


# ই-কমার্স বিজনেস মডেল

## E-Commerce Business Model

8

ই-কমার্সের কল্যাণে ঘরে বসেই কম্পিউটারের সাহায্যে ক্রেতারা সারা বিশ্বের বাজারজাতকারীদের পণ্য ও সেবা সার্চ করতে পারে এবং প্রয়োজন অনুযায়ী অর্ডার দিতে পারে। অর্ডার প্রদান ও পণ্য ডেলিভারী গ্রহণে স্বল্পতম সময় ব্যয় হয়; দিন-রাত ২৪ ঘন্টাই অর্ডার দেয়া যায়, সরবরাহ নেয়া ছাড়া আরও বহুবিধ সুবিধার কারণে ই-কমার্সের ব্যবহার, গুরুত্ব এবং কার্য পরিধি প্রতিনিয়ত বৃদ্ধি পাচ্ছে। বাজারজাতকারী এবং ক্রেতা ব্যাপকভাবে উপকৃত হচ্ছে। তবে কোম্পানি বা ব্যবসা প্রতিষ্ঠানগুলোকে ই-কমার্সে সফলতার জন্য অবশ্যই কৌশল নির্ধারণ ও সম্পাদন করতে হয়। একটি ব্যবসায়িক মডেল হলো একটি ব্যবসা পদ্ধতি যার মাধ্যমে কোনো কোম্পানি বা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠান নিজেদের ব্যবসা ধারাবাহিকভাবে পরিচালনা করতে আয় উপার্জন করতে পারে। ই-কমার্স বিজনেস মডেল হলো এমন একটি ব্যবসায়িক মডেল যা ইন্টারনেট এবং ওয়ার্ল্ড ওয়াইড ওয়েবের সার্ভিসসমূহ ব্যবহার করে ব্যবসায়িক লক্ষ্য অর্জন করে। তবে ব্যবসায়িক মডেল তার সমস্ত কার্যাবলী সুষ্ঠুভাবে সম্পাদন করে ব্যবসায়িক মডেলের কার্যকরী উপাদানসমূহের মাধ্যমে।

 ইউনিট সমাপ্তির সময়	ইউনিট সমাপ্তির সর্বোচ্চ সময় ২ সপ্তাহ
<b>এই ইউনিটের পাঠসমূহ</b>	
পাঠ- ৪.১ : ই-কমার্স বিজনেস মডেল	
পাঠ- ৪.২ : ই-কমার্স বিজনেস মডেলের ধরন	
পাঠ- ৪.৩ : বিটুবি ও বিটুসি মডেলের ধরন	

## পাঠ-৪.১

## ই-কমার্স বিজনেস মডেল

## E-Commerce Business Model



## উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি

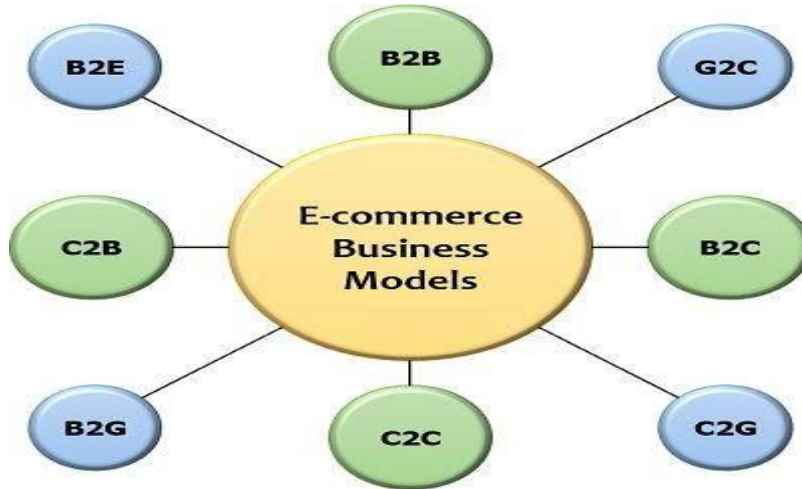
- ই-কমার্স বিজনেস মডেল সম্পর্কে জানতে পারবেন; এবং
- ই-কমার্স বিজনেস মডেলের কার্যকরী উপাদানসমূহ ব্যাখ্যা করতে পারবেন।

## ভূমিকা

## Introduction

সাধারণ অর্থে মুনাফা অর্জনের উদ্দেশ্যে পণ্যদ্রব্য ক্রয়বিক্রয় সংক্রান্ত কাজকে ব্যবসা বলা হয়। কিন্তু প্রকৃত অর্থে, ব্যবসা শুধুমাত্র পণ্য-দ্রব্য ক্রয়-বিক্রয়ের মধ্যেই সীমাবদ্ধ নয়। এর অর্থ আরও ব্যাপক ও বিস্তৃত। পণ্য সামগ্রী ও সেবা উৎপাদন থেকে শুরু করে ভোক্তা বা ব্যবহারকারীর কাছে পৌঁছে দেয়া পর্যন্ত যাবতীয় বৈধ অর্থনৈতিক কর্মকাণ্ডই ব্যবসা। একটি ব্যবসার শুরু থেকে শেষ পর্যন্ত কার্যক্রমের পরিকল্পনা ও গবেষণার লিপিবদ্ধ রূপ।

বিজনেস মডেল হলো একটি ব্যবসাকে লাভজনক পর্যায়ে নিয়ে যেতে যে পরিকল্পনাগুলো গ্রহণ করা হয় তার একটি সুনির্দিষ্ট ও সুগঠিত কাঠামো। ব্যবসায়িক কৌশলের ক্ষেত্রে বিজনেস মডেলটি এক রকম নাও হতে পারে। এটির কৌশল পরিবর্তন ও পরিবর্ধন হতে পারে প্রতিযোগিতামূলক পরিবেশকে ভিত্তি করে। তবে যেকোনো ব্যবসার পরিকল্পনার কেন্দ্রে অবস্থান করে বিজনেস বা ব্যবসায়িক মডেল। ব্যবসায়িক পরিকল্পনা হলো একটি নথি যা কোনো ফার্মের বা ব্যবসা প্রতিষ্ঠানের ব্যবসায়ের মডেল বর্ণনা করে। তবে ব্যবসায়িক পরিকল্পনা সব সময় প্রতিযোগিতামূলক পরিবেশ বিবেচনা করে। সার্বিক দিক থেকে ই-কমার্স বিজনেস মডেলের উদ্দেশ্য হলো ইন্টারনেট, ওয়েব ও মোবাইল প্ল্যাটফর্মের অনন্য বৈশিষ্ট্যসমূহের ব্যবহার করা ও উৎসাহ অর্জন করা।



চিত্র ৪.১.১: একটি সাধারণ E-Commerce বিজনেস মডেল

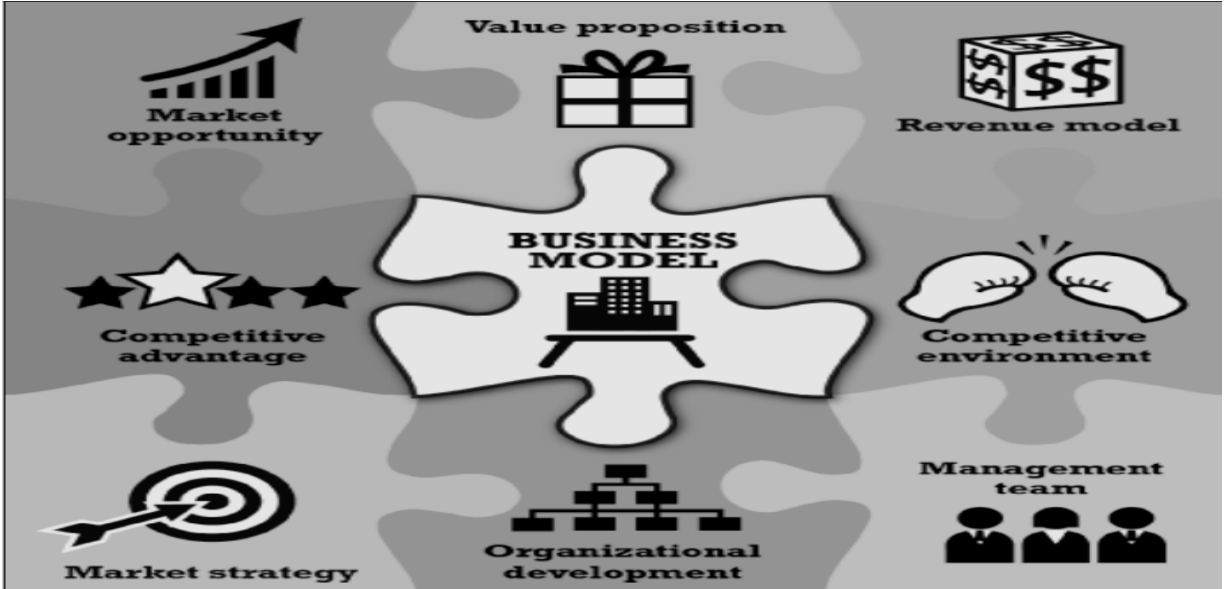
## ই-কমার্স ব্যবসায়িক মডেলের মূল উপাদানসমূহ

## The key components of E-Commerce business models

শুধুমাত্র ই-কমার্স ব্যবসা নয় যেকোনো ব্যবসা সফল করার জন্য প্রয়োজন ব্যবসায়িক মডেলের উপাদানসমূহ কার্যকরী করা। যেকোনো ব্যবসা সফলতার জন্য প্রতিটি উপাদানই গুরুত্বপূর্ণ। ই-কমার্স বিজনেস মডেলের ক্ষেত্রে আটটি কার্যকরী উপাদান রয়েছে। যেমন-

- ১। মূল্য প্রস্তাব (Value proposition)

- ২। আয়কর মডেল (Revenue model)
- ৩। বাজারের সুযোগ (Market opportunity)
- ৪। প্রতিযোগিতামূলক পরিবেশ (Competitive environment)
- ৫। প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা (Competitive advantage)
- ৬। বাজার কৌশল (Market strategy)
- ৭। সাংগঠনিক উন্নয়ন (Organizational development)
- ৮। পরিচালনা দল (Management team)



চিত্র ৪.১.২ : বিজনেস মডেলের আটটি উপাদান

## মূল্য প্রস্তাব

### Value proposition

কোনো সংস্থার বা ব্যবসার মূল্য প্রস্তাবটি তার ব্যবসায়িক মডেলের কেন্দ্রে অবস্থান করে। মূল্য প্রস্তাব বলতে বোঝায় কোনো কোম্পানি বা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের পণ্য ও পরিষেবা কিভাবে ক্রেতাদের বা গ্রাহকদের চাহিদা পূরণ করে। তবে মূল্য প্রস্তাবটি বিশ্লেষণ করার জন্য প্রয়োজন কেন গ্রাহকরা একটি ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের পণ্যের পরিবর্তে অন্য একটি প্রতিষ্ঠানের পণ্য গ্রহণ করে এবং সেই প্রতিষ্ঠানটি কি কি ধরনের সুবিধা গ্রাহকদের দিয়ে থাকে। ভোক্তার দৃষ্টিকোণ থেকে সফল ই-কমার্স ব্যবসার মূল্য প্রস্তাবগুলো অর্ন্তভুক্ত থাকে ব্যক্তিগতকরণ এবং পণ্য অফার কাস্টমাইজেশন, পণ্য অনুসন্ধানের ব্যয় কমানো, পণ্যের দাম তুলনামূলক কমানো এবং পণ্য সরবরাহ পরিচালনা করে লেনদেন প্রক্রিয়া সহজতর করা। উদাহরণস্বরূপ বলা যায় অ্যামাজন কোম্পানি তাদের গ্রাহকদের সুবিধার জন্য ২৪ ঘন্টা বইয়ের অর্ডারের ব্যবস্থা করেছেন।

## আয়কর মডেল

### Revenue model

কোনো কোম্পানির বা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের আয়কর মডেল বর্ণনা করে কিভাবে কোম্পানিটি বা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানটি উপার্জন করবে, মুনাফা অর্জন করবে এবং স্বল্প বিনিয়োগে কিভাবে সর্বোচ্চ আয় করবে। তবে আয়কর মডেলের সাথে আর্থিক মডেলের বিনিময় করা যায়। ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানগুলোর কাজই হলো উভয় ক্ষেত্রে মুনাফা অর্জন এবং বিনিয়োগকৃত মূলধন থেকে অন্য যেকোনো বিকল্পের চেয়ে বেশি মুনাফা অর্জন করা। শুধুমাত্র মুনাফাই কোনো প্রতিষ্ঠানের সফলতার জন্য যথেষ্ট নয়। প্রতিষ্ঠানকে সফল হিসেবে বিবেচিত হওয়ার জন্য অবশ্যই বিকল্প পদ্ধতির চেয়ে বেশি আয় করতে হবে। তা না হলে প্রতিষ্ঠানগুলো ভবিষ্যৎ অস্তিত্বের বাইরে চলে যাবে।

যদিও বিভিন্ন ধরনের ই-কমার্সের আয়কর মডেলের বিকাশ বা উন্নতি সাধিত হয়েছে তারপরও বেশির ভাগ কোম্পানি বা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানগুলোর আয়কর মডেল নিম্নলিখিত কিছু মডেলের সংমিশ্রণের উপর নির্ভর করে; যেমন-

- ১। বিজ্ঞাপনের আয়কর মডেল (Advertising revenue model)
- ২। সাবস্ক্রিপশন আয়কর মডেল (Subscription revenue model)
- ৩। লেনদেন-ফি আয়কর মডেল (Transaction fee revenue model)
- ৪। বিক্রয় আয়কর মডেল (Sales revenue model)
- ৫। এফিলিয়েট আয়কর মডেল (Affiliate revenue model); ইত্যাদি।

আয়কর মডেল	উদাহরণ	আয়করের উৎস
বিজ্ঞাপন	Yahoo	বিজ্ঞাপনদাতাদের কাছ থেকে বিজ্ঞাপনের বিনিময়ে ফি গ্রহণ।
সাবস্ক্রিপশন	eHarmony, Consumer Reports Online, Netflix	কনটেন্ট বা সেবাগুলো অ্যাক্সেসের বিনিময়ে গ্রাহকদের কাছ থেকে ফি গ্রহণ।
লেনদেন-ফি	eBay,	লেনদেনের কার্যাবলি সম্পাদিত করার জন্য ফি গ্রহণ।
বিক্রয়	Amazon, Birchbox, iTunes	পণ্য, তথ্য অথবা সেবাসমূহ বিক্রয়।
এফিলিয়েট	MyPoints	ব্যবসায়ের রেফারেন্সগুলোর জন্য ফি গ্রহণ।

টেবিল ৪.১.১ : পাঁচটি প্রাথমিক আয়কর মডেল

## বাজারের সুযোগ

### Market Opportunity

সাধারণত বাজার বলতে এমন একটি স্থানকে বুঝায় যেখানে পণ্যসামগ্রীর ক্রয়বিক্রয় কার্য সম্পাদিত হয়। কিন্তু বাজারজাতকরণ ব্যবস্থার মাঝে রয়েছে ক্রেতা নির্বাচন করা, ক্রেতার প্রয়োজন সম্পর্কে জানা, পণ্য বা সেবার বিজ্ঞাপন তৈরি করে ক্রেতার নিকট পণ্য বা সেবার সংবাদ পৌঁছানো ইত্যাদি। আর বিক্রয় ব্যবস্থার মধ্যে রয়েছে ক্রেতার সাথে যোগাযোগ করা, পণ্য বা সেবা বিক্রয় করা, ফরমায়েশ গ্রহণ ও তা পূরণ করা ইত্যাদি।

বাজারের সুযোগ বলতে কোম্পানির বা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের নির্ধারিত মার্কেটপ্লেসকে বুঝায় যেখানে কোম্পানি বা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠান প্রতিযোগিতা করবে এবং সর্বোচ্চ মুনাফার দিকটির প্রতি দৃষ্টিপাত করবে। বাস্তবিক অর্থে বাজারের সুযোগ বলতে বাজারের প্রতিটি বিশেষ অংশকে বুঝায় যেখানে প্রতিযোগিতার মাধ্যমে মুনাফা বা রাজস্ব অর্জিত হয়।

## প্রতিযোগিতামূলক পরিবেশ

### Competitive Environment

একজন ব্যবসায়ীকে শুধু ব্যবসায়ের প্রকৃতি এবং ব্যবসায়ের বিভিন্ন রূপ সম্পর্কে জানলেই চলে না, সত্যিকারের মুনাফার জন্য তাকে ব্যবসায়ের পরিবেশ সম্পর্কে জ্ঞান অর্জন করতে হয়। যেকোনো প্রতিষ্ঠানের মার্কেটিং কার্যক্রম প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিক বিভিন্ন উপাদান দ্বারা প্রভাবিত হয়। বর্তমান প্রতিযোগিতামূলক ও পরিবর্তিত বাজার পরিবেশ সম্পর্কে যেকোনো কোম্পানির বা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের সম্যক জ্ঞান থাকা প্রয়োজন। এর সাথে প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরীণ বিভিন্ন বিভাগ ও তার কার্যক্রমের তথ্যও গুরুত্বপূর্ণ।

ব্যবসার পরিবেশ বিশ্লেষণের উপর মার্কেটিংয়ের সফলতা নির্ভর করে কারণ বিভিন্নভাবে পরিবেশের উপাদানসমূহ মার্কেটিংয়ের উপর প্রভাব বিস্তার করে। পরিবেশের সাথে যথাযথ সমন্বয় সাধন না করতে পারলে একটি ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠান বা কোম্পানি বাজারে দীর্ঘ মেয়াদে টিকে থাকতে পারে না। তাই ব্যবসার পরিবেশকে গভীরভাবে পর্যালোচনা করা প্রয়োজন। ব্যবসার পরিবেশের পরিবর্তন যেকোনো ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের বা কোম্পানির জন্য অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ বিষয় কারণ বাজারের প্রবণতা অনুসরণ এবং সুযোগ অনুসন্ধান করে তাকে পরিকল্পনা ও কৌশল নির্ধারণ করতে হয়।

মূলত একটি কোম্পানির বা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের প্রতিযোগিতামূলক পরিবেশ অন্যান্য প্রতিষ্ঠানগুলোকে অনুরূপ পণ্য বিক্রয় করতে একই বাজারের অবস্থানে পরিচালনা করে। এটি মূলত আলোচনা করে বিকল্প পণ্য ও বাজারে সম্ভাব্য নতুন ব্যবসায়ীদের উপস্থিতি ও সরবরাহকারীদের প্রতিযোগিতার বিষয়গুলো নিয়ে। তবে কোম্পানি বা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানগুলোতে প্রত্যক্ষ ও পরোক্ষ উভয় প্রতিযোগী থাকে।

## প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা

### Competitive Advantage

প্রতি মুহূর্ত ব্যবসাকে পরিবর্তনশীল বিশ্বে প্রতিযোগিতার সাথে পাল্লা দিয়ে টিকে থাকতে হচ্ছে। একজন ব্যবস্থাপক একটি ফার্ম বা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানকে ভাল ভাবে এবং প্রতিযোগিতামূলক বাজারে সফলভাবে পরিচালনা করতে পারে প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা বাস্তবায়নের মধ্যে দিয়ে।

প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা হলো একটি প্রক্রিয়া যা কোনো প্রতিষ্ঠানের সর্বোচ্চ কৌশল বা পরিকল্পনা ব্যবহার করে কৌশলগত সুবিধা অর্জন করা। মূলত ব্যবসায়িক পরিবেশে সকল ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানকে বা কোম্পানিকে প্রতিযোগিতা মোকাবেলা করতে হয়। প্রতিযোগিতায় টিকে থাকার জন্য প্রতিষ্ঠানকে গ্রাহকের সমৃদ্ধির জন্য কাজ করতে হয়, আর গ্রাহক সমৃদ্ধি অর্জন করা যায় প্রতিযোগীদের থেকে বেশি সুবিধা প্রদানের মাধ্যমে। প্রতিযোগীদের তুলনায় কোনো বিশেষ সুবিধার কারণে সর্বোচ্চ গ্রাহক সমৃদ্ধি এবং ভালু প্রদানের ক্ষমতা অর্জনকে প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা বোঝায়।

কোনো কোম্পানির বা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠান যখন একটি ভাল মানের পণ্য উৎপাদন করে এবং যা ক্রেতার সর্বোচ্চ সমৃদ্ধি প্রদান করে ও প্রতিযোগীদের তুলনায় কম দামে বাজারে বিক্রয় করে তখনই প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা অর্জন করে। এই প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা বিশ্বব্যাপী বা জাতীয় পর্যায়ে বাজারগুলোতে বিকাশ লাভ করতে পারে।

## বাজার কৌশল

### Market Strategy

কৌশল হলো কতকগুলো প্রতিযোগিতামূলক কর্মকাণ্ড ও ব্যবসার দৃষ্টিভঙ্গির সংমিশ্রণে গঠিত একটি কার্যক্রম, যা ব্যবস্থাপকগণ ক্রেতা সমৃদ্ধি, সফল প্রতিযোগিতা এবং সাংগঠনিক উদ্দেশ্যাবলি অর্জনের জন্য প্রয়োগ করে। তবে বাজারে প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা অর্জনের জন্য যে কৌশল গ্রহণ করা হয় তাকে ব্যবসা কৌশল বলে।

বাজার কৌশল বলতে বোঝায় কিভাবে কোনো কোম্পানির বা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের উৎপাদিত পণ্য বাজারে প্রবেশ করবে এবং তার চাহিদা গ্রাহকদের মাঝে বৃদ্ধি পাবে। পণ্য যতই মানসম্মত হোক না কেন বাজারে তার বিক্রি কৌশল ও বাজারে চাহিদার কৌশলই প্রধান কাজ। তবে ক্রেতাদের যথাসময়ে যথাযথ পণ্য সেবা দিতে না পারলে বাজার কৌশল কোনো কাজে লাগবে না।

## সাংগঠনিক উন্নয়ন

### Organizational Development

সাধারণত একটি প্রতিষ্ঠানের ব্যবস্থাপনা পরিচালক থেকে শুরু করে সর্বনিম্নস্তরের কর্মী পর্যন্ত প্রত্যেকের কাজ ও দায়িত্ব কি হবে, এদের মধ্যকার সম্পর্ক, কতটুকু দায়িত্ব ও ক্ষমতা থাকবে, কার কি পদ বা পদমর্যাদা হবে তা সবকিছুই নির্ধারণ করার জন্য ব্যবস্থাপনা সংগঠনের সৃষ্টি হয়েছে।

বর্তমান যুগে নতুন প্রযুক্তি ও যন্ত্রপাতি উদ্ভাবন এবং আধুনিক উৎপাদন ও বন্টন পদ্ধতির উদ্ভাবন ঘটেছে। এ সব নতুন প্রযুক্তি ও পদ্ধতির সদ্যবহারের মাধ্যমে ব্যবসায়ের উন্নয়ন সাধন একমাত্র উত্তম সংগঠন কাঠামোর মাধ্যমেই সম্ভব। এজন্যই শক্তিশালী ব্যবস্থাপনা সংগঠন প্রতিষ্ঠার ওপর বর্তমান সময়ে অনেক বেশি গুরুত্বারোপ করা হয়।

যে সকল কোম্পানি বা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠান বৃদ্ধি ও উন্নত হতে আশা করে তাদের অবশ্যই সাংগঠনিক উন্নয়নের জন্য একটি প্রয়োজনীয় পরিকল্পনা থাকা প্রয়োজন, যা বিস্তারিত বর্ণনা করবে কিভাবে সংস্থাটি পরিচালিত, উৎপাদন, বাজারজাতকরণ,

মার্কেটিং, ভোক্তার সন্তোষিত্ব অর্জন করবে। প্রতিটি ক্ষেত্রে সাংগঠনিক কাঠামোতে উন্নয়নের মাধ্যমে কোম্পানি বা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানগুলো অর্থনৈতিক ও সামাজিক উন্নয়ন সম্পাদিত করে থাকে।

## পরিচালনা দল

### Management Team

সাধারণত কোনো গুরুত্বপূর্ণ বিষয়ে সিদ্ধান্ত গ্রহণের জন্য কতিপয় বিশিষ্ট কর্মকর্তাকে নিয়ে পরিচালনাকারী দল গঠিত হয়। পরিচালনাকারী দলটি সমিষ্টিগতভাবে কাজ করে এবং কার্য সম্পাদনের জন্য সদস্যগণ নিজেদের মধ্যে মতামত বিনিময় করে। তাই পরিচালনাকারী দল হচ্ছে একাধিক ব্যক্তি নিয়ে গঠিত একটি সংগঠন যার ওপর কোনো বিশেষ উদ্দেশ্য সাধনের জন্য প্রশাসনিক দায়িত্ব বা কোনো কার্যভার অর্পিত হয়। বর্তমান সময়ে সব ধরনের সহযোগিতামূলক কর্মকাণ্ডে পরিচালনাকারী ব্যাপকভাবে কার্যকর ভূমিকা পালন করছে। একটি শক্তিশালী পরিচালনা দল বাজারের অন্যান্য বিনিয়োগকারীদের বিশ্বাসযোগ্যতা, বাজার সম্পর্কিত জ্ঞান ও ব্যবসায়ের পরিকল্পনা বাস্তবায়নের পর্যাপ্ত ধারণা প্রদান করে থাকে। তাই বাজারে নিজেদের প্রভাব বিস্তারের ক্ষেত্রে একটি শক্তিশালী পরিচালনা দল বড় ধরনের নিয়ামক হিসেবে বিবেচিত।

নিম্নে প্রদর্শিত টেবিল ৪.১.২ টি একটি ব্যবসায়িক মডেলের আটটি উপাদান এবং প্রতিটি উপাদানকে সফলভাবে বিকাশের জন্য সংক্ষেপে মূল ফাংশনকে নির্দেশ করে।

উপাদান	মূল ফাংশন বা মূল জিজ্ঞাসা
মূল্য প্রস্তাব	কেন ক্রেতারা একটি নির্দিষ্ট কোম্পানির বা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের পণ্য ক্রয় করবে?
আয়কর মডেল	কিভাবে কোম্পানি বা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠান আয় করবে?
বাজারের সুযোগ	কোন ধরনের বাজারে পণ্য পরিবেশিত হবে এবং তার আকার কত হবে?
প্রতিযোগিতামূলক পরিবেশ	কোন ধরনের কোম্পানি বা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠান বাজার দখল করবে?
প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা	কোম্পানি বা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠান বাজারে কি কি ধরনের বিশেষ সুবিধা প্রদান করে?
বাজার কৌশল	টার্গেটকৃত ক্রেতাদের আকৃষ্ট করতে কিভাবে পণ্য বা পরিষেবা প্রচারের পরিকল্পনা করা?
সাংগঠনিক উন্নয়ন	ব্যবসায়ের পরিকল্পনা বাস্তবায়নে কি ধরনের সাংগঠনিক কাঠামো প্রয়োজন?
পরিচালনা দল	ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের পরিচালনাকারীদের কী ধরনের অভিজ্ঞতা ও পটভূমি গুরুত্বপূর্ণ?

টেবিল ৪.১.২ : ব্যবসায়িক মডেলের কার্যকরী উপাদানসমূহ ও তাদের মূল ফাংশন

📁 সারসংক্ষেপ :
ইন্টারনেটের মাধ্যমে ই-কমার্স আন্তর্জাতিক ব্যবসাকে দ্বারপ্রান্তে নিয়ে এসেছে। বাজারজাতকরণে এসেছে নতুন গতি, নতুন বৈশিষ্ট্য। সকল শ্রেণির ক্রেতা-বিক্রেতা ই-কমার্স এর মাধ্যমে ব্যাপকভাবে উপকৃত হচ্ছে। ই-কমার্স বিজনেস মডেল হলো একটি ব্যবসাকে লাভজনক পর্যায়ে নিয়ে যেতে যে পরিকল্পনাগুলো গ্রহণ করা হয় তার একটি সুনির্দিষ্ট ও সুগঠিত কাঠামো। এটির কৌশল পরিবর্তন ও পরিবর্ধন হতে পারে প্রতিযোগিতামূলক পরিবেশকে ভিত্তি করে। ব্যবসা মডেলের অন্তর্ভুক্ত উপাদানগুলো আয়, ব্যয়, অপারেটিং কৌশল, কর্পোরেট কাঠামো, বিক্রয়, মার্কেটিং পদ্ধতিগুলোর মধ্যে কার্যকারিতাসহ ব্যবসায়ের সমস্ত ফাংশনকে নির্দেশ ও সমন্বিত করে। আবার ব্যবসায়িক মডেল কোনো প্রতিষ্ঠানের নীতি, পরিচালনা, প্রযুক্তি এবং আদর্শ ব্যবসার মডেল সম্পর্কে ব্যাখ্যা করে।

## পাঠ-৪.২

## ই-কমার্স বিজনেস মডেলের ধরন

## Types of E-Commerce Business Models



## উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি

- ই-কমার্সে প্রধান প্রধান বিজনেস মডেলগুলো সম্পর্কে জানতে পারবেন; এবং
- ই-কমার্সের বিভিন্ন ধরনের বিজনেস মডেলসমূহ বিস্তারিত ব্যাখ্যা করতে পারবেন।

## ভূমিকা

## Introduction

ই-কমার্স ইন্টারনেট, ইন্ট্রানেট ও এক্সট্রানেট ব্যবহার করে চালিত হয় বিধায় ব্যবসার কার্যক্রমে আধুনিক প্রযুক্তির ব্যাপক ব্যবহার হয়ে থাকে। ই-কমার্স ভোক্তা বা ক্রেতা, ব্যবসায়ী এবং ব্যবসায় প্রতিষ্ঠান প্রত্যেকের প্রয়োজনীয়তা উপস্থাপনের পর্যাপ্ত সুবিধা প্রদান করে থাকে। বিশেষ করে পণ্যের গুণগত মান উন্নয়ন করে এবং ব্যবসায়িক খরচ কমাতে, সর্বোপরি মান সম্পন্ন দ্রুত সেবা প্রদানের সুযোগ সৃষ্টি করে। তবে ই-কমার্সের বিজনেস মডেল বিভিন্ন ধরনের হয়ে থাকে। যেমন-

- ১। ব্যবসা থেকে ব্যবসা মডেল (Business to Business – B2B)
- ২। ব্যবসা থেকে ভোক্তা মডেল (Business to Consumer – B2C)
- ৩। ভোক্তা থেকে ভোক্তা মডেল (Consumer to Consumer – C2C)
- ৪। ভোক্তা থেকে ব্যবসা মডেল (Consumer to Business – C2B)

উপরিউক্ত চারটি মডেল ছাড়াও আরও তিনটি মডেল রয়েছে যেগুলো সাহায্যেও ই-কমার্সের কার্যাদি সম্পাদিত হয়। যথা-

- ১। ব্যবসা থেকে সরকার (Business to Government – B2G)
- ২। সরকার থেকে ব্যবসা (Government to Business – G2B)
- ৩। সরকার থেকে ভোক্তা (Government to Consumer – G2C)

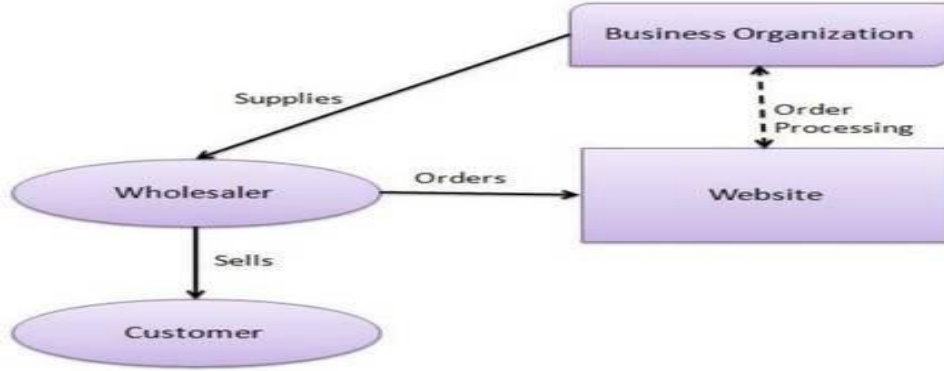
## ব্যবসা থেকে ব্যবসা মডেল

## Business to Business – B2B

B2B মডেল মূলত পাইকারি ব্যবসার মতই যেখানে ক্রেতা ও বিক্রেতা উভয়েই ব্যবসায়ী; যারা একে অপরের নিকট পণ্য বা সেবা ক্রয়-বিক্রয় করে থাকে। এ ধরনের মডেলে একটি ব্যবসা প্রতিষ্ঠান অন্য একটি ব্যবসা প্রতিষ্ঠানের নিকট পণ্য বিক্রয় করে থাকে। অর্থাৎ সেবা বা পণ্য উৎপাদনকারী এবং গতানুগতিক পাইকারি ব্যবসায়ীদের মধ্যে এ ধরনের লেনদেন সম্পাদিত হয়ে। তাই এখানে পণ্য সার্ভিস ক্রয় বিক্রয় হয় ব্যবসায়ীদের মধ্যে। কোনো ভোক্তার সাথে লেনদেন হয় না। ধরা হয় এ ধরনের মডেলের মাধ্যমেই ই-কমার্সের যাত্রা সূচিত হয়।

এ জাতীয় মডেলে ইলেক্ট্রনিক পদ্ধতিতে পণ্য ও সেবার লেনদেন বা ক্রয়-বিক্রয় হয়ে থাকে। অর্থাৎ ব্যবসায়ীরা ওয়েবসাইটের মাধ্যমে ইলেক্ট্রনিক মার্কেট তৈরি এবং তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তির মাধ্যমে অন্যান্য ব্যবসায়ীদের সাথে সরাসরি যোগাযোগ রক্ষা করে ব্যবসায়িক লেনদেন সম্পন্ন করে। বর্তমানে বিশ্বের প্রায় সকল বৃহৎ ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠান B2B মডেলটির সুবিধা গ্রহণ করেছে। এ ধরনের ই-কমার্সের সুবিধা গ্রহণ করে পরিচালিত ব্যবসার উদাহরণ হলো alibaba.com, sindabad.com, e-steel.com ইত্যাদি।

## B2B E-commerce

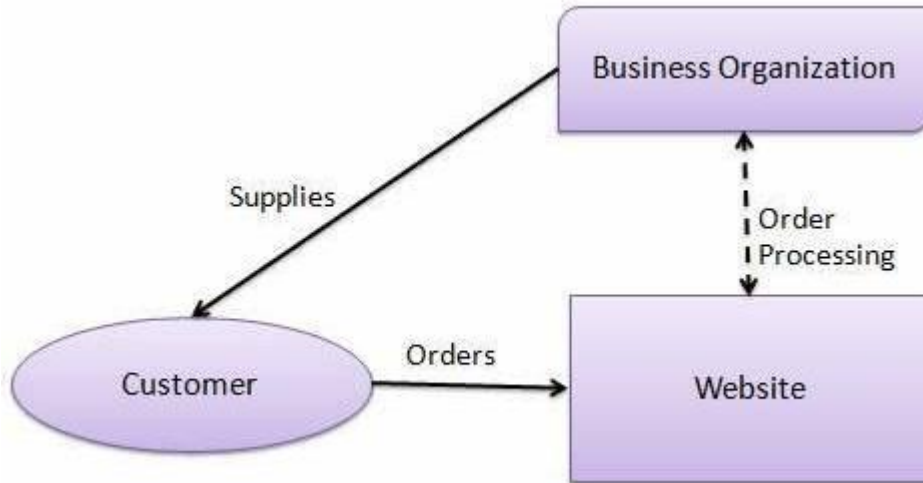


চিত্র ৪.২.১ : ব্যবসা টু ব্যবসা ই-কমার্স মডেল

### ব্যবসা থেকে ভোক্তা মডেল

#### Business to Consumer – B2C

বর্তমানে ই-কমার্সের B2C মডেলটাই বেশি প্রচলিত ও জনপ্রিয়। এধরনের বিজনেস মডেল অনেকটা খুচরা ব্যবসার মতই। যেখানে উৎপাদনকারী বা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠান সরাসরি ভোক্তার নিকট পণ্য বা সেবা বিক্রয় করে থাকে। ফলে মধ্যস্থতাকারীর প্রয়োজন পড়ে না। তাই কোনো প্রকার মধ্যস্থকারীর সাহায্য ছাড়াই যখন ভোক্তারা তাদের প্রয়োজনীয় পণ্য বা সেবা সরাসরি উৎপাদনকারী বা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠান থেকে ক্রয় করে তখন তাকে B2C মডেল বলে। অর্থাৎ ইলেক্ট্রনিক পদ্ধতিতে ব্যবসায়ীদের কাছ থেকে ভোক্তাদের নিকট সরাসরি পণ্য বা সেবা বিক্রয় করাই হলো ব্যবসা থেকে ভোক্তা বা B2C মডেল। এ ধরনের মডেলের উদাহরণ হলো amazon.com, walmart.com, dell.com ইত্যাদি।



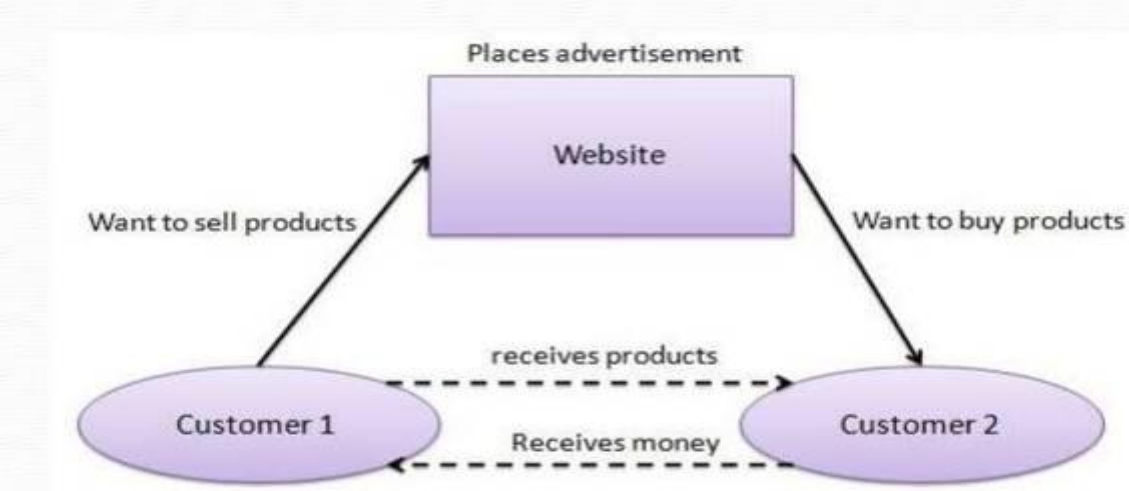
চিত্র ৪.২.২ : ব্যবসা থেকে ভোক্তা মডেল

B2C ই-কমার্সে ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠান বা উৎপাদনকারীরা তাদের সেবা ও পণ্য বাজারজাতকরণের জন্য ওয়েবসাইট হোস্টিংয়ের মাধ্যমে ইলেক্ট্রনিক মার্কেট তৈরি করে। এসব ওয়েবসাইটে পণ্যের বা সেবার বিস্তারিত বিবরণ, মূল্য, অর্ডার প্রদানের সিস্টেম, মূল্য পরিশোধের সিস্টেম, পণ্য ডেলিভেরির সময়, মাল্টিমিডিয়া ক্যাটালগ, অন-লাইন ক্রেতা সার্পোর্ট ইত্যাদি সংযুক্ত থাকে। ফলে গ্রাহকরা ওয়েবসাইটে প্রদর্শিত পণ্যগুলো দেখে পছন্দ করতে পারে এবং একই সাথে অর্ডার করতে পারে। গতানুগতিক পাইকারী ব্যবসায়ের সাথে তুলনা করলে এ ধরনের ই-কমার্সে ভোক্তারা অনেক বেশি পরিমাণে ইনফরমেশন পায় যা তাদেরকে সামগ্রিক দিক বিবেচনা করে সিদ্ধান্ত নিতে সাহায্য করে।



**ভোক্তা থেকে ভোক্তা মডেল****Consumer to Consumer – C2C**

এ জাতীয় মডেলে 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) মডেল বলা হয়। এ জাতীয় ব্যবসায় 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।

**C2C E-commerce**

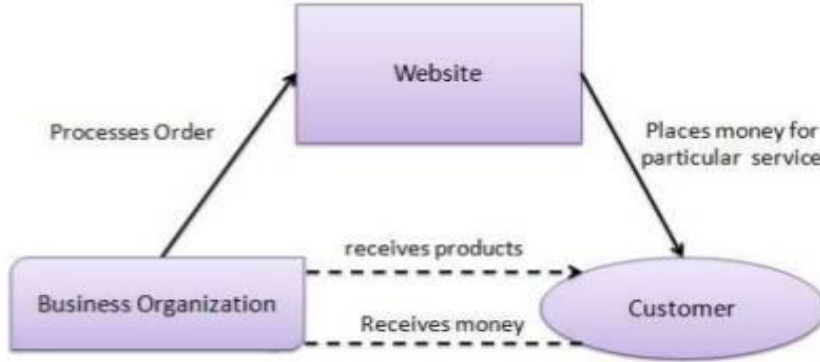
চিত্র ৪.২.৩ : ভোক্তা থেকে ভোক্তা মডেল

ই-কমার্সের মাধ্যমে বর্তমানে প্রায় সময়ই এক ভোক্তার নিকট থেকে সরাসরি অন্য ভোক্তার নিকট বিক্রয় করতে দেখা যাচ্ছে। সাধারণত ভোক্তারা ইলেক্ট্রনিক প্রক্রিয়ায় ব্যক্তিগত বিজ্ঞাপন, ই-কমার্স ওয়েব পোর্টাল অথবা ব্যক্তিগত ওয়েবসাইট খুলে পণ্য ও সেবা ক্রয়-বিক্রয় করার ব্যবস্থা করে থাকে। এ ধরনের মডেলের উদাহরণ হলো ebay.com, taobao.com, bikroy.com ইত্যাদি।

**ভোক্তা থেকে ব্যবসা মডেল****Consumer to Business – C2B**

কিছু কিছু ব্যবসা আছে যার মাধ্যমে পণ্য বা সেবা সরাসরি ভোক্তা শ্রেণির কাছ থেকে ব্যবসায়ীরা গ্রহণ করে। এ জাতীয় লেনদেন ভোক্তা থেকে ব্যবসা ই-কমার্স মডেলের আওতাভুক্ত। অর্থাৎ যখন কোনো ভোক্তা এককভাবে অন্য কোনো ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের সাথে সরাসরি লেনদেন করে তখন তাকে ভোক্তা থেকে ব্যবসা বা কনজিউমার টু বিজনেস মডেল 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।

## Consumer - to - Business (C2B)



চিত্র ৪.২.৪ : ভোক্তা থেকে ব্যবসা মডেল

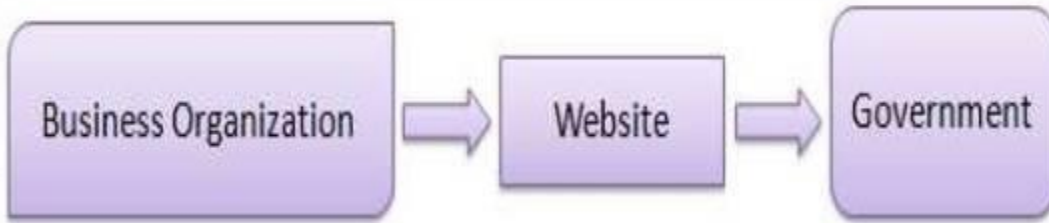
C2B মডেলে সাধারণত একাধিক ভোক্তার পণ্য বা সেবা কোনো ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের সাথে লেনদেন সম্পাদিত হয়। তবে কোনো ভোক্তা নির্দিষ্ট সেবার জন্য একাধিক ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের ওয়েবসাইটের সাথে যোগাযোগ করে। একটি নির্দিষ্ট বাজেটের মধ্যে ক্রেতার চাহিদা পূরণ করার জন্য সংস্থাগুলো পরিসেবা প্রদান করে থাকে। এ ধরনের মডেলের উদাহরণ হলো monster.com, ajkerdeal.com, daraz.com ইত্যাদি।

### ব্যবসা থেকে সরকার

#### Business to Government – B2G

ই-কমার্সের মাধ্যমে ব্যবসা প্রতিষ্ঠান ও সরকারের মধ্যে লেনদেন সংঘটিত হলে তা হলো B2G মডেল। এ জাতীয় ওয়েবসাইটগুলো সরকার বিভিন্ন ব্যবসায়ী প্রতিষ্ঠানের সাথে বাণিজ্য ও বিনিয়োগ করতে ব্যবহার করে থাকে। তবে এ ধরনের ই-কমার্সের পরিধি খুবই বিস্তৃত এবং বৈচিত্র্যময় সমৃদ্ধ। B2G সাধারণত দীর্ঘ মেয়াদি কাজের সম্পর্ক হিসেবে চিহ্নিত হয়ে থাকে। এ সমস্ত কাজের মধ্যে রয়েছে রাষ্ট্রীয় কেনা-বেচা, সামাজিক নিরাপত্তা, কর প্রদান, আইনি নথি, কর্মসংস্থান, লাইসেন্স সংক্রান্ত কার্যাবলি ইত্যাদি। ই-গর্ভনেন্স চালু হওয়ার ফলে এ ধরনের মডেলের সেবা উল্লেখযোগ্য হারে বৃদ্ধি পাচ্ছে।

## B2G E-commerce



চিত্র ৪.২.৫ : ব্যবসা থেকে সরকার মডেল

### সরকার থেকে ব্যবসা

#### Government to Business – G2B

এ ধরনের বিজনেসে সরকারের সাথে কোনো নির্দিষ্ট প্রতিষ্ঠানের লেনদেন সম্পাদিত হয়। এ ধরনের মডেলের অধীনে সরকারি ওয়েবসাইটগুলো বিস্তৃত নেটওয়ার্কের মাধ্যমে সকল ইনফরমেশন বা তথ্য এবং পরিসেবা সরকার ব্যবসায়িক সংস্থাগুলোতে সরবরাহ করে। ই-নিলাম, ই-লার্নিং, ইলেকট্রনিক প্রকিউরমেন্ট মার্কেট, অনলাইন মিটিং, কর্পোরেশনের আপডেট তথ্য, ই-ফরম, দরপত্র, ডেটা সেন্টার, ইলেকট্রনিক ইনকর্পোরেশন ফরম ইত্যাদি সার্ভিসসমূহ G2B মডেলের আওতাভুক্ত।



চিত্র ৪.২.৬ : সরকার থেকে ব্যবসা মডেল

সরকার থেকে ভোক্তা

### Government to Consumer – G2C

সরকার জনগণের সাথে সরাসরি যোগাযোগের জন্য এ ধরনের G2C মডেল ব্যবহার করে থাকে। অর্থাৎ এ ধরনের ই-কমার্স মডেল সরকার থেকে ব্যক্তি পর্যন্ত সংঘটিত সকল ইলেকট্রনিক লেনদেনকে ধারণ করে। এ ধরনের মডেল জনগণের প্রতি সেবা প্রদানের ক্ষেত্রে অধিকতর সহজ ও গতিশীল। শিক্ষা, বিবাহ-বন্ধন নিবন্ধন, জন্ম নিবন্ধন, সামাজিক নিরাপত্তা, কর ব্যবস্থা, স্বাস্থ্য সেবা ইত্যাদি সার্ভিসসমূহ G2C মডেলের আওতাভুক্ত।



চিত্র ৪.২.৭ : সরকার থেকে ভোক্তা মডেল



### সারসংক্ষেপ:

বিশ্ব অর্থনীতিতে ই-কমার্সের বিজনেস মডেল খুবই গুরুত্বপূর্ণ। বিজনেস মডেল হলো একটি ব্যবসা করার পদ্ধতি যার মাধ্যমে একটি কোম্পানি মুনাফা অর্জনে সর্বাধিক সুবিধা পেয়ে থাকে। মূলত তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি ব্যবহারের মাধ্যমে ই-কমার্স বিজনেস মডেল কোনো ব্যবসা এবং তার ক্রেতা বা গ্রাহকদের মধ্যে পণ্য ক্রয়-বিক্রয় ও লেনদেন কার্যাদি সম্পন্ন করে থাকে। ই-কমার্সের প্রধান বিজনেস মডেলগুলো হলো ব্যবসা থেকে ব্যবসা মডেল (Business to Business – B2B), ব্যবসা থেকে ভোক্তা মডেল (Business to Consumer – B2C), ভোক্তা থেকে ভোক্তা মডেল (Consumer to Consumer – C2C), ভোক্তা থেকে ব্যবসা মডেল (Consumer to Business – C2B) ইত্যাদি। এছাড়াও আরও তিনটি মডেল রয়েছে যেগুলো সাহায্যেও ই-কমার্সের কার্যাদি সম্পাদিত হয়। যথা- ব্যবসা থেকে সরকার (Business to Government – B2G), সরকার থেকে ব্যবসা (Government to Business – G2B) ও সরকার থেকে ভোক্তা (Government to Consumer – G2C)।

## পাঠ-৪.৩

## বিটুবি ও বিটুসি মডেলের ধরন

## Types of B2B and B2C



## উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি

- ব্যবসা থেকে ব্যবসা মডেলের বিভিন্ন ধরন সম্পর্কে জানতে পারবেন; এবং
- ব্যবসা থেকে ভোক্তা মডেলের বিভিন্ন ধরন ব্যাখ্যা করতে পারবেন।

## ব্যবসা থেকে ব্যবসা মডেলের ধরন

## Types of Business to Business Model-B2B

B2B ই-কমার্স অনলাইন বিজনেস এর খুবই গুরুত্বপূর্ণ অংশ। এ ধরনের ব্যবসা মডেলে ব্যবসায়িক কার্যক্রম সম্পাদিত হতে পারে কোনো ম্যানুফেকচারের সাথে অথবা ডিস্ট্রিবিউটরের সাথে অথবা রিটেইলারস এর সাথেও হতে পারে। অবশ্য B2B মডেলে ব্যবসায়ীরা ইলেক্ট্রনিক কমিউনিকেশন টুলস ব্যবহার করে ব্যবসায়িক যোগাযোগ স্থাপন করে বিধায় তাদের মধ্যে পারস্পারিক সম্পর্ক উত্তোরান্তর বৃদ্ধি পাচ্ছে। ডিজিটাল সিস্টেমের প্রায় সকল সার্ভিসের (যেমন- ই-মেইল, ভয়েস মেইল, ভিডিও কনফারেন্সিং ইত্যাদি) সুবিধা B2B ই-কমার্স অনলাইন বিজনেসে বিদ্যমান থাকায় ব্যবসায়ীদের লেনদেন দ্রুত বৃদ্ধি পাচ্ছে এবং বিশ্বব্যাপি ছড়িয়ে পড়ছে। তবে B2B মডেলের বিভিন্ন ধরনের হয়ে থাকে। তাদের মধ্যে গুরুত্বপূর্ণগুলো হলো-

- ১। ই-ডিস্ট্রিবিউটর (E-Distributor)
- ২। ই-প্রকিউরমেন্ট (E-procurement)
- ৩। এক্সচেঞ্জ (Exchange)
- ৪। শিল্পভিত্তিক নেটওয়ার্ক (Industry Consortium Network)

## ই-ডিস্ট্রিবিউটর

## E-Distributor

যে সংস্থাগুলো বা প্রতিষ্ঠানগুলো সরাসরি অন্য কোনো ব্যবসার পণ্য ও সার্ভিসসমূহ বা পরিসেবাসমূহ সরবরাহ করে তারাই হলো ই-ডিস্ট্রিবিউটর। অর্থাৎ এ ধরনের সংস্থাগুলো একক ব্যবসাগুলোতে পণ্য ও সার্ভিসসমূহ সরবরাহ করে মুনাফা অর্জন করে। তবে এ ধরনের সংস্থাগুলো সাধারণত একটি ফার্ম দ্বারা পরিচালিত হয় যা অনেক গ্রাহকের জন্য কাজ করে থাকে। ই-ডিস্ট্রিবিউটরদের কাছে কোনো কোম্পানি বা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠান যত বেশি পণ্য ও সার্ভিস প্রদান করবে তত বেশি এটি গ্রাহকদের কাছে আকর্ষণীয় হবে।

## ই-প্রকিউরমেন্ট

## E-Procurement

ই-ডিস্ট্রিবিউটররা যেমন অন্য সংস্থাগুলিকে পণ্য সরবরাহ করে তেমনি ই-প্রকিউরমেন্ট সংস্থাগুলি ডিজিটাল বাজারে অ্যাক্সেস তৈরি করে এবং বিক্রি করে। সাধারণত এ ধরনের ডিজিটাল বাজারে ক্রেতা বা বিক্রেতার সরাসরি পণ্য বিক্রয় কিংবা লেনদেন সম্পাদিত না করে ই-প্রকিউরমেন্টের মাধ্যমে সম্পূর্ণ করে থাকে। ই-ডিস্ট্রিবিউটররা লেনদেন সম্পাদনের ফি, ওয়ার্কস্টেশন সার্ভিস ব্যবহারের ফি কিংবা বার্ষিক লাইসেন্স ফিগুলোর মাধ্যমে অর্থোপার্জন করে।

## এক্সচেঞ্জ

## Exchange

এক্সচেঞ্জ বা বিনিময় হলো এমন এক ধরনের ই-মার্কেট প্লেস যেখানে পণ্য সরবরাহকারী এবং বাণিজ্যিক ক্রেতার ব্যবসা করতে পারে। এক্সচেঞ্জগুলো সাধারণত উদ্যোক্তা স্টার্ট-আপ সংস্থাগুলোর মালিকানাধীন ব্যবসার জন্য একটি স্বতন্ত্র বাজার তৈরি করে এবং ট্রেডিং পক্ষগুলোর মধ্যে পরিচালিত লেনদেনের আকারের উপর ভিত্তি করে কমিশন বা চার্জ গ্রহণ করে আয় উপার্জন করে। ক্রেতাদের জন্য B2B এক্সচেঞ্জগুলো তথ্য সংগ্রহ করে, সরবরাহকারীদের চেক আউট করে এবং বাজারের সর্বশেষ অবস্থা সম্পর্কে অবগত করে। অন্যদিকে বিক্রেতারা ক্রেতাদের প্রসারিত অ্যাক্সেস থেকে উপকৃত হয়ে থাকে। বিক্রয়কারী এবং ক্রেতাদের সংখ্যা যত বেশি হবে বিক্রয় সংক্রান্ত ব্যয় তত কম হবে এবং পণ্য বিক্রির সম্ভাবনা তত বেশি হবে। সহজলভ্যতা, গতি এবং লেনদেনের পরিমাণকে সংক্ষেপে বাজারের তারল্য হিসেবে চিহ্নিত করা হয়।

তত্ত্ব অনুসারে, এক্সচেঞ্জগুলো বাজারের তারল্যকে উল্লেখযোগ্যভাবে কম ব্যয়বহুল এবং সময় সাশ্রয়ী করে তোলে, সম্ভাব্য সরবরাহকারী, গ্রাহক এবং অংশীদারদের সনাক্ত করে এবং একে অপরের সাথে ব্যবসা করার পরিবেশ সৃষ্টি করে। ফলশ্রুতিতে তারা লেনদেনের ব্যয়, বিক্রয় বা ক্রয়ের ব্যয় কমাতে পারে। আবার এক্সচেঞ্জগুলো পণ্য গুদামজাতকরণের ব্যয় এবং ইনভেন্টরি ব্যয়ও কমিয়ে আনতে পারে।

## শিল্পভিত্তিক নেটওয়ার্ক

### Industry Consortium Network

শিল্পভিত্তিক নেটওয়ার্ক বড় কোম্পানির বৃহৎ নেটওয়ার্ক দ্বারা পরিচালিত হয়। শিল্পভিত্তিক নেটওয়ার্ক হলো একটি শিল্প-মালিকানাধীন উন্মুক্ত মার্কেটপ্লেস যা নির্দিষ্ট শিল্পগুলোর পণ্য পরিবেশন করে যেমন অটোমোবাইল, রাসায়নিক, মহাকাশ ইত্যাদি। এটি প্রকৃত সরবরাহকারী নির্বাচন করতে শিল্প মালিকানাধীন ডিজিটাল বাজার উন্মুক্ত করে। শিল্পভিত্তিক নেটওয়ার্ক স্বতন্ত্র এক্সচেঞ্জে চেয়ে বেশি সফল হয়ে থাকে।

নিম্নে প্রদর্শিত টেবিল ৪.৩.১ টি B2B মডেলের বিভিন্ন ধরন, উদাহরণ, বর্ণনা ও রেভিনিউ মডেলকে সংক্ষেপে নির্দেশ করে।

বিজনেস মডেল	উদাহরণ	বর্ণনা	রেভিনিউ মডেল
ই-ডিস্ট্রিবিউটর	Grainger, Amazon Business	খুচরা ও পাইকারি স্টোরের একক ফার্ম, অনলাইন সংস্করণ, সরবরাহ, রক্ষণাবেক্ষণ, মেরামত, অপারেশন পণ্য ও পরোক্ষ ইনপুট।	পণ্য বিক্রয়
ই-প্রকিউরমেন্ট	Ariba Supplier Network, Perfect Commerce	একক ফার্ম ডিজিটাল মার্কেট তৈরি করে যেখানে ক্রেতারা এবং বিক্রেতারা অপ্রত্যক্ষ ইনপুটের মাধ্যমে লেনদেন সম্পাদিত করে।	বাজার তৈরির সার্ভিসগুলো বা পরিষেবাগুলো জন্য ফি, সাপ্লাই চেইন ম্যানেজমেন্ট এবং পরিপূরক পরিষেবার জন্য ফি
এক্সচেঞ্জ	Go2Paper	সরাসরি ইনপুটের জন্য স্বতন্ত্র মালিকানাধীন ডিজিটাল মার্কেটপ্লেস প্রদান।	লেনদেনের জন্য ফি ও কমিশন
শিল্পভিত্তিক নেটওয়ার্ক	The Seam Supply On	প্রকৃত সরবরাহকারী নির্বাচন করতে শিল্প মালিকানাধীন উন্মুক্ত ডিজিটাল বাজার।	লেনদেনের জন্য ফি ও কমিশন

টেবিল ৪.৩.১ : B2B মডেলের বিভিন্ন ধরন

## ব্যবসা থেকে ভোক্তা মডেলের ধরন

### Types of Business to Consumer Model-B2C

B2C মডেল এমন একটি বিজনেস মডেলের ওয়েবসাইট যা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের বা উৎপাদনকারীর পণ্যসমূহ গ্রাহকের কাছে সরাসরি বিক্রয় করে। এ ধরনের ওয়েবসাইটে পণ্যের বিস্তারিত বিবরণের পাশাপাশি অর্ডার প্রদানের সিস্টেম ও লেনদেন প্রক্রিয়াসহ ক্রেতাদের বিভিন্ন রকম প্রশ্ন ও উত্তরের ব্যবস্থা থাকে। ফলে বাংলাদেশসহ বিশ্বের বিভিন্ন দেশে এ ধরনের মডেল বেশি জনপ্রিয়তা লাভ করেছে। ঘরে বসে দেশীয় পণ্যের পাশাপাশি বিদেশি পণ্য পছন্দ করা, অর্ডার প্রদান, মূল্য পরিশোধ এবং পণ্য সময়মত প্রাপ্তির সুবিধা বিদ্যমান থাকায় ভোক্তার সংখ্যা বৃদ্ধিও সাথে সাথে বাড়ছে ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠান। তবে B2B মডেলের বিভিন্ন ধরনের হয়ে থাকে। তাদের মধ্যে গুরুত্বপূর্ণগুলো হলো-

- ১। ই-রিটেইলিং (E-Retailer) বা ই-টেইলিং (E-tailer)
- ২। পোর্টাল (Portal)
- ৩। কমিউনিটি প্রোভাইডার (Community Provider)
- ৪। কনটেন্ট প্রোভাইডার (Content Provider)
- ৫। ট্রানজেকশন ব্রোকার (Transaction Broker)
- ৬। মার্কেট ক্রিয়েটর (Market Creator)
- ৭। সার্ভিস প্রোভাইডার (Service Provider)

## ই-রিটেইলিং

### E-Retailing

মধ্যস্থ ব্যবসায়ীদের সহযোগিতা ছাড়াই সরাসরি ইন্টারনেটের মাধ্যমে খুচরা ব্যবসায় প্রতিষ্ঠান থেকে গ্রাহক বা ক্রেতাদের পণ্য বা সেবা ক্রয়ের সুযোগ প্রদানকে ই-রিটেইলিং (E-Retailing) বা Electronic Retailing বলা হয়। ই-রেটেইলিং হলো ই-কমার্সের একটি বিশেষ রূপমাত্র। বর্তমানের প্রযুক্তির যুগে E-Retailing কে E-shop, E-store, internet shop, webshop, web store, online store, virtual store, E-tailing ইত্যাদি নামে অভিহিত করা হয়ে থাকে।

ই-রেটেইলিং এর ধারণা সর্বপ্রথম ১৯৯৭ সালে ডেল (Dell) কম্পিউটারস নিয়ে আসে এবং এটি ব্যবসা জগতে নতুনভাবে আলোড়ন সৃষ্টি করে সারা বিশ্বে। প্রতিষ্ঠানটি amazon.com এর মাধ্যমে E-Retailing পদ্ধতিতে কম্পিউটারের ইন্টারনেটের মাধ্যমে website এ নিজস্ব অনলাইনে মিলিয়ন মিলিয়ন ডলার অর্ডার গ্রহণ করে। এই পদ্ধতিতে সারা পৃথিবী জুড়ে বই, থিসিস, অনলাইন কনটেন্ট বিক্রয় করতে সক্ষম হয়। ফোন কল অথবা নিজস্ব ওয়েবসাইটের মাধ্যমে অংশ গ্রহণ করে গ্রাহক বা ক্রেতার বাসায় পণ্য বা সেবা পৌঁছে দেয়ার কার্যক্রমকে সমষ্টিগতভাবে ই-রিটেইলিং বা Electronic Retailing বলে।

ওয়েবসাইট পেজে প্রবেশ করে ইন্টারনেটে সার্চ করে ক্রেতার পছন্দ মোতাবেক পণ্য বা দ্রব্য সার্চ করে অর্ডার প্রদান করে থাকে এবং পাওনা পরিশোধের জন্য ক্রেতা তার ডেবিট বা ক্রেডিট কার্ডসহ প্রয়োজনীয় তথ্য সরবরাহ করা হয়। অতঃপর বিক্রেতা সরবরাহকারী অর্ডার পাওয়ার পর অর্ডার দাতার ঠিকানায় পণ্য বা দ্রব্য পৌঁছানোর ব্যবস্থা গ্রহণ করে। পরে পণ্যের মূল্য আদায় করার জন্য কার্ড সরবরাহকারী ব্যবসায় প্রতিষ্ঠা সাথে যোগাযোগ স্থাপন করে থাকে এবং সঠিক পণ্যের মূল্য পরিশোধ করা হয়ে থাকে। ক্রেতা ও বিক্রেতা উভয়ের পক্ষ থেকে কারও কোনো অভিযোগ না থাকলে এমতাবস্থায় ই-রিটেইলিং এর কাজ সমাপ্ত হয়েছে বলে ধরে নেয়া হয়।

## পোর্টাল

### Portal

ওয়েব পোর্টাল হলো বিশেষভাবে তৈরি ওয়েবসাইট, যেখানে বিভিন্ন উৎস হতে নানাবিধ ইনফরমেশন মানসম্মত উপায়ে সাজানো থাকে। একটি ওয়েব পোর্টালে প্রতিটি ভিন্ন ভিন্ন ইনফরমেশনের জন্য সাধারণত নিজস্ব ভিন্ন ভিন্ন পেজ দেখতে পাওয়া যায়। ওয়েব পোর্টালে ক্রেতা বা ব্যবহারকারী কি ইনফরমেশন দেখবে তা সাজানো থাকে এবং পণ্য বা তথ্য বাছাই বা নির্বাচন করার সুযোগ থাকে।

মূলত পোর্টাল হলো এমন একটি প্লাটফর্ম যা সংবাদ, ই-মেইল, তাৎক্ষণিক বার্তা, আবহাওয়া সম্পর্কিত প্রতীক, মুদ্রার হার ইত্যাদি সরবরাহ করে এবং ক্যালেন্ডার, শপিং, সঙ্গীত ডাউনলোড, ভিডিও স্ট্রিম ইত্যাদি পরিসেবাসমূহসহ আরও কিছু

একত্রিত করে। প্রাথমিকভাবে পোর্টালগুলি ইন্টারনেটের প্রবেশদ্বার হিসেবে বিবেচিত হত। তবে বর্তমানে এটি ব্যবসা মডেলের গন্তব্য হিসেবে বিবেচিত। পোর্টালগুলিকে এমন জায়গা হিসেবে বিপণন করা হয়েছে যেখানে গ্রাহকরা সংবাদ পড়ার জন্য, বিনোদন খুঁজে পেতে এবং অন্যান্য লোকের সাথে দেখা করতে দীর্ঘ সময় অবস্থান করে। পোর্টালগুলি প্রাথমিকভাবে বিজ্ঞাপন প্লেসমেন্টের জন্য বিজ্ঞাপনদাতার নিকট হতে চার্জ বাবদ নির্ধারিত ফি গ্রহণ করে, অন্য সাইটে স্টিয়ারিং গ্রাহকদের ফি সংগ্রহ করে এবং প্রিমিয়াম পরিসেবাগুলোর জন্য চার্জ গ্রহণ করে রাজস্ব আয় করে।

## কমিউনিটি প্রোভাইডার

### Community Provider

যদিও কমিউনিটি প্রোভাইডার নতুন কোনো বিষয় নয়, ভৌগলিকতা ও অংশীদারিত্বের বাধার সীমাবদ্ধতা ছাড়াই ইন্টারনেটের মাধ্যমে একই মনের আত্মহের মানুষের সাথে মিলিত হওয়া এবং কথোপকথনের ও সামগ্রী শেয়ারের জন্য এ জাতীয় ওয়েবসাইটগুলো তৈরি হয়েছে। কমিউনিটি প্রোভাইডাররা একটি অনলাইন পরিবেশ সৃষ্টি করে যেখানে একই ধরনের গ্রাহকরা লেনদেন করতে পারে (পণ্য ক্রয় ও বিক্রয়), ইমেজ, অডিও-ভিডিও শেয়ার করতে পারে এবং নিজেদের মধ্যে যোগাযোগ করতে পারে। এ ধরনের কাজের জন্য সামাজিক নেটওয়ার্ক হিসেবে ফেসবুক, লিংকডইন, টুইটারসহ অন্যান্য শত শত ছোট ছোট বিশেষ নেটওয়ার্ক ব্যবহৃত হয়ে থাকে। কমিউনিটি প্রোভাইডাররা সাধারণত সংকর আয়কর মডেলের উপর নির্ভর করে যার মধ্যে সাবস্ক্রিপশন ফি, বিক্রয় আয়, লেনদেন ফি, অ্যাফিলিয়েট ফি এবং অন্যান্য কোম্পানি বা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানগুলোর বিজ্ঞাপন ফি অন্তর্ভুক্ত থাকে। কমিউনিটি প্রোভাইডাররা বিজ্ঞাপন থেকে এবং খুচরা বিক্রেতার সাথে অনুমোদিত সম্পর্কের মাধ্যমে অর্থোপার্জন করে।

## কনটেন্ট প্রোভাইডার

### Content Provider

সাধারণত কনটেন্ট প্রোভাইডার হলো এমন একটি প্ল্যাটফর্ম যেখানে ডিজিটাল সামগ্রী যেমন-ভিডিও, সঙ্গীত, ইমেজ বা ফটো, টেক্সট, শিল্পকর্ম ইত্যাদি থাকে। কনটেন্ট প্রোভাইডাররা বিজ্ঞাপন, সাবস্ক্রিপশন ফি এবং ডিজিটাল পণ্য বিক্রয়সহ বিভিন্ন আয়কর মডেলের মাধ্যমে অর্থ উপার্জন করে থাকে। উদাহরণস্বরূপ অ্যাপল মিউজিকের লক্ষ লক্ষ সঙ্গীত অ্যাক্সেস করার জন্য ব্যবহারকারীদের একটি মাসিক সাবস্ক্রিপশন ফি প্রদান করতে হয়। আবার অনেক কোম্পানি অনলাইন পত্রিকা পড়া কিংবা বিভিন্ন ডিজিটাল সামগ্রী ডাউনলোডের জন্য চার্জ গ্রহণ করে থাকে।

## ট্রানজেকশন ব্রোকার

### Transaction Broker

যে সমস্ত ব্যক্তিবর্গ কোনো ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠান বা কোম্পানির গ্রাহকদের লেনদেন প্রক্রিয়া সাধারণত ব্যক্তিগতভাবে, ফোন কিংবা ই-মেইলের মাধ্যমে সম্পাদিত করে তারাই হলো ট্রানজেকশন ব্রোকার। আর্থিক সার্ভিস, ভ্রমণ সার্ভিস এবং চাকুরি স্থাপনের সার্ভিসের মতো বড় প্রতিষ্ঠানগুলো এ ধরনের মডেল সবচেয়ে বেশি ব্যবহার করে থাকে। এছাড়াও বেশিরভাগ ট্রানজেকশন ব্রোকার সময়োপযোগী তথ্য এবং মতামত সরবরাহ করে।

## মার্কেট ক্রিয়েটর

### Market Creator

মার্কেট ক্রিয়েটররা এমন এক ধরনের ডিজিটাল মার্কেট পরিবেশ সৃষ্টি করে যেখানে ক্রেতারা এবং বিক্রেতারা পণ্য এবং সার্ভিসসমূহ বা সেবাসমূহ পরিদর্শন ও প্রদর্শন করতে পারে, বিভিন্ন ধরনের পণ্য অনুসন্ধান করতে পারে এবং দাম নির্ধারণ করতে পারেন। তবে ইন্টারনেট এবং ওয়েবের পূর্বে মার্কেট ক্রিয়েটররা বা বাজার নির্মাতারা বাজার প্রতিষ্ঠান জন্য সাধারণত একটি নির্দিষ্ট স্থানের উপর নির্ভরশীল ছিল। বর্তমানে মার্কেট ক্রিয়েটররা ক্রেতাদের এবং বিক্রেতাদের সংযোগকারী বাজারগুলো বিকাশের জন্য ইন্টারনেট কিংবা ওয়েব প্রযুক্তি ব্যবহার করে থাকেন। তবে সংঘটিত লেনদেনের মাধ্যমে রাজস্ব আয় অর্জিত হয়।



## সার্ভিস প্রোভাইডার

### Service Provider

অনলাইনের মাধ্যমে যেখানে ই-টেলররা পণ্য বিক্রয় করেন যেখানে সার্ভিস প্রোভাইডাররা অনলাইনে বিভিন্ন ধরনের সার্ভিস বা পরিষেবা সরবরাহ করেন। সার্ভিস প্রোভাইডাররা ফটো শেয়ারিং, ভিডিও শেয়ারিং এবং ব্যবহারকারীদের উৎপাদিত সামগ্রী সবই ভোক্তাদের বা গ্রাহকদের সার্ভিস হিসেবে প্রদান করে থাকে। যেমন অনলাইন অ্যাপ্লিকেশন বিকাশের জন্য গুগল ব্যবহারকারীদের গুগল ম্যাপস, গুগল ডক্স এবং জি-মেইল সার্ভিসমূহ প্রদান করে থাকে।

সার্ভিস প্রোভাইডাররা বিভিন্ন ধরনের আয়কর মডেল ব্যবহার করেন। কেউ কেউ ফি বা মাসিক সাবস্ক্রিপশনের মাধ্যমে আয় করেন আবার কেউ কেউ অন্যান্য উৎস যেমন বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে এবং কেউ কেউ সরাসরি বিপণের ক্ষেত্রে প্রয়োজনীয় ব্যক্তিগত তথ্য সংগ্রহের মাধ্যমে আয় করেন।



#### সারসংক্ষেপ:

B2B ই-কমার্স অনলাইন বিজনেস এর খুবই গুরুত্বপূর্ণ অংশ। এ ধরনের ব্যবসা মডেলে ব্যবসায়িক কার্যক্রম সম্পাদিত হতে পারে কোনো ম্যানুফেকচারের সাথে অথবা ডিস্ট্রিবিউটরের সাথে অথবা রিটেইলারস এর সাথেও হতে পারে। এ টাইপের মডেলের প্রধান ধরণসমূহ হলো - ই-ডিস্ট্রিবিউটর (E-Distributor), ই-প্রকিউরমেন্ট (E-procurement, এক্সচেঞ্জ (Exchange), শিল্পভিত্তিক নেটওয়ার্ক (Industry Consortium Network) ইত্যাদি। পক্ষান্তরে B2C মডেল এমন একটি বিজনেস মডেলের ওয়েবসাইট যা ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের বা উৎপাদনকারীর পণ্যসমূহ গ্রাহকের কাছে সরাসরি বিক্রয় করে। এ ধরনের ওয়েবসাইটে পণ্যের বিস্তারিত বিবরণের পাশাপাশি অর্ডার প্রদানের সিস্টেম ও লেনদেন প্রক্রিয়াসহ ক্রেতাদের বিভিন্ন রকম প্রশ্ন ও উত্তরের ব্যবস্থা থাকে। এ টাইপের মডেলের প্রধান ধরণসমূহ হলো- ১। ই-রিটেইলিং (E-Retailer) বা ই-টেইলিং (E-tailer), পোর্টাল (Portal), কমিউনিটি প্রোভাইডার (Community Provider), কনটেন্ট প্রোভাইডার (Content Provider), ট্রানজেকশন ব্রোকার (Transaction Broker), মার্কেট ক্রিয়েটর (Market Creator), সার্ভিস প্রোভাইডার (Service Provider) ইত্যাদি।





১. বিজনেস মডেল কী?
২. ই-কমার্স বিজনেস মডেল বলতে কী বুঝায়?
৩. ই-কমার্স বিজনেস মডেলের লক্ষ্য কী?
৪. ই-কমার্স বিজনেস মডেলের কার্যকরী উপাদানসমূহ কি কি?
৫. ই-কমার্স বিজনেস মডেলের কার্যকরী উপাদানসমূহের বর্ণনা দিন।
৬. আয়কর মডেল সম্পর্কে সংক্ষেপে লিখুন।
৭. মূল্য প্রস্তার বলতে কী বুঝায়?
৮. বাজারের সুযোগ বলতে কী বুঝায়?
৯. বাজার কৌশল কী?
১০. পাঁচটি প্রাথমিক আয়কর মডেলের উৎসসহ উদাহরণ দিন।
১১. ই-কমার্সের বিজনেস মডেলের কার্যকরী উপাদানসমূহের ফাংশন লিখুন।
১২. ই-কমার্সের বিজনেস মডেলসমূহের বর্ণনা দিন।
১৩. ই-কমার্সের প্রধান প্রধান বিজনেস মডেলসমূহের বর্ণনা দিন।
১৪. B2B ও B2C ব্যবসায়িক মডেল বলতে কী বুঝেন?
১৫. C2C ও C2B ব্যবসায়িক মডেল বলতে কী বুঝেন?
১৬. B2G ও G2B ব্যবসায়িক মডেল বলতে কী বুঝেন?
১৭. B2B ও B2C ব্যবসায়িক মডেলের বর্ণনা দিন।
১৮. C2C ও C2B ব্যবসায়িক মডেলের বর্ণনা দিন।
১৯. B2G ও G2B ব্যবসায়িক মডেলের বর্ণনা দিন।
২০. B2B ও B2C ব্যবসায়িক মডেলের মধ্যে পার্থক্য লিখুন।
২১. C2C ব্যবসায়িক মডেলের সুবিধা লিখুন।
২২. G2B ব্যবসায়িক মডেলের সার্ভিসসমূহ উল্লেখ করুন।
২৩. B2B ব্যবসায়িক মডেলের ধরনসমূহ বর্ণনা করুন।
২৪. B2C ব্যবসায়িক মডেলের ধরনসমূহ বর্ণনা করুন।
২৫. E-Distributor ও E-procurement বলতে কী বুঝায়?
২৬. B2B মডেলের বিভিন্ন ধরন, উদাহরণ, বর্ণনা ও রেভিনিউ মডেলকে সংক্ষেপে লিখুন।

## 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 আজার, না. (২০১৭): ম্যানেজমেন্ট ইনফরমেশন সিস্টেম