

PRINCIPLES OF MARKETING

SUBJECT CODE-25851

ANJUMANUARA
JUNIOR INSTRUCTOR

অধ্যায়-১ (বাজারজাতকরণ পরিচিতি)

বাজারজাতকরণ

ভোক্তার অভাব ও প্রয়োজন মেটানোর নিমিত্তে ও প্রাতিষ্ঠানিক বাণিজ্যিক উদ্দেশ্য অর্জনের লক্ষ্যে পণ্য উৎপাদন পূর্ব কিছু কার্যক্রম থেকে শুরু করে ভোক্তা বা ক্রেতার নিকট পণ্য বা সেবা পৌছানো ও পণ্যটি ভোগ বা ব্যবহার পরবর্তী কিছু কার্যক্রমের সমষ্টিকে বাজারজাতকরণ বলে।

একটি পণ্য উৎপাদনের পূর্বে বাজারজাতকরণের কিছু কাজ করতে হয়। যেমন, পণ্যটির বাজার জরিপ করা, পণ্যটির চাহিদা নির্ণয় করা, পণ্য উৎপাদনের জন্য প্রয়োজনীয় অর্থ জোগাড় করা, বাজারে প্রতিযোগিতা কেমন আছে তা নির্ণয় করা ইত্যাদি। পণ্য উৎপাদন করার পর বাজারজাতকরণের সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ কাজ গুলো করতে হয়। পণ্য মোডকীকরণ, গুদামজাতকরণ, পরিবহণ, মূল্য নির্ধারণ, বন্টন, প্রসার, মান নির্ধারণ ইত্যাদি বাজারজাতকরণ কাজ গুলো এই পর্যায়ে করতে হয়।

অধ্যাপক ফিলিপ কোটলার ও গ্যারি আর্মস্ট্রং বলেন, “ বাজারজাতকরণ হচ্ছে একটি সামাজিক ও ব্যবস্থাপকীয় প্রক্রিয়া যার দ্বারা ব্যক্তি ও গোষ্ঠী পণ্য উৎপাদন, মূল্য সৃষ্টি অথবা অন্যের সাথে বিনিময়ের মাধ্যমে তাদের প্রয়োজন ও অভাব পূরণ করা হয়।”

বাজারজাতকরণ কার্যাবলি

বাজারজাতকরণ কার্যাবলী হচ্ছে উৎপাদনকারী,
মধ্যস্থ ব্যবসায়ী এবং ভোক্তার মধ্যে সম্পাদিত
সমন্বিত কার্য-প্রক্রিয়া।

বাজারজাতকরণ কার্যাবলি

বিনিময় কার্যাবলি	বন্টন কার্যাবলি	প্রসারমূলক কার্যাবলি	সহায়ক কার্যাবলি
১। ক্রয় ২। বিক্রয় ।	১। পরিবহন ২। গুদামজাতকরণ ৩। মোড়কীকরণ।	১। বিজ্ঞাপন ২। ব্যক্তিক বিক্রয় ৩। জনসংযোগ ৪। বিক্রয় প্রসার ।	১। অর্থসংস্থান ২। ঝুঁকি গ্রহণ ৩। মান নির্ধারণ ও শ্রেণিবদ্ধকরণ ৪। বাজার তথ্যসংগ্রহ ৫। বিক্রয়োত্তর সেবা দান ।

চতুর্থ শিল্প বিপ্লব ও বিপণন ব্যবস্থা

সংক্ষেপে, চতুর্থ শিল্প বিপ্লব হল উৎপাদন পদ্ধতিতে এবং প্রযুক্তিতে স্বয়ংক্রিয়করণ এবং তথ্য আদান-প্রদানের প্রচলন। যার মধ্যে সাইবার ফিজিক্যাল সিস্টেম (সিপিএস), আইওটি, ইন্ডাস্ট্রিয়াল ইন্টারনেট অফ থিংস, ক্লাউড কম্পিউটিং, , কগনিটিভ কম্পিউটিং এবং কৃত্রিম বুদ্ধিমত্তা প্রযুক্তিগুলো অন্তর্ভুক্ত।

চতুর্থ শিল্প বিপ্লবের প্রভাব

4IR মানে নির্মাতারা তাদের বিপণন কৌশলকে প্রবাহিত করতে প্রযুক্তি এবং ডিজিটাল বিপণন কৌশল ব্যবহার করছে। আমরা 4র্থ শিল্প বিপ্লবে বাস করছি এবং কাজ করছি যেখানে গ্রাহকের প্রত্যাশা পরিবর্তনের সাথে সাথে বর্ধিত প্রতিযোগিতা নির্মাতাদের জন্য ডিজিটাল বিপণনের উপর একটি নতুন ফোকাসে অনুবাদ করে।

ইন্ডাস্ট্রি 4.0-এর ব্যবসায়িক সুবিধাগুলির মধ্যে রয়েছে উত্পাদনশীলতার উন্নতি, পণ্য বা পরিষেবাগুলির সস্তা এবং দ্রুত কাস্টমাইজেশন, আরও ভাল রক্ষণাবেক্ষণ, এবং শ্রম বা উত্পাদন খরচ জুড়ে সঞ্চয়। সাধারণ চ্যালেঞ্জ, অন্যদিকে, উত্তরাধিকার ব্যবস্থা এবং অপারেশন, জ্ঞানের অভাব বা বিশেষ প্রতিভা থেকে উদ্ভূত হয়।

अज्ञान

অধ্যায় - ২
বাজারজাতকরণ তত্ত্ব ও কৌশল

বাজারজাতকরণ তত্ত্ব ও কৌশল

১৯৭০ সালে বিশ্ব অর্থনীতিতে ব্যাপক মুদ্রাস্ফীতি, অর্থনৈতিক স্থবিরতা, প্রতিযোগিতা বৃদ্ধি ও শক্তি সম্পদের দুপ্রাপ্যতা দেখা দেয়ায় স্বল্প ও দীর্ঘমেয়াদি পরিকল্পনার পরিবর্তে কৌশলগত পরিকল্পনার প্রয়োজন বোধ করে। বাজারজাতকরণ প্রক্রিয়ায় সৃষ্ট হুমকি ও সুযোগ বিশ্লেষণ করে কোম্পানির সামর্থ্য অনুযায়ী প্রয়োজনীয় ব্যবস্থা গ্রহণ করে উদ্দেশ্য অর্জনের চেষ্টা করা হয়।

বাজারজাতকরণের মৌলিক ধারণা

ভোক্তাদের সন্তুষ্টি বিধান, প্রাতিষ্ঠানিক উদ্দেশ্যে অর্জন তথা মুনাফা অর্জন নিশ্চিতকরণে বাজারজাতকরণের মৌলিক কতিপয় বিষয়াবলির সঠিক অনুধাবন ও সুষ্ঠু ব্যবস্থাপনা নিশ্চিতকরণ অবশ্যিক।

বাজারজাতকরণের মৌলিক ধারণা সমূহের মধ্যে ভোক্তাদের প্রয়োজন, অভাব ও চাহিদা, বাজারজাত অর্পণ – পণ্য,সেবা ও অভিজ্ঞতা, ভ্যালু ও সন্তুষ্টি, বিনিময়, লেনদেন ও সম্পর্ক;বাজার ইত্যাদি অন্যতম।

১। প্রয়োজন

মানুষের প্রয়োজনকে কেন্দ্র করেই বাজারজাতকরণ কার্যক্রম আবর্তিত হয়। প্রয়োজন হলো এমন একটি মানসিক স্তর যার মাধ্যমে মানুষ তার নিকট উপযোগ রয়েছে এমন কিছু প্রাপ্তি থেকে নিজেকে বঞ্চিত মনে করে।

২। অভাব

প্রয়োজন যখন সমাজ, সংস্কৃতি এবং ব্যক্তির ব্যক্তিত্ব দ্বারা কর্ষিত হয়ে মূর্ত ধারণায় উন্নীত হয় তখন তাকে অভাব বলে। বিভিন্ন দেশের মানুষের প্রয়োজন এক হলেও সমাজ, সংস্কৃতি ব্যক্তির ব্যক্তিত্বের তারতম্যের কারণে অভাব ভিন্ন হয়।

৩। চাহিদা

সাধারণত কোন পণ্য বা সেবা পাওয়ার আকাঙ্ক্ষা এবং তা ক্রয়ের সামর্থ্য ও অর্থ ব্যয়ের ইচ্ছা থাকাকে চাহিদা বলে।

কোনো অভাব চাহিদা হতে হলে তিনটি শর্ত পূরণ করতে হবে। যথা-

ক) অভাব পূরণের ইচ্ছা থাকতে হবে।

খ) প্রয়োজনে অর্থ থাকতে হবে।

গ) অর্থ ব্যয়ের ইচ্ছা থাকতে হবে।

বাজারজাত অর্পণ- পণ্য, সেবা এবং অভিজ্ঞতা :

ভোক্তার সন্তুষ্টি বিধানের জন্য যা প্রদান করা হয়, তাকে বাজারজাতকরণ অর্পণ বলে।

১।পণ্য: মানুষের প্রয়োজন এবং অভাব পূরণে সক্ষম এরূপ দৃশ্যমান বা অদৃশ্যমান বস্তুকে পণ্য বলে। সহজ কথায়, প্রয়োজন অথবা অভাব মেটাতে পারে এমন যা কিছু মনোযোগ আকর্ষণ,গ্রহণ, ব্যবহার বা ভোগের জন্য বাজারে উপস্থাপিত হয় তাই পণ্য।

২।সেবা

সেবা হচ্ছে কতিপয় কার্যাবলি,সুবিধা এবং তৃপ্তি; যা একপক্ষ অন্যপক্ষকে অর্পণ করে।সেবা শনাক্ত করা সম্ভব হলেও এটি দেখা কিংবা স্পর্শ করা যায় না। মূলত সেবা হচ্ছে এমন একটি অদৃশ্য সুবিধা যেটি মানুষের প্রয়োজন পূরণ বা সমস্যা সমাধান করতে পারে।

৩।অভিজ্ঞতা

অভিজ্ঞতা বলতে কোনো বিষয় সম্পর্কে বাস্তব জ্ঞান অর্জনকে বুঝায়।কোনো একটি কাজের মাধ্যমে জ্ঞান এবং দক্ষতা অর্জন করাকে অভিজ্ঞতা বলে।

THANK YOU