

এইসএসসি পরীক্ষা ২০১৬ এর মডেল প্রশ্ন (সকল বোর্ডের জন্য)  
বিষয় : উৎপাদন ব্যবস্থাপনা ও বিপণন ২য় পত্র (সৃজনশীল)

বিষয় কোড : ২৮৭

সময়: ২ ঘণ্টা ১০ মিনিট

পূর্ণমান: ৬০

দ্রষ্টব্য : দক্ষিণ পাঠ্যসংখ্যা গ্রন্থের পূর্ণমান জ্ঞাপক। প্রদত্ত উদ্দেশ্যগুলো মনোযোগ দিয়ে পড়ো এবং সংশ্লিষ্ট প্রশ্নগুলোর যথাযথ উত্তর দাও। মোট ছয়টি প্রশ্নের উত্তর দাও।

১. ▶ মিঠুন রহমান কক্সবাজারে ২০০২ সালের প্রতিষ্ঠিত 'হলিডে প্লাস' নামে একটি আবাসিক হোটেল পরিচালনা করেন। প্রথম দিকে লাভজনক থাকলেও বর্তমানে এ খাতে প্রতিযোগিতা অনেক বেড়ে গেছে। বর্তমানে তিনি কক্সবাজারে বিকল্প কোন ব্যবসায় শুরু করার কথা ভাবছেন।

- ক. চাহিদা কী? ১  
খ. বিক্রয় বলতে কী বোঝায়? ২  
গ. 'হলিডে প্লাস' হোটেলটি বাজারজাতকরণের ক্রমবিকাশের পর্যায়ের কোন যুগের অন্তর্ভুক্ত? ব্যাখ্যা কর। ৩  
ঘ. তুমি কি মনে করো প্রতিযোগিতার ফলে ভোক্তারা উপকৃত হয়? যুক্তিসহ লেখ। ৪

২. ▶ 'ঝর্ণা ফ্যাশনস্' নিজস্ব কারখানায় তৈরি পোশাক উৎপাদন করে যুক্তরাষ্ট্রে রপ্তানি করে। উচ্চ মানের পোশাকের কারণে প্রতিষ্ঠানটি ক্রেতাদের নিকট যথেষ্ট সুনাম অর্জন করেছে। 'ঝর্ণা ফ্যাশনস্' এখন বৃহৎ পরিসরে ইউরোপের বাজারে পোশাক রপ্তানির পরিকল্পনা করেছে। তবে প্রতিষ্ঠানটি মূলধন সংকটে ভুগছে।

- ক. অর্থনৈতিক পরিবেশ কি? ১  
খ. পরিবেশ কাকে বলে? ২  
গ. 'ঝর্ণা ফ্যাশনস্' কোন ধরনের বাজারে পোশাক বিক্রয় করেছে? ব্যাখ্যা কর। ৩  
ঘ. মূলধন সংকট নিরসনে 'ঝর্ণা ফ্যাশনস্' কোন ধরনের জনগোষ্ঠীর সাথে যোগাযোগ করতে পারে বলে তুমি মনে কর? অভিমত দাও। ৪

৩. ▶ 'সুমন প্রোডাক্টস' দীর্ঘদিন থেকে চানাচুর উৎপাদন ও বিক্রয় করেছে। শুরু থেকে লাভজনক থাকলেও বর্তমানে প্রতিযোগিতার কারণে প্রতিষ্ঠানটির বিক্রয় কমে গেছে। 'সুমন প্রোডাক্টস' এর ব্যবস্থাপনা কর্তৃপক্ষ বর্তমানে চানাচুরের বিক্রয় বৃদ্ধির উপায় নিয়ে ভাবছে।

- ক. পরিবহন কী? ১  
খ. মান নির্ধারণ বলতে কী বোঝায়? ২  
গ. চানাচুর বিক্রয়ের মাধ্যমে 'সুমন প্রোডাক্টস' কোন ধরনের উপযোগ সৃষ্টি করেছে? ব্যাখ্যা কর। ৩  
ঘ. তোমার মতে 'সুমন প্রোডাক্টস'-এর ব্যবস্থাপনা কর্তৃপক্ষ বর্তমানে চানাচুরের বিক্রয় বৃদ্ধির উপায় নিয়ে ভাবছে। ৪

৪. ▶ জনাব রওশন আরা দিনাজপুরে 'গোল্ডেন বেকারী' নামে একটি বিস্কুট উৎপাদন ও বিক্রয় প্রতিষ্ঠান পরিচালনা করেন। 'গোল্ডেন বেকারী' সব সময় উচ্চমান বজায় রেখে বিস্কুট উৎপাদন করে। ক্রেতারা সন্তুষ্ট থাকলেও প্রতিষ্ঠানটি লাভ করতে পারছে না। সকল শ্রেণির ক্রেতারা প্রতিষ্ঠানটির পণ্যমান সম্পর্কে জানে না। জনাব রওশন আরা এখন কোন একটি প্রসার হাতিয়ার ব্যবহারের কথা ভাবছেন।

- ক. পণ্য কী? ১
- খ. বাজার বলতে কী বোঝায়? ২
- গ. গোল্ডেন বেকারী বাজারজাতকরণ মিশ্রণের কোন উপাদানটির উপর গুরুত্বারোপ করেছে? ব্যাখ্যা কর। ৩
- ঘ. জনাব রওশন আরার কোন প্রসার হাতিয়ার ব্যবহার করা উচিত বলে তুমি মনে করো? যুক্তিসহ লেখ। ৪

৫. ▶ পিয়ুস এন্টারপ্রাইজ 'স্পিড' নামে মটর সাইকেল বাজারজাতকরণ করে। এটি স্পিড ব্র্যান্ড নামের সুনাম সৃষ্টির জন্য বিভিন্ন ধরনের কার্যক্রম পরিচালনা করে। প্রতিষ্ঠানটি ৩ বছরের বিক্রয়োত্তর সেবার নিশ্চয়তা দিয়ে থাকে। বিক্রয় আশানুরূপ না হওয়ায় পিয়ুস এন্টারপ্রাইজ ব্র্যান্ডের সুনাম বৃদ্ধির পাশাপাশি ৫ বছরের বিক্রয়োত্তর সেবা দেয়ার সিদ্ধান্ত নিয়েছে।

- ক. লোভনীয় পণ্য কী? ১
- খ. নগদ বাটী কাকে বলে? ২
- গ. ব্র্যান্ডনাম পণ্যের কোন স্তরের অন্তর্ভুক্ত? ব্যাখ্যা কর। ৩
- ঘ. 'ব্র্যান্ডনাম ও বিক্রয়োত্তর সেবা পণ্যের বিক্রয় বৃদ্ধির সহায়ক তুমি কি এক বক্তব্যের সাথে একমত? যুক্তিসহ লেখো। ৪

৬. ▶ জনাব সাহাদাত চাঁকার বাসাবোতে একটি মোমবাতি তৈরির কারখানা পরিচালনা করেন। উৎপাদিত মোমবাতি তিনি বিভিন্ন খুচরা দোকানে সরবরাহ করেন। খুচরা দোকানদাররা এরপর ভোক্তার নিকট বিক্রি করে। খুচরা দোকান থেকে ভোক্তারা মোমবাতি কিনে। এভাবে ভোক্তারা হাতের নাগালে মোমবাতি পেয়ে থাকে।

- ক. বণ্টন প্রণালি কী? ১
- খ. বিক্রয় প্রতিনিধি কাকে বলে? ২
- গ. জনাব সাহাদাত মোমবাতি বাজারজাতকরণে কোন ধরনের বণ্টন প্রণালি ব্যবহার করেন? ব্যাখ্যা কর। ৩
- ঘ. তুমি কি মনে করো মধ্যস্থ কারবারি ভোক্তাদের জন্য উপকারী? বিশ্লেষণ কর। ৪

৭. ▶ সাতার মধ্যস্থ কারবারির সাহায্য ছাড়া নিজের উৎপাদিত বাচ্চাদের পোশাক ভোক্তাদের নিকট বিক্রয় করে। এতে তাৎক্ষণিক সাড়া পাওয়া যায় ও

ব্যক্তি উপযোগী কৌশল ব্যবহার করা যায়। ইদানিং সাতারের বিক্রয় কমে গেছে। অন্যান্য প্রতিযোগীদের মতো পরিবেশ সচেতন ক্রেতাদের আকর্ষণের জন্য সাতার সম্প্রতি গ্রিন মার্কেটিং অনুসরণ করার সিদ্ধান্ত নিয়েছে।

- ক. চেইন স্টোর কী? ১
- খ. অনলাইন বাজারজাতকরণ কাকে বলে? ২
- গ. উদ্দীপকে সাতার কোন ধরনের বাজারজাতকরণ পদ্ধতি ব্যবহার করেছে? ব্যাখ্যা করো। ৩
- ঘ. 'গ্রিন মার্কেটিং ক্রেতা আকর্ষণে সহায়তা করে'— উদ্দীপকের আলোকে যথার্থতা বিশ্লেষণ কর। ৪

৮. ▶ ইমরান কেমিক্যাল একটি কম দামি টুথ পাউডার উৎপাদন ও বাজারজাতকরণ করে। বিক্রয় বৃদ্ধির উদ্দেশ্যে প্রতিষ্ঠানটি একটি পাক্ষিক পত্রিকাতে বিজ্ঞাপন দিয়েছে। বেশ কিছুদিন বিজ্ঞাপন দিলেও টুথ পাউডারের বিক্রয় বাড়েনি। ইমরান কেমিক্যাল এখন বিকল্প কোন পদক্ষেপ গ্রহণের কথা ভাবছে।

- ক. নভেলটি কী? ১
- খ. বিজ্ঞাপন কাকে বলে? ২
- গ. পাক্ষিক পত্রিকা বিজ্ঞাপনের কোন ধরনের মাধ্যম? ব্যাখ্যা কর। ৩
- ঘ. তুমি কি মনে করো বিজ্ঞাপন মাধ্যম নির্বাচনের ক্ষেত্রে ক্রেতার প্রকৃতি বিবেচনা করা উচিত? উদ্দীপকের আলোকে বিশ্লেষণ কর। ৪

৯. ▶ সেলিম রাজশাহী শহরের খুচরা ব্যবসায় প্রতিষ্ঠান 'হাবিব এন্টারপ্রাইজ'-এর একজন বিক্রয়কর্মী। সেলিম ক্রেতাদের সাথে কথা বলার সময় অত্যন্ত বিনয়ের সাথে আচরণ করে। সেলিমের ব্যবহার, কথাবার্তা ও আচরণের কারণে আশপাশের ক্রেতারা হাবিব এন্টারপ্রাইজের প্রতি আকৃষ্ট হয়। সেলিমও ক্রেতাদের সমস্যা, প্রয়োজন, পছন্দ প্রভৃতি উৎপাদনকারী নিকট তুলে ধরে। এতে উৎপাদকেরা ক্রেতাদের প্রয়োজন মতো পণ্য তৈরি করতে পারে।

- ক. ব্যক্তিক বিক্রয় কী? ১
- খ. সরাসরি যোগাযোগের দৃষ্টিকোণ থেকে ব্যক্তিক বিক্রয় ও বিজ্ঞাপনের পার্থক্য কী? ২
- গ. উদ্দীপকে বিক্রয় কর্মীর কোন গুণের প্রতি ইঙ্গিত করা হয়েছে? ব্যাখ্যা কর। ৩
- ঘ. 'বিক্রয় কর্মী' হচ্ছে ক্রেতার প্রতিনিধি— উদ্দীপকের আলোকে উক্তিটির যথার্থতা বিশ্লেষণ কর। ৪

সময় : ৪০ মিনিট

দ্রষ্টব্য : পরবর্তকত ক নির্ধারিত উত্তরগুলোর ধাপের ক্রমিক নম্বরে বিপরীতে প্রদত্ত সর্বদর্শিত বকসসূ হতে সঠিক/সর্বক্রে উত্তরের বৃত্তটি কালক্রেট কাল দ্বারা সম্পূর্ণ চরট কর। প্রতিটি প্রশ্নের জন্য ১।

১. বাজারজাতকরণ ক্রেতাদের জন্য কী সৃষ্টি করে?
 

|           |            |
|-----------|------------|
| ক) ড্যালু | খ) বিনিময় |
| গ) লেনদেন | ঘ) চাহিদা  |
২. কোনটি বাজার অর্পণ?
 

|                                     |
|-------------------------------------|
| ক) প্রয়োজন, অভাব ও চাহিদা          |
| খ) পণ্য, সেবা ও অভিজ্ঞতা            |
| গ) ক্রেতা ড্যালু ও ক্রেতা সন্তুষ্টি |
| ঘ) বিনিময় ও সম্পর্ক                |
৩. কোন পরিবেশ বাজারজাতকারী কিছুটা হলেও নিয়ন্ত্রণ করতে পারে?
 

|                       |                    |
|-----------------------|--------------------|
| ক) প্রযুক্তিগত পরিবেশ | খ) জনসংখ্যা পরিবেশ |
| গ) ব্যক্তিগত পরিবেশ   | ঘ) সামষ্টিক পরিবেশ |
৪. ব্যবসায়কে নিয়ন্ত্রণকারী আইন-কানুন কোন পরিবেশের অন্তর্গত?
 

|                       |                     |
|-----------------------|---------------------|
| ক) অর্থনৈতিক পরিবেশ   | খ) প্রাকৃতিক পরিবেশ |
| গ) প্রযুক্তিগত পরিবেশ | ঘ) রাজনৈতিক পরিবেশ  |
৫. কোনটি মালিকানা হস্তান্তর সম্পর্কিত কাজ?
 

|              |                |
|--------------|----------------|
| ক) পরিবহন    | খ) গুদামজাতকরণ |
| গ) প্রমিতকরণ | ঘ) বিক্রয়     |
৬. বাজারজাতকরণের কোন কাজের মাধ্যমে ভোক্তারা নির্দিষ্ট মৌসুমে উৎপাদিত আলু বছরব্যাপী খেতে পারে?
 

|           |                |
|-----------|----------------|
| ক) পরিবহন | খ) গুদামজাতকরণ |
| গ) উৎপাদন | ঘ) বিক্রয়     |
৭. বাজার হচ্ছে —
 

|  |
|--|
| ক) বর্তমান ও সম্ভাব্য বিক্রেতার সমষ্টি |
| খ) বর্তমান ও সম্ভাব্য ক্রেতার সমষ্টি   |
| গ) ক্রেতা ও বিক্রেতার সমষ্টি           |
| ঘ) পণ্য ক্রয়-বিক্রয়ের স্থান          |
৮. নিম্নের কোনটি ভোক্তা বাজার বিভক্তিকরণের জনসংখ্যা বিষয়ক উপাদান?
 

|                   |                        |
|-------------------|------------------------|
| ক) জলবায়ু        | খ) বয়স                |
| গ) সামাজিক শ্রেণি | ঘ) পণ্যের প্রতি মনোভাব |
৯. পূর্ব পরিকল্পনা ছাড়া কোন পণ্য ক্রয় করা হয়?
 

|                       |                 |
|-----------------------|-----------------|
| ক) অত্যাবশ্যকীয় পণ্য | খ) লোভনীয় পণ্য |
| গ) অযাচিত পণ্য        | ঘ) শপিং পণ্য    |
১০. নিচের কোন ধরনের পণ্য ক্রয় করার জন্য ক্রেতা অনেক সময় ব্যয় করতে রাজি থাকে?
 

|                       |                 |
|-----------------------|-----------------|
| ক) অত্যাবশ্যকীয় পণ্য | খ) লোভনীয় পণ্য |
| গ) জরুরি পণ্য         | ঘ) শপিং পণ্য    |
১১. মধ্যস্থকারবারিরা সমাজের কোন ধরনের উপকার করে?
 

|                |                |
|----------------|----------------|
| ক) পরামর্শ     | খ) অর্থসংস্থান |
| গ) কর্মসংস্থান | ঘ) পরিবহন      |
১২. কোনটি মধ্যস্থকারবারির ক্ষতিকর দিক?
 

|                |                     |
|----------------|---------------------|
| ক) অর্থসংস্থান | খ) বাজার নিয়ন্ত্রণ |
| গ) তথ্য সরবরাহ | ঘ) পণ্য সংরক্ষণ     |
১৩. মূল্যের স্থিতিশীলতা রক্ষার মাধ্যমে পাইকারি ব্যবসায়ী কার উপকার করে?
 

|              |                       |
|--------------|-----------------------|
| ক) সমাজের    | খ) উৎপাদনকারীর        |
| গ) ক্রেতাদের | ঘ) খুচরা ব্যবসায়ীদের |
১৪. খুচরা ব্যবসায়ের সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ কথা কোনটি?
 

|                                    |
|------------------------------------|
| ক) চূড়ান্ত ভোক্তাদের নিকট বিক্রয় |
| খ) পণ্য আমদানি করা                 |
| গ) পণ্য উৎপাদন করা                 |
| ঘ) নতুন পণ্য উদ্ভাবন করা           |
১৫. বিক্রয় প্রসার কোন ধরনের পদক্ষেপ?
 

|                  |                 |
|------------------|-----------------|
| ক) স্বল্পমেয়াদি | খ) দীর্ঘমেয়াদি |
| গ) মধ্যমেয়াদি   | ঘ) চিরস্থায়ী   |
১৬. নিচের কোনটি বিজ্ঞাপন মাধ্যম?
 

|             |                       |
|-------------|-----------------------|
| ক) টেলিভিশন | খ) নমুনা              |
| গ) বাউ      | ঘ) পৃষ্ঠপোষক পুরস্কার |
১৭. বাসের গায়ে বিজ্ঞাপন দেয়া কোন ধরনের বিজ্ঞাপন মাধ্যম?
 

|                  |                    |
|------------------|--------------------|
| ক) প্রত্যক্ষ ডাক | খ) সাময়িকী        |
| গ) প্রদর্শনী     | ঘ) পরিবহন বিজ্ঞাপন |
১৮. ব্যক্তিক বিক্রয় হচ্ছে —
 

|                                       |
|---------------------------------------|
| ক) ব্যক্তিগত উপস্থাপনা                |
| খ) একমুখী যোগাযোগ                     |
| গ) নৈর্ব্যক্তিক উপস্থাপনা             |
| ঘ) বিশাল জনগোষ্ঠীর উদ্দেশ্যে প্রচারণা |
১৯. বিক্রয়কর্মী হিসাবে পারদর্শী হলে কী সুবিধা হয়?
 

|                               |
|-------------------------------|
| ক) আয় বুঝে ব্যয় করতে পারে   |
| খ) সংসারের হিসাব রাখা সহজ হয় |
| গ) অর্থের অপচয় কমে           |
| ঘ) ক্রেতাকে বোঝানো সহজ হয়    |
২০. দক্ষ বিক্রয়কর্মী থেকে ক্রেতার কোন সুবিধা পায়?
 

|                                    |
|------------------------------------|
| ক) ক্রয়ক্ষমতা সম্পর্কে ধারণা      |
| খ) বাকিতে পণ্য ক্রয়ের সুযোগ       |
| গ) পণ্য সম্পর্কে প্রয়োজনীয় তথ্য  |
| ঘ) নিজের চাহিদা সম্পর্কে সঠিক তথ্য |
২১. অনলাইন বাজারজাতকরণের সমস্যা কোনটি?
 

|                 |                         |
|-----------------|-------------------------|
| ক) সীমিত ক্রেতা | খ) মধ্যস্থকারবারির অভাব |
| গ) ব্যয় বৃদ্ধি | ঘ) গোপনীয়তা প্রকাশ     |
২২. পরিকল্পিত বাজারজাতকরণ কেন্দ্রের সুবিধা হচ্ছে—
 

|                                  |
|----------------------------------|
| ক) মধ্যস্থকারবারির সেবা প্রাপ্তি |
| খ) অনলাইনে যোগাযোগ               |
| গ) ন্যায্যমূল্যে ক্রয়-বিক্রয়   |
| ঘ) আন্তর্জাতিকায়িত ও তাৎক্ষণিক  |
২৩. চেইন স্টোর খুচরা ব্যবসায়ের কোন ধরনের শ্রেণিবিভাগের আওতাভুক্ত?
 

|                    |                |
|--------------------|----------------|
| ক) সেবার পরিমাণ    | খ) পণ্যসারি    |
| গ) তুলনামূলক মূল্য | ঘ) খুচরা সংগঠন |
২৪. সুপার মার্কেট খুচরা ব্যবসায়ের কোন ধরনের শ্রেণিবিভাগের অন্তর্ভুক্ত?
 

|                    |                |
|--------------------|----------------|
| ক) সেবার পরিমাণ    | খ) পণ্য সারি   |
| গ) তুলনামূলক মূল্য | ঘ) খুচরা সংগঠন |

