



ব্যবস্থাপনায় আধুনিক পদ্ধতি ও প্রযুক্তি

ভূমিকা

বিশেষীকরণ ও বিশ্বায়নের আধুনিক যুগে তথ্য অতি গুরুত্বপূর্ণ বিষয়। তথ্য ছাড়া কখনোই কোন সঠিক সিদ্ধান্তের কথা, উদ্দেশ্য অর্জনের কথা চিন্তা করা যায় না। অপরদিকে পর্যাপ্ত তথ্য থাকলেও পণ্য ও সেবার মান উন্নত না হলে তা কখনো গ্রহণযোগ্য হবে না। তাই প্রতিষ্ঠানের কল্যাণের জন্যই সার্বিক মান উন্নয়নের গুরুত্ব দিতে হবে। তাছাড়া, সুষ্ঠু যোগাযোগ ব্যবস্থা তথা ইন্টারনেট, ই-কমার্স, ই-বিজনেস ছাড়া আধুনিক প্রযুক্তিতে সুষ্ঠুরূপে ব্যবসায় পরিচালনা করা যায় না। এ সকল বিষয়ে বিশেষ গুরুত্ব দেয়ার জন্যই এই ইউনিটকে বিশেষভাবে ডিজাইন করা হয়েছে।

এই ইউনিট পাঠে আপনি ব্যবস্থাপনায় তথ্য পদ্ধতি, সার্বিক মান ব্যবস্থাপনা এবং ইন্টারনেট, ই-কমার্স ও ই-বিজনেস সম্পর্কে ধারণা অর্জন করতে পারবেন।



ব্যবস্থাপনা তথ্য পদ্ধতি

(MANAGEMENT INFORMATION SYSTEM)



উদ্দেশ্য

এই পাঠ শেষে আপনি-

- ব্যবস্থাপনা তথ্য পদ্ধতির সংজ্ঞা বলতে পারবেন।
- ব্যবস্থাপনা তথ্য সিস্টেমের পূর্বশর্ত বর্ণনা করতে পারবেন।
- ব্যবস্থাপনা তথ্য সিস্টেমের উদ্দেশ্য বর্ণনা করতে পারবেন।
- ব্যবস্থাপনা স্তর ও তথ্য ব্যবস্থার সম্পর্ক বর্ণনা করতে পারবেন।

বিষয়বস্তু

ব্যবস্থাপনার কাজ হলো প্রাতিষ্ঠানিক লক্ষ্য ও উদ্দেশ্য অর্জন করা। ইহার জন্য প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরীণ এবং বাহ্যিক পরিবেশ জানতে হয়। সমন্বয় ও নিয়ন্ত্রণ করতে হয়। অভ্যন্তরীণ পরিবেশের মধ্যে রয়েছে মানব সম্পদ, কাঁচামাল, মেশিন অর্থ এবং পদ্ধতি। বাহ্যিক পরিবেশের মধ্যে রয়েছে উৎপাদক, প্রতিযোগী, ক্রেতা সরকার এবং জনসাধারণ। সুষ্ঠু ব্যবস্থাপনার জন্য পরিবেশের সকল স্তর থেকে তথ্য সংগ্রহ জরুরী। বিভিন্ন উৎস থেকে তথ্য সংগ্রহ এবং লক্ষ্য ও উদ্দেশ্য অর্জনে তা সক্রিয়ভাবে ব্যবহারের সাথেই ব্যবস্থাপনা তথ্য ব্যবস্থা সম্পর্কিত।

সহজ কথায়, ব্যবস্থাপনা তথ্য পদ্ধতি হলো প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য ও উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য মতো তথ্যের দরকার হয়, তা সংগ্রহ করা, সংগঠিত করা এবং বন্টন করার এমন ব্যবস্থা যার দ্বারা ব্যবস্থাপনার প্রয়োজন পূরণ হয়।

Weihrich এবং Koontz এর মতে সঠিক সময়ে ফলদায় ও দক্ষভাবে প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিক প্রয়োজনীয় তথ্য সংগ্রহ করা, সংহত করা, তুলনা করা, বিশ্লেষণ করা এবং বিতরণ করার আনুষ্ঠানিক পন্থাই হলো ব্যবস্থাপনা তথ্য পদ্ধতি (Management Information System (MIS) is a formal system of gathering, intergrating, comparing,

analysing, and dispersing information internal and external to the enterpriase in a timely, effective, and efficient manner." Weithrach, Heinz and koontz, Harold (1994), Management, McGraw-Hill International Eolitions. P.618)

Griffin এর মতে ব্যবস্থাপনা তথ্য পদ্ধতি হলো সমন্বিত তথ্য সংগ্রহ, সংগঠন এবং সারাংশকরণের একটি পস্থা যার মাধ্যমে ইহাকে ব্যবস্থাপকদের জন্য অতিমূল্যবান করে তোলা যায় এবং তাদের কার্যক্ষেত্রের প্রয়োজন পূরণের জন্য তা সরবরাহ করা যায়। ("Management Information system is a system that gathers comprehensive data, organizes, and summarises it in a form valuable to managers, and provides those managers with the information they need to do their work."- Griffin Picky W. (1997), Management, A.I.T.B.S. Publishers and Distributors. P.674)

উপরের আলোচনার আলোকে আপনারা নিশ্চয় বুঝতে পারছেন যে, ব্যবস্থাপনা তথ্য পদ্ধতি হলো অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিক উৎস থেকে প্রয়োজনীয় সকল তথ্য সংগ্রহ, বিশ্লেষণ, সংরক্ষণ ও প্রয়োজনের আলোকে ইহা বন্টন করার বিশেষ ব্যবস্থা। ইহার মাধ্যমে প্রতিষ্ঠানের দৈনন্দিন কার্যক্রমের উন্নয়ন হয় এবং বাহ্যিক পরিবেশগত উপাদানের সাথে সম্পর্ক ও কার্যক্রমের উন্নয়ন হয়। ফলশ্রুতি প্রতিষ্ঠানের মূল লক্ষ্য ও উদ্দেশ্য অর্জন সুনিশ্চিত হয়। তবে তথ্য ব্যবস্থার দক্ষতা ও ফলপ্রসূতা নিশ্চিত করার জন্য টেলিফোন, কম্পিউটার এবং ইন্টারনেট সংযোগ সুবিধা নিশ্চিত করতে হবে।

ব্যবস্থাপনা তথ্য সিস্টেমের পূর্বশর্ত

(Prerequisites for MIS)

ব্যবস্থাপনা তথ্য সিস্টেম দক্ষতা ও ফলপ্রসূতার সাথে ব্যবহার করার জন্য ব্যবস্থাপনাকে Data এবং Information সম্পর্কে সুস্পষ্ট ধারণা থাকবে হবে এবং কতকগুলো প্রশ্নের উত্তর জানতে হবে। প্রথমেই আসা যাক Data এবং Information সম্পর্কে-

ক) Data : ডাটা হলো কোন বিষয়ের বাস্তবতার প্রতিফলন সম্পর্কে প্রাথমিক সংখ্যা এবং ঘটনা। যেমন ক্লাসে উপস্থিত ২০ জন ছাত্র, ২০টি বেঞ্চ ১ জন শিক্ষক। ১টি চেয়ার, ১টি টেবিল, ১টি ব্লাক বোর্ড, ১টি ডাস্টার ইত্যাদি হলো ডাটা।

খ) Information : ডাটাকে যখন অর্থপূর্ণ পস্থা বা আকারে উপস্থাপন করা হয়, তখন তাকে information বলে। যেমন প্রতিজন ছাত্রের জন্য ১টি করে বেঞ্চ, ২০জন ছাত্রের জন্য একজন শিক্ষক, ১টি চেয়ার, ১টি টেবিল, ১টি ব্লাক বোর্ড, ১টি ডাস্টার ইত্যাদি হলো information।

মোট কথা কোন বিষয়ের প্রাথমিক সংখ্যা বা ঘটনাকে data বলে। এবং ইহাকে যখন ব্যবহার উপযোগী আকারে উপস্থাপন বা প্রক্রিয়া করা হয়। তাকে information বলে।

গ) সম্পর্কিত কতিপয় প্রশ্নঃ

ব্যবস্থাপনার কার্য পারদর্শিতা উন্নয়নের জন্য বর্তমান ব্যবস্থাপকবৃন্দ তথ্য সিস্টেমকে স্বীকৃতি ও গুরুত্ব প্রদান করছে। তথ্য সূত্র ব্যবহারের মাধ্যমে ব্যবস্থাপনার পারদর্শিতা, দক্ষতা ও ফলপ্রসূতা উন্নয়নের জন্য ব্যবস্থাপক বা ব্যবহকারীকে কতিপয় প্রশ্নের উত্তর জানতে হবে। যা নিম্নরূপ-

১. কি তথ্য তার প্রয়োজন?
২. এজন্য কোন জাতীয় প্রযুক্তি প্রয়োজন?
৩. ঐ প্রযুক্তি সম্পর্কে ব্যবস্থাপক জ্ঞাত কিনা?
৪. ব্যবসায়ের প্রয়োজনে কোন শ্রেণীর তথ্য সিস্টেম উপযোগী?
৫. তথ্য সিস্টেম পরিকল্পনা কিরূপে উন্নয়ন করা হবে?
৬. ব্যবসায়ের প্রয়োজন পূরণের জন্য তথ্য সিস্টেম কিরূপে ডিজাইন করা হবে?
৭. ডিজাইন উন্নয়নকৃত কোন্ সিস্টেম ব্যবস্থাপক পছন্দ করবে?
৮. ব্যবস্থাপনা তথ্য সিস্টেম ব্যবস্থাপনার দায়িত্ব কি কি?

এসকল প্রশ্নের উত্তর জানা থাকলেই একজন ব্যবস্থাপকের পক্ষে ব্যবস্থাপনা তথ্য সিস্টেম দক্ষতা সাথে ব্যবহার করা সম্ভব হবে।

ব্যবস্থাপনা তথ্য সিস্টেমের উদ্দেশ্য**Objectives of MIS**

ব্যবস্থাপনা তথ্য সিস্টেমের ব্যবহার এমনভাবে ডিজাইন করতে হবে যাতে করে ব্যক্তি, কার্যগত একক এবং সংগঠনের প্রতি ইহার অবশ্যই প্রভাব থাকে। ইহার ব্যবহার বা প্রয়োগকে তিনটি শ্রেণীতে বিন্যস্ত করা যায়। যথা-

- ক. দক্ষতার উন্নয়ন (Improve efficiency)
- খ. কার্যকারিতার উন্নয়ন (Improve effectiveness)
- গ. রূপান্তরের সুবিধা অর্জন (Faciliate transformation)

ক. দক্ষতার উন্নয়ন : দক্ষতা বলতে কোন কিছুকে সঠিকভাবে করা বুঝায়। দক্ষতার উন্নয়ন ব্যক্তি স্তরে, কার্যস্তরে এবং সার্বিকভাবে সাংগঠনিক স্তরে নিশ্চিত করতে হবে।

খ. কার্যকারিতার উন্নয়ন : কার্যকারিতা উন্নয়ন বলতে সঠিক জিনিসকে সঠিকভাবে করা বুঝায়। তথ্য সিস্টেম এমন হবে যাতে ব্যক্তি, কার্য এবং সংগঠন স্তরের সর্বত্র কার্যকারিতার উন্নয়ন হয়।

গ. রূপান্তরের সুবিধা অর্জন : রূপান্তর সুবিধা অর্জন বলতে তথ্য প্রযুক্তির মাধ্যমে পণ্য বা সেবার প্রকৃতি পরিবর্তনের মাধ্যমে ব্যবসায়ের পস্থা পরিবর্তনকে বুঝায়। তথ্য সিস্টেম এমন হবে যাতে ব্যক্তি, কার্য এবং সংগঠন স্তরে রূপান্তরের সুবিধা অর্জন করা যায়।

ব্যবস্থাপনা স্তর ও তথ্য ব্যবস্থা**Level of Management and Information System**

ব্যবস্থাপনা প্রক্রিয়া কর্মী ও কার্যক্রমকে পরিকল্পনা, সংগঠন, নির্দেশনা এবং নিয়ন্ত্রণ করার সাথে জড়িত। ব্যবস্থাপনার প্রতি স্তরের কাজ পৃথক। আপনারা জানেন উচ্চস্তরের ব্যবস্থাপনা প্রতিষ্ঠানের উদ্দেশ্যাবলী ও নীতি নির্ধারণের সাথে জড়িত। মধ্যস্তরের ব্যবস্থাপনা উক্ত উদ্দেশ্যাবলী অর্জনে প্রতিষ্ঠানের সম্পদ সংগঠিত ও নিয়ন্ত্রণের সাথে জড়িত। নিম্নস্তরের ব্যবস্থাপনা দৈনন্দিন কার্যক্রম তদারকের সাথে জড়িত। প্রতিটি স্তরের কার্য দক্ষতা, ফলদায়কতার সাথে সম্পদনের জন্য পৃথক পৃথক তথ্যের দরকার। যেমন নিম্নস্তরে দৈনন্দিন কার্যক্রমের ফলাবর্তন দরকার, মধ্যস্তরে তথ্য উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য সম্পদ পুনঃ বন্টনে সমর্থ করে তোলে এবং উচ্চ স্তরে ব্যবসায়ের নতুন নতুন সুযোগ-সুবিধা এবং লক্ষ্য data নির্ধারণের জন্য বাহ্যিক তথ্য ব্যবহার করে। তাই প্রতি স্তরেই তথ্য প্রয়োজন এবং স্তর ভেদে তথ্যের ভিন্নতা রয়েছে। কিন্তু যে স্তরেই তথ্য ব্যবহার করা হোক না কেন তথ্যের ৪টি গুণ থাকতে হবে যথা- তথ্য সঠিক হবে তথ্য সময় উপযোগী হবে, তথ্য সম্পূর্ণ হবে এবং তথ্য সম্পর্কযুক্ত হবে।

সারসংক্ষেপ

প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য ও উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিক পরিবেশ থেকে তথ্য সংগ্রহ, সংগঠন এবং বন্টন করতে হয়, যাতে করে ব্যবস্থাপনার প্রয়োজন হয়। এরই নাম হলো ব্যবস্থাপনা তথ্য ব্যবস্থা। প্রতিষ্ঠানের তথ্য ব্যবস্থাপনা দক্ষতা ও ফলপ্রসূতার সাথে নিশ্চিত করার জন্য টেলিফোন, কম্পিউটার এবং ইন্টারনেট ব্যবস্থা নিশ্চিত করতে হবে।

কোন বিষয়ের প্রাথমিক সংখ্যা বা ঘটনাকে data বলে এবং এই ডাটাকে যখন ব্যবহার উপযোগী আকারে উপস্থাপন করা, তাকে বলা হয় information। প্রতিষ্ঠানের তথ্য ব্যবস্থাপনাকে ফলদায়ক ও কার্যকর করতে হলে ব্যবস্থাপকে সম্পর্কযুক্ত ৭টি প্রশ্নের উত্তর জানতে হবে এবং জানতে হবে ব্যবস্থাপনা তথ্য সিস্টেমের উদ্দেশ্য ও ব্যবস্থাপনা স্তরের সাথে ব্যবস্থাপনার সম্পর্ক।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন : ১৬.১

সঠিক উত্তরের পাশে টিক চিহ্ন (✓) দিন।

১. প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য এবং উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য কোথা থেকে সংগৃহীত তথ্য সংগঠন ও বন্টন করতে হয়?

ক. অভ্যন্তরীণ পরিবেশ

এইচ এস সি প্রোগ্রাম

- খ. বিশ্ব পরিবেশ
গ. বাহ্যিক পরিবেশ
ঘ. অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিক পরিবেশ।
২. দক্ষতা ও ফলপ্রসূতার সাথে তথ্য ব্যবস্থা নিশ্চিত করার জন্য কী দরকার?
ক. টেলিফোন, কম্পিউটার ও ইন্টারনেট
খ. ই-মেইল, ই-কমার্স
গ. টেলিফোন ও ফ্যাক্স
ঘ. কম্পিউটার, ফ্যাক্স
৩. প্রাথমিক ডটটাকে যখন ব্যবহার উপযোগী আকারে উপস্থাপন করা হয় তাকে কী বলা হয়?
ক. ২য় পর্যায়ের তথ্য
খ. উপযোগী তথ্য
গ. বাছাইকৃত তথ্য
ঘ. information
৪. তথ্য ব্যবস্থাপনাকে ফলদায়ক এবং কার্যকর করার জন্য ব্যবস্থাপনাকে কটি সম্পর্কযুক্ত প্রশ্নের উত্তর জানতে হবে?
ক. ১০টি
খ. ৮টি
গ. ৬টি
ঘ. ১৩টি
৫. ব্যবস্থাপনার প্রতিটি স্তরের জন্য কিরূপের তথ্য দরকার?
ক. একইরূপ তথ্য
খ. দ্বি-মুখী তথ্য
গ. স্তর ভেদে ভিন্ন ভিন্ন তথ্য
ঘ. বাছাই উপযোগী তথ্য
৬. ব্যবস্থাপনা তথ্য সিস্টেমের ব্যবহার কী করতে হবে যাতে করে ব্যক্তি, কার্য এবং সংগঠনের প্রতি ইহার প্রভাব থাকে?
ক. বিন্যাস করতে হবে
খ. ডিজাইন করতে হবে
গ. দক্ষতা বৃদ্ধি করতে হবে
ঘ. ছাট-কাট করতে হবে।



সার্বিক মান ব্যবস্থাপনা

Total Quality Management (TQM)



উদ্দেশ্য

এই পাঠ শেষে আপনি-

- সার্বিক মান ব্যবস্থাপনার সংজ্ঞা বলতে পারবেন।
- সার্বিক মান ব্যবস্থাপনার বৈশিষ্ট্য বর্ণনা করতে পারবেন।
- TQM এর নীতিসমূহ ব্যাখ্যা করতে পারবেন।
- TQM এবং প্রচলিত ব্যবস্থাপনার পার্থক্য ব্যাখ্যা করতে পারবেন।

বিষয়বস্তু

১. সার্বিক মান ব্যবস্থাপনা (Total Quality Management)

এক কথায় সার্বিক মান ব্যবস্থাপনা হলো কার্যকরী ব্যবস্থাপনা। তবে সার্বিক মান ব্যবস্থাপনা সহজ, সুন্দর এবং বোধগম্য ভাবে উপস্থাপনের জন্য আমরা কয়েকটি ভাবে বিভক্ত করে সংজ্ঞায়িত করতে পারি :

ক. মান (Quality)

খ. সার্বিক মান (Total Quality)

গ. সার্বিক মান ব্যবস্থাপনা (Total Quality Mgt.)

ক. মান (Quality)

Quality হলো কোন পণ্য বা সেবার এমন কিছু বৈশিষ্ট্য, যা ভোক্তার চাহিদা ও প্রয়োজন মিটাতে সক্ষম। যেমন Econo বলপেনকে আমরা মানসম্মান বলতে পারি। কারণ-

- i) ইহা লিখে ভাল;
- ii) দীর্ঘ সময় ব্যবহার করা যায়;
- iii) দাম কম ও ওজনে হালকা এবং
- iv) সহজে বহনযোগ্য।

এই বৈশিষ্ট্যগুলোই হলো ইকোনো কলমের মান বা Quality.

খ. সার্বিক মান (Total Quality)

মোট মান হলো একটি ব্যাপক সাংগঠনিক প্রচেষ্টা। যা দ্বারা একটি বৃহৎ বা ক্ষুদ্র প্রতিষ্ঠান তার পণ্য ও সেবার মান উন্নয়ন করে। সকল ধরনের প্রতিষ্ঠান যেমন বৃহৎ-মাঝারি ও যন্ত্র। লাভজনক এবং অলাভজনক, প্রস্তুতকারী বা সেবা প্রদানকারী তার পণ্য বা সেবার মান উন্নয়নে Total Quality র নীতিসমূহ ব্যবহার করতে পারে।

গ. সার্বিক মান ব্যবস্থাপনা (Total Quality Management)

TQM হলো একটি সামগ্রিক কোম্পানীভিত্তিক প্রক্রিয়া যা সকল ধরনের কর্মী, সরবরাহকারী এবং ভোক্তাতে অন্তর্ভুক্ত করে এবং ইহা অবিরামভাবে পণ্য বা সেবার মান উন্নয়ন করে যা ভোক্তার প্রয়োজন ও প্রত্যাশাপূরণে সক্ষম হয়।

সংজ্ঞাটিকে আরও অর্থবহ করে বুঝানোর জন্য নিম্নে কতিপয় মনীষীর সংজ্ঞা উপস্থাপন করা হলো।

¹ Weirich এবং Koontz এর মতে-"TQM involves the organizations long term commiement to the continious improvement of quality- throughout the organization and with the active participation of all members at all levels - to meet and exceed customers expectations".

¹ Weirich, H and Koontz. H. (1994) Management. McGraw Hill international Eolitions, New York.

সংগঠনের মাধ্যমে এবং ইহার সকল স্তরের সকল সদস্যের সক্রিয় অংশগ্রহণের মাধ্যমে মানের ধারাবাহিক উন্নয়নের দীর্ঘমেয়াদী প্রতিশ্রুতি- যা দ্বারা ক্রেতাদের প্রত্যাশা পূরণ ও ছাড়িয়া যাওয়ার সাথেই সার্বিক মান ব্যবস্থাপনা জড়িত।

² Griffis এর মতে "TQM is a strategic commitment by top management to change its whole approach to business to make quality a guiding factor in everything it does".

ব্যবসায়ের প্রতিটি বিষয়ের সঠিক মান তৈরির জন্য সকল দৃষ্টিভঙ্গির পরিবর্তন সংক্রান্ত পথনির্দেশক উপাদান হিসেবে উচ্চ ব্যবস্থাপনার যে কৌশলগত প্রতিশ্রুতি, তাই হলো সার্বিক মান ব্যবস্থাপনা।

উপরের আলোচনার আলোকে আমরা বলতে পারি যে, সার্বিক মান ব্যবস্থাপনা প্রতিষ্ঠানের সকল স্তরের সকল কর্মী এবং শাখা-প্রশাখার সমন্বয়ে ইহার পণ্য ও সেবার মান অবিরাম উন্নয়নের একটি সামগ্রিক প্রচেষ্টা। যার মূল উদ্দেশ্য হলো ক্রেতাদের চাহিদা, প্রত্যাশা ও প্রয়োজন সর্বোচ্চ মাত্রায় পূরণ করা।

২. TQM এর বৈশিষ্ট্যসমূহ :

আমরা পূর্বেক্ত পাঠে TQM এর সংজ্ঞা সম্বন্ধে আলোচনা করেছি। সংজ্ঞা হতে আপনার বোধগম্য হয়েছে যে, TQM এর বেশ কয়েকটি বৈশিষ্ট্য আছে। নিম্নে আমরা সেগুলো উল্লেখ করছি :

০১. ইহা হলো একটি ব্যবস্থাপনাকীয় এ্যাপোচ (Approach), যা শুধুমাত্র মান (Quality) নিশ্চয়তার কার্যের মধ্যে সীমাবদ্ধ নয়।
০২. ইহা কিছু কৌশলের সমষ্টি যা পণ্য বা সেবার মান উন্নয়নের সাথে সাথে প্রতিষ্ঠানের উন্নয়ন সাধন করে।
০৩. ইহা প্রতিষ্ঠানের প্রত্যেককে- (কর্মী, সরবরাহকারী ও ভোক্তা) অন্তর্ভুক্ত করে।
০৩. ইহার আলটিমেট উদ্দেশ্য হলো পণ্যের বা সেবার মান উন্নয়নের মাধ্যমে ভোক্তার প্রত্যাশা পূরণ করা।

৩. TQM এর নীতিসমূহ :

TQM এর নীতিসমূহ হলো-

- ক. Customer Focus (গ্রাহক প্রত্যাশার কেন্দ্রবিন্দু)
- খ. Strategic Planning and Leadership (কৌশলগত পরিকল্পনা ও নেতৃত্ব)
- গ. Continious Improvement (অবিরাম উন্নয়ন)
- ঘ. Empowerment and teamwork (ক্ষমতায়ন ও দলগত প্রচেষ্টা)

নিম্নে TQM এর নীতিসমূহ আলোচনা করা হলো।

ক. Customer Focus :

ভোক্তা হলো পণ্য বা সেবার মান নির্ধারণে বিচারক। কোয়ালিটি সিস্টেম পণ্য বা সেবার গুণাগুণ বর্ণনা করে, যা ভোক্তার মূলবোধ বহন করে এবং ফলশ্রুতিতে ভোক্তার সন্তুষ্টি বিধান করা সম্ভবপর হয়। মানের এ মতবাদ শুধুমাত্র ভোক্তার মৌলিক চাহিদা পূরণ করে না সাথে সাথে আরও কিছু বৈশিষ্ট্য অন্তর্ভুক্ত করে যা পণ্যের মানোন্নয়ন করে এবং কোম্পানীকে প্রতিযোগিতামূলক সবিধা প্রদান করে।

খ. Strategic Planning and leadership :

পণ্য বা সেবার মান ও বাজারে নেতৃত্ব অর্জনের জন্য দীর্ঘমেয়াদী কৌশল প্রয়োজন। রাতারাতি কোন উন্নয়ন সম্ভব নয়। তাই এই কৌশলসমূহ, পরিকল্পনাসমূহ এবং বাজেট বিন্যাস দীর্ঘমেয়াদী কমিটমেন্ট সৃষ্টি করে।

আবার, মান উন্নয়নের জন্য অবশ্যই নেতৃত্ব প্রয়োজন। উচ্চ নেতৃত্ব মান উন্নয়নের জন্য দায়ী থাকে। তারা স্পষ্ট মান মূল্য তৈরি করে এবং উচ্চ প্রত্যাশা সৃষ্টিতে সহায়তা করে।

গ. Continious Improvement :

সর্বোচ্চ মাত্রার মান এবং প্রতিযোগিতামূলক অধাধিকার পাবার জন্য ও প্রতিষ্ঠানের সকল কার্য অবিরাম উন্নয়নের জন্য

² Griffin, R. N (1997), Management, AITBS Publishers & Distributors, India.

দরকার সুখ-সংজ্ঞায়িত এবং সুস্থ-সম্পাদিত এ্যাপোচ। উন্নয়ন বিভিন্ন প্রকার হতে পারে-

০১. নতুন এবং উন্নত পণ্য ও সেবার মাধ্যমে;
০২. ভুল-ত্রুটি, খুঁত এবং অপচয় কমানোর মাধ্যমে;
০৩. উৎপাদনশীলতার উন্নয়ন এবং কার্যকারী সম্পদের ব্যবহার নিশ্চিতকরণের মাধ্যমে।

খ. Empowerment and Team-work :

ব্যবস্থাপনার উচিত প্রতিষ্ঠানের সকল ক্ষেত্রে দলগত-প্রচেষ্টা লালন করা এবং এই দলগুলো উন্নয়নের জন্য স্বাধীনভাবে কাজ করতে দিতে হয়। সাধারণতঃ তিন ধরনের দল দেখা যায়-

০১. Neretical Team : এই ধরনের দলে উচ্চ পদস্থ এবং নিম্নপদস্থ কর্মীরা একই সাথে কাজ করে।
 ০২. Horizontal Team : এই দল সাধারণতঃ নিজেদের গ্রুপে সদস্যদের নিয়ে কাজ করে সাথে সাথে কার্যকরী পরিষদের সদস্যের নিয়ে কাজ করে।
 ০৩. Inter-organizational Teams : ইহা সাধারণতঃ অন্তর্ভুক্তী সদস্য ও বাইরের সদস্যরা মিলে কাজ করে। যেমন- সরবরাহকারী ও ভোক্তারা মিলে এ ধরনের দল গঠন করতে পারে।
- প্রয়োজনের আলোকে সদস্যদের মধ্যে ক্ষমতা প্রমাণ করতে হয় এবং সুশৃঙ্খলা পারস্পরিক সহযোগিতার মাধ্যমে অবিরাম মান উন্নয়নের প্রচেষ্টা চালানো হয়।

৪. সার্বিক মান ব্যবস্থাপনা (TQM) ও প্রচলিত ব্যবস্থাপনা (Traditional Management)

নিম্নে TQM ও প্রচলিত ব্যবস্থাপনার মধ্যে পার্থক্য আলোচনা করা হলো-

পার্থক্যের বিষয়বস্তু	সার্বিক মান ব্যবস্থাপনা (TQM)	প্রচলিত ব্যবস্থাপনা (Traditional Mgt)
(i) কৌশলগত পরিকল্পনা ও ব্যবস্থাপনা	(i) এ মান পরিকল্পনা ও কৌশলগত ব্যবসায় পরিকল্পনার মধ্যে পার্থক্য করা যায় না।	(i) কিন্তু প্রচলিত ব্যবস্থাপনায়, আর্থিক ও বাজারজাতকরণ ইস্যুগুলো হলো কৌশলগত পরিকল্পনা এবং মান পরিকল্পনা সংক্রান্ত কাজগুলো মান নিয়ন্ত্রণ বিভাগ করে থাকে।
(ii) ভোক্তা ও সরবরাহকারীর সম্পর্কে পরিবর্তন	(ii) এ ভোক্তা ও সরবরাহ কারীকে প্রতিষ্ঠানের ভিতরের ব্যক্তি হিসাবে গণ্য করা হয়।	(ii) কিন্তু প্রচলিত ব্যবস্থাপনায়, ভোক্তাকে প্রতিষ্ঠানের বাইরের ব্যক্তি হিসাবে গণ্য করা হয় এবং সরবরাহকারীরা কম মূল্য পাবার জন্য প্রতিযোগিতা করে।
(iii) দলগত প্রচেষ্টা	(iii) এ ব্যক্তির টিম কাঠামোতে কাজ করে এবং বিভাগগুলো সমন্বয়ের সাথে কাজ করে।	(iii) কিন্তু প্রচলিত ব্যবস্থাপনায়, ব্যক্তি ও বিভাগ পৃথক পৃথকভাবে কাজ করে। এখানে দলগত প্রচেষ্টা কাজ করে না।
(iv) সাংগঠনিক পরিবর্তন	(iv) এ ব্যবস্থাপনায়, ব্যবস্থাপনার মূল কাজ হলো এমনভাবে নেতৃত্ব গঠন করা যাতে অবিরত পরিবর্তন ও উন্নয়ন-এ খাপ খাওয়ানো যায়।	(iv) এ ব্যবস্থাপনায়, ব্যবস্থাপনা পরিবর্তনে বাধা প্রদান করে।
(v) প্রেষণা	(v) এ কর্মীরা যা বিশ্বাস করে তা তাৎপর্যপূর্ণ অবদান রাখার জন্য হয়।	(v) শাস্তি দেয়ার ভীতির মাধ্যমে প্রচলিত ব্যবস্থাপনায় কর্মীদেরকে প্রেষিত করে।

পাঠ সংক্ষেপ

সার্বিক মান ব্যবস্থাপনা হলো একটি প্রতিষ্ঠানের সকল স্তরের সকল কর্মীর এবং সকল শাখা-প্রশাখার সমন্বয়ে ইহার পণ্য ও সেবার মান অবিরাম উন্নয়নের একটি সামগ্রিক প্রচেষ্টা। যার মূল উদ্দেশ্য হলো ক্রেতাদের চাহিদা, প্রত্যাশা ও প্রয়োজন সর্বোচ্চ মাত্রায় পূরণ করা।

TQM এর মূল বৈশিষ্ট্য হলো ইহা পণ্যের মান এর নিশ্চয়তার মাধ্যমে প্রতিষ্ঠানের উন্নয়ন করে। প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিক সকল পক্ষকে সম্পৃক্ত করে পণ্য ও সেবার মান অবিরাম উন্নয়নের মাধ্যমে ভোক্তাদের প্রত্যাশা পূরণ করে।

TQM এর নীতিসমূহ হলো-

১. ক্রেতাদের প্রত্যাশার কেন্দ্রবিন্দু
২. কৌশলগত পরিকল্পনা এবং নেতৃত্ব
৩. অবিরাম উন্নয়ন এবং
৪. ক্ষমতাপর্ন এবং সুশৃংখলা পারস্পরিক সহযোগিতা

TQM এ ক্রেতাদের সন্তুষ্টির জন্য পণ্যের মান উন্নয়নের জন্য পরিচালিত একটি টিমওয়ার্ক। যা প্রতিনিয়ম পরিবর্তন শীল ও অবিরাম মান উন্নয়নে নিয়োজিত। কিন্তু চিরাচরিত ব্যবস্থাপনা তা নয়।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন : ১৬.২

সঠিক উত্তরের পাশে টিক চিহ্ন (✓) দিন।

১. TQM হলো প্রতিষ্ঠানের সকল কর্মী ও সকল বিভাগের সমন্বয়ে সৃষ্ট একটি কিরূপ প্রক্রিয়া?
ক. সামগ্রিক
খ. আংশিক
গ. বহুবিধ
ঘ. রূপক
২. TQM এর মূল উদ্দেশ্য কি?
ক. পণ্য ও সেবার মান উন্নয়ন
খ. পণ্য ও সেবা উৎপাদন
গ. পণ্য ও সেবা বন্টন
ঘ. পণ্য ও সেবার মূল্যহ্রাস।
৩. TQM এর মূল নীতি কোনটি?
ক. ক্রেতাদের প্রত্যাশার কেন্দ্রবিন্দু (Customer Focus)
খ. আর্থিক সুবিধা লাভ
গ. সরবরাহকারীদের মূল্যায়ন
ঘ. ক্ষমতাপর্ন ও টিমওয়ার্ক।
৪. প্রচলিত ব্যবস্থাপনায় কৌশলগত পরিকল্পনা কোনটি?
ক. আর্থিক বিষয়গুলো
খ. বাজারজাতকরণ বিষয়গুলো
গ. আর্থিক ও বাজারজাতকরণ বিষয়গুলো
ঘ. প্রতিযোগীদের বিষয়গুলো।



ইন্টারনেট, ই-কমার্স, ই-বিজনেস Internet, E-commerce, E-Business



উদ্দেশ্য

এই পাঠ শেষে আপনি-

- ইন্টারনেট এর সংজ্ঞা ও সুবিধা বর্ণনা করতে পারবেন।
- ই-কমার্স এর সংজ্ঞা ও সুবিধা বর্ণনা করতে পারবেন।
- ই-বিজনেস এর সংজ্ঞা ও সুবিধা বর্ণনা করতে পারবেন।

বিষয়বস্তু :

ইন্টারনেট (Internet) : বর্তমানে ইলেকট্রনিক মাধ্যমে তথ্য ও যোগাযোগের ক্ষেত্রে ব্যাপক ও বিস্ময়কর উন্নয়ন ও প্রবৃদ্ধি ঘটেছে। যার ফলে আধুনিক বাজারজাতকরণ কোম্পানীগুলো তাদের পণ্য ও সেবা বাজারজাতকরণে মধ্যস্থ কারবারী পরিহার করে সরাসরি বাজারজাতকরণ কৌশল ব্যবহার করেছে। কৌশলগুলোর মধ্যে রয়েছে ফ্যাক্স, ইন্টারনেট, ই-মেইল, ই-কমার্স, ই-বিজনেস এবং অব-লাইন মার্কেটিং। এসকল কৌশল ব্যবহার করে আধুনিক বাজারজাতকারী সারা বিশ্বের বর্তমান ক্রেতাদের নিকট এবং সম্ভাব্য ক্রেতাদের নিকট যোগাযোগ, তথ্য আদান-প্রদান, বিক্রয় ও বিক্রয় প্রচেষ্টার ফলাফল নির্ণয়, নতুন পণ্য ধারণা ও বিজ্ঞাপনের নতুন কপির ফলাবর্তন পরিমাপ করতে পারছে সবচেয়ে দ্রুততর সাথে, স্বল্পতম সময়ে।

ইন্টারনেট হচ্ছে বিশ্বব্যাপী কম্পিউটার নেটওয়ার্কের ওয়েব (Web) যার মাধ্যমে তাৎক্ষণিক ও দ্রুততার সাথে বিশ্ব যোগাযোগ সম্ভব। ইন্টারনেট ব্যবহারের জন্য প্রথমেই সংযোগ নিতে হবে এবং World Wide Web (WWW) ও Web খোলার সফটওয়্যার Netscap Navigator এবং Microsoft Internet Explorer সম্পর্কে ভালো ধারণা থাকতে হবে। ইন্টারনেট সার্চ করার ইঞ্জিনগুলো হলো Yahoo!, Iforseek Excite ইত্যাদি। ইন্টারনেটের মাধ্যমে সংযোগ গ্রহীতা কাংখিত ISP নাম্বারগুলোর সাথে যোগাযোগ স্থাপন করে দ্রুত বার্তা, চিত্র, ইমেজ পাঠাতে পারে, মতামত আদান-প্রদান করতে পারে, পণ্য ক্রয়-বিক্রয় করতে পারে, ব্যবসায়ের এবং অন্যান্য সকল তথ্যাদি পেতে পারে। তবে ইন্টারনেটের মাধ্যমে বাজারজাতকরণে সবচেয়ে জনপ্রিয়তা প্রাপ্ত পণ্য বা সেবাগুলোর হলো- কম্পিউটার হার্ডওয়্যার ও সফটওয়্যার, বিমানের টিকিট, জার্নাল, বই-পত্র, মোবাইল, মিউজিক ইত্যাদি ক্রয়-বিক্রয়। তবে খাদ্য, ফুল, পোশাক, ব্যাংকিং, বীমা ও ইলেকট্রনিক ব্যবসায় ইন্টারনেটের ব্যবহার বৃদ্ধি পাচ্ছে। বর্তমানে প্রতিদিনই ইন্টারনেট ব্যবহারকারীর সংখ্যা ব্যাপকহারে বৃদ্ধি পাচ্ছে। ব্যবসায়ের পরিমাণ বৃদ্ধি পাচ্ছে এবং পণ্য ও সেবার বৈচিত্র্য বৃদ্ধি পাচ্ছে। উল্লেখ্য যে ইন্টারনেট ব্যবহারকারীরা কম বয়সী, শিক্ষিত, আর্থিক অবস্থাসম্পন্ন এবং তাদের বেশির ভাগই পুরুষ।

মোট কথা ইন্টারনেট হলো কম্পিউটার নেটওয়ার্কের মাধ্যমে বিশ্বব্যাপী দ্রুত যোগাযোগ, তথ্য আদান প্রদানের অত্যাধুনিক কৌশল। যা দ্বারা দ্রুততম সময়ে, স্বল্পতম ব্যয়ে বিশ্বব্যাপী যোগাযোগ করা যায় এবং সকল মধ্য উপেক্ষা করে সরাসরি বাজারজাতকরণ কার্যক্রম পরিচালনা করা যায়। ফলে ক্রেতা-বিক্রেতা উভয়েই উপকৃত হয়। ই-কমার্স, ই-বিজনেস, অন-লাইন সার্ভিস ইন্টারনেটের আধুনিক কৌশল। উল্লেখ্য যে, একটি কোম্পানী বাণিজ্যিক অন-লাইন সার্ভিস ভাড়া নিয়ে অথবা নিজস্ব ওয়েব সাইট খুলে ইন্টারনেটে তার উপস্থিতি নিশ্চিত করতে পারে।

ইন্টারনেটের সুবিধা

ই-কমার্স, ই-বিজনেস, অন-লাইন মার্কেটিং এর মাধ্যমে ইন্টারনেট বিশ্ববাজারের চেহারা বদলে দিচ্ছে। বাজারজাতকরণে এসেছে গতি, বৈচিত্র্য। ক্ষুদ্র ও মাঝারি আয়তনের প্রতিষ্ঠানগুলোকে দ্রুত বিশ্বায়নের সুযোগ গ্রহণে সাহায্য করেছে। বিশ্বব্যাপী ক্ষুদ্র, মাঝারি এবং বৃহদায়তন ক্রেতা সমাজ ব্যাপকভাবে উপকৃত হচ্ছে। ইন্টারনেটের সুবিধাকে আমরা নিম্নরূপে আলোচনা করতে পারি :

১. ক্রেতা সমাজ উৎপাদক, পাইকার ও খুচরা ব্যবসায়ীর উপর নির্ভরশীল না হয়ে নিজস্ব উদ্যোগে বিভিন্ন ব্রাণ্ড সম্পর্কে স্বল্পতম সময়ে সর্বশেষ তথ্য পাচ্ছে। যার মধ্যে রয়েছে পণ্যের খরচ, মূল্য, বৈশিষ্ট্য, গুণাগুণ, ব্যবহার পদ্ধতি ইত্যাদি।
২. ক্রেতার উৎপাদনকারীর নিকট বিজ্ঞাপন, বিক্রয়, বিক্রয় উত্তর সেবা সরবরাহ পছন্দ ইত্যাদি তথ্য প্রেরণের অনুরোধ

এইচ এস সি প্রোগ্রাম

করতে পারে।

৩. ক্রেতাদের চাহিদা ও প্রয়োজনের আলোকে বিক্রেতা বা উৎপাদক ইহার পণ্য বা সেবার ডিজাইন করতে পারে।
৪. বিভিন্ন দেশের সমজাতীয় ও সম্পূরক পণ্য ও সেবা সম্পর্কে পর্যাপ্ত তথ্য সংগ্রহ করতে পারে।
৫. বিশ্বব্যাপী অনুসন্ধান করে সবচেয়ে ভালোপণ্য ও সেবা ক্রয়ের সিদ্ধান্ত গ্রহণ করতে পারে।
৬. পছন্দকৃত পণ্য বা সেবার অর্ডার দ্রুততম সময়ে দেয়া যায় এবং এ সকল সুবিধার কারণে ইন্টারনেটের চাহিদা, ব্যবহার এবং গুরুত্ব প্রতিদিনই ব্যাপকহারে বৃদ্ধি পাচ্ছে।

ই-কমার্স (Electronic Commerce)

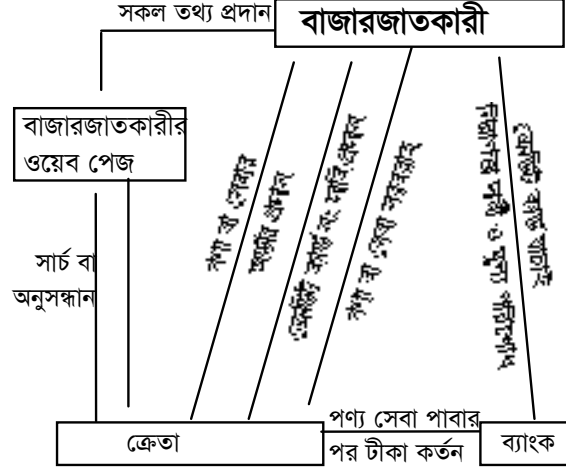
ই-কমার্স সম্পর্কে যাবার পূর্বে আমরা ই-মেইল (E-mail বা Electronic Mail) সম্পর্কে একটু ধারণা নিয়ে নেই। যে পস্থায় বার্তা, সংবাদ, তথ্য ইত্যাদি এক কম্পিউটার থেকে অন্য কম্পিউটারে সরাসরি পাঠানো যায়, তাকে ই-মেইল বলে। তবে বার্তা, সংবাদ বা তথ্য তাৎক্ষণিকভাবে পাঠানো হলেও গ্রহীতা তার কম্পিউটার খোলে সার্চ না করা পর্যন্ত তা মজুত থাকে, বুঝা যায় না। বাজারজাতকারী তাদের বর্তমান সম্ভাব্য ক্রেতাদের নিকট পণ্য, সেবা, ধারণা সংক্রান্ত তথ্যাদি ই-মেইলের মাধ্যমে দ্রুততার সাথে পাঠাতে পারে। ই-কমার্স এবং ই-বিজনেস হলো অন-লাইন বাজারজাতকরণের দুটি সম্প্রসারিত এবং আধুনিক রূপ।

ই-কমার্স :

প্রত্যক্ষ বাজারজাতকরণের অতি সাম্প্রতিক উন্নয়ন হলো ইলেকট্রনিক কমার্স বা ই-কমার্স। যখন ইলেকট্রনিক ডাটা ইন্টারচেঞ্জের (EDI) মাধ্যমে সরবরাহকারীর নিকট কাংখিত পণ্য বা সেবার অর্ডার দেয়া হয়, ক্রেডিট কার্ডের নাম্বারের আলোকে ব্যাংকের মাধ্যমে মূল্য পরিশোধিত হয়ে কাংখিত পণ্য বা সেবা গ্রহণ করা হয়, তাকে ই-কমার্স বলে। তবে শর্ত হলো-

- ক. ওয়েব সাইডে ও ওয়েব পেইজে বিক্রেতার সকল পণ্য, সেবা, ধারণা ইত্যাদির বিস্তারিত বিবরণ যথা- নাম, দাম, সুবিধা গুণাগুণ, ব্যবহার বিধি ইত্যাদি উল্লেখ থাকতে হয়;
- খ. ক্রেতা ওয়েব পেইজ সার্চ করে তার চাহিদা ও প্রয়োজনের আলোকে পণ্য, সেবা, ধারণার অর্ডার প্রদান করে।
- গ. প্রাপ্ত অর্ডারের আলোকে বিক্রেতা মূল্য দাবি করে;
- ঘ. ক্রেতা মূল্যের আলোকে তার ক্রেডিট কার্ড নাম্বার ও ব্যাংকের নাম উল্লেখ করে;
- ঙ. সংশ্লিষ্ট ব্যাংকে ক্রেতার হিসাবের ব্যালেন্স যাচাই করা হয় এবং পণ্য প্রেরণের বিপরীতে ব্যাংকের নিরাপত্তা দাবি করা হয়।
- চ. ব্যাংকের নিরাপত্তা পেয়ে উৎপাদক বা বাজারজাতকারী ক্রেতার নিকট পণ্য, সেবা বা ধারণা প্রেরণ করে।
- ছ. ক্রেতা অর্ডারকৃত পণ্য সেবা বা ধারণা বুঝে পেয়ে ব্যাংককে জানালে ব্যাংক বিক্রেতাকে অর্থ পরিশোধ করে।

বিষয় নিম্নের চিত্রে দেখানো যেতে পারে-



চিত্রে দেখা যাচ্ছে বাজারজাতকারী তার সকল পণ্য সেবা বা ধারণার তথ্য ওয়েব পেইজে দিয়ে রাখে, ক্রেতা তা অনুসন্ধান করে অর্ডার ও ক্রেডিট কার্ড নং প্রদান করে। বিক্রেতা ব্যাংকের মাধ্যমে ক্রেডিট কার্ডের সত্যতা এবং পণ্য সেবা সরবরাহের বিনিময়ে নিরাপত্তা দাবি করে। নিরাপত্তা পেলে সে ক্রেতাকে তা সরবরাহ করে এবং ক্রেতা তা পাবার পরই মূল্য পরিশোধিত হয়। এখানে ক্রেতার সম্পূর্ণ স্বাধীনতা বিদ্যমান অর্থাৎ কখন, কি অবস্থায়, কোন পণ্য বা অনুসন্ধান বা ক্রয় করবে- এটা সম্পূর্ণ তার উপর নির্ভর করে। তবে মূল্যের ব্যাপারে তার কোন স্বাধীনতা নেই। বিক্রেতার নির্ধারিত মূল্যেই তাকে পণ্য, সেবা বা ধারণা ক্রয় করতে হয়।

সুবিধা :

১. ঘরে বসেই কম্পিউটারের সাহায্যে ক্রেতা সারা বিশ্বের বাজারজাতকারীদের পণ্য, সেবা ধারণা সার্চ করতে পারে এবং প্রয়োজনের আলোকে অর্ডার সার্চ করতে পারে এবং প্রয়োজনের আলোকে অর্ডার দিতে পারে। কোন মধ্যস্থ ব্যবসায়ী দরকার হয় না।
 ২. অর্ডার দেয়ার ব্যয় পূর্বের তুলনায় ২০% বা তার চেয়ে কম হয়ে থাকে।
 ৩. অর্ডার প্রদান ও পণ্য ডেলিভারী গ্রহণে স্বল্পতম সময় ব্যয় হয়।
 ৪. স্বল্পতম সময়ে এবং অনেক সময়ে ঘরে বসেই পণ্য বা সেবা ডেলিভারী নেয়া যায় না কম্পিউটারে প্রোগ্রাম বা সফটওয়্যার ডাইনলোড করা যায়।
 ৫. দিন-রাত ২৪ ঘন্টাই অর্ডার দেয়া যায়, সরবরাহ নেয়া যায়।
- এ সকল সুবিধার কারণে ই-কমার্সের ব্যবহার, গুরুত্ব এবং কার্য পরিধি প্রতিনিয়ত বৃদ্ধি পাচ্ছে। বাজারজাতকারী এবং ক্রেতা ব্যাপকভাবে উপকৃত হচ্ছে।

ই-বিজনেস (Electronic Business বা E-business)

ই-বিজনেস হলো ই-কমার্সের বর্ধিত রূপ। এখানে ই-কমার্সের সকল নিয়ম-কানুন একই রকম থাকে এবং অতিরিক্ত হিসেবে থাকে ক্রেতার স্বাধীন দরকষাকষির অধিকার। দরকষাকষির মাধ্যমে মূল্য পছন্দ হলেই ক্রেতা পণ্য, সেবা, বা ধারণা ক্রয় করে। অন্যথায় সে ক্রয় থেকে বিরত থাকে বা অন্য বাজারজাতকারীর ওয়েব সাইড সার্চ করে।

তাই সহজ কথায় বলা যায় যে, যে পন্থায় ইলেকট্রনিক ডাটা ইন্টারচেন্সের মাধ্যমে ক্রেতা ওয়েব সাইড থেকে তার কাঙ্ক্ষিত পণ্য, সেবা, বা ধারণা বাছাই করে। অন-লাইনে যৌথ দরকষাকষির মাধ্যমে ইহার মূল্য স্থির করে, ক্রেডিট কার্ডের সাহায্যে ব্যাংকের মাধ্যমে মূল্য পরিশোধ করে তা গ্রহণ করে, তাকে ই-বিজনেস বলা হয়।

ই-বিজনেস ই-কমার্সের সকল সুবিধা বিদ্যমান। তবে, অতিরিক্ত সুবিধা হিসেবে রয়েছে ক্রেতার দরকষাকষির অধিকার। এখানে ক্রেতার বিক্রেতার নির্ধারিত মূল্যের উপর জিম্মী নয়, সম্পূর্ণ স্বাধীন। এজন্যই ই-বিজনেস এর জনপ্রিয়তা ও গ্রহণযোগ্যতা বেশি।

পাঠ সংক্ষেপ

ইন্টারনেট হলো কম্পিউটার নেটওয়ার্কের মাধ্যমে বিশ্বব্যাপী দ্রুত যোগাযোগের তথ্য আদান-প্রদানের অত্যাধুনিক কৌশল। যা দ্বারা দ্রুততার সাথে ও স্বল্পতম ব্যয়ে বিশ্বব্যাপী যোগাযোগ করা যায় এবং সকল মধ্যস্থ উপক্ষো করে সরাসরি বাজারজাতকরণ কার্যক্রম পরিচালনা করা যায়। ইন্টারনেটের মাধ্যমেই সম্ভব হচ্ছে ই-কমার্স এবং ই-বিজনেস।

ইলেকট্রনিক ডাটা ইন্টারচেঞ্জের মাধ্যমে যখন পণ্য, সেবা, ধারণার অর্ডার দেয়া হয় পণ্য গ্রহণ করে ক্রেডিট কার্ডের সাহায্যে ব্যাংকের মাধ্যমে মূল্য পরিশোধ করা হয়, ইহাই হলো ই-কমার্স।

অপরদিকে ই-কমার্সের সকল শর্তের সাথে যখন ক্রেতার দরকষাকষির অধিকার যুক্ত হয়, সেটাই হলো ই-বিজনেস। ই-কমার্স ও ই-বিজনেস দুই ক্ষেত্রেই বিক্রেতার ওয়েব সাইড সার্চ করে পণ্য, সেবা বা ধারণার অর্ডার দেয়া হয় এবং মূল্য পরিশোধ পদ্ধতি দুই ক্ষেত্রেই অভিন্ন। তবে ই-কমার্সের চেয়ে ই-বিজনেসে ক্রেতার স্বার্থ বেশী সংরক্ষিত হয়। কারণ এখানে রয়েছে পণ্য সেবা বা ধারণার মূল্য সম্পর্কে ক্রেতার দরকষাকষির অধিকার।

ইন্টারনেটের মাধ্যমে ই-কমার্স, ই-বিজনেস আন্তর্জাতিক ব্যবসায়কে দ্বারপ্রান্তে নিয়ে এসেছে। বাজারজাতকরণে এসেছে নতুন গতি, নতুন বৈশিষ্ট্য। সকল শ্রেণীর ক্রেতা-বিক্রেতা ইহার মাধ্যমে ব্যাপকভাবে উপকৃত হচ্ছে।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন : ১৬.৩

সঠিক উত্তরের পাশে টিক চিহ্ন দিন।

- কিসের মাধ্যমে বর্তমান বিশ্বে তথ্য ও যোগাযোগ ক্ষেত্রে ব্যাপক ও বিস্ময়কর উন্নয়ন ও প্রবৃদ্ধি ঘটেছে?

ক. ইলেকট্রনিক মাধ্যম	খ. মাধ্যমে
গ. আকাশ সংস্কৃতির মাধ্যমে	ঘ. ক্রেতা অনুসন্ধানের মাধ্যমে।
- তাৎক্ষণিক ও দ্রুততার সাথে বিশ্বব্যাপী যোগাযোগের কম্পিউটার নেটওয়ার্কের ওয়েবের নাম কী?

ক. ইন্টারনেট	খ. ই-মেইল
গ. ই-কমার্স	ঘ. ই-বিজনেস
- ওয়েব সাইড সার্চ করে যখন বিক্রেতার ধার্যকৃত মূল্য অনুযায়ী ক্রেতা পণ্য ক্রয়ের অর্ডার প্রদান ও পণ্য গ্রহণ করে তাকে কী বলে?

ক. ইন্টারনেট	খ. ই-কমার্স
গ. ভয়েজ-মেইল	ঘ. ই-বিজনেস
- ওয়েব সাইডের ধার্যকৃত মূল্যের সাথে যখন দরকষাকষির শর্তযুক্ত হয়, তখন তাকে কী বলে?

ক. ফ্যাক্স	খ. ই-কমার্স
গ. ই-বিজনেস	ঘ. ভয়েজ মেইল
- বর্তমান বৈচিত্র্যময় ও গতিশীল বিশ্ববাজারজাতকরণ ব্যবস্থায় কোন পন্থায় ক্রেতার অধিকার বেশী সংরক্ষিত হচ্ছে?

ক. ইন্টারনেট	খ. ই-বিজনেস
গ. ফ্যাক্স-মেইল	ঘ. ভয়েজ মেইল।

রচনামূলক প্রশ্নাবলী

- ব্যবস্থাপনা তথ্য পদ্ধতি (MIS) কি?
- ব্যবস্থাপনা তথ্য পদ্ধতির পূর্বশর্ত সমূহ উল্লেখ করুন।
- TQM বলতে কি বুঝেন? TQM এর বৈশিষ্ট্য সমূহ বর্ণনা করুন।
- ইন্টারনেট বলতে কি বুঝেন? এর সুবিধা সমূহ বর্ণনা করুন।
- E-Commerce এবং E-Business এর সংজ্ঞা দিন।

নমুনা প্রশ্ন

ব্যবসায় নীতি ও প্রয়োগ

প্রথম পত্র

(ব্যবসায় সংগঠন ও ব্যবস্থাপনা)

কোর্স কোড : HSC-1821

সময়-৩ ঘণ্টা

পূর্ণমান-১০০

[দ্রষ্টব্য :- ডান পার্শ্বস্থ সংখ্যা প্রশ্নের পূর্ণমান জ্ঞাপক।]

ক বিভাগ-ব্যবসায় সংগঠন

	নম্বর
১। ব্যবসায়ের সংজ্ঞা দিন। ব্যবসায়ের আওতা আলোচনা করুন। অথবা, এক মালিকানা ব্যবসায় সংগঠন এত গুরুত্বপূর্ণ কেন? একমালিকানা ব্যবসায়ের উপযুক্ত ক্ষেত্রসমূহ বর্ণনা করুন।	৩+৭=১০ ৫+৫=১০
২। অংশীদারী ব্যবসায়ের সংজ্ঞা দিন। অংশীদারী ব্যবসায় সংগঠনের বৈশিষ্ট্যগুলো বর্ণনা করুন। অথবা, অংশীদারী চুক্তিপত্র কাকে বলে? অংশীদারী চুক্তিপত্রে কি কি বিষয়ের উল্লেখ থাকা বাঞ্ছনীয়?	৩+৭=১০ ৪+৬=১০
৩। কোম্পানী সংগঠনের সংজ্ঞা দিন। কোম্পানী সংগঠনের সুবিধা ও অসুবিধাসমূহ বর্ণনা করুন। অথবা, পরিমেল বন্ধ কাকে বলে? পরিমেল বন্ধ ও পরিমেল নিয়মাবলীর মধ্যে প্রধান প্রধান পার্থক্যসমূহ বর্ণনা করুন।	৪+৬=১০ ৪+৬=১০
৪। সমবায় সংগঠনের মৌলিক নীতিমালাগুলো কি কি? বাংলাদেশের প্রেক্ষাপটে সমবায় সংগঠনের ভূমিকা আলোচনা করুন।	৫+৫=১০
বাংলাদেশ থেকে বিদেশে পণ্য-সামগ্রী রপ্তানীর পদ্ধতি আলোচনা করুন।	১০
৫। শিল্পের শ্রেণীবিভাগ দেখান। অথবা, প্রত্যক্ষ সেবা কর্মগুলো কি কি?	৫
৬। আচরণে অনুমিত অংশীদার বলতে কি বুঝায়? অথবা, অংশীদারী ব্যবসায় সংগঠন নিবন্ধন না করার পরিণাম কি?	৫
৭। পাবলিক লিমিটেড কোম্পানী কাকে বলে? অথবা, শেয়ার ও ঋণপত্রের মধ্যে পার্থক্য লিখুন।	৫
৮। পাঁচটি বিশেষায়িত আর্থিক প্রতিষ্ঠানের নাম লিখুন। অথবা, মধ্যস্থ ব্যবসায়ীগণকে কিভাবে শ্রেণীবিভাগ করতে পারেন?	৫
৯। ব্যবস্থাপনার সংজ্ঞা দিন। ব্যবস্থাপনার পরিধি বর্ণনা করুন। অথবা, আধুনিক ব্যবস্থাপনার কার্যাবলী বর্ণনা করুন।	৪+৬=১০ ৫
১০। পরিকল্পনার সংজ্ঞা দিন। সূষ্ঠ পরিকল্পনা প্রণয়নের পদক্ষেপসমূহ বর্ণনা করুন। অথবা, প্রেষণা বলতে কি বুঝেন? কর্মীদের প্রেষণাদানের উপায়সমূহ বর্ণনা করুন।	৩+৭=১০ ৪+৬=১০
১১। ব্যবস্থাপনা চক্র বলতে কি বোঝেন? অথবা, আধুনিক ব্যবস্থাপনার চৌদ্দ নীতিমালা কি?	৫
১২। কমিটি সংগঠনের অর্থ কি? অথবা, ব্যবস্থাপনায় আনুষ্ঠানিক সংগঠন কি কি ধরণের হতে পারে?	৫
১৩। কর্মী সংগ্রহের উৎসগুলো কি কি? অথবা, পরামর্শমূলক নির্দেশনা বলতে কি বুঝেন?	৫
১৪। নিয়ন্ত্রণের পদক্ষেপসমূহ কি কি? অথবা, ই-কমার্স বলতে কি বুঝেন?	৫

