



# বাংলাদেশ কারিগরি শিক্ষাবোর্ডের অধীনে

## এইচএসসি বিএমটি দ্বাদশ শ্রেণির (২য় বর্ষ) ২০২৪ সালের পরীক্ষার্থীদের জন্য

## বিজনেস ইংলিশ অ্যান্ড কমিউনিকেশন সুপার সাজেশন

### শর্ট সিলেবাস

বাংলাদেশ কারিগরি শিক্ষা বোর্ড, ঢাকা

কোভিড'১৯ পরিস্থিতিতে এইচএসসি (বিএমটি) পরীক্ষা-২০২৪ এর পুনর্বিন্যাসকৃত পাঠ্যসূচিঃ

শিক্ষাক্রমঃ এইচএসসি(বিএমটি) শ্রেণিঃ দ্বাদশ, বিষয়ঃ বিজনেস ইংলিশ অ্যান্ড কমিউনিকেশন, বিষয় কোড-২১৮২৪

তত্ত্বীয়ঃ খঃমুঃ ৩০ চঃমুঃ ৪৫ ব্যবহারিকঃ খঃমুঃ ১২.৫ চঃমুঃ ১২.৫

অধ্যায় ও শিরোনাম	বিষয়বস্তু (পাঠ ও পাঠের শিরোনাম)	পিরিয়ড সংখ্যা (তাত্ত্বিক)
অধ্যায়-১: ব্যবসায়িক যোগাযোগ	অর্থ, কাঠামো, গুরুত্ব ও কার্যাবলি।	৩
অধ্যায়-৩: যোগাযোগ কৌশল	বাক্যনিক যোগাযোগের কলাকৌশল, সক্রিয় শ্রবণ-কৌশল, মুখোমুখি যোগাযোগ।	৩
অধ্যায়-৫: যোগাযোগ প্রতিবন্ধকতা	ফলপ্রসূ যোগাযোগ, প্রতিবন্ধকতা ও তা নিরসনের উপায়।	৩
অধ্যায়-৬: ব্যবসায়িক পত্র লিখন ও প্রকারভেদ	পত্র লিখন কৌশল-শিরোনাম, সূত্র, তারিখ, অভ্যন্তরীণ ঠিকানা, বিষয় শিরোনাম, সম্ভাষণ, বিষয়বস্তু-বিভাজন, বিদায় সম্ভাষণ, স্বাক্ষর, ফোড়পত্র ইত্যাদি	৪
অধ্যায়-৭: বিভিন্ন প্রকার পত্র রচনা (বাংলা)	ক.সরকারি ও আধাসরকারি পত্র; খ.চাকরির আবেদনপত্র, নিয়োগপত্র, যোগদানপত্র, কর্মখালি বিজ্ঞাপন ইত্যাদি; গ.প্রচার পত্র, চ.অভিযোগ ও ক্ষতিপূরণ দাবিপত্র; ঝ.দরপত্র বা টেন্ডার বিজ্ঞপ্তি; ঞ.বিজ্ঞাপন।	৫
	English	
Chapter-2 Parts of writing business letters	Techniques of writing (Heading, Reference, date, Inside address, Topic, Greetings, Complementary closing, Signature, Supplements)	6
Chapter-3 Types of business Letters (in English)	Letter of enquiry, orders, cancellation; Official note; Tender; Quotation; Notice; Business report.	9
	মোট	৩৩

## অধ্যায়-০১: ব্যবসায়িক যোগাযোগ

### সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন উত্তর

#### ১। যোগাযোগ কাকে বলে?

উত্তর: যোগাযোগ : যোগাযোগ শব্দটির ইংরেজি প্রতিশব্দ হলো Communication। এটি ল্যাটিন ভাষার 'Communis' শব্দ হতে উদ্ভূত, যার অর্থ Common বা সাধারণ। সুতরাং, যোগাযোগ হল দুই বা ততোধিক ব্যক্তির মধ্যে পারস্পরিক বুঝাপড়া বা সাধারণ বুঝাপড়া। যোগাযোগ হচ্ছে এমন একটি চলমান প্রক্রিয়া, যার মাধ্যমে তথ্য বা সংবাদ এক ব্যক্তির নিকট থেকে অন্য ব্যক্তির নিকট স্থানান্তরিত হয়। এটি কোনো বিষয়ে তথ্য, ভাব বা সংবাদের বিনিময় বা আদান-প্রদান বা পারস্পরিক কথাবার্তার আচার-আচরণ, চিঠিপত্র, আভাস বা আকার ইঙ্গিত হতে পারে। যেভাবেই হোক না কেন একাধিক ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের মধ্যে পারস্পরিক চিন্তাধারা, ভাব বা অনুভূতি, আবেগ, মতামত, তথ্য ইত্যাদির বিনিময় হলে তাকে যোগাযোগ বলা হয়।

যোগাযোগের প্রামাণ্য সংজ্ঞা :

Newman and Summer-এর মতে, “দুই বা ততোধিক ব্যক্তির মধ্যে তথ্য, ভাব, মতামত, আবেগ ইত্যাদির আদান- প্রদানের প্রক্রিয়া হল যোগাযোগ।”

অধ্যাপক এলেন লুইজ-এর মতে, “দুই পক্ষের মধ্যে যোগাযোগ হচ্ছে পারস্পরিক বোধগম্যতা সৃষ্টির লক্ষ্যে তথ্য বা ভাবের আন্তঃপ্রবাহ। এটি বক্তব্য শ্রবণ এবং বোধগম্যতার সুসংবদ্ধ এবং অবিরাম প্রক্রিয়াকে বুঝায়।”

M. W. Cumming-এর মতে, “যোগাযোগ শব্দটির দ্বারা এক ব্যক্তির নিকট হতে অন্য ব্যক্তির নিকট বার্তা প্রেরণের প্রক্রিয়াকে বুঝায়।”

সুতরাং যোগাযোগ হলো মানব মনের ইচ্ছা বা অনিচ্ছার বহিঃপ্রকাশ, অর্থাৎ এটি দুই বা ততোধিক ব্যক্তির মধ্যে তথ্য, ভাব, অভিমত কিংবা আবেগ অনুভূতির বিনিময় বা আদান-প্রদান করে থাকে।

#### ২। ব্যবসায়িক যোগাযোগ/কারবার যোগাযোগ বলতে কী বুঝ?

উত্তর: কারবার বা ব্যবসায়িক যোগাযোগ কোন ভিন্ন বিষয় নয়। এটা যোগাযোগেরই একটি অংশমাত্র। যে কোন কারবার বা ব্যবসায় প্রতিষ্ঠান টিকিয়ে রাখতে কারবারিকে প্রতিনিয়মিত ক্রেতা, সরবরাহকারী, ঋণদাতা ইত্যাদি ব্যক্তি বা গোষ্ঠীর সাথে যোগাযোগ করতে হয়।

ব্যবসায়িক যোগাযোগ: কারবারি জগতে প্রচলিত যোগাযোগ ব্যবস্থাই হলো ব্যবসায়িক বা কারবার যোগাযোগ। ব্যবসায়িক যোগাযোগ অভ্যন্তরীণ এবং বাহ্যিক উভয় প্রকারই হতে পারে। ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরে কর্মরত বিভিন্ন লোকের মধ্যে যোগাযোগ হলে তাকে অভ্যন্তরীণ ব্যবসায়িক যোগাযোগ বলে। আর প্রতিষ্ঠানের কোন কর্মচারীর সাথে বাইরের কোন ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের যোগাযোগ স্থাপিত হলে তাকে বাহ্যিক যোগাযোগ বলে।

নিচে ব্যবসায়িক যোগাযোগের কিছু প্রামাণ্য সংজ্ঞা তুলে ধরা হলো:

অধ্যাপক জে.হাস্ট-এর মতে, “সুষ্ঠুভাবে কারবার পরিচালনা ও সংগঠনের নিমিত্তে দুই বা ততোধিক ব্যক্তির মধ্যে যে যোগাযোগ সংঘটিত হয় তাকে ব্যবসায়িক যোগাযোগ বলে।”

জে.আর.টরী বলেন, “ব্যবসায়িক যোগাযোগ হল ব্যবস্থাপনার কার্যাবলিকে সুষ্ঠুভাবে পরিচালনার লুব্রিক্যান্ট।”

অতএব, এসব আলোচনার পরিপ্রেক্ষিতে বলা যায় যে, সুষ্ঠুভাবে কারবার পরিচালনা ও সংগঠনের নিমিত্তে দুই বা ততোধিক ব্যক্তির মধ্যে যে যোগাযোগ সংগঠিত হয়, তাই কারবার বা ব্যবসায় যোগাযোগ।

### রচনামূলক প্রশ্ন উত্তর

#### ১। ব্যবসায়িক যোগাযোগের গুরুত্ব/ প্রয়োজনীয়তা আলোচনা কর।

উত্তর: ভূমিকাঃ কোনো ব্যবসায় সংগঠনের সার্বিক কল্যাণ ও উন্নয়ন সাধন হচ্ছে ব্যবসায় যোগাযোগের মূল উদ্দেশ্য। সংগঠনের সর্বস্তরের যোগাযোগ ব্যবস্থা প্রতিষ্ঠার মাধ্যমে কল্যাণ ও উন্নয়ন নিশ্চিত করা সম্ভব। তাই ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের সার্বিক কল্যাণ, উন্নয়নের এবং এরসাথে লক্ষ্য অর্জনের জন্য ব্যবসায়িক যোগাযোগের গুরুত্ব বা প্রয়োজনীয়তা অপরিসীম। নিচে ব্যবসায় যোগাযোগের গুরুত্ব বা প্রয়োজনীয়তা আলোচনা করা হলোঃ

১। সাংগঠনিক লক্ষ্য অর্জনঃ সাংগঠনিক লক্ষ্য অর্জনের জন্য প্রতিষ্ঠানের সকল স্তরের ব্যবস্থাপনা ও শ্রমিক-কর্মীদের প্রচেষ্টা অপরিহার্য। কার্যকরভাবে যোগাযোগের মাধ্যমে ধারাবাহিক বিভিন্ন তথ্য ও নির্দেশনা আদান প্রদানের মাধ্যমে সংগঠনের উদ্দেশ্য অর্জন করা সম্ভব হয়।

২। তথ্যের আদান-প্রদানঃ ব্যবসায়ের লক্ষ্য অর্জনের জন্য তথ্যের আদান-প্রদান প্রয়োজন। ব্যবসায় যোগাযোগের প্রধান উদ্দেশ্য হলো বিভিন্ন উৎস হতে তথ্যসংগ্রহ করা এবং তা সংশ্লিষ্টপক্ষের নিকট পৌঁছে দেয়া।

৩। দক্ষতা বৃদ্ধিঃ যোগাযোগ ব্যবস্থা কর্মীদের নিকট বিভিন্ন তথ্য সরবরাহ করে তাদের কার্যদক্ষতা বৃদ্ধিতে সহায়তা করে, যাতে নিপুণতার সাথে কর্ম সম্পাদন করতে পারে।

৪। পরিকল্পনা প্রণয়নঃ ব্যবসায়ের লক্ষ্য অর্জনের জন্য সুসম পরিকল্পনা তৈরি করতে হয় পরিকল্পনা প্রণয়নের সময় বিভিন্ন তথ্যের দরকার হয়। আর যোগাযোগ ব্যবস্থা এ ধরনের তথ্য সরবরাহ করে পরিকল্পনা প্রণয়নে সহায়তা করে থাকে।

৫। সমন্বয়সাধনঃ প্রতিষ্ঠানের ব্যবস্থাপক, নির্বাহী অফিসার এবং কর্মীদের সংগঠিত করা এবং বিভিন্ন বিভাগের কাজের মধ্যে সমন্বয়সাধন করা যোগাযোগের উদ্দেশ্য।

৬। কর্মসূচির পরিবর্তনঃ প্রাতিষ্ঠানিক কোনো কর্মসূচির পরিবর্তন করা হলে ব্যবস্থাপনা কর্তৃপক্ষ তা যোগাযোগের মাধ্যমে সকলকে অবহিত করে থাকেন, যাতে ব্যবসায়িক কার্যসম্পাদনে কোনো ব্যাঘাত সৃষ্টি না হয়।

৭। সচেতনতা সৃষ্টিঃ প্রতিষ্ঠানের প্রতিটি কর্মীকে তার দায়িত্ব ও কর্তব্য সম্বন্ধে সচেতন থাকতে হবে। তা না হলে, সে তার কাজ সুষ্ঠুভাবে সম্পন্ন করতে পারবে না। কর্মীদের মধ্যে তাদের দায়িত্ব ও কর্তব্য সম্পর্কে সচেতনতা সৃষ্টি ও যোগাযোগের উদ্দেশ্য।

৮। কর্মনৈপুণ্য বৃদ্ধিঃ তথ্য, ভাব, অনুভূতি, নীতি ও নির্দেশ সঠিক সময়ে বিনিময় না করলে কোনো কাজই সঠিকভাবে সম্পাদন করা যায় না। যোগাযোগ এসব তথ্য ও নির্দেশ বিনিময় করে কর্মীদের কর্মনৈপুণ্য বৃদ্ধি করে।

৯। কর্ম সন্তুষ্টি বৃদ্ধিঃ প্রতিষ্ঠানের কর্মীরা যেন উৎসাহ উদ্দীপনা এবং সহযোগিতার মনোভাব নিয়ে কাজ করতে পারে, সেজন্য তাদের মধ্যে কর্ম সন্তুষ্টি বৃদ্ধি করতে হবে।

১০। কর্মী প্রশিক্ষণঃ প্রশিক্ষণ ব্যতীত কর্মীদের দক্ষ করে গড়ে তোলা যায় না। আর যোগাযোগ ব্যতীত প্রশিক্ষণ অসম্ভব। প্রশিক্ষণ দান ও গ্রহণ উভয়ই যোগাযোগ প্রক্রিয়ার অন্তর্ভুক্ত।

পরিশেষে বলা যায় যে, পরিকল্পনা, সংগঠন, সমন্বয় সাধন ও নিয়ন্ত্রণ প্রভৃতি ব্যবস্থাপনা কার্যাবলি সম্পাদনে যোগাযোগ এক আশ্চর্য ভূমিকা পালন করে থাকে। যোগাযোগ ব্যবস্থা না থাকলে কর্মীগণ তাদের সহযোগীদের কার্যকলাপ সম্পর্কে জানতে পারে না এবং ব্যবস্থাপনা কর্মীদের প্রতিক্রিয়া মানতে পারে না।

## ২। ব্যবসায়িক যোগাযোগের কাঠামো আলোচনা কর।

উত্তর: ব্যবসায়িক যোগাযোগের যোগাযোগ কাঠামো বা মডেল : যে কোন যোগাযোগ কার্য সম্পন্ন হওয়ার জন্য মূলত প্রেরক, সংবাদ বা তথ্য এবং প্রাপক এই তিনটি উপাদান প্রয়োজন। এই তিনটি উপাদানের সক্রিয়তার প্রেক্ষিতে যোগাযোগ সম্পন্ন হয়। গ্রিক দার্শনিক এরিস্টটল সর্বপ্রথম এই তিনটি উপাদানের সমন্বয়ে যোগাযোগের যে রূপরেখা বা কাঠামো দেন তাই যোগাযোগ মডেল হিসেবে স্বীকৃতি লাভ করে।

W.R. Tracy তাঁর 'Designing Training and Development System' গ্রন্থে বলেন, “একটি পদ্ধতির প্রতিমূর্তিই হচ্ছে মডেল।”

ট্রেসির বক্তব্য থেকে বুঝা যাচ্ছে, যে পদ্ধতি বা প্রক্রিয়ায় যোগাযোগ সম্পন্ন হয়, তাই যোগাযোগ কাঠামো বা মডেল। যোগাযোগবাহী নির্দিষ্ট মডেল বা কাঠামো ব্যবহার করে যোগাযোগ সম্পাদন করেন। যোগাযোগ কাঠামো বা মডেল বিভিন্নরূপে হতে পারে। নিচে একটি যোগাযোগ মডেল বা কাঠামোর চিত্ররূপ দেয়া হল :



যোগাযোগ কাঠামো বা মডেলটি কীরূপ হবে তা মূলত নির্ভর করে যোগাযোগের উদ্দেশ্যের উপর। তথ্য বা সংবাদের বিষয়বস্তুর বিশদ বর্ণনা মডেলে উপস্থাপন না করে শুধুমাত্র উদ্দেশ্যের সাথে সম্পর্কিত বিষয়গুলো যোগাযোগ মডেলে অন্তর্ভুক্ত করা হয়। অতএব, যোগাযোগের উদ্দেশ্যের সাথে সম্পর্কিত বিষয়গুলো যখন কোনরূপ বিচার, ব্যাখ্যা-বিশ্লেষণ না করে শুধুমাত্র সচিত্র প্রতিবেদনের মাধ্যমে উপস্থাপন করা হয় তখন তাকে যোগাযোগ কাঠামো বা মডেল বলে।

## ৩। ব্যবসায়িক যোগাযোগের কার্যাবলি আলোচনা কর।

উত্তর: ভূমিকাঃ যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় সুনির্দিষ্ট ও সংঘবদ্ধ এবং অব্যাহত বক্তব্য, শ্রবণ ও বোধগম্যতা থাকে। যোগাযোগ তথ্য বা সংবাদের আদান-প্রদান এবং চিন্তাচেতনা ও মতামত প্রবাহের কার্যকরী অংশগ্রহণ। নিচে যোগাযোগের কার্যাবলি আলোচনা করা হলোঃ-

১। অবহিত করাঃ যোগাযোগের প্রথম এবং প্রধান কাজ হচ্ছে বার্তার বিষয়বস্তু সম্পর্কে বার্তাগ্রাহককে অবহিত করা। যোগাযোগের ক্ষেত্রে সংবাদ প্রেরক আকার ইঙ্গিত, প্রতীক বা আলাপ আলোচনার দ্বারা বার্তাগ্রাহকের নিকট তার বক্তব্য তুলে ধরে।

২। প্রণোদিত করাঃ যোগাযোগের আরেকটি গুরুত্বপূর্ণ কাজ হল ব্যবস্থাপনার অভিপ্রায় বা ইচ্ছামতো যাতে অধীনস্থ কাজ করে সেজন্য তাদেরকে প্রণোদিত বা প্ররোচিত করা।

৩। কর্মোদ্যোগ সৃষ্টি করাঃ যোগাযোগের তৃতীয় কার্য হলো প্রাতিষ্ঠানিক লক্ষ্য অর্জনের নিমিত্তে কাজ করার উদ্যোগ সৃষ্টি করা। কর্মোদ্যোগ সৃষ্টিকারী যোগাযোগকে ট্রাফিক আলো বলে।

৪। সমস্যার সমাধান করাঃ ব্যবসায়ের ক্ষেত্রে প্রতিনিয়ত নানাবিধ সমস্যা দেখা দেয়। এসব সমস্যার সমাধানের জন্য যোগাযোগ প্রয়োজনীয় তথ্যের বিনিময় করে থাকে। যোগাযোগের সঠিকতা নিশ্চিত করতে হলে টেলিফোন বা আলাপ আলোচনার মাধ্যমে যোগাযোগ করাই শ্রেয়।

৫। সিদ্ধান্ত গ্রহণে সহায়তাঃ ব্যবস্থাপনা কারবারের বিভিন্ন বিষয়ে সিদ্ধান্ত গ্রহণ করে। যোগাযোগ বিভিন্ন তথ্য সরবরাহ করে ব্যবস্থাপনাকে দ্রুত সিদ্ধান্ত গ্রহণে সাহায্য করে থাকে।

৬। সামাজিক যোগাযোগে সহায়তাঃ সামাজিক সম্পর্ক স্থাপন ও যোগাযোগ বিশেষ ভূমিকা পালন করে। যোগাযোগ পত্রের মাধ্যমে ব্যবসা প্রতিষ্ঠানের সাথে জনসাধারণের সামাজিক সম্পর্ক গড়ে তোলা যায়।

৭। মতামত গঠন করাঃ যোগাযোগ ব্যবস্থা মতামত গঠন করার ব্যাপারেও প্রভাব বিস্তার করে থাকে। বার্তাগ্রাহককে কোন তথ্য সম্পর্কে অবহিত করা এবং তাকে নির্দিষ্ট পথে চালনে প্ররোচিত করাই যোগাযোগের প্রধান কাজ।

৮। অন্যান্য সংস্থার সাথে সম্পর্ক রক্ষা করাঃ বর্তমান যুগের ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানকে সরকারি অফিস এবং অন্যান্য করবার প্রতিষ্ঠান বা সংস্থার সাথে সম্পর্ক স্থাপন এবং রক্ষা করতে হয়। যোগাযোগের মাধ্যমেই এটি সম্ভব।

উপসংহারঃ উপরিউক্ত আলোচনার প্রেক্ষিতে বলা যায় যে, কারবারের প্রতিটি ক্ষেত্রেই যোগাযোগের কার্যাবলি অপরিসীম। কারবার পরিচালনা এবং উন্নত করতে হলে যোগাযোগের উপর নির্ভর করতে হয়।

## অধ্যায়-০৩: যোগাযোগ কৌশল

### সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন উত্তর

#### ১। বাচনিক যোগাযোগ/মৌখিক যোগাযোগ বলতে কী বুঝ?

উত্তর: মুখোমুখি যোগাযোগ: ব্যবসায়িক সম্পর্ক স্থাপন বা কোন ব্যবসায়িক প্রক্রিয়া সম্পাদনের লক্ষ্যেই দুই পক্ষ একস্থানে একত্রে বসে সামনা-সামনি আলোচনা করাকে মুখোমুখি যোগাযোগ বলে। মুখোমুখি যোগাযোগ একটি অত্যন্ত শক্তিশালী যোগাযোগ পদ্ধতি এবং এর সাহায্যে ব্যবসায়ীরা অতি অল্প সময়ের মধ্যে প্রয়োজনীয় সংবাদ বা তথ্য আদান-প্রদান করতে এবং এর প্রতিক্রিয়া বা ফলাফল জানতে পারে। মুখোমুখি যোগাযোগ পদ্ধতিতে উভয়পক্ষের উপস্থিতি অপরিহার্য। টেলিফোনে আলোচনার মাধ্যমে যোগাযোগ করলে সেটা মৌখিক যোগাযোগ হতে পারে। কিন্তু তা মুখোমুখি যোগাযোগ নয়। মুখোমুখি যোগাযোগের আলাদা বা বিশেষ একটি প্রভাব ও গুরুত্ব আছে। এ পদ্ধতিতে উভয়পক্ষ একত্রিত হলে কুশল বিনিময়, করমর্দন ও হাসিখুশির সাথে একটি আন্তরিক ঘরোয়া পরিবেশের সৃষ্টি হয়। এভাবে দু'পক্ষ মুখোমুখি হলে একে অপরকে দেখতে পারে এবং অঙ্গভঙ্গির মাধ্যমে পরস্পরের অনুভূতি বা হাবভাব বুঝতে পারে। এমনকি কথা বলার ধরন ও অঙ্গভঙ্গির মাধ্যমে পরস্পরের অনুভূতি ও প্রতিক্রিয়া প্রকাশ পায় এবং একে অপরের ব্যক্তিত্ব, ব্যবহার, আচরণ ইত্যাদি বুঝতে সক্ষম হয়। তাছাড়া এ ধরনের যোগাযোগের ফলে প্রতিক্রিয়া বা ফলাফল তাৎক্ষণিকভাবে পাওয়া যায়, যা অন্য কোন পদ্ধতিতে সম্ভব নয়।

#### ২। সক্রিয় শ্রবণ কৌশল যোগাযোগ কাকে বলে?

উত্তর: মৌখিক ও লিখিত যোগাযোগের সংমিশ্রণে এ যোগাযোগ সাধিত হয়। যোগাযোগের এ পদ্ধতিতে একই সময়ে বার্তার বিষয়বস্তু লিখিত ভাষা ও মৌখিক শব্দের মাধ্যমে প্রকাশ করা হয়। এতে বার্তাপ্রাপক একই সাথে লিখিত ভাষা ও মৌখিক শব্দ শুনে বার্তার বিষয়বস্তু সহজেই অনুধাবন করতে পারে। এটি যোগাযোগের আধুনিক পদ্ধতি। যোগাযোগের এ পদ্ধতি তুলনামূলকভাবে অন্যান্য পদ্ধতি অপেক্ষা অধিক কার্যকর ও ফলপ্রসূ। এ পদ্ধতি ব্যয়বহুল। যেমন- টিভি স্ক্রীনে লেখা পড়া যায় আবার কানে শব্দও শ্রবণ করা যায়।

### ৩। শ্রবণের উদ্দেশ্য বা গুরুত্ব কী?

উত্তর: শ্রবণের উদ্দেশ্য : জনগণ কেন শ্রবণ করে? শ্রবণের কিছু উত্তম কারণ রয়েছে। নিম্নে শ্রবণের উদ্দেশ্য বা কারণসমূহ অতিসংক্ষেপে বর্ণনা করা হলো-

১। নতুন তথ্য এবং ধারণা জানা : শ্রবণ নতুন তথ্য এবং ধারণা অর্জনে সহযোগিতা করে, যা আমাদের ব্যবসায়িক পরিস্থিতি মোকাবিলার দক্ষতা বৃদ্ধি করে। যার প্রেক্ষিতে আমরা সত্য, কার্যকর এবং গ্রহণযোগ্য সিদ্ধান্ত গ্রহণ করতে পারি।

২। প্রশ্নের মাধ্যমে নমুনা এবং অনুমান যাচাই : শ্রবণের আরেকটি অন্যতম উদ্দেশ্য হল বক্তা কর্তৃক উপস্থাপিত নমুনা ও অনুমানের ওপর প্রশ্ন করে যথার্থ ব্যাখ্যা জানা ও যাচাই করা।

৩। উৎসাহিত করা : শ্রবণের উদ্দেশ্য হল পূর্বনির্ধারিত কোন নির্দিষ্ট কাজে জনগণকে উৎসাহিত করা। যেমন- বিক্রয় সভা শ্রোতাদের অনুকূলে প্রেষণা ও উৎসাহ দানের মাধ্যমে তাদের মধ্যে উৎসাহ ও উদ্দীপনা জাগানো, উৎসাহী মতামত প্রদানের কৌশল হিসেবে পরিচিত।

৪। নিজস্ব যোগাযোগের উন্নয়ন : শ্রবণ মোহনীয় বক্তার নিকট থেকে আকর্ষণীয় ও প্রেষণামূলক কথা বালার ধরন শিক্ষা দেয়। সর্বোত্তম কৌশল পছন্দ করা, শ্রবণ করা এবং সেগুলো অনুসরণ করা। কথা বলার মধ্য দিয়ে আমাদের এটি যোগাযোগের দক্ষতা বৃদ্ধিতে সাহায্য করে।

অতএব, দেখা যাচ্ছে যে, শ্রবণের মাধ্যমে উপরিউক্ত উদ্দেশ্যগুলো কার্যকরভাবে সাধিত হয়।

৪। টেলিফোন যোগাযোগ ও মুখোমুখি যোগাযোগের পার্থক্য আলোচনা কর।

উত্তর: নিচে টেলিফোন যোগাযোগ ও মুখোমুখি যোগাযোগের মধ্যে পার্থক্য আলোচনা করা হলো:

টেলিফোন যোগাযোগ	মুখোমুখি যোগাযোগ
১। টেলিফোন যোগাযোগ বলতে আমরা বুঝি যে যোগাযোগ টেলিফোনের মাধ্যমে স্থাপন করা হয়।	১। মুখোমুখি যোগাযোগ বলতে আমরা বুঝি যে যোগাযোগ সমানা-সামনি বসে কথোপকথনের মাধ্যমে স্থাপন করা হয়।
২। কারবার বা ব্যবসায় বিভিন্ন তথ্য প্রেরণ ও গ্রহণের জন্য বর্তমান যুগে ব্যাপকভাবে টেলিফোনে যোগাযোগ করা হচ্ছে।	২। মুখোমুখি যোগাযোগের মাধ্যমে উভয় পক্ষ একত্রিত হলে কর্মমর্দন ও হাসিখুশির সাথে একটি আন্তরিক ও ঘরোয়া পরিবেশ সৃষ্টি হয়।
৩। টেলিফোন যোগাযোগের মাধ্যমে প্রেরক ও প্রাপক কেউ কাউকে দেখতে পায়না।	৩। এ যোগাযোগের ফলে একে অপরের আবেগ, অনুভূতি হাবভাব ইত্যাদি প্রকাশিত হয়।

### রচনামূলক প্রশ্ন উত্তর

১। বাচনিক যোগাযোগের নীতি বা কলাকৌশল আলোচনা কর।

উত্তর: ভূমিকা : নীতি বা কলাকৌশল বলতে কতকগুলো নিয়ম-কানুনকে বুঝায়, যা কোন কিছু সুষ্ঠুভাবে সম্পাদন করার জন্য প্রয়োগ করা হয়। মৌখিক কথাবার্তার মাধ্যমে যোগাযোগ স্থাপন করা হয়, তাকে মৌখিক বা বাচনিক যোগাযোগ নামে অভিহিত করা হয়। আর নীতি হল কতকগুলো নিয়মকানুন, যা কোন কিছু সুষ্ঠুভাবে সম্পাদন করার জন্য প্রয়োগ করা যেতে পারে। মৌখিক যোগাযোগের নীতিমালা বলতে কতকগুলো নির্দিষ্ট নিয়মকানুনকে বুঝায়, যা ব্যবসায়িক কথোপকথনকে কার্যকরী করতে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে থাকে। বাচনিক যোগাযোগ স্থাপনের কতকগুলো কার্যকরী ও ফলপ্রসূ নীতি বা কৌশল রয়েছে।

নিম্নে বাচনিক যোগাযোগের নীতি বা কৌশলসমূহ আলোচনা করা হল :

১। মৌখিক সুবিধা : মৌখিকভাবে যোগাযোগের সময় বক্তাকে শক্তিশালী ও সুমধুর শব্দ ব্যবহার করতে হবে। শব্দ ব্যবহারের মাধ্যমে বক্তাকে তার বক্তব্য এমনভাবে প্রদান করতে হবে যাতে বক্তব্যের অন্তর্নিহিত ভাব প্রকাশ করতে সে সক্ষম হয়।

২। পূর্বপ্রস্তুতি: পূর্বপ্রস্তুতি বাচনিক যোগাযোগের আরেকটি অন্যতম কৌশল। বাচনিক যোগাযোগের মাধ্যমে কোন বক্তব্য স্পষ্ট, পরিপূর্ণ ও আকর্ষণীয়ভাবে ফুটিয়ে তোলার জন্য আগে থেকে পূর্বপ্রস্তুতি গ্রহণ করতে হবে।

৩। গুরুত্ব আরোপ : গুরুত্ব আরোপ বাচনিক যোগাযোগের অন্যতম নীতি। সবসময় মূল বিষয়বস্তুর উপর বেশি গুরুত্ব আরোপ করে বক্তার বক্তব্য প্রদান করতে হবে।

৪। ঐক্য ও সংহতি : বক্তার বক্তব্যের মধ্যে উদ্দেশ্যের সাথে সংগতি রেখে শ্রোতার নিকট তা উপস্থাপন করতে হবে।

৫। সহজাত : বার্তাপ্রাপকের যোগ্যতা, দক্ষতা ও অভিজ্ঞতার উপর দৃষ্টি রেখে সহজ, সরল ও স্পষ্টভাবে বক্তাকে তার বক্তব্য প্রদান করতে হবে।

৬। বক্তব্য রচনা : বক্তব্যকে ফলপ্রদ করতে হলে বক্তব্য পেশের পূর্বেই সুন্দর ভাষা ব্যবহারের মাধ্যমে বক্তব্যের বিষয়বস্তু রচনা করতে হবে।

৭। সঠিক উপস্থাপন : বাচনিক যোগাযোগের বক্তব্য সঠিক ও নিপুণ উপস্থাপন করার জন্য বিষয়বস্তু লিখিত হওয়া বাঞ্ছনীয়।

৮। স্বর নিয়ন্ত্রণ : বাচনিক যোগাযোগ একটি কলা। সেজন্য বক্তাকে অবশ্যই ভাল কণ্ঠস্বরের অধিকারী হতে হবে।

৯। আবেগ নিয়ন্ত্রণ : বাচনিক যোগাযোগের অন্যতম আরেকটি উল্লেখযোগ্য নীতি হল বক্তার ব্যক্তিগত অনুভূতি নিয়ন্ত্রণ করা।

১০। আইনসম্মত : বাচনিক যোগাযোগে আরেকটি কৌশল হল বক্তার বক্তব্য যেন আইন বিরোধী না হয় সেদিকেও নজর রাখতে হবে।

১১। অঙ্গসঞ্চালন নিয়ন্ত্রণ : বক্তার বক্তব্য প্রদানের সময় অযথা যাতে অঙ্গসঞ্চালন না হয় সেদিকে লক্ষ্য রাখতে হবে।

১২। ব্যক্তিত্ব বজায় : বক্তার বক্তব্য আকর্ষণীয় ও কার্যকর করে তোলার জন্য বক্তার ব্যক্তিত্ব একটি গুরুত্বপূর্ণ উপাদান।

১৩। বাস্তবসম্মত : মৌখিক যোগাযোগের বক্তব্য বাস্তবসম্মত না হলে তা শ্রোতার মনোযোগ আকর্ষণ করতে পারে না। সেজন্য বক্তার বক্তব্য যাতে বাস্তবসম্মত হয় সেদিকে খেয়াল রাখতে হবে।

উপসংহার : উপরিউক্ত আলোচনার পরিপ্রেক্ষিতে বলা যায় যে, মৌখিক যোগাযোগের ক্ষেত্রে যদি উপরিউক্ত নীতিমালা মেনে চলা হয় তবে বক্তব্য খুবই আকর্ষণীয় হবে। বক্তব্য আকর্ষণীয় হলে শ্রোতাবর্গ যেমন মুগ্ধ হয়ে বক্তব্য শ্রবণ করবে তেমনি যোগাযোগকারীর উদ্দেশ্যও হাসিল হবে।

২। বাচনিক যোগাযোগের সুবিধাগুলো আলোচনা কর।

উত্তর: আজকাল অধিকাংশ ম্যানেজার বাচনিক যোগাযোগকে অধিক গুরুত্ব প্রদান করেন। কারণ মৌখিক যোগাযোগের নানাবিধ সুবিধা রয়েছে। এই প্রকার যোগাযোগের সুবিধাগুলো নিচে আলোচনা করা হলো:

১. সফল যোগাযোগ মাধ্যম: পৃথিবীর সর্বত্র আজ যোগাযোগের ফলপ্রসূ মাধ্যম হিসেবে মৌখিক যোগাযোগকে প্রাধান্য দেওয়া হয়ে থাকে। কারণ অধিকাংশ ম্যানেজারই এরূপ মতামত প্রকাশ করেন যে, মৌখিক যোগাযোগ লিখিত যোগাযোগের তুলনায় উন্নত ও সফল যোগাযোগ মাধ্যম।

২. সংশোধনের ব্যবস্থা: মৌখিক যোগাযোগে দুটি পক্ষ সরাসরি যোগাযোগ করেন বিধায় তথ্যে কোনো প্রকার ভুল থাকলে বা কোনো কিছু বাদ পড়লে তা তাৎক্ষণিকভাবে শুধরে নেয়া যায়।

৩. সহজ পরিবর্তনযোগ্যতা: মৌখিক যোগাযোগের ক্ষেত্রে বক্তা পরিবেশ-পরিস্থিতি অনুযায়ী প্রয়োজনবোধে বক্তব্য পরিবর্তন করতে পারেন। এ জন্য কোনো আনুষ্ঠানিকতার প্রয়োজন পড়ে না।

৪. খরচ হ্রাস: মৌখিক যোগাযোগে আনুসঙ্গিক উপকরণের খরচ না থাকায় এরূপ যোগাযোগে তুলনামূলকভাবে কম খরচ হয়ে থাকে।

৫. সময়ের অপচয় রোধ: মৌখিক কথাবার্তার মাধ্যমে অতি অল্প সময়ের মধ্যেই দূরবর্তী স্থানের লোকের সাথে যোগাযোগ স্থাপন করা সম্ভব হয়। ফলে সময়ের অপচয় হয় না।

৬. সৌহার্য্য বৃদ্ধি: প্রতিষ্ঠানের কর্মকর্তা বা ব্যবস্থাপক যদি ব্যক্তিগতভাবে কর্মীদের সাথে আলাপ-আলোচনা করেন, কর্মীদের ব্যক্তিগত এবং পারিবারিক সমস্যাগুলির খোঁজ-খবর করেন, তাহলে কর্মীদের মনোবল বৃদ্ধি পায় এবং কাজের প্রতি আন্তরিকতা সৃষ্টি হয়। এতে উভয় পক্ষের মধ্যে সৌহার্য্য ও বৃদ্ধি পেয়ে থাকে।

৭. আনুষ্ঠানিকতার অনুপস্থিতি: মৌখিক যোগাযোগে কোনো আনুষ্ঠানিকতা পালনের বামেলা নাই, যা লিখিত যোগাযোগের ক্ষেত্রে কঠোরভাবে পালন করতে হয়।

৮. দীর্ঘসূত্রতা পরিহার: মৌখিক যোগাযোগে শ্রোতাদের প্রতিক্রিয়া তাৎক্ষণিকভাবে জানা যায়। কাজেই এরূপ যোগাযোগে দীর্ঘসূত্রতা পরিহার করা সম্ভব হয় বলে বক্তা সহজে তার অভীষ্ট লক্ষ্য অর্জন করতে পারে।

৯. সময়সঞ্চয়: বিভিন্ন কর্মী এবং বিভাগের কাজের মধ্যে মৌখিক যোগাযোগের মাধ্যমে সময়সঞ্চয় করা সহজ হওয়ায় প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য অর্জন সহজতর হয়।

১০. শ্রোতার প্রতিক্রিয়া অনুধাবন: মৌখিক যোগাযোগে তাৎক্ষণিকভাবে বক্তা ও শ্রোতা প্রতিক্রিয়া জানতে পারে। ফলে শ্রোতার প্রতিক্রিয়া বা মতামতের উপর ভিত্তি করে বক্তব্যের প্রয়োজনীয় সংযোজন করা সম্ভব।

৩। বাচনিক যোগাযোগের অসুবিধাগুলো আলোচনা কর।

উত্তর: মৌখিক যোগাযোগের নিম্নের অসুবিধাগুলো পরিলক্ষিত হয়:

১. সংরক্ষণের সমস্যা: মৌখিক যোগাযোগের কোন রেকর্ড থাকে না বিধায় প্রেরক ও প্রাপক কেউই তা সংরক্ষণ করতে পারে না। অবশ্য প্রযুক্তির উন্নয়নের কারণে আজকাল অনেক প্রতিষ্ঠান মৌখিক যোগাযোগের বিষয়বস্তু পেন ড্রাইভে বা হার্ড ড্রাইভে সংরক্ষণ করে রাখে। ইচ্ছা করলে ইন্টারনেটের ব্যবহার করে 'ক্লাউড'-এ সংরক্ষণ করে রাখা যায়।

২. ব্যস্ততা: পূর্বাপর চিন্তা না করে ব্যস্ততার মধ্যে বক্তব্য পেশ করলে ভুল হওয়ার সম্ভাবনা থাকে। এমনকি গুরুত্বপূর্ণ পয়েন্টও বাদ পড়তে পারে। এরূপ হলে বক্তব্য অস্পষ্ট ও গুরুত্বহীন হয়ে পড়তে পারে।

৩. পরিকল্পনার অভাব: অনেক সময় যোগাযোগ করার পূর্বে যোগাযোগের বিষয়/বক্তব্য সম্পর্কে অগ্রিম চিন্তাভাবনা করে পরিকল্পিতভাবে বক্তব্য প্রকাশ করা হয় না। দ্রুততা, অবহেলা, বেশি আত্মবিশ্বাস ইত্যাদি কারণে এমনটি হয়ে থাকে।

৪. স্পষ্ট চিন্তার অভাব: যোগাযোগের পূর্বে স্পষ্ট চিন্তার অভাবে মৌখিক যোগাযোগ ব্যর্থ হতে পারে। অনেক ব্যস্ততার কারণে গুরুত্বপূর্ণ পয়েন্ট উপস্থাপন, কৌশল ও ভাষার ব্যবহার, প্রতিক্রিয়া (অনুকূল বা প্রতিকূল) ইত্যাদি নিয়ে চিন্তার সুযোগ থাকে না। ফলে যোগাযোগ ব্যর্থ হয়।

৫. অন্যের বক্তব্য না শোনা: অনেক সময় বক্তা শ্রোতাদের বক্তব্যের প্রতি দৃষ্টি দেন না। স্বীয় মর্যাদা, যুক্তি, অভিজ্ঞতা ইত্যাদি প্রদর্শন নিয়ে ব্যস্ত থাকেন। ফলে যোগাযোগ ব্যর্থ হয় এবং প্রতিকূল প্রতিক্রিয়ার সৃষ্টি হয়।

৬. সুষ্ঠু বাচনভঙ্গির অভাব: সুষ্ঠু বাচনভঙ্গির উপর মৌখিক যোগাযোগের ফলপ্রসূতা বহুলাংশে নির্ভর করে। যুক্তিযুক্ত ও সঠিকভাবে উপস্থাপন করা না হলে মৌখিক যোগাযোগ ব্যর্থ হয়।

৭. ব্যক্তিত্ব: শ্রোতার অনেক সময় বক্তার ব্যক্তিত্বকে প্রাধান্য দেয়। এমন ক্ষেত্রে তাদের চোখে বক্তা ব্যক্তিত্বহীন বলে মনে হলে যোগাযোগ ব্যর্থ হয়।

৮. আবেগ-অনুভূতি নিয়ন্ত্রণের অভাব: যোগাযোগের ক্ষেত্রে আবেগ-অনুভূতি নিয়ন্ত্রণ করতে না পারলে উল্টো-পাল্টা বক্তব্য পেশ বা বেঁফাস কথা বলা হতে পারে। এতে যোগাযোগ ব্যর্থ হয়। এজন্য গুরুত্বপূর্ণ ও যুক্তিযুক্ত বক্তব্যে বেশি জোর দিতে হবে এবং আবেগ-অনুভূতি নিয়ন্ত্রণে রাখতে হবে।

৯. কণ্ঠস্বরের ত্রাস-বৃদ্ধি: অস্বাভাবিক বা প্রয়োজন ছাড়া আকস্মিকভাবে হঠাৎ কণ্ঠস্বরের ত্রাস-বৃদ্ধি করা হলে শ্রোতার বিরক্তি বোধ করে, তাদের মনোযোগ নষ্ট হয় এবং যোগাযোগ ব্যর্থ হয়।

১০. বক্তব্যের দীর্ঘসূত্রতা: সামান্য বিষয় নিয়ে দীর্ঘ সময় বক্তব্য উপস্থাপন বা গুরুত্বপূর্ণ বিষয় নিয়েও প্রয়োজনের বেশি বক্তব্য অর্থহীন। কেননা শ্রোতার সংক্ষেপে এবং স্বল্প সময়ে বক্তব্য শুনতে চায়। অন্যথায় ধৈর্য্য হারিয়ে ফেলে।

১১. বার্তা গ্রাহকের প্রতিবন্ধকতা: বার্তা-গ্রাহক বক্তার সকল বক্তব্যই নিজের ভাব-আবেগ দ্বারা বুঝার চেষ্টা করে। এতে বক্তব্যের মূল বিষয় অনেক সময় ভিন্নভাবে ধরা পড়ে।

১২. বক্তব্যের ফলপ্রসূতা পর্যালোচনার অভাব: মৌখিক যোগাযোগ করার পর বক্তা তার বক্তব্য গ্রাহক বুঝেছে কিনা এবং ফলপ্রসূ হছে কিনা সেদিকে অনেক সময় নজর দেয় না। মূল্যায়ন ও পর্যালোচনার অভাবে যোগাযোগ ব্যর্থ হয়।

১৩. পদমর্যাদাজনিত অহংবোধ: অনেক সময় বক্তা তার বক্তব্যে স্বীয় পদমর্যাদা ও সম্মানকে বেশি গুরুত্ব দেয়। কিন্তু শ্রোতাদের প্রাপ্য সম্মান ও শ্রদ্ধা প্রদর্শন করে না। ফলে যোগাযোগ ব্যর্থ হয়।

১৪. বিষয়ের ঋটিপূর্ণ উপস্থাপন: যোগাযোগের ক্ষেত্রে উচ্চ নির্বাহীর নির্দেশ, বার্তা, সংবাদ ইত্যাদি অধীনস্তদের নিকট ভুলভাবে উপস্থাপন করা হলে তা অন্যদের নিকট বোধগম্য হয় না। সহজ-সরল ভাষায় এবং প্রয়োজনে উদাহরণসহ বক্তব্য উপস্থাপন করা না হলে যোগাযোগ ব্যর্থ হবে।

৪। মুখোমুখি যোগাযোগ কাকে বলে? মুখোমুখি যোগাযোগের সুবিধা অসুবিধা আলোচনা কর।

উত্তর: মুখোমুখি যোগাযোগ: ব্যবসায়িক সম্পর্ক স্থাপন বা কোন ব্যবসায়িক প্রক্রিয়া সম্পাদনের লক্ষ্যে দুই পক্ষ একস্থানে একত্রে বসে সামনা-সামনি আলোচনা করাকে মুখোমুখি যোগাযোগ বলে। মুখোমুখি যোগাযোগ একটি অত্যন্ত শক্তিশালী যোগাযোগ পদ্ধতি এবং এর সাহায্যে ব্যবসায়ীরা অতি অল্প সময়ের মধ্যে প্রয়োজনীয় সংবাদ বা তথ্য আদান-প্রদান করতে এবং এর প্রতিক্রিয়া বা ফলাফল জানতে পারে। মুখোমুখি যোগাযোগ পদ্ধতিতে উভয়পক্ষের উপস্থিতি অপরিহার্য। টেলিফোনে আলোচনার মাধ্যমে যোগাযোগ করলে সেটা মৌখিক যোগাযোগ হতে পারে। কিন্তু তা মুখোমুখি যোগাযোগ নয়। মুখোমুখি যোগাযোগের আলাদা বা বিশেষ একটি প্রভাব ও গুরুত্ব আছে। এ পদ্ধতিতে উভয়পক্ষ একত্রিত হলে কুশল বিনিময়, করমর্দন ও হাসিখুশির সাথে একটি আন্তরিক ঘরোয়া পরিবেশের সৃষ্টি হয়। এভাবে দু'পক্ষ মুখোমুখি হলে একে অপরকে দেখতে পারে এবং অঙ্গভঙ্গির মাধ্যমে পরস্পরের অনুভূতি বা হাবভাব বুঝতে পারে। এমনকি কথা বলার ধরন ও অঙ্গভঙ্গির মাধ্যমে পরস্পরের অনুভূতি ও প্রতিক্রিয়া প্রকাশ পায় এবং একে অপরের ব্যক্তিত্ব, ব্যবহার, আচরণ ইত্যাদি বুঝতে সক্ষম হয়। তাছাড়া এ ধরনের যোগাযোগের ফলে প্রতিক্রিয়া বা ফলাফল তাৎক্ষণিকভাবে পাওয়া যায়, যা অন্য কোন পদ্ধতিতে সম্ভব নয়।

মুখোমুখি যোগাযোগের সুবিধাসমূহ : নিম্নে মুখোমুখি যোগাযোগের সুবিধাসমূহ সংক্ষেপে আলোচনা করা হল :

১। মুখোমুখি যোগাযোগের ফলে উভয়ের বিষয়বস্তু সম্পর্কে একটা পরিষ্কার ধারণা জন্মে।

২। খুব সহজেই বিষয়বস্তুর গুরুত্ব সম্পর্কে অনুধাবন করতে পারে।

৩। স্বল্প সময়ে ক্রিয়া-প্রতিক্রিয়া ব্যক্ত করে যে কোন সিদ্ধান্তে পৌঁছে তা বাস্তবায়ন করা যায়।

৪। উভয়পক্ষ সামনা-সামনি উপস্থিত থাকায় যে কোন বিষয় সংশোধন, পরিবর্তন ও পরিবর্ধন সহজেই করা যায়।



৫। কোন বিষয়ে বিরোধ দেখা দিলে সামনা-সামনি আলোচনার মাধ্যমে সহজেই বিরোধ নিষ্পত্তি করা যায়।

৬। উভয়পক্ষ সামনা-সামনি উপস্থিত থাকায় অস্পষ্ট বিষয়সমূহ সহজেই জেনে নেয়া যায়।

৭। কম শিক্ষিত বা অশিক্ষিত লোকদের ক্ষেত্রে অধিক কার্যকরী।

৮। ছোট ছোট প্রতিষ্ঠানে এটি অধিক কার্যকরী।

উপসংহার : পরিশেষে উপরিউক্ত আলোচনার পরিপ্রেক্ষিতে বলা যায় যে, মুখোমুখি যোগাযোগ এমন একটি কার্যকরী যোগাযোগ পদ্ধতি এর মাধ্যমে উভয় পক্ষের মধ্যে যে কোন বিষয় নিয়ে আলাপ আলোচনার মাধ্যমে ঐকমত্য প্রতিষ্ঠা করা সহজতর হয়।

**মুখোমুখি যোগাযোগের অসুবিধাসমূহ:**

১। আধুনিক বহু প্রতিষ্ঠানে মুখোমুখি যোগাযোগ করা সম্ভব হয় না। কারণ এ ধরনের প্রতিষ্ঠানে হাজার হাজার কর্মচারী থাকে।

২। কোন বিষয় সম্পর্কে বিস্তারিত আলোচনার সুযোগ থাকে না।

৩। মুখোমুখি যোগাযোগের স্বল্প সময়ে সিদ্ধান্ত গৃহীত হয়, ফলে ভুল সিদ্ধান্ত গ্রহণের সম্ভাবনা থাকে।

৪। অধিকসংখ্যক লোকের মধ্যে সংবাদ পৌছানো এ পদ্ধতিতে কার্যকরী প্রভাব ফেলে না।

৫। অমনযোগী লোকদের জন্য এ পদ্ধতি কার্যকর নয়।

পরিশেষে বলা যায়, মৌখিক যোগাযোগের বিভিন্ন সুবিধা থাকার পাশাপাশি অসুবিধাও বিদ্যমান রয়েছে।

**৫। মুখোমুখি যোগাযোগের গুরুত্ব বা প্রয়োজনীয়তা আলোচনা কর।**

উত্তর: ভূমিকা : মুখোমুখি যোগাযোগ হল সামনা-সামনি বসে আলোচনা বা কথাবার্তার মাধ্যমে একজন আরেকজনের কাছ থেকে মতামত জানতে পারে। এ যোগাযোগ একটি অত্যন্ত শক্তিশালী পদ্ধতি। এর সাহায্যে ব্যবসায়ীরা অতি অল্প সময়ের মধ্যে প্রয়োজনীয় সংবাদ বা তথ্য আদান-প্রদান করতে ও ফলাফল জানতে পারে। ব্যবসা-বাণিজ্যে মুখোমুখি যোগাযোগের কিছু গুরুত্ব ও ভূমিকা রয়েছে। নিম্নে মুখোমুখি যোগাযোগের গুরুত্ব ও ভূমিকা আলোচনা করা হল :

১। দ্রুত কর্ম সম্পাদন : উভয়পক্ষের মুখোমুখি আলোচনায় দ্রুত তথ্য বা সংবাদ আদান-প্রদান করে তাৎক্ষণিকভাবে চূড়ান্ত সিদ্ধান্ত গ্রহণপূর্বক পরিকল্পনা বাস্তবায়ন বা ব্যবসায়িক কর্ম সম্পাদন করা সহজ হয়।

২। ভুলবুঝাবুঝির সম্ভাবনা থাকে না : মুখোমুখি আলোচনা খুব হৃদয়তাপূর্ণ ও ঘরোয়া পরিবেশে অনুষ্ঠিত হওয়ার ফলে ভুলবুঝাবুঝির কোন অবকাশ থাকে না। এ পদ্ধতিতে প্রতিষ্ঠিত বাণিজ্যিক সম্পর্ক খুবই ফলপ্রসূ হয়।

৩। ঘনিষ্ঠতা সৃষ্টি : মুখোমুখি যোগাযোগে উভয়ের মধ্যে যে খোলামেলা ও আন্তরিক আলোচনা হয় তাতে তাদের মধ্যে ঘনিষ্ঠ সম্পর্ক গড়ে উঠে এবং যে কোন ব্যবসায়িক লেনদেনে সহজেই ঐকমত্য প্রতিষ্ঠিত হয়।

৪। ব্যক্তিত্ব প্রকাশ : মুখোমুখি যোগাযোগের মাধ্যমে উভয় পক্ষই একে অপরের ব্যক্তিত্ব সম্পর্কে সম্যক জ্ঞান লাভ বা ধারণা করতে পারে।

৫। অশিক্ষিত লোকের সাথে যোগাযোগ : অশিক্ষিত লোকদের সাথে অন্য যে কোন যোগাযোগের চেয়ে মুখোমুখি যোগাযোগই ব্যবসায়িক সম্পর্ক স্থাপনে সুবিধাজনক।

৬। দ্রুত পরিবর্তন ও সংশোধনযোগ্য : মুখোমুখি যোগাযোগের মাধ্যমে প্রতিষ্ঠিত বাণিজ্যিক সম্পর্ক বা চুক্তি প্রয়োজনবোধে যে কোন সময় বা অবস্থায় পরিবর্তন, পরিবর্ধন ও সংশোধন করা যায়।

৭। নিজেকে উপস্থাপন করা : এ ধরনের যোগাযোগের মাধ্যমে অপর পক্ষের নিকট নিজের ব্যক্তিত্ব ফুটিয়ে তাদের মন জয় করা সহজ হয়।

উপসংহার : পরিশেষে উপরিউক্ত আলোচনার পরিপ্রেক্ষিতে বলা যায় যে, সব যোগাযোগের চেয়ে মুখোমুখি যোগাযোগ গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে থাকে। তাই যথার্থই বলা যায় মুখোমুখি যোগাযোগ এমন একটি শক্তিশালী যোগাযোগ মাধ্যম যা মানব ক্ষেত্রে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করছে।

৬। মৌখিক যোগাযোগ ও লিখিত যোগাযোগের মধ্যে পার্থক্য আলোচনা কর।

উত্তর: নিচে মৌখিক যোগাযোগ ও লিখিত যোগাযোগের মধ্যে পার্থক্য তুলে ধরা হলো:

পার্থক্যের বিষয়	মৌখিক যোগাযোগ	লিখিত যোগাযোগ
১. সংজ্ঞাগত পার্থক্য	কথাবার্তার মাধ্যমে যে যোগাযোগ করা হয় তাকে মৌখিক যোগাযোগ বলে।	কাগজ, কলম, কালির দ্বারা ছাপানো অক্ষরে লিখে যে যোগাযোগ করা হয় তাকে লিখিত যোগাযোগ বলে।
২. সম্পর্ক স্থাপন	এক্ষেত্রে যোগাযোগ সংশ্লিষ্ট উভয় পক্ষের মধ্যে সরাসরি কথা হয় ফলে উভয়ের মধ্যে পারস্পরিক সম্পর্ক বৃদ্ধির সম্ভাবনা থাকে।	লিখিত যোগাযোগ হওয়ায় এক্ষেত্রে প্রত্যেক সম্পর্ক স্থাপনের সম্ভাবনা কম থাকে।
৩. প্রমাণের সুযোগ	মৌখিক যোগাযোগ সংরক্ষণ করা সম্ভব হয় না বলে তা ভবিষ্যতে প্রমাণ করা কষ্টকর।	লিখিত যোগাযোগ সর্বদাই সংরক্ষণ করা সম্ভব হয় বলে তা প্রামাণ্য দলিল হিসেবে কাজ করে।
৪. আনুষ্ঠানিকতা	এরূপ যোগাযোগে আনুষ্ঠানিকতার প্রভাব কম থাকে।	লিখিত যোগাযোগে আনুষ্ঠানিকতা তুলনামূলকভাবে অধিক।
৫. নমনীয়তা	এরূপ যোগাযোগে সরাসরি বক্তব্য তুলে ধরায় তা সহজে পরিবর্তন ও পরিবর্ধন করা সম্ভব হয়।	এক্ষেত্রে উপস্থাপিত বক্তব্য সহজে পরিবর্তন করা যায় না বিধায় নমনীয়তা কম থাকে।
৬. মিতব্যয়িতা	মৌখিক যোগাযোগে অর্থ ও সময় উভয়ই বাঁচানো সম্ভব হয়।	এরূপ যোগাযোগে লক্ষ্য অর্জনে অর্থ ও সময় উভয়ই অনেক বেশি লাগে।
৭. বিকৃতির সম্ভাবনা	এক্ষেত্রে তথ্যের বিকৃতির সম্ভাবনা বেশি থাকে।	এক্ষেত্রে তথ্যের বিকৃতির তেমন কোনো সম্ভাবনা থাকে না।
৮. ভাব প্রকাশের মাধ্যম	মৌখিক যোগাযোগের ক্ষেত্রে মুখের ভাষা, কণ্ঠস্বর ইত্যাদির দ্বারা মনের ভাব বা বক্তব্য প্রকাশ করা হয়।	লিখিত যোগাযোগে খাতা-কলমে লিখিত বা মুদ্রিত আকারে প্রকাশ করা হয়।

নিয়মিত আপডেট পেতে **HSC BMT** ইউটিউব চ্যানেলটি সাবস্ক্রাইব করে বেল বাটন বাজিয়ে রাখুন

## অধ্যায়-০৫: যোগাযোগ প্রতিবন্ধকতা

### সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন উত্তর

#### ১। ফলপ্রসূ যোগাযোগের সংজ্ঞা দাও।

উত্তর: ফলপ্রসূ যোগাযোগের সংজ্ঞা: যে কোন যোগাযোগেরই একটি উদ্দেশ্য থাকে। এ উদ্দেশ্যকে সামনে রেখে যখন বার্তাপ্রেরক বার্তাগ্রাহকের নিকট যোগাযোগ করেন, তখন যদি গ্রাহকের প্রতিক্রিয়া বার্তাপ্রেরকের অনুকূলে হয় তখন তাকে ফলপ্রসূ যোগাযোগ বলে।  
অর্থাৎ ফলপ্রসূ যোগাযোগ হচ্ছে, যে অর্থে বা উদ্দেশ্যে যোগাযোগ করা হয়েছে, যোগাযোগ গ্রহীতা যদি সে অর্থ পরিষ্কারভাবে বুঝতে অসমর্থ হয় এবং প্রেরক আশানুরূপ প্রতিক্রিয়া ব্যক্ত না করে তবে যোগাযোগ ব্যর্থ হয়ে যাবে। ফলপ্রসূ যোগাযোগের কারণে সংগঠনের কার্যক্রম সুষ্ঠুভাবে পরিচালিত হয় এবং প্রতিষ্ঠানের সুনাম বৃদ্ধি পায় এবং উন্নত ভাবমূর্তির সৃষ্টি হয়।

প্রফেসর এস ইসলাম শাহীনের মতে, “বার্তা প্রেরক যখন তার বার্তার প্রত্যুত্তর গ্রাহকের নিকট হতে পায় এবং তার যোগাযোগের উদ্দেশ্য সফলতা অর্জন করে, তখন তাকে ফলপ্রসূ যোগাযোগ বলে।”

পরিশেষে বলা যায় যে, যোগাযোগ ফলপ্রসূ বা সার্থক করতে হলে যথাযথ মাধ্যম, যোগাযোগের উদ্দেশ্য, সঠিক পরিবেশ সৃষ্টি, ভাষার ব্যবহার, কথায় ও কাজের মিল ইত্যাদি উপাদানের প্রয়োজন হয়।

#### ২। যোগাযোগ প্রতিবন্ধকতা বলতে কী বুঝ?

উত্তর: সংবাদ প্রেরণ, সংবাদের অবাধ প্রবাহ এবং সংবাদ গ্রহণ ইত্যাদির ক্ষেত্রে বিঘ্ন সৃষ্টি উৎপাদনসমূহকে যোগাযোগের বাধা বা প্রতিবন্ধকতা বলে। যোগাযোগের ক্ষেত্রে প্রেরক ও গ্রাহকের মধ্যে তথ্য বা বার্তা বিনিময় একটি প্রক্রিয়া বা কৌশল। এ প্রক্রিয়ায় প্রেরক কর্তৃক প্রেরিত বার্তা বা তথ্য বিভিন্ন স্তর অতিক্রম করে গ্রাহকের নিকট পৌঁছায়। ফলে প্রেরক ও গ্রাহকের মধ্যে অবস্থানগত বা বার্তা প্রেরণ, প্রক্রিয়াগত কারণে বিভিন্ন ধরনের বাধার বা তথ্যের বিকৃতি ঘটা স্বাভাবিক, যাকে যোগাযোগের প্রতিবন্ধকতা বলা হয়। যোগাযোগ হচ্ছে প্রেরক ও গ্রাহকের মধ্যে তথ্য বা সংবাদ বিনিময়। C.B. Memoria যোগাযোগের প্রতিবন্ধকতা সম্পর্কে বলেন, “যোগাযোগ যখন বাধাপ্রাপ্ত হয় এবং তা যখন গ্রাহকের নিকট পৌঁছায় না, তখন তা অকার্যকর হয়ে পড়ে এবং এ ধরনের বাধা বা বিঘ্ন সৃষ্টি হওয়াকে প্রতিবন্ধকতা বলে।”

#### ৩। ফলাবর্তন বলতে কী বুঝ?

উত্তর : ফলাবর্তন বলতে বার্তাপ্রেরকের নিকট হতে প্রেরিত সংবাদ বা তথ্য বার্তাপ্রাপকের প্রত্যুত্তরসহ পুনরায় বার্তাপ্রেরকের নিকট ফিরে আসাকে বুঝায়। এটি মূলত দ্বিমুখী যোগাযোগ প্রক্রিয়ার একটি কৌশল। এর মাধ্যমে বার্তাপ্রাপক তার মনের প্রতিক্রিয়া প্রেরককে অবহিত করে থাকে।

#### ৪। বাংলাদেশে যোগাযোগ ব্যবস্থার সমস্যাগুলো কী কী?

উত্তর: ভূমিকা : সাধারণত যে-কোনো যোগাযোগ ব্যবস্থার একটি লক্ষ্য বা উদ্দেশ্য থাকে। ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানসমূহের চালিকা শক্তি বা হাতিয়ার হলো যোগাযোগ। সুষ্ঠু ও দক্ষ যোগাযোগ ব্যবস্থা ছাড়া কোনো প্রতিষ্ঠান সাফল্য লাভ করতে পারে না। যোগাযোগ ব্যবস্থা উন্নত না হলে প্রতিষ্ঠান তার অর্জিত লক্ষ্য অর্জন করতে সক্ষম হয় না। বাংলাদেশের যোগাযোগ ব্যবস্থায় নানা কারণে নানা সময়ে বিভিন্ন প্রকার সমস্যা দেখা দেয়। নিম্নে বাংলাদেশের যোগাযোগ ব্যবস্থার সমস্যাগুলো তুলে ধরা হলো-

- |                               |                               |                      |                          |
|-------------------------------|-------------------------------|----------------------|--------------------------|
| ১। কর্তৃত্বের স্তরের আধিক্য   | ২। কর্মচারী ব্যবস্থাপনা বিরোধ | ৩। শিক্ষাগত বৈষম্য   | ৪। ভাষাগত প্রতিবন্ধকতা   |
| ৫। উন্নত যোগাযোগ সুবিধার অভাব | ৬। সরকারি হস্তক্ষেপ           | ৭। লাল ফিতার দৌরাভ্য | ৮। সঠিক পলিসির অভাব      |
| ৯। স্বজনপ্রীতি                | ১০। শ্রদ্ধার অভাব             | ১১। কপটতা            | ১২। রাজনৈতিক অবৈধ প্রভাব |
| ১৩। প্রশিক্ষণের অভাব ইত্যাদি। |                               |                      |                          |
- উপসংহার : বাংলাদেশের যোগাযোগ ব্যবস্থায় উপরিউক্ত সমস্যাগুলো বিদ্যমান। এসব সমস্যাগুলোর কারণে সময় ও আর্থিক ক্ষতিই শুধু করে না, এটা নানারূপ বিভ্রান্তি এবং ভুল বুঝাবুঝির সৃষ্টি করে। ফলে প্রতিষ্ঠানে কর্মরত কর্মকর্তা ও কর্মচারীদের মনোবল নষ্ট হয়ে যায়।

### রচনামূলক প্রশ্ন উত্তর

#### ১। যোগাযোগের প্রতিবন্ধকতাসমূহ আলোচনা কর।

উত্তর: ভূমিকা : যে কোন যোগাযোগেরই একটি উদ্দেশ্য থাকে। এ উদ্দেশ্যকে সামনে রেখে যখন বার্তাপ্রেরক বার্তাগ্রাহকের নিকট যোগাযোগ করেন, তখন যদি গ্রাহকের প্রতিক্রিয়া বার্তাপ্রেরকের অনুকূলে হয় তখন তাকে ফলপ্রসূ যোগাযোগ বলে। যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় নানা সময়ে নানা প্রকার প্রতিবন্ধকতার সৃষ্টি হতে পারে।

নিম্নে ফলপ্রসূ যোগাযোগের প্রতিবন্ধকতাসমূহ আলোচনা করা হল :

(ক) সাংগঠনিক কাঠামোগত প্রতিবন্ধকতা : সাংগঠনিক প্রতিবন্ধকতা আবার বিভিন্ন প্রকার হতে পারে, যেমন-

- ১। সাংগঠনিক পরিবেশ : প্রতিষ্ঠানের কর্মকর্তাদের অনুকূল বা প্রতিকূল মনোভাব স্বাভাবিকভাবে যোগাযোগ প্রক্রিয়ার উপর প্রভাব বিস্তার করে।
- ২। পলিসির অভাব : কোন প্রতিষ্ঠানে স্পষ্ট পলিসি না থাকলে কর্মচারীগণ সেটিকে যোগাযোগের প্রতি ব্যবস্থাপনার অনীহার পরিচায়ক বলে মনে করে।
- ৩। প্রতিষ্ঠানের কাঠামো : প্রাতিষ্ঠানিক কাঠামোতে ‘সর্বজন স্বীকৃত’ নীতিমালা মেনে না চললে যোগাযোগে অচলাবস্থার সৃষ্টি হয়।
- ৪। কর্তৃত্বের ধাপ : কর্তৃত্বের ধাপ অধিক হলে কোন তথ্য বা সংবাদ প্রাপকের হাতে পৌঁছাতে অধিক সময় লাগে।
- ৫। সুপারভাইজারদের সৃষ্টি প্রতিবন্ধকতা : সুপারভাইজারগণ যদি অধীনস্থদের এড়িয়ে চলে তবে যোগাযোগ প্রতিবন্ধকতা দেখা দিতে পারে।

(খ) ব্যক্তিগত প্রতিবন্ধকতা : ফলপ্রসূ যোগাযোগে কিছু ব্যক্তিগত প্রতিবন্ধকতা রয়েছে তা নিচে দেয়া হল :

- ১। ব্যক্তিগত দ্বন্দ্ব : বার্তাপ্রেরক ও প্রাপকের মধ্যে ব্যক্তিগত সংঘাত থাকলে তথ্য বিকৃতির সম্ভাবনা থাকে।
- ২। কপটতা ও অবিশ্বাস : পারস্পরিক কপটতা ও অবিশ্বাসেও তথ্য বিনিময়ে বিকৃতি ঘটায়।
- ৩। মানবীয় ধারণা : সংবাদ আদান-প্রদান প্রেরক ও গ্রাহক সংবাদটি দুই অর্থে গ্রহণ করে ব্যাখ্যা করলে যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় সমস্যার সৃষ্টি হয়।
- ৪। পূর্বনির্ধারিত ধারণা : কোন লোক বা দলের প্রতি পূর্বনির্ধারিত বদ্ধমূল ধারণা ও তথ্য বিনিময়ে বিকৃতি ঘটায়।
- (গ) পরিবর্তনের প্রতিবন্ধকতা: যারা কোনকিছুতেই পরিবর্তন চায় না, তারা যে কোন পরিবর্তনের বিরোধিতা করে যোগাযোগের বিঘ্ন ঘটাতে পারে।
- (ঘ) কর্মব্যস্ততা: ব্যবস্থাপকের দৈনন্দিন কর্মব্যস্ততার জন্য যোগাযোগের প্রতিবন্ধকতা দেখা দিতে পারে।
- (ঙ) তথ্যের দুর্য্যোগতা: যোগাযোগকারী যে তথ্য পরিবেশন করে তা যদি শ্রোতার নিকট দুর্য্যোগ হয় তাহলে তথ্যের বিকৃতি ঘটতে পারে।
- (চ) অনৈক্য: প্রতিষ্ঠানের লোকজনের অনৈক্যের জন্য যোগাযোগে প্রতিবন্ধকতা সৃষ্টি হয়।
- (ছ) ভাষাগত প্রতিবন্ধকতা: অনেক সময় ভাষাগত প্রতিবন্ধকতার কারণেও তথ্য বা সংবাদের বিকৃতি ঘটতে পারে।

উপরোক্তভাবে আমরা যোগাযোগের প্রতিবন্ধকতাসমূহ আলোচনা করতে পারি।

২। যোগাযোগের প্রতিবন্ধকতা নিরসনের উপায়সমূহ আলোচনা কর।

উত্তর: যোগাযোগের প্রতিবন্ধকতা নিরসনের উপায় আলোচনা কর:

ভূমিকা : ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানসমূহের যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় বিভিন্নভাবে সৃষ্ট প্রতিবন্ধকতা দেখা দেয়। এসব প্রতিবন্ধকতা একটি প্রতিষ্ঠানের মূল উদ্দেশ্য ও অভীষ্ট লক্ষ্য অর্জনের পথে বিরাট বাধা বা প্রতিবন্ধকতা সৃষ্টি করে সমগ্র ব্যবসায়িক কার্যক্রমকে ব্যর্থতায় পর্যবসিত করে। তাই প্রতিবন্ধকতাসমূহ অবশ্যই দূর করার ব্যবস্থা গ্রহণ করতে হবে।

যেসব কৌশল বা ব্যবস্থা গ্রহণ করে প্রতিবন্ধকতাসমূহ দূর করা যায় তা নিম্নে আলোচনা করা হল :

১। কর্তৃত্বের স্তর হ্রাস : সংগঠনের প্রশাসনিক বা ব্যবস্থাপনার কাঠামোয় কর্তৃত্বের স্তর কমিয়ে এবং অপ্ৰয়োজনীয় বা অল্প প্রয়োজনীয় স্তরের বিলোপ সাধন করে কার্যকরী যোগাযোগ স্থাপনের জন্য সাংগঠনিক কাঠামোকে সহজ ও সরল করতে হবে।

২। যোগাযোগের উদ্দেশ্য সুনির্দিষ্টকরণ : কার্যকরী যোগাযোগের উদ্দেশ্য সঠিকভাবে নির্ধারণ করে সে উদ্দেশ্য অর্জনের লক্ষ্যে পরিকল্পিতভাবে এবং সতর্কতার সাথে যোগাযোগ স্থাপন করতে হবে।

৩। যোগাযোগ প্রশিক্ষণ : সংগঠনের প্রশাসনিক কাঠামোয় বিভিন্ন স্তরে নিয়োজিত লোকদের অনেকের যোগাযোগ বিষয়ে সঠিক জ্ঞান নেই। সংগঠনের সংশ্লিষ্ট লোকদেরকে যোগাযোগ বিষয়ে দক্ষ করে তোলার জন্য প্রয়োজনীয় প্রশিক্ষণের ব্যবস্থা করতে হবে।

৪। শ্রম ব্যবস্থাপনা সম্পর্কের উন্নয়ন : ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের ব্যবস্থাপনা ও শ্রমিক-কর্মীদের মধ্যে বিদ্বেষ ভাব থাকলে যোগাযোগ ব্যাহত হয়। কারণ এ অবস্থায় অধস্তন শ্রমিক-কর্মীরা কর্তৃপক্ষের আদেশ বাস্তবায়নে সক্রিয় বা উদ্যোগী হয় না। সংগঠনের বৃহত্তর স্বার্থে কর্মীদের সাথে ব্যবস্থাপকের সুসম্পর্ক স্থাপনের উপর গুরুত্ব দিতে হবে।

৫। ফলাবর্তন : যোগাযোগের সফলতা নির্ভর করে ফলাবর্তনের উপর। কারণ ফলাবর্তনের মাধ্যমে গ্রাহকের প্রতিক্রিয়া বা প্রত্যুত্তর জেনে সে অনুযায়ী কার্যক্রম গ্রহণ করা যায়। তাই সংগঠনের যোগাযোগ সার্থক করতে ফলাবর্তন প্রক্রিয়ার উপর গুরুত্ব দিতে হবে।

৬। শিক্ষাগত বৈষম্য দূরীকরণ : অনেক ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের অধস্তন কর্মীদের মধ্যে অধিকাংশই হল অশিক্ষিত। এসব কর্মীদের সাথে কার্যকরী যোগাযোগ করা কষ্টসাধ্য। তাই তাদের সাথে সার্থক যোগাযোগ করতে হলে অন্তত প্রাথমিক স্তর পর্যন্ত শিক্ষাদান কর্মসূচি গ্রহণ করা দরকার।

৭। রাজনৈতিক প্রভাবমুক্ততা : রাজনৈতিক দলের নেতারা ব্যবসায়িক সংগঠনে কর্মরত দলের সমর্থকদের নিয়ে শ্রমিক সংঘ করে তাদের উপর দলীয় প্রভাব বিস্তার করে এবং এর ফলে অন্য দলের সমর্থকদের কার্যে অনধিকার হস্তক্ষেপ করে। তাই রাজনৈতিক প্রভাব থেকে সংগঠনকে মুক্ত রাখতে সচেষ্ট হতে হবে।

উপসংহার : পরিশেষে উপরিউক্ত আলোচনার পরিপ্রেক্ষিতে প্রতীয়মান হয় যে, কার্যকর যোগাযোগ প্রতিষ্ঠায় যেসব সমস্যা দেখা যায় সেগুলোর বেশিরভাগ চিহ্নিত করা সমস্যা। এসব সমস্যা বা প্রতিবন্ধকতাসমূহের ব্যাপারে সংশ্লিষ্ট কর্তৃপক্ষ আগেভাগে সতর্কতা অবলম্বন করলে যোগাযোগে সফলতা অর্জন করা সহজ হবে।

#### অধ্যায়-০৬: ব্যবসায়িক পত্র লিখন ও প্রকারভেদ

##### কমন উপযোগী প্রশ্ন উত্তর

১। একটি আদর্শ বাণিজ্যিক পত্রের বৈশিষ্ট্যগুলো আলোচনা কর।

উত্তর : উত্তম বাণিজ্যিক পত্রের গুণাবলি বা বৈশিষ্ট্য : ব্যবসায়িক পত্র বর্তমান বৃহদায়তন ব্যবসায় জগতে যোগাযোগ স্থাপন ও তথ্যাদি বিনিময়ের অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ মাধ্যম। প্রতিষ্ঠানের পক্ষে এরূপ পত্র 'নীরব দূতের' ভূমিকা পালন করে বিধায় একে যথেষ্ট গুণসম্মত ও বৈশিষ্ট্যমণ্ডিত করে রচনা করার প্রয়োজন পড়ে। প্রাতিষ্ঠানিক লক্ষ্যার্জনের জন্য একটি আদর্শ পত্রের যে-সকল গুণ বা বৈশিষ্ট্য থাকতে হয় তা নিম্নে আলোচনা করা হলো-

১। নির্দিষ্ট আঙ্গিক কাঠামো : আদর্শ পত্র অবশ্যই নির্দিষ্ট কাঠামো অনুসরণ করে লেখা হয়। শিরোনাম, ঠিকানা, তারিখ, বিষয়বস্তু, সম্বোধন ইত্যাদি যথানিয়মে নির্দিষ্ট স্থানে লেখা হলে তা পাঠকের নিকট অধিক গ্রহণযোগ্য হয়ে থাকে।

২। সুপরিকল্পনা : একটি উত্তম বাণিজ্যিক পত্র অবশ্যই সুপরিকল্পিতভাবে রচিত হয়। এজন্য পত্র রচনার পূর্বেই উদ্দেশ্য নির্দিষ্টকরণ, বিষয়বস্তু নির্ধারণ, প্রয়োজনীয় তথ্য সংগ্রহ, উপকরণাদি সংগ্রহ ইত্যাদি কাজ করা হয়। প্রয়োজনে পূর্বে একাধিকবার খসড়া প্রণয়ন করা হয়ে থাকে।

৩। সুনির্দিষ্টতা : এ ধরনের পত্রে লেখকের বক্তব্য অবশ্যই সুনির্দিষ্ট হতে হয়। এজন্য একটি পত্রে একটি বক্তব্যকেই ফুটিয়ে তোলার চেষ্টা করা হয়। এজন্য প্রয়োজনীয় তথ্য, ঘটনা, চিত্র, পরামর্শ ইত্যাদি দেয়া যেতে পারে। একাধিক বক্তব্য সংবলিত পত্র পাঠকের নিকট অস্পষ্ট ও বিরক্তিকর হয়।

৪। সংক্ষিপ্ততা : বর্তমান ব্যবসা-বাণিজ্যের জগতে সময় অতি মূল্যবান (Time is money)। তাই পত্র বড় হলে তা পাঠকের মনে বিরক্তির উদ্বেক করে। এ ছাড়া বেশি কথা অনেক সময় আসল কথাকে দুর্বল করে ফেলে। তাই "Brevity is the soul of wit" এ প্রবাদ বাক্যে আদর্শ বাণিজ্যিক পত্র রচনায় বিশেষভাবে অনুসরণ করা হয়।

৫। সরলতা : একটি আদর্শ ব্যবসায়িক পত্র অবশ্যই সহজ-সরল ভাষায় সহজ পদ্ধতিতে রচনা করা হয়। অপরিচিত, পাণ্ডিত্যপূর্ণ এবং কঠিন ভাষা ও শব্দের ব্যবহার পত্রকে জটিল করে। এতে পত্র লেখার উদ্দেশ্য অনেক সময় ব্যাহত হয়।

৬। প্রাসঙ্গিকতা : প্রাসঙ্গিকতাও আদর্শ বাণিজ্যিক পত্রের একটি অন্যতম গুণ বা বৈশিষ্ট্য। প্রাসঙ্গিক বক্তব্যের উপস্থাপনা অহেতুক পত্রের কলেবরকে বড় করে এবং এতে অনেক সময়ই পত্র লেখার আসল উদ্দেশ্য পণ্ড হয়। তাই পত্র লেখককে অবশ্যই মূল বিষয়বস্তুর প্রাসঙ্গিক বক্তব্য পত্রে তুলে ধরা উচিত।

৭। সামঞ্জস্যতা : পত্রের মূল বিষয়বস্তুর সাথে বক্তব্যের সামঞ্জস্য না থাকলে তা পাঠকের মনে বিরক্তির উদ্বেক করে। এজন্য পত্রের বক্তব্যকে এমনভাবে সাজানো বা সুবিন্যস্ত করা উচিত, যাতে তা মূল বক্তব্যকে সহজেই তুলে ধরতে পারে। এজন্য প্রয়োজনে বক্তব্যকে একাধিক অনুচ্ছেদে ভাগ করে সুন্দর ও সামঞ্জস্যপূর্ণভাবে উপস্থাপন করা হয়।

৮। সম্পূর্ণতা : একটি উত্তম বাণিজ্যিক পত্র অবশ্যই সম্পূর্ণতার গুণসম্পন্ন হয়। অসম্পূর্ণ বিষয়বস্তু পাঠকের মনে বিভ্রান্তির সৃষ্টি করে। তাই অতিকথা বর্জন করে সংক্ষেপে সম্পূর্ণ বক্তব্য সুন্দরভাবে বাণিজ্যিক পত্রে উপস্থাপন করা উচিত। এজন্য প্রয়োজনীয় সকল তথ্য ও বিষয় পত্র রচনার পূর্বেই জোগাড় করে নিতে হয়।

উপরোক্তভাবে আমরা একটি আদর্শ বাণিজ্যিক পত্রের বৈশিষ্ট্যগুলো আলোচনা করতে পারি।

২। পত্র লেখন কৌশল/ ব্যবসায়িক পত্রের বিভিন্ন অংশের বর্ণনা: (এখান থেকে সংক্ষিপ্ত নোট আকারে প্রশ্ন আসতে পারে)

১। শিরোনাম: পত্রের উপরিভাগে বা পত্রপ্রেরণকারী প্রতিষ্ঠানের নাম, ঠিকানা, ব্যবসায়ের ধরণ, টেলিফোন নম্বর ইত্যাদি সম্বলিত অংশকে পত্রের শিরোনাম বলে। প্রচলিত নিয়ম অনুসারে শিরোনাম অংশে পত্রের উপরিভাগের মাঝামাঝি স্থানে মোটা হরফে ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের নাম এবং এর নিচে ব্যবসায়ের প্রকৃতি বা লাইন, পত্রের ডান পাশে নামের নিচে প্রেরকের ঠিকানা ও তারিখ লিপিবদ্ধ করা হয় এবং পত্রের বাম পাশে নামের নিচে প্রেরক কোম্পানির টেলিফোন নম্বর, ঠিকানা ইত্যাদি লিপিবদ্ধ করা হয়।

২। সূত্র: অনেক প্রতিষ্ঠানের পত্রের শিরোনামের একটু নিচে বাম পাশে সূত্র নম্বর বসানো হয়।



৩। তারিখ: ব্যবসায়িক পত্রের আরেকটি গুরুত্বপূর্ণ অংশ হচ্ছে তারিখ। ব্যবসায়িক পত্রে তারিখ না থাকলে অনেক সময় সমস্যার সৃষ্টি হতে পারে। পত্রের তারিখ সাধারণত শিরোনামের ২ স্পেস নিচে ডানদিকে লিখতে হয়। অনেক পত্রে আবার অনেক সময় অভ্যন্তরীণ ঠিকানার নিচে লেখা হয়ে থাকে।

৪। অভ্যন্তরীণ ঠিকানা: পত্রের বামপার্শ্বে ও শিরোনামের নিচে পত্রপ্রাপকের নাম ও ঠিকানা লিখতে হয়। প্রাপকের নামের প্রথমে ক্ষেত্রবিশেষ ইংরেজি শব্দ মি. বা মেসার্স ব্যবহার করা হয়। প্রাপক যদি অধিক ব্যক্তি হয় তবে সম্মিলিতভাবে তাদের নামের পূর্বে মেসার্স/সর্বজনাব শব্দ ব্যবহার করা হয়। অনেক ক্ষেত্রে প্রাপকের নামের পূর্বে জনাবও লেখা হয়। অবিবাহিত ও বিবাহিত মহিলার নামের আগে যথাক্রমে মিস ও মিসেস লেখা হয়। খামের উপরিভাগে প্রাপকের যে ঠিকানা লেখা হয়, অভ্যন্তরেও ঠিক একই ঠিকানা লেখা হয়।

৫। বিষয় শিরোনাম: অনেক ক্ষেত্রে চিঠির বিষয়বস্তুর উপরে এবং অভ্যন্তরীণ ঠিকানার নিচে চিঠির বিষয় সংক্ষেপে বা বিষয় শিরোনামে প্রদান করা হয়। বিষয় শিরোনামে অল্পকথায় চিঠির বিষয়বস্তুর সারমর্ম প্রকাশ করা হয়। এ ব্যবস্থা এক নজরে চিঠির বিষয়বস্তু জানলাভে সাহায্য করে।

৬। সম্ভাষণ: অভ্যন্তরীণ ঠিকানার নিচে অভিবাদনসূচক শব্দ ব্যবহার করা হয়। অর্থাৎ চিঠি লেখার শুরুতেই সম্ভাষণসূচক শব্দ লিখতে হয়। সম্বোধন ব্যতীত পত্র লেখা রীতিবিরুদ্ধ। আজকাল নানা প্রকার সম্ভাষনের প্রচলন দেখা যায় যেমন: জনাব, মহাশয়, প্রিয়, মহাশয়গণ, ভদ্রমহোদয়গণ, সর্বিনয় নিবেদন ইত্যাদি। ইংরেজি ভাষায় লিখিত পত্রের সচরাচর Sir, Dear Sir, Dear sirs প্রভৃতি শব্দ ব্যবহার করা হয়।

৭। বিদায় সম্ভাষণ: পত্রের সমাচার বা বিষয়বস্তুর শেষে বিদায় অভিবাদন লিখতে হয়। ব্যবসায়িক পত্রে নিম্নলিখিত কয়েক প্রকার বিদায় ভাষণ লেখার প্রয়োজন রয়েছে। যথা: আপনার বিশ্বস্ত, আপনার অনুগত, নিবেদক, বিশ্বস্ত ইত্যাদি।

৮। স্বাক্ষর: বিদায় অভিবাদনের নিচে, পত্রের নিচের কোনায় পত্রলেখক বা পত্র প্রেরকের স্বাক্ষর বা দস্তখত থাকতে হয়। দস্তখতের নিচে অনেক সময় বন্ধনীর মধ্যে তার পুরা নাম সুন্দরভাবে লেখা হয় অথবা টাইপ করা হয়। এ ব্যবস্থার ফলে স্বাক্ষরকারীর স্বাক্ষরে ও অস্পষ্টতার দরুন তা পড়া কষ্টকর হলেও তার নাম জানতে পাঠকের অসুবিধা হয় না। স্বাক্ষরের নিচে স্বাক্ষরকারীর পদমর্যাদা ও ঠিকানা উল্লেখ থাকে।

৯। ক্রোড়পত্র: পত্রের সাথে কোন প্রয়োজনীয় কাগজপত্র, দলিল দস্তাবেজ, ছবি ইত্যাদি গেঁথে দেয়ার রেওয়াজকে সংযুক্তি বা ক্রোড়পত্র বলে। অর্থাৎ সংযুক্তির লিখিত অংশে পত্রের সাথে সংযুক্তি কাগজপত্রাদির নাম উল্লেখ করা থাকলে এবং পরে সেগুলো হারিয়ে গেলে প্রাপককে সে জন্য দায়ী করা যায়।

### অধ্যায়-০৭: বিভিন্ন প্রকার পত্র রচনা (বাংলা)

কমন উপযোগী প্রশ্ন উত্তর

ক. সরকারি ও আধাসরকারি পত্র

(মূল বই থেকে সরকারি ও আধাসরকারি পত্রগুলো আরও ভালোভাবে পড়তে হবে)

#### সরকারি পত্র:

১। শিক্ষা মন্ত্রণালয় হতে শিক্ষক নিয়োগের জন্য জনশিক্ষা পরিচালকের নিকট লেখা পত্র।

গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার

শিক্ষা মন্ত্রণালয়, ঢাকা

তারিখ: ২১ এপ্রিল, ২০২৪

মহাপরিচালক

উচ্চ শিক্ষাভবন

নাসিরাবাদ, চট্টগ্রাম

বিষয়: সাময়িক ভিত্তিতে প্রভাষক নিয়োগ।

অত্র মন্ত্রণালয়ের নিয়োগ ১-০৪-২০২০২৪নং স্মারক অনুসারে দেশের সরকারি কলেজসমূহে বিভিন্ন বিষয়ে সাময়িকভাবে প্রভাষক নিয়োগ করার জন্য আপনাকে নির্দেশ দেয়া যাচ্ছে। নিয়োগ সংক্রান্ত নিয়মাবলি সরকারি রীতি অনুযায়ী হবে।

অতএব, আগামী ০৩ জুলাই ২০২৪ এর মধ্যে যাতে নিয়োগ কার্য সম্পন্ন হয় সে অনুযায়ী ব্যবস্থা গ্রহণ করতে হবে।

এ.এইচ.হক

উপসচিব

শিক্ষা মন্ত্রণালয়

স্মারক নং- শিক্ষা ৫৪নি-১/০৪/২০২৪

অনুলিপি-প্রয়োজনীয় পদক্ষেপের জন্য:

১। মহাপরিচালক, উচ্চ শিক্ষা, নাসিরাবাদ

২। সচিব, অর্থ মন্ত্রণালয়।

৩। অফিস ফাইল।

#### বেসরকারি পত্র:

২। সিনিয়র অফিসার হতে জুনিয়র অফিসারের নিকট একটি আধা-সরকারি পত্র লিখ।

পরিচালকের কার্যালয়

কারিগরি শিক্ষা অধিদপ্তর

আগারগাঁও শেরে বাংলানগর, ঢাকা

ডি.ও নং এসিএ-৩-৭৮-৩১

অধ্যক্ষ

খুলনা পলিটেকনিক ইনস্টিটিউট

খুলনা।

সূত্র: মেমো নং এসি এইচ ৫-৭৪৩৯ তাং ০৫-০৪-২০২৪

জনাব,

সূত্রোক্ত পত্র মোতাবেক আপনাকে অনুরোধ করা যাচ্ছে যে, যে সকল কর্মকর্তা ও কর্মচারীদের স্টাফ কোয়ার্টারে বাসস্থানের ব্যবস্থা করা যায়নি তাদের একটি তালিকা আগামী ১৫ এপ্রিল ২০২৪ তারিখের মধ্যে প্রেরণ করতে হবে। কিন্তু তালিকা না পাওয়া গেলে কোন ধরনের ব্যবস্থা গ্রহণ করা সম্ভব নয়। দয়া করে যথাশীঘ্র তালিকা প্রেরণের জন্য আমি আবারও আপনাকে অনুরোধ করছি।

আপনার একান্ত বিশ্বস্ত

পরিচালক।

৩। চাকরির আবেদনপত্র রচনার বিবেচ্য বিষয়সমূহ লেখ।

উত্তর: চাকরির আবেদনপত্রের রচনাকৌশল ও কৃতিত্বের উপর আবেদনকারীর চাকরি নির্ভর করে। তাই আবেদনপত্র অত্যন্ত যত্নসহকারে সুন্দরভাবে তৈরি করতে হয়। নিচে চাকরির আবেদনপত্র রচনার বিবেচ্য বিষয়সমূহ তুলে ধরা হলো:

১। স্পষ্ট ধারণা: আবেদনপত্র রচনার পূর্বে আবেদনকারীকে সংশ্লিষ্ট পদ ও নিয়োগকর্তার শর্তাদি সম্বন্ধে ধারণা গ্রহণ করা আবশ্যিক।

২। সঠিক কাঠামো: আবেদনপত্র রচনাকালে এর নির্দিষ্ট কাঠামো অনুসরণ করতে হবে।

৩। কর্মখালি সংবাদ সূত্র: আবেদনকারীকে আবেদনপত্রে কর্মখালির সংবাদের উৎস উল্লেখ করতে হবে। এ উৎস বিশেষ সূত্র বা সংবাদপত্র হতে পারে।

৪। পদের নাম: যে পদের জন্য আবেদন করা হচ্ছে তার নাম আবেদনপত্রে স্পষ্টভাবে উল্লেখ করতে হবে।

৫। ঠিকানা: আবেদনপত্রে চাকরি প্রার্থীর স্থায়ী ও বর্তমান ঠিকানা উল্লেখ করতে হবে।

৬। জামানত: আবেদনপত্রের সাথে পে-অর্ডার, পোস্টার অর্ডার ইত্যাদি কোন জামানত দিতে হলে তার ক্রমিক নম্বর তারিখসহ আবেদনপত্রে উল্লেখ করতে হবে।

৭। ভাষা: আবেদনপত্রে মিশ্র ভাষা পরিহার করতে হবে, এর ভাষা হতে হবে মার্জিত।

এছাড়াও, শিক্ষাগত যোগ্যতার পূর্ণ বিবরণ, অভিজ্ঞতার বর্ণনা, স্বাক্ষর, ছবি ও অন্যান্য কাগজপত্র সংযুক্তি ইত্যাদি চাকরির আবেদনপত্র রচনার অন্যতম বিবেচ্য বিষয় হিসেবে চিহ্নিত করা হয়।

খ. চাকরির আবেদনপত্র, নিয়োগপত্র, যোগদানপত্র, কর্মখালি বিজ্ঞাপন।

(মূল বই থেকে এগুলো বিষয়ের উপর আরও পড়তে হবে)

#### চাকরির আবেদনপত্র:

১। সহকারী হিসাবরক্ষক পদের জন্য পত্রিকার বিজ্ঞাপনের প্রেক্ষিতে সোনালী ব্যাংকের মহাব্যবস্থাকের বরাবরে একখানা চাকরির আবেদনপত্র লিখ।

অথবা, সংবাদপত্রের বিজ্ঞাপনের আলোকে হিসাব সহকারী পদের জন্য একটি আবেদনপত্র লিখ।

তারিখ: ২১ এপ্রিল, ২০২৪

বরাবর

মহাব্যবস্থাপক

সোনালী ব্যাংক প্রধান কার্যালয়

মতিঝিল বা/এ, ঢাকা।

বিষয়: সহকারী হিসাবরক্ষক পদে নিয়োগের জন্য আবেদন।

জনাব,

বিনীতি নিবেদন এই গত ১৮-০৪-২০২৪ তারিখে “দৈনিক প্রথম আলো” পত্রিকার মাধ্যমে জানতে পারলাম আপনার অধীনে সোনালী ব্যাংকে সহকারী হিসাবরক্ষক পদে কিছুসংখ্যক লোক নিয়োগ করা হবে। আমি উক্ত পদের একজন প্রার্থী হিসেবে নিজে আমার পূর্ণাঙ্গ জীবনবৃত্তান্ত ও যোগ্যতার প্রয়োজনীয় তথ্যবলি পেশ করলাম:

১।	নাম:	মোঃ আশিকুর রহমান
২।	পিতার নাম:	মোঃ আবুল কালাম
৩।	মাতার নাম:	মোছাঃ মরিয়ম বেগম
৪।	স্থায়ী ঠিকানা:	গ্রাম: নূরপুর, পো: আমিন বাজার, উপজেলা: সরিষাবাড়ি, জেলা: জামালপুর।
৫।	বর্তমান ঠিকানা:	গ্রাম: নূরপুর, পো: আমিন বাজার, উপজেলা: সরিষাবাড়ি, জেলা: জামালপুর।
৬।	জন্ম তারিখ:	০৩-০৬-১৯৯৫
৭।	জাতীয়তা	বাংলাদেশী
৮।	ধর্ম	ইসলাম
৯।	বৈবাহিক অবস্থা	অবিবাহিত
১০।	শিক্ষাগত যোগ্যতা:	

পরীক্ষার নাম	বোর্ড/বিশ্ববিদ্যালয়	পাসের সন	বিভাগ/বিষয়	বিভাগ/শ্রেণি
এসএসসি	ঢাকা বোর্ড	২০১০	বাণিজ্য	৫.০০ (৫.০০)
এইচএসসি	ঢাকা বোর্ড	২০১২	বাণিজ্য	৫.০০ (৫.০০)
বি.কম (পাস)	ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়	২০১৫	ব্যবস্থাপনা	৩.৫০ (৪.০০)
এম.কম	ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়	২০১৭	ব্যবস্থাপনা	৩.৩০ (৪.০০)

১১। অভিজ্ঞতা: একটি জাতীয় পর্যায়ে এন.জি.ও-তে ০৫ বছরের হিসাবরক্ষণ কাজের অভিজ্ঞতা।

আমি এ মর্মে প্রতিজ্ঞা করছি যে, উপরিউক্ত তথ্য সম্পূর্ণ সত্য।

আপনার বিশ্বস্ত

মোঃ আশিকুর রহমান

সংযুক্তি:

১। সকল শিক্ষাগত যোগ্যতার সত্যায়িত অনুলিপি।

২। দুই কপি পাসপোর্ট আকারের সত্যায়িত ছবি।

এই সাজেশনটি “HSC BMT/এইচএসসি  
বিএমটি” ইউটিউব চ্যানেল ব্যতীত অন্য কোন  
চ্যানেল বা পেইজ থেকে নিলে আপনি প্রতারিত  
হতে পারেন।

**নিয়োগপত্র:****১। একটি সরকারি নিয়োগপত্র:**

জেলা প্রশাসকের কার্যালয়  
ময়মনসিংহ জেলা।

তারিখ: ২১ এপ্রিল, ২০২৪

সূত্র নং: জে-এ/নিয়োগ-২১/১৬

বাংলাদেশ পাবলিক সার্ভিস কমিশনের সুপারিশ অনুযায়ী জনাব রফিক উদ্দিনকে অস্থায়ী ভিত্তিতে বিভাগীয় প্রকৌশলী ময়মনসিংহ বিভাগে নিযুক্ত করা হলো।  
পুনরাদেশ না দেয়া পর্যন্ত এই আদেশ বলবৎ থাকবে। আগামী ২২ মে/২০২৪ যোগদানের জন্য বলা হলো।

স্বাক্ষর

জেলা প্রশাসক

তারিখ: ২১/০৪/২০২৪

অনুলিপি প্রেরণ:

১। জেলা প্রশাসক, ময়মনসিংহ।

২। মাননীয় মন্ত্রী জনপ্রশাসন।

৩। মহা-পরিচালক, জনস্বাস্থ্য মন্ত্রণালয়।

৪। অফিস কপি।

২। একটি বাণিজ্যিক নিয়োগপত্র

মেসার্স কালাম এন্ড কোং  
হার্ডওয়্যার সামগ্রী বিক্রেতা  
রামবাবু রোড, ময়মনসিংহ-১০০০

তারিখ: ২১ এপ্রিল, ২০২৪

জনাব, জামাল মিয়া

৪৩ মিরপুর-২, ঢাকা-১২১২

জনাব,

অতিশয় আনন্দের সাথে জানাচ্ছি যে আগামী ০৮/০৪/২০২৪ তারিখে আপনার আবেদনের পরিশ্রমিত আপনাকে অস্থায়ী ভাবে হিসাবরক্ষক পদে নিয়োগ করার সিদ্ধান্ত গ্রহণ করেছে। আপনার মাসিক বেতন ২৫,০০০/- টাকা ধার্য করা হয়েছে। পদটি বর্তমানে অস্থায়ী। কোন প্রকার নোটিশ বা কারণ দর্শানো ছাড়াই কোম্পানি আপনাকে বরখাস্ত করার অধিকার রাখে। অন্যান্য শর্তাবলি প্রযোজ্য।

আপনাকে আগামী ৩০ এপ্রিল ২০২৪ তারিখের মধ্যে যোগদানের জন্য অনুরোধ করা হচ্ছে। অন্যথায় নিয়োগপত্র বাতিল বলে গণ্য হবে।

আপনার বিশ্বস্ত

মোঃ কালাম মিয়া।

**যোগদানপত্র:**

১। বিভাগীয় প্রকৌশলী পদে একটি যোগদান পত্র লিখ।

তারিখ: ২১ এপ্রিল, ২০২৪

জেলা প্রশাসক

ময়মনসিংহ জেলা।

বিষয়ঃ বিভাগীয় প্রকৌশলী পদে যোগদান পত্র।

জনাব,

আপনার সদয় অবগতির জন্য জানানো যাচ্ছে যে, সূত্র নং জে-এল-২/নিয়োগ/২৪ তারিখ ০৮/০৪/২০২৪ মোতাবেক আপনার কার্যালয় হতে নিয়োগপত্র হাতে পেয়ে আমি অদ্য সকাল ১০.০০ ঘটিকার সময় বিভাগীয় প্রকৌশলী পদে অত্র কার্যালয়ে যোগদান করলাম।

অতএব, জনাবের নিকট আবেদন এই যে, আমার যোগদান পত্রটি গ্রহণ করতে আপনার মর্জি হয়।

আপনার বিশ্বস্ত

আবুল বাশার

বিভাগীয় প্রকৌশলী (রাজশাহী বিভাগ)

**কর্মখালি বিজ্ঞাপন:**

১। শূণ্যপদে লোক নিয়োগের জন্য একটি কর্মখালি বা নিয়োগ বিজ্ঞপ্তি প্রকাশ কর।

নিয়োগ বা কর্মখালি বিজ্ঞপ্তি

ব্যবস্থাপনা পরিচালকের কার্যালয়

প্রাইম প্রকাশনী লিঃ

৩৮ বাংলাবাজার ঢাকা-১০০০

মহাপরিচালক, প্রাইম পাবলিকেশন্স লিমিটেড অফিসে নিম্নবর্ণিত শূণ্য পদে নিয়োগের নিমিত্তে প্রকৃত বাংলাদেশী নাগরিকদের নিকট হতে দরখাস্ত আহবান করা যাচ্ছে।

ক্রঃনং	পদের নাম	পদ সংখ্যা	বয়স	বেতন স্কেল	শিক্ষাগত যোগ্যতা ও অভিজ্ঞতা
০১।	অফিস সহকারী	০১ (এক) জন	অনূর্দ্ধ ৪০ বছর	আলোচনা সাপেক্ষ	যে কোন প্রতিষ্ঠানে অফিসিয়াল কাজে ০২(দুই) বছরের বাস্তব অভিজ্ঞতা সম্পন্ন। ২য় বিভাগে বাণিজ্য বিভাগে এইচএসসি পাশ।

প্রয়োজনীয় শর্তাবলিঃ

১। আগ্রহী প্রার্থীদের আবেদনপত্রের সাথে পূর্ণ জীবনবৃত্তান্ত, শিক্ষাগত যোগ্যতার সনদপত্রের সত্যায়িত কপি, পূর্ব অভিজ্ঞতার সনদপত্র ও সদ্য তোলা পাসপোর্ট সাইজের ০২(দুই)কপি ছবি সংযোজ্ঞ করতে হবে।

২। আবেদনকারীকে আগামী ২১/০৪/২০২৪ তারিখের মধ্যে অফিস চলাকালীন সময়ে ডাকযোগে আবেদন পত্র পৌঁছাতে হবে। অসম্পূর্ণ ও বিলম্বে প্রাপ্ত আবেদনপত্র বাতিল বলে গণ্য হবে।

আব্দুল্লাহ লিয়ায়ত আলী

ব্যবস্থাপনা পরিচালক ও

নিয়োগ কমিটির প্রধান

প্রাইম পাবলিকেশন্স লিমিটেড

**প্রচারপত্র:** এখানে একটি প্রচার পত্র তুলে ধরা হলো। পরীক্ষায় কমন পেতে অবশ্যই মূলবই থেকে আরও প্রচারপত্র পড়তে হবে।

১। একটি ব্যবসায়ী প্রতিষ্ঠানের নতুন শাখা উদ্বোধন উপলক্ষে একটি প্রচারপত্র রচনা কর।

নতুন শাখা উদ্বোধন উপলক্ষে প্রচারপত্র

শুভ উদ্বোধন!

শুভ উদ্বোধন!!

শুভ উদ্বোধন!!!

সুধী,

আমরা অত্যন্ত আনন্দের সাথে জানাচ্ছি যে, আমরা শীঘ্রই ময়মনসিংহ জেলার অলকা নদী বাংলা শপিং সেন্টারে নতুন শাখা উদ্বোধন করতে যাচ্ছি। আমাদের অন্যান্য শাখার মতো এই শাখাতেই পাবেন দেশি-বিদেশি নানা ধরনের প্রসাধনী সামগ্রী, শিশু খাদ্য ও নিত্যনতুন পণ্যের বিপুল সমাহার। আগামী ১৭ আগস্ট ২০২৪ ইং তারিখ বিকাল ০৩.০০ ঘটিকায় আমাদের নতুন শাখার উদ্বোধন অনুষ্ঠান শুরু হবে।

ধন্যবাদান্তে-

ব্যবস্থাপনা পরিচালক

জুই প্রসাধনী সামগ্রী

মতিঝিল বাণিজ্যিক এলাকা, ঢাকা-১২১২।

২। প্রচারপত্র কাকে বলে? প্রচারপত্রের গুরুত্ব বা প্রয়োজনীয়তা আলোচনা কর।

প্রচারপত্র: প্রচারপত্র প্রচার মাধ্যমসমূহের একটি কার্যকর ও জনপ্রিয় মাধ্যম। বর্তমানে প্রতিযোগিতাপূর্ণ কারবারি জগতে যে পত্রের মাধ্যমে কোন সংবাদ অতিসহজে জনগণের উদ্দেশ্যে লিখিতভাবে প্রেরণ করা হয় তাকে প্রচারপত্র বলে। সাধারণত নতুন পণ্য উৎপাদন, কারিবারি প্রতিষ্ঠানের নতুন শাখার উদ্বোধন, দোকান হস্তান্তর, পণ্য মূল্য বৃদ্ধি ইত্যাদি বিষয়ে জনগণকে অবহিত করার জন্য প্রচারপত্র রচনা করা হয়।

নিচে প্রচারপত্রের গুরুত্ব বা প্রয়োজনীয়তা আলোচনা করা হলো:

১। সুনাম বৃদ্ধিঃ প্রচারপত্রের মাধ্যমে জনগণ কারবারি প্রতিষ্ঠান সম্পর্কে বিস্তারিত তথ্য অবগত হতে পারে। এর ফলে কারবারির সুনাম বৃদ্ধি পায়।

২। মিতব্যয়িতাঃ প্রচারপত্রের সাহায্যে একসঙ্গে বহু সংখ্যক লোকের নিকট তথ্য প্রেরণ করা যায় বলে প্রতিষ্ঠান আর্থিক দিক দিয়ে লাভবান হয়।

৩। সহজ মাধ্যমঃ প্রচারপত্রের মাধ্যমে অতিসহজে জনগণের নিকট প্রতিষ্ঠানের সকল খবরাখবর সহজে পৌঁছানো যায়।

৪। পরিচিতিঃ নবাগত কারবারি প্রতিষ্ঠানের পণ্য বা সেবা প্রচারপত্রের মাধ্যমে দ্রুত পরিচিতি লাভ করে। অন্য কোন ব্যবস্থা অবলম্বনে এত দ্রুত বাজারে পরিচিতি হওয়া সম্ভব নয়।

৫। পণ্যের উৎস সম্পর্কে ধারণা লাভঃ প্রচারপত্রের মাধ্যমে কোন পণ্যের গ্রাহকগণ উক্ত পণ্যের উৎস সম্পর্কে ধারণা লাভ করতে পারে। ফলে প্রয়োজনমতো তারা উক্ত পণ্যের উৎস সম্পর্কে ধারণা লাভ করা যায়।

৬। উভয়পক্ষের উপকারঃ প্রচারপত্রের দ্বারা শুধুমাত্র কারবারিগণই উপকৃত হয় না, ভোক্তাগণও উপকৃত হয়ে থাকে। কারণ এটা বিক্রেতা ও ক্রেতার মধ্যে প্রত্যক্ষ যোগাযোগ স্থাপনে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে।

উপরোক্তভাবে প্রচারপত্রের গুরুত্ব বা প্রয়োজনীয়তা আলোচনা করা যায়।

অভিযোগ ও ক্ষতিপূরণ দাবিপত্র

(পরীক্ষায় কমন পেতে অবশ্যই মূলবই থেকে আরও পড়তে হবে।)

**অভিযোগপত্র**

১। মালামাল নষ্ট হয়ে যাওয়ার কারণে ক্ষতিপূরণ চেয়ে একটি অভিযোগপত্র লিখ।

সেভেন স্টার ট্রেডার্স

দৌলতগঞ্জ, লাকসাম, কুমিল্লা

তারিখঃ ২১ এপ্রিল, ২০২৪

ট্রাফিক ম্যানেজার

বাংলাদেশ রেলওয়ে

চট্টগ্রাম জোন, চট্টগ্রাম।

বিষয়ঃ পরিবহনকালে ক্ষতিগ্রস্ত পণ্যের ক্ষতিপূরণ দাবি।

জনাব

আমরা গত ১৮ এপ্রিল চট্টগ্রামের মেসার্স সাথী স্টোরস কর্তৃক প্রেরিত ১৭৫০ পিস চীনামাটির প্লেটের একটি চালান লাকসাম রেলওয়ে স্টেশন হতে গ্রহণ করতে গিয়ে দেখি যে, ৯০টি প্লেট ভাঙ্গা। আমরা তাৎক্ষণিকভাবে বিষয়টি স্টেশন মাস্টারকে বা স্থানীয় ম্যানেজারকে অবহিত করি। তিনি নিজে বিষয়টি তদন্ত করে এবং এর সত্যতা প্রমাণস্বরূপ আমাদেরকে একটি লিখিত নোট দিয়েছেন। এ ব্যাপারে আমাদের অভিযোগের প্রেক্ষিতে মেসার্স সাথী স্টোরস কর্তৃক জানানো হয়েছে যে, তারা সাবধানতার সাথে এবং সুন্দর প্যাকেট করে মালগুলো আপনাদের নিকট সরবরাহ করেছিল। আপনাদের স্থানীয় কর্তৃপক্ষ এগুলো গ্রহণ করার সময়ও ক্রটি দেখতে পাননি। তাছাড়া মোড়কের গায়ে “চীনামাটির প্লেট, সাবধানে নাড়াচাড়া করবেন” এ মর্মে লেবেল লাগানো ছিল। আমাদের বিশ্বাস পরিবহনকালে অসাবধানতাবশত নাড়াচাড়া করার কারণে প্লেটগুলো ভেঙেছে। অতএব, এর জন্য আপনারাই সম্পূর্ণ দায়ী। আমাদের ক্ষতিগ্রস্ত ৯০টি প্লেটের ক্রয়মূল্য ছিল (৯০×৩৫) = ৩,১৫০/- টাকা। আশা করি, আমাদের ক্ষতিপূরণের টাকা যথাশীঘ্র সম্ভব পরিশোধের ব্যবস্থা করবেন। এতদসঙ্গে রেলওয়ে রশিদ, মালের চালান ও স্টেশন মাস্টারের দেয়া নোট পাঠানো হল।

ধন্যবাদান্তে-

আপনার বিশ্বস্ত,

আবুল কালাম।

২। অভিযোগপত্র কাকে বলে? এর কারণসমূহ লিখ।

উত্তরঃ সাধারণত ক্রেতা কর্তৃক বিক্রেতার নিকট পণ্য সম্পর্কে কোন প্রতিকার চেয়ে যে পত্র লেখা হয় তাই অভিযোগ পত্র। আধুনিক ব্যবসায়-বাণিজ্যের ক্ষেত্র সম্প্রসারিত হওয়ার সাথে সাথে এর জটিলতাও বহুগুণে বৃদ্ধি পেয়েছে। ফলে ব্যবসায়িক লেনদেন চলাকালে বা পণ্য সরবরাহকালে ভুলক্রটি হওয়া বিচিত্র নয়। এরূপ অবস্থায় পণ্য ক্রেতা অর্থাৎ ক্ষতিগ্রস্ত পক্ষ কর্তৃক বিক্রেতা বা সরবরাহকারীর বরাবরে রচিত পত্রকে অভিযোগ পত্র বলে।

অভিযোগের কারণসমূহঃ পণ্য ক্রেতা ফরমায়েশ মোতাবেক মাল না পেলে যে সকল কারণে অভিযোগ উত্থাপন করে নিচে সেগুলো সংক্ষেপে আলোচনা করা হলো:-

- ১। ওজনে বা পরিমাণে কম হলেঃ ফরমায়েশ অনুযায়ী যদি পণ্য বিক্রেতা বা সরবরাহকারী ভুলবশত পণ্য ওজনে বা পরিমাণে কম সরবরাহ করে তাহলে পণ্য ক্রেতা অভিযোগ পত্র লিখে।
- ২। নমুনামাফিক না হলেঃ পণ্য তালিকা প্রদান করার সময় ক্রেতাকে যে পণ্য নমুনা দেখানো হয়েছে সেই মোতাবেক মাল সরবরাহ না করা হলে।
- ৩। বিলম্ব হলেঃ সরবরাহকারী ফরমায়েশ অনুযায়ী সময়মতো মাল না পাঠালে ক্রেতা অভিযোগ পত্র লিখতে পারে।
- ৪। পণ্য ক্ষতিগ্রস্ত বা নষ্ট হলেঃ সরবরাহকৃত মাল পরিবহনকালে বা যে কোন কারণে যদি ক্ষতিগ্রস্ত হয় বা নষ্ট হয় তাহলে ক্রেতা অভিযোগপত্র লিখতে পারে।

#### দরপত্র বা টেন্ডার বিজ্ঞপ্তি

- ১। টেন্ডার বা দরপত্র কাকে বলে? দরপত্র ও কোটেশনের মধ্যে পার্থক্য দেখাও।

উত্তরঃ টেন্ডার বা দরপত্রঃ কোন প্রতিষ্ঠান পণ্যদ্রব্য সরবরাহ বা বিশেষ কোন কার্যসম্পাদনের জন্য প্রস্তাব আহবান করে সংবাদপত্রে যে বিজ্ঞাপন জারি করে তাকে টেন্ডার বা দরপত্র বিজ্ঞপ্তি বলে। সাধারণত নির্দিষ্ট অংকের জামানতসহ সীলমোহরকৃত খামে প্রকৃত ব্যবসায়ী বা সরবরাহকারীদের নিকট হতে এই টেন্ডার বা দরপত্র আহবান করা হয়। কোন কোন প্রতিষ্ঠান বিস্তারিত শর্ত সম্বলিত টেন্ডার সিডিউল বিক্রি বা বিলি করে থাকে। কমমূল্যে পণ্য সরবরাহ কিংবা অপেক্ষাকৃত স্বল্পতম ব্যয়ে কার্য সম্পাদনের উদ্দেশ্যেই মূলত টেন্ডার বা দরপত্র আহবান করা হয়ে থাকে।

নিচে দরপত্র ও কোটেশনের মধ্যে পার্থক্য আলোচনা করা হলোঃ

পার্থক্যের বিষয়	দরপত্র	কোটেশন
১। সংজ্ঞা	টেন্ডার বা দরপত্র হলো এক প্রকার বিজ্ঞপ্তি যার মাধ্যমে কোন নির্দিষ্ট পণ্য সরবরাহ বা কার্যসম্পাদনের জন্য দরখাস্ত আহবান হয়।	কোটেশন হলো ব্যবসায়ী কর্তৃক সম্ভাব্য ক্রেতাকে প্রদানকৃত তালিকা যাতে বিক্রয়যোগ্য দ্রব্যসমূহের দাম, বিক্রয়ের শর্তাবলি বিস্তারিত লিপিবদ্ধ থাকে।
২। পরিমাণ	দরপত্রে পণ্যের পরিমাণ বা কাজের পরিমাণ উল্লেখ থাকে।	দ্রব্য বিক্রয়ের মূল্য তালিকা বা ক্যাটালগ বিক্রয়যোগ্য দ্রব্যের বর্ণনা স্পষ্টভাবে বিস্তারিত উল্লেখ করতে হয়।
৩। প্রকৃত	প্রকৃত সরবরাহকারী বা কন্ট্রাক্টর এর কাছ থেকে দরপত্র আহবান করা হয়।	প্রকৃত উৎপাদনকারী বা ব্যবসায়ীর নিকট হতে আহবান করতে হয়।
৪। সিডিউল	দরপত্রের শর্তাবলি সিডিউলের সাথে সরবরাহ করা হয়।	কোটেশনের জন্য আলাদা কোন সিডিউলের প্রয়োজন হয় না।
৫। বাতিল	কর্তৃপক্ষ দরপত্র বাতিলের ক্ষমতা রাখে।	কোটেশনের যে কোন পণ্য মূল্য বা শর্তাবলি কোটেশন সরবরাহকারী ইচ্ছে করলেই বাতিল করতে পারে না।

টেন্ডার বা দরপত্রঃ (মূল বই থেকে আরও কিছু টেন্ডার বা দরপত্র পড়ে নিতে হবে)

- ১। বিএম কলেজের ভবন নির্মাণের জন্য প্রকৃত ঠিকাদারে হতে একটি টেন্ডার বা দরপত্র আহবান কর।

অধ্যক্ষের কার্যালয়

ময়মনসিংহ বিএম কলেজ

ময়মনসিংহ

“দরপত্র বিজ্ঞপ্তি”

ময়মনসিংহ বিএম কলেজের ভবন নির্মাণের জন্য প্রকৃত ও প্রথম শ্রেণির ঠিকাদারদের নিকট থেকে নিম্নবর্ণিত শর্তসাপেক্ষে দরপত্র আহবান করা যাচ্ছে।

শর্তাবলিঃ

- ১। দরপত্র সিডিউল অধ্যক্ষের কার্যালয় থেকে ১,০০০/- (একহাজার) টাকার (অফেরযোগ্য) বিনিময়ে সংগ্রহ করতে হবে।
- ২। আগামী ২১/০৪/২০২৪ তারিখ পর্যন্ত অফিস চলাকালীন সময়ের মধ্যে নগদ মূল্যে ক্রয় করা যাবে।
- ৩। দরপত্র আগামী ০১/০৫/২০২৪ তারিখে বেলা ১২.০০ ঘটিকা পর্যন্ত উল্লিখিত দপ্তরে রক্ষিত বাস্তবে গ্রহণ করা হবে এবং ঐ দিন বেলা ০১.০০ ঘটিকার সময় দরদাতাদের সম্মুখে খোলা হবে।
- ৪। দরপত্রের সাথে প্রাক্কলিত মূল্যের ২.৫% হারে ফেরতযোগ্য হিসেবে যে কোন সরকারি তফসিলি ব্যাংক থেকে ডিডি/পে-অর্ডার নিম্ন স্বাক্ষরকারী বরাবরে দাখিল করতে হবে।
- ৫। কর্তৃপক্ষ যে কোন দরপত্র গ্রহণ বা বাতিলের ক্ষমতা সংরক্ষণ করেন।

মোঃ আবু সাইদ

অধ্যক্ষ

ময়মনসিংহ বিএম কলেজ।

#### বিজ্ঞাপন

- ১। একটি দৈনিক পত্রিকায় ‘কেয়া সোপ’ রয়েল কোং লিঃ এর পক্ষে একটি বিজ্ঞাপন প্রকাশের জন্য আবেদন।

বিজ্ঞাপন

বের হয়েছে!

বের হয়েছে!

বের হয়েছে!

কেয়া সোপ

এই সাবান ব্যবহারে মুখমন্ডল সুন্দর হবে, শরীরের ত্বক কোমল ও মসৃণ হবে  
রয়েল কোং লিঃ

বরাবর

সম্পাদক

দৈনিক নয়াদিগন্ত

৩৯, মতিঝিল বা/এ

ঢাকা-১০০০

জনাব,

যথাযথ সম্মানের সাথে জানানো যাচ্ছে যে, আপনার বহুল প্রকাশিত “দৈনিক নয়াদিগন্ত” পত্রিকায় উপরিউক্ত বিজ্ঞাপনটি নিয়মিত দুই দিন প্রচার করতে অনুরোধ করছি। প্রয়োজনীয় রুকস সাথে প্রেরণ করা হল। দয়া করে বিলের ডুপ্লিকেট কপি এবং তা পরিশোধের যাবতীয় নির্দেশনা পাঠিয়ে দিবেন।

ধন্যবাদান্তে-

ব্যবস্থাপক

রয়েল কোং লিঃ।



### সংক্ষিপ্ত নোট:

- ১। সরকারি পত্র: সরকারি অফিস হতে অন্য যে কোন সরকারি অফিস বরাবর যে পত্র প্রেরিত হয় তাকে সরকারি পত্র বলে। এ পত্রে অফিসের নিয়মনীতি, আইনকানুন, আদব-কায়দা ইত্যাদি কঠোরভাবে অনুসরণ করা হয়। এ পত্রে সাধারণত সংশ্লিষ্ট অফিসের নাম অর্থাৎ যে অফিস হতে পত্র প্রেরিত হয় তার নাম এবং যে কর্মকর্তার দ্বারা পত্র প্রেরিত হয় সেই কর্মকর্তার পদমর্যাদা উল্লেখ করা হয়। কোন সম্বোধন বা সমাপ্তি লেখা হয় না।
- ২। প্রচারপত্র: প্রচারপত্র প্রচার মাধ্যমসমূহের একটি কার্যকর ও জনপ্রিয় মাধ্যম। এটি একটি সম্ভা প্রচার মাধ্যমও বটে। সাধারণত প্রচারকার্যে ব্যবহৃত পত্রকে প্রচারপত্র বলে। বর্তমান প্রতিযোগিতাপূর্ণ কারবারি জগতে যে পত্রের মাধ্যমে কোন সংবাদ অতিসহজে জনগনের উদ্দেশ্যে লিখিতভাবে প্রেরণ করা হয় তাকে প্রচারপত্র বলা হয়। একে বিজ্ঞপ্তি বা ঘোষণাপত্র নামেও অভিহিত করা হয়। সাধারণত নতুন পণ্য উৎপাদন, কারিবারি প্রতিষ্ঠানের নতুন শাখার উদ্বোধন, দোকান স্থানান্তর, পণ্যমূল্য বৃদ্ধি ইত্যাদি বিষয়ে জনগণকে জানাবার জন্য প্রচারপত্র রচনা করা হয়।
- ৩। আধা-সরকারি পত্র: প্রাতিষ্ঠানিক পত্রে অফিসিয়াল বিষয়াদি পাশাপাশি ব্যক্তিগত খবরাদি থাকলে তাকে আধা-সরকারি পত্র বলা হয়। কাজেই আধা-সরকারি পত্রে মূলত অফিসিয়াল এবং ব্যক্তিগত পত্রের সংমিশ্রণ ঘটে থাকে। এ জাতীয় পত্র রচনাকালে অফিসিয়াল নিয়ম পদ্ধতি যথাযথভাবে পালন করা হয় না। যদিও প্রতিষ্ঠানিক বিষয়াদি নিয়ে এ পত্র রচিত হয়ে থাকে।
- ৪। বিজ্ঞাপন: বিজ্ঞাপন এক প্রকার বিক্রয় পত্র, যা দ্বারা পণ্যের বিক্রয় বৃদ্ধির জন্য সাধারণের মাঝে প্রচার করা হয়। বিজ্ঞাপন শুধু বর্তমান বিক্রয় বৃদ্ধির জন্য নয়, ভবিষ্যতে পণ্যের বিক্রয় বৃদ্ধির জন্য প্রচার করা হয়ে থাকে। অর্থাৎ বিজ্ঞাপন হলো পণ্যের প্রচার, এজেন্ট নিয়োগ, দরপত্র আহ্বান, মূল্য তালিকা ঘোষণা ইত্যাদি। বিজ্ঞাপনকে সাধারণত পত্রের মত শুধুমাত্র পত্র হিসেবে গণ্য করা হয় না এটি এক প্রকার লিখিত ঘোষণা। বিজ্ঞাপনের আওতা অত্যন্ত ব্যাপক।
- ৫। মূল্য তালিকা/কোটেশন: মূল্য তালিকা বা কোটেশন হলো ব্যবসায়ী কর্তৃক সম্ভাব্য ক্রেতাকে প্রদানকৃত মূল্য তালিকা যাতে বিক্রয়যোগ্য দ্রব্যসমূহের দাম, বিক্রয়ের যাবতীয় শর্তাবলি বিস্তারিতভাবে লিপিবদ্ধ করা হয়ে থাকে। ক্রেতার চাহিদা অনুসারে প্রয়োজনীয় তথ্য সরবরাহ করে যে ক্যাটালগ বিক্রেতা ক্রেতার নিকট পাঠিয়ে থাকে তাকে কোটেশন বা মূল্য তালিকা বলে।
- ৬। ক্রোড়পত্র বা সংযুক্তি: পত্রের সাথে কোন প্রয়োজনীয় কাগজপত্র, দলিল দস্তাবেজ, ছবি ইত্যাদি গৈথে দেয়ার রেওয়াজকে সংযুক্তি বা ক্রোড়পত্র বলে। অর্থাৎ সংযুক্তির লিখিত অংশে পত্রের সাথে সংযুক্তি কাগজপত্রাদির নাম উল্লেখ করা থাকলে এবং পরে সেগুলো হারিয়ে গেলে প্রাপককে সে জন্য দায়ী করা যায়।
- ৭। ইনডেন্ট: ইনডেন্ট হলো একটি কমিশন এজেন্ট যিনি আমদানিকারকের পক্ষে কিছু শর্তসাপেক্ষে রপ্তানিকারকের নিকট থেকে পণ্যদ্রব্য ক্রয় করে এবং তা আমদানিকারকের নিকট প্রেরণের জন্য জাহাজিকরণের ব্যবস্থা করে। অর্থাৎ আমদানিকারকের ফরমায়েশ অনুযায়ী রপ্তানিকারকের নিকট হতে পণ্যদ্রব্য ক্রয় করে শিপমেন্ট করার যাবতীয় কাজ যিনি কমিশন গ্রহণ সাপেক্ষে সমাধা করেন তাকে ইনডেন্ট বলে।
- ৮। ফরমায়েশপত্র: সাধারণত কোন পণ্যদ্রব্য ক্রয় করার উদ্দেশ্যে ক্রেতা, বিক্রেতার যে পত্রের মাধ্যমে পণ্য সরবরাহের নির্দেশ বা অনুরোধ জানায় তাকে ফরমায়েশ পত্র বলে। এই পত্রের মাধ্যমে ক্রেতা, বিক্রেতাকে বা সরবরাহকারীকে নির্ধারিত মূল্যে তার প্রয়োজনীয় পণ্য সরবরাহের জন্য ফরমায়েশ প্রদান করে। অর্থাৎ বলা যায়, যে পত্রের মাধ্যমে ক্রেতা নির্দিষ্ট পরিমাণ পণ্য তার নিকট প্রেরণের জন্য বিক্রেতা বা সরবরাহকারীর নিকট আদেশ বা অনুরোধ জ্ঞাপন করা হয় তাকে ফরমায়েশ পত্র বলা হয়।
- ৯। টেন্ডার বা দরপত্র: কোন প্রতিষ্ঠান পণ্যদ্রব্য সরবরাহ বা বিশেষ কোন কার্যসম্পাদনের জন্য প্রস্তাব আহ্বান করে সংবাদপত্রে যে বিজ্ঞাপন জারি করে তাকে টেন্ডার বা দরপত্র বিজ্ঞপ্তি বলে। সাধারণত নির্দিষ্ট অংকের জামানতসহ সীলমোহরকৃত খামে প্রকৃত ব্যবসায়ী বা সরবরাহকারীদের নিকট হতে এই টেন্ডার বা দরপত্র আহ্বান করা হয়। কোন কোন প্রতিষ্ঠান বিস্তারিত শর্ত সম্বলিত টেন্ডার সিডিউল বিক্রি বা বিলি করে থাকে। কমমূল্যে পণ্য সরবরাহ কিংবা অপেক্ষাকৃত স্বল্পতম ব্যয়ে কার্য সম্পাদনের উদ্দেশ্যেই মূলত টেন্ডার বা দরপত্র আহ্বান করা হয়ে থাকে।
- ১০। অভিযোগপত্র: সাধারণত ক্রেতা কর্তৃক বিক্রেতার নিকট পণ্য সম্পর্কে কোন প্রতিকার চেয়ে যে পত্র লেখা হয় তাই অভিযোগ পত্র। আধুনিক ব্যবসায়-বাণিজ্যের ক্ষেত্রে সম্প্রসারিত হওয়ার সাথে সাথে এর জটিলতাও বহুগুণে বৃদ্ধি পেয়েছে। ফলে ব্যবসায়িক লেনদেন চলাকালে বা পণ্য সরবরাহকালে ভুলত্রুটি হওয়া বিচিত্র নয়। এরূপ অবস্থায় পণ্য ক্রেতা অর্থাৎ ক্ষতিগ্রস্ত পক্ষ কর্তৃক বিক্রেতা বা সরবরাহকারীর বরাবরে রচিত পত্রকে অভিযোগ পত্র বলে।
- ১১। যোগদান পত্র: নিয়োগপ্রাপ্ত ব্যক্তি নিয়োগপত্র পাওয়ার পর এতে উল্লিখিত শর্তাবলি তার নিকট গ্রহণযোগ্য হলে নিয়োগের সকল শর্ত মেনে নিয়ে তাকে চাকুরিতে যোগদান করতে হয়। যে পত্রের মাধ্যমে নিয়োগপ্রাপ্ত ব্যক্তি চাকুরিতে যোগদান করে এবং যোগদানের খবর নিয়োগ কর্তাকে অবহিতক করে তাকেই চাকুরির যোগদান পত্র বলে। এতে নিয়োগ পত্রের সূত্র, নম্বর ও তারিখ, যে পদে যোগদান করছে তার নাম, যোগদানের তারিখ, সময়, স্থান ইত্যাদি তথ্য বিষয় লিপিবদ্ধ করতে হয়।
- ১৩। পুনশ্চ: সাধারণত যেকোন পত্র লেখা শেষ করার পর কোন প্রয়োজনীয় বা গুরুত্বপূর্ণ কথা বাদ পড়ে গেলে সেই প্রয়োজনীয় বা গুরুত্বপূর্ণ বক্তব্য লেখক বা প্রেরকের স্বাক্ষর, নাম ও পদবির নিচে পুনরায় লেখাকে পুনশ্চ বলে।
- ১৪। সুনাম: সুনাম হলো এক ধরনের অস্পর্শনীয় সম্পদ যা দেখা যায় না শুধু ভাবে বুঝা যায়। ব্যবসায়িক ক্ষেত্রে সুনামের মূল্য অনেক। যা দ্বারা একজন ব্যবসায়ীর ব্যবসায়িক মানমর্যাদা বৃদ্ধি পায়। যার মাধ্যমে ব্যবসায়ী ও সাধারণ জনগনের মধ্যে একটি ভালো সম্পর্ক স্থাপিত হয়। কোন ব্যবসায়ী বা ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের জন্য সুনাম অমূল্য সম্পদ। ব্যবসায়ে একবার সুনাম অর্জন করতে পারলে এটা দিন দিন ব্যবসায়ের প্রসার বৃদ্ধি করে।
- ১৫। শ্রবণ কৌশল: মৌখিক ও লিখিত যোগাযোগের সংমিশ্রণে এ যোগাযোগ সাধিত হয়। যোগাযোগের এ পদ্ধতিতে একই সময়ে বার্তার বিষয়বস্তু লিখিত ভাষা ও মৌখিক শব্দের মাধ্যমে প্রকাশ করা হয়। এতে বার্তাপ্রাপক একই সাথে লিখিত ভাষা ও মৌখিক শব্দ শুনে বার্তার বিষয়বস্তু সহজেই অনুধাবন করতে পারে। এটি যোগাযোগের একটি আধুনিক পদ্ধতি। যোগাযোগের এ পদ্ধতি তুলনামূলক অন্যান্য পদ্ধতি অপেক্ষা অধিক কার্যকর ও ফলপ্রসূ। তবে এ পদ্ধতি ব্যয়বহুল।
- ১৬। চালান: ইনভয়েসের বাংলা অভিধানিক অর্থ হলো চালান। চালান হলো বিক্রেতা কর্তৃক তৈরিকৃত এক ধরনের দলিল, যা পণ্য সরবরাহের সাথে ক্রেতার নিকট প্রেরণ করা হয়। চালান পত্রে সরবরাহকৃত পণ্যের ধরন, পরিমাণ, গুণাগুণ, মূল্য পরিশোধের উপায়, পরিবহন পদ্ধতি ইত্যাদি উল্লেখ থাকে। পণ্য সরবরাহের পরই বিক্রেতা ক্রেতার নিকট চালান পাঠিয়ে থাকে।
- ১৭। এলসি/প্রত্যয়ন পত্র: এটি আমদানিকারকের পক্ষ হতে ব্যাংক কর্তৃক রপ্তানিকারকের অনুকূলে সম্পাদিত এক প্রকার দলিল। প্রত্যয় পত্রের মারফত ব্যাংক এ মর্মে প্রতিশ্রুতি প্রদান করে যে, যদি আমদানিকারক রপ্তানিকারকের প্রদত্ত বিলের অর্থ পরিশোধ না করে তবে এর জন্য ব্যাংক দায়ী থাকবে।
- ১৮। বিজ্ঞাপন: বিজ্ঞাপন আধুনিক কালের একটি বহুল ব্যবহৃত বিপণন কৌশল যার মূল উদ্দেশ্য হলো পণ্যের ও কৃত্বের গুণাবলী ও বৈশিষ্ট্যাদি সম্পর্কে প্রধানত সংবাদপত্র ও টেলিভিশনের মাধ্যমে ভোক্তাদের অবহিত করা। দেয়াললিখন, হ্যাণ্ডবিল ও পোস্টারের মাধ্যমে কয়েক শত বৎসর যাবত বিজ্ঞাপন করা হচ্ছে।

১৯। সাক্ষাতকারপত্র: যে কোন প্রতিষ্ঠান জনবল নিয়োগ করার জন্য পত্রিকায় কর্মখালি বিজ্ঞপ্তি প্রকাশের পর প্রতিষ্ঠানের কর্তৃপক্ষ চূড়ান্ত নিয়োগ দেয়ার আগে তার মেধা যাচাই করার জন্য একটি নির্বাচনী পরীক্ষার অথবা চাকরির শর্তাবলি সম্বন্ধে আলাপ-আলোচনা করার জন্য আবেদনকারীকে দেখা করতে বলে যে পত্র লিখে তাকে সাক্ষাতকার পত্র বলে।

২০। জীবন বৃত্তান্ত: জীবন বৃত্তান্ত বলতে একজন ব্যক্তির ব্যক্তিগত যাবতীয় তথ্য সংবলিত তালিকা যা চাকরি প্রার্থীকে চাকরির সাক্ষাতপত্র পেতে সহায়তা করে। জীবন বৃত্তান্তে সাধারণ একজন প্রার্থীর ব্যক্তিগত বিষয় যেমন: পরিচয়, ঠিকানা, শিক্ষাগত যোগ্যতা, অভিজ্ঞতা, ব্যক্তিগত তথ্য, ফোন নম্বর, সূত্র ইত্যাদি উল্লেখ থাকে।

২১। চরমপত্র: সাধারণত তাগদা বা পাওনা আদায় পত্রকে তিনটি স্তরে ভাগ করা হয়। যথা-স্মরণিকা পত্র, স্মারক ও আবেদনপত্র এবং চরমপত্র। স্মরণিকা পত্র ও স্মারক ও আবেদনপত্রের মাধ্যমেও যদি ক্রেতা বা দেনাদার টাকা পরিশোধ না করে বা পত্রের উত্তর না দেয় তখন ক্রেতার উদ্দেশ্যে তৃতীয় যে পত্র লেখা হয় তাকে চরমপত্র বলে। এই পত্র শেষবারের মত বকেয়া পরিশোধের জন্য নির্দিষ্ট তারিখ দেওয়া হয়। উক্ত তারিখের মধ্যে বকেয়া না পরিশোধ করলে কোর্টের আশ্রয় নেয় হবে বলে হুমকি প্রদান করা হয়। তাই একে চরমপত্র বলে।

২২। দৃষ্টি আকর্ষণ লাইন: সাধারণত কোন পত্র একটি প্রতিষ্ঠানের সর্বোচ্চ পর্যায়ের ব্যক্তির বরাবরে লেখা হয় কিন্তু কার্যকারিতা থাকে তার অধীনস্থ কারও হাতে, তখন সেই পত্রে সৃষ্টি আকর্ষণ লিখতে হয়। এটা সাধারণত আভ্যন্তরীণ ঠিকানার দুই স্পেস নিচে থাকে। এটা কোনো প্রতিষ্ঠানের কোনো সঠিক ব্যক্তির শিরোনামে লেখা হয় যা ঐ বিভাগ পত্রটি গ্রহণ করে।

২৩। ফলাবর্তন: সাধারণত যোগাযোগের কার্যকারিতা অনুধাবনের জন্য ফলাবর্তন আবশ্যিক। ফলাবর্তনের সাহায্যে বার্তাগ্রাহকের প্রতিক্রিয়া জেনে নিয়ে প্রয়োজনীয় পদক্ষেপ গ্রহণ করে যোগাযোগের সফলতা অর্জন করা সম্ভব। অর্থাৎ, ফলাবর্তন বলতে বার্তাগ্রাহকের নিকট হতে প্রেরিত সংবাদ বা তথ্য বার্তাপ্রাপকের প্রতিউত্তরসহ পুনরায় বার্তাপ্রেরকের নিকট ফিরে আসাকে বুঝায়। এটি মূলত দ্বিমুখী যোগাযোগ প্রক্রিয়ার একটি কৌশল। এর মাধ্যমে বার্তাপ্রাপক তার মনের প্রতিক্রিয়া অবহিত করে থাকে।

২৪। তথ্যানুসন্ধানপত্র: সাধারণত বিক্রেতা বা চাকুরিদাতা ক্রেতা বা আবেদনকারীর সম্পর্কে বিভিন্ন তথ্য জানতে চেয়ে তৃতীয় পক্ষের নিকট যে পত্র লিখে তাকে তথ্যানুসন্ধান পত্র বলে। অর্থাৎ আবেদনকারীর যোগ্যতা অপরিচিত বা নতুন ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের ব্যবসায়িক সুনাম আর্থিক সচ্ছলতা ইত্যাদি সম্পর্কে জানতে চেয়ে তৃতীয় পক্ষের নিকট লিখিত পত্রকে তথ্যানুসন্ধান পত্র বলে। অন্য কথায় বলা যায় যে, কোন ব্যবসায় প্রতিষ্ঠান বা কোন ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের সুনাম, আর্থিক সংগতি ইত্যাদি সম্পর্কে জানতে চেয়ে তৃতীয় পক্ষের নিকট যে পত্র লিখে তাকে তথ্য অনুসন্ধান বা তথ্যানুসন্ধান পত্র বলে।

২৫। কোটেশন: মূল্য তালিকা বা কোটেশন হলো ব্যবসায়ী কর্তৃক সম্ভাব্য ক্রেতাকে প্রদানকৃত মূল্য তালিকা যাতে বিক্রয়যোগ্য দ্রব্যসমূহের দাম, বিক্রয়ের যাবতীয় শর্তাবলি বিস্তারিতভাবে লিপিবদ্ধ করা হয়ে থাকে। ক্রেতার চাহিদা অনুসারে প্রয়োজনীয় তথ্য সরবরাহ করে যে ক্যাটালগ বিক্রেতা ক্রেতার নিকট পাঠিয়ে থাকে তাকে কোটেশন বা মূল্য তালিকা বলে।

২৬। প্রতিবেদন: কোনো ঘটনা সম্পর্কে যথাযথ অনুসন্ধান, বিচার-বিশ্লেষণ ও পর্যালোচনার পর সঠিক তথ্য অবস্থা ঘটনা ও ফলাফল সম্বন্ধে যে আনুষ্ঠানিক বিবৃতি প্রস্তুত করা হয়, তাকে প্রতিবেদন বলে। তথ্যের ধারাবাহিক বর্ণনা বিশ্লেষণ, ধারণা ও মন্তব্যসহ তথ্যের সার্বিক দলিল হলো প্রতিবেদন। প্রতিবেদন হলো একটি সুসংগঠিত তথ্যগত বিবৃতি; এরূপ বিবৃতি কোনো বক্তব্য সম্বন্ধে সংক্ষিপ্ত অথচ যথাযথ বর্ণনা বিশেষ। প্রতিবেদন হলো একটি বিবরণী যাতে পর্যবেক্ষণ, পরীক্ষা ও অনুসন্ধানের মাধ্যমে প্রাপ্ত কোনো কিছু বিবরণ থাকে এবং সুপারিশ ও উপসংহার এই বিবরণের সাথে যুক্ত হয়।

২৭। ফলপ্রসূ যোগাযোগ: যে-কোনো যোগাযোগেরই একটি উদ্দেশ্য থাকে। এ উদ্দেশ্যকে সামনে রেখে যখন বার্তাপ্রেরক বার্তাগ্রাহকের নিকট যোগাযোগ করেন, তখন যদি গ্রাহকের প্রতিক্রিয়া বার্তাপ্রেরকের অনুকূলে হয় তখন তাকে ফলপ্রসূ যোগাযোগ বলে। অর্থাৎ ফলপ্রসূ যোগাযোগ হচ্ছে, যে অর্থে বা উদ্দেশ্যে যোগাযোগ করা হয়েছে, যোগাযোগ গ্রহীতা যদি সে অর্থ পরিস্কারভাবে বুঝতে অসমর্থ হয় এবং প্রেরকের আশানুরূপ প্রতিক্রিয়া ব্যক্ত না করে তবে যোগাযোগ ব্যর্থ হয়ে যাবে। ফলপ্রসূ যোগাযোগের কারণে সংগঠনের কার্যক্রম সুষ্ঠুভাবে পরিচালিত হয় এবং প্রতিষ্ঠানের সুনাম বৃদ্ধি পায় এবং উন্নত ভাবমূর্তির সৃষ্টি হয়। যোগাযোগ ফলপ্রসূ বা সার্থক করতে হলে যথাযথ মাধ্যম, যোগাযোগের উদ্দেশ্য, সঠিক পরিবেশ সৃষ্টি, ভাষার ব্যবহার, কর্মে ও কাজের মিল ইত্যাদি উপাদানের প্রয়োজন হয়।

## English

### Chapter-2: Parts of Writing Business Letters and Techniques of Writing

#### 1. Briefly narrate the different parts of a business letter.

Ans: There are different parts of a business letter. They are given below and discussed briefly.

1. Letter head or Heading: It includes organizations' name, full address, telephone number etc.
2. Date line: Date line is usually placed at least one line below the heading. It can be written either in left or right margin.
3. Inside address: The inside address consists of the name and address of the individual or organization to whom the letter is written. It is placed six spaces below the date.
4. Greetings or salutations: Salutation is placed two spaces below the inside address and ends with a colon (:) or nothing. A comma is used only in informal social correspondence. For example: Dear sir, Dear Madam.
5. Body of the letter: This is the heart of a letter. Infact the main message or information is given in this part of a letter. Body of a letter has three parts- The opening paragraph, middle paragraph and the closing paragraph.
6. Complimentary close: It is placed below the body of a letter. It is the closing of a letter on a friendly note. Popular forms of closing are as follows- Truly yours, sincerely yours, Respectfully etc.
7. Signature: It is placed several lines below the complementary close.
8. Initials: Initials appear at the left margin and are typed at least two lines below the signature. It is a short signature of the type writer or computer operator.

9. Enclosure: It appears at the bottom of the letter. It mentions the attachment of the other papers with the letter.

10. Carbon copy notation: It indicates names of the persons who are receiving the carbon copies or photo copies of the letter.

## 2. "A letter can smile"- Explain

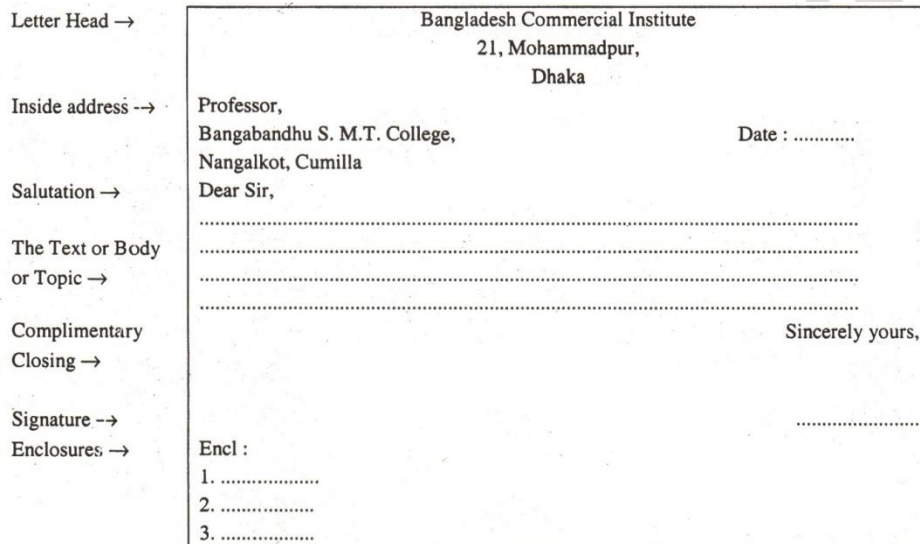
Ans: The appearance of a letter is as important as its contents. A letter is looked at before it is read and the first impression which is made on the reader's eye is often an important factor which influences the reader's opinion to the sender of the letter.

A well arranged, stationary and well presented letter is graceful and attractive to the reader. A good letter can face to the customer and achieve the goal. So we can say-"a letter can smile". It is appropriate for the attractive physical appearance of a good letter.

Therefore, a letter can smile.

## 3. Show the basic/main parts of a business letter with the help of a diagram.

Ans:



## Techniques of writing business letter:

**1. Heading:** The heading contains the return address with the date on the last line. Sometimes it is necessary to include a line before the date with a phone number, fax number, or e-mail address. Often there is a line skipped between the address and the date. It is not necessary to type a return address if you are using stationery with the return address already imprinted, but you should always use a date. Make sure the heading is on the left margin.

**2. Reference:** It is imperative among all other parts of a professional letter. Usually, the department of an organization or logo, etc. can also be used as a reference. In some cases, the letter number is also considered as the reference of a formal letter.

**3. Date:** Even though it seems to be simple, the letter is incomplete without a date. So we need to write the date on the right-hand side top corner. It helps the receiver to understand when it happened if it is an incident or if it has a deadline to count the remaining days. It is essential in the parts of a professional business letter.

**4. Inside address:** As all the parts of a formal letter are important, the address component is quite remarkable. We need to write on the left side of a business formal letter. It includes name, address, contact number, postal code, designation, etc.

**5. Topics:** Topics is the main focus or purpose of the business letters letter. The topic determines the content, tone, and overall structure of the letter.

For example, if the business letter is about placing an order for a product, the topic would be "Order Placement." If the letter is expressing dissatisfaction with a service, the topic would be "Complaint." The topic helps to categorize and classify the purpose of the letter, making it easier to understand the intention behind the communication.

**6. Greetings:** The greeting should be formal and polite. It is best to start with a professional salutation like "Dear," and the person's prefix if you know it. If you do not know who will be receiving your letter directly, you should use other references such as their title, team, organization or job duty. For

example, "Dear HR Manager," "Dear HR Department" or "Dear Company Recruiter." If possible, avoid using "To Whom It May Concern," as it may come across impersonal or outdated.

**7. Complementary closing:** When closing a formal business letter, it is custom to use so called Complimentary Close. Complimentary closing is the term preceding signature of the sender in a formal letter. Within this term sender should show his/her respect, gratefulness and appreciation of the formal letter recipient. Every business and cover letter should contain complimentary close. The complimentary close is the word (such as "Sincerely") or phrase ("Best wishes") that conventionally appears before the sender's signature or name at the end of a letter

**8. Signature:** While explaining all the parts of a business letter, one should give more stress on this part because a message without a proper signature is not valid. So the signature plays a vital role in the parts of a formal letter. It includes name, contact and designation. We should note that the surname is also essential.

**9. Supplements:** In the context of business letters, "supplements" typically refers to additional documents or materials that are included with the letter to provide additional information or support the main content of the letter. Including supplements with a business letter can enhance the clarity, credibility, and overall effectiveness of the communication by providing additional information or evidence.

### **Chapter-3: Types of Business Letters (In English)**

#### **1. What is good business letter? What are the characteristics of a good business letter?**

Ans: A good business letter: A business letter which is written in easy, readable, systematic and earpleasing wordings is called a good business letter. It must have a clear purpose. In other words, it must have some particular messages to convey. It must have form that is to easy, it must have unity and proportion and be well arranged. A good business letter possesses some good characteristics. A good business letter may have the following characteristics.

- a. A good business letter must be readable and clear.
- b. It must perform its particular job well.
- c. It must have earpleasing wordings.
- d. It should be correct, simple and easy.
- e. Its appearance should be attractive
- f. A good business letter is interesting to the readers.

#### **2. What are the advantages of business letter over all other media of business communication?**

Ans: Advantages of business letter:

1. Business letter plays a vital role in the field of business.
2. Business letter is more economical.
3. It helps the wide market for the goods.
4. It acts as a silent ambassador.
5. It has easy access to any form of business.

#### **3. What is a good business letter?**

Ans: A good business letter: A business letter which is written in easy, readable, systematic and earpleasing wordings is called a good business letter. It must have a clear purpose. In other words, it must have some particular messages to convey. It must have form that is to easy, it must have unity and proportion and be well arranged.

#### **4. Explain the statement "A good letter has a personality."**

Ans: A good business letter is an essential means of communication for trade and commerce. As a man's personality is expressed by his different traits, so about a good business letter by its different aspects like:

1. Its appearance should be attractive.
2. Its attitude should be faithful, sincere and helpful.
3. Its expression should be correct, concise and pleasing.
4. Its tone should be friendly and not harsh.
5. Its language should be easy.
6. Its writing style should be well.
7. Its paper should be attractive.
8. Its messages should be related to the main purpose.
9. The purpose of the letter should be clear.

Such a well presented letter can smile. It can please the reader.

## 5. Describe the different types of business letter.

Ans: In business, much of writings at work consist of letters. A businessman can write to clients, customers, consumers, government agencies and many others. Some of the letters will provide information that the readers need. Others will ask for various informations. In spite of their individual differences, all letters have a great deal in common.

It is convenient to classify business letters according to tone and structure as follows:

1. Information letters
2. Sales letters
3. Problem letters.
4. Goodwill letters.

### Business Letters

Information Letters		Sales Letters	Problem letters	Goodwill Letters
Routine	Circular	Sales Promotion	Complaint	Greetings
Inquiry	Personal	Offering	Concession	Thanks
Order	Travel	Sales collection	Overdue	Congratulation
Question		Advertisement	Accounts	Sympathy
Payment		Employment		

### Letter of enquiry

(মূল বই থেকে আরও কিছু Letter of enquiry পড়তে হবে)

#### 1. What is enquiry letter? What are the features of an inquiry letter?

Ans: Enquiry letter: When business people write letters asking any information then it is known as inquiry letter. A large volume of the daily correspondence of a firm occupied by inquiry letter. Information can be asked regarding quality price and availability of the product. This type of letter also can be written by making status inquiry. Status inquiry, letters seek for information regarding a person.

Features of an inquiry letter: Inquiry letter is important because they ask for information that is needed to carry on business. It has many features that are as given below:

1. Brevity: Inquiry letter must be concise and word should be chosen carefully. So, inquiry letter would be brief.
2. Clearness: Clarity is achieved by using the right words and simple construction of the sentence that the reader will clearly understand.
3. Secrecy: Inquiry letter must be kept secret.
4. Business related: Inquiry letter should be business related.
5. Correct and fair: Its reply should be correct and fair.
6. Purpose and reasons: Name and address of the person or firm, purpose and reasons for an inquiry should be stated.
7. Financial position: It must have financial position and nature of the customers.
8. Fact: It should be informed of the fact.
9. Kind and quality of goods: The kind and quality of goods desired should be described in detail.
10. Probable order: An idea should be given of the probable order.
11. Cash or credit: It should be clearly stated whether he wants to buy on cash or credit.
12. Terms and conditions: A buyer should be asked for terms and conditions and the seller will describe it without being asked it.

#### 2. Status enquiry from a seller.

**Prime Book House**  
38, Bangla Bazar  
Dhaka-1100

July 7, 2024  
Ideal Book House  
Mymensing

**Subject: Prayer for status enquiry of a buyer.**

Sir,

We have just received an order from the Bithi Book sellers from Mymensing. They want to purchase on credit basis to the extent of Tk 20,000/- since they are a new party to us, we know nothing about them. They have mentioned your name for reference purpose.

We fully assure you that all information supplied in this regard will be treated as most private and confidential. At the same time, we also assure you that similar assistance can be had from us.

Thanking you,  
Sincerely Yours,  
Manager  
Prime Book House



**3. Write an inquiry letter on behalf of the Manager, Peya Traders Kanderpara Road, Cumilla, asking for the latest catalogue of computer to the General Manager, “Palash Traders Main road Cumilla.**

Office of the Manager

Peya Traders, Kanderpara, cumilla

Date: July 7, 2024

General Manager

Palash Traders

Main road, Cumilla

**Subject: Prayer for the latest catalogue of computer.**

Sir,

We are very pleased to inform you that we will buy a large quantity of computers to sell them in the local market. Please send us the latest catalogue of goods starting your business terms and conditions.

If the prices and your business terms suit us, we may place an order for them soon.

Manager

Peya Traders

Kanderpar road, Cumilla.

**Order Letter**

(একই **Order Letter** অনেক সময় নাম ঠিকান পরিবর্তন করে আসতে পারে। তাই সাজেশনের পাশাপাশি মূল বই থেকেও **Order Letter** গুলো পড়ে নিতে হবে )

1. What do you mean by order letter?

Ans: Generally, if a buyer likes to purchase any material or thing, he gives an order to the shop or the firm. Otherwise, if the seller likes to sell his commodities to the buyer, the seller gives an offer. The buyer may accept the offer. This acceptance takes place in the form of an order. This acceptance established a relationship between the seller and the buyer. The offer must be brief, accurate, and clear and complete so that the seller understands easily. This is called an order letter.

**2. Draft a formal order letter to Bangladesh Paper House, Motijheel Dhaka for the supply of office stationery goods on behalf of the manager, Janata Bank, Kandipara, Cumilla.**

Janata Bank

Kandirpara, Cumilla

The Manager

Bangladesh paper House,

Motijheel, Dhaka

Date: July 7, 2024

**Subject: Prayer for the supply of office stationery.**

Sir,

I am very glad to accept your quotation of August 15, 2023 in tis exact terms and conditions. Now please send the following office stationery goods by Sunderbon Transport very soon.

List of goods

SL No	Particulars	Quantity
1.	Typing papers	100 reams
2.	Raido Bond paper	50 reams
3.	Typing Ribbon	200 dozens

The payment may be made immediate after the delivery of goods by draft accordingly.

Manager

Janata Bank

Kandirpar, Cumilla.

এই সাজেশনটি “HSC BMT/এইচএসসি  
বিএমটি” ইউটিউব চ্যানেল ব্যতীত অন্য কোন  
চ্যানেল বা পেইজ থেকে নিলে আপনি প্রতারিত  
হতে পারেন।

**3. On behalf of the Principal, Chittagram Commerce college, Chakbazar, Chattagram draft on order letter to M/S Habib Furniture Mart, 80, Dewen Bazar, Chattagram for some wooden office furniture.**

Chattagram Commerce College  
Chakbazar, Chattagram

The manager  
M/S Habib Furniture Mart  
80, Dewan Bazar, Chattagram

Date: July 7, 2024

**Sub: Order for some wooden office furniture.**

Sir,  
I shall be very glad to you if you kindly send me the following wooden office furniture by Janata Transport very soon.

**List of Wooden furniture**

Sl No	Particulars	Quantity
1.	Chair with handle	20 pieces
2.	Table	4 pieces
3.	Almirah	3 pieces

The payment may be made immediate after the delivery of furniture by draft accordingly.

Yours faithfully  
Principal  
Chattagram Commerce College.

**Cancellation Letter:**

**1. Cancellation of Order:**

Mamun Traders  
College Road, Mymensing.

M/S Amin Borthers  
24, Sadar Road  
Sherpur.

Date: July 7, 2024

**Subject: Cancellation of order.**

Dear sir,  
We had ordered you to supply 500 bags of cement on last 05 August 2023. You have confirmed us about the supply of cements on 13 August. But we did not have any cement or any message from you till today. So we have collected our goods from other party.  
In these circumstances we cancelled our order on 05 August 2023. If you send goods, we shall not receive them.  
Your faithfully  
Mr. Kalam  
Proprietor.

**Office Note:**

(মূল বই থেকে আরও Office Note পড়তে হবে)

1. An Official note from the store department to all other department informing them of the stock taking.  
Square Pharmaceuticals Ltd  
Motijheel, Dhaka  
Ref: SPL/ST/08/2024  
From: Manager, Stores Department  
To: All Department

**Subject: Stock taking for the year ending 31.12.2024**

The store department will remain occupied on 30<sup>th</sup> and 31<sup>st</sup> December 2022 in stock taking for the purpose of closing the account for the year ending 31<sup>st</sup> December 2023. All departments are requested to draw their requirements latest by 29<sup>th</sup> December 2022. The stores department would not be able to make supplies to the customers also on both these days.

M.K Rahman  
Manager  
Store Department.

## 2. What are the differences between official letter and Demi-official letter?

Ans: The differences between official letter and demi official letter are written below:

Official Letter	Demi-Official Letter
1. An Official letter is a formal letter	1. A demi-official is not a formal letter.
2. It is written in third person.	2. It is written in first person.
3. It is written on official affairs.	3. It is written on confidential matters.
4. All formalities are followed by it.	4. It does not follow such formalities.
5. Carbon copies are made for it.	5. It does not include this.

### **Tender and Quotation: (সুপার সার্ভিসের পাশাপাশি মূল বই থেকেও কিছু পড়তে হবে)**

#### 1. What do you understand by Quotation and Tender? Distinguish between Quotation and Tender.

**Quotation:** A Quotation is supplied in response to an inquiry about price of materials, goods or services. Quotation makers give statements of prices and terms on which goods can be supplied. So, Quotation is the statement of prices and terms on which goods or materials may be supplied by the supplier.

**Tender:** Tender is on kind of advertisement inviting applications for supplying certain specific goods or for the execution of a work. Tenders invited from the bonafide suppliers or contractors so that they can choose the lowest price.

Distinguish between Quotation and Tender is given below:

Tender	Quotation
1. Tender is one kind of notice inviting applications for supplying certain specific goods or for the execution of a work.	1. A Quotation is supplied by the supplier to an inquiry about price of goods.
2. It is more Formal.	2. It is less formal.
3. It has a wide range of scope.	3. It has a narrow range of scope.
4. It is used for finding out the best price.	4. It is used for offering a fixed price.
5. It is mainly associated with quality and price.	5. It is mainly associated with the only price.
6. It is a response to a request for tender.	6. It is a response to a request for a quotation.

#### 2. Draft a tender on behalf of the project Director of the Dhaka University for the construction of a hostel.

Or, Draft a tender on behalf of the Principal, Rehana Technical and commerce college, Barura, Cumilla for the construction of a hostel building.

(উপরের প্রশ্নটি বিভিন্ন সময় বিভিন্নভাবে এসেছে। এইধরনের প্রশ্ন পরীক্ষায় আসলে **behalf of** বা যার পক্ষে বলা হয়েছে **Tender notice** এর নিচে তার নামটি লিখতে হবে। নিচে এরকম একটি **Tender notice** তুলে ধরা হলো)

#### **Tender notice**

Office of the project Director/Principal (প্রশ্নে যে নাম থাকবে সেই নাম দিতে হবে)

Dhaka University/Rehana Technical College (প্রশ্নে যে নাম থাকবে সেই নাম দিতে হবে)

Sealed tenders are hereby invited from the bonafide constructors of govt. or semi govt. in the prescribed forms according to specifications mentioned in the schedule.

1. Nature of Work: Construction of a hostel.
  2. Value of schedule: TK 1000/- (Non-refundable)
  3. Earnest money 2.5% bank draft (Refundable)
  4. Schedule available: At office time up to 4.00 p.m except holidays.
  5. Last day of submitting tenders: July 7, 2024 at 12.00 p.m in office. .
  6. Date of Opening tenders: 15 July 2024 at 12.00 p.m in office.
  7. Last date of the completion of work: 30 July, 2026. In case of failure, earnest money must be forfeited.
- The authority reserves the right to accept or reject any tender without assigning any reason thereof.

Sd.

Office of the project Director/Principal

Dhaka University/Rehana Technical College

### 3. Write a tender notice for the suppl of five duplicating machines and 30 computer machines on behalf of acompany of yours choice.

#### Tender notice

Office of the Manager

Sonali Bank, Motijheel, Dhaka

1. Nature of Work: Supply of five duplication machines and 30 (Thirty) Computer.
2. Value of schedule: TK 1000/- (Non-refundable)
3. Earnest money 2.5% (Refundable)
4. Schedule available: At office time up to 4.00 p.m except holidays.
5. Last day of submitting tenders: 01 July 2024 at 12.00 p.m in office. .
6. Date of Opening tenders: July 7, 2024 at 12.00 p.m in office.
7. Last date of the completion of work: October 30, 2025. In case of failure, earnest money must be forfeited.

The authority reserves the right to accept or reject any tender without assigning any reason thereof.

Sd. Manager

Sonali Bank, Dhaka

#### Quotation:

1. Draft a Quotation for duplicating paper and link in response to an offer of the Principal B.M.T Institute, Jamalpur

Dhaka Kagaj Bitan

38/1, Banglabazar, Dhaka- 1100

July 7, 2024

The Principal

BMT Institute

Jamalpur, Bangladesh

Dear sir,

We have gone through your advertisement of August 17, 2023 in “The Daily Ittefaq” inviting quotations for some duplicating papers and inks for your institute. We are pleased enough to state below the rates and qualities of papers and inks.

Duplicating papers and inks

SL NO	Items	Unit/Quantity	Rate
1	Bashundhara (White)	1 ream	TK. 450
2	Karnafuli(Crown)	1ream	TK. 350
3	Rolex ink	Per tube	Tk. 400

If this rates suit you, kindly place an order to us. We assure you to supply them immediate after receiving your order.

Yours faithfully

Manager

Dhaka Kagaj Bitan.

#### Business Report:

(সুপার সাজেশনের পাশাপাশি মূল বই থেকেও কিছু Business Report পড়তে হবে)

#### 1. What is business report? What are the characteristics of business report?

Ans: Generally, a report is an account of any kind of investigation. Business report means information or facts or various problems of any firm or mills reported specially by the secretary of the firm or company. Business reports are necessary elements of business life. There are various kinds of characteristics. These are given below:

1. A certain fact should be arranged consecutively.
2. A report should be typed on a standard size white paper having a blank 2 on both sides in double spacing.
3. Obscure and words of double meaning should be avoided.
4. It should be neat and clean.
5. Collecting, organizing, analyzing and interpreting the data carefully.
6. Data on the basis of which the report is made should be arranged clearly.
7. It should be precise and be arranged exactly and clearly as it happened.
8. Be direct and get to the point without wasting words and time.
9. It should be written in past tense in third person.

এই সাজেশনটি “HSC BMT/এইচএসসি  
বিএমটি” ইউটিউব চ্যানেল ব্যতীত অন্য কোন  
চ্যানেল বা পেইজ থেকে নিলে আপনি প্রতারিত  
হতে পারেন।

10. Drawing the conclusions.

11. Date of submitting the report should be maintained strictly.

**1. As the secretary of B.RB Cable Factory, Kustia, write a short report to the Board of Directors on an accident caused by electric short circuit in your main factory building.**

Ans:

The Board of Directors  
B.RB Cable Factory, Kustia

Date: July 7, 2024

Sir,

As instructed by you vide N.K.C 5 of August 10, 2023, I made a thorough investigation on the accident caused by an electric short circuit in the main factory building and have the honor to place the following facts to you.

**Loss and damage:** The main factory building has been partially affected. Though the employs of fire services have brought the entire fire under control within a very short time, yet cable and wire goods have been gutted worth TK. five lac.

**Conclusion and Recommendation:** The vigorous precaution should be adopted against electric short circuit. I should be mended immediately.

Yours faithfully  
Secretary  
B.RB Cable Factory, Kustia

#### **Some short notes on different topics:**

**Tender:** Tender is on kin of advertisement inviting applications for supplying certain specific goods of for the execution of a work. Tenders invited from the bonafide suppliers or contractors so that they can chose the lowest price.

**Quotation:** A Quotation is supplied in response to an inquiry about price of materials, goods or services. Quotation makers give statements of prices and terms on which goods can be supplied. So, Quotation is the statement of prices and terms on which goods or materials may be supplied by the supplier.

**Report:** A Report is an account of any kind of investigation. In the ordinary sense it means the news for the publication in the press or broadcasting through radio or television. In its proper sense, report means the act of reproducing as an account of ascertained fact by the authenticated and competent person who was been eyewitness to the fact.

**Business Report:** Generally, a report is an account of any kind of investigation. Business report means information or facts or various problems of any firm or mills reported specially by the secretary of the firm or company. Business reports are necessary elements of business life.

**Notice:** Notice is one kind of communication media. It means an announcing of a statement, which is served at any meeting. The written statement served to hold a meeting is called notice. It is a sort of request to the members to sit on a meeting on a particular day, time and place to discuss on particular agenda. It must be signed and circulated by legal authorized members or persons who will present in the meeting.

**Order Letter:** Generally, if a buyer likes to purchase any material or thing, he gives an order to the shop or the firm. Otherwise, if the seller likes to sell his commodities to the buyer, the seller gives an offer. The buyer may accept the offer. This acceptance takes place in the form of an order. This acceptance established a relationship between the seller and the buyer. The offer must be brief, accurate, and clear and complete so that the seller understands easily. This is called an order letter.

**Memorandum/Inter Office Memo:** Memorandum/Inter Office Memo is the chief means of written communication within an organization. Memo is short form of memorandum. An offcial can write short notes to people within the organization. Memo moves up, down and side ways. Memos are formal and official forms of communication.

**Invoice:** Invoice is a document prepared by the seller for giving information's to the buyer regarding the particulars, quantity, price, mode of payment, method of transport, discount etc of the goods be supplied. It can be defined "An invoice is a record of transaction between the buyer and the seller." It is generally prepared in duplicate.

**BCC (Blind carbon copy):** If the writer of the letter does not wish the address to know that he is sending a copy of the same letter to somebody else, then BCC is used in all copies of the letter except in original copy. Blind carbon copy is the optional part of a a business letter.



**Demi-Official letter (D.O letter):** Demi-Official letter is an informal letter. It is written in non-formal way. It does not follow official formalities. It may be used salutation and complimentary closing. It is written in first person. The writer's name can be used.

**Bio-data:** Bio data means the information of life. It includes the background of life history such as identity, education, qualification, experience, activities etc. It is very important and common in business communication.

**Bill of Lading:** Bill of lading is an important document. It conveys the title of goods shipped. It is an undertaking given by the company of ship to deliver the goods safely to the person named in the B/L. The imported goods cannot be released from the port without producing the B/L. So, one copy of B/L is sent to the importer or buyer and another to the captain of the ship.

**Indent:** The term indent is used in foreign trade for orders from abroad. An indent is an order of the importer placed to the commission agents and they buy goods from the exporters and arrange to ship the goods as per condition visited in the indent. It is of two kinds. A close indent is an order to buy a certain specified good from a specified importer and shipped them according to his instruction. An open indent specifies the goods, but leaves the buyer of supply to the direction of the agent.

**Letter of Application:** Drafting an application for employment is important. A letter of application is like a sales letter because through letters the applicant tries to sell his services. Everyone has to work for his livelihood. So, writing letters of application for a suitable job to one's own qualifications in order to sell one's services to someone in the market for the best price available is very important. Now-a-days, an applicant must realise the severe competitions. Therefore, one should take proper care in writing an application in response to an advertisement. If an applicant fails to catch the attention of the employer through his application, it will find a place only in the waste paper basket.

**Official Note:** Official note is one kind of media. It is a kind of internal communication which exchanges ideas or information between two officers of almost equal rank. It is used for horizontal communication. They are exchanged between departments or between officers of almost equal rank asking for suggestion or seeking or giving information about some matters concerning their rescuer department.

**Attention line:** The attention line is placed two spaces below two spaces below the inside address, a flush with the left margin or centered. Use an attention line when writing to a firm, an institution and when we want a particular person, title or department to receive the letter.

**Subject Line:** In order to forecast and draw the attention of a busy reader a subject line sometimes is used as a good device. It is a time saver and a 'Flag' catching the reader's immediate attention.

**Post script:** A post script is usually given in the writer wants to draw the attention of the reader to a particular point he wants to emphasise. Also use post script to add personal note.

P. S. you will appreciate the way he handles customers.

Post script is the last thing on the page, at least two spaces below the previous material. Use the post script sparingly in professional communication.

**Goodwill:** Goodwill is an intangible asset that draws people back to the store or to a company. In commercial transactions it may be included in the purchase price of property. In daily business it is important. Goodwill earns trusts and loyalty for the organisation. A firm sells more goods and services and keeps goods market through goodwill. It is invisible but valuable something which can draw attention of the customers to a particular shop or a company or a firm.

**Simplified style (Noma):** Its name is Noma. In this style salutation and complimentary closing are omitted. This style of letter is used in official or very formal communication. In this style subject line is compulsory and capitalized. In this style standard punctuation is used.

নিয়মিত আপডেট পেতে **HSC BMT** ইউটিউব চ্যানেলটি সাবস্ক্রাইব করে বেল বাটন বাজিয়ে রাখুন

এই সাজেশনটি “HSC BMT/এইচএসসি  
বিএমটি” ইউটিউব চ্যানেল ব্যতীত অন্য কোন  
চ্যানেল বা পেইজ থেকে নিলে আপনি প্রতারণিত  
হতে পারেন।