



ISSN Print: 2394-7500  
 ISSN Online: 2394-5869  
 Impact Factor: 5.2  
 IJAR 2017; 3(6): 595-597  
 www.allresearchjournal.com  
 Received: 11-04-2017  
 Accepted: 12-05-2017

## शिल्पा गुप्ता

अतिथि विद्वान वाणिज्य, वाणिज्य  
 विभाग, अवधेश प्रताप सिंह  
 विश्वविद्यालय, रीवा (म.प्र.), भारत

## रीवा नगर में ई-कामर्स की एक व्यापारिक समीक्षा

### शिल्पा गुप्ता

#### सारांश

ई-कामर्स, साहित्य समीक्षा, रीवा 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 मार्केट को तलाशना है। ई-कामर्स बहुत तेजी से फैल रहा है और आज बहुत बड़ी कम्पनियाँ 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-कामर्स से मध्यस्थता समाप्त हो गई है जिससे उपभोक्ता को सस्ती बस्तुएँ 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 कई सुविधाएँ भी मिलती हैं जैसे Cash back guarantee, cash on delivery, fast delivery, discounts, access to branded products इत्यादि।

**मूल शब्द:** रीवा नगर, ई-कामर्स, व्यापारिक समीक्षा

#### 1. प्रस्तावना

इलेक्ट्रॉनिक कामर्स (E-Commerce) वस्तुओं तथा सेवाओं की ऑन लाइन व्यापार को कहते हैं जिसका अर्थ वह व्यापार जिसमें व्यापार करने वाला एक दूसरे के सामने न रहकर, इलेक्ट्रॉनिक माध्यम से एक दूसरे के साथ व्यापार करते हैं। कुछ व्यक्ति ई-कामर्स एवं ई-बिजनेस को एक ही मानते हैं। किन्तु वास्तव में ये दो विभिन्न परिकल्पनाएँ हैं। ई-कामर्स में इन्फॉर्मेशन तथा कम्प्यूटरीकरण टेक्नालॉजी व्यापार अथवा संगठनों के मध्य लेनदेन शामिल होती है, जबकि ई-बिजनेस में व्यापारिक लेनदेन प्रतिष्ठानों एवं संगठनों और उपभोक्ता के मध्य होता है। इलेक्ट्रॉनिक कामर्स मुख्य रूप से इण्टरनेट तथा अन्य कम्प्यूटर नेटवर्क जैसे इलेक्ट्रॉनिक प्रणालियों पर सेवाओं तथा वस्तुओं के वितरण क्रय, विक्रय, विपणन तथा वस्तुओं की सेवाओं का नाम है। 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 रखी हैं।

क्रेडिट कार्ड का ई-कामर्स के सौदों में काफी महत्वपूर्ण स्थाना है। बैंक एवं अन्य संस्थाएँ ई-कामर्स सौदों में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। म्कप ने ई-कामर्स के विकास में महत्वपूर्ण योगदान दिया है, इससे विभिन्न व्यवसायिक संघटन सूचनाओं का अदान-प्रदान करने में सफल हो सका है।

उपभोक्ता व्यापार (C2B) लेनदेन में ग्राहकों या उपभोक्ताओं का अधिक महत्व होता है वे अपने आवश्यकताओं तथा रुचियों के अनुसार समान को बनवा सकते हैं तथा सेवाओं की डिलीवरी कैसे हो यह सुनिश्चित हो सकता है। फलस्वरूप उपभोक्ता के लिए विकल्प अधिक होते हैं। ई-कामर्स में उत्पादन प्रक्रिया तेज तथा अधिक खुला होता है। जिस पर ग्राहकों का बहुत अधिक नियंत्रण होता है। ई-कामर्स के कारण उत्पादों का बाजार तथा उससे सम्बन्धित सूचना हमेशा उपलब्ध रहता है तथा इनके कीमत अधिक पारदर्शी होते हैं, जिससे ग्राहक खरीददारी से सम्बन्धित कम से कम कीमत के मामले में ज्यादा उपयुक्त निर्णय ले पाते हैं।

मोबाइल कामर्स या एम.कामर्स ताररहित प्रौद्योगिकी तथा हैण्डलेण्ड उपकरण जैसे सेल्यूलर टेलिफोन तथा पर्सनल डिजिटल असिस्टेंट के माध्यम से सामानों तथा सेवाओं के क्रय-विक्रय को कहा जाता है। जापान आज दुनिया में एम. कामर्स के मामले में चोटी पर है।

ई-कामर्स का प्रमुख लक्ष्य व्यवसायिक क्षेत्र को बढ़ाना और वैश्विक स्तर पर अपने उत्पादों और सेवाओं के लिए मार्केट को तलाशना है। ई-कामर्स के प्रमुख लक्ष्यों में से एक ग्राहक को विभिन्न

#### Correspondence

#### शिल्पा गुप्ता

अतिथि विद्वान वाणिज्य, वाणिज्य  
 विभाग, अवधेश प्रताप सिंह  
 विश्वविद्यालय, रीवा (म.प्र.), भारत

कम्पनियों के उत्पादों और सेवाओं के बारे में सूचनाओं के मांग पर डायनामिक तथा ऑन-डिमाण्ड मैनर में प्रस्तुत करना है। ई-कामर्स का सम्पूर्ण लक्ष्य कम्पनियों के राजस्व को बढ़ाना और सुरक्षित तथा प्रभावी तरीके से इण्टरनेट के प्रयोग के द्वारा उत्पादों की खरीद-बिक्री के द्वारा ग्राहकों को सुविधा देना जोकि परिणाम स्वरूप देश की GDP बढ़ाती है।

ई-कामर्स बहुत तेजी से फैल रहा है और आज बहुत बड़ी कम्पनियों ई-कामर्स के लिए इन्फ्रास्ट्रक्चर प्रदान कर रही है जैसे कि Salesforce, ebay, amazon and hp1.

## 2. Literature Review

किसी भी शोध कार्य को सोद्देश्य तथा अधिक प्रभावी बनाने के दृष्टिकोण से यह आवश्यक हो जाता है कि शोधार्थी अपनी शोध समस्या के समरूप पूर्व में किए गये अन्य शोध कार्यों के बारे में संक्षिप्त जानकारी प्राप्त कर ले। इसी दृष्टिकोण से शोधार्थी ने ई-कामर्स पर किये गये कुछ प्रमुख तथा सहज रूप से उपलब्ध पूर्व शोध अध्ययनों के विषय-वस्तु की जानकारी प्राप्त करने का प्रयास किया है। संक्षेप में उनका विवरण निम्न है – सीता, अनुराग (2014)<sup>1</sup>, राघव, सतीष कुमार (2014)<sup>2</sup>, Gangeshwer, D.K. (2013)<sup>3</sup> www.esalestrack.com<sup>4</sup>, www.hindimeearh.com<sup>5</sup>,

## 3. Types of E-commerce (ई-कामर्स के प्रकार )

लेन-देन की प्रकृति तथा पक्षों की संलिप्तता के आधार पर कई प्रकार के ई-कामर्स है-

### 3.1 व्यापार-व्यापार (B2B)%

व्यापार-व्यापार ई-कामर्स कम्पनियों के मध्य किये जाने वाले ई-कामर्स को कहते हैं। यह ई-कामर्स का वह प्रकार है जो दो व्यापारिक प्रतिष्ठानों के बीच या व्यापारिक प्रतिष्ठानों के मध्य संबंध को दर्शाता है।

### 3.2 व्यापार उपभोक्ता ई-कामर्स (B2C)%

व्यापार उपभोक्ता इलेक्ट्रॉनिक कामर्स का वह रूप है जिसमें उत्पाद या सेवाएँ किसी प्रतिष्ठान या कम्पनी से किसी उपभोक्ता को बेची जाती है।

### 3.3 उपभोक्ता व्यापार ई-कामर्स (C2B)%

उपभोक्ता व्यापार लेनदेन में उल्टी नीलामी सम्मिलित होते हैं जो उपभोक्ता को लेन देन अंजाम देने हेतु सशक्त बनाते हैं। उदाहरण – जब प्रतिस्पर्धी एयरलाइन्स यात्री को यात्री के सर्वश्रेष्ठ यात्रा तथा टिकट के लिए ऑफर देता है।

### 3.4 उपभोक्ता-उपभोक्ता ई-कामर्स (C2C)%

उपभोक्ता-उपभोक्ता ई-कामर्स अथवा सी2सी उपभोक्ता तथा उपभोक्ता के मध्य के वाणिज्य को कहते हैं। उपभोक्ता-उपभोक्ता ई-कामर्स में उपभोक्ता के मध्य किसी तीसरी पार्टी के माध्यम से लेन-देन होता है। उदाहरण ऑनलाइन नीलामी।

### 3.5 व्यापार-सरकार ई-कामर्स (B2G)

इस प्रकार के ई-कामर्स के अन्तर्गत इण्टरनेट का उपयोगिता में पब्लिक अधिग्रहण, लाइसेंसिंग प्रक्रिया तथा अन्य सरकार संबंधि क्रियाएं शामिल हैं। अर्थात् इस प्रकार का ई-कामर्स कम्पनियों तथा पब्लिक सेक्टर के बीच किए जा रहे वाणिज्य है।

### 3.6 सरकार-व्यापार ई-कामर्स (G2B)

सरकार-व्यापार ई-कामर्स स्थानीय तथा केन्द्रीय सरकार और वाणिज्यिक ऑनलाइन बातचीत का नाम है। इसमें सरकार के

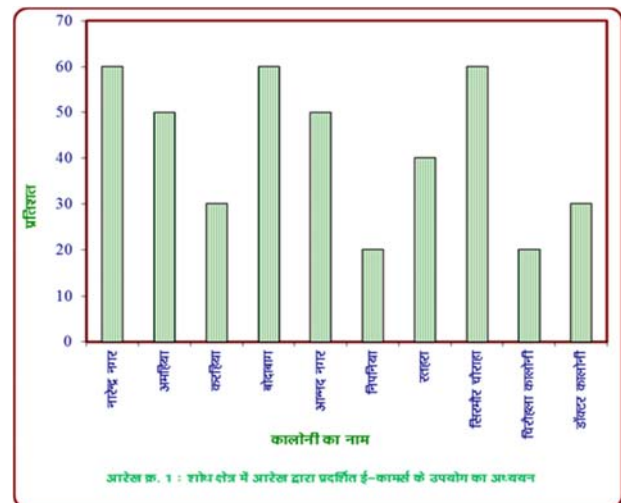
साथ केवल व्यापारिक कम्पनियाँ जुड़ती हैं। उदाहरण – <http://www.dtigov.uk>

## 4. E-Commerce in Rewa Nagar

“रीवा नगर में ई-कामर्स की एक व्यापारिक समीक्षा” पर शोधार्थी द्वारा रीवा नगर में 100 व्यक्तियों का साक्षात्कार लिया गया जिसमें रीवा नगर के 10 कालोनी को रखा गया, जिसमें हर कालोनी से 10 व्यक्तियों से साक्षात्कार लिया गया है। शोधार्थी द्वारा पता लगाया गया की कुल 100 व्यक्तियों में से 42 व्यक्ति ऐसे हैं जो ई-कामर्स का कार्य करते हैं, जिसमें नरेन्द्र नगर में 10 व्यक्तियों में से 6 व्यक्ति ऐसे हैं जो ई-कामर्स का कार्य करते हैं। अमहिया में 10 में से 3 व्यक्ति, करहिया में 10 में से 3, बोदाबाग में 6, आनन्द नगर में 5, निपनिया में 2, रतहरा में 4, सिरमौर चौराहा में 6, चिरौहला कालोनी में 2 तथा डॉक्टर कालोनी में 3 व्यक्ति ऐसे हैं जो ई-कामर्स का कार्य करते हैं। अर्थात् शोधार्थी द्वारा पाया गया है कि रीवा नगर में ई-कामर्स का उपयोग करने वाले 42.00 प्रतिशत लोग हैं।

**सारणी क्रमांक 1:** रीवा नगर में ई-कामर्स का उपयोग करने वालों की संख्या एवं प्रतिशत

स.क्र.	कालोनी का नाम	साक्षात्कार में शामिल व्यक्तियों की संख्या	ई-कामर्स उपयोग करने वालों की संख्या	प्रतिशत
1.	नारेन्द्र नगर	10	6	60.00
2.	अमहिया	10	5	50.00
3.	करहिया	10	3	30.00
4.	बोदाबाग	10	6	60.00
5.	आनन्द नगर	10	5	50.00
6.	निपनिया	10	2	20.00
7.	रतहरा	10	4	40.00
8.	सिरमौर चौराहा	10	6	60.00
9.	चिरौहला कालोनी	10	2	20.00
10.	डॉक्टर कालोनी	10	3	30.00
	योग	100	42	42.00



## 5. Object of E-Commerce (ई-कामर्स के उद्देश्य)

1. बिक्री के दायरे को बढ़ाये।
2. सप्लायरों और ग्राहकों के साथ संवाद को स्ट्रीमलाइन (कारगर) बनाना।
3. मौजूद ग्राहकों की सेवाओं को सुधारे।

4. कागजी काम को कम करें तथा समय के पत्राचार में खर्च करें।
5. ग्राहक संतुष्टि का पता लगायें।
6. बिलिंग में शीघ्रता करें।
7. भौगोलिक तथा देशीय सीमाओं के बाहर मार्केट का विस्तार करें।
8. इन्वेन्ट्री कंट्रोल, आर्डर प्रोसेसिंग को सुधारे।
9. आने वाले ई-कामर्स मार्केट में पोजीशन को बनाये।
10. लागत के दबाव को कम करे।

## 6. Advntages and Disadvantages of Internet marketing or E-Commerce (ई-कामर्स के फायदे तथा नुकसान)

### 6.1 Advntages

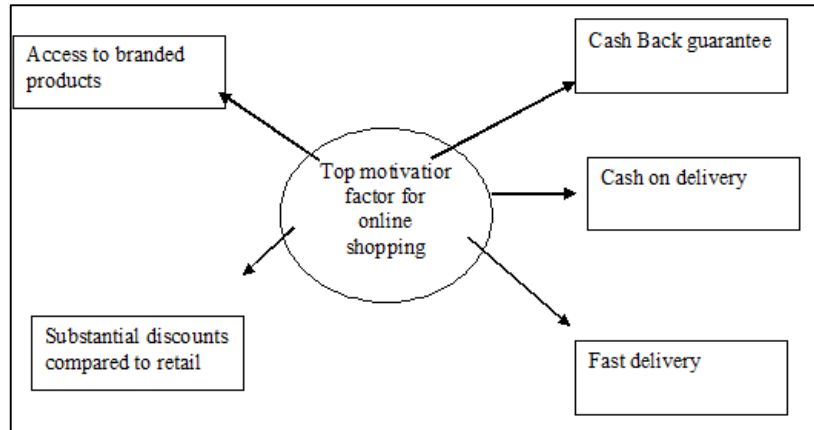
- ई-कामर्स से सभी को फायदा होता है चाहे वो Consumer, organization and onwer हो।
- ई-कामर्स की मदद से बिजनेस को पूरी दुनिया में फैला सकते है ये हमारे देश तक ही सीमित न रहकर इसको वर्ल्ड वाइड पब्लिश कर सकते है।
- कन्ज्यूमर को प्रोडक्ट खरीदने के लिए कही पर जाने की जरूरत नहीं है। घर में बैठकर कोई भी प्रोडक्ट खरीद सकता है।

- किसी भी चीज को ठीक तरह से जांच पड़ताल कर सकते है तथा दूसरे प्रोडक्ट के साथ तुलना भी कर सकते है।
- ई-कामर्स से पेपर वर्क बहुत ही कम होने लगा है।
- इससे Organization को काफी फायदा मिलता है क्योंकि इसमें जो बीच के डिस्ट्रीब्यूटर होते है उनकी जरूरत नहीं पड़ती है।
- प्रोडक्ट के बारे में हम रिव्यू, कमेन्ट, में बता सकते है ताकि दूसरे को वो चीज खरीदते समय समझ में आये की प्रोडक्ट के बारे में दूसरे लोगों की क्या राया है।

### 6.2 Disadvantages

- किसी भी प्रोडक्ट के दो पहलू होते है एक अच्छा तो एक बुरा। उसी तरह ई-कामर्स में भी कुछ हानि भी है।
- ई-कामर्स बेवसाइट, एप्लीकोशन बनाने के लिए काफी खर्च होता है।
- सिक्यूरिटी के बारे में हमेशा सतर्क रहना पड़ता है।
- किसी भी नई बेवसाइट पर भरोसा करना थोड़ा मुश्किल है।
- हाई स्पीड इन्टरनेट की जरूरत पड़ती है।
- कई सारे प्रोडक्ट इन्टरनेट के माध्यम से नहीं मिल पाते है।

## 7. Top motivators for shopping online



## 8. Conclusio (निष्कर्ष)

छोटे तथा बड़े दोनों ही प्रकार की कम्पनियों को बाजार में उतरने तथा अर्न्तराष्ट्रीय बाजार पर काबू करने के लिए ई-कामर्स अत्यन्त शक्तिशाली कारक है। इण्टरनेट इसीलिए ग्राहक सेवा तथा सपोर्ट के लिए महत्वपूर्ण माध्यम है। उसके माध्यम से कम्पनियों अपने ग्राहकों को उत्पाद का विस्तृत जानकारी प्रदान कर सकते है। इण्टरनेट के माध्यम से कम्प्यूनिकेशन अधिक प्रभावशाली हुआ है तथा इसमें गति सहजता आई है और यह सस्ती हुयी है। इण्टरनेट की सहायता पूरी दुनिया के 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।

## 9. सन्दर्भ

1. सीता, अनुराग – “ई-कामर्स” प्रयाग प्रकाशन पायवेट लिमिटेड, मथुरा, 2014.
2. राघव, सतीष कुमार – “ई-कामर्स” मारुति प्रकाशन, दिल्ली रोड, मेरठ-2, 2014.
3. Gangeshwer, D.K. - International Journal of a and e service science and Technology, 2013.
4. [www.esalestrack.com>blog>2008/09](http://www.esalestrack.com>blog>2008/09)
5. [www.hindimeearh.com>2016/08>what](http://www.hindimeearh.com>2016/08>what)