উদ্যোক্তা উন্নয়ন এবং বাস্তবতা

লেখক: অধ্যাপক ড. সিরাজুল হক | প্রকাশিত: 04 June 2026, 09:37 AM | বিভাগ: মার্কেটিং

বিজনেস প্ল্যান এর মধ্যে মার্কেটিং মিক্স অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ একটি বিষয়। এই মিক্স বা মিশ্রণকে বলা হয় ক্রেতা আকর্ষণের অত্যন্ত কার্যকরী একটি টুলস। যাঁরা বিজনেস গ্র্যাজুয়েট তাঁরা বিবিএ, এমবিএ পড়ার সময় এই বিষয়টি সম্পর্কে পড়ার এবং জ্ঞান অর্জন করার সুযোগ পায়। কিন্তু যাঁরা বিজনেস গ্র্যাজুয়েট নয়, তাঁদের কাছে বিষয়টি নতুন বা অচেনা। মার্কেটিং মিক্স একজন মার্কেটারের কাছে অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ একটি বিষয়। কারণ মার্কেটার যদি এই মিক্সটিকে ঠিক মতো ডিজাইন করতে পারেন তাহলে তাঁর পক্ষে ক্রেতাকে আকর্ষণ করা, ক্রেতাকে পণ্য কিনতে উৎসাহিত করা, ক্রেতাকে দীর্ঘমেয়াদের জন্য ধরে রাখা, এবং বর্তমান ক্রেতাদের মাধ্যমে আরও ক্রেতা তৈরি করা সম্ভব। অনেকে এটাকে মার্কেটিংয়ের ট্রাম কার্ডও বলে। আমি এখানে স্বল্প পরিসরে হলেও মার্কেটিং মিক্স বা বাজারজাতকরণ মিশ্রণ সম্পর্কে কিছুটা আলোকপাত করব।

মার্কেটিং মিক্স এর ধরন দু'রকম হতে পারে। এটি হতে পারে পণ্য মার্কেটিং করার জন্য। আবার হতে পারে সেবা মার্কেটিং করার জন্য। পণ্যের জন্য মার্কেটিং মিক্স ডিজাইন করার সময় চারটি উপাদান বা উপকরণ

ব্যবহার করতে হয়। আর যদি সেবার জন্য মার্কেটিং মিক্স ডিজাইন করতে হয় তাহলে সাতটি উপাদান বা উপকরণ ব্যবহার করতে হয়। পণ্যের জন্য যে চারটি উপাদান ব্যবহার করা হয় সেগুলো হলো প্রোডাক্ট, প্রাইস, প্লেস, প্রমোশন। এই শব্দগুলো ইংরেজিতে লিখার সময় প্রতিটি শব্দের প্রথমে ইংরেজি 'পি' বর্ণ ব্যবহার হয় বিধায় এটাকে সংক্ষেপে 'ফোর পি' বলে। সেবার জন্য মার্কেটিং মিক্স ডিজাইন করার সময় এই চারটি পি এর সাথে আরও তিনটি পি যুক্ত হয়ে সাতটি পি হয়। এই তিনটি উপাদান হলো পিপল, প্রসেস, এবং ফিজিক্যাল এভিডেন্স। এখানেও প্রতিটি শব্দের প্রথম বর্ণ পি থাকার কারণে এটাকে সংক্ষেপে সেভেন পি বলে।

একজন উদ্যোক্তা বা মার্কেটারকে মার্কেটিং মিক্স ডিজাইন করার সময় এর প্রতিটি উপকরণ বা উপাদান নিয়ে যথেষ্ট পরিমাণে চিন্তাভাবনা করতে হয়। কারণ আমরা যদি যে কোনো সাধারণ মিক্স বা মিশ্রণের কথা চিন্তা করি তাহলে সেখানেও দেখা যাবে মিশ্রণের উপাদানগুলোর পরিমাণ বা অনুপাত একটি বিশেষ গুরুত্ব বহন করে। যেমন এক কাপ চা তৈরির জন্য পানি, চিনি, চা পাতা, দুধ এবং চুলার আগুন বা তাপ প্রয়োজন হয়। এখন এই উপকরণগুলোর মধ্যে যদি একটি সুন্দর সমন্বয় ঘটে তাহলেই চা সুস্বাদু হবে। খেতে ভালো লাগবে। কিন্তু সমন্বয় বা অনুপাত যদি ঠিক না থাকে তাহলে ওই চা খেতে ভালো লাগবে না। ঠিক অনুরূপভাবে আমরা যদি এই উপাদানগুলোর সমন্বয়ে একটি ভালো মিশ্রণ তৈরি করতে পারি তাহলে ওই মিশ্রণটি ক্রেতা সন্তুষ্টি নিশ্চিত করতে পারবে। আর ক্রেতারা সন্তুষ্ট হলেই ব্যবসা ভালো চলবে, এবং প্রতিষ্ঠানের পক্ষে টিকে থাকা সম্ভব হবে।

একজন উদ্যোক্তা যখন কোনো মার্কেটিং মিক্স বা বাজারজাতকরণ মিশ্রণ তৈরি করবে তখন সবার আগে তাঁকে তাঁর টার্গেট কাস্টমারের কথা বিবেচনা করতে হবে। আমাদের একটি কথা সব সময় মনে রাখতে হবে একজন মার্কেটার যখন যে কাজই করুক না কেন তাঁর বিবেচনায় সব সময় টার্গেট কাস্টমার কারা সেটা থাকতে হবে। মার্কেটার কখনো অন্ধের হাতি দেখার মতো তাঁর পণ্য বিক্রির কথা বিবেচনা করতে পারে না। তাঁকে সুনির্দিষ্ট ক্রেতাদল বিবেচনা করেই পণ্য বিক্রির চেষ্টা করতে হবে।

মার্কেটিং মিক্স এর প্রথম উপাদান প্রোডাক্ট বা পণ্য। পণ্য শুধু তৈরি করলেই হবে না। পণ্য তৈরির আগেই কতগুলো বিষয় মার্কেটারকে বিবেচনায় রাখতে হবে। যেমন পণ্যের কোয়ালিটি, ফিচার, সাইজ, কালার, ডিজাইন, ওয়েট, ব্র্যান্ড নেম, প্যাকেজিং, ওয়ারেন্টি, আফটার সেলস সার্ভিস, ইত্যাদি। এখানে যে বিষয়গুলো উল্লেখ করা হলো এর প্রতিটি বিষয় টার্গেট কাস্টমারের সাথে ম্যাচিং হতে হবে। অর্থাৎ এই বিষয়গুলো টার্গেট কাস্টমার যেভাবে প্রত্যাশা করেন সেভাবেই দিতে হবে। যেমন পণ্যটি যদি হয়

বয়স্কদের পাঞ্জাবী তাহলে এই পাঞ্জাবীর রঙ কোনোভাবেই কালো, লাল, গাঢ় হলুদ হওয়া উচিত নয়। পাঞ্জাবি যদি হয় সমাজের এলিট শ্রেণির বয়স্ক মানুষদের জন্য তাহলে এই শ্রেণির ক্রেতারা কখনো এই রঙগুলোকে পছন্দ করবে না। যদি মনে করি রঙ নিয়ে কোনো সমস্যা নেই। সাদা, ক্রিম, হালকা নীল, বা এ ধরনের কোনো মার্জিত রঙে পাঞ্জাবী তৈরি করা হয়েছে, কিন্তু কাপড়ের মান ভালো নয়, তাহলে সেটাও ক্রেতাদের কাছে গ্রহণযোগ্যতা পাবে না। কারণ এলিট শ্রেণির ক্রেতারা দামি কাপড়ের পাঞ্জাবী পড়ে অভ্যস্ত। এ কারণে একজন মার্কেটার যখন মার্কেটিং মিক্স ডিজাইন করবে তখন তাঁকে মার্কেটিং মিক্সের প্রতিটি উপাদান নিয়ে যথেষ্ট পরিমাণে চিন্তাভাবনা করতে হবে।

পণ্যের প্যাকেজিং ক্রেতাদের আকৃষ্ট করার ক্ষেত্রে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। শিশুরা রঙ পছন্দ করে। যে কোনো পণ্যের মধ্যে কালারফুল ভাব থাকলে সেটা শিশুদের দৃষ্টি কেড়ে নেয়। এ কারণে চিপস বা এ জাতীয় পণ্যের প্যাকেটগুলো বেশ কালারফুল হতে দেখা যায়। একটি দামী পণ্যের সাথে যদি ওয়ারেন্টি বা গ্যারান্টি না থাকে তাহলে ক্রেতারা পণ্য কেনার সাহস পাবে না। যে পণ্যের জন্য আফটার সেলস সার্ভিস প্রয়োজন সেখানে এই সার্ভিস দেওয়ার ব্যবস্থা থাকতে হবে। অন্যথায় ক্রেতারা পণ্য কেনার সাহস পাবে না। একটি বিজনেস প্ল্যান করার সময় মার্কেটিং প্ল্যান কি হবে এবং ওই মার্কেটিং প্ল্যানে মার্কেটিং মিক্স কিভাবে ডিজাইন করা হবে সে প্রসঙ্গেও গাইডলাইন থাকতে হবে।

(চলবে)

© 2026 আপনার নিউজ পোর্টাল। সর্বস্বত্ব সংরক্ষিত।
এই প্রতিবেদনটি আমাদের ওয়েবসাইট থেকে ডাউনলোড করা হয়েছে।