

বিপণনের বৈশিষ্ট্য (Characteristics of Marketing):

ভোক্তার প্রয়োজন, চাহিদা ও সন্তুষ্টির উপর নির্ভর করে বিপণনের কার্যক্রম প্রবাহিত হয়। বিশেষজ্ঞগণ বিভিন্নভাবে বিপণনকে সংজ্ঞায়িত করেছেন। তার প্রেক্ষিতে বিপণনের বৈশিষ্ট্যগুলো নিম্নরূপ:

১. সামাজিক প্রক্রিয়া (Social Process): বিপণন একটি সামাজিক প্রক্রিয়া কারণ বিপণন সমাজের বিভিন্ন শ্রেণির মানুষের অভাব, প্রয়োজন ও চাহিদা অনুসারে পণ্য ও সেবা উৎপাদন করে সরবরাহ করে এবং তাদের সন্তুষ্ট করতে সচেষ্ট থাকে। আবার সামাজিক বিপণন মতবাদে সমাজের কল্যাণকে অধিকতর গুরুত্ব দেওয়া হয় যার ফলে সমাজের জন্য ক্ষতিকর পণ্য বা সেবা প্রস্তুত ও সরবরাহ থেকে বিরত রাখা হয়।

২. ব্যবস্থাপনামূলক প্রক্রিয়া (Managerial Process): বিপণনের কার্যক্রম সুষ্ঠুভাবে সম্পাদন করার জন্য প্রতিটি পর্যায়ে সঠিক কৌশল অবলম্বনের জন্য ব্যবস্থাপনার কাজ করতে হয়। যেমনপরিচালনা গ্রহণ, সংগঠিতকরণ, প্রেষণা দান এবং নিয়ন্ত্রণ সংক্রান্ত কাজের সমন্বয়ে বিপণনের কার্যক্রম পরিচালনা করা হয়।

৩. অর্থনৈতিক প্রক্রিয়া (Economic Process): বিপণনের কার্যক্রমের সাথে অর্থনৈতিক প্রক্রিয়ার স্থানগত, সময়গত ও স্বত্বগত উপযোগ সৃষ্টির কাজ জড়িত। বিপণন পরিবহনের মাধ্যমে স্থানগত উপযোগ, গুদামজাতকরণের সাথে সময়গত এবং ক্রয়-বিক্রয়ের মাধ্যমে স্বত্বগত উপযোগ সৃষ্টি করে। এ কারণে বিপণনকে অর্থনৈতিক প্রক্রিয়া বলা হয়।

৪. বিনিময় প্রক্রিয়া (Exchange Process): ভোক্তা তার প্রয়োজন ও চাহিদা পূরণের জন্য অর্থ বিনিময়ের মাধ্যমে পণ্য ও সেবার আদান-প্রদান করে থাকে বলে বিপণনকে বিনিময় প্রক্রিয়া বলা হয়ে থাকে। বিপণনকারী ভোক্তাদের সন্তুষ্টি নিশ্চিত করার জন্য দীর্ঘমেয়াদী সুসম্পর্ক তৈরি ও বজায় রাখার জন্য বিপণনের কার্যক্রম গ্রহণ ও বাস্তবায়ন করে থাকে।

৫. ভোক্তামুখী প্রক্রিয়া (Consumer-oriented Process): আধুনিক বিপণনের মূলে রয়েছে ভোক্তার প্রয়োজন, অভাব, চাহিদা ও সন্তুষ্টি। ভোক্তাকে কেন্দ্র করেই বিপণনের সামগ্রিক কার্যক্রম সম্পন্ন হয় বলে বিপণনকে ভোক্তামুখী প্রক্রিয়া বলা হয়।

৬. গতিশীল প্রক্রিয়া (Dynamic Process): বিপণন একটি গতিশীল প্রক্রিয়া। সময়ের সাথে সাথে ভোক্তার রুচি, অভাব, প্রয়োজন, চাহিদা, ক্রয় ক্ষমতা, ক্রয় আচরণ ইত্যাদি পরিবর্তিত হয়। শুধু তাই নয়, ব্যবসায়িক পরিবেশ এবং সামাজিক, অর্থনৈতিক, রাজনৈতিক ও প্রযুক্তির পরিবর্তনের কারণে সামগ্রিক পরিবেশও পরিবর্তন হচ্ছে। এর ফলে বিপণনকারী পরিবর্তিত অবস্থার সাথে তাল মেলাম জন্ম নতুন নতুন। কৌশল অবলম্বন করে।

৭. অনুসন্ধানমূলক প্রক্রিয়া (Searching Process): বিপণনের কার্যাবলি অনুসন্ধানমূলক কাজের সাথে জড়িত। কারণ নতুন বাজার সৃষ্টি, নতুন ক্রেতা খুঁজে বের করা, নতুন পণ্য উন্নয়ন করা, প্রতিদ্বন্দ্বীদের কৌশল সম্পর্কে জানা, ক্রেতাদের নতুন নতুন পদ্ধতিতে উদ্ভুদ্ধ করার জন্য বিপণনকারীকে সবসময়ই তথ্য অনুসন্ধান করতে হয়।

৮. মধ্যস্থকারীদের অবস্থান (Existence of Middlemen): বিপণন কার্যক্রমের মাধ্যমে পণ্য বা সেবা ক্রেতা ও ভোক্তার নিকট পৌঁছে দেওয়া হয়। আর এই পণ্য সরবরাহের কাজে পাইকারী, খুচরা ব্যবসায়ী, প্রতিনিধি, পরিবেশক ইত্যাদি মধ্যস্থকারীদের ভূমিকা রয়েছে। সুতরাং বিপণনের কার্যাবলি সুষ্ঠুভাবে সম্পন্ন করার জন্য মধ্যস্থকারীরা গুরুত্বপূর্ণ অবদান রাখছে।

৯. সমন্বিত প্রক্রিয়া (Integrated Process): বিপণনের কার্যক্রম সফলভাবে বাস্তবায়ন করার জন্য বিপণনের সাথে জড়িত বিভিন্ন কার্যাবলির সমন্বয় সাধন করতে হয়। বিপণনের যেকোন একটি কার্যের পরিবর্তন হলে অন্য কার্য বা কার্যাবলির পরিবর্তন হতে পারে, কারণ বিপণন কার্যাবলি বিচ্ছিন্ন কয়েকটি কাজের সমষ্টি নয়। উপরিউক্ত আলোচনার প্রেক্ষিতে বলা যায় যে, বিপণন একটি সামগ্রিক প্রক্রিয়া যার মাধ্যমে কোম্পানি ভোক্তার সন্তুষ্টি বিধানের মাধ্যমে লক্ষ্য অর্জন করে।