अध्यापक जांच सत्रीय कार्य

पाठ्यक्रम का कोड	**:**	**बी. सी. ओ. ई. -141**
पाठ्यक्रम का शीर्षक	**:**	**विपणन के सिद्धान्त**
सत्रीय कार्य का कोड	**:**	**बी.सी.ओ. ई.-141/टी. एम. ए./2026 – 27**
खण्डों की संख्या	**:**	**सभी खण्ड**

अधिकतम अंक : 100

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

खण्ड – क (सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। प्रत्येक प्रश्न 10 अंक के हैं।)

1. एक विकासशील अर्थव्यवस्था में विपणन के महत्त्व और विशेषताओं की व्याख्या कीजिए (10)

2. उन विभिन्न अधिनियमों की व्याख्या कीजिए जो भारत में विपणन निर्णयों को प्रभावित करते हैं। (10)

3. "उपभोक्ता सदैव एक तर्कसंगत मनुष्य होता है। अतः खंडीकरण के लिए आर्थिक आधार सबसे उपयुक्त विधि है"। क्या आप सहमत हैं? उपयुक्त उदाहरणों की सहायता से स्पष्ट कीजिए। (10)

4. उत्पाद मद, उत्पाद शृंखला और उत्पाद मिश्रण के बीच अंतर स्पष्ट कीजिए। विभिन्न उत्पाद शृंखला रणनीतियों का वर्णन कीजिए। (10)

5. विपणन प्रबंधन में 'उत्पाद जीवन चक्र अवधारणा' (Product Life Cycle Concept) की संक्षेप में व्याख्या कीजिए और बताइए कि आपके विचार में इस अवधारणा को समझना क्यों उपयोगी है। (10)

खण्ड – ख (सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। प्रत्येक प्रश्न 6 अंक के हैं।)

6. आपने अपने घर के लिए रंगीन टेलीविजन की आवश्यकता महसूस की। टीवी खरीदने की विस्तृत प्रक्रिया स्पष्ट कीजिए। (6)

7. चालू दर मूल्य निर्धारण विधि (Going Rate Method) द्वारा मूल्य निर्धारण की लोकप्रियता के कारण स्पष्ट कीजिए। यह विभेदक मूल्य निर्धारण से किस प्रकार भिन्न है? (6)

8. मूल्य के नियमन में उपभोक्ता संरक्षण अधिनिय, 2019 की भूमिका पर चर्चा कीजिए। (6)

9. प्रत्यक्ष चैनल और अप्रत्यक्ष चैनल से आप क्या समझते हैं? उपभोक्ता वस्तुओं और औद्योगिक वस्तुओं के लिए उपयोग किए जाने वाले चैनलों की व्याख्या कीजिए। (6)

10. पुश रणनीति (Push Strategy), पुल रणनीति (Pull Strategy) से किस प्रकार भिन्न है? अपने अनुभव से उदाहरण दीजिए। (6)

खण्ड – ग (सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। प्रत्येक प्रश्न 10 अंक के हैं)

11. **निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी कीजिए:** (10)

(क) पैकेजिंग (Packaging)

(ख) व्यक्तिगत विक्रय (Personal Selling)

12. **निम्नलिखित के बीच अंतर स्पष्ट कीजिए:** (10)

(क) मात्रा छूट (Quantity Discount) और व्यापार छूट (Trade Discount)

(ख) कुल प्रणाली उपागम (Total System Approach) और कुल लागत उपागम (Total Cost Approach)

1. एक विकासशील अर्थव्यवस्था में विपणन के महत्व और विशेषताओं की व्याख्या कीजिए (10)

उत्तर

विपणन केवल वस्तुओं को बेचने या उनका विज्ञापन करने की क्रिया नहीं है। यह उपभोक्ता की आवश्यकताओं का अध्ययन करके उपयुक्त उत्पाद विकसित करने, उसका मूल्य निश्चित करने, उसे सही स्थान और समय पर उपलब्ध कराने तथा ग्राहकों के साथ दीर्घकालीन संबंध स्थापित करने की समन्वित प्रक्रिया है। विकासशील अर्थव्यवस्था में इसका महत्व विशेष रूप से बढ़ जाता है, क्योंकि वहाँ उत्पादन की क्षमता, रोजगार, आय, आधारभूत सुविधाओं और उपभोक्ता बाजार का एक साथ विस्तार हो रहा होता है। भारत जैसी अर्थव्यवस्था में विपणन उत्पादकों और विशाल विविधतापूर्ण मांग के बीच आवश्यक सेतु का कार्य करता है।

विकासशील अर्थव्यवस्था में विपणन का महत्व

- **उत्पादन तथा मांग का समन्वय:** बाजार-अनुसंधान से उद्यमों को पता चलता है कि ग्राहक किस गुणवत्ता, आकार, विशेषता और मूल्य की वस्तु चाहते हैं। इस जानकारी के आधार पर संसाधनों का उपयोग किया जाता है। फलतः अनुपयोगी उत्पादन, भंडारण-व्यय तथा बिक्री न होने का जोखिम घटता है।
- **आर्थिक विकास को गति:** प्रभावी विपणन नए ग्राहकों तक वस्तुएँ पहुँचाकर मांग का विस्तार करता है। मांग बढ़ने पर उत्पादन, निवेश, परिवहन, संचार और व्यापार में वृद्धि होती है। उद्योगों के बीच परस्पर आर्थिक गतिविधियाँ भी तेज होती हैं।
- **रोजगार तथा उद्यमिता का विकास:** थोक व्यापार, खुदरा बिक्री, डिजिटल विपणन, पैकेजिंग, गोदाम, वितरण, ग्राहक सेवा और बाजार-अनुसंधान में रोजगार पैदा होते हैं। लघु उद्योग तथा स्थानीय उद्यमी ऑनलाइन माध्यमों से सीमित पूँजी में भी व्यापक बाजार तक पहुँच सकते हैं।
- **कृषि एवं ग्रामीण विकास:** किसानों को उपज की गुणवत्ता, उपभोक्ता-पसंद, उचित समय पर विक्रय, प्रसंस्करण और बाजार-भाव की सूचना मिलती है। शीत-श्रृंखला, सहकारी विपणन और किसान उत्पादक संगठन मध्यस्थ लागत तथा उपज के नुकसान को कम करने में सहायक होते हैं।
- **उपभोक्ता जीवन-स्तर में सुधार:** प्रतिस्पर्धा तथा नवाचार से ग्राहकों को अधिक विकल्प, उचित गुणवत्ता, अपेक्षाकृत बेहतर सेवा और आवश्यक सुविधाएँ मिलती हैं। स्वच्छ पेयजल, सस्ती स्वास्थ्य-संबंधी वस्तुएँ तथा ऊर्जा-कुशल उपकरणों का प्रसार इसका उदाहरण है।
- **क्षेत्रीय असमानताओं में कमी:** वितरण नेटवर्क, परिवहन और संचार के विस्तार से दूरस्थ क्षेत्रों तक आवश्यक वस्तुएँ पहुँचती हैं। इससे छोटे नगरों और ग्रामीण क्षेत्रों को राष्ट्रीय बाजार से जोड़ा जा सकता है।
- **निर्यात व विदेशी मुद्रा अर्जन:** अंतरराष्ट्रीय ग्राहक की अपेक्षाओं के अनुसार गुणवत्ता, ब्रांड, पैकिंग और वितरण विकसित करने से निर्यात बढ़ सकता है। हस्तशिल्प, खाद्य-प्रसंस्करण और वस्त्र उद्योग इसका लाभ उठा सकते हैं।