


ই-কমার্স পরিচিতি

Introduction to E-Commerce



বর্তমান যুগ প্রযুক্তির যুগ। বিশ্বায়নের ফলে দ্রুত ব্যবসায়িক যোগাযোগ, গ্রাহক সেবা প্রদান ও ব্যবসায়-বাণিজ্যের মানন্বায়ন সম্ভব হয়েছে। তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তির ব্যাপক ব্যবহারের ফলে জীবন হয়েছে গতিশীল, আরামদায়ক, সাশ্রয়ী ও ফলপ্রসূ। ই-কমার্স হচ্ছে পণ্য ও সেবা সংক্রান্ত ব্যবসায়-বাণিজ্য সম্পাদনের এমন একটি প্রক্রিয়া যাতে ইলেকট্রনিক ডিভাইস ও টেলিকমিউনিকেশন হাতিয়ারসমূহ ব্যবহার করা হয়ে থাকে। বর্তমান সময়ে ই-কমার্স অত্যন্ত আলোচিত ও জনপ্রিয় একটি বিষয়। এটি শুধু একটি প্রযুক্তির মধ্যেই সীমাবদ্ধ নেই। ব্যবসায়িক ইস্যু হিসেবেও এর পরিচিতি সর্বত্র। ই-কমার্সের আওতায় ব্যবসায়িক লেনদেনসমূহ ইন্টারনেট ও কম্পিউটার নেটওয়ার্কের সাহায্যে ইলেকট্রোনিক্যালি সম্পাদিত হয়ে থাকে। একবিংশ শতাব্দির বিশ্ব অর্থনীতির একটি অন্যতম উপাদান হিসেবে ই-কমার্স গুরুত্বপূর্ণ অবদান রেখে চলেছে।

	ইউনিট সমাপ্তির সময়	ইউনিট সমাপ্তির সর্বোচ্চ সময় ২ সপ্তাহ
এই ইউনিটের পাঠসমূহ		
পাঠ- ১.১ : ই-কমার্সের ধারণা		
পাঠ- ১.২ : ই-বিজনেসের ধারণা		
পাঠ- ১.৩ : ই-কমার্সের ইতিহাস		

পাঠ-১.১

ই-কমার্সের ধারণা

Concept of E-Commerce



উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি

- ই-কমার্স সম্পর্কে জানতে পারবেন;
- ই-কমার্সের বৈশিষ্ট্য ব্যাখ্যা করতে পারবেন; এবং
- ই-কমার্সের প্রকারভেদ বর্ণনা করতে পারবেন।

ই-কমার্স

E-Commerce

নিলয় বিবিএ পাস করে শাহবাগের আজিজ সুপার মার্কেটে ভ্যারাইটিজ টি-শার্ট নামে একটি ব্যবসায় শুরু করেন। তিনি টি-শার্ট বাজারজাতকরণের জন্য ফেসবুকে বিভিন্ন ধরনের ওয়েব সাইটে বিজ্ঞাপন দেন। বিজ্ঞাপন থেকে ক্রেতারা যেকোনো সময় পছন্দানুসারে টি শার্ট সংগ্রহ করতে পারে। ফলে দেখা যায় অন্যান্য ব্যবসায়ীদের চেয়ে নিলয়ের দোকানে ক্রেতাদের সমাগম বেশি। তার ব্যবসাটি অনলাইন ব্যবসা। ব্যবসার কার্যাবলী ইন্টারনেট প্রযুক্তির মাধ্যমে সম্পন্ন করা হলে বলা হয় অনলাইন ব্যবসা। অনলাইন ব্যবসার একটি স্বয়ংক্রিয় পদ্ধতি; যার কারণে বিভিন্ন প্রক্রিয়ায় স্তর যেমন কমে তেমনি মধ্যস্ততাকারীর সংখ্যার পরিমাণও কমে যায়। আবার সম্ভাব্য ক্রেতাকে স্থায়ী ক্রেতায় পরিণত করা যায় এবং ক্রেতার নিকট সহজেই পণ্য পৌঁছে দেয়।

ই-কমার্স একটি আধুনিক ব্যবসায় পদ্ধতি। E-Commerce এর পূর্ণ অর্থ হচ্ছে Electronic Commerce। বর্তমানে ব্যবসায়িক জগতে ইলেকট্রনিক কমার্স বা ই-কমার্স ব্যাপক আগ্রহের সৃষ্টি করেছে। বর্তমান যুগের ইন্টারনেট প্রযুক্তিতে কম্পিউটার নেটওয়ার্ক ও অন্যান্য ইলেকট্রনিক প্রযুক্তি ব্যবহার করে পণ্য, সেবা ও তথ্য ক্রয়-বিক্রয়, হস্তান্তর বা বিনিময় কার্যকেই ই-কমার্স বলে। অর্থাৎ ডিজিটাল পদ্ধতিতে প্রতিষ্ঠান ও ব্যক্তিদের নিজেদের সাথে বা একে অপরের সাথে ইলেকট্রনিক ডিভাইসের মাধ্যমে পণ্য বা সেবা ক্রয়-বিক্রয় কার্যক্রম সম্পন্ন করাকে ই-কমার্স বলা হয়। ইন্টারনেট ব্রাউজ করে ক্রেতাগণ ঘরে বসেই দেশ-বিদেশের বিভিন্ন প্রতিষ্ঠানের পণ্যের মান, মূল্য ইত্যাদি জানতে পারছে। আবার বিক্রেতাগণও তাদের পণ্যের বিপণন সারা বিশ্ব জুড়ে করতে পারছে। এতে ক্রেতা ও বিক্রেতা উভয়েই লাভবান হচ্ছে।



চিত্র ১.১.১ : একটি সাধারণ ই-কমার্স সিস্টেম

কেনেথ সি. লাউডন এবং ক্যারল গুয়েরসিও ট্র্যাভার (Kenneth

C. Laudon & Carol Guercio Traver) এর মতে, “ ডিজিটাল পদ্ধতিতে প্রতিষ্ঠান ও ব্যক্তিদের নিজেদের সাথে বা একে অপরের সাথে বাণিজ্যিক লেনদেনই হলো ই-কমার্স। ” (E-commerce is digitally enabled commercial transactions between and among organizations and individuals.)

জেমস এ. ব্রেন (James A. Brien) এর মতে, “পণ্য বা সেবার উৎপাদন, মার্কেটিং, ডেলিভারী, সার্ভিসিং, মূল্য পরিশোধের অনলাইন প্রক্রিয়াকে সামগ্রিকভাবে ইলেকট্রনিক ই-কমার্স বলে।” (Electronic Commerce encompasses the entire online process of developing, marketing, selling, delivering, servicing and paying for products and services.)

জাওয়াস (Zwass) এর মতে, “ ইলেকট্রনিক্স কমার্স হচ্ছে টেলিকমিউনিকেশন নেটওয়ার্কের সাহায্যে ব্যবসায়িক তথ্য আদান প্রদান, ব্যবসায়িক সম্পর্ক রক্ষণাবেক্ষণ এবং বাণিজ্যিক লেনদেন, যা শুধু পণ্য লেনদেন এর মধ্যে সীমাবদ্ধ না থেকে প্রতিষ্ঠানের মূল উদ্দেশ্য সাধনে বিভিন্ন প্রক্রিয়াকেও বুঝায়।” (*Electronic Commerce is the sharing of business information, maintaining business relationships, and conducting business transactions by means of telecommunications networks; includes not only the buying and selling of goods, but also the various processes within individual organizations which support that goal.*)

সার্বিক আলোচনা শেষে বলা যায়, ইন্টারনেট সুবিধা ব্যবহারের মাধ্যমে একজন ক্রেতা যখন তার কাঙ্ক্ষিত দ্রব্য পছন্দের পর ক্রয়াদেশ প্রদান, বিক্রেতার নিকট হতে ক্রয়াদেশ গ্রহণের নিশ্চয়তা পায় এবং একজন বিক্রেতা যখন তার পণ্য বিক্রয়ের প্রস্তাব, বিক্রয়াদেশ প্রদান বা ক্রয়াদেশ গ্রহণ প্রভৃতি কার্য সমাধান করার পর ক্রেতা কর্তৃক পণ্যের মূল্য পরিশোধ কাজ সম্পাদান করে, তখন তাকে বলা হয় ই-কমার্স। অর্থাৎ ইন্টারনেট সুবিধা ব্যবহারের মাধ্যমে পণ্য বা সেবা ক্রয়-বিক্রয়, ফান্ড ট্রান্সফার, তথ্য লেনদেন ও বিনিময় পদ্ধতিই হলো ই-কমার্স।

ই-কমার্সের বৈশিষ্ট্য

Characteristics of E-Commerce

বর্তমানে বিশ্বকে অনলাইন বাজারে পরিণত করার প্রক্রিয়া অনেক আগেই চালু হয়েছে, যার দরুন ভৌগোলিক গণ্ডি পেরিয়ে খুব সহজে আন্তর্জাতিক বাজারে এখন অনলাইন বাজারের রূপ নিয়ে ব্যবসায় কার্যক্রম আরো সহজ ও দ্রুত করে চলেছে। ই-কমার্সের প্রভাবে বর্তমান বিশ্ব এখন আর একটি নির্দিষ্ট ভৌগোলিক গণ্ডির মধ্যে সীমাবদ্ধ নয়। সারা বিশ্বের বিভিন্ন প্রান্তের মানুষের কার্যক্রমকে আরো সম্প্রসারিত করে বহুগুণ। তবে নিজস্ব কিছু বৈশিষ্ট্যের কারণেই দিন দিন ই-কমার্সের জনপ্রিয়তা বৃদ্ধি পাচ্ছে। এ ধরনের বৈশিষ্ট্যগুলো নিম্নরূপ-

সর্বব্যাপিতা (Ubiquity): আমাদের প্রচলিত বা গতানুগতিক মার্কেট বলতে একটি নির্দিষ্ট জায়গার একটি নির্দিষ্ট স্থানকে বুঝায় যেখানে পণ্য ও সেবা ক্রয়-বিক্রয় করা হয়। তবে ই-কমার্সে মার্কেট বলতে একটি নির্দিষ্ট জায়গার একটি নির্দিষ্ট স্থানকে বুঝায় না; এটি সর্বব্যাপি এবং সবসময় সব জায়গায় সহজলভ্য। এ ধরনের পদ্ধতিতে বিশ্বের যেকোনো জায়গা থেকে যেকোনো সময় ল্যাপটপ, স্মার্ট মোবাইল কিংবা অন্য যেকোনো ইলেকট্রনিক ডিভাইসে ইন্টারনেট সংযোগের সাহায্যে ব্যবসায়িক কার্যক্রম তথা পণ্য বা দ্রব্য ক্রয়-বিক্রয় করা যায়। তাই নির্দিষ্ট কোনো সীমারেখা দ্বারা ই-কমার্স নিয়ন্ত্রিত হয় না।

সব জায়গায় প্রবেশযোগ্য (Global Reach) : ই-কমার্স পণ্য ক্রয়-বিক্রয়ের ক্ষেত্র সর্বজনীন। মূলত ই-কমার্স ইন্টারনেটের মাধ্যমে তার কার্যক্রম পরিচালনা করে বিধায় বিশ্বের যেকোনো ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানই ই-কমার্সের মাধ্যমে সারা বিশ্বে ব্যবসা পরিচালনা করতে পারে। আবার ইন্টারনেট ব্যবহার করে যে কেউ এ ধরনের ব্যবসার সাথে পণ্য ক্রয় বিক্রয় করতে পারে, অর্ডার দিতে পারে।

আন্তর্জাতিক মান (Universal Standards) : ই-কমার্স আন্তর্জাতিক মানসম্পন্ন, সঠিক মূল্য এবং সময়ের সাথে মানানসই। অর্থাৎ ই-কমার্স বিশ্বের সব দেশের সব জাতি দ্বারা স্বীকৃত একটি নির্দিষ্ট টেকনিক্যাল মানদণ্ড মেনে চলে, যা আন্তর্জাতিক মানদণ্ড হিসেবে পরিচিত। ফলে এলাকা বা দেশভেদে যেকোনো ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠান ই-কমার্সের সুবিধা গ্রহণ করতে পারছে।

প্রাচুর্যতা (Richness) : মূলত ই-কমার্স পরিচালনায় পণ্য সামগ্রী ক্রয় ও বিক্রয়ের জন্য একটি মার্কেটিং ব্যবস্থা বা বিপণন পরিকল্পনা প্রণয়ন করতে হয়। এ ধরনের পরিকল্পনার একটি গুরুত্বপূর্ণ অংশ হলো পণ্যের বিজ্ঞাপন। বিজ্ঞাপনই দ্রব্য ও সেবা ক্রয়-বিক্রয়, ভাড়া ও সরবরাহ সংক্রান্ত ব্যবসায় বিশেষ সুবিধা ও সুযোগ সৃষ্টি করে। ই-কমার্সের ওয়েব সাইটে পণ্যের ছিন্ন চিত্র, অভিজ্ঞ ভিডিও, এনিমেশন ইত্যাদির সাহায্যে বিজ্ঞাপন দেয়া যায়। ফলে ই-কমার্স ব্যবসার প্রাচুর্যতা বৃদ্ধি পায়।

মিথষ্ক্রিয়া (Interaction) : ব্যবসায়িক লেনদেনের ক্ষেত্রে ক্রেতা ও বিক্রেতার মধ্যে পারস্পারিক ও উভয়মুখী যোগাযোগ খুবই গুরুত্বপূর্ণ। এ ধরনের যোগাযোগকেই বলা হয় মিথষ্ক্রিয়তা। মিথষ্ক্রিয়তা যত সহজ ও বেশি হবে বিভিন্ন ধরনের ব্যবসায়িক কর্মকাণ্ড পরিচালনাতেও জটিলতা অনেকাংশে কমে আসবে। ই-কমার্স সিস্টেম হলো মিথষ্ক্রিয় যোগাযোগ ব্যবস্থা।

তথ্যের ঘনত্ব (Information Density) : তথ্য ছাড়া কখনোই কোনো সঠিক সিদ্ধান্তের কথা, উদ্দেশ্য অর্জনের কথা চিন্তা করা যায় না। অপরদিকে পর্যাপ্ত তথ্য না থাকলে পণ্য ও সেবার মান উন্নত করা যায় না। তাই প্রতিষ্ঠানের কল্যাণের জন্যই

সার্বিক মান উন্নয়ন তথ্যের গুরুত্ব দিতে হবে। ই-কমার্স টেকনোলজি সহজেই তথ্য সংগ্রহ, সংরক্ষণসহ যোগাযোগ ও প্রক্রিয়াকরণ মূল্য হ্রাস করে। ফলে ই-কমার্স টেকনোলজি হতে প্রাপ্ত তথ্য আন্তর্জাতিক শীট মূল্যে সঠিক ও সময় উপযোগী হয়ে থাকে। প্রকৃত পক্ষে এসব তথ্য হয় অধিক গ্রহণযোগ্য ও গুণগতমানসম্পন্ন।

ব্যক্তিগত যত্নশীলতা (Personalization) : ই-কমার্স টেকনোলজি একটি ভোক্তা বান্ধব পরিষেবা। কোনো প্রতিষ্ঠান বা বিক্রেতা ইচ্ছে করলেই তার দ্রব্য বা পণ্য সবার জন্য বা কোনো ব্যক্তি কিংবা গোষ্ঠীর জন্য উন্মুক্ত রাখতে পারেন। এতে গ্রাহকরা অনেক ক্যাটাগরির পণ্যসমূহ থেকে তাদের প্রয়োজনীয় ও পছন্দনীয় পণ্যসমূহ নির্বাচন এবং কাস্টমাইজ করতে পারেন। ফলে তথ্যের বহুলতা এবং অপ্রয়োজনীয় ক্রেতা বা বিক্রেতার পরিমাণ সহজে নিয়ন্ত্রণ করা যায়।

নিরবিচ্ছিন্ন ২৪ ঘণ্টা সেবা (Continuous 24 hours services) : ই-কমার্স পরিচালনার জন্য নির্দিষ্ট সময় বেধে দেয়া হয় না। যেকোনো মুহূর্তে অর্থাৎ ২৪ ঘণ্টা ব্যাপী এবং সপ্তাহের ৭ দিনই এটি যেকোনো সময় বিশ্বের যেকোনো স্থান থেকে পরিচালনা করা যেতে পারে। ফলে গ্রাহকরা যেকোনো সময় পণ্যের অর্ডার দিতে পারেন। তাই ই-কমার্সের সাহায্যে যেকোনো প্রতিষ্ঠানের ব্যবসাকে জাতীয় এবং আন্তর্জাতিক বাজারে প্রবেশ করানো যায়।

নতুন বাজার সৃষ্টি (Creating new market): ই-কমার্সের মাধ্যমে প্রতিনিয়তই নতুন নতুন ক্রেতা ও বাজার সৃষ্টি হচ্ছে। কেননা ক্রেতাদের এ ধরনের ব্যবসায়ের প্রতি আস্থা অর্জনে সক্ষম হয়েছে এবং যেকোনো মুহূর্তে ২৪/৭ (সপ্তাহের ৭ দিন এবং ২৪ ঘণ্টা) সেবাদান করে থাকে বলে এ ধরনের ব্যবসার ব্যবহার দিন দিন বৃদ্ধি পাচ্ছে।

স্থায়ী ক্রেতায় রূপ দান (Stability to permanent customer) : ই-কমার্স একটি স্বয়ংক্রিয় পদ্ধতি; যার কারণে বিভিন্ন প্রক্রিয়ায় স্তর যেমন কমে তেমনি মধ্যস্ততাকারীর সংখ্যার পরিমাণও কমে যায়। কিন্তু সম্ভাব্য ক্রেতাকে স্থায়ী ক্রেতায় পরিণত করা যায় এবং ক্রেতার নিকট সহজেই পণ্য পৌঁছে দেয়।

ই-কমার্সের সুবিধাসমূহ

Advantages of E-Commerce

১. ঘরে বসেই গ্রাহকরা বা ক্রেতার সারা বিশ্বের বাজারজাতকারীদের পণ্য, সেবা ও ধারণা সার্চ করতে পারেন এবং চাহিদা অনুযায়ী বিভিন্ন পণ্য তাৎক্ষণিক অর্ডার দিতে পারেন। এতে কোনো মধ্যস্থ ব্যবসায়ী দরকার হয় না।
২. দিন-রাত ২৪ ঘণ্টাই অর্ডার দেয়া যায়, সরবরাহ নেয়া যায়।
৩. গ্রাহকরা বা ক্রেতার বিশ্বব্যাপী অনুসন্ধান করে সবচেয়ে ভালো পণ্য ও সেবা ক্রয়ের সিদ্ধান্ত গ্রহণ করতে পারেন।
৪. ক্রেতার ক্রয়কৃত পণ্য বা সেবার মূল্য ইলেক্ট্রনিক পেমেন্টের মাধ্যমে পরিশোধ করতে পারেন।
৫. পণ্য ও সেবার মান উন্নয়ন করা যায়।
৬. কোনো প্রতিষ্ঠানের ব্যবসাকে জাতীয় এবং আন্তর্জাতিক বাজারে প্রবেশ করাতে সহায়তা করে।
৭. তথ্যের বিনিময় ও ব্যবসায়িক কার্যক্রম দ্রুত সম্পন্ন করা যায়।
৮. ক্রেতাদের চাহিদা ও প্রয়োজনের আলোকে বিক্রেতা বা উৎপাদক পণ্য বা সেবার ডিজাইন করতে পারেন।
৯. ব্যবসায়িক কার্যক্রমের খরচ ব্যাপকভাবে কমায়ে।
১০. ক্রেতা-বিক্রেতার মধ্যে সহজে সুসম্পর্ক তৈরি করে।
১১. তথ্যের নির্ভুলতা ও গ্রহণযোগ্যতা বৃদ্ধি পায়।
১২. দ্রুত পণ্য ভোক্তার কাছে পৌঁছায়।
১৩. ব্যবসার মান বিশেষভাবে উন্নয়ন করা যায়।
১৪. ই-কমার্স মাল্টিমিডিয়া ডেভেলপমেন্ট, ডেটাবেজ ডিজাইন, প্রোগ্রামার ইত্যাদি পদের জন্য বহুবিদ লোকের চাকুরির সুযোগ সৃষ্টি করেছে।
১৫. ই-কমার্স সারা বছর সরকারি রাজস্ব আয় বৃদ্ধিতে সহায়তা করেছে; ইত্যাদি।

এ সকল সুবিধার কারণে ই-কমার্সের ব্যবহার, গুরুত্ব এবং কার্য পরিধি প্রতিনিয়ত বৃদ্ধি পাচ্ছে। বাজারজাতকারী এবং ক্রেতা ব্যাপকভাবে উপকৃত হচ্ছে।

ই-কমার্সের অসুবিধাসমূহ

Disadvantages of E-Commerce

- ১। যান্ত্রিক সমস্যা দেখা দিলে পুরো প্রক্রিয়ার ওপর ব্যাপক প্রভাব পরিলক্ষিত হয়।
- ২। ই-কমার্স ব্যবস্থাপনায় উন্নত প্রযুক্তির প্রয়োগ ব্যয়বহুল।
- ৩। দূরবর্তী স্থানের অর্ডার ক্ষেত্রবিশেষ ব্যয়বহুল।
- ৪। আর্থিক লেনদেনে অনেক ক্ষেত্রে নিরাপত্তার অভাব পরিলক্ষিত হয়।
- ৫। ই-কমার্স পরিচালনায় দক্ষ লোকের অভাব দেখা যায়।
- ৬। ক্রেতা বা বিক্রেতা অনেক সময় ই-কমার্সের কার্যক্রমের ওপর বিশ্বাস স্থাপন করতে পারে না।
- ৭। পণ্যের মানের ক্ষেত্রে গ্যারান্টি প্রদান করা হয় না; ইত্যাদি।

ই-কমার্সের প্রকারভেদ

Types of E-Commerce

মূলত ই-কমার্স হচ্ছে ডিজিটাল উপাত্ত প্রক্রিয়াকরণ এবং সঞ্চারণের মাধ্যমে কোনো ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের ব্যবসায় সংক্রান্ত আদান-প্রদান। সাধারণত এ কাজটি সম্পাদন করা হয় উন্মুক্ত একটি নেটওয়ার্ক ব্যবস্থা তথা ইন্টারনেটের মাধ্যমে। অর্থাৎ ই-কমার্স সিস্টেমে ইন্টারনেট, এক্সট্রানেট এবং ইন্ট্রানেট প্রযুক্তি ব্যবহার করে ব্যবসা, ভোক্তা এবং অন্যান্য সহযোগী সংস্থার মধ্যে সংযোগ সাধন করা হয়। সেবা ও পণ্য লেনদেনের ভিত্তিতে ই-কমার্সকে সাধারণত নিম্নোক্ত ক্যাটাগরিতে বিভক্ত করা যায়। যথা -

- ১। ব্যবসা থেকে ব্যবসা (Business to Business : B2B)
- ২। ব্যবসা থেকে ভোক্তা (Business to Consumer : B2C)
- ৩। ভোক্তা থেকে ব্যবসা (Consumer to Business : C2B)
- ৪। ভোক্তা থেকে ভোক্তা (Consumer to Consumer : C2C) ও
- ৫। এম-কমার্স (M-commerce)

উপরের শ্রেণিবিভাগ ছাড়াও নন-বিজনেস নামে একটি ই-কমার্স দেখা যায়।

ব্যবসা থেকে ব্যবসা (Business to Business - B2B) : ব্যবসা থেকে ব্যবসা সংক্রান্ত ই-কমার্স একাধিক ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের মধ্যে সংঘটিত হতে পারে। গতানুগতিক পদ্ধতিতে দুটি ব্যবসা প্রতিষ্ঠানের মধ্যে পাইকারি কেনাবেচাকে বিজনেস টু বিজনেস (B2B) বলা হয়। এ ধরনের ই-কমার্স সিস্টেমে পক্ষগুলোর মধ্যে ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠান, সরবরাহকারী কিংবা পণ্য উৎপাদনকারী হতে পারে। B2B ই-কমার্সে ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানগুলো ইন্টারনেট এবং ওয়েবসাইট ব্যবহার করে সহজে এবং দ্রুতগতিতে ব্যবসায়িক সম্পর্ক তৈরি করে থাকে। আর ইন্টারনেটের মাধ্যমে ব্যবসা করার সুযোগ সৃষ্টি হওয়ায় প্রতিনিয়তই B2B এর পরিধি বৃদ্ধি পাচ্ছে। তাই বর্তমানে অধিকাংশ ই-কমার্স আইওএস (IOS: Inter Organizational Information System) এবং ইলেকট্রনিক মার্কেটের লেনদেনসমূহ বিজনেস টু বিজনেস (B2B)-এর আওতার মধ্যে পড়ে।
উদাহরণ : alibaba.com, sindabad.com ইত্যাদি।

ব্যবসা থেকে ভোক্তা (Business to Consumer -B2C) : এক বা একাধিক ক্রেতা ও ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের মধ্য খুচরা বা পাইকারি লেনদেনসমূহ বিজনেস টু কনজিউমার (B2C)-এর অন্তর্গত। ইন্টারনেটে ব্যবসা-সংক্রান্ত কাজ শুরু হওয়ার পর থেকেই বিজনেস টু কনজিউমার (B2C) সংক্রান্ত ব্যবসা দ্রুতগতিতে বাড়ছে। ব্যবসা থেকে ভোক্তা ই-কমার্স সিস্টেমে কোনো ভোক্তা সরাসরি কোনো ব্যবসায়ী বা উৎপাদনকারী থেকে পণ্য ক্রয় করে থাকে। অর্থাৎ ভোক্তাগণ ই-কমার্স সিস্টেমে কোনো

পণ্য ক্রয় করলে তা এ জাতীয় লেনদেনের আওতায় পড়ে। এ ধরনের সিস্টেমে ভোক্তারা বা গ্রাহকরা সাধারণত ওয়েবসাইটে প্রদর্শিত পণ্যসমূহ পর্যবেক্ষণ করে অর্ডার দিয়ে থাকে। তাই এ ধরনের ই-কমার্সের মাধ্যমে ভোক্তার নিকট পণ্য বিক্রয়ের জন্য ব্যবসায়কে অবশ্যই ইলেকট্রনিকস বাজার ব্যবস্থা আর্কষণীয় ও মানসম্মতভাবে উন্নয়ন করতে হয়। উদাহরণ : amazon.com, rokomari.com, othoba.com ইত্যাদি।

ভোক্তা থেকে ব্যবসা (Consumer to Business-C2B) : কিছু কিছু ব্যবসা আছে যা সরাসরি ভোক্তা শ্রেণির কাছ থেকে ব্যবসায়ীরা গ্রহণ করে। এ জাতীয় লেনদেন ভোক্তা থেকে ব্যবসা ই-কমার্সের আওতাভুক্ত। অর্থাৎ যখন কোনো ভোক্তা এককভাবে অন্য কোনো ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের সাথে সরাসরি লেনদেন করে তখন তাকে ভোক্তা থেকে ব্যবসায় বা কনজিউমার টু বিজনেস বলা হয়। এ ধরনের সিস্টেমে ভোক্তারা বা গ্রাহকরা সাধারণত কোনো বিজনেস সাইট থেকে পণ্য ক্রয়ের পরিবর্তে পণ্য ও সেবা বিক্রয় করে থাকে। অর্থাৎ কোনো গ্রাহক তার পণ্য বা সেবার বিস্তারিত বিবরণসহ ওয়েবসাইটে পোস্ট করেন এবং বিভিন্ন ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠান বা ব্যক্তি পছন্দ হলে তা ক্রয় করেন। উদাহরণ : monster.com, ajkerdeal.com, daraz.com ইত্যাদি।

ভোক্তা থেকে ভোক্তা (Consumer to Consumer) : এ জাতীয় ব্যবসা কোনো ব্যবহারকারী থেকে অন্য কোনো ব্যবহারকারীর মধ্যে লেনদেন সম্পাদিত হয়। অর্থাৎ অন্য কোনো ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের যোগাযোগ ছাড়াই ভোক্তা থেকে ভোক্তার লেনদেনকে ভোক্তা থেকে ভোক্তা বা কনজিউমার টু কনজিউমার (C2C) বলা হয়। এ জাতীয় ব্যবসা কোনো বিজনেস মিডলম্যান থাকে না। যেমন- এক শ্রেণির গাড়ি ক্রয়-বিক্রয় প্রতিষ্ঠান আছে যারা পুরাতন গাড়ি কেনাবেচা করে। অর্থাৎ যদি প্রতিষ্ঠানটি একটি ওয়েবসাইট তৈরি করে তাতে ব্যবহারকারীদের কাছ থেকে পুরাতন গাড়ি ক্রয় করা একটি ব্যবস্থা রাখে এবং ক্রয় করে পুনরায় বিক্রয় করেন তাহলে এ ধরনের ই-কমার্সকে কনজিউমার টু কনজিউমার বলা হয়। ই-কমার্সের মাধ্যমে বর্তমানে প্রায় সময়ই এক ভোক্তার নিকট থেকে অন্য ভোক্তার নিকট বিক্রয় করতে দেখা যাচ্ছে। ফলে ক্রয়-বিক্রয় কার্য সম্পাদনের জন্য তৃতীয় কোনো পক্ষ বা মধ্যস্থ ব্যবসায়ীর প্রয়োজন পড়ে না। উদাহরণ : ebay.com, taobao.com ইত্যাদি।

এম-কমার্স (M-commerce) : এম কমার্স বা মোবাইল কমার্স (Mobile-Commerce) হলো এমন একটি ব্যবসায়িক সিস্টেম যা তারবিহীন বা ওয়্যারলেস (Wireless) পরিবেশে সংঘটিত হয়। অর্থাৎ আধুনিকায়নের যুগে মোবাইল, ট্যাবলেট ইত্যাদি ডিভাইসের মাধ্যমে তারবিহীন প্রযুক্তির ব্যবহার করে পণ্য বা সেবা ক্রয়-বিক্রয় সিস্টেমকেই এম-কমার্স বলে অভিহিত করা হয়।

মোবাইল কমার্সের ফলে বিভিন্ন মোবাইল ব্যবহারকারীরা বিভিন্ন প্রকার প্রয়োজনীয় তথ্যাবলী যেমন- ক্রেডিট সেবা, বিভিন্ন টিকেট, মেডিকেল রেকর্ড ইত্যাদি এবং অর্থ সংরক্ষিত করে রাখার জন্য ওয়ালেট (Wallet) ব্যবহার করছে যা ইলেকট্রনিক ফরমেটে সংরক্ষিত হয়। ফলে এম কমার্সের ব্যবহারকারীরা বাটন ক্লিকের সাহায্যে মুহূর্তের মধ্যে বিভিন্ন ইনফরমেশন আপডেট করতে পারে এবং পরস্পরের সাথে শেয়ার করতে পারে। অর্থাৎ যথাসময়ে প্রয়োজনীয় তথ্য বা সেবা আদান-প্রদানের সুবিধা বাড়ছে। এম কমার্স প্রধানত ব্যাংকিং, টিকেট ক্রয়, আবহাওয়া ও ভ্রমণ তথ্য প্রাপ্তি, বিভিন্ন দ্রব্যের মূল্য শেয়ার করা, ই-মেইল ইত্যাদি সুবিধা প্রদান করে থাকে।

নন-বিজনেস ই-কমার্স (Non-Business E-Commerce): বর্তমানে অনেক অব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানে যেমন-শিক্ষাপ্রতিষ্ঠান, অলাভজনক প্রতিষ্ঠান, ধর্মীয় প্রতিষ্ঠান, সরকারি এজেন্সিসমূহ ব্যয় কমানোর জন্য এবং সেবার মান বৃদ্ধির জন্য বিভিন্ন ধরনের ই-কমার্স ব্যবহার করছে। এ সকল লেনদেনের ব্যবসায়িক উদ্দেশ্য না থাকায় নন-বিজনেস ই-কমার্স বলা হয়।



সারসংক্ষেপ :

বর্তমান যুগ প্রযুক্তির যুগ। বিশ্বায়নের ফলে দ্রুত ব্যবসায়িক যোগাযোগ, গ্রাহক সেবা প্রদান ও ব্যবসা-বাণিজ্যের মানন্যায়ন সম্ভব হয়েছে। তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি ব্যবসায়ীদের জীবনকে করেছে গতিশীল, আরামদায়ক, সাশ্রয়ী ও ফলপ্রসূ। ই-কমার্স পণ্যের বাজারকে সমগ্র বিশ্বে ছড়িয়ে দিতে এবং পাশাপাশি বিক্রয় বৃদ্ধিতে তথ্য প্রযুক্তি গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে থাকে। ই-কমার্সের অন্যতম সুবিধা হলো বিশ্বের যেকোনো প্রান্তের ইন্টারনেট ব্যবহারকারী ই-কমার্সের সাইট ব্রাউজ করে পণ্য ক্রয়ের পাশাপাশি বিক্রয়ও করতে পারে। অবশ্য ই-কমার্স এর মাধ্যমে আমরা শুধু পণ্য কেনাবেচায় নয়, অর্থ লেনদেন, তথ্য আদান-প্রদান থেকে শুরু করে সব ধরনের ট্রানজেকশনের সহজেই কাজ করতে পারি। সেবা ও পণ্য লেনদেনের ভিত্তিতে ই-কমার্সকে সাধারণত ব্যবসা থেকে ব্যবসা, ব্যবসা থেকে ভোক্তা, ভোক্তা থেকে ব্যবসা, ভোক্তা থেকে ভোক্তা, এম-কমার্স ইত্যাদি ভাগে ভাগ করা যায়।

পাঠ-১.২

ই-বিজনেসের ধারণা

Concept of E-Business



উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি

- ই-বিজনেস সম্পর্কে জানতে পারবেন; এবং
- ই-বিজনেস এর বৈশিষ্ট্য ব্যাখ্যা করতে পারবেন।

ই-বিজনেস

E-Business

যে ব্যবসা ইন্টারনেট ব্যবহার করে পরিচালিত হয় এবং উৎস ও লাভজনক বৃদ্ধিতে ইন্টারনেট প্রযুক্তি ব্যবহার করে তাকে ই-বিজনেস (E-business) বলে। ই-বিজনেস বলতে সকল ধরনের ব্যবসায়িক কার্যাবলীর সহযোগিতায় তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তির ব্যবহারকে বুঝায়। এ ধরনের ব্যবসায় অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিক কার্যাবলী তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তির মাধ্যমে সম্পাদন করা হয়। বেশির ভাগ ক্ষেত্রে ওয়েব সাইট ব্যবহার করে কাঁচামাল ও যন্ত্রাংশ ক্রয়, বিভিন্ন কোম্পানিতে পণ্য দ্রব্য সরবরাহ ইত্যাদি কার্যক্রম ই-বিজনেসের মাধ্যমে পরিচালিত হয়। ই-বাণিজ্যের অন্তর্ভুক্ত কয়েকটি উল্লেখযোগ্য বিষয় হলো-



১. ইন্টারনেট মার্কেটিং (Internet Marketing)
২. মোবাইল বাণিজ্য (Mobile Commerce)
৩. ইলেকট্রনিক ফান্ড ট্রান্সফার (Electronic Fund Transfer EFT)
৪. সাপ্লাই চেইন ব্যবস্থাপনা (Supply Chain Management)
৫. অনলাইন লেনদেন প্রক্রিয়াকরণ (Online Transaction Process)
৬. ইলেকট্রনিক তথ্য বিনিময় (Electronic Information Interchange)
৭. মজুদ ব্যবস্থাপনা পদ্ধতি (Inventory Management System)
৮. স্বয়ংক্রিয় তথ্য সংগ্রহ ব্যবস্থাপনা (Automated Data Collection System)

ই-বিজনেসের বৈশিষ্ট্য

ব্যবসায়িক কার্যাবলী ইন্টারনেট প্রযুক্তির মাধ্যমে সম্পন্ন করাকে ই-বিজনেস বলে। অনলাইনে ব্যবসায়ের মাধ্যমে ক্রেতা ও ভোক্তার উভয়ই উপকৃত হয়। বর্তমানে ই-বিজনেস একটি শক্তিশালী, দ্রুত ও দক্ষ পদ্ধতি। যেখানে পুরো বিশ্ব সব সময় সাথে থাকে। ই-বিজনেস এ কম খরচে লক্ষ্যে পৌঁছানো এবং নতুন বাজারে যোগাযোগ করা যায়। এটি একটি স্বয়ংক্রিয় পদ্ধতি। তবে গতানুগতিক ব্যবসা থেকে ইলেকট্রনিক তথ্য প্রযুক্তি ই-বিজনেস কিছু মৌলিক স্বতন্ত্র বৈশিষ্ট্যের অধিকারী। নিম্নে সেগুলো তুলে ধরা হলো-

১. **ইন্টারনেট ভিত্তিক ব্যবসা (On the basis of internet business) :** ই-বিজনেস সম্পূর্ণরূপে কম্পিউটার প্রযুক্তি ইলেকট্রনিক পদ্ধতির ইন্টারনেট ভিত্তিক একটি স্বয়ংক্রিয় পদ্ধতি। যেকোনো মুহূর্তে ২৪/৭ এর মাধ্যমে পণ্য বা সেবা ক্রয় বিক্রয় করা যায়।

২. **ওয়েব সাইট ভিত্তিক সেবা (On the basis of website service) :** ই-বিজনেস সম্পূর্ণরূপে একটি Website নির্ভর বিজনেস সেবা। যার মাধ্যমে যেকোনো মুহূর্তে ২৪/৭ কম্পিউটারের মাধ্যমে Website এ প্রবেশ করে সেটি পরিচালনা করে লেনদেন করা যায় খুবই সহজে এবং স্বল্প সময়ে।
৩. **অফিস ও দোকান বিহীন ব্যবসা (Without office shop business) :** এটি এমন এক ধরনের তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি ব্যবসা, যা পরিচালনা করতে সাধারণত কোনো দোকান বা অফিস লাগে না। যেকোনো জায়গা থেকে কম্পিউটার বা ইলেক্ট্রনিক ডিভাইস ও ইন্টারনেটের মাধ্যমে এটি পরিচালনা করা যায়।
৪. **নিরবচ্ছিন্ন ২৪ ঘন্টা সেবা (Continuous 24 hours services) :** ই-বিজনেস পরিচালনার জন্য নির্দিষ্ট সময় বেধে দেয়া হয় না। যেকোনো মুহূর্তে ২৪/৭ অর্থাৎ ২৪ ঘন্টা ব্যাপী এবং সপ্তাহের ৭ দিনই এটি যেকোনো সময় যেকোনো জায়গা থেকে পরিচালনা করা যেতে পারে।
৫. **সারা বিশ্বে সম্প্রসারিত (World wide expansion) :** এটি এখন আর কোনো একটি নির্দিষ্ট ভৌগোলিক গন্ডির মধ্যে সীমাবদ্ধ নেই। ইন্টারনেটের মাধ্যমে Website এ সারা বিশ্বের সর্বত্রই ছড়িয়ে পড়েছে এর কার্যক্রম। এটি ভৌগোলিক স্বাধীনতাকে জয় করতে সক্ষম হয়েছে।
৬. **সময় সাশ্রয় (To reduce time) :** ই-বিজনেস ইন্টারনেটের মাধ্যমে খুব দ্রুত এবং অল্প সময়ের মধ্যে সারা পৃথিবীর বিভিন্ন দেশে ছড়িয়ে পড়েছে। এতে করে ব্যবসায়ীদের সময় অনেক সাশ্রয় হয়েছে। বিশেষ করে উৎপাদনকারীরা দ্রুত কাঁচামাল সংগ্রহ করতে পারে এবং উৎপাদন ব্যবস্থা চালু রাখতে পারে।
৭. **ভোক্তা সন্তুষ্টি অর্জন (To achieve consumer satisfaction) :** ই-বিজনেস এর মাধ্যমে খুব সহজেই ব্যবসায়ীদের বা সরকারী বা উৎপাদকের সাথে ভোক্তার সরাসরি যোগাযোগ হয়ে থাকে। বিধায় ভোক্তা ও উৎপাদকের মধ্যে পণ্য ক্রয়-বিক্রয় হয় এবং এতে ভোক্তা সন্তুষ্টি অর্জন করে থাকে।
৮. **উৎপাদন প্রক্রিয়ার পরিবর্তন (To change production process) :** উৎপাদনের যেকোনো প্রক্রিয়া অর্থাৎ তথ্যগত ব্যবসায়িক প্রক্রিয়া পরিবর্তন করে ই-বিজনেস এর মত তথ্য প্রযুক্তির আধুনিক প্রক্রিয়া অবলম্বন করে পরিবর্তন বা পরিবর্ধন করা যায়। তাই সময়ের সাথে তাল মিলিয়ে ই-বিজনেস বিশ্বে পরিবর্তন আনতে সক্ষম হয়।

ই-কমার্স ও ই-বিজনেসের মধ্যে পার্থক্য

Difference between E-commerce & E-business

ই-বিজনেস ও ই-কমার্স কে পৃথক পৃথকভাবে সংজ্ঞায়িত করা বেশ জটিল। বিভিন্ন পেশাজীবী ও শিক্ষাবিদদের মতে ই-বিজনেস ও ই-কমার্স এর মধ্যে তেমন কোনো পার্থক্য নেই। তবে জেমস এ. ব্রাইন (James A. Brien) ও ল গার্সনার (Lou Gerstner) এর মতে ই-বিজনেস ও ই-কমার্স এর মধ্যে নিম্নলিখিত পার্থক্য পরিলক্ষিত হয় -



- ১। ইন্টারনেট প্রযুক্তি ব্যবহার করে অন-লাইনে পণ্য দ্রব্যাদির কেনা-বেচাকে ই-কমার্স বলে। আবার তাঁদের মতে, ই-কমার্সসহ সকল প্রতিষ্ঠানের যাবতীয় অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিক ডিজিটাল প্রযুক্তি নির্ভর কার্যক্রমকে ই-বিজনেস বলে।
- ২। ই-বিজনেসে প্রতিষ্ঠানের নিয়ন্ত্রণাধীন সকল প্রকার লেনদেনের সাথে ইন্টারনেট, ইন্ট্রানেট, এক্সট্রানেট কিংবা অন্যান্য প্রাতিষ্ঠানিক ও অভ্যন্তরীণ টেলি-যোগাযোগ নেটওয়ার্ক জড়িত। অন্যদিকে, ই-কমার্স ইন্টারনেট ভিত্তিক সকল ব্যবসায়িক লেনদেনের সাথে সরাসরি জড়িত।
- ৩। ই-বিজনেস প্রাতিষ্ঠানিক বিভিন্ন গ্রুপ এবং ওয়ার্কফ্লুপগুলোর মধ্যে যোগাযোগ, সমন্বয় সাধন এবং সহযোগিতা করতে সাহায্য করে। অপরদিকে, ই-কমার্স নির্দিষ্ট কোনো ইলেকট্রনিক মাধ্যমকে ব্যবহার করে কম্পিউটারের প্রোগ্রামের সাহায্যে তথ্যের আদান-প্রদান করে।

- ৪। ই-বিজনেস ইন্টারনেট, ইন্ট্রানেট, এক্সট্রানেট এবং অন্যান্য প্রযুক্তি ব্যবহার করে পণ্য সামগ্রী, সেবাসমূহ এবং গুরুত্বপূর্ণ তথ্যাবলির ক্রয়-বিক্রয় করার সুযোগ তৈরি করে। পক্ষান্তরে, ই-কমার্স তথ্যসমূহ একটি নির্দিষ্ট মান বা স্ট্যান্ডার্ড বজায় রেখে পরস্পর আদান-প্রদান করে।
- ৫। ই-বিজনেস প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরীণ ব্যবসায়িক প্রক্রিয়াগুলো সহজতর ও কার্যাবলীকে প্রক্রিয়াকরণে সহায়তা করে। অন্যদিকে, ই-কমার্স তথ্যসমূহ বিভিন্ন ব্যবসায়িক পক্ষ বা ক্রেতা সাধারণের অংশগ্রহণমূলক হবে এবং কোনো এক বা একাধিক ব্যবসায়িক কার্যাদির সহায়ক হবে।



সারসংক্ষেপ:

ইন্টারনেট হলো কম্পিউটার নেটওয়ার্কের মাধ্যমে বিশ্বব্যাপী দ্রুত যোগাযোগের ও তথ্য আদান-প্রদানের অত্যাধুনিক কৌশল যা দ্বারা দ্রুততার সাথে ও স্বল্পতম ব্যয়ে বিশ্বব্যাপী যোগাযোগ করা যায় এবং সরাসরি বাজারজাতকরণ কার্যক্রম পরিচালনা করা যায়। ই-বিজনেস হলো ই-কমার্সের বর্ধিত রূপ। ইন্টারনেট ও তথ্য প্রযুক্তি ব্যবহার করে ব্যবসায়িক কার্য পরিচালনা করাকে ই-বিজনেস বলে। ই-বিজনেসে ই-কমার্সের সকল সুবিধা বিদ্যমান। এখানে ই-কমার্সের সকল নিয়ম-কানুন একই রকম থাকে এবং ই-বিজনেসে প্রতিষ্ঠানের নিয়ন্ত্রনাধীন সকল প্রকার লেনদেনের সাথে ইন্টারনেট, ইন্ট্রানেট, এক্সট্রানেট কিংবা অন্যান্য প্রাতিষ্ঠানিক ও অভ্যন্তরীণ টেলিযোগাযোগ নেটওয়ার্ক জড়িত। এজন্যই ই-বিজনেস এর জনপ্রিয়তা ও গ্রহণযোগ্যতা বেশি।

পাঠ-১.৩

ই-কমার্সের ইতিহাস

History of E-Commerce



উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি

- ই-কমার্সের ইতিহাস সম্পর্কে জানতে পারবেন;
- বাংলাদেশে ই-কমার্সের অবস্থান সম্পর্কে জানতে পারবেন; এবং
- দেশি ও বিদেশী বিভিন্ন ধরনের ই-কমার্সের সাইটগুলো বর্ণনা করতে পারবেন।

ই-কমার্স : একটি সংক্ষিপ্ত ইতিহাস

E-commerce: A Brief History

মূলত ১৯৫০ সাল থেকেই ব্যবসা-বাণিজ্যে কম্পিউটারের ব্যবহার শুরু হয় এবং ১৯৬০ সালের দিকে তা ব্যাপকভাবে বিস্তার লাভ করে। তখন পণ্যের মজুত দেখা হতো পাঞ্চকার্ডের মাধ্যমে। তারপর ১৯৬৮ সালে কিছু কোম্পানি দ্বারা Transportation Data Co-ordination (TDCC) গঠিত হয়। ইলেকট্রনিক ডেটা ইন্টারচেঞ্জ এবং ইলেকট্রনিক ফান্ড ট্রান্সফারের মাধ্যমে ১৯৭০ সালের দিকে ই-কমার্সের প্রাথমিক সূচনা শুরু হয়।

১৯৭৯ সালে মাইকেল অলড্রিচ প্রথম অনলাইন শপিং এর একটি ডেমো দেখাতে সক্ষম হন। একই বছর যুক্তরাষ্ট্রের স্যাবরে এবং যুক্তরাজ্যের ট্রাভিকম নামে দুটি প্রতিষ্ঠান অলড্রিচ এর প্রোগ্রামারকে দিয়ে যুক্তরাজ্যে অনলাইন শপিং ব্যবসা শুরু করেন। ১৯৮১ সালে Thomson Holdiays প্রথম বিজনেস টু বিজনেস অনলাইন শপিং এর সাথে পরিচয় করান। ১৯৮৯ সালে যুক্তরাজ্যের Sir Tim Berners Lee ও Sir Sam Walker এবং বেলজিয়ামের Robert Cailiau সুইজারল্যান্ডের জেনেভায় অবস্থিত CERN (The European Center for Nuclear Research)-এ ওয়ার্ল্ড ওয়াইড ওয়েবের আবিষ্কার করেন। তবে ওয়াইড ওয়েব ওয়ার্ল্ড (WWW) বহুল প্রচলন শুরু হয় ১৯৯২ সালের ফেব্রুয়ারিতে Mosaic নামক গ্রাফিক্যাল ওয়েব ব্রাউজার আবিষ্কারের এক বছর পর। এই ঘটনা ইন্টারনেট জগতে এক বৈপ্লবিক পরিবর্তন এনে দেয় আর ই-কমার্সের যাত্রা ব্যাপকভাবে শুরু হয়। একই সময়ে অর্থাৎ ১৯৯২ সালে বুক স্ট্যাকস আনলিমিটেড বুকস ডটকম নামের প্রথম ই-কমার্স প্রতিষ্ঠিত হয় যারা অনলাইন পেমেন্ট প্রসেসিং ব্যবহার শুরু করে।

বিশ্বের প্রতিষ্ঠিত ই-কমার্স ওয়েবসাইট

অ্যামাজন ডটকম (amazon.com)

অ্যামাজন ডটকম ১৯৯৪ সালে প্রতিষ্ঠিত হয়। এটি মূলত একটি আমেরিকান ই-কমার্স ও কম্পিউটিং প্রতিষ্ঠান। প্রথমে দিকে বই বিক্রির মাধ্যমে অ্যামাজন ডটকম যাত্রা শুরু করলেও তথ্যমতে বর্তমানে অ্যামাজন ডটকমে রয়েছে প্রায় দেড় কোটির বেশি পণ্য। অনলাইন পেমেন্টের মাধ্যমে বিশ্বের যেকোনো দেশের ক্রেতারা অ্যামাজন ডটকম হতে পণ্য ক্রয় করতে পারেন। আবার ক্রেতারা পণ্য বিক্রয়ও করতে পারেন।

আলীবাবা ডটকম (alibaba.com)

আলীবাবা ডটকমে যাত্রা শুরু হয় ১৯৯৪ সালের ৪ এপ্রিল। এটি একটি চীনের ই-কমার্স প্রতিষ্ঠান এবং এর প্রধান কার্যালয় চীনের হাংজু শহরে অবস্থিত। বিভিন্ন ধরনের প্রোডাক্টের পাশাপাশি আলীবাবা ডটকম ইলেকট্রনিক্স পণ্য সেবা, শপিং সার্চ ইঞ্জিন এবং ডেটা সেন্ট্রিক ক্লাউড কম্পিউটিং সেবাও প্রদান করে। এটি মূলত বিশ্বব্যাপি পাইকারি ব্যবসার নিয়ন্ত্রক। এজন্য আলীবাবা ডটকমের বিশ্বব্যাপি রয়েছে বিভিন্ন ধরনের ক্রেতা ও বিক্রেতা। ২০১৮ সালের তথ্যমতে আলীবাবা ডটকমের বাৎসরিক আয় ছিল ৩৯.৮৯৮ বিলিয়ন ডলার।

রাকুতেন ডটকম (rakuten.com)

রাকুতেন ডটকমের যাত্রা শুরু হয় ১৯৯৭ সালের ৭ ফেব্রুয়ারিতে। এটি একটি জাপানী ই-কমার্স প্রতিষ্ঠান। এর প্রধান কার্যালয় জাপানের টোকিও শহরে অবস্থিত। রাকুতেন ডটকমের ব্যবসায় পরিধি বিশ্বের ২৯ টি দেশেরও বেশি এবং বিভিন্ন অঞ্চলে বিস্তৃত। ২০১৭ সালের তথ্যমতে রাকুতেন ডটকমের গ্রাহক সংখ্যা প্রায় ৯০ মিলিয়ন এবং বাৎসরিক আয় ৯৪৪.৭ মিলিয়ন ইয়েন।

গ্রুপন ডটকম (groupon.com)

গ্রুপন ডটকমের যাত্রা শুরু হয় ২০০৮ সালের নভেম্বর মাসে। এটি একটি আমেরিকান ই-কমার্স প্রতিষ্ঠান। এর প্রধান কার্যালয় আমেরিকার শিকাগো শহরে অবস্থিত। বিশ্বের ২৮ দেশে এই প্রতিষ্ঠানের ব্যবসায়িক কার্যক্রম চালু রয়েছে। এই প্রতিষ্ঠানের উল্লেখযোগ্য পণ্যের মধ্যে রয়েছে স্পোর্টস, ফ্যাশন, জুয়েলারি, ইলেক্ট্রনিক্স, গ্রোসারি, হেলথ, বাচ্চাদের খেলনা এবং বিভিন্ন ফিটনেস সংক্রান্ত পণ্য। এছাড়া পোষা প্রাণির যাবতীয় এক্সেসরিজ, খাবার ইত্যাদি। ২০১৮ সালের তথ্যমতে গ্রুপন ডটকমের গ্রাহক সংখ্যা প্রায় ৪৯.৩ মিলিয়ন এবং বাৎসরিক আয় প্রায় ২.৮৪ বিলিয়ন ডলার।

অ্যাসোস ডটকম (asos.com)

অ্যাসোস ডটকমের যাত্রা শুরু হয় ২০০০ সালের জুন মাসে। এটি একটি ব্রিটিশ অনলাইন ফ্যাশন ও বিউটি স্টোর। এর প্রধান কার্যালয় যুক্তরাজ্যের লন্ডন শহরে অবস্থিত। এই ই-কমার্স প্রতিষ্ঠানটি বিশ্বের প্রায় ২৮ টিরও বেশি দেশে নিজস্ব তৈরি ৮৫০ টি ব্র্যান্ডের কাপড়, ফ্যাশন, কসমেটিক্স, ফুটওয়্যার, মেনসওয়্যার, ওমেনসওয়্যার, এক্সেসরিজ এবং জুয়েলারি পণ্য বিক্রয় করে থাকে। ২০১৮ সালের তথ্যমতে অ্যাসোস ডটকমের বাৎসরিক আয় প্রায় ২.৪ বিলিয়ন পাউন্ড।

ফ্লিপকার্ট ডটকম (flipkart.com)

ফ্লিপকার্ট ডটকমের যাত্রা শুরু হয় ২০০৭ সালে। এটি একটি ভারতীয় ই-কমার্স প্রতিষ্ঠান। এর প্রধান কার্যালয় ভারতের বেঙ্গলুরু শহরে অবস্থিত। এটি প্রথমে বই বিক্রির ই-কমার্স হিসেবে পরিচিত ছিল। তবে বর্তমানে বইয়ের পাশাপাশি ভারতীয় নানা রকম পণ্য ও তাদের তৈরি নিজস্ব পণ্যসহ ট্যাবলেট, ইউএসবি এবং ল্যাপটপ বিক্রয় করে থাকে। ২০১৭ সালের তথ্য অনুযায়ী ফ্লিপকার্ট ডটকমের বাৎসরিক আয় প্রায় ২.৮ বিলিয়ন ডলার।

জেডি ডটকম (jd.com)

জেডি ডটকম ১৯৯৮ সালের জুন মাসে যাত্রা শুরু করে এবং ২০০৪ সালে অনলাইনভিত্তিক ব্যবসা হিসেবে আত্মপ্রকাশ করে। এটি একটি চীনের ই-কমার্স প্রতিষ্ঠান। এর প্রধান কার্যালয় চীনের বেইজিং শহরে অবস্থিত। বর্তমান বিশ্বের সবচেয়ে বড় প্রযুক্তিভিত্তিক ডেলিভারি সার্ভিস জেডি ডটকম প্রদান করে থাকে। ২০১৭ সালের তথ্য অনুযায়ী জেডি ডটকমের বাৎসরিক আয় প্রায় ৫৫.৬৮৯ বিলিয়ন মার্কিন ডলার।

সিনোভা ডটকম (cnova.com)

জেডি ডটকম ২০১৪ সালে জুন মাসে প্রতিষ্ঠিত। এটি একটি নেদারল্যান্ডের ই-কমার্স প্রতিষ্ঠান। এর প্রধান কার্যালয় নেদারল্যান্ডের সাও পাওলো শহরে অবস্থিত। প্রথম দিকে এটি সিডি ও ডিভিডির বিভিন্ন অফার সম্বলিত ওয়েবসাইট হিসেবে পরিচিত হলেও বর্তমানে এই প্রতিষ্ঠানের জনপ্রিয় পণ্যের মধ্যে রয়েছে ইলেক্ট্রনিক্স, কম্পিউটার, হোম যন্ত্রপাতি, ব্যক্তিগত নিত্য প্রয়োজনীয় পণ্য ইত্যাদি। ২০১৫ সালের তথ্য অনুযায়ী সিনোভা ডটকমের বাৎসরিক আয় প্রায় ৩.৪২ বিলিয়ন ইউরো।

স্ন্যাপডিল ডটকম (snapdeal.com)

স্ন্যাপডিল ডটকমের যাত্রা শুরু হয় ২০১৪ সালে ফেব্রুয়ারি মাসে। এটি একটি ভারতীয় ই-কমার্স প্রতিষ্ঠান। এর প্রধান কার্যালয় ভারতের নিউ দিল্লি শহরে অবস্থিত। বর্তমান সময়ে এটি ভারতের সবচেয়ে বড় মার্কেটপ্লেস কোম্পানি। এই কোম্পানির প্রায় ৩ কোটিও বেশি পণ্য রয়েছে যা ৮০০ এর বেশি ক্যাটাগরিতে প্রদর্শিত হয়। এছাড়াও তাদের রয়েছে প্রায় ১ লক্ষ ২৫ হাজারের বেশি ব্যান্ড।

বাংলাদেশের প্রেক্ষাপটে ই-কমার্স

Classification of Computer

বর্তমান সময়ে অনলাইন ব্যবসা আমাদের দেশে বেশ জনপ্রিয় হয়ে উঠেছে। এর মাধ্যমে ঘরে বসেই উদ্যোক্তারা তাদের পণ্য পৌঁছে দিচ্ছেন গ্রাহকের হাতে। ফলে গ্রাহকদের অনেক সময় বেঁচে যাচ্ছে। খুব বেশি-ঝামেলায় পড়তে হচ্ছে না। পছন্দের পণ্যটাও পেয়ে যাচ্ছে চাওয়া মাত্র। বাংলাদেশের প্রেক্ষাপটে এ ধরনের ব্যবসা নতুন হলেও ইতিমধ্যেই সারা দেশে এর প্রসার হয়েছে। ১৯৯৯ সালে বাংলাদেশে মুন্সিজি ডট কম (munshigi.com) নামে প্রথম একটি ই-কমার্স সাইট চালু হয়। এরপর ২০০৬ সালে সেলবাজার ডটকম নামের নামক একটি ই-কমার্সের যাত্রা শুরু হয় যারা ফ্রি অনলাইন বিজ্ঞাপনের সূচনা করেছিল।

বাংলাদেশে ২০০৯ সাল থেকে ডিজিটাল বাংলাদেশ বিনির্মাণের অভিযাত্রায় তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তির সুবিধা শহর ও গ্রাম পর্যন্ত বিস্তৃত হওয়ায় ই-কমার্স সম্প্রসারণের সুযোগ সৃষ্টি হয়েছে। এরই মধ্যে বেশ কয়েকটি ই-কমার্স সাইটে অনলাইনে কেনাকাটার বিষয়টি জনপ্রিয় হয়ে উঠেছে। তৃণমূলের মানুষও ধীরে ধীরে এতে সম্পৃক্ত হতে শুরু করেছে। তবে বাংলাদেশে অনলাইনে কেনাবেচার শুরু মূলত ২০১১ সাল থেকে। ২০১২ সালের ডিসেম্বরে বাংলাদেশ ব্যাংক ন্যাশনাল পেমেন্ট সুইচ (এনএসপিবি) চালু করলে ব্যাংকের মাধ্যমে অনলাইনে মূল্য পরিশোধের পদ্ধতিটি চালু হয়।

২০১৩ সালে বাংলাদেশে ই-কমার্স জগতে শুরু হয় নতুন দিগন্ত। বাংলাদেশ ব্যাংক, ব্যাসিস ও অন্যান্য প্রতিষ্ঠান ই-কমার্সকে জনপ্রিয় করতে শুরু করে নানান কর্মসূচী। এর মধ্যে রয়েছে সভা, সেমিনার, মেলা, পত্রিকায় বিজ্ঞাপন প্রকাশ ইত্যাদি। দেশে এখন প্রায় ২ হাজার ই-কমার্স সাইট এবং ৫০ হাজার ফেসবুকভিত্তিক প্রতিষ্ঠান রয়েছে। এই মুহূর্তে অনলাইনে বিক্রি হওয়া পণ্যের ৮০ শতাংশ যাচ্ছে ঢাকা, চট্টগ্রাম ও গাজীপুরে। এ খাতকে নিয়ন্ত্রণের মধ্যে আনতে সরকার ২০১৮ সালে ‘জাতীয় ডিজিটাল কমার্স নীতিমালা’ তৈরি করেন।

সাম্প্রতিক এক জরিপে দেখা যায় মাছ, মাংস, সবজি, ফলমূল থেকে শুরু চাল, ডাল, কাপড়, প্রসাধনী, আসবাব পণ্য, বই, ইলেকট্রনিক পণ্য, গহনা এমনকি মোটরগাড়িও এখন অনলাইনে বিক্রি হচ্ছে। দেশে অনলাইনে সবচেয়ে বেশি বিক্রি হচ্ছে পোশাক, প্রসাধনী ও গহনা। মাছ, মাংস আর সবজির মতো কাঁচা পণ্যের বিক্রি সবচেয়ে কম। ২৫ থেকে ৩৪ বছরের মধ্যে যাদের বয়স, বাংলাদেশে মূলত তারা অনলাইনে পণ্যের প্রধান ক্রেতা।

ই-কমার্স অ্যাসোসিয়েশনের হিসাব মতে, ২০১৯ সালে ই-কমার্স খাতের পণ্য বিক্রয়ের পরিমাণ ২ হাজার কোটি টাকার সীমা ছাড়িয়েছে এবং এই বছরটিতে ই-কমার্স পণ্যের বিক্রির প্রবৃদ্ধি হার ছিল ৩০ শতাংশ। তাছাড়া কিছু কিছু ই-কমার্স ভেঙের বিদেশি বিনিয়োগ পেয়েছে।

বাংলাদেশের ই-কমার্স ওয়েবসাইট

বিশ শতকের শেষ ভাগে উন্নত দেশগুলোতে ডিজিটাল বিপ্লব শুরু হলেও একুশ শতকে এসে তা উন্নয়নশীল অধিকাংশ দেশে ছড়িয়ে পড়ে। তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তির এই সম্প্রসারণ বিশ্বে ব্যবসা-বাণিজ্যের ক্ষেত্রে আধুনিকতা ও নতুন মাত্রা নিয়ে এসেছে-যা ই-কমার্স নামে সমধিক পরিচিত। বাংলাদেশে ২০০৯ সাল থেকে ডিজিটাল বাংলাদেশ বিনির্মাণের অভিযাত্রায় তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তির সুবিধা শহর ও গ্রাম পর্যন্ত বিস্তৃত হওয়ায় ই-কমার্স সম্প্রসারণের সুযোগ তৈরি হয়। এরই মধ্যে বেশ কয়েকটি ই-কমার্স সাইটে অনলাইনে কেনাকাটার বিষয়টি জনপ্রিয় হয়ে উঠেছে। তৃণমূলের মানুষও ধীরে ধীরে এতে সম্পৃক্ত হতে শুরু করেছে। বাংলাদেশে বর্তমান সময়ে জনপ্রিয় ই-কমার্স সাইটসমূহ হলো-

- ১। দারাজ ডটকম (daraz.com)
- ২। রকমারি ডটকম (rokomari.com)
- ৩। আজকেরডিল ডটকম (ajkerdeal.com)
- ৪। বাগডুম ডটকম (bagdoo.com)
- ৫। পিকাবো ডটকম (pickaboo.com)
- ৬। চালডাল ডটকম (chaldal.com)
- ৭। প্রিয়শপ ডটকম (priyoshop.com)
- ৮। ইবে ডটকম (ebay.com)
- ৯। অথবা ডটকম (othoba.com); ইত্যাদি।

দারাজ ডটকম (daraz.com)

দারাজ একটি চাইনিজ মার্কেটপ্লেস। এটি ২০১২ সালে প্রতিষ্ঠিত হয়। প্রথমে এটি পাকিস্তানের রিটেইলার হিসেবে যাত্রা শুরু করে। ২০১৫ সালের সেপ্টেম্বর মাসে দারাজ বাংলাদেশ ও মায়ানমারে প্রবেশ করে। বর্তমানে বাংলাদেশে নামকরা ই-কমার্স ওয়েবসাইটগুলোর মধ্যে দারাজ অন্যতম। দারাজে দেশি ও বিদেশি মিলিয়ে প্রায় সব ধরনের পণ্যই পাওয়া যায়। দারাজ সমগ্র বাংলাদেশে পণ্য ডেলিভারি করে থাকে। নির্দিষ্ট চার্জের বিনিময়ে দারাজ ঢাকার ও ঢাকার বাইরে ডেলিভারি প্রদান করে থাকে। দারাজের ক্ষেত্রে পণ্যের মূল্যে পরিশোধ বা পেমেন্ট সিস্টেম হলো ক্যাশ অন ডেলিভারি, বিকাশ, আমেরিকান এক্সপ্রেস, মাস্টার কার্ড, ভিসা কার্ড ইত্যাদি।

রকমারি ডটকম (rokomari.com)

রকমারি বাংলাদেশের প্রথম এবং অন্যতম সেরা বইয়ের অনলাইন শপ। সাহিত্য থেকে শুরু করে প্রযুক্তি পর্যন্ত প্রায় সব ধরনের বই-ই পাওয়া যায় এই অনলাইন বুক স্টোরে। এটি ২০১২ সালে প্রতিষ্ঠিত হয়। বর্তমানে রকমারি ডটকমে বইয়ের পাশাপাশি টিউটোরিয়াল, বিজ্ঞান বক্স ও বিভিন্ন ধরনের ইলেকট্রনিক পণ্য পাওয়া যায়। ভালো পণ্য ও সেবা প্রদানের মাধ্যমে রকমারি ডটকম বাংলাদেশের সেরা ই-কমার্স ওয়েবসাইটগুলোর তালিকায় নাম তুলে নিয়েছে। নির্দিষ্ট চার্জের বিনিময়ে রকমারি ডটকম ঢাকা ও ঢাকার বাইরে ডেলিভারি প্রদান করে থাকে। রকমারি ডটকমের ক্ষেত্রে পণ্যের মূল্যে পরিশোধ বা পেমেন্ট সিস্টেম হলো ক্যাশ অন ডেলিভারি, বিকাশ, রকেট, সিটি ব্যাংক, ডি-ম্যানি, আমেরিকান এক্সপ্রেস, মাস্টার কার্ড, ভিসা কার্ড ইত্যাদি।

আজকেরডিল ডটকম (ajkerdeal.com)

আজকেরডিল ডটকম ২০১১ সালে প্রতিষ্ঠিত হয়। ফ্যাশন, কসমেটিক্স, গহনা ও বিভিন্ন ধরনের ইলেকট্রনিক্স পণ্যসহ খাবার সামগ্রী বিক্রি করা হয় আজকেরডিল ডটকমে। নির্দিষ্ট চার্জের বিনিময়ে আজকেরডিল ডটকম ঢাকা ও ঢাকার বাইরে ডেলিভারি প্রদান করে থাকে। আজকেরডিল ডটকম এর ক্ষেত্রে পণ্যের মূল্যে পরিশোধ বা পেমেন্ট সিস্টেম হলো ক্যাশ অন ডেলিভারি, বিকাশ, রকেট, আই-পে, ডিডিবিএ, ডি-ম্যানি, আমেরিকান এক্সপ্রেস, মাস্টার কার্ড, ভিসা কার্ড ইত্যাদি।

বাগডুম ডটকম (bagdoom.com)

বাংলাদেশের অন্যতম সেরা আরেকটি ই-কমার্স ওয়েবসাইট হলো বাগডুম ডটকম। প্রথমে এটি akhoni.com নামে যাত্রা শুরু করে। ২০১০ সালে প্রথম ই-কমার্স ওয়েবসাইট হিসেবে বাগডুম ডটকম বাংলাদেশে প্রবেশ করে। বাগডুমে প্রথমে শুধু লাইফ স্টাইল পণ্য পাওয়া গেলেও এখন প্রায় সব ধরনের পণ্যই পাওয়া যায়। অর্থাৎ বাগডুমে লোকাল ও ইন্টারন্যাশনাল উভয় ব্যান্ডের পণ্যই পাওয়া যায়। বাগডুমের পণ্যের মূল্যে পরিশোধ বা পেমেন্ট সিস্টেম হলো ক্যাশ অন ডেলিভারি, বিকাশ, শিওর ক্যাশ, ডিডিবিএ, ব্যাংক ডিপোজিস্ট, আমেরিকান এক্সপ্রেস, মাস্টার কার্ড, ভিসা কার্ড ইত্যাদি।

পিকাবো ডটকম (pickaboo.com)

পিকাবো ২০১৬ সালের মে মাসে পিকাবো প্রতিষ্ঠিত হয়। পিকাবোতে বিপুল পরিমাণে ইলেক্ট্রনিক্স ও লাইফ স্টাইল এর পণ্য রয়েছে। যেমন- মোবাইল, ল্যাপটপ, ডেস্কটপ কম্পিউটার, কিচেন অ্যাপ্লায়েন্স, মেকাপ ইত্যাদি।

চালডাল ডটকম (chaldal.com)

বর্তমান সমাজের প্রত্যেকটি মানুষের নিত্য প্রয়োজনীয় দ্রব্যাদির চাহিদা পূরণের লক্ষ্যে ২০১৩ সালে চালডাল ডটকম ই-কমার্স সাইটটি প্রতিষ্ঠিত হয়। চালডাল ডটকমে মাছ, মাংস, সবজি, ফলমূল থেকে শুরু চাল, ডাল, কাপড়, প্রসাধনী, আসবাব পণ্য, বই, ইলেক্ট্রনিক পণ্য, গহনা ইত্যাদি পাওয়া যায়।

প্রিয়শপ ডটকম (priyoshop.com)

ফ্যাশন ই-কমার্স প্রতিষ্ঠান হিসেবে ২০১৩ সালে প্রিয়শপ ডটকম প্রতিষ্ঠিত হয়। এ সাইটের মাধ্যমে নিত্য প্রয়োজনীয় দ্রব্য থেকে শুরু করে বিলাসবহুল পণ্যও পাওয়া যায়। আবার বিশেষ ছাড়ে তৈরি ফ্যাশন এবং ফ্যাশন অনুষ্ঙ্গ, ইলেক্ট্রনিক পণ্য, মোবাইল, বিভিন্ন অনুষ্ঠানের গিফট পণ্য এবং বিভিন্ন সেবা পাওয়া যায়।

ইবে ডটকম (ebay.com)

ইবে ডটকম হলো আমেরিকান মাল্টিন্যাশনাল কোম্পানি এবং ই-কমার্স প্রতিষ্ঠান। বিশ্বের বিভিন্ন দেশে এই প্রতিষ্ঠানের সার্ভিস রয়েছে।

অথবা ডটকম (othoba.com)

অথবা ডটকম হলো আরএফএল গ্রুপের একটি ই-কমার্স প্রতিষ্ঠান। এটি ২০১৫ সালে প্রতিষ্ঠিত হয়। অথবা ডটকমে নিত্য প্রয়োজনীয় খাদ্য সামগ্রীসহ জামা কাপড়, কসমেটিক্স, মেকাপ, বেল্ট, বাই-সাইকেল, মোবাইল, ফার্ণিচার ইত্যাদি পাওয়া যায়।

বাংলাদেশে ই-কমার্সের সমস্যা ও প্রতিবন্ধকতা

বর্তমান সময়ে ব্যবসায়িক কর্মকাণ্ড পরিচালনার জন্য ই-কমার্সের বিকল্প নেই বললেই চলে। কিন্তু ই-কমার্সের প্রয়োগের দিক থেকে বাংলাদেশ এখনও অনেক পিছিয়ে। এর বহুবিধ কারণ রয়েছে। সরকারি পর্যাণ্ড সহযোগিতা থেকে শুরু করে দক্ষ লোকের অভাব- কোনটাকেই বাদ দেয়া যেতে পারে না। ই-কমার্সের মাধ্যমে বাংলাদেশ প্রভূত উন্নয়ন সাধনের পাশাপাশি বৈদেশিক মুদ্রা অর্জনে যুগান্তকারী সাফল্য পেতে পারে।

বাংলাদেশে টেলিযোগাযোগ ব্যবস্থার কিছুটা উন্নয়ন ঘটলেও বিশ্বের সাথে তাল মিলিয়ে চলার মত মান এখনও দিতে পারছে না। অর্থাৎ এখনও বাংলাদেশে ইন্টারনেটের গতি পর্যাণ্ড নয়। যা ই-কমার্সের জন্য বড় ধরনের অন্তরায়। এছাড়া আরও অনেক ধরনের প্রতিবন্ধকতা রয়েছে। নিম্নে এগুলো তুলে ধরা হলো-

- ১। **দক্ষতার অভাব :** ই-কমার্সের মাধ্যমে কিভাবে ব্যবসায় পরিচালনা করতে হবে কিংবা এর ওয়েব সাইট কেমন হবে সে সম্পর্কে জ্ঞান ও দক্ষ লোকের অভাব এখনও রয়ে গেছে। বাংলাদেশে এ ধরনের দক্ষ লোকের অভাব খুব বেশি।

- ২। **সরকারি সহযোগিতার অভাব :** ই-কমার্সকে এগিয়ে নিতে হলে এখন বাংলাদেশের জন্য প্রয়োজন পর্যাপ্ত সরকারি সহযোগিতা। সরকারি সাহায্য বেশি হলে এর একটা স্বাভাবিক উন্নয়ন গতি শুরু হওয়া সম্ভব।
- ৩। **ইলেকট্রনিক পেমেন্ট সমস্যা :** অন-লাইন ব্যাংকিং এ বাংলাদেশ এখনও অনেক পিছিয়ে আছে। বিশ্বের অন্যান্য দেশের ব্যাংক যেখানে চিন্তা করছে অন-লাইন ব্যাংকিং এ গ্রাহককে আরও কতভাবে সেবা প্রদান বৃদ্ধি করা যায় সেখানে বাংলাদেশ আজ পর্যন্ত পুরোপুরিভাবে এই ব্যবস্থার প্রচলনই ঠিকমত করতে পারছে না। তাছাড়া রয়েছে ক্রেডিট ও ডেবিট কার্ড ব্যবহারের স্বল্পতা। ই-কমার্সকে এগিয়ে নিতে হলে ইলেকট্রনিক পেমেন্ট সিস্টেম উন্নয়নের পাশাপাশি ক্রেডিট কার্ড ব্যবহারের প্রসার ঘটাতে হবে।
- ৪। **সঠিক পরিকল্পনার অভাব :** তথ্য প্রযুক্তিতে বাংলাদেশকে এগিয়ে নেবার জন্য বহুবারই বহু পরিকল্পনা করা হয়েছে। কিন্তু এর সঠিক প্রয়োগ কখনই ঠিকমত হয়নি। ই-কমার্সকে এগিয়ে নিতে হলে প্রয়োজন সঠিক পরিকল্পনার পাশাপাশি এর সঠিক প্রয়োগ।
- ৫। **তথ্য প্রযুক্তি ব্যবহারের স্বল্পতা :** অজ্ঞতার কারণেই হোক কিংবা আর্থিক কারণেই হোক আমাদের দেশে কম্পিউটার ব্যবহারকারীর সংখ্যা খুব একটা আশাব্যঞ্জক নয়। বহু বড় বড় প্রতিষ্ঠান এর বড় বড় ব্যবস্থাপকগণও জানেন না কম্পিউটার দ্বারা কি করা সম্ভব বা এর কাজ কি? এর প্রয়োজনীয়তা সম্পর্কেও এদের খুব একটা ভাল জ্ঞান নেই বললেই চলে। যার কারণে এখনও বহু প্রতিষ্ঠান সেই ধীর গতির কাগজ-কলমের ব্যবহারকেই প্রাধান্য দিচ্ছেন। কম্পিউটারসহ অন্যান্য তথ্য প্রযুক্তির ব্যবহারকারীর সংখ্যা বাড়াতে না পারলে ই-কমার্সের উন্নতি করা খুব একটা সহজ কাজ হবে না।
- ৬। **সাইবার নিরাপত্তা ঝুঁকি :** বর্তমানে বাংলাদেশে তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি খাতে বড় ধরনের চ্যালেঞ্জ হলো সাইবার নিরাপত্তা। সাইবার নিরাপত্তার ক্ষেত্রে বাংলাদেশ এখনও ভাল অবস্থান তৈরি করতে পারেনি।
- ই-কমার্স খাতের সমস্যাগুলোর মধ্যে অন্যতম বলা যায় ইন্টারনেটের ধীরগতি। আবার ই-কমার্সের পণ্যের ডেলিভারি সমস্যা তো আছেই। ইচ্ছে করলেই সহজেই দেশের যেকোনো স্থানে পণ্য সঠিক সময়ে ডেলিভারি করা যায় না। তাই আশা করা যায় উপরোক্ত সমস্যাসমূহের পর্যাপ্ত সমাধান করলেই ই-কমার্স বাংলাদেশের অর্থনীতিতে একটি বিরাট ভূমিকা রাখতে পারবে।



সারসংক্ষেপ:

বর্তমান যুগ প্রযুক্তির যুগ। আর এই প্রযুক্তির যুগে ইন্টারনেট প্রযুক্তিতে কম্পিউটার নেটওয়ার্ক ও অন্যান্য ইলেকট্রনিক প্রযুক্তি ব্যবহার করে পণ্য, সেবা ও তথ্য ক্রয়-বিক্রয়, হস্তান্তর বা বিনিময় কার্যই হচ্ছে ই-কমার্স। আজকাল আমরা অনলাইনে অনেক কাজই করছি। সেসব কাজের সাথে শপিং সেরে নেয়ার হার ধীরে ধীরে বাড়ছে। অনলাইন বাজার বড় হওয়ার কারণে অনেকেই এই বাজারে প্রবেশের আগ্রহ পোষণ করেন। তবে আগ্রহের সাথে সাথে সঠিক পরিকল্পনা না থাকলে অনলাইনে বিক্রি শুরু করার ইচ্ছার বাস্তবায়ন হওয়ার সুযোগ নেই। ই-কমার্স ওয়েবসাইটগুলো কেনা-কাটায় এক নতুন মাত্রা যোগ করেছে। বাংলাদেশে বিভিন্ন ধরনের ই-কমার্স ওয়েবসাইট রয়েছে।



১. ই-কমার্স কী? ই-কমার্সের বৈশিষ্ট্যগুলো লিখুন।
২. ই-কমার্সের সুবিধা ও অসুবিধা বর্ণনা করুন।
৩. ই-কমার্সকে আধুনিক ব্যবসার পদ্ধতি বলা হয় কেন? বর্ণনা করুন।
৪. ই-কমার্স পণ্যের ক্রয়-বিক্রয়কে কীভাবে সহজ করেছে? ব্যাখ্যা করুন।
৫. ই-কমার্সের শ্রেণিবিভাগ আলোচনা করুন।
৬. ই-কমার্সের বৈশিষ্ট্যসমূহ বর্ণনা করুন।
৭. এম-কমার্স বলতে কী বুঝেন?
৮. ই-বিজনেস বলতে কী বুঝেন?
৯. ই-বিজনেসের বৈশিষ্ট্যসমূহ বর্ণনা করুন।
১০. ই-কমার্স ও ই-বিজনেসের মধ্যে পার্থক্য লিখুন।
১১. বিশ্বে প্রতিষ্ঠিত যেকোনো চারটি ই-কমার্স ওয়েবসাইটের বর্ণনা দিন।
১২. বাংলাদেশে প্রতিষ্ঠিত যেকোনো পাঁচটি ই-কমার্স ওয়েবসাইটের বর্ণনা দিন।
১৩. বাংলাদেশে ই-কমার্সের সমস্যা ও প্রতিবন্ধকতা সম্পর্কে বর্ণনা করুন।

তথ্যসূত্র

- Laudon, K.C. & Traver, C.G. (2018). E-Commerce: Business, Technology, Society
- Schneider, G.P: Electronic Commerce (9 ed.)
- David Whiteley: E-Commerce: Strategy, Technologies and Application
- Rayport, J. F. & Jaworski, B. J. (2002). Introduction to E-Commerce
- Choi, S.Y., Whinston, A.B. & Stahl, D.O. (1997). The Economics of Electronic Commerce.
- Greenstein, M. & Feinman, T. M. (2000). Electronic Commerce: Security, Risk Management and Control.
- মাহমুদ, প্র. মো. দু. ও হায়দার, না. (২০২০). তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি (৬ স.)
- মাহমুদ, প্র. মো. দু., নূরী, সৈ. আ. ও আক্তার, না. (২০১৭). ম্যানেজমেন্ট ইনফরমেশন সিস্টেম