

उद्योग के क्षेत्र में ई-कॉमर्स का बढ़ता योगदान

नवीन कुमार बिठौर* डॉ. बी.आर. नलवाया**

* शोधार्थी, राजीव गांधी शासकीय स्नातकोत्तर महाविद्यालय, मंदसौर, विक्रम विश्वविद्यालय, उज्जैन (म.प्र.) भारत
** शोध निर्देशक, राजीव गांधी शासकीय स्नातकोत्तर महाविद्यालय, मंदसौर (म.प्र.) भारत

शोध सारांश – ई-कामर्स, साहित्य समीक्षा के संदर्भ में ई-कामर्स के वर्तमान और भविष्य के पहलुओं के बारे में चर्चा की इक्कीसवीं सदी ने ऑनलाइन व्यापारों के लिए अनेक अवसर एवं प्रतिस्पर्धा का वातावरण प्रदान किया। ई-कामर्स का प्रमुख लक्ष्य व्यावसायिक क्षेत्र को बढ़ाना और वैश्विक स्तर पर अपने उत्पादों और सेवाओं के लिए आज मार्केट को तलाशना है। ई-कामर्स बहुत तेजी से फैल रहा है और आज बहुत बड़ी कंपनियां ई-कामर्स के लिए इन्फ्रास्ट्रक्चर प्रदान कर रही हैं, जैसे कि Saleforce, ebay, amazon and Hp। ई-कामर्स कई प्रकार के होते हैं B2C, B2B, C2B, C2C, B2G, and G2B। ई-कामर्स से पेपर वर्क बहुत ही कम होने लगा है। ई-कॉमर्स से मध्यस्थता समाप्त हो गई है जिससे उपभोक्ता को सस्ती वस्तुएं उपलब्ध होती हैं। लेकिन ई-कामर्स के माध्यम से सारे प्रोडक्ट नहीं मिल पाते हैं। ई-कामर्स के माध्यम से प्रोडक्ट खरीदने पर उपभोक्ता को सुविधाएं भी मिलती हैं जैसे Cas back guarantee, cash on delivery, fast delivery, discounts, access to branded products इत्यादि।

प्रस्तावना – ई-कॉमर्स की शुरुआत 1960 के दशक में हुई, जब व्यवसायों ने अन्य कंपनियों के साथ व्यावसायिक दस्तावेज साझा करने के लिए ईडीआई का उपयोग करना शुरू किया। 1979 में, अमेरिकी राष्ट्रीय मानक संस्थान ने व्यवसायों के लिए इलेक्ट्रॉनिक नेटवर्क के माध्यम से दस्तावेज साझा करने के लिए एक सार्वभौमिक मानक के रूप में ASC X12 विकसित किया।

1980 के दशक में एक-दूसरे के साथ इलेक्ट्रॉनिक दस्तावेज साझा करने वाले व्यक्तिगत उपयोगकर्ताओं की संख्या बढ़ने के बाद, 1990 के दशक में ईबी और अमेजन के उदय ने ई-कॉमर्स उद्योग में क्रांति ला दी। उपभोक्ता अब केवल ई-कॉमर्स विक्रेताओं जिन्हें ई-टेलर्स भी कहा जाता है, और ई-कॉमर्स क्षमता वाले ईट और मोटार स्टोर से कई वस्तुएं ऑनलाइन खरीद सकते हैं। अब लगभग सभी खुदरा कंपनियां ऑनलाइन व्यवसाय प्रथाओं को अपने व्यवसाय मॉडल में एकीकृत कर रही हैं।

इलेक्ट्रॉनिक कामर्स मुख्य रूप से इन्टरनेट तथा अन्य कम्प्यूटर नेटवर्क जैसे इलेक्ट्रॉनिक प्रणालियों पर सेवाओं तथा वस्तुओं के वितरण क्रय, विक्रय, विपणन तथा वस्तुओं की सेवाओं का नाम हैं। इक्कीसवीं सदी ने ऑनलाइन व्यापारों के लिए अनेक अवसर एवं प्रतिस्पर्धा का वातावरण प्रदान किया है। अनेक ऑनलाइन व्यापारिक कंपनियों की स्थापना हुई है। अनेक ऑनलाइन शाखाएँ खोल सखी हैं।

ई-कामर्स कंपनियों को यह सुनिश्चित करना होगा कि उनके प्लेटफॉर्म पर लिस्टेड प्रोडक्ट पर वह किस देश का बना हुआ है यह मौजूद रहे यानी कि कंट्री ऑफ ओरिजन। यह एक बेहद मुश्किल टास्क है क्योंकि अमेज़ॉन और फ्लिपकार्ट पर लाखों प्रोडक्ट लिस्ट हैं इस नियम को लागू करने में जो सबसे बड़ी मुश्किल हो सकती है, वह यह है कि जब भी ग्राहक ऑनलाइन खरीदारी करे तो उसे आयातित प्रोडक्ट या सर्विस का लोकल ई-कॉमर्स कंपनियों और सेलर्स दोनों ही कोई उत्साह नहीं है।

ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर कुछ प्रोडक्ट ऐसे भी होते हैं जिन्हें खरीद लेने

के बाद वापस नहीं किया जा सकता। आमतौर पर ऑनलाइन शॉपिंग में फ्री एक्सचेंज या रिफंड की पेशकश रहती है। कंज्यूमर से स्पष्ट तौर पर उसकी मंजूरी जान लेना ग्राहक के लिए ऑनलाइन शॉपिंग अनुभव को बेहतर ही बनाएगा।

ई-कॉमर्स काम कैसे करता है – ई-कॉमर्स इंटरनेट द्वारा संचालित होता है। यहाँ पर ग्राहक अपने डिवाइस के माध्यम से उत्पादों या सेवाओं को ब्राउज़ करने और ऑर्डर देने के लिए ऑनलाइन स्टोर तक पहुँचते हैं।

जैसे ही ऑर्डर दिया जाएगा, ग्राहक का वेब ब्राउज़र ई-कॉमर्स वेबसाइट को होस्ट करने वाले सर्वर के साथ आगे संचार करेगा। ऑर्डर से संबंधित डेटा एक केंद्रीय कंप्यूटर पर रिले किया जाएगा जिसे ऑर्डर मैनेजर के रूप में जाना जाता है। फिर इसे उन डेटाबेसों को अग्रेषित किया जाएगा जो इन्वेंट्री स्तरों का प्रबंध करते हैं, एक व्यापारी प्रणाली जो PayPal जैसे एप्लिकेशन का उपयोग करके भुगतान जानकारी का प्रबंध करती है, और एक बैंक अंत में यह वापस ऑर्डर मैनेजर के पास जाएगा। यह सुनिश्चित करना है कि ऑर्डर को संसाधित करने के लिए स्टोर इन्वेंट्री और ग्राहक फंड पर्याप्त हैं। ई-कॉमर्स लेनदेन की मेजबानी करने वाले प्लेटफॉर्मों में ऑनलाइन मार्केटप्लेस शामिल हैं जिनके लिए विक्रेता साइन अप करते हैं, जैसे अमेजन, एक सेवा के रूप में सॉफ्टवेयर उपकरण जो ग्राहकों को ऑनलाइन स्टोर के बुनियादी ढाँचे को किराए पर लेने की अनुमति देता है, यह ओपन सोर्स टूल जिन्हें कंपनियां अपने इन-हाउस डेवलपर्स का उपयोग करके प्रबंधित करती हैं।

ई-कॉमर्स के प्रकार :

व्यवसाय-से-उपभोक्त (बी2सी) – बी2सी ई-कॉमर्स कंपनियां इसमें सिधे अपने सामान को उपभोक्ता तक पहुँचाती हैं सेवाएं प्रतिष्ठान या कंपनी से किसी उपभोक्ता को बेची जाती हैं।

व्यापार-से-व्यापार (बी2बी) – बी2बी के समान, एक ई-कॉमर्स व्यवसाय किसी उपयोगकर्ता को सीधे सामान बेच सकता है। हालाँकि, वह

उपयोगकर्ता उपभोक्ता होने के बजाय कोई अन्य कंपनी हो सकती है। बी2बी लेनदेन में अक्सर बड़ी मात्रा, अधिक विशिष्टताओं और लंबी लीड अवधि की आवश्यकता होती है।

उपभोक्ता से उपभोक्ता (सी2सी) - एक प्रकार का ई-कॉमर्स है जिसमें उपभोक्ता एक-दूसरे के साथ उत्पादों, सेवाओं और सूचनाओं का ऑनलाइन व्यापार करते हैं। ये लेन-देन आम तौर पर किसी तीसरे पक्ष के माध्यम से किए जाते हैं जो ऑनलाइन प्लेटफॉर्म प्रदान करता है जिस पर लेन-देन किया जाता है। उदाहरण के लिए किसी की ऑनलाइन नीलामी होना।

बिजनेस-टू-गवर्नमेंट (बी2जी) - कुछ संस्थाएँ सरकारी ठेकेदारों के रूप में एजेंसियों या प्रशासनों को सामान या सेवाएँ प्रदान करने में विशेषज्ञ हैं। बी2बी संबंध के समान, व्यवसाय मूल्य की वस्तुओं का उत्पादन करता है और उन वस्तुओं को एक इकाई को भेजता है।

उपभोक्ता-से-व्यवसाय (सी2बी) - आधुनिक प्लेटफॉर्मों ने उपभोक्ताओं को कंपनियों के साथ अधिक आसानी से जुड़ने और उनकी सेवाएँ प्रदान करने की अनुमति दी है, विशेष रूप से अल्पकालिक अनुबंधों, गिग्स या अवसरों से संबंधित। उदाहरण के लिए, अपवर्क पर लिस्टिंग पर विचार करें।

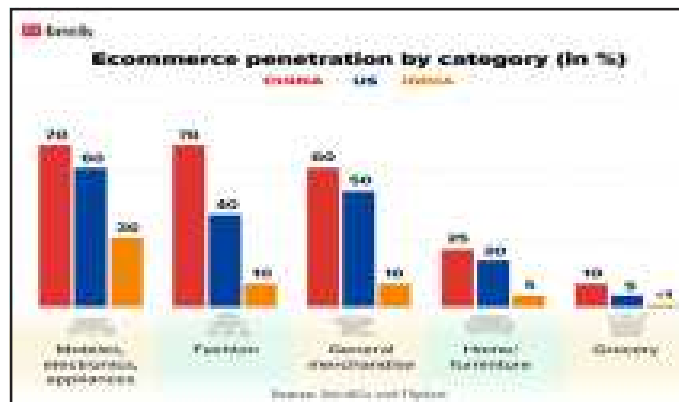
उपभोक्ता-से-गवर्नमेंट (सी2जी) - पारंपरिक ई-कॉमर्स संबंध से कम, उपभोक्ता सी2जी साझेदारी के माध्यम से प्रशासन, एजेंसियों या सरकारों के साथ बातचीत कर सकते हैं। ये साझेदारियाँ अक्सर सेवा के आदान-प्रदान में नहीं बल्कि दायित्व के लेन-देन में होती हैं।

आप ई-कॉमर्स व्यवसाय कैसे शुरू कर सकते हैं - अपना व्यवसाय शुरू करने से पहले आपको यह सुनिश्चित करना होगा कि आप कौन से उत्पादों और सेवाओं को बेचने जा रहे हैं और बाजार में आपके कितने प्रतिस्पर्धी और अपेक्षित लागतों पर ध्यान देना होता है।

इसके बाद एक नाम के साथ आए, एक व्यवसाय संरचना चुनें और दस्तावेज (करदाता संख्या, लाइसेंस और यदि वे आवेदन करते हैं तो परमिट) प्राप्त करें।

इससे पहले कि आप बिक्री शुरू करें, एक प्लेटफॉर्म तय करें और अपनी वेबसाइट डिजाइन करें (या किसी से यह आपके लिए करवाएं)।

शुरुआत में सब कुछ सरल रखना याद रखें और सुनिश्चित करें कि आप अपने व्यवसाय का विपणन करने के लिए जितना संभव हो उतने चैनलों का उपयोग करें ताकि यह बढ़ सके।



ई-कॉमर्स के उद्देश्य :

1. ग्राहक की संतुष्टि का पता लगाना की उसको क्या चाहिए उसे वह उपलब्ध करवाना।

2. कागजी काम को कम करना तथा समय के पत्राचार में खर्च करें।
3. ग्राहकों की सेवाओं में आने वाली परेशानियों को सुधारना।
4. इसकी बिक्री के दायरे को बढ़ाना।
5. सप्लायरों और ग्राहकों के साथ संवाद को सरल बनाना।
6. आगे आने वाले ई-कॉमर्स मार्केट में पोजीशन को बनाये रखना।
7. बढ़ती हुई लागत को कम करना।
8. प्रोडक्ट की क्वालिटी का ध्यान रखना ग्राहक को अच्छे वस्तु उपलब्ध करवाना

ई-कॉमर्स के लाभ और हानि :

लाभ - ई-कॉमर्स उपभोक्ताओं को निम्नलिखित लाभ प्रदान करता है:

1. सुविधा - ई-कॉमर्स दिन के 24 घंटे, सप्ताह के सातों दिन हो सकता है। हालाँकि ई-कॉमर्स में बहुत काम लग सकता है, फिर भी जब आप सोते हैं तो बिक्री उत्पन्न करना या अपने स्टोर से दूर रहने के दौरान राजस्व अर्जित करना अभी संभव है।
2. बढ़ा हुआ चयन - कई स्टोर अपने ईट और मोटार समकक्षों की तुलना में ऑनलाइन उत्पादों की एक विस्तृत श्रृंखला पेश करते हैं। और कई स्टोर जो पूरी तरह से ऑनलाइन मौजूद हैं, उपभोक्ता को विशेष इन्वेन्ट्री की पेशकश कर सकते हैं जो अन्यत्र उपलब्ध नहीं है।
3. ई-कॉमर्स की मदद से बिजनेस को पूरी दुनिया में फैला सकते हैं ये हमारे देश तक ही सीमित न रहकर इसको वर्ल्ड वाइड पब्लिश कर सकते हैं।
4. प्रोडक्ट के बारे में हम रिव्यू, कमेंट में बता सकते हैं ताकि दूसरे को वो चीज खरीदते समय समझ में आ सकता है की प्रोडक्ट के बारे में दूसरे लोगों की क्या राय है।
5. किसी भी चीज को ठीक तरह से जांच पड़ताल कर सकते हैं तथा दूसरे प्रोडक्ट के साथ तुलना भी कर सकते हैं।
6. ई-कॉमर्स से पेपर वर्क बहुत ही कम होने लगा है।
7. अंतर्राष्ट्रीय बिक्री - जब तक एक ई-कॉमर्स स्टोर ग्राहक को माल भेज सकता है, एक ई-कॉमर्स कंपनी दुनिया में किसी को भी बेच सकती है और यह भौतिक भूगोल द्वारा सीमित नहीं है।

हानि - ईकॉर्स के साथ कुछ कमियाँ भी आती हैं। नुकसान में शामिल है :

1. प्रौद्योगिकी पर निर्भरता - यदि आपकी वेबसाइट क्रैश हो जाती है, भारी मात्रा में ट्रैफिक एकत्र करती है, या किसी भी कारण से अस्थायी रूप से बंद कर दी जाती है, तो आपका व्यवसाय ई-कॉमर्स स्टोरफ्रंट वापस आने तक प्रभावी रूप से बंद हो जाता है।
2. उच्च प्रतिस्पर्धा - इसका मतलब है कि अन्य प्रतिस्पर्धी आसानी से बाजार में प्रवेश कर सकते हैं। ई-कॉमर्स कंपनियों के पास सावधानीपूर्वक विपणन रणनीतियाँ होनी चाहिए और यह सुनिश्चित करने के लिए कि वे डिजिटल उपस्थिति बनाए रखें एसईओ अनुकूलन पर मेहनती रहें।
3. खर्चीली - ई-कॉमर्स वेबसाइट, एप्लीकेशन बनाने के लिए काफी खर्चीली होती है।
4. कई सारे प्रोडक्ट इंटरनेट के माध्यम से नहीं मिल पाते हैं।
5. किसी भी नई वेबसाइट पर भरोसा करना थोड़ा मुश्किल है।
6. सिक्यूरिटी के बारे में हमेशा सतर्क रहना पड़ता है।

निष्कर्ष - छोटे तथा बड़े दोनों ही प्रकार की कंपनियों को बाजार में उतरने तथा अन्तर्राष्ट्रीय बाजार पर काबू करने के लिए ई-कॉमर्स अत्यन्त शक्तिशाली कारक है। इंटरनेट इसीलिए ग्राहक सेवा तथा सपोर्ट के लिए

महत्वपूर्ण माध्यम है। ई-कॉमर्स ई-बिजनेस चलाने का सिर्फ एक हिस्सा है। जबकि उत्तरार्द्ध में ऑनलाइन व्यवसाय चलाने की पूरी प्रक्रिया शामिल है, ई-कॉमर्स का तात्पर्य केवल इंटरनेट के माध्य से वस्तुओं और सेवाओं की बिक्री से है। ई-कॉमर्स कंपनियों ने खुदरा उद्योग के काम करने के तरीके को बदल दिया है, जिससे प्रमुख, पारंपरिक खुदरा विक्रेताओं को अपने व्यापार करने के तरीके को बदलने के लिए मजबूर होना पड़ा है। इंटरनेट के माध्यम से कम्यूनिकेशन अधिक प्रभावशाली हुआ है तथा इसमें गति सहजता आई है और यह सस्ती हुयी है। इंटरनेट की सहायता पूरी दुनिया क लोग एक दूसरे से बगैर बहुत अधिक खर्च के तथा विश्वसनीय रूप से जुड़ते है।

टेक्नीकल इन्फ्रास्ट्रक्चर के रूप में यह वैश्विक नेटवर्क का एक संकलन है।

संदर्भ ग्रंथ सूची :-

1. सीता, अनुराग ई-कॉमर्स प्रयाग प्रकाशन प्रायवेट लिमिटेड, मथुरा, 2014
2. राघव, सतीष कुमार ई-कॉमर्स मारुति प्रकाशन दिल्ली रोड, मेरठ 2014
3. इंटरनेट
4. नईदुनिया, दैनिक भास्कर
5. www.esalestrack.com>blog>2008/09
