



বাংলাদেশ পর্যটন করপোরেশন



# বিপণন নীতিমালা



## বাংলাদেশ পর্যটন করপোরেশন

বেসামরিক বিমান পরিবহন ও পর্যটন মন্ত্রণালয়  
গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার



# বাংলাদেশ পর্যটন করপোরেশন

পর্যটন ভবন, প্লট : ই-৫ সি/১, পশ্চিম আগারগাঁও, শেরে বাংলা নগর, প্রশাসনিক এলাকা, ঢাকা-১২০৭, বাংলাদেশ।

ফোন ০২-৪৪৮২৬৫১৪, ফ্যাক্স : ০২-৪৪২৬৫০৫

Parjatan Bhaban, Plot : E-5 C/1, West Agargaon, Sher-e-Bangla Nagar Administrative, Area, Dhaka-1207

Tel : 02-44826514, Fax : 02-4426505, bpchopr@gmail.com



# বিপণন নীতিমালা ২০২০

প্রণয়ন ও প্রকাশনা

বাংলাদেশ পর্যটন করপোরেশন

প্রকাশকাল

নভেম্বর ২০২০

বাংলাদেশ পর্যটন করপোরেশন কর্তৃক সর্বস্বত্ব সংরক্ষিত

মুদ্রণ

আনিকা প্রিন্টার্স, নীলক্ষেত, ঢাকা

বাংলাদেশ পর্যটন করপোরেশন

পর্যটন ভবন, প্লট ৪ ই-৫ সি/১, পশ্চিম আগারগাঁও, শেরে বাংলা নগর,  
প্রশাসনিক এলাকা, ঢাকা-১২০৭, বাংলাদেশ।



## সূচীপত্র

১.	ভূমিকা	৪
২.	বিপণন নীতিমালার লক্ষ্য	৪
৩.	বিপণন নীতিমালার উদ্দেশ্য	৪
৪.	মূলনীতি	৪
৫.	বিপণনযোগ্য পণ্য ও সেবা	৫
	(১) পণ্য ও সেবা	৫
	(২) সহায়ক সুবিধা	৫
৬.	লক্ষিত গ্রাহক (Target Group)	৫
৭.	বিপণন কৌশল	৫
৮.	অনন্য বিক্রয় প্রস্তাবনা (Unique Selling Proposition)	৫
৯.	বিপণন পদ্ধতি	৬
	(১) বিজ্ঞাপন	৬
	(২) প্রমোশনাল কার্যক্রম	৬
	(৩) জনসংযোগ	৬
	(৪) সরাসরি বিপণন	৭
	(৫) ডিজিটাল মার্কেটিং/প্রমোশন	৭
	(৬) অন্যান্য	৮
১০.	বাজেট বরাদ্দ	৮
১১.	উপসংহার	৮



## ১. ভূমিকা

বর্তমান বিশ্বে পর্যটন একটি একক বৃহত্তম শিল্প। সারা বিশ্বে প্রতি ১০ জন কর্মজীবির মধ্যে ০১ জন পর্যটন শিল্পে জড়িত। পর্যটন একটি শ্রমঘন শিল্প হওয়াতে এ শিল্পের মাধ্যমে ব্যাপক কর্মসংস্থান সৃষ্টি, দারিদ্র্য বিমোচন তথা আর্থ সামাজিক উন্নয়ন সম্ভব। এ লক্ষ্যকে সামনে রেখে ১৯৭২ সালে জাতির পিতা বঙ্গবন্ধু শেখ মুজিবুর রহমান বাংলাদেশ পর্যটন করপোরেশন (বাপক) প্রতিষ্ঠা করেন। প্রতিষ্ঠার পর থেকে বাংলাদেশ পর্যটন করপোরেশন এই শিল্পের উন্নয়নে নিরলসভাবে কাজ করে যাচ্ছে। দেশের পর্যটন শিল্পের উন্নয়নের পথিকৃৎ হিসেবে বাপক দেশের বিভিন্ন দর্শনীয় স্থানে/পর্যটন সাইটে হোটেল, মোটেল, রিসোর্ট, শুষ্কমুক্ত কার্যক্রম, বার, রেস্টুরেন্ট, পিকনিক স্পট প্রভৃতি সৃষ্টি করে আসছে। বর্তমানে সংস্থার ইউনিটগুলোকে লাভজনক করার/রাখার জন্য বাণিজ্যিক প্রচার ও প্রসার একান্তভাবে জরুরি। দেশে বেসরকারি খাতে পর্যটন অবকাঠামোর ব্যাপক বিস্তৃতির ফলে ক্রমবর্ধমান প্রতিযোগিতার মুখে সরকারি প্রতিষ্ঠান বাংলাদেশ পর্যটন করপোরেশনের প্রবৃদ্ধির ধারাবাহিকতা রক্ষার জন্য এ বিপণন নীতিমালা প্রণয়ন করা হয়েছে।

## ২. বিপণন নীতিমালার লক্ষ্য

- (ক) বাপক কর্তৃক সৃষ্ট সুবিধাদির প্রচার ও বিপণন;
- (খ) বাপক এর হোটেল, মোটেল, রেস্টুরেন্ট ও বার, পিকনিক স্পট, রিসোর্ট, শুষ্কমুক্ত কার্যক্রম প্রভৃতির সুবিধাদি প্রচার ও বিপণনের মাধ্যমে আয় বৃদ্ধি;
- (গ) বাংলাদেশ পর্যটন করপোরেশনকে একটি সেবামুখী ও লাভজনক প্রতিষ্ঠানে পরিণত করা এবং এর ধারাবাহিকতা রক্ষা করা;
- (ঘ) নতুন পর্যটন স্থাপনা তৈরির জন্য বাংলাদেশ পর্যটন করপোরেশনের আর্থিক ভিত্তি মজবুত করা;
- (ঙ) বাংলাদেশকে এশিয়ার একটি উত্তম পর্যটন গন্তব্য হিসেবে পরিচিত করানো এবং বাংলাদেশে বিদেশী পর্যটকদের আকৃষ্ট করা।

## ৩. বিপণন নীতিমালার উদ্দেশ্য

- (ক) বিদ্যমান পর্যটন বাজারে বাপক এর বর্তমান অংশীদারিত্ব অব্যাহত রাখা ও সম্প্রসারণ এবং সম্প্রসারণশীল বাজারে অংশীদারিত্ব বৃদ্ধি করা;
- (খ) পর্যটন মৌসুমে অকুপেসী হার পর্যায়ক্রমে ৯০ শতাংশে এবং অমৌসুমে অকুপেসী হার পর্যায়ক্রমে ৭০ শতাংশে উন্নীত করা;
- (গ) অবস্থানকারী/ অতিথিবৃন্দের গড় অবস্থানকাল ৩০ শতাংশ বৃদ্ধি করা;
- (ঘ) হোটেল, মোটেল, কটেজ, রেস্টুরেন্ট, শুষ্কমুক্ত কার্যক্রম, রিসোর্ট প্রভৃতির আয় বৃদ্ধিসহ সামগ্রিকভাবে বাপক এর বার্ষিক আয় ন্যূনতম ১৫ শতাংশ হারে বৃদ্ধি করা।

## ৪. মূলনীতি

বাংলাদেশ পর্যটন করপোরেশন একটি সরকারি সেবাদানকারি প্রতিষ্ঠান বিধায় এ বিপণন নীতিমালা পর্যটক-চাহিদাভিত্তিক (Market-led) না হয়ে পর্যটক-অবহিত/যোগান ভিত্তিক (Market-informed) হবে। এ নীতিমালা ন্যায্যনুগ সেবা প্রদানের লক্ষ্যে আইনের আওতায় পরিচালিত হবে এবং এর দ্বারা কোন সামাজিক বা পেশাগত দায়িত্বসীমা (Social and



Professional Ethics) অতিক্রম করা যাবে না। এ নীতিমালা ব্যবসা ক্ষেত্রে সাধারণভাবে গ্রহণযোগ্য প্রতিযোগিতাকে উৎসাহিত করবে। এর আওতায় সকল যোগাযোগ যথাযথ হবে এবং কোনক্রমেই তা বিদ্রাস্তিকর হবে না।

৫. বিপণনযোগ্য পণ্য ও সেবা

(১) পণ্য ও সেবা

- (ক) হোটেল, মোটেল, বোটেল, কটেজ এবং রিসোর্ট;
- (খ) রেস্টুরেন্ট;
- (গ) রেস্টুরেন্ট ও বার;
- (ঘ) শুদ্ধমুক্ত কার্যক্রম;
- (ঙ) ট্যুরস এন্ড ট্রাভেলস;
- (চ) এন, এইচ, টি, আই;
- (ছ) পিকনিক স্পট, বিনোদন সুবিধাদি;
- (জ) তথ্য সেবা/পরামর্শ সেবা প্রভৃতি।

(২) সহায়ক সুবিধা

- (ক) সরকারি সেবা;
- (খ) নিরাপত্তা;
- (গ) নির্বাঞ্ছাট;
- (ঘ) সহজগম্য।

৬. লক্ষিত গ্রাহক (Target Group)

- (ক) সাধারণ ভ্রমণকারী;
- (খ) তরণ, প্রতিবন্ধী, সিনিয়র সিটিজেন;
- (গ) ব্যবসার উদ্দেশ্যে নিয়মিত ভ্রমণকারী;
- (ঘ) হলিডে মেকারস;
- (ঙ) সরকারি প্রয়োজনে ভ্রমণকারী কর্মকর্তা/কর্মচারী;
- (চ) গবেষণা ও শিক্ষা সফরে গমনকারী গবেষক, শিক্ষক ও শিক্ষার্থী;
- (ছ) বিভিন্ন মন্ত্রণালয়/বিভাগ/দপ্তর/সংস্থা কর্তৃক আয়োজিত অনুষ্ঠানে অংশগ্রহণকারী;
- (জ) বিভিন্ন সরকারি/বেসরকারি অফিস/কোম্পানী/এনজিও প্রভৃতির সভা, সেমিনার, সিম্পোজিয়াম, এজিএম, সম্মেলন, প্রশিক্ষণ, পার্টি, পিকনিক এবং সামাজিক অনুষ্ঠান প্রভৃতি।

৭. বিপণন কৌশল

- (ক) আকর্ষণীয় ও যুক্তিসঙ্গত মূল্য;
- (খ) নির্ভরযোগ্যতা;
- (গ) নিরাপদ ও ঝুঁকিমুক্ত;
- (ঘ) অনলাইন বুকিং ও পেমেন্ট সুবিধা।

৮. অনন্য বিক্রয় প্রস্তাবনা (Unique Selling Proposition)

নিরাপদ, ঝুঁকিহীন, বামেলামুক্ত, আনন্দদায়ক ও পরিবেশবান্ধব সেবা।



## ৯. বিপণন পদ্ধতি

### (১) বিজ্ঞাপন

- (ক) বহুল প্রচারিত সংবাদপত্র ও টেলিভিশনে প্রদত্ত সেবা ও পণ্যের বিজ্ঞাপন প্রচার;
- (খ) গুরুত্বপূর্ণ স্থান যেমন-বাসস্ট্যান্ড, রেলস্টেশন, সিটমার/লঞ্চঘাট/বিমানবন্দর, সরকারি অফিস, বাণিজ্যিক এলাকায় আকর্ষণীয় ডিজিটাল প্যানেল/প্রচারণা বোর্ড স্থাপন;
- (গ) যে সকল এলাকায় বাপক এর হোটেল/মোটেল/রেস্টুরেন্ট/বার/রিসোর্ট আছে সে এলাকায় ডিজিটাল প্যানেলবোর্ড স্থাপন;
- (ঘ) পর্যটন হোটেল/মোটেল/রেস্টুরেন্ট/বার/রিসোর্ট এর নিকটবর্তী স্থানে নির্দেশক স্থাপন;
- (ঙ) বিভিন্ন সরকারি-বেসরকারি প্রতিষ্ঠানের টেলিফোন/ বিজনেস ডাইরেক্টরি/ স্মরণিকা/ এয়ারলাইন্স ম্যাগাজিন এবং পর্যটন প্রচার ও উন্নয়নে সহায়ক এমন অন্যান্য প্রকাশনায় বিজ্ঞাপন প্রকাশ;
- (চ) আন্তর্জাতিক বিজ্ঞাপন প্ল্যাটফর্মকে ব্যবহার।

### (২) প্রমোশনাল কার্যক্রম

- (ক) কার্ড/ গিফট ভাউচারের বিপরীতে ১০-২০% মূল্যছাড়ের ঘোষণা প্রদান এবং তা সুবিধাজনক পণ্য/সেবা বিক্রয়কারী প্রতিষ্ঠানের মাধ্যমে বিতরণ;
- (খ) বছরের নির্দিষ্ট সময়ে কোন পর্ব/উৎসব উপলক্ষে বাপকের পণ্য ও সেবার উপর ১০-৩০% পর্যন্ত মূল্যছাড়ের ঘোষণা;
- (গ) বছরের নির্দিষ্ট কিছু দিনকে টার্গেট করে বিনোদনমূলক অনুষ্ঠান আয়োজন;
- (ঘ) বছরে ১/২ টি প্রতিযোগিতামূলক অনুষ্ঠানের আয়োজন;
- (ঙ) জাতীয় বা স্থানীয় কোন অনুষ্ঠান স্পন্সর;
- (চ) বছরে ৩/৪ জন সেলিব্রিটিকে এনডোর্সমেন্ট প্রদান;
- (ছ) নির্দিষ্ট কিছু প্রতিষ্ঠান/ব্যক্তির সুপারিশে ১০-৩০% মূল্যছাড়;
- (জ) হোটেল/মোটলে একাধিকবার অবস্থানের ক্ষেত্রে একই মাসে ২য় বার থেকে ১০% এবং একই বছরে ৬ষ্ঠ বার থেকে ২০% এবং ১০ম বার থেকে ৩০% মূল্যছাড়ের ঘোষণা;
- (ঝ) ট্যুরিস্ট গাইড বুক/ট্যুরিস্ট ম্যাপমুদ্রণ ও বিতরণ;
- (ঞ) দেশীয় ট্যুর অপারেটরদের ২৫% রেয়াত প্রদান;
- (ট) দেশের বিশিষ্ট ব্যক্তি, বিভিন্ন প্রতিষ্ঠান এবং পররাষ্ট্র মন্ত্রণালয়ের মাধ্যমে বিদেশে অবস্থিত বাংলাদেশ মিশনসমূহে এবং পর্যটক উৎস দেশসমূহে (Tourist Generating Countries) সুভেনিয়ার প্রেরণ।

### (৩) জনসংযোগ

- (ক) বাপক এর সকল প্রকার কার্যক্রম এবং অতিথি সেবা, পণ্য এবং মানবসম্পদ উন্নয়নসহ সকল বিষয় তুলে ধরে একটি স্বয়ংসম্পূর্ণ ওয়েবসাইট প্রণয়ন;
- (খ) বাপকের সুযোগ সুবিধাদির বিস্তারিত বর্ণনাসহ তা গ্রহণের অনুরোধ জানিয়ে মাঝে মাঝে সকল সরকারি দপ্তর/সংস্থা/বিভাগ/মন্ত্রণালয়ে আধাসরকারি পত্র প্রেরণ;



- (গ) বাপকের সুযোগ সুবিধাদির বিস্তারিত বর্ণনাসহ তা গ্রহণের অনুরোধ জানিয়ে মাঝে মাঝে সকল বাণিজ্যিক সংগঠনের (জেলা পর্যায় পর্যন্ত) নিকট অনুরোধ জ্ঞাপন;
- (ঘ) বাপকের সুযোগ সুবিধাদির বিস্তারিত বর্ণনাসহ তা গ্রহণের অনুরোধ জানিয়ে নির্দিষ্ট মৌসুমে স্কুল/কলেজ/বিশ্ববিদ্যালয়ে পত্র প্রেরণ;
- (ঙ) বাপকের সুযোগ সুবিধাদির বিস্তারিত বর্ণনাসহ তা গ্রহণের অনুরোধ জানিয়ে এনজিও, ব্যাংক এবং অন্যান্য কর্পোরেট বডি'র নিকট পত্র প্রেরণ;
- (চ) টেলিভিশনে আলোচনা অনুষ্ঠানের আয়োজন;
- (ছ) মাঝে মাঝে রেডিও টেলিভিশন পত্রিকায় প্রেস বিজ্ঞপ্তি/সংবাদ/প্রবন্ধ প্রেরণ ও তা প্রচার মুদ্রণের ব্যবস্থাকরণ।

#### (৪) সরাসরি বিপণন

- (ক) একটি ই-মেইল ডাটাবেজ তৈরি করে নির্দিষ্ট সময় পরপর নির্দিষ্ট অফার সম্বলিত টেমপ্লেট মেইল প্রেরণ করা;
- (খ) নির্দিষ্ট কিছু সময়ে কোন গ্রুপ বা বৃহৎ গ্রাহকের জন্য বড় আকারের মূল্যছাড় ঘোষণা;
- (গ) বিভিন্ন অনুষ্ঠান আয়োজন করে এমন মন্ত্রণালয়/বিভাগ/দপ্তর/সংস্থার সম্ভাব্য সেবা গ্রহীতাদের কাছে বাপকের পক্ষ থেকে বছরের বিভিন্ন সময়ে পাওয়ার পয়েন্ট/ভিডিও উপস্থাপন;
- (ঘ) কোন মন্ত্রণালয়/বিভাগ/দপ্তর/সংস্থা কে নির্দিষ্ট অফারসহ তাদের সাথে সরাসরি যোগাযোগ;
- (ঙ) গ্রাহকের মোবাইলে সরাসরি যোগাযোগ করে বিভিন্ন পণ্য ও সেবার বর্ণনা দেয়া ও তা গ্রহণের অনুরোধ জানানো;
- (চ) পর্যটন আকর্ষণ সংশ্লিষ্ট বিভিন্ন অধিদপ্তর/পরিদপ্তর/সংস্থা (প্রত্নতাত্ত্বিক অধিদপ্তর/বন অধিদপ্তর/পরিবেশ অধিদপ্তর) ইত্যাদির সাথে যৌথ প্রচারণার উদ্যোগ গ্রহণ।

#### (৫) ডিজিটাল মার্কেটিং/প্রমোশন

- (ক) ফেসবুক পেইজ খুলে তাতে প্রতিদিন প্রদত্ত সেবা ও পণ্যের বর্ণনামূলক পোস্ট দেয়া;
- (খ) বাংলাদেশের বিভিন্ন পর্যটন এলাকার এবং বাপক এর প্রতিটি স্থাপনার উপর স্বল্প দৈর্ঘ্যের ভিডিও তৈরি করে প্রচার এবং তা ইউটিউবে আপলোড করা;
- (গ) মোবাইল মেসেজিং এর মাধ্যমে বিজ্ঞাপন প্রচার করা;
- (ঙ) টুইটার এ্যাকাউন্ট খুলে সেখানে বিভিন্ন পণ্য ও সেবার প্রচার করা;
- (চ) ফেসবুক পেইজে ভ্রমণ সংক্রান্ত লেখা প্রকাশের ব্যবস্থা করা;
- (ছ) ফেসবুকের ফলোয়ার সংখ্যা বাড়ানোর জন্য প্রয়োজনীয় সংখ্যক কর্মকর্তা/কর্মচারীকে পদায়ন করা;
- (জ) অন-লাইন ক্যাটারিং সেবা প্রদান করার উদ্যোগ গ্রহণ করা।



## ৬. অন্যান্য

- (ক) মৌসুমকালীন সময় ছাড়া সরকারি কর্মকর্তা/কর্মচারীদেরকে বিশেষ রেয়াত প্রদান করে তা প্রচারণার ব্যবস্থা করা;
- (খ) বিভিন্ন বাস কাউন্টার, ট্রেন স্টেশন/নদী বন্দর ও বিমান বন্দরের ওয়েটিং রুমে বাপকের পণ্য ও সেবার বর্ণনামূলক বুকলেট/লিফলেট/ ব্রোশিওর/পোস্টার/ম্যাপ রাখার ব্যবস্থা করা এবং চলমান যানবাহনের স্ক্রলে বিপিসির সেবাসমূহের ভিডিও প্রচার করা;
- (গ) সরকারি/বেসরকারি কর্মকর্তা-কর্মচারীদের বাপক এর হোটেল-মোটলে অবস্থান উৎসাহিত করার জন্য উদ্বুদ্ধ করা;
- (ঘ) তথ্য প্রদান, বুকিং, অভিযোগ গ্রহণ, অভিযোগে সাড়া প্রদানের নিমিত্ত বিপণন বিভাগে একটি সেল স্থাপন এবং ২৪/৭ তা খোলা রাখার ব্যবস্থাকরণ;
- (ঙ) প্রতিটি পর্যটন স্থাপনায় সকলের জন্য পর্যটন পরামর্শ কেন্দ্র চালুকরণ এবং বিনামূল্যে পরামর্শ প্রদান;
- (চ) প্রতিটি পর্যটন স্থাপনা থেকে নিজস্ব গ্রাহকদের জন্য অন-পেমেণ্ট সেবা প্রদান যেমন-গাড়ি ভাড়া করে দেয়া, লঞ্চ/ট্রেন/বিমানের টিকিট কেটে দেয়া ইত্যাদি;
- (ছ) প্রাথমিক চিকিৎসার ব্যবস্থা করা;
- (জ) বাপকের প্রতি স্থাপনা থেকে সুভিন্যায়র বিতরণ করা;
- (ঝ) বাপকের প্রতিটি পর্যটন স্থাপনায় Branding Corner স্থাপন করা;
- (ঞ) বাপক এর এন.এইচ.টি.টি. আই এর প্রশিক্ষণ কার্যক্রমসমূহের উপর প্রচার ও বিজ্ঞাপন প্রকাশ করা;
- (ট) ডিজিটাল প্রাটফর্ম ব্যবহারের মাধ্যমে আন্তর্জাতিক প্রচার এবং সংস্থার আয়ের সাথে সংগতি রেখে আন্তর্জাতিক মেলায় অংশগ্রহণ;
- (ঠ) প্রয়োজন অনুযায়ী আন্তর্জাতিক সংস্থাসমূহের সদস্য পদ গ্রহণ।

## ১০. বাজেট বরাদ্দ

বাপক এর বিপণন নীতিমালা বাস্তবায়নের জন্য সংস্থার মোট আয়ের ১০% প্রচার ও বিপণন কার্যক্রমের জন্য বরাদ্দ রাখা যেতে পারে।

## ১১. উপসংহার :

বাংলাদেশ পর্যটন করপোরেশন একটি সরকারি প্রতিষ্ঠান বিধায় শুধু বিপণন ও লাভ এই নীতিমালার উদ্দেশ্য নয়। পর্যটন খাতে চাহিদা তৈরি, ব্যবসা সম্প্রসারণ, মানবসম্পদ উন্নয়ন ও জাতীয় উৎপাদনে এর অবদান বৃদ্ধিকে সামনে রেখে এ নীতিমালা প্রণয়ন করা হয়েছে। বাংলাদেশ পর্যটন করপোরেশনের সংশ্লিষ্ট সকলকে দক্ষতা, আন্তরিকতা ও সেবার মনোভাব নিয়ে এ নীতিমালা বাস্তবায়ন করতে হবে। সময়ের সাথে মানুষের রুচি ও চাহিদার পরিবর্তন হয় বিধায় সময়ে সময়ে এ নীতিমালাও পরিবর্তন/ হালনাগাদযোগ্য।





ই-৫ সি/১, পশ্চিম আগারগাঁও, শেরে বাংলা নগর প্রশাসনিক এলাকা, ঢাকা - ১২০৭, বাংলাদেশ  
Plot : E-5 C/1, West Agargaon, Sher-e-Bangla Nagar Administrative Area  
Dhaka-1207, Bangladesh