎস খুঁজে বের করা, নতুন গবেষণার ভিত্তি হিসেবে কাজ করা ইত্যাদিতে ব্যবসায় গবেষণার অবদান অতুলনীয়।

নিচে ব্যবসায় গবেষণার গুরুত্বের একটি মডেল দেখানো হলো:



চিত্র : ব্যবসায় গবেষণার গুরুত্বের মডেল

ব্যবসায় গবেষণায় ব্যবসায়ের প্রভাব বিস্তারকারী নিয়ন্ত্রণযোগ্য উপাদান (পণ্য, দাম, প্রসার, বণ্টন) ও অনিয়ন্ত্রণযোগ্য উপাদান (অর্থনীতি, প্রযুক্তি, প্রতিযোগিতা, আইন-কানুন, সামাজিক ও সাংস্কৃতিক উপাদান, রাজনৈতিক উপাদান) সম্পর্কিত তথ্য উপাত্ত বিশ্লেষণ করে তাদের ভূমিকা নির্ণয়ের চেষ্টা করা হয়। অতঃপর বাজার চাহিদা (ভোক্তাদের রুচি, আয়, চাহিদা, ক্রয় সামর্থ্য, ক্রয়ের ইচ্ছা, মূল্যবোধ ইত্যাদি) বিশ্লেষণ করে প্রতিষ্ঠান বা পণ্য সম্পর্কে সিদ্ধান্ত গ্রহণে সহায়তামূলক কিছু সুপারিশ প্রণয়ন করা হয়। এসব সুপারিশের ভিত্তিতে প্রতিষ্ঠান সিদ্ধান্ত গ্রহণ করে থাকে।

সারসংক্ষেপ

ব্যবসায় সম্পর্কিত সমস্যা সমাধানে প্রয়োজনীয় তথ্য উপাত্ত সংগ্রহ, সংগ্রহের পদ্ধতি নির্ধারণ, উপাত্ত ব্যবস্থাপনা ও বাস্তবায়ন, ফলাফল বিশ্লেষণ এবং সিদ্ধান্ত গ্রহণের জন্য প্রাপ্ত ফলাফল সিদ্ধান্ত গ্রহণকারীর নিকট পেশ করাই হলো ব্যবসায় গবেষণা। পণ্য বা সেবাকর্মের চাহিদা নির্ধারণ, এর দাম, বাজার পরিস্থিতি, বিক্রয় ও বিক্রয় কৌশল, উন্নয়নমূলক কার্যাবলি, বণ্টন কৌশল, বাজারজাতকরণ স্ট্র্যাটেজি বা কৌশল ইত্যাদি বিশ্লেষণ করার জন্য ব্যবসায় গবেষণা প্রয়োজন।

পাঠ ১.২

ব্যবসায় গবেষণার আওতা Scope of Business Research



উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি—

- ব্যবসায় গবেষণার আওতা ব্যাখ্যা করতে পারবেন।

ব্যবসায় গবেষণার আওতা

(Scope of Business Research)

ব্যবসায়ের আওতা বা পরিধি বা ক্ষেত্র যেমন ব্যাপক তেমনি ব্যবসায় গবেষণারও আওতা বা পরিধি বেশ বিস্তৃত। ব্যবসায়ের বিভিন্ন ক্ষেত্রে মূলত: ফলিত/ব্যবহারিক/প্রায়োগিক গবেষণা পরিচালিত হয়ে থাকে। আবার ব্যবসায়ের সকল স্তর বা পর্যায়ে গবেষণা সমভাবে প্রয়োগ হয় না। তাই বলে এর আওতা একটি নির্দিষ্ট সীমারেখায় আবদ্ধ করা সম্ভব নয়। ব্যবসায় গবেষণার ব্যাপকতা বেশ বড়। নিম্নে এর আওতা আলোচনা করা হলো:

(১) ব্যবস্থাপনা গবেষণা: বর্তমানে ব্যবসায়ের সফলতা নির্ভর করে দক্ষ ব্যবস্থাপনা বা প্রশাসনের ওপর। নিত্য-নতুন নানাবিধ কৌশল, নীতি, পদ্ধতি প্রয়োগের মাধ্যমেই ব্যবস্থাপনার ক্ষেত্রে আজকের এ উন্নয়ন। যে প্রতিষ্ঠান ব্যবস্থাপনায় যত বেশি দক্ষ, সে প্রতিষ্ঠান ততো সফল। এ কারণে অধিকাংশ প্রতিষ্ঠান ব্যবস্থাপনা বিষয়ে গবেষণা ও উন্নয়নের জন্য সাধ্যমত চেষ্টা করে।

(২) পণ্য গবেষণা: ব্যবসায়ের জন্য সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ হলো পণ্য বা সেবাকর্ম। উত্তম পণ্য বা সেবা ছাড়া প্রতিযোগিতামূলক বাজারে টিকে থাকা অসম্ভব। এ কারণে প্রতিটি ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানকে অবশ্যই পণ্য বা সেবা নিয়ে গবেষণা করতে হয়। পণ্যের আকার, রং, মান, মোড়ক, স্টাইল, ব্যবহারযোগ্যতা, দাম, ভোক্তার চাহিদা ও ক্রয় সামর্থ্য, বিক্রয়োত্তর সেবা ইত্যাদি বিষয়ে গবেষণা করা হয়ে থাকে।

(৩) ভোক্তা বা ক্রেতা গবেষণা: বর্তমান ও সম্ভাব্য ভোক্তা বা ক্রেতা সাধারণের বিভিন্ন সমস্যা, অসুবিধা এবং সেগুলো সমাধানের বিষয় ভোক্তা বা ক্রেতা গবেষণার মাধ্যমে চিহ্নিত করার চেষ্টা করা হয়। ভোক্তা ও ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের মধ্যে সুসম্পর্ক প্রতিষ্ঠা করাও ভোক্তা বা ক্রেতা গবেষণার উদ্দেশ্য।

(৪) আর্থিক গবেষণা: ব্যবসায় গবেষণার অন্যতম একটি ক্ষেত্র হচ্ছে আর্থিক গবেষণা। বিশেষ করে একটি প্রতিষ্ঠানের ক্ষেত্রে অর্থায়ন, বিনিয়োগ ও লভ্যাংশ বন্টন সংক্রান্ত তিনটি সিদ্ধান্ত খুবই গুরুত্বপূর্ণ। তাছাড়া ব্যাংক সুদ বা মুনাফার হার, আন্তর্জাতিক বাণিজ্য, অর্থনৈতিক পরিস্থিতিসহ দেশের মূলধন ও আর্থিক বাজার সম্পর্কে স্পষ্ট ধারণার জন্য আর্থিক গবেষণার প্রয়োজন হয়।


(৫) মানবসম্পদ গবেষণা: কর্মীরা হলো সকল প্রতিষ্ঠানের প্রাণ। মানবসম্পদ প্রতিষ্ঠানের বুদ্ধিবৃত্তিক সম্পদ। প্রতিষ্ঠানের অমানবীয় সম্পদ থেকে মানবসম্পদ পরিচালনা করা বেশ জটিল ও কঠিন। তাদের মনোভাব, চাহিদা, পছন্দ-অপছন্দ, মনোবল, আর্থিক অবস্থা, সামাজিক অবস্থা ইত্যাদি জানার মাধ্যমে প্রতিটি কর্মীকে দক্ষভাবে ব্যবহার করা সম্ভব। এ কারণে তাদের নিয়োগ, প্রশিক্ষণ, পদোন্নতি, বদলি প্রভৃতি বিষয়ে উন্নয়নের জন্য মানবসম্পদ গবেষণা দরকার।

(৬) বাজারজাতকরণ গবেষণা: ব্যবসায় গবেষণার সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ অংশ বাজারজাতকরণ গবেষণা। বাজারজাতকরণের মাধ্যমেই পণ্যকে চূড়ান্ত ভোক্তা বা ক্রেতার নিকট পৌঁছানো সম্ভব। বাজারজাত কৌশলের মাধ্যমে যেমন একটি খারাপ

পণ্যও বিক্রয়ের শীর্ষস্থানে যেতে পারে, আবার বাজারজাত কৌশলের দুর্বলতায় ভালো পণ্যও যথাযথ বাজার নাও পেতে পারে। ভোক্তা বা ক্রেতার পছন্দ রুচি, চাহিদা, ক্রয় অভ্যাস ইত্যাদি চিহ্নিত করা এবং ভবিষ্যতে সম্ভাব্য বাজার সম্প্রসারণ ও নতুন বাজার সৃষ্টিতে বাজারজাতকরণ গবেষণা অপরিহার্য।

(৭) কৌশল বা স্ট্রাটেজি গবেষণা: ব্যবসায় সংগঠনের কার্যক্রম এবং ব্যবসায়ের ক্ষেত্রে আর্থিক বিষয়, উৎপাদন এবং কর্মীদের কার্যক্রম ইত্যাদির প্রভাব পর্যালোচনা এবং এর বিপরীতে গৃহীত কৌশল বা স্ট্রাটেজি গ্রহণ করার জন্য যে গবেষণা পরিচালিত হয়, তা কৌশল বা স্ট্রাটেজি গবেষণা।

সুতরাং পরিশেষে বলা যায়, ব্যবসায় গবেষণার আওতা বা পরিধি বা ক্ষেত্র ব্যাপক। যে কোনো ব্যবস্থাপকে সঠিক সিদ্ধান্ত গ্রহণ করতে হলে ব্যবসায় গবেষণার আওতা সম্পর্কে সুস্পষ্ট ধারণা থাকা আবশ্যিক।

	সারসংক্ষেপ
ব্যবসায় গবেষণার আওতা বা পরিধি বা ক্ষেত্র বেশ বিস্তৃত। ব্যবস্থাপনা গবেষণা, পণ্য গবেষণা, ভোক্তা বা ক্রেতা গবেষণা, আর্থিক গবেষণা, মানবসম্পদ গবেষণা, বাজারজাতকরণ গবেষণা, কৌশল বা স্ট্রাটেজি গবেষণা ইত্যাদি ব্যবসায় গবেষণার আওতাভুক্ত।	

পাঠ ১.৩

ব্যবসায় গবেষণার প্রকারভেদ

Classification of Business Research



উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি-

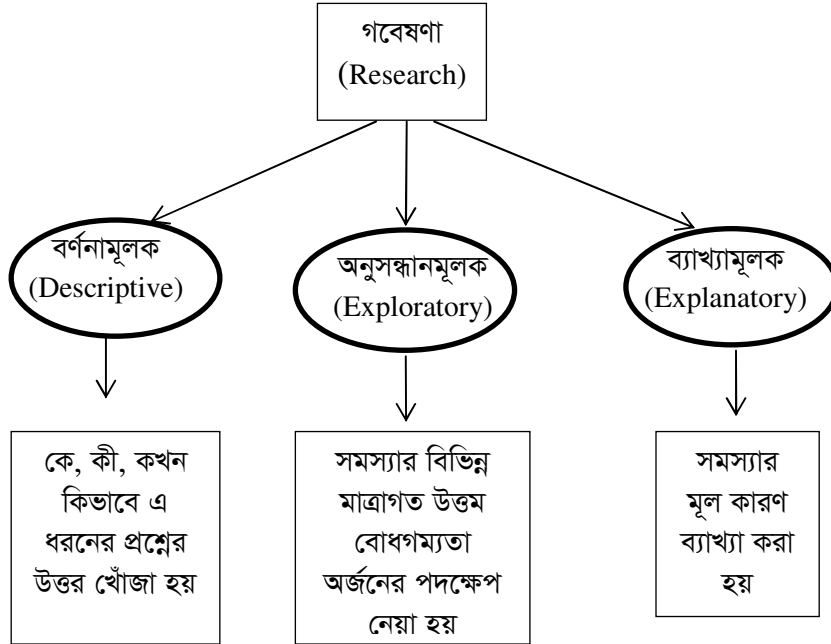
- বিভিন্ন প্রকার ব্যবসায় গবেষণা সম্পর্কে ব্যাখ্যা করতে পারবেন।

ব্যবসায় গবেষণার প্রকারভেদ

(Classification of Business Research)

ব্যবসায় গবেষণা কোনো বিচ্ছিন্ন গবেষণা নয়, এটি সামাজিক গবেষণারই অংশ। এ ধরনের গবেষণার প্রধান উদ্দেশ্য হলো: জ্ঞানলাভ/অনুসন্ধান করা (to explore), বর্ণনা করা (to describe) এবং ব্যাখ্যা করা (to explain).

Ram Ahuja তাঁর Research Methods গ্রন্থে গবেষণাকে নিম্নোক্তভাবে চিত্রায়িত করেছেন।



তিনি গবেষণাকে আবার অন্যভাবেও শ্রেণিবিন্যাস করেছেন।

সেগুলো হলো: (ক) মৌলিক এবং ফলিত (Pure and Applied) (খ) পরীক্ষামূলক এবং মূল্যায়ন (Experimental and Evaluation) (গ) গুণগত এবং সংখ্যাাত্মক (Qualitative and Quantitative) এবং (ঘ) অণুদৈর্ঘ্য এবং তুলনামূলক (Longitudinal and Comparative) নিম্নে এদের সম্পর্কে সংক্ষেপে আলোচনা করা হলো:

(১) বর্ণনামূলক গবেষণা (Descriptive Research)

এ ধরনের গবেষণা সামাজিক অবস্থা, ঘটনা, সিস্টেম, কাঠামো ইত্যাদি বর্ণনা করে। গবেষক সমস্যা সম্বন্ধে পর্যবেক্ষণ বা অধ্যয়ন করেন এবং যা তিনি দেখেছেন পরে তা বর্ণনা করেন। এ গবেষণায় গবেষকের চলকের ওপর কোনো নিয়ন্ত্রণ থাকে না। তিনি শুধু কী ঘটেছে বা কী ঘটছে তার বিস্তারিত বর্ণনা করেন। সামাজিক বিজ্ঞান ও ব্যবসায় ক্ষেত্রে প্রায়ই এ ধরনের গবেষণার ব্যবহার লক্ষ্য করা যায়। এ গবেষণাকে *Expost facto research* বলে অভিহিত করা যায়। এর দ্বারা গবেষক কিছু জিনিস বা উপাদান পরিমাপ করেন যেমন- কেনাকাটার পরিমাণ, ভোক্তাদের পছন্দ ইত্যাদি। গবেষক ঘটনা বা সমস্যার মূল কারণ উদ্ঘাটন করেন এবং বর্ণনা করেন। এ গবেষণার পদ্ধতি হিসেবে সকল ধরনের জরিপ (survey) কাজ পরিচালনা করা হয়।

(২) অনুসন্ধানমূলক গবেষণা (Exploratory Research)

এ গবেষণায় হয় তথ্য-উপাত্ত খুব সামান্যই থাকে অথবা মোটেই থাকে না। সাধারণত এ ধরনের গবেষণার এপ্রোচ গুণগত, যেখানে কল্পনা (hypotheses) নির্ধারণ, যাচাই এবং শেষে তত্ত্ব প্রতিষ্ঠা করা হয়। এখানে ধরে নেয়া হয়, স্টাডির অধীন সমস্যা বা অবস্থা সম্পর্কে গবেষকের জ্ঞান খুবই সামান্য বা মোটেই নেই এবং স্টাডি গ্রুপের কাঠামোর সাথে তিনি অপরিচিত।

(৩) ব্যাখ্যামূলক বা কারণগত গবেষণা (Explanatory or Causal Research)

এ গবেষণা সামাজিক ঘটনার (phenomena) কারণ ব্যাখ্যা করে। যেমন বলা যায় কেন গ্রামীণ দারিদ্র্য কমছে না? শিক্ষাজনে কেন ছাত্র বিক্ষোভ ঘটছে? ইত্যাদির কারণ ব্যাখ্যা করা হয়। ব্যাখ্যামূলক বা কারণগত গবেষণায় চলকগুলোর মধ্যে কারণগত সম্পর্ক প্রতিষ্ঠা করা হয়। এক চলক অন্য চলকগুলোর সাথে কী, কেন এবং কীভাবে সম্পর্কিত ও এর প্রভাব কী তা সুস্পষ্টভাবে ব্যাখ্যা করা হয়।

ওপরে আলোচিত গবেষণাকে পূর্ণাঙ্গভাবে বুঝতে হলে নিচের আলোচিত বিভিন্ন প্রকার গবেষণা সম্পর্কে সম্যক ধারণা থাকা আবশ্যিক।

(ক) মৌলিক এবং ফলিত গবেষণা (Pure/Basic/Fundamental and Applied Research)

মৌলিক গবেষণা সমস্যা সমাধানের তত্ত্ব প্রণয়ন এবং তা সাধারণের আয়ত্বের সাথে সম্পর্কিত। জ্ঞানার্জন হলো মূল অন্তেষণ। অনুমান (hypotheses) নির্ধারণ, তা যাচাই এবং শেষে তত্ত্ব প্রতিষ্ঠা করা হয়। উদাহরণ হিসেবে বলা যায়, বিশ্বজনীন মানবীয় আচরণ প্রতিষ্ঠার জন্য মানব আচরণ নিয়ে পরিচালিত গবেষণা। অন্যদিকে, সমস্যার বাস্তব সমাধানের জন্য বৈজ্ঞানিক বা প্রায়োগিক পদ্ধতি বা উপায় সন্ধান করা হয় ফলিত গবেষণায়। এ গবেষণা সামাজিক এবং বাস্তব জীবন সম্পর্কিত সমস্যার বিশ্লেষণ ও তার সমাধানের সাথে যুক্ত।

(খ) পরীক্ষামূলক এবং মূল্যায়ন গবেষণা (Experimental and Evaluation Research)

যে গবেষণায় এক বা একাধিক চলকের নিয়ন্ত্রণ গবেষকের হাতে থাকে এবং নিয়ন্ত্রণ গ্রুপ এবং পরীক্ষণ গ্রুপের মধ্যে তুলনা করার সুযোগ থাকে, তাকে পরীক্ষামূলক গবেষণা বলে। আর যে গবেষণায় কোনো সমস্যার বিপরীতে গৃহীত বা কার্যকর কর্মসূচির কার্যকারিতা বা ফলপ্রসূতা পরিমাপ করা হয়, তাকে মূল্যায়ন গবেষণা বলে।

(গ) গুণগত এবং সংখ্যাাত্মক গবেষণা (Qualitative and Quantitative Research)


গুণগত গবেষণা সমস্যার অন্তর্নিহিত বিষয়গুলো নিয়ে কাজ করে। মানুষের বিশ্বাস, মনোভাব, মূল্যবোধ, আচরণ, অভিজ্ঞতা, বুদ্ধিমত্তা ইত্যাদি আন্তঃক্রিয়া অনুধাবন ও অনুসন্ধানের জন্য গুণগত গবেষণা করা হয়। অন্যদিকে সংখ্যাাত্মক গবেষণার ভিত্তি হলো সংখ্যা বা পরিমাণ পরিমাপ করা। যে সকল বিষয় শুধু সংখ্যায় প্রকাশ করা যায়, সে সকল চলক নিয়ে সংখ্যাাত্মক গবেষণা পরিচালিত হয়।

(ঘ) অনুদৈর্ঘ্য এবং তুলনামূলক গবেষণা (Longitudinal and Comparative Research):

একটি সুনির্দিষ্ট বড় সময়ে বা পরিসরে কোনো বিষয়ের সমস্যা সমাধানের জন্য যে গবেষণা তা অনুদৈর্ঘ্য গবেষণা। যেমন- ১৯৭৯, ১৯৮৯ ও ১৯৯৯ সালে ভারতে নর-নারীর এইডস এর প্রাদুর্ভাব সংশ্লিষ্ট গবেষণা। এ ধরনের গবেষণা সমস্যার প্রবণতা (trend) নির্দেশ করে।

আর তুলনামূলক গবেষণা হলো বিভিন্ন সামাজিক বা সাংস্কৃতিক গ্রুপ অথবা বিভিন্ন এককের মধ্যে মিল-অমিল, সামঞ্জস্য-অসামঞ্জস্য পরিমাপ ও তুলনা করা যায়।

উপরিলিখিত গবেষণাও ছাড়াও আরো অনেক প্রকার গবেষণা যেমন- মাঠ গবেষণা, গবেষণাগার গবেষণা, কার্যমূলক গবেষণা, ঐতিহাসিক গবেষণা, সিদ্ধান্তভিত্তিক গবেষণা, কার্যকারণ গবেষণা ইত্যাদি পরিলক্ষিত হয়।

	সারসংক্ষেপ
	<p>ব্যবসায় গবেষণা পরিচালনার জন্য একজন গবেষককে এর প্রকারভেদ সম্পর্কে সম্যক ধারণা থাকা আবশ্যিক। বর্ণনামূলক গবেষণা, অনুসন্ধানমূলক গবেষণা, ব্যাখ্যামূলক গবেষণা, মৌলিক গবেষণা, ফলিত গবেষণা, পরীক্ষামূলক গবেষণা, মূল্যায়ন গবেষণা, গুণগত গবেষণা, সংখ্যাত্মক গবেষণা, অনুদৈর্ঘ্য ও তুলনামূলক গবেষণা ইত্যাদি সম্পর্কে গভীরভাবে জ্ঞান আহরণ করতে পারলে ব্যবসায় গবেষণা কার্যক্রম পরিচালনা সহজ হয়।</p>

পাঠ ১.৪

ব্যবসায় গবেষণার প্রক্রিয়া
Process of Business Research

উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি-

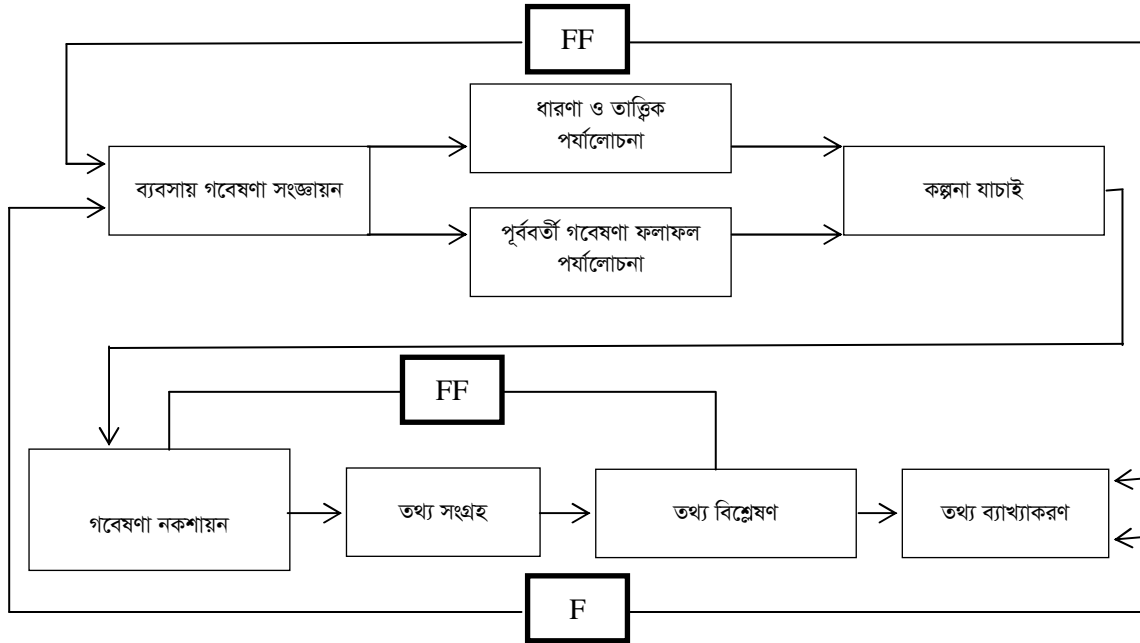
- ব্যবসায় গবেষণা প্রক্রিয়া বর্ণনা করতে পারবেন।

ব্যবসায় গবেষণার প্রক্রিয়া

(Process of Business Research)

গবেষণা হলো একটি ধারাবাহিক কার্য প্রক্রিয়া। এ প্রসঙ্গে C. R. Kothari প্রদত্ত সংজ্ঞাটি উল্লেখযোগ্য। তার ভাষায় Research process consists of series of actions or steps necessary to effectively carry out research.

তিনি গবেষণা প্রক্রিয়ার একটি ফ্লোচার্ট প্রদান করেছেন যা ব্যবসায় গবেষণা প্রক্রিয়ার জন্য ব্যবহার করা যেতে পারে। যে প্রক্রিয়ায় দেখানো হয়েছে যে, গবেষণা প্রক্রিয়া কতগুলি ধারাবাহিক আন্তঃসম্পর্কিত ও আন্তঃনির্ভর কার্য বা ধাপ বা পদক্ষেপের সমন্বয়ে গঠিত। উল্লিখিত ফ্লোচার্টে মোট সাতটি ধাপ বা পদক্ষেপের বর্ণনা দেওয়া আছে।



চিত্র: গবেষণা প্রক্রিয়া ফ্লোচার্ট

যেখানে (F) = প্রতিক্রিয়া বা ফিডব্যাক বা ফলাবর্তন (FF) = অগ্রসরমান সংযোগ

(১) গবেষণা সমস্যা সংজ্ঞায়িত করা (Define Research Problem)

ব্যবসায় গবেষণা কার্যক্রম শুরু করার ক্ষেত্রে প্রথম কাজ হচ্ছে ব্যবসায় সংশ্লিষ্ট সমস্যা সংজ্ঞায়িত করা। কী ধরনের সমস্যার জন্য গবেষণা পরিচালিত হবে তা প্রথমেই পরিষ্কারভাবে নির্ধারণ করতে হবে। গবেষণা সমস্যা সাধারণত দুই ধরনের। প্রথমত প্রকৃতিগত সমস্যা এবং দ্বিতীয়ত চলকের মধ্যকার সম্পর্কগত সমস্যা। গবেষককে নির্ধারণ করতে হবে তিনি কোন

সমস্যা সমাধান করতে চান। এজন্য তিনি ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানে নিয়োজিত সহকর্মী, অভিজ্ঞ ব্যক্তিবর্গের (যারা অধিক গবেষণা পরিচালনায় পারদর্শী) সাথে আলোচনা করতে পারেন।

(২) ব্যাপক সাহিত্য জরিপ (Extensive Literature Survey)

সমস্যা নির্ধারণের পর এর একটি সংক্ষিপ্ত বিবরণী বা সারসংক্ষেপ (synopsis) লিখতে হবে। পরবর্তীতে গবেষককে সমস্যা সংশ্লিষ্ট ব্যাপক সাহিত্য পর্যালোচনা বা জরিপ করতে হয়। এজন্য তাঁকে বিভিন্ন Journals, published or unpublished reports and documents, conference proceedings, Govt. reports, books ইত্যাদি পর্যালোচনা করে সংশ্লিষ্ট ধারণা ও তত্ত্ব প্রতিষ্ঠা করতে হয়। তাছাড়া সমস্যা সংশ্লিষ্ট পূর্বে পরিচালিত কোনো গবেষণালব্ধ ফলাফল (findings) পর্যালোচনা করতে হয়।

(৩) কল্পনা বা হাইপোথিসিস উন্নয়ন (Development of Working Hypotheses)

ব্যাপকভাবে সাহিত্য পর্যালোচনার পর গবেষককে অবশ্যই পরিষ্কার ও সুনির্দিষ্টভাবে অনুমান বা working hypotheses ব্যাখ্যা করতে হবে। Working hypotheses is tentative assumption made in order to draw out and test its logical or empirical consequences. অর্থাৎ কার্যরত অনুমান হচ্ছে একটি সাময়িক বা পরীক্ষামূলক অনুমান যা যৌক্তিক বা প্রায়োগিক ফলাফলের নিরিখে নির্ধারিত ও যাচাই করা হয়। কার্যরত অনুমান গবেষণা পরিচালনায় গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে।

- অনুমান অবশ্যই সুনির্দিষ্ট ও সীমিত হওয়া উচিত, কারণ যাতে এটা যাচাই করা যায়;
- এটা গবেষককে গবেষণা ক্ষেত্রের সীমা নির্ধারণে দিক নির্দেশনা দেয় এবং তাঁকে গবেষণার সঠিক দ্রাকৈ থাকতে সহায়তা করে।
- কোন ধরনের তথ্য উপাত্ত প্রয়োজন হবে এবং তথ্য উপাত্ত বিশ্লেষণে কোন পদ্ধতি ব্যবহৃত হবে এটা তা নির্দেশ করে।

Working hypotheses উন্নয়নে নিম্নলিখিত বিষয়গুলোর প্রতি গুরুত্ব দেওয়া হয়—

- সমস্যা, এর উৎস ও উদ্দেশ্য সম্পর্কে সহকর্মীদের বা বিশেষজ্ঞদের সাথে আলোচনা করা;
- তথ্য উপাত্ত, নথিপত্র পরীক্ষা করা;
- একই ধরনের গবেষণা ইতোপূর্বে হয়ে থাকলে তা পর্যালোচনা করা এবং
- অনুসন্ধানভিত্তিক ব্যক্তিগত তদন্ত।

(৪) গবেষণা নকশা প্রণয়ন (Preparing the Research Design):

গবেষণা সমস্যা পরিষ্কারভাবে নির্ধারিত হওয়ার পর গবেষককে গবেষণা নকশা প্রণয়ন করতে হয়। কীভাবে গবেষণা পরিচালিত হবে তার ধারণাগত কাঠামো প্রকাশই হলো গবেষণা নকশা।

গবেষণা নকশা প্রণয়নে নিম্নলিখিত বিষয় বিবেচনা করতে হয়—

- i) তথ্য উপাত্ত পাওয়ার মাধ্যম বা উপায়;
- ii) দক্ষ গবেষক ও দক্ষ সহকর্মীর প্রাপ্তব্যতা;
- iii) গবেষণার জন্য পর্যাপ্ত সময়;
- iv) গবেষণার জন্য ব্যয় বা অর্থায়ন।

(৫) নমুনা নকশা নির্ধারণ (Determining Sample Design)

এ পর্যায়ে একজন গবেষক গবেষণার জন্য কী ধরনের নমুনা গ্রহণ করবেন তার নকশা নির্ধারণ করেন। গবেষণার উদ্দেশ্য ও প্রকৃতিভেদে তথ্য সংগ্রহের জন্য গবেষক নিম্নলিখিত নমুনায়ন পদ্ধতির মধ্যে যেকোনো নমুনায়ন নকশা করতে পারেন।

- i) ইচ্ছাধীন বা উদ্দেশ্যমূলক নমুনায়ন (Deliberate/purposive/non-probability sampling)
- ii) সাধারণ দৈবচয়ন নমুনায়ন (Simple random sampling)
- iii) পদ্ধতিগত নমুনায়ন (Systematic sampling)
- iv) স্তরিত নমুনায়ন (Stratified sampling)
- v) কোটা নমুনায়ন (Quota sampling)
- vi) গুচ্ছ নমুনায়ন এবং ক্ষেত্র নমুনায়ন (Cluster sampling and area sampling)
- vii) বহুস্তর নমুনায়ন (Multi-stage sampling)
- viii) ধারাবাহিক নমুনায়ন (Sequential sampling)

(৬) তথ্য সংগ্রহ (Data Collection):

এ পর্যায়ে গবেষককে সঠিক তথ্য উপাত্ত সংগ্রহ করতে হয়। সঠিক তথ্য সংগ্রহের বিভিন্ন উপায় আছে। কোন উপায় গবেষক ব্যবহার করবেন তা নির্ভর করে অর্থ ব্যয়, সময় এবং অন্যান্য সম্পদ যা তাঁর আয়ত্বাধীন কিনা।

যেমন প্রাথমিক তথ্য হয় পরীক্ষামূলক (experiment) অথবা জরিপ (survey) দ্বারা সংগ্রহ করা সম্ভব। যা হোক তথ্য সংগ্রহের বিভিন্ন উপায় আছে। যেমন-

- i) প্রশ্নোত্তরিকা (Questionnaire)
- ii) পর্যবেক্ষণ (Observation)
- iii) ব্যক্তিগত সাক্ষাৎকার (Personal interview)
- iv) টেলিফোন সাক্ষাৎকার (Telephonic interview)
- v) ডাকযোগে প্রশ্নোত্তরিকা প্রেরণ (Mailing of questionnaires)
- vi) তালিকা বা সূচিকরণ (Schedule)
- vii) ফোকাস গ্রুপ ডিসকাশন (Focus group discussion)

(৭) প্রকল্প বাস্তবায়ন (Execution of the Project)

গবেষণা প্রক্রিয়ার অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ ধাপ হলো প্রকল্প বাস্তবায়ন। প্রকল্প বাস্তবায়ন কাজ যদি সঠিক লাইনে অগ্রসর হয়, তাহলে এর জন্য প্রয়োজনীয় তথ্য উপাত্ত সংগ্রহ সহজ হয়। এ পর্যায়ে গবেষককে দেখতে হয়, প্রকল্প বাস্তবায়ন পদ্ধতিগতভাবে এবং যথাসময়ে সংঘটিত হচ্ছে কিনা।

(৮) উপাত্ত বিশ্লেষণ (Analysis of Data)

গবেষণা কাজের গুরুত্বপূর্ণ কাজ হলো তথ্য উপাত্ত বিশ্লেষণ। সাধারণত ডেটা editing, classifying, coding, decoding, tabulating, presenting ইত্যাদি হচ্ছে উপাত্ত বিশ্লেষণের মৌলিক কাজ। এজন্য বিভিন্ন পরিসংখ্যানিক পদ্ধতি ও মডেল ব্যবহার করা যেতে পারে।

(৯) কল্পনা যাচাই (Hypothesis-testing)

এ পর্যায়ে গবেষককে কল্পনা যাচাই করতে হয়। পূর্বের নির্ধারিত কল্পনাটি গ্রহণ বা বর্জন করার সিদ্ধান্ত নিতে হলে কল্পনা যাচাইয়ের বিকল্প নেই। বিভিন্ন ধরনের test আছে। সেগুলো হলো:

- i) *t*-test;
- ii) *F*-test;
- iii) *Chisquare* test ইত্যাদি।

গবেষণা অনুসন্ধানের উদ্দেশ্য ও প্রকৃতিভেদে গবেষক উপরোক্ত test গুলোর এক বা একাধিক ব্যবহার করতে পারেন।

(১০) গবেষণা রিপোর্ট বা অভিসন্দর্ভ প্রস্তুতকরণ (Preparation of the Report or the Thesis)


সবশেষে গবেষককে গবেষণার রিপোর্ট বা প্রতিবেদন প্রস্তুত করতে হয়। রিপোর্ট লেখার সময় তাকে খুব মনোযোগী ও সতর্ক হতে হয়। গবেষণা রিপোর্টের লে-আউট হবে:

- i) প্রারম্ভিক পৃষ্ঠা (Preliminary page);
- ii) প্রধান বিষয়বস্তু (Main text);
- iii) সমাপ্ত বিষয়াবলি (End matter)

প্রারম্ভিক পৃষ্ঠায় থাকবে শিরোনাম (title), তারিখ (date), পরে স্বীকারোক্তি (acknowledgements) এবং ভূমিকা (foreword)। যদি গবেষণার বিষয়বস্তু উপস্থাপনায় কোনো টেবিল, গ্রাফ ও চার্ট ব্যবহার করা হয় তার তালিকাও দিতে হবে। রিপোর্টের প্রধান বিষয়বস্তুতে নিম্নলিখিত অংশ থাকা আবশ্যিক।

- (a) সূচনা (Introduction)
- (b) গবেষণা ফলাফলের সারসংক্ষেপ (Summary of findings)
- (c) বিশ্লেষণসহ প্রধান অংশ (Main part with analysis)
- (d) উপসংহার (Conclusion)

রিপোর্টের শেষে থাকবে Appendices, Bibliography এবং Index.

 সারসংক্ষেপ
ব্যবসায় গবেষণা একটি ধারাবাহিক কার্য প্রক্রিয়া। গবেষণা সমস্যা সংজ্ঞায়িতকরণ, সাহিত্য জরিপকরণ, কল্পনা উন্নয়ন, গবেষণা নকশা প্রণয়ন, নমুনা নকশা নির্ধারণ, তথ্য সংগ্রহকরণ, প্রকল্প বাস্তবায়ন, উপাত্ত বিশ্লেষণ, কল্পনা যাচাইকরণ ও গবেষণা রিপোর্ট প্রস্তুতকরণ ব্যবসায় গবেষণা প্রক্রিয়ার ধাপ বা পদক্ষেপসমূহ।

পাঠ ১.৫

ব্যবসায় গবেষণার বিবেচ্য বিষয়

Factors to be Considered in Doing Business Research



উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি-

- ব্যবসায় গবেষণার বিবেচ্য বিষয় ব্যাখ্যা করতে পারবেন।

ব্যবসায় গবেষণার বিবেচ্য বিষয়

(Factors to be Considered in Doing Business Research)

ব্যবসায় গবেষণার ক্ষেত্রে প্রভাব বিস্তার করে এরূপ কতকগুলো বিষয় বা উপাদান সম্পর্কে সম্যক ধারণা থাকা একজন গবেষকের মৌলিক দায়িত্ব। নিম্নে ব্যবসায় গবেষণার ক্ষেত্রে বিবেচ্য বিষয় বা উপাদান সংক্ষেপে আলোচনা করা হলো:

(১) লক্ষ্য (Goals): যেকোনো ব্যবসায় গবেষণা প্রজেক্ট শুরু করতে হলে প্রথমত তার লক্ষ্য বা উদ্দেশ্য সুনির্দিষ্টভাবে সংজ্ঞায়িত করতে হবে। গবেষণার জন্য গবেষককে অবশ্যই এক বা একাধিক লক্ষ্য সুস্পষ্টভাবে চিহ্নিত করতে হয়।

(২) ডেটা (Data): লক্ষ্য অর্জনের জন্য কোন ধরনের তথ্য উপাত্ত প্রয়োজন সেটা খুবই গুরুত্বপূর্ণ। কোনো বিষয় বা সমস্যা সম্পর্কে কত দ্রুত নিখুঁতভাবে জরিপের মাধ্যমে ভোক্তাদের নিকট তথ্য উপাত্ত পাওয়া যাবে তা পরিকল্পনায় রাখতে হবে।

(৩) বাজেট (Budget): ব্যবসায় গবেষণার জন্য কত পরিমাণ অর্থ বিনিয়োগ করা হবে, তা একটি গুরুত্বপূর্ণ বিবেচনার বিষয়। যদিও পরিমাণগত বাজার গবেষণা (Quantitative market research) খুব একটা ব্যয়বহুল নয়। যদিও এ ধরনের গবেষণায় AYTМ (Ask Your Target Market) জরিপ পরিচালনায় হাতিয়ার ব্যবহার করা হয়।

(৪) ব্যয়ের তুলনায় অর্জন (Cost of benefit): ব্যবসায় গবেষণায় cost-benefit বিশ্লেষণ করে দেখতে হবে যে, গবেষণা থেকে প্রাপ্ত সুবিধাদি বা অর্জন গবেষণা ব্যয় থেকে বেশি হচ্ছে কিনা।

(৫) সময় (Time): ব্যবসায় গবেষণার লক্ষ্য অর্জনের জন্য কত দ্রুত ও নির্ভুলতার সাথে তথ্য উপাত্ত সংগৃহীত হবে, সে বিষয় বিবেচনা করা অত্যন্ত জরুরি। গতানুগতিক অফ-লাইন বাজার গবেষণার জন্য প্রয়োজন কয়েক সপ্তাহ বা কয়েক মাস যা ব্যয়বহুলও বটে। অন্যদিকে অন-লাইন জরিপ কাজের জন্য গবেষক নিজস্ব জরিপ হাতিয়ার AYTМ পরিচালনা করে ঘন্টায় প্রায় ১০০০ জন ভোক্তার মতামত নিতে পারে।

(৬) অর্জন গ্রুপ (Target Group): ব্যবসায় গবেষণা কোন অর্জন গ্রুপের ওপর পরিচালনা করা হবে, তাদেরকে দারুণভাবে সু-সংজ্ঞায়িত করতে হবে। তারা হবে সুনির্দিষ্ট এবং তাদের লিঙ্গ, বয়স, আয়, বৈবাহিক অবস্থা, ভৌগোলিক অবস্থান এবং অন্যান্য জনমিতিক গুণাবলি এবং ব্যক্তিত্ব সম্পর্কিত বিষয় যেমন- শখ, কোন প্রকাশনা তারা পড়তে পছন্দ করে ইত্যাদি।

(৭) সিদ্ধান্ত এবং কার্যকারিতা (Decisions and Action): ব্যবসায় গবেষণার ফলাফল কাজিক্ত মাত্রায় লাভ করতে হলে সিদ্ধান্ত গ্রহণ হতে হবে action based on the result. তাছাড়া এতে অযথা যেমন সময় ক্ষেপণ হবে এবং ব্যয়ও বাড়তে থাকবে।

এছাড়া প্রতিষ্ঠানের সামর্থ্য, গবেষণার পরিবেশ ও বাস্তবতা, দক্ষ গবেষকগণের প্রাপ্যতা ইত্যাদি বিষয় ব্যবসায় গবেষণার বিবেচিত বিষয়।



সারসংক্ষেপ:

ব্যবসায় গবেষণা সফলভাবে পরিচালনার জন্য যে সকল বিষয় বা উপাদান প্রত্যক্ষ ও পরোক্ষভাবে প্রভাব বিস্তার করে, তাই ব্যবসায় গবেষণার বিবেচ্য বিষয়। বিবেচ্য বিষয় বা উপাদানগুলো হলো লক্ষ্য নির্ধারণ, তথ্য উপাত্তের সহজলভ্যতা, প্রাক্কলিত বাজেট, ব্যয়ের তুলনায় অর্জন কীরূপ, উপযুক্ততা, সময়, অর্জন গ্রুপ এবং পরিশেষে কার্যকর সিদ্ধান্ত গ্রহণ।



ইউনিট উত্তর মূল্যায়ন

- ১। ব্যবসায় গবেষণার সংজ্ঞা দিন।
- ২। ব্যবসায় গবেষণার উদ্দেশ্যসমূহ বর্ণনা করুন।
- ৩। ব্যবসায় গবেষণার প্রয়োজনীয়তা ব্যাখ্যা করুন।
- ৪। ব্যবসায় গবেষণার আওতা বর্ণনা করুন।
- ৫। ব্যবসায় গবেষণার প্রকারভেদ আলোচনা করুন।
- ৬। ব্যবসায় গবেষণা প্রক্রিয়া বর্ণনা করুন।
- ৭। ব্যবসায় গবেষণার বিবেচ্য বিষয়গুলো আলোচনা করুন।