

ইউজিএস, অক্টোবর ২২, ২০২০, পৃষ্ঠা-২৬, ক্রমিকসংখ্যা-৩৭৮. ৫৫২২A

//ইউজিএস/২০-২০-২০/পৃ.২৬



তাহসিনা হিমা

ছাত্রী
ইস্ট ওয়েস্ট ইউনিভার্সিটি

বিপণন বলতে আমি বুঝি বাণিজ্যিক প্রথাকে।
আধুনিক বাণিজ্য ব্যবস্থায় পণ্য উৎপাদন যেমন
গুরুত্বপূর্ণ তেমনি উৎপাদিত পণ্য
বাজারজাতকরণও অধিক গুরুত্বপূর্ণ।

দারুণ প্রতিদ্বন্দ্বিতাপূর্ণ আধুনিক ব্যবসাজগতে একটি পণ্য
উৎপাদনের জন্য মিল, কলকারখানা ও প্রায়ুক্তিক সুবিধা
রয়েছে। কিন্তু এই উৎপাদিত পণ্যকে ক্রেতার কাছে পৌঁছে
দিতে প্রয়োজন পড়ে প্রচারের। পণ্যটি সম্পর্কে ক্রেতার
মনোযোগ আকর্ষণ করাই বিপণন ব্যবস্থার মূল উদ্দেশ্য। বলা
যায়, উৎপাদিত পণ্যকে যে কৌশলে ক্রেতার ঘরে পৌঁছে
দেওয়া হয় তাকেই বলে বিপণন।