

দ্য মিস্ট্রি অব বিজনেস ফেলিউর অ্যান্ড সাকসেস অ্যা রোডম্যাপ টু বিজনেস সাকসেস

সাইফুল হোসেন



ইত্যাদি গ্রন্থ প্রকাশ



প্রকাশনার দুই দশক পেরিয়ে

দ্য মিস্ট্রি অব বিজনেস ফেলিউর অ্যান্ড সাকসেস

বিজনেস

সাইফুল হোসেন

স্বত্ব

লেখক

প্রথম প্রকাশ

ফেব্রুয়ারি ২০২৫

প্রকাশক

ইত্যাদি গ্রন্থ প্রকাশ

৩৮ বাংলাবাজার, ঢাকা-১১০০

ফোন : ০২-৪১০৫২৯৫০, ০১৭১৫ ৪২৮২১০, ০১৭১২ ২৩৫৩৪২

e-mail : ittadisutrapat@gmail.com

web : www.ittadibooks.com

পরিবেশক

যুক্তরাষ্ট্র : মুক্তধারা, জ্যাকসন হাইট, নিউইয়র্ক

ভারত : বইবাংলা, ব্লক-২, কলেজ স্কোয়ার দক্ষিণ, সূর্যসেন স্ট্রিট, কলকাতা ৭০০০১২

অনলাইন পরিবেশক

rokomari.com/ittadi

boiferry.com/ittadi

makkabook.com/ittadi

প্রচ্ছদ

রহমান মিঠু

পৃষ্ঠাবিন্যাস

বন্ধু কম্পিউটার্স

ছাপাখানা

নিউ এস আর প্রিন্টিং প্রেস

১০/১ বি কে দাশ রোড, ফরাশগঞ্জ, ঢাকা

মূল্য : ৫০০ টাকা

The Mystery of Business Failure and Success by Shaiful Hossain,

Published by Ittadi Grantho Prokash, 1st Published: February 2025. Price

Tk. 500, ISBN: 978 984 905 073 5

প্রারম্ভিকা

দ্য মিস্ট্রি অব বিজনেস ফেলিউর অ্যান্ড সাকসেস বইটি বাংলাদেশের ব্যবসায়িক জগতে একটি গুরুত্বপূর্ণ সংযোজন। বর্তমান ব্যবসায়িক জগতে টিকে থাকার চ্যালেঞ্জ এবং দ্রুত পরিবর্তনশীল পরিস্থিতির সাথে খাপ খাওয়াতে না পারলে একটি ব্যবসা সহজেই ব্যর্থতার সম্মুখীন হয়। এই বইটি ব্যবসায়িক নেতৃত্ববৃন্দ এবং উদ্যোক্তাদের জন্য একটি পথপ্রদর্শক হিসেবে কাজ করবে বলেই আমার আন্তরিক বিশ্বাস; কারণ এই বইটি ব্যবসায়ে ব্যর্থতার কারণগুলোকে গভীরভাবে বিশ্লেষণ করেছে। ফলে এই বইটি একটি ব্যবসাকে সফল করার জন্য সঠিক কৌশল প্রণয়ন করতে সহায়তা করবে।

বইটি শুধু ব্যবসার ব্যর্থতার কারণগুলো তুলে ধরেনি, এটি সফলতার উপায়গুলোকেও গুরুত্বের সঙ্গে আলোচনা করেছে। ব্যর্থতার পেছনে থাকা মূল সমস্যাগুলো চিহ্নিত করা এবং সেই সমস্যাগুলোর সমাধান খুঁজে বের করা একটি ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের জন্য অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। এই বইটি মূলত সেই জ্ঞান এবং অভিজ্ঞতার ওপর ভিত্তি করে লেখা হয়েছে, যা আমি গত প্রায় তিন দশক সময় ধরে বিভিন্ন প্রতিষ্ঠানে কাজ করে এবং হাজারো ব্যবসায়ীর সাথে মিশে অর্জন করেছি।

আমি যেমন RahimAfrooz Group-এ এক্সিকিউটিভ ডিরেক্টর, ফাইন্যান্স এবং বিজনেস হিসেবে কাজ করেছি, তেমনই Akij Group, Remark HB Ltd, ADN Group এবং MARN Steel Structure Ltd-এর মতো বড় বড় প্রতিষ্ঠানে অ্যাডভাইজর, ফাইন্যান্স এবং বিজনেস হিসেবে কাজ করার সময় আমি দেখেছি কীভাবে সঠিক কৌশলগত পরিকল্পনার অভাব একটি সফল ব্যবসাকে ধ্বংসের দিকে নিয়ে যেতে পারে। এছাড়াও আমি ব্যাংকিং খাতে প্রায় দুই দশক কাজ করেছি এবং সেই অভিজ্ঞতার ভিত্তিতে বুঝতে পেরেছি, কীভাবে ব্যবসায়িক পরিচালনায় আর্থিক দুর্বলতা এবং অর্থ ব্যবস্থাপনার ভুল একটি প্রতিষ্ঠানের পতনের মূল কারণ হতে পারে।

Harvard Business Review, World Economic Reviews এবং অন্যান্য বিশ্বখ্যাত গবেষণার ওপর ভিত্তি করে আমি দেখেছি যে, ব্যবসায়িক ব্যর্থতার মূল কারণগুলো মূলত কিছু সাধারণ বিষয়ের ওপর নির্ভর করে। যেমন পরিকল্পনার অভাব, অর্থ ব্যবস্থাপনার দুর্বলতা, বাজারের চাহিদা বুঝতে ব্যর্থতা এবং সঠিক নেতৃত্বের অভাব ইত্যাদি।

বইটির প্রধান থিম

বইটিতে ব্যবসার সফলতা এবং ব্যর্থতার পার্থক্য নিয়ে বিশদ আলোচনা করা হয়েছে। এখানে উল্লেখযোগ্য বিষয়গুলোর মধ্যে রয়েছে—

- পরিকল্পনার গুরুত্ব : একটি ব্যবসার জন্য সঠিক পরিকল্পনা অপরিহার্য। কোনো ব্যবসা যদি সঠিকভাবে পরিকল্পনা ছাড়া পরিচালিত হয়, তবে সেটি প্রাথমিকভাবে লাভজনক হলেও দীর্ঘমেয়াদে টিকে থাকতে পারে না।
- অর্থ ব্যবস্থাপনার প্রয়োজনীয়তা : সঠিকভাবে আর্থিক ব্যবস্থাপনা না করলে কোনো প্রতিষ্ঠান দীর্ঘস্থায়ী হতে পারে না। Harvard Business Review-এর গবেষণায় দেখা গেছে যে, প্রায় ৮৫% ছোট ব্যবসা আর্থিক দুর্বলতার কারণে ব্যর্থ হয়।
- বাজার বিশ্লেষণ এবং গ্রাহকের চাহিদা : একটি ব্যবসা কেবল পণ্য বা সেবা সরবরাহ করলেই হবে না, বরং বাজারের চাহিদা এবং গ্রাহকদের প্রয়োজন বুঝতে হবে। সফল প্রতিষ্ঠানগুলো সবসময় বাজারের পরিবর্তনশীলতার সাথে নিজেদের অভিযোজিত করতে সক্ষম হয়।
- সঠিক নেতৃত্বের গুরুত্ব : একজন দক্ষ নেতৃত্ব প্রতিষ্ঠানের সফলতার মূল চাবিকাঠি। সঠিক নেতৃত্ব ছাড়া একটি প্রতিষ্ঠানের সঠিক দিকনির্দেশনা পাওয়া কঠিন হয়ে পড়ে।

এছাড়াও বইটিতে ব্যর্থতা থেকে শিক্ষা নিয়ে কীভাবে নতুন উদ্যোগে সফল হওয়া যায়, তা নিয়ে আলোচনা করা হয়েছে। প্রতিটি প্রতিষ্ঠান ব্যর্থতার সম্মুখীন হতে পারে, কিন্তু সেই ব্যর্থতা থেকে শিক্ষাগ্রহণ করে সঠিক সিদ্ধান্ত নিয়ে পুনরায় সফল হওয়া সম্ভব। উদাহরণস্বরূপ জ্যাক মা, যিনি আলিবাবা প্রতিষ্ঠার আগে বেশ কয়েকবার ব্যর্থ হয়েছিলেন, কিন্তু ব্যর্থতা থেকে শিক্ষা নিয়ে শেষমেশ তিনি একটি বৈশ্বিক ব্যবসা প্রতিষ্ঠা করতে সক্ষম হন।

কেন আমি এই বইটি লিখেছি?

এই বইটি লেখার পেছনে আমার মূল উদ্দেশ্য হলো, আমি যে অভিজ্ঞতা এবং জ্ঞান অর্জন করেছি, তা বাংলাদেশের ব্যবসায়িক নেতৃবৃন্দ এবং উদ্যোক্তাদের কাছে পৌঁছে দেওয়া। আমি আমার পেশাগত জীবনের সময় অনেক সফল এবং ব্যর্থ ব্যবসার সঙ্গী হয়েছি। এই অভিজ্ঞতাগুলো আমাকে ব্যর্থতার কারণ এবং সফলতার চাবিকাঠি সম্পর্কে একটি গভীর উপলব্ধি দিয়েছে।

বাংলাদেশের ব্যবসায়িক ক্ষেত্র ক্রমাগত বৃদ্ধি পাচ্ছে এবং নতুন উদ্যোক্তাদের সংখ্যা বাড়ছে। কিন্তু, তাদের বেশিরভাগই সঠিক পরিকল্পনা এবং কৌশলগত দিকনির্দেশনা ছাড়া ব্যবসা শুরু করে, যার ফলে তারা প্রথম কয়েক বছরের মধ্যেই ব্যর্থ হয়। বাংলাদেশে ৭০-৮০% স্টার্টআপ প্রথম পাঁচ বছরের মধ্যে বন্ধ হয়ে যায়। এই সমস্যা সমাধানে আমার দীর্ঘ কর্মজীবনের অভিজ্ঞতা, গবেষণা এবং বিশ্বখ্যাত কেস স্টাডিগুলোকে কাজে লাগিয়ে আমি এই বইটি লিখেছি।

আমি ব্যর্থতা এবং সফলতার গল্পগুলো এখানে তুলে ধরেছি, যাতে নতুন উদ্যোক্তারা সেই ভুলগুলো এড়াতে এবং সফলতার পথে এগিয়ে যেতে পারে। এই বইটির মাধ্যমে আমি আমার ব্যক্তিগত অভিজ্ঞতা, বিশ্বব্যাপী গবেষণার ফলাফল এবং বিভিন্ন প্রতিষ্ঠানের উদাহরণ তুলে ধরেছি, যা বাংলাদেশের উদ্যোক্তাদের একটি সঠিক দিকনির্দেশনা দিতে পারবে।

কারা এই বই থেকে উপকৃত হবে?

এই বইটি মূলত ব্যবসায়িক নেতা, উদ্যোক্তা এবং বিনিয়োগকারীদের জন্য লেখা হয়েছে। বিশেষত, নতুন উদ্যোক্তারা এই বই থেকে প্রচুর উপকৃত হবে, কারণ এখানে ব্যবসার শুরু থেকে কীভাবে সঠিক কৌশল গ্রহণ করে এগিয়ে যেতে হয় তা বিস্তৃতভাবে ব্যাখ্যা করা হয়েছে।

যারা ইতোমধ্যে ব্যবসায় ব্যর্থতার সম্মুখীন হয়েছেন, তারা এই বই থেকে ব্যর্থতা থেকে কীভাবে শিক্ষা নিয়ে পুনরায় সঠিক পথে এগিয়ে যেতে পারেন, তার সমাধান পেতে পারেন।

ব্যবসায়িক পরামর্শদাতা, বিনিয়োগকারী এবং স্টার্টআপ প্রতিষ্ঠাতারা এই বই থেকে ব্যবসায়িক সমস্যা সমাধানের কৌশল শিখতে পারবেন। এছাড়া যারা ব্যর্থতার মুখোমুখি হওয়ার পর হতাশায় ভুগছেন, তাদের জন্য এটি একটি প্রেরণামূলক বই হিসেবে কাজ করবে।

বিশ্বব্যাপী খ্যাতিনামা প্রতিষ্ঠানের ব্যর্থতা এবং সফলতার গল্প তুলে ধরে এই বইটি ব্যবসায়িক সিদ্ধান্ত নেওয়ার ক্ষেত্রে নতুন ধারণা প্রদান করবে। নোকিয়া, ব্লকবাস্টার এবং Kodak-এর মতো প্রতিষ্ঠানের ব্যর্থতার গল্প যেমন বইটিতে আলোচনা করা হয়েছে, তেমনই অ্যামাজন, গুগল এবং নেটফ্লিক্স-এর মতো সফল কোম্পানির কৌশলগত পরিকল্পনাও তুলে ধরা হয়েছে।

প্রকাশকের মন্তব্য

সাইফুল হোসেন একজন বহুমুখী প্রতিভার অধিকারী, যার কাজ এবং বিশ্লেষণ ব্যবসায়িক এবং অর্থনৈতিক জগতে গভীর প্রভাব ফেলে। তিনি কেবলমাত্র একজন সফল লেখক নন, বরং একজন অর্থনৈতিক বিশ্লেষক, Personal Finance Expert এবং Corporate Finance & Business Strategist হিসেবে সুপরিচিত। তার পূর্ববর্তী বই 'The Art of Personal Finance Management' ইতোমধ্যেই বেস্ট সেলিং বইয়ের খেতাব অর্জন করেছে, যা তার বিশেষজ্ঞ দৃষ্টিভঙ্গি এবং গভীর গবেষণার প্রতিফলন। তার নতুন বই 'The Mystery of Business Failure and Success' আমাদের প্রকাশনার জন্য একটি গুরুত্বপূর্ণ মাইলফলক হিসেবে যুক্ত হয়েছে।

এই বইটি এমন একটি সময়ে প্রকাশিত হচ্ছে যখন বাংলাদেশের ব্যবসায়িক পরিবেশ ক্রমশ জটিল হয়ে উঠছে এবং নতুন উদ্যোক্তাদের মধ্যে সফলতা ও ব্যর্থতার কারণগুলো নিয়ে উদ্বেগ বাড়ছে। সাইফুল হোসেনের বইটি সেই কারণগুলো গভীরভাবে বিশ্লেষণ করে এবং কীভাবে ব্যবসায় ব্যর্থতা কাটিয়ে উঠতে হবে এবং সফলতা অর্জন করতে হবে, তা নিয়ে আলোচনা করে। তিনি ব্যবসায়িক ব্যর্থতার মূল কারণগুলো যেমন সঠিক পরিকল্পনার অভাব, ঝুঁকি বিশ্লেষণের ত্রুটি, আর্থিক দুর্বলতা এবং বাজার বিশ্লেষণের অভাব, সেই সঙ্গে কীভাবে সফলতার দিকে যেতে হবে তা নিয়ে সুস্পষ্ট দিকনির্দেশনা প্রদান করেছেন।

সাইফুল হোসেন শুধু একটি লেখকের নাম নয়; তিনি অর্থনৈতিক এবং ব্যবসায়িক বিশ্বে একটি গুরুত্বপূর্ণ ব্যক্তিত্ব। তার YouTube চ্যানেলগুলো, Finfacts এবং Finance Mentor, যেখানে প্রায় এক মিলিয়ন অনুসারী রয়েছে, ব্যক্তি এবং প্রতিষ্ঠানের অর্থনৈতিক জ্ঞান উন্নত করতে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। তিনি শুধু লেখার মাধ্যমে নয়, ভিডিও এবং ডিজিটাল প্ল্যাটফর্মেও তার জ্ঞান ভাগ করে নেন, যা বর্তমান সময়ের জন্য অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ একটি উদ্যোগ। তার চ্যানেলগুলোতে ব্যক্তিগত এবং কর্পোরেট

ফাইন্যান্স, বিজনেস স্ট্র্যাটেজি, অর্থনীতি এবং সামাজিক সচেতনতা নিয়ে তার তৈরি করা ভিডিওগুলো হাজার হাজার মানুষকে অনুপ্রাণিত করে এবং শিক্ষা দেয়।

তার অর্থনীতি ও ব্যবসা সংক্রান্ত কলামগুলোও অত্যন্ত প্রভাবশালী, যা বিভিন্ন পত্রিকা ও ম্যাগাজিনে নিয়মিত প্রকাশিত হয়। তার লেখার স্টাইল সহজবোধ্য হলেও, সেটি গভীর অর্থবহ। Harvard Business Review-এর মতো আন্তর্জাতিকভাবে স্বীকৃত বিভিন্ন গবেষণা ও কেস স্টাডির ভিত্তিতে তিনি তার কাজগুলো সাজিয়ে তোলেন, যা তার পাঠকদের কাছ থেকে ব্যাপক সাড়া পায়।

সাইফুল হোসেন একজন ছড়াকার, গীতিকার, ঔপন্যাসিক এবং নাট্যকার হিসেবেও সুপরিচিত। তার প্রতিভার বহুমাত্রিকতা তার লেখা উপন্যাস ‘মেহেরজান’-এ স্পষ্টভাবে প্রতিফলিত হয়েছে, যা পাঠকদের মধ্যে জনপ্রিয়তা অর্জন করেছে। তার লেখার গভীরতা এবং সহজবোধ্যতা প্রতিটি পাঠককে মুগ্ধ করে।

‘The Mystery of Business Failure and Success’ বইটি মূলত সেই পাঠকদের জন্য লেখা হয়েছে যারা ব্যবসায় ব্যর্থতার কারণগুলো জানতে আগ্রহী এবং সেই ব্যর্থতা থেকে কীভাবে সফলতা অর্জন করা যায়, তা শিখতে চান। সাইফুল হোসেন এই বইয়ে ব্যবসায়িক ব্যর্থতার মূল কারণগুলো চিহ্নিত করেছেন এবং বাস্তব উদাহরণ ও গবেষণার ভিত্তিতে পাঠকদের জন্য কার্যকরী সমাধান প্রদান করেছেন।

তিনি তার অভিজ্ঞতা এবং জ্ঞান ব্যবহার করে ব্যবসায়িক সফলতার জন্য প্রয়োজনীয় কৌশলগুলো বিশ্লেষণ করেছেন। যেমন—ঝুঁকি ব্যবস্থাপনা, কৌশলগত পরিকল্পনা, বাজার বিশ্লেষণ এবং আর্থিক ব্যবস্থাপনা। এছাড়াও বইটিতে বিশ্ববিখ্যাত উদ্যোক্তাদের সংগ্রাম এবং সফলতার গল্পের মাধ্যমে পাঠকদের অনুপ্রাণিত করা হয়েছে, যাতে তারা নিজের ব্যবসা শুরু করতে এবং পরিচালনা করতে সক্ষম হন।

এই বইটি শুধু নতুন উদ্যোক্তাদের জন্য নয়, যারা ইতিমধ্যে ব্যবসায়িক ক্ষেত্রে কাজ করছেন, তাদের জন্যও সহায়ক হবে। যারা প্রতিষ্ঠিত ব্যবসায়ী, তারা বইটিতে উল্লেখিত কৌশলগুলো ব্যবহার করে তাদের ব্যবসায়িক অবস্থান আরও শক্তিশালী করতে পারবেন। বইটিতে উল্লেখিত কেস স্টাডি এবং বাস্তব উদাহরণগুলো পাঠকদের ব্যবসায়িক সিদ্ধান্ত নেওয়ার ক্ষেত্রে সহায়তা করবে।

বইটি কেন গুরুত্বপূর্ণ?

ব্যবসায়িক ক্ষেত্রের সাথে যারা যুক্ত, তারা জানেন যে, সঠিক কৌশল এবং পরিকল্পনা ছাড়া ব্যবসায় টিকে থাকা সম্ভব নয়। সাইফুল হোসেন এই বইতে কেবল ব্যর্থতার কারণই নয়, বরং কীভাবে সেই ব্যর্থতা থেকে শিক্ষা নিয়ে সফলতার পথে অগ্রসর হওয়া যায়, তা বিশ্লেষণ করেছেন।

বইটির প্রতিটি অধ্যায়ই গভীর গবেষণার ফল এবং ব্যবসায়িক ক্ষেত্রে সঠিক সিদ্ধান্ত নেওয়ার জন্য প্রয়োজনীয় দিকনির্দেশনা প্রদান করে। এটি নতুন এবং অভিজ্ঞ উদ্যোক্তাদের জন্য সমানভাবে সহায়ক হবে। ‘The Mystery of Business Failure and Success’ একটি বাস্তবমুখী এবং কার্যকরী নির্দেশিকা হিসেবে পাঠকদের সামনে আসবে বলে আমার বিশ্বাস।

সূচিপত্র

অধ্যায় ১	: ভূমিকা / ১৫
অধ্যায় ২	: ব্যবসায়িক জগতে সফলতা ও ব্যর্থতার ধারণা
অধ্যায় ৩	: ব্যবসায়িক ধারণার সঠিক মূল্যায়ন / ২৬
অধ্যায় ৪	: সঠিক আইডিয়া নির্বাচন ও এর প্রভাব
অধ্যায় ৫	: সঠিক পরিকল্পনার অভাব / ৩৩
অধ্যায় ৬	: ব্যবসায়িক পরিকল্পনার গুরুত্ব এবং তার অভাবের ফলাফল
অধ্যায় ৭	: বাজার গবেষণার গুরুত্ব / ৪১
অধ্যায় ৮	: মার্কেট রিসার্চ ছাড়া ব্যবসায়ের ঝুঁকি
অধ্যায় ৯	: প্রতিযোগিতার বিশ্লেষণ / ৪৯
অধ্যায় ১০	: প্রতিযোগীদের থেকে শিক্ষা ও সাফল্যের কৌশল
অধ্যায় ১১	: পণ্যের গুণগত মান ও ব্যর্থতা / ৫৭
অধ্যায় ১২	: মানসম্পন্ন পণ্য এবং সেবার গুরুত্ব
অধ্যায় ১৩	: আর্থিক ব্যবস্থাপনার ভুল / ৬৪
অধ্যায় ১৪	: অর্থ সংস্থান ও বিনিয়োগের সঠিক পদ্ধতি
অধ্যায় ১৫	: ব্যবসায়ের লক্ষ্য এবং কৌশল নির্ধারণ / ৭১
অধ্যায় ১৬	: দীর্ঘমেয়াদি এবং স্বল্পমেয়াদি লক্ষ্য নির্ধারণের কৌশল
অধ্যায় ১৭	: বিপণন পরিকল্পনার ভুল / ৮০
অধ্যায় ১৮	: সঠিক মার্কেটিং কৌশলের অভাব এবং তার প্রভাব
অধ্যায় ১৯	: গ্রাহক সম্পর্ক ব্যবস্থাপনা / ৮৮
অধ্যায় ২০	: গ্রাহক সেবা এবং সম্পর্ক গড়ে তোলার কৌশল
অধ্যায় ২১	: প্রযুক্তির অভাব ও এর প্রভাব / ৯৬
অধ্যায় ২২	: প্রযুক্তির সঠিক ব্যবহার না করার কারণে ব্যবসায়িক ব্যর্থতা
অধ্যায় ২৩	: সঠিক নেতৃত্বের অভাব / ১০৫
অধ্যায় ২৪	: যোগ্য নেতৃত্বের গুরুত্ব এবং নেতৃত্বের অভাবের ফলাফল

অধ্যায় ২৫	: ঝুঁকি ব্যবস্থাপনার ব্যর্থতা / ১১৭
অধ্যায় ২৬	: ব্যবসায়িক ঝুঁকি কীভাবে মোকাবিলা করতে হয়
অধ্যায় ২৭	: মানব সম্পদ ব্যবস্থাপনা / ১২৮
অধ্যায় ২৮	: কর্মচারী নির্বাচন ও উন্নয়নে ভুল এবং তার প্রভাব
অধ্যায় ২৯	: সংকট মোকাবিলার কৌশল / ১৩৯
অধ্যায় ৩০	: ব্যবসায়িক সংকট কাটিয়ে ওঠার উপায়
অধ্যায় ৩১	: আবেগপ্রবণ সিদ্ধান্ত ও তার ফলাফল / ১৪৯
অধ্যায় ৩২	: আবেগপ্রবণ হয়ে সিদ্ধান্ত গ্রহণের ক্ষতিকর দিক
অধ্যায় ৩৩	: অর্থনৈতিক মন্দা এবং প্রস্তুতির অভাব / ১৫৭
অধ্যায় ৩৪	: মন্দার সময় ব্যবসায়িক টিকে থাকার কৌশল
অধ্যায় ৩৫	: নতুন উদ্ভাবনের অভাব / ১৬৭
অধ্যায় ৩৬	: উদ্ভাবনী চিন্তার গুরুত্ব এবং তার অভাবের প্রভাব
অধ্যায় ৩৭	: ব্যবসায়িক ব্যর্থতার উদাহরণ ও শিক্ষা / ১৭৫
অধ্যায় ৩৮	: বিশ্ববিখ্যাত ব্যর্থ ব্যবসার গল্প এবং শিক্ষা
অধ্যায় ৩৯	: সফলতার পথে পথনির্দেশনা / ১৮৩
অধ্যায় ৪০	: ব্যবসায়িক সফলতার রহস্য এবং ভবিষ্যতের কৌশল

অধ্যায় ১

ভূমিকা

ব্যবসায়িক জগতে সফলতা ও ব্যর্থতার ধারণা

সফলতা হলো একটি যাত্রা, এটি কোনো গন্তব্য নয়। ব্যর্থতা হলো শুধুমাত্র আরও ভালোভাবে ফিরে আসার সুযোগ।

– জন ম্যাক্সওয়েল

ব্যবসা জগতে সফলতা এবং ব্যর্থতা, এই দুটি ধারা সব সময়ই সমান্তরালভাবে চলে। কেউ ব্যবসা শুরু করেন সফলতার স্বপ্ন নিয়ে, আর কেউ সঠিক পরিকল্পনার অভাবে ব্যর্থ হন। আজকের বিশ্বে ব্যবসায়িক জগতে প্রবেশ করা আগের চেয়ে অনেক বেশি চ্যালেঞ্জিং এবং প্রতিযোগিতামূলক হয়ে উঠেছে। যদিও অনেকেই ব্যবসায় সফলতার স্বপ্ন দেখে, কিন্তু সবাই সফলতা অর্জন করতে পারে না। ব্যবসায়িক জগতে সফলতা এবং ব্যর্থতার মধ্যে পার্থক্য করতে পারা এবং সঠিক সিদ্ধান্ত নিতে পারা একজন উদ্যোক্তার সবচেয়ে বড় গুণাবলি।

সফলতার মূল চাবিকাঠি হচ্ছে সঠিক পরিকল্পনা, বাজারের পরিস্থিতি বোঝা, গ্রাহকদের চাহিদা পূরণ করা এবং নেতৃত্ব প্রদানের দক্ষতা। অন্যদিকে পরিকল্পনার অভাব, বাজারের চাহিদা না বোঝা, আর্থিক অব্যবস্থাপনা এবং নেতৃত্বের অভাবে ব্যবসায় ব্যর্থতার সম্মুখীন হতে হয়। এই অধ্যায়ে আমরা ব্যবসায়িক সফলতা এবং ব্যর্থতার মূল কারণগুলো বিশদভাবে বিশ্লেষণ করব এবং বিশ্বব্যাপী কিছু প্রখ্যাত প্রতিষ্ঠান এবং তাদের অভিজ্ঞতার আলোকে তা ব্যাখ্যা করব।

ব্যবসায়িক সফলতার সংজ্ঞা

ব্যবসায়িক সফলতা বলতে শুধু আর্থিক লাভ বোঝায় না; বরং এটি ব্যবসার ধারাবাহিক অগ্রগতি, বাজারের চাহিদা পূরণ এবং একটি স্থায়ী ব্র্যান্ড গড়ে তোলার সঙ্গে জড়িত। সফলতা অর্জন করতে হলে একজন উদ্যোক্তার কেবল পণ্য বা সেবা বিক্রি নয়, বরং ক্রেতাদের প্রয়োজনীয়তা ও বাজারের প্রবণতা বুঝতে হবে।

বিশ্ববিখ্যাত প্রযুক্তি প্রতিষ্ঠান Apple-এর উদাহরণ দিলে দেখা যায়, প্রতিষ্ঠানটি তাদের প্রতিটি পণ্যের মাধ্যমে কেবল প্রযুক্তিগত উৎকর্ষতা প্রদর্শন করেনি, বরং বাজারের চাহিদা অনুযায়ী তাদের পণ্যকে সময়মতো নতুন আঙ্গিকে উপস্থাপন করেছে। স্টিভ জবসের নেতৃত্বে Apple ক্রমাগত নতুন নতুন উদ্ভাবন নিয়ে এসেছে এবং তাদের প্রতিটি পণ্যই বাজারে আলোড়ন তুলেছে। উদাহরণ হিসেবে iPhone-এর কথা বলা যেতে পারে, যা ২০০৭ সালে বাজারে আসার পর থেকেই মোবাইল ফোন ইন্ডাস্ট্রিতে বিপ্লব সৃষ্টি করে।

Apple-এর এই সাফল্য মূলত তাদের সঠিক পরিকল্পনা এবং বাজারের চাহিদা বোঝার দক্ষতার কারণে সম্ভব হয়েছে। Harvard Business Review-এ প্রকাশিত এক গবেষণায় বলা হয়েছে, ‘Apple-এর সফলতার মূল কারণ তাদের উদ্ভাবনী পণ্য এবং বাজারে সঠিক সময়ে সঠিক পণ্য প্রবর্তন করা’। Apple-এর মতো প্রতিষ্ঠানগুলো থেকে শিখতে হবে, কীভাবে বাজারের চাহিদা অনুযায়ী সঠিক সিদ্ধান্ত নেওয়া যায় এবং তা দীর্ঘমেয়াদে সফলতার পথে নিয়ে যেতে পারে।

ব্যবসায়িক ব্যর্থতার সংজ্ঞা

ব্যবসায়িক ব্যর্থতা বলতে বোঝানো হয় একটি প্রতিষ্ঠানের আর্থিক বিপর্যয়, বাজারে প্রতিযোগিতায় টিকে না থাকা এবং ক্রেতাদের আকর্ষণ করতে না পারা। ব্যর্থতার মূল কারণগুলো বেশিরভাগ ক্ষেত্রে অজ্ঞতা, সঠিক পরিকল্পনার অভাব, প্রতিযোগিতার বিশ্লেষণে ব্যর্থতা এবং আর্থিক ব্যবস্থাপনায় দুর্বলতা।

Blockbuster-এর ব্যর্থতা একটি উল্লেখযোগ্য উদাহরণ। ১৯৯০-এর দশকে Blockbuster ছিল বিশ্বের অন্যতম বৃহত্তম ভিডিও রেন্টাল চেইন। কিন্তু ডিজিটাল যুগের শুরুতে তারা তাদের ব্যবসায়িক মডেল পরিবর্তন করতে ব্যর্থ হয় এবং Netflix-এর মতো নতুন প্রযুক্তি-সক্ষম প্রতিযোগীদের সঙ্গে টিকে থাকতে পারেনি। Netflix যখন ডিজিটাল স্ট্রিমিংয়ে প্রবেশ করে এবং

গ্রাহকদের নতুন চাহিদা পূরণে সাফল্য অর্জন করে, Blockbuster তাদের পুরোনো রেন্টাল মডেলেই আটকে ছিল। ফলে ২০১০ সালে তারা দেউলিয়া হয়ে যায়।

Blockbuster-এর ব্যর্থতার মূল কারণ হলো সঠিক সময়ে বাজারের পরিবর্তন অনুযায়ী নিজেদের মডেল পরিবর্তন করতে না পারা এবং প্রযুক্তির সঠিক ব্যবহার না করা। এই উদাহরণ থেকে বোঝা যায় যে, একটি প্রতিষ্ঠানের ব্যর্থতা প্রায়শই তাদের সঠিক পরিকল্পনা এবং গবেষণার অভাবের ফল।

ব্যবসায়িক সফলতা ও ব্যর্থতার প্রধান কারণ

বিশ্বব্যাপী বিভিন্ন গবেষণা ও রিপোর্টের ভিত্তিতে আমরা জানতে পারি, ব্যবসায়িক সফলতা ও ব্যর্থতার মধ্যে বেশ কিছু সাধারণ কারণ রয়েছে। ২০১৯ সালে Small Business Administration (SBA)-এর এক গবেষণায় দেখা যায়, ২০% নতুন ব্যবসা প্রথম বছরের মধ্যেই বন্ধ হয়ে যায় এবং ৫০% ব্যবসা পাঁচ বছরের মধ্যে টিকে থাকে না। এই ব্যর্থতার প্রধান কারণগুলো হলো :

সঠিক পরিকল্পনার অভাব : বেশিরভাগ নতুন উদ্যোক্তা ব্যবসা শুরু করার আগে সঠিক পরিকল্পনা তৈরি করেন না। পরিকল্পনার অভাবে তারা তাদের লক্ষ্য স্থির করতে পারেন না এবং অর্থনৈতিক দিক থেকে ক্ষতির সম্মুখীন হন।

বাজার গবেষণার অভাব : বাজার গবেষণার অভাব ব্যবসায়িক ব্যর্থতার অন্যতম প্রধান কারণ। বাজারের প্রবণতা, ক্রেতাদের চাহিদা এবং প্রতিযোগীদের বিশ্লেষণ না করেই ব্যবসা শুরু করলে সফল হওয়া কঠিন।

আর্থিক অব্যবস্থাপনা : অনেক উদ্যোক্তা তাদের ব্যবসার প্রাথমিক বিনিয়োগ এবং আয়ের ব্যবস্থাপনা করতে ব্যর্থ হন। ফলস্বরূপ, তারা আর্থিক সংকটে পড়ে এবং তাদের ব্যবসা বন্ধ করতে বাধ্য হয়।

প্রযুক্তিগত পরিবর্তনের সাথে মানিয়ে না নেয়া : বর্তমান যুগে প্রযুক্তি দ্রুত পরিবর্তিত হচ্ছে। যারা এই পরিবর্তনকে সময়মতো গ্রহণ করে না, তাদের ব্যর্থতার সম্ভাবনা বেড়ে যায়। Blockbuster-এর উদাহরণই তার প্রমাণ।

ব্যবসায়িক সফলতার উপাদানসমূহ

ব্যবসায়িক সফলতা অর্জনের জন্য কিছু মূল উপাদান রয়েছে, যেগুলো প্রতিটি উদ্যোক্তার জন্য গুরুত্বপূর্ণ। এগুলো হলো—

১. সঠিক পরিকল্পনা ও কৌশল : ব্যবসায়িক পরিকল্পনা একটি রোডম্যাপের মতো কাজ করে। সঠিক পরিকল্পনা ব্যবসার লক্ষ্যমাত্রা নির্ধারণে সাহায্য করে এবং প্রতিযোগিতামূলক বাজারে টিকে থাকার জন্য কৌশল প্রদান করে। যেমন—একজন উদ্যোক্তা যদি তার লক্ষ্য এবং প্রয়োজনীয় কৌশল নির্ধারণ না করে, তবে সে নিজের ব্যবসার উন্নতি ঘটাতে পারবে না।

২. বাজার গবেষণা ও বিশ্লেষণ : ব্যবসায়িক সফলতার অন্যতম মূল চাবিকাঠি হলো বাজার গবেষণা। আপনি যদি না জানেন যে আপনার গ্রাহকরা কী চান এবং বাজারের বর্তমান প্রবণতা কী, তাহলে আপনার ব্যবসার সফল হওয়া কঠিন হবে। বাজারের চাহিদা অনুযায়ী পণ্য বা সেবা তৈরি করা এবং তা সঠিকভাবে বিপণন করা ব্যবসায়িক সফলতার অন্যতম প্রধান উপাদান।

কেস স্টাডি : Zara

Zara, একটি বিশ্ববিখ্যাত ফ্যাশন ব্র্যান্ড, তার সফলতার পেছনে বাজার গবেষণার বড় ভূমিকা রয়েছে। তারা ক্রমাগত বাজারের প্রবণতা পর্যবেক্ষণ করে এবং তাদের পণ্যসমূহকে সেই অনুযায়ী তৈরি করে। Zara তাদের ফাস্ট ফ্যাশন মডেল অনুসরণ করে প্রতিনিয়ত নতুন ডিজাইন বাজারে আনে, যা তরুণ প্রজন্মের মধ্যে ব্যাপক জনপ্রিয়। Harvard Business Review-এর মতে, ‘Zara-এর সফলতা মূলত তাদের দ্রুত বাজার বিশ্লেষণ এবং প্রবণতা অনুযায়ী পণ্য তৈরি করার কৌশলের উপর নির্ভরশীল।’

৩. আর্থিক ব্যবস্থাপনা : সঠিক আর্থিক ব্যবস্থাপনা ব্যবসায়িক সফলতার একটি গুরুত্বপূর্ণ দিক। আপনি যদি আপনার আয় এবং ব্যয় সঠিকভাবে পরিচালনা করতে না পারেন, তবে ব্যবসা সফল হওয়া সম্ভব নয়। অর্থ সংস্থান, বিনিয়োগ এবং আয়ের পরিচালনায় দক্ষতা একজন সফল উদ্যোক্তার অপরিহার্য গুণাবলি।

৪. নেতৃত্বের দক্ষতা : একটি সফল ব্যবসা পরিচালনা করতে হলে একজন উদ্যোক্তার নেতৃত্বের দক্ষতা থাকা জরুরি। নেতৃত্বের ক্ষমতা কেবল একটি দলকে পরিচালনা করাই নয়, বরং সময়মতো সঠিক সিদ্ধান্ত নেওয়া এবং ঝুঁকি মোকাবিলা করার ক্ষমতা রাখে। স্টিভ জবস, এলন মাস্ক এবং জেফ বেজোস-এর মতো উদ্যোক্তারা তাদের দক্ষ নেতৃত্বের কারণে বিশ্বব্যাপী সফল ব্যবসা তৈরি করতে পেরেছেন।

ব্যবসায়িক ব্যর্থতার সাধারণ কারণ

ব্যবসায়িক ব্যর্থতার সাধারণ কারণগুলো বেশিরভাগ ক্ষেত্রে উদ্যোক্তার ভুল সিদ্ধান্ত, বাজার সম্পর্কে অজ্ঞতা এবং সঠিক কৌশল না প্রয়োগ করার কারণে ঘটে। নিচে কিছু প্রধান কারণ উল্লেখ করা হলো, যেগুলো ব্যবসায়িক ব্যর্থতার দিকে নিয়ে যায়।

১. সঠিক পরিকল্পনার অভাব : সঠিক পরিকল্পনা না থাকা একটি বড় কারণ যার জন্য ব্যবসায়িক উদ্যোগগুলো ব্যর্থ হয়। পরিকল্পনা ছাড়া ব্যবসা শুরু করা অনেকটা সঠিক মানচিত্র ছাড়া দীর্ঘ যাত্রা শুরু করার মতো। উদ্যোক্তারা যদি তাদের ব্যবসার দীর্ঘমেয়াদি এবং স্বল্পমেয়াদি লক্ষ্য সম্পর্কে স্পষ্ট ধারণা না রাখেন, তবে ব্যবসা অপ্রতুল পরিণতির সম্মুখীন হতে পারে। যেমন—পণ্যের বাজারায়ণ কৌশল না থাকা, লক্ষ্যবস্তু গ্রাহকদের চাহিদা নির্ধারণ না করতে পারা ইত্যাদি।

কেস স্টাডি : Kodak

Kodak-এর ব্যর্থতার উদাহরণ ব্যবসায়িক পরিকল্পনার অভাবের প্রকৃষ্ট উদাহরণ। একসময় বিশ্বজুড়ে ফটোগ্রাফির বাজারে একচেটিয়া আধিপত্য বিস্তার করা Kodak ডিজিটাল ফটোগ্রাফির যুগে নিজেদের সময়মতো রূপান্তর করতে ব্যর্থ হয়েছিল। Kodak সবসময় ফিল্ম-ভিত্তিক ক্যামেরার বাজারেই নিজেদের সীমাবদ্ধ রেখেছিল এবং ডিজিটাল ক্যামেরার গুরুত্ব যথাসময়ে উপলব্ধি করতে পারেনি। ২০১২ সালে Kodak দেউলিয়া ঘোষণা করে, যা একটি বিশাল ব্যবসায়িক ব্যর্থতার উদাহরণ হয়ে থাকে।

Kodak-এর এই ব্যর্থতা প্রমাণ করে যে, বাজারের পরিবর্তন অনুযায়ী সঠিক পরিকল্পনা না থাকলে ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের পতন অবশ্যম্ভাবী। তারা

তাদের পণ্য ও কৌশল সময়মতো আপডেট করতে ব্যর্থ হয়েছিল, যা তাদের প্রায় শতাব্দী প্রাচীন ব্যবসা ধ্বংস করে দেয়।

২. বাজার গবেষণার অভাব : বাজার গবেষণার অভাব একটি বড় কারণ যার জন্য ব্যবসা দ্রুত ব্যর্থ হয়ে যায়। বাজার গবেষণা হলো একটি প্রতিষ্ঠানের সফলতার অন্যতম মূল ভিত্তি, কারণ এর মাধ্যমে প্রতিষ্ঠানটি গ্রাহকদের চাহিদা, প্রতিযোগীদের কর্মকাণ্ড এবং বাজারের প্রবণতা সম্পর্কে ধারণা পায়।

যদি কোনো ব্যবসা তার পণ্য বা সেবা বাজারে চালু করার আগে সঠিকভাবে বাজারের বিশ্লেষণ না করে, তবে তারা গ্রাহকদের প্রকৃত প্রয়োজনের কথা বুঝতে পারে না এবং প্রতিযোগীদের সঙ্গে টিকে থাকতে ব্যর্থ হয়।

কেস স্টাডি : J.C. Penney

J.C. Penney একটি বিশাল মার্কিন রিটেইল চেইন যা ২০১১ সালে বিপুল ক্ষতির সম্মুখীন হয়। যখন Ron Johnson কোম্পানির CEO হন, তিনি বাজারের প্রবণতা এবং গ্রাহকদের চাহিদা বোঝা ছাড়াই নতুন কৌশল প্রয়োগ করেন। তিনি প্রচলিত ডিসকাউন্ট মডেল বাদ দিয়ে ফিল্ড প্রাইসিং মডেল চালু করেন, যা গ্রাহকদের সন্তুষ্ট করতে পারেনি। এর ফলে কোম্পানির বিক্রয় ব্যাপকভাবে হ্রাস পায় এবং ২০১৩ সালে Johnson পদত্যাগ করেন। (Source : Forbes, April 2013)

J.C. Penney-এর ব্যর্থতা থেকে শিখতে পারা যায় যে, বাজারের প্রবণতা এবং গ্রাহকদের চাহিদার সাথে তাল মিলিয়ে ব্যবসায়িক সিদ্ধান্ত নিতে না পারলে প্রতিষ্ঠানটি ব্যর্থ হবে।

৩. আর্থিক ব্যবস্থাপনার অভাব : আর্থিক ব্যবস্থাপনার অভাব ব্যবসার ব্যর্থতার অন্যতম প্রধান কারণ। অনেক উদ্যোক্তা তাদের আয়, ব্যয় এবং বিনিয়োগ সঠিকভাবে পরিকল্পনা না করে ঝুঁকিপূর্ণ সিদ্ধান্ত নেন। এতে তাদের ব্যবসা আর্থিক সংকটে পড়ে এবং ক্ষতির সম্মুখীন হয়।

Harvard Business Review-এ ২০১৮ সালে প্রকাশিত একটি গবেষণায় বলা হয়েছে, ‘ব্যবসায়িক ব্যর্থতার প্রধান কারণগুলোর মধ্যে আর্থিক অব্যবস্থাপনা সবচেয়ে সাধারণ। ছোট ব্যবসাগুলোর প্রায় ৮২% ক্ষেত্রে অর্থনৈতিক পরিকল্পনার অভাবেই ব্যর্থতা ঘটে।’

আর্থিক পরিকল্পনা ছাড়া ব্যবসায়ের ক্যাশ ফ্লো নিয়ন্ত্রণ করা, ঋণের বোঝা কমানো এবং দীর্ঘমেয়াদি বিনিয়োগ করা কঠিন হয়ে পড়ে।