ପର୍ଯ୍ୟଟନ ଓ ଆତିଥ୍ୟର ପରିଚୟ

ବିଭାଗ - ଖ

ଧନ୍ଦାମୂଳକ ଶିକ୍ଷାର୍ଥୀଙ୍କ ନିମନ୍ତେ : ଦଶମ ଶ୍ରେଣୀ

Job Role: Food & Beverage Service Trainee

Qualification Pack: Ref. ID. THC/Q0307

ପ୍ରସ୍ତୁତି ଓ ଭାଷା ଅନୁବାଦ: ଅମିତ କୁମାର ସାହୁ
ମୁନିନ୍ଦ୍ର କୁମାର ମାହାପାତ୍ର
ରାଜେନ୍ଦ୍ର କୁମାର ରାଉତ
ସୁବାସ ଚନ୍ଦ୍ର ଦାସ
ଦେବୀ ପ୍ରସନ୍ନ ବେଉରା

https://withteachers.in/

ସୂଚୀ

କ୍ର.ନଂ.	ଅଧ୍ୟାୟ	ପ୍ରସଙ୍ଗ	ପୃଷ୍ଠା
୧	ପ୍ରଥମ ଅଧ୍ୟାୟ	ଗ୍ରାହକ କୈନ୍ଦ୍ରିକ ସେବା	
୨	ଦ୍ୱିତୀୟ ଅଧ୍ୟାୟ	ଶିଷ୍ଟାଚାର ଓ ଆତିଥ୍ୟତାର ଆଚରଣ	
୩	ତୃତୀୟ ଅଧ୍ୟାୟ	ଲିଙ୍ଗ ଓ ବୟସର ସମ୍ବେଦନଶୀଳ ଅଭ୍ୟାସ	
୪	ଚତୁର୍ଥ ଅଧ୍ୟାୟ	ସଂସ୍ଥା ଓ ଗ୍ରାହକଙ୍କର ବୌଦ୍ଧିକ ସମ୍ପତ୍ତି ଅଧିକାର	
୫	ପଞ୍ଚମ ଅଧ୍ୟାୟ	ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ ଓ ସ୍ୱଚ୍ଛତା	
୬	ଷଷ୍ଠ ଅଧ୍ୟାୟ	କର୍ମକ୍ଷେତ୍ରରେ ସୁରକ୍ଷା	
୭	ସପ୍ତମ ଅଧ୍ୟାୟ	ବୈଦେଶିକ ଓ ଆଞ୍ଚଳିକ ଭାଷା ଶିକ୍ଷା	

https://withteachers.in/

ପ୍ରଥମ ଅଧ୍ୟାୟ

ଗ୍ରାହକ କୈନ୍ଦ୍ରିକ ସେବା

(Customer-Centric Service)

୧.୧ ଆତିଥ୍ୟ (Hospitality):

ଅତିଥି ଓ ଅତିଥି ସତ୍କାରଙ୍କ ସମ୍ପର୍କକୁ ଆତିଥ୍ୟ କୁହାଯାଏ । ଏହା ଏକ କଳା, ଯାହା ଅତିଥି ପରାୟଣ କାର୍ଯ୍ୟ ବା ଅଭ୍ୟାସକୁ ବୁଝାଏ । କୌଣସି ଅତିଥି ବା ଅଚିହ୍ନା ବ୍ୟକ୍ତିକୁ ଉଦାର ମନୋଭାବରେ ଯତ୍ନବାନ ଓ ଦୟା ଦେଖାଇବା ଉଚିତ । ଅତିଥିର ସଂଜ୍ଞା dictionary.com ମତରେ- ଆତିଥ୍ୟ ହେଉଛି, ଅତିଥି ଓ ଅଚିହ୍ନା ବ୍ୟକ୍ତିକୁ ବନ୍ଧୁତାପୂର୍ଣ୍ଣ ଓ ଉଦାରମନ ସହିତ ଅଭ୍ୟର୍ଥନା ଏବଂ ସେବା ପ୍ରଦାନ କରିବା ।

ଶବ୍ଦ ପ୍ରକରଣ ଅନୁସାରେ Hospitality ଶବ୍ଦଟି ଲାଟିନ୍ ଶବ୍ଦ "Hospes"ରୁ ଆସିଅଛି । ଯାହାର ଅର୍ଥ- ଅତିଥି ବା guest, ଭ୍ରମଣକାରୀ ବା visitor। ଭାରତରେ ଆତିଥ୍ୟର ମୂଳତତ୍ତ୍ୱ ଯାହା ଉପନିଶେଦ୍ ରେ ବର୍ଣ୍ଣିତ ହୋଇଛି- "ଅତିଥି ଦେବୋ ଭବଃ" । ଅର୍ଥାତ ଅତିଥିଙ୍କୁ ଦେବତା ରୂପରେ ପୂଜା କର ।

ଅତିଥି (Guest)- ଯେଉଁ ବ୍ୟକ୍ତି ସ୍ୱାଗତ ଓ ସେବା ପାଏ ।

ଅତିଥି ସତ୍କାରକ (Host)- ଯେଉଁ ବ୍ୟକ୍ତି ସ୍ୱାଗତ ବା ସେବା ପ୍ରଦାନ କରେ ।

ଆତିଥ୍ୟ ଏକ ସେବା, ଯାହାଦ୍ୱାରା ଅତିଥିଙ୍କୁ ସ୍ୱାଗତ କରିବା ସହିତ ତାଙ୍କର ସବୁ ଆବଶ୍ୟକତା ପୂରଣ କରିବା ଓ ବନ୍ଧୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଭାବରେ ସେବା ପ୍ରଦାନ କରିବା ।

୧.୨ ଆତିଥ୍ୟର ଲକ୍ଷ୍ୟ (Goal of Hospitality):

- ଏକ କିମ୍ବା ଏକତ୍ରିତ ଭାବରେ କାର୍ଯ୍ୟ ଶିଖିବା ଏବଂ କାର୍ଯ୍ୟ କରିବା ।
- ମୌଖିକ ଏବଂ ଲିଖିତ ଯୋଗାଯୋଗ ସଫଳତାର ଲାଭ ।
- ସବୁ ସମ୍ପ୍ରଦାୟ ଓ ସଂସ୍କୃତିର ସମ୍ମାନ ଦେବା ।
- କୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତିର ସର୍ଜନଶୀଳତାକୁ ବୁଝିବା ଏବଂ ପ୍ରଶଂସା କରିବା ।
- ଜାଣିବାର ଇଚ୍ଛା, ଦୃଢବିଶ୍ୱାସ ଓ କୌଣସି କାର୍ଯ୍ୟରେ ନିଯୁକ୍ତି ହେବାର ମନୋବଳକୁ ବୃଦ୍ଧି କରିବା ।

ଆତିଥ୍ୟ ବ୍ୟବସାୟର ଗୁଣ (Characteristics of Hospitality):

କ) ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବାର ମିଶ୍ରଣ (Product-Service Mix)

ଆତିଥ୍ୟ ଶିଳ୍ପରେ ଗ୍ରାହକ କେବଳ ଦ୍ରବ୍ୟ ପାଇଁ ମୂଲ୍ୟ ଦିଅନ୍ତି ନାହିଁ, ସେମାନେ ଦ୍ରବ୍ୟ ସହ ପାଉଥିବା ସେବାର ମଧ ମୂଲ୍ୟ ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି । ଉଦାହରଣସ୍ୱରୂପ- ଯଦି ଜଣେ ଗ୍ରାହକ ଗୋଟିଏ ରେଷ୍ଟୁରାଣ୍ଟରେ ଭୋଜନ କରନ୍ତି. ସେ କେବଳ ଖାଦ୍ୟ ଓ ପାନୀୟର ମୂଲ୍ୟ ସହ ସେଠାରେ ପାଉଥିବା ସେବାର ମଧ ମୂଲ୍ୟ ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି ।

ଖ) ଦ୍ୱିପାକ୍ଷିକ ଯୋଗାଯୋଗ (Two-Way Communication)

ଉତ୍ତମ ସେବାର ମୂଲ୍ୟ ବୃଦ୍ଧିପାଇଁ ଗ୍ରାହକ ଓ ସେବା ପ୍ରଦାନ କରୁଥିବା କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଦ୍ୱିପାକ୍ଷିକ ଯୋଗାଯୋଗ ରହିବ ନିହାତି ଆବଶ୍ୟକ। ଏହାଦ୍ୱାରା ଗ୍ରାହକ ଓ ସେବା ପ୍ରଦାନ କରୁଥିବା ସଂସ୍ଥାର ଉତ୍ତମ ସମ୍ପର୍କ ସ୍ଥାପନ ହୋଇପାରିବ । ଉତ୍ତମ ସେବା ପାଇଁ ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ କର୍ମଚାରୀ ଓ ବିଭିନ୍ନ ବିଭାଗର କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଯୋଗାଯୋଗ ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ ।

ଗ) ସମ୍ପର୍କ ସ୍ଥାପନ (Relation Building)

ଆତିଥ୍ୟ ଶିଳ୍ପ ମୁଖ୍ୟତଃ ପୁନରୁକ୍ତ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଉପରେ ନିର୍ଭରଶୀଳ। ଗ୍ରାହକଙ୍କ ସହ ଦୀର୍ଘ୍ୟ ମିଆଦୀ ସମ୍ପର୍କ ସ୍ଥାପନଦ୍ୱାରା ଅତିଥ୍ୟତା ଦାନ କରୁଥିବା ସଂସ୍ଥାର ଲାଭ ହେବ ସହ ରାଜସ୍ୱ ମଧ ବୃଦ୍ଧିପାଇଥାଏ।

ଘ) ସଂସ୍କୃତିରେ ବିଭିନ୍ନତା (Diversity in Culture)

ଆତିଥ୍ୟତା ମୁଖ୍ୟତଃ ପର୍ଯ୍ୟଟନ ଶିଳ୍ପ ସହିତ ଜଡିତ। ପର୍ଯ୍ୟଟନ ଓ ଆତିଥ୍ୟ ଶିଳ୍ପ ସହିତ ଜଡିତ କର୍ମଚାରୀ ଓ ଗ୍ରାହକ ବିଭିନ୍ନ ସଂସ୍କୃତି ଓ ସମ୍ପ୍ରଦାୟରୁ ଆସିଥାନ୍ତି । ଯାହାଦ୍ୱାରା ସେମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ସୁସମ୍ପର୍କ ସ୍ଥାପନ ହୋଇଥାଏ ।

ଙ) ବହୁତ ଶ୍ରମିକର ଯୋଗାଣ (Labor Intensive)

ଆତିଥ୍ୟ ଶିଳ୍ପ ଏକ ସେବା ପ୍ରଦାନକରି ସଂସ୍ଥା । ବର୍ତ୍ତମାନ ଆତିଥ୍ୟ ଶିଳ୍ପର ଚାହିଦା ଅଧିକ । ଏହି ଶିଳ୍ପର ଅଭିବୃଦ୍ଧି ହେବାଦ୍ୱାରା ଗ୍ରାହକ ସଂଖ୍ୟାରେ ମଧ ବୃଦ୍ଧି ହୋଇଛି। ଯଦ୍ୱାରା ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କ ସୁବିଧା ଓ ସେବା ପାଇଁ ଅଧିକ ଶ୍ରମିକର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି ।

୧.୩ ଆତିଥ୍ୟ ଶିଳ୍ପର ଭବିଷ୍ୟତ/କାର୍ଯ୍ୟକ୍ଷେତ୍ର (Scope in Hospitality):

ଆତିଥ୍ୟ ଶିଳ୍ପ କେବଳ ହୋଟେଲ (Hotel) ଓ ରେଷ୍ଟୁରାଣ୍ଟ (Restaurant)ରେ ସୀମିତ ନଥାଏ । ଏହା ପର୍ଯ୍ୟଟନ ଶିଳ୍ପର ମଧ୍ୟ ଅଂଶବିଶେଷ ଅଟେ ।

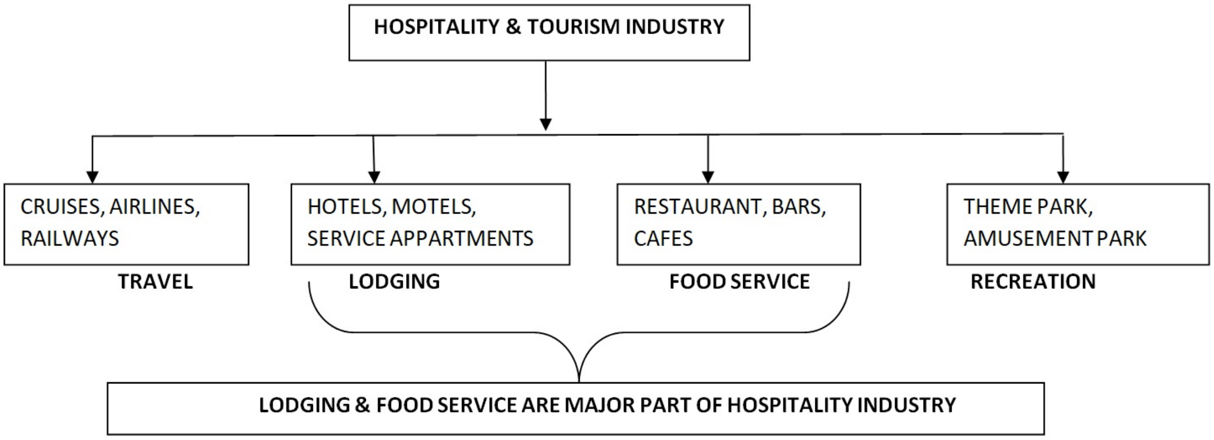


DIAGRAM-1.1

ଆତିଥ୍ୟ ଶିଳ୍ପରେ ବୃତ୍ତି ସାମ୍ଭବ୍ୟତା (Career prospect of Hospitality Industry):

ବିଶ୍ୱରେ ପର୍ଯ୍ୟଟନ ହେବାଦ୍ୱାରା ଆତିଥ୍ୟ ଶିଳ୍ପରେ ବହୁମାତ୍ରାରେ ଉନ୍ନତି ଘଟିଛି । ଯାହା ଫଳରେ ନୂତନ କର୍ମକ୍ଷେତ୍ରର ସୁଯୋଗ ସୃଷ୍ଟି ହୋଇଛି ।

ACCOMODATION SECTOR	FOOD SERVICE SECTOR	OTHER RELATED SECTOR
• FRONT OFFICE RECEPTIONIST	• WAITER/WAITRESS	• TOUR GUIDE
• ROOM ATTENDANT	• HOST/HOSTESS	• TOUR ESCORT
• RESERVATION	• CASHIER	• TRAVEL AGENT
• CONCIERGE	• FOOD RUNNER/BUSSER	• THEME PARK CREW
• BELLMAN/DOORMAN	• BARTENDER	• EVENT SALES
• BUSINESS CENTRE ASSOCIATE	• APPRENTICE	• OTHER CUSTOMER SERVICE OPERATION
	• COMMIS	
	• BANQUET SERVER	

DIAGRAM-1.2

ଆତିଥ୍ୟ ଶିଳ୍ପରେ ସେବା (Service in Hospitality Industry):

ସେବା ଏକ ମୂଲ୍ୟବାନ କାର୍ଯ୍ୟ ବା ଚେଷ୍ଟା, ଯାହାଦ୍ୱାରା ଆମେ ଅନ୍ୟଜଣଙ୍କର ଆବଶ୍ୟକତା ବା ଚାହିଦାକୁ ପୂରଣ କରିବା । ହୋଟେଲ ଶିଳ୍ପରେ ଏହା ଏକ ଆର୍ଥିକ ଗତିବିଧି ଯାହାକୁ ଛୁଇଁ ହୁଏ ନାହିଁ ।

ଆତିଥ୍ୟ ଶିଳ୍ପରେ ସେବାର ଭୂମିକା (Role of Service in Hospitality Industry):

- ଗ୍ରାହକଙ୍କର ମାନସିକ ଅବସ୍ଥା ମାପିବା ।
- ଗ୍ରାହକଙ୍କର ଆବଶ୍ୟକତା ବିଚାର କରିବା ।
- ଗ୍ରାହକଙ୍କର ବିଶ୍ୱାସକୁ ବୃଦ୍ଧି କରିବା ।
- ଗ୍ରାହକଙ୍କଠାରୁ ଟିପ୍ପଣୀ ନେବା ।
- ଉପଯୁକ୍ତ ସମୟରେ ସେବା ପ୍ରଦାନ କରିବା ।
- ଶିଷ୍ଟାଚାରକୁ ଅନୁସରଣ କରିବା ।
- ଗ୍ରାହକଙ୍କର ଆଶାକୁ ପୂରଣ କରିବା ।

୩. ଗ୍ରାହକ ସନ୍ତୋଷ କ୍ଷେତ୍ରରେ ସେବାର ଆବଶ୍ୟକତା:

୩.୧ ଗ୍ରାହକ (Customer): ଅର୍ଥ ବିନିମୟରେ ସେବା ଗ୍ରହଣ କରୁଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କୁ ଗ୍ରାହକ ବୋଲି କୁହାଯାଏ ।

୩.୨ ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ସାଧାରଣତଃ ପାଞ୍ଚଭାଗରେ ବିଭକ୍ତ କରାଯାଇଛି । ସେଗୁଡିକ ହେଲା-

- ନିଷ୍ଠାବାନ ଗ୍ରାହକ
- ଆବେଗ ଗ୍ରାହକ
- ରିହାତି ଗ୍ରାହକ
- ଅତ୍ୟାବଶ୍ୟକ ଗ୍ରାହକ
- ଭ୍ରମଣଶୀଳ ଗ୍ରାହକ

ନିଷ୍ଠାବାନ ଗ୍ରାହକ: ଏହି ଗ୍ରାହକମାନେ ସାଧାରଣତଃ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଧିଷ୍ଟ ବ୍ୟବସାୟର ବସ୍ତୁକୁ ବ୍ୟବହାର କରିଥାନ୍ତି ଏବଂ ଏହି ବିଷୟରେ ଅନ୍ୟମାନଙ୍କୁ ମଧ୍ୟ ସୁପାରିଶ କରିଥାନ୍ତି ।

ଆବେଗ ଗ୍ରାହକ: ଏହି ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କର କୌଣସି ନିର୍ଦ୍ଧିଷ୍ଟ କ୍ରୟତାଲିକା ନ ଥାଏ ଏମାନେ ସାଧାରଣତଃ ବିକ୍ରୀକରିବାର କ୍ଷମତାକୁ ବଢ଼ାଇଥାନ୍ତି ।

ରିହାତି ଗ୍ରାହକ: ଏହି ଗ୍ରାହକମାନେ ସାଧାରଣତଃ ରିହାତି ଥିବାବେଳେ ଦ୍ରବ୍ୟ କିଣିଥାନ୍ତି ଏବଂ ସର୍ବଦା ରିହାତି ଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟକୁ କିଣିବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କରିଥାନ୍ତି ।

ଅତ୍ୟାବଶ୍ୟକ ଗ୍ରାହକ: ଏହି ଗ୍ରାହକମାନେ ନିର୍ଦ୍ଧିଷ୍ଟ କେତେକ ଦ୍ରବ୍ୟକୁ କିଣିବାକୁ ପସନ୍ଦ କରିଥାନ୍ତି ।

ଭ୍ରମଣଶୀଳ ଗ୍ରାହକ: ଏହି ଗ୍ରାହକମାନେ କୌଣସି ଦ୍ରବ୍ୟ ନ କିଣି କେବଳ ବୁଲିବାକୁ ପସନ୍ଦ କରିଥାନ୍ତି ।

୩.୪ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ପସନ୍ଦ ଉପରେ ପଡୁଥିବା ପ୍ରଭାବ:

ପ୍ରତ୍ୟେକ ଗ୍ରାହକଙ୍କର ପସନ୍ଦ ସମ୍ପୂର୍ଣ ଭାବେ ଅନ୍ୟଜଣଙ୍କଠାରୁ ଭିନ୍ନ ଅଟେ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ପସନ୍ଦ ଉପରେ ପଡୁଥିବା ପ୍ରଭାବ ନିମ୍ନରେ ପ୍ରଦାନ କରାଗଲା ।

କ) ବିଜ୍ଞାପନ: ଏହା ଦ୍ୱାରା ଆକର୍ଷିତ ହୋଇ ଅନେକ ଗ୍ରାହକ ଦ୍ରବ୍ୟ କିଣିଥାନ୍ତି ।

ଖ) ମୂଲ୍ୟ: ଦ୍ରବ୍ୟର ମୂଲ୍ୟ ଅନୁଯାୟୀ ଗ୍ରାହକ ଦ୍ରବ୍ୟ କିଣିଥାନ୍ତି ।

ଗ) ରୋଜଗାର: ଏହା ଏକ ମୁଖ୍ୟ କାରଣ । ଜଣେ ଗ୍ରାହକଙ୍କର କିଣିବାର କ୍ଷମତା କେବଳ ତାର ରୋଜଗାରରୁ ହିଁ ଜଣାପଡେ

ଘ) ବିକଳ୍ପ: ବେଳେବେଳେ ଗ୍ରାହକ ଯେଉଁ ଦ୍ରବ୍ୟଟିକୁ କିଣିବାକୁ ଇଛା କରିଥାଏ, ଯଦି ତାହା ନ ମିଳେ କିମ୍ବା ଅଧିକ ମୂଲ୍ୟ ହୋଇଥାଏ ତେବେ ଗ୍ରାହକଟି ସେହି ଦ୍ରବ୍ୟର ବିକଳ୍ପ ଦ୍ରବ୍ୟକୁ କିଣିଥାଏ ।

୪.୧ ଲକ୍ଷ, ନିୟମ ଓ କୌଶଳ (Aim, Policy & Strategy):

ପ୍ରତ୍ୟେକ ଗ୍ରାହକ ଉତ୍ତମ ସେବା ପାଇଁ ପାଇବା ପାଇଁ ପସନ୍ଦ କରିଥାନ୍ତି । ଆତିଥ୍ୟ ଶିଳ୍ପରେ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଉଥିବା ସେବା ବିଭିନ୍ନ ସଂସ୍ଥାଉପରେ ନିର୍ଭର କରିଥାଏ ।

୪.୨ ଗ୍ରାହକ କୈନ୍ଦ୍ରିକ ବଜାର ସର୍ବେକ୍ଷଣ (Customer-Centric Market Survey):

ବର୍ତ୍ତମାନ ବଜାରର ଚାହିଦା ଅନୁଯାୟୀ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କ ପସନ୍ଦ ଓ ନାପସନ୍ଦ ଉପରେ ଧ୍ୟାନ ଦେବା ଆବଶ୍ୟକ। ନିଜର ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦୀ ସଂସ୍ଥା କିପରି ସେବା ପ୍ରଦାନ କରୁଛି, ସେ ବିଷୟରେ ମଧ୍ୟ ଅବଗତ ହେବ ଉଚିତ ।

୪.୩ ଗ୍ରାହକ ଚୟନ (Selection of Clientele):

ନିଜର ସାମର୍ଥ୍ୟ ଓ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଉଥିବା ସେବା ଅନୁଯାୟୀ ହୋଟେଲ ନିଜର ଗ୍ରାହକ ଚୟନ କରିଥାନ୍ତି । ଏଥିପାଇଁ ପୂର୍ବ ସମ୍ପର୍କ ଥିବା ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ହୋଟେଲ ଅଗ୍ରାଧିକାର ଦେଇଥାଏ ।

୪.୪ ସେବା ଓ ଦ୍ରବ୍ୟର ପରିକଳ୍ପନା (Product & Service Design):

ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କ ପସନ୍ଦ ଅନୁଯାୟୀ ସେବା ଓ ଖାଦ୍ୟ ପାନୀୟ ଇତ୍ୟାଦି ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବାକୁ ପଡିଥାଏ । ଯାହାଦ୍ୱାରା ଗ୍ରାହକ ନିଜର ଦେଉଥିବା ମୂଲ୍ୟ ଅନୁଯାୟୀ ଉତ୍ତମ ସେବା ପାଇଁ ପାରିବ ।

https://withteachers.in/

୪.୫ ମାନବ ସମ୍ବଳ ବିଭାଗର ନିୟମ/କର୍ମଚାରୀ ନିଯୁକ୍ତି ଓ ତାଲିମ (HR Policy- Recruitment & Induction):

ମାନବ ସମ୍ବଳ ବିଭାଗର ମୁଖ୍ୟ କାମ ହେଲା ନୂତନ କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କୁ ନିଯୁକ୍ତି ପ୍ରଦାନକରିବା ଏବଂ ସେମାନଙ୍କୁ ଉତ୍ତମ ତାଲିମ ପ୍ରଦାନ କରିବା । ପ୍ରତି କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କର ନିଜର ଦକ୍ଷତା ଅନ୍ୟମାନଙ୍କଠାରୁ ଭିନ୍ନ ଥାଏ । ମାନବ ସମ୍ବଳ ବିଭାଗ ପ୍ରତି କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କ ମାନସିକ ଦକ୍ଷତା ଓ ବୈଷୟିକ ଦକ୍ଷତାକୁ ଅନୁଧ୍ୟାନ କରି ଉପଯୁକ୍ତ କର୍ମ ନିଯୁକ୍ତି ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି ।

୪.୬ ପ୍ରଶିକ୍ଷଣ ଓ ଉନ୍ନତୀକରଣ (Training & Development):

କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କୁ ଆବଶ୍ୟକ କାର୍ଯ୍ୟ ଅନୁସାରେ ପ୍ରଶିକ୍ଷଣ ପ୍ରଦାନ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଯାହାଦ୍ୱାରା କାର୍ଯ୍ୟର ମାନବୃଦ୍ଧି ହେବା ସହିତ ସଂସ୍ଥାର ମଧ୍ୟ ଉନ୍ନତି ହୋଇପାରିବ ।

୪.୭ ପ୍ରତ୍ୟୁତ୍ତର ପ୍ରକ୍ରିୟା (Feedback Mechanism):

ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କ ପ୍ରତ୍ୟୁତ୍ତର ବ୍ୟବସ୍ଥା ହେଉଛି ଏକ web application, ଯାହାକି ବ୍ୟାପାର ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ ଅଭିଯୋଗ ଏବଂ ଗ୍ରାହକଙ୍କର ପ୍ରସ୍ତାବକୁ ଏକ ଗଠନାତ୍ମକ ଶୈଳୀରେ ଗ୍ରହଣ କରିଥାଏ ।

୪.୮ ଗ୍ରାହକ ସମ୍ପର୍କ ପରିଚାଳନା (Customer Relation Management):

ଗ୍ରାହକ ସମ୍ପର୍କ ପରିଚାଳନା ଦ୍ୱାରା ଯେକୌଣସି ସଂସ୍ଥା ନିଜର ବର୍ତ୍ତମାନ ଓ ସାମ୍ଭାବ୍ୟ ଗ୍ରାହକ ସମ୍ପର୍କରେ ତଥ୍ୟ ରଖିପାରିବେ । ଏହାଦ୍ୱାରା ସଂସ୍ଥା ନିଜର ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଆବଶ୍ୟକ ଅନୁଯାୟୀ ସେବା ପ୍ରଦାନ କରିପାରନ୍ତି । ଏହା ଫଳରେ ବ୍ୟବସାୟରେ ସେହି ସଂସ୍ଥାକୁ ବହୁତ ସାହାଯ୍ୟ ମିଳିଥାଏ ।

୪.୯ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ତଥ୍ୟକୁ ବଜାୟ ରଖିବା (Maintaining Customer's Profile):

ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କ ତଥ୍ୟ ଦ୍ୱାରା ସଂସ୍ଥା ନିଜର ଗ୍ରାହକଙ୍କର ପସନ୍ଦ ଓ ନାପସନ୍ଦ, କ୍ରୟ କରିବା ପଦ୍ଧତି ଇତ୍ୟାଦି ବିଷୟରେ ତଥ୍ୟ ରଖିଥାନ୍ତି । ଯାହା ଫଳରେ ସେହି ଗ୍ରାହକ ପୁନଃଶ୍ଚ ସେହି ସଂସ୍ଥାକୁ ଆସିଲେ ତାଙ୍କୁ ସେବା ପ୍ରଦାନ କରିବାରେ ସହଜ ହୋଇଥାଏ ।

୪.୧୧ ସ୍ୱର୍ଣ୍ଣଦ୍ୱାଚର ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ସଚେତନ ସୃଷ୍ଟି କରିବା (Customer Sensitization And Generating Awareness):

ଆତିଥ୍ୟ ଶିଳ୍ପରେ ସର୍ବଦା ପୁରୁଣା ଏବଂ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଗ୍ରାହକ ବର୍ଗ ଥାଏ କିଛି ଗ୍ରାହକ ସର୍ବଦା ସ୍ପର୍ଶକାତର ଅଟନ୍ତି ସେମାନଙ୍କୁ କୌଣସି ବିଷୟରେ କିଛି ଅସୁବିଧା ଥାଏ ତାହେଲେ ସେବା ପ୍ରଦାନ କରୁଥିବା ସଂସ୍ଥା ତାର ସମାଧାନ କରିବା ସହିତ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସେହି ସମସ୍ୟା ବିଷୟରେ ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ସଚେତନ ସୃଷ୍ଟି କରିବା ଆବଶ୍ୟକ

୪.୧୨ ନୂତନ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ପାଖରେ ପହଁଚିବା (Reaching New Customer):

ନିଜ ବ୍ୟବସାୟର ସମ୍ପ୍ରସାରଣ ପାଇଁ ସଂସ୍ଥାକୁ ନୂତନ ଗ୍ରାହକ ମାନଙ୍କୁ ମଧ୍ୟ ଆକୃଷ୍ଟ କରିବାକୁ ପଡିଥାଏ ଏଥିପାଇଁ ସଂସ୍ଥା କିଛି ଆକର୍ଷଣୀୟ ଯୋଜନା, ରିହାତି, ପ୍ରତିଯୋଗିତା ଇତ୍ୟାଦି ଆୟୋଜନ କରିଥାନ୍ତି |

୪.୧୩ ପ୍ରତିଉତ୍ତର ଉପରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରିବା (working on feedback):

ସଂସ୍ଥା ନିଜ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଦିଆଯାଇଥିବା ପ୍ରତିଉତ୍ତର (feedback) ଉପରେ ଧ୍ୟାନ ଦେଇ ତାକୁ କିପରି କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ ଓ ସମାଧାନ କରାଯାଇପାରିବ , ସେ ଉପରେ ଆବଶ୍ୟକୀୟ ପଦକ୍ଷେପ ନେବା ଉଚିତ |ଯଦି କିଛି ଭୁଲ ବା ସମସ୍ୟା ଗ୍ରାହକ ପ୍ରତିଉତ୍ତର ପତ୍ରରେ ଦର୍ଶାଇଥାନ୍ତି ,ତା'ଉପରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରିବା ସଂସ୍ଥାର ମୂଳ ଲକ୍ଷ

୪.୧୫ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କ ଅଭିଯୋଗ ଓ ସମସ୍ୟାର ସମାଧାନ (solving the customer problem and handing the complaints):

ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କର ଯଦି ସେବା ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ କିଛି ଅଭିଯୋଗ କିମ୍ବା ସମସ୍ୟା ଥାଏ ତାହେଲେ ସେବା ପ୍ରଦାନ କରି ସଂସ୍ଥା ସେହି ସମସ୍ୟାର ତୁରନ୍ତ ସମାଧାନ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ ଯେତେବେଳେ କୌଣସି ସମସ୍ୟା ଗ୍ରାହକ କର୍ମଚାରୀଙ୍କୁ ଜଣାନ୍ତି, ସେହି ପରିସ୍ଥିତିରେ କର୍ମଚାରୀ ତାହାକୁ ନିଜ ସମସ୍ୟା ଭାବି ତାର ସମାଧାନ କରିବା ଉଚିତ   ଗ୍ରାହକଙ୍କ ସମସ୍ୟାକୁ ଧର୍ଯ୍ୟପୂର୍ଣ୍ଣଭାବେ ଶୁଣି ଓ ବୁଝି ତାକୁ ସମାଧାନ କରିବା ପାଇଁ ପଦକ୍ଷେପ ନେବା ଉଚିତ ।

୫. ଅତିଥି ମାନଙ୍କଠାରୁ ମନ୍ତବ୍ୟ ଆସିବାର ଉପାୟ (Tools to get Feedback from Customer)

ରେଷ୍ଟୁରାଣ୍ଟରେ ଅତିଥି ମାନଙ୍କର ମନ୍ତବ୍ୟ ସେହି ସଂସ୍ଥାର ବ୍ୟାପାରରେ ଉନ୍ନତିରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ । ତେଣୁ ଅତିଥି ମାନଙ୍କର ମନ୍ତବ୍ୟ ସକାରାତ୍ମକ ହେଉ କିମ୍ବା ନକାରାତ୍ମକ ହେଉ ତାହା ମୂଲ୍ୟବାନ ଅଟେ । ମନ୍ତବ୍ୟ ଦ୍ୱାରା ଆମେ ଜାଣିପାରିବା ଯେ ସେହି ଗ୍ରାହକ ଆମ ସେବାରେ ସନ୍ତୁଷ୍ଟ କି ନାହିଁ ।

ଅତିଥି ମାନଙ୍କଠାରୁ ମନ୍ତବ୍ୟ ଆଣିବା ପାଇଁ ବିଭିନ୍ନ ଉପାୟରେ ଅବଲମ୍ବନ କରାଯାଏ । ସେହି ସବୁ ଉପାୟ

https://withteachers.in/

ନିମ୍ନରେ ପ୍ରଦାନ କରାଗଲା ।

୫.୧ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ସମ୍ପର୍କ (Personal Relation)

ଜଣେ ଅତିଥି ଯେପରି ଅନୁଭବ ନକରୁ କି ସେ ନିଜ ଘରଠାରୁ ଦୂରରେ ଅଛି । ସେହି ଅତିଥିଙ୍କୁ ଆମେ ନିଜ ପରିବାର ସଦସ୍ୟଙ୍କ ଭଳି ବ୍ୟବହାର ଓ ସେବା ପ୍ରଦାନ କରିବା ଉଚିତ । ଏହାଦ୍ୱାରା ଆମେ ସେହି ଅତିଥିଙ୍କ ଠାରୁ ମନ୍ତବ୍ୟ ନେବା ସହଜ ହୋଇଥାଏ ।

୫.୨ ମନ୍ତବ୍ୟ ତାଲିକା (Feedback Form)

ମନ୍ତବ୍ୟ ତାଲିକା ଦ୍ୱାରା ସେବାର ସମାପ୍ତି ପରେ ଲିଖିତ ଆକାରରେ ଅତିଥିଙ୍କ ଠାରୁ ସେବା, ପରିବେଶ, କର୍ମଚାରୀଙ୍କ ବ୍ୟବହାର ଓ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ତଥ୍ୟ ଗ୍ରହଣ କରାଯାଇ ପାରିବ । ଏହାକୁ ପରୀକ୍ଷଣ ପରେ ଯଦି କିଛି ତ୍ରୁଟି ଥାଏ ତେବେ ଏହାକୁ ସୁଧାରିବା ଆବଶ୍ୟକ । ମନ୍ତବ୍ୟ ତାଲିକାରେ ଥିବା ଅତିଥିଙ୍କ ବିବରଣୀ ଦ୍ୱାରା ଅତିଥିଙ୍କ ଜନ୍ମଦିନ,ବିବାହ ବାର୍ଷିକ ଇତ୍ୟାଦିରେ ସଂସ୍ଥା ଅଭିନନ୍ଦନ ଜଣାଇଥାଏ । ଫଳରେ ଅତିଥି ଅତ୍ୟନ୍ତ ଖୁସି ଅନୁଭବ କରିଥାନ୍ତି ।

୫.୩ ସାକ୍ଷାତକାର(Interviews)

ଅତିଥିଙ୍କୁ ସାକ୍ଷାତ କରି ମଧ୍ୟ ସେମାନଙ୍କ ଠାରୁ ମନ୍ତବ୍ୟ ନିଆଯାଇପାରେ ।

୫.୪ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ (Questionnaires)

ଏହା ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ପ୍ରଶ୍ନଗୁଡିକର ତାଲିକା, ଯେଉଁଥିରେ କେତୋଟି ଉତ୍ତର ମଧ୍ୟ ଥାଏ । ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କଠାରୁ ମନ୍ତବ୍ୟ ଗ୍ରହଣ କରିଲାବେଳେ ସେମାନେ କେବଳ ତନ୍ମଧ୍ୟରୁ ଦର୍ଶାଯାଇଥିବା ଉତ୍ତରରୁ କୌଣସି ଗୋଟିଟେ ଉତ୍ତର ଚୟନ କରିଥାନ୍ତି ।

୫.୫ ଅତିଥିଙ୍କର ପସନ୍ଦ ଓ ରୁଚିର ବିବରଣୀ (Data of customers choice & preference)

ରେଷ୍ଟୁରାଣ୍ଟକୁ ନିୟମିତ ଆସୁଥିବା ଅତିଥିଙ୍କର ପସନ୍ଦକୁ ଜଗି, ରେଷ୍ଟୁରାଣ୍ଟରେ ସେହି ତଥ୍ୟକୁ ସାଇତିକରି ରଖାଯାଇଥାଏ । ଯେତେବେଳେ ସେହି ଗ୍ରାହକ ରେଷ୍ଟୁରାଣ୍ଟକୁ ଆସନ୍ତି, ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ନିଜ ପସନ୍ଦ ଅନୁସାରେ ସେବା ପ୍ରଦାନ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ ହୋଇଥାଏ ।

୫.୬ ଦୂରଭାଗୀ ସମ୍ପର୍କ (Telephonic Contact)

ଟେଲିଫୋନ ଦ୍ୱାରା ଅତିଥିଙ୍କ ସହ କଥାବାର୍ତ୍ତା ହୋଇ ସେମାନଙ୍କଠାରୁ ରେଷ୍ଟୁରାଣ୍ଟରେ ମିଳିଥିବା ସେବା ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ ଅଭିଜ୍ଞତା ବିଷୟରେ ଜାଣିପାରିବେ । ତ୍ରୁଟି ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ ତଥ୍ୟକୁ ସଂଶୋଧନ କରିବା ସହ ଆଗାମୀ ସମୟରେ ଏଭଳି ତ୍ରୁଟି ନ ହେବ ବୋଲି ବିଶ୍ୱାସ ଦେବା ।

୫.୭ ବୈଦ୍ୟୁତିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ (Electronic Media)

ବୈଦ୍ୟୁତିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦ୍ୱାରା ଅତିଥିମାନଙ୍କୁ ଇ-ମେଲ (e-mail) ଓ ଏସ.ଏମ.ଏସ. (SMS) ପଠାଯାଇ ସେବା ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ ମନ୍ତବ୍ୟ ନିଆଯାଇପାରିବ ।

୫.୮ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ (Social Networking)

ଆଜିକାଲି ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଯଥା- Face book, Twitter, Linked-in, tripadvisor.com, travelbuddy.com ଇତ୍ୟାଦିଦ୍ୱାରା ଅତିଥିମାନଙ୍କଠାରୁ ମନ୍ତବ୍ୟ ନିଆଯାଇପାରେ ।

୬. ଗ୍ରାହକ କୈନ୍ଦ୍ରିକ ସେବାର ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ କାର୍ଯ୍ୟପଦ୍ଧତି (Importance of Planning the Customer Centric Work System)

ରେଷ୍ଟୁରାଣ୍ଟ ଓ ହୋଟେଲରେ ସେବା ସହ ଅନେକ ଦିଗ ପ୍ରତି ଧ୍ୟାନ ଦେବାକୁ ପଡିଥାଏ ଏଥିରେ ସଂସ୍ଥାର ଦୈନିକ କାର୍ଯ୍ୟ ପଦ୍ଧତି ସହିତ ସେହି ସଂସ୍ଥାର SOP ମଧ୍ୟ ଅନୁସରଣ କରାଯାଇଥାଏ ।

୬.୧ ଗ୍ରାହକ ହିଁ ଭଗବାନ (Customer is God)

ଆତିଥ୍ୟ ଶିଳ୍ପରେ ଅତିଥିମାନଙ୍କୁ ଅଗ୍ରାଧିକାର ଦିଆଯାଇଥାଏ । କାରଣ ଗ୍ରାହକଙ୍କଠାରୁ ମିଳୁଥିବା ଅର୍ଥରୁ ହିଁ ସଂସ୍ଥାର ରାଜସ୍ୱ ମିଳିଥାଏ । ଆତିଥ୍ୟ ଶିଳ୍ପର ମୂଳମନ୍ତ୍ର ହେଉଛି- ଗ୍ରାହକ ସେବା ହିଁ ଈଶ୍ୱରଙ୍କ ସେବା (Service to guest is service to God) ।

୬.୨ ଦୈନିକ କର୍ମଚାରୀଙ୍କ ବୈଠକ (Briefing The Staff Before Service)

ସେବା ଆରମ୍ଭ ପୂର୍ବରୁ କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଦୈନିକ ବୈଠକ ବା ସେବା ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ ଆଲୋଚନା ହୋଇଥାଏ । ଏଥିରେ ସମସ୍ତ ସ୍ତରର କର୍ମଚାରୀମାନେ ଭାଗନେଇ ସେବାର ମୂଲ୍ୟ ବୃଦ୍ଧି, ସଂସ୍ଥା ପରିଚାଳନା ପଦ୍ଧତି, କୌଣସି ଦ୍ରବ୍ୟର ଅଭାବ ବିଷୟରେ ଆଲୋଚନା କରିଥାନ୍ତି । ଏହା ଦ୍ୱାରା ସେବା ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ ତ୍ରୁଟିକୁ ସୁଧାରି ସେବାର ମୂଲ୍ୟ ବୃଦ୍ଧି ପାଇଁ ଉପାୟ ଅବଲମ୍ବନ କରିଥାନ୍ତି ।

୬.୩ ନିୟମିତ ବ୍ୟବଧାନରେ କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କ ବୈଠକ (Periodic Staff Meetings)

ନିୟମିତ ବ୍ୟବଧାନରେ କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଏକ ବୈଠକ ଅନୁଷ୍ଠିତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ ।ଏହି ବୈଠକରେ ସଂସ୍ଥାର ମୁଖ୍ୟ ଅଧକ୍ଷାତ କରିଥାନ୍ତି । ଏହା ଦ୍ୱାରା ଦୈନିକ ସଂସ୍ଥାର କାର୍ଯ୍ୟ ପଦ୍ଧତିର ଉନ୍ନତି ସହ ସେବାରେ ମୂଲ୍ୟ ବୃଦ୍ଧି ହୋଇଥାଏ ।

୬.୪ କାର୍ଯ୍ୟ ପଦ୍ଧତିର ମାନଦଣ୍ଡ (Standard operating procedure /SOP)

କାର୍ଯ୍ୟ ପଦ୍ଧତିର ମାନଦଣ୍ଡ (SOP) ଅନୁସାରେ ସେହି ସଂସ୍ଥାର ପ୍ରତିଟି କାର୍ଯ୍ୟକୁ କରିବାର ନିୟମ ଥାଏ । ଏଥିରେ ଦର୍ଶାଯାଇଥିବା ସମସ୍ତ ସୂଚନା ଓ କାର୍ଯ୍ୟାବଳୀ ଅନୁସାରେ ସମସ୍ତ କର୍ମଚାରୀ କାର୍ଯ୍ୟ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏହାଦ୍ୱାରା ସମସ୍ତ କର୍ମଚାରୀଙ୍କ ସେବା ପ୍ରଦାନ କରିବା ଶୈଳୀରେ ଏକତା ଆସିଥାଏ ଯାହାକି ସେମାନଙ୍କୁ ଅନ୍ୟ ସଂସ୍ଥା ଠାରୁ ଭିନ୍ନ କରିଥାଏ ।

୬.୫ ଦାୟିତ୍ୱ ସମ୍ପନ୍ନ କର୍ମଚାରୀ ମୁତୟନ (Deployment of Responsible Staff)

ପ୍ରତ୍ୟେକ ପଦବୀ ପାଇଁ ଦାଇତ୍ୱ ସମ୍ପନ୍ନ କର୍ମଚାରୀ ମୁତୟନ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏହା ଦ୍ୱାରା ସେବାରେ ମୂଲ୍ୟ ବୃଦ୍ଧି ପାଇବା ସହିତ ଅତିଥିମାନଙ୍କୁ ଠିକ ଭାବେ ସେବା ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇ ପାରିବ । ଦାୟିତ୍ୱ ସମ୍ପନ୍ନ ବ୍ୟକ୍ତି ସର୍ବଦା ସବୁ କାର୍ଯ୍ୟକୁ ଠିକ ଭାବରେ କରିବା ସହିତ କାର୍ଯ୍ୟଟିକୁ ସୁଚାରୁ ରୂପେ ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ କରନ୍ତି ।

୬.୬ ପ୍ରତିବେଦନା ସ୍ତର (Reporting Hierarchy)

ପ୍ରତ୍ୟେକଟି ସଂସ୍ଥାରେ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ପ୍ରତିବେଦନା ସ୍ତର ବା Reporting Hierarchy ଥାଏ । ଏଥିରେ ବିଭିନ୍ନ ପଦବୀର କର୍ମଚାରୀ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି । ଜଣେ କର୍ମଚାରୀ କେବଳ ତାର ଉପରିସ୍ଥ ପଦବୀରେ ଥିବା କର୍ମୀଙ୍କୁ କାର୍ଯ୍ୟ ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ କିମ୍ବା କୌଣସି ସୂଚନା ଥାଏ ତାକୁ ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି । ଯଦି ସେହି କର୍ମଚାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଉକ୍ତ ସୂଚନା ବା ସମସ୍ୟା ସମାଧାନ କରିପାରନ୍ତି ନାହିଁ ତେବେ ନିମ୍ନ ସ୍ତରରେ ଥିବା କର୍ମଚାରୀ ସଂସ୍ଥାର ସର୍ବୋଚ୍ଚ କର୍ମୀଙ୍କୁ ଜଣାଇ ପାରିବେ । ଏହାଦ୍ୱାରା ଉକ୍ତ ସଂସ୍ଥାରେ ସମସ୍ତ କାର୍ଯ୍ୟ ଶୃଙ୍ଖଳିତ ଭାବେ ପରିଚାଳିତ ହୋଇଥାଏ ।

ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ - ଏକ Waiter ନିଜର ସମସ୍ୟା ନିଜ ବିଭାଗର Captain ବା Senior Captainଙ୍କୁ ଜଣାଇବେ ଏବଂ ସେମାନେ ଉକ୍ତ ସମସ୍ୟା ସମାଧାନ କରିବାରେ ଅସମର୍ଥ ହେବେ, ତାହେଲେ Waiter ଜଣକ ସେହି ବିଭାଗର Managerଙ୍କୁ ନିଜ ସମସ୍ୟା ଉପସ୍ଥାପନ କରିପାରିବେ ।

– ୦–

ଦ୍ୱିତୀୟ ଅଧ୍ୟାୟ

ଶିଷ୍ଟାଚାର ଓ ଆତିଥ୍ୟର ଆଚରଣ
Etiquette and Hospitable Conduct

ଆତିଥ୍ୟର ଅର୍ଥ ଓ ଉପାଦାନ (Understand the meaning, Component & Goal of Hospitality)

୧.୧ ଆତିଥ୍ୟତା (Hospitality)

କୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ସହିତ ବନ୍ଧୁତାପୂର୍ଣ ସହ ସ୍ୱାଗତ କରିବାକୁ ଆତିଥ୍ୟତା କୁହାଯାଏ । ଆତିଥ୍ୟତାଦ୍ୱାରା ବ୍ୟକ୍ତିର ବ୍ୟବହାର, ଆଚରଣ ଓ ଚାଲିଚଳନ ବିଷୟରେ ଆଗତ ଅନୁମାନ କରାଯାଇପାରେ । ଆତିଥ୍ୟତା ଏକ ଲାଟିନ ଶବ୍ଦ Hospes ରୁ ଆସିଅଛି ଯାହାର ଅର୍ଥ ଅତିଥି ।

ଅତିଥି- ଯେଉଁ ବ୍ୟକ୍ତି ସ୍ୱାଗତ ପାଏ ।

ଅତିଥି ସେବକ- ଯେଉଁ ବ୍ୟକ୍ତି ସ୍ୱାଗତ କରେ ।

ଆତିଥ୍ୟତା ଏକ କଳା, ଯାହାଦ୍ୱାରା ଆମେ ଅତିଥିମାନଙ୍କୁ ସ୍ୱାଗତ କରିଥାଉ ଏବଂ ଆନନ୍ଦ ପ୍ରଦାନ କରିଥାଉ । ଆତିଥ୍ୟତା ଶିଳ୍ପ ଏକ ସେବା ପ୍ରଦାନକରି ବ୍ୟବସାୟ ଅଟେ, ଯାହାଦ୍ୱାରା ଆସିଥିବା ଅତିଥିମାନଙ୍କୁ ନିଜ ବାସସ୍ଥାନଠାରୁ ଦୁରେଇ ଥାଇ ମଧ୍ୟ ନିଜ ବାସସ୍ଥାନ ବଳି ଅନୁଭବ କରିଥାନ୍ତି ।

୧.୨ ଅତିଥିସତ୍କାର ଆଚରଣର ଆବଶ୍ୟକତା (Need of Hospitable Conduct)

ଅତିଥିସତ୍କାର ଆଚରଣ ନିତ୍ୟାନ୍ତ ଆବଶ୍ୟକତା ଅନୁଭବ କରାଯାଇଥାଏ । ଆତିଥ୍ୟତା, ଅତିଥି ଓ ଅତିଥି ସେବକ ମଧ୍ୟରେ ବନ୍ଧୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସମ୍ପର୍କ ସ୍ଥାପନ କରିଥାଏ । କୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତି ଯେତେବେଳେ ଘରଠୁ ବାହାରକୁ ବୁଲିବା ପାଇଁ ଯାଇଥାଏ ସେତେବେଳେ ଅତିଥି ଚାହେଁ ଯେ ତାଙ୍କୁ ଘର ଭଳି ଅନୁଭବ ଲାଗୁ, ତେଣୁ ଅତିଥିସତ୍କାର ପାଇଁ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଆଚରଣ କରିବାକୁ ପଡିଥାଏ ।

କ) ଅତିଥିମାନଙ୍କୁ ଭଲରେ ସ୍ୱାଗତ କରିବା ।

ଖ) ଅତିଥିମାନଙ୍କୁ ଅତ୍ୟାବଶ୍ୟକ ବ୍ୟବସ୍ଥା ମନପସନ୍ଦ ଅନୁସାରେ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଏ ।

ଗ) ଏହାଦ୍ୱାରା ଅତିଥିମାନେ ନିଜ ସ୍ଥାନକୁ ଫେରିବା ପରେ ତାଙ୍କୁ ମିଳିଥିବା ସେବା ବିଷୟରେ ଅନ୍ୟମାନଙ୍କୁ ଜଣାଇଥାନ୍ତି ଓ ପ୍ରଶଂସା ମଧ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି । ଯାହାଦ୍ୱାରା ଆମ ଦେଶ ତଥା ରାଜସ୍ୱ ବୃଦ୍ଧିରେ ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ ।

ଘ) ଅତିଥିମାନେ ଯେମିତି ସୁରକ୍ଷିତ ଓ ହର୍ଷୋଲ୍ଲାସରେ ରହିପାରିବେ, ସେଥିପାଇଁ ମଧ୍ୟ ଧ୍ୟାନ ଦେବା ଆବଶ୍ୟକ ।

୧.୩ ଅତିଥିପରାୟଣାତା ପରିଚାଳନାର ଅର୍ଥ (Meaning of Hospitable Conduct)

ଅତିଥିପରାୟଣାତା ପରିଚାଳନା ଦ୍ୱାରା ଅତିଥିମାନଙ୍କ ସାହିରେ ଭଲ ସମ୍ପର୍କ ସ୍ଥାପନ କରାଯାଇଥାଏ । ଏହାଦ୍ୱାରା ଅତିଥିମାନଙ୍କୁ ସେମାନଙ୍କ ଘରଠୁ ବଳି ଭଲ ଚର୍ଚ୍ଚା କରାଯାଇଥାଏ । ଯାହାଦ୍ୱାରା ସେମାନେ ଅନ୍ୟମାନଙ୍କୁ ବି ଏହି ଅତିଥି ଚର୍ଚ୍ଚା ବିଷୟରେ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି । ସେମାନେ ପର୍ଯ୍ୟଟକ ଭାବେ ହୋଟେଲ ବା ପର୍ଯ୍ୟଟନ ସ୍ଥଳୀକୁ ଦେଶ ଭିତରେ ବା ବାହାରେ ସୁନାମ ପ୍ରଦାନ କରିବାରେ ମୁଖ୍ୟ ଭାବରେ ସାମିଲ ହୋଇପାରିବେ।

୧.୪ ଅତିଥିପରାୟଣତାର ଅଂଶ (Component of Hospitality)

କ) Lodging Operation: Hotels, Resorts, Motels, etc.

ଖ) Transportation Services: Taxi, Train, Cruise, Ship, etc.

ଗ) Food & Beverage Department: Restaurant, Cafe, Bar, etc.

ଘ)Activities: Festival, Recreation, Sightseeing & Ancillary Services.

୧.୫ ଅତିଥିପରାୟଣତାର ଲକ୍ଷ (Goal of Hospitality)

- ମୌଖିକ ଓ ଲିଖିତ ଯୋଗାଯୋଗରେ ସଫଳତାର ଲାଭ ।
- କୌଣସି ଅସୁବିଧାକୁ ବନ୍ଧୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଭାବନା ସହିତ ସମାଧାନ କରିବା ।
- ଏକା କିମ୍ବା ସମ୍ମିଳିତଭାବରେ କୌଣସି କାର୍ଯ୍ୟ ଶିଖିବା ଏବଂ କାର୍ଯ୍ୟ କରିବା ।

- କୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତିର ସୃଜନଶୀଳତାକୁ ବୁଝିବା ଏବଂ ପ୍ରଶଂସା କରିବା ।
- ଜାଣିବାର ଇଛା, ଦୃଢବିଶ୍ଵାସ ଓ କୌଣସି କାର୍ଯ୍ୟରେ ନିଯୁକ୍ତି ହେବାର ମନୋବଳ ବୃଦ୍ଧି କରିବା, ଯାହାକି ଆମ ଜୀବନବ୍ୟାପି ଅଧ୍ୟୟନକୁ ବାଟ ଦେଖାଇବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବା ।

୧.୬ ଗ୍ରାହକ (Define Customer)

ସେବା ପାଇବା ପାଇଁ ଯିଏ ଅର୍ଥ ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି ତାଙ୍କୁ ଗ୍ରାହକ ବା Customer କୁହାଯାଏ ।

୧.୭ ଅତିଥିପରାୟଣାତା ପରିଚାଳନାରେ ଖାଦ୍ୟ ଓ ପାନୀୟର ଭୂମିକା (Role of Food & Beverage Service in Hospitable Conduct)

ଖାଦ୍ୟ ଓ ପାନୀୟ ବିଭାଗ ଅତିଥିପରାୟଣତା ପରିଚାଳନାରେ ମୁଖ୍ୟ ଭୂମିକା ଗ୍ରହଣ କରିଥାଏ । ହୋଟେଲରେ ଅତିଥିମାନଙ୍କ ରହିବା ସମୟରେ ଖାଦ୍ୟ ଓ ପାନୀୟ ବିଭାଗ ବିଶେଷ ଭୂମିକା ଗ୍ରହଣ କରିଥାଏ । କାରଣ ଏଠାରେ କିଛି ସମୟ ବା କିଛି ଦିନ ରହିବାବେଳେ ସେମାନେ ବିଭିନ୍ନ ଖାଦ୍ୟ ଓ ପାନୀୟ ବିଭାଗ ସଂସ୍ପର୍ଶରେ ଆସିଥାନ୍ତି । ଖାଦ୍ୟ ଓ ପାନୀୟକୁ ପ୍ରସ୍ତୁତି, ଉପସ୍ଥାପନା ଓ ସେବା ଆକାରରେ ଅତିଥିମାନଙ୍କୁ ଯୋଗାଇ ଦିଆଯାଇଥାଏ । ହୋଟେଲକୁ ଲାଭରେ ଚଳାଇବା ପାଇଁ ଏହି ବିଭାଗର ବିଶେଷ ଭୂମିକା ଥାଏ ।

ଖାଦ୍ୟ ଓ ପାନୀୟ ସେବା (Food & Beverage Services) ମୁଖ୍ୟତଃ ଦୁଇ ପ୍ରକାରରେ ହୋଇଥାଏ ।

- ହତା ଭିତରେ (On Premises)
- ହତା ବାହାରେ (Off Premises)

ହତା ଭିତରେ- ଏଠାରେ ମୁଖ୍ୟତଃ ଖାଦ୍ୟସବୁ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରି ସେହି ହୋଟେଲ ମଧ୍ୟରେ ରଖାଯାଇଥାଏ । ଯାହାଦ୍ଵାରା ହୋଟେଲ ମଧ୍ୟରେ ଥିବା ଅତିଥି ବା ବାହାରୁ ଆସୁଥିବା ଅତିଥିମାନେ ଖାଦ୍ୟ ଓ ପାନୀୟ ଗ୍ରହଣ କରିଥାନ୍ତି । ଉଦାହରଣସ୍ଵରୂପ- Restaurant, Cafeteria, Bar ଇତ୍ୟାଦିରେ ପରିବେଷଣ କରାଯାଏ ।

ହତା ବାହାରେ- ଏହି ସେବାରେ ଖାଦ୍ୟକୁ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରି ଯେକୌଣସି ବାହାର ଜାଗାରେ ପରସା ଯାଇଥାଏ । ଏହା ମୁଖ୍ୟତଃ ବହୁତ ପରିମାଣରେ ଖାଦ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇ ପରସା ଯାଇଥାଏ ।

୨.୧ ଶିଷ୍ଟାଚାର ଓ ଆଚରଣ (Etiquettes & Manners)

ଶିଷ୍ଟାଚାର- ସାମାଜିକ ସ୍ତରରେ ପ୍ରଚଳିତ ଅଭ୍ୟାସ ଏବଂ ନୀତି ନିୟମକୁ ଶିଷ୍ଟାଚାର କୁହାଯାଏ ।

ଆଚରଣ- ଲୋକଙ୍କ ପ୍ରତି ଦର୍ଶାଉଥିବା ଉତ୍ତମ ବ୍ୟବହାରକୁ ଆଚରଣ କୁହାଯାଏ । ଯାହାକି ଦୟାଶୀଳତା ଏବଂ ଭଦ୍ରତା ସହିତ ପୂର୍ଣ୍ଣଭାବରେ ସଂଶ୍ଳିଷ୍ଟ । ଯାହାକି ସମାଜ, ବ୍ୟବସାୟ ଏବଂ ପରିବାରଦ୍ୱାରା ଗ୍ରହଣ କରାଯାଇଥାଏ । ଜୀବନର ସଫଳତା ଏବଂ ବିଫଳତା ମଧ୍ୟ ଉତ୍ତମ ଆରମ୍ଭରୁ ହିଁ ସୃଷ୍ଟି ହୋଇଥାଏ ।

୨.୨ ଅତିଥିପରାୟଣତାରେ ଦରକାର ହେଉଥିବା ଶିଷ୍ଟାଚାର ଓ ଉତ୍ତମ ଆଚରଣ (Need & Necessity of Etiquette & Manners in a Hospitality Establishment)

ଅତିଥି ପରାୟଣତାରେ ଶିଷ୍ଟାଚାର ଓ ଉତ୍ତମ ଆଚରଣ ନିତ୍ୟାନ୍ତ ଆବଶ୍ୟକ ହୋଇଥାଏ । କାରଣ ହୋଟେଲକୁ ଆସୁଥିବା ଅତିଥିମାନଙ୍କୁ ଯଦି ଖରାପ ବ୍ୟବହାର ଦେଖାଇବା ତେବେ ଏହା ଆମ ହୋଟେଲ ଉପରେ କୁପ୍ରଭାବ ପକାଇଥାଏ । ଆମ୍ଭେମାନେ କାମ କରୁଥିବା ବା ସେବାରେ ନିୟୋଜିତ ଥାଇ ଯଦି ଏହିଭଳି ଭାବରେ ଅତିଥିମାନଙ୍କୁ ଭଲ ଭାବରେ ତାଙ୍କ ସହିତ ଉତ୍ତମ ଶିଷ୍ଟାଚାର ଓ ଆଚରଣ ପୂର୍ବକ ମିଶିବା ତେବେ ଅତିଥିମାନଙ୍କର ଆମ ଉପରେ ଭଲ ଧାରଣା ରହିବ ।

୨.୩.୧ ଟେଲିଫୋନେ ଶିଷ୍ଟାଚାର (Telephone Etiquette)

ଟେଲିଫୋନରେ ଶିଷ୍ଟାଚାର ପ୍ରଦର୍ଶନ ଅତ୍ୟନ୍ତ ଜରୁରୀ ହୋଇଥାଏ । ଅପାରପାର୍ଶ୍ୱରେ ଥିବା ଅତିଥିଙ୍କୁ ସମ୍ମାନ ଦେଇ ଆମେ କଥା ହୋଇଥାଉ । ଏଥିରେ ମୁଖ୍ୟତଃ କେତୋଟି ଉତ୍ତମ ଆଚରଣ ବିଧିକୁ ଅବଲମ୍ବନ କରିବାକୁ ପଡିଥାଏ । ଯଥା ଦୁଇଟି ରିଙ୍ଗ ମାଧ୍ୟମ ରିସିଭର ଉଠେଇବା, ଦିନ ଓ ରାତି ଅନୁସାରେ ଅତିଥିଙ୍କୁ ସମ୍ବୋଧନ କରିବା ଓ ସ୍ୱଷ୍ଟ ଭାବରେ ଉଚ୍ଚାରଣ କରିବା ।

୨.୩.୨ସକାରାତ୍ମକ ଶାରୀରିକ ଭାଷା (Positive Body Language)

ଆମର ସକାରାତ୍ମକ ଶାରୀରିକ ଭାଷା ଅତ୍ୟନ୍ତ ମହତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଭୂମିକା ବହନ କରିଥାଏ । ଆମ ଶରୀରର ଅଙ୍ଗପ୍ରତ୍ୟେଙ୍ଗ ଯଥା ଆଖି, ମୁଣ୍ଡ, ଗୋଡ, ବସିବା ଢଙ୍ଗ ଓ ଚାଲିବା ଶୈଳୀ ଇତ୍ୟାଦି ସରକ୍ଷିଙ୍କ ଭାଷାର ଅଂଶବିଶେଷ । ଏହାକୁ ମଧ୍ୟ ଅଣବାଚନିକ ଯୋଗାଯୋଗ କୁହାଯାଏ । ଶାରୀରିକ ଭାଷାରେ ସାଧାରଣତଃ ଆମେ ସିଧା ହୋଇ ଛିଡା ହେବା, କାନ୍ଥରେ ବା ଅନ୍ୟ ବସ୍ତୁ ଉପରେ ଠିଆ ନ ହେବ । ଅତିଥିମାନଙ୍କ ପାଖରେ ଛିଡା ହୋଇ ବାଳ ନ କୁଣ୍ଡାଇବା, ଆଣ୍ଠୁ ଭାଙ୍ଗି ଛିଡା ନ ହେବା ଇତ୍ୟାଦି ।

୨.୩.୩ ବେଶଭୂଷା ଓ ପୋଷାକ ପରିଚ୍ଛଦ (Dressing & Uniform)

ବେଶଭୂଷା ଅର୍ଥ ହେଉଛି ପୋଷାକ ପିନ୍ଧିବା ଶୈଳୀ । ସାଧାରଣତଃ ଶିଷ୍ଟାଚାର ହେଉଛି ସମ୍ପୃକ୍ତ କର୍ମକ୍ଷେତ୍ରରେ ପ୍ରଚଳିତ "ପୋଷାକ ବିଧି" ଅନୁସାରେ ପୋଷାକ ପରିଧାନ କରିବା । ମୁଖ୍ୟତଃ ପୋଷକଗୁଡିକ ଭଲଭାବରେ ସଫାହୋଇ ଭଲରେ ଆଇରନ ହେବା ନିତ୍ୟାନ୍ତ ଆବଶ୍ୟକ, ପୋଷାକରେ କୌଣସି ପ୍ରକାର ଦାଗ ନ ଲଗାଇବା, ସବୁବେଳେ ଉଚିତଭାବରେ ନିଜର ବେଶଭୂଷା ଓ ପୋଷାକ ପରିଚ୍ଛଦ ପ୍ରତି ଯତ୍ନବାନ ହେବା ଦରକାର ।

ଅତିଥିପରାୟଣତାର ଆମ ନୀତି (Hospitable Conduct while dealing with guest)

୩.୧ ଅତିଥିମାନଙ୍କ ସହିତ କାରବାର (Dealing with Guest)

- ଅତିଥିମାନଙ୍କ କଥାକୁ ଆମେ ଧୈର୍ଯ୍ୟ ସହକାରେ ଶୁଣିବା ।
- ଅତିଥିମାନଙ୍କ ସହିତ କଥା ହେଲାବେଳେ କେବେ ବି ଆମେ ରାଗରେ ବା ଚିଡିଚିଡ଼ା ହୋଇ କଥା ହେବା ନାହିଁ ।
- ଅତିଥିମାନଙ୍କ କଥାକୁ ସବୁବେଳେ ପ୍ରାଧାନ୍ୟ ଦେବା ।
- ତାଙ୍କ ସହିତ ସ୍ଥିରଚିତ୍ତରେ କଥା ହେବା ।
- ଅନ୍ୟମନସ୍କ ନ ହୋଇ ତାଙ୍କ କଥାକୁ ଧ୍ୟାନ ପୂର୍ବକ ଶୁଣିବା ।

୩.୩ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ସନ୍ତୁଷ୍ଟି କରିବାର ଉପାୟ (Measuring Customer Satisfaction)

ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ସନ୍ତୁଷ୍ଟ କରିବାର ଦୁଇ ପ୍ରକାର ଉପାୟ ଥାଏ ।

• ପ୍ରତ୍ୟେକ୍ଷ ଧାରା • ପରୋକ୍ଷ ଧାରା

କ) ପ୍ରତ୍ୟେକ୍ଷ ଧାରା-

- ଏଥିରେ ଅତିଥିମାନଙ୍କର ବହୁମୂଲ୍ୟ ମତାମତ ସିଧାସଳଖ ଭାବେ ଗ୍ରହଣ କରାଯାଇଥାଏ । ଏଥିପାଇଁ call center ମୁଖ୍ୟ ଭାବରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି ।
- ଏଠାରେ ମଧ୍ୟ ଅତିଥିମାନଙ୍କୁ ସିଧାସଳଖ ନିଜ ସମ୍ମୁଖରେ ବସେଇ ପଚାରି ପାରିବ ।
- ଅତିଥିମାନଙ୍କୁ ମଧ୍ୟ ବିଭିନ୍ନ ସର୍ଭେ ଆକାରରେ ପଚାରି ପରିବା ।

ଖ) ପରୋକ୍ଷ ଧାରା- ପରୋକ୍ଷ ଭାବରେ ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ସନ୍ତୁଷ୍ଟ କରିବା ଖର୍ଚ୍ଚ ବହୁଳ ହୋଇଥାଏ । ଯଥା:

- **ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଅଭିଯୋଗ-** ଏହି ଅଭିଯୋଗଗୁଡ଼ିକ ସପ୍ଲାୟରମାନଙ୍କ ପାଖକୁ ଯାଏ । ଯଦି ଏହି ଅଭିଯୋଗଗୁଡ଼ିକ ସାମାନ୍ୟ ହୋଇଥାଏ ତେବେ ଏହାକୁ ଶୀଘ୍ର ସମାଧାନ କରିଥାନ୍ତି ନଚେତ ସେମାନେ ଏହାର ନିବାରରଣ ପାଇଁ ଅଧିକ ସମୟ ନିଅନ୍ତି ।
- **ଗ୍ରାହକଙ୍କ ବିଶ୍ୱାସ-** ଏଠାରେ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ସହିତ ସବୁବେଳେ ସମ୍ପର୍କ ରକ୍ଷା କରାଯାଇଥାଏ । ଏଠାରେ ପ୍ରତ୍ୟେକ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ସହିତ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ସୁବିଧା ଓ ଅସୁବିଧା ସହିତ ଆଲୋଚନା କରାଯାଇଥାଏ । ସେଥିପାଇଁ କମ୍ପାନୀ ବିଶ୍ୱାସ ଯୋଗାଇ ତାହାର ଦ୍ରବ୍ୟ ଶୀଘ୍ର ବିକ୍ରି କରିଥାଏ ।

୩.୪ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଉତ୍ପାଦନର ଦ୍ରବ୍ୟରେ ଯୋଗଦାନ (Contribution to the Brand Value)

ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ହୋଟେଲର ଉତ୍ପାଦନ ମହତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ କାର୍ଯ୍ୟ ହାସଲ କରିଥାଏ । ଗ୍ରାହକ ଗୋଟିଏ ବ୍ରାଣ୍ଡର ହୋଟେଲକୁ ବ୍ୟବହାର କରିସାରିଲା ପରେ ସେଇ ଗ୍ରାହକଟି ଦେଶର ଯେ କୌଣସି ଜାଗାରେ ଥିବା ସେହି ବ୍ରାଣ୍ଡର ହୋଟେଲକୁ ଯିବାକୁ ପ୍ରଥମ ପସନ୍ଦରେ ରଖିଥାଏ । ଉଦାହରଣସ୍ୱରୂପ- ଯଦି ଜଣେ ଗ୍ରାହକ Oberai କିମ୍ବା Marriot ହୋଟେଲରେ ଭଲ ସେବା ପାଇଥାଏ, ତାହା ହେଲେ ସେ ଗ୍ରାହକଟି ଦେଶରେ ଥିବା ଅନ୍ୟ ଜାଗାରେ ସେହି ବ୍ରାଣ୍ଡକୁ ହିଁ ପସନ୍ଦ କରିଥାଏ ।

କାର୍ଯ୍ୟାଳୟ ପାଇଁ ଆଚରଣର ଶିକ୍ଷା ଓ ପ୍ରୟୋଗ (Learn & Implement Office Management)

୪.୧ ରୀତିନୀତିର ପ୍ରଥା ପାଳନ (Importance of Formalities)

- ସବୁବେଳେ ହସ ହସ ବଦନରେ ଅତିଥିମାନଙ୍କୁ ସ୍ୱାଗତ କରିବା ଉଚିତ ।

- ଅତିଥିମାନଙ୍କ ଆଗରେ ସଦାବେଳେ ସିଧା ଛିଡା ହୋଇରହିବା, ହାତ କେବେବି ଭାଙ୍ଗି ଠିଆ ନ ହେବା ।
- ଅତିଥିମାନଙ୍କ ଆଗରେ ବାଳ କୁଣ୍ଡେଇବା ନାହିଁ, କି ବଡ ବଡ ଆଭୂଷଣ ପରିଧାନ କରିବା ନାହିଁ ।
- ସବୁବେଳେ ସକାରାତ୍ମକ ଚିନ୍ତାଧାରା ନେଇ କାମ କରିବା ।
- ସବୁବେଳେ ଅତିଥିମାନଙ୍କ କଥାକୁ ଭଲଭାବରେ ଶୁଣିବା ।
- କଥାହେଲାବେଳେ ମାର୍ଜିତ ଓ ଭଦ୍ରତାର ସହ କଥା ହେବ ।

୪.୨ ସହକର୍ମୀମାନଙ୍କ ସହିତ ଯୋଗାଯୋଗ ରକ୍ଷା କରିବା (Communicating with Co-Workers)

ନିଜ ସହକର୍ମୀଙ୍କ ସହ ଆମେ ସବୁବେଳେ ବନ୍ଧୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ହିସାବରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରିବା ଉଚିତ । ଯଥା -

- ସହକର୍ମୀଙ୍କ କଥାକୁ ଧ୍ୟାନ ପୂର୍ବକ ଶୁଣିବା ଉଚିତ ।
- ସବୁବେଳେ ସହକର୍ମୀଙ୍କୁ ବିଶ୍ୱାସ ଓ ସମ୍ମାନ କରିବା ଉଚିତ ।
- ସବୁବେଳେ ସରଳଭାବେ ନିଜର ବକ୍ତବ୍ୟ ଦେବା ଉଚିତ ।

୪.୩ ଅନ୍ତଃ-ବିଭାଗ ସମନ୍ୱୟ (Inter-Departmental Co-Ordination)

ହୋଟେଲରେ ଅନ୍ତଃବିଭାଗ ସମନ୍ୱୟ ରଖିବା ନିତ୍ୟାନ୍ତ ଆବଶ୍ୟକ ହୋଇଥାଏ । ଭଲ ଅନ୍ତଃ ବିଭାଗ ସମନ୍ୱୟ ରକ୍ଷା କରିବା ଏକ କୌଶଳ ଅଟେ । ଏହା ଦ୍ୱାରା ଅନ୍ତଃବିଭାଗରେ କୌଣସିପ୍ରକାର ମନୋମାଳିନ୍ୟ ହୋଇ ନ ଥାଏ । ଏଥିପାଇଁ ବିଭାଗରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଥିବା କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ମଧୁର ସମ୍ପର୍କ ଗଢି ଉଠିଥାଏ ।

୪.୪ ପଢିବା ଓ ଲେଖିବା ଦକ୍ଷତା (Reading and Writing Skill)

କୌଣସି ବିଷୟକୁ ପଢିବା ହେଉଛି ଏକ କୌଶଳ ଓ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ କାରଣ ଏହାଦ୍ୱାରା ଆମର ବୁଦ୍ଧି ବିକଶିତ ହୋଇଥାଏ । ମନୁଷ୍ୟର ମସ୍ତିସ୍କ ସ୍ନାୟୁମାନଙ୍କ ଉପରେ ନିର୍ଭରଶୀଳ ଯାହାକୁ କାର୍ଯ୍ୟରତ କରାଇବା ନିହାତି ଆବଶ୍ୟକ ।

ମନୁଷ୍ୟର ଲେଖିବାର ଦକ୍ଷତା ପରସ୍ପର ମଧ୍ୟରେ ବାର୍ତ୍ତାଳାପ କରିବାର ଏକ ଜରୁରୀ ମାଧ୍ୟମ ଅଟେ । ଲିଖିତ ପ୍ରକ୍ରିୟା ତୁମର ଚିନ୍ତା ଧାରାକୁ ସ୍ପଷ୍ଟ ଭାବରେ ବ୍ୟକ୍ତି ବିଶେଷଙ୍କ ସମ୍ମୁଖରେ ଟେଲିଫୋନେ ମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରତିପାଦନ କରେ ।

୪.୫ ଗ୍ରାହକ ପ୍ରତ୍ୟୁତ୍ତର (Customer Feedback)

ଗ୍ରାହକଙ୍କଠାରୁ ସିଧାସଳଖ ଭାବରେ ତଥ୍ୟ ସେମାନଙ୍କର ବସ୍ତୁ ପ୍ରତି ସନ୍ତୋଷଜନକ ଏବଂ ଅସନ୍ତୋଷଜନକ ପ୍ରତିକ୍ରିୟା ପରିପ୍ରକାଶ କରେ ।

ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କ ଅଭିଯୋଗ ଏବଂ ଟିପ୍ପଣୀ ଏକ ଜରୁରୀ ମାଧ୍ୟମ, ଯାହାକି ଏକ କମ୍ପାନୀକୁ ତାହାର ଉନ୍ନତି ଦିଗରେ ଅଗ୍ରଗତି କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ । ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଚାହିଦା ଏବଂ ଇଚ୍ଛାକୁ ଦୃଷ୍ଟି କୋଣରେ ରଖି ଆଗେଇଯିବାକୁ ଚେଷ୍ଟାରତ ଥାଏ । ଏହିତଥ୍ୟ ଗୁଡିକ ଲିଖିତ କିମ୍ବା ମୌଖିକ ଗବେଷଣାତ୍ମକ ଭାବରେ online form, email, ଚିଠିପତ୍ର ଏବଂ ଟେଲିଫୋନେ ମାଧ୍ୟମରେ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଠାରୁ କମ୍ପାନୀକୁ ପହଞ୍ଚାଇ ଦେଇଥାଏ ।

୪.୬ କାର୍ଯ୍ୟପଞ୍ଜିକା (Logbook)

ବାସ୍ତବରେ କାର୍ଯ୍ୟପଞ୍ଜିକା ଏପରି ଏକ ପୁସ୍ତକ ଅଟେ, ଯେଉଁଥିରେ ସମସ୍ତ ପ୍ରକାରର ତଥ୍ୟ ଲିଖିତ ଆକାରରେ ପୁନଃ ବିବରଣୀ ସହିତ ବିସ୍ତୃତ ଭାବରେ ବର୍ଣ୍ଣିତ ହୋଇଥାଏ । ଏହା ବିଶେଷ ଭାବରେ ଏକ ମଲାଟ ମାଧ୍ୟମରେ ବର୍ଣ୍ଣିତ ହୋଇଥାଏ । କାର୍ଯ୍ୟାଳୟମାନଙ୍କରେ କାର୍ଯ୍ୟପଞ୍ଜିକାକୁ ସମସ୍ତ ପ୍ରକାର ତଥ୍ୟ, ଘଟଣାବଳୀ, ପଦକ୍ଷେପ ଓ ତଥ୍ୟ ବିଷୟରେ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଏ ।

୪.୭ କାର୍ଯ୍ୟପତ୍ରିକା ସୂଚନାବଳୀ (Job Card)

ଯେଉଁଥିରେ କାର୍ଯ୍ୟାବଳୀ ବିଷୟରେ ବିସ୍ତୃତ ବିବରଣୀ ଦିଆଯାଇଥାଏ । ଏହାକୁ ନୂତନ ନିଯୁକ୍ତି ଏବଂ ତାହାକୁ ତୁଲାଇବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ । ଏହାକୁ ତିଆରି କରିବା ଦ୍ୱାରା ଆମ୍ଭେମାନେ ଯେକୌଣସି ତଥ୍ୟ ବିଷୟରେ ପୂର୍ବରୁ ପ୍ରସ୍ତୁତି ହେବ ସହ ଏହାକୁ କର୍ମନିଯୁକ୍ତି ଏବଂ କର୍ମବିଜ୍ଞାପନରେ ନିୟୋଜିତ କରିପାରୁ ।

ଅନୁମତି ପ୍ରଦାନ କରୁଥିବା ଏକ ଲିଖିତ ଆଦେଶ (Smooth & Professional conduct with Proper Documentation)

୫.୧ କମ୍ପାନୀର ନୀତି (Company Policy)

କମ୍ପାନୀର ସର୍ତ୍ତାବଳୀ ଓ ସୋପାନଗୁଡିକ ଏକ ଅନୁଷ୍ଠାନର ନୀତି ନିୟମକୁ ଗଠନ କରିବା ସହ ଉଭୟ କର୍ମଜୀବି ଏବଂ ନିୟୋଜକମାନଙ୍କର ଦାୟିତ୍ୱ ବୋଧକୁ ପରିଲିକ୍ଷିତ କରିଥାଏ । କମ୍ପାନୀର କର୍ମଜୀବିମାନଙ୍କର ଅଧିକାରକୁ ସୁରକ୍ଷା ପ୍ରଦାନ କରିବା ସହ ବ୍ୟବସାୟ ନିୟୋଜକମାନଙ୍କର ଚାହିଦାକୁ ଧ୍ୟାନରେ ରଖିଥାଏ ।

୫.୨ ମାନବସମ୍ବଳ ନୀତି (Human Resource Policy)

ମାନବସମ୍ବଳ ନୀତି ସର୍ତ୍ତାବଳିଗୁଡ଼ିକ ସାଧାରଣତଃ ନୀତି ନିୟମ ଏବଂ ସୂଚନାବଳି ମାଧ୍ୟମରେ ବ୍ୟବସାୟିକ ସ୍ତର hire, asses, trained ଏବଂ କାର୍ଯ୍ୟ କ୍ଷେତ୍ରରେ ସଦସ୍ୟମାନଙ୍କୁ ପୁରସ୍କୃତ କରାଯାଇଥାଏ । ସର୍ତାବଳୀ ବିଷୟରେ ଜାଣିବା ଆବଶ୍ୟକୀୟ । ତେଣୁ ଏହା ପରିସ୍କାର ଭାବରେ ଦର୍ଶାଇ ଦେଇଛି ଯେ ସର୍ତ୍ତାବଳିଗୁଡ଼ିକ କଣ ଓ ଏଗୁଡିକ ନିୟମିତ ଭାବରେ ଅନୁଷ୍ଠାନମାନଙ୍କରେ ନିୟୋଜିତ କରାଯାଇଛି କି ନାହିଁ ।

୫.୩ ବିକ୍ରୟ ନୀତି (Sales Policy)

ବିକ୍ରୟ ନୀତି ଏକ ସଠିକ ଅଗ୍ରଗତିର ମାଧ୍ୟମ ଯାହା ଅନ୍ତଃବିଭାଗୀୟ ସମନ୍ୱୟ ଏବଂ କମ୍ପାନୀର ବିକ୍ରୟର ସିଧାସଳଖ ଧାରଣାରେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ମତଦାନ କରିଥାଏ । ବସ୍ତୁଗୁଡ଼ିକ ବିକ୍ରୟ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ରଖାଯାଇଥାଏ । ଯେପରିକି ବସ୍ତୁବାଦୀ ନିୟମାବଳୀ । ଯେଉଁଥିରେ ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କୁ ବସ୍ତୁଗୁଡ଼ିକ ବିକ୍ରୟ କରାଯାଇଥାଏ ।

୫.୪ ବିବୃତ୍ତିମୂଳକ ଗଠନବଳୀ (Reporting Structure)

ଏକ ଅନୁଷ୍ଠାନରେ ବିବୃତ୍ତିମୂଳକ ଗଠନବଳୀରୁ ଜଣାପଡେ ଯେ କିପରି ଭାବରେ କାର୍ଯ୍ୟାବଳୀକୁ କାର୍ଯ୍ୟସୂଚୀ, ସହାୟକ ଏବଂ ଅଧ୍ୟକ୍ଷତା କରାଯିବ, ଯାହାକି ସିଧାସଳଖ ଭାବେ ଅନୁଷ୍ଠାନର ଗଠନଗୁଡିକ ତାହାର କାର୍ଯ୍ୟକାରିତା ଉପରେ ପ୍ରଭାବ ପକାଇଥାଏ ଏବଂ ଏହାର ମୂଳଦୁଆକୁ ମଜବୁତ କରି ସୋପାନଗୁଡିକୁ ତ୍ୱରାନ୍ୱିତ କରାଇଥାଏ ।

୫.୫ ଲିଖିତ ପ୍ରମାଣ (Documentation)

ଲିଖିତ ପ୍ରମାଣ ପତ୍ର ହେଉଛି ଏକ କାଗଜ ଲିଖିତ ଦସ୍ତାବିଜ ଓ online ଓ digital ଏବଂ analog media ଯାହାକି CD ଏବଂ Tape ମାଧ୍ୟମରେ ଦର୍ଶାଇଥାଏ ।

୫.୬ ଗ୍ରାହକ ପାର୍ଶ୍ୱବିନ୍ଦୁ (Customer Profile)

ଗ୍ରାହକ ପାର୍ଶ୍ୱବିନ୍ଦୁ ବ୍ୟବସାୟରେ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କର ସହାୟକ ପ୍ରସ୍ତାବନା ଉପରେ ବିସ୍ତୃତ ବିବରଣୀ ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ

ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଅଭିଯୋଗ ଓ ସହାୟକ ପ୍ରସ୍ତାବନା (Deal with customer complaints & take feedback)

୬.୧ ସାଧାରଣ କାର୍ଯ୍ୟରତ ସୋପାନବଳୀ (Working With SOPs)

Standard Operating Procedure ବା SOP ଏକ ସହଜ ପ୍ରକ୍ରିୟା, ଯାହାକି କମ୍ପାନୀର ବିଭିନ୍ନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ଷେତ୍ରରେ କାର୍ଯ୍ୟାବଳୀକୁ ଯେପରିକି ବିକ୍ରୟ, ବ୍ୟାପାର, ଆର୍ଥିକ ଏବଂ ଗ୍ରାହକ ସେବାକୁ ଅନୁମୋଦିତ ପରିଚାଳିତ କରିଥାଏ ।

୬.୨ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଅଭିଯୋଗକୁ ଅଂଶ ବଣ୍ଟନ କରିବା (Dealing With Customer Complaints)

ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଅଭିଯୋଗକୁ ଅଂଶ ବଣ୍ଟନ କରିବା ପାଇଁ ମୁଖ୍ୟତଃ ଚାରିପ୍ରକାର ସୋପାନ ରହିଥାଏ ।

- ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଅଭିଯୋଗକୁ ଧ୍ୟାନର ସହ ଶୁଣିବା ।

- ଘଟିଥିବା ଘଟଣାବଳୀ ପାଇଁ କ୍ଷମା ପ୍ରାର୍ଥନା କରିବା ।
- ଅଭିଯୋଗର ଏକ ଉପଚାର ପ୍ରଦାନ କରିବା ।
- ନିଜର ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ହୋଟେଲ ବ୍ୟାପାର ପାଇଁ ଧନ୍ୟବାଦ ପ୍ରଦାନ କରିବା ।

୬.୩ ପ୍ରତ୍ୟୁତ୍ତର ପ୍ରକ୍ରିୟା (Feedback Mechanism)

ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କର ପ୍ରତ୍ୟୁତ୍ତର ବ୍ୟବସ୍ଥା ହେଉଛି web application ଯାହାକି ବ୍ୟାପାର ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ ଅଭିଯୋଗ ଏବଂ ଗ୍ରାହକଙ୍କର ପ୍ରସ୍ତାବକୁ ଏକ ଗଠନ ଶୈଳୀରେ ଗ୍ରହଣ କରାଯାଏ ।

୬.୪ ଉତ୍ପାଦନ ଶକ୍ତିର ଲକ୍ଷ (Handling Productivity Targets)

କୌଣସି ପଦାର୍ଥର ଉତ୍ପାଦନ ଏହାର ଉତ୍ପାଦିତ ଦ୍ରବ୍ୟର ମୂଲ୍ୟବୋଧକୁ ଆଖିରେ ରଖି ବିକ୍ରିତ ପାଇଁ ଲକ୍ଷ୍ୟ ରଖାଯାଇଥାଏ । ଏହି ପଦାର୍ଥର ମୂଲ୍ୟ ଓ ବଜାର ଦର ସିଧାସଳଖ ଭାବେ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରେ । ପ୍ରତ୍ୟେକ ସଂସ୍ଥାର କୌଣସି ସମ୍ପର୍କ ବା ସହାନୁଭୁତିକୁ ଭିତ୍ତିକରି ପ୍ରତ୍ୟେକ ଦ୍ରବ୍ୟର ଉତ୍ପାଦନ ଶକ୍ତିର ଲକ୍ଷ ଧାର୍ଯ୍ୟ କରାଯାଇଥାଏ ।

Critically Think & Participate in Briefing & other training Programs

୭.୧ ବିଭାଗୀୟ ଅଭିମୁଖୀକରଣ ତାଲିମ (Departmental Orientation Program)

ଅଭିମୁଖୀକରଣର ଅର୍ଥ ହେଉଛି ନୂତନ କର୍ମଜୀବିମାନଙ୍କୁ ସାଧାରଣ ତତ୍ତ୍ୱାବଳୀ ବିଷୟରେ ଅବଗତ କରାଇବା । ଏହି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ମୂଳଲକ୍ଷ ହେଉଛି ନୂତନ କର୍ମଜୀବିମାନଙ୍କୁ ସେମାନଙ୍କ କାର୍ଯ୍ୟ ସମ୍ବନ୍ଧରେ ସାଧାରଣ ଜ୍ଞାନ ପ୍ରଦାନ କରିବା ।

୭.୨ ସଂକ୍ଷୀପ୍ତବଳୀ (Briefing)

ଏହା ହେଉଛି ଏକ ସଭା ବା ବୈଠକ ଯେଉଁଥିରେ ତଥ୍ୟ ଏବଂ ଆଦେଶବଳୀ ବିଷୟରେ ଅବଗତ କରାଯାଇଥାଏ ।

୭.୩ କର୍ମଚାରୀ ତାଲିମ (Staff Training)

ତାଲିମ ହେଉଛି ଏକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଯାହା କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କୁ ସାଧାରଣ ଜ୍ଞାନ ଓ ଦକ୍ଷତା ବଳରେ ନିଜର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ଷମତାକୁ ଅଗ୍ରଗତି କରାଇବାରେ ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ ।

— ୦—

ତୃତୀୟ ଅଧ୍ୟାୟ

ଲିଙ୍ଗ ଏବଂ ବୟସର ସମ୍ବେଦନଶୀଳ ସେବା ଅଭ୍ୟାସ
Gender and Age Sensitive Service Practice

୧. କାର୍ଯ୍ୟ କ୍ଷେତ୍ରରେ ମହିଳାଙ୍କୁ ସେବା ଓ ସୁବିଧା ଯୋଗାଯୋଗ (Facilities and services available for females at workplace):

- ନାରୀମାନଙ୍କ ଅଧିକାର ଓ ସମ୍ମାନ ଦେବା ପାଇଁ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ଷେତ୍ରରେ ପର୍ଯ୍ୟଟକ, ନିଯୁକ୍ତିଦାତା ଏବଂ ସହକର୍ମୀମାନଙ୍କୁ ଶିକ୍ଷା ଦେବା ।
- ଭୌତିକ ଓ ମୌଖିକ ଯୌନ ଶୋଷଣ ନିବାରଣ କରିବା ପାଇଁ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଗ୍ରାହକ ଏବଂ କର୍ମଚାରୀ ମାନଙ୍କୁ ଶିକ୍ଷା ଦେବା ।
- ମହିଳାମାନଙ୍କୁ ଆବଶ୍ୟକୀୟ ସେବା ଯୋଗାଇଦେବା ଯଥା-ଗମନାଗମନ ସୁବିଧା,ନାଇଟଡ୍ରପ ନିରାପତ୍ତା ପାଇଁ ଲିଖିତ ବିବରଣୀ ଦେବା ,ପ୍ରସୁତିକାଳିନ ଛୁଟି ଓ ଅଭିଯୋଗ ଦେବା ।
- ନିରାପତ୍ତା ଓ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଜିନିଷପତ୍ରର ସୁରକ୍ଷା ପ୍ରଣାଳୀ ବ୍ୟବସ୍ଥା -ଯଥା cctv କ୍ୟାମେରା ,ସୁରକ୍ଷାକର୍ମୀ , womens helplines ଆଦି କାର୍ଯ୍ୟ ସମ୍ପର୍କରେ ମହିଳାମାନଙ୍କୁ ସୁନିଶ୍ଚିତ କରାଇବା ।
- ଦୂରସ୍ଥାନରୁ ଆସୁଥିବା ମହିଳା ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ଆବଶ୍ୟକ ମୁତାବକ ଆରାମ ପ୍ରଦାୟକ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଯଥା ସୁରକ୍ଷିତ ଏବଂ ନିରାପଦ ପରିବେଶ ,ଜଂଜୀର ତାଲା କିଳିଣି ଧୁମରହିତ ,ଆରାମଦାୟକ ରହଣିର ବନ୍ଦୋବସ୍ତ କରାଇବା ।

- ମହିଳାମାନଙ୍କ ସହିତ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଆଚରଣ ସମ୍ବନ୍ଧରେ ଅଜ୍ଞାନଶାଳୀନ ଓ ଶିଷ୍ଟାଚାର ବ୍ୟବହାର ଦେଖାଇବା ଯେପରିକି ପ୍ରକୋଷ୍ଠ ଭିତରକୁ ପ୍ରବେଶ ପୂର୍ବରୁ ଅନୁମତି ମାଗିବା ଆବଶ୍ୟକ ପ୍ରକୋଷ୍ଠ ସଫା କରିବା ସମୟରେ ମହିଳା ଗ୍ରାହକ ମାନଙ୍କୁ ଛୁଇଁବା ନାହିଁ ଅପମାନଜନକ ଭାଷା ଏବଂ ଶାରୀରିକ ଭାଷା ଇଙ୍ଗିତ କରିବା ନାହିଁ ।
- ଏହା ସୁନିଶ୍ଚିତ କରିବା ଯେ ଗ୍ରାହକମାନେ ସବୁସମୟରେ ନିଜକୁ ସୁରକ୍ଷିତ ବୋଲି ଅନୁଭବ କରୁଛନ୍ତି ଓ କେବେବି ସୁରକ୍ଷା ପ୍ରକ୍ରିୟା ଓ ସେ ସମ୍ପର୍କିତ ପରିବେଶଦ୍ୱାରା କୌଣସି ଅସୁବିଧା ବା ଠକାମୀ ରେ ପଡିବେ ନାହିଁ ।

- ଏହା ମଧ୍ୟ ସୁନିଶ୍ଚିତ କରିବେ ଯେ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ସଂତ୍ରାସବାଦୀ ଅକ୍ରମାନବେଳେ ଶାନ୍ତ ଭାବରେ ପରିଚାଳନା କରିବା ,ନିରାପଦ ସ୍ଥାନକୁ ଗ୍ରାହକ ମାନଙ୍କୁ ସ୍ଥାନାନ୍ତର କରିବା ଏବଂ ଆକସ୍ମିକ ଦୁର୍ଘଟଣା ଯେପରି ନ ହୁଏ ସେଥିପ୍ରତି ପୂର୍ବ ସୂଚନା ଦେବା ।

୨. ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଗ୍ରାହକ ସେବା ପ୍ରଦାନ କରିବା (Age & gender specific customer services)

- ଏହା ସୁନିଶ୍ଚିତ କରିବା ଯେ ପୁରୁଷ, ମହିଳା, ଛୋଟ ପିଲା, ଯୁବକ ଏବଂ ବୟସ୍କ ମାନଙ୍କୁ ଉନ୍ନତ ମନର ସେବା ଓ ସୁବିଧା ଯୋଗାଇ ଦିଆଯାଇଛି ।
- ସାବଧାନ ହେବ କି ସମସ୍ତ ବର୍ଗର ଯଥା -ଶିଶୁ, ଯୁବତୀ, ବୟସ୍କ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କୁ ଆବଶ୍ୟକ ସୁବିଧା ଯୋଗାଇଦେବା ଓ ଅସୁବିଧା ଦୂର କରିବାର ଦାୟିତ୍ୱ ନେବା ।
- ଦଳଗତ ସ୍ୱାର୍ଥ ରକ୍ଷା ପାଇଁ ଆବଶ୍ୟକ ଅନୁଯାଇ ଦାୟିତ୍ୱ ବହନ କରିବା, ଯେପରିକି ସାଂସ୍କୃତିକ ପୃଷ୍ଠଭୂମି ର ସୁରକ୍ଷା କରିବା ।
- ଶିଶୁ ପର୍ଯ୍ୟଟକମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଆମୋଦପ୍ରମୋଦ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ବ୍ୟବସ୍ଥା କରିବା ।
- ବୟସ୍କ ନାଗରିକମାନଙ୍କୁ ଗମନାଗମନ ସୁବିଧା ଦେବା, ଯେପରିକି ଟ୍ରେନ, ଉଡ଼ାଜାହାଜ, ବସରେ ସିଟ ସଂରକ୍ଷଣ ରଖିବା ।
- ଚିକିସ୍ଛା ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ ସୁବିଧା ଏବଂ ଆବଶ୍ୟକ ମୁତାବକ ଡାକ୍ତର ଯୋଗାଇଦେବା ସମ୍ପର୍କରେ ସୁନିଶ୍ଚିତ କରାଇବା ।

୩. କାର୍ଯ୍ୟ କ୍ଷେତ୍ରରେ ମହିଳା ଶିଷ୍ଟାଚାର (Standard etiquette with women at work place)

- ଉଚ୍ଚରୁ ନୀଚ ବର୍ଗରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଥିବା ନିମିତ୍ତ ସାମନ୍ତର ବର୍ଗ ରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଥିବା ମହିଳା ମାନଙ୍କୁ ସମାନ ଭୂମିକା ପ୍ରଦାନ କରିବା
- ପୁରୁଷ ମାନଙ୍କ ପରି ମହିଳା ମାନଙ୍କୁ ସମାନ ଦରମା ଅଧିକ ଆନୁଷ୍ଠାନିକ ତାଲିମ ସୁବିଧା ସୁଯୋଗ ଯୋଗାଇଦେବା
- ନିଷ୍ପତ୍ତି ପ୍ରକ୍ରିୟା ଏବଂ ପରିଚାଳନା ବୃତ୍ତି ରେ ମହିଳା ମାନଙ୍କୁ ଅଗ୍ରାଧିକାର ଦେବା
- ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ପକ୍ଷପାତୀତାରୁ ଦୁରେଇ ରଖିବା ଏବଂ ମହିଳା ମାନଙ୍କୁ ଉଚିତ ସମ୍ମାନ ଦେବା
- କାର୍ଯ୍ୟ କ୍ଷେତ୍ରରେ ମହିଳା ମାନଙ୍କୁ ନିଜର ଦକ୍ଷତା ଉପଯୋଗ କରିବା ପାଇଁ ପ୍ରେରଣା ଦେବା
- ଯେ କୌଣସି ପରିସ୍ଥିତିରେ ମହିଳା ମାନଙ୍କୁ ସୁରକ୍ଷା ପ୍ରଦାନ କରିବା |

— ୦ —

ଚତୁର୍ଥ ଅଧ୍ୟାୟ

ସଂସ୍ଥା ଓ ଗ୍ରାହକଙ୍କର ବୌଦ୍ଧିକ ସମ୍ପତ୍ତି ଅଧିକାର
IPR of Organizational & Customer

ବହୁବର୍ଷ ପୂର୍ବେ ଅର୍ଥଶାସ୍ତ୍ର ବା Economics ଦୁଇଟି ଉତ୍ପାଦକ ଉପରେ ନିର୍ଭର କରୁଥିଲା: ଶ୍ରମିକ(Labor) ଓ ପୁଞ୍ଜି(Capital) । କିନ୍ତୁ ବର୍ତ୍ତମାନ ସୂଚନା(Information) ଓ ଜ୍ଞାନ(Knowledge) ଆର୍ଥିକ ଅବସ୍ଥାକୁ ବୃଦ୍ଧିକରିବାରେ ମୁଖ୍ୟ ଭୂମିକା ଗ୍ରହଣ କରୁଅଛି । ବିଂଶ ଶତାବ୍ଦୀ (20th Century)ରେ ପ୍ରଯୁକ୍ତି ବିଦ୍ୟା, ଶାରୀରିକ କାର୍ଯ୍ୟ ବଦଳରେ ଜ୍ଞାନର ପ୍ରୟୋଗଦ୍ୱାରା ଅର୍ଥନୀତିରେ ବୃଦ୍ଧି କରାଇଥାଏ । ତେଣୁ ଯେଉଁ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ପାଖେ ପୁଞ୍ଜି ବଦଳରେ ଜ୍ଞାନ, କୌଶଳ ଓ ନୂତନ ଚିନ୍ତାଧାରା ଥାଏ, ସେମାନେ ମଧ୍ୟ ନିଜର ଆର୍ଥିକ କ୍ଷମତାକୁ ବଢ଼ାଇ ପାରିଥାନ୍ତି ।

ଏହି ବିଷୟରେ ବୌଦ୍ଧିକ ସମ୍ପତ୍ତି ଅଧିକାର ବା Intellectual Property Rights(IPR)କୁ ବୁଝିବା ପୂର୍ବରୁ ଆସ ସେ ବିଷୟରେ କିଛି କଥା ଜାଣିବା ।

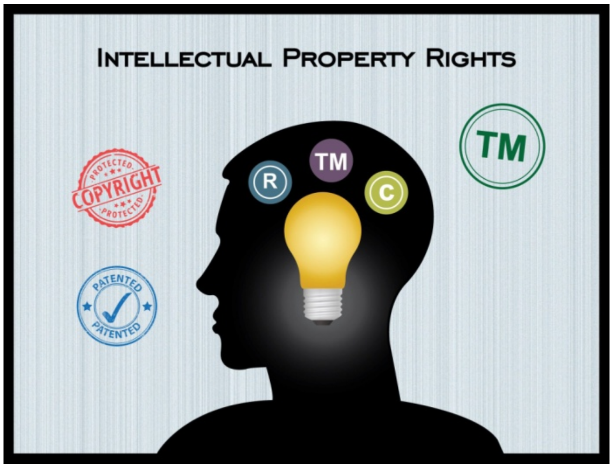
Intellectual କହିଲେ ବୌଦ୍ଧିକ ବା ବୁଦ୍ଧି ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ ବା ଆମର ନିଜସ୍ୱ ଚିନ୍ତାଧାରା, Property କହିଲେ ସମ୍ପତ୍ତି ଓ Right କହିଲେ ଅଧିକାରକୁ ବୁଝାଇଥାଏ । ଆମ ପାଖରେ ସାଧାରଣତଃ ଦୁଇପ୍ରକାର ସମ୍ପତ୍ତି ଥାଏ ।

ଭୌତିକ ସମ୍ପତ୍ତି ବା Physical Property- ଯେଉଁ ସମ୍ପତ୍ତିକୁ ଆମେ ଛୁଇଁପାରୁ ତାକୁ ଭୌତିକ ସମ୍ପତ୍ତି କୁହାଯାଏ । ଯେପରିକି ଜମି(Land), ଗାଡି, ଘର ଇତ୍ୟାଦି ।

ବୌଦ୍ଧିକ ସମ୍ପତ୍ତି ବା Intellectual Property- ଆମ ବୁଦ୍ଧି ବା ଚିନ୍ତାରୁ ତିଆରି କରିଥିବା ସମ୍ପତ୍ତିକୁ ବୌଦ୍ଧିକ ସମ୍ପତ୍ତି କୁହାଯାଏ । ଯେପରିକି ଆମର ଜ୍ଞାନ ଦ୍ୱାରା ତିଆରି କରିଥିବା କେଉଁ ବସ୍ତୁ ହେଉ ଅବା ଆମର କେଉଁ ଲେଖା (କବିତା, ଗପ ବା ଗୀତ)

ବୌଦ୍ଧିକ ସମ୍ପତ୍ତି ଦ୍ୱାରା ଆମେ ଆମ ଆର୍ଥିକ ସମ୍ପତ୍ତି ବୃଦ୍ଧି କରିଥାଉ । କିନ୍ତୁ ଏ ସବୁ ଜିନିଷକୁ ଅନ୍ୟ କୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତି ନକଲ ମଧ୍ୟ କରିପାରେ । ଉଦାହରଣସ୍ୱରୂପ- ଯଦି ଆମେ ଆମର ଜ୍ଞାନ ଦ୍ୱାରା କୌଣସି ପୁସ୍ତକ ଲେଖିଥାଉ ଏବଂ ଅନ୍ୟକେହି ସେ ପୁସ୍ତକକୁ ନାମବଦଳାଇ ତାର ରଚନା ବୋଲି କୁହେ ତେବେ ଆମ ନିଜ ଜ୍ଞାନର କୌଣସି ମୂଲ୍ୟ ରହିବ ନାହିଁ । ତେଣୁ କୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତିର ସର୍ଜନଶୀଳତା ବା Creativityକୁ ସୁରକ୍ଷା ଦେବା ପାଇଁ IPR ଅତ୍ୟନ୍ତ ଜରୁରୀ ଅଟେ ।

୧. ସଂଜ୍ଞା (Definition)



ଯେଉଁ ଅଧିକାର ବଳରେ ନୈତିକ ଓ ବ୍ୟବସାୟିକ ମୂଲ୍ୟଦ୍ୱାରା ମାନବ ଚିନ୍ତାଧାରା, ଜ୍ଞାନ ଏବଂ ସର୍ଜନଶୀଳତାର ସୁରକ୍ଷା ମିଳିଥାଏ, ତାହାକୁ ବୌଦ୍ଧିକ ସମ୍ପତ୍ତି ଅଧିକାର ବୋଲି କୁହାଯାଏ । ଏହି ଅଧିକାର ଦ୍ୱାରା ବ୍ୟକ୍ତି ବା ସଂସ୍ଥାକୁ ସେହି ଜିନିଷ ଉପରେ ପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଧିକାର ଓ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ ମିଳିଥାଏ ।

୨. IPRର ଇତିହାସ (History of IPR)

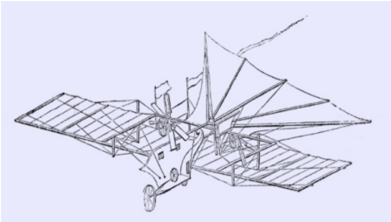
୧୮୮୩ ମସିହାରେ ପ୍ୟାରିସ ବୈଠକ ବା Paris Convention ଓ ୧୮୮୬ ମସିହାରେ ବର୍ଣ୍ଣ ବୈଠକ ବା Berne Conventionରେ ଏହାର ଆବଶ୍ୟକତା ଅନୁଭବ ହୋଇଥିଲା । ୧୮୯୩ ମସିହାରେ ଏହି ଦୁଇଟି ଏକତ୍ରିତ ହୋଇ ଏହାର ନାମକୁ United International Bureaux for the protection of Intellectual Property ବୋଲି ଦେଥିଲେ । ପରେ ଏହାକୁ ୧୯୬୦ ମସିହାରେ Geneva(Switzerlandର ଏକ ସହର)କୁ ସ୍ଥାନାନ୍ତରିତ କରାଯାଇଥିଲା । ୧୯୬୭ ମସିହାରେ ଏହାକୁ ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣଭାବେ କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ କରି World Intellectual Property Organisation ବା WIPO ନାମରେ ନାମିତ କରାଯାଇଥିଲା । ଏହାର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ଥିଲା କୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତିର ନବୀକରଣ (Innovation) ଓ ସର୍ଜନଶୀଳତା(Innovation)କୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ଓ ସୁରକ୍ଷା ଦେବା । ଏପ୍ରିଲ ୨୬କୁ World Intellectual Property Day ଭାବେ ପାଳନ କରାଯାଇଥାଏ ।

୩. ବୌଦ୍ଧିକ ସମ୍ପତ୍ତି ଅଧିକାରର ପ୍ରକାରଭେଦ (Components of IPR)

କ) ସ୍ୱତ୍ୱାଧିକାର/ପ୍ରକାଶନାଧିକାର (Copyright):

ଏହାକୁ author's right ମଧ୍ୟ କୁହାଯାଏ । କୌଣସି ସ୍ରଷ୍ଟା ବା ସୃଷ୍ଟିକର୍ତ୍ତାର ଲେଖା(ସାହିତ୍ୟିକ) ଓ କଳା ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ କାର୍ଯ୍ୟ ଉପରେ ଥିବା ଅଧିକାରକୁ ସ୍ୱତ୍ୱାଧିକାର ବା କପିରାଇଟ ବୋଲି କୁହାଯାଏ । ଯଥା- ବହି, ଗୀତ, ଛବି, ମୂର୍ତ୍ତିକଳା(Sculpture) ଏବଂ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର(Film) । ଏହା ସହ ମଧ୍ୟ Computer Programs, Database, Technical Drawing, Advertisements, ଏଥିରେ ମଧ୍ୟ ସମ୍ପୃକ୍ତ ଥାଏ ।

ଖ) ଏକସ୍ୱିକୃତ (Patent):



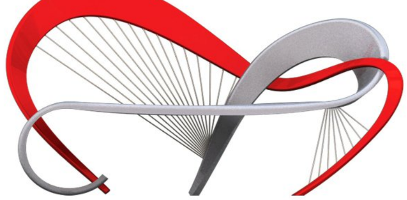
କୌଣସି ବସ୍ତୁ କିମ୍ବା ନୂତନ କାର୍ଯ୍ୟପ୍ରଣାଳୀର ଉଦ୍ଭାବନପାଇଁ ମିଳିଥିବା

ସ୍ବୀକୃତିକୁ ପେଟେଣ୍ଟ ବୋଲି କୁହାଯାଏ । ସାଧାରଣତଃ କୌଣସି ନୂତନଭାବେ କାମକରିବା କିମ୍ବା କୌଣସି ଅସୁବିଧାକୁ ପ୍ରୟୋଗାତ୍ମକ(technically) ଭାବେ ସମାଧାନ କରିବା । ପେଟେଣ୍ଟ ପାଇଁ, ପ୍ରୟୋଗାତ୍ମକ ସୂଚନାକୁ ଏକସ୍ୱିକୃତ ଦରଖାସ୍ତ ବା Patent Application ଦ୍ୱାରା ସର୍ବସାଧାରଣଙ୍କ ସମ୍ମୁଖରେ ପ୍ରକାଶକରିବା ଦରକାର ।

ଗ) ସ୍ୱତ୍ୱଚିହ୍ନ/ବ୍ୟାପାରଚିହ୍ନ (Trademarks):

ଟ୍ରେଡ଼ମାର୍କ ଏକ ଚିହ୍ନ ଯାହାଦ୍ୱାରା ଗୋଟିଏ ବ୍ୟବସାୟର ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବା ଅନ୍ୟ ଏକ ବ୍ୟବସାୟଠୁଁ ପୃଥକ କରିଥାଏ । ଏହା ଏକ ଶବ୍ଦ, ବାକ୍ୟ ବା ପ୍ରତୀକ ମଧ ହୋଇପାରେ ଯାହାକି ସେହି ବ୍ୟବସାୟର ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବାକୁ ଦର୍ଶାଇଥାଏ । ଯଥା- ବ୍ୟବସାୟର ଚିହ୍ନ (Company Logo), ପ୍ରଚାର ବାକ୍ୟ (Slogan), ଚିହ୍ନ (Symbol), ଆକାର (Shape) ଇତ୍ୟାଦି ।

ଘ) ଔଦ୍ୟୋଗିକ ରୂପରେଖା (Industrial Design):



ଏହା କୌଣସି ସଂସ୍ଥାର ଏକ ବସ୍ତୁର ଶୋଭପ୍ରଦ ଓ ସୌନ୍ଦର୍ଯ୍ୟବୋଧ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣକୁ ପ୍ରକାଶ କରିଥାଏ । ଏହା ସେହି ବସ୍ତୁର ଆକାରକୁ ଦୁଇ ପରିମୟ (2D) କିମ୍ବା ତିନି ପରିମୟ (3D) ଆକାରରେ ନକ୍ସା ସହିତ ଦର୍ଶାଇଥାଏ ।

ଙ) ଭୌଗଳିକ ସୂଚନା (Industrial Indication):

ଏହା ଏକ ଚିହ୍ନ ଯାହାକି କୌଣସି ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଭୌଗଳିକ ସ୍ଥାନ ଏବଂ ତାହାର ଗୁଣ ବା କ୍ଷତିକୁ ଧାରଣ କରିଥାଏ । ଏହା ସହିତ ସେହି ସ୍ଥାନର ଗୁଣ, ଲକ୍ଷଣ ଓ ଖ୍ୟାତି ସେହି ଦ୍ରବ୍ୟରେ ରହିବ ନିତ୍ୟାନ୍ତ ଜରୁରୀ ଅଟେ । ଯେହେତୁ ସେଇ ଦ୍ରବ୍ୟର ଗୁଣ ସେହି ଅଞ୍ଚଳର ଭୌଗଳିକ ସ୍ଥିତି ଉପରେ ନିର୍ଭର କରିଥାଏ, ସେହି ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ଏହାର ମୂଳ ଉତ୍ପାଦନ ସ୍ଥାନ ମଧ୍ୟରେ ନିବିଡ ସମ୍ପର୍କ ଥାଏ ।

ଚ) ବାଣିଜ୍ୟ ଗୋପନୀୟତା (Trade Secrets):

ଏହା ଏକ ନକ୍ସା, ସଂକଳନ, ଆକାର, ସୂତ୍ର, ପକ୍ରିୟା ଓ ଅଭ୍ୟାସ ଯାହାକି ଅତି ସହଜରେ ଜଣା ପଡିନଥାଏ । ଯାହାଦ୍ୱାରା ବ୍ୟବସାୟୀ ନିଜର ପ୍ରତିଯୋଗୀ ଓ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କଠାରୁ ଅର୍ଥନୈତିକ ଲାଭ ହାସଲ କରିପାରିବେ ।

ଟ୍ରେଡ୍ ସିକ୍ରେଟ ପାଇଁ ସରକାରଙ୍କଠାରୁ କୌଣସି ସୁରକ୍ଷା ଗ୍ରହଣ କରିବାକୁ ପଡିନଥାଏ । ଏହା ପ୍ରତ୍ୟେକଟି ବ୍ୟବସାୟ ବା ସଂସ୍ଥାର ନିଜସ୍ବ ବାଣିଜ୍ୟ ଗୋପନୀୟତା ରହିଥାଏ । ଯେପରିକି ମୃଦୁପାନୀୟ(Soft drinks)ର ତିଆରି କରିବା ସୂତ୍ର Coca Cola ପାଇଁ ଟ୍ରେଡ୍ ସିକ୍ରେଟ ଅଟେ ।

ଛ) ବୃକ୍ଷ ବିଭିନ୍ନତା (Plant Varieties):

Plant Variety Right ବା ବୃକ୍ଷ ବିଭିନ୍ନତା ଅଧିକାର ହେଉଛି ଏକ ଅଧିକାର ଯାହାକି ବ୍ୟବସାୟିକ ଭାବେ ବ୍ୟବହାର ହେଉଥିବା ଏକ ନୂତମ କିସମର ବୃକ୍ଷ ପାଇଁ ଉଦ୍ଧିଷ୍ଟ ଥାଏ । Plant Variety Protection କୁ ମଧ୍ୟ "Plant Breeder's Right" କୁହାଯାଏ । ଏହି ଅଧିକାର ଦ୍ୱାରା ଉତ୍ପାଦକର ସେହି ନୂତନ କିସମ ବୃକ୍ଷ ଉପରେ ପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଧିକାର ଥାଏ ।

ଜ) ବ୍ୟାପାର ପରିଧାନ (Trade Dressing)

2

କୌଣସି ଦ୍ରବ୍ୟର ଦୃଶ୍ୟମାନ ଓ ସୌନ୍ଦର୍ଯ୍ୟ ଉପସ୍ଥିତି ବା ଆବରଣକୁ ବ୍ୟାପାର ପରିଧାନ ବୋଲି କୁହାଯାଏ । ଏହା ଦ୍ୱାରା ଦ୍ରବ୍ୟଟି ଉତ୍ପତ୍ତିସ୍ଥାନରୁ ସୁରକ୍ଷିତ ଭାବେ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କ ପାଖରେ ପହଞ୍ଚିଥାଏ ।

୪.୧ ବୌଦ୍ଧିକ ସମ୍ପତ୍ତି ନିୟମର ଲକ୍ଷ (Objective of IP Law):

କୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତିର ସର୍ଜନଶୀଳତାକୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ଦେଇ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ପାଇଁ ବ୍ୟବହାର ଉପଯୋଗୀ ଦ୍ରବ୍ୟ କରିବା ।

- ଏହାକୁ ତିଆରି କରିଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିକୁ ଆର୍ଥିକ ଭାବେ ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ଦେବା ।
- ଏହାଦ୍ୱାରା ଦେଶର ଅର୍ଥନୀତିରେ ବୃଦ୍ଧି ଘଟାଇବା ।
- ସାମାଜିକ ଓ ସାଂସ୍କୃତିକ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଘଟାଇବା ।
- ଅସ୍ପର୍ଶ ସମ୍ପତ୍ତିକୁ ନକଲ ହେବାରୁ ସୁରକ୍ଷା ଦେବା ।
- ସାଧାରଣ ଲୋକମାନଙ୍କର ରୁଚି ବା ଚାହିଦାକୁ ପୁରଣକରିବା ।

୪.୨ ବୌଦ୍ଧିକ ସମ୍ପତ୍ତିର ଉଲ୍ଲଘଂନ (IP Infringement):

ଏହା ହେଉଛି IPR ବା ବୌଦ୍ଧିକ ସମ୍ପତ୍ତିର ଅଧିକାରର ଉଲ୍ଲଘଂନ । ଏହା ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ଥାଏ । ସେଗୁଡିକ ହେଲା-

କ) ଏକସ୍ବୀକୃତ ଉଲ୍ଲଘଂନ (Patent Infringement):

patent holder ବା କୌଣସି ବସ୍ତୁକୁ ନୂତନ ପ୍ରଣାଳୀରେ ଉଦ୍ଭାବନ କରିଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିର ଅନୁମତି ବିନା ସେହି ବସ୍ତୁର ବ୍ୟବହାର କିମ୍ବା ବିକ୍ରି କରିବାକୁ ଏକସ୍ବୀକୃତ ଉଲ୍ଲଘଂନ କୁହାଯାଏ । ଅନୁମତି ସାଧାରଣତଃ ଅନୁମତି ପତ୍ର ବା License ଆକାରରେ ଦିଆଯାଇଥାଏ ।

ଖ) ସ୍ବତ୍ତାଧିକାର ଉଲ୍ଲଘଂନ (Copyright Infringement):

Copyright holder ବା ସ୍ବତ୍ତାଧିକାର ଧାରକଙ୍କ ବିନା ଅନୁମତିରେ ବ୍ୟବହାର କରିବା । ଯେପରିକି ତାଙ୍କ ଅନୁମତି ବିନା ପୁଣିଥରେ ତିଆରି କରିବା,ବାଣ୍ଟିବା କିମ୍ବା ପ୍ରଦର୍ଶନ କରାଇବା ଇତ୍ୟାଦି ।

ଗ) ବ୍ୟାପାର ଚିହ୍ନର ଉଲ୍ଲଘଂନ (Trademark Infringement)

ବ୍ୟବସାୟୀର ବିନା ଅନୁମତିରେ ସେହି ବ୍ୟବସାୟର ବ୍ୟାପାରିକ ଚିହ୍ନ ବା ଟ୍ରେଡ଼ମାର୍କକୁ ନିଜ ବ୍ୟବସାୟରେ ସମ୍ପୃକ୍ତ କରିବାକୁ ବ୍ୟାପାର ଚିହ୍ନର ଉଲଘଂନ ବୋଲି କୁହାଯାଏ । ସେତେବେଳେ ଉଲ୍ଲଘଂନକାରୀ କୌଣସି ବ୍ୟାପାରଚିହ୍ନ ବ୍ୟବହାର କରିଥାନ୍ତି ଯାହାକି ଏକାପରି କିମ୍ବା ଅସ୍ପଷ୍ଟତା ସହିତ ସେହି ବ୍ୟବସାୟର ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବା ସହ ସମାନ ହୋଇଥାଏ ।

ଘ) ବାଣିଜ୍ୟ ଗୋପନୀୟତାର ଭୁଲ ବ୍ୟବହାର (Trade Secret Misappropriation)

ଏହା ଅନ୍ୟ କୌଣସି ଉଲ୍ଲଘଂନଠାରୁ ଅଲଗା ଅଟେ । ସାଧାରଣତଃ ବାଣିଜ୍ୟ ଗୋପନୀୟତା ଏକ ଗୋପନୀୟ କାର୍ଯ୍ୟ ଅଟେ, ବେଳେବେଳେ ଏକସ୍ଵୀକୃତ ଓ ସ୍ୱାତ୍ତାଧିକାର ସର୍ବସାଧାରଣ ମାନଙ୍କୁ ମିଳିଯାଇଥାଏ । କୌଣସି ବ୍ୟବସାୟ ମଧ୍ୟ ଅନ୍ୟ ଏକ ବ୍ୟବସାୟର ବାଣିଜ୍ୟ ଗୋପନୀୟତା ଜାଣିବା ପାଇଁ ବିଭିନ୍ନ ଉପାୟ ଅବଲମ୍ବନ କରିଥାନ୍ତି । ଯେପରିକି ବିନା ଅନୁମତିରେ ଅନ୍ୟ ଏକ କମ୍ପ୍ୟୁଟର ବ୍ୟବସ୍ଥାରେ ପ୍ରବେଶ କରିବା (hacking) ।

୫.୧ ସଂସ୍ଥାରେ IPRର ଆବଶ୍ୟକତା (Need of IPR in Organization)

ବୌଦ୍ଧିକ ସମ୍ପତି ଅଧିକାର ନବୀକରଣକୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ଦେଇଥାଏ । ଧାରଣା ବା ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟର ସୁରକ୍ଷା ବିନା କୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତି ବା ସଂସ୍ଥା ନିଜର ଉଦ୍ଭାବନର ସମ୍ପୂର୍ଣ ପ୍ରକାରର ଲାଭ ଉଠାଇପାରିବ ନାହିଁ । ତାହା ସହିତ କୌଣସି ବିଷୟରେ ଗବେଷଣା ଓ ବିକାଶ ଉପରେ କମ୍ ଧ୍ୟାନଦେବ । ଏହାଦ୍ୱାରା ସଂସ୍ଥାର ଉତ୍ପାଦନ କ୍ଷମତା କମିଯାଇ ଥାଏ, ଯାହାକି ସମାଜ ତଥା ସେହି ସଂସ୍ଥାର ଉନ୍ନତି ଉପରେ ପ୍ରଭାବ ପକାଏ । ତେଣୁ IPR ଦ୍ୱାରା ସଂସ୍ଥାଟି ନିଜର ଧାରଣାକୁ ସୁରକ୍ଷିତ ରଖି ନିଜର ବିକାଶ କରିଥାନ୍ତି ଓ ସମାଜର ଆବଶ୍ୟକତା ମଧ୍ୟ ପୁରଣ କରିଥାନ୍ତି ।

୫.୨ ଆତିଥ୍ୟ /ଅତିଥି ସତ୍କାର କ୍ଷେତ୍ରରେ IPR ର ଆବଶ୍ୟକତା (Need of IPR in Hospitality)

ପ୍ରତ୍ୟେକ ଆତିଥ୍ୟ ସଂସ୍ଥାର କର୍ମ ଓ ତାହାର କାର୍ଯ୍ୟ କରିବାର ଦକ୍ଷତା ପ୍ରତିପାଦନ କରିବା ସହ ଅତିଥିମାନଙ୍କ ସହିତ ଉତ୍ତମ ସମ୍ପର୍କ ରକ୍ଷା କରିଥାଏ । ଯାହାଦ୍ୱାରା ନିଜର ବୌଦ୍ଧିକ ସମ୍ପତି ଓ ବ୍ରାଣ୍ଡନେମ (Brand Name) ସୃଷ୍ଟିହେବା ସହ ସଂସ୍ଥାର ପ୍ରତ୍ୟେକ କାର୍ଯ୍ୟାବଳୀ ଓ କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କର ଦକ୍ଷତା ପ୍ରତିପାଦନ ହୋଇଥାଏ । ସଂସ୍ଥାଟି ନିଜର ବ୍ରାଣ୍ଡନେମକୁ ସର୍ବଦା ଦ୍ରବ୍ୟ କିମ୍ବା/ଓ ସେବା ସହିତ ଯୋଡି ରଖିଥାନ୍ତି । କୌଣସି ନିମ୍ନ ମାନର ସେବା ଓ ଦ୍ରବ୍ୟ ଦ୍ୱାରା ଏହାର କ୍ଷତି/ମର୍ଯ୍ୟାଦା କମିଯାଇଥାଏ । ଏହାର ମାନ ବଜାୟ ରଖିବାକୁ ଆତିଥ୍ୟ ସଂସ୍ଥାର ଅଧିକାରୀ ବା ମାଲିକ ତଥା କର୍ମଚାରୀମାନେ ନୂତନ ପ୍ରକାରର ଚିନ୍ତାଧରାକୁ ଆପଣାଇଥାନ୍ତି ଯାହାଦ୍ୱାରା ଏହି ସଂସ୍ଥାର ବିଶିଷ୍ଟତା ବଜାୟ ରୁହେ ।

ଆତିଥ୍ୟତା ପରିଚାଳନାଦ୍ୱାରା ସେବା ଓ ସମ୍ପର୍କ ବୃଦ୍ଧି କରିବା, ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ଉତ୍ତମ ସେବା ଯୋଗାଇବା ଓ ଅତିଥ୍ୟତାର ବୌଦ୍ଧିକ ସମ୍ପତ୍ତିର ଅଧିକାର ସମ୍ବନ୍ଧରେ ନିଜସ୍ୱ ଅଃଥ୍ୟକୁ ଗୋପନୀୟ ରଖିବା ମୁଖ୍ୟତଃ ଆବଶ୍ୟକ । କାରଣ ଆତିଥ୍ୟ ସଂସ୍ଥା ବ୍ୟବସାୟରେ କିଛି ନୂଆ କରିବାର ପଦ୍ଧତି ଦ୍ୱାରା ସେହି କ୍ଷେତ୍ରରେ ଉନ୍ନତି ଘଟାଇଥାନ୍ତି ଯାହାକି ଏକସ୍ୱିକୃତ ବା ପେଟେଣ୍ଟ ଓ ବାଣିଜ୍ୟ ଗୋପନୀୟତାଦ୍ୱାରା ସୁରକ୍ଷିତ ରହିଥାଏ । ଉଦାହରଣସ୍ୱରୂପ ଏକ ହୋଟେଲ ବ୍ୟବସାୟରେ ନିଜର ଖାଦ୍ୟ ଓ ପାନୀୟର ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବାର ପ୍ରଣାଳୀ, ବିକ୍ରି ଓ ବଣ୍ଟନର(ସର୍ଭିସର) ପ୍ରଣାଳୀ, ଗ୍ରାହକଙ୍କ ତାଲିକା ଏବଂ ସେମାନଙ୍କର ବିବରଣୀ, ବିଜ୍ଞାପନର ଉପାୟ ଇତ୍ୟାଦି ଅନ୍ୟ ଏକ ସଂସ୍ଥାଠାରୁ ଭିନ ହୋଇଥାଏ । ଯାହାଦ୍ୱାରା ସେହି ସଂସ୍ଥାକୁ ଅନ୍ୟ ଏକ ସଂସ୍ଥାଠାରୁ ଅଲଗା ପରିଚୟ ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ । ବିଭିନ୍ନ ଆତିଥ୍ୟ ସଂସ୍ଥା ଯଥା Hotel, Restaurant, Tourism, Airlines, Railways, Ships ଇତ୍ୟାଦି ନିଜର ଭୌତିକ ସମ୍ପତ୍ତିର ଅଧିକାର ବିନିଯୋଗ କରିବା ସହିତ ଏହାର ଉପାଦାନଗୁଡିକୁ ସୁଚାରୁରୂପେ ଓ ସରଳଭାବରେ ସେବା ନିମନ୍ତେ ଉପଯୋଗ କରିଥାନ୍ତି ।

୬. କମ୍ପାନୀର IPRର ସୁରକ୍ଷିତ କାର୍ଯ୍ୟପଦ୍ଧତି (Procedure to secure company's IPR)

ପ୍ରତ୍ୟେକ ସଂସ୍ଥା ଓ କମ୍ପାନୀର ଦାୟିତ୍ୱ ଅଟେ । ଏହାଦ୍ୱାରା ପ୍ରତ୍ୟେକ ସଂସ୍ଥା ଓ କମ୍ପାନୀ ନିଜସ୍ୱ ବୌଦ୍ଧକି ସମ୍ପତ୍ତିର ଅଧିକାର ସମ୍ବନ୍ଧରେ ସେହି କମ୍ପାନୀର ମୁଖ୍ୟ CEO(Chief Executive Officer) ନିଜର କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କୁ କାର୍ଯ୍ୟ ପଦ୍ଧତି ଓ କାର୍ଯାବଳୀ ବିଷୟରେ ସୂଚନା ଦେବା ସହ ବୌଦ୍ଧିକ ସମ୍ପତ୍ତିର ଅଧିକାର ବିଷୟରେ ଅବଗତ କରାଇବା ଆବଶ୍ୟକ ।

୬.୧ IP ପଞ୍ଜିକରଣର ଆବଶ୍ୟକତା (Importance of registration of IP)

ଏହା ଦ୍ୱାରା ସେହି ସଂସ୍ଥାର ସର୍ଜନଶୀଳତା ଓ ନୂତନ ଉଦ୍ଭାବନ ଉପରେ ପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଧିକାର ରହିଥାଏ ଏବଂ ଏହାକୁ ଅନ୍ୟ କୌଣସି ସଂସ୍ଥା ନକଲ ବା ଅପବ୍ୟବହାର କରିପାରିବ ନାହିଁ । କାରଣ ନୂତନ ଯୋଜନାର ସୁରକ୍ଷା ବିନା କୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତି ବା ସଂସ୍ଥା ସେହି ଉଦ୍ଭାବନ ଉପରେ ଲାଭ ପାଇପାରିବ ନାହିଁ ।

୬.୨ ବ୍ୟାପାର ଚିହ୍ନର ଆନ୍ତର୍ଜାତିକ ସୁରକ୍ଷା (International Protection for Trademarks)

ଏହି ସୁରକ୍ଷାକୁ "Madrid System" ଅଧୀନରେ ଯୋଗାଇ ଦିଆଯାଇଥାଏ । ଏହା ଦ୍ୱାରା ଟ୍ରେଡ଼ମାର୍କକୁ ଏକାଧିକ ଦେଶରେ ପଞ୍ଜିକୃତ କରାଯାଇପାରେ । Madrid system ଅଧୀନରେ ଆନ୍ତର୍ଜାତିକ ପଞ୍ଜିକରଣ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରତ୍ୟେକ ଦେଶରେ ପଞ୍ଜିକରଣ ଉପରେ ସମାନ ପ୍ରଭାବ ପକାଇଥାଏ, ଯେପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଏହା ଦେଶ ବା କୌଣସି କାର୍ଯ୍ୟାଳୟ/ଅଫିସ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରତ୍ୟାଖାନ କରାଯାଇ ନ ଥାଏ । ଏହି ପ୍ରତ୍ୟାଖାନ ପ୍ରତ୍ୟେକ ଦେଶର Trademark Registry (ବ୍ୟାପାରଚିହ୍ନ ପଞ୍ଜିକରଣ କାର୍ଯ୍ୟାଳୟ) ଦ୍ୱାରା ହିଁ କରାଯାଇଥାଏ ।

୬.୩ ଏକସ୍ୱିକୃତର ଆନ୍ତର୍ଜାତିକ ସୁରକ୍ଷା (International protection for Patent)

ଏହି ସୁରକ୍ଷାକୁ "Patent Cooperation Treaty (PCT System)" ଅଧୀନରେ ଯୋଗାଇଦିଆଯାଇଥାଏ । ଏହା ଏକସ୍ୱିକୃତ ଦରଖାସ୍ତ ବା Patent application ପୁରଣକରିବାର ସରଳୀକୃତ ଆନ୍ତର୍ଜାତିକ ପଦ୍ଧତି । PCT ଅଧୀନରେ ଦରଖାସ୍ତ ଆବେଦନଦ୍ୱାରା, ନିଜର ଉଦ୍ଭାବନକୁ ସବୁ ଦେଶର ପ୍ରତ୍ୟେକ ସଦସ୍ୟଙ୍କଠାରୁ ସୁରକ୍ଷା ମିଳିଥାଏ ।

୬.୪ ବର୍ଣ ବୈଠକ ଅଧୀନରେ ସ୍ୱତ୍ୱାଧିକାରର ଆନ୍ତର୍ଜାତିକ ସୁରକ୍ଷା (International Protection under the Berne Convention for Copyright)

କପିରାଇଟ ପାଇଁ ଆବେଦନା କରିବାକୁ ଥିବା ବସ୍ତୁକୁ ପ୍ରଥମେ ସେହି ରାଜ୍ୟରେ ସୁରକ୍ଷା ମିଳିଥିବା ଆବଶ୍ୟକ ଯେପରିକି ଅନ୍ୟ କେହି ଏହାକୁ ନିଜର ବୋଲି ଦର୍ଶାଇ ନ ଥିବେ । ସେହି ସୁରକ୍ଷାଟି କୌଣସି ସର୍ତ୍ତମୂଳକ ଭାବେ ସମର୍ପିତ ନ ହୋଇ ସ୍ୱାଧୀନଭାବେ ରହିବ ଆବଶ୍ୟକ ।

୬.୫ ହଗ୍ୟୁ ଚୁକ୍ତି ଅଧୀନରେ ଔଦ୍ୟୋଗିକ ରୂପରେଖାର ଆନ୍ତର୍ଜାତିକ ସୁରକ୍ଷା (International filling through Hague Agreement- Industrial Designs)

ଏହା କୌଣସି ଉଦ୍ୟୋଗ ବା ଶିଳ୍ପର ରୂପରେଖା ବା ଡିଜାଇନକୁ ଏକାଧିକ ଅଞ୍ଚଳ ବା ଦେଶରେ ସ୍ୱୀକୃତି ପ୍ରାପ୍ତ କରିବା ପାଇଁ ଦରଖାସ୍ତ ଗ୍ରହଣ କରିଥାଏ । ଏହାଦ୍ୱାରା ସେହି ଶିଳ୍ପର ରୂପରେଖା ପ୍ରତି ଦେଶରେ ପ୍ରତିଫଳିତ ହୋଇଥାଏ ଏବଂ ସେହି ଶିଳ୍ପର ସେହି ରୂପରେଖା ଉପରେ ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଧିକାର ରହିଥାଏ ।

୭. ନୂତନ ଯୋଜନା ଓ ପରିକଳ୍ପନାର ସୁରକ୍ଷା (Preventing Leak of New Plans)

ନୂତନ ଯୋଜନା ଓ ପରିକଳ୍ପନାର ସୁରକ୍ଷା ନିମନ୍ତେ କେତୋଟି ପଦ୍ଧତି ଅନୁସରଣ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ । ସେଗୁଡିକ ହେଲା-

- ପ୍ରତ୍ୟେକ ସଂସ୍ଥାର ନିଜସ୍ୱ ଯୋଜନା ସୁଚାରୁରୂପେ ସମ୍ପାଦନା କରିବା ଏବଂ ଏହାର ସୂଚନା ଅନ୍ୟ ସଂସ୍ଥା ଓ କମ୍ପାନୀ ପାଖରେ ନ ପହଞ୍ଚିବା ତଥା ଏହାର ତଥ୍ୟ କୌଣସି ପ୍ରକାର ଅପବ୍ୟବହାର ନ ହେବ ଆବଶ୍ୟକ । ଏଥିପ୍ରତି ନିଶ୍ଚିତରୂପେ ଧ୍ୟାନଦେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଯଦି କୌଣସି ଉପାୟରେ ଏହା ବାହାରକୁ ଚାଲିଯାଏ ତେବେ ଏହି ନୂତନ ପରିକଳ୍ପନାର କୌଣସି ମୂଲ୍ୟ ରହିବ ନାହିଁ ।
- କମ୍ପାନୀର ତଥ୍ୟ ଗୋପନ ରହିବ ଆବଶ୍ୟକ ।
- କର୍ମଚାରୀମାନେ ନିଜର କମ୍ପାନୀ ଓ ସଂସ୍ଥା ସମ୍ବନ୍ଧରେ କୌଣସି ସୂଚନା ଅନ୍ୟମାନଙ୍କୁ ଦେବା ଅନୁଚିତ । ଏହାଦ୍ୱାରା ବ୍ୟବସାୟିକ ମୂଲ୍ୟ କମିବା ସହ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କର ଚାହିଦା ମଧ୍ୟ କମିଯିବ ।

କମ୍ପାନୀର ଉତ୍ପାଦ, ସେବା ଓ ପରିକଳ୍ପନାକୁ ସାବଧାନତାର ସହ ଅବଲମ୍ବନ କରିବା-

- କୌଣସି କମ୍ପାନୀର ଦ୍ରବ୍ୟ, ସେବା ଓ ଏହାର ପରିକଳ୍ପ ବା ଡିଜାଇନକୁ ଅବଲମ୍ବନ କରିବା ଯାହାଦ୍ୱାରା ଗ୍ରାହକମାନେ ନିଜର କିଣିବା ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବାର ମୂଲ୍ୟ ଠିକ ଭାବରେ ପାଇପାରିବେ ।
- କମ୍ପାନୀର ବଜାର ଦର ଓ ଗ୍ରାହକଙ୍କର ଚାହିଦାକୁ ଆଖିରେ ରଖି କମ୍ପାନୀମାନେ ନିଜର ଦ୍ରବ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ଦରକାର ।
- ଗ୍ରାହକମାନେ କୌଣସି ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଦ୍ରବ୍ୟ କିଣିବା ପୂର୍ବରୁ ଏହାର ମନ ଓ ସେବା ବିଷୟରେ ତଥ୍ୟ ପାଇବା ଆବଶ୍ୟକ ।
- ପ୍ରତ୍ୟେକ ଦ୍ରବ୍ୟର ବ୍ୟବହାର ସମ୍ବନ୍ଧରେ ସାବଧାନ ଅବଲମ୍ବନ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ ।

୮.୧ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କର ରଚନାସ୍ୱତ୍ୱକୁ ସମ୍ମାନ (Respect customer copyright)

- କୌଣସି ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ପଦାର୍ଥର ବ୍ୟବହାର ସମ୍ବନ୍ଧରେ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କର ରଚନାସ୍ୱତ୍ୱ ବା ନିଜର ଟିପ୍ପଣୀ ଦେବା ଫଳରେ ସେହି ଦ୍ରବ୍ୟର ଚାହିଦା ବା ମିଳୁଥିବା ସେବାର ସକାରାତ୍ମକ ଚିନ୍ତାଧାରା ସବୁବେଳେ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରେ ।
- ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କର ଟିପ୍ପଣୀକୁ ଗୁରୁତ୍ୱଦେବା ସହ କମ୍ପାନୀମାନଙ୍କର ଉତ୍ପାଦିତ ଦ୍ରୟାବ୍ୟକୁ ସଚେତନାର ସହ ଗ୍ରହଣ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ ।
- ଗ୍ରାହାକମାନଙ୍କପାଇଁ ପ୍ରତ୍ୟେକ କମ୍ପାନୀ ନିଜର ଟୋଲ-ଫ୍ରି ନମ୍ବର ଯୋଗାଇଦେବା ଦରକାର । ଯାହାଫଳରେ ଗ୍ରାହକମାନେ ନିଜର ଅଭିଯୋଗ ଓ ସୂଚନା ଠିକ ଭାବରେ ପାଇଁ ପାରିବେ ।
- ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ନେଇ ଗୋଟିଏ ସଂସ୍ଥା ବା କମ୍ପାନୀର ବ୍ୟବସାୟ ଆଗକୁ ଯାଇପାରିବ । ଏଥିପାଇଁ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କର ରଚନାସ୍ୱତ୍ୱକୁ ସବୁବେଳେ ଅଗ୍ରାଧିକାର ଦେବା ଆବଶ୍ୟକ ।

୮.୨ ଭାରତରେ ଗ୍ରାହକଙ୍କର ରଚନାସ୍ୱତ୍ୱର ରୂପରେଖ (Customer Copyright in Indian scenario)

ଭାରତ ଏକ ଜନବହୁଳ ଦେଶ । ସ୍ୱାଧୀନ ଭାରତରେ ରଚନାସ୍ୱତ୍ୱ ନିୟମ ପ୍ରାୟତଃ ସବୁ ଅଂଚଳରେ ପ୍ରସାରିତ ହୋଇଯାଇଅଛି । ଏହି ନିୟମ ଅନୁସାରେ ବ୍ୟକ୍ତିର ବୌଦ୍ଧିକ କ୍ଷମତାକୁ ପ୍ରସେୟ ଦିଆଯାଇଥାଏ ଏବଂ ସେହି ଦ୍ରବ୍ୟର ଅଧିକାର କେବଳ ସେହି ଡ୍ୟାକ୍ତିକୁ ହିଁ ଥାଏ । କିନ୍ତୁ ଭାରତରେ ଏହାର ପ୍ରଭାବ ବହୁତ କମ ଅଛି । ବହୁ ବର୍ଷ ହେଲା ଜ୍ଞାନ ଓ ପ୍ରଯୁକ୍ତିବିଦ୍ୟାଦ୍ୱାରା ସର୍ଜନାତ୍ମକ ଅର୍ଥ ବୃଦ୍ଧିରେ କେବଳ ଅଳ୍ପହିଁ ପରିବର୍ତ୍ତନ ହୋଇଅଛି । ସମ୍ପତ୍ତି ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ ସୂଚନା ଓ ଏହା ଉପରେ ଥିବା ଅଧିକାର ଉପରେ ହିଁ ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଆଯାଉଛି । ଏହା ଅର୍ଥନୀତିର ବୃଦ୍ଧି ଉପରେ ପ୍ରଭାବ ପକାଉଅଛି । କପିରାଇଟ ବା ରଚନାସ୍ୱତ୍ୱ ଉପରେ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେବା ଅତ୍ୟନ୍ତ ଜରୁରୀ ଅଟେ, କାରଣ ଏହା ଦ୍ୱାରା ଜ୍ଞାନ ଆଧାରିତ ଦ୍ରବ୍ୟ ବା ଜିନିଷରେ ବିକାଶ ହେବ ସହିତ ଅର୍ଥନୀତିରେ ଏହାର ପ୍ରଭାବ ପଡି ପାରିବ ମାତ୍ର ଦୁଃଖର ବିଷୟ ଏହିପରି ଏକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ କଥାଟି ଆମ ଭାରତ ତଥା ଓଡ଼ିଶାରେ ବୁଦ୍ଧିଜୀବିଙ୍କର ଜ୍ଞାତସାରରେ ଥିଲେ ମଧ ତାହାର କାର୍ଯ୍ୟକାରିତାର ସୁଫଳ ସହଜରେ ପ୍ରସାରିତ ହେଉ ନାହିଁ ।

— ୦ —

ପଞ୍ଚମ ଅଧ୍ୟାୟ

ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ ଓ ସ୍ୱଚ୍ଛତା
Health & Hygiene

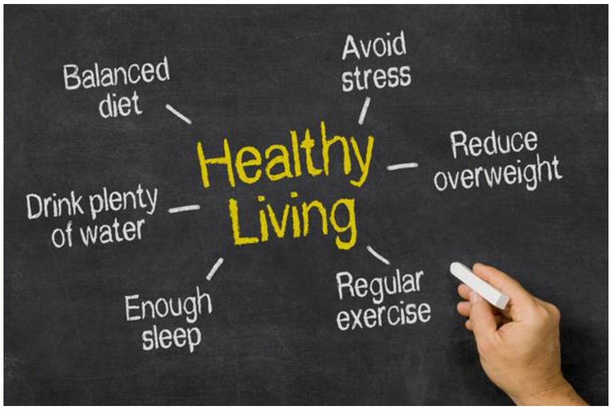
ସାଧାରଣାଭାବେ ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ କହିଲେ ଆମର ଶରୀରର ସୁସ୍ଥତାକୁ ବୁଝିଥାଉ । ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ ହିଁ ଆମର ଅମୁଲ୍ୟ ସମ୍ପଦ । ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ ଠିକ ରହିଲେ ଆମର ସବୁ କାମ ଠିକ ହୋଇଥାଏ । ଆମ ଚତୁଃପାର୍ଶ୍ୱରେ ଥିବା ଅନ୍ୟ ବ୍ୟକ୍ତିମାନଙ୍କ ସହିତ ଆମେ ଠିକ ଭାବେ ମିଳାମିଶା କରିଥାଉ । ନଚେତ ସେମାନଙ୍କ ସହ ମିଳାମିଶା ଓ କଥାବାର୍ତ୍ତା କରିବା ପାଇଁ ଇଚ୍ଛା ପ୍ରକାଶ କରି ନ ଥାଉ ।

ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ (Health):

ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ ଏକ ଭୌତିକ, ମାନସିକ ଏବଂ ସାମାଜିକ ସୁସ୍ଥ ଅବସ୍ଥା, ଯାହା ରୋଗର ଅନୁପସ୍ଥିତାକୁ ଦର୍ଶାଇଥାଏ । ଭୌତିକ କହିଲେ ଶରୀର ଏବଂ ମାନସିକ କହିଲେ ଲୋକମାନଙ୍କର ଆମ ପ୍ରତି ଥିବା ଚିନ୍ତାଧାରା ଓ ଅନୁଭବକୁ ବୁଝାଇଥାଏ ।

ଏକ ସୁନ୍ଦର ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ ପାଇଁ ଜଣେ ବ୍ୟକ୍ତିକୁ ଅନେକ ଦିଗ ପ୍ରତି ଧ୍ୟାନ ଦେବା ନିହାତି ଆବଶ୍ୟକ । ସେଗୁଡିକ ହେଲା-

କ) ସୁସ୍ଥ ଖାଦ୍ୟ (Healthy Food):



ସନ୍ତୁଳିତ ଖାଦ୍ୟ ଆମକୁ ସତେଜ ଓ କର୍ମତତ୍ପର ହେବାକୁ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ । ଆମ ଶରୀରର ରକ୍ତ କଣିକା ଓ ଶର୍କରାସ୍ତରକୁ ଠିକ ଭାବେ ରଖିଥାଏ । ଯାହା ଆମ ମନର ଅବସ୍ଥାକୁ ଭଲ ରଖିଥାଏ । ସାଧାରଣାଭାବେ ପନିପରିବା, ଫଳ ଓ କୋଳି (nuts)ରେ ଭରପୂର ପରିମାଣର ତନ୍ତୁ(Fiber), ଲୌହ(iron), ପ୍ରୋଟିନ ଓ ଭିଟାମିନ ଥାଏ, ଯାହା ଆମର ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟକୁ ବୃଦ୍ଧିକରେ ଏବଂ ରୋଗ ପ୍ରତିରୋଧକ କ୍ଷମତା ବଢ଼ିଥାଏ ।

ଖ) ବ୍ୟାୟାମ (Exercise):

ପ୍ରତିଦିନ ଆମକୁ ୩୦-୪୦ ମିନିଟ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ବ୍ୟାୟାମ କରିବା ଉଚିତ । ଦୈନିକ ସକାଳୁ ଚାଲିବ ଓ ବ୍ୟାୟାମ କରିବା ଦ୍ୱାରା ଆମେ ସୁସ୍ଥ ରହିଥାଉ । ଆମ ମନ ଫୁର୍ତ୍ତି ରହିଥାଏ । ଏହା ପ୍ରମାଣ କରାଯାଇଅଛି ଯେ ବ୍ୟାୟାମଦ୍ୱାରା ଆମ ମନର ଅବସାଦ ବା ଡିପ୍ରେସନକୁ କମ କରିହୁଏ । ମାନସିକ ଚିନ୍ତାକୁ ମଧ୍ୟ ବ୍ୟାୟାମ ଓ ଯୋଗଦ୍ୱାରା କମ କରାଯାଇପାରେ ।

ଗ) ଯଥେଷ୍ଟ ନିଦ୍ରା (Enough Sleep):

ନିଦ୍ରାର ଅଭାବ ଅବସାଦ ଓ ଚିନ୍ତାର ଏକ ବଡ କାରଣ । ତାହା ସହ ମଧ୍ୟ କ୍ଲାନ୍ତି, ମୋଟାପଣ, ପତଳା ହେବା ଓ ମସ୍ତିଷ୍କର କାର୍ଯକାରୀ କ୍ଷମତା କମିଯାଇଥାଏ । ତେଣୁ ଦୈନିକ ୬-୮ ଘଣ୍ଟା ଯାଏ ଶୋଇବା ଦ୍ୱାରା ଆମର ଶରୀର ଠିକ ରହିବ ସହିତ ଆମେ ସୁସ୍ଥ ଅନୁଭବ କରିଥାଉ ।

ଘ) ପିଇବା ପାଣି (Drink Water):

ଆବଶ୍ୟକ ପରିମାଣର ପାଣି ପିଇବା ଦ୍ୱାରା ଆମ ଶରୀରର ରକ୍ତ ସଞ୍ଚାଳନ ଠିକ ଭାବେ ହୋଇଥାଏ ଏବଂ ତା ସହିତ ଆମ ମନ ଫୁର୍ତି ରହିଥାଏ । ଦୈନିକ ୬-୮ ଗ୍ଲାସ ପାଣି ପିଇବା ଦ୍ୱାରା ଆମକୁ କମ କରିବା ପାଇଁ ଶକ୍ତି ମିଳିଥାଏ । ଖାଦ୍ୟ ଖାଇବା ପୂର୍ବରୁ ଏକ ଗ୍ଲାସ ପାଣି ପିଇବା ଦ୍ୱାରା ଖାଦ୍ୟ ଠିକ ଭାବେ ହଜମ ହୋଇଥାଏ ଏବଂ ଅତ୍ୟଧିକ ଖାଇବାରୁ ବଞ୍ଚାଇଥାଏ । ଆମକୁ ଶୋଷ ଲାଗିଲାବେଳେ ପାଣି ବଦଳରେ ଶର୍କରା ଜାତୀୟ ବା ମୃଦୁପାନୀୟ ପିଇବା ଉଚିତ ନୁହେଁ । କାରଣ ଅତ୍ୟଧିକ ମାତ୍ରାର ଶର୍କରା ଆମ ଶରୀରର ହାନୀ ଘଟାଇଥାଏ ।

ଙ) ସର୍ବଦା ହାତ ଧୋଇବା (Wash Your Hand):

ଖାଦ୍ୟ ଖାଇବା ପୂର୍ବରୁ ବା ପରେ, ଖେଳିବା ପରେ ଓ ଅନ୍ୟ କୌଣସି ସଂକ୍ରମିତ ବା ରୋଗରେ ପଡିଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ସହ ମିଶିବା ପରେ ନିଜର ହାତକୁ ଭଲ ଭାବେ ଧୋଇବା ଉଚିତ । କାରଣ ଏହା ଆମକୁ ସାଧାରଣତଃ ଥଣ୍ଡା, ଜ୍ୱର ଓ କାଶ ଭଳି ରୋଗରେ ପକାଇଥାଏ । ତେଣୁ ପ୍ରତ୍ୟେକଟି କାର୍ଯ୍ୟ ପରେ ଆମେ ନିଜକୁ ପରିଷ୍କାର ବା ସଫା ରଖିବା ଉଚିତ ।

୧. କାର୍ଯ୍ୟକ୍ଷେତ୍ରରେ(ରେଷ୍ଟୁରାଣ୍ଟ) ସଫାସୁତୁରା (Cleanliness around workplace)

ବିଶେଷକରି ସ୍ୱଚ୍ଛତା ଆମକୁ ରୋଗମୁକ୍ତ ହେବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ । ଆମ ଚତୁଃପାର୍ଶ୍ୱକୁ ଜୀବାଣୁମୁକ୍ତ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବାରେ ସହାୟକ ହୁଏ । ହୋଟେଲ ବା ରେଷ୍ଟୁରାଣ୍ଟରେ ସ୍ୱଚ୍ଛତାର ଆବଶ୍ୟକତା ବ୍ୟାହତ ଜରୁରୀ ଅଟେ । କାରଣ ଏଠାରେ ଖାଦ୍ୟ ଓ ପାନୀୟର ପ୍ରଚୁର ପରିମାଣରେ ବ୍ୟବହାର କରିଯାଇଥାଏ । ଏଠାରେ କୌଣସି ପ୍ରକାରର ଅବହେଳା ଖାଦ୍ୟ ନଷ୍ଟର କାରଣ ବି ହୋଇପାରେ । ତେଣୁ ରୋଗମୁକ୍ତ ଖାଦ୍ୟ ପାଇଁ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ଷେତ୍ରରେ ଅନେକ ଦିଗ ପ୍ରତି ଧ୍ୟାନ ଦେବା ଆବଶ୍ୟକ ।

୧.୧ ରେଷ୍ଟୁରାଣ୍ଟର ସମସ୍ତ ଅଞ୍ଚଳକୁ ନିୟମିତ ଭାବେ ସଫା ଓ ଜୀବାଣୁମୁକ୍ତ ରଖିବା । ତାହା ସହିତ ଅଦରକାରୀ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ବାହାର କରିଦେବା । ଚଟାଣରେ ପଡିଥିବା ମଇଳା ଓ ପୂର୍ବ ଅତିଥିଙ୍କ ବଳକା ଖାଦ୍ୟକୁ ଅନ୍ୟ ଅତିଥିଙ୍କ ଆସିବା ପୂର୍ବରୁ ଭଲଭାବେ ସଫା କରିବା ଉଚିତ । ପ୍ରତିଟି ଅତିଥିଙ୍କ ଖାଦ୍ୟ ପରେ ସେହି ଟେବୁଲର ଉପର ଭାଗକୁ ଭଲଭାବେ ସଫା କରିବା ଦରକାର ।

୧.୨ ଆବଶ୍ୟକତା ଅନୁସାରେ କୁଡାଦାନ ବା ଡଷ୍ଟବିନ ବ୍ୟବହାର କରିବା । ଶୁଖିଲା ଓ ଓଦା ଅଳିଆ ଆବର୍ଜନା ପାଇଁ ଯଥାକ୍ରମେ ଶୁଖିଲା ଓ ଓଦା ଡଷ୍ଟବିନ ବ୍ୟବହାର କରିବା । ସେ ସବୁ ଅଳିଆକୁ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଧିଷ୍ଟ ସ୍ଥାନରେ ଜମା କରି ପ୍ରତ୍ୟେକ ଦିନ ସଫା କରିବା ଆବଶ୍ୟକ । ନିର୍ଦ୍ଧିଷ୍ଟ ସ୍ଥାନରେ ଜମା କରିବା ଦ୍ୱାରା ଅଳିଆ ଏଣେତେଣେ ନ ପଡି ଗୋଟିଏ ସ୍ଥାନରେ ରହିଥାଏ, ଯାହାଦ୍ୱାରା ସେ ସବୁକୁ ସଫା କରିବାକୁ ସହଜ ହୁଏ ।

୧.୩ ଅସରପା, ମାଛି, ମୂଷା ଓ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ହାନିକାରକ କୀଟପତଂଗ ଅସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟକର ପରିବେଶର କାରଣ ହୋଇଥାନ୍ତି । ତେଣୁ ରେଷ୍ଟୁରାଣ୍ଟରେ ପ୍ରତ୍ୟେକ ଦିନ ଓ ଆବଶ୍ୟକତା ଅନୁସାରେ ଝାଡୁ ମାରିବା ସହ ସାପ୍ତାହିକ ଭାବେ ପେଷ୍ଟ କଣ୍ଟ୍ରୋଲ (Pest Control) କରିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଯାହାଦ୍ୱାରା ସେମାନଙ୍କର ଉପଦ୍ରବ କମ ହୋଇଥାଏ । ଏଥି ସହିତ ଏକ ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟକର ପରିବେଶ ମଧ୍ୟ ସୃଷ୍ଟି ହୋଇଥାଏ ।

୧.୪ ସଫାସୁତୁରାର ତଦାରଖ ନିମନ୍ତେ ରେକର୍ଡ ବା ଟିପ୍ପଣୀର ବ୍ୟବହାର କରିବା । ଯାହାଦ୍ୱାରା ପ୍ରତ୍ୟେକ ସ୍ଥାନର ସଫେଇର ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ବିବରଣୀ ଠିକ ଭାବେ ଜାଣିପାରିବ । ବିଶେଷକରି ରେଷ୍ଟୁରାଣ୍ଟରେ ବ୍ୟବହାର ହେଉଥିବା ଶୌଚାଳୟକୁ ଭଲଭାବେ ଧ୍ୟାନ ଦେବା ଉଚିତ । ଯେପରିକି ଏହା ସର୍ବଦା ସଫା ରହିବ ଆବଶ୍ୟକ ଏବଂ ସମସ୍ତ ଜଳ ପାଇପ ଠିକ ଭାବେ କାମକରୁଥିବା ଦରକାର । ଏହା ସୁନିଶ୍ଚିତ କରିବା ଯେ ସଫାକରିବା ପାଇଁ ଠିକ ପରିମାଣର ସଫେଇ ଦ୍ରବ୍ୟ, ରାସାୟନିକ ଦ୍ରବ୍ୟ ଏବଂ ତରଳଦ୍ରବ୍ୟ ଯୋଗାଇ ଦିଆଯାଇଛି । ସ୍ୱଚ୍ଛତା ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ କୌଣସି ନିମ୍ନମାନର ଅଭ୍ୟାସକୁ ଚିହ୍ନଟ କରିବା ଏବଂ ଏହାର ବିବରଣୀ ଦେବା ।

୧.୫ ବାୟୁ ଚଳାଚଳ ବା ଭେଣ୍ଟିଲେସନ ଦ୍ୱାରା ସେ ଅଞ୍ଚଳର ବାୟୁ ସତେଜ ଓ ପରିଷ୍କାର ରହିଥାଏ । ତେଣୁ ରେଷ୍ଟୁରାଣ୍ଟରେ ଉପଯୁକ୍ତ ବାୟୁ ଚଳାଚଳ ହୋଇପାରୁଥିବା ଦରକାର । ସୁନ୍ଦର ପରିବେଶ ପାଇଁ ସୁଗନ୍ଧିଯୁକ୍ତ ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ବାୟୁ ବିଶୋଧନକାରୀ ଯନ୍ତ୍ରର ମଧ୍ୟ ବ୍ୟବହାର କରିବା ଉଚିତ ।

୧.୬ ରେଷ୍ଟୁରାଣ୍ଟରେ ଥିବା ଶୀତତାପ ନିୟନ୍ତ୍ରକ ଯନ୍ତ୍ର (AC) ଓ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଯାନ୍ତ୍ରିକ ଉପକରଣର ନିୟମିତ ଯାଞ୍ଚ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ ।

୧.୭ ରେଷ୍ଟୁରାଣ୍ଟରେ ପ୍ରଚୁର ପରିମାଣର ଆଲୋକଦ୍ୱାରା ଏହାର ସୌନ୍ଦର୍ଯ୍ୟ ବୃଦ୍ଧି କରାଇବା ସହିତ ଏଠାରେ ଥିବା ସ୍ୱଚ୍ଛତାର ପରିମାଣକୁ ଦର୍ଶାଇଥାଏ । ତେଣୁ ଏହା ସୁନିଶ୍ଚିତ କରାଇବା ଆବଶ୍ୟକ ଯେ ଏଠାରେ ଭରପୁର ଆଲୋକ ମିଳୁଅଛି ।

https://withteachers.in/

୧.୮ ଖାଦ୍ୟ ରହୁଥିବା, ପ୍ରସ୍ତୁତି ହେଉଥିବା ଓ ପ୍ରଦର୍ଶନ କରାଯାଉଥିବା ସ୍ଥାନଗୁଡିକୁ ସଫା ରଖିବା ଆବଶ୍ୟକ । ସଫେଇରେ ଟିକିଏ ବି ଅବହେଳା କରିବା ଅନୁଚିତ । କାରଣ ଏହା ହାନୀକାରୀ କୀଟପତଙ୍ଗର ବୃଦ୍ଧି କରାଇବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ, ଯାହାକି ରୋଗର କାରଣ ମଧ୍ୟ ହୋଇପାରେ ।

୧.୯ ସମସ୍ତ Crockery, Cutlery ଓ Glassware ଗୁଡିକୁ ଭଲଭାବେ ଧୋଇବା ଉଚିତ । ଗରମ ପାଣିରେ ଧୋଇବା ପରେ ସଫା (ରୋଗମୁକ୍ତ) କପଡା ବ୍ୟବହାର କାରୀ ଏହାକୁ ପୋଛିବା ଉଚିତ । ସଫାପରେ Crockery ଗୁଡ଼ିକୁ ଧ୍ୟାନପୂର୍ବକ ଗୋଟିଏ ପାଖରୁ ଧରିବା ଉଚିତ । ସମସ୍ତ Cutlery ଗୁଡିକୁ ସଫା କରିବା ପରେ ଏହାକୁ ଏକ ସଫା ଜାଗା ଯେପରିକି ଟ୍ରେ (Tray) ଓ ସାଇଡ ଷ୍ଟେସନ (Side Station) ରେ ଥିବା ଡ୍ରୟର/କପବୋର୍ଡରେ ରଖିବା ଆବଶ୍ୟକ । ସମସ୍ତ Glassware ଗୁଡିକୁ ସଫା କରିବା ସମୟରେ ଓ ସଫା କରିବା ପରେ ମଧ୍ୟ ସିଧା ସଳଖ ଗ୍ଲାସକୁ ନ ଧରି ଏହାର ନିମ୍ନଭାଗକୁ ଧରିବା ଉଚିତ । ଏହାଦ୍ୱାରା ଗ୍ଲାସରେ ଆମ ଆଙ୍ଗୁଳିର ଚିହ୍ନ ଆସି ନଥାଏ ଓ ଏହା ଅତି ସଫା ଦେଖାଯାଇଥାଏ ।

୧.୧୦ ଖାଦ୍ୟ ପାସ୍ତୁତି ଓ ପରିବେଷଣ କରୁଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିମାନେ ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟକର ହେବ ଅତ୍ୟନ୍ତ ଆବଶ୍ୟକ । ସେହି ବ୍ୟକ୍ତିମାନେ ନିଜର ସ୍ୱଚ୍ଛତାକୁ ଠିକଭାବରେ ରଖିଥିବା ଜରୁରୀ ଅଟେ । କାରଣ ସେ ସମୟରେ ଖାଦ୍ୟର ଦୂଷିତୀକରଣ ହେବାର ଆଶଙ୍କା ଥାଏ । ତେଣୁ ଖାଦ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତି ଏବଂ ପରିବେଷଣ ବିଭାଗର ସ୍ୱଚ୍ଛତାରେ ଭୂମିକା ସର୍ବାଧିକ ରହିଥାଏ ।

୨ ହୋଟେଲରେ ଥିବା ଖାଦ୍ୟ ଓ ପାନୀୟ ବିଭାଗର ପରିଚୟ (Identing Food and Beverage Areas)

ଏକ ପଞ୍ଚତାରକା ହୋଟେଲରେ ଗୁଡିଏ ସ୍ଥାନ ଅଛି ଯେଉଁଠାରେ ଖାଦ୍ୟର ବ୍ୟବହାର ହେଉଥାଏ । ହୁଏତ ସେହି ସ୍ଥାନ ଖାଦ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରୁଥାଏ କିମ୍ବା ଖାଦ୍ୟ ପରିବେଷଣ କରୁଥାଏ । ସେହି ସ୍ଥାନଗୁଡିକୁ ସଫାସୁତୁରା ରଖିବା ନିହାତି ଆବଶ୍ୟକ

କ) ରେଷ୍ଟୁରାଣ୍ଟ ଓ କଫିସପ (Restaurant & Coffee Shop): ଏହି ସ୍ଥାନକୁ ଅତିଥିମାନେ ଖାଇବା ପାଇଁ ଆସିଥାନ୍ତି । ଏଠାରେ ସବୁ ସମୟରେ ଭିଡ ଲାଗିରହିଥାଏ । ତେଣୁ ଏହି ସ୍ଥାନଟି ଅପରିଷ୍କାର ହେବାର ଆଶଙ୍କା ଥାଏ । ଏହି ବିଭାଗଟି ସିଧାସଳଖ ଭାବେ ଖାଦ୍ୟ ଜରିଆରେ ଅତିଥିମାନଙ୍କର ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ ଉପରେ ପ୍ରଭାବ ପକାଇଥାଏ । କାରଣ ଏଥିରେ କାମ କରୁଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିମାନେ ସମସ୍ତ ଖାଦ୍ୟ ଓ ପାନୀୟକୁ ଅତି ନିକଟରୁ ଧରିଥାନ୍ତି । ଯଦି ଖାଦ୍ୟର ସୁରକ୍ଷା ପ୍ରତି ଧ୍ୟାନ ନ ଦିଆଯାଏ, ତେବେ ଅତିଥିମାନେ କୌଣସି ପ୍ରକାରର ରୋଗରେ ବି ପଡିପାରନ୍ତି ।

ଖ) ବ୍ୟାଙ୍କ୍ୱିଟ ଅଞ୍ଚଳ (Banquet Area): ଏଠାରେ ଖାଦ୍ୟର ପରିବେଷଣ ସହିତ ମଧ୍ୟ ଖାଦ୍ୟ ପାଇଁ ବ୍ୟବହାର ଉପକରଣ ଯେପରିକି Chafing Dish, Soup Turin ଇତ୍ୟାଦି ସର୍ବଦା ସଫା ରଖିବା ଆବଶ୍ୟକ ।ଏହାର ବ୍ୟବହାର ପରେ ଏଥିରେ ଥିବା ପାଣିକୁ ଫୋପାଡିବା ଦରକାର ଓ ପୁଣିଥରେ ବ୍ୟବହାର ସମୟରେ ଆବଶ୍ୟକ ପରିମାଣରେ ପାଣି ପୁରାଇବା ଦରକାର ।

ଗ) ଜିନିଷ ରଖିବା ସ୍ଥାନ (Storage Area): ଏହି ସ୍ଥାନରେ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇଥିବା ଖାଦ୍ୟ ରଖାଯାଇ ନ ଥିଲେ ମଧ ଖାଦ୍ୟ ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ ଅନେକ ଦ୍ରବ୍ୟ ରଖାଯାଇଥାଏ । ଯାହାକି ଖାଇବା ସମୟରେ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଏ । ଯେପରିକି Ketchup, Sauce, Salt, Pepper ଓ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଜିନିଷ । ଯାହାକୁ କୀଟପତଙ୍ଗ ଆକ୍ରାନ୍ତ କରିପାରନ୍ତି । ତେଣୁ ସେ ସବୁର ସ୍ୱଚ୍ଛତା ଉପରେ ଧ୍ୟାନ ଦେବା ଆବଶ୍ୟକ ।

ଘ) ରୋଷେଇସ୍ଥଳ (Kitchen & Pantry Area): ଏଠାରେ ଖାଦ୍ୟ ଓ ପାନୀୟର ପ୍ରସ୍ତୁତି ହୋଇଥାଏ । ଖାଦ୍ୟର ସୁରକ୍ଷା ପାଇଁ ଏଠାରେ ପ୍ରତ୍ୟେକ ମୁହୂର୍ତ୍ତରେ ଧ୍ୟାନର ସହିତ କାର୍ଯ୍ୟ କରିବାକୁ ପଡିଥାଏ । କାରଣ ଏହାକୁ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରୁଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କର ଅଳ୍ପତିକେ ଅବହେଳା ଯୋଗୁଁ ଖାଦ୍ୟଟି ନଷ୍ଟ ମଧ ହୋଇପାରେ ।

୩ ସ୍ୱୟଂ ସ୍ୱଚ୍ଛତା ଅଭ୍ୟାସ (Personal Hygiene Practices):

ସ୍ୱଚ୍ଛତା (Hygiene):

ସ୍ୱଚ୍ଛତା ଏକ ନିୟମିତ ଅଭ୍ୟାସ ଯାହା ଆମର ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟକୁ ଠିକ ଭାବରେ ରଖିବାକୁ ସହାୟକ ହୁଏ । ବିଶେଷକରି ସଫାସୁତରା ଆମକୁ ବିଭିନ୍ନ ରୋଗରୁ ବଞ୍ଚାଇଥାଏ । ସର୍ବଦା ନିଜର ସ୍ୱଚ୍ଛତା ବିଷୟରେ ସତର୍କ ହେବା ଉଚିତ ।

ସ୍ୱଚ୍ଛତା କେବଳ ଆମ ଚତୁଃପାର୍ଶ୍ୱରେ ନୁହେଁ ଆମ ମଧରେ ରହିବ ଆବଶ୍ୟକ । ଯେପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଆମେ ନିଜେ ସଫାସୁତୁରା ନ ରହିବା, ଆମ ପରିବେଶ ଓ ଚତୁଃପାର୍ଶ୍ୱକୁ ମଧ ସଫା ରଖିପାରିବା ନାହିଁ । ନିଜର ସ୍ୱଚ୍ଛତାରେ ଉନ୍ନତି ପାଇଁ ଆମକୁ କିଛି ଅଭ୍ୟାସକୁ ଦୈନନ୍ଦିନ ଜୀବନରେ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରିବା ଉଚିତ ।

୩.୧ ପ୍ରତ୍ୟେକ କାର୍ଯ୍ୟପରେ ବା କୌଣସି ଅପରିଷ୍କାର ବସ୍ତୁ ବା ଶୌଚାଳୟ ପରେ ହାତକୁ ଭଲଭାବେ ସାବୁନ କିମ୍ବା ହ୍ୟାଣ୍ଡୱାସରେ ଧୋଇବା ଆବଶ୍ୟକ ।

୩.୨ ସବୁବେଳେ ନିଜର ସ୍ୱଚ୍ଛତାକୁ ଠିକ ଭାବେ ବଜାୟ ରଖିବା ଦରକାର । ଯେପରିକି-

- ପ୍ରତ୍ୟେକଦିନ ଭଲଭାବେ ଗାଧୋଇବା ।
- ଦୈନିକ ସକାଳୁ ଓ ଶୋଇବା ପୂର୍ବରୁ ଦାନ୍ତ ଘଷିବା ।
- ସର୍ବଦା ନଖ କାଟିବା ଓ ଏହାକୁ ସଫା ରଖିବା ।
- ସଫା ହୋଇଥିବା କପଡା ଓ ପଲିସ ହୋଇଥିବା ଜୋତା ପରିଧାନ କରିବା ।

- ଆବଶ୍ୟକ ଅନୁଯାୟୀ ପରଫ୍ୟୁମ ବ୍ୟବହାର କରି ଦେହର ଗନ୍ଧକୁ ଠିକ ଭାବେ ରଖିବା ।
- ଗ୍ଲାସ, କପ ବା ଅନ୍ୟକୌଣସି ଜିନିଷର ବ୍ୟବହାର ପରେ ସେଗୁଡିକୁ ଭଲଭାବେ ସଫାକରିବା ।

୩.୩ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ଷେତ୍ରରେ ସଂଦୂଷଣର ନିବାରଣ (Prevention of Cross Contamination at Workplace)

କାର୍ଯ୍ୟକ୍ଷେତ୍ରରେ ସଂଦୂଷଣରୁ ରକ୍ଷା ପାଇବା ପାଇଁ ବିଭିନ୍ନ ଉପାୟ ଅବଲମ୍ବନ କରିବା ଦରକାର ।

ଯେପରିକି-

- ପ୍ରତ୍ୟେକ ବ୍ୟକ୍ତି ନିଜ ସ୍ୱଚ୍ଛତା ବଜାୟ ରଖିବା ଉଚିତ ଏବଂ ଅନ୍ୟମାନଙ୍କୁ ମଧ୍ୟ ସ୍ୱଚ୍ଛ ରହିବା ପାଇଁ ପରାମର୍ଶ ଦେବା ଉଚିତ ।
- ପ୍ରତ୍ୟେକ କାର୍ଯ୍ୟପରେ କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କୁ ହାତ ଧୋଇବା ପାଇଁ ପରାମର୍ଶ ଦେବା ।
- କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଥିବା ସମସ୍ତ ଅଞ୍ଚଳକୁ ସଫା କରିବା ଓ ସଫା ରଖିବାକୁ ନିର୍ଦ୍ଦେଶ ଦେବା ।
- ପ୍ରତ୍ୟେକଟି କାର୍ଯ୍ୟକରିବା ପାଇଁ ସେହି କାର୍ଯ୍ୟପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଉପକରଣ ହିଁ ବ୍ୟବହାର କରିବା ।

୪. ସଠିକ ଖାଦ୍ୟ ମାନକୀକରଣ (Food Standards)

ଖାଦ୍ୟ ମାନକୀକରଣ ଏକ ବିଧି ଯାହାଦ୍ୱାରା ଖାଦ୍ୟର ଉତ୍ସା, ମିଶ୍ରଣ ଏବଂ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଦ୍ରବ୍ୟକୁ ପରଖି ବା ତଦାରଖ କରି ମନୁଷ୍ୟ ପାଇଁ ଖାଦ୍ୟ ଉପଯୋଗୀ କରାଯାଇଥାଏ ।

୪.୧ ଖାଦ୍ୟର ଉତ୍ପାଦନ ଓ ସେବାରେ HACCP ଓ FSSAIର ଭୂମିକା (Role of HACCP & FSSAI in Food Production & Service)

HACCP (Hazard Analysis & Critical Control Points) ଏକ ଖାଦ୍ୟ ପ୍ରତିଷେଧକ ପଦ୍ଧତି ଯାହା ଖାଦ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତି ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ଖାଦ୍ୟକୁ ନଷ୍ଟ କରିବାଠାରୁ ଦୁରେଇ ରଖିଥାଏ ଏବଂ ଶେଷରେ ଠିକ ଖାଦ୍ୟ ପ୍ରଦାନ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରେ, ଯାହାକି ଆମକୁ ନାନାବିଧ ସଙ୍କଟଠାରୁ ରକ୍ଷା କରିଥାଏ ।

FSSAI (Food Safety & Standards Authority of India) ଭାରତ ସରକାରଙ୍କ ପରିବାର ଓ ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ ବିଭାଗ ଅଧୀନରେ ଥିବା ଏକ ସଂସ୍ଥା, ଯାହା ଖାଦ୍ୟ ନିରାପତ୍ତା ନିୟମମାନ ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ ।

୪.୨ ISO 22000 ର ଗୁରୁତ୍ୱ (Importance of ISO 22000)

ଏହା ଏକ ଖାଦ୍ୟ ନିରାପତ୍ତା ପରିଚାଳନା ପଦ୍ଧତି, ଯାହାକି ଜଣେବ୍ୟକ୍ତିର ଏକାଧିକ ଖାଦ୍ୟ ସଂସ୍ଥା ଚଳାଇବାକୁ ଅନୁମତି ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ ।

– ୦ –

ଷଷ୍ଠ ଅଧ୍ୟାୟ

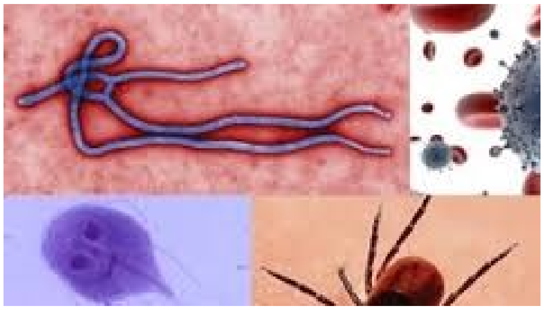
କର୍ମକ୍ଷେତ୍ରରେ ସୁରକ୍ଷା
Safety at Workplace

କର୍ମକ୍ଷେତ୍ରରେ ସୁରକ୍ଷା ର ପ୍ରକ୍ରିୟା (Workplace Safety Procedure)

ଜଣେ କର୍ମଚାରୀ କର୍ମ କ୍ଷେତ୍ର ରେ ନିଜର ତଥା ଅନ୍ୟ ମାନଙ୍କର ସୁରକ୍ଷା ପ୍ରତି ଧ୍ୟାନ ଦେବା ନିତ୍ୟାନ୍ତ ଆବଶ୍ୟକ

କର୍ମକ୍ଷେତ୍ର ରେ ଦେଖାଯାଉଥିବା ବିଭିନ୍ନ ସଙ୍କଟ ନିମ୍ନ ରେ ପ୍ରଦାନ କରାଗଲା ।

ଜୈବିକ ସଙ୍କଟ (Biological Hazard)



ଜୈବିକ ସଙ୍କଟ ଗୁଡିକ ହେଲା - ଭୁତାଣୁ ,ଜୀବାଣୁ , କୀଟପତଙ୍ଗ , ଜୀବଜନ୍ତୁ ଇତ୍ୟାଦି । ଯେଉଁମାନେ ବିଭିନ୍ନ ଶାରୀରିକ କ୍ଷତି ଘଟାଇଥାନ୍ତି । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ -ଫିମ୍ପି, ମଇଳା ପାଣି, କ୍ଷତି କାରକ ବୃକ୍ଷ, ଧୁଳି ଓ ପୀଡକ ପ୍ରାଣୀ (vermin) ।

ରାସାୟନିକ ସଙ୍କଟ (Chemical Hazard)

ରାସାୟନିକ ପଦାର୍ଥ ଦ୍ୱାରା ସୃଷ୍ଟି ହେଉଥିବା ସଙ୍କଟକୁ ରାସାୟନିକ ସଙ୍କଟ କୁହାଯାଏ । ଏହି ସଙ୍କଟ ଉଭୟ ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ ଓ ଶାରୀରିକ କ୍ଷତି ଘଟାଇଥାଏ । ଯଥା -ଚର୍ମ ରୋଗ ,ଦୃଷ୍ଟିହୀନତା ,ଶ୍ୱାସ ନଳିରେ ଜ୍ୱଳନ ଇତ୍ୟାଦି ।

ଭୌତିକ ସଙ୍କଟ (Physical Hazard)

ପରିବେଶ ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ ଉତ୍ପାଦକ ଦ୍ୱାରା ଯେକୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତିର ବିନା ସଂସ୍ପର୍ଶରେ କ୍ଷତି ହେଇଥାଏ ତାକୁ ଭୌତିକ ସଙ୍କଟ କୁହାଯାଏ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ – ବିକିରଣ, ଦୌଡ଼ାଦୌଡ଼ି, ଚାପ, ଉଚ୍ଚ ସ୍ଥାନରୁ ପଡିଯିବାର ଭୟ ଇତ୍ୟାଦି ।

ନିରାପତ୍ତା ସଙ୍କଟ (Safety Hazard)

ଏହି ସଙ୍କଟ କର୍ମଚାରୀ ମାନଙ୍କ ମାନସିକ ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ ଉପରେ ପ୍ରଭାବ ପକାଇଥାଏ ।

ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ - ଯୌନ ଶୋଷଣ, କର୍ମ କ୍ଷେତ୍ରରେ ହିଂସା, ଶାରୀରିକ ଉତ୍ପୀଡ଼ନ ଇତ୍ୟାଦି ।

ମନସ୍ତାତ୍ୱିକ ଓ ସାମାଜିକ ସଙ୍କଟ (Psycho-Social Hazard)

ଏହି ସଙ୍କଟ କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କ ମାନସିକ ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ ଉପରେ ପ୍ରଭାବ ପକାଇଥାଏ । ଉଦାହରଣସ୍ୱରୂପ - ଯୌନ ଶୋଷଣ, କର୍ମକ୍ଷେତ୍ରରେ ହିଂସା, ଶାରୀରିକ ଉତ୍ପୀଡ଼ନ ଇତ୍ୟାଦି ।

କର୍ମକ୍ଷେତ୍ରରେ ସଙ୍କଟର ନିବାରଣ (Preventing Workplace Hazard)

କର୍ମକ୍ଷେତ୍ରରେ ନିଜକୁ ଓ ନିଜର କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କ ସୁରକ୍ଷା ପାଇଁ ସଙ୍କଟ ଗୁଡିକୁ ଚିହ୍ନଟ କରି ତାକୁ ଦୂର କରିବା ପାଇଁ ବିଭିନ୍ନ ପଦକ୍ଷେପ ନେବା ଉଚିତ ।

କର୍ମକ୍ଷେତ୍ରରେ କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କ ବିଭିନ୍ନ ସଙ୍କଟର ନିବାରଣପାଇଁ ନିମ୍ନଲିଖିତ ପଦକ୍ଷେପଗୁଡିକ ପ୍ରଦାନ କରାଗଲା ।

- ସଙ୍କଟଗୁଡିକୁ ଚିହ୍ନଟ କରି କର୍ମକ୍ଷେତ୍ରରେ ନୀତିନିୟମ ନିର୍ଦ୍ଧାରଣ କରିବା ।
- କର୍ମଚାରୀ କେଉଁଭଳି ସଙ୍କଟର ସମ୍ମୁଖୀନ ହୋଇପାରନ୍ତି ତାହାର ସମାଧାନ କରିବା ।
- କ୍ଷତିର ମୂଲ୍ୟ ନିର୍ଦ୍ଧାରଣ କରିବା ।
- ବିଭିନ୍ନ ସଙ୍କଟର ବାର୍ଷିକ ତାଲିକା ଓ ସମୀକ୍ଷା କରିବା ।

କର୍ମକ୍ଷେତ୍ରରେ ଦୁର୍ଘଟଣାର ବିଭିନ୍ନ କାରଣ ଓ ତାର ବିଶ୍ଳେଷଣ (Analyze the cause of accidents of workplace)

ଦୁର୍ଘଟଣା କୌଣସି ସମୟରେ ଘଟିପାରେ । ଯଦିଓ ଦୁର୍ଘଟଣା ଇଚ୍ଛାକୃତ ଭାବରେ ଘଟି ନ ଥାଏ, ତଥାପି ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ପଦକ୍ଷେପ ଦ୍ୱାରା ଦୁର୍ଘଟଣାର ପ୍ରାକ ସାବଧାନତା ଅବଲମ୍ବନ କରାଯାଇପାରେ ।

କର୍ମକ୍ଷେତ୍ରରେ ଘଟୁଥିବା ବିଭିନ୍ନ ଦୁର୍ଘଟଣା ବିଷୟରେ ନିମ୍ନରେ ପ୍ରଦତ୍ତ ହେଲା-

ଭାର ଉତ୍ତୋଳନ (Lifting)

ବିଭିନ୍ନ ଭାରି ବସ୍ତୁ ଉତ୍ତୋଳନ କରିବା ଦ୍ୱାରା ଶାରୀରିକ ଯନ୍ତ୍ରଣା ହୋଇଥାଏ । ଏହା ଦୂର କରିବା ପାଇଁ କର୍ମଚାରୀମାନେ ସୁରକ୍ଷିତ ଉତ୍ତୋଳନ ପ୍ରକ୍ରିୟା ଅବଲମ୍ବନ କରିବା ଉଚିତ । ଯଦି ଆବଶ୍ୟକ ପଡେ ଅନ୍ୟର ସାହାଯ୍ୟ କିମ୍ବା ଯାନ୍ତ୍ରିକ ସହାୟତ ନେଇପାରନ୍ତି ।

ହିଂସା (Violence)

କର୍ମକ୍ଷେତ୍ରରେ ହିଂସାଦ୍ୱାରା ପ୍ରତିବର୍ଷ ବହୁ ସଂଖ୍ୟାରେ କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କ ଜୀବନ ଚାଲିଯାଏ । ଏହାକୁ ରୋକିବା ପାଇଁ କର୍ମକ୍ଷେତ୍ରରେ ବନ୍ଧୁତ୍ୱପୁର୍ଣ ପରିବେଶ ସୃଷ୍ଟି କରିବା ସହ ହିଂସାକୁ ରୋକିବା ପାଇଁ ବିଭିନ୍ନ ପଦକ୍ଷେପ ନେବା ଆବଶ୍ୟକ ।

ଗୋଡ଼ଖସିବା ବା ପଡିଯିବା (Trip/Fall)

କର୍ମକ୍ଷେତ୍ରରେ ଗୋଡଖସି ପଡିଯିବା ଏକ ମୁଖ୍ୟ କର୍ମକ୍ଷେତ୍ର ଦୁର୍ଘଟଣା । ଏହାର କାରଣ ହେଲା- ଖସଡ଼ା ଚଟାଣ, ଅସୁରକ୍ଷିତ ଜୋତା ପରିଧାନ, ଜନଗହଳି ପରିବେଶ ଇତ୍ୟାଦି ।

ମାନସିକ ଚାପି(Stress)

ଶାରୀରିକ ଓ ମାନସିକ ଚାପଦ୍ୱାରା କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କ କର୍ମକ୍ଷେତ୍ରରେ ଦୁର୍ଘଟଣା ଜନିତ ମୃତ୍ୟୁ ଘଟିଥାଏ । କାର୍ଯ୍ୟ କରିବା ପାଇଁ କର୍ମଚାରୀମାନେ ମାନସିକ ଓ ଶାରୀରିକ ଭାବେ ସଜାଗ ରହିବା ଦରକାର । ଆବଶ୍ୟକ ପଡିଲେ କର୍ମଚାରୀମାନେ କାର୍ଯ୍ୟ ସମୟରେ କିଛି ସମୟ ପାଇଁ ବିରତି ନେବା ଉଚିତ ।

କ୍ଲାନ୍ତି (Fatigue)

କର୍ମଚାରୀମାନେ କଠିନ ପରିଶ୍ରମ ଯୋଗୁଁ କ୍ଲାନ୍ତି ଅନୁଭବ କରିଥାନ୍ତି । କ୍ଲାନ୍ତିଦ୍ୱାରା କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କ କାର୍ଯ୍ୟ ଉପରେ ପ୍ରଭାବ ପଡିଥାଏ । କାର୍ଯ୍ୟ ସମୟରେ କ୍ଲାନ୍ତି ଅନୁଭବ ହେଉଥିଲେ କିଛି ସମୟ ବିରତି ନେବା ଆବଶ୍ୟକ ।

ନିମ୍ନମାନର ହାଉସକିପିଙ୍ଗ (Poor Housekeeping)

ଅପରିଷ୍କାର ପରିବେଶ ଏକ ବିପଦପୂର୍ଣ୍ଣ କର୍ମକ୍ଷେତ୍ର ଅଟେ । ବର୍ଜ୍ୟବସ୍ତୁ ଚଟାଣରେ ପଡିବାଦ୍ୱାରା ଦୁର୍ଘଟଣା ହୋଇଥାଏ । ମଇଳା ତଥା ଓଦା ଚଟାଣ ଦ୍ୱାରା ମଧ୍ୟ ଦୁର୍ଘଟଣା ଘଟିଥାଏ ।

କର୍ମକ୍ଷେତ୍ରରେ ଘଟୁଥିବା ଦୁର୍ଘଟଣାର ନିରାକରଣ :

- ସର୍ବଦା କର୍ମକ୍ଷେତ୍ରରେ ସତର୍କତା ଅବଲମ୍ବନ କରିବା ।
- କାର୍ଯ୍ୟସ୍ଥଳରେ ଦୌଡ଼ା ଦୌଡ଼ି ନ କରିବା ।
- ଆବଶ୍ୟକ ସୁରକ୍ଷା ପୋଷାକ ଓ ଅନ୍ୟ ସୁରକ୍ଷା ଉପକରଣ ପରିଧାନ କରିବା ।
- ସୁରକ୍ଷା ନିୟମ ସବୁ ପାଳନ କରିବା ।
- ସୁରକ୍ଷା ଜନିତ ଅପାତକାଳୀନ ବ୍ୟାୟାମରେ ଭାଗନେବା ।
- ସୁରକ୍ଷା ଜନିତ ଉପଯୁକ୍ତ ତାଲିମ ନେବା ।

ଖାଦ୍ୟ ଓ ପାନୀୟ ବିଭାଗର ସୁରକ୍ଷା ପ୍ରକ୍ରିୟା (Safety in F&B Service)

କ) ଖାଦ୍ୟ ସାମଗ୍ରୀ ଗଛିତ କରିବା (Storing of Food)

ଗରମ ଓ ଥଣ୍ଡା ଜାତୀୟ ଖାଦ୍ୟଗୁଡିକୁ ଉପଯୁକ୍ତ ତାପମାତ୍ରାରେ ଗଛିତ କରି ରଖିବା ଦରକାର । ଖାଦ୍ୟ ପଦାର୍ଥ ସର୍ବଦା ଘୋଡାଇ ରଖିବା ଉଚିତ ।

ଖ) ଯନ୍ତ୍ରପାତି ତଥା ଅନ୍ୟ ଉପକରଣ ଗୁଡିକୁ ସଫାରଖିବା (Cleaning of Equipment)

ଖାଦ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଉଥିବା ଉପକରଣ ପ୍ରସ୍ତୁତ ଓ ଗଛିତ କରାଯାଉଥିବା ସ୍ଥାନଗୁଡିକୁ ସର୍ବଦା ସଫା ସୁତୁରା ରଖିବା ଉଚିତ ।

ଗ) ଖାଦ୍ୟ ଦୂଷିତ ହେବାକୁ ନ ଦେବା (LImiting Food Contamination)

ଉଭୟ କଞ୍ଚା ଓ ରନ୍ଧା ଖାଦ୍ୟକୁ ଉପଯୁକ୍ତ ସ୍ଥାନରେ ସୁରକ୍ଷିତ ଭାବେ ରଖିବା । ପୁରୁଣା ତଥା ବାସି ଖାଦ୍ୟକୁ ବ୍ୟବହାର ନ କରିବା ଉଚିତ ।

ଘ) ଖାଦ୍ୟ ନିରାପତ୍ତା ସୁପରଭାଇଜରଙ୍କୁ ନିଯୁକ୍ତି ଦେବା (Appointing Food Safety Supervisor (FSS)

ଖାଦ୍ୟ ଓ ପାନୀୟ ସେବା ପ୍ରଦାନ କରୁଥିବା ସଂସ୍ଥା ଜଣେ ଖାଦ୍ୟ ଓ ନିରାପତ୍ତା ସୁପରଭାଇଜରଙ୍କୁ ନିଯୁକ୍ତି ଦେବା ଆବଶ୍ୟକ । FSS ଙ୍କ ମୁଖ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟ ହେଲା ଖାଦ୍ୟ ସୁରକ୍ଷିତ ରଖିବା ଓ ଖାଦ୍ୟଟି ବ୍ୟବହାର ଉପଯୋଗୀ ଅଛି କି ନାହିଁ ଯାଞ୍ଚ କରିବା ।

ଖାଦ୍ୟ ଓ ପାନୀୟ ବିଭାଗ କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କ କର୍ମକ୍ଷେତ୍ରରେ ସୁରକ୍ଷା ପ୍ରଣାଳୀ (Safety Procedure of F&B Service Staff)

- କାର୍ଯ୍ୟରେ ଯୋଗ ଦେବା ପୂର୍ବରୁ ସଫା ପୋଷାକ ପରିଧାନ କରିବା ।
- କମ ଅଳଙ୍କାର ପରିଧାନ କରିବା ।
- ନଖ, ଛୁଟି, ନିଶ, ଦାଢ଼ି ଇତ୍ୟାଦି ସର୍ବଦା କାଟିବା ।
- ଗରମ ଖାଦ୍ୟ ପରିବେଷଣ ସମୟରେ ଯତ୍ନବାନ ହୋଇ କାର୍ଯ୍ୟ କରିବା ।
- କର୍ମଚାରୀମାନେ ଅଗ୍ନିନିର୍ବାପକ ଯନ୍ତ୍ର , ଅପାତକାଳୀନ ଦ୍ୱାର ଇତ୍ୟାଦି ବିଷୟରେ ଅବଗତ ରହିବା ଦରକାର ।
- ଅପାତକାଳୀନ ପ୍ରଣାଳୀକୁ ନିୟମିତ ଅଭ୍ୟାସ କରିବା ।
- ବିଭିନ୍ନ ଜିନିଷକୁ ଉପଯୁକ୍ତ ଭାବେ ସଜାଇ ରଖିବା ।
- ଭଣ୍ଡାର କକ୍ଷକୁ ନିୟମିତ ଭାବେ ତଦାରଖ ଓ ସମୀକ୍ଷା କରିବା ।
- ବିଦ୍ୟୁତ ଉପକରଣଗୁଡିକୁ ସଠିକଭାବେ ବ୍ୟବହାର କରିବା ।
- ରାସାୟନିକ ଦ୍ରବ୍ୟ ଯଥା -ଏସିଡ , ଡିଟରଜେଣ୍ଟ (ଡେଟରଜେଣ୍ଟ), ଇତ୍ୟାଦିକୁ ଠିକ ଭାବେ ବ୍ୟବହାର କରିବା ।
- ଚଟାଣରେ ପାଣି , ତେଲ ପଡ଼ିଥିଲେ ତାକୁ ସର୍ବଦା ସଫା କରିବା ।
- ସର୍ବଦା ସୁରକ୍ଷିତ ପୋଷାକ ଓ ଜୋତା ପରିଧାନ କରିବା ।

ନିରାପତ୍ତା ଯନ୍ତ୍ରପାତି ବା ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ସୁରକ୍ଷାତ୍ମକ ଉପକରଣର ବ୍ୟବହାର (Using safety tools or personal protective equipment (PPE)

- କର୍ମକ୍ଷେତ୍ରରେ କର୍ମଚାରୀମାନେ ଆବଶ୍ୟକ ସମୟରେ କିପରି ପ୍ରାଥମିକ ଚିକିତ୍ସା ପାଇବା ତାହା ସୁନିଶ୍ଚିତ କରିବା ।
- ସବୁ ଉପକରଣ ଓ ଯନ୍ତ୍ରପାତି ଠିକ ଭାବରେ ରଖିବା ଓ ବ୍ୟବହାର ପାଇଁ ଉପଯୁକ୍ତ ଅଛିକି ନାହିଁ ସୁନିଶ୍ଚିତ କରିବା ।
- ବିଭିନ୍ନ ରକ୍ଷାତ୍ମକ ଉପକରଣ ଯଥା- Gloves, Mask, Head wear, Foot ware, glasses, goggles,ଇତ୍ୟାଦି କର୍ମଚାରୀମାନେ ବ୍ୟବହାର କରିବା ଉଚିତ ।
- କର୍ମକ୍ଷେତ୍ରରେ ନିରାପତ୍ତା ଚିହ୍ନ ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ ।
- କର୍ମକ୍ଷେତ୍ରରେ ଅଗ୍ନି ନିର୍ବାପକ ଯନ୍ତ୍ର, ପ୍ରାଥମିକ ଚିକିତ୍ସା, Fire Exit, Exhaust Fan ଇତ୍ୟାଦି ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ ।

ସୁରକ୍ଷା ପ୍ରଣାଳୀର ମାନଦଣ୍ଡର ହାସଲ (Achieving Safety Standards)

- ସମସ୍ତ ପ୍ରାଥମିକ ଚିକିତ୍ସାର ତାଲିକା ଓ ପ୍ରାଥମିକ ଚିକିତ୍ସ ଉପକରଣ ନିରୀକ୍ଷଣ କରିବା ।
- ବିଭିନ୍ନ ସୁରକ୍ଷା ପ୍ରଣାଳୀକୁ ଏକତ୍ରିତ ଭାବେ ବିନିଯୋଗ କରିବା ।
- କିଛି ସମସ୍ୟା ଓ ସଙ୍କଟ ଦେଖାଦେଲେ ତୁରନ୍ତ ସୁପରଭାଇଜରଙ୍କୁ ଅବଗତ କରାଇବା ।
- କର୍ମକ୍ଷେତ୍ରରେ ଦୁର୍ଘଟଣାକୁ ଶୂନ୍ୟ ପ୍ରତିଶତ କରିବା ।
- ସୁରକ୍ଷା ପ୍ରଣାଳୀକୁ ଦୃଢ ଭାବେ ପାଳନ କରିବା ।
- ଯନ୍ତ୍ରପତି ଓ ଉପକରଣଗୁଡିକର କ୍ଷତି ହେବାକୁ ନ ଦେବା ।

– ୦ –

https://withteachers.in/

ସପ୍ତମ ଅଧ୍ୟାୟ

ବୈଦେଶିକ ଓ ଆଞ୍ଚଳିକ ଭାଷାଶିକ୍ଷା
Learn a Foreign language or Local language including English

୧. ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଯୋଗାଯୋଗରେ ଭାଷାର ବ୍ୟବହାର (Use Language in Effective Communication)

୧.୧ ଆତିଥ୍ୟ ଶିଳ୍ପରେ ଇଂରାଜୀ ଭାଷାର ଭୂମିକା (Role of English in Hospitality Industry)

ଭାଷା ଶିକ୍ଷା ଏକ ଦକ୍ଷତା । ଏହା ଦ୍ୱାରା ବିଭିନ୍ନ ଦେଶର ପର୍ଯ୍ୟଟକ ଅତିଥିମାନଙ୍କୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିବା ପାଇଁ ଭାଷା ଏକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ ତଥା ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଭୂମିକା ନିର୍ବାହ କରିଥାଏ । ଆତିଥ୍ୟ ଶିଳ୍ପ ଏକ ଜନକୈନ୍ଦ୍ରିକ ଶିଳ୍ପ । ଏହା ମଧ୍ୟ ପର୍ଯ୍ୟଟକ ଶିଳ୍ପର ଏକ ଅଂଶ। ଇଂରାଜୀ ଏକ ଆନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ଭାଷା । ଆନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ପର୍ଯ୍ୟଟକମାନଙ୍କ ସହ ବାର୍ତାଳାପ ,ବ୍ୟବସାୟିକ କଥୋପକଥନ ଏହି ଭାଷା ମାଧ୍ୟମରେ ସଂପନ୍ନ କରାଯାଇଥାଏ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଇଂରାଜୀ କଥୋପକଥନ ଦ୍ୱାରା ଅତିଥି ପର୍ଯ୍ୟଟକ ମାନଙ୍କୁ ପ୍ରଭାବିତ କରାଯାଇଥାଏ । ସେମାନଙ୍କୁ ଏହିଦିଗରେ ଉତ୍ସହିତ କରାଯାଇଥଏ । ଫଳରେ ନୂତନ ସୁଯୋଗ ସୃଷ୍ଟିକରୀ ସେମାନଙ୍କୁ ତଥା ଅନ୍ୟମାନଙ୍କୁ ଏହି ଶିଳ୍ପ ପ୍ରତି ଆକର୍ଷିତ କରାଯାଇପାରେ । ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଇଂରାଜୀ ଯୋଗାଯୋଗ ଦ୍ୱାରା ଆତିଥ୍ୟ ଓ ପର୍ଯ୍ୟଟକ ଶିଳ୍ପ ବୃଦ୍ଧି ଘଟିଥାଏ । ଫଳରେ ଦେଶର ଆର୍ଥିକ ସ୍ଥିତି ସୁଧୁରିଥାଏ ଓ ନିଯୁକ୍ତି ସୁଯୋଗ ସୃଷ୍ଟି ହୋଇଥାଏ ।

୧.୨ ଆତିଥ୍ୟ ଶିଳ୍ପରେ ବୈଦେଶିକ ଭାଷାର ଭୂମିକା (Role of foreign language in hospitality industry)

ଆନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ଅତିଥିମାନଙ୍କୁ ଆତ୍ମସନ୍ତୋଷ ଦେବା ପାଇଁ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଯୋଗାଯୋଗର ଗୁରୁତ୍ୱ ରହିଛି । ପୃଥିବୀର ବହୁତ ଦେଶ ରହିଛି ଯାହାର ଲୋକମାନେ ନିଜର ମାତୃଭାଷାରେ କଥୋପକଥନ କରିବାକୁ ପସନ୍ଦ କରନ୍ତି । ଅର୍ଥନୈତିକ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣରୁ ଆତିଥ୍ୟ ଓ ପର୍ଯ୍ୟଟକ

ଶିଳ୍ପ ବହୁତ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଏହି ଶିଳ୍ପରେ ଯୋଗାଯୋଗର ଭୂମିକା ଯଥେଷ୍ଟ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ।

ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ଯୁକ୍ତରାଷ୍ଟ୍ର ଆମେରିକାରେ ବୁଲିବାବେଳେ ବା ହୋଟେଲ୍ରେ ରହଣି ସମୟରେ ଜଣେ ଆମେରିକୀୟ ଆମକୁ ଓଡ଼ିଆରେ କଥାବାର୍ତା କରନ୍ତି। ତେବେ ଆମକୁ ଏହା ମୁଗ୍ଧ କରିବା ଓ ଭଲ ଲାଗିବ । ପରେ ଓଡିଶା ପ୍ରତ୍ୟାବର୍ତନ ପରେ ଅନ୍ୟମାନଙ୍କୁ ଏ ବିଷୟରେ ଆମେ ଅବଗତ କରାଇବା , ଯାହାଦ୍ୱାରା ଯୁକ୍ତରାଷ୍ଟ୍ର ଆମେରିକାରେ ଓଡ଼ିଶାର ପର୍ଯ୍ୟଟକ ସଂଖ୍ୟା ବୃଦ୍ଧି ଘଟିବ ଓ ଅର୍ଥନୀତିର ବୃଦ୍ଧି ଘଟିବ । ଆତିଥ୍ୟ ଓ ପର୍ଯ୍ୟଟନ ଶିଳ୍ପରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିମାନେ ବହୁଭାଷୀ ହେବା ଉଚିତ । ସେମାନେ ଆଂଚଳିକ ଭାଷା ସହିତ ଇଂରାଜୀ, ଫ୍ରାନ୍ସ, ଇଟାଲୀ, ଜାପାନୀ, ଇତ୍ୟାଦି ଭାଷା ଜାଣିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଯାହାଦ୍ୱାରା ପଦୋନ୍ନତି ହେବା ସହିତ ଆତିଥ୍ୟ ଓ ପର୍ଯ୍ୟଟନ ଶିଳ୍ପର ପ୍ରାଧାନ୍ୟ ଘଟିଥାଏ ।

୧.୩ Development of Short Communication Sentence:

DEVELOPMENT OF SHORT COMMUNICATION SENTENCE IN ENGLISH & FRENCH

ENGLISH	FRENCH
Hello	Bonjour
Goodbye	Au revoir
Good Morning	Bonjour
Good afternoon	Bon apres-midi
Good Night	Bonne nuit
Good Evening	Bonsoir
How are you?	Comment ca va?
Hi! I am fine thanks	Salut ! Je vais bien merci !
Very well & you	Bein et vous?
Please	S'il vous plait
Thank you/ very much	Merci/ beaucoup
You are welcome	Je vous en prie
See you later	A Bientot
It is nice to meet you	Enchante
Excuse me	Excuse-moi
Sorry	Pardon
What is your name?	Comment vous appelez-vous?
How old are you?	Quel age as-tu?
Where are you from?	D'ou viens-tu?
What do you do?	Qu'est-ce que tu fais?
Where do you live?	Ou habites-tu?
I live in Paris.	J'habit a Paris.
Do you have any brothers or sisters?	Est-ce que tu as des frères frères et soeurs?
I have two brothers and one sister?	J'ai deux frères et une soeur.
What do you like to do?	Qu'est-ce que tu aimes faire?
I like going out with my friends.	J'aime sortir avec mes amis.
It was a pleasure meeting you. See you soon!	J'ai ete ravi de faire ta connaissance. A bientot!

https://withteachers.in/

INTRODUCTION YOURSELF IN ENGLISH	INTRODUCE YOURSELF IN FRENCH (PRESENTATION)
Hello, Nice to meet you	Bonjour-Enchante
My name is Amit	Je m’appelle Amit
I am a student	Je suis etudiante.
I study arts	J’etudie l’art
I am from Bhubaneswar	Je viens de Bhubaneswar
I am 15	J’ai 15 ans
I am Indian	Je suis Indiene
I speak French & English	Je parle Francais et Englais
One of my habit is reading	Un de mes pabbetamps ettla lecture
I enjoy listing to music	J’ aime e’couter
Thanks	Merci

୧.୪ ସହକର୍ମୀଙ୍କ ସହ ଯୋଗାଯୋଗ (Communication with Colleague)

ସହକର୍ମୀଙ୍କ ସହ ଉତ୍ତମ ବିଝାମଣା ଓ ଯୋଗାଯୋଗ ଉଭୟଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଦୂରତା କମାଇଥାଏ ଓ ବନ୍ଧୁତା ବଢ଼ାଇଥାଏ । ଏହି ବନ୍ଧୁତା ଦୃଢ଼ କରିବାପାଇଁ ନିମ୍ନମତେ ସଜାଗ ରହିବ ଆବଶ୍ୟକ ।

- ସକ୍ରିୟ ଭାବରେ ଶ୍ରବଣ କରିବା ।
- ସାବଧାନତାର ସହିତ କଥାବାର୍ତ୍ତା ଏବଂ ମୁହାଁମୁହିଁ କଥା ହେବା ।
- ସମାଲୋଚନାକୁ ଗଠନ ମୂଳକ ଭାବରେ ଗ୍ରହଣ କରିବା ।
- ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଭାବେ କଥା ହେବା କିନ୍ତୁ ଅନ୍ୟବଶ୍ୟକ ଭାବେ ନୁହେଁ ।
- ଯୋଗାଯୋଗର ଉଚିତ ମାଧ୍ୟମ ସହିତ ପ୍ରଯୁକ୍ତି ବିଦ୍ୟାର ଶିଷ୍ଟାଚାର ଜାଣିବା ।
- ସହକର୍ମୀମାନଙ୍କୁ କେଉଁ ବିଷୟ ବସ୍ତୁ କିପରି ଆଲୋଚନା କରିବା ସେଥିପ୍ରତି ସତର୍କତା ଅବଲମ୍ବନ କରିବା ।
- କ୍ଷୁଦ୍ର, ସହଜ ଏବଂ ସ୍ପଷ୍ଟଭାବରେ କହିବା ଓ ଲେଖିବା ।

୧.୫ ବୈଦେଶିକ ଭାଷାର ଶବ୍ଦକୁ ଶୁଣିବା ଓ ବୁଝିବା (Listening and Understanding the Foreign language words)

- ବାର୍ତ୍ତାଳାପବେଳେ ପ୍ରଥମେ ଶୁଣିବା ଏବଂ ଶୁଣିବାବେଳେ କଥା କହିବା ନାହିଁ ।
- ବକ୍ତାକୁ ସହଜ, ସ୍ୱଚ୍ଛନ୍ଦ ଏବଂ ଚିନ୍ତାମୁକ୍ତ ହୋଇ କହିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବା ।

- ବକ୍ତାଙ୍କ ଆଡକୁ ଚାହିଁବା ଓ ଶୁଣିବାର ଆଗ୍ରହ ପ୍ରଦର୍ଶନ କରିବା । ବୁଝିବା ପାଇଁ ଶୁଣିବା, ମାତ୍ର ବିରୋଧ କରିବା ପାଇଁ ନୁହେଁ ।
- ଅମନଯୋଗୀ ଓ ଅନ୍ୟମନସ୍କ ହେବା ନାହିଁ । ବାର୍ତ୍ତାଳାପବେଳେ କିଛି ଲେଖାଲେଖି ବା ନିଜ ପାଖରେ ଥିବା କାଗଜପତ୍ର ସଜଡା ସଜାଡି କରିବା ନାହିଁ ।
- ନୀରବତା ପାଇଁ ଆବଶ୍ୟକ ହେଲେ ଘରର କବାଟ ବନ୍ଦ ରଖିବା ।
- ବକ୍ତାଙ୍କ ପ୍ରତି ସମ୍ବେଦନଶୀଳ ହେବା ।
- ଧୈର୍ଯ୍ୟଶୀଳ ହେବା ।
- କ୍ରୋଧ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ କରିବା ।

୨. ସ୍ୱଷ୍ଟ ଏବଂ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଯୋଗାଯୋଗର ପ୍ରଦର୍ଶନ (Clear and Concise Communication)

ଆମେ ଯାହା କହିବା, ତାହା ଶ୍ରୋତାମାନଙ୍କର ବୋଧଗମ୍ୟ ହେବା ଉଚିତ । ଏଥିପାଇଁ ଆମର ଉଚ୍ଚାରଣ ସ୍ୱଷ୍ଟ ହେବା ଉଚିତ । ବାକ୍ୟ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଯେପରିକି ପ୍ରତ୍ୟେକ ଶବ୍ଦକୁ ଶ୍ରୋତାମାନେ ସ୍ୱଷ୍ଟଭାବେ ଶୁଣିବେ ଓ ବୁଝିପାରିବେ

୨.୧ କହିବା ସମୟରେ ଦ୍ୱିଧା ଓ ଭୟମୁକ୍ତ ରହିବା (Speaking without hesitation and fear of being incorrect)

ଯୋଗାଯୋଗ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ କିପରି ଦ୍ୱିଧା ଓ ଭୟ ସୃଷ୍ଟି ନ ହୁଏ ତାହା ପ୍ରଥମେ ଜାଣିବା । ଏହା ସ୍ୱଳ୍ପ ଜ୍ଞାନ ଓ ଦକ୍ଷତା ଅଭାବରୁ ସୃଷ୍ଟି ହୋଇଥାଏ । ପ୍ରଥମେ ଆମକୁ ସେହି ଦ୍ୱିଧା ଓ ଭୟ ଦୂରେଇବା ଉଚିତ । ପ୍ରତିଦିନ କିଛିକିଛି ଯୋଗାଯୋଗର ଅଭ୍ୟାସ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଆମ ସାଙ୍ଗସାଥି ପଡୋଶୀ ଓ ସହକର୍ମୀ ସହ କଥାବାର୍ତ୍ତା ହେବା । ଆଇନାସମ୍ମୁଖରେ କଥାହେବା ଓ କଥାବାର୍ତ୍ତା କରୁଥିବା ସମୟରେ ଭିଡିଓ କରିବା । ପରବର୍ତ୍ତୀ ସମୁଖରେ ସେଗୁଡିକ ଦେଖି ନିଜକୁ ସଂଶୋଧନ କରିବା । ଫଳରେ ଯୋଗାଯୋଗର ପ୍ରକ୍ରିୟାରୁ ଦ୍ୱିଧା ଓ ଭୟ ଦୂର ହୋଇପାରିବ । ନିଜର ସୁନ୍ଦା ଉଚ୍ଚାରଣ ମାଧ୍ୟମରେ ଅନ୍ୟକୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରିବା ଏକ କଳା । ଏହାକୁ ଆୟତ୍ତ କରିବା ବାଞ୍ଛନିୟ ।

୨.୨ ଅଭିଯୋଗ ସମସ୍ତଙ୍କୁ ଜଣାଇବା ଓ ସମାଧାନ କରିବା (Sharing and Soling of Complaints)

ବ୍ୟବସାୟ ଅନୁଷ୍ଠାନରେ ଅଭିଯୋଗ ଏକ ଅଂଶ ଅଟେ । ଏହି ଅଭିଯୋଗ ପାଇଁ ସମାଧାନର କୌଶଳ ଜାଣିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଅସନ୍ତୁଷ୍ଟ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ସଂଖ୍ୟା ହ୍ରାସ କରିବା ପାଇଁ ସମାଧାନର ପ୍ରକ୍ରିୟା ବାହାର କରିବାକୁ ପଡିବ ।

ସେଥିପାଇଁ ପ୍ରଦତ୍ତ ପ୍ରଣାଳୀ ଅନୁସରଣୀୟ-

- ଉଦ୍ଦେଶପୂର୍ଣ୍ଣ ଭାବରେ ଶ୍ରବଣ କରିବା ।
- ଅଭିଯୋଗକାରୀଙ୍କ ଧନ୍ୟବାଦ ଦେବା ।
- ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କ ଅନୁଭବକୁ ଜାଣିବା ।
- କ୍ଷମା ପ୍ରାଥନା କରିବା ।
- ଚୁକ୍ତି ସ୍ୱାକ୍ଷର କରିବା ।
- ସମାଧାନର ମାର୍ଗ ଶୀଘ୍ର ବାହାର କରିବା ।

୨.୩ ଶବ୍ଦଭଣ୍ଡାର ଓ ଅଭିବ୍ୟକ୍ତି (Vocabulary and Expressions)

ବାଚନିକା ଓ ଅଣବାଚନିକ ଯୋଗାଯୋଗର ଶବ୍ଦଗୁଡ଼ିକ ଚିହ୍ନଟ କରିବା ଏବଂ ଏହା ସହିତ ମୁଖଭଙ୍ଗୀ, ଶାରୀରିକ ଭାଷାକୁ ଠିକ ରୂପେ ବୁଝିବା । କାର୍ଯ୍ୟକ୍ଷେତ୍ରରେ ବ୍ୟବହୃତ ହେଉଥିବା ଶବ୍ଦକୁ ଜାଣିବା । କୌଣସି ଏକ ଭାଷାଶିକ୍ଷା ପୂର୍ବରୁ ସେହି ଭାଷାର ବିଭିନ୍ନ ଶବ୍ଦଗୁଡିକୁ ଶିଖିବା ଓ ଜାଣିବା ସହିତ ବ୍ୟବହାର କରିବା । ଯେପରିକି ଆମେ ଇଂରାଜୀ ଶିକ୍ଷା ସମୟରେ ପ୍ରଥମେ ଅକ୍ଷର ଶିକ୍ଷା ଓ ଶବ୍ଦ ଶିକ୍ଷା କରିଥାଉ । ପରବର୍ତ୍ତୀ ସମୟରେ ବାକ୍ୟ ଶିକ୍ଷା ଲାଭ କରୁ ।

୨.୪ ଭାଷାଶିକ୍ଷାର ପାରଦର୍ଶିତା (Language Proficiency to working knowledge level)

ଭାଷାଶିକ୍ଷାର ପାରଦର୍ଶିତା କହିଲେ ଏକ ବା ଏକାଧିକ ଭାଷା କହିବା, ଶୁଣିବା ଓ ବୁଝିବାକୁ କୁହାଯାଏ । ପର୍ଯ୍ୟଟନ ଓ ଆତିଥ୍ୟ ଶିଳ୍ପରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଥିବା ପ୍ରତ୍ୟେକ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କୁ ଇଂରାଜୀ ଭାଷାରେ ପାରଦର୍ଶିତା ଥିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଇଂରାଜୀ ଶିକ୍ଷା ବ୍ୟକ୍ତିର ଦୃଢ଼ବିଶ୍ୱାସ, ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱ ଓ ଶାରୀରିକ ଭାଷାରେ ମଧ୍ୟ ଉନ୍ନତି ଘଟିଥାଏ । ପର୍ଯ୍ୟଟନ ଓ ଆତିଥ୍ୟ ଶିଳ୍ପ କ୍ଷେତ୍ରରେ ବୈଦେଶିକ ଭାଷାର ଗୁରୁତ୍ୱ ରହିଛି । ବୈଦେଶିକ ଭାଷା ଆରହଣ କଲେ ଆମେ ସେ ଦେଶର ଭାଷା ବ୍ୟତୀତ ସାହିତ୍ୟ, କଳା ଓ ସଂସ୍କୃତି ବିଷୟରେ ଅବଗତ ହୋଇପାରିବ । ଫଳରେ ମନରେ ସ୍ୱତ୍ୱ ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟିହେବ । ଏଣୁ ଆଗ୍ରହୀ ବ୍ୟକ୍ତିଟି ପର୍ଯ୍ୟଟକ ହେବାପାଇଁ ଇଛାପ୍ରକଟ କରିପାରିବ । ତେଣୁ ଭାଷା ପୃଥିବୀର ବିଭିନ୍ନ ଲୋକଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଭାବ ଆଦାନ ପ୍ରଦାନର ଏକ ମାଧ୍ୟମ ।

— ୦ —

https://withteachers.in/