

এইচএমসি
বিএমটি
গাইড বই

এইচএমসি বিএমটি

বিজনেস ইংলিশ এন্ড
কমিউনিকেশন

(নতুন সিলেবাস অনুযায়ী)



অধ্যায় -১ ব্যবসায়িক যোগাযোগ

সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন উত্তর

প্রশ্ন ১ Communication শব্দটির উৎপত্তি কীভাবে হয়েছে?

উত্তর: Communication শব্দটির উৎপত্তি: ইংরেজি Communication শব্দটির বাংলা প্রতিশব্দ হল যোগাযোগ। এই Communication শব্দটি ল্যাটিন Communis শব্দ হতে এসেছে বলে অনেকে অভিমত প্রকাশ করেন। এর আভিধানিক অর্থ হচ্ছে, Common বা সাধারণ। এ অর্থে যোগাযোগ বলতে Commonness প্রতিষ্ঠা, অর্থাৎ একে অন্যের সাথে সাধারণ বুঝাপড়া বা একাত্মতা প্রকাশ করাকে বুঝায়।

আবার কেউ কেউ মনে করেন Communication শব্দটি প্রাচীন ফরাসি Communer শব্দ থেকে এসেছে। Communer শব্দের অর্থ To share বা অংশগ্রহণ করা। অর্থগত দিক থেকে যোগাযোগ বলতে দুই বা ততোধিক ব্যক্তির কোন বিশেষ বিষয়ে অংশগ্রহণ করাকে বুঝায়।

প্রশ্ন ২ যোগাযোগ কী? অথবা, যোগাযোগ বলতে কী বুঝ? অথবা, যোগাযোগের সংজ্ঞা দাও।

উত্তর: যোগাযোগ: যোগাযোগ শব্দটির ইংরেজি প্রতিশব্দ হল 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 কোন 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:

(i) Newman and Summer-এর মতে, "দুই বা ততোধিক ব্যক্তির মধ্যে তথ্য, ভাব, মতামত, আবেগ ইত্যাদির আদান-প্রদানের প্রক্রিয়া হল যোগাযোগ।"

(ii) অধ্যাপক এলেন লুইজ (Professor Allen Louis) 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।"

(iii) Murphy and Peck-এর মতে, "Communication is a two way process of exchanging ideas on information between human beings."

(iv) M.W. Cumming-এর মতে, "যোগাযোগ শব্দটির দ্বারা এক ব্যক্তির নিকট হতে অন্য ব্যক্তির নিকট বার্তা প্রেরণের প্রক্রিয়াকে, বুঝায়।" সুতরাং যোগাযোগ হল 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।

প্রশ্ন ৩ কারবার যোগাযোগ কী? [বিএমটি-১০, ১১, ১২, ১৬] অথবা, ব্যবসায়িক যোগাযোগ বলতে কী বুঝ? অথবা, ব্যবসায়িক যোগাযোগ কী? [বিএমটি-২০২২]

উত্তর: মৌলিক অর্থে। কারবার যোগাযোগ সাধারণ যোগাযোগের একটি বিশেষায়িত বা Specialised শাখা। মৌলিকতার দিক থেকে সাধারণ যোগাযোগের অনেক মিল থাকলেও কারবার বা ব্যবসায়িক যোগাযোগের আলাদা বৈশিষ্ট্য রয়েছে। ব্যবসায়ের মূল লক্ষ্য অর্জনের অভিপ্রায়ে ব্যবসা-বাণিজ্য সংক্রান্ত তথ্য আদান-প্রদানের জন্য দুই বা ততোধিক ব্যক্তি, সংস্থা বা পক্ষের মধ্যে যে যোগাযোগ স্থাপিত হয় তাকে কারবার যোগাযোগ বলে।

সাধারণ অর্থে: কারবার যোগাযোগ হল কারবার সংক্রান্ত তথ্য বা সংবাদের আদান-প্রদান এবং চিন্তাচেতনা ও মতামত বিনিময়ের মাধ্যমে ব্যবসায়ের লক্ষ্য অর্জনের জন্য কার্যকরী অংশগ্রহণ।

ব্যাপক অর্থে: কারবার যোগাযোগ কোন ভিন্ন বিষয় নয়। এটা যোগাযোগেরই একটি অংশমাত্র। যে কোন কারবারকে টিকিয়ে রাখতে হলে এবং কারবারের উন্নতি করতে হলে কারবারিকে প্রতিনিয়ত খরিদদার, সরবরাহকারী, ঋণদাতা, সরকার ইত্যাদি ব্যক্তি

বা গোষ্ঠীর সাথে যোগাযোগ করতে হয়। এ দৃষ্টিকোণ থেকে বলা যায় যে, কারবারি জগতে প্রচলিত যোগাযোগ ব্যবস্থাই হল কারবার যোগাযোগ।

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

প্রশ্ন ৯ ৯ কারবার যোগাযোগের বিভিন্ন উপাদান কী কী?

উত্তর: কারবার যোগাযোগের বিভিন্ন উপাদানগুলো নিম্নে দেয়া হলঃ ১। তথ্যের উৎস, ২। যোগাযোগকারী বা বার্তাপ্রেরক, ৩। উদ্দেশ্য, ৪। উপলক্ষ বা ঘটনা, ৫। ধারণা, ৬। প্রেরণযোগ্য করে সাজানো, ৭। প্রকাশ, ৮। যোগাযোগ গ্রহীতা বা বার্তাপ্রাপক, ৯। বার্তা বা সংবাদ প্রেরণ, ১০। গ্রহণযোগ্য করে সাজানো, ১১। ফলাবর্তন।

রচনা মূলক প্রশ্ন উত্তর

প্রশ্ন ১ ১ ব্যবসায়/কারবার যোগাযোগ বলতে কী বুঝ? [কমার্স-১০, ১৪] অথবা, ব্যবসায়িক যোগাযোগ বলতে কী বুঝ? [বিএমটি-১২, ১৪] অথবা, ব্যবসায়িক যোগাযোগ কী? [বিএমটি-২০১৮, ২২]

উত্তর: ভূমিকা: কারবার বা ব্যবসায়িক যোগাযোগ কোন ভিন্ন বিষয় নয়। এটা যোগাযোগেরই একটি অংশমাত্র। যে কোন কারবারকে টিকিয়ে রাখতে হলে এবং কারবারের উন্নতি করতে হলে কারবারিকে প্রতিনিয়ত খরিদদার, সরবরাহকারী, ঋণদাতা, সরকার ইত্যাদি ব্যক্তি বা গোষ্ঠীর সাথে যোগাযোগ করতে হয়। এই দৃষ্টিকোণ থেকে বলা যায় যে, কারবারি জগতে প্রচলিত যোগাযোগ ব্যবস্থাই হল 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 ব্যবসায়িক যোগাযোগ বলা হবে। তবে এক্ষেত্রে অবশ্যই যোগাযোগটি ব্যবসায়। সংক্রান্ত হতে হবে, অন্যথায় তা ব্যবসায়িক যোগাযোগ বলে গণ্য হবে না।

নিম্নে কারবার বা ব্যবসায় যোগাযোগের কয়েকটি প্রামাণ্য সংজ্ঞা তুলে ধরা হলঃ

(i) অধ্যাপক জে. হাস্ট-এর মতে, "সুষ্ঠুভাবে কারবার পরিচালনা ও সংগঠনের নিমিত্তে দু বা ততোধিক ব্যক্তির মধ্যে যে যোগাযোগ সংঘটিত হয় তাকে ব্যবসায়িক যোগাযোগ বলে।"

(ii) অধ্যাপক জে. আর. টেরী বলেন, "ব্যবসায়িক যোগাযোগ হল ব্যবস্থাপনার কার্যাবলিকে সুষ্ঠুভাবে পরিচালনার লুব্রিক্যান্ট।"

(iii) অধ্যাপক ডব্লিউ. এইচ. মিনিং-এর মতে, "The exchange of ideas, news and views in connection with business among the related parties is called business communications." অর্থাৎ, ব্যবসায়ের সাথে জড়িত সংশ্লিষ্ট ব্যক্তিবর্গের সাথে ব্যবসায়িক ধারণা, সংবাদ এবং মতামত বিনিময় হলে তাকে ব্যবসায়িক যোগাযোগ বলে।

(iv) C. I. Barnard এর মতে, "যোগাযোগ হল কারবার পরিচালনার প্রাণকেন্দ্র আর ব্যবস্থাপকদের যাবতীয় কার্যই হল যোগাযোগকেন্দ্রিক।"

(v) Brennom-এর মতে, "বাণিজ্য এবং শিল্পক্ষেত্রে তথ্য বা ভাবের আদান-প্রদানকে ব্যবসায়িক যোগাযোগ বলা হয়।"

সাধারণত ব্যবসায়িক যোগাযোগের আওতাধীন হল বাণিজ্যিক পত্রালাপ, বাণিজ্যিক ইংরেজি, বাণিজ্যিক কথোপকথন ইত্যাদি।
উপসংহার: পরিশেষে আমরা বলতে পারি, বাণিজ্য এবং শিল্পক্ষেত্রে ভাব বা তথ্যের প্রেরণ, গ্রহণ বা প্রত্যুত্তরজনিত কার্যাবলিকে ব্যবসায়িক যোগাযোগ বলা হয়। এটা সাধারণ যোগাযোগ বা সংক্ষেপে যোগাযোগের একটি বিভাগ মাত্র।

প্রশ্ন ২ ২ যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় প্রয়োজনীয় উপাদান বা বৈশিষ্ট্যগুলো উল্লেখ কর।

অথবা, যোগাযোগের বৈশিষ্ট্যসমূহ আলোচনা কর। [বিএমটি-১১, ১৪, ১৬]



উত্তর: ভূমিকা: উত্তম যোগাযোগ প্রতিষ্ঠা করা সম্ভব হলে কারবার প্রতিষ্ঠানের সফলতা অর্জন সহজসাধ্য হয়। কিন্তু উত্তম ও কার্যকরী যোগাযোগ নিশ্চিত করতে হলে কতকগুলো বৈশিষ্ট্য বা শর্ত পালন করা দরকার। যোগাযোগ বিশেষজ্ঞগণ বিভিন্ন ধরনের বৈশিষ্ট্যের কথা উল্লেখ করেছেন। মোটকথা উত্তম বা আদর্শ যোগাযোগের জন্য যোগাযোগকারীকে অবশ্যই নিম্নলিখিত বৈশিষ্ট্য মেনে চলতে হবে।

যোগাযোগ প্রক্রিয়ার উপাদান/বৈশিষ্ট্যসমূহঃ

১। চিন্তন: সঠিক চিন্তনের মাধ্যমেই উত্তম যোগাযোগের সূচনা হয়। অর্থাৎ চিন্তনই উত্তম যোগাযোগ নিশ্চিত করে। এজন্যই বর্তমানে বৈজ্ঞানিক এবং সৃজনশীল চিন্তনকে আদর্শ যোগাযোগের একটি অপরিহার্য বৈশিষ্ট্য হিসেবে বিবেচনা করা হয়ে থাকে।

২। পরিকল্পনা: ভবিষ্যতে করণীয় সম্পর্কে সিদ্ধান্ত গ্রহণ করাই হচ্ছে পরিকল্পনা। কোন ব্যবসায়িক যোগাযোগ পরিচালনা করার জন্য সঠিক পরিকল্পনা গ্রহণ করা অতি জরুরি। যোগাযোগের বিষয়বস্তু উপস্থাপন পদ্ধতি, স্থান, সময় ইত্যাদি সম্পর্কে পরিকল্পনা গ্রহণ করতে হবে।

৩। নির্দিষ্ট উদ্দেশ্য: একটি নির্দিষ্ট উদ্দেশ্য হাসিল করার জন্য যোগাযোগকারী, যোগাযোগ স্থাপন করে থাকে, এ কারণেই যোগাযোগের মূল উদ্দেশ্য সম্পর্কে তার স্পষ্ট ধারণা থাকতে হবে।

৪। সময় বিবেচনা: একটি নির্দিষ্ট সময়ে কোন একটি নির্দিষ্ট উদ্দেশ্য হাসিলের জন্য বার্তা প্রেরণ করা হয়ে থাকে। উক্ত নির্দিষ্ট সময়ে যদি বার্তা প্রেরণ করা না হয়, তবে যোগাযোগের উদ্দেশ্য ব্যাহত হবে। তাই যোগাযোগকারীকে যোগাযোগের সময় বিবেচনা করতে হবে।

৫। সংক্ষিপ্ততা: আদর্শ যোগাযোগের আরেকটি অপরিহার্য বৈশিষ্ট্য হল বক্তব্যের সংক্ষিপ্ততা। যোগাযোগের কলেবর সংক্ষিপ্ত অথবা তথ্যবহুল ও প্রাসঙ্গিক হওয়া বাঞ্ছনীয়। অতি সংক্ষেপে বক্তব্য পেশ করলে যোগাযোগের উদ্দেশ্য সফল হতে পারে। ৬। সম্পূর্ণতা : কোন যোগাযোগই আংশিক হওয়া উচিত নয়। অবশ্যই এটা সম্পূর্ণ হওয়া বাঞ্ছনীয়। এর সঠিক কথা হচ্ছে এই যে, বার্তাগ্রহীতা যেন সঠিক এবং সম্পূর্ণভাবে বার্তার সকল বিষয়বস্তু উপলব্ধি করতে পারে সেদিকে বিশদভাবে লক্ষ্য রাখা উচিত।

৭। নির্ভুলতা: যোগাযোগের বার্তা বা বিষয়বস্তু নির্ভুলভাবে হতে হবে। বিষয়বস্তুতে কোন ভুলত্রুটি থাকলে তা পাঠকের মনে বিরূপ প্রতিক্রিয়া পড়তে পারে এবং যোগাযোগকারীর গুণগত মান সম্পর্কেও বার্তাগ্রহীতা সন্দেহান হয়। এজন্য বার্তার বিষয়বস্তুতে যাতে কোন ভুলত্রুটি না থাকে সেদিকে যোগাযোগকারীর সজাগ দৃষ্টি রাখতে হবে।

৮। প্ররোচনা : ব্যবসায়িক যোগাযোগের ক্ষেত্রে প্ররোচনা একটি মৌলিক গুণ হিসেবে বিবেচনা করা হয়ে থাকে। ব্যবসায়িক পরিভাষায় এই প্ররোচনাকে বিক্রয়িকতা নামে অভিহিত করা হয়ে থাকে। ভাল ফল লাভের জন্য যোগাযোগে প্ররোচনামূলক উপাদান থাকা বাঞ্ছনীয়।

৯। স্পষ্টতা: আদর্শ যোগাযোগের আবশ্যিকীয় গুণ হিসেবে বক্তব্যের সুস্পষ্টতাও বিবেচ্য। যোগাযোগকারীর ধারণাকে দ্ব্যর্থহীনভাবে বার্তাগ্রাহকের নিকট প্রকাশ করার জন্য বক্তব্যের সুস্পষ্টতা অপরিহার্য।

১০। অনুবর্তন ব্যবস্থা : উত্তম যোগাযোগের আরেকটি পূর্বশর্ত হচ্ছে বার্তাগ্রাহকের নিকট হতে প্রত্যুত্তর প্রাপ্তি। একে যোগাযোগের ভাষায় অনুবর্তন বা ফলাবর্তন নামেও অভিহিত করা হয়।

উপসংহার: কার্যকরী ও উত্তম যোগাযোগ নিশ্চিত করতে পারলে প্রতিষ্ঠানের সফলতা আনয়ন সহজ হয়, আর এর জন্য যোগাযোগকারীকে চিন্তন, পরিকল্পনা, সময় বিবেচনা, নির্ভুলতা, সুস্পষ্টতা, সুনাম বজায় রাখা প্রভৃতি শর্ত মেনে চলতে হয়।

প্রশ্ন III ৩ III যোগাযোগের গুরুত্ব সংক্ষেপে আলোচনা কর। [বিএমটি-১০, ১৭, ১৮, ২২; কমার্স-১৪]

অথবা, ব্যবসায়িক যোগাযোগের গুরুত্ব আলোচনা কর। (বিএমটি-১৩, ১৯)

অথবা, ব্যবসায়িক যোগাযোগের প্রয়োজনীয়তা আলোচনা কর।

উত্তর: ভূমিকাঃ যোগাযোগ প্রক্রিয়ার সাথে মানুষের কার্যাবলি নিবিড়ভাবে সম্পৃক্ত। সামাজিক দল গঠনে যোগাযোগ ব্যবস্থার ভূমিকা সর্বজন স্বীকৃত। বাণিজ্যিক সংগঠনসমূহে যোগাযোগ ব্যবস্থা আরও গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করেছে। Dimock-এর ভাষায়, "একজন ব্যবস্থাপকের দক্ষতা এবং প্রতিপত্তি আংশিকভাবে একটি সুন্দর এবং সুষ্ঠু যোগাযোগ ব্যবস্থাপকের উপর নির্ভরশীল।" Koontz

বলেছেন, "ব্যবসায় পরিকল্পনার ব্যর্থতায় পর্যবসিত হওয়ার একমাত্র কারণ হচ্ছে পরিকল্পনা প্রসূত যোগাযোগের অনুপস্থিতি।" ভালভাবে কাজ করার ইচ্ছা থাকলেও একজন অনবহিত ব্যবস্থাপক বা কর্মচারী অবশ্যই অদক্ষ হবে। প্রকৃতপক্ষে ব্যবস্থাপনার ক্ষেত্রে যোগাযোগ একটি মৌলিক প্রক্রিয়া। এটি প্রতিটি ব্যক্তিজীবন ও সমাজের নিকট একটা সাধারণ প্রক্রিয়া হিসেবে বর্তমানে পরিগণিত। আধুনিক কারবারে যোগাযোগের গুরুত্ব বা ভূমিকা নিম্নে বর্ণনা করা হলঃ

১। লক্ষ্য অর্জনঃ যোগাযোগ সংগঠনের বিভিন্ন ব্যক্তি ও দলকে প্রাতিষ্ঠানিক লক্ষ্য অর্জনের জন্য সম্মিলিত প্রচেষ্টা নিয়োগ করতে সমর্থ করেছে। যোগাযোগের উপস্থিতির কারণেই প্রতিষ্ঠানের প্রতিটি কর্মী সার্বিক লক্ষ্য অর্জনের জন্য সচেষ্ট হয়।

২। পরিকল্পনা প্রণয়নঃ কারবার প্রতিষ্ঠানের পরিকল্পনা প্রণয়নে নানাবিধ তথ্য উপাত্ত ও মতামত সংগ্রহের প্রয়োজন হয়। যোগাযোগ ব্যবস্থার বিভিন্ন উৎস হতে প্রয়োজনীয় তথ্য সংগ্রহে ব্যবস্থাপনাকে সহায়তা করে থাকে।

৩। পরিকল্পনা বাস্তবায়ন : গৃহীত পরিকল্পনাসমূহ বাস্তবায়নের ক্ষেত্রে যোগাযোগের ভূমিকা অনস্বীকার্য। গৃহীত পরিকল্পনাসমূহ নির্বাহী ও কর্মীদের নিকট প্রেরণ করতে হয়। এসবের জন্য প্রয়োজন হয় সুষ্ঠু যোগাযোগ ব্যবস্থার।

৪। সমস্বয় সাধনঃ কারবারের লক্ষ্য অর্জনের জন্য প্রতিষ্ঠানের বিভিন্ন বিভাগের কাজের মধ্যে সমস্বয় সাধনের দরকার হয়। ব্যবস্থাপক নির্বাহী এবং কর্মীদেরকে সুসংগঠিত করে তাদের কাজের সমস্বয় সাধন করে থাকে।

৫। সংবাদের আদান-প্রদানঃ যোগাযোগ সংগঠনের প্রতিটি স্তর এবং ব্যক্তির মধ্যে প্রয়োজনীয় সংবাদের আদান-প্রদান করে থাকে। ফলে প্রতিষ্ঠানের কাজ অবাধ গতিতে চলতে পারে, প্রতিষ্ঠানের অগ্রগতি ত্বরান্বিত হয়।

৬। দক্ষতা বৃদ্ধি : যোগাযোগ কর্মীর দক্ষতা বৃদ্ধি করে, উত্তম যোগাযোগ ব্যবস্থা প্রতিষ্ঠানের কর্মরত কর্মীগণকে বিভিন্ন বিষয়ে ওয়াকিবহাল করে থাকে। ফলে কর্মীদের কাজের গুণগত মান বৃদ্ধি পায়, প্রতিষ্ঠানের উৎপাদনশীলতা বাড়ে।

৭। কার্য সন্তুষ্টির বিধানঃ যোগাযোগের সাহায্যে ব্যবস্থাপক এবং কর্মীদের ভিতর পারস্পরিক বিশ্বাস সৃষ্টি করা যেতে পারে। সংক্ষেপে বলা যায়, সুষ্ঠু যোগাযোগ ব্যবস্থা মানুষের ব্যক্তিগত ও সামাজিক চাহিদার সন্তুষ্টি বিধান করে এবং কাজের প্রতি তাদেরকে অনুপ্রাণিত করে তোলে।

৮। নেতৃত্বমূলক কার্যের ভিত্তিঃ নেতা এবং তার অনুগামী জনের মধ্যে যোগাযোগ ব্যতীত নেতৃত্বমূলক কার্য অসম্ভব। নেতা যোগাযোগের মাধ্যমে তার ধ্যানধারণা, অনুভূতি, পরামর্শ, সিদ্ধান্ত ইত্যাদি অনুগামীদের অবহিত করে তাদের প্রভাবিত করে থাকে। অনুরূপভাবে, অনুগামীরাও যোগাযোগের মাধ্যমে তাদের প্রত্যুত্তর, অনুভূতি, সমস্যা প্রভৃতি নেতার সমীপে পেশ করে থাকে।

৯। বুঝাপড়ার মাধ্যমে সহযোগিতাঃ কোন কার্যসম্পাদনের নিমিত্তে গ্রহণ করা উত্তম কার্য সম্বন্ধে সুষ্ঠু ধারণার উপরই পুরোপুরি নির্ভরশীল। যোগাযোগ কর্মচারীবৃন্দকে কার্য সম্বন্ধে অবহিত করে। ফলে, কর্মীগণ হাসিমুখে উক্ত কার্য বরণ করে নেয় এবং এটা সম্পাদনের জন্য সর্বাঙ্গিক প্রচেষ্টা চালায়।

১০। ব্যবস্থাপকীয় দক্ষতার উন্নয়ন : অন্যের চেষ্টা দ্বারা কার্যসম্পাদন করে নেয়াকে ব্যবস্থাপনা বলা হয় এবং যোগাযোগ ব্যবস্থাপনার ইচ্ছানুযায়ী কার্যসম্পাদন করতে কর্মীদেরকে উদ্বুদ্ধ করে থাকে। ফলে কাজ সুষ্ঠুভাবে সম্পাদিত হয়; আর এভাবেই ব্যবস্থাপকের দক্ষতাও উত্তরোত্তর বৃদ্ধি পায়।

১১। অনুসন্ধান ও গবেষণাঃ আধুনিক কারবারি বিশ্ব জটিল এবং প্রতিযোগিতামূলক। প্রতিযোগিতামূলক কারবারি বিশ্বে টিকে থাকতে হলে কারবারি প্রতিষ্ঠানকে প্রতিযোগিতায় এবং ক্রেতা সাধারণের সম্পর্কে বিস্তারিত তথ্য সংগ্রহ করতে হয়। সু যোগাযোগ ব্যবস্থা চালু থাকলে ব্যবস্থাপক বাজার গবেষণার সাহায্যে এসব বিষয়ে প্রয়োজনীয় তথ্য সংগ্রহ করতে সক্ষম হয়। এসব তথ্য সঠিক সিদ্ধান্ত গ্রহণে সাহায্য করে।

প্রশ্ন ৪ মৌখিক ও লিখিত যোগাযোগ পদ্ধতির পার্থক্য আলোচনা কর। [বিএমটি-১০, ১২, ১৪, ১৬, ২২; কমার্স-১১] অথবা, মৌখিক ও লিখিত যোগাযোগের মধ্যে পার্থক্য লেখ। [বিএমটি-২০১৮]

উত্তরঃ ভূমিকাঃ সামাজিক জীব হিসেবে মানুষের অস্তিত্ব রক্ষার স্বার্থে মানুষকে সমাজবদ্ধ হয়ে বসবাস করতে হয়। বিভিন্ন প্রয়োজনে মানুষের একই সমাজের অভ্যন্তরে সদস্যদের সাথে ভাবের আদান-প্রদানের প্রয়োজনে যোগাযোগের উদ্ভব হয়েছে। সাধারণত যোগাযোগ বলতে ভাব বিনিময় বা আদান-প্রদানকে বুঝানো হয়। আবার যে পদ্ধতি অবলম্বন করে মানুষ তার মনের ভাব 'আদান-

প্রদান করে থাকে তাকে যোগাযোগ পদ্ধতি বলে। যোগাযোগ পদ্ধতির দুটি বিশেষ রূপ হল মৌখিক যোগাযোগ এবং লিখিত যোগাযোগ। যোগাযোগ পদ্ধতির দু'টি অংশ হওয়া সত্ত্বেও এদের মধ্যে কিছু পার্থক্য পরিলক্ষিত হয়।

- লিখিত ও মৌখিক যোগাযোগের পার্থক্যঃ নিম্নে মৌখিক ও লিখিত যোগাযোগ পদ্ধতির মধ্যে পার্থক্য আলোচনা করা হল:

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 যোগাযোগে সংরক্ষণ করা সম্ভব হয় না বলে তা ভবিষ্যতে প্রমাণ করা কষ্টকর।	লিখিত যোগাযোগে 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।

অধ্যায় -৩ যোগাযোগের কৌশল

সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন উত্তর

প্রশ্ন ১ বাচনিক যোগাযোগ বলতে কী বুঝ?

উত্তর: ভূমিকা: মৌখিক কথা-বার্তার মাধ্যমে যে যোগাযোগ স্থাপন করা হয় তাকে বাচনিক বা মৌখিক যোগাযোগ বলে। বাচনিক বা মৌখিক যোগাযোগ আধুনিক যোগাযোগ ব্যবস্থারই একটি মাধ্যম বা কৌশল। মূলত বাচনিক বা মৌখিক কথাবার্তার মাধ্যমে স্থাপিত যোগাযোগকে বাচনিক বা মৌখিক যোগাযোগ বলা হয়। সাধারণত এটি অলিখিত মৌখিক ভাব বা অভিপ্রায় প্রকাশ। বাচনিক যোগাযোগের মাধ্যমে বার্তা বা সংবাদের সরাসরি আদান-প্রদান হয়ে থাকে।

সংক্ষিপ্ত অর্থে: মৌখিক কথাবার্তার মাধ্যমে যে যোগাযোগ স্থাপন করা হয় তাকে মৌখিক বা বাচনিক যোগাযোগ বলা হয়। এয়ে অলিখিত মৌখিক অভিব্যক্তিও বলা হয়। কেননা, এখানে শব্দের ব্যবহার লিখিতভাবে না হয়ে মৌখিকভাবে হয়ে থাকে। ব্যাপক

অর্থে: বাচনিক যোগাযোগ সরাসরি আলোচনা ও কথাবার্তার মাধ্যমেই সাধারণত সংঘটিত হয়ে থাকে। বর্তমান কালে ব্যবসা-বাণিজ্যে বাচনিক যোগাযোগ একটি বহুল আলোচিত যোগাযোগ ব্যবস্থা। বেতার, টেলিফোন, টেলিভিশন, কথোপকথন, সাক্ষাৎকার, বক্তৃতা ইত্যাদির সাহায্যে তথ্য বা ভাব বিনিময় বাচনিক যোগাযোগের মাধ্যম হিসেবে কাজ করে। বার্তাপ্রেরকের অভিব্যক্তি, মনোভাব, বক্তব্য ইত্যাদি বার্তাপ্রাপককে জানানোর কার্যকরী ফলপ্রসূ উপায় হচ্ছে বাচনিক যোগাযোগ। উপসংহার: পরিশেষে উপরিউক্ত আলোচনার পরিপ্রেক্ষিতে স্পষ্টতই বুঝা যায়, যে যোগাযোগের মাধ্যমে বার্তাপ্রাপক ও প্রেরকের বক্তব্য বা প্রকাশিত বিষয়বস্তু বুঝতে পারা এবং তাৎক্ষণিক প্রতিক্রিয়া কী তা জানা যায় তাকে বাচনিক যোগাযোগ বলে।

প্রশ্ন ৯২ বাচনিক যোগাযোগের সহজ মাধ্যম কী?

উত্তর: মৌখিক কথাবার্তার মাধ্যমে যে যোগাযোগ স্থাপন করা হয় তাকে মৌখিক যোগাযোগ বলে। এটি বার্তাপ্রেরক এবং বার্তাপ্রাপকের মধ্যে ভাব, অনুভূতি, তথ্য বা সংবাদের সরাসরি মাধ্যম। বাচনিক যোগাযোগের সহজ মাধ্যম হল:

(i) কথোপকথন, (ii) সাক্ষাৎকার, (iii) বেতার, (iv) টেলিফোন, টেলিভিশন ইত্যাদি।

প্রশ্ন ৯৩ বাচনিক যোগাযোগের ফলে কীভাবে সময়ের অপচয় কম হয়?

উত্তর: ভূমিকা: মৌখিক কথাবার্তার মাধ্যমে যে যোগাযোগ স্থাপন করা হয় তাকে বাচনিক যোগাযোগ বলে। বাচনিক যোগাযোগে সাধারণত সময়ের অপচয় কম হয়ে থাকে।

নিম্নে বাচনিক যোগাযোগের ফলে কীভাবে সময়ের অপচয় কম হয় তা দেয়া হল:

১। বাচনিক যোগাযোগ সরাসরি বার্তাপ্রেরক ও গ্রাহকের মধ্যে সাধিত হয়, সেজন্য সময়ের অপচয় কম হয়।

২। এ যোগাযোগের কোন প্রকার আনুষ্ঠানিকতার প্রয়োজন হয় না।

৩। এ যোগাযোগের মাধ্যমে বর্তমানে আধুনিক কলাকৌশল বা প্রযুক্তির সাহায্যে অতি দ্রুত দূর-দূরান্তের গ্রাহকের সাথে তথ্য বিনিময় করা এবং গ্রাহকের উত্তরও সাথে সাথে জানা যায়, সেজন্য বাচনিক যোগাযোগে সময়ের অপচয় কম হয়।

উপসংহার: পরিশেষে উপরিউক্ত আলোচনার পরিপ্রেক্ষিতে বলা যায় যে, বার্তাপ্রেরকের অভিব্যক্তি, মনোভাব, বক্তব্য ইত্যাদি বার্তাপ্রাপককে জানানোর কার্যকরী ও ফলপ্রসূ উপায় হচ্ছে বাচনিক যোগাযোগ। এ যোগাযোগে সবচেয়ে সময়ের অপচয় কম হয়।

প্রশ্ন ৯৪ কোন ধরনের যোগাযোগ তাৎক্ষণিক উত্তর বা প্রতিক্রিয়া পাওয়া যায়?

উত্তর: আমরা জানি যে, মৌখিক কথাবার্তার মাধ্যমে যে যোগাযোগ স্থাপন করা হয় তাকে মৌখিক বা বাচনিক যোগাযোগ নামে অভিহিত করা হয়। বাচনিক যোগাযোগে বার্তাপ্রেরক ও গ্রাহকের মধ্যে সামনা-সামনি কথোপকথন হয়, সেজন্য সময়ের অপচয় কম হয়। ফলে, এ ধরনের যোগাযোগের তাৎক্ষণিক উত্তর বা প্রতিক্রিয়া পাওয়া যায়।

প্রশ্ন ৯৫ অশিক্ষিত বা অল্প শিক্ষিত লোকদের সাথে কোন ধরনের যোগাযোগ সুবিধাজনক?

উত্তর: যেহেতু বাচনিক যোগাযোগের মাধ্যমে কোন লেখালেখির প্রয়োজন হয় না সেহেতু অশিক্ষিত লোক বা অল্প শিক্ষিত লোকদের সাথে বাচনিক যোগাযোগ সুবিধাজনক।

প্রশ্ন ৯৬ শ্রবণ বলতে কী বুঝ?

উত্তর: শ্রবণ বা শোনা হচ্ছে দৈহিক ইন্দ্রিয়ের সাথে জড়িত একটি কার্যকরী পদ্ধতি যার উপর ভিত্তি করে মানুষের জ্ঞান বুদ্ধির বিকাশ লাভ ও মন মেজাজের চিন্তা শক্তির উন্নতি হয়।

প্রশ্ন ৯৭ জটিল বিষয় আলোচনার সময় শ্রোতার কী করা উচিত?

উত্তর: কোন জটিল বিষয় আলোচনার সময় শ্রোতার মনোযোগ সহকারে শোনা উচিত এবং যে কোন গুরুত্বপূর্ণ কথা বলার সময় তা অতি যত্ন সহকারে বিশেষভাবে উপস্থাপন করা উচিত।

প্রশ্ন ৯৮ শ্রবণ কৌশল বা শ্রবণ যোগাযোগ কী? [বিএমটি-১১, ১৪, ১৫]

অথবা, শ্রবণ কৌশল বলতে কী বুঝ? [বিএমটি-২০১৮]

উত্তর: শ্রবণ কৌশল বা শ্রবণ যোগাযোগ: 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 তুলনামূলকভাবে অন্যান্য পদ্ধতি অপেক্ষা অধিক কার্যকর ও ফলপ্রসূ। তবে এ পদ্ধতি ব্যয়বহুল। যেমন- টিভি স্ক্রীনে লেখা পড়া যায় আবার কানে শব্দও শ্রবণ করা যায়।

রচনা মূলক প্রশ্ন উত্তর

প্রশ্ন ১ ১ বাচনিক যোগাযোগের নীতি বা কৌশলসমূহ আলোচনা কর। [কমার্স-১১] অথবা, বাচনিক যোগাযোগের কৌশলগুলো লেখ। [বিএমটি-১৩, ১৯]

উত্তর: ভূমিকা: নীতি 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 হলঃ

- (i) **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।
- (ii) **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।
- (iii) **গুরুত্ব আরোপ:** গুরুত্ব আরোপ বাচনিক যোগাযোগের অন্যতম নীতি। সবসময় মূল বিষয়বস্তুর উপর বেশি গুরুত্ব আরোপ করে বক্তার বক্তব্য প্রদান করতে হবে।
- (iv) **ঐক্য ও সংহতি:** বক্তার বক্তব্যের মধ্যে উদ্দেশ্যের সাথে সংগতি রেখে শ্রোতার নিকট তা উপস্থাপন করতে হবে।
- (v) **সহজাত :** বার্তাপ্রাপকের যোগ্যতা, দক্ষতা ও অভিজ্ঞতার উপর দৃষ্টি রেখে সহজ, সরল ও স্পষ্টভাবে বক্তাকে তার বক্তব্য প্রদান করতে হবে।
- (vi) **বক্তব্য রচনা:** বক্তব্যকে ফলপ্রসূ করতে হলে বক্তব্য পেশের পূর্বেই সুন্দর ভাষা ব্যবহারের মাধ্যমে বক্তব্যের বিষয়বস্তু রচনা করতে হবে।
- (vii) **সঠিক উপস্থাপন:** বাচনিক যোগাযোগের বক্তব্য সঠিক ও নিপুণ উপস্থাপন করার জন্য বিষয়বস্তু লিখিত হওয়া বাঞ্ছনীয়।
- (viii) **স্বর নিয়ন্ত্রণ:** বাচনিক যোগাযোগ একটি কলা। সেজন্য বক্তাকে অবশ্যই ভাল কণ্ঠস্বরের অধিকারী হতে হবে।
- (ix) **আবেগ নিয়ন্ত্রণ:** বাচনিক যোগাযোগের অন্যতম আরেকটি উল্লেখযোগ্য নীতি হল বক্তার ব্যক্তিগত অনুভূতি নিয়ন্ত্রণ করা।
- (x) **আইনসম্মত :** বাচনিক যোগাযোগে আরেকটি কৌশল হল বক্তার বক্তব্য যেন আইন বিরোধী না হয় সেদিকেও নজর রাখতে হবে।
- (xi) **অঙ্গসঞ্চালন নিয়ন্ত্রণ:** বক্তার বক্তব্য প্রদানের সময় অযথা যাতে অঙ্গসঞ্চালন না হয় সেদিকে লক্ষ্য রাখতে হবে। (xii) **ব্যক্তিত্ব বজায়:** বক্তার বক্তব্য আকর্ষণীয় ও কার্যকর করে তোলার জন্য বক্তার ব্যক্তিত্ব একটি গুরুত্বপূর্ণ উপাদান।
- (xiii) **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।

প্রশ্ন ২ ২ ফ্যাক্স বলতে কী বুঝ? ফ্যাক্সের সুবিধাসমূহ কী কী? [বিএমটি-১১, ১৪, ১৫, ১৭]



উত্তর: ভূমিকা: বর্তমানে FAX ও অন্যান্য যোগাযোগ যন্ত্র উদ্ভাবন হওয়ার ফলে টেলিক্সের ব্যবহার ধীরে ধীরে কমে আসছে। অপর প্রান্তে টেলিপ্রিন্টার অপারেটরের অবর্তমানেও টেলিপ্রিন্টারের সাহায্যে বার্তা বা সংবাদ প্রেরণ করা যায়। স্বল্প সময়ে, স্বল্প খরচে পৃথিবীর যে কোন স্থানে লিখিত বার্তা বা সংবাদ আদান-প্রদান করার সুযোগ থাকার কারণে বিভিন্ন ব্যবসায় প্রতিষ্ঠান সংবাদ সংস্থা, স্টক এক্সচেঞ্জে এর ব্যবহার দেখা যায়। নিম্নে এ সম্পর্কে আলোকপাত করা হল:

ফ্যাক্স (FAX): সংবাদ বা তথ্য বা বার্তা, ছবি, লেখচিত্র, নানাবিধ ডায়াগ্রাম ইত্যাদি রেডিও তরঙ্গ বা টেলিফোনের সাহায্যে অন্যত্র দ্রুত প্রেরণ পদ্ধতিকে ফ্যাক্স বলা যায়। নিম্নে এর সুবিধা সম্পর্কে আলোচনা করা হল:

আধুনিক কালে অতি অল্প সময়ে এবং অতি অল্প খরচে সংবাদ বা বার্তা আদান-প্রদান করার জন্য বিভিন্ন অফিস, সংবাদ সংস্থা ও বাণিজ্যিক প্রতিষ্ঠানে ফ্যাক্সের বহুল ব্যবহার দেখা যায়। পৃথিবীর যে কোন স্থানে লিখিত দলিলপত্র, চুক্তিপত্র, সংবাদ বা তথ্য আদান-প্রদান করা যায়। FAX এর মাধ্যমে প্রেরিতব্য বার্তা বা ছবি বা নকশা কাগজে লিখে বা টাইপ করে পত্রাকারে এ প্রান্তের Fax মেশিনে ঢুকালে তার অনুলিপি বা প্রতিলিপি অপর প্রান্তের ফ্যাক্স মেশিনে ছাপা হয়ে বের হবে। ব্যাপারটা অনেকটা ফটোস্ট্যাট মেশিনের মতো ভিতরে দেয়া কাগজের ফটোকপি করা হয়।

উপসংহার: ফ্যাক্স হল তাই বার্তা প্রেরণের একটি অত্যাধুনিক মাধ্যম। এটি মানুষের জীবনকে আধুনিকতার রূপ দিয়েছে।

অধ্যায় -৫ যোগাযোগ প্রতিবন্ধকতা

সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন উত্তর

প্রশ্ন ১ ফলপ্রসূ যোগাযোগের সংজ্ঞা দাও। [বিএমটি-১০, ১২, ১৬, ২২]

অথবা, ফলপ্রসূ যোগাযোগ বলতে কী বুঝ? [বিএমটি-১৩]

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।

প্রশ্ন ২ যোগাযোগ প্রতিবন্ধকতা বলতে কী বুঝ?

উত্তর: 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।"

প্রশ্ন ৩ ফলাবর্তন বলতে কী বুঝায়? [বিএমটি-২০১৭, ২২]



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।

প্রশ্ন ৯৪ প্রকাশনা কীভাবে কার্যকরী যোগাযোগ স্থাপনে সহায়তা করে?

উত্তর: প্রকাশনার মাধ্যমে ফলপ্রসূ যোগাযোগে অংশগ্রহণ করা যায়। বিভিন্ন প্রকাশনা যোগাযোগের একটি বাস্তব স্থাপনা অধিষ্ঠিত হতে পারে। প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য, উদ্দেশ্য ও ভবিষ্যৎ কর্মপরিকল্পনা কর্মচারীদেরকে অবহিত করার জন্য ম্যাগাজিন, পত্রিকা ও পুস্তিকা প্রকাশ করা যায়। এসব ম্যাগাজিন, পত্রিকা ও পুস্তিকায় কর্মচারীগণ যোগাযোগ ব্যবস্থার উন্নয়নে নিজস্ব মতামত, সুপারিশ ও উন্নয়নের পন্থা সম্পর্কে মত ব্যক্ত করতে পারে।

পরিশেষে উপরিউক্ত আলোচনা থেকে প্রতীয়মান হয় যে, এভাবে প্রকাশনা কার্যকরী যোগাযোগ স্থাপনে সহায়তা করে।

প্রশ্ন ৯৫ বাংলাদেশের যোগাযোগ ব্যবস্থার সমস্যাগুলো কী কী? [বিএমটি-১৩]

উত্তর: ভূমিকা: সাধারণত যে-কোন যোগাযোগ ব্যবস্থার একটি লক্ষ্য বা উদ্দেশ্য থাকে। ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানসমূহের চালিকা শক্তি বা হাতিয়ার হল যোগাযোগ। সুষ্ঠু ও দক্ষ যোগাযোগ ব্যবস্থা ছাড়া কোন প্রতিষ্ঠান সাফল্য লাভ করতে পারে না। যোগাযোগ ব্যবস্থা উন্নত না হলে প্রতিষ্ঠান তার অভীষ্ট 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 হল:

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

১৪। বেতন বৈষম্য

১৫। ফলাবর্তন বা অনুবর্তন প্রক্রিয়ার অভাব

১৬। পরিবর্তন ঠেকানোর প্রবণতা।

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।

অধ্যায় -৬ ব্যবসায়িক পত্র লিখন ও প্রকারভেদ

সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন উত্তর

প্রশ্ন ১ পত্র রচনা করার সময় পত্রকে বিভিন্ন অংশে বিভক্ত করার উদ্দেশ্য কী? [বিএমটি-১৫]

উত্তর: পত্র রচনার সময় পত্রকে বিভিন্ন অংশে বিভক্ত করা হয়। ব্যবসায়িক পত্রকে সুন্দর, গ্রহণযোগ্য, সাবলীল ও আকর্ষণীয় করে তোলার জন্য এবং সৌন্দর্যের খাতিরে একে বিভিন্ন অংশে ভাগ করে সুশৃঙ্খলভাবে মুসাবিধা করা হয়।

প্রশ্ন ২ ব্যবসায়িক পত্রকে কয়টি অংশে ভাগ করা হয়?

অথবা, ব্যবসায়িক পত্রের কয়টি অংশ ও কী কী?



উত্তর: ব্যবসায়-বাণিজ্য সংক্রান্ত বিষয়ে মনের ভাব প্রকাশের জন্য যে পত্র ব্যবহৃত হয় তাকে ব্যবসায়িক পত্র বলে। ব্যবসায়িক পত্রকে চারটি অংশে ভাগ করা যায়। যথাঃব্যবসায়িক পত্র

- | | |
|-------------------------------|---------------------|
| (১) শিরোনাম Heading | (২) প্রকল্প Opening |
| (৩) পত্রের বিষয়বস্তু Message | (৪) সমাপ্তি Closing |

এছাড়াও ব্যবসায়িক পত্রকে আরও বিভিন্ন অংশে ভাগ করা যায়। যেমন-

- | | |
|---------------|-------------------------|
| ১। শিরোনাম | ২। সূত্র, |
| ৩। তারিখ, | ৪। অভ্যন্তরীণ ঠিকানা, |
| ৫। সম্ভাষণ, | ৬। বিষয় শিরোনাম, |
| ৭। গভীর্বাংশ, | ৮। বিদায় সম্ভাষণ |
| ৯। স্বাক্ষর, | ১০। ক্রোড়পত্র ইত্যাদি। |

প্রশ্ন ১১ ও ১২ ব্যবসায়িক পত্রের প্রয়োজনীয়তা সংক্ষেপে আলোচনা কর। অথবা, বাণিজ্যিক পত্রের গুরুত্ব আলোচনা কর। [কমার্স-১০, ১১] অথবা, যোগাযোগের মাধ্যম হিসেবে বাণিজ্যিক পত্রের ভূমিকা আলোচনা কর [বিএমটি-১১]

অথবা, বাণিজ্যিক পত্রের সুবিধাসমূহ কী কী? [বিএমটি-১৬; কমার্স-১৩]

উত্তর: ভূমিকা : প্রাচীন কালের ব্যবসার প্রকৃতি, আয়তন, আওতা ও পদ্ধতির সাথে বর্তমান ব্যবসার কোন মিল নেই। সভ্যতা এবং বিজ্ঞানের অগ্রগতির সাথে ব্যবসা-বাণিজ্যের পরিধি বিশ্বময় সম্প্রসারিত হয়েছে। ব্যবসায়ের এ বিশ্বময় ব্যাপ্তি ও বিস্তৃতির পিছনে মুখ্য ভূমিকা রয়েছে ব্যবসায়িক পত্র যোগাযোগের। ব্যবসায়িক পত্র যোগাযোগ ছাড়া ব্যবসাক্ষেত্র অচল, ব্যবসায়িক পত্রের গুরুত্ব বা প্রয়োজনীয়তা সম্পর্কে প্রধান কয়টি বিষয় বা পয়েন্ট নিম্নে সংক্ষেপে আলোচনা করা হল:

ব্যবসায়িক পত্রের গুরুত্ব বা প্রয়োজনীয়তা বা সুবিধা:

- ১। সহজ যোগাযোগ মাধ্যম:** বর্তমান ব্যবসায়িক জগতে ব্যবসায়িক পত্র যোগাযোগ ব্যাপকভাবে প্রচলিত একটি সহজ মাধ্যম। এ মাধ্যমে অল্প সময়ে এবং কম খরচে পৃথিবীর যে কোন স্থানের সাথে যোগাযোগ স্থাপন করে ব্যবসায়িক সম্পর্ক উন্নয়ন ও ব্যবসা বৃদ্ধি করা সম্ভব।
- ২। বক্তব্য পেশ:** পত্রের মাধ্যমে বিভিন্ন বিষয়ে নির্ভুল, সুন্দর ও আকর্ষণীয় বক্তব্য উপস্থাপন, করা যায়। পত্রের মাধ্যমে ব্যবসায় সংক্রান্ত প্রতিষ্ঠানের বিভিন্ন বিষয় তুলে ধরা হয় বলে একে প্রতিষ্ঠানের নীরব দূত হিসেবে অভিহিত করা হয়।
- ৩। ব্যক্তিগত সাক্ষাতের নিশ্চয়োজনীয়তা:** এ ধরনের পত্রের প্রচলনের ফলে ব্যবসায়ীদেরকে ব্যবসায়ী কাজে পরস্পরের সাথে দূর-দূরান্তে গিয়ে ব্যক্তিগতভাবে দেখা করার প্রয়োজন হয় না। এ ধরনের পত্র সাক্ষাতের বিকল্প হিসেবে কাজ করে থাকে।
- ৪। ব্যবসায়িক সম্পর্ক স্থাপন:** ব্যবসায়িক পত্রে বিভিন্ন ব্যবসায় প্রতিষ্ঠান ও ব্যবসায়ীদের মধ্যে পারস্পরিক তথ্য আদান-প্রদানের ফলে ব্যবসায়িক সম্পর্ক সুদৃঢ় হয় এবং ব্যবসায়-বাণিজ্যের পরিধি সম্প্রসারিত হয়।
- ৫। চাহিদার সৃষ্টি:** ব্যবসায় পত্র, বিশেষ করে প্রচার মাধ্যম পণ্যের সেবা সম্পর্কে গ্রাহকদের অবহিত করে। ফলে পণ্যের চাহিদা বৃদ্ধি পায় এবং ব্যবসা সম্প্রসারিত হয় ও বিক্রয় বৃদ্ধি পায়।

উপসংহার: উপরিউক্ত আলোচনার পরিপ্রেক্ষিতে বলা যায় যে, আধুনিক ব্যবসায়-বাণিজ্যের বিভিন্ন কার্যাদি সম্পাদনে ব্যবসায়িক পত্রের প্রয়োজনীয়তা নিঃসন্দেহে অনস্বীকার্য। বাণিজ্যিক পত্র যোগাযোগ একটি নিরাপদ, নির্ভুল ও অত্যন্ত কার্যকরী মাধ্যম হিসেবে সর্বজনস্বীকৃত। এটি যোগাযোগ বাবদ অর্থ, শ্রম ও সময়ের মিতব্যয়িতা অর্জনের মাধ্যমে দ্রুত কারবার সম্প্রসারণে সাহায্য করে থাকে।

প্রশ্ন ১১ ও ১২ পত্রে সম্বোধনের পদ্ধতিগুলো আলোচনা কর। [বিএমটি-১১]



উত্তর: অভ্যন্তরীণ ঠিকানা অথবা দৃষ্টি আকর্ষণ Attention Line এর দু'লাইন নিচে এবং পত্রের বিষয়বস্তু বা বিষয় শিরোনামের দু'লাইন উপরে বামপাশের মার্জিন হতে অভিবাদন বা সম্ভাষণসূচক শব্দগুলো শুরু করতে হয়। সরলীকরণ স্টাইল ছাড়া সকল স্টাইলে সম্বোধন বা সম্ভাষণ ব্যবহার করতেই হয়। প্রাপকের অবস্থাভেদে নিম্নবর্ণিত সম্বোধনগুলো ব্যবহার করা হয়।

প্রাপক ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের নাম হলে এবং সম্পর্ক ঘনিষ্ঠ হলে প্রিয় জনাব/প্রিয় মহাশয়/Dear Madam ইত্যাদি এবং প্রাপক ঘনিষ্ঠ না হলে সম্বোধন জনাব/মহাশয়/ Sir/Madam ইত্যাদি ব্যবহার করা হয়। প্রাপক একাধিক ব্যক্তি হলে সম্বোধন ভদ্র মহাশয়গণ/ ভদ্রমহিলাগণ/Messrs/Messieurs/ সুধীবৃন্দ ইত্যাদি ব্যবহার করা হয়। প্রাপক বিশেষ পদবির অধিকারী হলে সম্বোধন Dr. Ashraf/ Professor Sharif ইত্যাদি ব্যবহার করতে হয়।

রচনা মূলক প্রশ্ন উত্তর

প্রশ্ন // ১ **একটি আদর্শ বাণিজ্যিক পত্রের বৈশিষ্ট্যগুলো আলোচনা কর। [বিএমটি-১২, ১৩, ১৪, ১৫, ১৬, ১৯, ২২]**

অথবা, **উত্তম বাণিজ্যিক পত্রের বৈশিষ্ট্যগুলো আলোচনা কর। [কমার্স-১৩]** অথবা, **একটি উত্তম বাণিজ্যিক পত্রের বৈশিষ্ট্যগুলো কী কী? [কমার্স-১৪]**

উত্তর: উত্তম বাণিজ্যিক পত্রের গুণাবলি বা বৈশিষ্ট্যঃ 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 যেসকল গুণ বা বৈশিষ্ট্য থাকতে হয় তা নিম্নে আলোচনা করা হলো-

১। নির্দিষ্ট আজিক 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। সুপরিষ্কারতা: একটি উত্তম বাণিজ্যিক পত্র অবশ্যই সুপরিষ্কৃতভাবে 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 উদ্রেক 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 দ্ব্যর্থবোধক 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 উদ্রেক 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।

৯। **স্পষ্টতা:** বিষয়বস্তুর সুস্পষ্টতা উত্তম বাণিজ্যিক পত্রের অপরিহার্য বৈশিষ্ট্য। এজন্য উদ্দেশ্যের সুস্পষ্টতা থাকা যেমনি প্রয়োজন তেমন এমন ভাষা ও শব্দ ব্যবহার করা আবশ্যিক, যাতে তা পত্রের বক্তব্য সহজেই সুস্পষ্ট করে তোলে। Mr. Pillai Mr. Bagavathi-এর সপক্ষে বলতে গিয়ে বলেছেন, "Literary language should be avoided to create a clear and straightforward meaning."

১০। **সাবলীল ভাষা:** প্রকাশ ও প্রচারের প্রধান মাধ্যমই হলো ভাষা। এই ভাষা যত সহজ, সুন্দর ও সাবলীল হয়, বক্তব্যও তত বেশি আকর্ষণীয় ও শ্রুতিমধুর হয়। এরূপ পত্র যেহেতু বাণিজ্যিক প্রতিনিধির ভূমিকা পালন করে, তাই এটি সহজ অথচ আকর্ষণীয় ভাষায় রচনা করা উচিত। এজন্যই রলা হয়, "A personal meet can be substituted by a good letter written in good language."

১১। **ভুলত্রুটি মুক্ততা:** উত্তম বাণিজ্যিক পত্রের গুরুত্বপূর্ণ বৈশিষ্ট্য হলো তা অবশ্যই ভুলত্রুটি মুক্ত হতে হয়। বানান, শব্দ, ভাষা, সাজসজ্জা, গঠন রীতি ইত্যাদি সকল দিক হতেই এরূপ পত্র ভুলত্রুটি মুক্ত হলে তা পাঠকের নিকট পত্র লেখকের এবং তার প্রতিষ্ঠানের ভাবমূর্তি বৃদ্ধিতে সহায়তা করে।

১২। **যুক্তিযুক্ত উপস্থাপন:** আদর্শ বাণিজ্যিক পত্রের আরেকটি বড় গুণ হলো বক্তব্য ও বিষয়বস্তুর যুক্তিযুক্ত উপস্থাপন। সুন্দর উপস্থাপনার গুণে অনেক তুচ্ছ বিষয়ও আকর্ষণীয় হয়ে উঠে। আবার এলোমেলো ও অপরিকল্পিত উপস্থাপনার কারণে গুরুত্বপূর্ণ বিষয়ও তার গুরুত্ব হারিয়ে ফেলে। তাই পাঠকের অবস্থা বুঝে পরিকল্পিত উপায়ে পত্রের বিষয়বস্তুর যুক্তিযুক্ত উপস্থাপন করতে হয়।

প্রশ্ন ১ বাণিজ্যিক পত্র ও ব্যক্তিগতপত্রের মধ্যে পার্থক্য আলোচনা কর। [বিএমটি-২০১২,১৪]

অথবা, বাণিজ্যিক পত্র ও ব্যক্তিগতপত্রের মধ্যে পার্থক্য দেখাও। [বিএমটি-২০১৭,১৯,২৩]

উত্তর: ব্যক্তিগত পত্র ও বাণিজ্যিক পত্রের মধ্যে পার্থক্য:

অধ্যায় - ৭ বিভিন্ন প্রকার পত্র রচনা (বাংলা)

সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন উত্তর

প্রশ্ন ১ সরকারি পত্র বলতে কী বুঝায়?

অথবা, প্রাতিষ্ঠানিক পত্র বলতে কী বুঝায়?

উত্তর: সরকারি পত্র: সরকারি অফিস হতে অন্য কোন সরকারি অফিস বরাবর যে পত্র প্রেরিত হয় তাকে সরকারি পত্র বলে। এ পত্রে সাধারণত সংশ্লিষ্ট অফিসের নাম (যে অফিস থেকে পত্র প্রেরিত হয়) এবং যে কর্মকর্তার দ্বারা পত্র প্রেরিত হয় সেই কর্মকর্তার পদমর্যাদা উল্লেখ করা হয়। কোন সম্বোধন বা সমাপ্তি লেখা হয় না। যেমন- জেলা শিক্ষা অফিসার কর্তৃক প্রেরিত পত্র।

প্রশ্ন ২ চাকরির আবেদনপত্র রচনার বিবেচ্য বিষয়সমূহ লেখ। [বিএমটি-১০. ১৮]

অথবা, চাকরির দরখাস্ত করার সময় কী কী তথ্য সরবরাহ করা প্রয়োজন? অথবা, চাকরির আবেদনপত্র রচনায় বিবেচ্য বিষয়সমূহ কী কী? [বিএমটি-২০০৩, ১০, ১৬] অথবা, চাকরির আবেদনপত্র লেখার বিবেচ্য বিষয়সমূহ লেখ। [বিএমটি-২০১৮]

উত্তর: চাকরির আবেদনপত্রের রচনাকৌশল ও কৃতিত্বের উপর আবেদনকারীর চাকরি নির্ভর করে। তাই আবেদনপত্র অত্যন্ত যত্নসহকারে সুন্দরভাবে তৈরি করতে হয়। একটি সুন্দর আবেদনপত্র রচনার জন্য আবেদনকারীকে নিম্নোক্ত বিষয়গুলো বিবেচনা করা উচিত-

- ১। নিয়োগ বিজ্ঞপ্তি বা কর্মখালি সম্পর্কে ধারণা: আবেদনকারীকে সর্বপ্রথম তার প্রার্থীত পদের জন্য কর্মখালি বিজ্ঞপ্তি সম্পর্কে সঠিক ধারণা লাভ করতে হবে। এজন্য তাকে পত্রিকার সংবাদ বা সূত্রদাতা সম্পর্কে নিশ্চিতভাবে অবহিত হতে হবে।
- ২। যোগ্যতা যাচাই: কর্মখালি বিজ্ঞপ্তি সম্পর্কে অবহিত হওয়ার পর আবেদনকারীকে নিশ্চিত হতে হবে যে, ঐ পদের প্রয়োজনীয় যোগ্যতা তার আছে কি না।
- ৩। লিখন পদ্ধতি নির্বাচন: আবেদনপত্রটি হস্তলিখিত হবে না টাইপ করা হবে তা আবেদনকারীকে নির্বাচন করতে হবে। তবে নিয়োগকর্তা চাইলে সেক্ষেত্রে বাধ্যতামূলকভাবে স্বহস্তে আবেদনপত্র লিখতে হবে।
- ৪। কাঠামো নির্বাচন: আবেদনপত্রের কাঠামো কীরূপ হবে তা আবেদনকারীকে সুচিন্তিতভাবে নির্বাচন করতে হবে।
- ৫। বিষয় বিন্যাস: আবেদনপত্রের প্রতিটি বিষয়কে পরিকল্পিতভাবে বিন্যস্ত করতে হবে। এজন্য মূলবক্তব্যকে প্রয়োজনে ভিন্ন ভিন্ন অনুচ্ছেদে সুন্দর করে সাজাতে হবে।
- ৬। সঠিক কাঠামো: আবেদনপত্র রচনাকালে এর নির্দিষ্ট কাঠামো অনুসরণ করতে হবে।
- ৭। পদের নাম: যে পদের জন্য আবেদন করা হচ্ছে তার নাম আবেদনপত্রে স্পষ্টভাবে উল্লেখ করতে হবে। ৮। সূত্র উল্লেখ: আবেদনকারী কীভাবে কর্মখালি সম্পর্কে অবগত হয়েছে সে সূত্র আবেদনপত্রে পরিষ্কারভাবে উল্লেখ করতে হবে।
- ৯। শিক্ষাগত যোগ্যতা: আবেদনপত্রে প্রার্থীকে তার শিক্ষাগতযোগ্যতার সঠিক বিবরণ উপস্থাপন করতে হবে।
- ১০। অভিজ্ঞতা: আবেদনকারীর প্রার্থীত পদের কাজ সম্পর্কে কোনোরূপ পূর্ব অভিজ্ঞতা থাকলে তার বিশদ বিবরণ আবেদনপত্রে উল্লেখ করতে হবে।
- ১১। অতিরিক্ত যোগ্যতা: কাজের অভিজ্ঞতা ছাড়াও আবেদনকারীর অন্য কোনো বিশেষ দক্ষতা থাকলে তা নিয়োগ কর্তার অবগতির জন্য উল্লেখ করতে হবে।
- ১২। ঠিকানা: নিয়োগকর্তা যাতে প্রয়োজনে আবেদনকারীর সাথে যোগাযোগ করতে পারে সে উদ্দেশ্যে অবদানপত্রে তার স্থায়ী ও বর্তমান ঠিকানা উল্লেখ করতে হবে।
- ১৩। অনুসন্ধানের সূত্র: নিয়োগকর্তা যাতে আবেদনকারীর যোগ্যতা, সততা ও কর্মনিষ্ঠা সম্পর্কে প্রয়োজনে অনুসন্ধান করতে পারে সে উদ্দেশ্যে তার পরিচিত বিশিষ্ট এক বা একাধিক ব্যক্তির নাম ও ঠিকানা আবেদনপত্রে উল্লেখ করতে হবে।
- ১৪। বেতন : নিয়োগকর্তা বিজ্ঞপ্তিতে বেতন সম্পর্কে আবেদনকারীর জানতে চাইলে সেক্ষেত্রে অত্যন্ত সতর্কতার সাথে কাঙ্ক্ষিত বেতনের পরিমাণ উল্লেখ করতে হবে।

প্রশ্ন III ৩ III বাণিজ্যিক পত্র ও ব্যক্তিগত পত্রের মধ্যে পার্থক্য দেখাও [বিএমটি- ২০১৪,১৭, ১৯, ২৩, ২৪]

উত্তর: বাণিজ্যিক পত্র ও ব্যক্তিগত পত্রের মধ্যে পার্থক্য নিচে দেওয়া হলো:

পার্থক্যের বিষয়	ব্যক্তিগত পত্র	বাণিজ্যিক পত্র
প্রকৃতি	ব্যক্তিগত পর্যায়ে লেখা হয়, প্রকৃতি ব্যক্তিকেন্দ্রিক।	বস্তুভিত্তিক, অব্যক্তিক ও সার্বজনীন প্রকৃতির।
উদ্দেশ্য	আবেগ-অনুভূতি ও খবর বিনিময়ের উদ্দেশ্যে লেখা হয়।	ব্যবসায়িক স্বার্থসংশ্লিষ্ট বিষয়ে তথ্য বিনিময়ের উদ্দেশ্যে লেখা হয়।
শ্রেণিবিভাগ	ব্যক্তিগত পত্রকে বিভিন্ন শ্রেণিতে ভাগ করা হয় না।	বাণিজ্যিক পত্রকে বিভিন্ন শ্রেণিতে ভাগ করা হয়।
কাঠামো	নির্দিষ্ট কাঠামো অনুসরণ করা হয় না।	অবশ্যই নির্দিষ্ট কাঠামোর অনুসরণ করতে হয়।
পদ্ধতি	শুধুমাত্র প্রত্যক্ষ পদ্ধতিতে রচিত হয়।	প্রত্যক্ষ অথচ প্ররোচনামূলক পদ্ধতিতে রচিত হয়।
ভাষা	কাব্যিক ও অলংকারময় ভাষা ব্যবহৃত হয়।	স্পষ্ট ও সাবলীল ভাষা ব্যবহৃত হয়, কাব্যিক ভাষার স্থান নেই।
আয়তন	পত্রের আয়তন সাধারণত বড় হয়।	পত্র সংক্ষিপ্ত অথচ তথ্যবহুল হয়।

পরিধি	সুখ-দুঃখ, আবেগ, ধর্ম, রাজনীতি, সমাজসহ বিভিন্ন বিষয় স্থান পায়।	কেবল বাণিজ্যিক বিষয়াদি অন্তর্ভুক্ত হয়, এর পরিধি সংক্ষিপ্ত।
সম্ভাষণ	প্রাপকের মর্যাদা অনুযায়ী বিভিন্ন সম্ভাষণসূচক শব্দ ব্যবহৃত হয়।	নির্দিষ্ট রীতি অনুযায়ী সম্ভাষণসূচক শব্দ ব্যবহৃত হয়।
বিদায় ভাষণ	পত্র লেখক ও প্রাপকের সম্পর্কের ভিত্তিতে বিদায় ভাষণ নির্ধারিত হয়।	আনুষ্ঠানিকভাবে বিদায় ভাষণসূচক শব্দ ব্যবহৃত হয়।

⊕ চাকরির আবেদনপত্রের কতিপয় নমুনা ⊕

নমুনা-১ একটি ইন্সুরেন্স কোম্পানিতে সহকারী ম্যানেজার পদের জন্য আবেদনপত্র প্রণয়ন কর। [বিএমটি-১১, ২২] [বিএমটি-২০২৪]

অথবা, সহকারী ব্যবস্থাপক/ম্যানেজার পদের জন্য পত্রিকার বিজ্ঞাপনের প্রেক্ষিতে একটি আবেদনপত্র রচনা কর। [বিএমটি-১৭, ১৮]

উত্তর:

তারিখ:.....

মহাব্যবস্থাপক

ন্যাশনাল লাইফ ইন্সুরেন্স কোং লিঃ

৮৪ মতিঝিল বা/এ, ঢাকা

বিষয়: সহকারী ব্যবস্থাপক/ম্যানেজার পদে নিয়োগের জন্য আবেদন।

জনাব,

সবিনয় নিবেদন এই যে, গত ০৫/১১/২০১৮ ইং তারিখে 'দৈনিক নয়াদিগন্ত' পত্রিকায় প্রকাশিত বিজ্ঞপ্তির মাধ্যমে জানতে পারলাম যে, ন্যাশনাল লাইফ ইন্সুরেন্স কোম্পানিতে সহকারী ম্যানেজার পদে কিছুসংখ্যক লোক নিয়োগ করা হবে। আমি উক্ত পদের একজন প্রার্থী। আপনার সদয় বিবেচনার জন্য নিম্নে আমার জীবন বৃত্তান্ত পেশ করলাম:

- ১। নাম : তানজিনা আক্তার চৈতি।
- ২। পিতার নাম : হোসেন আহমেদ।
- ৩। মাতার নাম : শামীমা বেগম।
- ৪। স্থায়ী ঠিকানা : সাং অশ্বদিয়া, পোঃ আশার কোটা, নাঙ্গলকোট, কুমিল্লা।
- ৫। বর্তমান ঠিকানা : এ
- ৬। জন্ম তারিখ : ১০ জুলাই ১৯৯৩।
- ৭। জাতীয়তা : জন্মসূত্রে বাংলাদেশী।
- ৮। ধর্ম ও বর্ণ : ইসলাম 'সুন্নী'।
- ৯। মোবাইল নম্বর :
- ১০। শিক্ষাগত যোগ্যতা:

পরীক্ষার নাম	পরীক্ষার সাল	বোর্ড/বিশ্ববিদ্যালয়	বিভাগ/বিষয়	বিভাগ/শ্রেণি
এস.এস.সি	২০০৮	বাকাশিবো	বাণিজ্য	১ম বিভাগ
এইচ.এস.সি	২০১০	কুমিল্লা বোর্ড	ব্যবসায় ব্যবস্থাপনা	জি.পি.এ ৫
বি.কম (সম্মান)	২০১৪	জাতীয় বিশ্ববিদ্যালয়	ব্যবস্থাপনা	২য় শ্রেণি

১১। অভিজ্ঞতা : একটি আঞ্চলিক পর্যায়ে এন.জি. ওতে ৩ বছরের সহকারী ব্যবস্থাপক হিসাবে কাজের অভিজ্ঞতা।



অতএব, জনাবের নিকট আকুল আবেদন এই যে, আমি যাহাতে উক্ত পদে নিয়োগ পাইতে পারি তাহার বিহীত ব্যবস্থা দানে জনাবের মর্জি হয়।

আপনার বিশ্বস্ত,

তানজিনা আক্তার চৈতি

সংযুক্তিঃ

১। শিক্ষাগত যোগ্যতা সনদের সত্যায়িত ফটোকপিসমূহ। ২। দুইকপি পাসপোর্ট আকারের সত্যায়িত ছবি।

৩। কাজের অভিজ্ঞতা সনদের সত্যায়িত ফটোকপি।

নমুনা-২: একটি কলেজের ব্যবস্থাপনা বিভাগের প্রভাষক পদের জন্য আবেদনপত্র।

অথবা, সহকারী ব্যবস্থাপক পদের জন্য পত্রিকায় বিজ্ঞাপনের প্রেক্ষিতে একটি আবেদনপত্র রচনা কর। [বিএমটি-২০১২, ১৩]

[বিএমটি-২০১৭, ২২] অথবা, সহকারী হিসাবরক্ষক/ব্যবস্থাপক পদের জন্য চাকরির আবেদনপত্র আলাদাভাবে ছাপাতে হবে।

অথবা, সহকারী শিক্ষক পদের জন্য চাকরির আবেদনপত্র আলাদাভাবে ছাপাতে হবে।

অথবা, সংবাদপত্রে বিজ্ঞাপনের আলোকে হিসাব সহকারী পদের জন্য একটি আবেদনপত্র লেখ। [বিএমটি-২০১৯]

উত্তর:

তারিখ: ১৫ সেপ্টেম্বর, ২০.....

অধ্যক্ষ

কলারোয়া সরকারি কলেজ

কলারোয়া, সাতক্ষীরা

বিষয়: ব্যবস্থাপনা বিভাগের প্রভাষক পদের জন্য আবেদন।

জনাব,

বিগত ৫ সেপ্টেম্বর, ২০..... তারিখে প্রকাশিত 'দৈনিক ইত্তেফাক' পত্রিকা হতে জানতে পারলাম যে আপনার কলেজের ব্যবস্থাপনা বিভাগে একজন প্রভাষক নিয়োগ করা হবে। আমি উক্ত পদের একজন প্রার্থী। আপনার সদয় বিবেচনার জন্য নিচে আমার শিক্ষাগত যোগ্যতা ও জীবনবৃত্তান্ত উপস্থাপন করলাম-

১। নাম : আবদুর রশিদ

২। পিতার নাম : বাহার মিয়া

৩। মাতার নাম : সুলতানা রাজিয়া

৪। স্থায়ী ঠিকানা : গ্রামঃ+পোঃ মিরআলীপুর, থানাঃ বেগমগঞ্জ, জেলাঃ নোয়াখালী

৫। বর্তমান ঠিকানা : ঐ

৬। জাতীয়তা : বাংলাদেশি

৭। জন্ম তারিখ : ৪ জুন, ১৯..... ইং

৮। ধর্ম : ইসলাম

৯। বৈবাহিক অবস্থা : অবিবাহিত

১০। মোবাইল নং :

১১। শিক্ষাগত যোগ্যতা :

পরিক্ষার নাম	পাসের সাল	বোর্ড/বিশ্ববিদ্যালয়	প্রাপ্ত নম্বর/(GPA)
এস.এস.সি (বাণিজ্য)	২০.....	ঢাকা বোর্ড	৫.০০
এইচ.এস.সি (বিএমটি)	২০.....	ঢাকা বোর্ড	৫.০০



বিজনেস ইংলিশ এন্ড কমিউনিকেশন - ০২

১৬

বিকম(সম্মান) ব্যবস্থাপনা	২০.....	ঢাকা বোর্ড	২.৭০
এমকম(সম্মান) ব্যবস্থাপনা	২০.....	ঢাকা বোর্ড	৩.৪০

উপরিউক্ত তথ্যাবলি বিবেচনা সাপেক্ষে আমাকে আপনার প্রতিষ্ঠানে প্রভাষক হিসেবে নিয়োগ করলে আমি আমার কর্মদক্ষতা ও কর্মোদ্যোগ দ্বারা আপনার প্রত্যাশা পূরণে সদা সচেষ্ট থাকব।

বিনীত নিবেদক

আবদুর রশিদ

সংযুক্তি:

১। তিন কপি পাসপোর্ট সাইজের ছবি।

২। শিক্ষাগত যোগ্যতার সনদপত্রসমূহের সত্যায়িত ফটোকপি।

নমুনা-৩: একটি ইনসুরেন্স কোম্পানিতে সহকারী ম্যানেজার পদের জন্য আবেদনপত্র।[বিএমটি-২০১১, ২০১৪]

উত্তর:

তারিখঃ ২০ মার্চ, ২০.....

নির্বাহী পরিচালক

সোনালি ইনসুরেন্স কোম্পানি লিঃ

১০৩ মতিঝিল, ঢাকা-১০০০

বিষয়: সহকারী ম্যানেজার পদের জন্য আবেদন।

জনাব,

গত ১৫ মার্চ ২০..... তারিখের দৈনিক ইত্তেফাক পত্রিকায় প্রকাশিত বিজ্ঞপ্তির মাধ্যমে অবগত হলাম যে, আপনার প্রতিষ্ঠানে সহকারী ম্যানেজার পদে কিছু সংখ্যক উদ্যোগী ও নিষ্ঠাবান যুবককে শিক্ষানবিশ হিসেবে নিয়োগ করবেন। আমি উক্ত পদের জন্য একজন প্রার্থী। আমার যোগ্যতা, অভিজ্ঞতা ও অন্যান্য তথ্যাবলি নিচে উল্লেখ করা হলো-.

১। নাম : জসিম উদ্দীন

২। পিতার নাম : মোঃ আলমগীর হোসেন

৩। মাতার নাম : রাশেদা আক্তার

৪। বর্তমান ঠিকানা : ১১ সনাতন গড় ঝিগাতলা, ঢাকা-১২০৯, গ্রামঃ+পোঃ খলীসখালী, থানা: তাল্লা

৫। স্থায়ী ঠিকানা : ঐ

৬। জন্ম তারিখ : ১৭ আগস্ট ১৯.....

৭। জাতীয়তা : বাংলাদেশি

৮। ধর্ম : ইসলাম

৯। মোবাইল নম্বর :

১০। শিক্ষাগত যোগ্যতা :

পরিক্ষার নাম	পাসের সাল	বোর্ড/বিশ্ববিদ্যালয়	প্রাপ্ত নম্বর/(GPA)
এস.এস.সি (বাণিজ্য)	২০.....	ঢাকা বোর্ড	৫.০০
এইচ.এস.সি (বিএমটি)	২০.....	ঢাকা বোর্ড	৫.০০
বিকম(সম্মান) ব্যবস্থাপনা	২০.....	ঢাকা বোর্ড	২.৭০
এমকম(সম্মান) ব্যবস্থাপনা	২০.....	ঢাকা বোর্ড	৩.৪০

১১। অভিজ্ঞতা : পদ্মা ইন্সুরেন্স কোম্পানিতে ফিল্ড অফিসার হিসেবে ১৫/০৫/২০..... হতে বর্তমান সময় পর্যন্ত কাজ করে আসছি।

১২। ভাষা : বাংলা ও ইংরেজি ভাষায় দক্ষতার সাথে পড়তে, বলতে ও লিখতে পারি।

১৩। রেফারেন্স :

(ক) মোঃ গোলাম কবির প্রশাসনিক কর্মকর্তা ইবনে সিনা ডি.ল্যাব ৪৭ ধানমন্ডি, ঢাকা-১২০০৯

(খ) মোঃ আব্দুর রশিদ সিনিয়র অফিসার ইসলামী ব্যাংক বাংলাদেশ লিঃ এলিফ্যান্ট রোড শাখা, ঢাকা-১২০৫।

অতএব, উপরিউক্ত তথ্যাবলি সহানুভূতির সাথে বিচার-বিবেচনা করে উল্লিখিত পদে নিয়োগদান করলে আমি আমার দক্ষতা ও অভিজ্ঞতা প্রতিষ্ঠানের উন্নতিকল্পে প্রয়োগ করতে সচেষ্ট থাকব।

আপনার বিশ্বস্ত

মোঃ আলমগীর হোসেন

সংযুক্তিঃ

১। শিক্ষাগত যোগ্যতার সকল সার্টিফিকেটের সত্যায়িত ফটোকপি।

২। চারিত্রিক ও নাগরিকত্ব সনদের কপি।

৩। দুই কপি সত্যায়িত পাসপোর্ট সাইজের ছবি।

৪। অভিজ্ঞতা সার্টিফিকেট।

তথ্যানুসন্ধান পত্রের কতিপয় নমুনা

নমুনা-০১। কাল্পনিক নাম ঠিকানা ব্যবহার করে একটি ব্যক্তিগত তথ্যানুসন্ধানপত্র রচনা কর। [বিএমটি-২০১১, ১৪, ২২] [বিএমটি-২০২৪]

উত্তর:

প্রাইম ট্রেডিং কোং লিঃ

(সাধারণ ব্যবসায়ী)

(ব্যক্তিগত ও গোপনীয়)

৩৮ বাংলাবাজার, ঢাকা

তারিখঃ জুন ১৫, ২০.....

ব্যবস্থাপক

আজাদ বুকস প্যাভিলিয়ন উত্তরা, ঢাকা

আপনাদের প্রতিষ্ঠানের হিসাব সহকারী আওলাদ হোসেন আমাদের প্রতিষ্ঠানের সহকারী হিসাবরক্ষকের পদপ্রার্থী। তিনি পরিচয় সূত্র হিসেবে আপনাদের প্রতিষ্ঠানের নাম উল্লেখ করেছেন। জনাব আওলাদ হোসেন সম্বন্ধে নিম্নের তথ্যগুলো সরবরাহের জন্য আপনাদের অনুরোধ করছি।

১। কতদিন যাবৎ তিনি আপনাদের প্রতিষ্ঠানে কাজ করছেন

২। তার যোগ্যতা সম্বন্ধে আপনাদের মতামত কী এবং

৩। তিনি কেন অন্যত্র চাকরি খুঁজছেন।

আশা করি এই তথ্যগুলো ছাড়াও তার সম্বন্ধে আপনাদের জানা মতে অন্য যে-কোনো তথ্য আমাদের সরবরাহ করে বাধিত করবেন। আপনাদের সরবরাহকৃত যাবতীয় তথ্য গোপন রাখার প্রতিশ্রুতি দিচ্ছি। ভবিষ্যতে আমরাও আপনাদেরকে অনুরূপ সাহায্য ও সহযোগিতা করতে পারলে ধন্য হব। তাড়াতাড়ি উত্তর দানের জন্য সঙ্গে আমাদের ঠিকানা এবং ডাকটিকেট লাগানো খাম দেয়া হলো।

আপনার বিশ্বস্ত

খোরশেদ আলম

ব্যবস্থাপক

সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন উত্তর

প্রশ্ন ১ অনুসন্ধান পত্র রচনার সময় লক্ষণীয় বিষয়গুলো উল্লেখ কর।

উত্তর: ভূমিকা: যে কোন একটি ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠান অন্য ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের সাথে বাণিজ্যিক সম্পর্ক স্থাপনের উদ্দেশ্যে ঐ প্রতিষ্ঠানের পরিচিতি, সুনাম, আর্থিক সংগতি, সততা, তাদের উৎপাদিত দ্রব্যের গুণাগুণ ইত্যাদি জানার জন্য তৃতীয় কোন ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের নিকট যে পত্র লেখা হয় তাকে অনুসন্ধান পত্র বলে। বর্তমান কালে অনুসন্ধান পত্র অধিক জনপ্রিয়তা লাভ করেছে।

নিম্নে অনুসন্ধান পত্র রচনার সময় লক্ষণীয় বিষয়গুলো উল্লেখ করা হল:

- ১। অনুসন্ধান পত্র রচনার সময় চাকরির প্রার্থীর যোগ্যতা কতটুকু তা লক্ষ রাখতে হয়।
- ২। অনুসন্ধান পত্র রচনার সময় অনুসন্ধানকারীর নাম ও ঠিকানা এসব তথ্য ভাল করে লেখা আছে কি না তা লক্ষ রাখা হয়।
- ৩। নিরপেক্ষ তথ্য আছে কি না, অনুসন্ধান পত্র রচনার সময় তা লক্ষ রাখতে হয়।
- ৪। অনুসন্ধানকারীর উত্তর দেয়ার সুবিধার জন্য ঠিকানা লেখা ডাকটিকিট সংযুক্ত খাম রয়েছে কি না তাও অনুসন্ধান পত্র রচনার সময় লক্ষ রাখতে হয়।

৫। পত্রের শেষে প্রেরকের নাম ও ঠিকানা, স্বাক্ষর ঠিকমতো রয়েছে কি না অনুসন্ধান পত্র রচনার সময় এটি লক্ষ রাখতে হয়।

উপসংহারঃ পরিশেষে বলা যায় যে, উপরিউক্ত বিষয়গুলো বিবেচনা করে সবসময় অনুসন্ধান পত্র রচনা করতে হয়।

নমুনা-০২ মেসার্স তাজ এন্টারপ্রাইজ, মিরপুর, ঢাকা তোমার কোম্পানির সাথে ব্যবসায় করতে চায়। তার সম্পর্কে জানতে চেয়ে প্রিমা এন্টারপ্রাইজ ১০/৬ নিউমার্কেট, ঢাকা এর নিকট একখানা তথ্যানুসন্ধান পত্র লেখ। [বিএমটি-১০] অথবা, মেসার্স মমতাজ এন্টারপ্রাইজ ৮/৭ সাগরদাঁড়ি, যশোর তোমার কোম্পানির সাথে ব্যবসায় করতে চায়। তার সম্পর্কে জানতে চেয়ে জিম এন্টারপ্রাইজ ১০/১৭ নিউমার্কেট, যশোর এর নিকট একখানা তথ্যানুসন্ধান পত্র লেখ। অথবা, খুলনার ৮/৭ খলিশপুরের শাহীন এন্টারপ্রাইজ তোমার কোম্পানির সাথে ব্যবসা করতে চায়। তার সম্পর্কে জানতে চেয়ে সীমা এন্টারপ্রাইজ ১০/১৭ খলিশপুর, খুলনার নিকট একখানা তথ্য অনুসন্ধান পত্র লেখ। (কোম্পানির নাম ও ঠিকানা কাল্পনিক) (কমার্স-১০) কোং, রাজশাহী, [বিএমটি-১২]

অথবা, মেসার্স শাহীন এন্টারপ্রাইজ, উত্তরা, ঢাকা, তোমার সাথে ব্যবসা করতে চায়। তার সম্পর্কে জানতে চেয়ে আদিত্য অ্যান্ড সাহেববাজার, রাজশাহী এর নিকট একখানা অনুসন্ধান পত্র লেখ।

উত্তর:

মেসার্স রাফিবা এন্টারপ্রাইজ

তারিখ: জুলাই ১৮, ২০১৮

(পাইকারি কাপড় বিক্রেতা)

ম্যানেজার,

১০ ইসলামপুর, ঢাকা-১১০০

প্রিমা এন্টারপ্রাইজ'

১০/৬ নিউমার্কেট, ঢাকা

প্রিয় মহোদয়,

ঢাকা মিরপুরের তাজ এন্টারপ্রাইজ আমাদের সাথে ব্যবসায়িক সম্পর্ক গড়ে তুলতে গভীর ইচ্ছা প্রকাশ করেছে। পরিচয় সূত্র হিসেবে তারা উক্ত পত্রে আপনাদের নাম উল্লেখ করেছে।

তাজ এন্টারপ্রাইজ আমাদের নিকট, হতে প্রতি মাসে প্রায় ৫০ হাজার টাকার বিভিন্ন ধরনের কাপড় ধারে ক্রয় করতে ইচ্ছা প্রকাশ করেছে। কিন্তু তাদের সাথে আমাদের ইতোপূর্বে কোন লেনদেন হয় নি। এমতাবস্থায় তাদের আর্থিক সংগতি এবং



ব্যবসায়িক সুনাম সম্পর্কে বিস্তারিত বিবরণ আমাদের জানালে আমরা খুবই উপকৃত হব। মোটকথা, প্রতিমাসে তাদের সাথে ৫০,০০০/= টাকার লেনদেন ধারে করা সম্বন্ধে আপনাদের মতামত পেলে আমরা আপনাদের নিকট কৃতজ্ঞ থাকব।

আমরা আপনাদের এই মর্মে আশ্বাস দিচ্ছি যে, তাজ এন্টারপ্রাইজ এর ব্যবসায়িক সুনাম এবং আর্থিক সংগতি সম্পর্কিত আপনাদের দেয়া তথ্য সম্পূর্ণ গোপন রাখা হবে। ভবিষ্যতে আপনাদের অনুরূপ প্রয়োজনে আপনাদেরকে সার্বিক সহযোগিতা প্রদানে আমরা সদা প্রস্তুত থাকব।

ধন্যবাদান্তে

আপনাদের বিশ্বস্ত,

রেজাউল করিম

ব্যবস্থাপক

মূল্য অনুসন্ধান ও ফরমায়েশ পত্র

প্রশ্ন ১ ১ ফরমায়েশ পত্র কী? [বিএমটি-২০০৬, ১৬]

উত্তর: বিশেষ কোনো পণ্যদ্রব্য ক্রয় করার উদ্দেশ্যে ক্রেতা, বিক্রেতার নিকট যে পত্রের মাধ্যমে পণ্য সরবরাহের নির্দেশ দেয় বা অনুরোধ জানায়, তাকে ফরমায়েশ পত্র বলে। এর মাধ্যমে পণ্যের ক্রেতা, বিক্রেতা বা সরবরাহকারীকে নির্ধারিত মূল্যে তার প্রয়োজনীয় পণ্য সরবরাহের জন্য ফরমায়েশ প্রদান করে।

ফরমায়েশ প্রদানের পূর্বে ক্রেতা মূল্য জিজ্ঞাসা পত্রের মাধ্যমে তার দরপত্র আহ্বান করে পণ্যের মূল্য ও অন্যান্য শর্তাদি অবগত হয়। যদি পণ্য ও শর্তাদি তার নিকট গ্রহণযোগ্য হয় তবে সে পণ্য ক্রয়ের সিদ্ধান্ত গ্রহণ করে এবং পত্রের মাধ্যমে ফরমায়েশ প্রদান করে। অবশ্য ক্রেতা যদি একই বিক্রেতার নিকট হতে সব সময় পণ্য ক্রয় করে এবং পণ্যমূল্য ও অন্যান্য শর্তাদি সম্পর্কে অবহিত থাকে সেক্ষেত্রে মূল্য জিজ্ঞাসা পত্র বা দরপত্র আহ্বান না করেও সরাসরি পণ্য ক্রয়ের ফরমায়েশ প্রদান করে থাকে।

অতএব বলা যায়, যে পত্রের মাধ্যমে ক্রেতা নির্দিষ্ট পরিমাণ পণ্য তার নিকট প্রেরণের জন্য বিক্রেতা বা সরবরাহকারীর নিকট নির্দেশ দেয় বা অনুরোধ জ্ঞাপন করে, তাকে ফরমায়েশ পত্র বলে। এরূপ পত্রে ফরমায়েশকৃত পণ্যের বিবরণ, পরিমাণ, মূল্য, মূল্য পরিশোধ, পণ্য সরবরাহের তারিখ ও অন্যান্য শর্তাদি উল্লেখ করা হয়।

প্রশ্ন ২ ২ ফরমায়েশ পত্র রচনায় বিবেচ্য বিষয়াদি আলোচনা কর। [বিএমটি-২০০৫,০০৬, ১০, ১৬]

অথবা, ফরমায়েশ পত্র রচনার ক্ষেত্রে বিবেচ্য বিষয়গুলো কী কী? [বিএমটি-২০১৮]

উত্তর: ফরমায়েশ পত্রের মাধ্যমে পণ্যের বিক্রেতাকে নির্বাচিত কতিপয় পণ্য সরবরাহের জন্য অর্ডার দেয়া হয়। ক্রেতা যাতে ঘরে বসে তার কাক্ষিত পণ্য পেতে পারে সেদিকে লক্ষ রেখে ফরমায়েশ পত্র রচনা করা আবশ্যিক। একটি কার্যকর ফরমায়েশ পত্র রচনা জন্য যেসকল বিষয় গুরুত্ব সহকারে বিবেচনা করা দরকার সেগুলো নিচে উল্লেখ করা হলো-

- ১। পণ্যের বিবরণঃ ফরমায়েশ পত্রে কাক্ষিত পণ্যের পূর্ণ বিবরণ দিতে হবে। এতদুদ্দেশ্যে পত্র লেখক বা ক্রেতাকে পণ্যের নাম, পরিমাণ, গুণাগুণ, প্রকারভেদ, ডিজাইন ইত্যাদির সঠিক বর্ণনা পত্রে উল্লেখ করতে হবে।
- ২। উৎপাদন স্থানঃ অনেক সময় ক্রেতা বিশেষ স্থান বা দেশে উৎপাদিত পণ্য ক্রয়ের উদ্দেশ্যে ফরমায়েশ পত্র ব্যবহার করে। এক্ষেত্রে ক্রেতাকে তার কাক্ষিত পণ্যের উৎপাদন স্থানের নাম পত্রে উল্লেখ করতে হবে।
- ৩। দর উল্লেখঃ ফরমায়েশ পত্রে প্রস্তাবিত পণ্যের দর বা মূল্য উল্লেখ করতে হবে। অন্যথায় ভুল বুঝাবুঝি সৃষ্টি হতে পারে।
- ৪। পণ্য সরবরাহের সময়ঃ ফরমায়েশকৃত পণ্য কত তারিখের মধ্যে সরবরাহ দিতে হবে তা পত্রে সুস্পষ্টভাবে উল্লেখ করতে হবে।
- ৫। মূল্য পরিশোধ পদ্ধতিঃ ফরমায়েশকৃত পণ্য কত তারিখের মধ্যে সরবরাহ দিতে হবে তা পত্রে উল্লেখ করতে হবে।
- ৬। পণ্য পরিবহনঃ পণ্য পরিবহনের বিভিন্ন পথ আছে। কোন পথে পণ্য পরিবহন করতে হবে তা পত্রে উল্লেখ করতে হবে।

৭। পরিবহন ব্যয়ঃ ফরমায়েশকৃত পণ্যের পরিবহন ব্যয় কীভাবে সমন্বয় করা হবে, অর্থাৎ এটি FOB পদ্ধতি হবে, না CDO পদ্ধতি হবে তা পত্রে উল্লেখ করতে হবে।

৮। পণ্যের গন্তব্য স্থানঃ বিক্রেতা সংগঠন ফরমায়েশকৃত পণ্য কোন ঠিকানায় পাঠাবে তা উল্লেখ করতে হবে।

৯। অন্যান্য শর্তঃ উপরিউক্ত শর্তাদি ছাড়াও পণ্যের বিমাকরণ, মোড়কীকরণ, বিভাজন ইত্যাদি ব্যাপারে ক্রেতার কোনো বক্তব্য থাকলে তার বিশদ বর্ণনা ফরমায়েশ পত্রে তুলে ধরতে হবে।

প্রশ্ন II ৩ II ফরমায়েশ পত্রে কী কী বিষয় উল্লেখ থাকা আবশ্যিক বা উচিত? [বিএমটি-১০]

অথবা, ফরমায়েশ পত্র রচনার ক্ষেত্রে বিবেচ্য বিষয়গুলি কী কী? [বিএমটি-২০১৮]

অথবা, ফরমায়েশ পত্রে কী কী বিষয় উল্লেখ থাকে? [বিএমটি-১৬; কমার্স-১৪]

উত্তর: ফরমায়েশ পত্রের মাধ্যমে পণ্যের বিক্রেতাকে নির্বাচিত কতিপয় পণ্য সরবরাহের জন্য ক্রেতা অর্ডার দেয়। ক্রেতা যাতে ঘরে বসে তার কাক্ষিত পণ্য পেতে পারে সেদিকে লক্ষ রেখে ফরমায়েশ পত্র লেখা বা রচনা করা প্রয়োজন। একটি উত্তম বা ভাল ফরমায়েশ পত্র রচনা করার জন্য যে সকল বিষয় পত্রে উল্লেখ থাকা আবশ্যিক তা নিম্নে দেয়া হলঃ

১। পণ্যের বিবরণ : ফরমায়েশ পত্রে কাক্ষিত পণ্যের পূর্ণ বিবরণ দিতে হবে।

২। উৎপাদন স্থানঃ ক্রেতাকে তার প্রয়োজনীয় পণ্যের উৎপাদন স্থানের নাম পত্রে উল্লেখ করতে হবে। দেশে উৎপাদিত পণ্য না বিদেশি।

৩। দর উল্লেখঃ ভুল বোঝাবুঝির যাতে সৃষ্টি না হয় তার জন্য ক্রেতাকে ফরমায়েশ পত্রে প্রস্তাবিত পণ্যের দর বা মূল্য উল্লেখ করতে হবে।

৪। পণ্য সরবরাহের সময়ঃ ফরমায়েশকৃত পণ্য কত তারিখের মধ্যে সরবরাহ করতে হবে তা পত্রে সুস্পষ্টভাবে উল্লেখ করতে হবে।

৫। মূল্য পরিশোধ পদ্ধতিঃ পণ্যের মূল্য কখন এবং কীভাবে পরিশোধ করা হবে তা পত্রে উল্লেখ করতে হবে।

৬। পণ্য পরিবহনঃ পণ্য পরিবহনের অনেক পথ ও ট্রান্সপোর্ট এজেন্ট আছে। কোন পথে ও কোন ট্রান্সপোর্টে পণ্য পরিবহন করতে হবে তা অবশ্যই ক্রেতাকে ফরমায়েশ পত্রে উল্লেখ করতে হবে।

৭। পরিবহন ব্যয়ঃ ফরমায়েশকৃত পণ্যের পরিবহন ব্যয় কীভাবে সমন্বয় করা হবে বা পরিশোধ করা হবে তাও উল্লেখ করতে হবে।

৮। পণ্যের গন্তব্য স্থানঃ ফরমায়েশকৃত পণ্য কোন ঠিকানায় পাঠাতে হবে ক্রেতাকে তাও সুস্পষ্টভাবে পত্রে উল্লেখ করতে হবে।

৯। অন্যান্য শর্তঃ উপরিউক্ত শর্তাদি ছাড়াও পণ্যের বীমাকরণ, মোড়কীকরণ, বিভাজন ইত্যাদি ব্যাপারে ক্রেতার কোন বক্তব্য থাকলে তার বিশদ বর্ণনা অবশ্যই ফরমায়েশ পত্রে উল্লেখ করতে হবে।

উপরিউক্ত আলোচনার পরিপ্রেক্ষিতে বলতে পারি যে, ফরমায়েশ পত্রে অবশ্যই উপরিউক্ত বিষয়গুলোর উল্লেখ থাকা আবশ্যিক বা উচিত।

নমুনা-১: ফটোস্ট্যাট মেশিন, টাইপ রাইটার এবং কম্পিউটার সরবরাহের জন্য একটি ফরমায়েশ পত্র লিখ। [কমার্স-১১; বিএমটি-১৯, ২২] অথবা, তোমার কারবার প্রতিষ্ঠানের ১টি ফটোস্ট্যাট মেশিন এবং ৫টি কম্পিউটার সরবরাহের জন্য একটি ফরমায়েশ পত্র লিখ। [বিএমটি-১২] (কাল্পনিক নাম ঠিকানা ব্যবহার কর)

অথবা, কম্পিউটার প্রিন্টার ও ফটোস্ট্যাট মেশিন সরবরাহের জন্য একটি ফরমায়েশ পত্র লিখ। অথবা, তোমার কারবার প্রতিষ্ঠানের জন্য একটি ল্যাপটপ ও একটি ফটোস্ট্যাট মেশিন সরবরাহের জন্য একটি ফরমায়েশ পত্র লিখ। [বিএমটি-১৬, ১৮; কমার্স-১৩]

উত্তর: মেসার্স মালেক অ্যান্ড ব্রাদার্স

তারিখ: ১ জুন, ২০১৮

নিউমার্কেট, কুমিল্লা

ব্যবস্থাপক



বাংলাদেশ ট্রেডার্স

২৫ মতিঝিল, ঢাকা

বিষয়: মাল প্রেরণের জন্য ফরমায়েশ পত্র।

প্রিয় জনাব,

আপনাকে অত্যন্ত আনন্দের সাথে জানাচ্ছি যে, পত্র পাওয়া মাত্র নিম্ন তালিকাভুক্ত মেশিনপত্রগুলো সোনার বাংলা ট্রান্সপোর্টের মাধ্যমে পাঠিয়ে দিয়ে বাধিত করবেন।

মেশিনের তালিকা :

ক্রমিক নং	বিবরণ	পরিমাণ
০১	ফটোস্ট্যাট মেশিন	১ (এক) টি
০২	অপটিমা টাইপরাইটার প্রিন্টার	৫ (পাঁচ) টি
০৩	কম্পিউটার	৫ (পাঁচ) টি

মেশিনপত্রের সাথে বিল তৈরি করে পাঠিয়ে দিবেন। মাল পাওয়ার পর ব্যাংক ড্রাফটের মাধ্যমে আপনাদের মূল্য পরিশোধ করে দিব।

ধন্যবাদান্তে-

আপনার বিশ্বস্ত

এস. ইসলাম

ব্যবস্থাপক

প্রচারপত্র

প্রশ্ন ১/১ প্রচারপত্র বলতে কী বুঝায়? [বিএমটি-২০১৭, কমার্স-১০]

অথবা, প্রচারপত্র কী? [বিএমটি-১৩, ১৯]

অথবা, প্রচারপত্র কাকে বলে? [বিএমটি-১০, ১৫]

উত্তর: কোনো তথ্য বা সংবাদ প্রচারের উদ্দেশ্যে লিখিত পত্রকে সহজ অর্থে প্রচারপত্র বলে। ব্যবসা-বাণিজ্যের জগতে নানান কারণেই বিভিন্ন তথ্য বা সংবাদ ক্রেতা সাধারণ বা ব্যবসায় সংশ্লিষ্ট বিভিন্ন পক্ষকে জানানোর প্রয়োজন পড়ে। এই প্রয়োজন পূরণের জন্য ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের পক্ষ হতে ছাপিয়ে বা সাইক্লোস্টাইল করে যে পত্র বিভিন্ন স্থানে প্রেরণ বা বিলি করা হয়, তাই প্রচারপত্র নামে অভিহিত। অবশ্য পত্রপত্রিকায় বিজ্ঞাপন আকারেও এরূপ পত্র ছাপিয়ে প্রচার করা যায়। কোনো ব্যক্তি, বা অন্য কোনো প্রতিষ্ঠানও প্রচার পত্র তৈরি ও প্রচার করতে পারে।

নিম্নে প্রচারপত্রের কয়েকটি জনপ্রিয় সংজ্ঞার উল্লেখ করা হলো-

১। ড. অরুণ সান্যাল-এর মতে, "একটি প্রতিষ্ঠানের কোনো বিষয় সম্পর্কে জনগণ বা ক্রেতা সাধারণকে জানানোর উদ্দেশ্যে যে পত্র রচিত হয়, তাই প্রচারপত্র।"

২। অধ্যাপক এম. এল. রহমান-এর মতে, "প্রচারপত্র এমন এক ধরনের পত্র যার কপিসমূহ অনেক ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের নিকট প্রেরণ করা হয়।"

৩। Prof. W.J. Weston বলেন, "A circular letter is one which is meant to be read by a number of correspondents. It is of the nature of an advertisement and is usually a business announcement or an attempt to advance business." অর্থাৎ, "উল্লেখযোগ্য সংখ্যক পাঠক কর্তৃক পঠিত পত্রকে প্রচারপত্র বলে। যার প্রকৃতি বিজ্ঞাপন এবং ব্যবসায় ঘোষণার মতো বা ব্যবসায়ের অগ্রগতি সাধনের লক্ষ্যে বিশেষ প্রচেষ্টার অনুরূপ।"

সুতরাং কোনো ব্যক্তি অথবা বাণিজ্যিক বা অবাণিজ্যিক প্রতিষ্ঠান কর্তৃক নিজ সম্পর্কিত বিশেষ কোনো তথ্য বা সংবাদ জানিয়ে একটি নির্দিষ্ট শ্রেণি বা সর্বসাধারণের উদ্দেশ্যে যে লিখিত বা ছাপানো পত্র প্রেরণ করা হয়, তাকে প্রচারপত্র বলে। কোনো তথ্য জ্ঞাপন বা বাজার চাহিদা বৃদ্ধির লক্ষ্যে তথ্য প্রদান এর উদ্দেশ্য।

প্রশ্ন ১১ ২ ১১ প্রচার পত্রের গুরুত্ব বা প্রয়োজনীয়তা আলোচনা কর। [বিএমটি-১২, ১৩, ১৫, ১৭, ১৯; কমার্স-১০]

উত্তর: প্রচারপত্রের গুরুত্ব ও প্রয়োজনীয়তা: বর্তমান যুগ প্রচারের যুগ। তাই প্রচার ছাড়া বাণিজ্যিক বা অবাণিজ্যিক কোনো প্রতিষ্ঠানের পক্ষেই উদ্দেশ্যার্জন সম্ভব নয়। ব্যবসায়ের ক্ষেত্রে তথ্য বা সংবাদ অন্যদের নিকট তুলে ধরার ক্ষেত্রে প্রচারপত্র একটি অন্যতম মাধ্যম। নিম্নে এর গুরুত্ব ও প্রয়োজনীয়তা তুলে ধরা হলো-

- ১। সহজ ও সস্তা প্রচার মাধ্যম: প্রচারপত্র অত্যন্ত সহজ ও স্বল্প ব্যয়সাপেক্ষ প্রচার মাধ্যম। ছাপানো ও সাইক্লোস্টাইল করা প্রচারপত্র লোক মারফত বা ডাক মারফত সহজেই অন্যের নিকট পাঠিয়ে প্রয়োজনীয় তথ্য বা সংবাদ তুলে ধরা যায়।
- ২। পণ্য ও সেবার চাহিদা সৃষ্টি: প্রচারপত্রের সহজে ও সুন্দরভাবে ক্রেতা সাধারণের নিকট নতুন বা পুরাতন পণ্য ও সেবার গুণাগুণ তুলে ধরা যায় ও তাদেরকে তা ক্রয়ে উৎসাহিত করা যায়। এতে পণ্য ও সেবার চাহিদা বৃদ্ধি পায়।
- ৩। বাজার সম্প্রসারণ: প্রচারপত্র পাঠিয়ে দূরদূরান্তের ব্যাপক ক্রেতা সাধারণের নিকট সহজেই নিজস্ব পণ্য ও সেবার পরিচয় তুলে ধরা যায়। এতে বাজার সম্প্রসারিত হয় এবং বিক্রয় ও মুনাফার পরিমাণ বৃদ্ধি পায়।
- ৪। উৎপাদন বৃদ্ধি : প্রচারপত্রের কারণে পণ্যের চাহিদা বৃদ্ধি ও বাজার সম্প্রসারিত হওয়ার উৎপাদন বৃদ্ধি পায়। এতে উৎপাদন ব্যয় কম হয়। ফলে কম দামে পণ্য বাজারজাত করা যায়।
- ৫। সহজে সংবাদ পরিবেশন: পণ্য বা সেবার চাহিদা সৃষ্টির বাইরেও কারবারের বিভিন্ন তথ্য ও সংবাদ জনসমক্ষে প্রচারের প্রয়োজন পড়ে। অথচ রেডিও, টেলিভিশন বা পত্রপত্রিকায় তা প্রচার ব্যয়সাধ্য হয়। সেক্ষেত্রে সহজে সংবাদ পরিবেশনে এর বিকল্প নেই।
- ৬। নির্ভুল তথ্য প্রদান: বিজ্ঞাপনের বেলায় ব্যয় কমানোর লক্ষ্যে বিজ্ঞাপন প্রতিলিপি অত্যন্ত সংক্ষিপ্ত করতে হয়, যাতে প্রায়শই পুরো চিত্র তুলে ধরা যায় না। মৌখিক প্রচারের ক্ষেত্রেও অনেক ভুলভ্রান্তির সম্ভাবনা থাকে। তাই প্রচারপত্র নির্ভুলভাবে প্রকৃত ও পূর্ণ প্রকাশে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ মাধ্যম হিসেবে গণ্য হয়।
- ৭। প্রত্যক্ষ সম্পর্ক স্থাপন: প্রচারপত্রে প্রারম্ভিক সম্বোধন ও বিদায় সম্বাষণ থাকায় তা পাঠকের নিকট অনেকটা ব্যক্তিগত পত্রের অনুরূপ বিবেচিত হয়। ফলে এর মাধ্যম প্রতিষ্ঠান ও পাঠকের মধ্যে প্রত্যক্ষ সম্পর্ক স্থাপিত হয়, যা প্রাতিষ্ঠানিক উন্নয়ন নিশ্চিত করতে সহায়তা করে।
- ৮। গ্রাহক সেবা ব্যবস্থা: প্রচারপত্রের মাধ্যমে ক্রেতা সাধারণসহ বিভিন্ন পক্ষ নতুন পণ্য, নতুন শাখা, পণ্যের গুণাগুণ, প্রদত্ত সেবা সুবিধার পরিমাণ ইত্যাদি তথ্য সম্পর্কে জানতে পারে, যা তাদের নিত্য নতুন ভালো মানের পণ্য ও সেবা সংগ্রহে সহযোগিতা করে।
- ৯। সুনাম বৃদ্ধি: প্রচারপত্রের মাধ্যমে ব্যবসায় সংক্রান্ত তথ্য ও, সংবাদ সুন্দর ও নির্ভুলভাবে বিভিন্ন পক্ষের নিকট তুলে ধরা হয় বিধায় ব্যবসায়ের সুনাম বৃদ্ধিতেও তা গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখে।
- ১০। জীবনযাত্রার মান উন্নয়ন: প্রচারপত্রের ফলে একদিকে পণ্য ও সেবার চাহিদা বাড়ায় উৎপাদন বৃদ্ধি পায়। অন্যদিকে পণ্য ও সেবার মান ও উৎস সম্পর্কে ক্রেতা সাধারণ জানতে পারে। এতে ভোগের সুযোগও বাড়ে। ফলে দেশের মানুষের জীবনযাত্রার মান উন্নত হয়।

অভিযোগ পত্র ও ক্ষতিপূরণ দাবিপত্র

সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন উত্তর

প্রশ্ন ১১ ১ ১১ অভিযোগ পত্র কী? এর কারণসমূহ লিখ। [বিএমটি-১০, ১৯; কমার্স-১০, ১১]

অথবা, অভিযোগ পত্র বলতে কী বুঝে? [২০১৮, ২০২১]



অথবা, সংক্ষিপ্ত নোট লেখ: অভিযোগপত্র

উত্তর: ব্যবসায় লেনদেনের ক্ষেত্রে ভুলত্রুটি হওয়া অস্বাভাবিক নয়। ফরমায়েশ অনুযায়ী পণ্য প্রেরণে বিক্রেতা বা সরবরাহকারী অথবা বহনকারী কর্তৃক অসতর্কতা বা অন্য কোনো কারণে ভুলত্রুটি হয়ে যেতে পারে। এরূপ ভুল বা ত্রুটির জন্য অভিযোগ করে ক্রেতা, পণ্য সরবরাহকারী বা পরিবহন কর্তৃপক্ষের বরাবর যে পত্র লিখে, তাকে অভিযোগ পত্র বলে।

ব্যবসায়ের ক্ষেত্রে অভিযোগ পত্র অত্যন্ত সতর্কতার সাথে রচনা করতে হয়। কারণ এরূপ পত্র কিছুটা হলেও পণ্য সরবরাহকারীকে বিব্রতকর অবস্থায় ফেলে। তাই ব্যবসায়িক সুসম্পর্ক রক্ষা করে চলার স্বার্থেই সামান্য বিষয়ে অভিযোগ পত্র রচনা করা উচিত নয়। তবে অভিযোগের মতো কারণ ঘটলে এরূপ পত্র এমনভাবে উপস্থাপন করা উচিত, যাতে অপর পক্ষ সহজেই তার ভুল বা ত্রুটি বুঝতে পারে, সমস্যার সহজে সমাধান হয় এবং ভবিষ্যতে অনুরূপ ভুলত্রুটির সম্ভাবনা হ্রাস পায়।

মোটকথা, পণ্য ক্রয়-বিক্রয়ের ক্ষেত্রে প্রেরিত পণ্যের মান, পরিমাণ, মূল্য, সময়, হিসাব, বিক্রয়কর্মী বা অন্যদের আচরণ, পণ্যের প্যাকিং ইত্যাদি বিষয়ে কোনো ধরনের ভুলত্রুটি হলে বা অভিযোগ করার মতো কারণ ঘটলে ক্রেতা উক্ত অভিযোগ জানিয়ে বিক্রেতা বা অন্য কারও বরাবর যে পত্র রচনা করে, তাকেই অভিযোগ পত্র বলা হয়ে থাকে।

অভিযোগের কারণসমূহ : ব্যবসায়িক লেনদেনে বিভিন্ন ক্ষেত্রেই ভুলত্রুটি হতে পারে এবং এরূপ হওয়ার কারণে উভয়পক্ষের মধ্যে বিরোধ দেখা দেয়াও বিচিত্র নয়। যথাযথভাবে অভিযোগ পত্র রচনার মাধ্যমে একদিকে ভুলত্রুটির সংশোধন যেমনি সম্ভব তেমনি ক্রেতার স্বার্থও এর দ্বারা রক্ষিত হতে পারে।

সাধারণত ব্যবসা-বাণিজ্যের ক্ষেত্রে যে-সকল কারণে অভিযোগ পত্র রচনা করা হয় তা নিম্নরূপঃ

- ১। ফরমায়েশ অনুযায়ী পণ্য প্রেরণ না করে বিক্রেতা অন্য কোনো পণ্য প্রেরণ করলে।
- ২। ফরমায়েশে যে মানের পণ্য উল্লেখ করা হয়েছিল তদপেক্ষা উৎকৃষ্ট বা নিকৃষ্ট মানের পণ্য প্রেরণ করা হলে।
- ৩। নমুনা অনুযায়ী পণ্য প্রেরণের ক্ষেত্রে পণ্য নমুনার সাথে না মিললে।
- ৪। ফরমায়েশে যে সাইজের, ব্রান্ডের বা অন্য কোনো বর্ণনার উল্লেখ করা হয়েছিল পণ্য তদাপেক্ষা ভিন্ন হলে।
- ৫। খারাপ বা ত্রুটিপূর্ণ পণ্য প্রেরণ করা হলে।
- ৬। ফরমায়েশে পণ্যের যে পরিমাণের উল্লেখ ছিল তদাপেক্ষা কম বা বেশি পণ্য প্রেরিত হলে।
- ৭। মূল্য জ্ঞাপন পত্রে উল্লিখিত মূল্যের চেয়ে চালানে বেশি মূল্য ধার্য করা হলে।
- ৮। যে নির্দিষ্ট সময় সীমার মধ্যে পণ্য প্রেরণ করার কথা সে সময়ের মধ্যে পণ্য প্রেরণ না করলে। পণ্যের প্যাকিং ত্রুটিপূর্ণ হলে।

দরপত্র বা টেন্ডার বিজ্ঞপ্তি**প্রশ্ন ১ টেন্ডার বা দরপত্র কাকে বলে?**

উত্তর: 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 অঙ্কের 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। প্রতিষ্ঠানের পক্ষ থেকে টেন্ডার গ্রহণের নির্দিষ্ট তারিখ ও সময়সীমা নির্ধারণ করে দেয়া হয়। নির্ধারিত দিনে ও সময়ে দরপত্রদাতাগণের বা তাদের মনোনীত প্রতিনিধির সম্মুখে সমস্ত দরপত্র খোলা হয়। সাধারণত নিম্নতম দরপত্রটি গ্রহণ করে সংশ্লিষ্ট দরপত্র বা টেন্ডারদাতাকে কার্যসম্পাদনের বা পণ্য সরবরাহের জন্য বলা হয়। কমমূল্যে পণ্য সরবরাহ কিংবা অপেক্ষাকৃত স্বল্পতম ব্যয়ে কার্য সম্পাদনের উদ্দেশ্যেই মূলত টেন্ডার বা দরপত্র আহ্বান করা হয়ে থাকে।

প্রশ্ন ২ দরপত্র ও কোটেশনের মধ্যে পার্থক্য কী লিখ।

অথবা, টেন্ডার ও কোটেশনের মধ্যে পার্থক্য কী?[বিএমটি-১৯; কমার্স-১০, ১১, ১৩][বিএমটি-২০২৪]

উত্তর: নিম্নে দরপত্র ও কোটেশনের মধ্যে পার্থক্য দেয়া হল:

পার্থক্যের বিষয়	দরপত্র	কোটেশন
------------------	--------	--------



১। সংজ্ঞা	টেন্ডার বা দরপত্র হল এক প্রকার বিজ্ঞপ্তি যার মাধ্যমে নির্দিষ্ট পণ্য সরবরাহ বা কাজের জন্য দরখাস্ত আহ্বান করা হয়।	কোটেশন হল সম্ভাব্য ক্রেতাকে ব্যবসায়ী কর্তৃক সরবরাহকৃত তালিকা, যেখানে দ্রব্যের দাম ও বিক্রয়ের শর্তাবলি উল্লেখ থাকে।
২। পরিমাণ	দরপত্রে পণ্যের পরিমাণ বা কাজের পরিমাণ স্পষ্টভাবে উল্লেখ থাকে।	কোটেশনে বিক্রয়যোগ্য দ্রব্যের মূল্য তালিকা বা ক্যাটালগে দ্রব্যের বর্ণনা স্পষ্টভাবে উল্লেখ করতে হয়।
৩। প্রকৃত	প্রকৃত সরবরাহকারী বা কন্ট্রাক্টরের কাছ থেকে দরপত্র আহ্বান করা হয়।	প্রকৃত উৎপাদনকারী বা ব্যবসায়ীর নিকট থেকে কোটেশন আহ্বান করা হয়।

নমুনা-১: কুমিল্লা বিশ্ববিদ্যালয়, কুমিল্লা এর প্রকল্প পরিচালক হিসেবে ৪৫০ আসন বিশিষ্ট একটি ছাত্রাবাস নির্মাণের জন্য একটি দরপত্র রচনা কর। [বিএমটি-২০১৪, ১৭] [বিএমটি-২০২৪]

অথবা, বিজ্ঞান ও প্রযুক্তি বিশ্ববিদ্যালয়, পাবনা এর প্রকল্প পরিচালক হিসেবে ৩০০ আসন বিশিষ্ট একটি ছাত্রাবাস নির্মাণের জন্য একটি দরপত্র রচনা কর।

অথবা, খুলনা বিশ্ববিদ্যালয়, খুলনা এর প্রকল্প পরিচালক হিসেবে ২৫০ আসন বিশিষ্ট একটি ছাত্রাবাস নির্মাণের জন্য একটি দরপত্র রচনা কর। [বিএমটি-১০] অথবা, অধ্যক্ষ, কুমিল্লা সরকারি কমান্ডারি কলেজের পক্ষে ১২০ আসন বিশিষ্ট একটি ছাত্রাবাস নির্মাণের জন্য দরপত্র আহ্বান কর। [কমার্স-১১, ১৩, ১৪]

উত্তর:

কুমিল্লা বিশ্ববিদ্যালয়
প্রকল্প পরিচালকের কার্যালয়
কুমিল্লা
"দরপত্র বিজ্ঞপ্তি"

কুমিল্লা বিশ্ববিদ্যালয় কুমিল্লা ৪৫০ আসন বিশিষ্ট ছাত্রাবাস নির্মাণ করার জন্য প্রকৃত ও প্রথম শ্রেণির ঠিকাদারদের নিকট থেকে নিম্নবর্ণিত শর্তসাপেক্ষে দরপত্র আহ্বান করা যাচ্ছে।

শর্তাবলিঃ

১। দরপত্র সিডিউল প্রকল্প পরিচালকের কার্যালয় থেকে ১,০০০/- (এক হাজার) টাকার (অফেরতযোগ্য) বিনিময়ে সংগ্রহ করতে হবে।

২। আগামী ১৫-০৭-২০১৮ ইং তারিখ পর্যন্ত অফিস চলাকালীন সময়ে নগদ মূল্যে তা ক্রয় করা যাবে।

৩। দরপত্র আগামী ১৬/০৭/২০১৮ ইং তারিখের বেলা ১২.০০ ঘটিকা পর্যন্ত অত্র দপ্তরে রক্ষিত টেন্ডার বাক্সে গ্রহণ করা হবে এবং ঐ দিন বেলা ১২-৩০ মিনিটের সময় উপস্থিত দরদাতাদের সম্মুখে (যদি কেউ উপস্থিত থাকেন) খোলা হবে।

৪। দরপত্রের সাথে প্রাক্কলিত মূল্যের ২২% হারে আর্নেস্ট মানি (ফেরতযোগ্য) হিসেবে যে কোন সরকারি সিডিউল ব্যাংক থেকে ডিডি/পে-অর্ডার নিম্নস্বাক্ষরকারীর বরাবরে দাখিল করতে হবে।

৫। দরপত্রের অন্যসব শর্তাবলি সিডিউলের সঙ্গে সরবরাহ করা হবে।

৬। কর্তৃপক্ষ যে কোন দরপত্র গ্রহণ বা বাতিলের ক্ষমতা সংরক্ষণ করেন।

'ক'

প্রকল্প পরিচালক

কুমিল্লা বিশ্ববিদ্যালয়

সংক্ষিপ্ত নোট লেখন

১.সু নাম (Good will): [বিএমটি-১০, ১৩, ১৫, ১৭, ১৯; কমার্স-১০, ১১, ১৩, ১৪] [বিএমটি-২০২৪]

সুনাম হল 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 জনগণের মধ্যে একটা ভাল সম্পর্ক স্থাপিত হয়। কোন ব্যবসায়ী বা ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের জন্য সুনাম অমূল্য সম্পদ। ব্যবসায় ক্ষেত্রে একবার সুনাম হয়ে গেলে এটার মাধ্যমে দিন দিন ব্যবসায়ের প্রসার ও সমৃদ্ধি ঘটে। যেমন- বাটা জুতা, সনি টিভি ও ফিলিপ্স ভাল ইত্যাদি যুগ যুগ ধরে টিকে আছে।

২. ফলাবর্তন (Feedback): [বিএমটি-১১, ১৪] [বিএমটি-২০২৪]

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।

৩. সাক্ষাৎকার (Interview) : [বিএমটি-১১] [বিএমটি-২০২৪]

সাধারণত পূর্বনির্ধারিত উদ্দেশ্যে বক্তা যদি শ্রোতার সাথে কথোপকথন করে, তখনই তাকে সাক্ষাৎকার বলা হবে। সাক্ষাৎকারের ক্ষেত্রে বক্তাই প্রথম শ্রোতাকে বলে; তারপর শ্রোতা তার প্রতিক্রিয়া ব্যক্ত করে। বিভিন্নভাবে সাক্ষাৎকারের শ্রেণিবিভাগ করা যায়। যথা- ব্যক্তিগত সাক্ষাৎকার, অভিযোগ সাক্ষাৎকার, দলীয় সাক্ষাৎকার, শৃঙ্খলাবোধ সাক্ষাৎকার, বোর্ডসাক্ষাৎকার ইত্যাদি। সাক্ষাৎকার গ্রহণের আবার তিনটি প্রধান পদ্ধতি বা উপায় বা কৌশল রয়েছে, যেমন- ১। সরাসরি প্রশ্ন পদ্ধতি, ২। নির্দেশবিহীন সাক্ষাৎকার ও ৩। নির্দেশিত সাক্ষাৎকার।

৪. ক্রোড়পত্র বা সংযুক্তি (Encloser notation) : [বিএমটি-১২, ১৫, ১৯] [বিএমটি- ২০২৪]

পত্রের সাথে কোন প্রয়োজনীয় কাগজপত্র, দলিল দস্তাবেজ ছবি ইত্যাদি গেঁথে দেয়ার রেওয়াজকে সংযুক্তি বলা হয়। এটা পত্রের বিষয়বস্তু ও লেখকের স্বাক্ষরের নিচে বাম পার্শ্বে লেখা হয়ে থাকে। অর্থাৎ সংযুক্তি লিখিত অংশে পত্রের সাথে সংযুক্তি কাগজপত্রাদির নাম উল্লেখ করা থাকে তাই সেগুলো পরে হারিয়ে গেলে প্রাপককে সেজন্য দায়ী করা যায়।

৫. বিজ্ঞাপন (Advertisement): [কমার্স-১৪] [বিএমটি-২০২৪]

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 হল পণ্যের প্রচার, এজেন্ট নিয়োগ, দরপত্র আহ্বান, মূল্য তালিকা ঘোষণা ইত্যাদি। বিজ্ঞাপনকে সাধারণত পত্রের মত শুধুমাত্র পত্র হিসেবে গণ্য করা যায় না। এটি এক প্রকার লিখিত ঘোষণা। বিজ্ঞাপনের আওতা অত্যন্ত ব্যাপক।

৬. প্রচারপত্র (Circular letter): (বিএমটি-১১, ১৪, ১৫, ১৬, ২২; কমার্স-১৪)

প্রচারপত্র প্রচার মাধ্যমসমূহের একটি কার্যকর ও জনপ্রিয় মাধ্যম। এটা একটি সস্তা প্রচার মাধ্যমও বটে। সাধারণত প্রচারকার্যে ব্যবহৃত পত্রকে প্রচারপত্র বলে অভিহিত করা হয়। বর্তমানে প্রতিযোগিতাপূর্ণ কারবারি জগতে যে পত্রের মাধ্যমে কোন সংবাদ অতিসহজে জনগণের উদ্দেশ্যে লিখিতভাবে প্রেরণ করা হয় তাকে প্রচারপত্র বলে। একে বিজ্ঞপ্তি বা ঘোষণা পত্র বলেও অভিহিত করা হয়ে থাকে। সাধারণত নতুন পণ্য উৎপাদন, কারবারি প্রতিষ্ঠানের নতুন শাখার উদ্বোধন, দোকান স্থানান্তর, পণ্যমূল্য বৃদ্ধি ইত্যাদি বিষয়ে জনগণকে জানানোর জন্য প্রচারপত্র রচনা করা হয়। মোটকথা প্রচারই হচ্ছে এ জাতীয় পত্রের প্রধান উদ্দেশ্য। অর্থাৎ প্রচারই ব্যবসায়-বাণিজ্যের প্রসার ঘটে।

৭. আধা-সরকারি পত্র (Semi-official letter) : (বিএমটি-১২, ১৬)

প্রাতিষ্ঠানিক পত্রে অফিসিয়াল বিষয়াদির 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 প্রাতিষ্ঠানিক বিষয়াদি নিয়ে এ পত্র রচিত হয়ে থাকে।

৮. সাক্ষাৎকার পত্র (Interview letter) : (বিএমটি-১৪, ১৭)



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 থাকে তাকে সাক্ষাৎকার পত্র বলে। সাক্ষাৎকার পত্রে চাকরিদাতা চাকরি প্রার্থীকে নির্ধারিত সময়ে তার প্রয়োজনীয় কাগজপত্র নিয়ে দেখা করতে বলে। চাকরিদাতা সকল আবেদনপত্র যাচাই-বাছাই করে যোগ্যতাসম্পন্ন প্রার্থীকে সাক্ষাৎকারের জন্য ডাকতে পারে।

৯. বিক্রয় পত্র (Sales letter) : [কমার্স-১১]

বর্তমানে ও ভবিষ্যতে কোন পণ্যসামগ্রী, সেবাসমূহ বিক্রয়ের উদ্দেশ্যে সম্ভাব্য ক্রেতা বা গ্রাহকদেরকে প্ররোচিত করার লক্ষ্যে যে সকল পত্র লেখা হয়ে থাকে তাকে বিক্রয় পত্র বলে। অর্থাৎ কোন পণ্য, সেবা বা শ্রম বিক্রয়ার্থে যে পত্র লেখা হয় তাকে বিক্রয় পত্র বলে। বিক্রয় পত্র সাধারণত দুই প্রকার, যথা:

১। সত্যিকার বিক্রয় পত্র ও ২। অগ্রদূত বিক্রয় পত্র।

১। সত্যিকার বিক্রয় পত্র : বর্তমানে কোন পণ্যসামগ্রী বা সেবা বা শ্রমসমূহ বিক্রয়ের উদ্দেশ্যে বিক্রেতা গ্রাহকদেরকে প্ররোচিত করার লক্ষ্যে যে পত্র রচনা করে থাকে তাকে সত্যিকার বিক্রয়পত্র পত্র বলে।

২। অগ্রদূত বিক্রয় পত্র : ভবিষ্যতে পণ্য বা মালামাল সেবা বা শ্রমসমূহ বিক্রয়ের জন্য বিক্রেতা সম্ভাব্য গ্রাহকদেরকে প্ররোচিত করার লক্ষ্যে যে পত্র রচনা করে তাকে অগ্রদূত বিক্রয় পত্র বলে।

১০. চালান (Invoice): (বিএমটি-১২, ১৩, ১৬, ২২; কমার্স-১০, ১১, ১৩)

ইনভয়েসের বাংলা আভিধানিক অর্থ হল চালান। চালান হল বিক্রেতা কর্তৃক তৈরিকৃত এক ধরনের দলিল, যা পণ্য সরবরাহের সাথে ক্রেতার নিকট প্রেরণ করা হয়। চালান পত্রে সরবরাহকৃত পণ্যের ধরন, পরিমাণ, গুণাগুণ, মূল্য, মূল্য পরিশোধের উপায়, পরিবহণ পদ্ধতি উল্লেখ থাকে। চালান পত্রের মাধ্যমে ক্রেতা, বিক্রেতা কর্তৃক সরবরাহকৃত পণ্য বা মালামাল পরীক্ষা করে গ্রহণ করতে পারে। পণ্য সরবরাহের পরই বিক্রেতা ক্রেতার নিকট চালানপত্র পাঠিয়ে থাকে।

১১. বিল অব লিডিং (Bill of lading):

আমদানি-রপ্তানি ব্যবসায়ে এটা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ একটা দলিল। এটার মাধ্যমে পণ্যদ্রব্য সামগ্রীর শিরোনাম ব্যবহার করে জাহাজে মালামাল শিপমেন্ট করা হয়ে থাকে। যে কোন আমদানিকৃত পণ্যদ্রব্য এই দলিল ছাড়া জাহাজ বা বন্দর থেকে খালাস করা যায় না। বিক্রেতা বা রপ্তানিকারক এক কপি বি/এল ক্রেতা বা আমদানিকারকের নিকট পাঠিয়ে দেয় আরেক কপি বি/এল জাহাজের ক্যাপটেইনের নিকট দিয়ে থাকে।

১২. মূল্য তালিকা (Quotation):

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

১৩. মীমাংসা পত্রঃ

ক্রেতা যে পত্রের মাধ্যমে অভিযোগ মীমাংসার প্রস্তাব দেয় তাকে মীমাংসা পত্র বলে। ক্রয়কৃত পণ্যদ্রব্য সম্পর্কে মীমাংসা করে পণ্য ক্রেতা কর্তৃক বিক্রেতা বা পরিবহণ কর্তৃপক্ষের নিকট লিখিত পত্রকে মীমাংসা পত্র বলে। মীমাংসা পত্র রচনার মুখ্য উদ্দেশ্য হল প্রাপকের নিকট অভিযোগের বিষয়গুলো বিবেচনা করে তার সমস্যার সমাধানের ব্যাপারে গঠনমূলক চিন্তাভাবনা করে তার আশু প্রতিকারের চেষ্টা করা।

১৪. এল. সি./প্রত্যয়ন পত্র (Letter of credit) : [বিএমটি-১৮]

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 অথবা এতে স্বীকৃতি প্রদান না করে তবে তার জন্য ব্যাংক দায়ী থাকবে।



১৫. জীবন বৃত্তান্ত (Personal data sheet): [বিএমটি-১৬, কমার্স-১০, ১১, ১৩, ২২]

জীবন বৃত্তান্ত বলতে একজন ব্যক্তির ব্যক্তিগত যাবতীয় তথ্য সম্বলিত তালিকা যা চাকরি প্রার্থীকে চাকরির সাক্ষাৎপত্র পেতে সহায়তা করে। জীবন বৃত্তান্তের জন্য সাধারণত নিম্নে বর্ণিত তথ্যগুলো সন্নিবেশিত থাকেঃ

১। শিরোনামঃ শিরোনামে প্রথমে নাম, পিতার নাম, ঠিকানা, টেলিফোন নম্বর ইত্যাদি লিখতে হয়।

২। উদ্দেশ্যঃ এ অংশে চাকরির উদ্দেশ্য বর্ণনা করা হয়ে থাকে। এখানে একজন চাকরিদাতা বুঝতে পারে চাকরি প্রার্থীর অবস্থান সম্পর্কে।

৩। শিক্ষাগত যোগ্যতাঃ এখানে প্রার্থীর শিক্ষাগত যোগ্যতার তালিকা দেয়া হয়।

৪। অভিজ্ঞতাঃ এখানে প্রার্থী তার কাজের পূর্ব অভিজ্ঞতা বর্ণনা করে থাকে। কারণ অভিজ্ঞতা হল একটি সম্পদ।

৫। ব্যক্তিগত তথ্যঃ এখানে একজন প্রার্থী তার বয়স, বৈবাহিক অবস্থা, স্বাস্থ্যগত অবস্থা, ভাষা জ্ঞান, নিজস্ব শখ ইত্যাদি তথ্য লিপিবদ্ধ করতে পারে।

৬। সূত্রঃ এই স্থানে প্রার্থী তার সম্পর্কে নানা ধরনের তথ্য অর্থাৎ চরিত্রগত, অভিজ্ঞতা, শিক্ষাগত ইত্যাদি তথ্য সহজে দিতে পারে এমন দু'জন ব্যক্তির নাম, ঠিকানা, টেলিফোন নম্বর লিখতে পারে।

১৬. ইনডেন্ট (Indent): [বিএমটি-১২, ১৫, ১৭, ১৯, ২২]

ইনডেন্ট হল 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 ফরমায়েশন অনুযায়ী রপ্তানিকারকের নিকট হতে পণ্যদ্রব্য ক্রয় করে শিপমেন্ট করার যাবতীয় কাজ যিনি কমিশন গ্রহণ সাপেক্ষে সমাধা করেন তাকে ইনডেন্ট বলে।

১৭. চাকরির আবেদনপত্র মূলত "একটি বিক্রয় পত্র" আলোচনা কর।

কোন পণ্য, সেবা বা শ্রম বিক্রয়ার্থে যে পত্র লেখা হয় তাকে বিক্রয় পত্র বলে। তদ্রূপভাবে আবেদনপত্রেও চাকরির আবেদনকারী শারীরিক ও মানসিকভাবে সেবা বা শ্রমদানে প্রস্তুত থাকে এবং আবেদনকারীকে তার শ্রম বা সেবার জন্য যথাযথভাবে পারিতোষিক প্রদান করা হয়। চাকরির আবেদনকারীর সেবা বা শ্রমের এই পারিতোষিক দ্রব্য বিক্রয়ের মূল্য স্বরূপ। তাই বলা যায় যে, চাকরির আবেদনপত্র মূলত একটি বিক্রয় পত্র।

১৮. পত্রের সূত্র ও অনুলিপি:

অনেক সময় লিখিত পত্রটির বিষয়বস্তু সম্বোধনকারী ছাড়া আরও অনেককে জানাতে হয়। তখন দস্তখতের কিছু নিচে বামদিকে পত্রের স্মারক বা সূত্র এবং অনুলিপি প্রেরণ ইত্যাদি লিখে সংশ্লিষ্ট ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের নাম ও ঠিকানা লেখা হয়; অর্থাৎ-এটা হল সংশ্লিষ্ট সকলের নিকট পত্রটির অবগতি ও প্রয়োজনীয় পদক্ষেপ গ্রহণের জন্য পাঠানো হয়।

১৯. দৃষ্টি আকর্ষণ লাইন (Attention line): [বিএমটি-১০, ১৩, ১৫]

সাধারণত যখন কোন পত্র একটি প্রতিষ্ঠানের সর্বোচ্চ পর্যায়ের ব্যক্তির বরাবরে লিখা হয় কিন্তু কার্যকারিতা থাকে তার অধীনস্থ কারও হাতে, তখন সেই পত্রে দৃষ্টি আকর্ষণ লিখতে হয়। এটা সাধারণত আভ্যন্তরীণ ঠিকানার দুই স্পেস নিচে লিখা হয়। এটা পত্রের বাম মার্জিন অথবা মধ্যখানে লিখা হয়। এটা কোন প্রতিষ্ঠানের বা ইনস্টিটিউশনের কোন সঠিক ব্যক্তির শিরোনামে লিখা হয় যা ঐ বিভাগ পত্রটি গ্রহণ করে। - তবে যাকে দৃষ্টি আকর্ষণ করা হয় তাকে আমরা চিনি না বা জানি না। যেমন: দৃষ্টি আকর্ষণ: উপ-পরীক্ষা নিয়ন্ত্রক

২০. চরমপত্র (Reminder letter) : [বিএমটি-১০, ১২, ১৪, ১৭; কমার্স-১০]

সাধারণত তাগাদা বা পাওনা আদায় পত্রকে তিনটি স্তরে ভাগ করা হয়ে থাকে। 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 দেয়া হয় এবং উক্ত তারিখের মধ্যে বকেয়া পরিশোধ না করলে কোর্টের আশ্রয় নেয়া হবে বলে হুমকি প্রদান করা হয়। আর তাই এই পত্রকে চরমপত্র বলে।

২১. বিষয় শিরোনাম (Subject line) :

অনেক ক্ষেত্রে চিঠির বিষয়বস্তুর উপরে এবং অভ্যন্তরীণ ঠিকানার, নিচে বিষয় সংক্ষেপ বা বিষয় শিরোনাম প্রদান করা হয়। বিষয় শিরোনামে অল্প কথায় চিঠির বিষয়বস্তুর সারমর্ম প্রকাশ করা হয়। এ ব্যবস্থা এক নজরে চিঠির বিষয়বস্তু সম্পর্কে জ্ঞান লাভে সাহায্য করে। যেমন- বিষয়: ফরমায়েশ পত্র।

২২. ফরমায়েশ পত্র (Order letter) : (বিএমটি-১১, ১৩, ১৪, ১৬; কমার্স-১০)

সাধারণত কোন পণ্যদ্রব্য ক্রয় করার উদ্দেশ্যে ক্রেতা, বিক্রেতার নিকট 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 করে তাকে ফরমায়েশ পত্র বলে। এরূপ পত্রে ফরমায়েশকৃত পণ্যের বিবরণ, পরিমাণ, মূল্য, পণ্য সরবরাহের স্থান ও তারিখ, পণ্য পরিবহন ব্যবস্থা, মূল্য পরিশোধের পদ্ধতি ও অন্যান্য শর্তাদি উল্লেখ করে থাকে।

২৩. ফলপ্রসূ যোগাযোগ (Effective communication) : [বিএমটি-১১, ১৮]

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 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।

২৪. সরকারি পত্র (Official letter) ::

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।

২৫. টেন্ডার বা দরপত্র (Tender): [বিএমটি-১০]

সাধারণত কোন পণ্য ক্রয় কিংবা নির্মাণকাজ সমাধান করার জন্য দরপত্র বা টেন্ডার আহবান করা হয়। অতএব কোন প্রতিষ্ঠান কর্তৃক পণ্য ক্রয় কিংবা নির্মাণকাজ সমাধান করার জন্য পণ্যের বিক্রেতা বা সরবরাহকারী অথবা ঠিকাদারি প্রতিষ্ঠানের উদ্দেশ্যে যে বিজ্ঞপ্তি প্রকাশ করা হয় তাকে টেন্ডার বা দরপত্র বলে। টেন্ডার বা দরপত্রে সাধারণত টেন্ডার আহবানকারী মন্ত্রণালয়, বিভাগ, সংস্থা বা দপ্তরের নাম, কাজের নাম, সংখ্যা বিবরণ, স্থান, কাজের পদ্ধতি ও মূল্য, বিক্রেতা বা ঠিকাদারি প্রতিষ্ঠানের যোগ্যতা কাজ সমাপ্ত করার সময় ইত্যাদি উল্লেখ থাকে।

২৬. অভিযোগ পত্র (Complaint letter) : [বিএমটি-১০]

ক্রেতা প্রতিবাদ জানিয়ে বিক্রেতার নিকট যে পত্র লিখে থাকে তাকে এক কথায় অভিযোগ পত্র বলে। অর্থাৎ বিক্রেতা কর্তৃক ক্রেতার নিকট প্রেরিত পণ্য ত্রুটিপূর্ণ হলে তার প্রতিকার চেয়ে ক্রেতা, অভিযোগ করে বিক্রেতার নিকট যে পত্র লিখে, তাকে অভিযোগ পত্র বলে। ক্রয়কৃত পণ্যদ্রব্য সম্পর্কে অভিযোগ করে ক্রেতা কর্তৃক বিক্রেতা বা পরিবহন কর্তৃপক্ষের নিকট লিখিত পত্রকে অভিযোগ পত্র বলে। অভিযোগের কারণ স্পষ্টভাবে পত্রে উল্লেখ করতে হবে।



২৭. তথ্যানুসন্ধান পত্র (Enquiry letter) : [বিএমটি-১৩, ১৯]

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, কোন ব্যবসায় প্রতিষ্ঠান অন্য কোন ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের সুনাম, আর্থিক সংগতি ইত্যাদি বিষয়ে জানতে চেয়ে তৃতীয় পক্ষের নিকট যে পত্র লিখে থাকে, তাকে তথ্যানুসন্ধান পত্র বলে।

২৮. টেলিফোন (Telephone) : [কমার্স-১৩]

আধুনিক কালে তথ্য প্রযুক্তির বৈপ্লবিক উন্নতির যুগে বৈদ্যুতিক যোগাযোগ মাধ্যম হলো টেলিফোন। টেলিফোন শব্দটি ইংরেজি ভাষা থেকে এসেছে, যার আভিধানিক অর্থ হচ্ছে দূরালোচনা। এটি এমন একটি যন্ত্র, যার সাহায্যে অতি অল্প সময়ে যে-কোন সংবাদ বা তথ্য পৃথিবীর যে-কোন স্থানে প্রেরণ করা যায় এবং অপরপক্ষের সাথে আলাপ-আলোচনা ও মতামতের ভিত্তিতে যে-কোন ব্যাপারে সিদ্ধান্ত গ্রহণ করা যায়।

২৯. পুনশ্চ (Footnote): [কমার্স-১৩, ১৯]

সাধারণত যে-কোন 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।

৩০. ই-মেইলঃ [কমার্স-২০১৫]

ইলেকট্রনিক মেইলকে সংক্ষেপে ই-মেইল বলা হয়। এটি একটি আধুনিক যোগাযোগ মাধ্যম। এর মাধ্যমে কয়েক সেকেন্ডে বিশ্বের যে কোন স্থানে যোগাযোগ করা যায়। স্বল্প সময়ে স্বল্প ব্যয়ে এ পদ্ধতিতে সংবাদ আদান-প্রদান করা যায় বলে এর বহুল প্রচলন দেখা যায়। কম্পিউটারের সাথে টেলিফোন লাইনের এক বিশেষ সংযোগ স্থাপনের মাধ্যমে ই-মেইল সংযোগ স্থাপন করা যায়। ই-মেইলে প্রেরিতব্য বার্তা বা সংবাদ একটি কাগজে লিখে নিয়ে 'কম্পিউটার কী-বোর্ডে' টাইপ করতে হবে। টাইপ করার পর ই-মেইল নেটওয়ার্কের মাধ্যমে প্রাপকের কম্পিউটারে প্রেরণ করতে হবে। প্রাপক ইচ্ছা করলে তার কম্পিউটার স্ক্রিনে পড়ে নিবে অথবা প্রিন্টারের সাহায্যে কাগজে ছেপে নিবে।

৩১. ফ্যাক্সঃ

ফ্যাক্সের পুরো নাম হচ্ছে Facsimile Telegraphy। এ যন্ত্রের সাহায্যে অপর প্রান্তে টেলিপ্রিন্টার অপারেটরের অবর্তমানেও টেলিপ্রিন্টারের সাহায্যে বার্তা বা সংবাদ প্রেরণ করা যায়। সংবাদ বা তথ্যবার্তা, ছবি, লেখচিত্র, নানাবিধ ডায়াগ্রাম ইত্যাদি রেডিও তরঙ্গ বা টেলিফোনের সাহায্যে অন্যত্র দ্রুত প্রেরণ পদ্ধতিকে ফ্যাক্স বলা যায়। আধুনিক কালে অতিক্রান্ত, অল্প সময়ে এবং অতি অল্প খরচে সংবাদ আদান-প্রদান করার জন্য বিভিন্ন অফিস, সংবাদ সংস্থা ও বাণিজ্যিক প্রতিষ্ঠানে ফ্যাক্সের বহুল ব্যবহার দেখা যায়। অর্থাৎ ফ্যাক্স হল

৩২. কোটেশনঃ (বিএমটি-১৮)

বার্তাপ্রেরণের একটি অত্যাধুনিক মাধ্যম। এটি মানুষের জীবনকে আধুনিকতার রূপ দিয়েছে। কোটেশন হল ব্যবসায়ী কর্তৃক সম্ভাব্য ক্রেতাকে প্রদানকৃত তালিকা যাতে বিক্রয়যোগ্য দ্রব্যসমূহের দাম, বিক্রয়ের শর্তাবলি বিস্তারিত লিপিবদ্ধ থাকে। দ্রব্য বিক্রয়ের মূল্য তালিকা বা ক্যাটালগ বিক্রয়যোগ্য দ্রব্যের বর্ণনা স্পষ্টভাবে বিস্তারিত উল্লেখ করতে হয়। কোটেশনে কোন জামানত চাওয়া হয় না। কোটেশনের যে কোন পণ্য মূল্য বা শর্তাবলি কোটেশন সরবরাহকারী ইচ্ছা করলেই বাতিল করতে পারে না।

৩৩. প্রতিবেদনঃ (বিএমটি-২২)

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।

খ. বিভাগ ইংরেজি পাঠ

Q.01. What do you mean by communication? Or, Define communication?

Or. What is communication? What are the characteristics/features of communication? [BMT-2011, 14]

Ans: Communication: The word "Communication" comes from the Latin word "Communico". It means to share. It is the act of sharing or importing a share of any thing. Communication is a two way pocess of exchanging of ideas between human beings. In the words of Prof. B. R. Ricks and K. F. Gow, "Communication is the exchange of information that is mutually understood".

Own opinion: In the light of above discussion, it can be said that communication is a moving media by which at least two or more persons can share their ideas, thoughts and feelings. Characteristics of communication: Communication is a dynamic process. Information can be exchanged through communication. The basic characteristics/features of communication are as follows:

- | | |
|-------------------------|------------------------|
| 1. Information/Messages | 2. Transfer of message |
| 3. Two or more persons | 4. Media. |
| 5. Feedback | 6. Specific objective |
| 7. Understanding | 8. Barriers |
| 9. Dynamic process | 10. Effective. |

Q.02. What is the importance of business communication? [BMT-12, 14, 19]

Or, What are the advantages of business communication.

Ans: Importance of Business communication in Modern world: The importance of business communication is even more evident when we look at the influence on human progress.

1. Goal achievement (লক্ষ্য organisation. Business organisation can achieve the target or goal only through effective communication.

In modern business, the importance of communication can be described as given below: অর্জন): Business communication is important for goal achievement of the business

2. Formulation of plans (পরিকল্পনা তৈরি): Business organisation needs to collect data, information and opinions for planning. Communication system helps to collect information from various sources.
3. Implementation of plans (পরিকল্পনা বাস্তবায়ন): Communication is important for the implementation of plans. In an organisation, plans should be sent to executives and employees. For this reason, good communication system is needed.

Q.03. What are the media of business communication? [BMT-11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 22; Commerce-10, 11, 14]

Ans: There are many media of business communication in the modern business world. Letter writing is widely used in the business world.

The media of business communication are:



- | | |
|-------------------------|------------------------|
| 1. Letter | 2. Telegraph |
| 3. Notice | 4. Report |
| 5. Fax and Telex | 6. Radio |
| 7. Postering | 8. Miking |
| 9. Journals | 10. Display |
| 11. Calendar | 12. Bulletins |
| 13. Telephone | 14. Advertisement |
| 15. Circular | 16. E-mail |
| 17. Television & Cinema | 18. Internet |
| 19. Canvassing | 20. Magazines |
| 21. Eid-card | 22. Diary |
| 23. Hand Bills | 24. Valuable Pen stand |

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 good business letter must be readable and clear.
- It must perform its particular job well.
- It must have earpleasing wordings.
- It should be correct, simple and easy.
- Its appearance should be attractive
- 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:

- Business letter plays a vital role in the field of business.
- Business letter is more economical.
- It helps the wide market for the goods.
- It acts as a silent ambassador.
- 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:

- 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		

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 stating 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
Kanderpara road, Cumilla.

Order Letter

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.

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

SI 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
2024 24, Sadar Road Sherpur.

Date: July 7,

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:

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 30th and 31st December 2022 in stock taking for the purpose of closing the account for the year ending 31st December 2023. All departments are requested to draw their requirements latest by 29th 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:

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 of for the execution of a work. Tenders invited from the bonafide suppliers or contractors so that they can chose 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 Techical 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** লে 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 specifactions 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

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.
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
Sir,

Date: July 7, 2024

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 official 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 specied 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.

