

বেপজা পাবলিক স্কুল ও কলেজ চট্টগ্রাম
২০১৯ -২০ সেশনের শিক্ষার্থীদের জন্য
উৎপাদন ব্যবস্থাপনা ও বিপণন
অধ্যায় ৮ -বিক্রয় প্রসার ও বিজ্ঞাপন
নমুনা প্রশ্ন ০১

জনি ট্রেডার্স দীর্ঘদিন ধরে সাফল্যের সাথে প্রসাধনসামগ্রী বিপণন করছে। সম্প্রতি প্রতিযোগী প্রতিষ্ঠান সানি ট্রেডার্স একটি পণ্য কিনলে একটি ক্রি দেওয়ায় জনি ট্রেডার্স এর বিক্রি কিছুটা কমে যায়। ফলে প্রতিষ্ঠানটি বিক্রি বাড়ানোর লক্ষ্যে চিহ্নিত উদ্যোক্তা কতক অর্থ প্রদত্ত মাধ্যম প্রয়োগের সিদ্ধান্ত নিয়ে সফল হন।

ক. জনসংযোগ কী?

খ. প্রচারেই প্রসার -ব্যাখ্যা করো।

গ. সানি ট্রেডার্স বিপণন প্রসারের যে হাতিয়ার ব্যবহার করেছে তা ব্যাখ্যা করো।

ঘ. জনি ট্রেডার্স এর ব্যবহৃত প্রসার কৌশল সানি ট্রেডার্স থেকে ভিন্ন-তুমি কি একমত? জনি ট্রেডার্স এর ব্যবহৃত প্রসার কৌশলের হাতিয়ার উল্লেখপূর্বক উক্তিটি মূল্যায়ন করো।

উত্তর: ক. কোন প্রতিষ্ঠানের অনুকূল ভাবমূর্তি সৃষ্টি করে পণ্য বা সেবার বিক্রি বাড়ানোর বিশেষ কার্যক্রমকে জনসংযোগ বলে।

খ. গণমাধ্যমে অর্থ না দিয়ে কোন পণ্য সেবা বা ধারণা সম্পর্কে জনসাধারণের কাছে অনুকূল মতামত উপস্থাপন করা হলে তাকে প্রচার বলে।

গণমাধ্যমে প্রচারিত হওয়ায় এবং জনকল্যান সাধনই প্রচারের উদ্দেশ্য বলে এর গ্রহণযোগ্যতাও বেশী। এতে জনসাধারণ কোন প্রতিষ্ঠানের পণ্য আশ্বাস সাথে কিনতে পারে। ফলে সেই পণ্য বা সেবার বাজার বাড়ে। তাই বলা যায় প্রচারেই প্রসার।

গ. জ্ঞান: বিক্রয় প্রসার।

ঘ. জ্ঞান: বিজ্ঞাপন

নমুনা প্রশ্ন -০২

একটি কোম্পানি তাদের নতুন পণ্য বাজারে এনেছে। উদ্বোধনী অনুষ্ঠানে দেশের স্বনামধন্য কয়েকজন ব্যক্তিকে আমন্ত্রণ জানিয়েছেন। ফলে তাদের অনুষ্ঠানের এ খবরটি দেশের প্রতিটি টেলিভিশন চ্যানেলে সংবাদ আকারে প্রকাশিত হলো। নতুন পণ্যটি বিপণনে তাদের কৌশল হলো-বিক্রয়কর্মীরা সম্ভাব্য ক্রেতার কাছে সরাসরি গিয়ে পণ্য সম্পর্কে তথ্য প্রদান করে তাদেরকে ক্রয়ে উৎসাহিত করবে।

ক. প্রচারপত্র কী?

খ. বিজ্ঞাপনকে অর্থ প্রদত্ত নৈব্যক্তিক উপস্থাপন বলা হয় কেন? ব্যাখ্যা কর।

গ. উদ্দীপকের বর্ণনা অনুযায়ী পণ্যটির প্রকাশিত সংবাদ বিপণন প্রসারের কোন হাতিয়ারের অন্তর্ভুক্ত? ব্যাখ্যা করো।

ঘ.পণ্যটি বিপণনে তাদের গৃহীত কৌশল বিপণন প্রসারের যে হাতিয়ারের অন্তর্ভুক্ত উদ্দীপকের আলোকে তার গ্রহণযোগ্যতা মূল্যায়ন করো।

উত্তরঃক.পণ্যের বৈশিষ্ট্য,গুণাগুণ,উপযোগিতা ইত্যাদি কাগজে ছাপিয়ে জনবহুল স্থানে লোক মারফত বিলি করা বা ডাকযোগে মানুষের নিকট প্রেরণ করাকে প্রচারপত্র বলে।

খ.চিহ্নিত উদ্যোক্তা কতক যেকোন অর্থপ্রদত্ত উপায়ে পণ্য সেবা বা ধারণার নৈব্যক্তিক উপস্থাপনাকে বিজ্ঞাপন বলে।

বিজ্ঞাপনের যে সকল বৈশিষ্ট্য লক্ষ্য করা যায় তাদের মধ্যে অন্যতম দুটি বিষয়ের একটি হলো অর্থ প্রদত্ত এবং অন্যটি হলো নৈব্যক্তিক উপস্থাপনা।পণ্য বা সেবা প্রচারের জন্য বিজ্ঞাপনী সংস্থা এবং বিজ্ঞাপন মাধ্যমকে অর্থ প্রদান করতে হয়।একারণে বিজ্ঞাপনকে অর্থ প্রদত্ত মাধ্যম বলা হয়।আবার বিজ্ঞাপনে সর্বসাধারণের জ্ঞাতার্থে পণ্য বা সেবার গুণাগুণ,বৈশিষ্ট্য,ব্র্যান্ড ইত্যাদি সম্পর্কে নানা তথ্য উপস্থাপন করা হয়।এখানে কোন ব্যক্তি বিশেষকে পণ্য ক্রয়ে সরাসরি আমন্ত্রণ জানানো হয় না।তাই বিজ্ঞাপনকে নৈব্যক্তিক উপস্থাপনা বলা হয়।

গ.জ্ঞানঃপ্রচার

ঘ.জ্ঞানঃব্যক্তিক বিক্রয়।

নমুনা প্রশ্ন-০৩

মৌ ফুডস সারা বাংলাদেশে তৃপ্তি নামে নুডলস বিপণন করে।এটি প্রথম বাজারে আসার পর ক্রেতাদের মধ্যে বিনামূল্যে ছোট নুডলস এর প্যাকেট বিতরণ করেছে।বর্তমানে মৌ ফুডস বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে ক্রেতাদের তৃপ্তি নুডলস এর প্রস্তুত প্রণালী দেখাতে চায়।

ক.বহুল ব্যবহৃত প্রসার হাতিয়ার কোনটি?

খ.কুপন বলতে কী বুঝায়?

গ.মৌ ফুডস কোন ধরনের বিক্রয় প্রসার হাতিয়ার ব্যবহার করে?

ঘ.উদ্দীপকের মৌ ফুডস এর বিজ্ঞাপনের জন্য যে মাধ্যম ব্যবহার করা উচিত তার যথার্থতা বিশ্লেষণ করো।

উত্তরঃক.বহুল ব্যবহৃত প্রসার হাতিয়ার বিজ্ঞাপন।

খ.কুপন হচ্ছে এমন একটি সনদ যা পণ্য ক্রয়ের ক্ষেত্রে ক্রেতার অর্থ বাঁচাতে সাহায্য করে।

কুপন ডাকযোগে প্যাকেটের সাথে বা অন্য পণ্যের সাথে প্রদান করা যায়।আমাদের দেশে অনেক সময় পত্রিকায় বিজ্ঞাপনের সাথে কুপন ছাপানো হয়।যা কেটে দোকানে নিয়ে গেলে ১০%-২০% কম মূল্যে পণ্য কেনা যায়।

গ.জ্ঞানঃনমুনা পণ্য বিতরণ

ঘ.জ্ঞানঃটেলিভিশন।

নমুনা প্রশ্ন -০৪

ফেয়ার এন্ড ফেয়ার লি.তাদের প্রসাধন সামগ্রীর ব্যাপক প্রচারের জন্য বিভিন্ন রেডিও চ্যানেলকে প্রচুর অর্থ প্রদান করে।কিন্তু তারপরেও প্রতিষ্ঠানটি বিক্রির লক্ষ্যমাত্রা অর্জনে ব্যর্থ হন।কারণ তারা প্রসাধনসামগ্রীর প্রচারের জন্য উপযুক্ত মাধ্যম নির্বাচন করতে পারে নি।ফলে প্রতিষ্ঠানটি তার ভবিষ্যৎ ব্যবসায়িক সাফল্য নিয়ে চিন্তিত হয়ে পড়ে।

ক.পুশ মানি কী?

খ.বিক্রয় প্রসার নতুন পণ্য প্রচলনে সহায়তা করে-ব্যাখ্যা করো।

গ.উদ্দীপকে উল্লিখিত প্রসারমূলক কার্যক্রমটি কোন ধরনের?

ঘ.উপযুক্ত বিজ্ঞাপন মাধ্যম নির্বাচন করতে না পারাই ফেয়ার এন্ড ফেয়ার লিঃ এর ব্যর্থতার মূল কারণ-তুমি কি একমত?যুক্তি দাও।

উত্তরঃক.উৎপাদনকারীর পণ্য ভোক্তাদের কাছে পৌছানোর জন্য ডিলার ও পুনঃবিক্রেতাদের উৎসাহিত করতে যে নগদ অর্থ বা উপহারসামগ্রী দেয়া হয় তাকে পুশ মানি বলে।

খ.পণ্যের বিক্রি বাড়ানোর জন্য নেয়া স্বল্প মেয়াদী পদক্ষেপকে বিক্রয় প্রসার বলে।

বিক্রয় প্রসার কর্মসূচীর মাধ্যমে কোন প্রতিষ্ঠান তাদের পণ্য সম্পর্কে ক্রেতাদের মাঝে সাড়া ফেলে।এতে পণ্যটি বাজারে পরিচিতি পায়।নমুনা বিতরন,সৌজন্য পণ্য দেয়া,অর্থ ফেরত পদ্ধতি প্রভৃতি বিক্রয় প্রসার কৌশল বাজারে নতুন পণ্য প্রচলনে সহায়তা করে।

গ.বিজ্ঞাপন

ঘ.টেলিভিশন।

নমুনা প্রশ্ন-০৫

সাজঘর রাজশাহী শহরের অতিপরিচিত একটি পোশাক বিক্রয়কারী প্রতিষ্ঠান।সামনে ঈদ তাই নতুন ডিজাইনের পোশাক আনার জন্য পুরাতন পোশাক গুলো অতিদ্রুত বিক্রয়ের সিদ্ধান্ত নিলেন।মাত্র সাত দিনের জন্য ৫০% মূল্য হ্রাস লিখে দোকানের সামনে টাঙ্গিয়ে দিলেন।ব্যাস বিক্রয় বেড়ে গেল।এদিকে ঈদের মধ্যে কয়েকজন স্মার্ট ও শিক্ষিত বিক্রয়রমী ও নিয়োগ দিলেন যারা তাদের ব্যবহার,কথাবার্তা,সততা ও বিশ্বস্ততা দিয়ে তার দোকানের বিক্রয়কে বহুগুণ বাড়িয়ে দিয়েছে।

ক.ইভেন্ট কী?

খ.পরিবহন বিজ্ঞাপন বলতে কী বোঝায়?ব্যাখ্যা করো।

গ.সাজঘর এর সামনের লেখাটি বিপণন প্রসারের কোন হাতিয়ারের অন্তর্ভুক্ত?

ঘ.নিয়োগপ্রাপ্ত কর্মীদের গুণাবলীই সাজঘর এর সফলতার মূল কারণ-উদ্দীপকের আলোকে বিষয়টি মূল্যায়ন করো।

উত্তরঃক.সুসংবদ্ধ ও পরিকল্পিত ঘটনাই হলো ইভেন্ট।

খ.বাস,ট্রেন,মোটরগাড়ি,লঞ্চ প্রভৃতির গায়ে পোস্টার লাগিয়ে বা লিখে বিজ্ঞাপন দেওয়াই হলো পরিবহন বিজ্ঞাপন।

এটি বিজ্ঞাপনের একটি বহুল প্রচলিত মাধ্যম।এর মাধ্যমে সহজেই জনগণের কাছে পণ্যকে উপস্থাপন করা যায়।আমাদের দেশের বাস ও ট্রাকগুলোতে পরিবহন বিজ্ঞাপনের প্রচলন বেশি দেখা যায়।

গ.বিক্রয় প্রসার

ঘ.বিক্রয়িকতার সংজ্ঞা দিয়ে তার গুরুত্বের আলোকে মূল্যায়ন করতে হবে।