

বেপজা পাবলিক স্কুল ও কলেজ চট্টগ্রাম

২০১৯-২০ সেশনের শিক্ষার্থীদের জন্য

বিষয় : উৎপাদন ব্যবস্থাপনা ও বিপণন ২য় পত্র

১০ অধ্যায় : বিপণনের সমসাময়িক বিষয়াবলী

নমুনা প্রশ্ন-০১

প্রশ্ন : জনাব করিম চট্টগ্রাম শহরের প্রাণকেন্দ্রে ‘স্বপ্নীল’ নামক একটি বিপণি স্থাপন করেন। এই বিপণিতে স্বসেবায় কমমূল্যে খাদ্যসামগ্রী, মুদি, গৃহস্থলী পণ্য বিক্রি করা হয়। উল্লেখ্য প্রতিটি পণ্যের মূল্য, পরিমাণ, ওজন, উৎপাদনের তারিখ প্রভৃতি লেভেলে লাগানো থাকে। ফলে ক্রেতারা খুব সহজেই পণ্য কিনতে পারে। সার্বক্ষণিক যোগাযোগ এর জন্য তিনি একটি ওয়েবসাইট চালু করেন। ফলে প্রতিষ্ঠানে বিক্রি এভং মুনাফার পরিমাণ বেড়ে যাচ্ছে।

- | | |
|--|---|
| ক) ক্যাটালগ মার্কেটিং কী? | ১ |
| খ) “প্রচারেই প্রসার”-ব্যখ্যা করো। | ২ |
| গ) উদ্দীপকে “স্বপ্নীল” কোন ধরনের খুচরা বিপণি? ব্যখ্যা করো। | ৩ |
| ঘ) উদ্দীপকের আলোকে জনাব করিমের “স্বপ্নীল” বিপণিতে বিক্রি বাড়ার কারণ বিশ্লেষণ করো। | ৪ |

ক) উত্তরঃ ই-মেইল বা টেলিফোনের মাধ্যমে ক্যাটালগ সরবরাহ করে ক্রেতাকে পণ্য সম্পর্কে জানানো ও বিক্রির চেষ্টাকে ক্যাটালগ মার্কেটিং বলে।

খ) উত্তরঃ গণমাধ্যমে অর্থ না দিয়ে কোনো পণ্য, সেবা বা ধারণা সম্পর্কে জনসাধারণের কাছে অনুকূল মতামত উপস্থাপন করা হলে তাকে প্রচার বলে।

গণমাধ্যমে প্রচারিত হওয়ায় এবং জনকল্যাণ সাধনই প্রচারের উদ্দেশ্য বলে এর গ্রহণযোগ্যতাও বেশি। এতে জনসাধারণ আস্থার সাথে পণ্য কেনে। ফলে পণ্য বা সেবার বাজার বাড়ে। তাই বলা যায়, প্রচারেই প্রসার।

গ) উত্তরঃ জ্ঞান- সুপার মার্কেট।

ঘ) উত্তরঃ জ্ঞান- অনলাইন মার্কেটিং।

নমুনা প্রশ্ন-০২

প্রশ্ন : ঢাকা-আরিচা মহাসড়কের পার্শ্বে সাভারের আশেপাশের ক্রেতাদের সুবিধার কথা চিন্তা করে অমল কান্তি বালা “প্রিয়ন্তী শপিং কমপ্লেক্স” নামে একটি শপিং স্টোর প্রতিষ্ঠা করেন। উক্ত প্রতিষ্ঠানে মানুষের নিত্য প্রয়োজনীয় সব ধরনের পণ্য পাওয়া যায় এবং এতে পণ্য কেনা-বেচার আনুষঙ্গিক সব সুযোগ-সুবিধা বিদ্যমান। উক্ত শপিং সেন্টারে ‘রাতুল ট্রেডার্স’ নামে একটি স্টোর আছে। যার মালিক ও পরিচালক একই ব্যক্তি। তিনি বিভিন্ন ধরনের পণ্য আলাদাভাবে বিভিন্ন বিভাগে সাজিয়ে বিক্রি করেন।

- | | |
|--|---|
| ক) গ্রিন মার্কেটিং কী? | ১ |
| খ) “অনলাইন বিপণন হচ্ছে প্রত্যক্ষ বিপণনের একটি সহজ পন্থা”-ব্যাখ্যা করো। | ২ |
| গ) উদ্দীপকে উল্লিখিত ‘প্রিয়ন্তী’ শপিং সেন্টারটি কোন ধরনের বিপণিকেন্দ্র? ব্যাখ্যা কর। | ৩ |
| ঘ) “রাতুল ট্রেডার্স থেকে পণ্য কেনায় ক্রেতারা খুশি”-খুচরা ব্যবসায়ের ধরন উল্লেখপূর্বক তোমার মতামত দাও। | ৪ |

ক) উত্তরঃ গ্রিন মার্কেটিং হলো পণ্য বিপণনের এমন একটি মতবাদ, যেখানে পরিবেশের ভারসাম্য রক্ষা করাকে সর্বোচ্চ গুরুত্ব দিয়ে বিপণন কার্যাবলি পরিচালনা করা হয়।

খ) উত্তরঃ কম্পিউটার ও ইন্টারনেট প্রযুক্তি ব্যবহারের মাধ্যমে অনলাইন বিপণন কৌশল পরিচালিত হয়।

অনলাইন এর মাধ্যমে ক্রেতা ও বিক্রেতা যোগাযোগ করে পণ্য কেনা-বেচা করতে পারে। এতে কম সময় ব্যয় হয়। আবার স্বশরীরে উপস্থিত না হওয়ায় শ্রম ও সাশ্রয় হয়। আর এটি প্রত্যক্ষ বিপণনের একটি নতুন পন্থা। এসব কারণেই একে প্রত্যক্ষ বিপণনের সহজ পন্থা বলা হয়।

গ) উত্তরঃ জ্ঞান- পরিকল্পিত বিপণি কেন্দ্র।

ঘ) উত্তরঃ জ্ঞান- বিভাগীয় বিপণি।

নমুনা প্রশ্ন-০৩

প্রশ্ন : জনাব ইমন ঢাকার নিউমার্কেটে বিশাল জায়গা ভাড়া নিয়ে একটি স্টোর স্থাপন করলেন। এতে নানান ধরনের পণ্য পাওয়া যায়। প্রতিষ্ঠানটিতে পণ্য বিক্রির জন্য স্বাধীন বিভাগ আছে। এছাড়া আকর্ষণীয়ভাবে সুসজ্জিত থাকায় তার প্রতিষ্ঠানে সব সময় ক্রেতাদের ভিড় লেগেই থাকে। জনাব ইমন প্রতিটি বিভাগ কেন্দ্রীয়ভাবে নিয়ন্ত্রণ করার ব্যবস্থা করেছেন। বেশি বিক্রির আশায় তিনি কয়েকজন কর্মী নিয়োগ করলেন, যারা শুধু টেলিফোনের মাধ্যমে ক্রেতাদের সাথে সরাসরি যোগাযোগ করবেন।

- | | |
|---|---|
| ক) বহির্মুখী টেলিমার্কেটিং কী? | ১ |
| খ) যমুনা ফিউচার পার্ক কোন ধরনের বিপণন? ব্যাখ্যা করো। | ২ |
| গ) জনাব ইমনের স্টোরটির ধরন উল্লেখপূর্বক ব্যাখ্যা করো। | ৩ |
| ঘ) বেশি বিক্রির আশায় জনাব ইমন কর্তৃক নেওয়া প্রত্যক্ষ বিপণন পদ্ধতিটির যৌক্তিকতা বিশ্লেষণ কর। | ৪ |

ক) উত্তরঃ বিপণনকারী উদ্যোগী হয়ে পণ্য বা সেবা বিক্রির জন্য ক্রেতাদের সঙ্গে যোগাযোগ করলে তাকে বহির্মুখী টেলিমার্কেটিং বলে।

খ) উত্তরঃ যমুনা ফিউচার পার্ক হলো একটি পরিকল্পিত বিপণি।

যে সুবিন্যস্ত বিপণিতে পার্কিং, খেলাধুলা, বিনোদনসহ কেনাকাটার অত্যাধুনিক সুযোগ-সুবিধা বিদ্যমান থাকে, তাকে পরিকল্পিত বিপণি বলে। যমুনা ফিউচার পার্ক বিপণিকেন্দ্রে মানুষের প্রয়োজনীয় সব পণ্য সমজাতীয়তার ভিত্তিতে বিন্যাস করা আছে। কেনাকাটার উন্নত পরিবেশ এবং নিরাপদ আর্থিক লেনদেনের জন্য প্রয়োজনীয় ব্যাংক ও বিমার ব্যবস্থাও এখানে আছে। এখানে ফুড কর্নার, সিনেমা হল, শিশুপার্ক, সম্মেলন কক্ষেরও ব্যবস্থা আছে।

গ) উত্তরঃ জ্ঞানঃ বিভাগীয় পিণি।

ঘ) উত্তরঃ জ্ঞানঃ বহির্মুখী টেলিমার্কেটিং।

নমুনা প্রশ্ন-০৪

প্রশ্ন : রূপসা ইকো-পার্ক খুলনা শহরের কেন্দ্রস্থলে অবস্থিত শীতাতপ নিয়ন্ত্রিত শপিং সেন্টার। এখানে বাচ্চাদের খেলাধুলার ব্যবস্থা, নিরাপত্তামূলক পরিবেশ, উন্নত যোগাযোগ ও পার্কিং এর ব্যবস্থা থাকায় ক্রেতারা সহজেই কেনাকাটা করতে পারে। এছাড়া প্রতিষ্ঠানটি পরিবেশ দূষণরোধ, পরিবেশ উন্নয়ন ও টেকসই বিপণনের ওপর বেশি গুরুত্ব দিয়ে থাকে। ফলে ব্যবসায় জগতে উক্ত প্রতিষ্ঠানটি ব্যাপক সাফল্য অর্জনে সক্ষম হচ্ছে।

- | | |
|---|---|
| ক) ব্যক্তিক বিক্রয় কী? | ১ |
| খ) বিজ্ঞাপন বলতে কী বোঝায়? | ২ |
| গ) উদ্দীপকের 'রূপসা ইকো-পার্ক' কোন ধরনের বিপণি? ব্যাখ্যা করো। | ৩ |
| ঘ) উদ্দীপকের প্রতিষ্ঠানটির সাফল্যের কারণ বিশ্লেষণ করো। | ৪ |

ক) উত্তরঃ ক্রেতার মুখোমুখি হয়ে বিক্রয়কর্মীর নিজে পণ্য বা সেবা সম্পর্কে ক্রেতাদের কাছে অনুকূল ধারণা উপস্থাপন ও বিক্রির চেষ্টাই হলো ব্যক্তিক বিক্রয়।

খ) উত্তরঃ অর্থের বিনিময়ে, পণ্য বা সেবার নৈর্ব্যক্তিক উপস্থাপনকে বিজ্ঞাপন বলা হয়।

বিজ্ঞাপন হলো বিপণন প্রসারের অন্যতম হাতিয়ার। এর মাধ্যমে পণ্যের জ্ঞানসংক্রান্ত বাধা দূর করা হয়। এর মাধ্যমে ক্রেতাদেরকে পণ্য সম্পর্কিত তথ্যাদি জানানো হয় এবং তাদেরকে পণ্য কিনতে আগ্রহী করে তোলা হয়। ফলে পণ্যের বাজার চাহিদা এবং বিক্রি বাড়ার সম্ভাবনা তৈরি হয়।

গ) উত্তরঃ জ্ঞানঃ পরিকল্পিত বিপণি কেন্দ্র।

ঘ) উত্তরঃ জ্ঞানঃ গ্রিন মার্কেটিং।

নমুনা প্রশ্ন-০৫

প্রশ্ন : জাপানফেরত মি. জিতু বাংলাদেশের গুরুত্বপূর্ণ শহরগুলোর বাণিজ্যিক কেন্দ্রে ‘জিপান’ নামে ২৫টি দোকান বা বিপণি প্রতিষ্ঠা করেন। তিনি বিভিন্ন ব্র্যান্ডের উন্নতমানের পণ্য এসব বিপণিতে একই নীতি অনুসরণ করে বিক্রি করেন। ফলে তার ব্যবসায় সফলতা বাড়ছে। ব্যবসায় সম্প্রসারণের লক্ষ্যে তিনি ঢাকা শহরে নতুন একটি বিল্ডিং ভাড়া নিয়ে পৃথক পৃথক বিভাগের মাধ্যমে পণ্য বিক্রির সিদ্ধান্ত নেন।

- | | |
|---|---|
| ক) হোম শপিং চ্যানেল কী? | ১ |
| খ) প্রত্যক্ষ বিপণন সহজ ও ব্যক্তিগত-ব্যখ্যা কর। | ২ |
| গ) ‘জিপান’ কোন ধরনের বিপণি? ব্যাখ্যা করো। | ৩ |
| ঘ) উদ্দীপকে উল্লিখিত মি. জিতুর ব্যবসায় সম্প্রসারণের সিদ্ধান্তটির যথার্থতা মূল্যায়ন করো। | ৪ |

ক) উত্তরঃ যে বন্টন প্রণালির মাধ্যমে ক্রেতার ঘরে বসে অনলাইন পদ্ধতিতে পণ্য কিনতে পারে, তাকে হোম শপিং চ্যানেল বলে।

খ) উত্তরঃ প্রত্যক্ষ বিপণন হচ্ছে একটি প্রক্রিয়া, যার মাধ্যমে ভোক্তাদের প্রত্যেকের সাথে সরাসরি যোগাযোগের মাধ্যমে পণ্য ও সেবাসামগ্রী বিক্রির প্রচেষ্টা চালানো হয়।

প্রত্যক্ষ বিপণনে সম্ভাব্য ক্রেতাদের সাথে সরাসরি যোগাযোগ মাধ্যমে পণ্য বা সেবা সামগ্রীর বিভিন্ন, দিক তুলে ধরে অর্ডার দেওয়ার জন্য উদ্বুদ্ধ করা হয়ে। এ ধরনের বিপণনে তাত্ক্ষণিক দীর্ঘমেয়াদি বিক্রির প্রচেষ্টা চালানো হয়। ভোক্তাদের সাথে ব্যক্তিগতভাবে সরাসরি যোগাযোগ করে বিক্রি করার প্রচেষ্টা করা হয় বলে এটি সহজ ও ব্যক্তিগত।

গ) উত্তরঃ চেইন স্টোর বা বিপণিমালা।

ঘ) উত্তরঃ বিভাগীয় বিপণি।