



বাজার ও বাজার বিভাজকরণ

Market and Market Segmentation

ভূমিকা

প্রত্যেক উৎপাদক তার উৎপাদিত পণ্য সামগ্রী ও সেবাসমূহের সুষ্ঠু বাজারজাতকরণের নিমিত্ত সঠিক বাজার ও সঠিক ভোক্তা বা ক্রেতার অন্বেষণের উদ্দেশ্যেই বাজার বিভাজকরণ কৌশল অবলম্বন করে থাকে। এ কৌশলটি অবলম্বন করে উৎপাদনকারী তথা বাজার জাতকারী তার পণ্য সফল ও কার্যকর ভাবে অধিক পরিমাণে বিক্রয় করতে সক্ষম হন।



বাজারের সংজ্ঞা, বৈশিষ্ট্য ও শ্রেণীবিভাগ



উদ্দেশ্য

এই পাঠ শেষে আপনি-

- ⑤ বাজারজাতকরণের দৃষ্টিতে বাজারের সংজ্ঞা বর্ণনা করতে পারবেন;
- ⑤ বাজারের শ্রেণী বিভাগ বর্ণনা করতে পারবেন;
- ⑤ বিভিন্ন ধরনের বাজারের বৈশিষ্ট্য বর্ণনা করতে পারবেন।

বিষয়বস্তু

সংজ্ঞা

সাধারণ মানুষ বাজার বলতে কোন স্থানকেই বুঝে থাকে। যেমন- মোটাক মার্কেট, নীলক্ষেত মার্কেট প্রভৃতি। অর্থনীতির ভাষায়, বাজার বলতে কোন পণ্যকে বোঝায়। যেমন- চালের, পাটের বাজার, মাছের বাজার প্রভৃতি। বাজারজাতকরণ শাস্ত্রে 'বাজার' কথাটি ভিন্ন অর্থে ব্যবহৃত হয়। বাজারজাতকরণে বাজার বলতে কোন পণ্যের বর্তমান ও সম্ভাব্য ক্রেতা সমষ্টিকে বুঝায়। সম্ভাব্য ক্রেতার নিম্নলিখিত তিনটি বৈশিষ্ট্য রয়েছে।

- ক. পণ্য বা সেবার অভাব বা চাহিদা রয়েছে;
- খ. চাহিদা পূরণের জন্য প্রয়োজনীয় অর্থ বা ক্রয় ক্ষমতা আছে;
- গ. অর্থ ব্যয় করার ইচ্ছে আছে;

উপরোক্ত আলোচনা শেষে বলা যায়, বাজার হচ্ছে বহু সংখ্যক ক্রেতা ও বিক্রেতার সমষ্টি যারা পণ্য ক্রয়-বিক্রয়ের জন্য প্রতিনিয়ত প্রতিযোগিতায় লিপ্ত থাকে।

বাজারের শ্রেণী বিভাগ

বাজারজাতকরণের দৃষ্টিতে বাজার দু'ধরনের হয়ে থাকে-

- ক. ভোক্তা বাজার
- খ. শিল্প বাজার।

ভোক্তা বাজার

যে সব ক্রেতা নিজের বা পরিবারের সদস্যদের ভোগ ও ব্যবহারে রজন্য পণ্য ক্রয় করে সে সব ক্রেতাদের নিয়ে ভোক্তা বাজার গড়ে উঠে। ভোক্তা বাজারের ক্রেতারা কখনোই পুনঃ বিক্রয়ের উদ্দেশ্যে পণ্য ক্রয় করে না। পণ্যকে চূড়ান্ত ভাবে ব্যবহার করার জন্য অর্থাৎ পণ্যটি থেকে উপযোগ লাভের উদ্দেশ্যেই ক্রয় করে। দেশের জনসংখ্যার পরিমাণ ও মানুষের অর্থনৈতিক অবস্থারই ভোক্তা বাজার নির্ভর করে। জনসংখ্যা বৃদ্ধির সাথে সাথে ভোক্তা বাজারও সম্প্রসারিত হয়।

ভোক্তা বাজারের বৈশিষ্ট্য

ভোক্তা বাজারের বৈশিষ্ট্যগুলো নিম্নে বর্ণিত হলোঃ

১. গঠন

চূড়ান্ত ভোক্তা বা ব্যবহারকারীদের নিয়ে ভোক্তা বাজার গঠিত। ক্রেতার নিজের বা পরিবারের সদস্যদের ভোগ বা ব্যবহারের জন্যই পণ্য-সামগ্রী ক্রয় করেন।

২. ক্রয়ের প্রকৃতি

এ বাজারের ভোক্তা বা ক্রেতাকে ঘন ঘন পণ্য ক্রয় করতে দেখা যায়। অর্থাৎ যখন যে পণ্য ক্রয় করার দরকার হয় তখনই তা ক্রয় করে। এজন্যই ক্রয়ের প্রকৃতি হল পুনঃপুন বা বারবার।

৩. ক্রয়ের পরিমাণ

ব্যক্তিগত বা পারিবারিক প্রয়োজনে পণ্য ক্রয় করা হয় বলে এ বাজারের ক্রেতার স্বল্প পরিমাণে পণ্য ক্রয় করে। অর্থাৎ প্রয়োজন হলে বা মজুদ শেষ হলেই পুনরায় তা ক্রয় করেন।

৪. চাহিদার ভিন্নতা

এ বাজারের সদস্যদের বয়স, আয়, রুচি, আচরণ, লিঙ্গ ইত্যাদির ভিত্তিতে তাদের মধ্যে চাহিদার ভিন্নতা পরিলক্ষিত হয়। একারণেই দক্ষ বাজারজাতকারী বাজার বিভক্তিকরণ করে পণ্য পরিকল্পনা করে থাকে।

৫. সদস্যদের অবস্থান

এ বাজারের সদস্যরা দেশের বিস্তীর্ণ এলাকা জুড়ে অবস্থান করে। অর্থাৎ যেখানে মানুষ বসবাস করে, সেখানেই ভোক্তা আছে এবং ভোগ্য পণ্যের চাহিদা বর্তমান।

৬. ক্রয়ের উদ্দেশ্য

এ বাজারের ক্রেতাদের পণ্য ক্রয়ের একমাত্র উদ্দেশ্য ভোগ এবং ভোগ থেকে উপযোগ লাভ করা। ভোগের মাধ্যমে তৃপ্তি লাভই তাদের পণ্য ক্রয়ে প্ররোচিত করে।

শিল্প বাজার

প্রকৃতি আমাদের অফুরন্ত সম্পদ দান করেছে। কিন্তু আমরা এ সম্পদ সরাসরি ভোগ বা ব্যবহার করতে পারে না। যেমন- জমিতে ধান উৎপাদন হয়। কিন্তু আমরা ভোগকরি চাল। ধানকে চালে রূপান্তর করার জন্য বিভিন্ন স্থানে গড়ে উঠেছে “রাইছমিল”। একই ভাবে গড়ে উঠেছে “ফ্লাওয়ার মিল”, বনের কাঠ তেকে আসবাবপত্র তৈরীর জন্য গড়ে উঠেছে “আসবাবপত্র কারখানা” ইত্যাদি। অর্থাৎ প্রকৃতি প্রদত্ত সকল সম্পদকে মানুষের ভোগ বা ব্যবহাররূপযোগী করার জন্য প্রক্রিয়াকরণ করতে হয়। প্রক্রিয়া করণের মাধ্যমে বিভিন্ন ধরনের পণ্য উৎপাদনের লক্ষ্যে দেশে-বিদেশে গড়ে উঠেছে নানান ধরনের শিল্প কারখানা। শিল্প-কারখানা তাদের কার্যক্রম চালু রাখার জন্য কাঁচামাল, যন্ত্রনাসহ যাবতীয় দ্রব্য সামগ্রী ক্রয় করছে। শিল্প-কারখানা ক্রয়েরজন্য বাজারে বিভিন্ন পণ্যের বিরাট চাহিদা সৃষ্টি হচ্ছে। শিল্প-কারখানার চাহিদা বা ক্রয়ের উপর ভিত্তি করেই শিল্প-বাজার গড়ে উঠেছে। কাজেই শিল্প বাজার হচ্ছে, পণ্যের প্রক্রিয়াজাতকরণ বা নতুন পণ্য উৎপাদনের উদ্দেশ্যে শিল্প-কারখানার যাবতীয় ক্রয়।

বৈশিষ্ট্য

শিল্প বাজারের বৈশিষ্ট্যসমূহ নিম্নে বর্ণিত হলোঃ

১. গঠন

পণ্য উৎপাদন বা প্রক্রিয়াকরণের সাথে জড়িত ব্যক্তি প্রতিষ্ঠান নিয়ে শিল্প বাজার গঠিত। অর্থাৎ শিল্প-কারখানার সমন্বয়ে শিল্প বাজার গঠিত।

২. উদ্দেশ্য

এ বাজারের পণ্য ক্রয়ের উদ্দেশ্য হল ক্রীত পণ্যের উপর প্রক্রিয়াকরণের মাধ্যমে ভোক্তাদের ব্যবহারযোগী বা ভোগ উপযোগী পণ্যের উৎপাদন এবং বিক্রয়ের মাধ্যমে মুনাফা অর্জন করা।

৩. ক্রয়ের পরিমাণ

শিল্প কারখানায় পণ্য বা উপকরণের চাহিদা থেকে প্রচুর। কাজেই এ বাজারের ক্রেতার একসাথে বেশী পরিমাণে পণ্য ক্রয় বা সংগ্রহ করে।

৪. ক্রয়ের প্রকৃতি

শিল্প বাজারে উপকরণের চাহিদা বেশী থাকায় এক সাথে প্রচুর পরিমাণে ক্রয় করে। ফলে বছরে একবার বা কয় দফায় বড় বড় লটে পণ্য ক্রয় করে। ভোক্তা বাজারের মত বারবার পণ্য ক্রয় করে না।

৫. ক্রেতাদের অবস্থান

শিল্প বাজারের সদস্য হচ্ছে বিভিন্ন কলকারখানা। কাজেই দেশের যে সকল এলাকায় শিল্প কারখানা গড়ে উঠেছে সেখানেই এ বাজারের সদস্যদের অবস্থান।

৬. সদস্য সংখ্যা

শিল্প বাজারের সদস্য সংখ্যা ভোক্তার বাজারের মত অসীম নয়। এ বাজারের সদস্যসংখ্যা সীমিত এবং তাদের অবস্থান সবার নিকট পরিচিত।

৭. সরবরাহকারীদের মাধ্যমে ক্রয়

এ বাজারে ক্রেতাদের উৎপাদন সংক্রান্ত বামেলা থাকায় সাধারণতঃ সরবরাহকারীদের মাধ্যমেই পণ্য ক্রয় করে থাকে।

পাঠ-সংক্ষেপ

- বাজারজাতকরণে বাজার বলতে কোন পণ্যের বর্তমান ও সম্ভাব্য ক্রেতা সমষ্টিকে বোঝায়।
- বাজারজাতকরণের দৃষ্টিতে বাজার দু'রকম যথা- ১. ভোক্তা বাজার, এবং ২. শিল্প বাজার।
- ভোক্তা বাজারের ক্রেতারা কখনোই পুনঃ বিক্রয়ের জন্য পণ্য ক্রয় করে না। পণ্যকে চূড়ান্তভাবে ব্যবহারের জন্য ক্রয় করে।
- ভোক্তা বাজারের বৈশিষ্ট্যগুলো হলো-
 - ক. চূড়ান্ত ভোক্তা নিয়ে ভোক্তা বাজার গঠিত
 - খ. ক্রেতারা ঘন ঘন পণ্য ক্রয় করে
 - গ. পণ্য ক্রয়ের পরিমাণ অল্প হয়
 - ঘ. ক্রেতাদের বয়স, আয়, রুচি, লিংগ ইত্যাদি অনুযায়ী চাহিদার ভিন্নতা দেখা দেয়;
 - ঙ. ক্রেতাদের অবস্থান বিস্তীর্ণ এলাকা জুড়ে
 - চ. শুধুমাত্র ভোগের জন্য ক্রেতারা পণ্য ক্রয় করে।
- শিল্প-কারখানার চাহিদা বা ক্রয়ের উপর ভিত্তি করেই শিল্প বাজার গড়ে উঠে।
- শিল্প বাজারের বৈশিষ্ট্য নিম্নরূপঃ
 - ক. শিল্প-কারখানার সমন্বয়ে শিল্প বাজার গঠিত
 - খ. ক্রীত পণ্যের প্রক্রিয়াকরণের মাধ্যমে উপযোগ বাড়ানোই শিল্প বাজারের উদ্দেশ্য।
 - গ. শিল্প বাজারে ক্রয়ের পরিমাণ হয় বৃহদাকার পরিমাণে।
 - ঘ. শিল্প অঞ্চলে শিল্প বাজার এর অবস্থান
 - ঙ. সদস্য সংখ্যা সীমিত।
 - চ. সাধারণত সরবরাহকারীদের মাধ্যমেই শিল্প বাজার পণ্য ক্রয় করা হয়ে থাকে।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন

নৈর্ব্যক্তিক প্রশ্ন

সঠিক উত্তরটির পাশে টিক চিহ্ন দিন-

১. কোন বিশেষ পণ্যের বর্তমান ও সম্ভাব্য ক্রেতার সমষ্টিকে বিপণনে কি বলা হয়?
 - ক. একত্রিকরণ
 - খ. বাজার
 - গ. মান নির্ধারণ
 - ঘ. সংরক্ষণ
২. বিপণনে বাজার বলতে বুঝায়
 - ক. কোন পণ্য
 - খ. কোন স্থান
 - গ. পণ্য ও সেবা
 - ঘ. পণ্যের বর্তমান ও সম্ভাব্য ক্রেতা
৩. বিপণনের দৃষ্টিতে বাজার কয় ভাগে ভাগ করা হয়েছে?
 - ক. তিন শ্রেণীতে
 - খ. পাঁচ শ্রেণীতে
 - গ. দুই শ্রেণীতে
 - ঘ. চার শ্রেণীতে
৪. যে সব ক্রেতা নিজ বা পরিবারের ভোগ ও ব্যবহারের উদ্দেশ্যে পণ্য ক্রয় করে তাদের নিয়ে গঠিত হলঃ
 - ক. ভোক্তা বাজার
 - খ. শিল্প বাজার
 - গ. বিক্রেতা বাজার
 - ঘ. সেবার বাজার।



বাজার বিভক্তিকরণ সংজ্ঞা ও ভিত্তিসমূহ



উদ্দেশ্য

এই পাঠ শেষে আপনি-

- ⑤ বাজার বিভক্তিকরণের সংজ্ঞা বর্ণনা করতে পারবেন;
- ⑤ বাজার বিভক্তি করণের বিভিন্ন ভিত্তিসমূহ বর্ণনা করতে পারবেন।

বিষয়বস্তু

সংজ্ঞা

সাধারণ অর্থে, বাজার বিভক্তিকরণ বলতে দক্ষতার সাথে অধিক বিক্রয় অর্জনের জন্য কোন পণ্যের বাজার তথা বর্তমান ও সম্ভাব্য ক্রেতা বা ভোক্তাদের ছোট ছোট অংশে বিভক্ত করাকে বোঝায়।

ক্রেতা বা ভোক্তারাই হল বাজারের প্রধান শক্তি। কিন্তু সকল ক্রেতার রুচি, অভ্যাস, চিন্তা-চেতনা, ক্রয়ের ধরণ, আয়, বয়স ইত্যাদি এক রকম হয় না। ক্রেতাদের এইভিন্ন ভিন্ন বৈশিষ্ট্যের কারণে একই কাজে ব্যবহারের উদ্দেশ্যে সকল ক্রেতার একই ব্র্যান্ডের পণ্য কিনে না। যেমন- দাঁত ব্রাস করার জন্য কেউ কিনে ক্লোজ আপ, কেউ কেনে ফ্রেসজেল, কেউ কিনে কলগেট পেস্ট। আবার তরুন-তরুনীরা যে ফ্যাশনের পণ্য পছন্দ করে। বয়স্ক ক্রেতাদের নিকট তা আদৌ গ্রহণীয় নাও হতে পারে। ক্রেতা বা ভোক্তাদের এইরূপ বিচিত্র বৈশিষ্ট্যের কারণে সমগ্র বাজারকে কতগুলো উপ বা ছোট ছোট বাজার ভাগ করা হয়ে থাকে।

সমগ্র বাজারকে এভাবে ভাগ করার প্রক্রিয়াকে বাজার বিভক্তিকরণ বলে।

বাজার বিভক্ত করণের ফলে যে ছোট ছোট অংশে মোট বাজার বিভক্ত হয়, তাদের একটি অপারটি থেকে সম্পূর্ণরূপে আলাদা হয়ে থাকে। কিন্ডু প্রতিটি উপবাজারে সমজাতীয় বা একই জাতীয় বৈশিষ্ট্য বিরাজ করে।

পরিশেষে বলা যায়, বৈসাদৃশ্যপূর্ণ সামগ্রিক বাজারকে ভোক্তা সমাজের বিভিন্ন বৈশিষ্ট্যের ভিত্তিতে এবং বাজারজাতকরণের সুবিধার্থে কতগুলো উপভাগ বা উপ-বাজারে ভাগ করাকেই বাজার বিভক্তি করণ বলা হয়।

বাজার বিভক্তিকরণের ভিত্তি সমূহ

একটি প্রতিষ্ঠান বিভিন্ন উপায়ে বাজার বিভক্তিকরণ করতে পারে। পণ্য ভেদে বাজার বিভক্তিকরণের ভিত্তিগুলো বিভিন্ন হয়ে থাকে। নিচে ভোক্তা বাজার ও শিল্প বাজার বিভক্তিকরণের ভিত্তিসমূহ আলোচনা করা হলোঃ

ভোক্তা বাজার বিভক্তিকরণ : নিম্নে ভোক্তা-বাজার বিভক্তিকরণের ভিত্তিসমূহ আলোচনা করা হলোঃ

১. ভৌগলিক বিভক্তিকরণ

এ ধরনের বিভক্তিকরণে বাজারকে বিভিন্ন অঞ্চলে, (যেমন- উত্তরাঞ্চল, দক্ষিণ অঞ্চল), জেলা (যেমন- ঢাকা, কুমিল্লা, সিলেট), শহর, গ্রাম ইত্যাদির ভিত্তিতে বিভক্ত করা হয়। ভৌগলিক বিভক্তিকরণের পর বাজারজাতকারী একটি, কিংবা কয়েকটি কিংবা সব কটি এলাকায় পণ্য বিক্রয়ের চেষ্টা করে। তবে যেসব অঞ্চল অবস্থান জনিত কারণে সর্বাধিক মুনাফাজনক বলে প্রতীয়মান হয় এ পদ্ধতিতে সে সব অঞ্চলেই পণ্য বাজারজাত করা হয়। আবার প্রতিটি অঞ্চলের জন্য বাজারজাতকারীকে স্বতন্ত্র বিপণন কার্যক্রম নিতে হয়। কারণ প্রত্যেক অঞ্চলের ক্রেতাদের মধ্যে সমজাতীয় বৈশিষ্ট্য বিরাজমান নাও থাকতে পারে।

২. জনমিতিক বিভক্তিকরণ

বাজার বিভক্তিকরণের ক্ষেত্রে এ পদ্ধতি অধিক হারে ব্যবহৃত হয়ে থাকে। এ পদ্ধতিতে কতগুলো জনমিতি উপাদান; যেমন- বয়স, লিঙ্গ, আয় পারিবারিক জীবনচক্র, পেশা, জাতীয়তা, শিক্ষা ইত্যাদির ভিত্তিতে সমগ্র বাজারকে বিভক্ত করা হয়। কার্যকারিতার দিক থেকে জনমিতিক বাজার বিভক্ত করা হয়। কার্যকারিতার দিক থেকে জনমিতিক বাজার বিভ্রণ খবুই দক্ষ বলে বিবেচিত। যেমন- খেলনা উৎপাদনকারী প্রতিষ্ঠান বয়সের সাথে সামঞ্জস্য রেখে পণ্য উৎপাদন ও বাজার বিভক্ত

করতে পারে। আবার, লিংগকে ভিত্তি করে জুতা, পোশাক, প্রভৃতি পণ্যের বিপণন খুবই সহজ হয়। অন্যদিকে ক্রেতার আয়ের উপর ভিত্তি করে উচ্চমান ও মূল্যের এবং সাধারণ মান ও কম মূল্যের পণ্যের বিপণন করতে পারে।

৩. মনস্তাত্ত্বিক বিভক্তিকরণ

ভোক্তাদের জীবন মানের ধরণ, ব্যক্তিত্ব, সামাজিক অবস্থান চাল চলন পণ্য থেকে প্রাপ্য উপযোগের প্রত্যাশা ইত্যাদির উপর ভিত্তি করে বাজার বিভক্তিকরণ করা হলে তাকে মনস্তাত্ত্বিক বিভক্তিকরণ বলা হয়। এ পদ্ধতিতে বাজার বিভক্তিকরণের ফলে ক্রেতার যেরূপ তাদের ব্যক্তিত্ব, রুচি ও জীবন-মানের সাথে তাল মিলিয়ে পণ্য ক্রয় করতে পারে অন্যদিকে বাজারজাতকারীও দক্ষতার সাথে অধিক পরিমাণে পণ্য বিক্রয় সক্ষম হয়।

৪. আচরণ মূলক বিভক্তিকরণ

পণ্যের প্রতি ভোক্তাদের আচরণের ভিত্তিতেও পণ্যের বাজার বিভক্তিকরণ করা যায়। এক্ষেত্রে আচরণ বলতে পণ্যটি ভোগে কি ধরনের সুবিধা পাওয়া যাবে, পণ্যের প্রতি ভোক্তার মনোভাব, পণ্যের ব্যবহার ও পণ্য বিষয়ক জ্ঞান ইত্যাদি উপাদানকে বোঝায়। করণ করলে সহজেই ক্রেতাদের চিহ্নিত করা যায় এবং সেই অনুযায়ী বিক্রয় কর্মী কাল্পনিক আচরণ করে অধিক পরিমাণ পণ্য বিক্রয়ে সফল হয়।

শিল্প বাজার বিভক্তিকরণ

শিল্পবাজারও ভোক্তা বাজার বিভক্তিকরণের ভিত্তি সমূহের উপর ভিত্তি করে বিভক্তিকরণ করা যায়। তবে শিল্প বাজার বিভক্তিকরণ নিম্নলিখিত উপাদান সমূহের উপর ভিত্তি করে করা হয়ঃ

১. ক্রেতা প্রকৃতি

যে প্রতিষ্ঠান বিভিন্ন ধরনের শিল্পের নিকট পণ্য বিক্রয় করে যে ক্রেতার প্রকৃতির উপর ভিত্তি করে বাজার বিভক্তিকরণ করতে পারে। যেমন- ক্ষুদ্র বৈদ্যুতিক মটর বিক্রয়কারী প্রতিষ্ঠানের নিকট এর বাজার বৃহদাকার হয়ে থাকে। কারণ- বিভিন্ন ধরনের শিল্পের ক্ষেত্রে পণ্যটি প্রয়োজনীয়। বাজারজাতকারী এক্ষেত্রে ক্রেতার প্রকৃতি অনুযায়ী বাজার বিভক্ত করে পণ্য বিক্রয়ের ব্যবস্থা করতে পারে।

২. ক্রেতার সংখ্যা

শিল্প ব্যাংক ক্রেতার আকার এর উপর ভিত্তি করে বাজার বিভক্তিকরণ সম্ভব। এক্ষেত্রে বিক্রয় পরিমাণকে ভিত্তি করে বাজারকে বড় ও ছোট হিসাবে নির্ধারণ সম্ভব। এভাবে বাজার বিভক্ত করে বৃহৎ ক্রেতাদের নিকট সরাসরি বিক্রয় ও অধিক সেবা প্রদান করা হয়। অপরদিকে, ক্ষুদ্র বা ছোট ক্রেতাদের ক্ষেত্রে মধ্যস্থকারবায়ী নিয়োগ করা হয়। এতে বাজারে শক্তিশালী অবস্থান নিশ্চিত হয়।

৩. ক্রয় অবস্থার ধরণ

যে কোন ক্রয় অবস্থাকে তিনভাগে বিশ্লেষণ করা যেতে পারে; যেমন- সম্পূর্ণ নতুন ক্রয়, সংশোধনিক পুনঃক্রয় ও সরাসরি পুনঃ ক্রয়। পুনঃ ক্রয় হতে পারে উত্তম বিবেচনাপূর্বক সরাসরি কিংবা অন্য পন্য ব্যবহারে তৃপ্ত না হয়ে সংশোধন আকারে ক্রয় শিল্প পণ্য বিক্রেতার উপরোক্ত তিন অবস্থার ভিত্তিতে বাজার বিভক্ত করে তাদের পণ্য বিপণনের উদ্যোগ নিয়ে থাকেন।

পাঠ-সংক্ষেপ

- বৈসাদৃশ্যপূর্ণ সামগ্রিক বাজারকে ভোক্তা সমাজের বিভিন্ন বৈশিষ্ট্যের ভিত্তিতে এবং বাজার জাতকরণের সুবিধার্থে কতগুলো উপভাগ বা উপ-বাজারে ভাগ করাকেই বাজার বিভক্তিকরণ বলে।
- ভোক্তা বাজার বিভক্তিকরণের ভিত্তিসমূহ হল-

ক. ভৌগলিক বিভক্তিকরণ	খ. জনমিতিক বিভক্তিকরণ
গ. মনস্তাত্ত্বিক বিভক্তিকরণ	ঘ. আচরণমূলক বিভক্তিকরণ
- শিল্প-বাজার বিভক্তিকরণ এর ভিত্তি সমূহ হল-

ক. ক্রেতার প্রকৃতি	খ. ক্রেতার সংখ্যা
গ. ক্রয়-অবস্থার ধরণ।	

পাঠ্যের মূল্যায়ন : ২

নৈর্ব্যক্তিক প্রশ্ন

সঠিক উত্তরের পাশে টিক চিহ্ন দিন-

১. কোন পণ্যের অসমজাতীয় সমগ্র বাজারকে বিভিন্ন সমজাতীয় অংশে ভাগ করার প্রক্রিয়া হলোঃ
 - ক. মান নির্ধারণ
 - খ. বাজার সংহত করণ
 - গ. বাজার বিভক্তিকরণ
 - ঘ. শ্রেণী বিভাগ
২. নিচের কোনটি ভোক্তা বাজার বিভক্তিকরণের ভিত্তি হিসাবে ব্যবহৃত?
 - ক. ভৌগলিক এলাকা
 - খ. জনসংখ্যা
 - গ. সামাজিক অবস্থা
 - ঘ. উপরের সবগুলো
৩. শিল্প-বাজার বিভক্তিকরণে নিচের কোনটিকে ভিত্তি হিসেবে ব্যবহার করা হয়?
 - ক. ক্রেতার প্রকৃতি
 - খ. ভৌগলিক এলাকা
 - গ. ক্রেতার সংখ্যা
 - ঘ. উপরের সবগুলো।



বাজার বিভক্তিকরণের সুবিধা / উপকারিতা সফল বাজার বিভক্তিকরণের শর্তসমূহ



উদ্দেশ্য

এই পাঠ শেষে আপনি-

- ⑤ বাজার বিভক্তিকরণের উপকারিতা বা সুবিধা বর্ণনা করতে পারবেন;
- ⑤ সফল বাজার বিভক্তি করণের শর্তগুলো বর্ণনা করতে পারবেন।

বিষয়বস্তু

সুবিধা / উপকারিতা

সুষ্ঠু বাজারজাতকরণের নিমিত্ত সঠিক বাজার ও সঠিক ভোক্তা অন্বেষণের উদ্দেশ্যেই বাজার বিভাজন কৌশল অবলম্বন করা হয়। বাজার বিভক্তিকরণ বা বিভাজনের দ্বারা যে সব সুবিধা বা উপকারিতা পাওয়া যায় সেগুলো নিচে বর্ণিত হলোঃ

১. অধিক বিক্রয়

বাজার বিভক্তিকরণের দ্বারা একটি বাজারে অবস্থিত ভোক্তাদের বিভিন্ন রকম চাহিদা সম্পর্কে অবহিত হওয়া সম্ভব। ফলে বিচিত্র গুণাগুণ সম্বলিত বিভিন্ন ধরনের পণ্য বাজারে উপস্থিত করে মোট বিক্রয়ের পরিমাণ বৃদ্ধি করা সম্ভব।

২. সঠিক বাজার বা ভোক্তা নিরূপণ

বাজার বিভক্তিকরণের মাধ্যমে উৎপাদক তার পণ্য সামগ্রীর সঠিক বাজার বা ভোক্তা গোষ্ঠীকে নিরূপণ করতে পারে। ফলে প্রতিযোগিতামূলক বাজারে প্রতিষ্ঠানের ও পণ্যের অবস্থান সুদৃঢ় করা সম্ভব হয়।

৩. চাহিদা অনুযায়ী পণ্য সরবরাহ

বাজার বিভাজনের ফলে বিক্রেতার বিভিন্ন উপ-বাজার পর্যবেক্ষণ করার সুযোগ পায়। এমতাবস্থায় তারা ভোক্তার চাহিদা অনুযায়ী পণ্যের বাজার জাত করণের ব্যবস্থা করতে পারে।

৪. বিশেষায়িত বিপণন

বাজার বিভক্তিকরণের মাধ্যমে বাজারজাতকরণকে অধিক বিশেষায়িত ও প্রসারিত করা সম্ভব। বাজার বিভক্তিকরণের মাধ্যমে ভোক্তাদের আশা-আকাঙ্ক্ষা, রুচি-বৈচিত্র ইত্যাদির সাথে অধিক সমাজসম্পূর্ণ বিপণন কর্মসূচী গ্রহণ করা হয়। এতে বিপণন কর্মকাণ্ড বাস্তবমুখী এবং অধিক কার্যকর হয়ে থাকে।

৫. বাজার সুযোগ বৃদ্ধি

বাজার বিভক্তিকরণের মাধ্যমে একজন উৎপাদনকারী নির্দিষ্ট দলভুক্ত ভোক্তাদের অতি নিকটে অবস্থান করে। ফলে উৎপাদনকারী বাজার পরিবর্তনের সাথে সাথে পণ্য, কৌশল ইত্যাদি পরিবর্তন করে দ্রুত কার্যক্রম গ্রহণে সমর্থ হয়।

৬. বাজারজাতকরণ বাজেটের দক্ষ ব্যবহার

বাজার বিভাজনের দ্বারা সম্ভাব্য ভোক্তাদের বিভিন্ন দলে অন্তর্ভুক্ত করা সম্ভব। ফলে বিপণনকারী তার বাজেটকে বিভিন্ন বাজার অংশের চাহিদা ও গুরুত্ব অনুযায়ী নির্ধারণ করতে পারে। এতে বাজেট বাস্তবমুখী ও দক্ষ হয়ে থাকে। এতে বিপণনে অপচয়ও রোধ করা সম্ভব হয়।

৭. বিজ্ঞাপন ও প্রচারণা

বাজার বিভাজনের ফলে বিক্রেতার বিভিন্ন উপবাজারের চাহিদা অনুধাবন করতে পারে। একটি নির্দিষ্ট বাজারের চাহিদার প্রেক্ষিতে কোন বিক্রেতা তার বিজ্ঞাপন ও প্রচারণার সিদ্ধান্ত নিতে পারে।

সফল বাজার বিভক্তিকরণের শর্তসমূহ

কার্যকরভাবে বাজার বিভক্তিকরণের জন্য কতিপয় শর্তপূরণ আবশ্যিক। নিচে কার্যকর বাজার বিভক্তিকরণের শর্তগুলো আলোচনা করা হলোঃ

১. পরিমাপযোগ্যতা

সংশ্লিষ্ট বাজারে অবস্থানরত ভোক্তা বা গ্রাহকদের শ্রেণীভুক্তকরণের বৈশিষ্ট্যসমূহ অবশ্যই পরিমাপ যোগ্য হতে হবে। তা না হলে বাজার বিভক্তিকরণের কৌশল সঠিক ভাবে কাজে লাগানো সম্ভব হবে না।

২. পর্যাপ্ততা

সংশ্লিষ্ট বাজারের আকার ও আয়তন পর্যাপ্ত হতে হবে, যাতে বাজার বিভক্তিকরণে নিহিত খরচ, সময় ও কর্মপ্রয়াস বিভক্তিকরণকে যৌক্তিক প্রক্রিয়া হিসেবে বৈধতা দান করে। পর্যাপ্ততার অভাবে ব্যয় থেকে প্রাপ্তব্য সুবিধার পরিমাণ কম হবে।

৩. প্রবেশ যোগ্যতা

প্রতিটি উপ-বাজারে কোম্পানীর বন্টন প্রণালী, বিজ্ঞাপন মাধ্যম, বিক্রয় প্রয়াস ইত্যাদি কম খরচে, স্বাচ্ছন্দ্যের সাথে এবং কম অপচয়ে প্রবেশযোগ্য হতে হবে। অন্যথায়, বিভক্তিকরণ নিতান্তই অর্থহীন ও ব্যর্থ প্রয়াসে পরিণত হয়।

৪. কার্যোপযোগিতা

প্রতিটি উপ-বাজারকে আকর্ষণীয় করার এবং সেবা প্রদানের জন্য কার্যকর প্রোগ্রাম তৈরীর সামর্থ্য বিবেচনা করতে হবে। যেমন- একটি ছোট যাত্রী পরিবহন কোম্পানী ১০টি পরিবহন রুট চিহ্নিত করল। কিন্তু এর কর্মচারী সংখ্যা ও কোচ সংখ্যা এতগুলো রুটের জন্য পৃথক পৃথক বাজারজাতকরণ কৌশল প্রণয়নে অপার্যাপ্ত হতে পারে।

৫. চাহিদার প্রকৃতিতে বিভিন্ণতা

বাজার বিভক্তি করণ থেকে সুফল পেতে হলে বিভিন্ন বাজার অংশে অবস্থানরত ক্রেতা বা ভোক্তাদের চাহিদায়ও বিভিন্ণতা থাকতে হবে।

৬. সমর্থনের হার

যে সব উপাদানকে বাজার বিভক্তিকরণের প্রধান ভিত্তি হিসেবে বিবেচনা করা হবে। যেসব ভিত্তি ভোক্তা বা ক্রেতাদের নিকট কি হারে সমর্থন লাভ করবে তা বাজার বিভক্তিকরণের পূর্বেই বিপণন ব্যবস্থাপকে বিবেচনা করে দেখতে হবে।

পাঠ-সংক্ষেপ

বাজার বিভক্তিকরণের উপকারিতা নিম্নরূপঃ

- বিক্রয়ের পরিমাণ বৃদ্ধি পায়;
- সঠিকভাবে ভোক্তা নিরূপণ সম্ভব হয়;
- চাহিদা অনুযায়ী পণ্য সরবরাহ সম্ভব হয়;
- বিশেষায়িত বিপণন সম্ভব হয়;
- বাজার সুযোগ সম্ভব হয়;
- বাজারজাতকরণ বাজেটের দক্ষ ব্যবহার সম্ভব হয়;
- কার্যকর ভাবে বিজ্ঞাপন ও প্রচারণা চালানো যায়।

সফল বাজার বিভক্তিকরণের শর্তসমূহ নিম্নরূপঃ

- ভোক্তা শ্রেণীভুক্তকরণের বৈশিষ্ট্য সমূহ পরিমাপ যোগ্য হতে হবে।
- বাজারের আকার ও আয়তন পর্যাপ্ত হতে হবে।
- বাজারে কোম্পানীর সহজ প্রবেশ যোগ্য হতে হবে।
- বাজারকে আকর্ষণ করার মত সামর্থ্য থাকতে হবে।
- ভোক্তাদের চাহিদায় বিভিন্ণতা থাকতে হবে।

রচনামূলক প্রশ্নাবলী

১. বাজার বলতে কি বোঝেন? বিপণনে বাজার কত প্রকার ও কি কি?
২. ভোক্তা বাজার কাকে বলে? ভোক্তা বাজারের বৈশিষ্ট্য সমূহ বর্ণনা করুন।
৩. শিল্প-বাজার কাকে বলে? শিল্প বাজারের বৈশিষ্ট্যসমূহ বর্ণনা করুন।
৪. বাজার বিভক্তিকরণ বলতে কি বোঝেন? বাজার বিভক্তি করণের ভিত্তিসমূহ আলোচনা করুন।
৫. শিল্প বাজার বিভক্তিকরণের ভিত্তিগুলো কি কি?
৬. বাজার বিভক্তিকরণের সুবিধা বা উপকারিতা সমূহ বর্ণনা করুন।
৭. সফল বাজার বিভক্তিকরণের পূর্বশর্ত সমূহ কি কি?

উত্তরমালা

পাঠোত্তর মূল্যায়ন : ১ ১.খ ২.খ ৩.গ ৪.ক

পাঠোত্তর মূল্যায়ন : ২ ১.গ ২.খ ৩.ঘ