


# ব্যবসায় যোগাযোগ পরিচিতি

## Introduction to Business Communication



ব্যবসায় প্রতিষ্ঠান সম্পূর্ণ এককভাবে ব্যবসায়িক কার্যক্রম পরিচালনা করতে পারে না। ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরীণ বিভিন্ন পর্যায়ের কর্মী ও কর্মকর্তাদের মধ্যে অনবরত যোগাযোগ করতে হয় ব্যবসায়িক লক্ষ্য অর্জন করার জন্য। আবার ব্যবসায়িক কার্যক্রম সফলতার সাথে সম্পন্ন করার জন্য ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের বাহিরেও বিভিন্ন ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের সাথে যোগাযোগ করতে হয়। অতএব ব্যবসায়ের প্রতিষ্ঠানের বাইরে ও ভিতরে নানা ধরনের মাধ্যম ব্যবহার করে প্রত্যক্ষ ও পরোক্ষভাবে জড়িত নানা শ্রেণীর ব্যক্তি ও প্রতিষ্ঠানের সাথে যোগাযোগ করার মাধ্যমে ব্যবসায়িক লক্ষ্য অর্জন করা সম্ভব হয়। ইউনিট ১ এ ব্যবসায় যোগাযোগ সম্পর্কে ধারণা দেওয়া হয়েছে; এ ইউনিটে তিনটি পাঠ রয়েছে। প্রথম পাঠে ব্যবসায় যোগাযোগের প্রাথমিক ধারণা দেওয়া হয়েছে। দ্বিতীয় পাঠে ব্যবসায় যোগাযোগের বৈশিষ্ট্য, উদ্দেশ্য ও গুরুত্ব ব্যাখ্যা করা হয়েছে। এরপর তৃতীয় পাঠে কার্যকর ব্যবসায় যোগাযোগের গুরুত্বপূর্ণ উপকরণ ও সম্পর্কিত বিষয়সমূহ আলোচনা করা হয়েছে।

	ইউনিট সমাপ্তির সময়	ইউনিট সমাপ্তির সর্বোচ্চ সময় ২ সপ্তাহ
এই ইউনিটের পাঠসমূহ		
পাঠ- ১.১ : ব্যবসায় যোগাযোগ: ধারণা ও প্রক্রিয়া পাঠ- ১.২ : ব্যবসায় যোগাযোগের বৈশিষ্ট্য, উদ্দেশ্য ও গুরুত্বসমূহ পাঠ- ১.৩ : কার্যকর ব্যবসায় যোগাযোগ		

## পাঠ ১.১

## ব্যবসায় যোগাযোগ: ধারণা ও প্রক্রিয়া

## Business Communication: Concept and Process



## উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি

- যোগাযোগ সম্পর্কে ধারণা পাবেন;
- ব্যবসায় যোগাযোগ সম্পর্কে ধারণা পাবেন;
- ব্যবসায় যোগাযোগ করার বিভিন্ন পরিস্থিতি ব্যাখ্যা করতে পাবেন; এবং
- যোগাযোগের প্রক্রিয়া ব্যাখ্যা করতে পারবেন।

## যোগাযোগের ধারণা

## Concept of Communication

মানুষ সামাজিক জীব। সংঘবদ্ধ মানব সমাজে মানুষকে প্রতিনিয়ত যোগাযোগ করতে হয় নানা প্রয়োজনে। সহজ কথায়, দুই বা ততোধিক ব্যক্তির মধ্যে ভাব বিনিময় করাকেই যোগাযোগ বলে। চিত্র ১.১ থেকে সাধারণ যোগাযোগ ব্যবস্থার ধারণা পাওয়া যায়। ব্যাপক অর্থে, নির্দিষ্ট লক্ষ্য অর্জনের জন্য ভাব, তথ্য, ধারণা ও চিন্তা-ভাবনা আদান-প্রদান করাকেই যোগাযোগ বলা হয়। মানব জীবনের প্রতিটি ক্ষেত্রে তথ্য বা ভাবের আদান-প্রদান খুবই প্রয়োজন। অনেক সময় শুধুমাত্র টেলিফোন করা বা চিঠিপত্রের মাধ্যমে তথ্য আদান-প্রদান করাকেই যোগাযোগ মনে করা হয়। প্রকৃতপক্ষে, টেলিফোন, চিঠিপত্র ছাড়াও মুখোমুখি কথা বলা, ইমেইল, আবার আকার-ইঙ্গিত, ভাব-ভঙ্গি ইত্যাদির মাধ্যমেও যোগাযোগ করা হয়। নির্দিষ্ট লক্ষ্য অর্জনের জন্য একাধিক ব্যক্তির মধ্যে তথ্য, ধারণা ও চিন্তা-ভাবনার পারস্পরিক বিনিময় করার প্রক্রিয়াকে যোগাযোগ বলে।

Newman and Summer এর মতে, “Communication is an exchange of facts, ideas, opinions or emotions by two or more persons”. অর্থাৎ, যোগাযোগ হলো দুই বা ততোধিক ব্যক্তির মধ্যে কোনো ঘটনা, ধারণা, মতামত বা আবেগের বিনিময়।

Weirich and Koontz এর মতে, “Communication is the transfer of information from a sender to a receiver, with the information being understood by the receiver”. অর্থাৎ, প্রাপকের বোধগম্যতা অনুযায়ী, তথ্য প্রেরকের নিকট হতে প্রাপকের নিকট তথ্যের স্থানান্তরকে যোগাযোগ বলে।



চিত্র-১.১: সাধারণ যোগাযোগ ব্যবস্থা

উপরিউক্ত আলোচনা থেকে যোগাযোগের নিম্নোক্ত বৈশিষ্ট্যগুলো পরিলক্ষিত হয়-

- যোগাযোগ একাধিক পক্ষের মধ্যে সংগঠিত হয়;
- যোগাযোগের মাধ্যমে অর্থপূর্ণ সংবাদ বা ভাবের আদান-প্রদান করা হয়;
- যোগাযোগ করার জন্য নির্দিষ্ট মাধ্যম ব্যবহার করা হয়;
- যোগাযোগে আদান-প্রদানকৃত তথ্য প্রাপকের কাছে বোধগম্য হতে হয়;
- যোগাযোগ দ্বিপক্ষীয় প্রক্রিয়া বলে প্রেরক ও প্রাপক মধ্যে ফলাবর্তন সংঘটিত হয়।

অর্থাৎ, যোগাযোগ হচ্ছে একটি প্রক্রিয়া যার মাধ্যমে দুই বা ততোধিক ব্যক্তি, পক্ষ বা প্রতিষ্ঠানের মধ্যে তথ্যাদি, ভাব, মতামত, আবেগ-অনুভূতি, সংবাদ, ঘটনা ইত্যাদির বিনিময় হয়।

## ব্যবসায় যোগাযোগের ধারণা

### Concept of Business Communication

যোগাযোগের একটি গুরুত্বপূর্ণ অংশ হলো ব্যবসায় যোগাযোগ। এক কথায় ব্যবসায় পরিচালনা সংক্রান্ত যোগাযোগকে ব্যবসায় যোগাযোগ বলে। ব্যাপক অর্থে, ব্যবসায় পরিচালনার জন্য উৎপাদন, বণ্টন এবং এদের সহায়ক কার্যক্রম পরিচালনার জন্য প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরীণ এবং বাহ্যিক বিভিন্ন ব্যক্তি ও প্রতিষ্ঠানের সাথে ভাব, তথ্য, ধ্যান-ধারণার আদান-প্রদান করাকেই ব্যবসায় যোগাযোগ বলে। সুতরাং, একটি প্রতিষ্ঠানের উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য ব্যবসায়ের সকল পক্ষের সাথে তথ্য, ভাব, ধারণার আদান-প্রদান করাকে ব্যবসায় যোগাযোগ বলে। একটি প্রতিষ্ঠানের সফলতা অনেকাংশেই নির্ভর করে সুষ্ঠু কার্যকর ব্যবসায় যোগাযোগের উপর।

## ব্যবসায় যোগাযোগের পরিস্থিতি

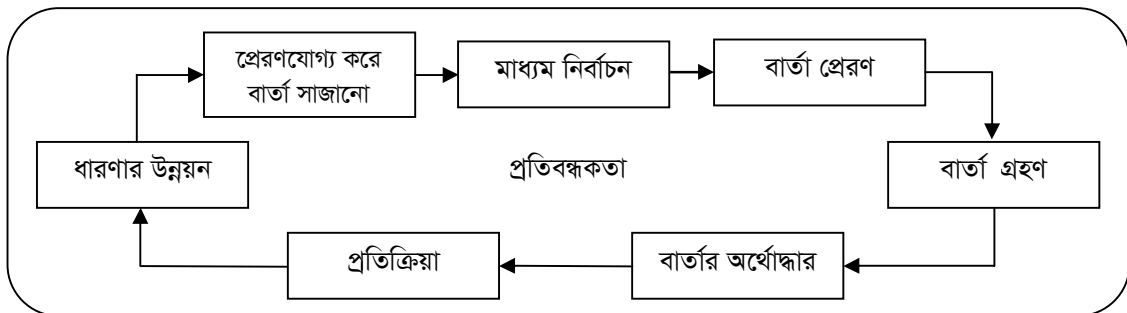
### Situations of Business Communication

যেকোনো ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানে প্রতিদিন প্রতি মূহুর্তে অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিকভাবে আবার ব্যক্তিগতভাবেও, বিভিন্ন ধরনের তথ্য এক স্থান থেকে আরেক স্থানে প্রবাহিত হচ্ছে। বেশিরভাগ সময় দেখা যায় যে, উর্ধ্বতন কর্মকর্তার কাছ থেকে তথ্য বা নির্দেশনা অধস্তন কর্মকর্তার কাছে আনুষ্ঠানিকভাবে প্রদান করা হয়। অধস্তন কর্মীদের তথ্য, নির্দেশনা, আদেশ ইত্যাদি প্রদানের মাধ্যমে প্রাতিষ্ঠানিক উদ্দেশ্য সফলভাবে অর্জন করা সম্ভব হয়। আবার অনেকসময়, অধস্তন কর্মকর্তাও তাদের সম্পন্নকৃত কাজের অবস্থা, সমস্যা বা জরুরি তথ্য উর্ধ্বতন কর্মকর্তাকে সরবরাহ করে। ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানে যোগাযোগ করার ক্ষেত্রে অবস্থান, ব্যক্তি, সময় বা পরিস্থিতি অনুযায়ী আনুষ্ঠানিক বা অনানুষ্ঠানিক নেটওয়ার্ক ব্যবহার করা হয়। প্রতিষ্ঠানে আনুষ্ঠানিক নেটওয়ার্কের মাধ্যমে প্রতিষ্ঠিত ও প্রচলিত প্রধান মাধ্যম ব্যবহার করে বিভিন্ন প্রতিবেদন, ইমেইল, আদেশ, নির্দেশনা বা বার্তা আদান-প্রদান হয়। এই যোগাযোগ প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিক ব্যক্তি বা অন্যান্য প্রতিষ্ঠানের সাথে হতে পারে। প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরীণ কর্মকর্তা ও কর্মচারীদের সাথে যোগাযোগ করার জন্য সভা, প্রতিবেদন বা অন্যান্য মাধ্যম ব্যবহার করা হয়। আবার, অনানুষ্ঠানিক নেটওয়ার্ক ব্যবহার করে ব্যক্তিগতভাবেও তথ্যের বিনিময় হয়। প্রতিষ্ঠানের ধরনের উপর ব্যবসায় যোগাযোগের বিভিন্নতা লক্ষ্য করা যায়। উদাহরণ হিসেবে বলা যায়, কোনো ব্যাংক গ্রাহককে তার একাউন্ট বা হিসাবের তথ্য দেবার জন্য ইমেইল, চিঠি, টেলিফোন বা মুখোমুখি আলোচনার মাধ্যমে যোগাযোগ করা হয়। আবার, ব্যাংক প্রসার ও প্রচারের জন্য টেলিভিশন বা দৈনিক পত্রিকাতে বিজ্ঞাপন দিয়ে থাকে। অন্যদিকে, ছোট কোনো চায়ের দোকানে ভোক্তা বা কর্মচারীদের সাথে সরাসরি কথা বলে তথ্য বা বার্তা আদান-প্রদান করা হয়। অন্যদিকে, প্রতিষ্ঠানের ভৌগোলিক অবস্থান অনুযায়ী বিভিন্ন এলাকা বা দেশের অফিসের সাথে যোগাযোগ করার জন্য ইমেইল, মোবাইল, বা টেলিকনফারেন্সিং ইত্যাদি যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার করা হয়।

## ব্যবসায় যোগাযোগ প্রক্রিয়া

### Business Communication Process


যে পদ্ধতি বা কৌশল প্রয়োগ করে ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানে যোগাযোগ করা হয় তাকে ব্যবসায় যোগাযোগের প্রক্রিয়া বা পদ্ধতি বলা হয়। প্রেরক কোনো বার্তা বা তথ্য গ্রাহকের নিকট প্রেরণের ক্ষেত্রে যে ধারাবাহিক গতিপথ বা পরস্পর সম্পর্কযুক্ত অনুক্রম অনুসরণ করে, তার সমষ্টিকে যোগাযোগ প্রক্রিয়া বলে। অর্থাৎ, যোগাযোগ প্রক্রিয়া হলো দুই বা ততোধিক পক্ষের মধ্যে যোগাযোগ স্থাপনের কতিপয় স্তর বা ধাপের সমষ্টি। নিচে যোগাযোগ প্রক্রিয়া চিত্র ১.২ এর মাধ্যমে উপস্থাপন করা হলো:



চিত্র ১.২: যোগাযোগ প্রক্রিয়া

- **ধারণার উন্নয়ন (Developing Idea):** যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় সর্বপ্রথম বার্তা প্রেরক বা যোগাযোগকারী কী বিষয় নিয়ে যোগাযোগ করবে, সে বিষয়টি ঠিক করতে হয়। অর্থাৎ, প্রেরক কী বিষয়ে, কখন, কোথায়, কীভাবে যোগাযোগ করতে চায় তার একটি রূপরেখা নির্ধারণ করবে। তাই, যোগাযোগ প্রক্রিয়ার এ স্তরকে পরিকল্পনা স্তরও বলা হয়ে থাকে।
- **প্রেরণযোগ্য করে সাজানো (Encoding):** প্রাপক যেন সহজেই মূল বিষয়টি উপলব্ধি করতে পারে এজন্য প্রেরককে বিভিন্ন শব্দ, সংকেত, প্রতীক বা কোডের সাহায্যে সুশৃঙ্খলভাবে ও সহজে বোধগম্য ভাষায় প্রেরণ করতে হয় যেন প্রাপক সহজে বুঝতে পারে।
- **মাধ্যম নির্বাচন (Selecting Media):** প্রাপকের নিকট বার্তাটি প্রেরণের জন্য নির্দিষ্ট কোনো মাধ্যমের সাহায্য নিতে হয়। সাধারণত মৌখিক কথাবার্তা, লিখিত প্রতিবেদন, মোবাইল, টেলিফোন, টেলিভিশন, রেডিও, ফ্যাক্স, ইন্টারনেট, ই-মেইল, পত্র-পত্রিকা প্রভৃতি যোগাযোগের মাধ্যম হিসেবে ব্যবহৃত হতে পারে। এ ছাড়া শব্দ, ধ্বনি, সংকেত, প্রতীক, চিহ্ন, প্রেরকের মনোভাব, ব্যক্তিত্ব, পদমর্যাদা, নিরবতা প্রভৃতিও যোগাযোগের মাধ্যমে হিসেবে ব্যবহৃত হয়ে থাকে। যোগাযোগকারীকে বার্তা প্রেরণের জন্য সুবিধাজনক এক বা একাধিক মাধ্যম বাছাই করে নিতে হয়।
- **বার্তা প্রেরণ (Transmitting Message):** মাধ্যম নির্বাচন করার পর বার্তা প্রেরণকারী সেই মাধ্যম ব্যবহার করে বার্তা গ্রহীতা বা প্রাপকের নিকট প্রেরণ করে থাকে। আর বার্তা প্রেরণের পর প্রাপকের পক্ষ থেকে কোনো প্রতিক্রিয়া না আসা পর্যন্ত যোগাযোগ কার্যক্রম বন্ধ থাকে। তবে, মৌখিক যোগাযোগের ক্ষেত্রে সাধারণত তৎক্ষণিকভাবে প্রতিক্রিয়া পাওয়া যায়।
- **বার্তা গ্রহণ (Receiving Messages):** যোগাযোগকারী যে বার্তা প্রেরণ করেন তা প্রাপক গ্রহণ করে থাকেন। অনেক সময় প্রেরিত বার্তা বিভিন্ন ধরনের প্রতিবন্ধকতা দ্বারা বাধাগ্রস্ত, বিকৃত বা নষ্ট হয়ে যেতে পারে।
- **অর্থোদ্ধার (Decoding):** বার্তা প্রাপ্তির পর প্রাপক তার নিজস্ব জ্ঞান, অভিজ্ঞতা ও গ্রহণযোগ্যতার ভিত্তিতে বার্তাকে বিন্যাস, উপলব্ধি ও ব্যাখ্যা করে থাকে এবং প্রকৃত অর্থোদ্ধার করার চেষ্টা করে থাকে। অনেক সময় একই বার্তার অর্থ প্রাপকদের কাছে ভিন্ন ভিন্ন হয়ে থাকে, ব্যক্তি বিশেষে এর তারতম্য হয়ে থাকে। সফলভাবে ডিকোডিং বা অর্থোদ্ধার করার ওপর কার্যকর যোগাযোগ অনেকাংশে নির্ভর করে।
- **সাদা (Response):** প্রাপক বার্তা পাবার পর তা অনুধাবন করে বার্তাটি গ্রহণ বা বর্জন করার মাধ্যমে প্রতিক্রিয়া জানাতে পারে। যদি বর্জন করে তাহলে যোগাযোগ প্রক্রিয়া শেষ হয়ে যায়। আবার, প্রাপক বার্তাটি গ্রহণ করে যে কোনো সময় (তৎক্ষণিকভাবে বা পরবর্তীতে) এ বার্তার বিপরীতে সাদা (Response) দিতে পারে, যা ফলাবর্তন (Feedback) নামে পরিচিত। এভাবেই যোগাযোগ প্রক্রিয়া সম্পন্ন হয় বা প্রক্রিয়াটি চলতে থাকে।

উপরের আলোচনা হতে দেখা যায়, বার্তা বা তথ্যের সৃষ্টি বা উৎস হতে শুরু করে দুই বা ততোধিক ব্যক্তির মধ্যে তথ্যের প্রেরণ, গ্রহণ ও প্রত্যুত্তরের জন্যে গৃহীত সকল কার্যক্রম বা পদ্ধতিই হলো যোগাযোগ প্রক্রিয়া।

	সারসংক্ষেপ:
	<p>দুই বা ততোধিক ব্যক্তি, পক্ষ বা প্রতিষ্ঠানের মধ্যে তথ্যাদি, ভাব, মতামত, আবেগ-অনুভূতি, সংবাদ, ঘটনা ইত্যাদির বিনিময়কে যোগাযোগ বলে। একটি প্রতিষ্ঠানের উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য ব্যবসায়ের সকল পক্ষের সাথে তথ্য, ভাব, ধারণা আদান-প্রদান করাকেই ব্যবসায় যোগাযোগ বলে। যোগাযোগ কোন অবস্থান থেকে শুরু হয় এবং কোথায় শেষ হয়, এই শুরু থেকে শেষ করার গতি ধারাকেই যোগাযোগের প্রক্রিয়া বলে। যোগাযোগ প্রক্রিয়ার ধাপগুলো হলো- ধারণার উন্নয়ন, প্রেরণযোগ্য করে সাজানো, মাধ্যম নির্বাচন, বার্তা প্রেরণ, বার্তা গ্রহণ, অর্থোদ্ধার, এবং সাদা।</p>

## পাঠ-১.২

## ব্যবসায় যোগাযোগের বৈশিষ্ট্য ও উদ্দেশ্য

### Characteristics and Objectives of Business Communication



#### উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি

- যোগাযোগের বৈশিষ্ট্য ব্যাখ্যা করতে পারবেন; এবং
- যোগাযোগের উদ্দেশ্যসমূহ জানতে পারবেন।



#### ব্যবসায় যোগাযোগের অপরিহার্য বৈশিষ্ট্যসমূহ

### Essentials Characteristics of Business Communication

ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের সফলতা অর্জন সহজ হয় উত্তম যোগাযোগ প্রতিষ্ঠা করার মাধ্যমে। কিন্তু, উত্তম ও কার্যকরী যোগাযোগ হতে হলে কতগুলো অপরিহার্য গুণাবলি থাকা প্রয়োজন। নিম্নে তা আলোচনা করা হলো-

১. **ভাবনা (Thought):** যোগাযোগ শুরু করার পূর্বেই যোগাযোগকারীকে এর ভাব ও অর্থ সম্পর্কে স্পষ্ট ধারণা অর্জন করা প্রয়োজন। এরপর সেই ভাব বা অর্থ অনুযায়ী যোগাযোগ প্রক্রিয়া শুরু করা হয়।
২. **উদ্দেশ্য নির্ধারণ (Determining Objectives):** যোগাযোগের পূর্বেই যোগাযোগকারীকে যোগাযোগ করার আসল উদ্দেশ্য জানতে হয়। কেন বা কী কারণে যোগাযোগ করতে হবে, সে সম্পর্কে যোগাযোগকারীকে বিচার বিশ্লেষণ করে এর আসল উদ্দেশ্য বা লক্ষ্য স্থির করতে হয়।
৩. **মাধ্যম (Media):** যোগাযোগের জন্য বিভিন্ন মাধ্যম রয়েছে। যেমন- লিখিত ও মৌখিক চিঠিপত্র, দূরালাপনী, দলীয় সভা, সংবাদপত্র, কর্মীদের মধ্যে চিরকুট বিতরণ ইত্যাদি। যোগাযোগ করার পূর্বে যোগাযোগকারীকে সঠিক মাধ্যম নির্বাচন করা প্রয়োজন হয়।
৪. **প্রেরক ও প্রাপকের সম্পর্ক (Relationship between Sender and Receiver):** সংবাদ প্রেরক ও প্রাপকের মধ্যকার অতীত এবং বর্তমান সম্পর্ক বিবেচনা করে যোগাযোগের অনুলিপি তৈরি করতে হয়। এর ফলে যোগাযোগের কার্যকারিতা বৃদ্ধি পায়।
৫. **সময় বিবেচনা (Timeliness):** একটি নির্দিষ্ট সময়ে কোনো একটি নির্দিষ্ট উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য বার্তা প্রেরণ করা হয়ে থাকে। নির্দিষ্ট সময়ে যদি বার্তাটি প্রেরণ করা না হয়, তবে যোগাযোগের উদ্দেশ্য ব্যাহত হতে পারে। তাই, যোগাযোগকারীকে যোগাযোগের সময় বিবেচনা করতে হয়।
৬. **স্পষ্ট বার্তা (Message Concreteness):** যোগাযোগ লিখিত বা মৌখিক যেরকমই হোক, যোগাযোগ বার্তা বা প্রেরকের বক্তব্য গ্রাহকের নিকট অবশ্যই সুস্পষ্ট ও পরিষ্কার হতে হবে; নতুবা গ্রাহকের নিকট হতে অনুকূল প্রত্যুত্তর আশা করা যাবে না।
৭. **সংক্ষিপ্ততা ও সহজবোধ্যতা (Conciseness and Simplicity):** যোগাযোগের কলেবর সংক্ষিপ্ত তবে তথ্যবহুল ও প্রাসঙ্গিক হওয়া বাঞ্ছনীয়। সংক্ষেপে, প্রাসঙ্গিক বক্তব্য পেশ করলে যোগাযোগের উদ্দেশ্য সফল হতে পারে। আবার, যোগাযোগের বিষয়বস্তু যদি সহজবোধ্যরূপে উপস্থাপন করা যায়, তবে বার্তাগ্রাহক যোগাযোগকারীর মনোভাব বুঝতে সক্ষম হয়। ফলে, যোগাযোগের উদ্দেশ্য সফল হয়।
৮. **সম্পূর্ণ বার্তা (Complete Message):** বার্তা প্রেরণের সময় সম্পূর্ণরূপে বার্তাটি প্রস্তুত করে উপস্থাপন করা প্রয়োজন। এতে প্রাপক বা গ্রাহক সার্থকভাবে বার্তার তথ্য আদান-প্রদান করতে পারে। অন্যদিকে বার্তার অসম্পূর্ণ বা আংশিক উপস্থাপনায় গ্রাহক বার্তাটি বুঝতে পারে না এমনকি সঠিক প্রত্যুত্তর দিতেও ব্যর্থ হয়।

৯. **নির্ভুলতা (Correctness):** যোগাযোগের বার্তা বা বিষয়বস্তু অবশ্যই নির্ভুল হতে হয়। কারণ বিষয়বস্তুতে ভুলত্রুটি থাকলে তা পাঠকের মনে বিরূপ প্রতিক্রিয়ার সৃষ্টি করার সাথে সাথে যোগাযোগকারীর গুণগতমান সম্পর্কেও বার্তাগ্রহীতা সন্দিহান হয়। তাই, বার্তার বিষয়বস্তুতে যাতে কোনো ভুলত্রুটি না থাকে সেদিকে যোগাযোগকারীর সজাগ দৃষ্টি রাখতে হয়।
১০. **ফলাবর্তন (Feedback):** ফলাবর্তন প্রক্রিয়ার মাধ্যমে যোগাযোগের সার্থকতা যাচাই করতে হয়। বার্তাগ্রাহক বার্তার তাৎপর্য বুঝতে পেরেছে কিনা, বুঝে থাকলে এ বিষয়ে তার প্রতিক্রিয়া কি-তা জানতে পারলে যোগাযোগকারীর পক্ষে উন্নততর যোগাযোগ পদ্ধতি অবলম্বন করা সম্ভব হয়।

### ব্যবসায় যোগাযোগের উদ্দেশ্যসমূহ

#### Objectives of Business Communication

কোনো ব্যবসায় সংগঠনের সার্বিক কল্যাণ ও উন্নয়ন সাধন হচ্ছে ব্যবসায় যোগাযোগের মূল উদ্দেশ্য। সংগঠনের সর্বস্তরে কার্যকর যোগাযোগ ব্যবস্থা প্রতিষ্ঠার মাধ্যমে কল্যাণ ও উন্নয়ন নিশ্চিত করা সম্ভব। যোগাযোগের প্রধান লক্ষ্য হচ্ছে প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য স্থির এবং তা অর্জনের জন্য নীতি নির্ধারণ ও পরিকল্পনা প্রণয়ন করে এগুলো কার্যকরভাবে বাস্তবায়ন করা। প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য অর্জনে যোগাযোগের উদ্দেশ্যকে নিম্নে উপস্থাপন করা হলো:

**(ক) প্রতিষ্ঠানের কার্য সম্পাদন সংক্রান্ত উদ্দেশ্যসমূহ (Objectives about the Accomplishment of the Organizational Functions):** প্রতিষ্ঠানের কার্য সম্পাদনসংক্রান্ত যোগাযোগের উদ্দেশ্যাবলি নিম্নে আলোচনা করা হলো-

১. **সাংগঠনিক লক্ষ্য অর্জন করা (To Achieve Organizational Goals):** সাংগঠনিক লক্ষ্য অর্জনের জন্য প্রতিষ্ঠানের সকল স্তরের ব্যবস্থাপনা ও শ্রমিক-কর্মীদের প্রচেষ্টা অপরিহার্য। কার্যকরভাবে যোগাযোগের মাধ্যমে ধারাবাহিক বিভিন্ন তথ্য ও নির্দেশনা আদান প্রদানের মাধ্যমে সংগঠনের উদ্দেশ্য অর্জন করা সম্ভব হয়।
২. **তথ্যের আদান-প্রদান (Exchange of Information):** ব্যবসায়ের লক্ষ্য অর্জনের জন্য তথ্যের আদান-প্রদান প্রয়োজন। ব্যবসায় যোগাযোগের প্রধান উদ্দেশ্য হলো বিভিন্ন উৎস হতে তথ্যসংগ্রহ করা এবং তা সংশ্লিষ্টপক্ষের নিকট পৌঁছে দেয়া।
৩. **দক্ষতা বৃদ্ধি (Increase Efficiency):** যোগাযোগ ব্যবস্থা কর্মীদের নিকট বিভিন্ন তথ্য সরবরাহ করে তাদের কার্যদক্ষতা বৃদ্ধিতে সহায়তা করে, যাতে কর্মীরা নিপুণতার সাথে কর্ম সম্পাদন করতে পারে।
৪. **পরিকল্পনা প্রণয়ন (Formulate Plans):** ব্যবসায়ের লক্ষ্য অর্জনের জন্য সুসম পরিকল্পনা তৈরি করতে হয়। পরিকল্পনা প্রণয়নের সময় বিভিন্ন তথ্যের দরকার হয়। আর যোগাযোগ ব্যবস্থা এ ধরনের তথ্য সরবরাহ করে পরিকল্পনা প্রণয়নে সহায়তা করে থাকে।
৫. **সমন্বয়সাধন (Coordinate):** প্রতিষ্ঠানের ব্যবস্থাপক, নির্বাহী অফিসার এবং কর্মীদের সুসংগঠিত করা এবং বিভিন্ন বিভাগের কাজের মধ্যে সমন্বয়সাধন করা যোগাযোগের উদ্দেশ্য।
৬. **কর্মসূচির পরিবর্তন (Change of Programs):** প্রাতিষ্ঠানিক কোনো কর্মসূচির পরিবর্তন করা হলে ব্যবস্থাপনা কর্তৃপক্ষ তা যোগাযোগের মাধ্যমে সকলকে অবহিত করে থাকেন, যাতে ব্যবসায়িক কার্যসম্পাদনে কোনো ব্যাঘাত সৃষ্টি না হয়।
৭. **সচেতনতা সৃষ্টি (Create Consciousness):** প্রতিষ্ঠানের প্রতিটি কর্মীকে তার দায়িত্ব ও কর্তব্য সম্বন্ধে সচেতন থাকতে হবে। তা না হলে, সে তার কাজ সুষ্ঠুভাবে সম্পন্ন করতে পারবে না। কর্মীদের মধ্যে তাদের দায়িত্ব ও কর্তব্য সম্বন্ধে সচেতনতা সৃষ্টিও যোগাযোগের উদ্দেশ্য।
৮. **কর্মনিপুণ্য বৃদ্ধি (Increasing Skill):** তথ্য, ভাব, অনুভূতি, নীতি ও নির্দেশ সঠিক সময়ে বিনিময় না করলে কোনো কাজই সঠিকভাবে সম্পাদন করা যায় না। যোগাযোগ এসব তথ্য ও নির্দেশ বিনিময় করে কর্মীদের কর্মনিপুণ্য বৃদ্ধি করে।

৯. **কর্ম সন্তুষ্টি বৃদ্ধি (Increase Job Satisfaction):** প্রতিষ্ঠানের কর্মীরা যেন উৎসাহ উদ্দীপনা এবং সহযোগিতার মনোভাব নিয়ে কাজ করতে পারে, সেজন্য তাদের মধ্যে কর্ম সন্তুষ্টি বৃদ্ধি করতে হবে। আর, যোগাযোগ ব্যবস্থার অন্যতম উদ্দেশ্য হলো কর্মীদের মধ্যে কর্ম সন্তুষ্টি বৃদ্ধি করে তাদেরকে দক্ষ কর্মী হিসেবে গড়ে তোলা।
১০. **কর্মী প্রশিক্ষণ (Employee Training):** প্রশিক্ষণ ব্যতীত কর্মীদেরকে দক্ষ করে গড়ে তোলা যায় না। আর যোগাযোগ ব্যতীত প্রশিক্ষণ অসম্ভব। প্রশিক্ষণ দান ও গ্রহণ উভয়ই যোগাযোগ প্রক্রিয়ার অন্তর্ভুক্ত।
১১. **শ্রমিক-ব্যবস্থাপনা সম্পর্ক (Employee-Management Relationship):** প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরে সুষ্ঠু ও শান্তিপূর্ণ পরিবেশ বজায় রাখার জন্য সৌহার্দ্যপূর্ণ শ্রমিক-ব্যবস্থাপনা সম্পর্ক থাকা একান্ত প্রয়োজন। সুতরাং, যোগাযোগ ব্যবস্থা শ্রমিক ও ব্যবস্থাপকের মধ্যে তথ্যের আদান-প্রদানের মাধ্যমে প্রতিষ্ঠানের শ্রমিক-কর্মী ও ব্যবস্থাপনার সম্পর্কের উন্নয়ন ঘটায়।

(খ) যোগাযোগের অন্যান্য উদ্দেশ্যসমূহ (Other Objectives of Communication): যোগাযোগের অন্যান্য উদ্দেশ্যসমূহ নিম্নে আলোচনা করা হলো:

১. **কর্মীদের নিকট নির্দেশনা ও পরামর্শ প্রেরণ (Sending Direction and Advice to the Employees):** প্রতিষ্ঠানের গৃহীত পরিকল্পনা, নীতি ও বিভিন্ন কলাকৌশল বাস্তবায়নের লক্ষ্যে ব্যবস্থাপনা সময়ে সময়ে নির্বাহী ও অধস্তন কর্মীদের নিকট বিভিন্ন প্রকার নির্দেশনা, পরামর্শ ও উপদেশ প্রেরণ করে থাকে। এ সকল পরামর্শ ও নির্দেশনা যথাযথভাবে সংশ্লিষ্ট কর্মীদের নিকট পৌঁছানোর ব্যবস্থা যোগাযোগের মাধ্যমে হয়ে থাকে।
২. **কর্মীদের প্রতিক্রিয়া অবহিতকরণ (Informing Employees Reaction):** প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য, নীতিমালা, ব্যবস্থাপনা পদ্ধতি এবং বিভিন্ন কর্মসূচি উর্ধ্বতন কর্মকর্তারা গ্রহণ করে থাকেন। এসব লক্ষ্য, নীতিমালা, প্রোগ্রাম ইত্যাদি সম্বন্ধে কর্মীদের মনোভাব (প্রতিকূল/অনুকূল) ব্যবস্থাপনা ও প্রশাসনকে সঠিকভাবে অবহিত করানো যোগাযোগের মুখ্য উদ্দেশ্য।
৩. **ভবিষ্যৎ পরিকল্পনার পরিবর্তন (Altering Future Plans):** আধুনিক প্রতিযোগিতামূলক ব্যবসায় পরিবেশে প্রতিষ্ঠানের ভবিষ্যৎ পরিকল্পনা বা কর্মসূচির পরিবর্তন ও পরিবর্তন অপরিহার্য। এ ধরনের পরিবর্তন সাধনের পর সংশ্লিষ্ট সকলকে উক্ত বিষয়ে অবহিত করাও যোগাযোগের উদ্দেশ্য।
৪. **কর্মে উৎসাহ ও মনোবল বৃদ্ধি (Increasing Effort and Morale to Work):** কর্মীরা যেন সুষ্ঠুভাবে প্রতিষ্ঠানের কার্যাবলি সম্পাদন করতে পারে সেজন্য যোগাযোগের ভূমিকা অপরিহার্য। অর্থাৎ, যোগাযোগ ব্যবস্থা কর্মীদের বিভিন্ন কার্যে উৎসাহ ও প্রণোদনা দিয়ে থাকে। যার ফলে কর্মীদের কার্যে মনোবল বৃদ্ধি পায়।
৫. **সমস্যার সমাধান (Solving Problems):** প্রতিষ্ঠানের বিভিন্ন প্রকার অসুবিধা ও সমস্যা, যথাযথ পদোন্নতি, পদাবনতি, নিয়োগ বা বদলি, গোলযোগ, মনোমালিন্য ইত্যাদির সুষ্ঠু সমাধান করে উন্নত কাজের পরিবেশ সৃষ্টি এবং ভবিষ্যতে যাতে এ সমস্ত সমস্যা সৃষ্টি না হয় সেদিকে লক্ষ্য রাখাও যোগাযোগের অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ কাজ।

মোটকথা, যোগাযোগের সাহায্যে সংগঠনের সাথে সংশ্লিষ্ট ব্যক্তির একটি সাধারণ উদ্দেশ্য অর্জনে পরস্পরের সাথে সম্পৃক্ত হয়। তাই বলা যায়, যোগাযোগের উদ্দেশ্য হলো প্রতিষ্ঠানের সার্বিক পরিবেশকে উন্নত করা এবং প্রতিষ্ঠানের উদ্দেশ্য অর্জনে সহায়তা করা।



#### সারসংক্ষেপ:

উত্তম ও কার্যকরী যোগাযোগ হতে হলে কতগুলো অপরিহার্য গুণাবলি থাকা প্রয়োজন। সেগুলো হলো- ভাবনা, উদ্দেশ্য নির্ধারণ, মাধ্যম, প্রেরক ও প্রাপকের সম্পর্ক, সময় বিবেচনা, স্পষ্ট বক্তব্য, সংক্ষিপ্ততা ও সহজবোধ্যতা, সম্পূর্ণ বার্তা, নির্ভুলতা ও ফলাবর্তন। প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য স্থির এবং তা অর্জনের জন্য নীতিনির্ধারণ ও পরিকল্পনা প্রণয়ন করে এগুলো কার্যকরভাবে বাস্তবায়ন হচ্ছে যোগাযোগের প্রধান লক্ষ্য। প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য অর্জনে যোগাযোগের উদ্দেশ্যগুলো হলো- সাংগঠনিক লক্ষ্য অর্জন করা, তথ্যের আদান-প্রদান, দক্ষতা বৃদ্ধি, পরিকল্পনা প্রণয়ন, সমন্বয়সাধন, কর্মসূচির পরিবর্তন, সচেতনতা সৃষ্টি, কর্মনৈপুণ্য বৃদ্ধি, কর্মসন্তুষ্টি বর্ধন, কর্মী প্রশিক্ষণ, শ্রমিক-ব্যবস্থাপনা সম্পর্ক, কর্মীদের নিকট নির্দেশনা এবং পরামর্শ প্রেরণ, কর্মী প্রতিক্রিয়া অবহিতকরণ, ভবিষ্যৎ পরিকল্পনার পরিবর্তন, কর্মে উৎসাহ ও মনোবল বৃদ্ধি এবং সমস্যার সমাধান।

## পাঠ-১.৩

## কার্যকর ব্যবসায় যোগাযোগ

## Effective Business Communication



## উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি

- কার্যকর ব্যবসায় যোগাযোগ সম্পর্কে জানতে পারবেন;
- কার্যকর ব্যবসায় যোগাযোগের গুরুত্ব সম্পর্কে ধারণা পাবেন;
- কার্যকর ব্যবসায় যোগাযোগের গুরুত্বপূর্ণ উপকরণসমূহ জানতে পারবেন;
- কার্যকর ব্যবসায় যোগাযোগের বাধাসমূহ ব্যাখ্যা করতে পারবেন;
- কার্যকর ব্যবসায় যোগাযোগের বাধাসমূহ দূরীকরণের উপায় বুঝতে পারবেন; এবং
- সংস্কৃতির ও নৈতিকতার সাথে কার্যকর ব্যবসায় যোগাযোগের সম্পর্ক অনুধাবন করতে পারবেন।



## কার্যকর যোগাযোগ

## Effective Communication

যেকোনো ধরনের যোগাযোগের একটি নির্দিষ্ট উদ্দেশ্য থাকে। যে উদ্দেশ্যে যোগাযোগ করা হয়, যোগাযোগ গ্রহীতা যদি যে উদ্দেশ্যটি পুরোপুরিভাবে বুঝতে পারে তাহলে তাকে ফলপ্রসূ বা কার্যকর যোগাযোগ বলা হয়। ব্যবসায়ের উচ্চস্তর হতে যে বিশেষ উদ্দেশ্যে যোগাযোগ করা হয়, তা যদি নিম্নস্তরের কর্মচারীগণ যোগাযোগের বিষয়বস্তু সঠিকভাবে বুঝতে পারে এবং সে অনুযায়ী প্রত্যুত্তর প্রদান করে তাহলে তাকে ফলপ্রসূ যোগাযোগ বলে। ফলপ্রসূ যোগাযোগের মাধ্যমে ব্যবস্থাপনা এবং শ্রমিককর্মীদের মাঝে সৌহার্দ্যপূর্ণ সম্পর্কের সৃষ্টি হয় এবং কাজের পরিবেশ অনুকূল হয়, যার ফলে কর্মচারীগণ স্বতঃস্ফূর্তভাবে কাজে মনোনিবেশ করতে পারেন।

## কার্যকর ব্যবসায় যোগাযোগের গুরুত্ব

## Importance of Effective Business Communication

সুষ্ঠু যোগাযোগের উপর একটি প্রতিষ্ঠানের সফলতা নির্ভর করে এবং যোগাযোগ ব্যবস্থা অদক্ষ হলে প্রতিষ্ঠান ব্যর্থও হতে পারে। ব্যবসায়-বাণিজ্যের ক্ষেত্রে কার্যকর যোগাযোগের ভূমিকা নিম্নে বর্ণনা করা হলো-

- ব্যবস্থাপকীয় দক্ষতা বৃদ্ধি (Improvement of Managerial Efficiency):** ছোট এবং বড় সকল কোম্পানির ব্যবস্থাপকের দক্ষতা এবং মনোবল কোম্পানির যোগাযোগের কার্যকারিতার উপর নির্ভর করে। ব্যবস্থাপক তার প্রয়োজন অনুসারে যোগাযোগের মাধ্যমে কর্মচারীদের নিকট হতে কাজ আদায় করে নেয়। প্রকৃতপক্ষে, ব্যবস্থাপকের কর্মদক্ষতা অন্যান্য কর্মচারীদের সাথে সুষ্ঠু যোগাযোগ রক্ষার উপর নির্ভর করে।
- পরিকল্পনা প্রণয়ন ও বাস্তবায়ন (Formulation and Execution of Plans):** ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের পরিকল্পনা প্রণয়নে নানাবিধ তথ্য, উপাত্ত ও মতামত সংগ্রহের প্রয়োজন হয়। যোগাযোগ ব্যবস্থা বিভিন্ন উৎস হতে প্রয়োজনীয় তথ্যসংগ্রহে ব্যবস্থাপনাকে সহায়তা করে থাকে। গৃহীত পরিকল্পনাসমূহ নির্বাহী ও কর্মীদের নিকট প্রেরণ করতে হয়। এসবের জন্য প্রয়োজন হয় ফলপ্রসূ যোগাযোগ ব্যবস্থার।
- শ্রমিক-কর্মীদের দক্ষতার বিকাশসাধন (Development of Employee Efficiency):** যোগাযোগ কর্মীর দক্ষতাবৃদ্ধি করে কাজের পরিমাণ ও গুণগত মান বৃদ্ধি করে। কারণ, সুষ্ঠু ও উন্নত যোগাযোগের দ্বারা কর্মীরা ব্যবস্থাপক ও নির্বাহীদের নির্দেশ পেয়ে থাকে। ফলে, তারা দায়িত্ব, কর্তব্য এবং সেগুলো সম্পাদনের উত্তম পদ্ধতি সম্পর্কে আগেই ধারণা লাভ করে।
- সমঝোতার সৃষ্টি ও দ্বন্দ্ব পরিহার (Co-operation and Avoid Conflict):** যোগাযোগ পারস্পারিক বোঝাপড়ার মাধ্যমে কর্মীদের মধ্যে সমঝোতা সৃষ্টিতে সাহায্য করে। সুষ্ঠু যোগাযোগ প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরে কর্মীদের মধ্যে



## ব্যবসায় যোগাযোগ পরিচিতি

অনাকাঙ্ক্ষিত দ্বন্দ্ব পরিহারে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। যেসব কারণে দ্বন্দ্বের সৃষ্টি হয় সেসব কারণ সম্পর্কে খোলাখুলি মত বিনিময় হলে দ্বন্দ্বের অবসান ঘটাতে পারে।

- ৫. সমন্বয়সাধন (Co-ordination):** ব্যবসায়ের লক্ষ্য অর্জনের জন্য প্রতিষ্ঠানের বিভিন্ন বিভাগের কাজের মধ্যে সমন্বয় সাধনের প্রয়োজন হয়। ব্যবস্থাপক, নির্বাহী এবং কর্মীদেরকে সুসংগঠিত করে তাদের কাজের মধ্যে সমন্বয় সাধনের জন্য কার্যকরী যোগাযোগ ব্যবস্থার প্রয়োজন হয়।
- ৬. সিদ্ধান্ত গ্রহণ (Making Decisions):** সুষ্ঠু যোগাযোগ ব্যবস্থা চালু থাকলে ব্যবস্থাপক বিভিন্ন বিষয়ে প্রয়োজনীয় তথ্য সংগ্রহ করতে সক্ষম হয় এবং তা সঠিক সিদ্ধান্ত গ্রহণে সাহায্য করে।
- ৭. কর্মীদের প্রণোদনা প্রদান (Motivating Employees):** অধীনস্থ কর্মচারীদের সাথে সবসময় প্রয়োজনীয় তথ্য বিনিময় করলে এবং তাদের কাজের মৌখিক প্রশংসা করলে উর্ধ্বতনের প্রতি অধীনস্থদের কাজের প্রতি উৎসাহ দিতে পারেন। এই ধরনের অনুপ্রেরণা প্রদান প্রাতিষ্ঠানিক লক্ষ্য অর্জনের সহায়ক যা কার্যকর যোগাযোগের মাধ্যমে পালন করা সম্ভব।

উপরিউক্ত আলোচনা থেকে বলা যায় যে, কার্যকর যোগাযোগ ছাড়া কোনো ব্যবসা প্রতিষ্ঠানের পক্ষেই কাঙ্ক্ষিত লক্ষ্যে পৌঁছানো সম্ভব নয়। তাই বলা যায়, ব্যবস্থাপনার কার্যাবলি সম্পাদনে ও ব্যবসায় জগতে সফলতার সাথে টিকে থাকার জন্য যোগাযোগ গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে থাকে।

## কার্যকর ব্যবসায় যোগাযোগের গুরুত্বপূর্ণ উপকরণসমূহ

### Important Elements of Effective Business Communication

ব্যবসায় যোগাযোগ কার্যকরভাবে করার জন্য ৭টি গুরুত্বপূর্ণ উপকরণ রয়েছে যা সেভেন সি 'Seven C' নামে পরিচিত চিত্র নং ১.৩। নিম্নে তা আলোচনা করা হলো-

- ১. সম্পূর্ণতা (Completeness):** কার্যকরভাবে যোগাযোগ সম্পন্ন করার জন্য বার্তাকে প্রয়োজন অনুসারে বিস্তারিতভাবে ও পরিপূর্ণভাবে উপস্থাপন করা প্রয়োজন। বার্তার সম্পূর্ণতার কারণে বার্তাগ্রাহককে সবধরনের তথ্য উপস্থাপন করা যায় ফলে যথাযথভাবে সিদ্ধান্ত গ্রহণ করা সহজ হয় এবং প্রতিষ্ঠানের ভালো ভাবমূর্তি তৈরি হয়। আবার, বার্তা সম্পূর্ণ হলে প্রতিষ্ঠানকে বার বার বার্তা পাঠাতে হয় না ফলে খরচ বাঁচানো যায়।
- ২. সংক্ষিপ্ততা (Conciseness):** কার্যকর যোগাযোগের একটি গুরুত্বপূর্ণ বিষয় হলো সংক্ষিপ্ততা। এক্ষেত্রে যোগাযোগের বিষয়বস্তু যতটা সম্ভব সংক্ষিপ্ত এবং সহজবোধ্য হওয়া উচিত। যোগাযোগের বার্তা দীর্ঘ হলে বার্তাগ্রাহকের ধৈর্যচ্যুতি ঘটতে পারে। তাই যোগাযোগকারী ও যোগাযোগগ্রহীতার সময় ও শ্রমের সাশ্রয় করার জন্য যথাসম্ভব স্বল্প শব্দ এবং বাক্য দিয়ে বার্তা প্রস্তুত করলে যোগাযোগ প্রক্রিয়া সফল হবার সম্ভাবনা বৃদ্ধি পায়।



চিত্র ১.৩: কার্যকর ব্যবসায় যোগাযোগের উপকরণসমূহ

৩. বিবেচনা (**Consideration**): ফলপ্রসূ যোগাযোগের আরও একটি গুরুত্বপূর্ণ নীতি হলো বিবেচনা। এক্ষেত্রে অবশ্যই বার্তা গ্রাহক বা প্রাপকের জ্ঞান, মেধা, অবস্থান, শিক্ষার স্তর, আবেগ, অনুভূতি, পরিস্থিতি, প্রতিক্রিয়া ইত্যাদি বিষয় বিবেচনা করে যোগাযোগ বার্তা প্রেরণ করা উচিত। এতে করে বার্তা প্রাপক যেকোনো বার্তা সহজেই বুঝতে পারে এবং সে অনুযায়ী ফলাবর্তন পাঠাতে সমান হয়। এক্ষেত্রে কিছু বিষয় জেনে রাখা প্রয়োজন-
  - বৈষম্যমূলক শব্দ ব্যবহার করা উচিত নয়;
  - সংবাদ গ্রাহকের প্রতি যথাযথ সম্মান প্রদর্শন করা;
  - আনন্দদায়ক ও ইতিবাচক ঘটনার প্রতি গুরুত্ব দেয়া;
  - সর্বোপরি গ্রাহকের স্বার্থ বিবেচনা করা।
৪. স্পষ্টতা (**Clarity**): যোগাযোগের বার্তা স্পষ্টভাবে বোঝার উপর নির্ভর করছে যোগাযোগ কতটা কার্যকর হবে। এই কারণে সহজ, সরল ও সুস্পষ্ট ভাষা ও শব্দ ব্যবহার করা হলে বার্তার স্পষ্টতা তৈরি হয়। বার্তা স্পষ্ট থাকলে বার্তা গ্রাহক সহজে বার্তার অর্থ ও ভাব বুঝতে পারে।
৫. বস্তুনিষ্ঠতা (**Concreteness**): যোগাযোগ বার্তার বস্তুনিষ্ঠতা বলতে বার্তাকে সুনির্দিষ্ট, ধারাবাহিক, প্রাসঙ্গিক, সুসংজ্ঞায়িত এবং প্রানবস্তভাবে উপস্থাপন করাকে বুঝায়। অর্থাৎ সংবাদ প্রেরণে কোনরকম অস্পষ্টতা বা অপ্রাসঙ্গিকতা যেন স্থান না পায় সেদিকে খেয়াল রাখতে হবে। এছাড়াও সুনির্দিষ্ট ঘটনা ও তথ্যের উল্লেখ এবং প্রানবস্ত শব্দ ব্যহার করা উচিত। এতে বার্তার গ্রহণযোগ্যতা বৃদ্ধি পায় ও যোগাযোগ প্রক্রিয়া কার্যকর হয়।
৬. সৌজন্যতা (**Courtesy**): বার্তা প্রস্তুত ও প্রেরণের সময় প্রাপকের প্রতি যথেষ্ট আন্তরিক ও কুশলী হওয়া প্রয়োজন কারণ এতে প্রাপকের প্রতি সৌজন্যতা প্রদর্শন করা হয়। যে কোনো ধরনে সৌজন্যতামূলক বার্তা যোগাযোগ সম্পৃক্ত পক্ষসমূহের মধ্যকার বিদ্যমান সম্পর্ককে যেমনি শক্তিশালী করে তেমনি নতুন নতুন বিভিন্ন পক্ষের মধ্যে সম্পর্ক সৃষ্টিতেও গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে থাকে। সৌজন্যতা অর্জনের জন্য এক্ষেত্রে মনে রাখতে হবে বার্তা গ্রাহককে বিরক্ত করা বা দুঃখ দিতে পারে এমন শব্দ ব্যবহার করা ঠিক নয় বরং যথাযথ আন্তরিক, কুশলী এবং প্রশংসনীয় শব্দ ব্যবহার করা উচিত।
৭. সঠিকতা (**Correctness**): কার্যকর যোগাযোগ প্রক্রিয়ার ক্ষেত্রে বার্তা বা সংবাদ প্রস্তুতের সময় নির্ভুল তথ্য প্রদান করতে হয়। এছাড়াও বার্তার ব্যাকরণ, বিরাম চিহ্ন, বানান রীতি, শব্দের সঠিক ব্যবহার ইত্যাদি বিষয় খেয়াল রাখতে হয়। বার্তার তথ্যগত, ভাষা বা ব্যাকরণগত শুদ্ধতার অভাবে যোগাযোগের উদ্দেশ্য অর্জনে বাধা সৃষ্টি হতে পারে।

### কার্যকর ব্যবসায় যোগাযোগের বাধাসমূহ

#### Barriers of Effective Business Communication

ফলপ্রসূ ও উপযুক্ত যোগাযোগ ব্যবস্থার অনুপস্থিতির কারণে প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য অর্জনে সমস্যার সৃষ্টি হতে পারে। ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানসমূহে ফলপ্রসূ যোগাযোগের ক্ষেত্রে যে সকল প্রতিবন্ধকতা বা সমস্যা তৈরি হয় তা নিচে আলোচনা করা হলো:

১. অতিরিক্ত সাংগঠনিক স্তর (**Excess Organizational Hierarchies**): ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানসমূহে সাংগঠনিক স্তরের আধিক্যের কারণে প্রক্রিয়া মাঝপথে বাধাগ্রস্ত হওয়ার আশঙ্কা থাকে। উদাহরণস্বরূপ, কোন ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানে যেকোনো বিভাগে কর্তৃত্বের চেইন নিম্নতম থেকে উর্ধ্বতর পর্যায়ের স্তর বেশি থাকলে যোগাযোগ প্রবাহ মাঝপথে বিঘ্নিত হবার সম্ভাবনা থাকে। অর্থাৎ, মাঝপথে যোগাযোগের বিষয়বস্তু বিকৃত হওয়ার সম্ভাবনা বেশি থাকে।
২. ভাষাগত প্রতিবন্ধকতা (**Language Barrier**): ব্যবসায়ী প্রতিষ্ঠানে বিভিন্ন অঞ্চলের কর্মীরা কাজ করে। তাদের মধ্যে আঞ্চলিক ভাষার প্রভাব রয়েছে। এসব কর্মচারীদের মধ্যে উচ্চ শিক্ষিত, অল্প শিক্ষিত আবার অশিক্ষিত রয়েছে। ফলে, যোগাযোগের ক্ষেত্রে বার্তাপ্রেরক ও বার্তাগ্রাহকের মধ্যে ভাষাগত প্রতিবন্ধকতা দেখা দেয়। আবার, আন্তর্জাতিক পর্যায়ে ব্যবসায়িক প্রয়োজনে অন্যদেশের ব্যবসায়ী, ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের সাথে ভিন্ন ভাষায় (যেমন- ইংলিশ, চাইনিজ, জার্মানী, আরবী ইত্যাদি) যোগাযোগ করতে হয়। এক্ষেত্রে সেই ভাষায় পারদর্শীতা না থাকলে প্রতিবন্ধকতা সৃষ্টি হয়।

৩. **উপলব্ধি ও ব্যক্তিত্বের পার্থক্য (Difference in Perception and Personality):** মানুষের পরিবার, সমাজ, শিক্ষা, সামাজিক অবস্থান ইত্যাদির ভিন্নতার কারণে বিভিন্ন ব্যক্তিত্বের অধিকারী হয়। ফলে এক এক ব্যক্তি একই বিষয় ভিন্ন ভিন্নভাবে উপলব্ধি করতে পারে। এই বিভিন্নতার একই বার্তা ভিন্ন ভিন্ন কর্মী ভিন্নভাবে অনুধাবন করতে পারে। যেমন- কোনো প্রতিষ্ঠানে বিক্রয় প্রতিনিধিদের একমাসে ১০% বিক্রয় বৃদ্ধি করার নির্দেশ দেওয়া হলো। এই নির্দেশনাকে কোনো বিক্রয়কর্মী সহজভাবে নিতে পারে এই ভেবে যে তার কর্মদক্ষতা দেখানোর সুযোগ রয়েছে। আবার অন্য কোনো বিক্রয়কর্মী ভাবতে পারে যে, এই ধরনের নির্দেশনা এত কমসময়ে অর্জন করা অসম্ভব। অতএব, ব্যক্তিত্বের ও উপলব্ধির বিভিন্নতার জন্য যোগাযোগ অনেকসময় কার্যকর নাও হতে পারে।
৪. **সংস্কৃতি সম্পর্কে জ্ঞানের অভাব (Lack of Knowledge in Culture):** কোনো নির্দিষ্ট সংস্কৃতিতে কিছু সর্বজনীন বৈশিষ্ট্য রয়েছে যা সেই সংস্কৃতির বেশিরভাগ মানুষ অনুসরণ করে থাকে কিন্তু সব মানুষ সকল বৈশিষ্ট্য মানতে নাও পারে। আবার ভিন্ন ভিন্ন সংস্কৃতিতে নানাধরনের বৈশিষ্ট্য লক্ষ্য করা যায়। সংস্কৃতির বিভিন্নতা সম্পর্কে জানা না থাকলে যোগাযোগ প্রক্রিয়া বাধাগ্রস্ত হতে পারে। যেমন- পশ্চিমা অঞ্চলীয় ব্যবসায়ীরা (ইউরোপ, আমেরিকা, অস্ট্রেলিয়া ইত্যাদি দেশ) আনুষ্ঠানিকতা কম পালন করে ব্যবসায়িক কর্মকাণ্ড পরিচালনা করে অন্যদিকে, পূর্ব অঞ্চলে (বাংলাদেশ, ভারত, চীন ইত্যাদি) সবসময় যথাযথ আনুষ্ঠানিকতা পালন করে সব ধরনের ব্যবসায়িক কাজ পালন করা হয়।
৫. **ভুল মাধ্যম নির্বাচন (Incorrect choice of Medium):** বিভিন্ন মাধ্যম ব্যবহার করে তথ্য বা বার্তা আদান প্রদান করা হয়; যেমন- টেলিফোন, ইমেইল ইত্যাদি। কিন্তু সবধরনের যোগাযোগ করার জন্য এইসব মাধ্যমসমূহ সবসময় কার্যকর নাও হতে পারে। যেমন- ইমেইলে যোগাযোগ করতে দক্ষ নন এমন কোনো ব্যক্তির সাথে ইমেইলের মাধ্যমে যোগাযোগ করার চেষ্টা করা হলে যোগাযোগ প্রক্রিয়া সফল হবার সম্ভাবনা কম থাকে।
৬. **তথ্যের বাহুল্যতা (Information overload):** ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানে প্রতিনিয়ত হাজারো তথ্য নিয়ে কাজ করতে হয়। সেইসব তথ্য প্রতিষ্ঠানের বিভিন্ন স্তরে উচ্চ পদস্থ স্তর থেকে নিম্ন স্তর বা নিম্ন স্তর থেকে উচ্চ পদস্থ স্তরে প্রবাহিত হয়। অনেক সময়, তথ্যের এই প্রবাহ নিয়ন্ত্রণ করা সম্ভব হয় না ফলে কোনো স্তরের দায়িত্বপ্রাপ্ত ব্যক্তি অনিচ্ছাকৃতভাবে কোনো তথ্য আদান-প্রদানে ভুলে যেতে পারে বা উপেক্ষা করা হতে পারে।
৭. **কাঠামোগত বিঘ্নতা (Physical Distraction):** বিভিন্ন যান্ত্রিক ও কাঠামোগত গোলযোগের কারণে কার্যকর যোগাযোগ ব্যহত হতে পারে। এক্ষেত্রে অস্বস্তিদায়ক চেয়ার, মঞ্চের আলোর অব্যবস্থাপনা, মাইকে শব্দের সমস্যা, ইন্টারনেটের দুর্বল সংযোগ ইত্যাদি কারণে বার্তার্থহীতা বার্তা বুঝতে সমস্যা হতে পারে। উদাহরণ হিসেবে বলা যেতে পারে, লিখিত প্রতিবেদনে খারাপ হাতের লেখা বা মুদ্রণ ত্রুটির জন্য কার্যকর যোগাযোগ বাধাগ্রস্ত হতে পারে। আবার, যান্ত্রিক ত্রুটির জন্য টেলিফোনে কথা বলার সময় যোগাযোগ ব্যহত হতে পারে।

পরিশেষে বলা যায় যে, ব্যবসায়ী ক্ষেত্রে যোগাযোগের এইধরনের প্রতিবন্ধকতা ব্যবসায়ী প্রতিষ্ঠানের উন্নয়নের ক্ষেত্রে বাধা সৃষ্টি করে।

### কার্যকর ব্যবসায় যোগাযোগের বাধাসমূহ দূরীকরণের উপায়

#### Ways to Overcome Communication Challenges

সফলভাবে বার্তা আদান-প্রদানে প্রতিবন্ধকতা বা বিঘ্নতা আসতে পারে যেকোনো সময়, যেকোনো ভাবে। এই বাধা হতে পারে কাঠামোগত, মনস্তাত্ত্বিক, লিখিত বা মৌখিক। ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানে কার্যকর যোগাযোগ নিশ্চিত করার জন্য ব্যবসায় যোগাযোগের সম্ভাব্য বাধাসমূহ মোকাবেলা করার জন্য কতগুলো পদক্ষেপ নেওয়া যেতে পারে। ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানে কার্যকর যোগাযোগের জন্য সুস্পষ্ট ও সুনির্ধারিত নীতিমালা থাকা প্রয়োজন। এই নীতিমালতে কিভাবে, কার সাথে ও কখন যোগাযোগ করার নির্দেশনা দেওয়া থাকবে। এর মাধ্যমে যোগাযোগ প্রবাহ ভালোভাবে গতিশীল করা সম্ভব। জটিল ও প্রয়োজনান্তরিত সাংগঠনিক কাঠামোকে পরিবর্তন করে সহজ ও সরল করা হলে যোগাযোগ প্রক্রিয়া কার্যকর হয়। আবার, যোগাযোগ প্রক্রিয়া সহজ ও গতিশীল করার জন্য অপ্রয়োজনীয় আনুষ্ঠানিকতা বর্জন করা হলে অহেতুক সময় নষ্ট ও অনাগ্রহ কমানো সম্ভব হয়। বার্তা বা সংবাদের প্রাপক সম্পর্কে পূর্বে থেকে ধারণা নিয়ে বার্তা প্রস্তুত করা প্রয়োজন। ফলে

প্রাপক সঠিকভাবে বার্তা অনুধাবন করতে পারবে। বার্তা প্রস্তুত ও প্রেরণসহ সম্পূর্ণ প্রক্রিয়ার পরিকল্পনা গ্রহণ করে যথাযথ উপায়ে যোগাযোগ করা হলে সম্ভাব্য সমস্যা বা বাধাসমূহ পূর্বেই সমাধান করা সম্ভব হয়। যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় অবশ্যই প্রাপকের প্রতিক্রিয়া জানানোর সুযোগ থাকা প্রয়োজন এতে বার্তা বাধাসমূহ দ্রুত সমাধান করা সম্ভব হয়। যোগাযোগ প্রক্রিয়া কার্যকর করার জন্য অন্য আরেকটি গুরুত্বপূর্ণ বিষয় হলো বার্তার উদ্দেশ্য ও অন্যান্য পরিস্থিতি বিবেচনা করে যথাযথ ভাষা ও মাধ্যম ব্যবহার নিশ্চিত করা। আবার, বিভিন্ন কর্মশালা ও প্রশিক্ষণের ব্যবস্থার মাধ্যমে প্রতিষ্ঠানে উর্ধ্বতন কর্মকর্তা থেকে শুরু করে অধীনস্থ সকলের যোগাযোগ দক্ষতা ও পারদর্শিতা বৃদ্ধির করা যায়। যোগাযোগ প্রক্রিয়া কার্যকর করার জন্য আধুনিক ও উন্নত প্রযুক্তি ব্যবহারের প্রতি আগ্রহী হওয়া প্রয়োজন এতে বার্তার উপযোগিতা ও আকর্ষণীয়তাও বৃদ্ধি পায়।

### সংস্কৃতি ও কার্যকর ব্যবসায় যোগাযোগ

#### Culture and Effective Business Communication

নিজ দেশের গভি পেরিয়ে এখন অনেক ব্যবসায় প্রতিষ্ঠান আন্তর্জাতিক পর্যায়ে ব্যবসায়িক কার্যক্রম পরিচালনা করছে। আবার, বহু সংস্কৃতির এই যুগে ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানে বিভিন্ন সংস্কৃতি থেকে আগত বিভিন্ন ব্যক্তি একই সাথে কাজ করে। সংগঠনে এইধরনের বৈচিত্র্যতাকে স্বাভাবিক ও সহজভাবে দেখা হয় কারণে এতে সম্ভব হয় ভিন্ন ভিন্ন আঙ্গিক থেকে বিচার বিশ্লেষণ করে প্রতিষ্ঠানের উদ্দেশ্য অর্জন করা সম্ভব হয়। সংস্কৃতি হলো আচার, ব্যবহার, মূল্যবোধ, বিশ্বাস ইত্যাদির সমষ্টি যা কোনো নির্দিষ্ট দল বা গোষ্ঠীর পরিচয় বহন করে। এই নির্দিষ্ট দলের ভাষা, খাদ্যাভ্যাস, পোশাক, মানুষের সাথে আচার-ব্যবহার, অনুষ্ঠান, ধর্ম ইত্যাদি দিয়ে সেই দলের সংস্কৃতি সম্পর্কে ধারণা পাওয়া যায়। একই সংস্কৃতির দলের মধ্যে যেমন মানুষভেদে পার্থক্য দেখা যায় আবার বিভিন্ন সংস্কৃতির গোষ্ঠীর মধ্যেও এই পার্থক্য আরও তীব্র থাকে। যেমন- জাপানে কর্মীরা একই প্রতিষ্ঠানে দীর্ঘ সময়ের জন্য চাকুরি করার মানসিকতা নিয়ে কাজ করে। কারণ তাদের সংস্কৃতিতে প্রতিষ্ঠানের প্রতি অনুগত থাকাকে প্রাধান্য দেওয়া হয়। আবার, ইউরোপে ব্যক্তিদের মাঝে তার প্রয়োজন বা ইচ্ছানুযায়ী ঘন ঘন চাকুরী পরিবর্তন করার প্রবণতা লক্ষ করা যায়। সেকারণে ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানকে সাংস্কৃতিক বৈচিত্র্যতা সম্পর্কে জ্ঞান অর্জন করা প্রয়োজন। এরপর সংস্কৃতির বিভিন্নতা বিবেচনা করে যোগাযোগ করার জন্য বার্তার পরিকল্পনা গ্রহণ, ভাষা, যোগাযোগের মাধ্যম ইত্যাদি নির্ধারণ করতে হয়। উদাহরণস্বরূপ- পশ্চিমা দেশগুলো যোগাযোগের ক্ষেত্রে অপ্রয়োজনীয় বিবরণ পরিহার করে সরাসরি তথ্য উপস্থাপন করে যেকোনো বার্তা আদান-প্রদান করে; অন্যদিকে পূর্ব অঞ্চলীয় দেশগুলো বিস্তারিত তথ্য দিয়ে, অতি বিনম্র ও পরোক্ষভাবে বার্তা আদান-প্রদান করা হয়।

### নৈতিকতা ও কার্যকর ব্যবসায় যোগাযোগ

#### Ethics and Effective Business Communication

প্রতিষ্ঠানে কার্যকর যোগাযোগ নিশ্চিত করার জন্য নৈতিকতাকে গুরুত্বের সাথে বিবেচনা করা প্রয়োজন। ব্যবসায় যোগাযোগের ক্ষেত্রে নৈতিকতা হলো সঠিক তথ্য উপস্থাপন করা, প্রাপকের প্রতি সম্মান প্রদর্শন করে এবং সহানুভূতিশীল হয়ে বার্তা প্রস্তুত ও আদান-প্রদান করা। এক্ষেত্রে আরও খেয়াল রাখতে হয় যে, প্রেরক নিজে প্রাপকের অবস্থান থেকে বার্তার মমার্থ বোঝার চেষ্টা করছে কিনা। ব্যবসায় যোগাযোগের ক্ষেত্রে রাজনৈতিক, ধর্ম, রসিকতা বা যেকোনো স্পর্শকাতর বিষয়কে যতটা সম্ভব পরিহার করা প্রয়োজন। আবার, প্রেরক যথাযথভাবে বার্তা আদান-প্রদান করার জন্য প্রাপকের অবস্থান ও পরিস্থিতি যতটা সম্ভব বুঝে ও মানিয়ে নিয়ে বার্তা প্রস্তুত করে। উদাহরণস্বরূপ- কোনো ব্যবসায় প্রতিষ্ঠান যদি মিথ্যা ও অতিরঞ্জিত তথ্য দিয়ে বিজ্ঞাপন তৈরি করে ক্রেতাদের আকৃষ্ট করতে চায় তখন তা অনৈতিক ব্যবসায় যোগাযোগ হবে। এরফলে প্রতিষ্ঠানটি স্বল্পমেয়াদে লাভবান হলেও দীর্ঘমেয়াদে ক্রেতার আস্থা হারাতে পারে। সুতরাং, কার্যকর ব্যবসায় যোগাযোগের জন্য নৈতিকভাবে সত্য ও সঠিক তথ্য দিয়ে বার্তা বা সংবাদ আদান-প্রদান করা প্রয়োজন।



## সারসংক্ষেপ:

সুষ্ঠু যোগাযোগের উপর একটি প্রতিষ্ঠানের সফলতা নির্ভর করে এবং যোগাযোগ ব্যবস্থা অদক্ষ হলে প্রতিষ্ঠান ব্যর্থও হতে পারে। ব্যবসায়-বাণিজ্যের ক্ষেত্রে যোগাযোগের ভূমিকা হলো- তথ্য বা ভাব আদান-প্রদান, ব্যবস্থাপকীয় দক্ষতার বৃদ্ধি, পরিকল্পনা প্রণয়ন ও বাস্তবায়ন, শ্রমিক-কর্মীদের দক্ষতার বিকাশসাধন, সমস্যা সম্পর্কে জ্ঞানার্জন, সমঝোতার সৃষ্টি ও দ্বন্দ্ব পরিহার, সমন্বয়সাধন, পলিসি নির্ধারণ, অনুসন্ধান ও গবেষণা, আন্তর্জাতিক সম্পর্ক এবং আনুগত্য বৃদ্ধি। ব্যবসায় যোগাযোগ কার্যকরভাবে করার জন্য ৭টি গুরুত্বপূর্ণ উপকরণ রয়েছে যা সেভেন সি 'Seven C' নামে পরিচিত; সেগুলো হলো- সম্পূর্ণতা, সংক্ষিপ্ততা, বিবেচনা, স্পষ্টতা, বস্তুনিষ্ঠতা, সৌজন্যতা ও সঠিকতা। বাংলাদেশের ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানসমূহে ফলপ্রসূ যোগাযোগের ক্ষেত্রে যে সকল প্রতিবন্ধকতা বা সমস্যা পরিদৃষ্ট হয় তা হলো- অতিরিক্ত সাংগঠনিক স্তর, ভাষাগত প্রতিবন্ধকতা, উপলব্ধি ও ব্যক্তিত্বের পার্থক্য, সংস্কৃতি সম্পর্কে জ্ঞানের অভাব, মাধ্যমে বাধা, তথ্যের বাহুল্যতা এবং বিঘ্নতা বা প্রতিবন্ধকতা। ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানে কার্যকর যোগাযোগ নিশ্চিত করার জন্য ব্যবসায় যোগাযোগের সম্ভাব্য বাধাসমূহ মোকাবেলা করার জন্য কতগুলো পদক্ষেপ নেওয়া যেতে পারে; সুস্পষ্ট ও সুনির্ধারিত নীতিমালা, জটিল ও প্রয়োজনাতিরিক্ত সাংগঠনিক কাঠামোকে পরিবর্তন, বার্তা বা সংবাদের প্রাপক সম্পর্কে পূর্বে থেকে ধারণা, পরিকল্পনা গ্রহণ, যথাযথ ভাষা ও মাধ্যম ব্যবহার, কর্মশালা ও প্রশিক্ষণের ব্যবস্থা, আধুনিক ও উন্নত প্রযুক্তি ব্যবহার এবং অপ্রয়োজনীয় আনুষ্ঠানিকতা বর্জন। ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানকে সাংস্কৃতিক বৈচিত্র্যতা সম্পর্কে জ্ঞান অর্জন করা প্রয়োজন। কারণ বার্তার পরিকল্পনা গ্রহণ, ভাষা, যোগাযোগের মাধ্যম ইত্যাদি নির্ধারণ করার সময় সংস্কৃতির বিভিন্নতা বিবেচনা না করা হলে কার্যকর যোগাযোগ করা সম্ভব নয়। ব্যবসায় যোগাযোগের ক্ষেত্রে নৈতিকতা হলো সঠিক তথ্য উপস্থাপন করা, প্রাপকের প্রতি সম্মান প্রদর্শন করে এবং সহানুভূতিশীল হয়ে বার্তা প্রস্তুত ও আদান-প্রদান করা। সুতরাং, প্রতিষ্ঠানে কার্যকর যোগাযোগ নিশ্চিত করার জন্য নৈতিকতাকে গুরুত্বের সাথে বিবেচনা করা প্রয়োজন।



## ইউনিট উত্তর মূল্যায়ন

১. যোগাযোগ বলতে কী বোঝায়?
২. ব্যবসায় যোগাযোগের সংজ্ঞা দিন।
৩. সাংগঠনিক লক্ষ্য অর্জন করা ব্যবসায় যোগাযোগের একটি উদ্দেশ্য- ব্যাখ্যা করুন।
৪. যোগাযোগের প্রক্রিয়া বর্ণনা করুন।
৫. যোগাযোগের বৈশিষ্ট্যগুলো আলোচনা করুন।
৬. কার্যকর যোগাযোগের গুরুত্ব বর্ণনা করুন।
৭. যোগাযোগের উদ্দেশ্যসমূহ বর্ণনা করুন।
৮. কার্যকর যোগাযোগের মাধ্যমে কর্মীদের প্রণোদনা দেওয়া সম্ভব- ব্যাখ্যা করুন।
৯. কার্যকর ব্যবসায় যোগাযোগের সম্ভাব্য সমস্যাগুলো আলোচনা করুন।
১০. ব্যবসায় যোগাযোগের সম্ভাব্য সমস্যাগুলো সমাধানের উপায় কী কী হতে পারে আলোচনা করুন।
১১. কার্যকর ব্যবসায় যোগাযোগ প্রক্রিয়ার গুরুত্বপূর্ণ উপাদানগুলো বর্ণনা করুন।
১২. সংস্কৃতি ও নৈতিকতার সাথে ব্যবসায় যোগাযোগ কিভাবে জড়িত? আলোচনা করুন।

### রেফারেন্স বইসমূহ

- Zahed Mannan, Business Communication, University Grants Commission of Bangladesh.
- Raymon V. Lesikar, John D. Pettit, Jr., Marie E. Flatley, Lesikar's, Basic Business Communication (Iwin & McGraw-Hill).
- Rajendra Pal & J.S. Korlahalli, Essentials of Business Communication, Sultan Chand Sons.