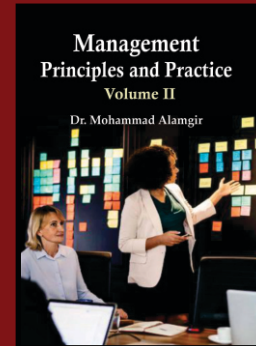
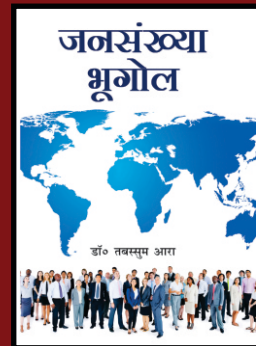
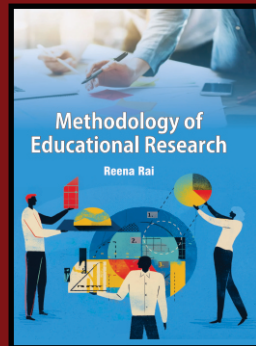
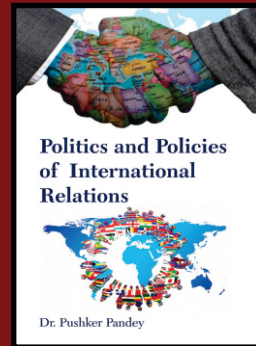
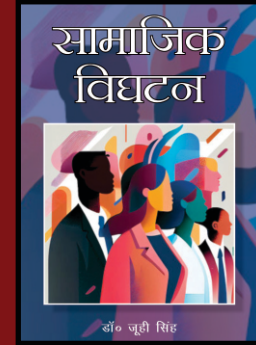
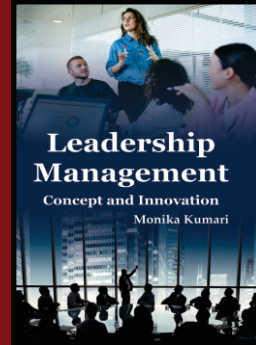
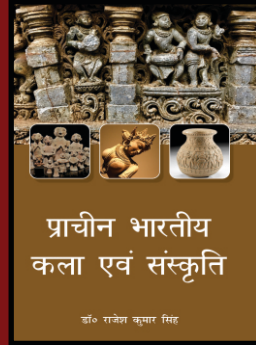


ISSN 0975-119X

OUR PUBLICATIONS



Peer Reviewed Journal

वर्ष 15 अंक 3 मई-जून 2023

दृष्टिकोण

कला, मानविकी एवं वाणिज्य की मानक शोध पत्रिका

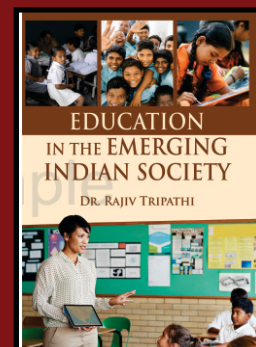
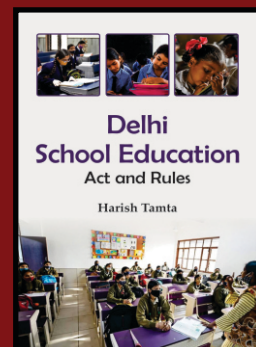
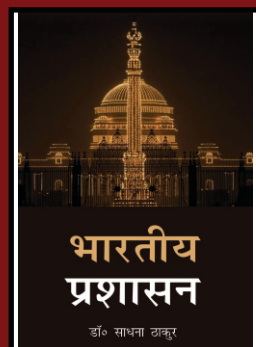
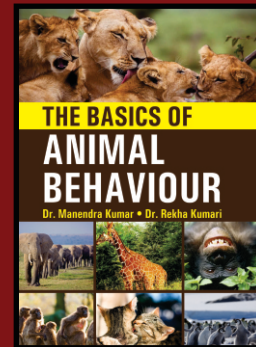
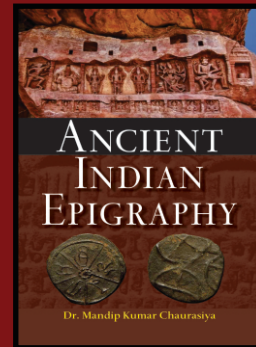
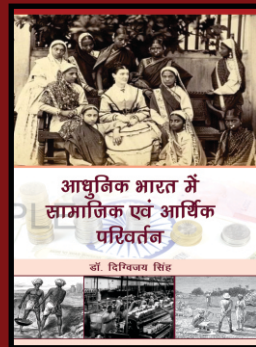
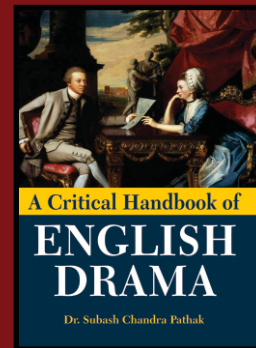
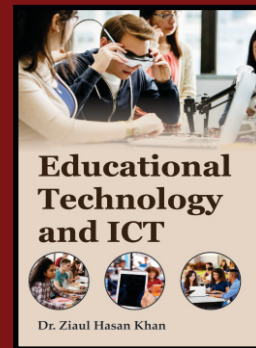
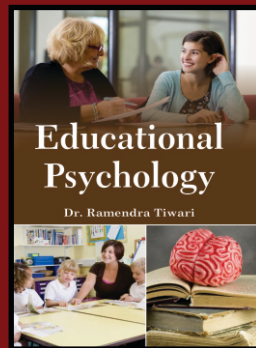
India's Leading Refereed Hindi Language Journal

220, Pocket-V, Mayur Vihar-I, Delhi-110091 (INDIA)

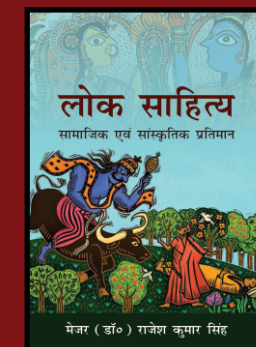
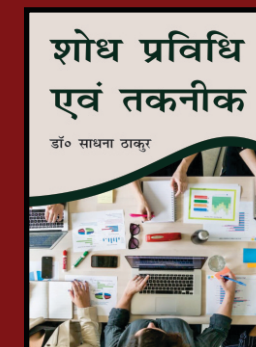
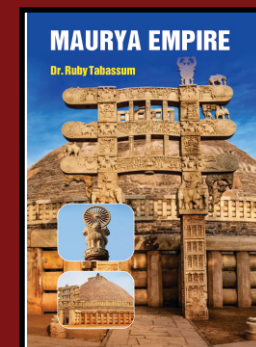
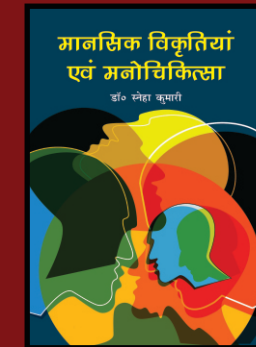
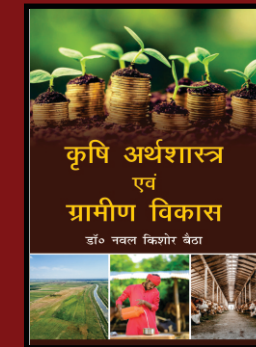
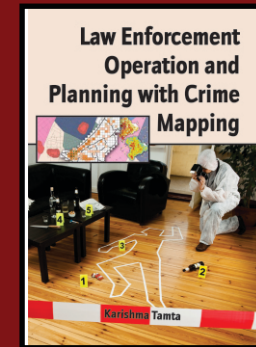
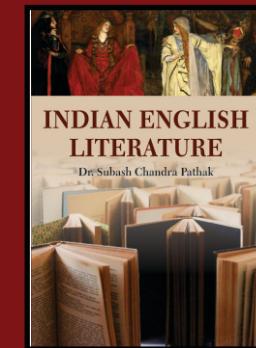
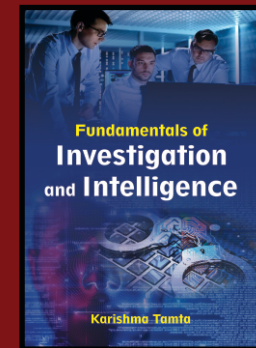
Ph.: 011-40564514, 22753916

IMPACT FACTOR : 5.051

OUR PUBLICATIONS



OUR PUBLICATIONS



220, Pocket-V, Mayur Vihar-I, Delhi-110091 (INDIA)
Ph.: 011-40564514, 22753916

220, Pocket-V, Mayur Vihar-I, Delhi-110091 (INDIA)
Ph.: 011-40564514, 22753916

दृष्टिकोण

कला, मानविकी एवं वाणिज्य की मानक शोध पत्रिका

प्रधान संपादक

डॉ. अश्विनी महाजन

दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली

संपादक

प्रो. प्रसून दत्त सिंह

महात्मा गांधी केन्द्रीय विश्वविद्यालय, मोतिहारी

डॉ. फूल चन्द

दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली

दृष्टिकोण प्रकाशन

वर्ष : 15 अंक : 3 □ मई-जून, 2023

दृष्टिकोण

संपादक मंडल

डॉ. अरुण अग्रवाल

ट्रेन्ट विश्वविद्यालय, पीटरबरो, ओंटारियो

डॉ. दया शंकर तिवारी

दिल्ली विश्वविद्यालय

डॉ. आनंद प्रकाश तिवारी

काशी विद्यापीठ विश्वविद्यालय, वाराणसी

डॉ. प्रकाश सिन्हा

इलाहाबाद विश्वविद्यालय, इलाहाबाद

डॉ. दीपक त्यागी

दीन दयाल उपाध्याय विश्वविद्यालय, गोरखपुर

डॉ. अरुण कुमार

रांची विश्वविद्यालय, रांची

डॉ. महेश कुमार सिंह

सिद्धू कान्हू विश्वविद्यालय, दुमका

डॉ. हरिश्चन्द्र अग्रहरि

अवधेश प्रताप सिंह विश्वविद्यालय, रीवा

डॉ. पूनम सिंह

बी.आर.ए. बिहार विश्वविद्यालय, मुजफ्फरपुर

डॉ. एस. के. सिंह

पटना विश्वविद्यालय, पटना

डॉ. अनिल कुमार सिंह

जे.पी. विश्वविद्यालय, छपरा

डॉ. मिथिलेश्वर

वीर कुंअर सिंह विश्वविद्यालय, आरा

डॉ. अमर कान्त सिंह

तिलका मांझी भागलपुर विश्वविद्यालय, भागलपुर

डॉ. ऋतेश भारद्वाज

दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली

डॉ. स्वदेश सिंह

दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली

डॉ. विजय प्रताप सिंह

छत्रपति साहूजी महाराज विश्वविद्यालय, कानपुर

संपादकीय सम्पर्क:

220, पॉकेट-5, मयूर विहार, फेज-I, दिल्ली-110091

फोन : 011-22753916, 40564514, 35522994 Mobile: 9710050610, 9810050610

e-mail : editorialindia@yahoo.com; editorialindia@gmail.com; delhijournals@gmail.com

Website : www.ugc-care-drishtikon.com

©Editorial India

Editorial India is a content development unit of Permanence Education Services (P) Ltd.

ISSN 0975-119X

नोट: पत्रिका में प्रकाशित लेखकों के विचार अपने हैं। उसके लिए पत्रिका/संपादक/संपादक मंडल को उत्तरदायी नहीं ठहराया जा सकता। पत्रिका से सम्बंधित किसी भी विवाद के निपटारे के लिए न्याय क्षेत्र दिल्ली होगा।

सम्पादकीय

यदि इलेक्ट्रिक वाहनों के उत्पादन में ही इतना अधिक कार्बन उत्सर्जन हो जाएगा, तो उत्सर्जन कम करने का लक्ष्य कैसे हासिल किया जा सकता है? इसलिए वाहन कंपनियों को इलेक्ट्रिक वाहन निर्माण से होने वाले उत्सर्जन का हिसाब-किताब रखने का निर्देश दिया जाना चाहिए और ऐसी सूचना देना वैधानिक रूप से अनिवार्य होना चाहिए।

आज जब दुनिया भर में भारी कार्बन उत्सर्जन के चलते पर्यावरणीय प्रदूषण एवं ग्लोबल वार्मिंग का खतरा बढ़ता जा रहा है, इलेक्ट्रिक वाहनों को उसके एक समाधान के रूप में प्रस्तुत किया जा रहा है। भारत सरकार भी परंपरागत वाहनों की जगह पर इलेक्ट्रिक वाहन लाने की नीति बना चुकी है। लेकिन क्या इससे पर्यावरणीय प्रदूषण की समस्या का समाधान हो जाएगा? आज प्रत्यक्ष कार्बन डाई-ऑक्साइड उत्सर्जन में परिवहन क्षेत्र का हिस्सा 25 प्रतिशत है और उसमें से 45 प्रतिशत उत्सर्जन यात्री कारों से होता है। विज्ञापन

ऐसे प्रत्येक वाहन में 20 हजार से 30 हजार कल-पुर्जे लगते हैं, जिनमें एल्युमीनियम, स्टील समेत कई चीजों का इस्तेमाल होता है, और जिनके उत्पादन से भारी मात्रा में प्रदूषण फैलता है। जानकारों का मानना है कि वाहन बनाने में इस्तेमाल होने वाले कल-पुर्जों से होने वाला प्रदूषण, जो अभी 18 प्रतिशत है, 2040 तक बढ़कर 60 प्रतिशत हो सकता है। इलेक्ट्रिक कारों में लगने वाली बैटरी का वजन कम करने के लिए कार निर्माता एल्युमीनियम का इस्तेमाल कर रहे हैं, जिसके कारण प्रदूषण और बढ़ता है, क्योंकि एल्युमीनियम का खनन व उत्पादन ऊर्जा की खपत बढ़ाता है।

बैटरी और कल-पुर्जे बनाने में ज्यादा कार्बन उत्सर्जन होता है। इसलिए माना जा रहा है कि परंपरागत वाहनों की तुलना में इलेक्ट्रिक कार से ज्यादा प्रदूषण होने वाला है। इलेक्ट्रिक कारों में लिथियम बैटरी का इस्तेमाल होता है, जिसमें लिथियम, कोबाल्ट, निकल, तांबा, ग्रेफाइट, स्टील, एल्युमीनियम और प्लास्टिक का इस्तेमाल होता है। कल्पना की जा सकती है कि इन सबके खनन और उत्पादन में कितने संसाधन लगेंगे और कितनी ग्रीनहाउस गैसों का अतिरिक्त उत्सर्जन होगा! इसलिए हमें यह देखने की जरूरत है कि पूरी आपूर्ति शृंखला में कितना कार्बन उत्सर्जन हो रहा है।

यदि इलेक्ट्रिक वाहनों के उत्पादन में ही इतना अधिक कार्बन उत्सर्जन हो जाएगा, तो उत्सर्जन कम करने का लक्ष्य कैसे हासिल किया जा सकता है? इसलिए वाहन कंपनियों को इलेक्ट्रिक वाहन निर्माण से होने वाले उत्सर्जन का हिसाब-किताब रखने का निर्देश दिया जाना चाहिए और ऐसी सूचना देना वैधानिक रूप से अनिवार्य होना चाहिए। हालांकि कुछ विशेषज्ञों का मानना है कि इलेक्ट्रिक वाहनों के उत्पादन और इस्तेमाल से होने वाला कार्बन उत्सर्जन पारंपरिक वाहनों से कम ही है।

लेकिन इलेक्ट्रिक वाहनों के उत्पादन में इस्तेमाल होने वाले कल-पुर्जों, बैटरी इत्यादि के निर्माण से होने वाले कार्बन उत्सर्जन में कमी के लिए और ज्यादा प्रयास होने चाहिए। नहीं भूलना चाहिए कि इलेक्ट्रिक वाहनों की बैटरी चार्ज करने के लिए बिजली की जरूरत होती है। यदि यह बिजली तेल, कोयले इत्यादि से बनाई जाती है, तो उससे भी कार्बन उत्सर्जन होता है। अभी इलेक्ट्रिक वाहनों की दुनिया में शुरुआत भर हुई है। इलेक्ट्रिक वाहनों के निर्माण में प्रौद्योगिकी विकास की अपार संभावनाएं हैं।

बैटरी की कार्यकुशलता में सुधार हो रहा है। इलेक्ट्रिक वाहनों की बैटरियों को गैर परंपरागत ऊर्जा से भी चार्ज किया जा सकता है। इसके अतिरिक्त हाईड्रोजन ऊर्जा के लिए भी प्रयास तेजी से चल रहे हैं। हाईड्रोजन चालित और इलेक्ट्रिक कारों में एक समानता होती है कि दोनों में इंजन नहीं होता, लेकिन जहां इलेक्ट्रिक कारें पुनः चार्ज होने वाली बैटरी से चलती हैं, हाईड्रोजन कारें हाईड्रोजन ईंधन सेल से ऊर्जा प्राप्त करती हैं। हाईड्रोजन कारों से केवल शुद्ध पानी का ही उत्सर्जन होता है, इसलिए उनसे कोई हानिकारक उत्सर्जन नहीं होता।

— संपादक

इस अंक में

कैमूर जिले का प्राचीन इतिहास एवं स्थापत्य: एक अवलोकन—राजा अम्बेदकर; डॉ० उदय नारायण तिवारी	1
जैन धर्म में कला संस्कृति एवं कर्म सिद्धांत: एक अवलोकन—नवीन नवनीत; डॉ० उदय नारायण तिवारी	4
भारत के संविधान निर्माण की प्रेरक परिस्थितियाँ—मुकुल प्रकाश	7
भारत में आधुनिक इतिहास लेखन का विश्लेषण एवं प्रासंगिकता—डॉ० संजीत लाल	11
स्वातंत्र्योत्तर हिन्दी नाटक और आर्थिक चेतना—कंचन कुमारी	14
समाज पर सोशल मीडिया के सकारात्मक और नकारात्मक प्रभाव—ज्योति	18
राष्ट्रीय आपातकाल की घोषणा और सम्पूर्ण क्रांति: एक अवलोकन—डॉ० पवन कुमार प्रभाकर	25
कृषि सकंट तथा भारतीय किसानों पर इसका प्रभाव—सरोज रानी	29
मैथिली लोकगाथा 'सलहेस'—संजीत कुमार राम	34
'हरगौरी विवाह' नाटकक गीत—विन्यास; डॉ० अरविन्द कुमार सिंह झा	36
कवीश्वर चन्दाझाक मुक्तक काव्यमे नारी चित्रण—डॉ० अरुण कुमार ठाकुर	39
भारतीय सांस्कृतिक राष्ट्रवाद की अवधारणा: एक विश्लेषणात्मक अध्ययन—महेश कुमार सिंह; डॉ० विकास रंजन	44
निराला के साहित्य में मानवतावाद व युगीन परिवेश का विश्लेषणात्मक अध्ययन—डॉ० जैस्मिन करुना	47
भगत सिंह एक पत्रकार के रूप में—ममता कुमारी; डॉ० शर्मिला लोचब; डॉ० रामजीलाल	52
भारत—चीन सीमा विवाद: एक समाधान विहीन संघर्ष—डॉ० रजवन्त सिंह	55
स्वतंत्रता आंदोलन में कांग्रेस एवं बिहार के किसानों की भूमिका—दीप नारायण राम	58
प्रयागराज जनपद के माध्यमिक स्तर पर कला एवं विज्ञान वर्ग के विद्यार्थियों की बौद्धिक स्तर का अध्ययन —प्रो० (डॉ०) शिव शरण शुक्ल; प्रियंका जायसवाल	61
आयुर्वेद का विभिन्न देश काल में विश्लेषण—डॉ० नागेन्द्र मिश्र; मधु कुमारी	68
नास्तिक दर्शन के अंतर्गत जैन धर्म के आलोक में सामाजिक न्याय: एक विश्लेषणात्मक अध्ययन—डॉ० नागेन्द्र मिश्र; हरिवंश कुमार मिश्रा	71
भारतीय राजनीति में अपराधीकरण का बढ़ता प्रभाव: एक विश्लेषणात्मक अध्ययन—सुप्रिया कुमारी; गिरी राज शर्मा	74
भारतीय स्वतंत्रतापूर्व हुए संघर्ष का विश्लेषणात्मक अध्ययन—डॉ० बिनोद कुमार	78
प्राकृतिक आपदाओं द्वारा मानवाधिकार का हनन (2015 के नेपाल और उत्तराखंड के विशेष संदर्भ में)—डॉ० प्रीती लाल	83
भारत में पंचायती राज का स्वरूप: एक विश्लेषणात्मक अध्ययन—नीतु	86
बिहार में स्थानीय स्वशासन व ग्रामीण विकास का बदलता स्वरूप—वरिषा कुमारी चौरसिया; डॉ० श्यामदेव पासवान	89
बिहार में राष्ट्रवाद के प्रतिरोध के रूप में स्वामी सहजानन्द सरस्वती की भूमिका—चौधरी रवि कान्त; प्रो. (डॉ०) दया नन्द राय	93
ब्रिटिश औपनिवेशिक काल में ग्रामीण अर्थव्यवस्था से भारत में ब्रिटिश शासन पर प्रभाव—लाल मोहन राम; प्रो. (डॉ०) दया नन्द राय	97
कबीर का आदर्शमानव और मानवतावाद का मूल्यांकन—डॉ० मुकेश कुमार कन्नौजिया	102
रोजगार एवं गरीबी निवारण के लिए युवाओं एवं महिलाओं का सशक्तिकरण आवश्यक—विनय कुमार चौहान	105
भारत में ई-कॉमर्स का अध्ययन—मोहम्मद कमाल अकबर	108
महिलाओं के विकास में गुणवत्तापूर्ण शिक्षा की भूमिका—कन्हैया जी	111
हिन्दी साहित्य और आदिवासी लोकजीवन का वर्णन—डॉ० अभय नाथ सिंह	114
खेल का महत्व एवं प्रकार: शारीरिक शिक्षा के सन्दर्भ में—हरिनाथ सिंह	117
खेल एवं खेल महत्व: मानसिक, नैतिक व आध्यात्मिक विकास के सन्दर्भ में—प्रवीण कुमार दुबे	121
भारत में धर्मनिरपेक्षता अपनी पृष्ठभूमि से भारतीय स्वतंत्रता आंदोलन तक: एक अध्ययन—डॉ० अशोक कुमार	124

भारत में जाति व्यवस्था और भारतीय समाज: एक अध्ययन—डॉ० योगेन्द्र प्रसाद शर्मा	127
भारत में लोक प्रशासन पर नियंत्रण के विविध साधनों का विश्लेषणात्मक अध्ययन—डॉ० श्याम शंकर प्रसाद	131
वर्तमान समय में प्राथमिक व उच्च प्राथमिक स्तर के विद्यालयों में पोषण योजना से पडने वाले प्रभाव का अध्ययन —डॉ० सुनीता अवस्थी; तनूजा सिंह	134
दक्षिण एशिया में चीन का बढ़ता प्रभाव और भारत: एक विश्लेषणात्मक अध्ययन—डॉ० किशोर कुमार पासवान	136
भारतीय राजनीति में महिलाओं की भूमिका—पूजा कुमारी	139
रामकथा की संक्षिप्त रूपरेखा—डॉ० चांदणी लक्ष्मण पंचांगे	144
सेवा केन्द्रों द्वारा सम्पादित सेवा कार्य एवं ग्रामीण विकास में उनका योगदान—संध्या कुमारी	147
जे० कृष्णमूर्ति के दृष्टिकोण के अनुसार शिक्षा में शिक्षक की परिवर्तक भूमिका—खुशबू सिंह; डॉ० रितुचंद्रा	150
धातु प्रौद्योगिकी—डॉ० नवीन कुमार सिंह	153
मुगल अर्थव्यवस्था का स्वरूप और विकास—आशीष कुमार ठाकुर	159
राष्ट्रीय स्वतंत्रता आंदोलन में बिहारी गांधीवादी महिला ब्रिगेड का योगदान—प्रभात कुमार निराला	162
बुद्धकाल (छठी सदी ई० पूर्व) में जातिवाद पर प्रहार एवं इसका सामाजिक प्रभाव: एक अध्ययन—मुकुंद कुमार; डॉ० मुकेश कुमार	166
हिन्दी साहित्य में थर्ड जेण्डर की मनोवैज्ञानिकता—मानवेन्द्र चतुर्वेदी	171
स्वामी विवेकानन्द और भारत की विश्व केन्द्र की संकल्पना: वर्तमान सन्दर्भ में—डॉ० योगेश्वर नाथ पाण्डेय	175
जाति, ऐतिहासिक सन्दर्भ में: एक अध्ययन—प्रोफेसर (डॉ०) दिनेश मांडोत; प्रमोद कुमार	179
गिजूभाई का जीवन परिचय एवं शिक्षा सम्बन्धी अवधारणा—डॉ० श्यामा नन्द 'आजाद'; राजीव रंजन	183
हर्षकालीन कल्याणकारी प्रशासन व स्थानीय प्रशासन—संजय कुमार शुक्ल	186
भारत के प्राचीन 'दुर्ग': कौटिल्य के संदर्भ में—वन्दना कुमारी	189
मालदीव में चीन का कूटनीतिक आक्रमण—डॉ० सच्चिदा नन्द राम	192
मारवाड़ के प्रमुख जुंझार (झुंझार)—डॉ० भगवान सिंह शेखावत	195
वैदिक वाङ्मय में अर्थचिन्तन—उदयन कुमार	197
दांपत्य जीवन में अलगाव—कुसुम लता; डॉ० आशा सहारन	204
भारतीय ज्ञान परंपरा में सिद्ध एवं नाथ साहित्य—सोमबीर सिंह	208
भारत में ई-कॉमर्स का प्रभाव एवं संभावनाएँ—डॉ० रश्मि पाण्डेय	212

भारत में ई-कॉमर्स का प्रभाव एवं संभावनाएँ

डॉ० रश्मि पाण्डेय

सहायक प्राध्यापक, अर्थशास्त्र विभाग, शासकीय रेवती रमण मिश्र स्नातकोत्तर महाविद्यालय, सूरजपुर (छ0ग0)

ई-कॉमर्स या इ-व्यवसाय इंटरनेट के माध्यम से व्यापार का संचालन है; न केवल खरीदना और बेचना, बल्कि ग्राहकों के लिये सेवाएं और व्यापार के भागीदारों के साथ सहयोग भी इसमें शामिल है। बुनियादी ढांचे, उपभोक्ता और मूल्य वर्धित प्रकार के व्यापारों के लिए इंटरनेट कई अवसर प्रस्तुत करता है। वर्तमान में कंप्यूटर, दूरसंचार और केबल टेलीविजन व्यवसायों में बड़े पैमाने पर विश्वव्यापी परिवर्तन हो रहे हैं। मूलतः इसका मुख्य कारण दुनिया भर के दूरसंचार नेटवर्कों पर जो नियंत्रण थे उनका हटाया जाना है। सन् 1990 से वाणिज्यिक उद्यमों ने विज्ञापन, बिक्री और दुनिया भर में अपने उत्पादों का समर्थन के लिये इंटरनेट को एक संभावित व्यवहार्य साधन के रूप में देखा है। ऑनलाइन शॉपिंग नेटवर्क वाणिज्यिक गतिविधियों का एक बढ़ता प्रतिशत बन गया है। इक्कीस वीं सदी ने ऑनलाइन व्यापारों के लिए असीम अवसर एवं प्रतिस्पर्धा का वातावरण प्रदान किया है। अनेक ऑनलाइन व्यापारिक कंपनियों की स्थापना हुई है और अनेक मौजूदा कंपनियां ऑनलाइन शाखाएं खोल रखी हैं।

आमतौर पर ई वाणिज्य या ई-कॉमर्स के रूप में इलेक्ट्रॉनिक वाणिज्य, इंटरनेट जैसे कंप्यूटर नेटवर्क का उपयोग, उत्पादों या सेवाओं में कारोबार कर रहा है। इलेक्ट्रॉनिक वाणिज्य ऐसे मोबाइल कॉमर्स, इलेक्ट्रॉनिक धन हस्तांतरण, आपूर्ति शृंखला प्रबंधन, इंटरनेट विपणन, ऑनलाइन लेनदेन प्रसंस्करण, इलेक्ट्रॉनिक डाटा इंटरचेंज (ईडीआई), सूची प्रबंधन प्रणाली, और स्वचालित डेटा संग्रह प्रणाली के रूप में प्रौद्योगिकियों पर छोड़ता है। यह भी इस तरह के ई-मेल के रूप में अन्य तकनीकों का उपयोग कर सकते हैं, हालांकि आधुनिक इलेक्ट्रॉनिक वाणिज्य आम तौर पर, लेन-देन के जीवन चक्र के कम से कम एक भाग के लिए वर्ल्ड वाइड वेब का उपयोग करता है।

जैसे-जैसे प्रौद्योगिकी दुनिया को प्रतिस्पर्द्धी रूप से बराबर करती जा रही है, हमारे दैनिक जीवन के कार्यकलापों (यात्रा, मनोरंजन, शिक्षा पाने, खरीदारी, संचार और यहाँ तक कि आहार प्राप्त करने जैसे प्रसंगों में) का तरीका भी एक आमूलचूल परिवर्तन के दौर से गुजर रहा है। इसने देश में विभिन्न हितधारकों को अलग-अलग तरह से प्रभावित किया है, जिनमें स्पष्ट रूप से विजित और पराजित दोनों शामिल हैं। ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म की एक विस्तृत शृंखला की उपलब्धता के साथ जीवन अधिक सुविधाजनक और आसान हो गया है। लेकिन वृहत परिदृश्य को देखें तो पता चलता है कि भारी छूट और कैशबैक जैसी रणनीति के साथ ई-कॉमर्स दिग्गज कंपनियों ने लघु एवं मध्यम ऑनलाइन व्यवसायों को व्यापक नुकसान पहुँचाया है। इस संदर्भ में ई-कॉमर्स और इसकी कार्यप्रणाली पर विचार करना महत्वपूर्ण होगा।

ई-कॉमर्स द्वारा प्रदत्त लाभ- ई-कॉमर्स द्वारा प्रदत्त लाभ निम्नलिखित है-

क्रेता और विक्रेता के बीच निकटता

ई-कॉमर्स विक्रेताओं को ग्राहकों के निकट पहुँचने में सक्षम बनाता है जिससे उत्पादकता और पूर्ण प्रतिस्पर्द्धा में वृद्धि होती है। ग्राहक विभिन्न विक्रेताओं के बीच चयन का विकल्प रखता है और आवश्यकता के अनुसार सबसे अधिक प्रासंगिक उत्पाद खरीद सकता है।

क्रेताओं और विक्रेताओं की व्यापक रेंज

यह न्यूनतम निवेश के साथ वैश्विक बाजार में व्यापक पहुँच प्रदान करता है। यह विक्रेताओं को वैश्विक ग्राहकों को बिक्री कर सकने और ग्राहकों को वैश्विक स्तर पर विकल्प चुन सकने में सक्षम बनाता है। भौगोलिक सीमाओं और चुनौतियों का उन्मूलन हो गया है या वे व्यापक रूप से कम हो गई हैं।

उत्पाद वितरण लागत में कमी

अंतिम ग्राहकों के साथ सीधे संपर्क के माध्यम से ई-कॉमर्स प्रक्रिया उत्पाद वितरण शृंखला को व्यापक रूप से संक्षिप्त कर देती है। यह उत्पादक या सेवा प्रदाता और अंतिम ग्राहक के बीच एक सीधा और पारदर्शी चैनल का निर्माण करती है। इस तरह लक्षित ग्राहक की व्यक्तिगत प्राथमिकताओं की पूर्ति के लिये उत्पादों और सेवाओं का निर्माण किया जाता है।

अन्य लाभ

ई-कॉमर्स क्षेत्र में वृद्धि से रोजगार को बढ़ावा मिल सकता है, निर्यात से राजस्व में वृद्धि हो सकती है, राजकोष के कर संग्रह में वृद्धि हो सकती है और दीर्घविधि में ग्राहकों को और बेहतर उत्पाद एवं सेवाएँ प्रदान की जा सकती हैं। ई-कॉमर्स उद्योग भारत में सूक्ष्म, लघु एवं मध्यम उद्यमों (MSME) को वित्तपोषण, प्रौद्योगिकी और प्रशिक्षण के साधन प्रदान कर प्रत्यक्ष रूप से प्रभावित कर रहा है और इसका अन्य उद्योगों पर भी अनुकूल सोपानी प्रभाव (Cascading effect) पड़ रहा है।

भारत में E-commerce का भविष्य

भारत में E-commerce के भविष्य के बारे में बात करते हुए, इसके लिए बहुत सार्थक कारण हैं। भारत में लोग इंटरनेट का उपयोग करने में अधिक सक्षम हो रहे हैं और उन्हें अपनी जरूरतों के लिए Online shopping करना पसंद है। इसके साथ ही, भारत सरकार ने E-commerce के लिए अधिनियमों में सुधार किया है, जो उसे एक सुरक्षित और विश्वसनीय विकल्प बनाने में मदद करेगा।

भारत में e-commerce की वृद्धि के एक अन्य सार्थक कारण है विनियमित और संगठित Fainencial econommy आधुनिक भुगतान तंत्र और वित्तीय सुविधाओं के उपलब्ध होने से भारत में लोग अपनी fainencial स्थिति को संभालने के लिए अधिक उत्सुक हो रहे हैं। इससे भारतीय ई कॉमर्स कंपनियों को उनके ग्राहकों के लिए अधिक सुविधाएं उपलब्ध कराने में मदद मिलती है।¹

Future of e-commerce in India बहुत उज्ज्वल है। भारत में ई कॉमर्स बाजार के विस्तार की संभावना है और अधिक समान और सेवाएं ऑनलाइन उपलब्ध होने की संभावना है। भारत में ई कॉमर्स कंपनियों को अपने संगठन की तरफ बढ़ने के लिए और सफलता हासिल करने के लिए विभिन्न उपाय अपनाने की जरूरत है। इन उपायों में अपनी Website की सुविधाओं को बढ़ाना, उत्पादों के लिए बेहतर उपलब्धता सुनिश्चित करना, उत्पाद विवरणों और पृष्ठों को समीक्षा करना और बनेजउमत 'मतअपवम की बेहतर व्यवस्था सुनिश्चित करना शामिल है।

e-commerce company in India को ग्राहकों को अपनी सेवाओं तक पहुंचाने के लिए ऑनलाइन पेशवरों की भरमार होने की जरूरत होगी। वे अपने product की प्रचार के लिए सोशल मीडिया और अन्य ऑनलाइन माध्यमों का उपयोग कर सकते हैं। इसके अलावा, ग्राहकों को अपनी सेवाओं के बारे में समय पर सूचना देना भी जरूरी होगी

e-commerce in India की दृष्टि से, इसके लिए अधिक संगठित और सुरक्षित व्यवस्था होना आवश्यक होगा। भारत में इंटरनेट उपयोग करने वाले लोगों की संख्या में तेजी से वृद्धि हो रही है, इसलिए ई कॉमर्स कंपनियों को निजी विका संबंधी उपायों को ध्यान में रखते हुए, उन्हें अपनी सेवाओं को उन लोगों तक पहुंचाने के लिए नए नए तरीकों का उपयोग करना होगा।

भारत में ई कॉमर्स के भविष्य की दृष्टि से, यह साफ है कि आने वाले समय में ई कॉमर्स का विस्तार और उनकी संख्या में वृद्धि होगी। इसलिए, e-commerce को उन तकनीकी उन्नयनों के साथ काम करना होगा जो इस उद्योग को और भी समृद्ध बनाएगा। उन्हें नए नए आविष्कारों और तकनीकों का उपयोग करना होगा जो उन्हें अधिक संगठित, निष्पक्ष और सुरक्षित बनाएगा।

इसलिए, भारत में ई कॉमर्स कंपनियों को उद्यमिता, संवेदनशीलता, तकनीकी उन्नयन और संगठित व्यवस्था के साथ काम करना होगा। भारतीय ई कॉमर्स उद्योग विश्व भर में उभरते हुए उद्यमों के रूप में आगे बढ़ेगा और भारतीय उपभोक्ताओं के जीवन में और अधिक सुविधाएं लाएगा।

भारत में ई कॉमर्स के भविष्य के साथ-साथ उनके लिए विकास के नए क्षेत्र भी खुले हैं। उदाहरण के लिए, भारत में Digital peyment के विकास का संभव उदाहरण है। भारत सरकार ने इसकी ओर बढ़ते हुए सुझाव दिया है और डिजिटल पेमेंट्स के संबंधित कानूनों को संशोधित किया है। इससे ई कॉमर्स उद्योग में उठापटक की उम्मीद है।⁴

इसके अलावा, बिजली, सुविधाओं के संबंध में अतिरिक्त निवेश भी होने वाला है। अन्य सेवाओं की तुलना में, भारत में वित्तीय सेवाओं में ई कॉमर्स के प्रभाव ज्यादा है। इसका मतलब है कि भारत में ई कॉमर्स उद्योग दिग्गज बैंकों और वित्तीय संस्थाओं से भी बढ़ता हुआ दिखाई देगा।

भारत में ई कॉमर्स आने वाले चुनौतियां

भारत में E-commerce के भविष्य के साथ-साथ उन्हें कुछ नए चुनौतियों का सामना करना होगा। इनमें से सबसे बड़ी चुनौती है भारतीय बाजार में दर्जनों E-Commerce in India का अस्तित्व। भारत में विभिन्न E-Commerce कंपनियों का प्रवेश हो रहा है, लेकिन यह अनिश्चित है कि कितने लंबे समय तक वे वहीं रहेंगे। इसलिए, E-Commerce कंपनियों को उनकी सेवाओं और उत्पादों को लागू करने के लिए संवेदनशील बने रहना होगा और उन्हें नए और उत्कृष्ट उत्पादों और सेवाओं के विकास के लिए अपने एकीकृत नेटवर्क को संभालने की आवश्यकता होगी।

E-commerce को कंपनियों को प्रभावित कर सकता है एक अन्य बड़ी चुनौती भारत में E-commerce कंपनियों के लिए वित्तीय रूप से स्थिर होना होगा। इसके लिए, E-commerce कंपनियों को निवेशकों के विश्वास और उनकी आर्थिक संभावनाओं को बढ़ाने के लिए एक आसानी तौर पर बाजार उपलब्ध कराना होगा।

इसके अलावा, भारत में लोगों के बीमार होने की संभावना अधिक होती है और इसलिए वे ऑनलाइन स्वास्थ्य सेवाओं के लिए अधिक संतुष्ट होते हैं। इसलिए, ई कॉमर्स कंपनियों E-commerce ब्वउचंदल को स्वास्थ्य सेवाओं की एक विस्तृत श्रृंखला का प्रदान करना होगा। भारत में ई कॉमर्स कंपनियों को उनके उत्पादों के लिए व्यापक मार्केटिंग करने की आवश्यकता होगी और उन्हें आगे बढ़ने के लिए दूसरों से अलग होने के लिए विशिष्ट उत्पादों या सेवाओं के विकास के लिए नए और New technology के साथ अपने कंपनी को संचालित करने की आवश्यकता होगी।⁵

भारत में इंटरनेट उपयोग के संबंध में अभी भी अनेक चुनौतियां हैं जैसे कि इंटरनेट कनेक्टिविटी और इंटरनेट सुविधाओं की गुणवत्ता। अधिकांश लोग भारत में अभी भी निरंतर इंटरनेट संचार सुविधाओं से वंचित हैं, इसलिए भारत में ई कॉमर्स कंपनियों को भारतीय बाजार के निरंतर विकास के लिए उच्च गति वाली इंटरनेट कनेक्टिविटी उपलब्ध कराना होगा।

संभावनाएं-

भारत में ई कॉमर्स उद्योग के विकास की संभावनाएं बहुत उच्च हैं। निम्नलिखित कुछ कारणों की वजह से भारत में ई कॉमर्स का भविष्य बहुत उज्ज्वल दिखता है।

बढ़ती डिजिटल भारतीय आबादी-

भारत में Digital india mission के तहत, डिजिटल Financial inclusion और आधार आधारित पहचान प्रणाली के लिए सरकारी पहलू के साथ, भारत में डिजिटल भारतीय आबादी की तेजी से बढ़ती संख्या देखी जा सकती है। यह ई कॉमर्स उद्योग के लिए एक अवसर प्रदान करता है क्योंकि इससे बढ़ती डिजिटल आधार पर ई कॉमर्स सेवाओं की मांग बढ़ेगी।

जीवन शैली में बदलाव-

भारत में जीवन शैली में तेजी से बदलाव हुआ है। लोग अधिक बाहर के खरीदारी करना पसंद करते हैं और ई कॉमर्स कंपनियों द्वारा प्रदान की जाने वाली सुविधाओं का उपयोग करके अपनी आवश्यकताओं को पूरा करते हैं। इससे भी ई कॉमर्स कंपनियों को अपनी सेवाओं को अनुकूलित बनाने का अवसर मिलता है।

अधिकतम आवासीय शहरीकरण-

भारत में अधिकतम लोगों का आवास शहरों में होता है और उन्हें शहरी आवस्था की सुविधाओं का लाभ उठाना पसंद होता है। शहरीकरण और विकास के साथ-साथ, ई कॉमर्स कंपनियों के उपयोग से लोग शहरी क्षेत्रों में बाहर खरीदारी कर सकते हैं।

अधिकतम सामान्य चरण के विकास-

भारत में सामान्य चरण का विकास तेजी से हो रहा है जिससे भारत में अधिक से अधिक लोग ई कॉमर्स कंपनियों से संबंधित सामानों को आसानी से खरीद सकते हैं।

ई कॉमर्स स्टार्टअप के बढ़ते आँकड़े-

भारत में ई कॉमर्स स्टार्टअप की संख्या तेजी से बढ़ रही है। इससे अधिक से अधिक लोगों को दूरस्थ सामानों को खरीदने की सुविधा मिलती है और विश्वसनीय विक्रेताओं से अधिक विकल्प भी मिलते हैं।

निष्कर्ष-

भारत में ई कॉमर्स उद्योग के बाजार का विस्तार तेजी से हो रहा है और इसमें सुधार भी हो रहा है। यहाँ बताया गया है कि नए उत्पादों, सेवाओं और अपनी ऑनलाइन पेशकश के लिए अधिक से अधिक विकसित होने के लिए ई कॉमर्स व्यापारियों को नई टेक्नोलॉजी का उपयोग करना होगा। इससे वे अपने ग्राहकों को अधिक सेवाओं और उत्पादों के लिए प्रस्तुत कर सकते हैं और उन्हें अधिक सुविधाएं प्रदान कर सकते हैं। अनुमानों के अनुसार, 2025 तक भारत में ई कॉमर्स बाजार का आकार 200 बिलियन डॉलर से अधिक होने की संभावना है।

संदर्भ

1. E-commerce, Ritendra Goel, New Age International (P) Limited Publishers.
2. <http://www.uat.edu/online-business-technology-degree>.
3. Alawneh A., and Hattab E, (2007) "E-Business Value Creation: An Exploratory Study..
4. <http://www.uat.edu/online-business-technology-degree>
5. Frontiers Electronic Commerce, Ravi Kalakota, Andrew B. Whinston, Low Price Edition, Addison-Wesley.