


উৎপাদন ব্যবস্থাপনা (Production Management)



ভূমিকা (Introduction)

উৎপাদন ব্যবস্থাপনার মাধ্যমে দ্রব্য ও সেবা উৎপাদিত হয়। উৎপাদন কর্মকাণ্ড সঠিকভাবে পরিচালনার উদ্দেশ্যে উৎপাদন ব্যবস্থাপনা উৎপাদন পরিকল্পনা প্রণয়ন, উৎপাদনের উপকরণ সংগ্রহ ও মজুদকরণ, কারখানা বিন্যাস, যন্ত্রপাতি রক্ষণাবেক্ষণ, কর্মীদের মনোবল উন্নয়ন এবং সামগ্রিকভাবে উৎপাদন কর্মকাণ্ড নিয়ন্ত্রণ করে থাকে। উৎপাদন ব্যবস্থাপনার মাধ্যমে ক্রেতামুখী পণ্য ও সেবা উৎপাদন করা হয় যা প্রতিযোগিতা মোকাবেলা করে দীর্ঘমেয়াদে ব্যবসায় টিকে থাকতে সাহায্য করে।

 ইউনিট সমাপ্তির সময়	ইউনিট সমাপ্তির সর্বোচ্চ সময় ৩ সপ্তাহ
--	---------------------------------------


<p>এই ইউনিটের পাঠসমূহ</p> <p>পাঠ-৫.১ : উৎপাদন ব্যবস্থাপনার ধারণা ও গতিপ্রকৃতি</p> <p>পাঠ-৫.২ : দ্রব্য বা পণ্য ও সেবার ধারণা</p> <p>পাঠ-৫.৩ : উৎপাদন ব্যবস্থাপনার কার্যাবলি ও গুরুত্ব</p> <p>পাঠ-৫.৪ : সেবা খাতের প্রবৃদ্ধি</p> <p>পাঠ-৫.৫ : উৎপাদনশীলতার সমস্যা ও তার সম্ভাব্য সমাধান</p> <p>পাঠ-৫.৬ : মানসম্পন্ন দ্রব্য উৎপাদনের গুরুত্ব</p> <p>পাঠ-৫.৭ : ক্রেতাকেন্দ্রিকরণের ধারণা।</p>

পাঠ-৫.১ উৎপাদন ব্যবস্থাপনার ধারণা ও গতি প্রকৃতি (Concept of Production Management and its Nature)

উদ্দেশ্য

এই পাঠ অধ্যয়ন শেষে আপনি-

- উৎপাদন ব্যবস্থাপনার সম্পর্কে ধারণা করতে পারবেন; এবং
- উৎপাদন ব্যবস্থাপনার গতিপ্রকৃতি সম্পর্কে ধারণা লাভ করবেন।

 মুখ্য শব্দ (Keywords)	উৎপাদন ব্যবস্থাপনা, উৎপাদন কর্মকাণ্ড, উৎপাদন প্রক্রিয়া ইত্যাদি।
--	--



উৎপাদন ব্যবস্থাপনা ধারণা (Concept of Production Management)

উৎপাদন শব্দটি মানব সভ্যতার উৎকর্ষসাধনের সাথে ওতপ্রোতভাবে জড়িত। উৎপাদন বলতে আমরা বুঝি প্রাকৃতিক সম্পদকে মানুষের ব্যবহার উপযোগী অবস্থায় রূপান্তর ঘটানো। অন্যদিকে, ব্যবস্থাপনা বলতে বুঝায় নির্দিষ্ট উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য সম্পাদিত কার্যাবলি। অর্থাৎ, উৎপাদন ব্যবস্থাপনা বলতে কাঁচামালকে চূড়ান্ত পণ্যে পরিণত করার জন্য পরিকল্পনা প্রণয়ন, সংগঠন, বাস্তবায়ন, সমন্বয়সাধন ও নিয়ন্ত্রণকে বুঝায়।

নিম্নে উৎপাদন ব্যবস্থাপনার সংজ্ঞা প্রদান করা হলো-

Gaurav Akrani বলেন, “*Production management means planning, organizing, directing and controlling of production activities.*” অর্থাৎ, “উৎপাদন কর্মকাণ্ডের পরিকল্পনা প্রণয়ন, সংগঠন, নির্দেশনা ও নিয়ন্ত্রণকে উৎপাদন ব্যবস্থাপনা বলে।”

Rastogi এর মতে, “*The management of transformation process of input into output is production management.*” অর্থাৎ, “কাঁচামালকে চূড়ান্ত পণ্যে রূপান্তর করার ব্যবস্থাপনাকে উৎপাদন ব্যবস্থাপনা বলে।”

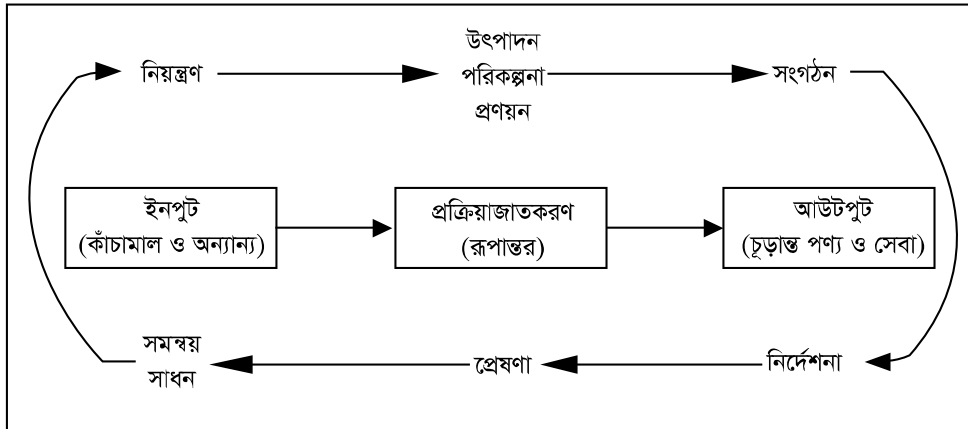
Buffa বলেন, “*Production management deals with decision making related to production process.*” অর্থাৎ “পণ্য উৎপাদনের জন্য প্রয়োজনীয় কার্যাবলিকে উৎপাদন ব্যবস্থাপনা বলে।”

Koontz বলেন, “*Production management is those activities necessary to manufacture products.*” অর্থাৎ “উৎপাদন প্রক্রিয়ার সাথে জড়িত সিদ্ধান্তসমূহকে উৎপাদন ব্যবস্থাপনা বলে।”

উৎপাদন ব্যবস্থাপনার অন্তর্ভুক্ত বিষয়গুলো নিম্নরূপ-

১. উৎপাদন ব্যবস্থাপনা কাঁচামালকে চূড়ান্ত পণ্যে পরিণত করে;
২. এর মাধ্যমে ন্যূনতম ব্যয়ে পণ্য উৎপাদন করা হয়;
৩. এর মাধ্যমে পণ্যের গুণগতমান উন্নত করা যায়; এবং
৪. এটি ব্যবস্থাপনার একটি বিশেষায়িত শাখা।

উৎপাদন ব্যবস্থাপনাকে নিম্নোক্ত চিত্রের মাধ্যমে উপস্থাপন করা হলো-



চিত্র ৫.১: উৎপাদন ব্যবস্থাপনা

পরিশেষে বলা যায়, কাঁচামাল ও অন্যান্য বিষয়কে চূড়ান্ত পণ্য ও সেবায় পরিণত করার জন্য পরিকল্পনা প্রণয়ন, সংগঠন, নির্দেশনা, শ্রেণা, সমন্বয়সাধন ও নিয়ন্ত্রণকে উৎপাদন ব্যবস্থাপনা বলে। উৎপাদন ব্যবস্থাপনা হলো সামগ্রিক ব্যবস্থাপনার একটি অংশ যার সাহায্যে চাহিদা মারফিক ও ন্যূনতম ব্যয়ে পণ্য উৎপাদনসহ বিভিন্ন কাজ করা যায়।


উৎপাদন ব্যবস্থাপনার গতিপ্রকৃতি (Nature of Production Management)

উৎপাদন ব্যবস্থাপনার কাযাবলি প্রথমদিকে পরিবারকেন্দ্রিক ছিল। উৎপাদক শুধুমাত্র নিজের বা পরিবারের সদস্যদের নিয়ে কাঁচামাল সংগ্রহ করে পণ্য উৎপাদন ও বিক্রয় করত। অষ্টাদশ শতাব্দির মাঝামাঝি সময়ে ইউরোপে শিল্প বিপ্লব শুরু হলে উৎপাদনের কাজ পরিবারের গন্ডি পেরিয়ে কারখানায় স্থানান্তরিত হয়। এর ফলে দেখা যায়, কোন একক ব্যক্তির পক্ষে উৎপাদনের সকল কাজ করা সম্ভব হয় না। তখন উৎপাদন কার্যকে সামগ্রিক ব্যবস্থাপনা থেকে আলাদা করে তা কোন বিশেষ ব্যক্তি বা দলের উপর অর্পণ করা হয়। এর মাধ্যমেই উৎপাদন ব্যবস্থাপনার উৎপত্তি। উৎপাদন ব্যবস্থাপনার মধ্যে অন্তর্ভুক্ত রয়েছে পণ্য বা সেবা উৎপাদন পরিকল্পনা, যন্ত্রপাতি বিন্যাস, উৎপাদন ইঞ্জিনিয়ারিং, পণ্যের ডিজাইন নির্ধারণ, উৎপাদন পদ্ধতি নির্ধারণ, কাঁচামাল প্রক্রিয়াজাতকরণ, উৎপাদন নিয়ন্ত্রণ, মান নিয়ন্ত্রণ, শ্রমিকের নির্দেশনা, প্রেষণা দান ইত্যাদি কার্যাবলি।

শিল্প বিপ্লবের প্রথম পর্যায়ে কারখানায় উৎপাদন ব্যবস্থাপনার জটিলতা দূর করার জন্য শ্রম বিভাগ ও শ্রমিকদের দক্ষতার উপর ভিত্তি করে মজুরি বা বেতন নির্ধারণ করার কথা ভাবা হয়। শিল্প বিপ্লবের পর কারখানায় বৈজ্ঞানিক ব্যবস্থাপনার প্রচলন শুরু হয় যার মাধ্যমে উৎপাদন পদ্ধতি বিশ্লেষণ, কার্য পরিমাপকরণ, কর্মী ব্যবস্থাপনার উন্নয়ন, কার্য বণ্টন ইত্যাদি ক্ষেত্রে ব্যাপক উন্নয়ন হয়। ধীরে ধীরে উৎপাদন ব্যবস্থাপনায় আরও অন্তর্ভুক্ত হয় প্রণোদনামূলক মজুরিদান পদ্ধতি উন্নয়ন এবং পদ্ধতিগত উন্নয়ন, ব্যবস্থাপনা নীতি ও গতি বিশ্লেষণ, গাণিতিক কৌশলের ব্যবহার, পরিসংখ্যানিক মান নিয়ন্ত্রণ ব্যবস্থা গ্রহণ। দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধের পর দেখা যায়, উৎপাদন ব্যবস্থাপনার ধারণা, তত্ত্ব ও কৌশলে আধুনিক স্বয়ংক্রিয় ব্যবস্থা গ্রহণ করা হয়। কম্পিউটারের ব্যবহার উৎপাদন ব্যবস্থাপনায় নির্ভুলতা, দক্ষতা ও দ্রুততার দিক থেকে বেশ বড় রকমের পরিবর্তন আনে। আধুনিক উৎপাদন ব্যবস্থাপনার বিভিন্ন পদ্ধতির মধ্যে রয়েছে Liner programming, Waiting Line Model, Simulation Analysis, PERT (Programme Evaluation and Review Technique, CPM (Critical Path Method), E-Commerce, E- Governance প্রভৃতি।

বর্তমান সময়ে দেখা যায় যে, উৎপাদন কার্য প্রক্রিয়া অত্যন্ত ও প্রতিযোগিতাপূর্ণ, তাই সমগ্র উৎপাদন প্রক্রিয়াকে ক্ষুদ্র ক্ষুদ্র অংশে বিভক্ত করে কার্য সম্পন্ন করা হয়; যার দায়িত্বে থাকে বিশেষ কোন ব্যক্তি বা দল। উৎপাদন কাজ এখন কতকগুলো প্রক্রিয়ার মাধ্যমে পরিচালনা করে পণ্য বা সেবা উৎপাদন নিশ্চিত করা হয়। কার্যিক ব্যবস্থাপনা (Operation Management) হলো উৎপাদন ব্যবস্থাপনার আধুনিক একটি রূপ যার মাধ্যমে পণ্য বা সেবা উৎপাদনের সাথে সম্পৃক্ত প্রক্রিয়াসমূহকে পরিচালনা করা হয়। উৎপাদন ব্যবস্থাপনার নতুন আরেকটি শাখা হলো সাপ্লাই চেইন ম্যানেজমেন্ট (Supply Chain Management) যার মূল কাজ হলো উৎপাদনের সাথে জড়িত বিভিন্ন উপকরণ যেমন- কাঁচামাল, মানব সম্পদ, মেশিন, টেকনোলজি ইত্যাদি উপকরণ যথা সময়ে, যথাস্থানে, উপযুক্ত পরিমাণে সরবরাহ করা। উৎপাদন ব্যবস্থাপনায় বর্তমানে অধিক পরিমাণ পণ্য উৎপাদনের সাথে সাথে মানসম্মত দ্রব্য বা পণ্য উৎপাদনে গুরুত্ব দেওয়া হয়। এছাড়াও উৎপাদন ব্যবস্থাপনায় উৎপাদনশীলতার চ্যালেঞ্জ, সেবা খাতের প্রবৃদ্ধি ও ক্রেতাকেন্দ্রিকরণ নতুন কিছু প্রবণতা।

সুতরাং বলা যায় যে, উৎপাদন ব্যবস্থাপনা হলো একটি চলমান প্রক্রিয়া যা ক্রমান্বয়ে পরিবর্তিত হচ্ছে। আর প্রতিযোগিতাপূর্ণ পরিবেশে ক্রেতাদের উন্নত মানের পণ্য বা সেবা সরবরাহ নিশ্চিত করার জন্য উৎপাদন ব্যবস্থাপনার কাজের পরিধি দিন দিন বৃদ্ধি পাচ্ছে।

 অ্যাকটিভিটি (নিজে করি) /শিক্ষার্থীর কাজ	একটি বিস্কুট প্রস্তুতকারী প্রতিষ্ঠানের ক্ষেত্রে উৎপাদন ব্যবস্থাপনা কিরূপ হবে তা চিত্রের মাধ্যমে প্রকাশ করুন।
--	--

সারসংক্ষেপ

- উৎপাদন ব্যবস্থাপনা একটি বিশেষায়িত ব্যবস্থাপনা। এটি পণ্য বা সেবা উৎপাদনের কার্যক্রমের সাথে সম্পর্কিত;
- পরিকল্পনা, সংগঠন, নির্দেশনা, সমন্বয় সাধন ও নিয়ন্ত্রণ সংক্রান্ত কার্যাবলী উৎপাদন ব্যবস্থাপনার মাধ্যমে সম্পাদিত হয়।
- উৎপাদন ব্যবস্থাপনা হলো একটি চলমান প্রক্রিয়া যার কাজের পরিধি দিন দিন বৃদ্ধি পাচ্ছে।

৮ পাঠ্যপুস্তক মূল্যায়ন-৫.১

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন

- ১। কোন শব্দটি সভ্যতার উৎকর্ষ সাধনের সাথে ওতপ্রোতভাবে জড়িত।

ক) উৎপাদন	খ) উৎপাদন ব্যবস্থাপনা
গ) ব্যবস্থাপনা	ঘ) প্রেষণা
- ২। নির্দিষ্ট উদ্দেশ্য অর্জনের লক্ষ্যে সম্পাদিত কার্যাবলীকে _____ বলা হয়।

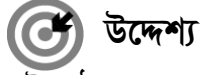
ক) উৎপাদন	খ) উৎপাদন ব্যবস্থাপনা
গ) ব্যবস্থাপনা	ঘ) প্রেষণা
- ৩। The management of transformation process of input into output is production management - উক্তিটি কার?

ক) Gaurav Alerani	খ) Rastogi
গ) H. W. Taylor	ঘ) Warren Baffet
- ৪। উৎপাদন ব্যবস্থাপনা-
 - i. কাঁচামালকে চূড়ান্ত পণ্যে রূপান্তর করে।
 - ii. একটি বিশেষায়িত ব্যবস্থাপনা
 - iii. এটি না থাকলেও উৎপাদন ঠিকমতই পরিচালিত হবে।
 নিচের কোনটি সঠিক?

ক) i ও iii	খ) ii ও iii
গ) i ও ii	ঘ) i, ii ও iii
- ৫। প্রাথমিক পর্যায়ে উৎপাদনের কার্য কিভাবে সম্পন্ন করা হতো?

ক) এককভাবে	খ) সমষ্টিগতভাবে
গ) সামগ্রিকভাবে	ঘ) দলগতভাবে

পাঠ-৫.২ দ্রব্য বা পণ্য ও সেবার ধারণা (Concept of Goods or Products and Services)



উদ্দেশ্য

এই পাঠ অধ্যয়ন শেষে আপনি-

- দ্রব্য বা পণ্য কাকে বলে ও প্রকারভেদ জানতে পারবেন;
- সেবা কাকে বলে ও এর প্রকারভেদ সম্পর্কে জানতে পারবেন; এবং
- পণ্য ও সেবার মধ্যে পার্থক্য করতে পারবেন।

 মূখ্য শব্দ (Keywords)	দ্রব্য, পণ্য, সেবা, সেবাদানকারী ইত্যাদি।
---	--



প্রতিষ্ঠান প্রধানত দুই ধরনের উৎপাদন কার্যে লিপ্ত হতে পারে। আর সেদুইটি হলো- দ্রব্য বা পণ্য এবং সেবা। যা মানুষের বস্তুগত ও অবস্তুগত অভাব পূরণ করতে পারে তাই হলো পণ্য বা সেবা। নিচে পণ্য ও সেবা সম্পর্কে আলোচনা করা হলো-

দ্রব্য বা পণ্য বলতে কী বোঝায় (What is meant by Goods/Product)

দ্রব্য বা পণ্য হলো দৃশ্যমান ও স্পর্শযোগ্য কোন কিছু যার আকার, আকৃতি, ওজন ও বস্তুগত অবস্থান রয়েছে। দ্রব্য বা পণ্য বলতে বিক্রয়যোগ্য কোন কিছুকে বোঝায় যা অর্থের বিনিময়ে ক্রয়-বিক্রয় করা হয় এবং মানুষের অভাব বা চাহিদা পূরণে সক্ষম।

নিম্নে দ্রব্যের সংজ্ঞা প্রদান করা হলো-

Stanton, Etzel & Walker এর মতে, “*Good/Product is a set of tangible physical attributes assembled in an identifiable form to provide want-satisfaction to customers.*” অর্থাৎ, “দ্রব্য বা পণ্য হল দৃশ্যমান বস্তুগত গুণাগুণের সমষ্টি যা শনাক্তকরণযোগ্য এবং ক্রেতাদের অভাবের সন্তুষ্টি বিধান করে।”

Philip Kotler এর মতে, “*A product is anything that can be offered to a market for attention, acquisition or consumption. It includes physical objects, services, personalities, places, organisations and ideas.*”¹ অর্থাৎ, “পণ্য হলো এমন কোনো বিষয় যা বাজারে ক্রেতাদের দৃষ্টি আকর্ষণ ও তাদের কর্তৃক সংগ্রহ বা ভোগের নিমিত্তে উপস্থাপন করা হয়; যার অন্তর্ভুক্ত হলো- বোধযোগ্য বস্তু, সেবা, ব্যক্তিগত ভাব বা অবস্থা, স্থান, প্রতিষ্ঠান ও ধারণা।”

উপরোক্ত সংজ্ঞাগুলো থেকে দ্রব্য বা পণ্যের নিম্নোক্ত বৈশিষ্ট্যগুলো দেখা যায়-

১. দ্রব্য বা পণ্য দেখা যায়;
২. এটি স্পর্শ করা যায়;
৩. এটি শনাক্তকরণযোগ্য;
৪. এটি মানুষের প্রয়োজন ও অভাব মেটায়; এবং
৫. এর স্থানান্তরের মাধ্যমে ক্রেতা ও বিক্রেতার মধ্যে হস্তান্তর করা হয়।

সুতরাং বলা যায় যে, দ্রব্য বা পণ্য বিক্রয়যোগ্য কোনো কিছু যা ক্রেতার অভাব পূরণ করতে বা সন্তুষ্টি বিধানে সক্ষম এবং যা অর্থের বিনিময়ে ক্রয়-বিক্রয় করা হয়।

দ্রব্য বা পণ্যের প্রকারভেদ (Types of Goods or Products)

পণ্যকে তার বৈশিষ্ট্য, উৎপাদনের উৎস, ভোগের সময়কাল বা বিপণন বৈশিষ্ট্য অনুযায়ী ভাগ করা যায়। নিম্নে বিপণনের বৈশিষ্ট্য অনুযায়ী পণ্যের প্রকারভেদ আলোচনা করা হলো-

¹ Philip Kotler, Marketing Management, Indian Print, 5th Ed, P-464.

ক. **ভোগ্য পণ্য (Consumer Goods):** ভোগ্য পণ্য হলো যেসব পণ্য চূড়ান্ত ভোগের জন্য উপযোগী। যেমন- চাল, ডাল, সাবান, ঘড়ি ইত্যাদি। ভোগ্য পণ্য বিভিন্ন ধরনের হয় তা নিম্ন রূপ-

১. **সুবিধাজনক পণ্য (Convenience Goods):** সুবিধাজনক পণ্য হলো সেইসব পণ্য যা সুবিধাজনক জায়গা হতে সহজে ক্রয় করা যায়। ক্রেতা এইসব পণ্য ক্রয় করার সময় কম সময় ও কম শক্তি ব্যয় করে, পূর্ব পরিকল্পনা ছাড়াই পণ্য ক্রয় করে। যেমন- বিস্কুট, চাল, সাবান ইত্যাদি।
২. **বিপণন পণ্য (Shopping Goods):** যে সকল পণ্য ক্রেতা সচরাচর ক্রয় করে না এবং ক্রয় করার সময় পূর্ব পরিকল্পনা গ্রহণ করে পণ্যের গুণাগুণ, মূল্য যাচাইয়ের জন্য ক্রেতা সময়, অর্থ ও শ্রম ইত্যাদি ব্যয় করে তাকেই বিপণন পণ্য বলে। যেমন- টেলিভিশন, গাড়ি, এয়ারকুলার ইত্যাদি।
৩. **বিশিষ্ট পণ্য (Industrial Goods):** এই ধরনের পণ্য বলতে বিশেষ শ্রেণির ভোক্তাদের জন্য বিশেষ মান সম্বলিত পণ্যকে বোঝায়। যেসব ক্রেতা অন্যদের থেকে নিজেদের আলাদা ভাবে পছন্দ করে, তাদের জন্য বিক্রেতা আকর্ষণীয় ঘড়ি, ফ্যাশনেবল জামা, দামি কলম ইত্যাদি পণ্য প্রস্তুত করে। এইসব পণ্য ক্রয় করার সময় ক্রেতা প্রচুর অর্থ, সময় ও শ্রম ব্যয় করে।

খ. **শিল্প পণ্য (Industrial Goods):** যেসকল পণ্য চূড়ান্ত ভোগে ব্যবহৃত হয় না বরং ভোগ্য পণ্য উৎপাদনের কাজে ব্যবহৃত হয় তাকে শিল্প পণ্য বলে। নিম্নে শিল্প পণ্যের প্রকারভেদ উল্লেখ করা হলো-

১. **কাঁচামাল (Raw-materials):** তুলা, পাট, কাঠ ইত্যাদি।
২. **আধা প্রস্তুত পণ্য ও পণ্যাংশ (Fabricating Materials and Parts):** লৌহ আকরিক কাঁচামাল এবং লৌহপিণ্ড আধা প্রস্তুত পণ্য।
৩. **ভারী যন্ত্রপাতি ও সম্পত্তি (Machineries and Assets):** কারখানা, গুদামঘর, ডিজেল ইঞ্জিন, বয়লার ইত্যাদি।
৪. **আনুষঙ্গিক যন্ত্রপাতি (Accessories):** লেদ মেশিন, ওয়েল্ডিং মেশিন, কাটিং মেশিন ইত্যাদি।
৫. **সহায়ক পণ্য (Operating Supplies):** অফিসের জন্য প্রয়োজনীয় শীতাতপ নিয়ন্ত্রিত যন্ত্র, বৈদ্যুতিক পাখা ইত্যাদি।

বর্তমান সময়ে ক্রেতার বিভিন্ন চাহিদা মেটানো জন্য বিভিন্ন ধরনের পণ্যের প্রয়োজন হয়।

সেবা বলতে কী বুঝায় (What is meant by Service)

সেবা হচ্ছে এমন কিছু কার্যবলী যেগুলোর পৃথকভাবে অস্তিত্ব শনাক্তকরণযোগ্য কিন্তু স্পর্শযোগ্য নয়। এটি ক্রেতার প্রয়োজন ও অভাব পূরণে সক্ষম। যেমন: আইনী সহায়তা, শিক্ষা ও শিশুর পরিচর্যা। সেবার সংজ্ঞা নিম্নরূপ-

Kotler and Armstrong বলেছেন, “Service is any activity or benefit that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything.” অর্থাৎ, “সেবা হচ্ছে যে কোন কাজ বা সুবিধা যা একপক্ষ অন্যপক্ষকে প্রদান করে, যা অবশ্যই অস্পর্শনীয় এবং এতে মালিকানার পরিবর্তন ঘটে না।”

Zikmund & D. Amico বলেছেন, “Service is a task or activity performed for a buyer.” অর্থাৎ, “সেবা হলো কোনো কাজ বা কার্যক্রম, যা ক্রেতার জন্য সম্পাদিত হয়ে থাকে।”

অতএব, সেবা সম্পর্কে বলা যেতে পারে যে-

১. সেবা আলাদাভাবে সনাক্ত করা যায়;
২. সেবা ধরা বা ছোঁয়া যায় না, তবে উপলব্ধি করা যায়;
৩. এটি ভোক্তার অভাব মেটাতে পারে;
৪. সেবা ও সেবাদানকারী পরস্পর অবিচ্ছিন্ন ও সম্পর্কযুক্ত; এবং
৫. সেবা সংরক্ষণ করা যায় না, তবে সরবরাহ করা যায়।

পরিশেষে বলা যায়, মানুষের অভাব পূরণে সক্ষম অস্পর্শনীয়, তবে সনাক্তকরণযোগ্য কার্যাবলি যা মানুষের উপকারে ব্যবহৃত হয়, তাকে সেবা বলে গণ্য করা হয়। আর সেবা সরবরাহের মাধ্যমে মুনাফা অর্জনে জড়িত ব্যবসায়কে সেবামূলক ব্যবসায় বলা হয়।

সেবার প্রকারভেদ (Types of Service)

মানুষ বিভিন্ন পণ্য দ্রব্য ক্রয় করে সেই সাথে সেবাও আশা করে। পৃথকভাবে সেবা গ্রহণ করে অর্থ বা মূল্য পরিশোধ করে। কিছু সেবা পণ্যের সাথে সম্পর্কযুক্ত, যেমন- মোবাইলফোনের সাথে অথবা কম্পিউটারের সাথে বিক্রয়োক্তর সেবা। আবার কিছু সেবা আছে পণ্যের সাথে সম্পর্ক নেই, যেমন ডাক্তারের পরামর্শ বা চিকিৎসা সেবা। সেবা খাতটি ক্রমাগতভাবে মানুষের অর্থনৈতিক অবস্থা, জনসংখ্যা এবং এর উন্নতির সাথে সাথে পরিবর্তিত, সম্প্রসারিত ও উন্নত হয়ে চলেছে।

আধুনিক এ সময়ে সরকার, স্বাস্থ্য, শিক্ষা, তথ্য, প্রযুক্তি, যোগাযোগ ও ব্যবসায় ক্ষেত্রে সেবা বৃদ্ধিতে তৎপর। প্রকৃত পক্ষে মানুষের জ্ঞানের বিকাশ, প্রযুক্তিগত উন্নয়ন ও নতুন নতুন চাহিদার কারণে বিভিন্ন ধরনের সেবার উদ্ভব ও সেসব ক্ষেত্রে বিনিয়োগ হচ্ছে-ফলে সেবাখাতে প্রবৃদ্ধি ও সাধিত হচ্ছে।

Stanton, Etzel and Walker- সেবা খাতকে দুটি পর্যায়ে বিভক্ত করেন। যথা-

ক. **মুনাফা অর্জনকারী প্রতিষ্ঠানের সেবা (Services by Profit Seeking Firms):** তীব্র প্রতিযোগিতামূলক বর্তমান এ বিশ্বে বিপণনকারীকে টিকে থাকতে হলে অবশ্যই ক্রেতাদেরকে সেবা প্রদানের বিষয়টি গুরুত্বসহকারে বিবেচনা করতে হবে। কেবল মুনাফা অর্জন করেই বর্তমান বাজারে টিকে থাকা সম্ভব নয়; বরং ক্রেতাদেরকে সেবা প্রদানের মাধ্যমেই মুনাফা অর্জন সম্ভব হয় এবং বাজারে টিকে থাকাও সহজ হয়। এক্ষেত্রে মুনাফা অর্জনকারী প্রতিষ্ঠানগুলো যে সকল সেবা প্রদান করে সেগুলো নিচে আলোচনা করা হলো-

১. **ক্যাটারিং ও বিনোদন সেবা (Catering and Entertainment):** রেস্টুরেন্ট, ক্যাফেটারিয়া, ফাস্ট ফুড, সার্কাস, নাট্যমঞ্চ, নাচ, বিনোদন পার্ক ইত্যাদি।
২. **ব্যক্তিগত পরিচর্যা (Personal Care):** বিউটি পার্লার, সেলুন, জেন্টস পার্লার, ড্রাইক্লিনিং, লড্রি, দর্জি, জিমনেসিয়াম ইত্যাদি।
৩. **প্রাইভেট শিক্ষা (Private Education):** কিডারগার্টেন, ইংলিশ মিডিয়াম স্কুল, প্রাইভেট স্কুল, কলেজ, বিশ্ববিদ্যালয়, কোচিং সেন্টার, গৃহশিক্ষক ইত্যাদি।
৪. **ব্যবসায় ও অন্যান্য পেশাদারি সেবা (Business and Other Professional Service):** আইন, উকিলের পরামর্শ ব্যবস্থাপনাগত পরামর্শ, বিপণন গবেষণা, বিজ্ঞাপনী সংস্থা ইত্যাদি।
৫. **ইন্সুরেন্স, ব্যাংকিং ও অন্যান্য আর্থিক সেবা (Insurance, Banking and other Financial service):** ব্যক্তিগত ও ব্যবসায়িক বিমা, ব্যাংকিং ঋণ ও সেবা, বিনিয়োগ ইত্যাদি।
৬. **পরিবহণ (Transportation):** যাত্রী পরিবহণ, মালামাল বা পণ্য পরিবহণ, গাড়ি মেরামত ও ভাড়া, দ্রুত পার্সেল সার্ভিস (এস. এ. পরিবহণ)।
৭. **যোগাযোগ (Communication):** মোবাইল ফোন, ল্যান্ড ফোন, ইন্টারনেট, ফ্যাক্স, ই-মেইল, কুরিয়ার সার্ভিস ইত্যাদি।
৮. **আবাসন (Housing):** হোটেল, মোটেল, এপার্টমেন্ট, ফ্ল্যাট ইত্যাদি।
৯. **গৃহস্থালির কাজ (Household Operation):** গৃহ মেরামত, গৃহের যন্ত্রপাতি মেরামত, পরিষ্কার-পরিচ্ছন্নতা বিষয়ক যন্ত্রপাতি ইত্যাদি।

খ. **অব্যবসায়ী বা অমুনাফাভোগী প্রতিষ্ঠানের সেবা (Services by Non-Profit Organization):** যে সকল প্রতিষ্ঠান মুনাফা অর্জনের উদ্দেশ্যে পরিচালিত না হয়ে জনকল্যাণমূলক বিভিন্ন কার্যাবলি সম্পাদন করে তাকে অব্যবসায়ী প্রতিষ্ঠান বলে। এরূপ অব্যবসায়ী প্রতিষ্ঠানগুলো বিভিন্ন ধরনের সেবা প্রদান করে থাকে যেগুলো নিচে আলোচনা করা হলো-

১. **শিক্ষাগত (Education):** প্রাথমিক বিদ্যালয়, উচ্চ মাধ্যমিক বিদ্যালয়, কলেজ এবং বিশ্ববিদ্যালয়।
২. **সাংস্কৃতিক (Cultural):** যাদুঘর, চিড়িয়াখানা, শিল্পকলা একাডেমি, থিয়েটার দল, ব্যান্ড দল প্রভৃতি।
৩. **ধর্মীয় (Religious):** মসজিদ, মন্দির, গির্জা, প্যাগোডা প্রভৃতি।


৪. দাতব্য এবং মানবসেবা (Charitable and Philanthropic): রেড-ক্রিসেন্ট, সন্ধানী, বাঁধন, ক্যান্সার ফাউন্ডেশন, স্কাউটিং, গবেষণা ফাউন্ডেশন প্রভৃতি।
৫. সামাজিক কারণ (Social Cause): পরিবার-পরিকল্পনা কার্যক্রমের সাথে জড়িত সংগঠন, মানবাধিকার সংগঠন, ধূমপান বর্জনে নিয়োজিত সংগঠন (প্রত্যাশা), যৌতুক, এসিডবিরোধী সংগঠন ইত্যাদি।
৬. স্বাস্থ্য সেবা (Health Care): হাসপাতাল, নার্সিং হোম, ন্যাশনাল হার্ট ফাউন্ডেশন, ডায়াবেটিক সোসাইটি, ক্যান্সার গবেষণা ইন্সটিটিউট ইত্যাদি।
৭. পেশাগত ও ব্যবসায় (Professional and Trade): শ্রমিক ইউনিয়ন, অফিসার্স কল্যাণ সমিতি, শিক্ষক-কর্মচারী সমিতি, ডক্টর এসোসিয়েশন অব বাংলাদেশ ইত্যাদি।
৮. রাজনৈতিক (Political): রাজনৈতিক দল, রাজনৈতিক ব্যক্তিত্ব প্রভৃতি।

পরিশেষে বলা যায়, ক্রেতাদের চাহিদা পূরণে বিভিন্ন সেবামূলক প্রতিষ্ঠান বিভিন্ন ধরনের সেবার আয়োজন করেছে। উপরের তালিকায় কোনো কোনো উপাদানকে মুনাফা অর্জনকারী সেবামূলক প্রতিষ্ঠান এবং অব্যবসায়ী প্রতিষ্ঠানের আওতায় দেখানো হয়েছে। যেমন: স্কুল, হাসপাতাল। এক্ষেত্রে কতিপয় স্কুল, হাসপাতাল রয়েছে যারা মুনাফা অর্জনকারী আবার এমন কতিপয় স্কুল, হাসপাতালও রয়েছে যারা পুরোপুরি অব্যবসায়ী অর্থাৎ, মুনাফা অর্জনের উদ্দেশ্যে প্রতিষ্ঠিত হয়নি।

পণ্য ও সেবার পার্থক্য (Differences Between Product and Service)

পণ্য ও সেবার মধ্যে নিম্নলিখিত পার্থক্যগুলো পরিলক্ষিত হয়-

পার্থক্যের বিষয়	পণ্য	সেবা
১. স্পর্শনীয়তা	স্পর্শ করা যায়।	স্পর্শ করা যায় না।
২. বিচ্ছিন্নতা	পণ্যের উৎপাদন ও বণ্টন কার্যক্রম থেকে ভোগের কার্যক্রম আলাদা করা যায়।	পণ্যের উৎপাদন, বণ্টন ও ভোগের কার্যক্রম একই সাথে হয়।
৩. মানের বিভিন্নতা	বিভিন্ন এককে বিভিন্নতা দেখা যায় না।	বিভিন্ন এককে সময়, ব্যক্তি, স্থান ও প্রক্রিয়াভেদে সেবার মান বিভিন্ন হয়।
৪. সংরক্ষণ	সংরক্ষণ করা যায়।	সংরক্ষণ করা যায় না।
৫. মালিকানা হস্তান্তর	ক্রয়-বিক্রয়ের মাধ্যমে মালিকানা হস্তান্তর হয়।	সেবাদাতার নিকট হতে সেবা গ্রহিতার নিকট সেবার মালিকানা হস্তান্তর হয় না।

 অ্যাকাটিভিটি (নিজে করি) শিক্ষার্থীর কাজ	দৈনন্দিন ব্যবহার্য বিষয়বস্তুর মধ্য হতে ৩টি পৃথক দ্রব্য বা পণ্য ও ৩টি পৃথক সেবা চিহ্নিত করুন। এবার এগুলোর বৈশিষ্ট্য সম্পর্কে আলোকপাত করুন।
--	--

সারসংক্ষেপ

- দ্রব্য স্পর্শনীয় বস্তু, এটি দেখা যায়, বস্তুগত পণ্য সামগ্রিই এর অন্তর্ভুক্ত, এগুলো ক্রয়ের পূর্বে মূল্যায়ন করা যায়।
- সেবা স্পর্শনীয় নয়, এটি পৃথকভাবে শনাক্তকরণ করা যায়, একে সেবাদানকারীর কাছ থেকে পৃথক করা যায় না, সংরক্ষণ করা যায় না এবং ব্যক্তি বা স্থান বা পরিবেশ ভেদে এর মানের বিভিন্নতা সৃষ্টি হয়। সেবা সবসময়ই দৃষ্টির অগোচর কিন্তু অনুভূতির মধ্যে অবস্থিত, যখন মুনাফা অর্জনের লক্ষ্যে এটি প্রদান করা হয় তখন এর মান প্রশ্নবিদ্ধ হতে পারে। কিন্তু যে সেবা অব্যবসায়ীক উদ্দেশ্যে প্রদত্ত তার মান নিরূপণ আরো কঠিন। এজন্য সর্বাত্মক সেবার মানদণ্ড নির্ধারণ ও গুণগত মান পরীক্ষা করা প্রয়োজন।

৮ পাঠ্যের মূল্যায়ন-৫.২

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন

১। "Goods are physical products" উক্তিটি-

- ক) Stanton -এর
গ) Bearden -এর

- খ) F.W. Taylor -এর
ঘ) Issac Nieatos -এর

২। কোনটি সত্য নয়?

- ক) দ্রব্য দেখা যায়
গ) সেবা সংরক্ষণ করা যায় না

- খ) দ্রব্য ছোঁয়া যায় না
ঘ) সেবা স্পর্শনীয় নয়

৩। কোনটি সঠিক?

- ক) সেবাকে স্পর্শ করা যায়
গ) সেবাকে দেখা যায়

- খ) সেবা উপলব্ধি করা যায় না
ঘ) সেবাকে সেবাদানকারীর কাছ থেকে বিচ্ছিন্ন করা যায় না

৪। সেবা-

- i. দ্রব্য থেকে আলাদা করা যায় না
ii. দৃশ্যমান
iii. ভোক্তার অভাব মেটায়
নিচের কোনটি সঠিক?

- ক) i ও iii
গ) i ও ii

- খ) ii ও iii
ঘ) i, ii ও iii

৫। ব্যক্তিগত সেবাদানকারী প্রতিষ্ঠানগুলো-

- ক) অব্যবসায়ী
গ) বিজ্ঞাপন দেয় না

- খ) মুনাফা অর্জনকারী
ঘ) কোনটিই নয়

৬। কোচিং সেন্টার কোন ধরনের সেবা দানকারী?

- ক) মুনাফা অর্জনকারী
গ) বিপণন সেবা প্রদানকারী

- খ) অব্যবসায়ী
ঘ) সেবা সরবরাহকারী

৭। ক্যান্সার ফাউন্ডেশন কোন ধরনের সেবা প্রদান করে?

- ক) অব্যবসায়ী
গ) পণ্য সরবরাহকারী

- খ) মুনাফা অর্জনকারী
ঘ) পেশাদারি সেবা প্রদানকারী


পাঠ-৫.৩ উৎপাদন ব্যবস্থাপনার কার্যাবলি ও গুরুত্ব (Function and Importance of Production Management)



উদ্দেশ্য

এই পাঠ অধ্যয়ন শেষে আপনি-

- উৎপাদন ব্যবস্থাপনার কার্যাবলি ব্যাখ্যা করতে পারবেন; এবং
- উৎপাদন ব্যবস্থাপনার গুরুত্ব জানতে পারবেন।

 <p>মূখ্য শব্দ (Keywords)</p>	<p>উৎপাদন ব্যবস্থাপনা, সম্পদের সঠিক ব্যবহার, কর্মসংস্থান, মান নিয়ন্ত্রণ, ভোক্তা সন্তুষ্টি ইত্যাদি।</p>
---	---

উৎপাদন ব্যবস্থাপনার কার্যাবলি (Function of Production Management)

উৎপাদন ব্যবস্থাপনা মধ্যে পণ্য উৎপাদনের পরিকল্পনা প্রণয়ন, উৎপাদন কার্য পরিচালনা, নিয়ন্ত্রণ, কর্মীদের প্রেরণা প্রদান ইত্যাদি কাজ জড়িত। উৎপাদন কার্যাবলিকে তিনটি ভাগে ভাগ বিভক্ত, প্রথমত উৎপাদনপূর্ব কার্যাবলি, উৎপাদন চলাকালীন এবং আনুষঙ্গিক কার্যাবলি। নিম্নে আলোচনা করা হলো:

১. **পণ্যের নকশাকরণ (Product Designing):** উৎপাদন ব্যবস্থাপনায় নকশা প্রণয়নের জন্য প্রয়োজন দেওয়া হয় যদিও উৎপাদন ব্যবস্থাপকই চূড়ান্ত নকশার অনুমোদন দেন। কারণ উৎপাদন ব্যবস্থাপক নকশা সংক্রান্ত সকল দায়- দায়িত্বে থাকেন।
২. **উৎপাদন নিয়ন্ত্রণ (Production Control):** উৎপাদন ব্যবস্থাপনায়, উৎপাদন ব্যবস্থাপক উৎপাদন পরিকল্পনার সাথে সম্পাদিত কাজের তুলনা করেন এবং কোন বিচ্যুতি থাকলে তা তিনি সংশোধন করেন।
৩. **উৎপাদনের পরিমাণ পূর্বানুমান (Forecasting of Production Quantity):** উৎপাদন ব্যবস্থাপনায় মতামত জরিপ, বিক্রয় কর্মীর মতামত গ্রহণ, বাজার গবেষণা ও বিভিন্ন পরিসংখ্যানিক পদ্ধতি ব্যবহার করে উৎপাদনের পরিমাণ পূর্বানুমান করা হয়।
৪. **উৎপাদন পরিকল্পনা প্রণয়ন (Preparing Production Plan):** উৎপাদন পরিকল্পনায় ভবিষ্যৎ চাহিদা মোতাবেক উৎপাদন কর্মসূচী গ্রহণ করা হয়। এর মাধ্যমে কোন ধরনের পণ্য উৎপাদন করা হবে, কি পরিমাণ উৎপাদন হবে, কখন উৎপাদন করা হবে ইত্যাদি সম্পর্কিত সকল সিদ্ধান্ত গ্রহণ করা হয়।
৫. **কার্য গবেষণা (Research in Procedure):** কার্য গবেষণার মাধ্যমে উৎপাদনের সাথে জড়িত বিভিন্ন উপায়-উপাদানগুলোকে বিচার বিশ্লেষণ করে নির্ধারণ করা হয় কোনভাবে ন্যূনতম ব্যয় বহন করে মানসম্মত পণ্য উৎপাদন করা যায়।
৬. **মান নিয়ন্ত্রণ (Quality Control):** ক্রেতার চাহিদা, সন্তুষ্টি, দীর্ঘ সম্পর্ক তৈরি ও বজায় রাখার জন্য উৎপাদন ব্যবস্থাপনায় পণ্য উৎপাদনে মান নিয়ন্ত্রণকে গুরুত্বের সাথে মূল্যায়ন করা হয়।
৭. **মজুদ নিয়ন্ত্রণ (Inventory Control):** উৎপাদন ব্যবস্থাপনায় মজুদ নিয়ন্ত্রণের মাধ্যমে কাজিত মাত্রায় পণ্য উৎপাদনকে গুরুত্বের সাথে দেখা হয় কারণ কাজিত মাত্রার চেয়ে কম বা বেশি উৎপাদন হলে পণ্যের পরিমাণে ঘাটতি হতে পারে বা ব্যয় বৃদ্ধি পেতে পারে।
৮. **যন্ত্রপাতি সংরক্ষণ (Maintenance of Machineries):** যন্ত্রপাতির সঠিক ও উপযুক্ত রক্ষণাবেক্ষণ ও ব্যবহার নিশ্চিত করার জন্য উৎপাদন ব্যবস্থাপক বিভিন্ন কাজ করেন যেমন- সঠিক স্থানে যন্ত্রপাতি সংরক্ষণ, স্থানান্তর ও মেরামত ইত্যাদি।


উপরোক্ত কার্যাবলী আলোচনার মাধ্যমে ধারণা করা যায় যে, উৎপাদন ব্যবস্থাপনার কাজ উৎপাদনের পূর্ব থেকে শুরু করে, আনুষঙ্গিক বিভিন্ন বিষয়াবলীসহ উৎপাদন চলাকালীন পর্যন্ত বিস্তৃত থাকে।

উৎপাদন ব্যবস্থাপনার গুরুত্ব (Importance of Production Management)

বর্তমান প্রেক্ষাপটে উৎপাদন ব্যবস্থাপনার গুরুত্ব অপরিসীম। এই ব্যবস্থাপনার মাধ্যমে যে গুরুত্বপূর্ণ বিষয়গুলো সম্পন্ন হয় তা নিম্নরূপ:

১. **সম্পদের সঠিক ব্যবহার (Proper Utilization of Resources):** ফলপ্রসূ পরিকল্পনা প্রণয়নের মাধ্যমে উৎপাদন ব্যবস্থাপনা পরিচালিত হলে তা সকল প্রাকৃতিক সম্পদের পরিপূর্ণ সদ্ব্যবহার নিশ্চিত করে। বস্তুত প্রাকৃতিক সম্পদের পরিপূর্ণ ব্যবহার ব্যতীত উৎপাদন ব্যয় হ্রাস করা প্রায় অসম্ভব। অতএব, সকল ধরনের সম্পদের পূর্ণ ব্যবহার নিশ্চিত করার জন্য উৎপাদন ব্যবস্থাপনার গুরুত্ব অপরিসীম।
২. **কর্মসংস্থান সৃষ্টি (Employment Generation):** সঠিক রূপে উৎপাদন ব্যবস্থাপনা পরিচালিত হলে কর্মীদের তাদের দক্ষতার নিরীখে কর্মবন্টন করা হয় ফলে অভিজ্ঞ ও অনভিজ্ঞ উভয় শ্রেণীর জনবলের জন্য নির্দিষ্ট পরিমাণে কর্মসংস্থানের সুযোগ সৃষ্টি হয়।
৩. **শিল্প উন্নয়ন (Industrial Development):** একটি কার্যকর উৎপাদন ব্যবস্থাপনা প্রক্রিয়া উৎপাদনশীলতা বৃদ্ধি করে। এর ফলে মুনাফা বৃদ্ধি পায় এবং ফলশ্রুতিতে শিল্প উন্নয়ন ও শিল্পায়নের প্রসার ঘটে।
৪. **নতুন নতুন পণ্য ও সেবা উৎপাদন (Development of Newer Products & Services):** উৎপাদন ব্যবস্থাপনায় গবেষণা করার যথেষ্ট সুযোগ রয়েছে বলে পণ্য উন্নয়ন, ডিজাইন পরিবর্তনসহ নতুন পণ্য প্রচলনের সুযোগ সৃষ্টি হয়।
৫. **উৎপাদনের পরিকল্পনা প্রণয়ন (Preparing Production Plan):** ভবিষ্যৎ চাহিদা নিরূপণ করে সে অনুযায়ী পণ্য দ্রব্য উৎপাদন করার প্রয়াশই উৎপাদন পরিকল্পনা সৃষ্টি ও নিয়মতান্ত্রিক উপায়ে এই পরিকল্পনা প্রণয়ন ও পরিচালনা করা একটি গ্রহণযোগ্য উৎপাদন ব্যবস্থাপনার জন্য খুবই গুরুত্বপূর্ণ।
৬. **উৎপাদন ব্যয় হ্রাস (Reduce Production Cost):** সূষ্ঠা পরিকল্পনা ও নিয়ন্ত্রণের মাধ্যমে উৎপাদন ব্যয় অনেকটাই কমিয়ে কাম্য মাত্রা অর্জন করা সম্ভব।
৭. **মান নিয়ন্ত্রণ (Quality Control):** কাজের ও পরিণত পণ্যের মান নিরূপণ এবং নিয়ন্ত্রণে অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। রুটিন, সিডিউলিং, ডেসপাচিং, কোয়ালিটি চেকিং এর অন্তর্গত।
৮. **প্রতিযোগিতায় টিকে থাকা (Surviving the Competition):** প্রতিযোগিতায় টিকে থাকার লক্ষ্যে ক্রেতার চাহিদা ও আকাঙ্ক্ষাকে গুরুত্ব প্রদান করলে বাজারে গ্রহণযোগ্যতা অর্জন করা সম্ভব। এর ফলে মুনাফা অর্জন, নিত্য নতুন বিনিয়োগ ও পণ্য উদ্ভাবন এবং উৎপাদনের মাধ্যমে ক্রেতার চাহিদা পূরণ করে প্রতিযোগিতায় টিকে থাকা সহজ হয়।
৯. **ভোক্তার সন্তুষ্টি অর্জন (Attaining Consumer Satisfaction):** ভোক্তার চাহিদাকে গুরুত্ব দেওয়া হয় বলে ক্রেতা ও ভোক্তাগণ তাদের পছন্দ অনুযায়ী পণ্য ও সেবা পেতে পারেন। এতে ভোক্তার সন্তুষ্টি অর্জন করা যায়।
১০. **উৎপাদন জটিলতা নিরসন (Reducing Production Complexity):** একটি উৎপাদনমুখী শিল্প প্রতিষ্ঠানকে নানান ধরনের প্রতিকূলতা ও জটিলতার মুখোমুখি হতে হয়। সঠিক ও সুনিয়ন্ত্রিত উৎপাদন ব্যবস্থাপনা এ ধরনের জটিলতা সঠিক সময়ে সঠিক সিদ্ধান্ত গ্রহণের মাধ্যমে নিরসন করে থাকে।

বাংলাদেশ একটি কৃষি নির্ভরদেশ হলেও ক্রমশ শিল্প ও বাণিজ্য এর অর্থনীতিতে দৃঢ় অবস্থান করে নিচ্ছে। দেশে কৃষিতে যেমন বিনিয়োগ ও বিজ্ঞানসম্মত উন্নয়ন বাড়ছে তেমনি শিল্পক্ষেত্রে দেশি-বিদেশি বিনিয়োগ নিত্য নতুন পণ্য উদ্ভাবন ও উৎপাদনের কাণে দেশের অর্থনৈতিক ভিত্তি সুদৃঢ় হচ্ছে। সম্পদের সূষ্ঠা ব্যবহার নিশ্চিত করে নতুন পণ্য ও সেবা উৎপাদন কল্পে গঠিত হয়ে থাকে। এখানে বহু কর্মী, কলা-কুশলী, যন্ত্রপাতির সমাবেশ ঘটে। এই পুরো প্রক্রিয়াটি সূষ্ঠা পরিচালনা, সম্প্রসারণ ও টিকে থাকার জন্য সঠিক উপায়ে ব্যবস্থাপনার প্রয়োজন অত্যাবশ্যক।

 অ্যাকাডিভিটি (নিজে করি) শিক্ষার্থীর কাজ	বাংলাদেশের কৃষিক্ষেত্রে উৎপাদন ব্যবস্থাপনার গুরুত্ব ও আওতা চিহ্নিত কর।
--	--

সারসংক্ষেপ

- প্রতিযোগিতায় টিকে থাকার জন্য উৎপাদন ব্যবস্থাপনা প্রয়োজন;
- দ্রুত উৎপাদন ও বৃহদায়তন বা ক্ষুদ্র শিল্প সকল প্রতিষ্ঠানের নিখুতভাবে টিকে থাকার জন্য সুনিয়ন্ত্রিত উৎপাদন ব্যবস্থাপনা অনস্বীকার্য।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন-৫.৩

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন

- উৎপাদন পরিকল্পনা কখন গৃহিত হয়?

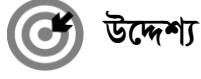
ক) উৎপাদন শুরুর পূর্বে	খ) উৎপাদন কার্য শেষ হলে
গ) উৎপাদন চলাকালে	ঘ) কোনটিই নয়
- রুটিন, ডেসপাচিং, কোয়ালিটি চেকিং কোনটির অন্তর্গত?

ক) উৎপাদন ব্যয়-হ্রাস	খ) গবেষণা
গ) উৎপাদনের পরিকল্পনা প্রণয়ন	ঘ) মান নিয়ন্ত্রণ
- প্রতিযোগিতায় টিকে থাকার জন্য প্রয়োজন-

ক) পরিকল্পনা	খ) মান নিয়ন্ত্রণ
গ) গবেষণা	ঘ) সবগুলোই
- সুষ্ঠু পরিকল্পনা ও নিয়ন্ত্রণের মাধ্যমে
 - ব্যয়-হ্রাস হয়
 - সম্পদের সঠিক ব্যবহার হয়
 - সমস্যা সহজে শনাক্ত করা যায় না
 নিচের কোনটি সঠিক?

ক) i ও iii	খ) ii ও iii
গ) i ও ii	ঘ) i, ii ও iii


পাঠ-৫.৪ সেবা খাতের প্রবৃদ্ধি (Growth of Service Sector)



উদ্দেশ্য

এই পাঠ অধ্যয়ন শেষে আপনি-

- সেবা খাতের প্রবৃদ্ধির ধারণা লাভ করবেন;
- বাংলাদেশের প্রেক্ষিতে সেবা খাতের প্রবৃদ্ধি সম্পর্কে জানতে করবেন।

	<p>সেবা, প্রতিযোগিতা, সেবা খাত প্রবৃদ্ধি, মুনাফা ইত্যাদি।</p>
<p>মূখ্য শব্দ (Keywords)</p>	



সেবা খাতের প্রবৃদ্ধির ধারণা (Concept of Growth of Service Sector)

সেবা বলতে কোন কাজ বা সুবিধাকে বোঝায় যা দৃশ্যমান নয় এবং মালিকানা পরিবর্তন হয় না। বর্তমান সময়ে সেবাখাতের চাহিদা দিন দিন বাড়ছে। সেবা খাতের কারণে মানুষের বিভিন্ন চাহিদা পূরণ হচ্ছে। একই সাথে কর্মসংস্থানের সুযোগ তৈরি হচ্ছে। সেবা খাতের উৎপাদন পদ্ধতি পণ্য উৎপাদনের উৎপাদন পদ্ধতি থেকে ভিন্ন একারণে উৎপাদন ব্যবস্থাপনায় সেবা খাতকে বেশি গুরুত্ব দেওয়া হয়।

বর্তমানে পরিবহন, বিমা, ব্যাংক, তথ্য প্রযুক্তি, শিক্ষা ও চিকিৎসা ইত্যাদি সেবার মাধ্যমে ক্রেতার বিভিন্ন চাহিদা পূরণ হচ্ছে। সরকারি পর্যায়ে বিভিন্ন সেবা যেমন- শিক্ষা, চিকিৎসা, কৃষি, ব্যাংক, যোগাযোগ ইত্যাদি জনকল্যাণে প্রদান করা হয়। আবার, খুচরা ও পাইকারি ব্যবসায়ীরা প্রতিযোগিতায় টিকে থাকার জন্য ক্রেতাদের কল্যাণ ও মনোযোগ আকর্ষণ করার জন্য বিভিন্ন সেবা প্রদানে সচেষ্ট থাকে। এছাড়াও নিরাপত্তা, পরিবহন, গ্যাস সরবরাহসহ অন্যান্য সেবা খাতের চাহিদা দিন দিন বাড়ছে।

বাংলাদেশের সেবা খাতের প্রবৃদ্ধি (Growth of Service Sector in Bangladesh)

বাংলাদেশে প্রযুক্তিগত উন্নয়ন ও জনগণের চাহিদার কারণে সরকারি ও বেসরকারি পর্যায়ে ক্রমাগত সেবা খাতের ব্যাপক উন্নতি হচ্ছে। নিচে কয়েকটি খাত সম্পর্কে আলোচনা করা হলো-

১. **টেলিযোগাযোগ খাত (Telecommunication Sector):** সরকারি ও বেসরকারি মালিকানায় দেশের বিভিন্ন সেবা প্রদানকারী প্রতিষ্ঠানসমূহ মোবাইল ফোনের নেটওয়ার্ক স্থাপন করার মাধ্যমে যোগাযোগ ব্যবস্থাকে শক্তিশালী করছে।
২. **শিক্ষাখাত (Education Sector):** বর্তমানে দেশের প্রত্যন্ত অঞ্চল ও শহরগুলোতে সরকারি ও বেসরকারি অসংখ্য স্কুল, কলেজ, বিশ্ববিদ্যালয় ইত্যাদি স্থাপনের মাধ্যমে শিক্ষাখাতে প্রবৃদ্ধি হচ্ছে।
৩. **স্বাস্থ্যখাত (Health Sector):** বর্তমানে বাংলাদেশের অধিকাংশ মানুষ সরকারি ও বেসরকারি পর্যায়ে স্থাপিত আধুনিক ছোট-বড় মেডিকেল কলেজ ও হাসপাতালের মাধ্যমে একদিকে চিকিৎসক তৈরি হচ্ছে ও ভোক্তারা মানসম্পন্ন চিকিৎসা সেবা পাচ্ছে।
৪. **পর্যটন খাত (Tourism Service Sector):** বাংলাদেশের প্রাকৃতিক ও ঐতিহাসিক দর্শনীয় স্থানের কারণে দেশি ও বিদেশি বিভিন্ন পর্যটক ভ্রমণ করছেন। এর মাধ্যমে হোটেল, মোটেল, শপিংমল, বিনোদন কেন্দ্র গড়ে উঠছে সরকারি ও বেসরকারি পর্যায়ে। এই সেবা খাতের মাধ্যমে বৈদেশিক মুদ্রা অর্জিত হচ্ছে।
৫. **ব্যাংকিং সেবাখাত (Banking Service Sector):** বাংলাদেশে বর্তমানে অনেক সরকারি- বেসরকারি ও বিদেশি-আন্তর্জাতিক ব্যাংক তাদের ব্যাংকিং কার্যক্রম চালানোর মাধ্যমে গ্রাহকদের বিভিন্ন সেবা প্রদান করছে।

 অ্যাকটিভিটি (নিজে করি) /শিক্ষার্থীর কাজ	বাংলাদেশে ৫টি পরিচিত সেবাখাত চিহ্নিত করুন এবং তাদের সরবরাহকৃত সেবা সম্পর্কে লিখুন।
--	--

সারসংক্ষেপ

- সেবা খাতের কারণে মানুষের বিভিন্ন চাহিদা পূরণ হচ্ছে এবং কর্মসংস্থানের সুযোগ তৈরি হচ্ছে।
- বাংলাদেশে সেবাখাত হিসেবে টেলিযোগাযোগ খাত, শিক্ষাখাত, স্বাস্থ্যখাত, পর্যটন খাত, ব্যাংকিং সেবাখাত গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখছে।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন-৫.৪

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন

১। নিচের কোনটি সেবাখাত?

- | | |
|-----------------|----------------|
| ক) পণ্য বণ্টন | খ) বিমা সেবা |
| গ) পণ্য সংরক্ষণ | ঘ) পণ্য উৎপাদন |

২। কোনটি সেবাখাত নয়?

- | | |
|--------------------------|------------------|
| ক) পর্যটন খাত | খ) শিক্ষা খাত |
| গ) বিপণন সেবা প্রদানকারী | ঘ) স্বাস্থ্য খাত |

৩। বাংলাদেশে কোন সেবা খাতের ব্যাপক উন্নয়ন হয়েছে?

- | | |
|----------------------------|-------------------------|
| ক) টেলিযোগাযোগ খাত | খ) সেবার মান নিয়ন্ত্রণ |
| গ) পণ্য ও সেবা উন্নয়ন খাত | ঘ) সেবা সরবরাহে |


পাঠ-৫.৫ উৎপাদনশীলতার সমস্যা ও তার সম্ভাব্য সমাধান (Productivity Challenges and Possible Remedies)



উদ্দেশ্য

এই পাঠ অধ্যয়ন শেষে আপনি-

- উৎপাদনশীলতার সমস্যাগুলো চিহ্নিত করতে পারবেন; এবং
- উৎপাদনশীলতার সমস্যাগুলোর সম্ভাব্য সমাধান কি হতে পারে তা জানবেন।

 <p>মুখ্য শব্দ (Keywords)</p>	উৎপাদনশীলতা, উৎপাদন, উপকরণ ইত্যাদি।
---	-------------------------------------



উৎপাদনশীলতার সমস্যা (Productivity Challenges)

উৎপাদনশীলতা বলতে উৎপাদন ও উপকরণের অনুপাতকে বুঝায়। উৎপাদন হলো উৎপাদিত পণ্য ও সেবা এবং উপকরণ হলো উৎপাদন কাজে ব্যবহৃত ভূমি, শ্রম, মূলধন ও সংগঠন। বর্তমানে উৎপাদনশীলতার উন্নয়ন বলতে দক্ষতার উন্নয়নকে বুঝায়। দক্ষতার উন্নয়ন দু'ভাবে হতে পারে। যথা- কম উপকরণ দিয়ে পূর্বের ন্যায় সমপরিমাণ দ্রব্য ও সেবা উৎপাদন করা। অথবা সমপরিমাণ উপকরণ দিয়ে পূর্বের চেয়ে বেশি পরিমাণে পণ্য ও সেবা উৎপাদন করা। এক্ষেত্রে উৎপাদন ও উপকরণের অনুপাতের যে কোন ধরনের পরিবর্তন উৎপাদনশীলতায় চ্যালেঞ্জ সৃষ্টি করে। উৎপাদনশীলতা বৃদ্ধি পেলে বিভিন্ন সুবিধা পাওয়া যায়। যথা- পণ্যের উৎপাদন ব্যয় কম হয়, ক্রেতার কম মূল্যে মানসম্পন্ন পণ্য ভোগের সুযোগ পায়, শ্রমিকদের বেতন ও মজুরি বৃদ্ধি পায়, মুনাফার পরিমাণ বৃদ্ধি পায় এবং ব্যবসায়ের সম্প্রসারণ ঘটে ইত্যাদি।


অন্যদিকে উৎপাদনশীলতা কমে গেলে বিভিন্ন ধরনের চ্যালেঞ্জ সৃষ্টি হয়। উৎপাদনশীলতার ব্যাপারে যা বাধা সৃষ্টি করে তাই হলো উৎপাদনশীলতার চ্যালেঞ্জ বা সমস্যা। নিচে তা আলোচনা করা হলো-

১. **অদক্ষ কর্মী ও কর্মে স্বতঃস্ফূর্ত অংশগ্রহণ না করা (Inefficient Worker and Lack of Spontaneous Participation):** উৎপাদনে নিয়োজিত কর্মী অদক্ষ হলে বা দক্ষ হলেও তারা নিজ নিজ কাজ স্বতঃস্ফূর্ত অংশগ্রহণ না করলে উৎপাদন ব্যবস্থাপনা বাধাগ্রস্ত হয়।
২. **নিম্ন মনোবল ও নিম্ন প্রেষণা (Low Morale and Low Motivation):** উৎপাদনে নিয়োজিত কর্মীদের মনোবল ও প্রেষণা যদি নিম্নমানের হয় তাহলে উৎপাদনের পরিমাণ কম হয় আবার পণ্যের মানও খারাপ হয়ে যায়।
৩. **অনুন্নত কারিগরি উপাদান (Undeveloped Technical Factors):** উৎপাদনশীলতার ক্ষেত্রে অনুন্নত কারিগরি উপাদান একটি বড় চ্যালেঞ্জ কারণ অত্যাধুনিক বিজ্ঞান, প্রযুক্তি ও কারিগরি জ্ঞানের অভাব হলে উৎপাদন ব্যবস্থা পিছিয়ে পড়ে।
৪. **নিম্নমানের কাঁচামাল (Below Standard Raw-materials):** উৎপাদনের অনুন্নত ও নিম্নমানের কাঁচামাল ব্যবহৃত হলে পণ্য উৎপাদন হ্রাস পায়। এরফলে শুধুমাত্র পণ্য উৎপাদন ক্ষতিগ্রস্ত হয় না, ব্যবহৃত যন্ত্রপাতির কার্যকারিতার উপরও প্রভাব পড়তে পারে।
৫. **প্রতিকূল সরকারি বিধি-বিধান (Unfavorable Government Rules and Regulation):** কোন দেশের সরকার গৃহিত বিধি-বিধান পণ্য উৎপাদনের প্রতিকূলে থাকলে, পণ্য উৎপাদন বাধার সম্মুখীন হয়।

এছাড়াও উৎপাদনের অন্যান্য উপকরণ (শ্রম, মূলধন, সংগঠন ইত্যাদি) এর অভাবে উৎপাদনশীলতা হ্রাস পেতে পারে। আবার, প্রাকৃতিক পরিবেশ (ভূমির গঠন, জলবায়ু, নদ-নদীর অবস্থান ইত্যাদি) ও অপ্রাকৃতিক পরিবেশ (ধর্ম, সমাজ ব্যবস্থা, সংস্কৃতি, রাজনৈতিক অবস্থা ইত্যাদি) এর প্রতিকূলতার জন্য উৎপাদনশীলতা বাধাগ্রস্ত হয়।

উৎপাদনশীলতার সমস্যার সম্ভাব্য সমাধান (Possible Remedies of Productivity Challenges)

উৎপাদন ব্যবস্থাপনার অংশ হিসেবে উৎপাদনশীলতার সমস্যা সমাধানের জন্য প্রতিষ্ঠান বিভিন্ন পদক্ষেপ গ্রহণ করতে পারে। সঠিক পরিকল্পনা প্রণয়ন, উৎপাদনের সাথে জড়িত ব্যক্তি ও কর্মীদের প্রেষণা ও উৎসাহ প্রদানের জন্য বিভিন্ন উৎসাহমূলক আর্থিক ও অনার্থিক ব্যবস্থা গ্রহণ, উন্নত কারিগরি উপাদান ও কাঁচামাল ব্যবহার নিশ্চিতকরণের মাধ্যমে উৎপাদনশীলতার সমস্যাগুলো মোকাবেলা করা সম্ভব। উৎপাদনশীলতার বিষয়ে উৎপাদন ব্যবস্থাপনাকে যত্নবান হওয়া প্রয়োজন, যেন কম খরচে অধিক পণ্য উৎপাদন করা যায়। উপরের আলোচনার আলোকে বলা যায় যে কর্মী, রাজনৈতিক ও অর্থনৈতিক, সামাজিক পরিবেশ, উৎপাদনের অন্যান্য উপাদান, সরকারী নীতি-নির্দেশনা উৎপাদনের অনুকূলে থাকলে উৎপাদনশীলতার সমস্যা মোকাবিলা করা সম্ভব।

 অ্যাকাটিভিটি (নিজে করি) /শিক্ষার্থীর কাজ	আপনার মতে বাংলাদেশে পোশাক শিল্প কারখানাগুলো পোশাক উৎপাদন করার সময় কোন কোন সমস্যার মুখোমুখি হয়?
---	--

সারসংক্ষেপ

- বাংলাদেশসহ পৃথিবীর সকল উৎপাদনশীলমুখী দেশগুলো বিভিন্ন ধরনের চ্যালেঞ্জ মোকাবিলা করে থাকে। সঠিক পরিকল্পনা প্রণয়ন ও সুষ্ঠুভাবে তা বাস্তবায়ন এবং সমন্বয়পূর্ণ গবেষণা এইসব সমস্যা সমাধানে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখতে পারে।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন-৫.৫

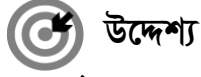
সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন

- বাংলাদেশের উৎপাদনমুখী শিল্পে কোনটি বেশি জরুরী?
 - সুষ্ঠু পরিকল্পনা প্রণয়ন
 - অদক্ষ জনগোষ্ঠীর ব্যবহার
 - বিজ্ঞানসম্মত ব্যবস্থাপনা
 - কোনটিই নয়
- কোনটি উৎপাদন ব্যবস্থাপনার সমস্যা?
 - অদক্ষ ব্যবস্থাপনা
 - পরিকল্পিত বিনিয়োগ
 - সেবা খাতের প্রবৃদ্ধি
 - সাময়িক শ্রমিক
- কোনটি উৎপাদন ব্যবস্থাপনার প্রবণতা?
 - সেবা খাতের প্রবৃদ্ধি
 - ক্রেতাকেন্দ্রিকতা
 - উৎপাদনশীলতা চ্যালেঞ্জ

নিচের কোনটি সঠিক?


 - i ও iii
 - ii ও iii
 - ii ও i
 - i, ii ও iii

পাঠ-৫.৬ মানসম্পন্ন দ্রব্য উৎপাদনের গুরুত্ব (Importance of Producing Quality Goods)



এই পাঠ অধ্যয়ন শেষে আপনি-

- মানসম্পন্ন দ্রব্য উৎপাদনের গুরুত্ব বুঝতে পারবেন।

 মূখ্য শব্দ (Keywords)	মানসম্পন্ন দ্রব্য, মুনাফা বৃদ্ধি, ক্রেতা সন্তুষ্টি ইত্যাদি।
---	---

মানসম্পন্ন দ্রব্য উৎপাদনের গুরুত্ব (Importance of Producing Quality Goods)

সাধারণত মানসম্পন্ন দ্রব্য বা পণ্য বলতে উন্নত ও গুণগত মানসম্পন্ন দ্রব্যকে বুঝায়। এটি ভোক্তার অভাব ও চাহিদার সন্তুষ্টি বিধান করে থাকে। কোনো প্রতিষ্ঠান মান সম্মত পণ্য উৎপাদন ও ক্রেতার কাছে তা সরবরাহ করার মাধ্যমে ক্রেতাদের সন্তুষ্টি করার সাথে সাথে স্থায়ী ক্রেতা সৃষ্টি, বিক্রয় বৃদ্ধি, সুনাম অর্জন ইত্যাদি সুবিধা ভোগ করে।

মানসম্পন্ন দ্রব্য বা পণ্য উৎপাদন করার ফলে মূলধনের সঠিক ও সর্বাঙ্গিক ব্যবহার নিশ্চিত করা যায়, মুনাফা বৃদ্ধি হয়, দীর্ঘমেয়াদী-ভোক্তা-বিক্রেতা সম্পর্ক স্থাপন করা যায়, প্রতিযোগিতামূলক পরিবেশে টিকে থাকা যায়, প্রতিষ্ঠানের সম্প্রসারণ করা সম্ভব হয় এবং উচ্চতর উন্নয়ন ও প্রযুক্তির সমাবেশ ঘটে। এক্ষেত্রে, উৎপাদন ব্যবস্থাপক প্রতিযোগিতামূলক মান নির্দিষ্ট করে সেই অনুযায়ী পণ্য উৎপাদনের জন্য প্রয়োজনীয় ব্যবস্থা গ্রহণ করে, ফলে মানসম্পন্ন দ্রব্য উৎপাদন সম্ভব হয়। নিম্নে দ্রব্যের গুণগতমান পরিমাপের একটি চিত্র দেওয়া হলো-

ভোক্তা বা ক্রেতারা দ্রব্য বা সেবার প্রকৃত উপযোগিতা থেকে মান বিবেচনা করে মান সম্পন্ন পণ্য হলে বারবার ক্রয় করে, না হলে ভোক্তা বা ক্রেতা অন্য কোম্পানির পণ্য ক্রয় করে। সুতরাং উৎপাদন ব্যবস্থাপনায় মান সম্পন্ন দ্রব্য উৎপাদনের গুরুত্ব অপরিসীম।

১. অর্থনৈতিক প্রেক্ষাপট

(Economic Perspective):


বর্তমানের প্রতিযোগিতামূলক বাজারে টিকে থাকার জন্য প্রতিষ্ঠানকে বিভিন্ন ধরনের ব্যয়ের সম্মুখীন হতে হয়, যেমন: প্রতিরোধ ব্যয়,



চিত্র: দ্রব্যের গুণগত মান

মূল্যায়ন ব্যয়, অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিক অকৃতকার্য ব্যয় ইত্যাদি। এই সকল ধরনের ব্যয় হ্রাসের লক্ষ্যে মানসম্পন্ন পণ্য/দ্রব্য উৎপাদন প্রক্রিয়া ব্যবস্থাপনা খুবই জরুরী।

২. **মুনাফা বৃদ্ধি নিশ্চিতকরণ (Ascertaining Increase in Profit):** ক্রেতা আকর্ষণ ও তাদের সন্তুষ্টি অর্জনের জন্য মানসম্পন্ন পণ্য যোগান দেওয়া অতীব প্রয়োজনীয়।
৩. **ভোক্তার আনুগত্য ও সন্তুষ্টি সৃষ্টি (Creation of Consumer Loyalty and Satisfaction):** যখন কোন প্রতিষ্ঠান প্রতিযোগী অন্যান্য প্রতিষ্ঠানের পণ্যের চেয়ে উন্নতমানের দ্রব্য/সেবা আশানুরূপ মূল্যে ক্রেতা ও ভোক্তাদের কাছে উপস্থাপন করে তখন সেই প্রতিষ্ঠান দ্রুত ভোক্তাদের মধ্যে সন্তুষ্টি সৃষ্টি করতে পারে এবং তা প্রায়শ ক্রেতাদের মধ্যে আনুগত্য সঞ্চার করে। বস্তুত ক্রেতাদের সন্তুষ্টিবিধানের মাধ্যমে তাদের আস্থা অর্জিত হয় এবং এর ফলে দীর্ঘমেয়াদী ভোক্তা বিক্রেতা সম্পর্ক স্থাপিত হয়।
৪. **অবচয় হ্রাস (Reducing Depreciation):** যেহেতু একটি সুষ্ঠু ও সুনিয়ন্ত্রিত পরিকল্পনা প্রসূত উৎপাদন ব্যবস্থা গৃহীত হয় সেহেতু যেকোন ধরনের অদক্ষ কর্মযজ্ঞ ও যন্ত্রপাতির অদূরদর্শী ব্যবহার প্রতিরোধ করা যায়। ফলে অবশ্যম্ভাবী অবচয় হ্রাস করা সম্ভব হয়।
৫. **প্রতিযোগীতা মোকাবেলা (Surviving Competition):** মানসম্পন্ন দ্রব্য ভোক্তা সন্তুষ্টির পূর্বশর্ত। আশানুরূপ মূল্যে মানসম্পন্ন পণ্য ক্রেতা ও ভোক্তার নিকটবর্তী স্থান চাহিদা মাফিক পৌঁছে দিতে পারলে এবং নিয়মিত গবেষণার মাধ্যমে ভোক্তার চাহিদা মোতাবেক পণ্য ও সেবার মানোন্নয়ন ঘটালে প্রতিযোগীতায় টিকে থাকা সহজতর হয়।
৬. **ঝুঁকি হ্রাস (Reducing Risk):** ক্রেতার সন্তুষ্টি অর্জন করা যায় বলে অর্থনৈতিক স্থিতি সৃষ্টি হয়। এই দৃঢ়তা প্রতিষ্ঠানকে বিভিন্ন ঝুঁকি মোকাবেলা করার ক্ষেত্রে অর্থনৈতিক সামর্থ্য ও সকল ধরনের দক্ষতার নিরীখে সহায়তা করে।
৭. **প্রতিষ্ঠানের সম্প্রসারণ (Expansion of the Enterprise):** একটি সুনিয়ন্ত্রিত গবেষণা বিভাগ পরিকল্পিতভাবে ভোক্তার চাহিদা নিরূপণ করে নিত্য নতুন দ্রব্যের উদ্ভাবন ঘটিয়ে প্রতিষ্ঠানের সম্প্রসারণে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখতে পারে।
৮. **উচ্চতর উন্নয়ন ও প্রযুক্তির সমাবেশ (Assembling Modern Technology and Greater Development):** পণ্য বা সেবা যখন ক্রটিমুক্ত, দীর্ঘস্থায়ী, ও পরিবেশ উপযোগী হয় তখন তা প্রতিষ্ঠানের সম্পর্কে ক্রেতা ও ভোক্তাদের মধ্যে ধন্যাত্মক ধারণা সৃষ্টি করে। অনুগত্য ভোক্তাদের সমাজের প্রতিষ্ঠানকে অর্থনৈতিকভাবে সচল ও শক্তিশালী করে ফলে তারা দ্রব্যের নিয়মিত উন্নয়ন করার পাশাপাশি উন্নত প্রযুক্তির ব্যবহার করে থাকে যেন তাদের বিশ্বাসযোগ্যতা, কার্যক্ষমতা ও সেবাদানের সামর্থ্য বৃদ্ধি পায়।

 অ্যাকাটিটি (নিজে করি) শিক্ষার্থীর কাজ	আপনার বাসায় ব্যবহৃত টেলিভিশনের/রেডিও এর মান নির্ধারণে আপনি কোন কোন বিষয়কে গুরুত্ব দিবেন তার তালিকা তৈরি করুন।
--	---

সারসংক্ষেপ

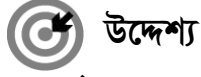
- মান সম্পন্ন পণ্য উৎপাদন দু'দিক থেকেই গুরুত্বপূর্ণ, প্রথমত এতে ক্রেতা সন্তুষ্ট থাকে এবং দ্বিতীয়ত এতে বিক্রয় বৃদ্ধি পায় বলে প্রতিষ্ঠানের সুনাম-সুখ্যাতি উত্তরোত্তর বৃদ্ধি পায়।
- মান সম্পন্ন পণ্য উৎপাদনের মাধ্যমে প্রতিষ্ঠান মুনাফা বৃদ্ধি নিশ্চিত করে, ভোক্তার আনুগত্য ও সন্তুষ্টি সৃষ্টি করে, অবচয় হ্রাস করে, প্রতিযোগীতা মোকাবেলা, ঝুঁকি হ্রাস, প্রতিষ্ঠানের সম্প্রসারণ, উচ্চতর উন্নয়ন ও প্রযুক্তির সমাবেশ ঘটাতে পারে।

৯ পাঠোত্তর মূল্যায়ন-৫.৬

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন

- ১। নিচের কোনটি মানসম্পন্ন পণ্যের গুরুত্ব প্রকাশ করে না?
 - ক) প্রতিষ্ঠান সম্প্রসারণ
 - খ) উৎপাদন প্রক্রিয়া
 - গ) অবচয় হ্রাস
 - ঘ) প্রতিযোগিতা মোকাবেলা
- ২। মানসম্পন্ন পণ্য উৎপাদনের মাধ্যমে প্রতিষ্ঠান কি অর্জন করতে পারে?
 - ক) ক্রেতার সম্ভ্রষ্টি ও দীর্ঘ সম্পর্ক
 - খ) মূলধন বৃদ্ধি
 - গ) উৎপাদনে পারদর্শিতা
 - ঘ) কর্মচারীদের সম্ভ্রষ্টি
- ৩। প্রতিযোগিতায় টিকে থাকার ক্ষেত্রে মানসম্পন্ন পণ্য উৎপাদন গুরুত্বপূর্ণ।
 - ক) বিষয়টি সত্য
 - খ) বিষয়টি সত্য বা মিথ্যা কোনটিই নয়
 - গ) বিষয়টি মিথ্যা
 - ঘ) আন্তর্জাতিক ব্যবসায় গুরুত্বপূর্ণ

পাঠ-৫.৭ ক্রেতাকেন্দ্রিকরণের ধারণা (Concept of Customizations)



উদ্দেশ্য

এই পাঠ অধ্যয়ন শেষে আপনি-

- ক্রেতাকেন্দ্রিকরণ সম্পর্কে ধারণা করতে পারবেন।

 মূখ্য শব্দ (Keywords)	ক্রেতাকেন্দ্রিকতা, প্রতিযোগিতা ইত্যাদি।
---	---



ক্রেতাকেন্দ্রিকরণের ধারণা (Concept of Customizations)


সাধারণ অর্থে বিশেষ কারণে ক্রেতার ফরমায়েশ অনুযায়ী পণ্য তৈরি করা এবং সরবরাহ করার প্রক্রিয়াকে ক্রেতাকেন্দ্রিকতা বা কাস্টমাইজেশন বলে। ব্যাপক অর্থে, ক্রেতাকেন্দ্রিকতা বলতে প্রত্যেক ক্রেতার উপযোগী করে পণ্য বা সেবাকে প্রস্তুত করা, উৎপাদনের পর ক্রেতার পছন্দ ও চাহিদার কথা বুঝে বাজারজাতকরণ কর্মকাণ্ড পরিচালনা করাকে ক্রেতাকেন্দ্রিকতা বা কাস্টমাইজেশন বলে। যেমন: Bayerische Motoren Werke AG বা সংক্ষেপে BMW জার্মানির একটি মোটরযান নির্মাতা প্রতিষ্ঠান যা বিলাসবহুল ও অত্যন্ত আকর্ষণীয় গাড়ী, মোটর সাইকেল, ইত্যাদি তার ক্রেতার পছন্দ, রুচি ও প্রয়োজন অনুযায়ী প্রস্তুত করে।

Hyunjookim বলেন, “Customization is a systematic process of purposeful modification of any intervention in order to meet a specific organization’s needs.” অর্থাৎ “সুনির্দিষ্ট প্রতিষ্ঠানের নির্দিষ্ট প্রয়োজন মেটানোর নিমিত্তে যে কোন ধরনের উদ্দেশ্যমূলক সংশোধনের নিয়মতান্ত্রিক প্রক্রিয়াকে ক্রেতাকেন্দ্রিকতা বলে।”

ক্রেতাকেন্দ্রিকতা করার সময় পণ্যের উৎপাদক তাদের নিজস্ব মান, আকার, সংখ্যা, মোড়করণ ইত্যাদিকে গুরুত্ব না দিয়ে ক্রেতার চাহিদাকেই বেশি গুরুত্ব দেয়। বর্তমানে উৎপাদন ব্যবস্থাপনা প্রত্যেক ক্রেতার চাহিদা ভালভাবে নির্ধারণ করছে এবং তা পূরণের জন্য পণ্য ও সেবা উৎপাদন করছে। ক্রেতাকেন্দ্রিকতার পেছনে যে সকল যুক্তি রয়েছে তা নিম্নরূপ-

১. ক্রেতার আয়, রুচি, চাহিদার প্রতি গুরুত্বারোপ;
২. তীব্র প্রতিযোগিতা;
৩. ইন্টারনেট ও টেলিকমিউনিকেশন ব্যবস্থার উন্নয়ন;
৪. প্রত্যেক ক্রেতার প্রতি সমান গুরুত্বারোপ; এবং
৫. নমনীয় উৎপাদন ব্যবস্থা।

পরিশেষে বলা যায়, প্রত্যেক ক্রেতার উপযোগী করে পণ্য উৎপাদন ও সরবরাহ করাকে ক্রেতাকেন্দ্রিকতা বলে।

 অ্যাকাটিভিটি (নিজে করি) /শিক্ষার্থীর কাজ	বাংলাদেশের তৈরি পোশাক ক্ষেত্রে Customiaztion কিরূপে উপস্থিত তা নিরূপণ করুন।
---	---



সারসংক্ষেপ

- ক্রেতার ফরমায়েশ অনুযায়ী পণ্য উৎপাদন ও বন্টন করাই হচ্ছে কাস্টমাইজেশন বা ক্রেতাকেন্দ্রিকতা। এর মাধ্যমে প্রতিষ্ঠান প্রতিযোগিতায় নিজের পণ্যকে আলাদা করতে পারে।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন-৫.৭

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন

- ১। ক্রেতাকেন্দ্রিকতার ক্ষেত্রে কোন বিষয়ে বেশি গুরুত্ব দেওয়া হয়?

ক) উৎপাদন সামর্থ্যতা	খ) ক্রেতার চাহিদা
গ) বাজার মূল্য	ঘ) উৎপাদন ক্ষমতা
- ২। ক্রেতাকেন্দ্রিকতায় কোন বিষয়কে গুরুত্ব দেওয়া হয় না?

ক) ক্রেতার রুচি	খ) ক্রেতার ক্রয়ক্ষমতা
গ) পণ্যের মোড়ক	ঘ) ক্রেতার চাহিদা
- ৩। প্রতিষ্ঠান কেন ক্রেতাকেন্দ্রিকতাকে কেন গুরুত্ব দেয়?

ক) উৎপাদন ব্যয়	খ) উৎপাদনশীলতা
গ) উৎপাদন ক্ষমতা	ঘ) তীব্র প্রতিযোগিতা

চূড়ান্ত মূল্যায়ন

ক. সৃজনশীল প্রশ্ন

সৃজনশীল প্রশ্ন-১:

পদ্মা মোটরস্ এর মালিক জনাব সাফকাত তার কারখানায় গাড়ি তৈরি করেন। এজন্য তিনি ভোক্তা সংক্রান্ত সমসায়িক তথ্য ব্যবহার করে গাড়ি তৈরির পরিকল্পনা প্রণয়ন, সংগঠন, নির্দেশনা, শ্রেষণা, বাস্তবায়ন ও নিয়ন্ত্রণ করেন। ফলে সাফকাতের তৈরি গাড়ির চাহিদা দেশে ও বিদেশে ব্যাপকহারে বৃদ্ধি পেয়েছে।

(ক) দ্রব্য কী?

(খ) সেবা বলতে কী বুঝায়?

(গ) জনাব সাফকাত কর্তৃক সম্পাদিত কাজগুলো কোন ধরনের ব্যবস্থাপনার অন্তর্ভুক্ত তা ব্যাখ্যা করুন।

(ঘ) উদ্দীপকের আলোকে পদ্মা মোটরস্ এর মানসম্পন্ন দ্রব্য উৎপাদনের প্রয়োজনীয়তা ব্যাখ্যা করুন।

সৃজনশীল প্রশ্ন-২:

মিসেস আশা টেক্সটাইল ইঞ্জিনিয়ারিং বিশ্ববিদ্যালয় থেকে পাশ করার পর কপোতাক্ষ টেক্সটাইলে উৎপাদন ব্যবস্থাপক হিসেবে যোগদান করেন। তিনি ক্রেতাদের চাহিদা পর্যালোচনা করে নতুন নতুন ডিজাইনের কাপড় উৎপাদনের পরামর্শ দেন। এজন্য উৎপাদন পদ্ধতিতে পরিবর্তন আনা হয় এবং প্রয়োজনীয় ব্যবস্থা গ্রহণ করা হয়।

(ক) উৎপাদনশীলতা কী?

(খ) উৎপাদনশীলতা কিভাবে চ্যালেঞ্জ সৃষ্টি করে?

(গ) কাপড় উৎপাদনের জন্য মিসেস আশা কোন বিষয়টিকে গুরুত্ব দিয়েছেন তা ব্যাখ্যা করুন।

(ঘ) উদ্দীপকের ভিত্তিতে ক্রেতাকেন্দ্রিকতা কিভাবে ব্যবহার করা যেতে পারে?

সৃজনশীল প্রশ্ন-৩:

পড়াশুনার পাশাপাশি রাফিক বই পড়তে ও বই কিনে জমাতে খুব পছন্দ করে। গ্রামে অনেক প্রতিকূলতার পরও পারিবারিক সাহায্যে সে পাঁচশরও বেশি বই কিনতে সক্ষম হয়। সে গ্রামের সুবিধা বঞ্চিত ছাত্র-ছাত্রী ও বই পড়ুয়াদের কথা ভেবে একটি লাইব্রেরি খোলার কথা ভাবে। পরবর্তীতে সে তার বইগুলো নিয়ে একটি লাইব্রেরি চালু করে।

(ক) অমুনাফাভোগী প্রতিষ্ঠান কি?

(খ) পণ্য ও সেবা মধ্যে পার্থক্য লিখুন।

(গ) উৎপাদন ব্যবস্থাপনার গুরুত্ব ব্যাখ্যা করুন।

(ঘ) উদ্দীপকের ভিত্তিতে রাফিক কিভাবে লাইব্রেরিকে সম্প্রসারণ করতে পারে?

ক উত্তরমালা

পাঠোত্তর মূল্যায়ন- ৫.১	:	১. ক	২. গ	৩. খ	৪. গ	৫. ক		
পাঠোত্তর মূল্যায়ন- ৫.২	:	১. গ	২. খ	৩. ঘ	৪. ক	৫. খ	৬. ক	৭. ক
পাঠোত্তর মূল্যায়ন- ৫.৩	:	১. ক	২. ঘ	৩. ঘ	৪. গ			
পাঠোত্তর মূল্যায়ন- ৫.৪	:	১. খ	২. গ	৩. ক				
পাঠোত্তর মূল্যায়ন- ৫.৫	:	১. ক	২. ক	৩. ক	৪. ঘ			
পাঠোত্তর মূল্যায়ন- ৫.৬	:	১. খ	২. ক	৩. ক				
পাঠোত্তর মূল্যায়ন- ৫.৭	:	১. খ	২. গ	৩. ঘ				