

নবম অধ্যায়

বিপণন

MARKETING



Philip Kotler (1931)

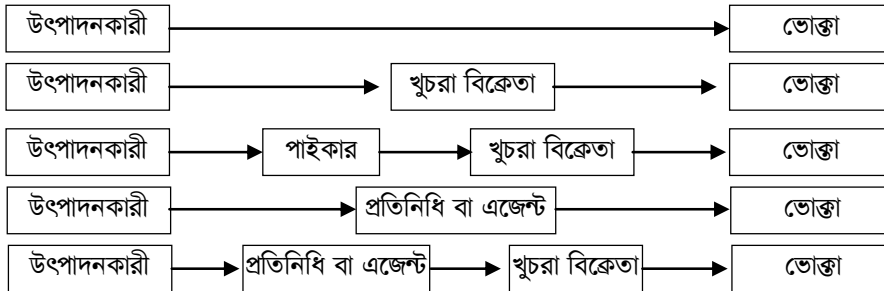
ফিলিপ কটার আধুনিক বিপণনের জনক হিসেবে মার্কেটিং মিস্ত্র অর্থাৎ 4Ps তত্ত্বের উদ্ভাবন করেন।



পাঠ সম্পর্কিত গুরুত্বপূর্ণ বিষয়াদি



- **বিপণনের ধারণা** : সাধারণ অর্থে পণ্যদ্রব্য বা সেবাসামগ্রী ক্রয়-বিক্রয়ের কাজকে বিপণন বলে। কিন্তু প্রকৃত অর্থে বিপণনের ধারণা আরও ব্যাপক। পণ্যদ্রব্য বা সেবাসামগ্রী উৎপাদনকারী থেকে ভোক্তা বা ব্যবহারকারীর নিকট পৌঁছে দেওয়া পর্যন্ত সকল কাজকে বিপণন বা বাজারজাতকরণ বলে গণ্য করা হয়।
- **বিপণনের কার্যাবলি** : বিপণন উৎপাদনকারী এবং ভোক্তার মধ্যে সেতুবন্ধন হিসেবে কাজ করে। বিপণনের মাধ্যমে পণ্য ও সেবার মালিকানাগত, স্থানগত ও সময়গত উপযোগ সৃষ্টি হয়। ক্রয়, বিক্রয়, পরিবহন, গুদামজাতকরণ, প্রমিতকরণ, পর্যায়িতকরণ, মোড়কিকরণ, তথ্য সংগ্রহ ও ভোক্তা বিশ্লেষণ সবই বিপণনের কাজ। বিপণনের কার্যাবলি ব্যবসার জন্য খুবই সহায়ক।
- **বন্টন প্রণালির ধারণা** : বাজারজাতকরণের বেঞ্চে সবসময় উৎপাদনকারী সরাসরি ভোক্তার নিকট পণ্য পৌঁছাতে পারে না। তখন যেসব ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের সাহায্য নেওয়া হয়, তারা মধ্যস্থ কারবারি হিসেবে পরিচিত। মধ্যস্থ কারবারি বা ব্যবসায়ীদের সাহায্যে পণ্য ক্রেতার নিকট পৌঁছানোর এ প্রক্রিয়াকেই বন্টন প্রণালি বলা হয়। মধ্যস্থ ব্যবসায়ী হতে পারে কোনো খুচরা ব্যবসায়ী, পাইকার অথবা এজেন্ট।
- **বন্টন প্রণালি ও বিভিন্ন পণ্যের বিপণন** : পণ্য বা সেবার ধরন ও বৈশিষ্ট্যের ওপর বন্টন প্রণালির ধরন নির্ভর করে। নিচে বিভিন্ন প্রকার পণ্যের বন্টন প্রণালি দেখানো হলো—



- **বিজ্ঞাপনের ধারণা** : বিজ্ঞাপন একটি মাধ্যম। বিজ্ঞাপন হচ্ছে পণ্য বা সেবাসামগ্রীর প্রতি জনসাধারণের দৃষ্টি আকর্ষণের জন্য একটি উপায় বা কৌশল। প্রতিদিন আমরা টিভি, রেডিও ও পত্রিকায় বিভিন্ন পণ্যের আকর্ষণীয় বিজ্ঞাপন দেখি ও শুনে থাকি। বিজ্ঞাপনের মাধ্যম খুব সহজেই ক্রেতাসাধারণকে পণ্য ক্রয়ে উদ্বুদ্ধ করা যায়। বিজ্ঞাপনের অন্যান্য মাধ্যম হচ্ছে লিফলেট, ম্যাগাজিন, পরিবহন, বিলবোর্ড, সাইনবোর্ড, ইন্টারনেট ইত্যাদি।
- **বিজ্ঞাপনের বিভিন্ন মাধ্যম** : বিজ্ঞাপনের বিভিন্ন মাধ্যম রয়েছে। পণ্যের চাহিদা, গুণাগুণ, মূল্য ও ক্রেতাদের কথা বিবেচনা করে বিজ্ঞাপনের মাধ্যম নির্বাচন করতে হয়। বিজ্ঞাপনের মাধ্যমগুলোর মধ্যে সংবাদপত্র, সাময়িকী, প্রচারপত্র, বিজ্ঞাপনীফলক, পোস্টার, টেলিভিশন, রেডিও, চলচ্চিত্র, পণ্য সজ্জা, মেলা, নমুনা, নিয়ন আলো, পরিবহন, বিজ্ঞাপন প্রভৃতি উল্লেখযোগ্য।
- **বিজ্ঞাপনের গুরুত্ব** : বর্তমান প্রতিযোগিতামূলক যুগে ছোট, মাঝারি, বড় যেকোনো ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের বেঞ্চে পণ্যসামগ্রীর বিপণনের জন্য বিজ্ঞাপন খুবই কার্যকর মাধ্যম। বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে পণ্যের মান, মূল্য ও ব্যবহারবিধি ক্রেতা বা জনসাধারণের কাছে তুলে ধরা হয়। ফলে চাহিদা বৃদ্ধি পায়, উৎপাদন ও বিক্রয়ের পরিমাণ বাড়ে এবং মুনাফা বৃদ্ধি পায়।
- **বিক্রয়িকতার ধারণা** : বিক্রয়িকতা বলতে বিক্রয়কর্মীর ক্রেতা আকর্ষণ করার কৌশল বা দরতাকে বোঝায় যার মাধ্যমে সে সম্ভাব্য ক্রেতার নিকট পণ্য বা সেবাসামগ্রী বিক্রয় করতে সক্ষম হয়। বিক্রয়িকতার গুণে বিক্রেতা তার ব্যবসায় ও পণ্য সম্পর্কে ক্রেতাদের আস্থা অর্জন করে তাদেরকে স্থায়ী ক্রেতায় পরিণত করে।
- **আদর্শ বিক্রয়কর্মীর গুণাবলি** : বর্তমান প্রতিযোগিতামূলক ব্যবসায়-বাণিজ্যের বেঞ্চে বিক্রয় প্রসার ও সফলতা অর্জনে বিক্রয়কর্মীর ভূমিকা খুবই গুরুত্বপূর্ণ। ক্রেতা ও ভোক্তাদের আকৃষ্ট ও প্রভাবিত করে স্থায়ী ক্রেতায় পরিণত করতে হলে একজন বিক্রয়কর্মীকে অনেকগুলো গুণের অধিকারী হতে হয়। একজন আদর্শ বিক্রয়কর্মী হতে হলে তার অবশ্যই সুদর্শন চেহারা, সুস্বাস্থ্য, আত্মবিশ্বাস, তীক্ষ্ণ বুদ্ধিমত্তা, ধৈর্যশীলতা,

সততা ও বিশ্বস্ততা, মেলামেশার বমতা, মার্জিত ব্যবহার, শিবা ও অভিজ্ঞতা, হিসাবে পারদর্শিতার মতো শারীরিক, মানসিক ও নৈতিক গুণাবলি থাকা আবশ্যিক।



অনুশীলনীর বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর



১. বিপণনের অন্যতম কাজ কী?
● ক্রয় ৩) বিক্রয় ৩) পরিবহন ৩) গুদামজাতকরণ
২. পণ্যের বিজ্ঞাপন কেন করা হয়?
৩) পণ্যের মূল্য বৃদ্ধির উদ্দেশ্যে
● পণ্য সম্পর্কে ক্রেতাদের ধারণা দিতে
৩) পণ্যের বাজার সম্পর্কে জানার জন্য
৩) উদ্যোক্তা তৈরির উদ্দেশ্যে

নিচের উদ্দীপকটি পড়ে ৩ ও ৪ নং প্রশ্নের উত্তর দাও :

জনাব রববেল একজন তরমুজ উৎপাদনকারী। উৎপাদিত তরমুজ তিনি নিজেই বহন করে স্থানীয় বাজারে বিক্রি করেন। উৎপাদনের পরিমাণ বৃদ্ধি পাওয়ায় তিনি পণ্য বিক্রির জন্য অন্য কৌশল অবলম্বন করার চিন্তা করছেন।

৩. রববেলের বেত্রে পণ্য বণ্টন প্রণালিটি হলো—
● উৎপাদনকারী-ভোক্তা ৩) উৎপাদনকারী-খুচরা কারবারি
৩) উৎপাদনকারী-খুচরা ব্যবসায়ী-ভোক্তা
৩) পাইকার-খুচরা ব্যবসায়ী
৪. রববেলের সঠিক বণ্টন প্রণালি ব্যবহারের ফলে—
i. ক্রেতা ও বিক্রেতার মধ্যে দূরত্ব হ্রাস পায়
ii. ক্রেতা কমমূল্যে পণ্য পেয়ে থাকে
iii. বিপণন কার্য সহজ হয়
নিচের কোনটি সঠিক?
৩) i ও ii ৩) i ও iii ৩) ii ও iii ● i, ii ও iii



গুরুত্বপূর্ণ বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর



৫. এক স্থানের উৎপাদিত পণ্য দ্রব্যাদি কিসের ফলে অন্য স্থানের লোকেরা ভোগ করতে পারে?
৩) মজুদকরণের ● স্থানান্তরের ৩) প্রচারের ৩) তথ্য সংগ্রহের
৬. 'ঐর্ধশীলতা' একজন বিক্রয়কর্মীর কোন ধরনের গুণাবলি?
৩) শারীরিক ● মানসিক ৩) নৈতিক ৩) ব্যক্তিব্যবহার
৭. পণ্যের চাহিদা ও যোগানের মধ্যে ভারসাম্যের ফলে কী সৃষ্টি হয়?
৩) পণ্যের স্থিতিশীলতা ● দামের স্থিতিশীলতা
৩) উৎপাদনে স্থিতিশীলতা ৩) সেবার স্থিতিশীলতা
৮. বিপণনের মাধ্যমে উপযোগ সৃষ্টি হয়—
i. সময়গত ii. স্থানগত
iii. স্বত্বগত
নিচের কোনটি সঠিক?
৩) i ও ii ৩) i ও iii ৩) ii ও iii ● i, ii ও iii

নিচের অনুচ্ছেদটি পড়ে ৯ ও ১০ নং প্রশ্নের উত্তর দাও :

মি. পলাশ শহর থেকে কাপড় কিনে গ্রামে বিক্রি করেন। তিনি ভোক্তাদের চাহিদা ও আগ্রহ অনুসারে কাপড় সরবরাহ করে থাকে।

৯. মি. পলাশের ব্যবসায়টিকে কী বলা যায়?
৩) পাইকারি ৩) বিক্রয় প্রতিনিধি
● খুচরা ৩) মজুদদারী

১০. বিপণন কার্যাবলিতে মি. পলাশের কাজটি হচ্ছে—
i. ক্রয়-বিক্রয়
ii. তথ্য সংগ্রহ
iii. ভোক্তা বিশ্লেষণ
নিচের কোনটি সঠিক?
৩) i ও ii ৩) i ও iii ৩) ii ও iii ● i, ii ও iii

নিচের অনুচ্ছেদটি পড়ে ১১ ও ১২ নং প্রশ্নের উত্তর দাও :

মোবাইল ফোন বিক্রেতা জনাব সৈকত বাণিজ্যমেলা, মীনাবাজার ও শিল্পমেলায় মোবাইল ফোন প্রদর্শন করেন।

১১. জনাব সৈকতের কাজটি কোনটির অন্তর্ভুক্ত?
৩) বাজার জরিপ ৩) পরিবহন
● বিজ্ঞাপন ৩) তথ্য সংগ্রহ
১২. জনাব সৈকতের কাজটির মাধ্যমে—
i. পণ্যের বাজার সম্প্রসারিত হয়
ii. পণ্যের সুখ্যাতি বৃদ্ধি পায়
iii. জনগণ নতুন পণ্য সম্পর্কে জানতে পারে
নিচের কোনটি সঠিক?
৩) i, ii ৩) i, iii ৩) ii, iii ● i, ii ও iii



অতিরিক্ত বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর



বিপণনের ধারণা

সাধারণ বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর

১৩. পণ্য বা সেবা উৎপাদকের কাছ থেকে ভোক্তার কাছে পৌঁছানোর যাবতীয় কার্যাবলিকে কী বলে? (জ্ঞান)
৩) বিক্রয়িকতা ৩) বিজ্ঞাপন ৩) বিক্রয় ● বিপণন
১৪. কীভাবে উৎপাদিত পণ্য ক্রেতা ও ভোক্তাদের হাতে পৌঁছানো হয়? (অনুধাবন)
● বিপণনের মাধ্যমে ৩) খুচরা ব্যবসায়ীদের মাধ্যমে
৩) পরিবহনের মাধ্যমে ৩) প্রতিনিধির মাধ্যমে
১৫. বিপণনের অপর নাম কী? (জ্ঞান)
৩) বিজ্ঞাপন ৩) উৎপাদন ● বাজারজাতকরণ ৩) বিক্রয়
১৬. পণ্য উৎপাদনের সার্থকতা নির্ভর করে কিসের ওপর? (অনুধাবন)
● বিক্রয় করে মুনাফা অর্জনের ওপর ৩) গুদামজাতকরণের ওপর

- ৩) মোড়কবন্ধনের ওপর ৩) ক্রয়-বিক্রয়ের মাধ্যমে
১৭. খোকন সরকার একজন উৎপাদক। তিনি পণ্য বা সেবা পৌঁছে দেন কার কাছে? (প্রয়োগ)
● ভোক্তা ৩) বিপণন ৩) নেতা ৩) খেলোয়াড়
১৮. পণ্য উৎপাদন হয় কাদের জন্য? (জ্ঞান)
৩) উৎপাদক ● ভোক্তা ৩) শিল্পপতি ৩) রাজনীতিবিদ
১৯. ক্রেতা ও ভোক্তাগণ মানসম্মত পণ্য কিসের মাধ্যমে পেয়ে থাকে? (জ্ঞান)
● বিপণন ৩) গুদামজাতকরণ ৩) উৎসরণ ৩) বিক্রয়িকতা
২০. কার্যকর বিপণন কোনটি বৃদ্ধিতে সহায়তা করে? (জ্ঞান)
● উৎপাদন ৩) ক্রয় ৩) বিক্রয় ৩) সেবার মান
২১. বিপণনের দ্বারা বিক্রয় বৃদ্ধির সাথে সাথে আর কী হয়? (অনুধাবন)
● উৎপাদন বৃদ্ধি পায় ৩) জনগণের আয় বৃদ্ধি পায়
৩) উৎপাদন হ্রাস পায় ৩) জাতীয় সম্পদ বৃদ্ধি পায়
২২. শিল্প, বাণিজ্য ও সেবার উন্নতি নির্ভর করে কোনটি উন্নয়নের ওপর? (অনুধাবন)

	● বিপণন	Ⓐ পরিবহন	Ⓒ প্রমিতকরণ	Ⓓ প্যাকিং
বহুপদী সমাপ্তিসূচক বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর				
২৩. বিপণন যেসব কাজের সমষ্টি— (অনুধাবন)				
i. ক্রয়-বিক্রয়				
ii. পরিবহন				
iii. গুদামজাতকরণ				
নিচের কোনটি সঠিক?				
Ⓐ i ও ii	Ⓑ i ও iii	Ⓒ ii ও iii	● i, ii ও iii	
২৪. বিপণনের উন্নয়নের সাথে সাথে উন্নয়ন ঘটে— (অনুধাবন)				
i. শিল্পের				
ii. বাণিজ্যের				
iii. সেবার মানের				
নিচের কোনটি সঠিক?				
Ⓐ i ও ii	Ⓑ i ও iii	Ⓒ ii ও iii	● i, ii ও iii	

বিপণনের কার্যাবলি

	● বিপণন	Ⓐ পরিবহন	Ⓒ প্রমিতকরণ	Ⓓ প্যাকিং
সাধারণ বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর				
২৫. বিপণনের প্রথম কাজ কোনটি? (জ্ঞান)				
● ক্রয়	Ⓐ বিক্রয়	Ⓑ পরিবহন	Ⓒ বিজ্ঞাপন	
২৬. পণ্যদ্রব্যের মালিকানা কীভাবে সৃষ্টি হয়? (অনুধাবন)				
● ক্রয়ের মাধ্যমে	Ⓐ বিক্রয়ের মাধ্যমে	Ⓑ উৎপাদনের মাধ্যমে	Ⓒ শিল্পের মাধ্যমে	
২৭. ক্রয়ের মাধ্যমে কোন উপযোগ সৃষ্টি হয়? (জ্ঞান)				
Ⓐ স্থানগত	Ⓑ কালগত	Ⓒ জ্ঞানগত	● মালিকানাগত	
২৮. ক্রয়ের ফলে ক্রেতা পণ্যের কী লাভ করে? (জ্ঞান)				
● স্বত্ব	Ⓐ লাইসেন্স	Ⓑ ঝুঁকি	Ⓒ পেটেন্ট	
২৯. কোনটি বিপণনের আওতায় পড়ে? (অনুধাবন)				
Ⓐ উৎপাদন	● ক্রয়-বিক্রয়	Ⓑ ঋণ গ্রহণ	Ⓒ শেয়ার	
হস্তান্তর				
৩০. কোনটি বিপণনের আবশ্যিকীয় কাজ? (অনুধাবন)				
● পণ্যের স্থানগত উপযোগ ও চাহিদা সৃষ্টি				
● পণ্যের ক্রেতা ও বিক্রেতাকে একত্রিত করা				
● পণ্যের বাজার সংক্রান্ত তথ্য সংগ্রহ করা				
● ভোক্তা বা ব্যবহারকারীর রবচি ও চাহিদা বিশ্লেষণ করা				
৩১. পণ্যের মালিকানা স্থানান্তর হয় কীসের মাধ্যমে? (জ্ঞান)				
Ⓐ পরিবহন	Ⓑ গুদামজাতকরণ	● বিক্রয়	Ⓒ বিজ্ঞাপন	
৩২. জুবারের তার দোকানের ক্রেতাদের পণ্য বা সেবার চাহিদা নির্ধারণ করেন। তার এ কাজটি বিপণনের কোন কাজের সাথে জড়িত? (প্রয়োগ)				
Ⓐ ক্রয়	● বিক্রয়	Ⓒ বিজ্ঞাপন	Ⓓ পরিবহন	
৩৩. ক্রেতা অনুসন্ধান বিপণনের কোন কার্যের অন্তর্ভুক্ত? (জ্ঞান)				
Ⓐ ভোক্তা বিশ্লেষণ	Ⓑ তথ্য সংগ্রহ	● বিক্রয়	Ⓒ পরিবহন	
৩৪. কোনটি পণ্য বা সেবার স্থানগত উপযোগ সৃষ্টি করে? (জ্ঞান)				
● পরিবহন	Ⓐ গুদামজাতকরণ	Ⓑ মজুদকরণ	Ⓒ প্রমিতকরণ	
৩৫. বিপণন ব্যবস্থা কীভাবে পণ্যের সুখম বণ্টন নিশ্চিত করে? (অনুধাবন)				
● স্থানগত উপযোগ সৃষ্টি করে	Ⓐ রূপগত উপযোগ সৃষ্টি করে	Ⓑ স্বত্বগত উপযোগ সৃষ্টি করে	Ⓒ কালগত উপযোগ সৃষ্টি করে	
৩৬. গুদামজাতকরণ পণ্যের কোন ধরনের উপযোগ সৃষ্টি করে? (জ্ঞান)				
Ⓐ স্বত্বগত	● সময়গত	Ⓑ মালিকানাগত	Ⓒ স্থানগত	
৩৭. শীতকালে উৎপাদিত গোলআলু বছরব্যাপী সরবরাহের জন্য বিপণনকে নিচের কোন কাজটি করতে হবে? (প্রয়োগ)				
Ⓐ প্রমিতকরণ	Ⓑ প্রক্রিয়াজাতকরণ	● গুদামজাতকরণ	Ⓒ বিক্রয়কতা	

৩৮. জনাব রায়হান একজন বাজারজাতকারী। পণ্য বিপণনের সুবিধার্থে তিনি পণ্যের মান অনুযায়ী বিভিন্ন ভাগে ভাগ করেন। এর ফলে তিনি কী সুবিধা পান? (প্রয়োগ)				
Ⓐ ভোক্তার সন্তুষ্টি বিধান	● বিক্রয়ে গতিশীলতা বৃদ্ধি	Ⓑ গুদামজাতকরণের সুবিধা	Ⓒ পরিবহনের সুবিধা	
৩৯. মান অনুযায়ী পণ্যকে বিভিন্ন শ্রেণিতে ভাগ করাকে কী বলে? (জ্ঞান)				
Ⓐ প্রমিতকরণ	● পর্যায়িতকরণ	Ⓑ মোড়কিকরণ	Ⓒ প্রমিতকরণ ও পর্যায়িতকরণ	
৪০. পণ্যকে পর্যায়িতকরণ করা হয় কেন? (অনুধাবন)				
Ⓐ উৎপাদনের সুবিধার জন্য	Ⓑ বিপণনের সুবিধার জন্য	Ⓒ বিজ্ঞাপনের সুবিধার জন্য	● বিক্রয়ের সুবিধার জন্য	
৪১. কৃষিজাত পণ্যের মোড়কিকরণ করা হয় কেন? (অনুধাবন)				
Ⓐ ভোক্তার সন্তুষ্টি বিধানের জন্য	● পণ্যের গুণগতমান অক্ষুণ্ণ রাখার জন্য	Ⓑ পণ্যের ওজন ঠিক রাখার জন্য	Ⓒ পণ্যের সুবিধার জন্য	
৪২. ক্রেতাদের কাছে পণ্যের গ্রহণযোগ্যতা কীসের ওপর নির্ভর করে? (জ্ঞান)				
Ⓐ প্রমিতকরণ	Ⓑ পর্যায়িতকরণ	● মোড়কিকরণ	Ⓒ গুদামজাতকরণ	
৪৩. তথ্য সংগ্রহ করতে হয় কেন? (অনুধাবন)				
Ⓐ বিক্রয় বাড়াতে	● ক্রেতার রবচি জানতে	Ⓑ আইন জানতে	Ⓒ কর প্রদান করা	
৪৪. আশরাফুল ক্রেতাদের পছন্দ সম্পর্কে জানতে চায়। এজন্য তাকে কী করতে হবে? (প্রয়োগ)				
● তথ্য সংগ্রহ	Ⓐ ক্রয়	Ⓑ বিজ্ঞাপন	Ⓒ তথ্য সংরক্ষণ	
৪৫. ভোক্তাদের রবচি, পছন্দ, চাহিদার পরিবর্তন ইত্যাদি সম্পর্কে উৎপাদক কীভাবে তথ্য সংগ্রহ করতে পারে? (অনুধাবন)				
● বাজার গবেষণার সাহায্যে	Ⓐ পাইকারের সাহায্যে	Ⓑ বিভিন্ন প্রতিবেদনের তথ্যের মাধ্যমে	Ⓒ জার্নাল, রিভিউর মাধ্যমে	
৪৬. যিনি চূড়ান্ত ভোগের মাধ্যমে চাহিদা পূরণের উদ্দেশ্যে পণ্য বা সেবা ক্রয় করেন তাকে কী বলে? (জ্ঞান)				
Ⓐ ক্রেতা	● ভোক্তা	Ⓑ বিক্রেতা	Ⓒ দেনাদার	
৪৭. পণ্যদ্রব্য ক্রয়, বিক্রয়, পরিবহন, গুদামজাতকরণ, প্রমিতকরণ, পর্যায়িতকরণ ইত্যাদি কার্য সম্পাদন করার উদ্দেশ্য কী? (অনুধাবন)				
Ⓐ উৎপাদনকারীর কাছে পণ্য পৌঁছে দেয়া	Ⓑ পাইকারের কাছে পণ্য পৌঁছে দেয়া	Ⓒ খুচরা ব্যবসায়ীর কাছে পণ্য পৌঁছে দেয়া	● ভোক্তাদের কাছে পণ্য পৌঁছে দেয়া	
বহুপদী সমাপ্তিসূচক বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর				
৪৮. বিপণন উন্নয়নের সাথে উন্নতি সাধিত হয়— (অনুধাবন)				
i. শিল্পের				
ii. বাণিজ্যের				
iii. সেবার				
নিচের কোনটি সঠিক?				
Ⓐ i ও ii	Ⓑ i ও iii	Ⓒ ii ও iii	● i, ii ও iii	
৪৯. বিক্রয়ের সাথে জড়িত— (অনুধাবন)				
i. পণ্য বা সেবার চাহিদা নির্ধারণ				
ii. ক্রেতা অনুসন্ধান				
iii. মূল্য নির্ধারণ				
নিচের কোনটি সঠিক?				
Ⓐ i ও ii	Ⓑ i ও iii	Ⓒ ii ও iii	● i, ii ও iii	
৫০. বিপণনের কাজ হলো— (অনুধাবন)				
i. পণ্য ও বাজার সংক্রান্ত তথ্য সরবরাহ করা				
ii. পণ্যের ক্রয়, বিক্রয় ও মোড়কিকরণ করা				
iii. পণ্যের গুণগত মান রবা করা				
নিচের কোনটি সঠিক?				
● i ও ii	Ⓐ i ও iii	Ⓑ ii ও iii	Ⓒ i ও ii ও iii	
৫১. পণ্যকে পর্যায়িতকরণ করা হয়— (অনুধাবন)				

- i. ওজন অনুযায়ী
ii. আকার অনুযায়ী
iii. নাম অনুযায়ী

নিচের কোনটি সঠিক?

- Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii

৫২. চানাচুর উৎপাদক শাহাদাৎ তার উৎপাদিত চানাচুর মোড়কিকরণ করে বিক্রি করেন। মোড়কিকরণের ফলে তার পণ্য—

(প্রয়োগ)

- i. নষ্ট হওয়া থেকে রবা পায়
ii. চাহিদা ও সরবরাহের মধ্যে সমতা রবা করে
iii. আকর্ষণীয় ও চমৎকার হয়ে ওঠে

নিচের কোনটি সঠিক?

- Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii

৫৩. তথ্য সংগ্রহ প্রয়োজন—

(অনুধাবন)

- i. চাহিদা ও সরবরাহ সম্পর্কে জানতে
ii. ক্রেতা বা ভোক্তাদের পছন্দ ও রবচি সম্পর্কে জানতে
iii. প্রতিষ্ঠানের ভবিষ্যৎ মুনাফা সম্পর্কে জানতে

নিচের কোনটি সঠিক?

- Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii

৫৪. সঠিকভাবে ভোক্তা বিশ্লেষণ হল—

(অনুধাবন)

- i. পণ্যের চাহিদা বাড়ে
ii. ব্যবসায়িক ঝুঁকি কমে
iii. ব্যবসায় প্রসার লাভ করে

নিচের কোনটি সঠিক?

- Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii

৫৫. হাবিব সাহেব বাজার থেকে পণ্য ক্রয় করেন। পণ্য বা সেবা ক্রয় করা হয়—

(প্রয়োগ)

- i. ভোগের জন্য
ii. পুনরায় বিক্রয়ের জন্য
iii. সংরবণের জন্য

নিচের কোনটি সঠিক?

- Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii

অভিন্ন তথ্যভিত্তিক বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর

নিচের অনুচ্ছেদটি পড়ে ৫৬ ও ৫৭ নং প্রশ্নের উত্তর দাও:

স্বপ্ন বুটিকের স্বত্বাধিকারী মিসেস স্বপ্না বিভিন্ন সরবরাহকারীর নিকট পোশাক সংগ্রহ করে তা গুণাগুণ, রং ও আকার অনুযায়ী ভাগ করেন। গ্রাহকদের চাহিদা মোতাবেক নিজ প্রতিষ্ঠানের ঠিকানা সংবলিত প্যাকেটে পোশাক সরবরাহ করেন। তিনি ক্রেতাদের পছন্দ, চাহিদা ও আগ্রহকে সর্বাধিক প্রাধান্য দিয়ে ব্যবসায় পরিচালনা করেন।

৫৬. মিসেস স্বপ্নার সম্পাদিত কাজটিকে কী বলে?

(প্রয়োগ)

- Ⓐ প্রমিতকরণ Ⓑ পর্যায়িতকরণ
Ⓒ বিভাগকরণ Ⓓ গুদামজাতকরণ

৫৭. মিসেস স্বপ্নার বিপণনের বেত্রে প্রযোজ্য—

(উচ্চতর দরতা)

- i. পণ্য ক্রয় ও বিক্রয় ii. পণ্য পর্যায়িতকরণ ও প্যাকিং
iii. তথ্য সংগ্রহ ও ভোক্তা বিশ্লেষণ

নিচের কোনটি সঠিক?

- Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii

নিচের অনুচ্ছেদটি পড়ে ৫৮ ও ৫৯ নং প্রশ্নের উত্তর দাও :

জনাব আবিদ ও জনাব মিলন দুজনই সমাজাতীয় পণ্যের মুদি ব্যবসায়ী। জনাব আবিদ বিএসটিআই স্বীকৃত এবং উৎপাদন ও মেয়াদ উত্তীর্ণের তারিখ সংবলিত প্যাকেটজাত সাবান, চিনি, ডাল, তেল ইত্যাদি বিক্রয় করেন। পরবর্ত্তে জনাব মিলন খোলা প্যাকেটবিহীন দ্রব্য বিক্রয় করেন। বছর শেষে দেখা যায় জনাব মিলনের বিক্রয় অপেক্ষা জনাব আবিদের বিক্রয়ের পরিমাণ দুই গুণ বেশি।

৫৮. বিপণনের কোন কাজটি বাদ পড়ায় জনাব মিলনের বিক্রয়ের পরিমাণ কম?

(প্রয়োগ)

- Ⓐ ক্রয় Ⓑ বিক্রয় Ⓒ পরিবহন Ⓓ মোড়কিকরণ

৫৯. জনাব আবিদের বিক্রয় তুলনামূলক বেশি। কারণ—

(উচ্চতর দরতা)

- i. তিনি ভোক্তাদের রবচি, পছন্দ সম্পর্কে তথ্য সংগ্রহ ও বিশ্লেষণ করেছেন
ii. তিনি পণ্যের ওজন, আকার ও গুণাগুণ অনুযায়ী ভাগ করেছেন

iii. তিনি অধিক মূলধন বিনিয়োগ করেছেন

নিচের কোনটি সঠিক?

- Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii

বণ্টন প্রশালির ধারণা

সাধারণ বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর

৬০. উৎপাদক ভোক্তার কাছে পণ্য সরবরাহে কাদের সাহায্য গ্রহণ করেন? (জ্ঞান)

- Ⓐ নেতা Ⓑ রাজনীতিবিদ
Ⓒ বুদ্বিজীবী Ⓓ মধ্যস্থ ব্যবসায়ী

৬১. কে উৎপাদক ও ভোক্তার মধ্যে সেতুবন্ধন হিসেবে কাজ করে? (জ্ঞান)

- Ⓐ সরবরাহকারী Ⓑ মধ্যস্থ ব্যবসায়ী
Ⓒ দালাল Ⓓ ফড়িয়া

৬২. বণ্টন প্রশালি হলো—

(অনুধাবন)

- Ⓐ যে পথ ধরে পণ্য উৎপাদকের দিকে গমন করে
Ⓑ যে পথ ধরে পণ্য পাইকারের দিকে গমন করে
Ⓒ যে পথ ধরে পণ্য ক্রেতার দিকে গমন করে
Ⓓ যে পথ ধরে পণ্য ভোক্তার দিকে গমন করে

বহুপদী সমাপ্তিসূচক বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর

৬৩. বিপণনের অংশ হিসেবে স্বত্বগত উপযোগ সৃষ্টিতে সাহায্য নিতে হয়—(অনুধাবন)

- i. পাইকারের ii. খুচরা ব্যবসায়ীর
iii. উৎপাদনকারীর

নিচের কোনটি সঠিক?

- Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii

৬৪. মধ্যস্থ ব্যবসায়ী হিসেবে সাহায্য করে—

(অনুধাবন)

- i. পাইকার ii. দালাল
iii. খুচরা ব্যবসায়ী

নিচের কোনটি সঠিক?

- Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii

বণ্টন প্রশালি ও বিভিন্ন পণ্যের বিপণন

সাধারণ বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর

৬৫. বণ্টন প্রশালির ধরন কিসের ওপর নির্ভর করে? (জ্ঞান)

- Ⓐ উৎপাদনের মাত্রা Ⓑ পণ্যের বৈশিষ্ট্যের
Ⓒ জনগণের চাহিদা Ⓓ বাজারের আয়তন

৬৬. মধ্যস্থতাকারী ছাড়া উৎপাদনকারী সরাসরি ভোক্তার কাছে পণ্য বিক্রি করলে তাকে কী বলে?

(জ্ঞান)

- Ⓐ বিপণন Ⓑ পরোব বিশ্লেষণ
Ⓒ সরাসরি বিপণন Ⓓ বিজ্ঞাপন

৬৭. সরাসরি ভোক্তার নিকট বিক্রয়যোগ্য পণ্য কোণগুলো

(জ্ঞান)

- Ⓐ ফলমূল, সবজি, গুড় ও চিনি Ⓑ ধান, পাট ও সরিষা
Ⓒ সাবান, বিস্কুট ও সেমাই Ⓓ চিড়ি, ফ্রিজ ও ফ্যান

৬৮. আবুবকর তার জমিতে সবজি চাষ করেন। পরিবারের প্রয়োজনের অতিরিক্ত সবজি তিনি কার নিকট বিক্রি করবেন?

(প্রয়োগ)

- Ⓐ ভোক্তার নিকট Ⓑ উৎপাদনের নিকট
Ⓒ পাইকারের নিকট Ⓓ খুচরা ব্যবসায়ীর নিকট

৬৯. কে স্থানীয় হাটবাজারে খুচরা ব্যবসায়ীদের কাছে পণ্য বিক্রয় করে?

(জ্ঞান)

- Ⓐ দালাল Ⓑ উৎপাদনকারী
Ⓒ কমিশন প্রতিনিধি Ⓓ পাইকার

৭০. মনিরুজ্জাম বাজার থেকে চাল, ডাল ও তেল ক্রয় করে বাড়িতে নিয়ে এলেন। তিনি কার কাছ থেকে ক্রয় করেছেন?

(প্রয়োগ)

- Ⓐ উৎপাদক Ⓑ সরকার
Ⓒ পাইকার Ⓓ খুচরা ব্যবসায়ী

৭১. কোন ধরনের মধ্যস্থ ব্যবসায়ীদের জন্য দোকানের চাকটিকা গুরুত্বপূর্ণ?

(প্রয়োগ)

- Ⓐ পাইকার Ⓑ খুচরা ব্যবসায়ী
Ⓒ কমিশন এজেন্ট Ⓓ আড়তদার

৭২. পণ্য বণ্টন প্রশালির ক্রম সঠিক কোনটি?

(অনুধাবন)

- খুচরা ব্যবসায়ী ৩) পাইকার ৪) ডিলার ৫) প্রতিনিধি
৯৪. লিমন সাহা সমাজকে যে ধরনের সেবা দিচ্ছে তা হলো— (উচ্চতর দরজা)
- i. প্রয়োজনীয় সামগ্রী সরবরাহ করছে
ii. নতুন পণ্য ভোগের সুযোগ দিচ্ছে
iii. অনেকেকে বিনা পয়সায় পণ্য সরবরাহ করছে
- নিচের কোনটি সঠিক?
- i ও ii ৩) i ও iii ৪) ii ও iii ৫) i, ii ও iii

বিজ্ঞাপনের ধারণা

সাধারণ বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর

৯৫. সরাসরি অর্থ প্রদত্ত ও খরচ নির্ভর বিপণন প্রসার কৌশল কোনটি? (জ্ঞান)
- বিজ্ঞাপন ৩) ব্যক্তিক বিক্রয় ৪) প্রচার ৫) বিক্রয় প্রসার
৯৬. লিফলেট বিতরণ করা হয় কেন? (অনুধাবন)
- প্রচারের জন্য ৩) প্রসারের জন্য
৩) বৃদ্ধির জন্য ৫) প্রয়োজন ছাড়াই
৯৭. পণ্য বা সেবাসামগ্রীর প্রতি জনসাধারণের দৃষ্টি আকর্ষণের উপায়কে কী বলে? (জ্ঞান)
- ৩) জরিপ ৫) বিক্রয়িকতা ● বিজ্ঞাপন ৫) বণ্টনপ্রণালি
৯৮. বাটা কোম্পানির বার্ষিক সাধারণ সভার সংবাদ নিউজ পেপারে ছাপা হলো। এটিকে কী বলা হয়? (জ্ঞান)
- ৩) বিজ্ঞাপন ● প্রচার ৪) বিক্রয় প্রসার ৫) ব্যক্তিক বিক্রয়

বহুপদী সমাপ্তিসূচক বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর

৯৯. বিজ্ঞাপনের উদ্দেশ্য হলো— (অনুধাবন)
- i. পণ্যের প্রচার বাড়ানো ii. উৎপাদকের আচরণ পরিবর্তন করা
iii. পণ্য সম্পর্কে অবহিত করা
- নিচের কোনটি সঠিক?
- ৩) i ও ii ● i ও iii ৪) ii ও iii ৫) i, ii ও iii
১০০. বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে নির্বাচনে বিবেচনা করা হয়— (অনুধাবন)
- i. পণ্যের চাহিদা ii. পণ্যের গুণাগুণ
iii. মূল্য ও ক্রেতাদের কথা
- নিচের কোনটি সঠিক?
- ৩) i ও ii ৩) i ও iii ৪) ii ও iii ● i, ii ও iii

বিজ্ঞাপনের বিভিন্ন মাধ্যম

সাধারণ বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর

১০১. সাময়িক আবেদনধর্মী কোনো বিজ্ঞাপনের উত্তম মাধ্যম হতে পারে কোনটি? (অনুধাবন)
- ৩) সিনেমা স্ট্রাইড ৫) বিজ্ঞাপনীফলক
৩) সাময়িকী ● সংবাদপত্র
১০২. সাময়িক, পারিবারিক, কৃষিসাময়িকী, অর্থ সাময়িকী প্রভৃতি কোন ধরনের বিজ্ঞাপন মাধ্যম? (অনুধাবন)
- ৩) সংবাদপত্র ● সাময়িকী ৪) প্রচারপত্র ৫) অন্যান্য
১০৩. গ্রামীণ হাট নামের একটা চেইন স্টোর ঢাকার বিভিন্ন এলাকায় দোকান চালায়। তারা গ্রিন রোডে একটা শাখা খুলেছে। ক্রেতা সাধারণকে জানানোর জন্য বিজ্ঞাপনের কোন মাধ্যম তাদের জন্য উত্তম হতে পারে? (প্রয়োগ)
- ৩) রেডিও ৩) টেলিভিশন ৪) গাড়ির বিজ্ঞাপন ● লিফলেট
১০৪. গুরুত্বপূর্ণ স্থান ও রাস্তার পাশে বিজ্ঞাপনদানের জন্য ব্যবহৃত হয় কোনটি? (জ্ঞান)
- ৩) প্রচারপত্র ● বিজ্ঞাপনীফলক ৪) রেডিও ৫) টেলিভিশন
১০৫. বিজ্ঞাপনের কোন মাধ্যম ব্যবহার করে খুব সহজেই পণ্যের গুণাগুণ, বৈশিষ্ট্য ও মূল্য সম্পর্কে জনগণকে অবহিত করা যায়? (জ্ঞান)
- প্রচারপত্র ৩) প্রচারপত্র ৪) বিজ্ঞাপনীফলক ৫) টেলিভিশন
১০৬. প্রচারপত্রের মাধ্যমে কোথায় বিজ্ঞাপনের কাজ চালানো হয়? (জ্ঞান)
- যেখানে জনসাধারণের চলাফেরা বেশি

- ৩) যেখানে শিবিং লোক বসবাস করে
৩) যেখানে লোকজন পড়তে পারে না
৩) যেখানে মানুষ অধিক ভোগপ্রিয়
১০৭. সর্বজনীন চাহিদা রয়েছে এমন বিপণন পণ্যের বিজ্ঞাপনের সবচেয়ে উপযুক্ত মাধ্যম কী হতে পারে? (অনুধাবন)
- টেলিভিশন ৩) সাইনবোর্ড ৪) সংবাদপত্র ৫) হ্যাণ্ডবিল
১০৮. দেশব্যাপী বিভিন্ন ধরনের খাদ্যসামগ্রী বাজারজাতকরণের জন্য হীরা ফুডস কার্যক্রম শুরুর করেছে। তাদের জন্য বিজ্ঞাপনের কোন মাধ্যম উপযুক্ত? (প্রয়োগ)
- টেলিভিশন ৩) সাইনবোর্ড ৪) লিফলেট ৫) নিয়ন সাইন
১০৯. জর্দান কসমেটিক্সের পণ্যের শ্রবণ-দর্শনযোগ্য বিজ্ঞাপন মাধ্যম কোনটি? (প্রয়োগ)
- ৩) চলচ্চিত্র ● টেলিভিশন ৪) রেডিও ৫) প্রদর্শনী
১১০. জিজেল কী ধরনের বিজ্ঞাপন? (জ্ঞান)
- ৩) প্রচারপত্র ৩) বিজ্ঞাপনীফলক ● রেডিও ৫) চলচ্চিত্র
১১১. সিনেমা হলে ছবি শুরুর আগে, মধ্য বিরতিতে এবং শেষে স্ট্রাইড প্রদর্শনের মাধ্যমে প্রদর্শিত বিজ্ঞাপন কোন ধরনের বিজ্ঞাপন? (জ্ঞান)
- ৩) টেলিভিশন ● চলচ্চিত্র ৪) প্রচারপত্র ৫) নিয়ন আলো
১১২. কাচের গরাস দ্বারা বিভিন্ন রকমের পণ্য সাজিয়ে রাখা কী ধরনের বিজ্ঞাপন? (জ্ঞান)
- ৩) প্রদর্শনী ৩) নমুনা ৪) মেলা ● পণ্যসজ্জা
১১৩. বৈশাখি মেলা, শিল্পমেলা, বাণিজ্য মেলা, কুটির শিল্প মেলা ইত্যাদি কোন ধরনের বিজ্ঞাপন মাধ্যম? (অনুধাবন)
- মেলা বা প্রদর্শনী ৩) পণ্যসজ্জা ৪) নমুনা ৫) নিয়ন আলো
১১৪. ওষুধ কোম্পানির জন্য বিজ্ঞাপনের কোন মাধ্যমটি অধিক যুক্তিযুক্ত? (অনুধাবন)
- ৩) প্রচারপত্র ৩) সাইনবোর্ড ৪) নিয়ন আলো ● নমুনা বিতরণ
১১৫. চলচ্চিত্র, সাবান এবং কোমল পানিয়ার জন্য বিজ্ঞাপনের গ্রহণযোগ্য মাধ্যম কোনটি? (অনুধাবন)
- ৩) মেলা বা প্রদর্শনী ● পরিবহন বিজ্ঞাপন
৩) পণ্যসজ্জা ৫) টেলিভিশন
১১৬. বিশ্বে সবচেয়ে ব্যয়বহুল বিজ্ঞাপনের নাম কী? (জ্ঞান)
- আকাশ বিজ্ঞাপন ৩) গ্যাস বেলুন
৩) নিয়ন আলো ৫) বিলবোর্ড

বহুপদী সমাপ্তিসূচক বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর

১১৭. বাংলা সিমেন্ট বাজার সৃষ্টির লব্ধি বিজ্ঞাপন প্রদানের সিদ্ধান্ত নিয়েছে। বিজ্ঞাপনের মাধ্যম নির্বাচনের জন্য তাদেরকে যে বিষয় বিবেচনা করতে হবে তা হলো— (প্রয়োগ)
- i. পণ্যের প্রকৃতি ii. কারখানার অবস্থান
iii. প্রতিযোগিতার অবস্থান
- নিচের কোনটি সঠিক?
- ৩) i ও ii ● i ও iii ৪) ii ও iii ৫) i, ii ও iii
১১৮. টেলিভিশন হলো— (অনুধাবন)
- i. দর্শনযোগ্য স্ট্রাইড ii. শ্রবণযোগ্য স্ট্রাইড
iii. অদৃশ্য স্ট্রাইড
- নিচের কোনটি সঠিক?
- i ও ii ৩) i ও iii ৪) ii ও iii ৫) i, ii ও iii
১১৯. বিজ্ঞাপনের মাধ্যম হলো— (প্রয়োগ)
- i. সংবাদপত্র ii. সাময়িকী
iii. রেডিও টেলিভিশন
- নিচের কোনটি সঠিক?
- ৩) i ও ii ৩) i ও iii ৪) ii ও iii ● i, ii ও iii
১২০. রেডিওর মাধ্যমে সুবিধাজনক— (অনুধাবন)
- i. স্পট বিজ্ঞাপন ii. সৌজন্য বিজ্ঞাপন
iii. জিজেল
- নিচের কোনটি সঠিক?
- ৩) i ও ii ৩) i ও iii ৪) ii ও iii ● i, ii ও iii

অভিন্ন তথ্যভিত্তিক বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর

নিচের অনুচ্ছেদটি পড়ে ১২১ ও ১২২ নং প্রশ্নের উত্তর দাও :

লাভলী কসমেটিক্স লিমিটেড বাজারে নতুন পণ্য হিসেবে মিনি প্যাকেট শ্যাম্পু, ফেয়ারনেস ক্রিম বিক্রি শুরু করেছে। ব্যাপক প্রচারের লব্ধে কোম্পানির একটি প্রতিনিধি দল পণ্যের সুন্দর ছবি ও লেখাযুক্ত পরিবহনে মিনি শ্যাম্পু, ফেয়ারনেস ক্রিম নিয়ে বিভিন্ন স্কুলের অধ্যাপকের অনুমতিক্রমে শিষ্যীদের মাঝে বিনামূল্যে বিতরণ করেছে।

১২১. লাভলী কসমেটিক্স কোন ধরনের বিজ্ঞাপন মাধ্যম ব্যবহার করেছে? (প্রয়োগ)

- Ⓐ মেলা Ⓑ প্রদর্শনী ● নমুনা Ⓓ পরিবহন

১২২. উদ্দীপকের কার্যসমূহ পণ্য বা সেবার মূল্যে স্থিতিশীলতা আনয়ন করে— (উচ্চতর দরতা)

- i. চাহিদা সৃষ্টি এবং সে অনুযায়ী সরবরাহ নিশ্চিত করে
ii. চাহিদা ও সরবরাহের মধ্যে ভারসাম্য স্থাপন করে
iii. বিদেশি পণ্য অপেক্ষা দেশি পণ্যকে অধিক জনপ্রিয় করে

নিচের কোনটি সঠিক?
● i, ii Ⓑ i, iii Ⓒ ii, iii Ⓓ i, ii ও iii

নিচের অনুচ্ছেদটি পড়ে ১২৩ ও ১২৪ নং প্রশ্নের উত্তর দাও :

সালমান জুমার নামাজ পড়ে বের হওয়ার পথে এক ভদ্রলোক বিভিন্ন গাছের ছবিসহ একটি রঙিন কাগজ ধরিয়ে দেন। এটি ছিল নার্সারি মেলার একটি স্টলের নাম ও ঠিকানা। এতে লেখা ছিল একটি টবসহ ফুলগাছ কিনলে একটি ফলজ গাছ ফ্রি।

১২৩. সালমানের পাওয়া কাগজটিকে বিজ্ঞাপনের কোন মাধ্যম বলা যায়? (প্রয়োগ)

- লিফলেট Ⓑ স্টিকার Ⓒ প্রাচীরপত্র Ⓓ প্রচারপত্র

১২৪. উক্ত বিজ্ঞাপন কৌশল কীভাবে মুনাফা বৃদ্ধি ঘটায়? (উচ্চতর দরতা)

- চাহিদা সৃষ্টি করে Ⓑ যোগান বাড়িয়ে দিয়ে
Ⓒ নার্সারি সম্প্রসারণ করে Ⓓ পণ্যের মূল্য বৃদ্ধি করে

বিজ্ঞাপনের গুরুত্ব

সাধারণ বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর

১২৫. বিজ্ঞাপন পণ্যের কোন ধরনের প্রতিবন্ধকতা দূর করে? (জ্ঞান)

- Ⓐ স্বভূগত Ⓑ স্থানগত Ⓒ কালগত ● জ্ঞানগত

১২৬. বিজ্ঞাপনের প্রয়োজনীয়তা কী? (অনুধাবন)

- Ⓐ মিথ্যা তথ্য ও বিবরণ দিয়ে জনগণকে প্রতারণা করে
Ⓑ পণ্যের মূল্য বৃদ্ধি করে
Ⓒ একচেটিয়া বাজার সৃষ্টি করে
● তথ্য ও বিবরণ দিয়ে ভোক্তাকে আকৃষ্ট করে

১২৭. পণ্য বিজ্ঞাপনের জন্য অনেক অর্থ ব্যয় হলেও বিজ্ঞাপনকে বিনিয়োগ হিসেবেও বিবেচনা করার কারণ কোনটি? (অনুধাবন)

- Ⓐ বিজ্ঞাপন দ্বারা ক্রেতার ব্যক্তি স্বাধীনতা নষ্ট হয়
Ⓑ একচেটিয়া ব্যবসায় গড়ে ওঠার সুযোগ পায়
Ⓒ বিজ্ঞাপন দ্বারা পণ্যমূল্য বৃদ্ধি পায়
● বিজ্ঞাপনের ফলে পণ্যের চাহিদা তথা বিক্রয় বৃদ্ধি পায়

১২৮. ব্যবসায়ের সুনাম বৃদ্ধি পায় কীভাবে? (অনুধাবন)

- Ⓐ বিক্রয়ের মাধ্যমে ● বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে
Ⓑ ঝুঁকির মাধ্যমে Ⓒ পুনরায় বিক্রয়ের মাধ্যমে

১২৯. নতুন নতুন পণ্য ও সেবা সম্পর্কে জানাতে কোনটির প্রয়োজন? (জ্ঞান)

- Ⓐ পাইকার ● বিজ্ঞাপন Ⓒ খুচরা ব্যবসায়ী Ⓓ প্রচার

১৩০. ভোক্তাদের জীবনযাত্রার মান বৃদ্ধি পায় কিসের মাধ্যমে? (অনুধাবন)

- Ⓐ কর্মসংস্থানের মাধ্যমে
● মানসম্মত পণ্য ভোগ করার মাধ্যমে
Ⓑ পণ্য ক্রয় করার মাধ্যমে
Ⓒ পণ্যের বিজ্ঞাপন প্রচারের মাধ্যমে

বহুপদী সমাপ্তিসূচক বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর

১৩১. বিজ্ঞাপন গুরুত্বপূর্ণ যেসব প্রতিষ্ঠানের জন্য— (অনুধাবন)

- i. ছোট ii. বড়

iii. মাঝারি

নিচের কোনটি সঠিক?

- Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii ● i, ii ও iii

১৩২. বিজ্ঞাপনের ফলে পণ্য বা সেবার— (অনুধাবন)

- i. চাহিদা বৃদ্ধি পায়
ii. বিক্রয়ের পরিমাণ বাড়ে
iii. মুনাফা বৃদ্ধি পায়

নিচের কোনটি সঠিক?

- Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii ● i, ii ও iii

১৩৩. বিজ্ঞাপন যে ধরনের সচেতনতা সৃষ্টি করে— (অনুধাবন)

- i. সামাজিক ii. নৈতিক
iii. অনৈতিক

নিচের কোনটি সঠিক?

- Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii ● i, ii ও iii

১৩৪. দেশীয় পণ্য সম্পর্কিত বিজ্ঞাপন জাহত করে— (প্রয়োগ)

- i. দেশপ্রেম ii. জাতীয়তাবোধ
iii. ঐজিবাদ

নিচের কোনটি সঠিক?

- i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii

অভিন্ন তথ্যভিত্তিক বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর

নিচের অনুচ্ছেদটি পড়ে ১৩৫ ও ১৩৬ নং প্রশ্নের উত্তর দাও।

টিভি অন করলেই কেয়া কসমেটিক্সের নানান ধরনের বিজ্ঞাপন চোখে পড়ে। ফলে পণ্যের গুণাগুণ, ব্যবহারের নিয়ম, প্রয়োজনীয়তা ইত্যাদি ভোক্তাগণ জানতে পারে। এতে সুনাম বৃদ্ধি পায়, চাহিদা বাড়ে যা উৎপাদন ও জাতীয় আয় বৃদ্ধি করে।

১৩৫. কেয়া কসমেটিক্সের পণ্যের বিজ্ঞাপন মাধ্যম কোনটি? (প্রয়োগ)

- Ⓐ চলচ্চিত্র ● টেলিভিশন Ⓒ রেডিও Ⓓ প্রদর্শনী

১৩৬. কেয়া কসমেটিক্স লি. বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে ভোক্তাদের নিকট তুলে ধরে— (প্রয়োগ)

- i. পণ্যের মান ii. পণ্যের ব্যবহার বিধি
iii. পণ্যের মূল্য

নিচের কোনটি সঠিক?

- Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii ● i, ii ও iii

বিক্রয়িকতার ধারণা

সাধারণ বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর

১৩৭. ক্রেতা আকর্ষণ করার কৌশল বা দরতাকে কী বলে? (জ্ঞান)

- Ⓐ ব্যক্তিক বিক্রয় ● বিক্রয়িকতা
Ⓑ বিক্রয় প্রসার Ⓒ সাপেক্ষিতিক যোগ্যতা

১৩৮. যে বিশেষ কৌশল বা প্রক্রিয়ায় বিক্রেতা ক্রেতাকে তার পণ্যদ্রব্য সম্বন্ধে আগ্রহী করে গ্রাহকে পরিণত করতে সক্ষম হয়, তাকে কী বলে? (জ্ঞান)

- বিক্রয়িকতা Ⓑ বিক্রয় Ⓒ বিজ্ঞাপন Ⓓ প্রচার

১৩৯. সুফিয়া একজন বিক্রয়কর্মী। সে তার দরতা দিয়ে অনেক অনিয়মিত ক্রেতাকে নিয়মিত ক্রেতায় পরিণত করেছে। সুফিয়ার কাজটি কিসের অন্তর্ভুক্ত? (প্রয়োগ)

- বিক্রয়িকতা Ⓑ বিক্রয় প্রসার Ⓒ প্রচার Ⓓ বিজ্ঞাপন

বহুপদী সমাপ্তিসূচক বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর

১৪০. বিক্রয়িকতার বৈশিষ্ট্য হলো— (অনুধাবন)

- i. এটি বিক্রয়কর্মীর বিক্রয় কৌশল
ii. এটি রেডিও টেলিভিশনে প্রচার করা যায়
iii. এটি ব্যক্তিক বিক্রয়ের গুরুত্বপূর্ণ অঙ্গ

নিচের কোনটি সঠিক?

- Ⓐ i ও ii ● i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii

১৪১. জনাব রিয়াজের মধ্যে বিক্রয়িকতার গুণটি আছে। তাই সে খুব সহজে— (প্রয়োগ)

- i. ক্রেতাকে আকর্ষণ করতে পারে
ii. ক্রেতাকে স্থায়ী গ্রাহকে পরিণত করতে পারে
iii. ক্রেতাকে ঠিকিয়ে মুনাফা অর্জন করতে পারে

নিচের কোনটি সঠিক?

- i ও ii ④ i ও iii ⑤ ii ও iii ⑥ i, ii ও iii

আদর্শ বিক্রয়কর্মীর গুণাবলি

সাধারণ বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর

১৪২. বিক্রয় প্রসার ও সফলতা অর্জনে কার ভূমিকা গুরুত্বপূর্ণ? (জ্ঞান)
 ③ ক্রেতার ④ ভোক্তার ⑤ উৎপাদক ● বিক্রয়কর্মীর
১৪৩. বিক্রেতা তার ব্যবসায় ও পণ্য সম্পর্কে ক্রেতাদের আস্থা অর্জন করেন কীভাবে? (উচ্চতর দরভা)
 ③ বিজ্ঞাপনের সাহায্যে ● বিক্রয়কর্তার গুণে
 ④ পরিবহনের মাধ্যমে ⑤ গুদামজাতকরণের মাধ্যমে
১৪৪. বিক্রয়কর্তার মাধ্যমে কোন ধরনের ক্রেতাকে আকর্ষণ করা হয়? (জ্ঞান)
 ③ স্থায়ী ④ প্রকৃত ⑤ বিদেশি ● সম্ভাব্য
১৪৫. সুদর্শন চেহারা বিক্রয়কর্মীর কোন ধরনের গুণাবলি? (জ্ঞান)
 ● শারীরিক ④ মানসিক ⑤ নৈতিক ⑥ অন্যান্য
১৪৬. বিক্রয়কর্মীর সুস্বাস্থ্য গ্রাহকদেরকে কী করে? (জ্ঞান)
 ● আকৃষ্ট ④ প্রলুপ্ত ⑤ মুগ্ধ ⑥ বিচলিত
১৪৭. সুন্দর হাসি একজন বিক্রয়কর্মীর কোন ধরনের গুণাবলির অন্তর্ভুক্ত? (অনুধাবন)
 ③ মানসিক ● শারীরিক ⑤ নৈতিক ⑥ অন্যান্য
১৪৮. ক্রেতা পণ্যের মান ও মূল্য সম্পর্কে অপ্রত্যাশিত মন্তব্য করলে তাকে কীভাবে প্রভাবিত করতে হবে? (উচ্চতর দরভা)
 ③ রাগতস্বরে ④ উচ্চস্বরে ⑤ নম্রস্বরে ● হাসিমুখে
১৪৯. পেশার প্রতি শ্রদ্ধাবোধ ব্যবসায়ের কী বৃদ্ধি করে? (জ্ঞান)
 ③ আগ্রহ ● সুনাম ⑤ মুনাফা ⑥ গুরুত্ব
১৫০. নিপা বিক্রয়কর্মী হিসেবে নিজ পেশার প্রতি শ্রদ্ধাশীল। এটি ব্যবসায়ের কী বৃদ্ধি করবে? (প্রয়োগ)
 ● সুনাম ④ মূলধন ⑤ দরভা ⑥ সুদ
১৫১. ‘আত্মবিশ্বাস’ বিক্রয়কর্মীর কোন ধরনের গুণাবলি? (জ্ঞান)
 ③ শারীরিক ● মানসিক ⑤ নৈতিক ⑥ অনৈতিক
১৫২. একজন বিক্রয়কর্মীকে অবশ্যই কোনটি হতে হবে? (অনুধাবন)
 ③ উদ্যমী ④ অধ্যবসায়ী ● আত্মবিশ্বাসী ⑥ সত্যবাদী
১৫৩. কবির একজন তীক্ষ্ণবুদ্ধিসম্পন্ন বিক্রয়কর্মী। এটি ব্যবসায়ের তার কী ধরনের গুণাবলি? (প্রয়োগ)
 ③ শারীরিক ● মনস্তাত্ত্বিক ⑤ নৈতিক ⑥ মানবিক
১৫৪. ক্রেতাদেরকে স্থায়ী গ্রাহকে পরিণত করার বেধে বিক্রয়কর্মীর কোন গুণটি অপরিহার্য? (জ্ঞান)
 ● মার্জিত ব্যবহার ④ বিপণন সম্পর্কে জ্ঞান
 ③ সততা ও বিশ্বস্ততা ⑤ আগ্রহ ও আন্তরিকতা
১৫৫. মেলামেশার বমতা বিক্রয়কর্মীর কোন ধরনের গুণ? (জ্ঞান)
 ③ শারীরিক ④ মানসিক ● নৈতিক ⑥ অন্যান্য
১৫৬. বিক্রয়কর্মীর কোন গুণটি অন্যান্য গুণের অন্তর্ভুক্ত? (অনুধাবন)
 ③ জেভার সচেতনতা ④ মার্জিত ব্যবহার
 ● হিসাবে পারদর্শিতা ⑤ ইতিবাচক দৃষ্টিভঙ্গি

বহুপদী সমাপ্তিসূচক বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর

১৫৭. আলম সাহেব PQS Super Shop-এর একজন অভিজ্ঞ বিক্রয়কর্মী। তার মধ্যে যে সকল গুণাবলি থাকলে তাকে একজন আদর্শ বিক্রয়কর্মী বলা যায় তা হলো— (প্রয়োগ)
 i. তীক্ষ্ণ বিবেচনাশক্তি ii. মিষ্টি কণ্ঠস্বর



নির্বাচিত বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর

১৬৪. পণ্যদ্রব্য বা সেবাসামগ্রী ক্রয়-বিক্রয়ের কাজকে কী বলে? (জ্ঞান)
 ③ স্বত্ব হস্তান্তর ● বিপণন ④ স্বত্ব অধিকার
 ⑤ লেনদেন
১৬৫. রাফিন তার উৎপাদিত পণ্য ভোক্তাদের নিকট পৌঁছানোর জন্য প্রয়োজনীয় ব্যবস্থা গ্রহণ করেন। তার এ কাজ কী? (জ্ঞান)
 ③ বাজার জরিপ ● বিপণন ⑤ প্রত্যব সেবা ⑥ বাণিজ্য

iii. উচ্চ বংশ মর্যাদা
 নিচের কোনটি সঠিক?

- i ও ii ④ i ও iii ⑤ ii ও iii ⑥ i, ii ও iii

১৫৮. উত্তম বিক্রয়কর্মীর গুণাবলি হলো— (অনুধাবন)

- i. সুদর্শন চেহারা
 ii. মার্জিত রবচি ও ব্যবহার এবং সুঅভ্যাস
 iii. ভাষা ও বাজারজাতকরণ জ্ঞান

নিচের কোনটি সঠিক?

- ③ i ও ii ④ i ও iii ⑤ ii ও iii ● i, ii ও iii

১৫৯. একজন বিক্রয়কর্মীর শারীরিক গুণাবলির মধ্যে অন্তর্ভুক্ত— (অনুধাবন)

- i. সুদর্শন চেহারা ii. সুস্বাস্থ্য
 iii. সুন্দর হাসি

নিচের কোনটি সঠিক?

- ③ i ও ii ④ i ও iii ⑤ ii ও iii ● i, ii ও iii

অভিন্ন তথ্যভিত্তিক বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর

নিচের অনুচ্ছেদটি পড়ে ১৬০ ও ১৬১ নং প্রশ্নের উত্তর দাও :

নাটোরের মকবুল পরাজায় হাসান একটি শাড়ির দোকানে বিক্রয়কর্মী হিসেবে কাজ করেন। আদর্শ বিক্রয়কর্মীর গুণাবলি তার মধ্যে থাকায় তিনি সহজেই ক্রেতার দৃষ্টি আকর্ষণ করতে পারেন। ফলে তার প্রতিষ্ঠানের মুনাফা ক্রমেই বৃদ্ধি পেতে থাকে।

১৬০. মকবুলের কোন গুণটি ক্রেতাকে সহজে আকৃষ্ট করে? (প্রয়োগ)

- সুদর্শন চেহারা ④ সুস্বাস্থ্য ⑤ সুন্দর হাসি ⑥ আত্মবিশ্বাস

১৬১. বিক্রয়কর্তা মকবুলের নিকট বিবেচিত হয়— (উচ্চতর দরভা)

- i. কৌশল হিসেবে ii. দরভা হিসেবে
 iii. পেশা হিসেবে
 নিচের কোনটি সঠিক?

- i ও ii ④ i ও iii ⑤ ii ও iii ● i, ii ও iii

নিচের অনুচ্ছেদটি পড়ে ১৬২ ও ১৬৩ নং প্রশ্নের উত্তর দাও :

বিপুল ‘ফার্স্ট মুভ’ নামক একটি অটোমোবাইলের শোরবমে বিক্রয়কর্মী হিসেবে কাজ করেন। ব্যবসায় এবং আগত ক্রেতাদের প্রতি তার আগ্রহের কমতি নেই। তিনি ক্রেতাদের সাথে সুন্দর হাসি দিয়ে কথা বলেন এবং প্রত্যেকের সাথে অত্যন্ত মার্জিত ব্যবহার করেন। তাছাড়া দিন শেষে ব্যবসায়ের হিসাব মিলানোর বেধেও তিনি বেশ পারদর্শী। এসব গুণের কারণে তার দোকানের বিক্রিও অন্যান্য দোকানের তুলনায় বেশ ভালো হয়।

১৬২. বিপুল ক্রেতাদের সাথে সুন্দর হাসি দিয়ে কথা বলেন। এটি তার কোন গুণের অন্তর্ভুক্ত? (প্রয়োগ)

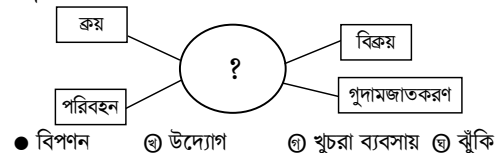
- ③ নৈতিক ④ মানসিক ● শারীরিক ⑥ অন্যান্য

১৬৩. বিপুলের চরিত্রে একজন আদর্শ বিক্রয়কর্মীর গুণাবলি পরিলব্ধ হয়— (উচ্চতর দরভা)

- i. সুন্দর হাসি ii. মার্জিত ব্যবহার
 iii. হিসাবে পারদর্শিতা
 নিচের কোনটি সঠিক?

- ③ i ও ii ④ i ও iii ⑤ ii ও iii ● i, ii ও iii

১৬৬. প্রশ্নবোধক স্থানে কোনটি বসবে?



১৬৭. কোনটি উৎপাদক ও ভোক্তার মধ্যে সেতুবন্ধন হিসেবে কাজ করে?
 ● বিপণন ৭ পাইকার ৮ খুচরা ব্যবসায়ী ৯ প্রতিনিধি
১৬৮. বিপণন প্রধানত কয়টি উপযোগ সৃষ্টি করে?
 ১ ২ ৩ ৪ ৫ ৬ ৭ ৮
১৬৯. বিপণনের প্রধান কাজ কয়টি?
 ১ ২ ৩ ৪ ৫ ৬ ৭ ৮
১৭০. আমাদের দেশের চিৎড়ি মাছ বিশ্বের বিভিন্ন দেশের মানুষ কিসের ফলে ব্যবহার করতে পারছে?
 ১ সৌহার্দপূর্ণ সম্পর্কের ২ পরিবহনের ৩ ক্রয়ের ৪ বিক্রয়ের
১৭১. প্যাদ্রবের গুণাগুণ, রং, আকার প্রভৃতি বৈশিষ্ট্যের ওপর ভিত্তি করে পণ্যের মান নির্ধারণ করাকে কী বলে?
 ১ মোড়কিকরণ ২ গুদামজাতকরণ ৩ প্রমিতকরণ ৪ পর্যায়িতকরণ
১৭২. রহিম মিয়া একজন কৃষিপণ্যের পাইকারি ব্যবসায়ী। উৎপাদকের নিকট সংগৃহীত পণ্য মান অনুযায়ী শ্রেণিবিভাগ করে বিক্রয় করতে হলে বিপণনের কোন কাজটি করতে হবে?
 ১ প্রক্রিয়াজাতকরণ ২ প্রমিতকরণ ৩ পর্যায়িতকরণ ৪ মোড়কিকরণ
১৭৩. ব্যবহারকারীর নিকট পণ্যকে আকর্ষণীয় করে তোলার উদ্দেশ্যে কী করা হয়?
 ১ পর্যায়িতকরণ ২ মোড়কিকরণ ৩ প্রমিতকরণ ৪ গুদামজাতকরণ
১৭৪. নষ্ট বা ভেঙে যাওয়া থেকে রবা পাওয়ার জন্য পণ্যের কী করা হয়?
 ১ মোড়কিকরণ ২ গুদামজাতকরণ ৩ প্রমিতকরণ ৪ পর্যায়িতকরণ
১৭৫. কোনটির অভাবে ব্যবসায়িক ঝুঁকি বেড়ে যায়?
 ১ মোড়কিকরণ ২ ভোক্তা বিশ্লেষণ ৩ তথ্য সংগ্রহ ৪ পরিবহন
১৭৬. বর্টন প্রণালিতে উৎপাদক ও ভোগকারীর মধ্যে যারা অবস্থান করে তাদেরকে কী বলে?
 ১ পাইকার ২ খুচরা ব্যবসায়ী ৩ প্রতিনিধি ৪ মধ্যস্থ ব্যবসায়ী
১৭৭. যে প্রক্রিয়ায় পণ্য বা সেবা উৎপাদনকারী থেকে প্রকৃত ভোক্তা বা ব্যবহারকারীর নিকট পৌঁছে তাকে কী বলে?
 ১ বর্টনপ্রণালি ২ পরিবহন ৩ উৎপাদন ৪ গুদামজাতকরণ
১৭৮. বর্টন প্রণালি কয় ধরনের হয়ে থাকে?
 ১ ২ ৩ ৪ ৫ ৬ ৭ ৮
১৭৯. পণ্য বর্টনপ্রণালির শুরুর থেকে কী?
 ১ পাইকার ২ খুচরা ব্যবসায়ী ৩ উৎপাদক ৪ ভোক্তা
১৮০. পণ্য বর্টন প্রণালির শেষ প্রান্তে থাকে কী?
 ১ ভোক্তা ২ খুচরা ব্যবসায়ী ৩ উৎপাদক ৪ ভোক্তা
১৮১. স্থায়ী আবেদনধর্মী কোনো বিজ্ঞাপনের উত্তম মাধ্যম হতে পারে কোনটি?
 ১ সংবাদপত্র ২ বিজ্ঞাপনীফলক ৩ রেডিও ৪ টেলিভিশন
১৮২. কোনটি ব্যবসায়ের সম্পদ?
 ১ চাহিদা ২ ক্রয় ৩ সুনাম ৪ বিজ্ঞাপন
১৮৩. 'স্বদেশি পণ্য কিনে হোন ধন্য'—বিজ্ঞাপনের এ স্লোগানটি কী নির্দেশ করে?
 ১ দেশপ্রেম ও জাতীয়তাবোধ ২ প্রলুপ্ততা ৩ সচেতনতা ৪ সমাজের প্রতি ভালোবাসা
১৮৪. দোকানের প্রতি গ্রাহকদের আকর্ষণ করে স্থায়ী গ্রাহকে পরিণত করার সবচেয়ে উত্তম বিপণন প্রসার কৌশল কোনটি?
 ১ বিজ্ঞাপন ২ প্রচার ৩ বিক্রয়িকতা ৪ বিক্রয় প্রসার
১৮৫. বিপণন সহায়তা করে—

- i. ভোগ বৃদ্ধিতে
 ii. রূপগত উপযোগ সৃষ্টিতে
 iii. স্থানগত উপযোগ সৃষ্টিতে
 নিচের কোনটি সঠিক?
 ১ i ও ii ২ i ও iii ৩ ii ও iii ৪ i, ii ও iii
১৮৬. প্রমিতকরণের মাধ্যমে পণ্যের—
 i. বিপণন প্রক্রিয়া সহজ হয়
 ii. বিক্রয় কার্যের গতিশীলতা বৃদ্ধি পায়
 iii. ভোক্তারা আকৃষ্ট হয়
 নিচের কোনটি সঠিক?
 ১ i ও ii ২ i ও iii ৩ ii ও iii ৪ i, ii ও iii
১৮৭. পণ্যের মোড়কিকরণের উদ্দেশ্য—
 i. পণ্যকে সুন্দর ও আকর্ষণীয় করা ii. নষ্ট বা ভেঙে যাওয়া থেকে রবা করা
 iii. পণ্যমূল্য লিখে রাখা
 নিচের কোনটি সঠিক?
 ১ i ও ii ২ i ও iii ৩ ii ও iii ৪ i, ii ও iii
১৮৮. পাইকারের কাজ হলো—
 i. ক্রয় ii. বিক্রয়
 iii. গুদামজাতকরণ
 নিচের কোনটি সঠিক?
 ১ i ও ii ২ i ও iii ৩ ii ও iii ৪ i, ii ও iii
১৮৯. বিজ্ঞাপনের মাধ্যম হচ্ছে—
 i. লিফলেট ii. বিলবোর্ড
 iii. সাইনবোর্ড
 নিচের কোনটি সঠিক?
 ১ i ও ii ২ i ও iii ৩ ii ও iii ৪ i, ii ও iii
১৯০. বিজ্ঞাপনের মাধ্যম নির্বাচনের বিবেচ্য বিষয় হলো—
 i. পণ্যের চাহিদা ii. গুণাগুণ
 iii. মূল্য ও ক্রেতা
 নিচের কোনটি সঠিক?
 ১ i ও ii ২ i ও iii ৩ ii ও iii ৪ i, ii ও iii
১৯১. বিক্রয়কারীর নৈতিক গুণাবলি হলো—
 i. সত্যতা ও বিশ্বস্ততা ii. ইতিবাচক দৃষ্টিভঙ্গি
 iii. তীক্ষ্ণ বুদ্ধিমত্তা
 নিচের কোনটি সঠিক?
 ১ i ও ii ২ i ও iii ৩ ii ও iii ৪ i, ii ও iii
- নিচের অনুচ্ছেদটি পড়ে ১৯২ ও ১৯৩ নং প্রশ্নগুলোর উত্তর দাও :
 মি. রহমান তার ৫০ একর জমিতে আলু চাষ করেন। তিনি মধ্যস্থতাকারীর মাধ্যমে তার উৎপাদিত আলু ভোক্তাদের নিকট পৌঁছে দেন। মি. রহমান সকল আলু এক সাথে বিক্রয় না করে পরবর্তী সময়ের জন্য মজুদ করে রাখেন।
 ১৯২. মি. রহমানের এক সাথে আলু বিক্রয় না করে পরবর্তী সময়ের জন্য আলু মজুদ রাখার প্রক্রিয়া কোনটির অন্তর্ভুক্ত?
 ১ মজুদকরণ ২ গুদামজাতকরণ ৩ পর্যায়িতকরণ ৪ প্রমিতকরণ
১৯৩. মি. রহমানের উৎপাদিত আলু ভোক্তাদের চাহিদা মিটিয়ে থাকে—
 i. ভোক্তাদের সারা বছর আলু সরবরাহ করে
 ii. আলু উৎপাদনের সময় আলু সরবরাহ করে
 iii. আলু মজুদ করে সময়মতো সরবরাহ করে
 নিচের কোনটি সঠিক?
 ১ i ও ii ২ i ও iii ৩ ii ও iii ৪ i, ii ও iii
- নিচের অনুচ্ছেদটি পড়ে ১৯৪ ও ১৯৫ নং প্রশ্নের উত্তর দাও :
 জনাব কামাল জমি বর্গা নিয়ে টমেটো চাষ করেন। টমেটো তোলার সময় গ্রামের অনেক ক্রেতা জমি থেকেই তা সংগ্রহ করেন। তবে বড় সাইজের টমেটোগুলো বেশি দামে তিনি মধ্যস্থ ব্যবসায়ীদের নিকট সরবরাহ করে থাকেন।
 ১৯৪. জনাব কামাল গ্রামের লোকদের নিকট টমেটো বিক্রয়ে কোনটি অনুসরণ করেন?
 ১ উৎপাদক → ভোক্তা
 ২ উৎপাদক → খুচরা ব্যবসায়ী → ভোক্তা
 ৩ উৎপাদক → পাইকার → খুচরা ব্যবসায়ী → ভোক্তা

১৯৫. উৎপাদক → মিল মালিক → পাইকার → ভোক্তা
জনাব কামাল টমেটো বিক্রয়ে বর্টন প্রণালী অনুসরণ করেন—
i. উৎপাদক → ভোক্তা
ii. উৎপাদক → খুচরা ব্যবসায়ী → ভোক্তা

- iii. উৎপাদক → পাইকার → খুচরা ব্যবসায়ী → ভোক্তা
নিচের কোনটি সঠিক?
Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii



এ অধ্যায়ের পাঠ সমন্বিত বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর



বহুপদী সমাপ্তিসূচক বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর

১৯৬. উৎপাদনকারী এবং ভোক্তার মধ্যে সেতুবন্ধন হিসেবে কাজ করে— (অনুধাবন)
i. খুচরা বিক্রেতা ii. মধ্যম ব্যবসায়ী
iii. পাইকার
নিচের কোনটি সঠিক?
Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii
১৯৭. পণ্য উৎপাদনের পর ভোক্তার নিকট পৌঁছাতে প্রয়োজন হয়— (অনুধাবন)
i. বাজারজাতকরণের ii. বিজ্ঞাপনের
iii. বর্টন প্রণালীর
নিচের কোনটি সঠিক?
Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii
১৯৮. ভোক্তার নিকট পণ্য বিক্রয় করে— (অনুধাবন)
i. উৎপাদনকারী ii. খুচরা বিক্রেতা
iii. প্রতিনিধি
নিচের কোনটি সঠিক?
Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii
১৯৯. পণ্যের চাহিদা সৃষ্টিতে সহায়তা করে— (অনুধাবন)
i. পরিবহন ii. গুদামজাতকরণ
iii. বিজ্ঞাপন
নিচের কোনটি সঠিক?
Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii
২০০. বিজ্ঞাপন পণ্যের— (অনুধাবন)
i. চাহিদা বৃদ্ধি করে ii. আকর্ষণ বমতা বৃদ্ধির একটি কৌশল
iii. বাজার সংকুচিত করে দাম বাড়ায়
নিচের কোনটি সঠিক?
Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii
২০১. মি. আরমান তার পণ্যের বিক্রয় বৃদ্ধি করতে চান। এই কাজে তাকে সহায়তা করতে পারে— (অনুধাবন)
i. উৎপাদক ii. বিজ্ঞাপন
iii. বিক্রয়কর্তা
নিচের কোনটি সঠিক?
Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii
২০২. পণ্যের চাহিদার ওপরে নির্ভর করে পণ্যের — (অনুধাবন)
i. উৎপাদনের পরিমাণ
ii. বিক্রয়ের পরিমাণ
iii. বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে

- নিচের কোনটি সঠিক?
Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii
২০৩. বিক্রয় প্রসার গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে— (অনুধাবন)
i. ভোক্তা ii. বিক্রয়কর্তা
iii. বাজারজাতকরণ
নিচের কোনটি সঠিক?
Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii
২০৪. মি. হাবিব একটি জুতার কারখানা স্থাপন করেন। তিনি তার উৎপাদিত পণ্য ভোক্তার নিকট বিক্রয় করতে পারেন— (প্রয়োগ)
i. সরাসরি ii. খুচরা বিক্রেতার
iii. এজেন্টের মাধ্যমে
নিচের কোনটি সঠিক?
Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii
২০৫. ব্যবসায়ের সুনাম বৃদ্ধি পায়— (অনুধাবন)
i. বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে ii. প্রতিনিধির মাধ্যমে
iii. বিক্রয়কর্তার মাধ্যমে
নিচের কোনটি সঠিক?
Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii
২০৬. কৌশিক ব্যবসায় সফলতা অর্জন করতে চান। এজন্য তার জ্ঞান থাকা প্রয়োজন— (প্রয়োগ)
i. বিপণন সম্পর্কে ii. বিক্রয়কর্তা সম্পর্কে
iii. বর্টন প্রণালী সম্পর্কে
নিচের কোনটি সঠিক?
Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii

অভিনু তথ্যভিত্তিক বহুনির্বাচনি প্রশ্নোত্তর

- নিচের অনুচ্ছেদটি পড়ে ২০৭ ও ২০৮ নং প্রশ্নের উত্তর দাও :
মি. লিমন বিক্রমপুর থেকে অধিক পরিমাণে আলু ক্রয় করে ঢাকায় এনে গুদামজাত করেন। এরপর সেগুলো খুচরা ব্যবসায়ীদের নিকট বিক্রয় করেন।
২০৭. মি. লিমন উপযোগ সৃষ্টি করেছেন— (প্রয়োগ)
i. সময়গত ii. স্থানগত
iii. স্থানগত
নিচের কোনটি সঠিক?
Ⓐ i ও ii Ⓑ i ও iii Ⓒ ii ও iii Ⓓ i, ii ও iii
২০৮. সামাদ মিয়ার মধ্যে কোন গুণটি বিদ্যমান? (উচ্চতর দরতা)
Ⓐ দর ব্যাকস্থাপক Ⓑ বিক্রয়কর্তা Ⓒ যোগ্য নেতা Ⓓ আদর্শ ব্যক্তিত্ব



অনুশীলনীর সৃজনশীল প্রশ্ন ও উত্তর



- প্রশ্ন-১ ▶ নিচের উদ্দীপকটি পড়ে প্রশ্নগুলোর উত্তর দাও :
শুভর দোকানের পাশে একই ধরনের আরও একটি দোকান গড়ে উঠায় বিক্রির পরিমাণ কমে যায়। বিক্রয় বাড়ানোর কৌশল হিসেবে শুভ দেখতে ভালো, সদালাপী এ রকম একজন বিক্রয়কর্মী নিয়োগ দেন। কিছুদিন পর তার দোকানে বিক্রির পরিমাণ আগের অবস্থায় ফিরে আসে।
ক. কী দ্বারা পণ্যকে আকর্ষণীয় করা যায়?
খ. প্রমিতকরণ কী? ব্যাখ্যা কর।
গ. শুভ বিক্রয়কর্মী নিয়োগে কোন ধরনের বৈশিষ্ট্যের কথা

বিবেচনা করেছেন।

ঘ. বিক্রয় বৃদ্ধিতে শুভর গৃহীত পদক্ষেপটি মূল্যায়ন কর।

▶ ১নং প্রশ্নের উত্তর ▶

ক. মোড়কিকরণ দ্বারা পণ্যকে আকর্ষণীয় করা যায়।

খ. প্রমিতকরণ বাজারজাতকরণের একটি অন্যতম কার্যাবলি। সাধারণত পণ্যের গুণাগুণ, আকার, রং, স্বাদ ইত্যাদির ওপর ভিত্তি করে পণ্যের মান নির্ধারণের কাজকে প্রমিতকরণ বলে।

প্রমিতকরণের পর মানের ভিত্তিতে পণ্যমূল্য নির্ধারণ করা হয়। এর ফলে পণ্যের বিপণন প্রক্রিয়া সহজ হয় এবং বিক্রয়কার্যের গতিশীলতা বৃদ্ধি পায়।

- গ. শুল্ক বিক্রয়কর্মী নিয়োগে বিক্রয়কর্মীর শারীরিক ও নৈতিক বৈশিষ্ট্যের কথা বিবেচনা করেছেন।

বর্তমান প্রতিযোগিতামূলক ব্যবসায়-বাণিজ্যের বেত্রে বিক্রয় প্রসার ও সফলতা অর্জনে বিক্রয়কর্মীর ভূমিকা খুবই গুরুত্বপূর্ণ। একজন বিক্রয়কর্মীর শারীরিক ও নৈতিক বৈশিষ্ট্য সহজেই ক্রেতা বা ভোক্তাকে আকৃষ্ট করে তাকে স্থায়ী ক্রেতায় পরিণত করে। ফলে ব্যবসায়িক সাফল্য অর্জন করা সহজ হয়। উদ্দীপকে শুল্কর দোকানের পাশে আরও একটি দোকান গড়ে ওঠায় তার দোকানের বিক্রয় কমে যায়। তাই তিনি তার দোকানে বিক্রয় বাড়ানোর জন্য একজন সুন্দর ও সদালাপী বিক্রয়কর্মী নিয়োগ দিয়েছেন। সুন্দর চেহারা একজন বিক্রয়কর্মীর শারীরিক গুণ এবং সদালাপী তার নৈতিক গুণ। সুন্দর ও আকর্ষণীয় চেহারার বিক্রয়কর্মী সহজেই ক্রেতাকে আকৃষ্ট করে। আর বিক্রয়কর্মী যদি সদালাপী হয় তাহলে সে ক্রেতার সাথে সহজেই মিশে তার চাহিদা পণ্য সরবরাহ করে তাকে স্থায়ী ক্রেতায় পরিণত করতে পারে। ফলে দোকানে স্থায়ী ক্রেতার পরিমাণ বৃদ্ধি পায় এবং ব্যবসায়িক লব্ধি অর্জন করা সম্ভব হয়। তাই ক্রেতা আকৃষ্ট করার মাধ্যমে দোকানের বিক্রয় বৃদ্ধি করতে শুল্ক বিক্রয়কর্মীর শারীরিক ও নৈতিক বৈশিষ্ট্যকে প্রাধান্য দিয়ে বিক্রয়কর্মী নিয়োগ দিয়েছেন।

- ঘ. শুল্ক বিক্রয় বৃদ্ধির কৌশল হিসেবে একজন আদর্শ বিক্রয়কর্মী নিয়োগের যে পদক্ষেপটি নিয়েছেন তা যথার্থ।

বিক্রয়িকতা বলতে ক্রেতা আকর্ষণ করার কৌশল বা দরতাকে বোঝায় যার মাধ্যমে বিক্রেতা সম্ভাব্য ক্রেতার নিকট পণ্য বা সেবা সামগ্রী বিক্রয় করতে সক্ষম হয়। একজন আদর্শ বিক্রয়কর্মী তার শারীরিক, মানসিক, নৈতিক ও অন্যান্য গুণাবলি কাজে লাগিয়ে ব্যবসায় ও পণ্য সম্পর্কে ক্রেতাদের আস্থা অর্জন করে তাদেরকে স্থায়ী গ্রাহকে পরিণত করেন। উদ্দীপকে, শুল্ক একজন খুচরা ব্যবসায়ী। ব্যবসায়ের শুরুরতে তার কোনো প্রতিযোগী না থাকায় তিনি একচেটিয়া ব্যবসায় করে পর্যাপ্ত মুনাফা অর্জন করতে সক্ষম হয়েছেন। কিন্তু পরবর্তী সময়ে তার দোকানের পাশে আরেকটি সমজাতীয় পণ্যের দোকান চালু হওয়ায় তার দোকানের বিক্রয় কমে যায়। তাই তিনি তার দোকানে দেখতে ভালো এবং সদালাপী একজন আদর্শ বিক্রয়কর্মী নিয়োগ দেন। শুল্কর নতুন নিয়োগপ্রাপ্ত সুন্দর ও সদালাপী বিক্রয়কর্মী তার শারীরিক ও নৈতিক গুণ দ্বারা ক্রেতাকে আকৃষ্ট করে তাদেরকে শুল্কর দোকানের স্থায়ী ক্রেতায় পরিণত করে। যার ফলে শুল্কর দোকানে ক্রেতার সমাগম এবং বিক্রয় বৃদ্ধি পেয়েছে।

সুতরাং বলা যায় বিক্রয়ের পরিমাণ বৃদ্ধি করতে শুল্কর আদর্শ বিক্রয়কর্মী নিয়োগদানের পদক্ষেপটি সঠিক ও যথার্থ হয়েছে।

প্রশ্ন-২ ▶ নিচের উদ্দীপকটি পড়ে প্রশ্নগুলোর উত্তর দাও :

বড় রাস্তার পাশে ‘আদর স্টোর’ নামে নতুন একটি দোকান আছে। কিন্তু কোনো কারণে দোকানটির বিক্রি ভালো নয়। সম্প্রতি দোকানের

মালিক তার দোকানের পরিচিতি, সেবার ধরন, পণ্যের মান ও বিভিন্ন প্রকার পণ্যের নাম লিখিত একটি মুদ্রিত কাগজ পত্রিকার হকারের মাধ্যমে এলাকার বাসায় বাসায় পৌঁছে দিলেন। কিছুদিন পর দেখা গেল তার দোকানে ক্রেতার সমাগম ও বিক্রির পরিমাণ বৃদ্ধি পাচ্ছে।

- ক. বর্টন প্রণালিতে সবশেষে কার অবস্থান?
খ. পর্যায়িতকরণ কী? ব্যাখ্যা কর।
গ. উদ্দীপকে আদর স্টোরের মালিক প্রচারের কোন মাধ্যমটি বেছে নিল? ব্যাখ্যা কর।
ঘ. ‘মালিকের গৃহীত পদক্ষেপ বিক্রয় বৃদ্ধির অন্যতম কৌশল’ মতামত দাও।

▶ ২নং প্রশ্নের উত্তর ▶▶

- ক. বর্টন প্রণালিতে সবশেষে ভোক্তার অবস্থান।
খ. মান অনুযায়ী পণ্যকে বিভিন্ন শ্রেণিতে ভাগ করাকে পর্যায়িতকরণ বলা হয়। এই প্রক্রিয়ার প্রধান কাজ হলো ক্রেতার প্রয়োজন অনুযায়ী নির্ধারিত মান অনুসারে একই জাতীয় পণ্যকে ক্ষুদ্র ক্ষুদ্র অংশে বিভক্ত করা। ওজন, আকার ও গুণাগুণ অনুযায়ী পর্যায়িতকরণ করা হয় বলে বিক্রয়ের কাজ সহজ হয়। এর ফলে গুদামজাতকরণ, পরিবহন এবং মজুদ ব্যবস্থাপনার কাজও সহজতর হয়।
গ. উদ্দীপকের আদর স্টোরের মালিক প্রচারের জন্য ‘লিফলেট’ মাধ্যমটি বেছে নিলেন।
বিজ্ঞাপন মাধ্যম হিসেবে লিফলেট ছোট ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের জন্য অধিক কার্যকর। পণ্যের গুণাগুণ, বৈশিষ্ট্য, প্রাপ্তিস্থান প্রভৃতি বিষয় এরূপ লিফলেটে উল্লেখ থাকে। পণ্য বা সেবা বিবরণ এমনভাবে উল্লেখ থাকে যেন খুব সহজেই ক্রেতা তার প্রয়োজনীয় পণ্যটি সম্পর্কে একটি ধারণা পেতে পারেন। উদ্দীপকের আদর স্টোরের মালিক একজন খুচরা ব্যবসায়ী। তার দোকানের বিক্রি ভালো না হওয়ায় তিনি বিক্রয় বৃদ্ধির লব্ধি লিফলেট বিতরণের সিদ্ধান্ত নিলেন। তিনি দোকানের পরিচিতি, সেবার ধরন, পণ্যের মান ও বিভিন্ন প্রকার পণ্যের নাম লিখে একটি আকর্ষণীয় লিফলেট বানালেন এবং পত্রিকার হকারের মাধ্যমে এলাকার প্রতিটি বাসায় পৌঁছে দেওয়ার ব্যবস্থা করলেন। ফলে কিছুদিনের মধ্যেই তার দোকানে ক্রেতার সমাগম বাড়তে লাগল এবং সাথে সাথে বিক্রয়ও বৃদ্ধি পেল। এবেত্রে দোকানের মালিক প্রচারের জন্য বিজ্ঞাপনের অন্য কোনো মাধ্যমেরও আশ্রয় নিতে পারতেন। কিন্তু স্থানীয় এলাকাভিত্তিক খুচরা ব্যবসায়ী হওয়ায় প্রচারের মাধ্যম হিসেবে তার লিফলেট বিতরণের সিদ্ধান্ত নিলেন।

- ঘ. ‘আদর স্টোর’ মালিকের গৃহীত পদক্ষেপটি তথা বিজ্ঞাপন পণ্যের বিক্রয় বৃদ্ধিতে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে।
বিজ্ঞাপন হচ্ছে পণ্য বা সেবা সামগ্রীর প্রতি জনসাধারণের দৃষ্টি আকর্ষণের জন্য একটি উপায় বা কৌশল। বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে খুব সহজেই ক্রেতাসাধারণকে পণ্য ক্রয়ে উদ্বুদ্ধ করা যায়। বিজ্ঞাপনের বিভিন্ন মাধ্যম হচ্ছে লিফলেট, ম্যাগাজিন, পরিবহন, বিজ্ঞাপন, বিলবোর্ড, সাইনবোর্ড, ইন্টারনেট ইত্যাদি। উদ্দীপকে আদর স্টোরের মালিক বিক্রয় বৃদ্ধির জন্য বিজ্ঞাপনকে বেছে নিয়েছেন। আর বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে ক্রেতার আদর স্টোরের অবস্থান, পণ্যের মান, মূল্য, সেবার ধরন সম্পর্কে অবহিত হয়। ফলে পণ্যের চাহিদা ও বিক্রয় বৃদ্ধি পায় যা মুনাফা বৃদ্ধি করে। বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে আদর স্টোরের পরিচিত বৃদ্ধি পায় এবং ব্যবসায় বাণিজ্যের প্রসার ঘটে। এতে পণ্যের ভোগ প্রবণতা বৃদ্ধি পায় এবং ক্রেতার তাদের

জীবনযাত্রার মান অনুযায়ী পণ্য ক্রয় করতে পারে, যা পণ্যের বিক্রয় বৃদ্ধি করে।

সুতরাং আদর স্টোরের মালিকের গৃহীত বিক্রয় বৃদ্ধির কৌশল বিজ্ঞাপন বিক্রয় বৃদ্ধির জন্য অন্যতম পন্থা।



গুরুত্বপূর্ণ সৃজনশীল প্রশ্ন ও উত্তর



প্রশ্ন-৩ ▶ নিচের উদ্দীপকটি পড়ে প্রশ্নগুলোর উত্তর দাও :

মি. রাকিব নিজ জমিতে কৃষিপণ্য ও মাছচাষ করেন। সারাবছর ভোগ করা যায় এমন পণ্যগুলো তড়িঘড়ি করে বিক্রয় করতে গিয়ে কিছু পণ্য পচে নষ্ট হয়। ফলে মুনাফার পরিমাণ কমে যায়। পরবর্তীতে তিনি স্থানীয় প্রচার মাধ্যমে পণ্যের গুণাগুণ তুলে ধরায় পণ্য বিক্রির পরিমাণ বহুগুণ বেড়ে যায়। বর্তমানে তিনি একজন সফল চাষি হিসেবে পুরস্কৃত হন।

- ক. কোম্পানির মূল দলিলের নাম কী? ১
খ. প্রমিতকরণ বলতে কী বোঝায়? ২
গ. মি. রাকিবের ব্যবসায়ে ১ম পর্যায়ে বিপণন কার্যাবলির কোনটির অভাব পরিলক্ষিত হয়? বর্ণনা কর। ৩
ঘ. উদ্দীপকের মি. রাকিবের সফল চাষি হিসেবে পুরস্কার প্রাপ্তিতে কোনটি সহায়ক ভূমিকা পালন করেছে? মতামত দাও। ৪

৩নং প্রশ্নের উত্তর ▶▶

- ক. কোম্পানির মূল দলিলের নাম হলো আরকলিপি।
খ. পণ্যের মান নির্ধারণের কাজকে প্রমিতকরণ বলে। সাধারণত পণ্যের গুণাগুণ, আকার, রং স্বাদ ইত্যাদির ওপর ভিত্তি করে পণ্যের মান নির্ধারণের কাজকে প্রমিতকরণ বলে। সুষ্ঠুভাবে প্রমিতকরণের পর মানের বিভিন্ন পণ্যমূল্য নির্ধারণ করা হয়। এর ফলে পণ্যের বিপণন প্রক্রিয়া সহজ হয় এবং বিক্রয়কার্যের গতিশীলতা বৃদ্ধি পায়।
গ. মি. রাকিবের ব্যবসায়ে ১ম পর্যায়ে বিপণন কার্যাবলির গুদামজাতকরণের অভাব পরিলক্ষিত হয়। বিপণনের সকল পর্যায়ে পণ্যসামগ্রী সঞ্চারণের প্রয়োজন হয়। অনেক পণ্য বছরের একটি নির্দিষ্ট সময়ে উৎপাদিত হয় কিন্তু

ব্যবহার হয় সারা বছর। বছরব্যাপী চাহিদা মেটানোর জন্য সে সকল পণ্য গুদামজাতকরণের মাধ্যমে সঞ্চারণ করতে হয়।

উদ্দীপকের মি. রাকিব একজন চাষি। তিনি সারাবছর ভোগ করা যায় এমন পণ্য সঞ্চারণের অভাবে বিক্রয় করে দেন। তড়িঘড়ি করে বিক্রয় করতে গিয়ে কিছু পণ্য পচে নষ্ট হয়। ফলে তার মুনাফার পরিমাণ কমে যায়। তিনি যদি গুদামজাত করতে পারতেন তাহলে পণ্যগুলো নষ্ট হতো না এবং মুনাফার পরিমাণ ও কমে যেতো না। সুতরাং, তার ব্যবসায়ে গুদামজাতকরণের অভাব পরিলক্ষিত হয়।

ঘ. উদ্দীপকের মি. রাকিবের সফল চাষি হিসাবে পুরস্কার প্রাপ্তিতে বিজ্ঞাপন সহায়ক ভূমিকা পালন করেছে।

বিজ্ঞাপন হচ্ছে পণ্য বা সেবা সামগ্রীর পতি জনসাধারণের দৃষ্টি আকর্ষণের জন্য একটি উপায় বা কৌশল। বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে খুব সহজেই ক্রেতাসাধারণকে পণ্য ক্রয়ে উদ্বুদ্ধ করা যায়। বিজ্ঞাপনের অন্যান্য মাধ্যম হচ্ছে সংবাদপত্র, ম্যাগাজিন, লিফলেট, পরিবহন, বিলবোর্ড, সাইনবোর্ড, ইন্টারনেট ইত্যাদি। উদ্দীপকের মি. রাকিব তার পণ্যের বিক্রয় বৃদ্ধির জন্য বিজ্ঞাপনকে বেছে নিয়েছেন। তিনি স্থানীয় প্রচার মাধ্যমে পণ্যের মান, মূল্য ও ব্যবহারবিধি ক্রেতা বা জনসাধারণের কাজে তুলে ধরেন। ফলে তার পণ্যের ও বিক্রয় বৃদ্ধি পায় যা মুনাফা বৃদ্ধি করে। বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে তার পণ্যের বাজার সম্প্রসারিত হয় ও সুনাম বৃদ্ধি পায়। যার ফলস্বরূপ তিনি একজন সফল চাষি হিসেবে পুরস্কার পান।

সুতরাং, বলা যায়, মি. রাকিব সফল চাষি হিসেবে পুরস্কার প্রাপ্তিতে স্থানীয় প্রচার মাধ্যম সহায়ক ভূমিকা পালন করেছে।



অনুশীলনমূলক কর্মপত্রের আলোকে সৃজনশীল প্রশ্ন ও উত্তর



প্রশ্ন-৪ ▶ নিচের উদ্দীপকটি পড়ে প্রশ্নগুলোর উত্তর দাও :

নিউ লিমিটেডের উৎপাদিত টিভি সারা দেশে বিক্রয় হয়। চাঁদপুরের জনাব মেহেদি সারা শহরে নিউ টিভির একমাত্র বিক্রেতা। তিনি নিউ লিমিটেড প্রতিষ্ঠান হতে বিক্রয়ের ওপর নির্দিষ্ট হারে কমিশন পেয়ে থাকেন। তিনি ভাবছেন অন্য প্রতিষ্ঠানের পণ্যও আলাদা দোকানের মাধ্যমে চাঁদপুর শহরে বিক্রয় করবেন।

- ক. বিপণনের কোন কাজটি দ্বারা সারা বছর মৌসুমি পণ্য ব্যবহার করা যায়? ১
খ. মধ্যস্থ ব্যবসায়ী কেন অপরিহার্য? ২
গ. উদ্দীপকের নিউ টিভির বণ্টন প্রণালি ব্যাখ্যা কর। ৩
ঘ. তুমি কি মনে কর উদ্দীপকের বণ্টন প্রণালির আওতায় চাঁদপুর গ্রাহকরা বেশি লাভবান হচ্ছে? মতামত দাও। ৪

৪নং প্রশ্নের উত্তর ▶▶

- ক. বিপণনের গুদামজাতকরণ কাজটি দ্বারা মৌসুমি পণ্য সারা বছর ব্যবহার করা যায়।
খ. পণ্য বণ্টন প্রণালিতে মধ্যস্থ ব্যবসায়ী অপরিহার্য। কেননা পণ্যের উৎপাদক ও ভোক্তার অবস্থান ভিন্ন এলাকায়। এবেত্রে মধ্যস্থ

ব্যবসায়ী উৎপাদক ও ভোক্তার মধ্যে সেতুবন্ধন হিসেবে কাজ করে থাকে। ফলে বিপণনমূলক কার্যাদি সঠিকভাবে পরিচালিত হয়।

- গ. নিউ টিভির উৎপাদক নিউ লিমিটেড তাদের উৎপাদিত পণ্য প্রতিনিধির মাধ্যমে চূড়ান্ত ভোক্তার হাতে পৌঁছে দেয়। বিভিন্ন প্রকার ইলেক্ট্রনিক সামগ্রী যেমন— টিভি, ফ্রিজ, ফ্যান এবং কৃষি উপকরণ সাধারণত এজেন্টের মাধ্যমে বিক্রয় করা হয়। উৎপাদনকারী দেশের বিভিন্ন স্থানে এজেন্ট নিয়োগ করে তাদের মাধ্যমে সরাসরি ভোক্তাদের নিকট এ সকল শিল্প সামগ্রী বিক্রয় করে থাকে। উদ্দীপকে নিউ লিমিটেড টিভি বাজারজাতকরণে যে বণ্টন প্রণালি ব্যবহৃত হয়েছে তা হলো—

উৎপাদক → প্রতিনিধি → ভোক্তা

অর্থাৎ নিউ লিমিটেড এখানে উৎপাদক। প্রতিষ্ঠানটি নিজেরা নিউ নামক টিভি তৈরি করে থাকে। পরবর্তীতে তারা চূড়ান্ত ভোক্তার হাতে তাদের পণ্য পৌঁছে দেয়ার জন্য সারা দেশে প্রতিনিধি নিয়োগ দেয়। চুক্তির ভিত্তিতে এসব প্রতিনিধি নিউ টিভি বিক্রয় করে থাকে। এর বিনিময়ে প্রতিনিধিরা নির্দিষ্ট হারে কমিশন পেয়ে থাকেন। এভাবে নিউ টিভি উৎপাদক থেকে প্রতিনিধি এবং প্রতিনিধি থেকে চূড়ান্ত ভোক্তার কাছে বণ্টিত হয়।

ঘ. উদ্দীপকের বণ্টন প্রণালির আওতায় চাঁদপুর গ্রাহকরা বেশি লাভবান হবে বলে আমি মনে করি।
উৎপাদনকারীর পর্বে সরাসরি ভোক্তার নিকট পণ্য পৌঁছানো সম্ভবপর হয়না বলেই মধ্যস্থ ব্যবসায়ীর প্রয়োজন হয়। আর এই মধ্যস্থ ব্যবসায়ী বিভিন্ন ধরনের হয়ে থাকে। যেমন : পাইকার, খুচরা ব্যবসায়ী, প্রতিনিধি বা এজেন্ট ইত্যাদি। উদ্দীপকের নিউ টিভির বণ্টন প্রণালি হলো উৎপাদক থেকে প্রতিনিধি এবং প্রতিনিধি থেকে ভোক্তা। এবেত্রে নিউ লিমিটেড তাদের প্রতিনিধি জনাব মেহেদির নিকট তাদের পণ্য প্রেরণ করে। তাদের ব্যবহৃত বণ্টন প্রণালিতে কোনো মধ্যস্থ ব্যবসায়ী নেই। ফলে চূড়ান্ত ভোক্তা যখন

পণ্য ক্রয় করেন তখন তারা কমমূল্যে টিভি ক্রয় করতে পারেন। বণ্টন প্রণালিতে মধ্যস্থকারী বেশি হলে দামও বেড়ে যায়। ফলে ভোক্তাকে বেশি মূল্যের পণ্য ক্রয় করতে হয়। কারণ প্রতিবার হাত বদলের সাথে সাথে পণ্য ক্রয় মূল্যের সাথে মুনাফা এবং ব্যয় যোগ হয়। এ কারণে বণ্টন প্রণালিতে যত বেশি মধ্যস্থ ব্যবসায়ী থাকবে পণ্যের মূল্য ততবেশি হয়।

সুতরাং বলা যায়, নিউ লিমিটেডের বণ্টন প্রণালিতে অধিক মধ্যস্থ ব্যবসায়ী না থাকায় গ্রাহকেরা কোম্পানির নির্ধারিত মূল্যেই টিভি ক্রয়ের সুবিধা পাচ্ছেন।



অতিরিক্ত সৃজনশীল প্রশ্ন ও উত্তর



প্রশ্ন-৫ ▶ নিচের উদ্দীপকটি পড়ে প্রশ্নগুলোর উত্তর দাও :

রাফিন ফুডস লিমিটেড ভোক্তাদের চাহিদা, ক্রয় রমতা, রবচি, অভ্যাস ইত্যাদির ওপর সমীচা চালিয়ে তাদের উৎপাদন এবং আমদানি পরিকল্পনা গ্রহণ করে। এ বছর দেশে চাল-ডাল এবং পিয়াজের উৎপাদন কম হওয়ায় তারা ভারত থেকে প্রচুর পরিমাণ চাল, ডাল এবং পিয়াজ আমদানি করে মজুদ করে রাখে। উক্ত পণ্য তারা সারা বছর ধরে বিক্রি করায় বাজারে উক্ত পণ্যের চাহিদা ও যোগানের মধ্যে সামঞ্জস্য স্থাপিত হয়েছিল এবং সারাবছর উক্ত পণ্যের মূল্য স্থিতিশীল ছিল।

- ক. বিপণন প্রধানত কয়টি উপযোগ সৃষ্টি করে? ১
- খ. শিল্প পণ্যের জন্য মোড়কিকরণ গুরুত্বপূর্ণ কেন? ২
- গ. রাফিন ফুডস লিমিটেডের ভোক্তাদের ওপর সমীচা চালানো কোন ধরনের কাজ? বর্ণনা কর। ৩
- ঘ. তুমি কি মনে কর রাফিন ফুডস লিমিটেড উৎপাদক ও ভোক্তা উভয়ের স্বার্থ রবা করেছেন? বিশ্লেষণ কর। ৪

▶▶ ৬নং প্রশ্নের উত্তর ▶▶

- ক. বিপণন প্রধানত তিনটি উপযোগ সৃষ্টি করে।
- খ. শিল্পজাত পণ্যকে নষ্ট হওয়া থেকে রবা করা এবং ক্রেতা ও ভোক্তাদের নিকট আকর্ষণীয় করে তোলার ল্যবে শিল্প পণ্যের জন্য মোড়কিকরণ অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। মোড়কিকরণ বলতে পণ্যসামগ্রীকে কোনো কিছু দ্বারা আবৃত করাকে বোঝায়। শিল্পজাত পণ্য, যেমন : ফ্রিজ, টেলিভিশন, সাবান, কাপড় প্রভৃতির বিক্রয় এবং ক্রেতাদের নিকট গ্রহণযোগ্যতা বৃদ্ধি মোড়কিকরণের ওপর নির্ভর করে।
- গ. রাফিন ফুডস লিমিটেডের ভোক্তাদের ওপর সমীচা চালানো হলো বিপণনের তথ্য সংগ্রহের কাজ।
বাজারে বর্তমানে কী ঘটছে, কোন পণ্যের কিরূপ চাহিদা রয়েছে, কোন পণ্যের সরবরাহের পরিস্থিতি কিরূপ, কোন পণ্য কোথায় কী মূল্যে ক্রয়-বিক্রয় হচ্ছে ইত্যাদি তথ্য বিপণনের দরতা বৃদ্ধির জন্য খুবই প্রয়োজন। পণ্য ও বাজার সংক্রান্ত বিভিন্ন তথ্য সংগ্রহ করা বিপণনের গুরুত্বপূর্ণ কাজ, যা ভোক্তা সমীচার মাধ্যমে লাভ করা যায়। উদ্দীপকে রাফিন ফুডস লিমিটেড ভোক্তাদের চাহিদা, ক্রয় রমতা, রবচি, অভ্যাস ইত্যাদির ওপর একটি সমীচা চালায়। এর মাধ্যমে তারা ভোক্তা ও বাজার সম্পর্কে তথ্য সংগ্রহ করে উৎপাদন ও আমদানি পরিকল্পনা গ্রহণ করে। ফলে ভোক্তারা তাদের ক্রয় রমতা, রবচি, অভ্যাস অনুযায়ী পণ্য পেয়ে থাকে। তাই ভোক্তাদের ওপর সমীচা চালানোর কাজটি বিপণনের তথ্য সংগ্রহের কাজ।
- ঘ. রাফিন ফুডস লিমিটেড বিপণনের যথাযথ কার্য সম্পাদনের মাধ্যমে উৎপাদক ও ভোক্তা উভয়ের স্বার্থ রবা করেছেন বলে আমি মনে করি।

বিপণন একদিকে ভোক্তাদের রবচি ও চাহিদার সংবাদ উৎপাদকের নিকট পৌঁছায়, অন্যদিকে ভোক্তারাও এর মাধ্যমে উৎপাদিত পণ্য সম্পর্কে বিভিন্ন সংবাদ পায়। ফলে ভোক্তাদের চাহিদামতো পণ্যদ্রব্য উৎপাদিত হয় এবং চাহিদা ও যোগানের মধ্যে সামঞ্জস্য স্থাপিত হয়। এই সামঞ্জস্য বাজারে পণ্যের মূল্য স্থিতিশীল রাখে।

উদ্দীপকের রাফিন ফুডস লিমিটেড ভোক্তাদের ওপর একটি সমীচা চালিয়ে তাদের চাহিদা, ক্রয়রমতা, রবচি, অভ্যাস ইত্যাদি সম্পর্কে বিভিন্ন তথ্য সংগ্রহ করে ভারত থেকে চাল, ডাল ও পিয়াজ আমদানি করে। দেশে উক্ত পণ্যের উৎপাদন কম হওয়ায় প্রচুর চাহিদা ছিল। তাই তারা সারাবছর উক্ত পণ্যসমূহ বিক্রি করে প্রচুর মুনাফা লাভ করেছে। আবার সারাবছর উক্ত পণ্যের যোগান থাকায় পণ্যমূল্যও স্থিতিশীল ছিল। তাই ভোক্তারাও উপকৃত হয়েছে।

সুতরাং বলা যায়, রাফিন ফুডস লিমিটেড উৎপাদক ও ভোক্তা উভয়ের স্বার্থ রবা করেছেন।

প্রশ্ন-৬ ▶ নিচের উদ্দীপকটি পড়ে প্রশ্নগুলোর উত্তর দাও :

জনাব মাহীন একটি শিল্প প্রতিষ্ঠানের মালিক। তিনি তার কারখানার উৎপাদিত বিভিন্ন ইলেকট্রনিক্স সামগ্রী ঢাকার গুলিস্তানের সুন্দরবন স্কয়ার মার্কেটে মধ্যস্থ ব্যবসায়ীদের সরবরাহ করেন। বিভিন্ন এলাকার ব্যবসায়ীরা তাদের কাছ থেকে এসব পণ্য ক্রয় করে নিজ এলাকায় ভোক্তাদের নিকট বিক্রি করেন। সম্প্রতি জনাব মাহীন তার বণ্টন প্রণালি পরিবর্তন করে ডিলার নিয়োগ দিয়ে সরাসরি ভোক্তার নিকট পণ্য বিক্রয়ের কথা চিন্তা করছেন।

- ক. কোনটি শিল্প, বাণিজ্য ও সেবার উন্নতি ঘটায়? ১
- খ. বিক্রয়িকতা প্রয়োজন কেন? ব্যাখ্যা কর। ২
- গ. জনাব মাহীন কাদের সহায়তায় ভোক্তাদের নিকট পণ্য পৌঁছান? বর্ণনা কর। ৩
- ঘ. জনাব মাহীন নতুন যে বণ্টন প্রণালিটি ব্যবহার করার কথা চিন্তা করছেন তার যথার্থতা বিশ্লেষণ কর। ৪

▶▶ ৬নং প্রশ্নের উত্তর ▶▶

- ক. বিপণন শিল্প, বাণিজ্য ও সেবার উন্নতি ঘটায়।
- খ. বিক্রয়িকতা বলতে বিক্রয়কর্মীর ক্রেতা আকর্ষণ করার কৌশল বা দরতাকে বোঝায় যার মাধ্যমে সে সম্ভাব্য ক্রেতার নিকট পণ্য বা সেবা সামগ্রী বিক্রয় করতে সক্ষম হয়। বিক্রয়িকতার গুণে বিক্রেতা তার ব্যবসায় ও পণ্য সম্পর্কে ক্রেতাদের আস্থা অর্জন করে তাদেরকে স্থায়ী গ্রাহকে পরিণত করে। এতে করে ব্যবসায়ের বিক্রয় বৃদ্ধি পায় এবং অধিক মুনাফা অর্জিত হয়।

গ. জনাব মাহীন মধ্যস্থ ব্যবসায়ী পাইকার ও খুচরা ব্যবসায়ীদের সহায়তায় তার প্রতিষ্ঠানে উৎপাদিত পণ্য সামগ্রী ভোক্তাদের নিকট পৌঁছান।

শিল্পপ্রতিষ্ঠানে বৃহদায়তনে পণ্যসামগ্রী উৎপাদন করা হয়। এ কারণে উৎপাদকের পর্বে অধিকাংশ বেত্রেই তাদের উৎপাদিত পণ্য সরাসরি ভোক্তাদের কাছে বিক্রি করা সম্ভব হয় না। তাই তাদেরকে মধ্যস্থ ব্যবসায়ীদের দ্বারস্থ হতে হয়।

উদ্দীপকে জনাব মাহীন তার উৎপাদিত পণ্য ঢাকার গুলিস্তানের সুন্দরবন স্কয়ার মার্কেটে পাইকারি ব্যবসায়ীদের নিকট বিক্রি করেন। কেননা তার পর্বে অসংখ্য ভোক্তাদের সাথে যোগাযোগ স্থাপন করা অসম্ভব। তাই তিনি পাইকারের কাছে পণ্য বিক্রি করেন এবং পাইকার পরবর্তীতে খুচরা ব্যবসায়ীর নিকট সেই পণ্য বিক্রয় করেন। অতঃপর খুচরা ব্যবসায়ীরা ক্রেতা বা ভোক্তার নিকট তাদের চাহিদা অনুযায়ী পণ্য বিক্রয় করেন। অর্থাৎ জনাব মাহীনের উৎপাদিত পণ্য সামগ্রী পাইকার এবং খুচরা ব্যবসায়ীর মাধ্যমে ভোক্তাদের নিকট পৌঁছায়।

ঘ. জনাব মাহীন যে নতুন বণ্টন প্রণালিটির কথা চিন্তা করছেন তা হলো প্রতিনিধি বা এজেন্টের মাধ্যমে বিক্রয়।

বণ্টন প্রণালিতে উৎপাদক ও ভোক্তার মাঝখানে পাইকার এবং খুচরা ব্যবসায়ীর অবস্থান। এসব মধ্যস্থ ব্যবসায়ীদের সহায়তায় উৎপাদকরা তাদের উৎপাদিত পণ্য ভোক্তাদের হাতে পৌঁছায়। পণ্য বণ্টন প্রণালীতে মধ্যস্থ ব্যবসায়ীদের সংখ্যা যত বেশি হয় বাজারে পণ্যমূল্য তত বৃদ্ধি পায়। তাই উৎপাদকরা তাদের বণ্টন প্রণালীতে এদের উপস্থিতি সবসময় কমানোর চেষ্টা চালান। উদ্দীপকে জনাব মাহীন তার দীর্ঘ বণ্টন প্রণালিটি পরিবর্তন করে সর্ব্ববিন্ট বণ্টন প্রণালি প্রয়োগ করার কথা চিন্তা করছেন। কারণ বণ্টন প্রণালির প্রতিটি ধাপে বণ্টন খরচ এবং বণ্টনকারীর মুনাফা যোগ হয়। ফলে পণ্যের বণ্টন খরচ বেড়ে যায় এবং ভোক্তাদের অধিক দাম দিয়ে পণ্য ক্রয় করতে হয়। তাই জনাব মাহীন তার উৎপাদিত পণ্য নিজস্ব ডিলারের মাধ্যমে সরাসরি ভোক্তাদের হাতে পৌঁছে দিতে পারবেন তাহলে ভোক্তারা সুবিধাজনক মূল্যে পণ্য ক্রয় করার সুযোগ পাবেন। তাছাড়া সর্ব্ববিন্ট বণ্টন প্রণালীতে তিনি তার পণ্য দ্রুত ভোক্তার হাতে পৌঁছাতে পারবেন বিধায় প্রতিযোগিতামূলক বাজারে তার অবস্থান মজবুত হবে।

সুতরাং বলা যায়, প্রতিযোগিতায় নিজের অবস্থান মজবুত এবং ভোক্তাদের তুলনামূলক কমমূল্যে পণ্য সরবরাহ করতে জনাব মাহীন যে নতুন বণ্টনপ্রণালি প্রয়োগের কথা চিন্তা করছেন তা যথার্থ এবং যুক্তিসংগত।

প্রশ্ন-৭ ▶ নিচের উদ্দীপকটি পড়ে প্রশ্নগুলোর উত্তর দাও :

হাকিমপুর গ্রামের জনাব শহীদ বাণিজ্যিক ভিত্তিতে টেঁড়স, শিম, লাউ, মিষ্টিকুমড়া, বেগুনসহ বিভিন্ন ধরনের সবজি চাষ করেন। তার গ্রামে এবং তার গ্রামের আশপাশে বেশ কয়টি গ্রামের কৃষকরা তারই মতো করে বিভিন্ন সবজির চাষ করায় এখানে প্রচুর পরিমাণ সবজি উৎপন্ন হয়। এসব সবজি পাইকারি ব্যবসায়ীরা ক্রয় করে ট্রাক বোঝাই করে বিভিন্ন শহরে নিয়ে বেশি দামে বিক্রি করে। কিন্তু চাষিরা তাদের আশানুরূপ মূল্য পায় না। তাই তারা সকলে সংগঠিত করে বিকল্প বিক্রয় পদ্ধতির কথা ভাবছেন।

- ক. পরিবহন পণ্যের কোন ধরনের উপযোগ সৃষ্টি করে? ১
- খ. বিপণন গুরুত্বপূর্ণ কেন? ব্যাখ্যা কর। ২
- গ. জনাব শহীদ পণ্য বণ্টনে কোন পদ্ধতি অনুসরণ করেন? বর্ণনা কর। ৩
- ঘ. ভবিষ্যতে পণ্যের ন্যায্যমূল্য পেতে চাষিদের কী ধরনের

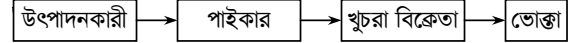
পদক্ষেপ গ্রহণ করা উচিত বলে তুমি মনে কর? তোমার উত্তরের পর্বে যুক্তি দাও।

৪

▶▶ ৭নং প্রশ্নের উত্তর ▶▶

- ক. পরিবহন পণ্যের স্থানগত উপযোগ সৃষ্টি করে।
- খ. বর্তমান প্রতিযোগিতাপূর্ণ ব্যবসায় বাণিজ্যের যুগে শুধু পণ্যের উৎপাদনের ওপরই কোনো ব্যবসায় সংগঠনের সাফল্য নির্ভর করে না। ব্যবসায়িক সাফল্য অর্জন করার জন্য উৎপাদিত পণ্যকে যথাযথভাবে ভোক্তার কাছে পৌঁছে দিতে হবে। এবেত্রে বিপণন প্রধান ভূমিকা পালন করে। বিপণনের মাধ্যমে ক্রেতা ও ভোক্তাদের উন্নতমানের পণ্য ও সেবা ব্যবহারের সুযোগ দেয়া হয়। কার্যকর বিপণন উৎপাদন বৃদ্ধিতে সহায়তা করে। বিপণনের উন্নয়নের সাথে সাথে শিল্পবাণিজ্য ও সেবার উন্নতি সাধিত হয়।

- গ. জনাব শহীদ তার উৎপাদিত সবজি বণ্টনে পাইকার ও খুচরা ব্যবসায়ীর মাধ্যমে বিক্রয় পদ্ধতিটি অনুসরণ করেন। বিভিন্ন ধরনের বণ্টন প্রণালি ব্যবহার করে উৎপাদিত পণ্য ভোক্তাদের নিকট পৌঁছানো হয়। উৎপাদনকারী কোন ধরনের বণ্টন প্রণালি ব্যবহার করবেন তা নির্ভর করে পণ্য বা সেবার ধরন ও বৈশিষ্ট্যের ওপর। উদ্দীপকে জনাব শহীদ বাণিজ্যিক পদ্ধতিতে বিভিন্ন রকম সবজি উৎপাদন করে শহরের পাইকারদের নিকট বিক্রি করেন। পাইকাররা উৎপাদকের নিকট হতে কম দামে অধিক পরিমাণ সবজি ক্রয় করে গুদামজাত করেন এবং বাজারের চাহিদা অনুযায়ী খুচরা ব্যবসায়ীদের মাধ্যমে ভোক্তাদের নিকট পৌঁছে দেন। তার অনুসরণকৃত বণ্টন প্রণালিটি নিম্নরূপ :



অর্থাৎ জনাব শহীদ তার উৎপাদিত পণ্য বণ্টনে সবচেয়ে দীর্ঘায়িত বণ্টন প্রণালি ব্যবহার করেন।

- ঘ. আমি মনে করি ভবিষ্যতে পণ্যের ন্যায্যমূল্য পেতে চাষিদের সমবায় সমিতির মাধ্যমে বিক্রয়ের পদক্ষেপ গ্রহণ করা উচিত। উৎপাদনকারীরা সবসময় তাদের উৎপাদিত পণ্য সরাসরি ভোক্তাদের নিকট বিক্রি করতে পারে না। সেবেত্রে তারা পাইকার ও খুচরা বিক্রেতাদের দ্বারস্থ হন এবং ন্যায্যমূল্য থেকে বঞ্চিত হন। উদ্দীপকে হাকিমপুর গ্রাম এবং তার আশপাশের গ্রামের কৃষকরা বাণিজ্যিক পদ্ধতিতে সবজি চাষ করায় সেখানে সবজির উৎপাদন অনেক বেশি। স্থানীয় পর্যায়ে তারা উক্ত সবজি সঞ্চারণ করতে না পারায় কমমূল্যে পাইকারদের নিকট বিক্রি করে দেয়। ফলে তারা ন্যায্যমূল্য থেকে বঞ্চিত হয়। কিন্তু তারা যদি তাদের উৎপাদিত পণ্যের ন্যায্যমূল্য পেতে চায় তাহলে তাদের সমবায় সমিতির মাধ্যমে পণ্য বিক্রয়ের জন্য গ্রামের সব চাষি নিয়ে সমিতি গঠন করতে হবে। সমিতির সদস্যরা সব চাষির উৎপাদিত পণ্য শহরে নিয়ে ভালো দামে বিক্রি করে চাষির মূল্য পরিশোধ করবে। এখানে কোনো মধ্যস্থ ব্যবসায়ী থাকবে না বিধায় পণ্যের সম্পূর্ণ বিক্রয়লব্ধ অর্থ চাষিদের হাতে পৌঁছে যাবে। অর্থাৎ তারা তাদের উৎপাদিত পণ্যের ন্যায্যমূল্য পাবে।

সুতরাং, হাকিমপুর গ্রাম ও তার আশপাশের গ্রামের চাষিদের উচিত সকলে একত্রিত হয়ে সমবায় সমিতির মাধ্যমে পণ্য বিক্রয় করে ন্যায্যমূল্য পাওয়ার বিষয়টি নিশ্চিত করা।

প্রশ্ন-৮ ▶ নিচের উদ্দীপকটি পড়ে প্রশ্নগুলোর উত্তর দাও :

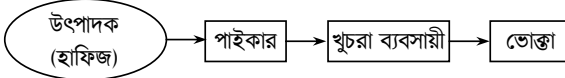
সিলেটের হাফিজ নিজের জমির সবজি ভাণ্ডার করে সদরে এনে কম দামে শহরের পাইকারি ব্যবসায়ীদের নিকট বিক্রি করেন। পাইকাররা এসব সবজি ট্রাকে করে ঢাকায় এনে গুদামঘরে সঞ্চারণ করে। তারপর দাম বাড়লে খুচরা ব্যবসায়ীদের নিকট বিক্রি করে অধিক মুনাফা লাভ

করে। খুচরা ব্যবসায়ীরা আবার তাদের ক্রয়মূল্যের সাথে লাভ যোগ করে বিক্রয় মূল্য নির্ধারণ করে ভোক্তাদের নিকট বিক্রয় করে। তাই হাফিজের মতো উৎপাদকরা কম মূল্যে তাদের উৎপাদিত পণ্য বিক্রয় করলেও শহরের ভোক্তাদের অধিক দামে তা ক্রয় করতে হয়।

- ক. বিজ্ঞাপনে সবচেয়ে ব্যয়বহুল মাধ্যম কোনটি? ১
খ. শিল্পজাত পণ্যের মোড়কিকরণের উদ্দেশ্যাবলি উল্লেখ কর। ২
গ. বণ্টন প্রণালিতে হাফিজের অবস্থান কোথায়? বর্ণনা কর। ৩
ঘ. হাফিজ কম দামে সবজি বিক্রি করলেও শহরের ভোক্তাদের তা অধিক দাম দিয়ে কেনার কারণ বিশ্লেষণ কর। ৪

▶ চনং প্রশ্নের উত্তর ▶

- ক. বিজ্ঞাপনের সবচেয়ে ব্যয়বহুল মাধ্যম হলো আকাশ বিজ্ঞাপন।
খ. ক্রেতাদের সুবিধার্থে পণ্যসামগ্রী ওজন, পরিমাণ ও সংখ্যা অনুযায়ী যথাযথভাবে মোড়কিকরণ করতে হয়। ফলে ক্রেতার চাহিদা অনুসারে সাথে সাথে পণ্য সরবরাহ করা সম্ভব হয়। বর্তমানে শিল্পজাত পণ্য, কৃষি পণ্য, ভোগ্য পণ্যসামগ্রীর মোড়কিকরণ ক্রেতাদের নিকট বেশ গ্রহণযোগ্য। শিল্পজাত পণ্যকে সুন্দর ও আকর্ষণীয় করার পাশাপাশি নষ্ট বা ভেঙে যাওয়া থেকে রক্ষা করাই মোড়কিকরণের মূল উদ্দেশ্য।
গ. বণ্টন প্রণালিতে হাফিজ একজন উৎপাদক হিসেবে বণ্টন প্রণালির শুরুর দিকে অবস্থান করতেন।
পণ্যের ধরন ও বৈশিষ্ট্যে ভিন্নতা থাকায় বিভিন্ন প্রকার বণ্টন প্রণালির প্রচলন রয়েছে। কিন্তু সকল বণ্টন প্রণালিতে উৎপাদকের অবস্থান অপরিবর্তিত থাকে। অর্থাৎ বণ্টন প্রণালি যেমনই হোক উৎপাদক সবসময় বণ্টন প্রণালির শুরুর দিকেই থাকবেন। নিচে ছকের সাহায্যে বণ্টন প্রণালিতে হাফিজের অবস্থান দেখানো হলো :



হাফিজ তার নিজ জমিতে সবজি উৎপাদন করেন এবং সেই সবজি ভাণ্ডার করে সদরে এনে শহরের পাইকারদের নিকট বিক্রি করেন। শহরের পাইকাররা সেই সবজি ট্রাকে করে ঢাকায় এনে গুদামজাত করেন এবং বাজার চাহিদা অনুযায়ী অল্প অল্প করে খুচরা ব্যবসায়ীদের মাধ্যমে ভোক্তাদের হাতে পৌঁছান। এভাবে হাফিজের উৎপাদিত সবজি বিভিন্ন মধ্যস্থকারীর সহায়তায় ভোক্তার নিকট পৌঁছায়। তাই বলা যায়, হাফিজ একজন উৎপাদক হিসেবে যে পণ্য উৎপাদন করেন তা ভোক্তার নিকট পৌঁছাতে ব্যবহৃত বণ্টন প্রণালির শুরুর দিকেই তিনি থাকেন।

- ঘ. হাফিজ কম দামে সবজি বিক্রি করলেও শহরের ভোক্তাদের তা অধিক দামে কেনার মূল কারণ মধ্যস্থ ব্যবসায়ীদের দৌরাভ্য। উৎপাদকের উৎপাদিত পণ্য বিভিন্ন মধ্যস্থকারী ব্যবসায়ীর হাত হয়ে ভোক্তার নিকট পৌঁছায়। মধ্যস্থ ব্যবসায়ীরা পণ্য বণ্টনে সহায়তা করলেও তারা পণ্য মূল্য বৃদ্ধি করে। ঢাকায় মধ্যস্থ ব্যবসায়ীদের দৌরাভ্যের কারণে ভোক্তাদের যে কোনো পণ্য অধিক দাম দিয়ে কিনতে হয়। উদীপকের হাফিজ কম মূল্যে তার উৎপাদিত সবজি মধ্যস্থ ব্যবসায়ীদের নিকট বিক্রি করেন। কিন্তু মধ্যস্থ ব্যবসায়ীরা সবজি ট্রাকে করে ঢাকায় এনে গুদামজাত করে বাজারে কৃত্রিম সংকট সৃষ্টি করে। তারপর অধিক দামে খুচরা ব্যবসায়ীদের নিকট বিক্রি করে। খুচরা ব্যবসায়ীরা আবার তাদের ক্রয় মূল্যের সাথে নিজেদের মুনাফা যোগ করে। ফলে হাফিজ যে দামে তার উৎপাদিত সবজি বিক্রি করে ঢাকার খুচরা ব্যবসায়ীরা তার চেয়ে অনেক বেশি দামে ভোক্তাদের নিকট সবজি বিক্রি করতে বাধ্য হয়।

সুতরাং বলা যায়, মধ্যস্থ ব্যবসায়ীদের দৌরাভ্যের কারণেই উৎপাদক হাফিজ কম দামে সবজি বিক্রি করলেও শহরের ভোক্তাদের তা অধিক দাম দিয়ে কিনতে হয়।

প্রশ্ন-৯১ নিচের উদ্দীপকটি পড়ে প্রশ্নগুলোর উত্তর দাও :

আরমান ফুডস লিমিটেড তাদের উৎপাদিত কেক, বিস্কুট, পিজ্জা, পেটিস ইত্যাদি খাদ্যসামগ্রী থানা পর্যায়ে বিক্রি করার জন্য বেশ কিছু লোক নিয়োগ দিয়ে প্রশিক্ষণের ব্যবস্থা করে। ফলে প্রশিক্ষণপ্রাপ্ত ব্যক্তিরা সহজেই খুচরা ব্যবসায়ীদের সাথে ভালো সম্পর্ক গড়ে তুলে বিক্রয়ের পরিমাণ বৃদ্ধি করতে সক্ষম হয়। কোম্পানিটি মোড়ে মোড়ে এবং দোকানে নিজেদের উৎপাদিত পণ্যের ছবিসহ সাইনবোর্ড টানায়। এ ছাড়া ৫ কেজি বিস্কুটের সাথে হাফ কেজি বিস্কুট ফ্রি, ৩ পাউন্ডের কেকের সাথে একটি পিজ্জা ফ্রি—এরূপ নানা কর্মসূচি নিয়ে এগোচ্ছে। ফলে তারা প্রতিযোগিতায় অন্যদের থেকে এগিয়ে আছে।

- ক. প্রমিতকরণে বিক্রয় কার্যের কোনটি বৃদ্ধি পায়? ১
খ. বিক্রয়কর্মীর ইতিবাচক দৃষ্টিভঙ্গি কেন প্রয়োজন? ২
গ. আরমান ফুডস লিমিটেড থানা পর্যায়ে বিক্রয়ের লব্ধি যাদের নিয়োগ দিয়েছে তারা কোন ধরনের মধ্যস্থ ব্যবসায়ী? বর্ণনা কর। ৩
ঘ. বিক্রয় বৃদ্ধি করতে আরমান ফুডসের গ্রহীত কার্যক্রমের যথার্থতা মূল্যায়ন কর। ৪

▶ ৯নং প্রশ্নের উত্তর ▶

- ক. প্রমিতকরণে বিক্রয় কার্যের গতিশীলতা বৃদ্ধি পায়।
খ. একজন আদর্শ বিক্রয়কর্মীর ইতিবাচক দৃষ্টিভঙ্গি গুণটি থাকা প্রয়োজন। কারণ ক্রেতার সবসময় তাদের পছন্দ অনুযায়ী পণ্য ক্রয় করেন। তাদের মতামতকে গুরুত্ব দিয়ে ব্যবসায়ী লাভবান হওয়া এবং বিক্রয় বৃদ্ধি সম্ভব। তাছাড়া ক্রেতার পছন্দের বাইরে পণ্য বিক্রয় সম্ভব নয়। তাই ক্রেতাদের সকল বিষয়ে বিক্রয়কর্মী ইতিবাচক দৃষ্টিভঙ্গি পোষণ করতে হবে।
গ. আরমান ফুডস লিমিটেড তাদের উৎপাদিত খাদ্যসামগ্রী থানা পর্যায়ে বিক্রয়ের লব্ধি যাদের নিয়োগ দিয়েছে তারা হচ্ছেন ডিলার বা পরিবেশক।
ডিলার এমন এক ধরনের মধ্যস্থ ব্যবসায়ী, যারা উৎপাদকের কাছ থেকে পাইকারি মূল্যে পণ্য ক্রয় করে খুচরা ব্যবসায়ীদের কাছে বিক্রি করে। কিন্তু এরা পাইকার নয়। কারণ এরা পাইকারদের ন্যায় অধিক মুনাফা লাভ করার সুযোগ পায় না। এরা বিক্রয়মূল্যের ওপর নির্দিষ্ট হারে কমিশন পায়। উদীপকে আরমান ফুডস লিমিটেড বর্তমান বাজারের তীব্র প্রতিযোগিতা মোকাবিলা করার জন্য প্রয়োজনীয় সংখ্যক লোক নিয়োগ দিয়ে তাদের পর্যাপ্ত প্রশিক্ষণের ব্যবস্থা করে খুচরা ব্যবসায়ীদের কাছে পণ্য পৌঁছানোর ব্যবস্থা করেছে। এরা বিভিন্ন মোড়ে ও দোকানে নিজেদের সাইনবোর্ড লাগিয়ে পণ্যের প্রচার করে। অর্থাৎ থানা পর্যায়ে বিক্রয় কার্য পরিচালনা করতে আরমান ফুডস লিমিটেড ডিলার নিয়োগ দিয়েছে।

- ঘ. আরমান ফুডস লিমিটেড তার বিক্রয় বৃদ্ধির জন্য যেসব কর্মসূচি গ্রহণ করেছে তা যথার্থ।
একটি ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের অর্জিত মুনাফার পরিমাণ নির্ভর করে তার বিক্রয় বৃদ্ধিকরণ প্রচেষ্টার ওপর। এ কারণে প্রতিটি প্রতিষ্ঠান তার বিক্রয় বৃদ্ধি করতে নানারকম কর্মসূচি গ্রহণ করে। উদীপকে বিক্রয় প্রসারের জন্য আরমান ফুডস লিমিটেড ৫ কেজি বিস্কুটের সাথে হাফ কেজি বিস্কুট ফ্রি, ৩ পাউন্ডের কেকের সাথে একটি পিজ্জা ফ্রি—এরূপ নানা কর্মসূচি চালু করেছে। এসব কর্মসূচি

আরমান ফুডস লিমিটেডের উৎপাদিত পণ্য ক্রয়ের ব্যাপারে ক্রেতাদের উদ্বুদ্ধ করবে। ফলে উক্ত কোম্পানির পণ্যের চাহিদা বৃদ্ধি পাবে তাছাড়া আরমান ফুডস লিমিটেড এর গৃহীত কার্যক্রম উক্ত কোম্পানির বিক্রয় বৃদ্ধির মাধ্যমে মুনাফা বৃদ্ধি করবে এবং পণ্যের চাহিদায় স্থিতিশীলতা আনবে। ফলে বিদ্যমান ও সম্ভাব্য ক্রেতার আরমান ফুডস লিমিটেডের পণ্য ক্রয় করবে, যার ফলে কোম্পানির ব্যবসায় সম্প্রসারিত হবে এবং প্রতিযোগিতায় কোম্পানিটি সফলতা অর্জন করতে পারবে।

সুতরাং, বিক্রয় বৃদ্ধির লব্ধে আরমান ফুডস লিমিটেড যেসব কর্মসূচি গ্রহণ করেছে তা যথার্থ ও যুক্তিসংগত।

প্রশ্ন-১০ ▶ নিচের উদ্দীপকটি পড়ে প্রশ্নগুলোর উত্তর দাও :

প্রাণ গ্রবপ বাংলাদেশের একটি প্রতিষ্ঠিত কোম্পানি। তাদের জুস, চানাচুর, চাটনিসহ প্রায় প্রতিটি পণ্যের জন্যই টিভিতে প্রচুর বিজ্ঞাপন দেয়। কিন্তু সে তুলনায় বাংলাদেশে গার্মেন্টস, টেক্সটাইল, ব্যাংক ও বিমাসহ এমন অনেক প্রতিষ্ঠান রয়েছে যেগুলোর টিভি বিজ্ঞাপন নেই বললেই চলে। পাট, তুলা, চামড়া ইত্যাদির বিজ্ঞাপন দেওয়া হয় না। আবার গাড়ির যন্ত্রাংশ, ভারী যন্ত্রপাতি প্রভৃতির বিজ্ঞাপন দেওয়া হলেও তেমন দৃশ্যমান নয়। মি. রবিন পণ্যের বিজ্ঞাপনের এমন বৈচিত্র্য প্রত্যব করে ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ে অধ্যয়ন শেষ করা বন্ধু সুজনের কাছে এর কারণ জানতে চাইল। সুজন বলল, বিজ্ঞাপনের মাধ্যম পণ্যের প্রকৃতির ওপর নির্ভর করে। তাই একেক ধরনের পণ্যের বিজ্ঞাপন একেক মাধ্যমে দেওয়া হয়।

- ক. পণ্যসজ্জা কী? ১
খ. পরিবহন বিজ্ঞাপন বলতে কী বোঝ? ব্যাখ্যা কর। ২
গ. প্রাণ গ্রবপ কোন ধরনের পণ্যের বেত্রে প্রচুর বিজ্ঞাপন দিয়ে থাকে ব্যাখ্যা কর। ৩
ঘ. “বিজ্ঞাপনের মাধ্যম পণ্যের প্রকৃতির ওপর নির্ভর করে”- উদ্দীপকের আলোকে সুজনের উক্তিটি বিশ্লেষণ কর। ৪

▶▶ ১০নং প্রশ্নের উত্তর ▶▶

- ক. ক্রেতা বা ভোক্তাদের দৃষ্টি আকর্ষণের জন্য কাচের গরাস বা অন্য কোনো উপায়ে পণ্যসামগ্রী দৃষ্টিনন্দনভাবে প্রদর্শন করে রাখাকে পণ্যসজ্জা বলে।
খ. মানুষের দৃষ্টি আকর্ষণের জন্য বিভিন্ন যাত্রীবাহী বা পণ্যবাহী গাড়িতে বিশেষ পদ্ধতিতে যে বিজ্ঞাপনের ব্যবস্থা করা হয় তাকে পরিবহন বিজ্ঞাপন বলে। কোনো পণ্য বা সেবা সম্পর্কে জনসাধারণকে অবহিতকরণের উদ্দেশ্যে তুলনামূলক অনেক কম খরচে পরিবহন বিজ্ঞাপনের ব্যবস্থা করা যায়। এ ধরনের বিজ্ঞাপন সর্শিরফটদের মধ্যে অনুরকম অনুভূতি তৈরি করে এবং ব্যাপক আলোচনায় আসে। ফলে লব্ধিস্থিত ক্রেতার উক্ত পণ্যটি সম্পর্কে জানতে এবং ক্রয় করতে আগ্রহী হয়।
গ. প্রাণ গ্রবপ তাদের উৎপাদিত ভোগ্যপণ্যের ব্যাপক প্রচার-প্রসার ও বিক্রয় বৃদ্ধির জন্য টিভিসহ বিভিন্ন মাধ্যমে প্রচুর বিজ্ঞাপন দিয়ে থাকে। চূড়ান্ত ভোক্তাগণ নিজ ব্যবহারের জন্য বা ভোগের জন্য যে পণ্য ক্রয় করে তাকে ভোগ্যপণ্য বলে। এসব পণ্য চূড়ান্ত ভোগের উপযোগী করে সরবরাহ করা হয় এবং বিজ্ঞাপন প্রদানের মাধ্যমে প্রকৃত ক্রেতাদেরকে ক্রয়ে উদ্বুদ্ধ করা হয়। এগুলো বিভিন্ন রকম হতে পারে, যেমন-সুবিধাজনক পণ্য, বিপণন পণ্য, শিল্প পণ্য ইত্যাদি। এসব পণ্য বাজারে প্রচুর সরবরাহ থাকে তাই ভোক্তাগণ সহজেই পেতে পারে। উদ্দীপকের প্রাণ গ্রবপ ভোগ্যপণ্যের ব্যবসায়ী। তাদের এ পণ্যগুলোর মধ্যে খাদ্যদ্রব্যই প্রধান। এসব পণ্যের প্রকৃত ক্রেতার সংখ্যা বেশি। দেশের প্রায় সকল স্থানের এবং সকল শ্রেণির মানুষই এ ধরনের পণ্যের ভোক্তা। যার ফলে নতুন নতুন ক্রেতা তৈরি এবং নতুন ক্রেতাকে স্থায়ী ক্রেতায় পরিণত

করতে প্রতিনিয়ত বিভিন্ন মাধ্যমে বিজ্ঞাপনের প্রয়োজন হয়। তাই বলা যায়, যেসব পণ্যের ক্রেতা চূড়ান্ত ভোক্তাগণ সেসব পণ্যের বেত্রে প্রাণ গ্রবপ বিভিন্ন মাধ্যমে প্রচুর বিজ্ঞাপন দিয়ে থাকে।

- ঘ. পণ্যের প্রকৃতি বিবেচনা করে সঠিক মাধ্যমে বিজ্ঞাপন প্রদান ব্যবসায়ের সফলতার পূর্বশর্ত হিসেবে কাজ করে।
বিজ্ঞাপনের কার্যকারিতা এর যথাযথ মাধ্যম নির্বাচনের ওপর বিশেষভাবে নির্ভরশীল। বিজ্ঞাপনের মাধ্যম বলতে এমন কোনো উপায়কে বোঝায় যার দ্বারা পণ্যের পরিচিতি জনসমবে তুলে ধরা হয়। বর্তমান বিশ্ব বাজারে প্রতিযোগী কোনো প্রতিষ্ঠানের পবে সঠিক মাধ্যমে বিজ্ঞাপনের সহযোগিতা ছাড়া অস্তিত্ব টিকিয়ে রাখা অসম্ভব। তবে উপযুক্ত বিজ্ঞাপন মাধ্যম নির্বাচনে কিছু বিবেচ্য বিষয় রয়েছে। বিজ্ঞাপন দেওয়ার বেত্রে বিজ্ঞাপন দাতাকে প্রথমেই তার উদ্দেশ্য বিবেচনা করতে হবে। এছাড়া পণ্য ও সেবার প্রকৃতিও বুঝতে হবে। শিল্পপণ্য ও ভোগ্যপণ্য ভেদে বিজ্ঞাপনের মাধ্যম ভিন্ন হয়। আবার বাজারের প্রকৃতি, ক্রেতার ধরন, ক্রেতার অবস্থান, বিজ্ঞাপনের ব্যয়, প্রতিযোগীদের অবস্থা ইত্যাদির দিকেও নজর রাখতে হয়। উদ্দীপকের সুজন তার বক্তব্যে বন্ধু মি. রবিনকে এটাই বোঝাতে চেয়েছেন যে, ভোগ্যপণ্য ও শিল্পপণ্যের বিজ্ঞাপন মাধ্যম ভিন্ন। ভোগ্যপণ্যের বেত্রে শপিং পণ্যে বিজ্ঞাপন বেশি হয় কিন্তু জরুরি পণ্যের বেত্রে হয় না। তাই প্রাণ গ্রবপ তাদের উৎপাদিত শপিং পণ্যের বিক্রয় বৃদ্ধি করতে টিভি মাধ্যমটাই ব্যবহার করেছে।

প্রশ্ন-১১ ▶ নিচের উদ্দীপকটি পড়ে প্রশ্নগুলোর উত্তর দাও :

আকিজ গ্রবপ তাদের জুস ও কোমল পানীয়সহ নানান রকমের ভোগ্যপণ্যের প্রচারের জন্য প্রচুর অর্থ ব্যয় করে বিভিন্ন মাধ্যমে বিজ্ঞাপন দেয়। অপরদিকে স্কয়ার কোম্পানিও তাদের ভোগ্যপণ্যের জন্য জাতীয় সম্প্রচার মাধ্যমে বিজ্ঞাপন দিয়ে থাকে। কিন্তু স্কয়ার কোম্পানি যে ওষুধ উৎপাদন করে এর জন্য তারা এ ধরনের বিজ্ঞাপন দেয় না। বরং এর পরিবর্তে তারা ডাক্তারদেরকে বিনামূল্যে নমুনা বিতরণ, ক্রিকেতাদের বিশেষ কমিশন প্রদান, ডাক্তারদেরকে বিভিন্ন কর্মসূচির মাধ্যমে আর্থিক ও অনর্থিক প্রণোদনাদান ইত্যাদি কৌশল গ্রহণ করে।

- ক. টেলিভিশন বিজ্ঞাপন কী? ১
খ. বিজ্ঞাপনের সামাজিক গুরুত্ব ব্যাখ্যা কর। ২
গ. স্কয়ার কোম্পানি তাদের ওষুধ বিক্রয় বৃদ্ধির লব্ধে কোন মাধ্যম গ্রহণ করেছে? ব্যাখ্যা কর। ৩
ঘ. উদ্দীপকের কোম্পানি দুটির বিক্রয় বৃদ্ধি কার্যক্রমের আলোকে বিজ্ঞাপনের অবদান ও প্রয়োজনীয়তা বিশ্লেষণ কর। ৪

▶▶ ১১নং প্রশ্নের উত্তর ▶▶

- ক. পণ্য বা সেবা সম্পর্কে জনসাধারণকে অবহিতকরণের উদ্দেশ্যে টেলিভিশনে আকর্ষণীয় দর্শন-শ্রবণযোগ্য সরাইড প্রদর্শনের ব্যবস্থা করাকে টেলিভিশন বিজ্ঞাপন বলে।
খ. বিজ্ঞাপন একদিকে যেমন সামাজিক উন্নয়নে অবদান রাখে তেমনি নৈতিক সচেতনতাও সৃষ্টি করে; যা সার্বিক উন্নয়নে সহায়ক ভূমিকা পালন করে। উদাহরণস্বরূপ পণ্যের দোষ-গুণ সম্পর্কে সচেতনতা, ধূমপানের বতিকর দিক সম্পর্কে সচেতনতা, এইডস সম্পর্কে সচেতনতা, সামাজিক কর্মকাণ্ডে উদ্বুদ্ধকরণ প্রভৃতি বেত্রে বিজ্ঞাপনের গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রয়েছে।
গ. স্কয়ার কোম্পানি তাদের ওষুধ বিক্রয় বৃদ্ধির লব্ধে বিজ্ঞাপনের অন্যতম মাধ্যম নমুনা বিতরণের কৌশল গ্রহণ করেছে।

সাধারণ ওষুধ কোম্পানি, পুস্তক ব্যবসায়ী ও প্রসাধনী সামগ্রীর ব্যবসায়ীরা তাদের পণ্যের বিজ্ঞাপনের বেত্রে নমুনা বিতরণের মাধ্যমকে অধিক পছন্দ করে। উদ্দীপকের স্কয়ার কোম্পানি তাদের ভোগ্যপণ্য বিপণনের জন্য টেলিভিশন ও সংবাদপত্রের মাধ্যমে বিজ্ঞাপন দিয়ে থাকে। কিন্তু তারা ওষুধ বিক্রয়ের বেত্রে এ ধরনের বিজ্ঞাপনের মাধ্যম ব্যবহার করে না। এবেত্রে তারা বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে হিসেবে নমুনা বিতরণকে কৌশল হিসেবে গ্রহণ করেছে। কেননা ওষুধ একটি জীবন রক্ষাকারী পণ্য হওয়ায় অভিজ্ঞ ডাক্তারের পরামর্শ ছাড়া ক্রেতারা ওষুধ ক্রয় করে না। তাই স্কয়ার কোম্পানি যদি টেলিভিশন বা সংবাদপত্রের মতো জাতীয় প্রচার মাধ্যমে তাদের প্রস্তুতকৃত ওষুধের ব্যাপক বিজ্ঞাপনও দেয়, তবুও ক্রেতারা অভিজ্ঞ ডাক্তারের সঠিক পরামর্শ ছাড়া ওষুধ ক্রয়ের সিদ্ধান্ত নিবে না। এ কারণেই স্কয়ার কোম্পানি তাদের ওষুধের বিক্রয় বৃদ্ধির লব্ধে নমুনা পণ্য বিতরণ করে থাকে।

ঘ. উদ্দীপকের আকিজ গ্রন্থ ও স্কয়ার কোম্পানির মতো ভোগ্যপণ্য উৎপাদনকারীদের উৎপাদিত পণ্যসামগ্রীর বিক্রয় বৃদ্ধির বেত্রে বিজ্ঞাপনের অবদান ও প্রয়োজনীয়তা অপরিসীম।

কোনো বিষয় বা পণ্য সম্পর্কে সংশ্লিষ্টদের জানানোর কৌশলই হলো বিজ্ঞাপন। বিজ্ঞাপন বিষয়বস্তুকে জনসমবে তুলে ধরে। বিজ্ঞাপনের বিভিন্ন মাধ্যম হচ্ছে লিফলেট, ম্যাগাজিন, পরিবহন, বিলবোর্ড, সাইনবোর্ড, ইন্টারনেট, নমুনা বিতরণ ইত্যাদি। উদ্দীপকে দেখা যায়, আকিজ গ্রন্থ তাদের চানাচুর, চাটনি, জুসসহ অন্যান্য পণ্যের প্রচারের জন্য বিজ্ঞাপন প্রচুর পরিমাণ অর্থ ব্যয় করে। স্কয়ার কোম্পানিও তাদের কসমেটিকস্‌সহ অন্যান্য দ্রব্যের জন্য ব্যাপক অর্থ ব্যয়ে বিজ্ঞাপন প্রচার করে। বর্তমান যুগে বিজ্ঞাপনের মাধ্যমেই প্রতিষ্ঠানগুলো তাদের পণ্য সামগ্রী জনগণের নিকট পরিচিত করে তোলে। বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে তাদের পণ্যের গুণাগুণ সম্পর্কে যেমন জনগণ জানতে পারে তেমনি চাহিদাও তৈরি হয়। আর তাই একটি নির্দিষ্ট বাজেটের মাধ্যমে বিজ্ঞাপন দেওয়াকে আজকাল বাজারজাতকরণ প্রসারের অন্যতম অনুষ্ঠান মনে করা হয়।

সুতরাং বলা যায়, বিজ্ঞাপন বর্তমানকালে বাণিজ্যের একটি প্রয়োজনীয় উপাদান হিসেবে গণ্য হচ্ছে।

প্রশ্ন-১২ ▶ নিচের উদ্দীপকটি পড়ে প্রশ্নগুলোর উত্তর দাও :

জনাব স্বপন শাড়ি-কাপড়সহ ঢাকার মৌচাক মার্কেটে একটি দোকান ক্রয় করেন। দোকানটিতে তিনি শার্ট-প্যান্টের ব্যবসায় করার জন্য সব শাড়ি-কাপড় ৫০% ডিসকাউন্টে বিক্রি করার সিদ্ধান্ত নেন। এ জন্য তিনি ৫০% ডিসকাউন্টে সব ধরনের শাড়ির মূল্য উল্লেখপূর্বক লিফলেট তৈরি করে আশপাশের এলাকায় বিতরণ করেন। এতে তার দোকানের পুরনো মালগুলো দ্রবত বিক্রি হয়ে যায় এবং তার দোকানের নতুন পণ্য সম্পর্কেও সবাই জানতে পারে। পরে তিনি বিক্রয়কর্মীর দবতা বৃদ্ধি ও তাদের আচরণ উন্নত করতে সচেষ্ট হোন এবং সফল হোন।

- ক. পণ্য প্রচারে গতিশীলতা আনে কোনটি? ১
- খ. স্বত্বগত উপযোগ সৃষ্টির প্রক্রিয়া ব্যাখ্যা কর। ২
- গ. জনাব স্বপন বিপণন প্রসারে প্রথম কোন কৌশলটি প্রয়োগ করেছেন? বর্ণনা কর। ৩
- ঘ. জনাব স্বপন পরবর্তীতে বিপণন প্রসারের যে কৌশলটির প্রতি গুরুত্বারোপ করেছেন তার যথার্থতা মূল্যায়ন কর। ৪

▶ ১২নং প্রশ্নের উত্তর ▶

ক. পণ্য প্রচারে গতিশীলতা আনে বিজ্ঞাপন।

খ. বিপণনের অন্যতম কাজ হলো ক্রয়। নিজের ব্যবহারের জন্য বা পুনরায় বিক্রয়ের জন্য পণ্যদ্রব্য বা সেবাসামগ্রী ক্রয় করতে হয়।

পণ্য ক্রয়ের মাধ্যমে মালিকানা সৃষ্টি হয়। আর বিক্রয়ের মাধ্যমে পণ্যের মালিকানা হস্তান্তর হয়। সুতরাং পণ্যদ্রব্য বা সেবাসামগ্রীর ক্রয়-বিক্রয়ের মাধ্যমে তাদের স্বত্বগত উপযোগ সৃষ্টি করা হয়।

গ. জনাব স্বপন বিপণন প্রসারে প্রথমে বিজ্ঞাপন কৌশলটি প্রয়োগ করেছেন।

বিজ্ঞাপন হচ্ছে পণ্য বা সেবা সামগ্রীর প্রতি জনসাধারণের দৃষ্টি আকর্ষণের জন্য একটি উপায় বা কৌশল। বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে খুব সহজেই ক্রেতাসাধারণকে পণ্য ক্রয়ে উদ্বুদ্ধ করা যায়। উদ্দীপকে জনাব স্বপন তার দোকানের পুরনো মাল শাড়ি-কাপড় দ্রবত বিক্রয়ের উদ্দেশ্যে ডিসকাউন্ট মূল্য উল্লেখপূর্বক লিফলেট বিতরণ করেছেন। আর লিফলেট হলো একটি বিজ্ঞাপন মাধ্যম। এর মাধ্যমে তিনি জনগণকে কম মূল্যে তার দোকান থেকে শাড়ি-কাপড় ক্রয় করতে উদ্বুদ্ধ করেছেন। লিফলেট বিতরণের কারণেই জনগণ জানতে পেরেছে যে তার দোকানে কম মূল্যে শাড়ি-কাপড় পাওয়া যাচ্ছে এবং তারা ক্রয়ে উদ্বুদ্ধ হয়েছে। এতে জনাব স্বপনের ক্রেতা আকৃষ্ট করার উদ্দেশ্যটি সফল হয়েছে এবং তার বিক্রয়ের পরিমাণ বৃদ্ধি পেয়েছে।

ঘ. জনাব স্বপন পরবর্তীতে বিপণন প্রসারে আদর্শ বিক্রয়কর্মী তৈরির প্রতি গুরুত্বারোপ করেছেন।

বর্তমান প্রতিযোগিতামূলক ব্যবসায়-বাণিজ্যের বেত্রে বিক্রয় প্রসার ও সফলতা অর্জনে আদর্শ বিক্রয়কর্মীর ভূমিকা খুবই গুরুত্বপূর্ণ। অনেক বেত্রে ব্যবসায়ের সফলতা ও ব্যর্থতা একজন বিক্রয়কর্মী দ্বারা প্রভাবিত হয়। একজন আদর্শ বিক্রয়কর্মী সহজে ক্রেতা ও ভোক্তাদের আকৃষ্ট ও প্রভাবিত করে স্থায়ী গ্রাহকে পরিণত করতে পারে। উদ্দীপকে জনাব স্বপন বিজ্ঞাপন কৌশল প্রয়োগ করে সফলতা লাভ করার পর বিক্রয়কর্মীর দবতা ও তাদের আচরণ উন্নয়নের ওপর জোর দিয়েছেন। আদর্শ বিক্রয়কর্মীর মাধ্যমে ক্রেতাদের সরাসরি প্রভাবিত করা যায়, সম্ভাব্য ক্রেতাকে স্থায়ী ক্রেতায় পরিণত করা যায়। ফলে পণ্যের চাহিদা সৃষ্টি হয় এবং দিন দিন তা বৃদ্ধি পেতে থাকে। চাহিদা বৃদ্ধি পেলে উৎপাদনের পরিমাণও বৃদ্ধি পায়। ফলে উৎপাদন ব্যয় হ্রাস পায়। এতে জনগণ কম মূল্যে পণ্য ভোগ বা ব্যবহার করার সুযোগ পায়। তাছাড়া আদর্শ বিক্রয়কর্মী ভোক্তাদের সাথে আন্তরিকভাবে মিশে তাদের চাহিদা, রবচি, অভ্যাস ইত্যাদি বিষয়ে তথ্য সঞ্ছা করে সেই তথ্য অনুযায়ী পণ্য উৎপাদন করলে স্বাভাবিকভাবেই বিক্রয় বেড়ে যায়। সুতরাং, ক্রেতাদের ক্রয়ে উৎসাহিত করে বিপণন প্রসারের জন্য তিনি যে আদর্শ বিক্রয়কর্মী তৈরির প্রতি গুরুত্ব দিয়েছেন তা যথার্থ।

প্রশ্ন-১৩ ▶ নিচের উদ্দীপকটি পড়ে প্রশ্নগুলোর উত্তর দাও :

বাবুল একজন মুদি দোকানদার। তার দোকানে এলাকার বেশিরভাগ লোক তাদের প্রয়োজনীয় জিনিসপত্র কিনতে আসে। বাবুল তাদের সাথে সুন্দর হাসি দিয়ে কথা বলে। সে সবার সাথে ভালো আচরণ করে। তার সততা, বিশ্বস্ততা ও হিসাবে পারদর্শিতার মতো গুণাবলি অধিক ক্রেতা সৃষ্টিতে তাকে সাহায্য করেছে।

- ক. পণ্য সামগ্রীকে আকর্ষণীয় করে কোনটি? ১
- খ. বিজ্ঞাপন ও বিক্রয়কর্তার মধ্যে পার্থক্য লেখ। ২
- গ. বাজারজাতকরণের বেত্রে উদ্দীপকের বিষয়টি কেন প্রয়োজন? ব্যাখ্যা কর। ৩
- ঘ. বাবুল কি একজন আদর্শ বিক্রয়কর্মী? তোমার মতামত দাও। ৪

▶ ১৩নং প্রশ্নের উত্তর ▶

ক. পণ্যসামগ্রীকে আকর্ষণীয় করে মোড়কীকরণ।

- খ. বিজ্ঞাপন ও বিক্রয়িকতা উভয় বিপণন প্রসারের কৌশল তবে এদের মধ্যে বৈশিষ্ট্যগত পার্থক্য বিদ্যমান। বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে সরাসরি ভোক্তার নিকট উপস্থিত না হয়েও পণ্য বা সেবা বিক্রি করা যায়। অন্যদিকে, বিক্রয়িকতায় বিক্রেতাকে সরাসরি ভোক্তার নিকট উপস্থিত হয়ে পণ্য বা সেবা বিক্রি করতে হয়। বিজ্ঞাপন একটি একমুখী যোগাযোগ প্রক্রিয়া কিন্তু বিক্রয়িকতা দ্বিমুখী যোগাযোগ প্রক্রিয়া।
- গ. উদ্দীপকে বিক্রয়িকতার ধারণাটি তুলে ধরা হয়েছে। বিক্রয়িকতা বলতে বিক্রয়কর্মীর ক্রেতা আকর্ষণ করার কৌশল। বা দরতাকে বোঝায় যার মাধ্যমে সে সম্ভাব্য ক্রেতার নিকট পণ্য বা সেবা সামগ্রী বিক্রয় করতে সক্ষম হয়। বিক্রয়িকতার মাধ্যমে পণ্য বিক্রি করলে প্রমোশন খরচ হ্রাস পায়। বিক্রয়িকতার মাধ্যমে একজন বিক্রয়কর্মী প্রতিযোগী পণ্যের তুলনায় নিজের পণ্যের গুণাবলি, কার্যকারিতা ও শ্রেষ্ঠত্ব অধিকতর আকর্ষণীয় করে তুলে ধরতে পারেন। বিক্রেতা বা বিক্রয়কর্মী তার চারিত্রিক গুণাবলি দিয়ে মুগ্ধ করে নতুন নতুন ক্রেতা সৃষ্টির মাধ্যমে পণ্যের বাজার সম্প্রসারণ করতে পারেন। এছাড়া আধুনিক, রবচিশীল, সুন্দর ও যোগ্য বিক্রয়কর্মী প্রতিষ্ঠানের উজ্জ্বল ভাবমূর্তির প্রতীক। অতএব বলা যায় যে ব্যক্তিক, সামাজিক ও অর্থনৈতিক বেঞ্চে বিক্রয়িকতার ভূমিকা ব্যাপক এবং তাৎপর্যপূর্ণ।

- ঘ. বাবুল একজন আদর্শ বিক্রয়কর্মী বলে আমি মনে করি। বর্তমান প্রতিযোগিতামূলক ব্যবসায়-বাণিজ্যের বেঞ্চে বিক্রয় প্রসার ও সফলতা অর্জনের আদর্শ বিক্রয়কর্মীর ভূমিকা খুবই গুরুত্বপূর্ণ। অনেক বেঞ্চে ব্যবসায়ের সফলতা ও ব্যর্থতা একজন বিক্রয়কর্মী দ্বারা প্রভাবিত হয়। একজন আদর্শ বিক্রয়কর্মী সহজে ক্রেতা ও ভোক্তাদের আকৃষ্ট ও প্রভাবিত করে স্থায়ী গ্রাহকে পরিণত করতে পারে। উদ্দীপকে বাবুলের হাসিমাখা মুখ ক্রেতাকে পণ্য ক্রয়ে বাড়তি অনুপ্রেরণা দেয়। কাজের প্রতি তার আগ্রহ ও আন্তরিকতা ব্যবসায়ের সুনাম বৃদ্ধি করে। একজন আদর্শ বিক্রয়কর্মী হিসেবে সে ধৈর্যের সাথে ক্রেতার চাহিদা জানতে চেষ্টা করে এবং সে অনুযায়ী পণ্য সরবরাহ করে। তাই তার দোকানে সব সময় ক্রেতাদের ভিড় থাকে। ক্রেতাকে স্থায়ী গ্রাহকে পরিণত করার জন্য সে কাজে এবং গ্রাহকদের সাথে লেনদেনে সততা ও বিশ্বস্ততার পরিচয় দেয়। একজন আদর্শ বিক্রয়কর্মীর মতো সে পণ্যের মূল্য নির্ধারণ এবং হিসাবরবণের কৌশল সম্পর্কে প্রয়োজনীয় জ্ঞান রাখে। তাছাড়া সে ভদ্র, নম্র, বিনয়ী ও মার্জিত ব্যবহারের অধিকারী। ক্রেতার আগ্রহ, চাহিদা, মনোভাব ও আচরণ বুঝে পরিস্থিতি মোকাবিলা করার মতো তীক্ষ্ণ বুদ্ধিমত্তা তার আছে। সুতরাং, ক্রেতা আকর্ষণে সক্ষম বাবুল অবশ্যই একজন আদর্শ বিক্রয়কর্মী।



নির্বাচিত সৃজনশীল প্রশ্ন ও উত্তর



প্রশ্ন-১৪ ▶ নিচের উদ্দীপকটি পড়ে প্রশ্নগুলোর উত্তর দাও :

জামাল সাহেব মধ্যপ্রাচ্য থেকে ফিরে অর্ধকোটি টাকা ব্যয়ে ঢাকার ধানমন্ডিতে ‘মিলা ফ্যাশন’ নামে একটি ব্যবসায় প্রতিষ্ঠা করেন। তিনি সঠিকভাবে পণ্যমান সঞ্চার করেন এবং সর্বোত্তম ভোক্তা সেবা প্রদান করলেও তেমন বিক্রি হচ্ছে না। তাই তিনি কীভাবে ক্রেতাদের তার পণ্য সম্পর্কে বেশি বেশি ধারণা দেয়া যায় তা নিয়ে ভাবছেন।

- ক. বিক্রয় প্রসার কাকে বলে? ১
- খ. বিজ্ঞাপনে সর্বাধিক প্রচারিত মাধ্যম কী? ব্যাখ্যা কর। ২
- গ. সর্বোত্তম সেবা প্রদানের পরও জামাল সাহেবের বিক্রয় না বাড়ার কারণ বর্ণনা কর। ৩
- ঘ. বিক্রয় বৃদ্ধিতে জামাল সাহেব বিজ্ঞাপনের কোন মাধ্যমটি ব্যবহার করতে পারেন? বিশ্লেষণ কর। ৪

▶▶ ১৪নং প্রশ্নের উত্তর ▶▶

- ক. পণ্য বা সেবার বিক্রয় বাড়ানোর জন্য যে স্বল্পমেয়াদি কৌশল গ্রহণ করা হয় তাকে বিক্রয় প্রসার বলে।
- খ. বিজ্ঞাপনের সর্বাধিক প্রচলিত মাধ্যম হলো সংবাদপত্র। সকল ধরনের দ্রব্য ও সেবাদের প্রচারে সংবাদপত্র একটি স্বল্প ব্যয় সাপেক্ষ অথচ দ্রুত দূর-দূরান্তের জনগণের নিকট বার্তা পৌঁছানোর সহজ মাধ্যম। এটি অত্যন্ত নমনীয় অর্থাৎ কম খরচে, সহজেই এর বিষয়বস্তু প্রয়োজন অনুযায়ী পরিবর্তন করা যায়। বিশ্বের আপামর জনগণের কাছে পণ্য ও সেবা প্রচার করার এটি অতি জনপ্রিয় মাধ্যম।
- গ. বিজ্ঞাপন না দেওয়ার কারণে সর্বোত্তম সেবা প্রদানের পরও জামাল সাহেব বিক্রয় বাড়তে পারেননি। বিজ্ঞাপন এমন একটি ব্যবস্থা যার মাধ্যমে সম্ভাব্য ক্রেতাদের পণ্য, বা সেবা সম্পর্কে অবহিত করা হয়। ফলে ভোক্তারা একটি পণ্যের গুণাগুণ, ব্যবহার, উপযোগিতা, দাম, প্রাপ্তি স্থান প্রভৃতি সম্পর্কে জানতে পারে। পরবর্তীতে তারা তাদের প্রয়োজন অনুযায়ী এসব পণ্য বা সেবা ক্রয় করে। উদ্দীপকে জামাল সাহেব মধ্যপ্রাচ্য থেকে ফিরে ‘মিলা ফ্যাশন’ নামে একটি ব্যবসায় প্রতিষ্ঠা করেন। তিনি

সঠিকভাবে পণ্যমান সঞ্চার করেন এবং সর্বোত্তম ভোক্তা সেবা প্রদান করেন। কিন্তু জামাল সাহেব তার দোকানের পণ্যের জন্য বিজ্ঞাপনের ব্যবস্থা করেননি। তাই সম্ভাব্য ক্রেতার পণ্য ও সেবা সম্পর্কে জানতে না পারায় ঐ পণ্যটি ক্রয় করেননি। তাই জামাল সাহেব কঠোর পরিশ্রম ও সর্বোত্তম সেবা প্রদানের পরও বিক্রয় বৃদ্ধি করতে পারেননি। অর্থাৎ বিজ্ঞাপন প্রদান না করার কারণেই জামাল সাহেব তার দোকানের বিক্রয় বৃদ্ধি করতে ব্যর্থ হয়েছেন।

- ঘ. বিক্রয় বৃদ্ধিতে জামাল সাহেব বিজ্ঞাপনের মাধ্যম হিসেবে সাময়িকী ব্যবহার করতে পারেন। বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে খুব সহজেই ক্রেতা সাধারণকে পণ্য ক্রয় উদ্বুদ্ধ করা যায়। পণ্যের বিজ্ঞাপনের জন্য বিভিন্ন মাধ্যম ব্যবহার করা যায়। তবে সব ধরনের মাধ্যম সব ধরনের পণ্যের জন্য উপযোগী নয়। উদ্দীপকে জামাল সাহেবের প্রতিষ্ঠানটি একটি ফ্যাশন হাউজ। তার পণ্যের গ্রাহক মূলত উচ্চবিত্ত ও মধ্যবিত্ত শ্রেণির মানুষ। তাদের সময়, সুযোগ, ব্যবহার প্রভৃতি বিবেচনা করে সর্বাধিক প্রচারিত সংবাদ মাধ্যমের সাপ্তাহিক সাময়িকীতে বিজ্ঞাপন প্রদান অধিক উপযোগী। কারণ বিজ্ঞাপনের অন্যান্য প্রচলিত মাধ্যম বিবেচনা করলে দেখা যায়, সংবাদপত্রের বিজ্ঞাপনের আবেদন অত্যন্ত বর্ণস্থায়ী। আবার টেলিভিশনের মাধ্যমে বিজ্ঞাপন অত্যন্ত ব্যয়বহুল। এজন্য বিজ্ঞাপনের ব্যয়, ক্রেতার অবস্থান, আবেদনের স্থায়িত্ব, বাজার প্রকৃতি প্রভৃতি বিবেচনা করে জামাল সাহেব ঢাকার ধানমন্ডিতে তার ‘মিলা ফ্যাশন’ শপের জন্য বিজ্ঞাপনের মাধ্যম হিসেবে সাপ্তাহিক সাময়িকী ব্যবহারই অধিক যুক্তিযুক্ত হবে।

প্রশ্ন-১৫ ▶ নিচের উদ্দীপকটি পড়ে প্রশ্নগুলোর উত্তর দাও :

ফল বিক্রেতা জনাব নবীউল্লাহ দেশের বিভিন্ন অঞ্চল হতে আম সংগ্রহ করেন। তিনি বিভিন্ন শ্রেণিতে ভাগ করে আমগুলো এমনভাবে রাখেন যাতে ক্রেতার সহজেই আকৃষ্ট হয়। এছাড়া সংগৃহীত আমের বৃহৎ অংশ পার্শ্ববর্তী একটি বাজারেও তিনি সরবরাহ করেন।



- ক. পণ্য উৎপাদনের পরই কিসের ব্যবস্থা করা হয়? ১
খ. কিসের মাধ্যমে পণ্যের স্থানগত উপযোগ সৃষ্টি হয়? ২
গ. ক্রেতাকে আকৃষ্ট করার জন্য জনাব নবীউল্লাহ কোন ধরনের কৌশল গ্রহণ করেছেন? বর্ণনা কর। ৩
ঘ. ব্যবসায়িক দৃষ্টিকোণ থেকে জনাব নবীউল্লাহর কার্যক্রমটি মূল্যায়ন কর। ৪

▶▶ ১৬নং প্রশ্নের উত্তর ▶▶

- ক. পণ্য উৎপাদনের পর বাজারজাতকরণের ব্যবস্থা করা হয়।
- খ. পরিবহনের মাধ্যমে পণ্যের স্থানগত উপযোগ সৃষ্টি হয়। পণ্য উৎপাদন ও ভোগের মধ্যে যে দূরত্ব বিরাজ করে পরিবহন সে বেড়ে সেতুবন্ধনের ভূমিকা পালন করে উৎপাদন ও ভোগ উভয়কে সহজ করে তোলে। পরিবহন সারা দেশে এমনকি বিশ্বের বিভিন্ন অঞ্চলে পণ্য সরবরাহ নিশ্চিত করে থাকে। ফলে যে স্থানে পণ্য উৎপাদিত হয় না, সেখানকার লোকজনও উৎপাদিত পণ্যদ্রব্য ভোগ করতে পারে। এভাবে পরিবহন পণ্যের স্থানগত উপযোগ সৃষ্টি করে।
- গ. ক্রেতাকে আকৃষ্ট করার জন্য জনাব নবীউল্লাহ পর্যায়িতকরণের কৌশল গ্রহণ করেছেন।
মান অনুযায়ী পণ্যকে বিভিন্ন শ্রেণিতে ভাগ করাকে পর্যায়িতকরণ বলা হয়। সাধারণত ওজন, আকার ও গুণাগুণ অনুযায়ী পর্যায়িতকরণ করা হয়। ফলে বিক্রয় সহজ হয়। উদ্দীপকের নবীউল্লাহ দেশের বিভিন্ন অঞ্চল থেকে আম সংগ্রহ করেন এবং সেগুলো বিভিন্ন শ্রেণিতে ভাগ করে সাজিয়ে রাখেন। পণ্য ক্রয়-বিক্রয়ের সুবিধার জন্য নবীউল্লাহ তার সংগৃহীত আমগুলোকে বিভিন্ন শ্রেণিতে ভাগ করে নির্ধারিত মান অনুযায়ী সাজিয়ে রাখেন। এতে ক্রেতাদের পণ্য ক্রয় করতে যেমন সুবিধা হয় তেমনি ক্রেতারা পণ্যের প্রতি খুব সহজে আকৃষ্টও হয়। এতে নবীউল্লাহর জন্য আমের বিপণন সহজ হয়। পর্যায়িতকরণের মাধ্যমে পণ্যের বিক্রয় বৃদ্ধি পায় এবং পণ্যের মান সহজেই নির্বাচন করা যায়।
- ঘ. ব্যবসায়িক দৃষ্টিকোণ থেকে নবীউল্লাহর পর্যায়িতকরণ কাজটি অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ।
সুষ্ঠুভাবে ক্রয়বিক্রয় কার্য সম্পাদনের জন্য পণ্যের পর্যায়িতকরণ বিশেষভাবে সাহায্য করে। ক্রয় বিক্রয়ের সুবিধার জন্য কোনো এক জাতীয় পণ্যকে বিভিন্ন শ্রেণিতে বিভক্ত করার নামই শ্রেণিবিভাজন বা পর্যায়িতকরণ। সাধারণত পণ্যের মান, ওজন, আকার, গুণাগুণ, মূল্য, স্বাদ ইত্যাদির ভিত্তিতে পর্যায়িতকরণ করা হয়। উদ্দীপকে নবীউল্লাহ একজন আম বিক্রেতা। তিনি বিভিন্ন অঞ্চল থেকে আম সংগ্রহ করেন। তারপর সুষ্ঠুভাবে বাজারজাতকরণের লব্ধে তিনি আমগুলোকে পর্যায়িতকরণের মাধ্যমে মান ও সাইজ অনুযায়ী বিভিন্ন শ্রেণিতে ভাগ করেন। এতে ক্রেতারা সহজেই আমের মান সম্পর্কে জানতে পারে এবং মান অনুযায়ী আম ক্রয় করতে পারে। ব্যবসায় সম্প্রসারণ বা লাভজনক ব্যবসায় করার জন্য তার সম্পাদিত এই কাজটির প্রয়োজনীয়তা অপরিসীম। তাছাড়া নবীউল্লাহ সফল ও দরভাবে আম পর্যায়িতকরণের মাধ্যমে সংগৃহীত আমের একটি অংশ পার্শ্ববর্তী বাজারেও সরবরাহ করেন। এতে তিনি ব্যবসায়িক দিক দিয়েও লাভবান হচ্ছেন।
সুতরাং বলা যায়, নবীউল্লাহর আম পর্যায়িতকরণ ব্যবসায়িক দিক থেকে অত্যন্ত তাৎপর্যপূর্ণ।

প্রশ্ন-১৬ ▶ নিচের উদ্দীপকটি পড়ে প্রশ্নগুলোর উত্তর দাও :

জনাব মতিয়ার একটি বেকারি প্রতিষ্ঠানের মালিক। তিনি তার প্রতিষ্ঠানে উৎপাদিত পাউরুটি, কেক, বিস্কুট ইত্যাদি আকর্ষণীয়ভাবে প্যাকেটজাত করেন। এরপর বিক্রির জন্য নিজস্ব ভ্যানে করে দোকানে পৌঁছে দেন।



- ক. বিপণন কী? ১
খ. গুদামজাতকরণের মাধ্যমে পণ্যের কোন ধরনের উপযোগ সৃষ্টি হয়? ব্যাখ্যা কর। ২
গ. জনাব মতিয়ার কোন ধরনের বণ্টন প্রণালি ব্যবহার করে পণ্য বিক্রি করেন? ব্যাখ্যা কর। ৩
ঘ. জনাব মতিয়ারের পণ্য মোড়কিকরণের যৌক্তিকতা বিশ্লেষণ কর। ৪

▶▶ ১৬নং প্রশ্নের উত্তর ▶▶

- ক. পণ্য দ্রব্য বা সেবা সামগ্রী উৎপাদনকারী থেকে ভোক্তা বা ব্যবহারকারীর নিকট পৌঁছে দেওয়া পর্যন্ত সকল কাজকে বিপণন বলে।
- খ. গুদামজাতকরণের মাধ্যমে পণ্যের সময়গত উপযোগ সৃষ্টি হয়। বিপণনের সকল পর্যায়ে পণ্যসামগ্রী সঞ্চারের প্রয়োজন হয়। অনেক পণ্য বছরের একটি নির্দিষ্ট সময়ে উৎপাদিত হয় কিন্তু ব্যবহার হয় সারা বছর। বছরব্যাপী চাহিদা মেটানোর জন্য সেসকল পণ্য গুদামজাতকরণের মাধ্যমে সঞ্চার করতে হয়। যেমন শীতকালে উৎপাদিত গোল আলু ও টমেটো সারা বছর আমরা গুদামজাতকরণের ফলেই পেয়ে থাকি।
- গ. পণ্য বিক্রয়ের বেত্রে জনাব মতিয়ারের বণ্টন প্রণালিটি ছিল খুচরা ব্যবসায়ীর মাধ্যমে বিক্রয়।
যে পথ বা হাত ধরে উৎপাদিত পণ্য বা সেবা ভোক্তা বা ব্যবহারকারীর নিকট পৌঁছে তাকে বণ্টন প্রণালি বলে। পণ্য বা সেবার ধরন ও বৈশিষ্ট্যের ওপর বণ্টন প্রণালির ধরন নির্ভর করে।
উদ্দীপকে জনাব মতিয়ার কারখানার উৎপাদিত পণ্য সামগ্রী নিজস্ব ভ্যানে করে দোকানে পৌঁছে দেন। অর্থাৎ তিনি মধ্যস্থ ব্যবসায়ী খুচরা বিক্রেতার মাধ্যমে পণ্য বণ্টন করেন। উৎপাদনকারী সাধারণত তাদের উৎপাদিত পণ্য নিজেরা বা খুচরা বিক্রেতার মাধ্যমে বিক্রয় করে। খুচরা ব্যবসায়ীগণ উৎপাদনকারীর নিকট থেকে পণ্য তাদের দোকানে রেখে ভোক্তার চাহিদা অনুযায়ী সরবরাহ করে থাকেন।
- ঘ. জনাব মতিয়ার তার উৎপাদিত পণ্যকে নষ্ট হওয়ার হাত থেকে রবা করার জন্য মোড়কিকরণ করেন যা অত্যন্ত যুক্তিযুক্ত।
পণ্য সামগ্রীকে সুন্দর ও আকর্ষণীয় করা এবং নষ্ট বা ভেঙে যাওয়া থেকে রবার উদ্দেশ্যে কিছু দ্বারা আবৃত করাকে মোড়কিকরণ বলা হয়। ক্রেতাদের নিকট পণ্যের গ্রহণযোগ্যতা মোড়কিকরণের ওপর নির্ভর করে। উদ্দীপকের জনাব মতিয়ার একটি বেকারির মালিক। তিনি তার প্রতিষ্ঠানে উৎপাদিত পাউরুটি, কেক, বিস্কুট ইত্যাদি আকর্ষণীয়ভাবে প্যাকেটজাত বা মোড়কিকরণ করেন। কারণ, পণ্যকে আকর্ষণীয় করে ক্রেতা ও ভোক্তার নিকট তুলে ধরতে মোড়কিকরণ প্রয়োজন হয়। মোড়কের গায়ে পণ্য সম্পর্কিত গুরুত্বপূর্ণ তথ্য যেমন-উৎপাদনের তারিখ, পণ্যের উপকরণের পরিমাণ, ব্যবহার বিধি প্রভৃতি দেওয়া থাকে, যা সহজেই ভোক্তার কাছে পণ্যকে জনপ্রিয় করে তুলে। তাছাড়া মোড়কিকরণ পণ্যকে নষ্ট হওয়ার হাত থেকে রবা করে। পণ্য ভাঙা বা যেকোনো প্রকার বতি হতে রবার জন্য এবং ক্রেতার নিকট গ্রহণযোগ্যতা বৃদ্ধিতে মোড়কিকরণ গুরুত্বপূর্ণ। এমনকি আকর্ষণীয় মোড়কের প্রতি অনেক ক্রেতা দুর্বল থাকে।
আলোচনার পরিশেষে বলা যায়, জনাব মতিয়ার পণ্যের মোড়কিকরণ সম্পূর্ণ যৌক্তিক।



সৃজনশীল প্রশ্নব্যাংক



প্রশ্ন-১৭ ▶ ময়মনসিংহের জাবেদ বাণিজ্যিক ভিত্তিতে বেগুন ও আলু চাষ করেন। এ বছর তার জমিতে বেগুন ও আলু দুটোরই ফলন ভালো হওয়ায় তিনি গতবারের তুলনায় অধিক অর্থ আয় করতে পারবেন ভেবেছিলেন। কিন্তু ফসল তোলার সময় হলে দেখা গেল এবার সবার জমিতেই ভালো ফলন হওয়ায় বাজারে আলু ও বেগুনের তেমন চাহিদা নেই। তাকে গতবারের চেয়ে কম মূল্যে পাইকারদের নিকট আলু ও বেগুন বিক্রি করতে হলো। তাই তিনি ফসলের ন্যায্যমূল্য পেতে কোনো বিকল্প পদ্ধতির কথা ভাবছেন।

- ক. বিক্রয়কর্মীর ক্রেতা আকর্ষণের কৌশলের নাম কী? ১
খ. পণ্য বণ্টনে মধ্যস্থ ব্যবসায়ীর প্রয়োজনীয়তা ব্যাখ্যা কর। ২
গ. জাবেদ পণ্য বিপণনে কোন পদ্ধতি অনুসরণ করেছেন? বর্ণনা কর। ৩
ঘ. জাবেদের মতো উৎপাদকের ন্যায্যমূল্য পেতে কোন পদ্ধতি অনুসরণ করা অধিক যুক্তিযুক্ত বলে তুমি মনে কর? তোমার উত্তরের সপক্ষে যুক্তি দাও। ৪

প্রশ্ন-১৮ ▶ মাইনুল তাদের পুকুরে মাছের চাষ করেন। উৎপাদিত মাছ তিনি স্থানীয় বাজারে বিক্রি করেন। তার পুকুরের মাছগুলো তিনি অতি যত্ন সহকারে চাষ করায় অল্প দিনেই সেগুলো আকারে বেশ বড় হয়ে যায়। স্থানীয় কয়েকজন পাইকার মাইনুলের কাছ থেকে মাছ কিনতে চাইলেও তিনি তাদের নিকট মাছ বিক্রি করতে অস্বীকৃতি জানান। কারণ তিনি ভোক্তাদের নিকট মাছ বিক্রি করে অধিক মুনাফা অর্জন করতে সর্বমহন।

- ক. ভোক্তা কে? ১
খ. বিজ্ঞাপনের মাধ্যম বলতে কী বোঝ? ব্যাখ্যা কর। ২
গ. মাইনুল তার উৎপাদিত মাছ বিপণনে কোন ধরনের বণ্টন প্রণালি অনুসরণ করেন? বর্ণনা কর। ৩
ঘ. মাইনুলের ব্যবহৃত বণ্টন প্রণালিটি ভোক্তাদের জন্য কতটা উপকারী তা বিশ্লেষণ কর। ৪

প্রশ্ন-১৯ ▶ ব্রাহ্মণবাড়িয়ার কান্দিপাড়া গ্রামের আসাদ কৃষকদের কাছ থেকে নানা রকম সবজি ক্রয় করে সদরে এসে ভ্যানে করে ঘুরে ঘুরে বিক্রি করেন। তিনি যে দামে ক্রয় করেন তার সাথে অল্প কিছু মুনাফা যোগ করে ভোক্তাদের নিকট বিক্রি করেন। ঢাকায় চাচাতো ভাইয়ের বাড়িতে বেড়াতে এসে তিনি তার মতো খুচরা ব্যবসায়ীদের চড়া দামে সবজি বিক্রি করতে দেখে অবাক হয়ে যান। তিনি তার ভাইকে জিজ্ঞেস করেন— ‘শহরের পাইকাররা তো অনেক কম দামে গ্রাম থেকে সবজি কিনে আনে। তাহলে তোমাদের এখানে সবজির এত দাম কেন?’

- ক. এজেন্টের মাধ্যমে কোন ধরনের পণ্য বিক্রি করা হয়? ১
খ. আধুনিক বিপণন প্রক্রিয়ায় মোড়কিকরণের প্রয়োজনীয়তা ব্যাখ্যা কর। ২
গ. আসাদ কোন ধরনের ব্যবসায়ী? বর্ণনা কর। ৩
ঘ. আসাদ গ্রামে কম দামে সবজি বিক্রি করলেও ঢাকায় তার মতো ব্যবসায়ীরা চড়া দামে সবজি বিক্রি করে কেন? কারণ বিশ্লেষণ কর। ৪

প্রশ্ন-২০ ▶ ফেয়ার বাংলাদেশ লিমিটেড একটি প্রসাধন সামগ্রী উৎপাদনকারী প্রতিষ্ঠান। প্রতিষ্ঠানটি তার প্রতিটি পণ্যের রং, আকার ও ওজন অনুযায়ী মোড়কিকরণ করে বিপণনের ব্যবস্থা করে। আকর্ষণীয় মোড়কিকরণের কারণে তাদের উৎপাদিত পণ্য সহজেই ক্রেতাদের আকৃষ্ট করে এবং তাদের ক্রয়ে উদ্বুদ্ধ করে। প্রতিষ্ঠানটি ভোক্তাদের ক্রয়বমতা, রবচি, চাহিদা ও যোগানের সমন্বয়ের লব্ধে এজেন্টের মাধ্যমে ভোক্তাদের হাতে পণ্য পৌঁছে দিচ্ছে।

- ক. ধৈর্যশীলতা বিক্রয়কর্মীর কোন ধরনের গুণ? ১

- খ. বিপণন কীভাবে জীবনযাত্রার মান উন্নয়ন করে? ২
গ. ফেয়ার বাংলাদেশ লিমিটেডের প্রসাধন সামগ্রী বণ্টনের প্রক্রিয়া বর্ণনা কর। ৩
ঘ. ফেয়ার বাংলাদেশ লিমিটেডের ব্যবসায় সাফল্যের কারণ ব্যাখ্যা কর। ৪

প্রশ্ন-২১ ▶ জনাব তরিকুল আলম কোহিনুর কেমিক্যাল লি. এর বিপণন ব্যবস্থাপক। তিনি কিউট সাবানের তুলনায় লাক্স সাবানের জনপ্রিয়তার কারণ জানতে বাজারে জরিপ চালান। বেশিরভাগ ক্রেতাই জানান সাবানের রং, গন্ধ এবং মোড়ক তাদের বেশি আকৃষ্ট করে। তাছাড়া বিজ্ঞাপনও ক্রেতাদের আকৃষ্ট করে বলে জানান। তাই তিনি কিউট সাবানের বিক্রয় বৃদ্ধির লব্ধে বিজ্ঞাপনের কোন কোন মাধ্যমগুলো ব্যবহার করা যেতে পারে সে বিষয়ে চিন্তা-ভাবনা করেছেন।

- ক. বিজ্ঞাপন কী? ১
খ. শিল্প পণ্যের জন্য মোড়কিকরণ অপরিহার্য—ব্যাখ্যা কর। ২
গ. বিপণন ব্যবস্থাপক তরিকুল আলম চাহিদা বৃদ্ধি ও বিক্রয় বৃদ্ধির জন্য কী কী পদক্ষেপ গ্রহণ করতে পারেন তা বর্ণনা কর? ৩
ঘ. তরিকুল আলম কিউট সাবানের বিক্রয় বৃদ্ধির জন্য বিজ্ঞাপনের যেসব মাধ্যমের কথা চিন্তা-ভাবনা করেছেন তার যৌক্তিকতা নিরূপণ কর। ৪

প্রশ্ন-২২ ▶ মি. আকবর আলী একজন ছাতা প্রস্তুতকারক। কুমিল্লা শহরে ‘আসিফ ছাতা হাউজ’ নামে তার একটি ছাতা তৈরির কারখানা আছে। তার প্রতিষ্ঠানে উৎপাদিত ছাতা বিক্রয়ের জন্য তিনি খুচরা ব্যবসায়ীদের সাহায্য নেন। ছাতা তৈরির প্রয়োজনীয় উপকরণ তিনি দেশের ভিতর থেকে সংগ্রহ করেন।

- ক. বিপণনের মাধ্যমে কত ধরনের উপযোগ সৃষ্টি সম্ভব? ১
খ. বিক্রয়িকতা বলতে কী বোঝায়? ২
গ. ‘আসিফ ছাতা হাউজ’—এর বিপণন কৌশল বর্ণনা কর। ৩
ঘ. বিপণন কীভাবে মি. আকবর আলীর ব্যবসায় উন্নয়নে অবদান রাখে মূল্যায়ন কর। ৪

প্রশ্ন-২৩ ▶ নাহার ট্রেডার্স তাদের নিজস্ব পরিবহন ব্যবস্থার মাধ্যমে দেশের বিভিন্ন স্থানে পণ্য সরবরাহ করে। তাদের উৎপাদিত পণ্য অভ্যন্তরীণ বাণিজ্যে যথেষ্ট অবদান রাখছে। তারা নতুন নতুন কৌশল অবলম্বন করেছেন কীভাবে বৈদেশিক বাণিজ্যে দেশীয় পণ্যের স্থান করে নেওয়া যায়।

- ক. শিল্প কী? ১
খ. ব্যবসায়ের জন্য পরিবহন গুরুত্বপূর্ণ কেন? ২
গ. নাহার ট্রেডার্সের অভ্যন্তরীণ বাণিজ্য প্রক্রিয়ার ধারাটি ব্যাখ্যা কর। ৩
ঘ. নাহার ট্রেডার্সের নিকট বৈদেশিক বাণিজ্যে দেশীয় পণ্যের স্থান করে নেওয়া একটি বিরাট চ্যালেঞ্জ—বিশ্লেষণ কর। ৪

প্রশ্ন-২৪ ▶ নিউমার্কেট এলাকায় অনেকগুলো মনিহারির দোকান থাকলেও রাশেদের দোকানে ভিড় লেগেই থাকে। দোকানের কাজের প্রতি তার আগ্রহ ও আন্তরিকতার কোনো কমতি নেই। কাস্টমারদের সাথে সদালাপী রাশেদ মনে করেন, খুচরা ব্যবসায়ের সার্বিক উন্নতির পথে বিক্রয়কর্মীর ভূমিকা প্রধান।

- ক. বিক্রয়িকতা কী? ১
খ. বিক্রয়কর্মীর নৈতিক গুণ বলতে কী বোঝ? ব্যাখ্যা কর। ২
গ. উদ্দীপকের রাশেদের মধ্যে একজন আদর্শ বিক্রয়কর্মীর যে গুণাবলি বিদ্যমান সেগুলো চিহ্নিত কর। ৩

ঘ. ‘খুচরা ব্যবসায় সার্বিক উন্নতির পথে একজন বিক্রয়কর্মীর ভূমিকা প্রধান’-উদ্দীপকের আলোকে উক্তিটি বিশ্লেষণ কর। ৪

প্রশ্ন-২৫ ▶ জনাব ইলিয়াস একজন আমদানিকারক। তিনি বিদেশ থেকে পণ্য ক্রয় করে বিক্রয় করেন। কিন্তু তিনি পণ্য সম্পর্কে সঠিক তথ্য ক্রেতাদের দেন না। তবে তিনি প্রখ্যাত শিল্পী ও শিবাবিদদের

চিকিৎসাজনিত সহায়তা দেন। এছাড়া দরিদ্র শিবার্থীদেরকে বৃত্তি প্রদান করে থাকেন।

- ক. রাষ্ট্রের লব্য কী? ১
খ. পরিকল্পনা বলতে কী বোঝায়? ব্যাখ্যা কর। ২
গ. জনাব ইলিয়াসের ব্যবসাতে কিসের প্রয়োজনীয়তা রয়েছে? ব্যাখ্যা কর। ৩
ঘ. জনহিতকর কার্যাবলি সম্পাদনে জনাব ইলিয়াসের ভূমিকা মূল্যায়ন কর। ৪



অধ্যায় সমন্বিত সৃজনশীল প্রশ্ন ও উত্তর



প্রশ্ন-২৬ ▶ নিচের উদ্দীপকটি পড়ে প্রশ্নগুলোর উত্তর দাও :

নাসিরের বাড়ি জামালপুর। নিজস্ব জমি থাকা সত্ত্বেও নাসির পার্বত্য চট্টগ্রামে ৫০ একর জমি ইজারা নিয়ে হলুদের চাষ করে। জলবায়ু অনুকূল হওয়ায় উৎপাদনের পরিমাণ বেশ ভালো হয়। কিন্তু হলুদের দাম কম। কম দামে বিক্রি করলে লাভের চেয়ে রতিই বেশি হবে এ নিয়ে নাসির চিন্তিত।

- ক. জনসংখ্যা কোন পরিবেশের উপাদান? ১
খ. মোড়কিকরণের উদ্দেশ্য কী? ব্যাখ্যা কর। ২
গ. হলুদ চাষে নাসির ম্যাক্রোস্ক্রিনিং-এর কোন উপাদানকে গুরুত্ব দিয়েছে? ব্যাখ্যা কর। ৩
ঘ. লাভবান হতে হলে বর্তমানে নাসিরের করণীয় বিশ্লেষণ কর। ৪

▶▶ ২৬নং প্রশ্নের উত্তর ▶▶

ক. জনসংখ্যা ম্যাক্রো পরিবেশের উপাদান।

খ. শিল্পপণ্য সামগ্রীকে সুন্দর ও আকর্ষণীয় করার পাশাপাশি নষ্ট বা ভেঙে যাওয়া থেকে রক্ষা করাই মূলত মোড়কিকরণের উদ্দেশ্য। ক্রেতাদের সুবিধার্থে পণ্যসামগ্রী ওজন, পরিমাণ ও সংখ্যা অনুযায়ী যথাযথভাবে প্যাকিং করতে হয়। ফলে ক্রেতার চাহিদা অনুসারে পণ্য সরবরাহ করা সম্ভব হয়। বর্তমানে শিল্পজাত পণ্য, কৃষি পণ্য, ভোগ্য পণ্যসামগ্রীর প্যাকিং ক্রেতাদের নিকট বেশ গ্রহণযোগ্য। অর্থাৎ বিপণনকে সহজ করে তোলাই মোড়কিকরণের মূল উদ্দেশ্য।

গ. উদ্দীপকে হলুদ চাষে নাসির ম্যাক্রোস্ক্রিনিং এর প্রাকৃতিক পরিবেশের উপাদানকে গুরুত্ব দিয়েছেন। ব্যবসায় পরিকল্পনা প্রণয়নে ধারণা মূল্যায়ন ও প্রকল্প নির্বাচনে অন্যতম বিবেচ্য বিষয় হলো ম্যাক্রোস্ক্রিনিং-এর উপাদান বিশ্লেষণ। ম্যাক্রোস্ক্রিনিং হলো এমন একটি পদ্ধতি যা কতগুলো প্রভাবক যা উপাদানের ভিত্তিতে ব্যবসায়ের ধারণাগুলো মূল্যায়ন করে একটি প্রকল্প নির্বাচন করা হয়।

উদ্দীপকে নাসিরের বাড়ি জামালপুর এবং তার নিজস্ব ভূমিও রয়েছে। এসব থাকা সত্ত্বেও নাসির পার্বত্য চট্টগ্রামে ৫০ একর জমি ইজারা নিয়ে হলুদ চাষে ম্যাক্রোস্ক্রিনিং-এর প্রাকৃতিক উপাদান বিশ্লেষণ করে দেখেছে হলুদ চাষের জন্য পার্বত্য চট্টগ্রামে সর্বোত্তম এবং ঐ অঞ্চলের জলবায়ু হলুদ চাষে অধিক উপযোগী। অর্থাৎ সঠিক ব্যবসায় বাছাইয়ের বেত্রে প্রাকৃতিক পরিবেশের ভূমিকা গুরুত্বপূর্ণ। কারণ শিল্পের জন্য প্রয়োজনীয় কাঁচামাল প্রাকৃতিক পরিবেশ থেকে আসে। এবেত্রে প্রাকৃতিক পরিবেশের উপাদানসমূহ হলো ভূমি, জলবায়ু, নদনদী, অবস্থান প্রভৃতি।

ঘ. উদ্দীপকে লাভবান হতে হলে বর্তমানে নাসিরের করণীয় হলো হলুদের গুদামজাতকরণ করা।

গুদামজাতকরণ পণ্যের সময়গত উপযোগ সৃষ্টি করে। বাজারজাতকরণ প্রতিটি পর্যায়ে গুদামজাতকরণের প্রয়োজন। কারণ মৌসুমে উৎপাদিত পণ্য সারা বছর ব্যবহৃত হয়। আর গুদামজাতকরণের মাধ্যমে পণ্যের মান ঠিক রেখে ক্রেতাদের চাহিদানুযায়ী সরবরাহ করা হয়।

উদ্দীপকে নাসির একজন হলুদ উৎপাদনকারী। ৫০ একর জমিতে হলুদ উৎপাদনের পর নাসির দেখে যে হলুদের দাম কম। এত কম দামে হলুদ বিক্রি করলে লাভের চেয়ে রতিই বেশি হবে। তাই নাসির হলুদের গুদামজাতকরণ করলে পরবর্তীতে দাম বাড়লে হলুদ বিক্রয়ের ফলে সে লাভবান হবে। এতে তার মুনাফা অর্জনের পাশাপাশি অন্য সময়ে হলুদের গ্রাহক চাহিদাও সে মেটাতে সক্ষম হবে।

উৎপাদনের পর বিক্রয় পর্যন্ত পণ্য সংরক্ষণ করতে হয়। তাই পণ্য সংরক্ষণের জন্য প্রয়োজন সময় উপযোগী গুদামজাতকরণ। উদ্দীপকের নাসিরকেও উৎপাদনের পর সারা বছরব্যাপী হলুদের চাহিদা মেটানোর জন্য হলুদ সংরক্ষণ করা প্রয়োজন। এর মাধ্যমে তিনি তার উৎপাদনকৃত হলুদ সঠিক দামে বিক্রয় করে অধিক মুনাফা অর্জন করতে পারবেন। সুতরাং বলা যায়, লাভবান হতে হলে গুদামজাতকরণ করাই নাসিরের জন্য উপযুক্ত।



অনুশীলনের জন্য দক্ষতাস্তরের প্রশ্ন ও উত্তর



● ■ জ্ঞানমূলক প্রশ্ন ও উত্তর ■ ●

প্রশ্ন ১ ১ ১ বিপণনের অপর নাম কী?

উত্তর : বিপণনের অপর নাম বাজারজাতকরণ।

প্রশ্ন ১ ২ ১ কার্যকর বিপণন কিসে সহায়তা করে?

উত্তর : কার্যকর বিপণন উৎপাদন বৃদ্ধিতে সহায়তা করে।

প্রশ্ন ১ ৩ ১ বিপণনের কোন পর্যায়ে পণ্য সামগ্রী সংরক্ষণের প্রয়োজন হয়?

উত্তর : বিপণনের সকল পর্যায়ে পণ্য সামগ্রী সংরক্ষণের প্রয়োজন হয়।

প্রশ্ন ১ ৪ ১ ক্রয় কী?

উত্তর : ক্রয় হচ্ছে এমন একটি প্রক্রিয়া যার মাধ্যমে অর্থের বিনিময়ে বিক্রেতার নিকট থেকে ক্রেতার নিকট পণ্যের মালিকানা হস্তান্তরিত হয়।

প্রশ্ন ১ ৫ ১ পরিবহনের কাজ কী?

উত্তর : পরিবহন পণ্য বা সেবার স্থানগত উপযোগ ও চাহিদা সৃষ্টিতে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখে।

প্রশ্ন ১ ৬ ১ কোনটি বিক্রয় কার্যে গতিশীলতা বৃদ্ধি করে?

উত্তর : প্রমিতকরণ বিক্রয় কার্যে গতিশীলতা বৃদ্ধি করে।

প্রশ্ন ১ ৭ ১ উৎপাদনকারী এবং ভোক্তার মধ্যে সেতুবন্ধন হিসেবে কাজ করে কে?

উত্তর : উৎপাদনকারী এবং ভোক্তার মধ্যে সেতুবন্ধন হিসেবে কাজ করে মধ্যস্থ ব্যবসায়ীগণ।

প্রশ্ন ১৮ ॥ ভোক্তা বিশ্লেষণ কী?

উত্তর : ভোক্তা বা ব্যবহারকারীদের রবচি, পছন্দ, চাহিদা, বৈশিষ্ট্য এবং আগ্রহ বিশ্লেষণ ও মূল্যায়ন করাকে ভোক্তা বিশ্লেষণ বলে।

প্রশ্ন ১৯ ॥ কিসের মাধ্যমে পণ্যের সময়গত উপযোগ সৃষ্টি হয়?

উত্তর : গুদামজাতকরণের মাধ্যমে পণ্যের সময়গত উপযোগ সৃষ্টি হয়।

প্রশ্ন ১০ ॥ বণ্টন প্রণালিতে কারা অবস্থান করে?

উত্তর : বণ্টন প্রণালিতে ব্যবসায়ী হিসেবে পাইকার, প্রতিনিধি বা এজেন্ট এবং খুচরা ব্যবসায়ীরা অবস্থান করে।

প্রশ্ন ১১ ॥ মধ্যস্থ ব্যবসায়ীকে সেতুবন্ধক বলা হয় কেন?

উত্তর : মধ্যস্থ ব্যবসায়ীরা উৎপাদক ও ভোক্তার মধ্যে অবস্থান করে বলে তাদেরকে সেতুবন্ধক বলা হয়।

প্রশ্ন ১২ ॥ বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে কোন কাজটি সহজ হয়?

উত্তর : বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে খুব সহজেই ক্রেতাসাধারণকে পণ্য বা সেবা ক্রয়ে উদ্বুদ্ধ করা যায়।

প্রশ্ন ১৩ ॥ কিসের মাধ্যমে ক্রেতাকে খুব সহজে পণ্য ক্রয়ে উদ্বুদ্ধ করা যায়?

উত্তর : বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে ক্রেতাকে খুব সহজে পণ্য ক্রয়ে উদ্বুদ্ধ করা যায়।

প্রশ্ন ১৪ ॥ ক্যালেন্ডার কোন ধরনের বিজ্ঞাপন?

উত্তর : ক্যালেন্ডার একটি লিফলেট জাতীয় বিজ্ঞাপন।

প্রশ্ন ১৫ ॥ বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে নির্বাচনের বিবেচ্য বিষয় কী?

উত্তর : পণ্যের চাহিদা, গুণাগুণ, মূল্য ও ক্রেতাদের সার্বিক অবস্থা বিজ্ঞাপনের মাধ্যম নির্বাচনের অন্যতম বিবেচ্য বিষয়।

প্রশ্ন ১৬ ॥ পারিবারিক পত্রিকা কোন ধরনের বিজ্ঞাপন মাধ্যম?

উত্তর : পারিবারিক পত্রিকা একটি সাময়িকী বিজ্ঞাপন মাধ্যম।

প্রশ্ন ১৭ ॥ ‘স্বদেশি পণ্য কিনে হও ধন্য’- এটি কী?

উত্তর : ‘স্বদেশি পণ্য কিনে হও ধন্য’ একটি বিজ্ঞাপনী সেরাগান।

প্রশ্ন ১৮ ॥ বিক্রয়কর্মী দ্বারা কী প্রভাবিত হয়?

উত্তর : ব্যবসায়ের সফলতা ও ব্যর্থতা একজন বিক্রয়কর্মী দ্বারা প্রভাবিত হয়।

● ■ অনুধাবনমূলক প্রশ্ন ও উত্তর ■ ●

প্রশ্ন ১ ॥ বিপণন বলতে কী বোঝ?

উত্তর : সাধারণ অর্থে পণ্যদ্রব্য বা সেবাসামগ্রী ক্রয়-বিক্রয়ের কাজকে বিপণন বলে। কিন্তু প্রকৃত অর্থে বিপণনের ধারণা আরও অনেক ব্যাপক। ব্যাপক অর্থে পণ্য দ্রব্য বা সেবাসামগ্রী উৎপাদনকারী থেকে ভোক্তা বা ব্যবহারকারীর নিকট পৌঁছে দেওয়া পর্যন্ত সকল কাজকে বিপণন বা বাজারজাতকরণ বলে। অর্থাৎ ক্রয়-বিক্রয়, পরিবহন, গুদামজাতকরণ, প্রমিতকরণ, পর্যাণিতকরণসহ যাবতীয় কাজের সমষ্টি হলো বিপণন।

প্রশ্ন ২ ॥ বাজারজাতকরণ কার্যাবলি বলতে কী বোঝায়?

উত্তর : বাজারজাতকরণ কার্যাবলি বলতে উৎপাদনস্থল থেকে দ্রব্যসামগ্রী ভোক্তার কাছে পৌঁছে দেওয়ার যাবতীয় কাজকে বোঝায়। বর্তমান বৃহদায়তন উৎপাদনের যুগে পণ্যসামগ্রী উৎপাদনস্থল থেকে বিভিন্ন স্থানে অবস্থানকারী ভোক্তার নিকট তাদের চাহিদা অনুযায়ী পৌঁছানোর জন্য যেসব কাজ সম্পাদনের প্রয়োজন হয় তা বাজারজাতকরণ কার্যাবলি নামে

অভিহিত। যেমন : ক্রয়-বিক্রয়, পরিবহন, গুদামজাতকরণ, প্রমিতকরণ, পর্যাণিতকরণ, তথ্য সংগ্রহ, ভোক্তা বিশ্লেষণ প্রভৃতি।

প্রশ্ন ৩ ॥ মোড়কিকরণের প্রয়োজনীয়তা বুঝিয়ে লেখ।

উত্তর : পণ্য আকর্ষণীয় করে ক্রেতা ও ভোক্তার নিকট তুলে ধরতে মোড়কিকরণ প্রয়োজন। তাছাড়া মোড়কের গায়ে পণ্যসম্পর্কিত গুরুত্বপূর্ণ তথ্য যেমন : উৎপাদন তারিখ, পণ্যের উপকরণের পরিমাণ, ব্যবহারবিধি প্রভৃতি দেওয়া থাকে, যা সহজেই ভোক্তার কাছে পণ্যকে জনপ্রিয় করে তুলতে পারে। মোড়কিকরণ পণ্যকে নষ্ট হওয়ার হাত থেকে রক্ষা করে, পণ্য ভাঙা বা যে কোনো প্রকার বতি হতে রবার জন্য এবং ক্রেতার নিকট গ্রহণযোগ্যতা বৃদ্ধিতে মোড়কিকরণ গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখে।

প্রশ্ন ৪ ॥ বিপণনের যে কোনো দুটি কার্যাবলি ব্যাখ্যা কর।

উত্তর : বিপণনের বিভিন্ন কাজের মধ্যে ক্রয় এবং বিক্রয় অন্যতম। নিচে এই কাজ দুটি সংক্ষেপে বর্ণনা করা হলো :

ক্রয় : ক্রয় বিপণনের অন্যতম কাজ। নিজস্ব ব্যবহার বা পুনরায় বিক্রয়ের জন্য পণ্যদ্রব্য বা সেবাসামগ্রী ক্রয় করতে হয়। পণ্যদ্রব্য বা সেবাসামগ্রী ক্রয়ের মাধ্যমে পণ্যের মালিকানা সৃষ্টি হয়।

বিক্রয় : বিপণনের একটি আবশ্যিকীয় কাজ হচ্ছে পণ্যের ক্রেতা ও বিক্রেতাকে একত্রিত করা। বিক্রয়ের মাধ্যমে পণ্যের মালিকানা হস্তান্তর হয়।

প্রশ্ন ৫ ॥ বণ্টন প্রণালি বলতে কী বোঝ?

উত্তর : যে প্রক্রিয়ায় পণ্য বা সেবা উৎপাদনকারী থেকে প্রকৃত ভোক্তা বা ব্যবহারকারীর নিকট পৌঁছে তাকে বণ্টন প্রণালি বলে। এটি এমন একটি পথ যা দিয়ে পণ্য বা সেবার মালিকানা ভোক্তার নিকট পৌঁছায়। পণ্য ও সেবার ধরন ও বৈশিষ্ট্যের ওপর ভিত্তি করে পণ্যের বণ্টন প্রণালি নির্ধারণ করা হয়।

প্রশ্ন ৬ ॥ বিজ্ঞাপনের গুরুত্ব সর্বাঙ্গিকভাবে তুলে ধর।

উত্তর : বর্তমানে বিজ্ঞাপন খুবই কার্যকর মাধ্যম। নিচে সংক্ষেপে বিজ্ঞাপনের গুরুত্ব তুলে ধরা হলো :

বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে পণ্যের মান, মূল্য ও ব্যবহারবিধি ক্রেতা ও জনসাধারণের কাছে তুলে ধরা হয়। ফলে চাহিদা বৃদ্ধি পায়, উৎপাদন ও বিক্রয়ের পরিমাণ বাড়ে এবং মুনাফা বৃদ্ধি পায়।

বিজ্ঞাপন পণ্যের প্রচারে গতিশীলতা আনে।

বিজ্ঞাপন জনসাধারণের জাতীয়তাবোধ জাগ্রত করে দেশীয় পণ্য ব্যবহার ও ক্রয়ে ভূমিকা রাখে।

প্রশ্ন ৭ ॥ বিজ্ঞাপনের মাধ্যম বলতে কী বোঝ?

উত্তর : যে মাধ্যম ব্যবহার করে একজন ব্যবসায়ী তার পণ্য বা সেবাসামগ্রীর বিজ্ঞাপন প্রদান করেন, তাকে বিজ্ঞাপনের মাধ্যম বলে। বিজ্ঞাপনের বিভিন্ন মাধ্যম রয়েছে। সব ধরনের ব্যবসায়ের জন্য কিংবা সব ধরনের পণ্যের একই বিজ্ঞাপন মাধ্যম ব্যবহার করা হয় না। পণ্যের চাহিদা, গুণাগুণ, মূল্য ও ক্রেতাদের কথা বিবেচনা করে বিজ্ঞাপনের মাধ্যম নির্বাচন করতে হয়। সংবাদপত্র, সাময়িকী, প্রচারপত্র, বিজ্ঞাপনী ফলক, প্রাচীরপত্র, টেলিভিশন, রেডিও, চলচ্চিত্র, পণ্যসজ্জা, মেলা বা প্রদর্শনী প্রভৃতি বিজ্ঞাপনের মাধ্যম হিসেবে বিবেচিত হয়।