

कॉलिज सरल अध्ययन माला

ई-कॉमर्स

डिजिटल मार्केटिंग

E-Commerce

Digital Marketing

वोकेशनल कोर्स

V2-COM-DIGT

बी.ए./बी.एस-सी./बी.कॉम./बी.एच.एस-सी. (गृह विज्ञान)

बी.बी.ए., बी.सी.ए., द्वितीय वर्ष

म.प्र. के समस्त विश्वविद्यालयों में

नवीन शिक्षा नीति के पाठ्यक्रमानुसार एवं परीक्षा पैटर्न के अनुरूप

● दीर्घ उत्तरीय ● लघु उत्तरीय ● अति लघु उत्तरीय प्रश्न ● वस्तुनिष्ठ प्रश्न



लेखक

डॉ. विरश्री पी. तुंगारे

MCA, M.B.A. Phd. (Management)



प्रकाशक



सतीश प्रिंटेर्स एंड पब्लिशर्स

शिक्षा साहित्य के प्रकाशक

209/1, एम.सी. रोड (खजूरी बाजार)

इन्डोर (म.प्र.) - 452002

- प्रकाशक -

सतीश मिन्टर्स एण्ड पब्लिशर्स

209/1, खजूरी बाजार (एम.जी. रोड), इन्दौर (म.प्र.)

☎ : (0731) 4072447, 6266844267

☆

© लेखकाधीन :

☆

नवीन संस्करण

☆

कीमत : ₹ 120/-

☆

छायाक्षर संयोजन : सानिया ग्राफिक्स, इन्दौर

☆

मुद्रक : संजयी ग्राफिक्स, इन्दौर

पाठ्यक्रम (Syllabus)

ई-कॉमर्स : डिजिटल मार्केटिंग

[E-Commerce : Digital Marketing]

वोकेशनल कोर्स : द्वितीय वर्ष

विश्वविद्यालय 70 + प्रायोगिक क्रियाकल्प 30

इकाई-1

ई-कॉमर्स का परिचय

ई-कॉमर्स की अवधारणा एवं महत्व, ई-कॉमर्स की प्रेरक शक्ति, ई-कॉमर्स के व्यावसायिक प्रतिदर्श (मॉडल), व्यवसाय के रूप में आवश्यक तत्व एवं वर्ग, ई-कॉमर्स वेबसाइट का निर्माण, हार्डवेयर एवं सॉफ्टवेयर का चयन, वेबसाइट का विकास-आउटसोर्स बनाम आंतरिक, ई-कॉमर्स के कार्य, ई-कॉमर्स के प्रकार, ई-कॉमर्स का क्षेत्र, प्रणालियाँ एवं पूर्वापेक्षाएँ।

इकाई-2

ई-कॉमर्स की गतिविधियाँ एवं संचालन

ई-कॉमर्स की विभिन्न गतिविधियों और उसमें नियोजित मानव संसाधन, ई-कॉमर्स विक्रेता एवं प्रदाता, ई-कॉमर्स संचालन के रूप, विभिन्न उद्योगों में ई-कॉमर्स का उपयोग जैसे-बैंक, बीमा एवं अन्य संस्थाओं के बिलों का भुगतान, ई-भुगतान, ई-विपणन, ई-मिलान, ई-नीलाम, ऑनलाइन पोर्टल सेवा, ई-प्रकाशन, ई-मनोरंजन, ऑनलाइन खरीदना-बेचना।

इकाई-3

ई-भुगतान पद्धति

ई-भुगतान पद्धति-डेबिट कार्ड, क्रेडिट कार्ड, स्मार्ट कार्ड, ई-मुद्रा, ई-वॉलेट, डिजिटल हस्ताक्षर प्रक्रिया एवं कानूनी प्रावधान, भुगतान गेट-वे, ऑनलाइन

बैंकिंग, इलेक्ट्रॉनिक फण्ड ट्रांसफर, स्वचलित क्लियरिंग हाउस, स्वचलित खाता प्रविष्टि, ई-भुगतान के नए तरीके-(एम पैसा, पे-पल एवं अन्य डिजिटल मुद्रा), यूथीआई एप्लीकेशन, आधार आधारित भुगतान पद्धति, भीम एप्लीकेशन, ई-भुगतान में जोखिम

इकाई-4

ई-कॉमर्स में सुरक्षा एवं कानूनी प्रावधान

ई-कॉमर्स सुरक्षा-अर्थ एवं मुद्दे, सुरक्षा चेतावनी एवं निर्देश, सुरक्षा में संघ, हैकिंग, स्नीलिंग, साइबर अपराध-धोखाधड़ी। तकनीकी समाधान, एन्क्रिप्शन, संवाद की सुरक्षा चैनल, नेटवर्क प्रोटेक्शन, सर्वर एवं ग्राहक की सुरक्षा। सूचना तकनीक अधिनियम 2000 के सुरक्षा संबंधी प्रावधान।

प्रायोगिक क्रियाकलाप :

विद्यार्थियों के लिए आवश्यक है कि-

1. विभिन्न ई-कॉमर्स वेबसाइटों पर क्लिक करना और उन पर पंजीकरण एवं लॉगिन।
2. इंटरनेट बैंकिंग खाता खोलना एवं उसका संचालन।
3. किसी भी ऑनलाइन वेबसाइट से उत्पाद खरीदने के लिए इंटरनेट बैंकिंग सुविधा का उपयोग।
4. ई-वॉलेट, ई-पेमेंट आदि के उपयोग को सिखाने में मदद।
5. विभिन्न मुद्दों पर शिकायत दर्ज करना जैसे-दोषपूर्ण उत्पाद, वितरण में देरी, रिफंड, रिटर्न आदि।

□

ई-कॉमर्स : डिजिटल मार्केटिंग

विषय सूची

प्रश्न क्र.

विषय

पृष्ठ संख्या

इकाई-1

1. ई-कॉमर्स का परिचय [Introduction to E-commerce]

1-21

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. आधुनिक समाज में ई-कॉमर्स के महत्व की व्याख्या कीजिए। 1
2. ई-कॉमर्स के लाभ एवं हानियाँ लिखिए। 2
3. ई-कॉमर्स (एल.ए.) पर काम करने वाले विभिन्न महत्वपूर्ण कारक क्या हैं? 2

अथवा

4. ई-कॉमर्स के विकास को प्रभावित करने वाले विभिन्न फेक्टर कौन से हैं? क्या आपको लगता है कि ई-कॉमर्स की कुछ सीमाएँ हैं? यदि हाँ तो वर्णन करें। 4
5. पाठियों के आधार पर ई-कॉमर्स मॉडल को परिभाषित करें। 5

अथवा

6. लेन-देन में शामिल पाठियों के आधार पर ई-कॉमर्स के प्रकारों को परिभाषित करें। 7
7. ई-कॉमर्स वेबसाइट के डेवलपमेंट से आप क्या समझते हैं? चर्चा करें। 9
8. ई-कॉमर्स वेबसाइट डिजाइन करते समय आप किन विभिन्न बिंदुओं पर विचार करेंगे? 10
9. बुनियादी सॉफ्टवेयर के अलावा एक ई-कॉमर्स वेबसाइट को सॉफ्टवेयर डेवलपमेंट सॉफ्टवेयर प्रोग्राम की आवश्यकता होती है, उन सॉफ्टवेयरों को विस्तार से समझाएँ। 11

● लघु उत्तरीय प्रश्न

9. ई-कॉमर्स से आप क्या समझते हैं? 13
10. ई-कॉमर्स को संक्षेप में समझाइए। 13
10. आधुनिक समाज में ई-कॉमर्स के प्रभाव की व्याख्या करें। 14
10. आधुनिक समाज में ई-कॉमर्स के महत्व की चर्चा कीजिए। 14

11. ई-कॉमर्स की विभिन्न सेवाओं का वर्णन कीजिए।
अथवा
ई-कॉमर्स के विभिन्न कार्यों का वर्णन कीजिए।
12. ई-कॉमर्स के प्रकारों की चर्चा कीजिए।
13. ब्रोकरेज मॉडल को इसके प्रकार के साथ समझाइए।
14. विज्ञापन मॉडल के बारे में विस्तार से बताएं।
15. वैल्यू चेन मॉडल को समझाइए।
16. कम्युनिटी मॉडल पर एक नोट लिखें।
17. इंफो मीडियरी मॉडल पर एक नोट लिखें।
18. निर्माता के मॉडल पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।
19. एफिलिएशन मॉडल पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखें।
20. ई-कॉमर्स वेबसाइट बनाने के लिए उपयोग किए जाने वाले विभिन्न हार्डवेयर और सॉफ्टवेयर के घटक कौन से हैं?
21. ई-कॉमर्स में वेब होस्टिंग और वेब होस्टिंग के प्रकारों पर एक टिप्पणी लिखिए।

इकाई-2

2. ई-कॉमर्स गतिविधियाँ और संचालन [E-commerce Activities and Operations]

22-43

- दीर्घ उत्तरीय प्रश्न
- 22. विभिन्न ई-कॉमर्स गतिविधियों पर एक नोट लिखिए।
- 23. ई-कॉमर्स सेवा प्रदाताओं से आप क्या समझते हैं? ई-कॉमर्स सेवा प्रदाताओं के प्रकारों के बारे में लिखिए।
- 24. ई-कॉमर्स वेन्डर से आप क्या समझते हैं? ई-कॉमर्स विक्रेताओं के बारे में लिखें।
- 25. ई-कॉमर्स विक्रेताओं के प्रकारों का वर्णन करें।
- 26. ई-कॉमर्स से जुड़े संचालन के विभिन्न तरीकों के बारे में लिखें।
- 27. विभिन्न उद्योगों में ई-कॉमर्स के अनुप्रयोगों का विस्तृत विवरण दें।
- 28. पारंपरिक मार्केटिंग और ई-मार्केटिंग मार्केटिंग के बीच अंतर लिखिए।
- 29. विभिन्न प्रकार के ई-मार्केटिंग का विस्तार से वर्णन करें।
- 30. ई-मार्केटिंग के महत्व को बताएं।
- 31. ई-नीलामी और ई-प्रकाशन पर एक टिप्पणी लिखिए।

25
26
27
29
31
32
34
35

लघु उत्तरीय प्रश्न

1. ई-कॉमर्स गतिविधियों से जुड़ी विभिन्न जनशक्ति के बारे में लिखें।
2. ई-कॉमर्स की मर्चेंडाइजिंग और सोर्सिंग गतिविधियों पर एक विवरण दें।
3. ई-कॉमर्स की मर्चेंडाइजिंग और सोर्सिंग गतिविधियों पर एक विवरण दें।
4. क्या टेकोलॉजी मेनपावर लागत को कम रखने में मदद करती है? व्याख्या करें।
5. ई-कॉमर्स में ई-मार्केटिंग अवधारणा से आप क्या समझते हैं?
6. इलेक्ट्रॉनिक मार्केट प्रणाली की आर्थिक विशेषताओं का वर्णन करें।
7. ई-मार्केटिंग मॉडल पर एक नोट लिखें।
8. ई-मार्केटिंग रणनीति पर एक नोट लिखें।
9. ई-ट्रेडिंग पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।

इकाई-3

3. ई-भुगतान पद्धति [E-payment System]

44-66

- दीर्घ उत्तरीय प्रश्न
- 40. ई-मनी के क्या फायदे और नुकसान हैं?
- 41. ई-वॉलेट के प्रकार बताइये?
- 42. डिजिटल वॉलेट के फायदे और नुकसान बताएं।
- 43. ई-बैंकिंग/ऑनलाइन बैंकिंग की अवधारणा को विस्तार से समझाइए।
- 44. ई-कॉमर्स में ई-बैंकिंग के महत्व की व्याख्या कीजिए।
- 45. डिजिटल हस्ताक्षर और डिजिटल प्रमाण पत्र पर एक संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।
- 46. पेमेंट गेटवे से आप क्या समझते हैं?
- 47. इलेक्ट्रॉनिक भुगतान प्रणाली में शामिल जोखिम और खतरे क्या हैं?
- 48. ई-भुगतान में जोखिम कम करने के लिए किन विभिन्न कदमों पर विचार किया जाना चाहिए।
- 49. स्मार्ट कार्ड-आधारित इलेक्ट्रॉनिक भुगतान प्रणाली से आप क्या समझते हैं, इसके प्रकारों की व्याख्या करें।
- 50. भुगतान के उभरते तरीकों का विस्तृत विवरण दें। (एम-पैसा पेपाल और अन्य डिजिटल मुद्रा)।
- 51. यूपीआई ऐप, आधार सक्षम भुगतान और भीम ऐप पर एक नोट लिखें।
- लघु उत्तरीय प्रश्न
- 52. इलेक्ट्रॉनिक भुगतान प्रणाली का वर्णन करें।

44
45
46
48
49
51
52
54
55
57
58
59
63

53. इलेक्ट्रॉनिक पेमेंट प्रणाली के प्रकारों का वर्णन करें। 63
54. ई-मनी की अवधारणा का विस्तार से वर्णन कीजिए। 64
55. ई-वॉलेट से आप क्या समझते हैं? 65
56. ई-बैंकिंग में ऑटोमेटिक क्लियरिंग हाऊस का वर्णन करें। 65
57. ई-बैंकिंग में ऑटोमेटेड लेजर पॉस्टिंग को परिभाषित करें। 66

इकाई-4

4. ई-कॉमर्स की सुरक्षा और कानूनी पहलू [Security and Legal Aspects of E-commerce]

67-81

- दीर्घ उत्तरीय प्रश्न
58. ई-कॉमर्स सुरक्षा से आप क्या समझते हैं? 67
59. ई-कॉमर्स सिक्नोरिटीज से जुड़े मुद्दों पर चर्चा करें। 68
60. सुरक्षा घुसपैठ और ई-कॉमर्स के उल्लंघन पर विस्तार से चर्चा करें। 69
61. साइबर हमले (हैकिंग, स्पीफिंग, साइबर वेन्डरलिजम, डीओएस (सेवाओं से इनकार) के हमलावर तरीकों पर एक नोट लिखें। 70
62. ई-कॉमर्स वेबसाइट द्वारा अपनाए जाने वाले सुरक्षा उपायों पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए। 73
63. एंक्रिप्शन और डिफ्रिप्शन विधियों से आप क्या समझते हैं और इन विधियों की एक प्रमुख विशेषता को क्या कहते हैं? 75
64. सुरक्षित इलेक्ट्रॉनिक लेन-देन क्या है SEBT के उद्देश्य क्या हैं? 76
65. सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम 2000 और सुरक्षित इलेक्ट्रॉनिक रिकॉर्ड से संबंधित प्रावधान का अवलोकन करें। 78
66. सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम 2000 की मुख्य विशेषताएँ लिखें। 79
- लघु उत्तरीय प्रश्न
67. इलेक्ट्रॉनिक सुरक्षा से आप क्या समझते हैं? 80
68. ई-कॉमर्स सिक्नोरिटीज के महत्व के बारे में लिखें। 80
69. ई-कॉमर्स सुरक्षा के आयाम क्या हैं? 80
70. सुरक्षित मेल भेजने के लिए एंक्रिप्शन और डिफ्रिप्शन का उपयोग कैसे करें। समझाइए। 81

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

82-88

इकाई-1

1

ई-कॉमर्स का परिचय

[Introduction to E-commerce]

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न (Long Answer Type Questions)

आधुनिक समाज में ई-कॉमर्स के महत्व की व्याख्या कीजिए।

Explain the importance of e-commerce in modern society.

ई-कॉमर्स का महत्व

ई-कॉमर्स के निम्नलिखित महत्व हैं—

1. **विज्ञापन और मार्केटिंग**—ई-कॉमर्स आपको उत्पादों और व्यावसायिक सेवाओं के विज्ञापन की पहुँच बहुत दूर के ग्राहकों तक बढ़ाने की सुविधा देता है। यह दुनिया भर में उत्पादों और सेवाओं के बेहतर विपणन प्रबंधन में भी मदद करता है।

2. **ब्रांड निर्माण और जागरूकता**—ई-कॉमर्स पूरी दुनिया में लाखों संभावित ग्राहकों तक पहुँचने की क्षमता रखता है। ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म आपको अपने उत्पाद के लिए एक ब्रांड बनाने का मौका देता है और विभिन्न ऑनलाइन चैनलों का उपयोग करके ग्राहकों के बीच अपने उत्पाद के बारे में जागरूकता पैदा करने के लिए इस प्लेटफॉर्म का उपयोग करता है।

3. **24 x 7 सेवा उपलब्धता**—ई-कॉमर्स, वेब तकनीक का उपयोग करके आपके व्यावसाय को स्वचालित करता है ताकि आपके ग्राहक को हर दिन हर समय सहायता उपलब्ध हो सके। डेडिक्टेड बाजार की तुलना में ग्राहकों को अटेंड करने या ग्राहक को सेवाएँ प्रदान करने का ई-कॉमर्स में कोई निश्चित समय नहीं है।

4. **कोई नकद भुगतान नहीं**—ई-कॉमर्स उपयोगकर्ताओं को बैंक की वेबसाइट और वेब एप्लिकेशन के माध्यम से अपने क्रेडिट/डेबिट कार्ड, स्मार्ट कार्ड और अन्य इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर का उपयोग करने में सक्षम बनाता है, इसलिए ग्राहकों को अपनी जेब में नकदी रखने की कोई आवश्यकता नहीं है।

5. **इन्वेंटरी मैनेजमेंट सिस्टम**—व्यावसायों के लिए ई-कॉमर्स इन्वेंटरी मैनेजमेंट का प्रयोग करना बहुत आसान हो गया है। फर्म उत्पादों के बहुत कम स्टॉक के साथ काम कर

2। ई-कॉमर्स : डिजिटल मार्केटिंग

सकती है। इन्वेंट्री प्रबंधन प्रणाली भी फर्मों को अपने स्टॉक को रिकॉर्ड करने और उत्पाद को जल्दी से तैयार करने की सुविधा देती है।

6. प्रभावी संचार—ई-कॉमर्स ग्राहकों और भागीदारों के साथ संवाद करने का एक तेज, अधिक कुशल और अधिक विश्वसनीय तरीका प्रदान करता है ताकि लेन-देन आसान और तेज हो जाए।

7. राजस्व में वृद्धि—कम रखरखाव लागत और उच्चतम पहुँच योग्य क्षमता के साथ, कंपनियाँ उच्च मात्रा में राजस्व उत्पन्न कर सकती हैं जो व्यवसाय के लिए एक बड़ा लाभ बन जाता है।

8. ग्राहक निष्ठा में बढ़ोतरी—उत्पादों तक ग्राहकों की आसान पहुँच, चौबीस घंटे की उपलब्धता और प्रभावी संचार मूल ग्राहक को एक वफादार ग्राहक में बदलने में सहयोग देता है।

9. प्रचार में आसानी—ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म का उपयोग करके, आप उपयोग करने वाले ग्राहकों को अपने उत्पादों के बारे में आसानी से जानकारी दे सकते हैं। आप दुनिया भर में अपने उत्पाद का प्रचार कर सकते हैं और ग्राहकों की संख्या बढ़ा सकते हैं और लाभ दर बढ़ा सकते हैं।

10. अपने लक्ष्यों को आसानी से प्राप्त करना—ई-कॉमर्स आपको विभिन्न ऑनलाइन सेवाएँ प्रदान करके अपने लक्ष्यों को आसानी से प्राप्त करने की सुविधा देता है जो आपके ग्राहकों तक पहुँचने और एक वफादार ग्राहक का आधार बनाने के लिए उपयोगी हैं।

प्रश्न 2. ई-कॉमर्स के लाभ एवं हानियाँ लिखिए।

Write the advantages and disadvantages of E-commerce.

तेज इंटरनेट कनेक्टिविटी और ऑनलाइन टूरस के आविष्कार के परिणामस्वरूप ई-कॉमर्स जैसी नई वाणिज्य तकनीक का जन्म हुआ है। ई-कॉमर्स के उपयोगकर्ता के लिए निम्नलिखित फायदे और नुकसान हैं—

ई-कॉमर्स के सामान्य लाभ

1. तेजी से खरीदने और बेचने की प्रक्रिया के साथ-साथ आसानी से मिलने वाले उत्पाद।
2. आप उत्पादों को कभी भी खरीद और बेच सकते हैं।
3. भौतिक बाजार स्थितियों की तुलना में वैश्विक स्तर पर ग्राहकों तक पहुँच में वृद्धि।
4. कंपनी के भौतिक अस्तित्व की कोई आवश्यकता नहीं है।
5. यह राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय दोनों बाजारों की माँगों को पूरा करता है।
6. छोटे व्यवसाय बेचने और खरीदने के लिए वैश्विक बाजार तक पहुँच सकते हैं।

ई-कॉमर्स का परिचय / 3

7. उपभोक्ता क्रिसी विशिष्ट उत्पाद को आसानी से खोज सकते हैं और एक निर्माता से उस उत्पाद को सस्ती दर पर खरीदता है।

8. ग्राहक भौतिक रूप से इशर-उशर घूमने बिना आसानी से विभिन्न आपूर्तिकर्ताओं के उत्पादों का चयन कर सकते हैं।

9. पारंपरिक खरीदारी की तुलना में ऑनलाइन खरीदारी अधिक सुविधाजनक और समय बचाने वाली है।

10. व्यवसायों के लिए, यह स्टॉक को बनाए रखने और ग्राहकों को उत्पाद दिखाने में लगाने वाली अबाधि को कम कर देता है।

11. इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स व्यवसाय करने के लिए बुनियादी ढाँचे के बोझ को कम करता है।

12. यह ग्राहक व्यवहार से संबंधित जानकारी एकत्र और प्रबंधित करता है जो एक कुशल विपणन और ग्राहक देखभाल रणनीति को विकसित करने और अपनाने में मदद करता है।

ई-कॉमर्स के नुकसान

1. प्रोडक्ट की गुणवत्ता की कोई गारंटी नहीं है।

2. तकनीकी विफलताओं के कारण प्रक्रिया के पूरा होने पर अप्रत्याशित प्रभाव पड़ सकता है।

3. तकनीकों से जुड़ी कुछ सीमाएँ इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स पर भी लागू होती हैं जैसे-ट्रैजिक्शन की संख्या एवं सीमाएँ सिग्नल की आपूर्ति।

4. भौतिक उत्पाद की हिलीवरी के लिए लगाने वाली आवश्यक समय अबाधि स्थानीय बाजार से इसे खरीदने की तुलना में काफी लंबी नहीं हो सकती है।

5. ग्राहक का विश्वास हमेशा कायम नहीं होता है क्योंकि कंपनी और ग्राहक के बीच सीधे संपर्क की संभावना बहुत कम होती है।

6. आप व्यवसायियों की वफादारी की जाँच नहीं कर सकते। कोई भी व्यवसायी पहचान दिखाए बिना ऑनलाइन व्यवसाय चला सकता है।

7. ग्राहकों की व्यक्तिगत और वित्तीय जानकारी को अनैतिक हैकर्स द्वारा हैक किया जा सकता है या अन्य फर्मों को बेचा जा सकता है।

8. ऑनलाइन लेन-देन में हमेशा शोखाधड़ी की संभावना रहती है। उत्पाद वापस करना और पैसा वापस प्राप्त करना कभी-कभी प्रोडक्ट खरीदने की तुलना में अधिक परेशानी और समय लेने वाला होता है।

इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स के विभिन्न फायदों और नुकसान का श्ल्यांकन करने पर, हम कह सकते हैं कि ई-कॉमर्स के लाभों में नुकसानों को दूर करने की क्षमता है। तकनीकी मुद्दे को संभालने और ग्राहकों के साथ एक पोजेसिव संबंध बनाने के लिए एक उचित रणनीति को आसानी से बनाया जा सकता है और वर्तमान परिदृश्य को बदल सकता है।

4 | ई-कॉमर्स : डिजिटल मार्केटिंग

ई-कॉमर्स का परिचय / 5

प्रश्न 3. ई-कॉमर्स (एल.ए.) पर काम करने वाले विभिन्न महत्वपूर्ण कारक क्या हैं?

What are the different driving forces that work on e-commerce ?

अथवा

ई-कॉमर्स के विकास को प्रभावित करने वाले विभिन्न फेक्टर कौन से हैं? What are the different factor that affects the growth of e-commerce ?

यद्यपि ई-कॉमर्स दुनिया भर में फैल चुका है। कुछ महत्वपूर्ण कारक हैं जो दुनिया भर में ई-कॉमर्स की लोकप्रियता हासिल करने के लिए उपयोगी हैं। इन्हें निम्नलिखित श्रेणियों में विभाजित किया जा सकता है।

ई-कॉमर्स के विकास में सहायक महत्वपूर्ण कारक-

रलोबल कारक

1. रलोबल ग्राहक—यह आपको अपने प्रोडक्ट प्रस्तुत करने के लिए विश्वव्यापी मंच प्रदान करता है।
2. रलोबल उत्पाद—ग्राहक किसी भी भौगोलिक क्षेत्र से विदेशी उत्पाद खरीद सकता है। भौगोलिक सीमा की बाधता नहीं होगी।
3. रलोबल संचालन—ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म का उपयोग करके, कंपनियाँ बिना किसी सीमा के दुनिया भर में काम कर सकती हैं।
4. रलोबल सहयोग—ई-कॉमर्स कंपनियों को संयुक्त उद्यम मर्जर और स्ट्रैटेजिक गठजोड़ करने के लिए कंपनियों के साथ दुनिया भर में सहयोग करने के लिए एक मंच प्रदान करता है।
5. रलोबल प्रतिस्पर्धा—यह आपको विकासशील देशों में बाजार की हिस्सेदारी बढ़ाने और प्रभाव जमाने के लिए एक मंच प्रदान करता है।

तकनीकी कारक

1. इन्फ्रास्ट्रक्चर की उपलब्धता—दूरसंचार इन्फ्रास्ट्रक्चर की उपलब्धता ई-कॉमर्स के विकास को तय करती है।
2. तकनीक का उपयोग द्वारा विकास—नई तकनीक और तकनीकी विकास द्वारा दूरस्थ क्षेत्रों पहुँच भी ई-कॉमर्स के विकास को बल देती है।
3. इंटरनेट की गति—बैंडविड्थ की उपलब्धता और इंटरनेट दरें टेक्नोलॉजी के उपयोग को प्रभावित करती हैं जो ई-कॉमर्स के विकास को प्रभावित करती हैं।

राजनीतिक कारक

1. सरकारी योजनाएँ देश में आधुनिक तकनीक का समर्थन करने और विकसित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं।

2. ई-कॉमर्स के विकास टेक्नोलॉजी विकास और अपनाने के तरीकों पर लगाए गए सरकार के नियम और कानून भी बहुत महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

सामाजिक परिस्थिति

1. लोगों का साक्षरता स्तर और इंटरनेट और टेक्नोलॉजी से जुड़ने की दर।
2. समाज में इंटरनेट उपयोगकर्ता और इंटरनेट सेवाएँ प्रदान की जाती हैं।
3. नई तकनीक को अपनाने के लिए लोगों की इच्छा और क्षमता।

आर्थिक कारक

1. देश का आर्थिक विकास—देश का आर्थिक विकास देश के समग्र विकास को प्रभावित करता है, सूचना प्रौद्योगिकी का विकास देश को दुनिया से जोड़ता है और आर्थिक गतिविधियों को आसान बनाने में मदद करता है।
2. औसत आय में वृद्धि—प्रति व्यक्ति औसत आय में वृद्धि भी इंटरनेट के उपयोग द्वारा उसके वृद्धि में कारक बनेगी।
3. उपकरण (सिस्टम) की लागत—पीसी तीर अन्य डिजिटल उपकरणों के लिए हार्डवेयर और सॉफ्टवेयर की घटती लागत भी इंटरनेट प्रौद्योगिकी के उपयोग को बढ़ाती है।
4. वाणिज्यिक इन्फ्रास्ट्रक्चर और नवाचार—इंटरनेट और इसके उपकरणों के व्यावसायिक उपयोग ने ई-गवर्नेंस, ई-कॉमर्स आदि ने इंटरनेट के उपयोग में भारी बदलाव किया है।

प्रश्न 4. क्या आपको लगता है कि ई-कॉमर्स की कुछ सीमाएँ हैं? यदि हाँ तो वर्णन करें।

Do you feel e-commerce has some limitations if yes please describe ?

ई-कॉमर्स की निम्नलिखित सीमाएँ हैं-

1. कम टिकाऊ और मूल्यवान वस्तुएँ—ई-कॉमर्स ग्राहकों के बारे में अभी भी यह माना जाता है कि वे खराब न होने वाली वस्तुएँ और टिकाऊ वस्तुएँ इंटरनेट के माध्यम से खरीदते हैं। खराब होने वाले उत्पाद जैसे फल, काँच की वस्तुएँ या कोई भी मेडिकल आइटम अभी तक ई-कॉमर्स में बहुत अधिक बाजार नहीं बना पाए हैं। खराब होने वाले सामान अपने ग्राहकों को उत्पादों की सुरक्षित डिलीवरी के लिए आपूर्ति श्रृंखला व्यवस्था के एक पारंपरिक तरीके का उपयोग करते हैं। यहाँ तक कि बड़े इलेक्ट्रॉनिक आइटम, मूल्यवान सामान और चांदी और हीरे जैसे मूल्यवान उत्पादों के साथ भी ग्राहक इन्हें ट्रेडिशनल स्टोर से ही खरीदते हैं। ई-कॉमर्स में फिजिकल स्टोर जैसा अनुभव देने के लिए डेवलपर्स यूएक्स और यूआई जैसी टेक्नोलॉजी पर काफी मेहनत और लगातार काम कर रहे हैं।

6। ई-कॉमर्स : डिजिटल मार्केटिंग

2. उत्पाद को महसूस नहीं कर सकते—ट्रेडिशनल बाजार में, ग्राहक अपनी इंद्रियों का उपयोग करके उत्पाद को छूते और महसूस करते हैं। ऑनलाइन शॉपिंग के मामले में ऐसा नहीं है। अगर हम इंटरनेट पर एक कार खरीदने का विचार कर रहे हैं, तो हम उत्पत्ती को देखेंगे जिसे विक्रेता ने हमारे देखने के लिए चुना है, लेकिन अन्य उन चीजों को नहीं जिन्हें महसूस कर सकते हैं। ऐसे विन्दु हैं जिनमें इंटरनेट स्पर्श और अनुभव के समूह अनुभवों को व्यक्त नहीं करता है।

3. व्यक्तिगत और निजी जानकारी की चोरी—ई-कॉमर्स ग्राहकों को ऑनलाइन भुगतान विकल्पों का उपयोग करके भुगतान करने की सुविधा देता है, जहाँ ग्राहकों के लॉगिन के लिए खाता बनाने समय अपनी सभी निजी और वित्तीय जानकारी इंटरनेट पर देने होती है। इस व्यक्तिगत जानकारी का उपयोग बाहर किसी अन्य द्वारा किया जा सकता है और आगे इसका दुरुपयोग भी किया जा सकता है।

4. आपूर्तिकर्ता और वितरण चैनल की अनिश्चितता—इंटरनेट पर आपूर्तिकर्ता या वितरण चैनल की कोई भी भौतिक उपस्थिति नहीं है, ग्राहक सीधे उन पर भरोसा नहीं कर सकते हैं जब तक कि एक संतोषजनक भौतिक उत्पाद वितरित नहीं किया जाता है।

5. वापसी में कठिनाई—गलत और क्षतिग्रस्त उत्पाद लौटाना कठिनाई का काम हो सकता है। कभी-कभी रास्ते में पार्सल के पट्टे के दौरान क्षतिग्रस्त उत्पाद को कंपनी द्वारा एक्सचेंज नहीं किया जाता है, जिसके परिणामस्वरूप ग्राहकों को हानि होती है।

6. बतर्पणी सेवाओं और अपेक्षित सेवाओं के बीच का अंतर—ई-कॉमर्स वेबसाइटें ग्राहकों का ध्यान आकर्षित करने और अपने उत्पाद को बेचने के लिए बहुत ही आकर्षक सेवाएँ दिखा रही हैं, जबकि डिलीवरी के समय अपेक्षित सेवाएँ बहुत कम हैं।

7. ट्रेडिशनल बाजार की तुलना में ऑनलाइन मार्केट में भौतिक प्रोडक्ट को वितरित करने में बहुत समय लगता है—स्थानीय बाजार से भौतिक रूप से उत्पाद खरीदने की तुलना में, उस विशेष उत्पाद को ऑनलाइन बाजार के माध्यम से प्राप्त करने में बहुत अधिक समय लगता है।

8. अन्य ऐप के माध्यम से व्यक्तिगत जानकारी आसानी से एक्सेस की जा सकती है—उपयोगकर्ताओं को प्रत्येक एप्लिकेशन या ई-कॉमर्स वेबसाइट पर एक लॉगिन अकाउंट बनाना होता है, जहाँ से ग्राहक की व्यक्तिगत जानकारी विभिन्न एप्लिकेशन द्वारा आसानी से एक्सेस की जा सकती है।

9. भुगतान तथा लेनदेन की संख्या सीमित होती है—ई-कॉमर्स को अक्सर क्रेडिट कार्ड या ऑनलाइन भुगतान की सुविधा का उपयोग करके संचालित किया जाता है। नतीजतन, एक बहुत बड़ा लेनदेन या बहुत छोटा लेन-देन ऑनलाइन नहीं किया जाता है। लेन-देन का आकार, वित्तीय सेवाओं की सीमाओं से भी प्रभावित होता है।

ई-कॉमर्स का परिचय / 7

10. आप व्यक्तिगत रूप से ग्राहक पर ध्यान दे सकते हैं—हालाँकि ई-कॉमर्स वेबसाइटें अपने ग्राहकों को अनुकूलित सेवाएँ देती हैं, ट्रेडिशनल बाजार में व्यक्तिगत ध्यान देने की तुलना में यह कम और अशुभ पाया जाता है।

प्रश्न 5. पाठियों के आधार पर ई-कॉमर्स मॉडल को परिभाषित करें।
Define e-commerce models based on parties.
अथवा

लेन-देन में शामिल पार्टियों के आधार पर ई-कॉमर्स के प्रकारों को परिभाषित करें।

Define types of e-commerce based on parties involved in transactions.

लेन-देन में शामिल पार्टियों की प्रकृति के आधार पर ई-कॉमर्स के 8 मॉडल हैं, जो इस प्रकार हैं—

1. बिजनेस-टू-बिजनेस
2. बिजनेस-टू-कंज्यूमर
3. कंज्यूमर-टू-बिजनेस
4. कंज्यूमर-टू-कंज्यूमर
5. गवर्नमेंट-टू-बिजनेस
6. बिजनेस-टू-गवर्नमेंट
7. गवर्नमेंट-टू-गवर्नमेंट
8. मोबाइल कॉमर्स

हम नीचे प्रत्येक उपरोक्त प्रकार के बारे में विस्तार से चर्चा करेंगे—

1. बिजनेस-टू-बिजनेस—बिजनेस-टू-बिजनेस (B2B) मॉडल में ई-कॉमर्स लेन-देन दो कंपनियों के बीच उनके व्यवसाय के लिए निष्पादित किया जाता है। यह ई-कॉमर्स का एक प्रकार है, जो व्यापार प्रतिष्ठानों के बीच संबंधों से संबंधित है जैसे कि कम्प्यूटर या सेमीकंडक्टरों के किसी भी मशीनरी भागों के निर्माण सामग्री, कपड़े, पूर्ण आदि व्यवसाय से व्यवसाय ई-कॉमर्स के उदाहरण हैं। इस प्रकार के ई-कॉमर्स को मुख्य रूप से चार बुनियादी श्रेणियों में बाँटा गया है: निर्माता, पुनर्विक्रेता, सरकारें और संस्थान।

2. बिजनेस-टू-कंज्यूमर, ई-कॉमर्स—ई-कॉमर्स के इस मॉडल ने उत्पादों और सेवाओं को आम ग्राहकों या उपभोक्ताओं को बेचा जा रहा है, और लेनदेन कंपनियों और उपभोक्ताओं के बीच होता है। इसे आमतौर पर खुदरा वाणिज्य या ऑनलाइन वाणिज्य के रूप में जाना जाता है।

B2C ई-कॉमर्स के उदाहरण में वे सभी ऑनलाइन प्लेटफॉर्म आते हैं जो ई-कॉमर्स का उपयोग करके सामान बेच रहे हैं जैसे—Amazon, Flipkart, Myntara आदि।

8। ई-कॉमर्स : डिजिटल मार्केटिंग

3. कंज्यूमर-टू-बिजनेस, ई-कॉमर्स—यह बी2सी कॉमर्स के विरुद्ध विपरीत प्रश्न जहाँ ग्राहक अपने इस्तेमाल किए गए उत्पाद को कंपनी को फिर से बेचने के लिए बेच रहे हैं, जैसे- cardelkho.com।

4. कंज्यूमर-टू-कंज्यूमर ई-कॉमर्स—ई-कॉमर्स के इस मॉडल को C2C कॉमर्स के रूप में जाना जाता है। इस प्रकार का ई-कॉमर्स व्यावसायिक उद्योगों से एक व्यक्तिगत व्यक्ति है जहाँ ग्राहक अन्य ग्राहकों से जो चाहते हैं उसके लिए बोली लगा सकते हैं। उपभोक्ता-से-उपभोक्ता इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स में तीसरे पक्ष के माध्यम से उपभोक्ताओं के बीच इलेक्ट्रॉनिक रूप से सुगम लेनदेन शामिल है, इस तरह की सेवा का एक सामान्य उदाहरण ग्राहक पोर्टल है जहाँ ग्राहक अपने उत्पादों के लिए उस उत्पाद के सही वारंशविक उपयोगकर्ता के लिए फिर से नीलामी करते हैं, उदाहरण के लिए ओएलएक्स।

5. गवर्नमेंट-टू-बिजनेस ई-कॉमर्स—इस प्रकार के ई-कॉमर्स को आमतौर पर कंपनियों और सार्वजनिक क्षेत्र के बीच लेन-देन के रूप में परिभाषित किया जाता है, सार्वजनिक प्रक्रिया, खरीद, लाइसेंसिंग, प्रक्रिया और सरकार से संबंधित अन्य कार्यों के लिए इंटरनेट के उपयोग को संदर्भित करता है। उदाहरण बैंकिंग ई-गवर्नंस आदि।

6. बिजनेस-टू-गवर्नमेंट ई-कॉमर्स—सरकार और व्यवसाय के बीच गैर-वाणिज्यिक ऑनलाइन बातचीत को 'सरकार से व्यवसाय' (G2B) ई-कॉमर्स के रूप में जाना जाता है। टैक्स रिटर्न फाइलिंग और ट्रेड बिजनेस लाइसेंसिंग एलिकेशन (SILIP) उदाहरण। सरकारी नीलामी आदि।

विभिन्न डॉटाबेस होने के बावजूद सरकारी एजेंसियों को डॉटा संचार करने में सक्षम बनाने के लिए, G2B में उद्यमियों या व्यवसायों को अपने समाज में अधिक सामाजिक प्रभाव उत्पन्न करने के लिए डॉटा का उपयोग करने में मदद करने के लिए एक एलिकेशन भी शामिल है। क्लिनिक, चिकित्सकों के कार्यालय और अस्पताल सभी एक दूसरे के साथ और मरीजों के साथ संचार करने के लिए मोबाइल उपकरणों का उपयोग करते हैं।

7. गवर्नमेंट-टू-कंज्यूमर-ई-कॉमर्स ने दुनिया भर में किसी भी सरकार की ई-गवर्नंस सेवाओं को लागू करने में बहुत मदद की है। हर देश की अपनी वेबसाइट होती है जिनके माध्यम से लोगों के बीच नियमों और विनियमों के बारे में सारी जानकारी प्रसारित की जाती है। ई-सेवा, ई-नागरिकता और ई-सरकार ने इन सभी सेवाओं के लिए बहुत सारे इंटीग्रेस दिए हैं जैसे संपत्ति कर, आयकर, जीएसटी पासपोर्ट के लिए आवेदन करना।

8. मोबाइल-कॉमर्स—एम-कॉमर्स ई-कॉमर्स का एक और चरण बन गया है जहाँ उपभोक्ता या ई-कॉमर्स की कोई भी पार्टी स्मार्टफोन का उपयोग करके किसी भी जानकारी तक पहुंच कर सकती है, किसी भी जानकारी तक पहुंचने के लिए कम्प्यूटर सिस्टम की कोई आवश्यकता नहीं है।

सूचना प्रौद्योगिकी और इंटरनेट के विकास ने अपने उपयोगकर्ता के लिए ऑनलाइन सूचना और सेवाओं तक पहुंचने में बहुत आसानी प्रदान की है।

ई-कॉमर्स का परिचय / 9

6. ई-कॉमर्स वेबसाइट के डेवलपमेंट से आप क्या समझते हैं? चर्चा करें।
What do you understand by the Development of an e-commerce website? Discuss.

ई-कॉमर्स वेबसाइट डेवलपमेंट में किसी उत्पाद को खरीदने और बेचने के लिए ऑनलाइन स्टोर की डिजाइनिंग शामिल है, जो आपको ई-कॉमर्स वेबसाइट के बैंक एंड और फ्रंट एंड की डिजाइनिंग के लिए विरुद्ध प्लान को लागू करने की प्रक्रिया है। इसमें आपके प्रोडक्ट पेज, शॉपिंग कार्ट, ऑर्डर फॉर्म और सपोर्ट पेज शामिल हैं।

ई-कॉमर्स वेबसाइट विकास के लिए विकल्प

एक ई-कॉमर्स वेबसाइट कुछ विकल्पों का उपयोग करके विकसित की जा सकती है जैसे ओपन सोर्स डेवलपमेंट या प्लेटफॉर्म, क्लाउड-आधारित ई-कॉमर्स डेवलपमेंट कई तत्वों के लिए लागत प्रभावी समाधान के रूप में काम कर सकता है। एक प्रोफेशनल ई-कॉमर्स डेवलपर को भर्ती करके, जो कई विकल्प भी दे सकता है। हम नीचे इन विकल्पों पर चर्चा करेंगे—

1. ओपन-सोर्स ई-कॉमर्स वेबसाइट डेवलपमेंट

ओपन-सोर्स ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म आपको अपनी ई-कॉमर्स वेबसाइट पर सबसे अधिक नियंत्रण प्रदान करते हैं, वेबसाइट के विकास के पूर्व ज्ञान और कौशल के साथ आप अविश्वसनीय मात्रा में फ्लेक्सिबिलिटी प्राप्त कर सकते हैं क्योंकि यह आप और आपको टीम डिजाइन कर रहे हैं क्योंकि इन प्लेटफॉर्मों की जटिलताएँ, यह अपेक्षा से अधिक समस्याएँ देती है यह युजर फ्रेंडली, निर्माण और मैनेजमेंट के लिए कम लागत और आपके प्लेटफॉर्म के संचालन जैसे कुछ लाभ प्रदान करती है।

2. क्लाउड-कम्प्यूटिंग ई-कॉमर्स सेवा का उपयोग करें

क्लाउड-कम्प्यूटिंग सॉफ्टवेयर का उपयोग करने से आपको अपना ई-कॉमर्स व्यवसाय बढ़ाने और तेजी से चलाने में मदद मिलती है। ये सेवाएँ नए ई-कॉमर्स व्यवसायों के लिए विशेष रूप से अच्छी तरह से काम करती हैं। ये उपयोग करने में आसान हैं, स्केलेबल हैं, और बहुत सारी टास्क परफॉर्म करते हैं जैसे, सॉफ्टवेयर को अपडेट करने, प्रोब्लम को टेस्ट करने, हार्डवेयर को मैनेज रखना, मूलभूत स्तर के फंक्शनलिटी से निपटने और अन्य परफॉर्मंस को मैनेज करना आदि।

3. एक ई-कॉमर्स डेवलपर को कार्य पर रखना।

वेबसाइट डेवलपमेंट के लिए आप एक प्रोफेशनल ई-कॉमर्स डेवलपर को भी अपॉइंट कर सकते हैं। प्रोफेशनल डेवलपर आपके लिये एक उत्कृष्ट, रिस्पॉन्सिव एण्ड इजीटुयुज ई-कॉमर्स वेबसाइट बना सकते हैं।

डेवलपर्स डिजाइनिंग के दौरान अच्छे बैंक एण्ड का प्रयोग करते हैं जो की भविष्य में आने वाली कई टेक्नीकल कॉम्प्लेक्सिटी को हेण्डल करने के लिये काफी होते हैं। परंतु

10 | ई-कॉमर्स : डिजिटल मार्केटिंग

इस स्तर के वेबसाइट को डेवलप करने में अधिक बजट एवं अधिक व्यक्तियों की आवश्यकता होती है।

प्रश्न 7. ई-कॉमर्स वेबसाइट डिजाइन करते समय आप किन विभिन्न बिंदुओं पर विचार करेंगे?

What are the various points will you consider while designing e-commerce websites ?

एक अच्छी ई-कॉमर्स वेबसाइट में निम्नलिखित महत्वपूर्ण कार्य होने चाहिए-

1. अच्छा यूजर इंटरफेस और अनुभव
2. सकारात्मक मोबाइल अनुभव
3. सुरक्षा
4. SEO केपेलाटीज
5. सुरक्षित भुगतान विकल्प और चेकआउट

आपको ई-कॉमर्स वेबसाइट की विशेषताएं उपयोगकर्ता के अनुभव को अच्छा बना सकती है या बिगाड़ सकती है।

अच्छा यूजर इंटरफेस/अनुभव

यह महत्वपूर्ण है कि आपको वेबसाइट का एक अच्छा और आकर्षक यूजर इंटरफेस हो और यह समान यूजर अनुभव प्रदान करे। आपकी वेबसाइट का इंटरफेस बहुत सरल होना चाहिए क्योंकि यह आपके फर्म बिजनेस के बारे में एक धारणा बनाता है, सरल स्टेप्स के साथ इसे आसान और इंजी-टु-नेविगेट होना चाहिए, एक लॉजिकल में लेआउट के साथ बिजनेस के माध्यम से विजिटर्स का मार्गदर्शन करता रहे। यूजर इंटरफेज डिजाइन के लिए सही इंटरैक्शन डिजाइन और सूचना लेयर की आवश्यकता होती है। क्योंकि ग्राहक एक बुरे अनुभव के बाद किसी ब्रांड की ऑनलाइन से खरीदारी नहीं करेंगे। दो महत्वपूर्ण तत्व-UX और UI एक अच्छी वेबसाइट इंटरफेस के अनुभव को बढ़ाने में अद्भुत काम करते हैं।

सकारात्मक मोबाइल एक्सपीरियंस

ई-कॉमर्स के विकास ने लोगों के खरीदारी करने के तरीके को बदल दिया है और यह संख्या लगातार बढ़ रही है। एक आधुनिक ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म को डिफॉल्ट रूप से वेबसाइट के लिए मोबाइल पर प्रथम दृष्टिकोण पर विचार करना चाहिए। यदि आपकी ई-कॉमर्स साइट पीसी पर अच्छा काम करती है लेकिन स्मार्टफोन से देखे जाने पर गड़बड़ हो जाती है, तो आप व्यावसाय खो रहे हैं।

सुरक्षा

सुरक्षा ई-कॉमर्स वेबसाइट और वेबसाइट डिजाइन के अविश्वसनीय रूप से महत्वपूर्ण पहलू का प्रतिनिधित्व करती है। वेबसाइटों जिसका उपयोग करते समय लोग

सुरक्षित महसूस करना चाहते हैं, जब कोई वेबसाइट ग्राहकों से जानकारी स्टोर करती है, और बहुत सारे डॉटा एकत्र करती है, जिसमें से कुछ संभावित रूप से संवेदनशील होते हैं जैसे कि नाम, पते, भुगतान जानकारी, और व्यक्तियों से जुड़ी कई अन्य चीजों पर एकीकृत डॉटा। ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर सुरक्षा के कारण यदि आप भरोसा खो देते हैं, आप उन्हें कभी भी वापस नहीं जीत सकते हैं, इसलिए ऐसा प्लेटफॉर्म चुनना चाहिए जो सुरक्षा को एक आवश्यकता के रूप में प्रस्तुत करता है, ना की एक विकल्प के रूप में।

SEO क्षमताएं

SEO से तात्पर्य सर्व इंजन ऑप्टिमाइजेशन से है। ये ऐसे उपकरण और प्रेकटीस हैं जो वेबसाइटों को सर्च रैंकिंग में अच्छा प्रदर्शन करने में मदद करते हैं और जब लोग कुछ शब्दों की खोज करते हैं तो प्राथमिकता सूची में स्थान प्राप्त करते हैं। SEO कई ऑनलाइन मार्केटिंग प्रोग्राम की रीढ़ भी बनाता है।

ये तकनीक उचित कीवर्ड के साथ ई-कॉमर्स वेबसाइटों को तेज बनाने और उचित रैंकिंग सुनिश्चित करने में मदद करती हैं। डिफॉल्ट रूप से, अच्छा SEO एक प्रकार की इनबाउंड मार्केटिंग के रूप में काम करता है। ये सुविधाएं ई-कॉमर्स वेबसाइट डिजाइन के साथ शुरू होती हैं।

भुगतान और चेकआउट

भुगतान एवं चेकआउट किसी भी ई-कॉमर्स वेबसाइट का महत्वपूर्ण भाग है। प्रत्येक ई-कॉमर्स वेबसाइट भुगतान के लिए ऑनलाइन माध्यम देती है जो सीधे उनके बैंक खाते से कनेक्टेड होता है। इसलिये पेमेन्ट प्रोसेस का सुरक्षित होना अत्यधिक आवश्यक भाग है।

चेकआउट, यूजर को अपने लॉगईन किये गए अकाउंट से सुरक्षित बाहर आने की सुविधा देना है। ई-कॉमर्स वेबसाइट पर सुरक्षित चेकआउट भी कन्ज्युमर की लायल्टी पर असर डालता है।

प्रश्न 8. बुनियादी सॉफ्टवेयर के अलावा एक ई-कॉमर्स वेबसाइट को सॉफ्टवेयर डेवलपमेंट सॉफ्टवेयर प्रोग्राम की आवश्यकता होती है, उन सॉफ्टवेयरों को विस्तार से समझाएँ।

Other than basic software an e-commerce website needs some additional software program support of software's to explain that software in detail.

लिक की जाँच के अलावा, लिक चेकर प्रोग्राम कभी-कभी वर्तनी और वेब पेजों के अन्य संरचनात्मक घटकों की जाँच करते हैं। डेवलपमेंट सपोर्ट व स्फॉटवेयर इस प्रकार की सहायता करने वाले सॉफ्टवेयर हैं।

रिमोट सर्वर एडमिनिस्ट्रेशन प्रोग्राम—यह सॉफ्टवेयर वेब एडमिनिस्ट्रेटर को इंटरनेट से जुड़े किसी भी कम्प्यूटर से वेबसाइट का प्रबंधन और निगरानी करने की सुविधा देता है।

ई-कॉमर्स सॉफ्टवेयर कैंटलॉग डिस्प्ले—एक कैंटलॉग वेबो जा रही वस्तुओं और सेवाओं की एक संगठित सूची है। एक ई-कैंटलॉग HTML फॉर्म में वस्तुओं और सेवाओं की एक साधारण सूची है जो एक ई-कॉमर्स कंपनी की वेबसाइट पर एक वेबपेज पर दिखाई देती है। यह दो प्रकार की है, (1) स्टैटिक सूची, पेज पर वस्तुओं और सेवाओं की निराल सूची प्रदान करना (ii) डायनैमिक कैंटलॉग—एक डेटाबेस में विक्री पर वस्तुओं के बारे में एक विस्तृत विशेषता प्रदान करना, विस्तृत विवरण, शिपमेंट समय आदि प्रदान करना। शॉपिंग कौंट, यह ई-कॉमर्स सेवा प्रदाताओं द्वारा प्रदान की जाने वाली एक इलेक्ट्रॉनिक कौंट है जिसका उपयोग यूजर द्वारा ट्रेक रखने के लिए किया जाता है। जैसे कौंट में चुने गए प्रोडक्ट (उत्पाद), उनकी तुलना और समीक्षा, खरीदारी करने का निर्णय लेने से पहले गए उत्पादों को जोड़ना या अर्वांछित उत्पाद को हटाकर इसे संशोधित करना आदि।

ई-कॉमर्स सॉफ्टवेयर के अतिरिक्त घटक निम्नलिखित हैं—

- (1) **मिडलवेयर**—यह सॉफ्टवेयर है जो ई-कॉमर्स सॉफ्टवेयर, अकाउंटिंग और इन्वेंट्री मैनेजमेंट डेटाबेस या एप्लिकेशन के बीच संबंध स्थापित करता है।
- (2) **एंटरप्राइज एप्लिकेशन इंटीग्रेशन**—यह एक विशिष्ट कार्य करता है जैसे इनवॉइस बनाना, पेरोल की गणना करना, भुगतान प्रोसेस करना आदि। यह प्रोग्राम तार्किक रूप से उन्हें एकीकृत करता है, एवं चार्ट में प्रोसेस करता है।
- (3) **एंटरप्राइज रिसोर्स प्लानिंग (ERP)**—यह एक सॉफ्टवेयर पैकेज है जो अकाउंटिंग, लॉजिस्टिक्स, मैनुफैक्चरिंग, मार्केटिंग, प्लानिंग और फाइनेंस फंक्शन सहित बिजनेस के सभी पहलुओं को एकीकृत करता है। उदाहरण- SAP
- (4) **कस्टमर रिलेशनशीप मैनेजमेंट (CRM)**—यह एक सॉफ्टवेयर है जो विक्री ऑटोमेशन, कस्टमर सेंटर का संचालन और विपणन अभियान जैसी गतिविधियों का संचालन करता है। यह कंपनी की वेबसाइट पर ग्राहकों की गतिविधियों के बारे में जानकारी एकत्र करता है और कंपनी को उस आधार पर स्ट्रेटजी बताता है।
- (5) **सफ्टवेयर चैन मैनेजमेंट**—यह सॉफ्टवेयर कम्पनी को प्लानिंग एवं कॉन्ट्रोलिंग जैसी मूलभूत आवश्यकता को इंटीग्रेट करने में मदद करता है। प्रोडक्ट के सफ्टवेयर एवं उनकी आपूर्ति का समन्वय इस मॉडल का महत्वपूर्ण भाग है।
- (6) **वेब सर्विस**—यह टेक्नोलॉजी एवं सॉफ्टवेयर का सेट है जो वेबसाइट को ऑपरटर के सहयोग के बिना भी चलने में मदद करता है। इन सर्विसों की सहायता से कस्टमर कर्मी भी वेबसाइट पर अपने प्रश्न पूछ सकते हैं एवं प्रोडक्ट संबंधित जानकारीयें एकत्रित कर सकते हैं।

(7) **कन्टेन्ट मैनेजमेंट सॉफ्टवेयर**—यह कंपनियों को बड़ी मात्रा में टेक्स्ट, ग्राफिक्स, फोटोग्राफ और मीडिया फाइलों को नियंत्रित करने में मदद करता है जो ई-कॉमर्स

व्यवसाय करने में बहुत महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। यह सॉफ्टवेयर आसानी से कंपनी को वेब पेज पर चैन जोड़ने, बनाने या हटाने, नियमित रखरखाव जैसी-गतिविधियों को करने की सुविधा देता है।

(8) **नॉलेज मैनेजमेंट सॉफ्टवेयर**—इसका उपयोग कंपनियों द्वारा सूचना एकत्र करने और व्यवस्थित करने, यूजर्स के बीच जानकारी साझा करने, सहयोग करके यूजर्स की क्षमता बढ़ाने के लिए किया जाता है। इसमें ऐसे उपकरण शामिल हैं जो उपयोगकर्ताओं को निर्णय लेने में मदद करने के लिए इलेक्ट्रॉनिक दस्तावेज, स्कैन किए गए पेपर, मेल संदेश, वेब पेज आदि एक्सेस करते हैं एवं उसका एनालिसिस करते हैं।

लघु उत्तरीय प्रश्न (Short Answer Type Questions)

प्रश्न 9. ई-कॉमर्स से आप क्या समझते हैं?
What do you mean by E-commerce ?
अथवा

ई-कॉमर्स को संक्षेप में समझाइए।
Explain E-commerce briefly.

ई-कॉमर्स शब्द व्यापारिक लेनदेन को संदर्भित करता है जिसमें खरीदार और विक्रेता एक दूरसंचार नेटवर्क का उपयोग करके इलेक्ट्रॉनिक रूप से कम्प्यूटरीकरण करते हैं।

ई-कॉमर्स लेन-देन में इलेक्ट्रॉनिक जैसे इंटरनेट और अन्य डिजिटल उपकरणों का उपयोग करके उत्पादों या सेवाओं को खरीदना और बेचना शामिल है। यह व्यापार करने और व्यापार में लेनदेन के प्रबंधन को एक नयी तकनीक है।

कॉमर्स में इलेक्ट्रॉनिक लेनदेन का उपयोग असाधारण रूप से बढ़ा है और ई-कॉमर्स इनोवेशन एक महत्वपूर्ण कदम के रूप में चिह्नित किया गया है। इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर, सफ्टवेयर चैन मैनेजमेंट, इंटरनेट मार्केटिंग, ऑनलाइन ट्रांजेक्शन प्रोसेसिंग सिस्टम, इलेक्ट्रॉनिक डॉटा इंटरचेंज, ऑटोमेटेड डॉटा कलेक्शन सिस्टम और कई और टेक्नॉलॉजी अब ई-कॉमर्स क्षेत्र के अंतर्गत आती हैं।

ई-कॉमर्स न केवल ग्राहकों और कंपनियों के बीच व्यापार को सपोर्ट करता है, बल्कि यह दो कंपनियों और कंपनियों के बीच भी व्यापार को सपोर्ट करता है। ई-कॉमर्स के इस भाग को आमतौर पर बी2बी लेनदेन के रूप में जाना जाता है, जहाँ दो विक्रेता इंटरनेट तकनीकों का उपयोग करके एक दूसरे के साथ अच्छा ट्रांजेक्शन कर रहे हैं।

इसलिए, संक्षेप में, इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स आधुनिक बिजनेस का एक तरीका है जो डिजीटली की गति बढ़ाकर लागत कम करने और वस्तुओं और सेवाओं की गुणवत्ता में सुधार करते हुए व्यवसायों, विक्रेताओं और ग्राहकों की आवश्यकता को पूरा करता है।

14 | ई-कॉमर्स : डिजिटल मार्केटिंग

प्रश्न 10. आधुनिक समाज में ई-कॉमर्स के प्रभाव की व्याख्या करें।

Explain the significance of E-commerce in modern society.

अथवा

आधुनिक समाज में ई-कॉमर्स के महत्व की चर्चा कीजिए।

Explain the importance of E-commerce in modern society.

1970 के दशक की शुरुआत में ई-कॉमर्स के अनुप्रयोगों का उपयोग बड़े निगमों और कुछ व्यवसायों द्वारा व्यापक के ट्रांजेक्शन को साझा करने के लिए किया गया था। इलेक्ट्रॉनिक डेटा इंटरचेंज के विकास ने आधुनिक इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स के लिए एक मंच तैयार किया है जो प्रत्येक व्यवसाय को इलेक्ट्रॉनिक रूप से अपनी सेवाओं का आदान-प्रदान करने की सुविधा देता है। चूंकि 90 के दशक की शुरुआत में इंटरनेट और सूचना प्रौद्योगिकी का व्यावसायीकरण हुआ था, इसके अनुप्रयोगों का तेजी से पूरे विश्व में वित्तर हुआ है। इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स एक बहुत व्यापक क्षेत्र है जो लगभग हर प्रकार के वाणिज्यिक लेनदेन को कवर करता है, जैसे होम बैंकिंग, शॉपिंग, इलेक्ट्रॉनिक मॉल, स्टॉक एक्सचेंज, नौकरी ढूँढना, ऑक्शन आयोजित करना, व्यवसायों के बीच इलेक्ट्रॉनिक सहयोग और इंटरनेट प्रौद्योगिकियों के माध्यम से ग्राहक सेवा प्रदान करना आदि। ई-कॉमर्स के कुछ अन्य नाम वेब कॉमर्स, ऑनलाइन कॉमर्स और एम-कॉमर्स भी हैं।

इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स के उपयोग में वृद्धि के साथ, यह हर क्षेत्र में महत्व प्राप्त करता जाएगा। यह आधुनिक तकनीक है। ई-कॉमर्स के बिना आप बिजनेस की उम्मीद नहीं कर सकते। यह प्लेटफॉर्म आपको दुनिया भर में अपने व्यवसाय तक पहुंचने का मौका देता है।

प्रश्न 11. ई-कॉमर्स की विभिन्न सेवाओं का वर्णन कीजिए।

Describe the different services/ functions of E-commerce.

अथवा

ई-कॉमर्स के विभिन्न कार्यों का वर्णन कीजिए।

Describe the different functions of E-commerce.

ई-कॉमर्स इंटरनेट पर संचालित किसी भी प्रकार के व्यवसाय को संदर्भित करता है, लेकिन इसका कार्य अब समय के साथ और बदल गया है। ई-कॉमर्स का मुख्य कार्य इंटरनेट और उसकी सेवाओं का उपयोग करके किसी उत्पाद की वास्तविक बिक्री करना है। इसलिए इसे आजकल आमतौर पर वेब कॉमर्स या ऑनलाइन कॉमर्स के नाम से भी जाना जाता है जिससे आप पूरी दुनिया में किसी भी सामान या सेवाओं को ऑनलाइन खरीद एवं बेच सकते हैं।

गोटकट या सेवाओं को बेचने के अलावा, ई-कॉमर्स निम्नलिखित सेवाएँ भी प्रदान करता है—

1. इलेक्ट्रॉनिक डेटा विनिमय।
2. इलेक्ट्रॉनिक मेल।

3. इलेक्ट्रॉनिक बुलेटिन बोर्ड।

4. इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर और अन्य नेटवर्क-आधारित टेक्नोलॉजी।

मार्केट के अनुसार, इन सेवाओं को निम्नानुसार वर्गीकृत किया जा सकता है—

1. ऑनलाइन गुड्स एवं सर्विस।
2. रीटेल सेवाएँ।
3. व्यवसायों के लिए बाजार में स्थान।

प्रश्न 12. ई-कॉमर्स के प्रकारों की चर्चा कीजिए।

Discuss the types of e-commerce.

ई-कॉमर्स लेन-देन के लिए सभी पक्षों को मंच प्रदान करता है, इसे मोटे तौर पर आठ प्रकारों में वर्गीकृत किया जा सकता है।

I. पार्टियों के अनुसार विभाजन-

1. व्यवसाय से व्यवसाय
2. व्यवसाय से उपभोक्ता
3. उपभोक्ता से व्यवसाय
4. उपभोक्ता से उपभोक्ता
5. सरकार से व्यवसाय
6. व्यवसाय से सरकार
7. सरकार से नागरिकों को और
8. मोबाइल वाणिज्य

II. लेन-देन में शामिल दो पक्षों के बीच संबंधों के आधार पर विभाजन।

इन मॉडलों का आगे वर्गीकरण है-

1. ब्रोकरेज मॉडल
2. ट्रांजेक्शन ब्रोकर मॉडल
3. एग्रीगेटर मॉडल
4. इन्फोमिडियरी मॉडल
5. कम्प्यूनीटी मॉडल
6. वेल्थुवेन मॉडल
7. विज्ञापन मॉडल
8. निर्माता मॉडल
9. सबक्रियान मॉडल
10. एलिकेशन मॉडल

इन में शामिल दोनों पक्षों के बीच लेन-देन के संबंध के आधार पर प्रत्येक मॉडल को अलग-अलग पहचान की जाती है, पाठियों के पास ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर अपने लेन-देन को निष्पादित करने के लिए कई रिलेशनल मॉडल हो सकते हैं।

प्रश्न 13. ब्रोकरेज मॉडल को इसके प्रकार के साथ समझाइए।

Explain the Brokerage model in detail, with its type.

रेडिशनल बाजार के समान यह मॉडल भी एक माध्यम को अपने ट्रांजैक्शन में उपयोग करता है जिसे दलाल के नाम से जाना जाता है, जो व्यापारी और खरीदार को अपने लेन-देन करने के लिए एक साथ लाने की सुविधा देता है, केवल अंतर यह है कि इन लेन-देन को एकत्रित करने का काम ऑनलाइन प्लेटफॉर्म के द्वारा किया जाता है। यहाँ ब्रोकर सभी प्रकार के बाजार जैसे बीडबी, बीडसी और सीडबी में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। जहाँ ब्रोकर प्रत्येक लेन-देन के लिए शुल्क या कमीशन लेता है जो इस प्रकार के ऑनलाइन प्लेटफॉर्म का उपयोग करता है।

ब्रोकरेज मॉडल के प्रकार

ई-मार्केटप्लेस एक्सचेंज—इस मॉडल में ब्रोकर सभी प्रकार की ऑनलाइन सेवाओं और लेन-देन प्रक्रियाओं से निपटने के लिए एक मंच देता है, ब्रोकर अपने पंजीकृत विक्रेताओं से बिक्री की लागत पर कुछ कमीशन लेता है, उदाहरण के लिए Amazon.com, और Flipkart.com।

खरीद-बिक्री की पूर्ति—इस मॉडल में, ब्रोकर प्रोडक्ट और सर्विसों को बेचने और खरीदने के लिए ग्राहक से ऑर्डर लेता है। EBay, OLX, cardelkho.com जैसे वेबसाइट ग्राहक को केवल उनके उत्पादों को खरीदने और बेचने के लिए एक आधार प्रदान करती हैं।

नीलामी ब्रोकर—ब्रोकर किसी उत्पाद की नीलामी के दौरान हुए लेन-देन के मूल्य के अनुसार विक्रेता से लिस्टिंग शुल्क और कमीशन लेता है।

वितरक मॉडल—यह एक कैटलॉग ऑपरेटर मॉडल है जो बड़ी संख्या में प्रोडक्ट निर्माताओं को जोड़ता है और उन्हें खरीदारों की संख्या प्रदान करता है, ब्रोकर फ्रेंचाइजी और वितरकों के बीच व्यापार लेनदेन की सुविधा प्रदान करता है।

वर्चुअल मार्केटप्लेस—इसे वर्चुअल मॉल के रूप में भी जाना जाता है, यह ऑनलाइन बिजनेस के लिए एक होस्टिंग सेवा है जो सेटअप मासिक लिस्टिंग और लेनदेन शुल्क लेती है, यह ऑटोमेटिक लेन-देन और रिलेशनशिप मार्केटिंग सेवाएँ भी प्रदान करती है, और सेवाओं के लिए कुछ ब्रोकरेज चार्ज करती है।

सर्व एजेंट—यहाँ रोबोट एक एजेंट के रूप में काम करते हैं जो संचालित खरीदारों और विक्रेताओं को खोजने के लिए ऑनलाइन प्लेटफॉर्म पर क्रॉलर की तरह काम करते हैं। ये ब्रोकर, खरीदार और विक्रेता के लिए सबसे उपयुक्त मूल्य और स्थान ढूँढते हैं।

प्रश्न 14. विज्ञापन मॉडल के बारे में विस्तार से बताएँ।

Explain the Advertising model in detail.

यह मॉडल पारंपरिक मीडिया प्रसारण मॉडल या पारंपरिक विपणन प्रणाली के विस्तार के रूप में काम करता है जहाँ कंपनी, वेबसाइट और सोशल मीडिया जैसे उपकरणों का उपयोग करके अपने प्रोडक्ट और सेवाओं को ऑनलाइन बढ़ावा देने के लिए ग्राहक को लक्षित करती है। वेबसाइट एक विज्ञापन संदेश के साथ मिश्रित सामग्री और सेवाएँ प्रदान करती है और प्रमोशन और एडवर्टाईजिंग के लिए सर्व इंजन मार्केटिंग मॉडल का उपयोग करती है।

एक विज्ञापन मॉडल में सेवाओं को बढ़ाने के लिए प्रमुख तत्वों के रूप में निम्नलिखित घटक शामिल हैं—

1. वेब पोर्टल
2. अंतिम उपयोगकर्ता पंजीकरण
3. उपयुक्त विज्ञापन
4. क्वेरी-आधारित भुगतान प्लेसमेंट
5. प्रासंगिक पारंपरिक या व्यवहारिक विपणन
6. युक्त लक्षित विज्ञापन

विज्ञापन मॉडल के प्रमुख घटक

1. सोशल मीडिया मार्केटिंग—सोशल मीडिया मार्केटिंग फर्म को कस्टमर बेस बनाना है ताकी फर्म/बिजनेस अपने प्रोडक्ट और सर्विसेस का वैश्विक तौर पर प्रमोशन कर सके।

सोशल मीडिया मार्केटिंग बिजनेस प्रफॉर्मंस को अपने प्रोडक्ट एवं सर्विसेस के हिसाब से कम्युनिटी या ग्रुप क्रियेट करने की सुविधा देता है, जिससे बिजनेसमेन अपने लक्षित कस्टमर को ग्लोबली ढूँढ सकते हैं।

2. सर्व इंजीन मार्केटिंग—सर्व इंजीन मार्केटिंग ग्राहकों तक अपने प्रोडक्ट को एडवर्टाईजिंग को माध्यम से पहुँचाने का सबसे सरल एवं कारगर माध्यम है। सर्व इंजन प्रमोटर के विज्ञापन को कीवर्ड के माध्यम से खोजकर सर्व इंजन पर प्रदर्शित करते हैं। सर्व क्वेरी एवं कीवर्ड जैसे-टूल का उपयोग करके, प्रोडक्ट प्रमोटर अपने उत्पादों का पुनर्मुल्यांकन सर्व पेज पर अपनी रैंकिंग बढ़ा सकते हैं।

Google सर्व इंजन, Google Act Words आजकल सर्व इंजन मार्केटिंग के सबसे महत्वपूर्ण टूल बन गये हैं।

प्रश्न 15. वैल्यू चेन मॉडल को समझाइए।

Discuss the Value chain Model.

माइकल पोटर के अनुसार, “एक वैल्यू चेन गतिविधियों का एक समूह है जो एक संगठन अपने ग्राहकों के लिए तैयार प्रोडक्ट या सर्विस की वैल्यू बढ़ाता है।” यह मॉडल डिमांड और सप्लाई चेन मॉडल पर आधारित है।

वैल्यू चेन मॉडल के सभी संसाधनों जैसे विक्रेताओं, सूचना सामग्री, श्रम सुविधाओं रसद आदि को एक त्वरित एवं उत्तरदायी प्रबंधित समाधान के रूप में एकीकृत करता है जो लाभ को अधिकतम करता है और अपशिष्ट को कम करता है।

वैल्यू चेन मॉडल में, एक फर्म का उत्पाद और सेवा एक वितरक द्वारा ग्राहकों को वितरित की जाती है, एक वितरक फर्म आपूर्तिकर्ता और ग्राहक के बीच संबंध घनिष्ठ बनाने में मदद करता है, इस मॉडल से कम्पनियाँ एवं कस्टमर प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष रूप से आपस में जुड़ कर प्रोडक्ट एवं सेवाओं का लाभ ले सकते हैं।

उदाहरण के लिए, डेल और ऐपल के पास अपने उत्पाद सीधे ग्राहक को बेचने के लिए वेबसाइटें और वितरकों के माध्यम से भी अपने उत्पाद बेचने के लिए फर्म हैं।

प्रश्न 16. कम्युनिटी मॉडल पर एक नोट लिखें।

Write a note on the community model.

कम्युनिटी मॉडल ग्राहक की लायल्टी पर आधारित है। इस मॉडल में कम्पनियाँ विपणन के लिए एक सामुदायिक ग्राहक का चयन करती हैं और रेवेन्यू बढ़ाती हैं, इस मॉडल का उद्देश्य विशिष्ट समुदाय के ग्राहकों को लक्षित करते हुए विशिष्ट उत्पाद बनाना है और सही विज्ञापन सही कम्युनिटी तक पहुँचा कर, कम्पनियों की जागरूकता बढ़ाना और रेवेन्यू उत्पन्न करना है।

उदाहरण के लिए, यदि किसी कंपनी को एक नोटबुक लॉन्च करने की आवश्यकता है, तो उसे विश्वविद्यालयों के छात्रों, शिक्षकों और प्रोफेसर्स के समुदाय को टारगेट करना होगा ताकि कम्पनी के प्रोडक्ट की जागरूकता एवं आवश्यकता बनी रहे।

एक सामुदायिक व्यवसाय मॉडल मानवीय संबंधों की आपस में जुड़ने की शक्ति को रेवेन्यू में बदलता है।

प्रश्न 17. इंफो मीडियरी मॉडल पर एक नोट लिखें।

Write a note on Info mediarary model.

इंफो मीडियरी मॉडल—यह शब्द इन्फॉर्मेशन और मीडिया का एक संयोजन है जहाँ एक संगठन अपने ग्राहकों और उनके मूल्यवान उत्पादों की खरीद के बारे में डाँटा एकत्र करता है। यह डाँटा मार्केट में आने वाली नयी फर्म के लिये बहुत महत्वपूर्ण होता है जो इन उपभोक्ताओं को ऑनलाइन उत्पाद बेचने के लिए योजना चाहती है।

फर्म अपने ग्राहकों के डाँटा को जरूरतमंद फर्मों को बेचकर पैसा कमाती है, एवं ग्राहकों की जानकारी एकत्रित करने के लिये प्री सर्विसेज भी देती है।

इन्फोमीडियरी मॉडल में निम्नलिखित मॉडल शामिल हैं—

1. एडवर्टाईजिंग मॉडल—इस मॉडल में, फर्म अपने उत्पाद बैनर को ग्राहक नेटवर्क साइटों पर अपलोड करती है और ऑनलाइन मार्केटिंग प्रभावों का विशलेषण करने के लिए ऑनलाइन यूजर्स के बारे में डाँटा एकत्र करती है।

2. प्रोत्साहन विपणन मॉडल—इस मॉडल में, उपभोक्ता को वेडर की वेबसाइट या ऐप से मुफ्त लाभ मिलता है, इसमें फर्म का मालिक मुफ्त कूपन और रिडीम किए गए पॉइंट के रूप में प्रोत्साहन प्रदान करता है।

3. नेटा मीडियरी मॉडल—इस मॉडल में एजेंट माल या सेवाओं के वास्तविक दर्शकेशन में शामिल हुए बिना प्रोडक्ट एवं ग्राहकों की व्यापक जानकारी और अतिरिक्त सेवाएँ प्रदान करके खरीदारों और विक्रेताओं के बीच निर्देशों की सुविधा प्रदान करता है

प्रश्न 18. निर्माता के मॉडल पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।

Write a short note on the Manufacturer's model.

निर्माता मॉडल—इस मॉडल में, डिस्ट्रीब्यूटर चैनल और ब्रोकरेज मॉडल की भगीदारी को कम करने के लिए कंपनी सीधे खरीदारों तक पहुँचने के लिए एक प्रत्यक्ष वेब पोर्टल का उपयोग करती है। यह ग्राहक संपर्क, ग्राहक सेवा और ग्राहक की जरूरतों को बेहतर ढंग से समझने में मदद करता है। इस मॉडल में निर्माता, वितरकों और खुदरा विक्रेताओं के लाभ मार्जिन को कम करते हैं ताकि वे प्रतिस्पर्धा की तुलना में कम कीमत पर सीधे ग्राहक को उत्पाद बेच सकें, यह ग्राहक-ओरिएन्टेड मॉडल है जो मुख्य रूप से ग्राहक सेवा गारंटी और सपोर्ट पर केंद्रित है।

प्रश्न 19. एफिलिएशन मॉडल पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखें।

Write a short note on an Affiliate model.

एफिलिएशन मॉडल—एफिलिएशन मॉडल एक तरह का सेल मॉडल होता है, जिसमें एफिलिएटेड वेबसाइट एवं व्यक्ति ऑनलाइन प्लेटफॉर्म और ब्याँग का इस्तेमाल करके अपना सेल बढ़ाता है। बहुत सी ई-कॉमर्स वेबसाइट अपने प्रोडक्ट को बेचने के लिये कई एल्तीकेशन प्रोग्राम का उपयोग करते हैं ताकि प्रोडक्ट पर ज्यादा से ज्यादा लाभ कमाया जा सके एफिलिएशन मॉडल में instagraam, pinterest और facebook जैसे सोशल मीडिया मार्केटिंग प्लट बहुत महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

प्रश्न 20. ई-कॉमर्स वेबसाइट बनाने के लिए उपयोग किए जाने वाले विभिन्न हार्डवेयर और सॉफ्टवेयर के घटक कौन से हैं?

What are the different hardware and software components used to create an e-commerce website ?

प्रमुख हार्डवेयर (component)

- Intel Core i5/i7 (10वीं पीढ़ी) या AMD 3 प्रोसेसर या इससे ऊपर का वर्जन।
- की-मेमोरी 16 जीबी रैम या अधिक।
- आपके डाँटा को स्टोर करने के लिए 512 जीबी एसएसडी और उससे अधिक का स्टोरेज।

- ग्राफिकल वेब पेज डिजाइन करने के लिए AMD Radeon ग्राफिक्स कार्ड।
- अपने प्रोडक्ट को उच्च रिजॉल्यूशन में प्रदर्शित करने के लिए 1920 x 1080 पिक्सेल रिजॉल्यूशन का स्क्रीन।

प्रमुख सॉफ्टवेयर घटक-

- आपके वेब पेज के लिए कोड और एचटीएमएल कोड लिखने के लिए text/HTML एडिटर सॉफ्टवेयर।
- आपके वेब पेज को लॉन्च करने के लिए वेब ब्राउजर।
- ग्राफिक्स एडिटर वेब पेज, ग्राफिक्स को उपयोग करने के लिए।
- FTP क्लाइंट आपके डॉटा या वेब पेज को नेटवर्क पर भेजने के लिए।

प्रश्न 21. ई-कॉमर्स में वेब होस्टिंग और वेब होस्टिंग के प्रकारों पर एक टिप्पणी लिखिए।

Write a note on web hosting in e-commerce and types of web hosting.

वेब होस्टिंग एक ऑनलाइन सेवा है जो आपको अपनी वेबसाइट की फाइलों को इंटरनेट पर प्रकाशित करने की सुविधा देती है। इससे ग्राहक इंटरनेट का उपयोग करके, आपकी वेबसाइट तक पहुँच सकता है। यह आमतौर पर उस सेवा को संदर्भित करता है जो आपको वेब होस्टिंग प्रदाता से मिलती है। जबकि ई-कॉमर्स होस्टिंग एक वेब होस्टिंग प्लेटफॉर्म से संबंधित है जो एक इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स वेबसाइट की सेवा देता है, जिसमें भुगतान प्रोसेसिंग सेवाएँ, सुरक्षा पहलु, SSL, शॉपिंग कार्ट सॉफ्टवेयर और भी बहुत कुछ शामिल हैं।

वेब होस्टिंग एक प्रकार से सर्वर मैनेजमेंट का कार्य करता है, जहाँ आपके कंटेंट को किसी सर्वर में स्थापित किया जाता है ताकि आपकी वेबसाइट 24 x 7 लाईव रह सके। ई-कॉमर्स, वेब होस्टिंग आपको कई फायदे देती है, जैसे कंटेंट का फॉर्मेट मैनेज करना, कंटेंट को रिडेबल फॉर्मेट में वेबसाइट पर अपलोड करना, वेबसाइट को सुरक्षा प्रदान करना, स्पीड मेंटेन करना आदि।

ई-कॉमर्स वेब होस्टिंग के प्रकार

क्लाउड आधारित ई-कॉमर्स होस्टिंग

क्लाउड-आधारित ई-कॉमर्स होस्टिंग आज सबसे लोकप्रिय विकल्पों में से एक है। ऐसा इसलिए है क्योंकि क्लाउड तकनीकों का उपयोग करने वाली वेब होस्टिंग को किसी भी आकार की साइट की जरूरतों को पूरा करने के लिए कॉन्फिगर किया गया है। इसके अलावा, क्लाउड होस्टिंग सबसे स्थिर विकल्प है, अधिकांश ई-कॉमर्स सपोर्टेड होस्टिंग सेवाएँ इस तकनीक का उपयोग करती हैं।

शेयर्ड ई-कॉमर्स वेब होस्टिंग

यदि आप पैसा बचाना चाहते हैं तो शेयर्ड ई-कॉमर्स होस्टिंग पर विचार कर सकते हैं। यह वह स्थान है जहाँ कई ग्राहक अपनी ई-कॉमर्स साइट्स को एक ही वेब सर्वर पर डालते हैं।

इसका नकारात्मक पहलू यह है कि यदि एक साइट के ट्रैफिक में बड़ी वृद्धि होती है, तो यह अन्य सभी साइटों को धीमा कर देती है या इस प्रकार की समस्याओं का अनुभव करती है। होस्टिंग प्रोवाइडर का इस जोखिम को प्रबंधित करने के लिये वेब डायवर्जन का एक महत्वपूर्ण कार्य नियमित रूप से करता है।

VPS ई-कॉमर्स होस्टिंग

VPS, या वर्चुअल प्राइवेट सर्वर, एक होस्टिंग तकनीक है जहाँ एक सर्वर का उपयोग कई अलग-अलग वेबसाइटों को चलाने के लिए किया जाता है। शेयर्ड होस्टिंग के विपरीत, हालाँकि, किसी दिए गए सर्वर पर प्रत्येक ग्राहक को सेट सिस्टम रिसोर्स का पूर्णरूप से उपयोग करते हुए शेयर किया जाता है।

यह ट्रैफिक में स्पाइक सुनिश्चित करने में मदद करता है या एक साइट के साथ अन्य समस्या होने पर दूसरी साइट्स प्रभावित नहीं करता है। यह उच्च स्तर की होस्टिंग है जो शेयर्ड सर्वरों की तुलना में बहुत अधिक विश्वसनीय है।

ई-कॉमर्स के लिए डेडिकेटेड होस्टिंग

डेडिकेटेड होस्टिंग एक एसी होस्टिंग होती है जहाँ पर आपको एक पूरा सर्वर दे दिया जाता है। जिसका मतलब यह सर्वर केवल आपकी वेबसाइट को ही होस्ट करेगा, डेडिकेटेड होस्टिंग में आपको बहुत सारे रिसोर्स परसंजली केवल आपकी वेबसाइट के लिये मिलते हैं जिससे आपको अपनी वेबसाइट का पूरा कंट्रोल मिलता है, आप सर्वर पर अपने अनुसार सॉफ्टवेयर और हार्डवेयर बढ़ा और घटा सकते हैं।

डेडिकेटेड होस्टिंग एक सबसे महँगी प्रकार की वेब होस्टिंग होती है। इस प्रकार की वेब होस्टिंग सामान्य हार्ड ट्रैफिक वेबसाइट्स के लिये अच्छी होती है।

□

ई-कॉमर्स गतिविधियाँ और संचालन

[E-commerce Activities and Operations]

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न (Long Answer Type Questions)

प्रश्न 22. विभिन्न ई-कॉमर्स गतिविधियों पर एक नोट लिखिए।

Write a note on various e-commerce activities.

ई-कॉमर्स—ई-कॉमर्स का तात्पर्य ऑनलाइन कामर्स की गतिविधियों और इंटरनेट पर लेन-देन करने से है। इसमें इंटरनेट पर उत्पाद खरीदने और बेचने, मौद्रिक लेन-देन करने आदि जैसी गतिविधियाँ शामिल हैं। इंटरनेट का उपयोग ई-कॉमर्स के लिए किया जाता है। यह मुख्य रूप से प्रवाह की अंतिम प्रक्रिया से जुड़ा हुआ है जिसका अर्थ है उत्पाद का अंतिम ग्राहक तक पहुँचाना।

ई-कॉमर्स को सपोर्ट करने वाली तकनीकों में ई-कॉमर्स या मोबाइल कॉमर्स, कैश का इलेक्ट्रॉनिक ट्रॉसफर, इंटरनेट मार्केटिंग, इलेक्ट्रॉनिक डॉटा इंटरचेंज, इन्वेंट्री प्रबंधन प्रणाली और ऑनलाइन लेनदेन प्रोसेसिंग शामिल हैं।

ई-कॉमर्स के उदाहरण ऑनलाइन रिटेल विक्रेता जैसे Amazon, Flipkart, Myndra and Paythem Mall, डिजिटल स्टोर्स जैसे ई-बुक, ऑनलाइन सेवाएँ आदि के विक्रेता शामिल हैं।

ई-कॉमर्स के निम्न ऑपरेशन हैं—

1. ऑनलाइन उत्पाद खरीदना और बेचना
2. ऑनलाइन टिकटिंग
3. ऑनलाइन बैंकिंग
4. विभिन्न करों का भुगतान करना
5. ऑनलाइन अकाउंटिंग सॉफ्टवेयर
6. ऑनलाइन ग्राहक सपोर्ट

ये व्यावसायिक लेन-देन चार तरीकों से किए जा सकते हैं— बिजनेस टू बिजनेस (B2B), बिजनेस टू कस्टमर (B2C), कस्टमर टू कस्टमर (C2C), और कस्टमर टू बिजनेस (C2B)।

ई-कॉमर्स आधारित गतिविधियाँ

ऑनलाइन खरीदारी—ई-कॉमर्स का एक सामान्य उदाहरण ऑनलाइन निर्मित इंटरनेट खरीद स्रोतों के माध्यम से खरीदारी करना और भौतिक दुकानों पर उपलब्ध विकल्पों की अधिक विविधता को बढ़ावा देना है, कुछ स्टोर केवल ऑनलाइन रूप से मौजूद हैं और निवेश और भौतिक बुनियादी ढाँचे में खर्च न करके भी लाभ उठाते हैं।

इलेक्ट्रॉनिक भुगतान—यूटिलिटी बिल फोन, केबल और इंटरनेट बिल के साथ—साथ ऑनलाइन शॉपिंग के लिए भुगतान प्रणाली ई-कॉमर्स का एक महत्वपूर्ण पहलू है, भुगतान विकल्प ई-कॉमर्स में अच्छी सुरक्षा के साथ क्रेडिट कार्ड और व्यक्तिगत जानकारी के संबंध में सुरक्षा एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। इलेक्ट्रॉनिक भुगतान प्रणालियों में यह एक अच्छी भूमिका निभा रहा है।

वर्चुअल नीलामी ई-कॉमर्स का एक संस्करण ebay और OIX एक लोकप्रिय ऑनलाइन नीलामी है जहाँ ग्राहक अपने उत्पाद को पुनर्विक्रय के लिए रख सकते हैं ये वेबसाइट ग्राहक को सर्वोत्तम संभव कीमत पर दूसरों को उत्पाद बेचने की सुविधा प्रदान करती है।

इंटरनेट बैंकिंग—इंटरनेट बैंकिंग को ऑनलाइन बैंकिंग के नाम से भी जाना जाता है। इसके जारिये ग्राहक, फर्नानडेशियल ट्रॉजैक्शन कर सकते हैं, इंटरनेट बैंकिंग ग्राहकों को यदि उनके पास सक्रीय अकाउंट है तो सारे बैंकिंग से जुड़े काम शीघ्रता से करने की सेवा प्रदान करता है ऑनलाइन फण्ड ट्रॉजैक्शन, ऑटोमेटिक पेमेंट, ऑटोमेटिक SIP, UPI पेमेंट आदि सर्विसेस ग्राहकों को इंटरनेट बैंकिंग से आसानी से 24 x 7 उपलब्ध है।

ऑनलाइन बुकिंग—लगभग सभी प्रकार की गतिविधियों के लिए टिकट बुकिंग अब ऑनलाइन की जाती है इसमें यात्रा टिकट जैसे हवाई यात्रा, बस और ट्रेन यात्रा के साथ-साथ मनोरंजन और खेल आयोजनों के टिकट भी शामिल हैं, इससे लोग काराओं से बच सकते हैं। ऑनलाइन सिस्टम इसमें महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

प्रश्न 23. ई-कॉमर्स सेवा प्रदाताओं से आप क्या समझते हैं? ई-कॉमर्स सेवा प्रदाताओं के प्रकारों के बारे में लिखिए।

What do you understand by e-commerce service providers?
Write about types of e-commerce service providers.

एक ऑनलाइन ईजेशन जो ई-कॉमर्स लेन-देन करने के लिए जैसे सभी आवश्यक सुविधाएँ प्रदान करता है जिसमें सुरक्षित लेन-देन सुविधाओं, वेब साइट प्रचार सेवाओं, क्रेडिट कार्ड उपयोग की सुविधाओं और वेब डिजाइन विशेषज्ञता आदि सुविधाओं को मैनेज करना है, ई-कॉमर्स सेवा प्रदाता के रूप में जाना जाता है। सेवा प्रदाताओं के तीन प्रमुख प्रकार हैं—

24 | ई-कॉमर्स : डिजिटल मार्केटिंग

1. इन्टरनेट सर्विस प्रोवाइडर
2. शेयर सर्विस प्रोवाइडर
3. एक्सटरनेल सर्विस प्रोवाइडर

इन्टरनेट सर्विस प्रोवाइडर

ISP सेवा प्रदाता है जो एक सिंगल बिजनेस यूनिट के लिए समर्पित और एम्बेडेड सिस्टम है। यह व्यावसायिक इकाइयों एक बड़े उद्यम या मूल संगठन का हिस्सा हो सकती है। जिसके लिये ISP एड सपोर्ट सिस्टम की तरह काम करता है, व्यावसायिक कार्य जैसे वित्त, प्रशासन, लॉजिस्टिक्स, मानव संसाधन और आईटी बिजनेस के विभिन्न भागों के लिए ISP आवश्यक सेवाएँ प्रदान करते हैं।

आईएसपी को अपने मालिक-ग्राहकों के साथ मजबूत कनेक्शन का लाभ मिलता है, बाहरी पार्टियों के साथ व्यापार करने से जुड़ी कुछ लागतों और जोखिमों से बचा जाता है। चूँकि आईएसपी विशिष्ट बिजनेस इकाइयों के लिए समर्पित है, इसलिए उन्हें व्यवसाय और उसके लक्ष्यों, योजनाओं और संचालन का गहन ज्ञान होना आवश्यक है। ISP कस्टमर सर्विस को ध्यान में रखकर विशेष रूप से तैयार किये जाते हैं जिसका मुख्य उद्देश्य कंपनी के लिये लाभ प्राप्त करना होता है।

शेयर्ड सर्विस यूनिट

शेयर्ड सर्विस व्यवसाय ऑपरेटर का समूह है जो एक ही संगठन के कई भागों द्वारा उपयोग किया जाता है।

शेयर्ड सर्विस लागत-कुशलता पूर्वक उपयोग है क्योंकि वे बैंक-ऑफिस संचालन को केंद्रीकृत करती हैं जो एक ही कंपनी के कई डिवाइजनों द्वारा उपयोग किए जाते हैं और रिसोर्स की रिडनडेसी को समाप्त करते हैं। कुछ कंपनियाँ बिल डिवाइजनों के लिए चार्ज बैंक प्रणाली का उपयोग करती हैं जो प्रति-उपयोग, प्रति-तिमाही या प्रति-वर्ष के आधार पर सेवा का प्रदान करती हैं। अन्य कंपनियाँ व्यवसाय चलाने की निरंतर लागत के हिस्से के रूप में शेयर्ड सर्विस को लागत को कम करती हैं। आज, अधिकांश कंपनियाँ वित्त, मानव संसाधन प्रबंधन (एचआरएम) और सूचना प्रौद्योगिकी (आईटी) के लिए एक शेयर्ड सर्विस मॉडल का इस्तेमाल करती हैं।

एक डिस्ट्रीब्यूशन वितरण मॉडल का लक्ष्य प्रत्येक व्यावसायिक डिपार्टमेंट को अपने सीमित संसाधनों को उन गतिविधियों पर केंद्रित करने की सुविधा प्रदान करना है जो डिपार्टमेंट के व्यावसायिक लक्ष्यों का सपोर्ट करते हैं। टेक्नोलॉजी अक्सर एक संगठन के भीतर साक्षात् सेवाओं के लिए संचालन करती है, क्योंकि प्रत्येक टेक्नोलॉजी को उपयोग करने के लिए खरीदना, मैटेन करने और प्रशिक्षण देना महंगा पड़ता है।

एक्सटरनेल Service Provider

ESP एक सेवा प्रदाता है जो बाहरी ग्राहकों को आईटी सेवाएँ प्रदान करता है। ईएसपी प्रतिस्पर्धा की पेशकश में कमी कर सकते हैं और माँग को मजबूत करके

ई-कॉमर्स गतिविधियाँ और संचालन / 25

इकाई लागत को कम कर सकते हैं। आंतरिक सेवा प्रदाताओं द्वारा कुछ व्यावसायिक रणनीतियों को पर्याप्त रूप से सेवा नहीं दी जाती है एक बाहरी सेवा प्रदाता (ESP) एक इंटरनेट-आधारित सेवा है जो संगठनात्मक नेटवर्क से प्राप्त नहीं होती है। उदाहरणों में निम्नलिखित शामिल हैं-

1. उपभोक्ता ईमेल सेवाएँ जैसे Yahoo! या google मेल (Gmail) के Google डोमेन के बाहर)।
2. Comcast और AT & T जैसे इंटरनेट सेवा प्रदाता।
3. वेब होस्टिंग और वेब एप्लिकेशन प्रदाता, जैसे Amazon का S3 या Google Apps (डोमेन के बाहर)।
4. अन्य कंपनियों द्वारा प्रदान की जाने वाली सेवाएँ।
5. एप्लिकेशन सेवा प्रदाता, जैसे GEAC, वर्क ब्रेन, या eBiz।

प्रश्न 24. ई-कॉमर्स वेन्डर से आप क्या समझते हैं? ई-कॉमर्स विक्रेताओं के बारे में लिखें।

What do you understand by E-commerce vendors ? Write about e-commerce vendors.

विक्रेता एक व्यक्ति या फर्म है जो व्यवसायों या उपभोक्ताओं को वस्तुओं और सेवाओं की आपूर्ति करता है। विक्रेता विक्रेताओं से उत्पाद या सेवाएँ खरीदते हैं और उन्हें आमतौर पर व्यक्तिगत उपभोक्ता को बेचते हैं। उनका मुख्य लक्ष्य ग्राहकों के हितों की निगरानी करना और माँग को पूरा करने के लिए स्टॉक के पर्याप्त भाग रखना है। अधिकांश ऑनलाइन स्टोर शुरू करने और संचालित करने के लिए उपयोग किए जाने वाले सॉफ्टवेयर और सेवाओं की आपूर्ति के लिए ई-कॉमर्स विक्रेताओं की आवश्यकता होती है। वे मुख्य रूप से ऑनलाइन दुकान मालिकों को उपयोग किए जाने योग्य और टिकाऊ सामान की आपूर्ति करने के लिए जाने जाते हैं ताकि वे लाभ पर वस्तुओं को फिर से बेच सकें। ई-कॉमर्स स्टोर को उन आपूर्तिकर्ताओं को चुनना चाहिए जो चुस्त, लचीले और गुणवत्ता उन्मुख हैं, या वे उन ई-दुकानों से प्रतिस्पर्धा करने के लिये तत्पर हो। जिनकी आपूर्ति श्रृंखला छोटी और अधिक विश्वसनीय है।

विश्वसनीय ई-कॉमर्स विक्रेताओं की विशेषताएँ

गुणवत्ता नियंत्रण प्रणाली—विश्वसनीय ई-कॉमर्स विक्रेताओं के पास यह सुनिश्चित करने के लिए गुणवत्ता नियंत्रण प्रणाली होती है कि खरीदे गए उत्पादों को बिना नुकसान पहुँचाए वितरित किया जाता है। संभावित ई-कॉमर्स विक्रेताओं के गुणवत्ता नियंत्रण प्रणालियों के बारे में पता लगाने के लिए ऑनलाइन खुदरा विक्रेताओं के लिए सबसे अच्छा तरीका एक ऐसी कंपनी के माध्यम से जानना है जो विक्रेताओं की प्री-स्क्रीनिंग करती है। प्री-स्क्रीनिंग सेवा खुदरा विक्रेताओं के बोटले करने वालों के शिकार होने की संभावना को

कम करने में मदद करती है, और वे अक्सर अपनी गुणवत्ता नियंत्रण प्रथाओं और पिछले प्रदर्शन को प्रदर्शित करते हैं।

समस्या को हल करने के लिए कुशल—विश्वसनीय ई-कॉमर्स विक्रेता को रिटेल विक्रेताओं के साथ आने वाली अप्रत्याशित समस्याओं को हल करने के लिए काम करना चाहिए। एक अच्छा कस्टमर केयर सिस्टम वेबडर एवं प्रोड्यूसर के साथ उपयुक्त मेल माध्यम द्वारा ही स्थापित होता है।

अच्छा प्रतियोगी—खुदरा विक्रेता, विक्रेताओं को सेवाओं की गुणवत्ता को अच्छे से यह जाँच कर यह ज्ञात कर सकते हैं कि क्या उनके द्वारा निकट प्रतिस्पर्धियों या बाजार में सेवाओं की आपूर्ति की जा रही है। यदि बाजार के सेवाओं को विक्रेता द्वारा लंबी अवधि के लिए सेवा दी गई है, तो विक्रेता के पास सफलता के लिए एक स्थायी ट्रैक रिकॉर्ड हो सकता है।

वेबडर्स ई-कॉमर्स रिटेल साइट के लिए एक मुख्य तत्व बन चुके हैं। कई बिजनेस अपने प्रोडक्ट, मार्केट साइट और कस्टमर बेस को ध्यान में रखते हुए, एक या एक से अधिक वेबडर को कम्पनी में स्थान देते हैं ताकि मार्केट को पूर्ण अवलोकन एवं केचर किया जा सके।

प्रश्न 25. ई-कॉमर्स विक्रेताओं के प्रकारों का वर्णन करें।

Describe the types of E-commerce vendors.

आपूर्ति श्रृंखला प्रक्रिया में कई प्रकार के विक्रेताओं की अलग-अलग भूमिकाएँ होती हैं। यहाँ प्रमुख पाँच प्रकार के विक्रेता और उनकी भूमिकाएँ निम्न हैं—

1. निर्माता—एक निर्माता एक व्यक्ति या कंपनी है जो बेचने के लिए कच्चे माल से माल का शोधन, विकास और उत्पादन करता है। निर्माता आमतौर पर अपने द्वारा बनाए गए, सामान को थोक विक्रेताओं या खुदरा विक्रेताओं को वितरित करते हैं, जो उपभोक्ताओं को सामान बेचते हैं। ये उपभोक्ता उत्पाद के अंतिम उपयोगकर्ता बन जाते हैं।

2. थोक व्यापारी—एक थोक व्यापारी एक व्यक्ति या कंपनी है जो अन्य व्यवसायों को सामान बेचता है। थोक व्यापारी बड़ी मात्रा में सामान सीधे निर्माताओं से खरीदते हैं। थोक व्यापारी सामानों को स्टोर करता है और उन्हें खुदरा विक्रेताओं को रियायती कीमतों पर बेचता है।

3. खुदरा विक्रेता—एक खुदरा विक्रेता एक व्यक्ति या कंपनी है जो व्यक्तिगत उपभोक्ताओं को सामान बेचता है जो उत्पाद के अंतिम उपयोगकर्ता बन जाते हैं। खुदरा विक्रेता अपना सामान सीधे निर्माता या थोक व्यापारी से खरीद सकते हैं। खुदरा विक्रेता तब उपभोक्ताओं को बेचे जाने वाले सामानों की कीमत को चिह्नित करता है ताकि खुदरा विक्रेता बिक्री पर लाभ कम कर सके।

4. सेवा और रखरखाव प्रदाता—सेवा और रखरखाव प्रदाता किसी व्यवसाय को सेवाओं या रखरखाव की सेवाओं को बेचते हैं। ये सेवाएँ आमतौर पर किसी व्यवसाय के

दैनिक कार्यों से संबंधित होती हैं जो व्यवसाय को सुचारू रूप से चलाने की सुविधा देती हैं। सेवा या रखरखाव प्रदाता द्वारा प्रदान की जाने वाली सेवाओं के उदाहरणों में लेखांकन, भूमिर्माण, सफाई, बैंकिंग, परामर्श और बीमा और परिवहन सेवाएँ शामिल हैं।

5. स्वतंत्र विक्रेता और ट्रेड शो के प्रतिनिधि—एक स्वतंत्र विक्रेता एक व्यक्ति या व्यवसाय है जो सीधे उपभोक्ताओं को सामान बेचता है। एक ट्रेड शो प्रतिनिधि वह व्यक्ति होता है जो शिल्प या उत्पाद बनाता है जिसे वे ट्रेड शो में उपभोक्ताओं को बेचते हैं। एक ट्रेड शो एक स्थान है जहाँ व्यक्ति और व्यवसाय खरीद के लिए उपलब्ध वस्तुओं और सेवाओं का प्रदर्शन करते हैं।

प्रश्न 26. ई-कॉमर्स से जुड़े संचालन के विभिन्न तरीकों के बारे में लिखें।

Write about various modes of operation associated with e-commerce.

लेन-देन में शामिल पार्टियों की प्रकृति के आधार पर ई-कॉमर्स के 8 मॉडल हैं, जो इस प्रकार हैं—

1. बिजनेस-टू-बिजनेस
2. बिजनेस-टू-कंज्यूमर
3. कंज्यूमर-टू-बिजनेस
4. कंज्यूमर-टू-कंज्यूमर
5. गवर्नमेंट-टू-बिजनेस
6. बिजनेस-टू-गवर्नमेंट
7. सरकार-टू-कंज्यूमर
8. गोबाइल कॉमर्स

हम नीचे प्रत्येक उपरोक्त प्रकार के बारे में विस्तार से चर्चा करेंगे—

1. बिजनेस-टू-बिजनेस—बिजनेस-टू-बिजनेस (B2B) मॉडल में ई-कॉमर्स लेन-देन दो कंपनियों के बीच उनके व्यवसाय के लिए निष्पादित किया जाता है। यह ई-कॉमर्स का एक प्रकार है, जो व्यापार प्रतिष्ठानों के बीच संबंधों से संबंधित है जैसे कि कम्प्यूटर या सेमीकंडक्टर्स के किसी भी मशीनरी भागों के निर्माण सामग्री, कपड़े, पुर्जे आदि व्यवसाय से व्यवसाय ई-कॉमर्स के उदाहरण हैं। इस प्रकार के ई-कॉमर्स को मुख्य रूप से चार बुनियादी श्रेणियों में बाँटा गया है: निर्माता, पुनर्विक्रेता, सरकारें और संस्थान।

2. बिजनेस-टू-कंज्यूमर, ई-कॉमर्स—ई-कॉमर्स के इस मॉडल ने उत्पादों और सेवाओं को आम ग्राहकों या उपभोक्ताओं को बेचा जा रहा है, और लेनदेन कंपनियों और उपभोक्ताओं के बीच होता है। इसे आमतौर पर खुदरा वाणिज्य या ऑनलाइन वाणिज्य के रूप में जाना जाता है।

B2C ई-कॉमर्स के उदाहरण में वे सभी ऑनलाइन प्लेटफॉर्म आते हैं जो ई-कॉमर्स का उपयोग करके सामान बेच रहे हैं जैसे- Amazon, Flipkart, Myrastra आदि।

3. कंज्यूमर-टू-बिजनेस, ई-कॉमर्स—यह बी2सी कॉमर्स के बिल्कुल विपरीत है, जहाँ ग्राहक अपने इस्तेमाल किए गए उत्पाद को कंपनी को फिर से बेचने के लिए बेच रहा है, जैसे- cardelkho.com।

4. कंज्यूमर-टू-कंज्यूमर ई-कॉमर्स—ई-कॉमर्स के इस मॉडल को C2C कॉमर्स के रूप में जाना जाता है। इस प्रकार का ई-कॉमर्स व्यावसायिक उद्योगों में एक और वटिकल है जहाँ ग्राहक अन्य ग्राहकों से जो चाहते हैं उसके लिए बोली लगा सकते हैं। उपभोक्ता-से-उपभोक्ता इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स में तीसरे पक्ष के माध्यम से उपभोक्ताओं के बीच इलेक्ट्रॉनिक रूप से सुगम लेन-देन शामिल है, इस तरह की सेवा का एक सामान्य उदाहरण ग्राहक पोर्टल है जहाँ ग्राहक अपने उत्पादों के लिए उस उत्पाद के सटीक वास्तविक उपयोगकर्ता के लिए फिर से नीलामी करते हैं, उदाहरण के लिए ओएलएक्स।

5. गवर्नमेंट-टू-बिजनेस ई-कॉमर्स—इस प्रकार के ई-कॉमर्स को आमतौर पर कंपनियों और सार्वजनिक क्षेत्र के बीच लेन-देन के रूप में परिभाषित किया जाता है, यह सार्वजनिक प्रक्रिया, खरीद, लाइसेंसिंग, प्रक्रिया और सरकार से संबंधित अन्य कार्यों के लिए इंटरनेट के उपयोग को संदर्भित करता है। उदाहरण बैंकिंग ई-गवर्नेंस आदि।

6. बिजनेस-टू-गवर्नमेंट ई-कॉमर्स—सरकार और व्यवसाय के बीच गैर-वाणिज्यिक ऑनलाइन बातचीत को 'सरकार से व्यवसाय' (G2B) ई-कॉमर्स के रूप में जाना जाता है। टैक्स रिटर्न फाइलिंग और ट्रेड बिजनेस लाइसेंसिंग एलिकेशन (SIUP) के उदाहरण। सरकारी नीलामी आदि।

बिभिन्न डॉटाबेस होने के बावजूद सरकारी एजेंसियों को डॉटा संचार करने में सक्षम बनाने के लिए, G2B में उद्यमियों या व्यवसायों को अपने समाज में अधिक सामाजिक प्रभाव उत्पन्न करने के लिए डॉटा का उपयोग करने में मदद करने के लिए एक एलिकेशन भी शामिल है। क्लिनिक, चिकित्सकों के कार्यालय और अस्पताल सभी एक दूसरे के साथ और मरीजों के साथ संवाद करने के लिए मोबाइल उपकरणों का उपयोग करते हैं।

7. गवर्नमेंट-टू-कंज्यूमर—ई-कॉमर्स ने दुनिया भर में किसी भी सरकार की ई-गवर्नेंस सेवाओं को लागू करने में बहुत मदद की है। हर देश की अपनी वेबसाइट होती है जिनके माध्यम से लोगों के बीच नियमों और विनियमों के बारे में सारी जानकारी प्रसारित की जाती है। ई-सेवा, ई-नागरिकता और ई-सरकार ने इन सभी सेवाओं के लिए बहुत सारे ईएडीएस दिए हैं जैसे संपत्ति कर, आयकर, जीएसटी पासपोर्ट के लिए आवेदन करना।

8. मोबाइल-कॉमर्स—एम-कॉमर्स ई-कॉमर्स का एक और चरण बन गया है जहाँ उपभोक्ता या ई-कॉमर्स की कोई भी पार्टी स्मार्टफोन का उपयोग करके किसी भी जानकारी तक पहुंच प्राप्त कर सकती है, किसी भी जानकारी तक पहुंचने के लिए कम्प्यूटर सिस्टम की कोई आवश्यकता नहीं है।

सूचना प्रौद्योगिकी और इंटरनेट के विकास ने अपने उपयोगकर्ता के लिए ऑनलाइन सूचना और सेवाओं तक पहुंचने में बहुत आसानी प्रदान की है।

प्रश्न 27. विभिन्न उद्योगों में ई-कॉमर्स के अनुप्रयोगों का विस्तृत विवरण दें।

Give a detailed description of e-commerce applications in various industries.

ई-कॉमर्स ने मौलिक रूप से कंपनियों के व्यवसाय करने के तरीके को बदल दिया है। ई-कॉमर्स द्वारा निर्धारित ग्राहकों की अपेक्षाओं और तकनीकी माँगों को पूरा करने के लिए बैंकिंग प्रथाओं में कुछ मायनों में बदलाव आया है, यह ई-शोपियरमेंट और ई-बिलिंग जैसी अन्य उपयोगिता सेवाओं के साथ चैन बिजनेस उद्योगों की आपूर्ति का एक नया तरीका भी देता है। इसी क्रम में हम यहाँ ई-कॉमर्स के कुछ अनुप्रयोग की चर्चा करेंगे।

(1) बैंकिंग में ई-कॉमर्स के अनुप्रयोग

बैंकिंग में ई-कॉमर्स के कुछ सबसे महत्वपूर्ण वर्तमान अनुप्रयोग निम्नलिखित हैं—

1. इलेक्ट्रॉनिक भुगतान—इलेक्ट्रॉनिक भुगतान सबसे महत्वपूर्ण लाभों में से एक है जो ई-कॉमर्स ने उपभोक्ताओं और व्यवसायों दोनों के लिए है। बैंक अब अपनी वेबसाइट या अपने ऐप के माध्यम से आपके बिलों का स्वतः भुगतान करने के लिए सेवाओं की पेशकश करते हैं। कंपनियाँ अपने ग्राहकों को इलेक्ट्रॉनिक चालान भेज सकती हैं और भौतिक रूप से चेक की प्रतीक्षा करने और उसे भुगाने के बजाय स्वचालित रूप से भुगतान प्राप्त कर सकती हैं।

2. मोबाइल भुगतान—मोबाइल कॉमर्स कई लोगों के लिए एक नया माध्यम हो गया है जो अब अपने फोन से सब कुछ खरीदने में सक्षम हैं। स्मार्टफोन एक महत्वपूर्ण ई-कॉमर्स टूल और एक डिजिटल वॉलेट बन गया है। ग्राहक अब बैंक-समर्थित क्रेडिट कार्ड ऐप या ऐपल पे जैसे ऐप के माध्यम से भुगतान ऐप के साथ अपनी कई व्यक्तिगत खरीददारी के लिए भुगतान कर सकते हैं, जो आसान भुगतान का विकल्प है।

3. डिजिटल बैंकिंग—डिजिटल बैंकिंग ने भौतिक बैंकिंग अनुभव को ऑनलाइन करने में सक्षम बनाया है। ऑनलाइन बैंक अक्सर ग्राहकों को बचत खातों या ऋणों पर बेहतर ब्याज दर देने में सक्षम होने के कारण एक बेहतर बैंकिंग अनुभव प्रदान कर सकते हैं, क्योंकि बैंक खुद किराए, आदि जैसी ओवरहेड लागतों का भुगतान न करके पैसे बचाने में सक्षम हो जाते हैं।

4. अंतर्राष्ट्रीय वाणिज्य—ई-कॉमर्स ने बैंकिंग नियमों या विनिमय दरों को ऑनलाइन करके लोगों के लिए अंतरराष्ट्रीय स्तर पर बैंकिंग करना या किसी अन्य देश से वस्तुओं और सेवाओं के लिए भुगतान करना आसान बना दिया है। PayPal जैसे तीसरे पक्ष के विक्रेता ई-कॉमर्स खुदरा विक्रेताओं और वित्तीय संगठनों और बैंकों के लिए मध्यस्थ के रूप में काम करते हैं।

ई-कॉमर्स ने बहुत सारे बैंकिंग अवसर पैदा किए हैं और बैंकिंग में ई-कॉमर्स के अनुप्रयोग लगातार बढ़ रहे हैं, दोनों खुदरा विक्रेता और वित्त संगठन टेक्नोलॉजी के माध्यम से एक बेहतर ग्राहक अनुभव बनाने के लिए काम कर रहे हैं जो दोनों उद्योगों के व्यवसायों को राजस्व बढ़ाने और उनके मजबूत होने में मदद करेंगे।

5. बी२बी इनोवेशन-ई-कॉमर्स के अनुभव ने बी२बी ट्रांज़ैक्शन खरीदारों के खरीदारी और बिक्री के अनुभवों के जानने के एवं अनुमान लगाने के तरीके को बदल दिया है। यह काफी हद तक बी२सी लेनदेन में बैंकिंग में ई-कॉमर्स के कारण हुआ है। ई-कॉमर्स ने बैंकों को तेजी से खाला खोलने, डिजिटल चालान भुगतान और अन्य सुविधाओं को पेशकश करने में सक्षम बनाया है, जिसका बी२सी खरीदार लंबे समय से आनंद ले रहे हैं।

(2) आपूर्ति शृंखला और लॉजिस्टिक प्रक्रिया उद्योग में ई-कॉमर्स के अनुप्रयोग ई-कॉमर्स उद्योग में आपूर्ति शृंखला और रसद प्रक्रिया ई-कॉमर्स में एक बड़ा और महत्वपूर्ण क्षेत्र है। लॉजिस्टिक्स टीम यह सुनिश्चित करती है कि लागत कम रखते हुए उत्पादों को उनके ग्राहकों तक तुरंत पहुँचाया जाए।

इसे उद्योगों में इस तरह लागू किया जा सकता है-

आपूर्ति शृंखला की योजना बनाना-एक अच्छी आपूर्ति शृंखला प्रबंधन की योजना बनाना बहुत जटिल काम है। इतने सारे अलग-अलग उत्पाद श्रेणियों के लिए एक कंपनी को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि प्रत्येक उत्पाद प्रकार के लिए अपनी आपूर्ति शृंखला को कैसे तैयार किया जाए। यदि कोई कंपनी अपनी आपूर्ति शृंखला की अच्छी तरह से योजना नहीं बनाती है, तो बढ़ती इन्वेन्ट्री परेशानी बन जाती है और डिलीवरी के समय को धीमा करती है।

स्रोत सामग्री-ई-कॉमर्स के साथ आपूर्ति शृंखला प्रबंधन का उपयोग कैसे किया जाता है, यह जानने के लिए दूसरा कदम सोर्सिंग सामग्री है। इसमें आपूर्तिकर्ताओं को ढूँढना और उनके साथ अनुबंध पर बातचीत करना शामिल है। यदि आप अपने उत्पाद खुराक विक्रेताओं या अन्य वितरकों के बजाय सीधे ग्राहकों को बेचने की योजना बना रहे हैं तो इसका भी आपकी सामग्री के प्रबंधन पर भार हो सकता है।

उत्पादों का निर्माण-इस कदम में प्रक्रियाएँ और असेंबली लाइन शामिल हैं, जहाँ कर्मचारी आपूर्ति शृंखला में कहीं और से तैयार किए गए घटकों से तैयार उत्पादों को जोड़ते हैं।

स्टोर उत्पाद सूची-ई-कॉमर्स आपूर्ति शृंखला में आगला कदम उत्पाद इन्वेन्ट्री को स्टोर करना है। इसका मतलब है कि आपको अपने सभी उत्पादों को रखने के लिए गोदाम की जरूरत है और उन्हें स्टोर करने और ट्रैक करने के लिए एक सिस्टम की जरूरत है।

वितरण मार्गों और दिनचर्या की योजना बनाना-एक बार जब आपके पास एक इन्वेन्ट्री सिस्टम हो जाता है, तो आपको यह योजना बनाने की आवश्यकता होती है कि आप ग्राहकों को अपना सामान कैसे वितरित करेंगे। इसमें यह पता लगाना शामिल है कि विभिन्न प्रकार की डिलीवरी के लिए कौन से मार्ग सर्वोत्तम हैं और उनका कितनी बार इस्तेमाल होना चाहिए। कुछ कंपनियाँ अपने कर्मचारियों को डिलीवरी ड्राइवर्स के रूप में उपयोग करती हैं, जबकि अन्य इस प्रक्रिया में मदद करने के लिए बाहरी टेकेदारों या भागीदारों को नियुक्त करती हैं।

ग्राहकों को सामान वितरित करना-ई-कॉमर्स में आपूर्ति शृंखला को समझने का अंतिम चरण आपके उत्पाद को उसके गोदाम से बाजार में लाना है जहाँ ग्राहक उसे खरीद सकते हैं। इसमें स्थानीय डिलीवरी करने के लिए एक कर्मचारी में सामान के साथ एक ट्रक भेजना या एक तृतीय-पक्ष लॉजिस्टिक कंपनी (3PL) को काम पर रखना शामिल हो सकता है जो नावों या ट्रेनों जैसे विशेष वाहनों का उपयोग करके लंबी दूरी पर बड़ी मात्रा में उत्पादों की शिपिंग करने में कुशल होते हैं।

(3) ई-खरीद उद्योग में ई-कॉमर्स के अनुप्रयोग

ई-कॉमर्स खरीदी की सुविधा के लिए एक बड़ा मार्केट प्रदान करता है क्योंकि कई खरीदार और विक्रेता एक-दूसरे को ढूँढते हैं और कुछ पूर्व-निर्दिष्ट प्रोटोकॉल के अनुसार लेन-देन करते हैं, ई-प्रोक्योरमेंट सेवाओं में निर्माताओं के लिए उपलब्ध खरीद रणनीतियाँ निम्नलिखित हैं-

1. रणनीतिक साझेदारी एक विशिष्ट आपूर्तिकर्ता के साथ दीर्घकालिक आपूर्ति संबंध विकसित करने की सुविधा देती है।

2. ऑनलाइन खोज रणनीति बेहतर कीमत पर ऑनलाइन खरीदारी करने के लिए ऑनलाइन रणनीति खोजने में मदद करती है।

3. संयुक्त रणनीति एक निश्चित स्तर तक आपूर्तिकर्ता के साथ एकल और दीर्घकालिक दोनों खरीद अनुबंधों को जोड़ती है, लेकिन यदि आवश्यकता से अधिक अतिरिक्त मात्रा ऑनलाइन खरीदी जाती है तो यह ऑनलाइन मोड और भौतिक मोड दोनों में काम करने की सुविधा देती है।

ई सहयोग उद्योग में ई-कॉमर्स के अनुप्रयोग-हम ई सहयोग को इंटरनेट द्वारा सुविधा प्रदान करने वाले बिजनेस टू बिजनेस के रूप में परिभाषित करते हैं, जिसमें सूचना साझा करना और एकीकरण निर्णय साझा करना, प्रक्रिया साझा करना और संसाधन साझा करना शामिल है। यह जानकारी साझा करने और प्रक्रिया और संसाधन साझा करने के लिए एकीकरण से सहयोग के विभिन्न तत्वों की जाँच करते हैं।

प्रश्न 28. पारंपरिक मार्केटिंग और ई-मार्केटिंग मार्केटिंग के बीच अंतर लिखिए।

Difference between E-marketing and traditional marketing.
पारंपरिक मार्केटिंग और ई-मार्केटिंग के बीच अंतर इस प्रकार से है-

| क्र.सं. | पारंपरिक मार्केटिंग | ई-मार्केटिंग |
|---------|--|--|
| 1. | इसमें प्रिंट मीडिया जैसे लीफलेट, बैनर और समाचार पत्र आदि शामिल हैं। | इसमें ई मीडिया जैसे इंटरनेट, ई-मेल इंस्टेंट मैसेजिंग, सोशल मीडिया मार्केटिंग और वेबसाइट आदि शामिल हैं। |
| 2. | वांछित आउटपुट प्राप्त करने के लिए इसे अधिकतम समय और बजट का उपयोग करने की आवश्यकता होती है। | वांछित परिणाम प्राप्त करने के लिए इसे पारंपरिक की तुलना में न्यूनतम समय और कम बजट की आवश्यकता होती है। |

| | | |
|----|---|---|
| 3. | कस्टमर की पहुँच सीमित है और भौगोलिक क्षेत्र भी सीमित है। | कस्टमर की पहुँच वैश्विक है मार्केटिंग का उपयोग करके आप किसी भी स्थान पर स्थित किसी भी ग्राहक तक पहुँच सकते हैं। |
| 4. | पारंपरिक विपणन में ग्राहक का आधार स्थानीय होता है। | ई-मार्केटिंग में बड़ी संख्या में ग्राहक आधार हैं क्योंकि कोई भौगोलिक सीमा नहीं है। |
| 5. | प्रिंट मीडिया में किसी भी अपडेट करने में अधिक समय और बड़ी मात्रा में निवेश लगता है। | जानकारी को अपडेट करना आसान है और इसे फिर से प्रदर्शित करने में बहुत कम समय लगता है। |
| 6. | विज्ञापन प्रदर्शित करने की टैकिंग और निगरानी बहुत कठिन है। | ऑनलाइन टूल का उपयोग करके विज्ञापन को ट्रैक करना और उसकी निगरानी करना आसान है। |
| 7. | विज्ञापन के परिणाम का विश्लेषण करना बहुत कठिन है। | उपलब्ध विभिन्न ऑनलाइन टूल का उपयोग करके ऑनलाइन विज्ञापन के परिणाम का विश्लेषण करना आसान है। |

प्रश्न 29. विभिन्न प्रकार के ई-मार्केटिंग का विस्तार से वर्णन करें।

Describe the various types of e-marketing in detail.

ई-मार्केटिंग के प्रकार

ई-मार्केटिंग को छः मुख्य श्रेणियों में विभाजित किया जा सकता है-

1. सोशल मीडिया मार्केटिंग
2. कंटेंट मार्केटिंग
3. ई-मेल मार्केटिंग
4. मोबाइल मार्केटिंग
5. एफिलेटेड मार्केटिंग
6. इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग

1. सोशल मीडिया मार्केटिंग—सोशल मीडिया मार्केटिंग में वह सब कुछ शामिल है जो एक व्यवसाय अपने उत्पादों या सेवाओं को बढ़ावा देने के लिए अपने सोशल मीडिया चैनलों के माध्यम से प्रदान करता है।

एक सफल सोशल मीडिया मार्केटिंग रणनीति के लिए आकर्षक पोस्ट, दर्शकों के साथ बातचीत और निरंतरता की आवश्यकता होती है। व्यवसाय ऐसी सामग्री विकसित कर सकते हैं जो प्रभावी और परिणाम उन्मुख होने के लिए उनके सोशल मीडिया मार्केटिंग प्रयासों के एक विशिष्ट उद्देश्य को पूरा करती है।

सोशल मीडिया मार्केटिंग के उदाहरणों में फेसबुक, इंस्टाग्राम, लिंकडइन, ट्विटर, रेडिट आदि पर पोस्ट करना शामिल है।

2. कंटेंट विपणन—कंटेंट मार्केटिंग एक प्रकार का ई-मार्केटिंग है जो ऑनलाइन लिखित दशकों के लिए टेक्स्ट सामग्री बनाने, प्रकाशित करने और वितरित करने पर कार्य करते हैं। कंटेंट मार्केटिंग का उद्देश्य जानकारी साझा करने तथा ब्रांड जागरूकता बढ़ाने और पाठक को ग्राहक बनने की दिशा में कार्य करना है, जैसे कि अधिक जानकारी का अनुरोध करना या ई-मेल सूची में शामिल होना। कंटेंट मार्केटिंग विपणन के उदाहरणों में ब्लॉग पोस्ट, ई-पुस्तकें, पाँडकस्ट, लेख, रफ़्तक पत्र और केस स्टडी शामिल हैं।

3. ई-मेल मार्केटिंग—ईमेल मार्केटिंग में, व्यवसाय अपने संपर्कों को उत्पादों, सेवाओं, विक्री, सामग्री आदि के बारे में सूचित करने के लिए ई-मेल भेजते हैं। ई-मेल मार्केटिंग एक अच्छी तरह से डिजाइन की गई ई-मेल मार्केटिंग रणनीति है जिसके माध्यम से सेल प्रोडक्ट, सहमति, विभाजन, कस्टमाइजेशन और आपके ब्रांड के लिए एक समुदाय बनाने आदि तैयार करती है। ई-मेल मार्केटिंग के उदाहरणों में आपके नवीनतम ब्लॉग पोस्ट से लिंक करने वाला एक साप्ताहिक न्यूजलेटर भेजना, सीमित ऑफर या विक्री होने पर ग्राहकों को ई-मेल करना और नए उत्पाद या सेवा के बारे में अपने ग्राहकों को ईमेल करना शामिल कर सकते हैं।

4. मोबाइल मार्केटिंग—मोबाइल मार्केटिंग उन्हीं उपकरणों और तकनीकों का उपयोग करती है जो ई-मार्केटिंग में थे, मोबाइल मार्केटिंग, वेबसाइटों, ई-मेल, एसएमएस, एमएमएस, सोशल मीडिया और ऐप्स में स्मार्टफोन, टैबलेट और अन्य मोबाइल उपकरणों के माध्यम से लिखित दशकों तक पहुँचने के लिए उपयोग किया जाता है।

कुछ उदाहरणों में शामिल हैं: टेक्स्ट मैसेज (एसएमएस मार्केटिंग), इंस्टेंट मैसेजिंग या चैट प्लेटफॉर्म, पुरा नोटिफिकेशन, इन-ऐप विज्ञापन और मोबाइल बैनर विज्ञापन आदि। मोबाइल मार्केटिंग पर चर्चा के किसी भी बिंदु पर वास्तविक समय में अधिक उपभोक्ताओं के साथ जुड़कर आपके उत्पादों या सेवाओं की ब्रांड वैल्यू और माँग को बढ़ाने में मदद करता है।

5. एफिलिएट मार्केटिंग—एफिलिएट मार्केटिंग एक वेब रिटेलर और एक बाहरी वेबसाइट के बीच एक मार्केटिंग समझौता है जिसमें रिटेलर बाहरी वेबसाइट को साइट विजिटर या उसके रेफरल द्वारा उत्पन्न बिक्री के लिए कमीशन का भुगतान करता है। संबद्ध विपणन व्यवसायों को निवेश पर उच्च रिटर्न और ब्रांड जागरूकता और व्यवसाय वृद्धि में वृद्धि के साथ कम लागत और कम प्रयास से प्रभावी ढंग से अपने उत्पादों का विपणन करने की सुविधा देता है।

6. इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग—इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग एक ब्रांड और एक प्रभावशाली व्यक्ति के बीच साझेदारी को संदर्भित करता है। इन्फ्लुएंसर अपने फॉलोअर्स के साथ एक

ब्रांड के बारे में सामग्री बनाने या साझा करने के बदले में भुगतान और / या उत्पाद प्राप्त करते हैं।

इन्स्युएंसर मार्केटिंग एक ब्रांड और इनफ्लुएंसर के बीच का कनेक्शन है जो प्रोडक्ट के प्रमोशन के लिए कुछ कमिशन चार्ज करता है ताकि सामग्री को कस्टमर के साथ साझा करें और आपके उत्पाद को एक ब्रांड के रूप में कन्वर्ट करें। कंपनी अपने उत्पाद एवं इन्वेस्टमेंट की दर के हिसाब से हार्डएर इन्स्युएंसर को अर्वाइंट करती है जिससे बिजनेस के ग्रेथ में सपोर्ट मिले।

प्रश्न 30. ई-मार्केटिंग के महत्व को बताए।

State the importance of E-marketing.

ई-मार्केटिंग का महत्व इस प्रकार से है-

1. आज के कस्टमर टीवी शो के बजाय इंटरनेट सर्फ करना पसंद करते हैं इसलिए उत्पाद की जानकारी देना या इंटरनेट का उपयोग करके उत्पाद की जानकारी का विपणन करना महत्वपूर्ण है।
2. ई-मार्केटिंग पारंपरिक मार्केटिंग से सस्ता है।
3. पारंपरिक मार्केटिंग की तुलना में ई-मार्केटिंग का वैश्विक दृष्टिकोण व्यापक है।
4. बिना किसी अतिरिक्त लागत के, आप पारंपरिक मार्केटिंग की तुलना में सूचना को शीघ्रता से प्रदर्शित कर सकते हैं।
5. ई-मार्केटिंग से पर्याप्त राजस्व प्राप्त होता है और बुनियादी ढाँचे की लागत घट जाती है।

6. वैश्विक पहुँच—एक वेबसाइट जो आपको केवल एक छोटे से निवेश के लिए नए बाजार खोजने और विश्व स्तर पर व्यापार करने की सुविधा देती है।
7. कम लागत—एक सुनियोजित ई-मार्केटिंग अभियान पारंपरिक विपणन विधियों की तुलना में बहुत कम लागत पर सही ग्राहकों तक पहुँच सकता है।
8. ट्रैक करने योग्य और मापने योग्य परिणाम—वेब एनालिटिक्स और अन्य ऑनलाइन मार्केटिंग टूल यह एनालिसिस करके बताते कि आपका अभियान कितना प्रभावी रहा है। आप इस बारे में विस्तृत जानकारी प्राप्त कर सकते हैं कि ग्राहक आपकी वेबसाइट का उपयोग कैसे करते हैं या आपके विज्ञापन पर प्रतिक्रिया कैसे करते हैं।
9. वैयक्तिकरण—यदि आपका ग्राहक डॉटनेबेस आपकी वेबसाइट से जुड़ा हुआ है, तो जब भी कोई आपकी साइट पर आता है, तो आप टारगेटेड ऑफर्स के साथ उनको जानकारी दे सकते हैं। जितना अधिक वे आपसे खरीदते हैं, उतना ही अधिक आप अपने ग्राहक प्रोफाइल को रिडीफाईन कर सकते हैं और उन्हें लिए प्रभावी ऑफर बना सकते हैं।

10. पारदर्शिता—सोशल मीडिया और इंटरनेट का इस्तेमाल करके कंपनी अपनी एक प्रतिरक्षी छवि का निर्माण करती है, जो भविष्य में कस्टमर लॉयल्टी और साख में कन्वर्ट होकर कंपनी को हाई रेविन्यू प्राप्त करने में मदद करती है।

11. सामाजिक साख—ई-मार्केटिंग की मदद से आप विभिन्न प्रकार के समुदाय मीडिया का उपयोग करके अपने प्रचार के लिए अभियान चला सकते हैं। इंटरनेट पर ये अभियान आपके लिए एक यूजर से दूसरे यूजर तक मौखिक प्रचार परिणामस्वरूप सामाजिक साख से अर्जित करते हैं। व्यावसायिक भाषा में इसे गुडविल कहा जाता है जो कंपनी अपनी सेवाओं और ग्राहक केन्द्रित सेवाओं से अर्जित करती है।

12. बेहतर रूपांतरण दरें—यदि आपकी कोई वेबसाइट है, तो आपके ग्राहक खरीदारी पूरी करने से केवल कुछ ही क्लिक दूर हैं। आप अपने ग्राहकों को वेबसाइट पर लाने के लिये उपर बताए गए सभी टूल का उपयोग कर सकते हैं।

प्रश्न 31. ई-नीलामी और ई-प्रकाशन पर एक टिप्पणी लिखिए।

Write a Note on E-auctions and E-publishing.

ई-नीलामी—इलेक्ट्रॉनिक नीलामी (ई-नीलामी) एक खरीद नीलामी है जो इलेक्ट्रॉनिक रूप से की जाती है। ई-नीलामी का सबसे सामान्य प्रकार "रिवर्स ऑक्शन" है।

ई-नीलामी विक्रेताओं (नीलामीकर्ताओं) और बोली लगाने वालों (बिजनेस-टू-बिजनेस परिदृश्यों में आपूर्तिकर्ता) के बीच एक लेनदेन है जो एक इलेक्ट्रॉनिक बाजार में होता है। ई-नीलामी एक ऑनलाइन प्लेटफॉर्म के माध्यम से की जाने वाली ट्रांजेक्शन है और इसे मोलभाव करने का सबसे पारदर्शी तरीका माना जाता है।

नीलामी के प्रकार/ऑक्शन

1. क्लासिक रिवर्स नीलामी—खरीदार के व्यवसाय को प्राप्त करने के लिए कई विक्रेता प्रतिस्पर्धा करते हैं। खरीदार सभी ऑफर देख सकता है और चुन सकता है कि वे किस परसंद करेंगे। मुख्य रूप से खरीद के लिए उपयोग किया जाता है।

2. अंग्रेजी नीलामी—अंग्रेजी नीलामी वह होती है जहाँ नीलामीकर्ता या बोलीदाताओं द्वारा बोलियों की घोषणा की जाती है, और विजेता उस वस्तु का भुगतान करते हैं जो वे वस्तु प्राप्त करने के लिए बोली लगाते हैं। ई-नीलामी का सबसे आम और सीधा रूप, वे सहज, उपयोगकर्ता के अनुकूल है, और लेन-देन की लागत को कम करने में मदद कर सकते हैं।

3. डच नीलामी—डच नीलामी उच्च मूल्य पर शुरू होती है, जो तब तक धीरे-धीरे कम होती जाती है जब तक कोई खरीदार कीमत स्वीकार नहीं कर लेता। बोली लगाने वाला पहला व्यक्ति नीलामी जीतता है, जो उन्हें त्वरित निर्णयों के लिए अच्छा बनाता है।

4. जापानी नीलामी—यहाँ खरीदार एक उच्च मूल्य निर्धारित करता है जो पूर्व-निर्धारित अंतराल पर पूर्व-निर्धारित मात्रा में घटता है उदाहरणार्थ 500 हर 2 घंटे। यदि कोई आपूर्तिकर्ता उस कीमत पर सामान और सेवाएँ प्रदान करने में प्रसन्न होता है, तो लेन-देन आगे बढ़ता है।

ई-प्रकाशन

इलेक्ट्रॉनिक प्रकाशन को व्यापक रूप से गैर-मुद्रित सामग्री के रूप में परिभाषित किया गया है जो डिजिटल रूप से निर्मित होती है। इलेक्ट्रॉनिक प्रकाशन विभिन्न प्रकार की डिजिटल रूप से निर्मित सामग्री (जोन्स एंड कुक, 2000) जैसे बुलेटिन बोर्ड, समाचार समूह, मेलिंग सूची, सीडी-रोम-आधारित मीडिया और वेबसाइटों के लिए एक व्यापक शब्द है।

इलेक्ट्रॉनिक प्रकाशन = वेब प्रौद्योगिकी + कम्प्यूटर + संचार प्रौद्योगिकी।

परिभाषा

“ई-प्रकाशन इलेक्ट्रॉनिक के माध्यम से सूचना के भंडारण और पुनर्प्राप्ति के लिए अधिक सटीक रूप से संदर्भित करने वाला संचार माध्यम है। यह विभिन्न स्वरूपों और प्रौद्योगिकियों को नियोजित कर सकता है, यह कुछ पहले से ही व्यवसायों और सामान्य उपभोक्ताओं द्वारा व्यापक रूप से उपयोग में है और अभी भी विकसित किए जा रहे हैं” (इलेक्ट्रॉनिक एनसायक्लोपीडिया)। इलेक्ट्रॉनिक प्रकाशन “कम्प्यूटर-सहायता प्राप्त प्रक्रिया के प्रकाशकों द्वारा आवेदन है, जिसके द्वारा वे चुने हुए दर्शकों को प्रसारित करने के लिए सूचना सामग्री को ढूँढते हैं, कैचर करते हैं, आकार देते हैं, स्टोर करते हैं और अपडेट करते हैं” (Kist, 1989)।

लघु उत्तरीय प्रश्न (Short Answer Type Questions)

प्रश्न 32. ई-कॉमर्स गतिविधियों से जुड़ी विभिन्न जनशक्ति के बारे में लिखें।

Write about various manpower associated with E-commerce Activities.

जनशक्ति का अर्थ मानव संसाधन से है। इसमें वे लोग शामिल होते हैं जो किसी संगठन में कार्यरत बनाते हैं। यह किसी विशेष कार्य को पूरा करने के लिए उपलब्ध कर्मचारियों को कुल आपूर्ति है। एक मजबूत और पेशेवर जनशक्ति किसी भी संगठन के लिए वरदान है। किसी भी संगठन के ठीक से काम करने और उच्च उत्पादकता हासिल करने के लिए जनशक्ति सबसे महत्वपूर्ण संसाधन है।

प्रमुख कार्य जहाँ एक ई-कॉमर्स व्यवसाय के लिए अच्छी जनशक्ति की आवश्यकता होती है—

1. टेक्नोलॉजी
2. मार्केटिंग

3. सोर्सिंग

4. ऑर्डर मैनेजमेंट

5. ग्राहक सर्वोट

6. वेब स्टोर प्रबंधन

7. लेखा

8. लॉजिस्टीक एण्ड वेयर हाउसिंग

9. मार्केटिंग

ई-कॉमर्स में सोर्सिंग और मर्चेंडाइजिंग एक महत्वपूर्ण चरण बने हुए हैं। यदि किसी कंपनी को कम समय में अधिक विक्रेताओं और उत्पादों की आवश्यकता होती है, तो उन्हें काम करने के लिए एक बड़े कार्यबल की आवश्यकता होती है। एक बार जब कंपनी विक्रेताओं को आकर्षित करना शुरू कर देती है, तो वही टीम इन विक्रेताओं को सक्षम करने और प्रबंधित करने के लिए स्थानांतरित हो जाती है।

ई-कॉमर्स मॉडल में Market place की खासियत यह है, कि एक मजबूत मर्चेंडाइजिंग / सोर्सिंग फंक्शन है। जिसका उपयोग ब्रांडेड रिटेलर्स अपनी मौजूदा प्रोडक्ट के प्रमोशन के लिये कर सकते हैं।

प्रश्न 33. ई-कॉमर्स की मर्चेंडाइजिंग और सोर्सिंग गतिविधियों पर एक विवरण दें।

Give a description of Merchandising & Sourcing activities of e-commerce.

यह ई-कॉमर्स का बहुत ही महत्वपूर्ण फंक्शन है, जहाँ सबसे ज्यादा manpower की जरूरत होती है। क्या बेच जाना चाहिए इसकी सक्रिय जानकारी से लेकर, वेब स्टोर को अपडेट करते रहने और उत्पादों की रेंज लाइन क्या होनी चाहिए आदि सारे क्षेत्रों में पर्याप्त manpower की आवश्यकता होती है।

मर्चेंडाइजिंग एण्ड सोर्सिंग विक्रेताओं की एक छोटी टीम होती है जो श्रेणियों, प्रोडक्ट एवं प्रोडक्ट प्रॉमोस को अच्छी तरह समझती है और नए उत्पादों के लिए पाइपलाइन तैयार करती है, जो प्रोडक्ट के विक्रेताओं में मार्केट की समझ निर्माण करती है।

सोर्सिंग—विक्रेताओं की पहचान करना प्रोडक्ट को ऑनबोर्ड ले जाना पेमेंट सिस्टम सेट करना वितरण चक्र को स्थापित तथा डिलीवरी चक्र को स्थापित करना आदि सुविधाओं के लिए मैनापावर सोर्सिंग की आवश्यकता होती है यह दो कारकों पर निर्भर करता है पहला आपका ई-कॉमर्स व्यवसाय किस चरण में है? दूसरा आपका व्यवसाय मॉडल क्या है?

इस कार्य के प्रारंभिक चरण के लिए बाजार को बारीकी से जानने वाले व्यक्ति की आवश्यकता होती है।

उत्पादों का डेटा निर्माण और प्रबंधन—उत्पाद की जानकारी, मीडिया, मूल्य, कर, शिपिंग प्रोसेजर आदि तैयार करना यह इस मॉडल का महत्वपूर्ण कार्य है। जोड़े जाने

वाले उत्पादों की संख्या के अग्रणी में नये कस्टमर को जोड़ना लोगों की आवश्यकता होती है, और उत्पादों पर छपने वाली सूचना की संख्या जैसे एमआरपी, कीमती, इमेजेस, मेडिजानकारी, नीतियों आदि में बदलाव की संख्या आदि। ई-कॉमर्स कम्पनिजों जो इस प्रकार को अच्छे से मैनेज कर लेती हैं वे अपने कस्टमर्स को 50% से अधिक शिकायतों को दूर करने में सफल हो जाती हैं।

खरीदना / Procurement—यह एक बहुत ही प्रमुख कार्य है, और इसमें अभी टेक्नोलॉजी ऑटोमेशन के लिए बहुत जगह है। इस कार्य को तीन व्यापक पहलू हैं (i) इन्वेंटरी के लिए खरीदना (ii) छोटे ऑर्डर के लिए खरीदना (iii) ऐसे उत्पाद खरीदना जो चिन्हित स्रोतों पर उपलब्ध नहीं हैं। ऑर्डर प्राप्त होने से लेकर सफलतापूर्वक डिस्पैच होने तक प्रक्रिया को प्रबंधित करने के लिए टीम को अच्छे व्यक्तिगतों की आवश्यकता होती है। यह फ्रक्शन ई-कॉमर्स में एक महत्वपूर्ण तत्व की तरह काम करता है। टेक्नोलॉजी के इन्वॉल्वमेंट से इस कार्य में और रफ्तार आ सकती है। दस्तावेज निर्माण, संचार, स्थिति रिपोर्ट, आंतरिक और बाहरी पार्टियों को अलर्ट आदि को स्वचालित करने के लिए टेक्नोलॉजी का उपयोग किया जा सकता है। फिर भी रियल मार्केट की स्थितियों को प्रबंधित करने के लिए मैनपॉवर की ही आवश्यकता होती है।

सेल्स मर्चेंडाइजिंग

यह तय करना कि किस स्थिति में, कहाँ, कितने समय के लिए, किस ऑफर के साथ, किस ग्राहक साथ प्रजेन्ट करना है, और किस तरह की संभावित विक्री उत्पन्न करेगा है। यह सेल्स मर्चेंडाइजिंग का पार्ट है। यह कार्य काफी हद तक विश्लेषण पर निर्भर करता है, बहुत स्वभाविक रूप से स्वचालित हो सकता है, यह किसी भी कम्पनी के प्रेसिडेंट को तरह कार्य करता है। आपको डेटा देखने और सही निर्णय लेने के लिए पर्याप्त टीम की आवश्यकता है। इस एलिमेंट पर ई-कॉमर्स बिजनेस टू बिजनेस के खर्च को अधिकतम समय बिताना चाहिए।

इन सभी कार्यों का ई-कॉमर्स और उसके उत्पादों द्वारा ध्यान रखा जाता है।

प्रश्न 34. क्या टेक्नोलॉजी मैनपावर लागत को कम रखने में मदद करती है? व्याख्या करें।

Is the technology helps to keep manpower cost low? Explain.
प्रौद्योगिकी वास्तव में बिजनेस की जनशक्ति की जरूरतों को कम करने तथा मैनपावर रखने में मददगार है यह आपकी प्रक्रियाओं में उच्च पूर्वानुमान दक्षता का निर्माण करने में समाधान है। उच्च पूर्वानुमान की क्षमता के कारण बिजनेस प्रक्रियाओं को सरल बनाने में दक्षता रखती है। एक ई-कॉमर्स व्यवसाय के लिए उन प्रक्रियाओं की पहचान करते हैं महत्वपूर्ण हैं जिन्हें प्रौद्योगिकी के माध्यम से स्वचालित किया जा सकता है।

तकनीक पर ध्यान देने से आपको बिजनेस में निम्नलिखित में मदद मिल सकती है—
1. सर्व को आसान बनाते हुए, पूरी प्रक्रिया में सूचना के प्रवाह को सुव्यवस्थित करें।

2. अपनी मौजूदा टीम की उत्पादकता बढ़ाएं।

3. दोहराए जाने वाले कार्य को कम करके प्रोसेस के निष्पादन में दक्षता बनाए।

4. उपभोक्ताओं और विक्रेताओं को कॉमन इंटरफेस प्रदान करें (मार्केटप्लेस के लिए)।

5. अपने कार्यों को निर्बाध रूप से स्केलेबल बनाए।

प्रश्न 35. ई-कॉमर्स में ई-मार्केटिंग अवधारणा से आप क्या समझते हैं?

What do you understand by the e-marketing concept in e-commerce ?

इलेक्ट्रॉनिक मार्केटिंग का अर्थ उत्पादों या सेवाओं का ऑनलाइन मार्केटिंग है, यह उन रणनीतियों और तकनीकों को प्रदर्शित करता है जिनका उपयोग उत्पाद और सेवाओं के ऑनलाइन मार्केटिंग के लिए किया जा सकता है। इलेक्ट्रॉनिक मार्केटिंग के कई टूल जैसे—वेब डिजाइनिंग, सर्व इंजन ऑप्टिमाइजेशन, ई-मेल मार्केटिंग, ऑनलाइन प्रचार, ब्लॉग आदि शामिल हैं। इलेक्ट्रॉनिक मार्केटिंग ग्राहकों को आकर्षित करने में मदद करती है क्योंकि आजकल बहुत से लोग इंटरनेट का उपयोग करते हैं यह व्यवसायों के लिए प्रचार का सबसे व्यापक चैनल माना जाता है। हालाँकि इलेक्ट्रॉनिक मार्केटिंग और ई-कॉमर्स में थोड़ा-सा अंतर है। इलेक्ट्रॉनिक मार्केटिंग केवल इंटरनेट ई-मेल सर्व इंजन के माध्यम से किए जाने वाले व्यावसायिक प्रचार से संबंधित है जबकि ई-कॉमर्स विभिन्न इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों जैसे इंटरनेट, मोबाइल टेलीफोन, फैक्स मशीन, एटीएम क्रेडिट कार्ड आदि के माध्यम से व्यापारिक लेनदेन करता है। इलेक्ट्रॉनिक मार्केटिंग विज्ञापन और ब्रांडिंग के नजरिए से दिखता है, यह विज्ञापनों को आकर्षक डिजाइनिंग के द्वारा ग्राहकों का ध्यान आकर्षिक करता है। जबकि ई-कॉमर्स दुकानदार के नजरिए से देखता है, यह पता लगाने की कोशिश करता है कि ग्राहक उत्पाद को कैसे खोजेंगे, कौन इसे खरीदेगा, कौन सी विशेषता कार्यक्षमता और मूल्य ग्राहक इलेक्ट्रॉनिक मार्केटिंग को एक साथ तकनीकी इलेक्ट्रॉनिक मार्केटिंग स्वीकार करेंगे आदि। इलेक्ट्रॉनिक मार्केटिंग डिजाइन विकास, विक्री और विज्ञापन सहित इंटरनेट के तकनीक और रचनात्मक पहलू को ग्राहकों साथ जोड़ता है।

प्रश्न 36. इलेक्ट्रॉनिक मार्केट प्रणाली की आर्थिक विशेषताओं का वर्णन करें।

Describe the economic characteristics of an electronic market system.

इलेक्ट्रॉनिक बाजार प्रणाली की आर्थिक विशेषताओं में निम्नलिखित शामिल हैं—
1. एक इलेक्ट्रॉनिक मार्केट प्रणाली वैकल्पिक आपूर्तिकर्ताओं की कीमतों और उत्पाद प्रस्तावों के बारे में जानकारी प्राप्त करने में लगने वाले ग्राहकों की लागत को कम करती है।

2. एक इलेक्ट्रॉनिक मार्केट से व्यवसायी अपने संभावित ग्राहकों को उत्पाद जानकारी आसानी से प्रदान कर सकते हैं, जिससे आपूर्तिकर्ताओं की लागत कम हो जाती है।
3. एक इलेक्ट्रॉनिक बाजार में व्यक्तिगत प्रतिभागियों के लाभ में वृद्धि होती है क्योंकि अधिक संगठन सिस्टम में शामिल होते हैं।
4. इलेक्ट्रॉनिक मार्केटप्लेस अपने प्रतिभागियों पर स्विचिंग लागत लगा सकता है। जो टेक्नोलॉजी के बदलने पर स्विचिंग में सहायक होती है।
5. इलेक्ट्रॉनिक मार्केटप्लेस में आमतौर पर बड़े पूंजी निवेश की आवश्यकता होती है जिससे यह पर्याप्त स्केल में काम कर सकती है।
6. इलेक्ट्रॉनिक मार्केटप्लेस में प्रतिभागियों को वास्तविक लाभों के बारे में कई बार अनिश्चलता का सामना करना पड़ता है।

प्रश्न 37. ई-मार्केटिंग मॉडल पर एक नोट लिखें।

Write a note on /E marketing models.

इस मॉडल में, कंपनियाँ न्यूजलेटर्स और सूचनात्मक ईमेल आदि भेजकर मौजूदा ग्राहक तक पहुँचने का लक्ष्य रखती हैं, यह मॉडल बहुत प्रभावी है क्योंकि संगठनों के पास उनकी लॉगिन आईडी के माध्यम से वास्तविक ग्राहक विवरण होते हैं।

ई-मार्केटिंग एक ऐसी तकनीक है जिसमें कंपनी इंटरनेट के माध्यम से उत्पाद और सेवाओं को बढ़ावा देती है, कंपनी अपने बाजार को टारगेट कर सकती है और ऐसे उद्देश्यों और रणनीतियों को निर्धारित कर सकती है जो सभी ऑनलाइन बाजार का उपयोग करके संगठन की प्रतिष्ठा बनाने और बनाए रखने में मदद करती हैं। ऑनलाइन मार्केटिंग कई तरह से महत्वपूर्ण जानकारीपक हो सकती है, यह ग्राहक को एक आवश्यक उत्पाद खरीदने और उस उत्पाद को खोज करने के लिए आकर्षित करती है।

लोकप्रिय अनलाइन मार्केटिंग मॉडल

1. **PPC**—PPC का अर्थ है पे-पर-क्लिक (Pay-Per-Click), यह इंटरनेट मार्केटिंग का एक मॉडल जिसमें Advertisers हर बार अपने किसी विज्ञापन पर क्लिक करने पर पैसे का भुगतान करते हैं। आप जब भी गूगल पर कुछ सर्च करते हैं तो आपने Search Ads को जरूर देखा होगा, जब भी कोई विजिटर इस Ad पर क्लिक करके Advertiser के वेबसाइट पर जाएगा तो हर एक क्लिक का पैसा Advertiser मालिक जिसका Ad है वह गूगल को देगा।

2. **CPM**—सीपीएम का फुल फॉर्म कॉस्ट प्रति मील है। सीपीएम को कॉस्ट प्रति हजार भी कहा जाता है क्योंकि लैटिन शब्दों में मील शब्द का अर्थ एक हजार होता है यह शब्द मार्केटिंग शब्द के संदर्भ में संदर्भित करता है जो एक वेब पेज पर एक हजार advertisement impressions की कीमत को संदर्भित करता है।

उदाहरण के लिए, यदि किसी वेबसाइट का publisher र. 300 सीपीएम, इसका मतलब है कि एक व्यक्ति को इसके विज्ञापन के प्रत्येक 1000 impressions के लिए 300 रुपये का भुगतान करना होगा इसलिए, इसे वेब विज्ञापनों के मूल्य निर्धारण के लिए व्यापक रूप से उपयोग की जाने वाली विधि के रूप में माना जाता है।

प्रश्न 38. ई-मार्केटिंग रणनीति पर एक नोट लिखें।

Write a note on the E-marketing strategy.

प्रत्येक संगठन को प्रतिस्पर्धी बाजार में सफल होने के लिए एक रणनीति की आवश्यकता होती है, विभिन्न प्रकार की प्रमुख मार्केटिंग रणनीतियाँ सफल मार्केटिंग में शामिल होती हैं, ये इस प्रकार से हैं।

सर्व इंजन आर्टमजेशन—SEO का फुल फॉर्म है Search Engine Optimization। यह एक ऐसी तकनीक है जो वेबसाइटों को उदुत, Bing या Yahoo जैसे सर्व इंजनों में उच्च रैंक करने में मदद करती है। हम कह सकते हैं कि SEO एक वेबसाइट को ऑप्टिमाइज करने की प्रक्रिया है ताकि यह सर्व इंजन रिजल्ट पेज (SERPs) में अच्छी रैंक करे और सर्व इंजन से ट्रैफिक उत्पन्न करे। इस प्रक्रिया में ऑन-पेज ऑप्टिमाइजेशन, ऑफ-पेज ऑप्टिमाइजेशन, लिंक बिल्डिंग और कीवर्ड रिसर्च जैसी विभिन्न तकनीकें शामिल हैं।

Content Marketing एक ऐसी Marketing Technique है जहाँ की ऐसे अच्छे Content create किये जाते हैं और उन्हें distribute किया जाता है जो की Relevant या महत्वपूर्ण हो और इसके साथ वो consistent भी हो जिससे की ये ज्यादा से ज्यादा audience को अपनी ओर attract कर सके और finally इसका ये मकसद रहता है की कैसे profitable customer action को अपनी ओर खिंच सके।

ईमेल मार्केटिंग डिजिटल मार्केटिंग का एक रूप है, जिसमें विज्ञापन के उद्देश्य से व्यावसायिक उत्पादों या सेवाओं को बढ़ावा देने के लिए ईमेल का उपयोग किया जाता है। यह उपभोक्ताओं के बीच बिक्री बढ़ाने के लिए एक बेहतर और प्रोफेशनल तरीका माना जाता है। आज के समय में इंटरनेट पर लगभग 94% ईमेल उपयोगकर्ता हैं और 99% ईमेल उपयोगकर्ता नियमित रूप से अपने ईमेल चेक करते हैं। ईमेल मार्केटिंग सबसे सस्ती मार्केटिंग है और लगभग 60 से 70% वयस्क, ग्राहकों के साथ विश्वास बनाने के लिए ईमेल मार्केटिंग का उपयोग करते हैं।

एस.एम.एस (SMS)—एसएमएस लोगों के समूहों को ईमेल की तरह जल्दी और आसानी से मोबाइल पर जानकारी भेजने की अनुमति देता है।

वेबसाइट—वेबसाइट किसी भी व्यवसाय की ऑनलाइन मार्केटिंग की आवश्यकता को पूरा करने के लिए एक लचीला विकल्प प्रदान करती है। हालाँकि, अन्य वेबसाइटों के बीच, आपको अपनी वेबसाइट पर ध्यान आकर्षित करने और उत्पादों का उपयोग करने के लिए एक अच्छा रणनीति की आवश्यकता होती है।

डेवस्ट मार्केटिंग—मोबाइल फोन संदेशों का उपयोग करने वाले ग्राहकों को रीक्रेड करना एक बहुत शक्तिशाली मार्केटिंग टूल हो सकता है। उत्पादों के बारे में रिचिअ जानकारी सभी केटेगरी के कस्टमर पर अपनी प्रोडक्ट की छाप छोड़ती है।

सोशल नेटवर्किंग—फेसबुक, ट्विटर और लिंक्डइन जैसी सोशल नेटवर्किंग वेबसाइट आपके मौजूदा ग्राहकों के साथ बातचीत करने और नए व्यावसायिक संपर्क बनाने के लिए उत्कृष्ट उपकरण की तरह कार्य करती हैं।

ब्लॉग या (web log) असल में एक ऐसा Website होता है जिसे की निरंतर update किया जाता है, वहीं इसमें नए content को अक्सर publish किया जाता रहता है Blogger के द्वारा। वहीं ब्लॉग को एक informal या conversational style (असम बातचीत करने वाली शैली) में लिखा जाता है।

वहीं इसका उद्देश्य ज्यादा से ज्यादा लोगों को अपनी ओर आकर्षित करने का होता है और साथ ही कुछ लक्ष्य को हासिल करने का होता है, वो चाहे एक बड़ी ही community-building हो या एक business को grow करना, या लोगों को सही जानकारी पहुँचाना भी हो सकता है।

एक web log, जिसे की shortened फॉर्म में "blog" कहा जाता है एक असल में एक web page होता है जिसमें की contents या blog posts मौजूद होते हैं। वहीं इन Blog Posts को लिखने के कार्य को blogging कहा जाता है। यदि किसी को Blogging करना आता है इसका मतलब है की उसके पास में वो सभी skills मौजूद हैं जिसका उपयोग कर वो आसानी से एक Blog को run और control कर सकता है।

प्रश्न 39. ई-टेलिंग पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।
Write a short note on e-tailing.

ई-टेलिंग-इलेक्ट्रॉनिक रिटेलिंग (ई-टेलिंग)

इलेक्ट्रॉनिक रिटेलिंग (ई-टेलिंग) इंटरनेट के माध्यम से वस्तुओं और सेवाओं की विक्री है। ई-टेलिंग में व्यापार-से-व्यवसाय (बी2बी) और व्यापार-से-उपभोक्ता (बी2सी) उत्पादों और सेवाओं की विक्री शामिल हो सकती है। इसके लिए कंपनियों को इंटरनेट विक्री को बढ़ाने के लिए अपने बिजनेस मॉडल को तैयार करने की आवश्यकता होती है, जिसमें ऑनलाइन गोदासों, इंटरनेट वेबपेजों और प्रोडक्ट शिपिंग केंद्रों जैसे वितरण कैनलों का निर्माण शामिल हो सकता है। उदाहरण के लिए, Amazon.com (AMZN) अपनी वेबसाइट के माध्यम से उपभोक्ता उत्पाद और सब्सक्रिप्शन प्रदान करने वाला अब तक का सबसे बड़ा ऑनलाइन रिटेलर है।

ई-टेलिंग को ऐसे वितरण नेटवर्क की आवश्यकता होती है जो फास्ट और सुरक्षित हों। कर्मीक उपभोक्ता उत्पादों या सेवाओं की डिलीवरी के लिए लंबी अवधि तक प्रतीक्षा नहीं कर सकते। ई-टेलिंग कंपनियों के लिये राजस्व अभिवृत्त करने के तरीके क्लार हैं।

ऑनलाइन डिलिवरी systems वितना फास्टर्फी होगा उपभोक्ता कंपनी के प्रति उतने ही इम्प्रेसर और निष्ठ ग्राहक होंगे। बेशक, पहला आय स्रोत उपभोक्ताओं या व्यवसायों को उनके उत्पाद की विक्री के माध्यम से होता है। लेकिन बी2सी और बी2बी दोनों कंपनियों सब्सक्रिप्शन-आधारित मॉडल जैसे नेटफ्लिक्स (एनएफएलएक्स) के माध्यम से अपनी सेवार् केवकर भी राजस्व कमा सकती हैं, जो मीडिया सामग्री पहुँचाने के लिए मासिक शुल्क लेना होता है।

इलेक्ट्रॉनिक रिटेलिंग के प्रकार (ई-टेलिंग)

बिजनेस-टू-कंज्यूमर (बी2सी) ई-टेलिंग—बिजनेस-टू-कंज्यूमर रिटेलिंग सभी ई-कॉमर्स कंफिन्यों में सबसे आम है और आधिकारिक इंटरनेट उपयोगकर्ताओं के लिए सबसे परिचित है। रिटेल विक्रेताओं के इस समूह में वे कंपनियाँ शामिल हैं जो तैयार माल या उत्पादों को उपभोक्ताओं को सीधे अपनी वेबसाइटों के माध्यम से ऑनलाइन बेचती हैं। उत्पादों को कंपनी के गोदाम से या सीधे निर्माता से लेकर वितरित किया जाता है। एक सकल बी2सी रिटेलर की प्राथमिक आवश्यकताओं में एक ग्राहक से अच्छे संबंध बनाना रहना है। दूसरा सेवकों का शीघ्र करना है।

बिजनेस-टू-बिजनेस (बी2बी) ई-टेलिंग—बिजनेस-टू-बिजनेस रिटेलिंग में ऐसी कंपनियाँ शामिल होती हैं जो उत्पाद अन्य कंपनियों को बेचती हैं। ऐसे खुदरा विक्रेताओं में सलाहकार, सॉफ्टवेयर डेवलपर, प्रोत्सांस और थोक व्यापारी शामिल हैं। थोक व्यापारी अपने उत्पादों को अपने विनिर्माण संयंत्रों से लेकर व्यवसायों तक बेचते हैं। बदले में ये व्यवसाय उन उत्पादों को उपभोक्ताओं को बेचते हैं। दूसरे शब्दों में, एक B2B कंपनी जैसे कि एक थोक व्यापारी किसी B2C कंपनी को उत्पाद बेच सकता है। □

ई-भुगतान पद्धति [E-payment System]

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न (Long Answer Type Questions)

प्रश्न 40. ई-मनी के क्या फायदे और नुकसान हैं?

What are the advantages and disadvantages of E-Money ?

ई-कोर्स के युग में, ई-मनी नकदी का एक मजबूत विकल्प बन गया है- कुछ स्थानों पर यह पूरी तरह से नकदी के विकल्प के रूप में भी कह सकते हैं। ई-मनी के लाभ निम्नलिखित हैं।

1. सुरक्षा-कई विशेषज्ञ ई-मनी को नकदी की तुलना में अधिक सुरक्षित मानते हैं क्योंकि आप इसे खो नहीं सकते हैं या अधिक नहीं दे सकते हैं। एम्ब्लिशन तकनीक, ग्राहक उत्पाणिकरण तकनीक (जैसे मल्टीफेक्टर प्रमाणीकरण) और नियामक मानक सुनिश्चित करते हैं कि इलेक्ट्रॉनिक धन वेब पर भी सुरक्षित रहे।

2. सुविधा-ऑनलाइन भुगतान इलेक्ट्रॉनिक मनी का एक महत्वपूर्ण डोमेन बन गया है क्योंकि यह रसीका खरीदारी का एक आसान और तेज प्रक्रिया प्रदान करती है, आप ऑनलाइन भुगतान के प्रकार के रूप में सीधे डेबिट या क्रेडिट/डेबिट कार्ड चुन सकते हैं।

3. सीधे लेन-देन-इलेक्ट्रॉनिक लेन-देन आपको पॉइंट-ऑफ-सेल या तुरंत होने वाली ऑनलाइन दुकान का लाभ प्रदान करते हैं। भुगतानकर्ताओं और प्राप्तकर्ताओं के खातों के बीच ऑनलाइन हस्तांतरण फिजिकल ट्रांसफर के माध्यम से होने वाले खातों की तुलना में तेजी से आगे है-ई-मनी पर मिनिटों में हो जाता है।

ई-मनी के कुछ नुकसान भी हैं जो निम्न प्रकार से हैं-

1. उच्च सुरक्षा आवश्यकताएँ-इलेक्ट्रॉनिक ट्रांसफर के लिए उच्च स्तर की सुरक्षा की आवश्यकता होती है, इसमें ई-वॉलेट प्रदाताओं के लिए सुविधा रखने के अधिक प्रयास शामिल होते हैं। जब आप इसके साथ ऑनलाइन भुगतान करते हैं, तो आपको उपस्थित होने की आवश्यकता नहीं है-लेकिन आपके ई-मनी भुगतान प्रदाता के पास अभी भी सभी आवश्यक जानकारी है जो उच्च सुरक्षा के अभाव में चोरी की जा सकती है।

2. संश्लेषण आवश्यकताओं का अभाव नहीं है-ई-मनी भुगतान सेवाओं तक पहुंच अच्छी आईटी इन्फ्रास्ट्रक्चर का निर्भर है। ई-मनी लेनदेन को समय पर प्रोसेस करने के लिए बिजली

और इंटरनेट की उपलब्धता एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। इंटरनेट कनेक्शन या ई-मनी की उपलब्धता-स्वीकार करने वाली ऑनलाइन सेवाओं या पॉइंट-ऑफ-सेल पर पेमेंट की ज़रूरत होती है, तो इंटरनेट की सुविधा High कवरेज पर होना ही चाहिए। अच्छे इंफ्रास्ट्रक्चर के अभाव में एक बड़ा वित्तीय नुकसान और ग्राहक का विश्वास खो देता है।

3. उपयोग करने के लिए कौशल की आवश्यकता होती है-उपयोगकर्ता के पास न्यूनतम स्तर का प्रशिक्षण और ज्ञान होना चाहिए, विशेष रूप से अधिक जटिल लेनदेन के साथ यह बहुत आवश्यक है।

4. इसका उपयोग करने के लिए एक उपकरण की आवश्यकता होती है-ई-नकदी के हस्तांतरण के लिए हार्डवेयर और सॉफ्टवेयर दोनों की आवश्यकता होती है। जबकि साधारण के नकदी को आप अपने साथ कहीं भी ले जा सकते हैं।

5. व्यावसायिक लाभ में वृद्धि-ई-भुगतान प्रणाली में व्यवसाय के कम्प्यूटर सिस्टम में संश्लेषित सर्वेक्षणीय वित्तीय जानकारी को अनधिकृत पहुंच से बचाने के लिये आपको अधिक सुरक्षा की आवश्यकता होती है। कम्पनियों को भुगतान-सुरक्षा तकनीकों की खरीद, स्थापना और रखरखाव में अतिरिक्त लागत लगानी पड़ती है।

प्रश्न 41. ई-वॉलेट के प्रकार बताइये।

Define types of E-Wallets.

ई-वॉलेट व्यवसाय और यूजर की आवश्यकताओं के आधार पर विभिन्न उद्देश्यों को पूरा करने के लिए डिज़ाइन किए गए हैं। ई-वॉलेट के मुख्य प्रकार निम्न हैं।

बल्गेज वॉलेट-बल्गेज वॉलेट उपयोगकर्ताओं को ऐप या वेबसाइट के माध्यम से भुगतान करने की अनुमति देता है। इस प्रकार का वॉलेट आमतौर पर उत्पादों या सेवाएँ बेचने वाली कम्पनियों द्वारा उपयोग के लिये Amazon Pay या Ola Money द्वारा बनाया जाता है। बल्गेज वॉलेट के उपयोगकर्ता केवल वॉलेट में लेनदेन संश्लेषित धन का ही लेनदेन में उपयोग कर सकते हैं। यदि कोई लेन-देन रद्द कर दिया जाता है या धनवापसी जारी कर दी जाती है, तो पूरी राशि वॉलेट में वापस कर दी जाती है।

सेमी बल्गेज वॉलेट-एक सेमी बल्गेज वॉलेट user को विशिष्ट व्यापारियों और स्थानों पर अस्थायी से लेनदेन करने की अनुमति देता है। इस प्रकार के वॉलेट का सीमित कवरेज क्षेत्र होता है। सेमी बल्गेज वॉलेट से भुगतान स्वीकार करने के लिए, व्यापारियों को वॉलेटों के साथ एक अनुबंध या समझौते के लिए सहमत होना चाहिए। उत्पादन के लिये Paytm Wallet।

Open वॉलेट-डेक खुले वॉलेट की पैकाज करते हैं जिनका उपयोग किसी भी प्रकार के लेनदेन के लिए किया जा सकता है। ओपन वॉलेट से फंड ट्रांसफर करना आसान हो जाता है और इसका इस्तेमाल ऑनलाइन और इन-स्टोर भुगतान के लिए किया जा सकता है।

एक ओपन ई-वॉलेट का प्रदाता उपयोगकर्ताओं को दुनिया में कहीं से भी लेन-देन करने की अनुमति देता है, लेकिन शेक और प्राप्तकर्ता दोनों के खाते एक ही ऐप पर होने चाहिए। उत्पादों के लिये पेयल अकाउंट।

क्रिप्टो वॉलेट—क्रिप्टोकॉरसी वॉलेट उपयोगकर्ताओं की सार्वजनिक और निजी क्रिप्टो को संग्रहित करते हैं, जो स्वामित्व प्रमाणपत्र के रूप में रहते हैं। हार्डवेयर वॉलेट, जिसे कोल्ड वॉलेट के रूप में भी जाना जाता है, सुरक्षा की एक अतिरिक्त परत प्रदान करता है। इन वॉलेट को USB स्टिक का उपयोग करके ऑफलाइन संचालित किया जा सकता है। क्रिप्टोकॉरसी का भुगतान हार्डवेयर वॉलेट का उपयोग करके किया जा सकता है।

आईओटी बटुआ—IoT का अर्थ इंटरनेट ऑफ थिंग्स है, IoT उपकरणों में स्मार्ट घड़ियाँ, जैकेट, रिस्टबैंड और अन्य उपकरण शामिल हैं। IoT उपकरणों के कुछ उदाहरणों में स्मार्ट कार कम्प्यूटर और स्मार्ट रेफ्रिजरेटर शामिल हैं, IoT वॉलेट का उपयोग ई-मनी और आभासी मुद्राओं के साथ किया जा सकता है।

मोबाइल वॉलेट—मोबाइल वॉलेट एक ऐसा उपकरण है, जो आपको डिजिटल रूप में नकदी ले जाने की अनुमति देता है। आप अपने मोबाइल डिवाइस का उपयोग अपने क्रेडिट कार्ड या डेबिट कार्ड की जानकारी को मोबाइल वॉलेट एप्लिकेशन में संलग्न करने के लिए कर सकते हैं, या आप ऑनलाइन मोबाइल वॉलेट में पैसे ट्रांसफर कर सकते हैं। अपने स्मार्टफोन, टैबलेट या स्मार्टवॉच का उपयोग करके, आप पारंपरिक प्लास्टिक कार्ड के बजाय खरीददारी कर सकते हैं। डिजिटल वॉलेट में पैसे लोड करने के लिए किसी व्यक्ति का खाता इससे जुड़ा होना चाहिए। जियो मनी, फ्रीचार्ज, पेटीएम, आईसीआईआई पॉकेट्स, मोबाइक, स्मॉइपे, ऑक्सीजन, एपटेल मनी, एसबीआई बडी, साइडस पे, वोडाफोन एम-पैसा, एक्सिस बैंक लाइम और अन्य जैसे कई ऐप में उनके ई-वॉलेट हैं।

प्रश्न 42. डिजिटल वॉलेट के फायदे और नुकसान बताएं।

Explain the advantages and disadvantages of digital wallet.

डिजिटल वॉलेट के लाभ

डिजिटल वॉलेट के बहुत फायदे हैं। वे आपका समय और पैसा बचाते हुए, ऐसी सेवाएँ प्रदान कर सकते हैं व्यक्तिकरण तौर पर करने पर विलंबित हो जाती। डिजिटल वॉलेट के प्रमुख लाभ निम्न हैं।

सुविधा—यूजर्स अपने असली पर्स को घर पर छोड़ सकते हैं और फिर भी केवल अपने फोन या घड़ी का उपयोग करके स्टारबक्स पर कॉफी के लिए भुगतान कर सकते हैं। इसके अतिरिक्त, फोन या वियरबल से भुगतान करने के लिए आपको कहीं भी लॉग इन करने के लिए अपना उपयोगकर्ता नाम या पासवर्ड याद रखने की आवश्यकता नहीं होती है। केवल टैप या क्लिक करने से भुगतान हो जाता है।

बैंकिंग सेवाएँ—एक डिजिटल वॉलेट उन्हें बैंक जैसी सेवाएँ प्रदान करता है और बैंक खाते की आवश्यकता के बिना भुगतान करने का एक स्वीकार्य तरीका प्रदान करता है। बहुत कम फीस देकर लगभग कोई भी डिजिटल भुगतान ऐप डिजिटल वॉलेट का उपयोग कर सकता है। कुछ डिजिटल वॉलेट उपयोगकर्ताओं को ऐप के भीतर ही भुगतान करने, फंड स्टोर करने, बिलों का भुगतान करने (डिजिटल चेक लिखने) और यहाँ तक कि अलग वित्तीय खातों में पैसे ट्रांसफर करने की अनुमति देते हैं। डिजिटल वॉलेट उन लोगों को विकल्प प्रदान करता है जिनके पास समय की कमी है।

सुरक्षा—डिजिटल वॉलेट आपको प्लास्टिक मनी से होने वाले नुकसानों से भी सुरक्षा प्रदान करता है। जैसे कार्ड खोने पर होने वाले नुकसान अथवा कार्ड बंद क्षेत्र पर लेन देन न हो सकने वाले नुकसान हैं।

लेनदेन की तुरंत जानकारी—डिजिटल भुगतान कार्डों के माध्यम से, आप अपने हाल के लेन-देन की सूची अपने फोन पर तुरंत देख सकते हैं। इसके अलावा, आपको ऑनलाइन लॉग इन करने या कोई विवरण डाउनलोड करने की आवश्यकता नहीं होती है। जैसे की क्रेडिट कार्ड के साथ, आपको अक्सर अपने Transaction बदलावों की समीक्षा करने के लिए अपने मासिक विवरण की प्रतीक्षा करनी पड़ती है। एक डिजिटल वॉलेट के साथ, आप तुरंत अपने सभी भुगतानों को देख सकते हैं और 24/7 समीक्षा ले सकते हैं।

समय बचाता है—भौतिक क्रेडिट कार्ड को स्वाइप किए बिना स्टोर में जाते समय आप चेकआउट पर खरीदारी करने या आइटम स्कैन करने के लिए अपने स्मार्टफोन का उपयोग कर सकते हैं। आप अपने डेबिट कार्ड का उपयोग डिजिटल रूप से खरीदारी करने के लिए भी कर सकते हैं, फिराने की दुकान जैसी स्थितियों में समय की बचत कर सकते हैं।

भुगतान का नियंत्रण/शेड्यूल—डिजिटल वॉलेट आपका स्वचालित बिल भुगतान सेट करने की क्षमता के माध्यम से समय बचाता है। आप यूटिलिटी भुगतान शेड्यूल कर सकते हैं, ताकि आप देय तिथि न भूलें या भुगतान करने के लिए वेबसाइटों पर लॉग इन न करना पड़े।

इसके अतिरिक्त, डिजिटल वॉलेट आपको अपना मासिक खर्च ट्रैकिंग या आपको अपना खर्च मैनुअल रूप से शेड्यूल करने की अनुमति देकर आपके खर्च पर नजर रखने में मदद करता है। जिससे बजट बनाना और भी आसान हो जाता है।

ई-वॉलेट के अपने नुकसान भी हैं-

इंफॉर्मेटिव सिक्स्युरिटी—जो वॉलेट टु फेक्टर ऑथेंटिकेशन की सुविधा नहीं देते उनके साथ लेन-देन करना सुरक्षित नहीं माना जाता।

इंटरसेप्टेड डॉटा—मोबाइल फोन और वेयरबल डिवाइस वायरलेस नेटवर्क का उपयोग करते हैं, इससे डेटा इंटरसेप्शन का खतरा होता है। हैकर्स संभावित रूप से उस डॉटा तक पहुँच सकते हैं जो वायरलेस नेटवर्क पर ट्रांसमीट हो रही है।

धोखाधड़ी जोखिम—जब आप क्रेडिट कार्ड का उपयोग करके किसी चीज के लिए भुगतान करते हैं, तो बैंक आपको क्रेडिट कार्ड धोखाधड़ी में इश्युर्स देकर कवर करते हैं, लेकिन दुर्भाग्य से, ये सुरक्षा डिजिटल वॉलेट के साथ नहीं हो सकती है। क्योंकि डिजिटल वॉलेट का उपयोग आपको डिवाइज द्वारा किया गया ही माना जाता है।

फोन टूटने या खोने का जोखिम—यदि आप अपना फोन अपने डिजिटल वॉलेट से खो देते हैं, तो आप अपने फोन पर वॉलेट में संग्रहित जानकारी खो सकते हैं। यदि आपको चलते-फिरते किसी भिन्न भुगतान पद्धति का उपयोग करने की आवश्यकता है, तो डिजिटल वॉलेट भी असुविधाजनक हो सकते हैं। आपके पास वह जानकारी नहीं हो सकती

है जिसे आपको मैन्युअल रूप से दर्ज करने की आवश्यकता है, या आप वॉलेट के अंतर्गत भुगतान विधि तक पहुँचने में सक्षम नहीं हो सकते हैं।

यदि वह उपकरण जिसमें आपका बटुआ है, टूट जाता है, तो आप बटुए के अंतर्गत संग्रहित सभी जानकारी भी खो सकते हैं। आपको वॉलेट को फिर से डाउनलोड करना होगा, लेकिन हो सकता है कि आप उसी जानकारी तक न पहुँच पाएँ या आपके पास पहले की गई खरीदारी का रिकॉर्ड न हो। आपको नई भुगतान जानकारी भी प्राप्त करनी पड़ सकती है।

प्रश्न 43. ई-बैंकिंग/ऑनलाइन बैंकिंग की अवधारणा को विस्तार से समझाइए।

Explain the concept of e-banking/online banking in detail.

ई-बैंकिंग

परिभाषा—ई-बैंकिंग एक व्यापक शब्द है जिसका उपयोग उस प्रक्रिया को इंगित करने के लिए किया जाता है जिसके माध्यम से ग्राहक को इलेक्ट्रॉनिक और दूरसंचार नेटवर्क का उपयोग करके व्यक्तिगत या वाणिज्यिक बैंकिंग करने की अनुमति दी जाती है।

ई-बैंकिंग की अवधारणा ने स्थापित बैंक एवं बैंकिंग पद्धती का पूर्णतया बदल डाला है।

ई-बैंकिंग में फंड ट्रांसफर, अकाउंट स्टेटमेंट चेक करना, यूटिलिटी बिल पेमेंट, बैंक जो अकाउंट खोलना, नजदीकी एटीएम का पता लगाना, नकद प्राप्त करना जैसी सुविधाएँ शामिल हैं।

केवल कुछ क्लिक में पर्सनल कम्प्यूटर, स्मार्टफोन, लैपटॉप या पर्सनल डिजिटल असिस्टेंट का उपयोग करके यह सेवाएँ प्राप्त की जा सकती हैं।

ई-बैंकिंग सेवाओं को 8 मुख्य श्रेणियों में विभाजित किया जा सकता है—

ई-बैंकिंग सेवाएँ

ई-बैंकिंग पेपरलेस/कैशलेस लेनदेन को बढ़ावा देता है। यह कई अधिकारों, जिम्मेदारियों और फीस के साथ आता है। ई-बैंकिंग के अंतर्गत आने वाली सेवाओं की श्रेणी इस प्रकार से है—

1. इंटरनेट बैंकिंग—ग्राहकों को प्रदान की जाने वाली एक बैंकिंग सुविधा है जिसके माध्यम से ग्राहक बैंक की वेबसाइट या एप्लिकेशन के माध्यम से इंटरनेट का उपयोग करके कई मौद्रिक और गैर-मौद्रिक लेन-देन कर सकते हैं।

2. मोबाइल बैंकिंग—लागभग सभी बैंकों ने अपने मोबाइल एप्लिकेशन डिज़ाइन किए हैं जिनके साथ आप अपनी डिवाइस से लेन-देन कर सकते हैं। इसके लिए चार चीजों की जरूरत होती है—आपके बैंक खाते में मोबाइल एनबलड बैंकिंग स्मार्टफोन, इंटरनेट, मोबाइल एप्लिकेशन।

3. एटीएम-ऑटोमैटेड टेलर मशीन, जिसे एटीएम के नाम से जाना जाता है, ई-बैंकिंग के तहत प्रदान की जाने वाली सबसे आम और प्रारंभिक सेवाओं में से एक है। श्रम मशीन से आप आवश्यकता पड़ने पर नकदी निकाल सकते हैं, यह आपको अपने खाते की

स्थिति की जाँच करने, फंड ट्रांसफर करने, फंड जमा करने, अपना मोबाइल नंबर बदलने और अपना डेबिट कार्ड पिन, यानी व्यक्तिगत पहचान संख्या बदलने की भी अनुमति देता है।

4. डेबिट कार्ड—डेबिट कार्ड का उपयोग हमारे दैनिक जीवन में अधिकतम लेन-देन करने के लिए किया जाता है। डेबिट कार्ड ग्राहक के बैंक खाते से जुड़े होते हैं और इसलिए ग्राहक को केवल प्लेइंट ऑफ सेल (पीओएस) आउटलेट, ऑनलाइन शॉपिंग और एटीएम निकासी पर भुगतान करने के लिए कार्ड स्वाइप करने की आवश्यकता होती है। इस तरह सीधे ग्राहक के खाते से राशि कट जाती है।

5. क्रेडिट कार्ड—डेबिट कार्ड की तरह, क्रेडिट कार्ड भी एक भुगतान कार्ड है जिसे बैंक ग्राहकों के अनुरोध पर उनके क्रेडिट स्कोर और इतिहास की जाँच के बाद जारी करते हैं। यह कार्डधारक को पूर्व-अनुमोदित सीमा तक धन उधार लेने और भुगतान करने में सक्षम बनाता है। कार्ड जारी करने वाले बैंकों द्वारा सीमा प्रदान की जाती है। कार्डधारक क्रेडिट कार्ड के उपयोग के लिए कुछ शुल्कों के साथ निर्धारित समय के भीतर राशि चुकाने का वादा करता है।

6. प्वाइंट ऑफ सेल (POS)—पॉइंट ऑफ सेल सिस्टम तारीख, समय और स्थान (खुदरा आउटलेट) के संदर्भ में उस बिंदु को संदर्भित करता है जहाँ ग्राहक खरीदारी या प्राप्त सेवाओं के लिए प्लेस्टिक कार्ड का उपयोग करके भुगतान करता है।

7. इलेक्ट्रॉनिक डॉटा इंटरचेंज (ईडीआई)—ईडीआई एक मानकीकृत प्रारूप का उपयोग करके इलेक्ट्रॉनिक रूप से व्यवसायों के बीच सूचनाओं के संचार का एक नया तरीका है, जो पारंपरिक रूप से कागज-आधारित था।

8. इलेक्ट्रॉनिक फण्ड ट्रांसफर (ईएफटी)—जब एक बैंक से दूसरे बैंक में इलेक्ट्रॉनिक तरीके से पैसा ट्रांसफर किया जाता है तो इसे इलेक्ट्रॉनिक फण्ड ट्रांसफर कहते हैं। इसमें डायरेक्ट डेबिट, डायरेक्ट डिपॉजिट, वायर ट्रांसफर, एनईएफटी, आरटीजीएस, आईएमपीएस आदि शामिल हैं।

प्रश्न 44. ई-कॉमर्स में ई-बैंकिंग के महत्व की व्याख्या कीजिए।

Explain the importance of E-Banking in E-commerce.

ई-बैंकिंग बैंकों और ग्राहकों के लिए कई फायदे प्रदान करता है, इसके उपयोग के आधार पर इसे आगे वर्गीकृत किया गया है—

बैंकों के लिए महत्व—

1. कम लेनदेन लागत—इलेक्ट्रॉनिक लेन-देन का सबसे सस्ता तरीका है।
2. कम कागजी कार्रवाई—डिजिटल रिकॉर्ड कागजी कार्रवाई को कम करते हैं और प्रक्रिया को संभालना आसान बनाते हैं। साथ ही, यह पर्यावरण के अनुकूल है।
3. मानव श्रुति के लिए कम मार्जिन—बैंक सूचना इलेक्ट्रॉनिक रूप से प्रसारित की जाती है, मानवीय श्रुति के लिए कोई जगह नहीं है।

4. रिडयुज्ड फिक्स कॉस्ट—शाखाओं की कमी मानवीय से बैंकों को लागू वाली निश्चित लागत में कमी आती है।
5. अधिक वफादार ग्राहक—चूँकि ई-बैंकिंग सेवाएँ ग्राहक के अनुकूल हैं, इसलिए बैंक अपने ग्राहकों से अधिक वफादारी का अनुभव करते हैं।

ग्राहकों के लिए महत्व-

1. सुविधा—ग्राहक अपने खाते तक कभी भी पहुँच सकता है और 24 × 7 × 365 कहीं से भी लेन-देन कर सकता है।
2. प्रति लेन-देन कम लागत—चूँकि ग्राहक को प्रत्येक लेन-देन के लिए शाखा नहीं जाना पड़ता है, इससे उनका समय और धन दोनों की बचत होती है।
3. कोई भौगोलिक बाधा नहीं—पारंपरिक बैंकिंग प्रणालियों में, भौगोलिक दूरी कुछ बैंकिंग लेन-देन को बाधित कर सकती है। हालाँकि, ई-बैंकिंग से भौगोलिक बाधाएँ कम हो गई हैं।

व्यवसायों के लिए महत्व-

1. खाते की समीक्षा—व्यवसाय के मालिक और मनोनीत कर्मचारी सदस्य ऑनलाइन बैंकिंग इंटरफ़ेस का उपयोग करके खातों तक जल्दी पहुँच सकते हैं। यह उन्हें खाता गतिविधि की समीक्षा करने और खाते के सुचारू संचालन को सुनिश्चित करने की अनुमति देता है।
2. बेहतर उत्पादकता—इलेक्ट्रॉनिक बैंकिंग उत्पादकता में सुधार करती है। यह व्यवसाय की उत्पादकता बढ़ाने के लिए नियमित मासिक भुगतानों के ऑटोपेमेंट और अन्य सुविधाओं के एक कस्टरमर को बेहतर उतपादकता देता है।
3. कम लागत—आमतौर पर, बैंकिंग संबंधों में लागत उपयोग किए गए संसाधनों पर आधारित होती है। जैसे- यदि किसी व्यवसाय को केश ट्रांसफर, डिपॉजिट आदि अधिक संख्या में करना होती है, तो बैंक अधिक शुल्क लेता है। जबकी ऑनलाइन बैंकिंग के साथ, यह कम खर्च में हो जाते हैं।
4. कम त्रुटियाँ—इलेक्ट्रॉनिक बैंकिंग नियमित बैंकिंग लेन-देन में त्रुटियों को कम करने में मदद करती है। खराब हैडराइटिंग, गलत जानकारी आदि से त्रुटियाँ हो सकती हैं जो महँगी साबित हो सकती हैं। साथ ही, खाता की गतिविधि की एक आसान समीक्षा वित्तीय लेनदेन की सटीकता को बढ़ाती है।
5. कम धोखाधड़ी—इलेक्ट्रॉनिक बैंकिंग उन सभी कर्मचारियों के लिए एक डिजिटल पदाचिह्न प्रदान करती है जिनके पास बैंकिंग गतिविधियों को संशोधित करने का अधिकार है। इसलिए, व्यवसाय की अपने लेन-देन में बेहतर दृश्यता होती है जिससे किसी भी धोखाधड़ के लिए शरारत करना मुश्किल हो जाता है।

- प्रश्न 45. डिजिटल हस्ताक्षर और डिजिटल प्रमाण पत्र पर एक संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।

Write a short note on the digital signature and digital certificate.

डिजिटल सिग्नेचर व सर्टिफिकेट सर्टिफिकेशन ऑथोरिटी द्वारा इश्यू किया जाता है तथा इसका उपयोग हाथ से लिखे सिग्नेचर की तरह कुछ लीगल पहचान द्वारा लिगली तौर पर वैध डिजिटल सिग्नेचर की तरह किया जाता है।

डिजिटल सिग्नेचर—डिजिटल सिग्नेचर एक इलेक्ट्रॉनिक सिग्नेचर है जिसका उपयोग मैसेज भेजने वाले की पहचान जाँचने के लिए किया जाता है तथा डॉक्यूमेंट की सत्यता जाँचने के लिए भी किया जाता है, कि भेजा गया डाटा बदला तो नहीं गया है। डिजिटल सिग्नेचर को आसानी से भेजा जा सकता है तथा किसी के द्वारा इसकी नकल नहीं की जा सकती है क्योंकि यह स्वतः ही थोड़े समय बाद यह खत्म हो जाता है अर्थात् इसकी वैधता समाप्त हो जाती है। ओरिजनल साइन किये गए मैसेज की खासियत यह है की मैसेज एवं सिग्नेचर दोनों को ही सामान्य इम्पोर्टन्स मिल जाती है कि भेजने वाला बाद में उसे इलिंगील नहीं बात सकता है। डिजिटल सिग्नेचर किसी भी प्रकार के मैसेज के साथ उपयोग किया जा सकता है चाहे वह एक्रिप्टेड हो अथवा नहीं। अतः पाने वाला इस बात से सतुष्ट रहता है कि मैसेज सही व्यक्ति द्वारा भेजा गया है। इसी प्रकार डिजिटल सर्टिफिकेट जिस पर सर्टिफिकेट इश्यूरींग अथोरिटी के डिजिटल सिग्नेचर होते हैं जिसके द्वारा कोई भी पहचान कर सकता है कि सर्टिफिकेट असली है।

यह किस प्रकार कार्य करता है—मान लीजिए आप किसी दूसरे शहर में अपने वकील को कॉन्टैक्ट के लिए ड्राफ्ट भेज रहे हो तथा आप यह बताना चाहते हैं कि यह ड्राफ्ट आप ही भेज रहे हैं तथा इसमें लिखा गया मेटर बदला नहीं गया है-

1. आप कॉन्टैक्ट को ई-मेल पर कॉपी व पेस्ट करें।
 2. स्पेशल सॉफ्टवेयर का उपयोग कर कॉन्टैक्ट का मैसेज हेश (मैथेमेटिकल समरी) बनाएँ।
 3. अब आप प्रायवेट-key का उपयोग करें जो आपने हेश को एक्रिप्ट करने के लिए पब्लिक प्रायवेट key अथोरिटी से ली है।
 4. यह एक्रिप्टेड हेश अब आपके मैसेज का डिजिटल सिग्नेचर बन गया है (यह ध्यान रहे कि हर बार मैसेज भेजने पर यह अलग होगा)।
- दूसरी ओर आपका वकील जब मैसेज पढ़ेगा-
1. यह जानने के लिए कि मैसेज आप ही द्वारा भेजा गया है आपका वकील रिसीव to किये गए मैसेज का हेश बनाएगा।
 2. फिर वह आपकी पब्लिक key का उपयोग कर मैसेज हेश अथवा समरी को डिफ्रिप्ट करेगा।

यदि हेश मैच कर जाता है अर्थात् रिसीव किया गया मैसेज सही है एक विशिष्ट सार्वजनिक कुंजी अवसरचना (पीकेआई) योजना में हस्ताक्षर विश्वास योजना के वेब में

प्रमाण पत्र प्राधिकरण के होंगे उपयोगकर्ता या किसी अन्य उपयोगकर्ता को आसानी से हस्ताक्षर करने के लिए हस्ताक्षर को आमतौर पर किसी भी मामले में एक प्रमाण पत्र और प्रमाणन पर हस्ताक्षर के रूप में जाना जाता है। प्रमाणपत्र हस्ताक्षरकर्ता द्वारा पहचान की जानकारी में वापस और सार्वजनिक कुंजी एक साथ सुरक्षा योग्य सुरक्षा के लिए एक साथ हैं, सिस्टम के लिए किसी बाहरी चीज पर इस निर्भरता का परिणाम है कि किसी भी सार्वजनिक कुंजी प्रमाणन योजना को कुछ विशेष सेटअप धारणाओं पर भरोसा करना पड़ता है जैसे कि एक का अस्तित्व प्रमाणपत्र, प्राधिकारी आदि ।

डिजिटल सर्टिफिकेट— डिजिटल सर्टिफिकेट एक प्रकार का इलेक्ट्रॉनिक 'क्रैडिट कार्ड' की तरह होता है जो वेब पर व्यापार करते समय आपकी साख स्थापित करता है। यह सर्टिफिकेशन अथॉरिटी द्वारा इश्यू किया जाता है जिसमें आपका नाम सीरियल नंबर खत्म होने (Expiration) की तारीख व सर्टिफिकेट धारक की पब्लिक key की नकल (जिसका उपयोग मैसेज की एन्क्रिप्टिंग तथा डिजिटल सिग्नेचर के लिए किया जाता है) तथा सर्टिफिकेट इश्यूईंग अथॉरिटी के डिजिटल सिग्नेचर जिसके द्वारा रिसीवर यह ज्ञात कर सके कि सर्टिफिकेट सही है। कुछ डिजिटल सर्टिफिकेट है X.509 डिजिटल सर्टिफिकेट्स को रजिस्ट्री में रखा जाता है ताकि वेध दूसरे यूजर की पब्लिक key को देख सकें। यूजर क्रिप्टोग्राफी, पब्लिक key सर्टिफिकेट (जिसे डिजिटल सर्टिफिकेट अथवा आइडेंटिटी सर्टिफिकेट भी कहा जाता है) एक इलेक्ट्रॉनिक डॉक्यूमेंट है जो डिजिटल सिग्नेचर का उपयोग पहचान के साथ पब्लिक key को बांधकर इंफॉर्मेशन जैसे व्यक्ति का नाम अथवा संस्था का नाम, पता इत्यादि रखता है। सर्टिफिकेट का उपयोग यह जांचने के लिए भी होता है कि पब्लिक key किसी व्यक्ति से सम्बन्धित है।

पब्लिक key इंफ्रास्ट्रक्चर (PKI) स्कीम में सिग्नेचर एक सर्टिफिकेट अथॉरिटी होती है। ट्रस्ट स्कीम के वेब में सिग्नेचर या तो यूजर का होता है (जिसमें खुद का साइन किया हुआ सर्टिफिकेट होता है) अथवा दूसरे यूजर्स का दोनों केस में सर्टिफिकेट पर सिग्नेचर सर्टिफिकेट पर साइन करने वाला यह सत्यापित करता है कि पब्लिक key पहचान की सूचना आइडेंटिटी इंफॉर्मेशन) दोनों एक ही व्यक्ति की है। इस सुरक्षा को सत्यापित करने के लिए पब्लिक key सर्टिफिकेट स्कीम को सर्टिफिकेशन अथॉरिटी (CA) के अस्तित्व के प्रमाण पर विश्वास करना पड़ेगा।

प्रश्न 46. पेमेंट गेटवे से आप क्या समझते हैं ?

What do you understand by the payment gateway ?

पेमेंट गेटवे एक ऑनलाइन भुगतान प्रोसेसिंग तकनीक है जो व्यवसायों को क्रैडिट कार्ड और इलेक्ट्रॉनिक चेक स्वीकार करने में मदद करती है। दूसरे शब्दों में, पेमेंट गेटवे "Mode-the-Middle" है जो ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म और ग्राहकों के बीच स्थित है।

भुगतान गेटवे एक मर्चेंट सेवा है जो ई-कॉमर्स साइटों और पारंपरिक ब्रिकी-एंड-मोटर स्टोर दोनों के लिए क्रैडिट कार्ड भुगतान की प्रक्रिया करती है। उन्हें इलेक्ट्रॉनिक लेन-देन में नकद रजिस्टर के रूप में माना जा सकता है।

भुगतान गेटवे आपको निम्नलिखित की अनुमति देता है-

1. भुगतान जल्दी और आसानी से करें और लें।

- अपने ग्राहक के डेटा (सूचना) और धन को सुरक्षित रखें।
- अपने ग्राहकों का विश्वास हासिल करें, ताकि वे अपना पैसा गेटवे पर सौंपने को तैयार हों।

पेमेंट गेटवे के प्रकार

आमतौर पर तीन प्रकार के पेमेंट गेटवे होते हैं-

1. ऑन-साइट भुगतान।

बड़े पैमाने के व्यवसाय अपने सर्वर पर ऑन-साइट भुगतान का उपयोग करते हैं जहाँ चेकआउट अनुभव और पैमेंट प्रोसेस सभी आपके सिस्टम के माध्यम से काम करते हैं। ऑन साइट भुगतान प्रणाली में आपके पास अधिक नियंत्रण और उत्तरदायित्व होता है। यदि आप ऑन-साइट भुगतान प्रक्रिया लेते हैं, तो प्रत्येक स्टेप आपके लिए मायने रखता है और खरीदारी के अनुभव में कोई भी सुधार आपकी मिनिमम profit स्टेटमेंट में वृद्धि ला सकता है। विशेष रूप से उच्च बिक्री वाले किसी भी खुदरा कंपनी के लिए यह लागू होता है।

2. साइट से चेकआउट करें

इस पद्धति के माध्यम से, आपकी साइट पर फ्रंट-एंड चेकआउट होगा, लेकिन भुगतान प्रक्रिया गेटवे के बैंक एंड के माध्यम से होती है।

यह रिडायरेक्टेड भुगतान गेटवे की तरह, यह विशिष्ट बैंक एंड पर बढ़ी हुई सुरक्षा सुनिश्चित करते हुए भुगतान प्रक्रियाओं को सरल बना सकती है।

हालाँकि, नकारात्मक पक्ष यह है कि आप भुगतान गेटवे के माध्यम से यूजर के संपूर्ण अनुभव को नियंत्रित करने में सक्षम नहीं होंगे। यदि आप चाहते हैं, तो सुनिश्चित करें कि आप भुगतान गेटवे की सुरक्षा से आश्वस्त हैं।

3. पुनर्निर्देश

रिडायरेक्ट में अक्सर वैकल्पिक भुगतान विधियों के विकल्प शामिल होते हैं, जैसे कि कोई कंपनी जो paypal के उपयोग की अनुमति देती है। जब गेटवे किसी ग्राहक को संपूर्ण लेन-देन को संभालने के लिए paypal भुगतान पृष्ठ पर ले जाता है, तो वह रिडायरेक्ट हो जाता है।

एक छोटा व्यवसाय बड़े प्लेटफॉर्म की सुविधा और सुरक्षा को शामिल करने के लिए रिडायरेक्ट गेटवे का उपयोग कर सकता है। रिडायरेक्ट में खुदरा विक्रेता के लिए सरलता का लाभ है, हालाँकि उसमें व्यापारी के लिए कोई नियंत्रण नहीं बचता और ग्राहकों के पास दूसरा विकल्प भी तैयार हो जाता है।

कुछ लोकप्रिय भुगतान गेटवे प्रदाता

1. **Paypal**— आप उनके व्यापार मॉडल के सभी नियमों और शर्तों को उनके यूआरएल- <https://www.paypal.com/> पर पा सकते हैं। ऑनलाइन पैसे ट्रांसफर करने के लिए पेपाल सबसे लंबे समय से स्थापित और शायद सबसे प्रसिद्ध सेवा है।

2. Amazon Payments—यह अत्यधिक लोकप्रिय पेमेंट गेटअवे प्रदाता का URL है- <https://payments.amazon.com/>। इसे 2007 में बनाया गया था, Amazon Payments आपके ग्राहकों को वही चेकआउट अनुभव प्रदान करता है जो उन्हें Amazon.com पर मिलता है।

भुगतान गेटवे की सीमाएँ-

1. सूचना की सुरक्षा एक प्रमुख मुद्दा है।
2. पेमेंट गेटवे में स्टैप-प्रोसेसिंग लागत शामिल होती है।
3. वे अपने द्वारा लिए जाने वाले शुल्क की स्ट्रक्चर का खुलासा नहीं करते हैं।
4. वे मोबाइल फ्रेंडली नहीं हैं, मर्चेंट फ्रेंडली नहीं हैं, और रिपीट भुगतान की सुविधा नहीं देते हैं।
5. सभी भुगतान गेटवे application. चार्ज बैंक फीस लगाती है।

प्रश्न 47. इलेक्ट्रॉनिक भुगतान प्रणाली में शामिल जोखिम और खतरे क्या हैं?

What are the risk and threats involved in the electronic payment system ?

ई-कॉमर्स से जुड़े जोखिम को व्यावसायिक प्रथाओं के अनुसार मोटे तौर पर निम्नलिखित श्रेणियों में वर्गीकृत किया जा सकता है।

ई-कॉमर्स में दो अजनबि व्यक्तियों या व्यवसायियों के बीच लेन-देन शामिल होता है, जिसमें धोखा हो सकता है और सुरक्षा प्रणाली पर कई प्रश्नों को उठाया जा सकता है। जैसे-

1. उपभोक्ता कैसे जान सकता है कि कोई कंपनी उत्पादों और सेवाओं के वही नियम पालन करेगी जैसा वह दावा करती है ?
2. क्या प्रोडक्ट की गारंटी है या क्या कंपनी product की वापसी की अनुमति देगी ?
3. कंपनी ग्राहक द्वारा प्रस्तुत की गई किसी भी जानकारी का उपयोग कैसे करेगी ? भुगतान के हिस्ट्री के बारे में जानकारी और सुरक्षित आश्वासन के बिना ग्राहक को हानि धोखाधड़ी असुविधा या असंतुष्ट-अपेक्षाओं के बढ़ते जोखिम का सामना करना पड़ सकता है, ई-कॉमर्स से जुड़े जोखिम को मोटे तौर पर निम्नलिखित प्रकारों में वर्गीकृत किया जा सकता है।

धोखाधड़ी का खतरा

इलेक्ट्रॉनिक भुगतान प्रणालियाँ धोखाधड़ी के जोखिम से प्रतिरक्षित नहीं हैं। भुगतान अधिकृत करने वाले व्यक्ति की पहचान स्थापित करने के लिए सिस्टम एक प्रोटोकॉल का उपयोग करता है। किसी व्यक्ति की पहचान निर्धारित करने में केवल पासवर्ड ही पूर्ण प्रमाण नहीं है। क्योंकि जब तक पासवर्ड और सुरक्षा प्रश्नों के उत्तर सही हैं, तब तक सिस्टम भुगतान अधिकृत करने वाले की ओर कोई पहचान नहीं चाहता। यदि कोई आपके पासवर्ड या आपके सुरक्षा प्रश्न के उत्तर को हैक कर लेना है, तो वे आपके नकदी चुरा सकते हैं। अतः इलेक्ट्रॉनिक भुगतान प्रणाली को कई और सुरक्षा उपायों को इस्तेमाल करना पड़ना है।

कर चोरी का खतरा

कर एक कानूनी आवश्यकता है व्यवसाय के अपने वित्तीय लेनदेन की घोषणा करते हुए और उनके कागजी रिकॉर्ड को मेट्रेन कर पड़ता है ताकि कर लगा किया जा सके। इलेक्ट्रॉनिक प्रणालियों के साथ समस्या यह है कि वे इस मान में बहुत सफाई से फिट नहीं होते हैं और इसलिए वे आंतरिक राजस्व सेवा के लिए कर संग्रह की प्रक्रिया को बहुत जटिल बना सकते हैं। वित्तीय अबाध में इलेक्ट्रॉनिक भुगतान प्रणाली के माध्यम से प्राप्त या किए गए भुगतानों का खुलासा करना व्यावसायी पर निर्भर है, और आईआरएस के पास यह जानने का कोई तरीका नहीं है कि वह सच कह रहा है या नहीं। इससे टैक्स से बचना काफी आसान हो जाता है।

भुगतान संघर्ष का जोखिम

इलेक्ट्रॉनिक भुगतान प्रणालियों की एक विशेषता यह है कि यह व्यक्तियों द्वारा नहीं बल्कि एक स्वचालित इलेक्ट्रॉनिक प्रणाली द्वारा नियंत्रित किए जाते हैं। यह सिस्टम त्रुटियाँ भी उत्पन्न कर सकता है। खासकर जब इससे बड़ी मात्रा में भुगतान किये जाते हैं जिसमें कई प्राप्तकर्ता शामिल होते हैं। प्रत्येक भुगतान अबाधि समाप्त होने के बाद अपनी transfer पर्चा की लगातार जाँच करना महत्वपूर्ण है ताकि यह सुनिश्चित हो सके कि सब कुछ सही है। ऐसा करने में विफलता के परिणामस्वरूप तकनीकी गड़बड़ियों और विसंगतियों के कारण भुगतान में विवाद हो सकता है।

इम्पल्स/खरीदारी का जोखिम

जब आप गैर-इलेक्ट्रॉनिक भुगतान प्रणाली का उपयोग करते हैं तो इम्पल्स खरीदारी पहले से ही एक जोखिम है परंतु, यह तब बढ़ जाता है, जब आप माउस के क्लिक पर ऑनलाइन चीजें खरीदने में सक्षम होते हैं। बिना किसी विचार के किया गया खरीदारी जोखिमपूर्ण भी हो सकती है; खरीदारी की आदत हो सकती है और बजट पर टिके रहना लगभग असंभव हो जाता है।

ई-भुगतान के जोखिम को कम करने के लिए कार्रवाई

1. पीसीआई नियमों को प्राप्त करें और बनाए रखें।
2. अनियमित व्यवहार के किसी भी संकेत को पहचानें।
3. सुरक्षित इलेक्ट्रॉनिक लेन-देन (सेट) और सुरक्षित सॉफ्ट परत (एसएसएल)।
4. सत्यापन प्रणाली का प्रयोग करें।
5. कार्ड सत्यापन मूल्य का उपयोग करें।

प्रश्न 48. ई-भुगतान में जोखिम कम करने के लिए किन विभिन्न कदमों पर विचार किया जाना चाहिए।

What are the various steps that should be considered to lower the risk in e-payments.

इंटरनेट पर विभिन्न सुरक्षा उपायों को लागू करके हम ई-कॉमर्स के अपने जोखिम का प्रबंधन कर सकते हैं, ये सुरक्षा उपाय निम्नानुसार हो सकते हैं-

56 \ ई-कॉमर्स : डिजिटल मार्केटिंग

सुरक्षित technology विकसित करें—कई पेशेवर इंटरनेट सुरक्षा को अपने दैनिक कार्य का हिस्सा मानते हैं, इसके लिए बड़े व्यापार संगठन को प्रमुख सुरक्षा उपायों को अपनाना चाहिए और इंटरनेट सुरक्षा की नीति का पालन करने के निर्देशों सहित इनके बारे में अपने कर्मचारियों को भी अवगत कराना चाहिए। क्योंकि कभी-कभी आप या आपका कर्मचारी लॉग ऑफ करना या पासवर्ड बदलना भूल सकते हैं और सॉफ्टवेयर पैच को डाउनलोड और इंस्टॉल करने की उपाय कर सकते हैं, जिसके परिणामस्वरूप आपके ग्राहक की व्यक्तिगत या व्यावसायिक जानकारी की चोरी हो जाती है।

एंटीवायरस सॉफ्टवेयर स्थापित करें और इसे अपडेट रखें—वायरस फैलने का मुख्य कारण ई-मेल अटैचमेंट है कुछ पूर्ण-स्थापित प्रोग्राम से कम्प्यूटर को खतरा हो सकता है। जो वास्तव में वायरस से संक्रमित है, वायरस से अपने सिस्टम को सुरक्षित करने के लिए आपके पास एंटीवायरस सॉफ्टवेयर होना चाहिए। वायरस एंटीवायरस सॉफ्ट वेयर आपके कम्प्यूटर से ऐसे लक्षणों और वायरस को हटा देता है आप फायरवॉल स्थापित कर सकते हैं आप अपने सिस्टम में एक एंटीवायरस सॉफ्टवेयर स्थापित कर सकते हैं।

अपने कम्प्यूटर पर अनधिकृत पहुँच को ब्लॉक करने के लिए फायर वॉल फायरवॉल स्थापित करें—फायरवॉल आपके कम्प्यूटर की सुरक्षा के लिए एक सुरक्षा गार्ड के रूप में कार्य करता है फायरवॉल अनधिकृत पहुँच को रोकता है और इंटरनेट फायरवॉल उपयोगकर्ता फायरवॉल एक्सेस नियमों को इस तरह से सेट कर सकते हैं कि यह उस कनेक्शन का पता लगा सके जिसे स्वीकार या अस्वीकार किया जाना है। इंटरनेट सेवा प्रदाता फायरवॉल हाइवेयर और सॉफ्टवेयर का एक अच्छा स्रोत है।

इस पर उपलब्ध फायरवॉल को स्थापित करें और इसे सक्रिय करें, फायरवॉल को स्थापित करने के बाद इसे सक्रिय करना अधिक महत्वपूर्ण है, आप अपनी सामाजिक सुरक्षा आवश्यकता के अनुसार फायरवॉल डीलर के लिए इंटरनेट सुरक्षा सलाहकार से भी सलाह ले सकते हैं।

हानिकारक ई-मेल से खुद को बचाएँ—ई-मेल इंटरनेट के माध्यम से संचार करने का सबसे तेज और आसान माध्यम है इसके अलावा यह हानिकारक इलेक्ट्रॉनिक वायरस वर्म और टार्जन जैसे दो मोलिशियस कोड को अटैचमेंट के रूप में वितरित करता है, जो आपके कम्प्यूटर के लिए खतरनाक हो सकता है। आपको संदिग्ध फाइलों के अटैचमेंट खोलने या उन डाइपरलिंग्स पर क्लिक करने में सावधानी बरतनी चाहिए, सुरक्षा का सबसे प्रभावी उपाय फायरवॉल स्थापित करना है, लेकिन यह किसी मेल या अटैचमेंट या डाइपरलिंग्स से कनेक्टेड किसी भी वायरस को नहीं पहचानता।

अपने स्पैम को कम करें और अपने डॉटा का बैकअप लेंते रहें—स्पैम आपके लेटरबॉक्स में जंक मेल का एक इंटरनेट विकल्प है, स्पैम ई-मेल प्रोफेशनल इलेक्ट्रॉनिक संदेश है जो आपकी सहमति के बिना भेजे जाते हैं, प्रेषक स्पैम के माध्यम से खरीदने बेचने और अपने उत्पादों, सेवाओं, गुणों और अन्य सूचनाओं को इस जानकारी के अलावा ग्राहक को बेचने का प्रयास करता है। कुछ स्पैम में वायरस वर्म हो सकते हैं जो आपके सिस्टम

में मौजूद रहते हैं और आपके इन्बॉक्स में प्राप्त होने वाले किसी अन्य मेल के साथ सक्रिय हो जाते हैं, इन स्पैम वायरस की जाँच कुछ शब्दों या वाक्यों के कुछ हिस्सों के आधार पर की जा सकती है।

प्रश्न 49. स्मार्ट कार्ड-आधारित इलेक्ट्रॉनिक भुगतान प्रणाली से आप क्या समझते हैं, इसके प्रकारों की व्याख्या करें।

What do you understand by smart card-based electronic payment system explain its types ?

एक स्मार्ट कार्ड, चिप कार्ड या इंटीग्रेटेड सर्किट कार्ड (ICC) एम्बेडेड इंटीग्रेटेड सर्किट वाला कोई भी पॉकेट-साइज कार्ड है। स्मार्ट कार्ड प्लास्टिक से बने होते हैं, जिसे कहीं भी ले जाया जा सकता है।

स्मार्ट कार्ड पहचान, प्रमाणीकरण, डॉटा स्टोरेज और एप्रिक्शन प्रोसेसिंग प्रदान कर सकते हैं। स्मार्ट कार्ड बड़े संगठनों के भीतर एकल साइन-ऑफ (एसएसओ) के लिए मजबूत सुरक्षा सर्विफोकेशन प्रदान कर सकते हैं—

स्मार्ट कार्ड के प्रकार

Contact Smart Card—कॉन्टैक्ट स्मार्ट कार्ड का संपर्क क्षेत्र लगभग 1 वर्ग सेंटीमीटर (0.16 वर्ग इंच) होता है, जिसमें कई गोल्ड प्लेटेड कॉन्टैक्ट पैड होते हैं। रीडर में डालने पर ये पैड इलेक्ट्रिकल कनेक्टिविटी प्रदान करते हैं, जो कार्ड और एक होस्ट (जैसे, एक कम्प्यूटर, विक्री टर्मिनल का एक बिंदु) या एक मोबाइल टेलीफोन के बीच संचार माध्यम के रूप में उपयोग किया जाता है। कार्ड में बैटरी नहीं होती है; बिजली की आपूर्ति कार्ड रीडर द्वारा की जाती है।

कॉन्टैक्टलेस (संपर्क रहित) स्मार्ट कार्ड—दूसरा कार्ड प्रकार संपर्क रहित स्मार्ट कार्ड है, जिसमें कार्ड ट्रान्सेक्शन करता है और RFID इन्डक्शन टेक्नोलॉजी के माध्यम से रीडर द्वारा संचालित होता है। इन कार्डों को संचार करने के लिए एंटीना से केवल निकटता की आवश्यकता होती है। संपर्क वाले स्मार्ट कार्ड की तरह, संपर्क रहित कार्ड में इंटरनल पॉवर पॉवरमेशन नहीं होता है। इसके बजाय, वे एक इंडक्टर का उपयोग करते हैं जो रेडियो-फ्रीक्वेंसी रिकॉगनाइज्ड सिग्नल को कैच कर के कार्ड के इलेक्ट्रॉनिक्स को पावर देने के लिए इसका इस्तेमाल करते हैं।

उदाहरण के लिए लंदन का ऑयस्टर कार्ड, हांगकांग का ऑक्टोपस टोक्यो का स्पिका और पासो कार्ड सार्वजनिक परिवहन के लिए उपयोग किए जाते हैं।

स्मार्ट कार्ड और इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स—स्मार्ट कार्ड खुदरा बिक्री को इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स में बदलने का एक मूलभूत हिस्सा बन रहे हैं। इंटरनेट की प्रभावशाली वृद्धि कम्प्यूटर उपयोगकर्ताओं के बीच इलेक्ट्रॉनिक खरीदारी को एक वास्तविक संभावना बना रही है, हालाँकि, वर्तमान में भी इलेक्ट्रॉनिक वाणिज्य मॉडल में उपयोग किया जाने वाला व्यवसाय मॉडल अभी भी इलेक्ट्रॉनिक माध्यम की पूरी क्षमता को उपयोग नहीं कर सकता है। इसके अलावा, अदृश्य-अ विरवसनीयता और क्रेडिट कार्ड की जानकारी के लिए इंटरनेट की सुरक्षा के बारे में चिंताएँ ग्राहकों को इलेक्ट्रॉनिक खरीदारी के उपयोग से सीमित करती हैं।

स्मार्ट कार्ड वित्तीय संस्थानों के लिए एक प्रमुख टेक्नीकल इनोवेटिव सर्विस है। स्मार्ट कार्ड की प्रोसेसिंग पावर, पोर्टेबिलिटी और इंटरएक्टिव गुण उपभोक्ताओं और बैंक के बीच संबंधों में क्रांति का आधार बना है। पीसी-आधारित होम बैंकिंग और फोन बैंकिंग कार्ड बैंकिंग की जगह लेगी।

प्रश्न 50. भुगतान के उभरते तरीकों का विस्तृत विवरण दें। (एम-पैसा पेपाल और अन्य डिजिटल मुद्रा)।

Give a detailed description of emerging modes of payments (paisa PayPal and other digital currency)

आजकल बाजार भुगतान गेटवे प्रदाताओं की एक श्रृंखला के साथ उभर रहा है जिसे आप अपनी वेबसाइट के साथ एक छोटे से सेवा शुल्क या निश्चित मासिक शुल्क पर एकीकृत कर सकते हैं, जो आपके वेब पोर्टल द्वारा प्रत्याशित लेन-देन की संख्या पर निर्भर करता है। कुछ लोकप्रिय भुगतान गेटवे जिनका उपयोग आप अपनी व्यावसायिक आवश्यकताओं के अनुसार कर सकते हैं। इस प्रकार से है-

1. PayPal—2002 में स्थापित पेपाल वर्तमान में पूरे अमेरिका में सबसे अधिक उपयोग किया जाने वाला भुगतान गेटवे है। यह अंतर्राष्ट्रीय और बहु-मुद्रा भुगतान स्वीकार करता है। ब्रांड की पहचान, सुरक्षा और आसान सेटअप चरण कुछ ऐसे कारण हैं, जिनके कारण व्यवसायी paypal का विकल्प चुनते हैं। भले ही इसे सबसे महँगी गेटवे सेवा माना जाता है, PayPal को छोटे व्यवसायों और स्टार्ट-अप के बीच सबसे व्यापक माना जाता है। PayPal की प्रमुख विशेषता यह है कि यह 203 देशों में उपलब्ध है।

2. एम पैसा—M-PESA जहाँ M पैसा के लिये तथा PESA नकदी के लिये लिखा जाता है। एक मोबाइल फोन आधारित मनी ट्रांसफर सेवा, भुगतान और माइक्रो-फाइनेंसिंग सेवा है, जिसे 2007 में केन्या में सबसे बड़े मोबाइल नेटवर्क ऑपरेटर, Vodafone और Safaricom द्वारा लॉन्च किया गया था। तब से इसका विस्तार तंजानिया, मोजाम्बिक, डीआरसी, लेसोथो, घाना, मिस्र, अफगानिस्तान और दक्षिण अफ्रीका तक हो गया है। भारत में इसकी Services में कमी के कारण इसे बंद कर दिया गया है। M-Pesa उपयोगकर्ताओं को एक मोबाइल डिवाइस के साथ पैसा जमा करने, निकालने, ट्रांसफर करने, सामान और सेवाओं के लिए भुगतान करने (Lipya na M-Pesa) और क्रेडिट और बचत तक पहुँचने की अनुमति देता है।

यह युजर्स को अपने सेल फोन पर संग्रहित खाते में पैसे जमा करने, वस्तुओं और सेवाओं के विक्रेताओं सहित अन्य उपयोगकर्ताओं को पिन-सुरक्षित एसएमएस पाठ संदेशों का उपयोग करके शेष भेजने और नियमित धन के लिए जमा राशि को भुगतान की अनुमति देती है। Services का उपयोग करके पैसे भेजने और निकालने के लिए उपयोगकर्ताओं से एक छोटा सा शुल्क लिया जाता है।

एम-पैसा एक शाखा रहित बैंकिंग सेवा है; M-Pesa के ग्राहक एजेंटों के नेटवर्क से पैसे जमा और निकाल सकते हैं जिसमें एयरटेलम पुनर्विक्रिता और बैंकिंग एजेंट के रूप में काम करने वाले रिटेल आउटलेट शामिल हैं।

3. अमेजन पे—विशाल ब्रांड नाम के साथ, अमेजन पे भुगतान गेटवे की मेजबानी के लिए छोटे और मध्यम उद्यमों के लिए गो-टू विकल्प के रूप में तेजी से पकड़ बना रहा है। अमेजन पे मर्चेंट अकाउंट आपको एक सुरक्षित प्रोड सुरक्षा सेवा तक पहुँच प्रदान करता है। यह सेवा केवल यूएस, यूके और जर्मनी में उपलब्ध है। यह एक ऑनसाइट चेकआउट विकल्प की सुविधा देता है, अमेजन पे एक साधारण API संचालित है और मुफ्त प्लगइन्स के साथ कई समाधान ई-कॉमर्स प्रदाता प्लेटफॉर्म को प्रदान करता है। अमेजन एलेक्सा के उपयोग का प्रावधान करता है ताकि आपके टुकानदारों को आगे की सिफारिशें और बेहतर ग्राहक सेवा प्रदान की जा सके।

4. ऑर्थराइज—ऑर्थराइज अपने डेवलपर-अनुकूल एपीआई और अनुकूलित, आरामदायक उपयोगकर्ता अनुभव प्रदान करने के लिए प्रदान किए जाने वाले लचीलेपन के लिए जाना जाता है। इसे बेहद सुरक्षित माना जाता है और चार्जबैक और धोखाधड़ी वाले लेन-देन को रोकने के लिए अपने उन्नत धोखाधड़ी का पता लगाने वाले सूट को बढ़ावा देता है। यह त्वरित लेन-देन और तत्काल धन हस्तांतरण प्रस्तुत करने वाले लेन-देन की डॉलर राशि को सीमित नहीं करता है। यह भुगतान गेटवे धोखाधड़ी की रोकथाम और एक साधारण चेकआउट प्रणाली सहित कई एंड-ऑन सुविधाएँ प्रदान करता है। चार्ज करने में एकमात्र अंतर यह है कि इसमें लेन-देन शुल्क के अतिरिक्त एक निश्चित मासिक शुल्क लगाता है।

5. 2चेकआउट—2चेकआउट वैश्विक स्तर पर डिजिटल कॉमर्स की जटिलताओं से निपटने में आपकी मदद कर सकता है।

इन गतिशील जरूरतों को पूरा करने के लिए हमारे प्लेटफॉर्म का मॉड्यूलर डिजाइन बनाया गया था-

1. वैश्विक भुगतान
2. डिजिटल कॉमर्स
3. सदस्यता बिलिंग
4. वैश्विक कर और वित्तीय सेवाएँ
5. जोखिम प्रबंधन और अनुपालन
6. भगीदार बिक्री आदि

प्रश्न 51. यूपीआई ऐप, आधार सक्षम भुगतान और सीएम ऐप पर एक नोट लिखें।
Write a note on the UPI app, adhar enabled payment and BHIM APP.

यूपीआई ऐप

इंटरफेस (यूपीआई)

एकीकृत भुगतान यूनिक्राइड पेमेंट्स इंटरफेस (UPI) एक ऐसी प्रणाली है जो कई बैंकों के खातों को एक ही मोबाइल एप्लिकेशन में सीमलेस फंड रूटिंग और मर्चेंट पेमेंट्स

को एक हूड में मर्ज कर देती है। यह 'पीयर टू पीयर' कलेक्शन रिकवेस्ट को भी पूरा करता है जिसे आवश्यकता और सुविधा के अनुसार निर्धारित और भुगतान किया जा सकता है।

उपरोक्त संदर्भ को ध्यान में रखते हुए, एनपीसीआई ने 21 सदस्य बैंकों के साथ एक पायलट लॉन्च किया। पायलट लॉन्च 11 अप्रैल 2016 को मुंबई में भारतीय रिजर्व बैंक के गवर्नर डॉ. रघुरामजी राजन द्वारा किया गया था। बैंकों ने 25 अगस्त 2016 से अपने यूपीआई-सक्षम ऐप्स को गूगल प्ले स्टोर पर अपलोड करना शुरू कर दिया है।

यूपीआई की सुविधा

- 24 x 7 और 365 दिन चौबीसों घंटे मोबाइल डिवाइस के माध्यम से तत्काल धन हस्तांतरण।
- विभिन्न बैंक खातों तक पहुँचने के लिए एकल मोबाइल एप्लिकेशन।
- सिंगल क्लिक 2 फ़ैक्टर ऑथेंटिकेशन—नियामक दिशानिर्देशों के साथ संरेखित, फिर भी निर्बाध सिंगल क्लिक भुगतान की एक बहुत मजबूत विशेषता प्रदान करता है।

UPI के माध्यम से किये जाने वाले भुगतान निम्न हैं-

- एल एंड एल के लिए ग्राहक का वर्चुअल पता ग्राहक की कार्ड संख्या, खाता संख्या जैसे विवरण दर्ज करने की आवश्यकता के साथ वृद्धिशील सुरक्षा प्रदान करता है; आईएफएससी आदि।
- कैश ऑन डिलीवरी जैसे झंझट का सबसे अच्छा सुझाव है, एटीएम तक जाना और राशि प्रदान करने का भी यह अच्छा विकल्प है।
- एकल आवेदन या इन-ऐप भुगतान के साथ मर्चेट भुगतान।
- यूटिलिटी बिल भुगतान, ओवर काउंटर भुगतान, क्यूआर कोड (स्कैन और भुगतान) आधारित भुगतान।
- दान, संग्रह, संचितरण स्केलेबल के भुगतान आदि।
- सीधे मोबाइल ऐप से शिकायतें उठाना।

आधार सक्षम पमेंट प्रणाली (AEPs)

आधार इनेबलड पमेंट प्रणाली (AEPs) एक भुगतान सेवा है जो एक बैंक ग्राहक को अपने आधार इनेबलड बैंक खाते तक पहुँचने के लिए अपनी पहचान के रूप में आधार का उपयोग करने और शेष राशि की पूछताछ, नकद निकाली, व्यवसाय के माध्यम से प्रेषण जैसे बुनियादी बैंकिंग लेन-देन करने की अनुमति देती है।

AEPs ग्राहकों को अपने आधार नंबर का उपयोग करके और पॉइंट ऑफ सेल (PoS) या माइक्रो एटीएम पर आधार सत्यापन प्रदान करके भुगतान करने की अनुमति देता है। यह वित्तीय लेन-देन के लिए एक सरल, सुरक्षित और उपयोगकर्ता के अनुकूल मंच है। यह भारत में कैशलेस लेन-देन को प्रोत्साहित करने के लिए भारतीय राष्ट्रीय भुगतान

निगम (NPCI) द्वारा की गई एक और पहल है। ग्राहक व्यवसाय प्रतिनिधि (बीसी) या बैंक के माध्यम से सभी लेन-देन कर सकते हैं।

एक माइक्रो एटीएम के माध्यम से एजेंट। फंड ट्रांसफर को छोड़कर, जहाँ आपको विशिष्ट बैंक बीसी में जाने की आवश्यकता है, अन्य लेन-देन के लिए आप किसी भी बैंक बीसी का उपयोग कर सकते हैं। AEPs का उपयोग करने के लिए, आपका बैंक खाता आपके आधार से जुड़ा होना चाहिए। कैश डिपॉजिट, बैलेस इंकवायरी, कैश विथड्रॉल, आधार से आधार फंड ट्रांसफर और ऑथेंटिकेशन AEPs द्वारा दी जाने वाली कुछ सेवाएँ हैं।

AEPs के तहत उपलब्ध सेवाएँ नीचे दी गई हैं-

1. नकद निकाली।
2. बैलेस पूछताछ।
3. निजी स्टेटमेंट।
4. आधार से आधार फंड ट्रांसफर।

AEPs की विशेषताएँ और लाभ-

1. प्रयोग करने में आसान।
2. सुरक्षित और फास्ट भुगतान विधि।
3. विभिन्न बैंकों में इंटरऑपरेबल।
4. वित्तीय समावेशन को प्रोत्साहित करता है और समाज के कम बैंक वाले वर्गों की सेवा करता है।
5. AEPs के माध्यम से, सभी बैंक खाताधारक आधार प्रमाणीकरण के माध्यम से अपने बैंक खातों तक पहुँच सकते हैं।
6. AEPs के साथ, लेन-देन शुरू करने के लिए केवल एक आधार संख्या और बायोमेट्रिक जानकारी की आवश्यकता होती है।
7. AEPs आधार प्रमाणीकरण का उपयोग करके किसी भी केंद्र या राज्य सरकार के निकायों की नरगा, सामाजिक सुरक्षा पेंशन, विकलांग, वृद्धावस्था पेंशन आदि जैसी सरकारी योजनाओं के संचितरण की सुविधा प्रदान करता है।

भीम ऐप

भारत इंटरफेस फॉर मनी (BHIM) एक ऐसा ऐप है जो आपको एकीकृत भुगतान इंटरफेस (UPI) का उपयोग करके सरल, आसान और त्वरित भुगतान लेनदेन करने देता है। आप केवल एक मोबाइल नंबर या वर्चुअल पमेंट एड्रेस (यूपीआई आईडी) का उपयोग करके तत्काल बैंक-से-बैंक भुगतान कर सकते हैं और भुगतान कर सकते हैं और धन एकत्र कर सकते हैं।

भीम ABP की विशेषताएँ निम्नलिखित हैं-

1. धन भेजें और प्राप्त करें—अपना वर्चुअल भुगतान पता (यूपीआई आईडी), खाता संख्या, मोबाइल नंबर और क्यूआर स्कैन दर्ज करके धन भेजना और एकत्र करना आसानी से उपलब्ध है।
2. स्कैन और भुगतान करें—स्कैन और भुगतान जैसी सुविधाओं के माध्यम से क्यूआर कोड को स्कैन करके भुगतान करें या प्राप्त करें।
3. लेन-देन—अपने लेन-देन के इतिहास की जाँच करें और पेडींग यूपीआई ट्रान्जेक्शन Request (यदि कोई हो) की भी जाँच कर सकते हैं। आप लेन-देन में रिपोर्ट समस्या पर क्लिक करके अस्वीकृत लेनदेन के लिए शिकायत दर्ज कर सकते हैं।
4. प्रोफाइल—आप अपने खाते से जुड़े स्थिर क्यूआर कोड और भुगतान पते देख सकते हैं। आप अपने फोन पर उपलब्ध विभिन्न मैसेंजर एप्लिकेशन जैसे व्हाट्सएप, ईमेल आदि के माध्यम से भी क्यूआर कोड साझा कर सकते हैं और क्यूआर कोड डाउनलोड भी कर सकते हैं।
5. बैंक खाता—अपने बीएचआईएम ऐप से जुड़े कई बैंक खातों के बीच स्विच करें। आप अपना यूपीआई पिन सेट/बदल सकते हैं या अपना बैलेंस चेक कर सकते हैं।
6. भाषा—भीम वर्तमान में 20 भाषाओं में उपलब्ध है, यानी हिंदी, अंग्रेजी, तमिल, तेलुगु, मलयालम, बंगाली, उड़िया, कन्नड़, गुजराती, मराठी, असमिया, बंगाली, भोजपुरी, हरियाणवी, मारवाड़ी, कोंकणी, मणिपुरी, खासी, मिजो और उर्दू।
7. ब्लॉक युजर्स—ब्लॉक/समूह उपयोगकर्ता जो आपको अवैध स्त्रोतों से रिक्वेस्ट एकत्र करने के लिए भेज रहे हैं। आप अपने 15 P.I पर ब्लॉक कर सकते हैं।
8. गोपनीयता—यदि एक सेंकपडरी UPI आईडी बनाई जाती है तो यूजर अपनी प्रोफाइल में mobilenumbr@upi को डिरोबल और इनेबल करने की अनुमति दें (अक्षम UPI आईडी के लिए QR भी डिसेबल हो सकता है)।
9. भीम पर क्लिक भुगतान—भीम ऐप उपयोगकर्ताओं को भीम क्लिक पे की मदद से चलते-फिरते क्लिक का भुगतान करने में मदद करने के लिए इन-ऐप यूलिटी बिल भुगतान का समर्थन करता है।
10. यूपीआई ऑटोपे—अब आप मोबाइल बिल, बिजली बिल, ईएमआई भुगतान, मनोरंजन/ओटीटी जैसे आवर्ती भुगतानों के लिए किसी भी यूपीआई-इनेबल ऐप का उपयोग करके आवर्ती ई-मैनेट को इनेबल कर सकते हैं।

लघु उत्तरीय प्रश्न (Short Answer Type Questions)

प्रश्न 52. इलेक्ट्रॉनिक भुगतान प्रणाली का वर्णन करें।

Describe the electronic payment system.

इलेक्ट्रॉनिक भुगतान प्रणाली एक ऐसी प्रणाली है जो ग्राहक या उपयोगकर्ता को उनकी खरीदारी के लिए ऑनलाइन भुगतान करने में मदद करती है। ई-कॉमर्स साइटें लेन-देन, इलेक्ट्रॉनिक भुगतान के लिए एकमात्र तरीका प्रदान करती हैं, जहाँ इलेक्ट्रॉनिक भुगतान पेपरलेस मौद्रिक लेन-देन को संदर्भित करता है। इलेक्ट्रॉनिक भुगतान ने कागजी कार्रवाई, लेन-देन की लागत और श्रम लागत को कम करके व्यवसाय प्रोसेसिंग में क्रांति ला दी है। क्योंकि User के अनुकूल है और मैनुअल प्रसंस्करण की तुलना में कम समय लगाता है, यह व्यावसायिक संगठनों को अपनी बाजार में पहुँच/विस्तार को बढ़ाने में मदद करता है। इलेक्ट्रॉनिक भुगतान के कुछ लोकप्रिय तरीके हैं-

1. क्रेडिट कार्ड
2. डेबिट कार्ड
3. स्मार्ट कार्ड
4. ई-मनी
5. इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर (ईएफटी)

यह User को इंटरनेट पर पैसा स्थानांतरित करने में मदद करता है, यह एक पारंपरिक भुगतान के रूप में एक ही इंटरफेस देता है जैसे चेक, क्रेडिट कार्ड या नकद।

ऑनलाइन भुगतान प्रणाली में आपके द्वारा चुने गए भुगतान प्रोसेसिंग नेटवर्क से वर्चुअल स्टोरफ्रंट को जोड़ने के लिए भुगतान गेटवे का उपयोग किया जाता है। एक मजबूत भुगतान गेटवे आपके ग्राहकों को कई सुरक्षित ई-कॉमर्स भुगतान विकल्प प्रदान करता है। आपके फंड को क्लियर करने के लिए, यह प्रोसेसिंग नेटवर्क आपके बैंक के साथ भी सहयोग करता है।

प्रश्न 53. इलेक्ट्रॉनिक पेमेंट प्रणाली के प्रकारों का वर्णन करें।

Describe Types of Electronic Payment System.

ई-कॉमर्स उद्यमों द्वारा अपने उत्पादों और सेवाओं के लिए भुगतान एकत्र करने के लिए इलेक्ट्रॉनिक पेमेंट तकनीकों का उपयोग किया जाता है।

ऑनलाइन भुगतान प्रणाली में आपके द्वारा चुने गए, भुगतान प्रोसेसिंग नेटवर्क से वर्चुअल स्टोरफ्रंट को जोड़ने के लिए भुगतान गेटवे का उपयोग किया जाता है। एक मजबूत भुगतान गेटवे लेन-देन करने के लिए कई सुरक्षित ई-कॉमर्स पेमेंट विकल्प प्रदान करता है।

ई-कॉमर्स भुगतान प्रणालियों की सूची

डेबिट कार्ड—डेबिट कार्ड यूनिक क्रेडेंशियल वाला कार्ड होता है और ग्राहक के बैंक खाते से जुड़ा होता है। लेन-देन के समय एक डेबिट कार्ड उपयोगकर्ता के बैंक खाते से रुरत पैसा काट लेता है- जो डेबिट कार्ड और क्रेडिट कार्ड के बीच मुख्य अंतर है।

क्रेडिट कार्ड—ई-कॉमर्स लेन-देन के लिए क्रेडिट कार्ड भुगतान का सबसे लोकप्रिय तरीका है। अपनी वेबसाइट पर क्रेडिट कार्ड पेमेंट इनेबल करने से ग्राहक अग्रिम भुगतान की विला किए बिना खरीदारी करने में सक्षम हो सकते हैं।

ई-वॉलेट—ई-वॉलेट को प्रीपेड खाते के रूप में माना जा सकता है जो उपयोगकर्ताओं को हर बार खरीदारी करने की इच्छा के बिना अपने क्रेडेंशियल्स दर्ज किए बिना सुरक्षित वातावरण में विभिन्न प्रकार के डेबिट कार्ड, क्रेडिट कार्ड और अन्य भुगतान विधियों को स्टोर करने में सक्षम बनाता है। इलेक्ट्रॉनिक वॉलेट का उपयोग हर दिन बढ़ रहा है। ई-वॉलेट ग्राहकों को हर बार कार्ड की जानकारी दर्ज करने से रोकने में सक्षम बनाता है, इस प्रकार तेजी से चेकआउट को बढ़ावा देता है। PhonePe, PayTM, Mobikwik, Amazon Pay, आदि भारत में कुछ प्रसिद्ध डिजिटल या ई-वॉलेट हैं।

स्मार्ट कार्ड—उपस्थिति के मामले में, डेबिट/क्रेडिट कार्ड और स्मार्ट कार्ड कुछ हद तक तुलनीय हैं। हालाँकि, स्मार्ट कार्ड में एक एम्बेडेड माइक्रोप्रोसेसर चिप होती है। यह जैसे के साथ-साथ किसी व्यक्ति की व्यक्तिगत और व्यावसायिक जानकारी को स्टोर कर सकता है। कम दरों पर स्मार्ट कार्ड से तेजी से प्रोसेसिंग संभव है।

ऑनलाइन बैंकिंग—ग्राहक सीधे बैंक खाते से भुगतान करके आसानी से खरीदारी कर सकते हैं। इस ई-कॉमर्स भुगतान प्रणाली का उपयोग करने के लिए उपयोगकर्ता को डेबिट कार्ड की आवश्यकता नहीं है, लेकिन फिर भी उन्हें नेट बैंकिंग सुविधा के लिए अपने बैंक में पंजीकरण कराना होगा। खरीदारी पूरी करने के लिए ग्राहक को केवल अपनी नेट बैंकिंग आईडी और पिन प्रदान करने की आवश्यकता होती है।

मोबाइल भुगतान—अपने बैंक खाते को मोबाइल ऐप से जोड़कर ग्राहक अपने स्मार्टफोन का उपयोग करके खरीदारी करने के लिए आसानी से और जल्दी से मोबाइल भुगतान का उपयोग कर सकते हैं। एक उपयोगकर्ता को केवल एलिकेशन स्टोर से मोबाइल भुगतान ऐप डाउनलोड करने की आवश्यकता होती है।

प्रश्न 54. ई-मनी की अवधारणा का विस्तार से वर्णन कीजिए।

Describe the E-money concept in detail.

इलेक्ट्रॉनिक मनी (ई-मनी) को मोटे तौर पर एक तकनीकी उपकरण पर मौद्रिक मूल्य के एक इलेक्ट्रॉनिक स्टोर के रूप में परिभाषित किया जाता है जिसका उपयोग ई-मनी जारीकर्ता के अलावा अन्य संस्थाओं को भुगतान करने के लिए व्यापक रूप से किया जा सकता है। डिवाइस एक प्रीपेड क्वियर इंस्ट्रुमेंट के रूप में कार्य करता है जिसमें लेन-देन में बैंक खाते शामिल नहीं होते हैं।

ई-मनी, इलेक्ट्रॉनिक मनी का संक्षिप्त रूप है, नकदी का इलेक्ट्रॉनिक विकल्प है। बैंक यह 1980 के दशक में एक अवधारणा के रूप में शुरू हुआ और डॉट-कॉम युग के दौरान प्रमुखता से बढ़ा, इसने वित्तीय उद्योग में सबसे बड़े गेम-चेंजर्स में से एक के रूप में काम किया है।

ई-मनी को एक्सचेंज के एक डिजिटल, मौद्रिक माध्यम के रूप में परिभाषित किया गया है जिसे इलेक्ट्रॉनिक डिवाइस पर दर्शाया गया है। डिवाइस सॉफ्टवेयर (जैसे बैंकिंग सिस्टम, या पेपल जैसे भुगतान सेवा प्रदाता) या स्मार्टफोन जैसा हार्डवेयर या प्रीपेड कार्ड जैसा चुंबकीय उपकरण हो सकता है। दोनों ही मामलों में, हम ई-मनी इलेक्ट्रॉनिक वॉलेट या ई-वॉलेट स्टोर करने वाले ऐसे उपकरणों को कहते हैं (उनकी पूरी व्याख्या के लिए इस लेख को देखें)।

प्रश्न 55. ई-वॉलेट से आप क्या समझते हैं?

What do you understand by E-Wallet ?

ई-वॉलेट—ई-वॉलेट सॉफ्टवेयर प्रोग्राम हैं जो डॉटा को सुरक्षित रूप से स्टोर करते हैं।

यह एक प्रकार का इलेक्ट्रॉनिक कार्ड है जिसका उपयोग कम्प्यूटर या स्मार्टफोन के माध्यम से ऑनलाइन लेन-देन के लिए किया जाता है। इसकी उपयोगिता क्रेडिट या डेबिट कार्ड के समान ही है। भुगतान करने के लिए एक ई-वॉलेट को व्यक्ति के बैंक खाते से जोड़ा जाना चाहिए।

ई-वॉलेट में मुख्य रूप से दो घटक होते हैं, सॉफ्टवेयर और इन्फॉर्मेशन। सॉफ्टवेयर घटक व्यक्तिगत जानकारी संग्रहित करता है और डॉटा की सुरक्षा और एलिकेशन प्रदान करता है। इन्फॉर्मेशन घटक उपयोगकर्ता द्वारा प्रदान किए गए विवरणों का एक डॉटबेस है जिसमें उनका नाम, शिपिंग पता, भुगतान विधि, भुगतान की जाने वाली राशि, क्रेडिट या डेबिट कार्ड विवरण आदि शामिल हैं।

प्रश्न 56. ई-बैंकिंग में ऑटोमेटिक क्लियरिंग हाऊस का वर्णन करें।

Describe automated clearings house in e-banking.

नेशनल पेमेंट्स कॉरपोरेशन ऑफ इंडिया (NPCI) ने बैंकों, वित्तीय संस्थानों, कॉर्पोरेट्स और सरकारों के लिए "नेशनल ऑटोमेटेड क्लियरिंग हाऊस (NACH)" लागू किया है, जो इंटरबैंक, उच्च मात्रा, इलेक्ट्रॉनिक लेन-देन की सुविधा के लिए एक वेब-आधारित समाधान है जो रिपेटिटिव एवं रियथोडी है। NACH सिस्टम का उपयोग सॉल्सिडी, लाभांश, ब्याज, वेतन, पेशन आदि के वितरण के लिए थोक लेन-देन करने के लिए किया जा सकता है और टेलीफोन, बिजली, पानी, ऋण, म्यूचुअल फंड में निवेश, बीमा प्रीमियम के भुगतान के संग्रह के लिए थोक लेन-देन के लिए भी किया जा सकता है। कौरह।

नेशनल ऑटोमेटेड क्लियरिंग हाउस (एनएसीएच) एक केंद्रीकृत प्रणाली है, जिसे देश भर में चल रही कई ईसीएस प्रणालियों को सामूहिक करने के इरादे से लॉन्च किया गया है और यह मेथड्स एण्ड रूटेन्डर्स के सामंजस्य के लिए एक स्ट्रक्चर प्रदान करता है और स्थानीय बाधाओं/अवरोधकों को हटाता है। एनएसीएच प्रणाली एक राष्ट्रीय पदचिह्न प्रदान करेगी और बैंक शाखा के स्थान के बावजूद देश के भौगोलिक क्षेत्र में फैली संपूर्ण कोर बैंकिंग-सक्षम बैंक शाखाओं को कवर करने की उम्मीद है।

एनएसीएच प्रणाली प्रतिभागियों को लेन-देन और फाइल-आधारित लेन-देन प्रसंस्करण क्षमताओं दोनों के साथ एक मजबूत, सुरक्षित और स्केलेबल प्लेटफॉर्म प्रदान करती है। इसमें देश भर के सभी प्रतिभागियों के लिए सुलभ बहु-स्तरीय डॉटा सत्यापन सुविधा के साथ-साथ सर्वोत्तम-इन-क्लास सुरक्षा विशेषताएँ, लागत दक्षता और भुगतान प्रदर्शन (एसटीपी) है।

प्रश्न 57. ई-बैंकिंग में ऑटोमेटेड लेजर पोस्टिंग को परिभाषित करें।

Define automated ledger posting in e-banking

जर्नल से प्रविष्टियों को संबंधित खाता बही में स्थानांतरित करने की प्रक्रिया को स्वचालित बहीखाता पोस्टिंग शब्द के रूप में स्वचालित किया गया है। वर्ष के अंत में मतभेदों का पता लगाने के लिए खाता बही का संतुलन स्वचालित रूप से किया जाता है। स्वचालित सामान्य खाता बही पोस्टिंग के साथ, जब भी आप लेन-देन को सहेजते हैं लेन-देन उचित सामान्य अपडेट खाते में पोस्ट किए जाते हैं। इसका अर्थ है कि आपका सामान्य खाता बही वास्तविक समय में अपडेट रहता है, और यह सामान्य खाता बही में मैनुअल रूप से बैचों को पोस्ट करने की आवश्यकता को समाप्त करता है।

जब भी एक पूर्ण लेन-देन से संबंधित डॉटा दर्ज किया जाता है, तो एक स्वचालित खाता बही खाता रखरखाव प्रणाली सभी खाता बही में अप-टू-मिनट शेष राशि प्रदान करती है। यह प्रणाली एक सामान्य फॉक्शन के कम्प्यूटर पर कार्यान्वित की जाती है और इसमें एक पूर्व निर्धारित डॉटा फाइल संरचना शामिल होती है जिसमें खाता बही खाते से संबंधित खाता डॉटा फाइलें और लेन-देन पत्रिकाओं के अनुरूप लेन-देन रिकॉर्ड डॉटा फाइलें शामिल होती हैं। खाता नियंत्रण तालिका के उपयोग के माध्यम से युजर-परिभाषित लेखांकन प्रक्रियाओं का अनुपालन सुनिश्चित करना है जिसमें रिकॉर्डकीपिंग प्रक्रियाओं द्वारा उपयोग किए जाने वाले प्रतीकात्मक कोड शामिल होते हैं जो खाता बही खाते और लेन-देन रिकॉर्ड डॉटा फाइलों के निर्माण और अपडेशन को अधिकृत और नियंत्रित करते हैं। ऐसे कुछ तरीके हैं जिनके द्वारा बही खतौनी स्वचालित रूप से नियंत्रित होती है। आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस अकाउंटेंट को अधिक उत्पादक और कुशल बनाने में मदद कर सकता है। रोबोटिक प्रोसेस ऑटोमेशन (RPA) मशीनों या AI कर्मचारियों को व्यावसायिक प्रक्रियाओं जैसे दस्तावेज विश्लेषण और हैडलिंग में दोहराए जाने वाले ट्यूजेक्शन समय लेने वाले कार्यों को पूरा करने की अनुमति देता है जो अकाउंटिंग में बहुतायत से होते हैं।

ई-कॉमर्स की सुरक्षा और

कानूनी पहलू

[Security and Legal Aspects of E-commerce]

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न (Long Answer Type Questions)

प्रश्न 58. ई-कॉमर्स सुरक्षा से आप क्या समझते हैं?

What do you understand by e-commerce security ?

ई-कॉमर्स सुरक्षा एक सूचना सुरक्षा ढाँचे का एक हिस्सा है और विशेष रूप से उन घटकों पर लागू होता है, जो ई-कॉमर्स को प्रभावित करते हैं जिसमें कम्प्यूटर सुरक्षा डॉटा सुरक्षा और सूचना सुरक्षा ढाँचे के अन्य वायर्ड क्षेत्र शामिल हैं। ई-कॉमर्स में, सुरक्षा उच्चतम व्यवहार्य में से एक है सुरक्षा घटक जो व्यवसाय के साथ उनके दैनिक भुगतान इंटरैक्शन के माध्यम से अंतिम उपयोगकर्ता को प्रभावित करते हैं। ई-कॉमर्स सुरक्षा अनाधिकृत उपयोग परिवर्तन या विनाश से ई-कॉमर्स संघटियों की सुरक्षा है। सुरक्षा, अखंडता और खंडन प्रामाणिकता, प्रायवसी आदि ई-कॉमर्स सुरक्षा के आयाम हैं और क्षमता।

ई-कॉमर्स बैंकिंग उद्योग को बेहतरीन अवसर प्रदान करता है, लेकिन सुरक्षा खतरों और सूचना सुरक्षा जैसे नए जोखिमों और कमजोरियों का एक सेट भी बनाता है, इसलिए यह इंटरनेट पर किसी भी कुशल और प्रभावी भुगतान लेन-देन गतिविधि के लिए एक आवश्यक प्रबंधन और नैतिक आवश्यकता है।

ई-कॉमर्स सुरक्षा वह विश्वानिर्देश है जो इंटरनेट के माध्यम से सुरक्षित लेन-देन सुनिश्चित करता है। इसमें ऐसे प्रोटोकॉल शामिल हैं जो उन लोगों की सुरक्षा करते हैं जो सामान और सेवाओं की ऑनलाइन बिक्री और खरीदारी में संलग्न हैं। ई-कॉमर्स सुरक्षा के मूल में माहकों का विश्वास शामिल है-

1. गोपनीयता—गोपनीयता में ऐसी किसी भी गतिविधि को रोकना शामिल है जिससे माहकों के डॉटा को अनधिकृत तृतीय पक्षों के साथ साझा किया जा सके। माहक द्वारा चुने

गए ऑनलाइन विक्रेता के अलावा, किसी और को उनकी व्यक्तिगत जानकारी और खता विवरण तक नहीं पहुँचना चाहिए।

गोपनीयता का उल्लंघन तब होता है जब विक्रेता दूसरों को ऐसी जानकारी तक पहुँचाने देते हैं। एक ऑनलाइन व्यवसाय में कम से कम आवश्यक न्यूनतम एंटी-वायरस, फायरवॉल, एन्क्रिप्शन और अन्य डॉटा सुरक्षा होनी चाहिए। यह ग्राहकों के क्रेडिट कार्ड और बैंक विवरण को सुरक्षित रखने में काफी मददगार साबित होगा।

2. ईमानदारी—वफादारी ई-कॉमर्स सुरक्षा की एक और महत्वपूर्ण अवधारणा है। इसका अर्थ यह सुनिश्चित करना है कि ग्राहकों द्वारा ऑनलाइन साझा की गई कोई भी जानकारी अपरिवर्तित बनी रहे। यह सिद्धांत बताता है कि ऑनलाइन व्यवसाय बिना कुछ बदले ग्राहकों की जानकारी का उपयोग कर रहा है। डॉटा के किसी भी हिस्से को बदलने से खरीदार का ऑनलाइन उद्यम की सुरक्षा और अखंडता में विश्वास कम हो जाता है।

3. प्रमाणीकरण—ई-कॉमर्स सुरक्षा में प्रमाणीकरण के सिद्धांत के लिए आवश्यक है कि विक्रेता और खरीदार दोनों वास्तविक हों। उन्हें वह होना चाहिए जो वे कहते हैं कि वे हैं। व्यवसाय को यह साबित करना चाहिए कि यह वास्तविक है, वास्तविक वस्तुओं या सेवाओं से संबंधित है, और जो वादा करता है उसे पूरा करता है। विक्रेता को ऑनलाइन लेन-देन के बारे में सुरक्षित महसूस कराने के लिए ग्राहकों को अपनी पहचान का प्रमाण भी देना चाहिए। प्रमाणीकरण और पहचान सुनिश्चित करना संभव है। यदि आप ऐसा करने में असमर्थ हैं, तो किसी विशेषज्ञ को काम पर रखने से आपको बहुत मदद मिलेगी। मानक समाधानों में ग्राहक लॉगिन जानकारी और क्रेडिट कार्ड पिन शामिल हैं।

4. गैर-अस्वीकार—खंडन का अर्थ है इनकार। इसलिए, गैर-अस्वीकार एक कानूनी सिद्धांत है जो व्यासायियों को लेनदेन में अपने कार्यों से इनकार नहीं करने का निर्देश देता है। व्यापार और खरीदार को उनके द्वारा शुरू किए गए लेन-देन के हिस्से का पालन करना चाहिए। ई-कॉमर्स कम सुरक्षित महसूस कर सकता है क्योंकि यह बिना किसी लाइव वीडियो के साइबर स्पेस में होता है। गैर-अस्वीकृति ई-कॉमर्स सुरक्षा को एक और परत देती है। यह पुष्टि करता है कि दो खिलाड़ियों के बीच हुआ संचार वास्तव में प्रायकर्ताओं तक पहुँच गया। इसलिए, उस विशेष लेन-देन में कोई पक्ष हस्ताक्षर, ई-मेल या खरीदारी से इनकार नहीं कर सकता है।

प्रश्न 59. ई-कॉमर्स सिक्योरिटीज से जुड़े मुद्दों पर चर्चा करें।

Discuss the issues associated with E-commerce Securities.

ई-कॉमर्स सुरक्षा मुद्दे

नकली साइटें—हैकर कम लागत में आसानी से वैध वेबसाइटों के नकली संस्करण बना सकते हैं। इसलिए, प्रभावित कंपनी को उसकी प्रतिष्ठा और मूल्यांकन को गंभीर नुकसान हो सकता है।

वेबसाइटों में मलेशियस परिवर्तन—कुछ जालसाज वेबसाइट की सामग्री को बदल देते हैं। उनका लक्ष्य आमतौर पर या तो ट्रैफिक को प्रतिस्पर्धी वेबसाइट की ओर मोड़ना होता है या प्रभावित कंपनी की प्रतिष्ठा को नष्ट करना होता है।

ग्राहकों के डॉटा की चोरी—ई-कॉमर्स उद्योग ऐसे मामलों से भरा हुआ है जहाँ अपराधियों ने इन्वेंट्री डॉटा और ग्राहकों की व्यक्तिगत जानकारी, जैसे पते और क्रेडिट कार्ड विवरण की चोरी की है।

कम्प्यूटर के नेटवर्क को नुकसान—हमलावर वर्म या वायरस के हमलों का उपयोग करके कंपनी के ऑनलाइन स्टोर को नुकसान पहुँचा सकते हैं।

डेनियल ऑफ़ सर्विस (सेवा से वंचित)—कुछ हैकर कानूनी उपयोगकर्ताओं को ऑनलाइन स्टोर का उपयोग करने से रोकते हैं, जिससे इसकी कार्यप्रणाली में कमी आती है।

संवेदनशील डॉटा तक कपटपूर्ण पहुँच—हमलावर बौद्धिक संपदा प्राप्त कर सकते हैं और अपने दुर्भावनापूर्ण लक्ष्यों के अनुरूप इसे चुरा सकते हैं, नष्ट कर सकते हैं या इसे बदल सकते हैं।

प्रश्न 60. सुरक्षा घुसपैठ और ई-कॉमर्स के उल्लंघन पर विस्तार से चर्चा करें।

Discuss the Security intrusions and breaches of e-commerce in detail.

चूँकि ई-कॉमर्स सूचना प्रौद्योगिकी और कम्प्यूटर नेटवर्क पर आधारित है, यह अनिवार्य रूप से पारंपरिक व्यवसायों की तुलना में सुरक्षा मुद्दों की एक श्रृंखला का सामना करता है। ई-कॉमर्स सुरक्षा खतरे आकस्मिक (मानवीय त्रुटि के कारण) या जानबूझकर हो सकते हैं। विदेशी या घरेलू, आंतरिक या बाहरी, समूह या व्यक्ति, व्यावसायिक प्रतिद्वंद्वी या असंतुष्ट कर्मचारी, आतंकवादी या हैकर कोई भी क्षमता, प्रौद्योगिकी, अवसर और नुकसान पहुँचाने का इरादा रखने वाला ई-कॉमर्स के लिए एक संभावित खतरा हो सकता है। वायरस कम्प्यूटर को नुकसान पहुँचाते हैं जिससे ई-कॉमर्स के कुशल और सुचारु कामकाज को नुकसान पहुँचता है। कुछ वायरस कम्प्यूटर में संग्रहित सभी सूचनाओं को नष्ट कर देते हैं और राजस्व और समय की भारी हानि करते हैं। कई नए वायरस सीधे तौर पर इंटरनेट का उपयोग अपने प्रसारण के साधन के रूप में करते हैं जिससे ई-व्यवसायों को भारी आर्थिक नुकसान होता है।

प्रमुख खतरों को इस प्रकार वर्गीकृत किया गया है—

सूचना लीकेज—ई-कॉमर्स में व्यापार रहस्यों के लीकेज में मुख्य रूप से दो पहलू शामिल हैं—(ए) विक्रेता और ग्राहक के बीच लेन-देन की सामग्री को तीसरे पक्ष द्वारा चुरा लिया जाता है; (बी) व्यापारी द्वारा ग्राहक को या इसके विपरीत प्रदान किए गए दस्तावेज अवैध रूप से दूसरे द्वारा उपयोग किए जाते हैं।

फिशिंग—भी एक ई-कॉमर्स खतरा है जिसमें किसी लक्ष्य से ई-मेल, टेलीफोन या टेक्स्ट संदेश द्वारा किसी ऐसे व्यक्ति से संपर्क किया जाता है जो खुद को एक वास्तविक अधिकारी के रूप में प्रस्तुत करता है। वे संवेदनशील डॉटा जैसे बैंकिंग और क्रेडिट कार्ड विवरण, ओटीपी, पिन या पासवर्ड प्रदान करने के लिए लोगों को फंसाने की कोशिश करते हैं। एक बार जब वे सफल हो जाते हैं, तो परिणाम पहचान की चोरी और वित्तीय नुकसान जैसे विनाशकारी Program को Develop करते हैं।

70 \ ई-कॉमर्स : डिजिटल मार्केटिंग

छेड़छाड़-ई-कॉमर्स में व्यावसायिक जानकारी की प्रामाणिकता और अखंडता की समस्या है। जब हैकर्स नेटवर्क पर प्रसारित डाटा को पकड़ लेते हैं, तो इसे विभिन्न तकनीकी माध्यमों से बीच में ही गलत साबित किया जा सकता है, और फिर गंतव्य पर भेजा जा सकता है, जिससे डाटा की प्रामाणिकता और अखंडता नष्ट हो जाती है।

भुगतान संबंधी धोखाधड़ी-भुगतान संबंधी धोखाधड़ी के कई प्रकार होते हैं जैसे फ्रेण्डली प्रॉड धोखाधड़ी (जब कोई ग्राहक गलत दावा या धनवापसी की माँग करता है), क्लोन प्रॉड (जब खरीदारी करने के लिए चोरी किए गए क्रेडिट कार्ड का उपयोग किया जाता है) ट्रेडिशनल प्रॉड (नकली ऑनलाइन दुकानें सबसे सस्ती कीमत की पेशकश करती हैं और क्रेडिट कार्ड एकत्र करती हैं) आदि।

मेलेशियस कोड प्रॉड-एक ई-कॉमर्स साइट के भीतर, कई कमजोर क्षेत्र एक हैकर के लिए भुगतान और उपयोगकर्ता जानकारी प्राप्त करने के लिए एक घुसपैठ बिंदु के रूप में काम कर सकते हैं। मैलवेयर, क्रॉस साइट स्क्रिप्टिंग या SQL इंजेक्शन के उपयोग करके, एक हमलावर क्रेडिट कार्ड की जानकारी निकालेगा और प्राप्त डाटा को काला बाजारों में बेच देगा। धोखाधड़ी तब ई-कॉमर्स लेन-देन या एप्लीकेशन विकास के माध्यम से संभव सबसे बड़ा मूल्य निकालने के लिए प्रतिबद्ध है।

साइबर स्कवैटिंग-साइबर स्कवैटिंग एक इंटरनेट डोमेन नाम को पंजीकृत करने का अवैध अभ्यास है जिसे बाद में लाभ के लिए बेचने के लिए कोई अन्य व्यक्ति चाहता है। इसमें विशेष कंपनी के पहले लोकप्रिय ट्रेडमार्क और व्यापार नामों को डोमेन नाम के रूप में पंजीकृत करना शामिल है। साइबर स्कवैटर भी ऐसे तीसरे पक्ष की प्रतिष्ठा और सद्भावना पर व्यापार करने में शामिल होते हैं, जो ग्राहक को यह विश्वास दिलाने के लिए प्रेरित करते हैं कि यह एक आधिकारिक वेब पेज है।

हैकिंग एक कम्प्यूटर या नेटवर्क में अनधिकृत घुसपैठ को संदर्भित करता है। यानी अवैध रूप से किसी वेबसाइट तक पहुँच प्राप्त करने और गोपनीय जानकारी को बाहिर करने के लिए सुरक्षा को तोड़ना। फिर वे अपने लाभ के लिए ऐसी जानकारी का दुरुपयोग करेंगे या प्रतिस्पर्धियों को नुकसान पहुँचाने के लिए इसकी सामग्री को संशोधित या नष्ट भी कर देंगे।

प्रश्न 61. साइबर हमले (हैकिंग, स्नीफिंग, साइबर वेन्डलितजम, डीओएस (सेवाओं से इनकार) के हमलावर तरीकों पर एक नोट लिखें।

Write a note on attacking methods of cyber-attack (hacking, sniffing, cyber vandalism)

स्नीफिंग

स्नीफिंग किसी दिए गए नेटवर्क से गुजरने वाले सभी डाटा पैकेटों की निगरानी और कैचर करने की एक प्रक्रिया है। नेटवर्क ट्रैफिक की निगरानी और समस्या निवारण के लिए नेटवर्क/सिस्टम एडमिनिस्ट्रेशन द्वारा स्निफर्स का उपयोग किया जाता है। हमलावर संवेदनशील जानकारी जैसे पासवर्ड, खाता जानकारी आदि वाले डाटा पैकेट को पकड़ने

ई-कॉमर्स की सुरक्षा और कानूनी पहलू / 71

के लिए स्निफर्स का उपयोग करते हैं। स्निफर सिस्टम में स्थापित हार्डवेयर या सॉफ्टवेयर हो सकते हैं। एक नेटवर्क पर पैकेट स्निफर को मोड में रखकर, एक इंटरनेटल घुसपैठिया सभी नेटवर्क ट्रैफिक को कैचर और विश्लेषण कर सकता है।

स्नीफिंग के प्रकार हैं-

एक्टिव स्नीफिंग-रिवच sniffing सक्रिय sniffing है। एक रिवच एक पॉइंट-टू-पॉइंट नेटवर्क डिवाइस है। रिवच प्रत्येक पोर्ट पर पैक पते की सक्रिय रूप से निगरानी करके अपने पोर्ट के बीच डाटा के प्रवाह को नियंत्रित करता है, जो डाटा को केवल उसके डेस्टिनेशन लक्ष्य तक पहुँचाने में मदद करता है। लक्ष्य के बीच यातायात को पकड़ने के लिए स्निफरों को वायरस program करना पड़ता है।

ट्रैफिक और स्नीफिंग करने में सक्षमता हासिल करने के लिए सक्रिय रूप से LAN में ट्रैफिक में Program इंजेक्ट करना पड़ता है। यह विभिन्न तरीकों से किया जा सकता है।

पेसिव स्नीफिंग-यह हब के माध्यम से स्नीफिंग की प्रक्रिया है। कोई भी ट्रैफिक जो नॉन-रिवचड या अनलिज्ड नेटवर्क सेगमेंट से गुजर रहा है, उस सेगमेंट की सभी मशीनों द्वारा देखा जा सकता है। स्निफर्स नेटवर्क की डाटा लिंक परत पर काम करते हैं। LAN के पर भेजा गया कोई भी डाटा LAN से जुड़ी हर मशीन को भेजा जाता है। इसे निष्क्रिय कहा जाता है क्योंकि हमलावरों द्वारा रखे गए स्निफर्स निष्क्रिय रूप से डाटा भेजे जाने और उन्हें कैचर करने की प्रतीक्षा करते हैं।

साइबर वेन्डलितजम

किसी भी स्पष्ट तर्कसंगत आपराधिक, राजनीतिक, या वैचारिक मकसद के बिना एक साइबर हमला, आमतौर पर हैकर के कौशल को प्रदर्शित करने के लिए एक कमजोर वेबसाइट को विकृत करना आदि साइबर वेन्डलितजम की परिभाषा में आते हैं।

साइबर अपराध कई प्रकार के होते हैं; सबसे आम ईमेल धोखाधड़ी, सोशल मीडिया धोखाधड़ी, बैंकिंग धोखाधड़ी, रैनसमवेयर हमले, साइबर जासूसी, पहचान की चोरी, क्लिकबैकिंग, स्पाइवेयर आदि हैं।

हैकिंग

एक सफल व्यवसाय चलाने के लिए कम्प्यूटर अनिवार्य हो गया है। पृथक कम्प्यूटर सिस्टम होना पर्याप्त नहीं है; बाहरी व्यवसायों के साथ संचार की सुविधा के लिए उन्हें नेटवर्क बनाने की आवश्यकता है। सिस्टम हैकिंग का अर्थ है कपटपूर्ण कार्य करने के लिए कम्प्यूटर का उपयोग करना जैसे धोखाधड़ी, गोपनीयता आक्रमण, कॉर्पोरेट/व्यक्तिगत डाटा चोरी करना आदि।

हैकिंग व्यक्तिगत डाटा या व्यावसायिक डाटा तक पहुँच प्राप्त करने के लिए सुरक्षा का फायदा उठाने के लिए कम्प्यूटर सिस्टम या नेटवर्क में कमजोरियों की पहचान करने

72 | ई-कॉमर्स : डिजिटल मार्केटिंग

की गतिविधि है। कम्प्यूटर हैकिंग कम्प्यूटर सिस्टम तक पहुँच प्राप्त करने के लिए पासवर्ड हैकिंग एल्गोरिदम का उपयोग करना।

हैकर्स के प्रकार

हैकर्स को उनके कार्यों के इरादे के अनुसार वर्गीकृत किया जाता है। निम्नलिखित सूची हैकर्स के प्रकार को उनकी मंशा के अनुसार वर्गीकृत करती है-

1. एथिकल हैकर (व्हाइट हैट)—एक सुरक्षा हैकर जो पहचानी गई कमजोरियों को ठीक करने की दृष्टि से सिस्टम तक पहुँच प्राप्त करता है। वे पेनेट्रेशन टेस्टिंग और भेद्यता आकलन भी कर सकते हैं।
2. क्रैकर (ब्लैक हैट)—एक हैकर जो व्यक्तिगत लाभ के लिए कम्प्यूटर सिस्टम पर अनधिकृत पहुँच प्राप्त करता है। इरादा आमतौर पर कॉर्पोरेट डाँटा चोरी करना, गोपनीयता अधिकारों का उल्लंघन करना, बैंक खातों से धन हस्तांतरित करना आदि है।
3. ग्रे हैट—एक हैकर जो एथिकल और ब्लैक हैट हैकर्स के बीच में है। वह कमजोरियों की पहचान करने और उन्हें सिस्टम के मालिक को प्रकट करने की दृष्टि से बिना अधिकार के कम्प्यूटर सिस्टम में संधेध लगाता है।
4. रिफ्रैक्ट किडिज—एक अकुशल व्यक्ति जो पहले से बने उपकरणों का उपयोग करके कम्प्यूटर सिस्टम तक पहुँच प्राप्त करता है।
5. हैकटिविस्ट—एक हैकर जो सामाजिक, धार्मिक और राजनीतिक आदि संदेश भेजने के लिए हैकिंग का उपयोग करता है। यह आमतौर पर वेबसाइटों को हार्डवेक करके और अपहृत वेबसाइट पर संदेश छोड़ कर किया जाता है।

डिनायल ऑफ सर्विस

डिनायल ऑफ सर्विस, हमला एक प्रणाली के खिलाफ एक हमला है उदाहरण। वेबसाइट जो या तो अपने प्रदर्शन को कम कर देती है या इसे इस हद तक ओवरलोड कर देती है कि सिस्टम जिसके द्वारा वेबसाइट द्वारा होस्ट किया गया है क्रैश हो जाती है। हालाँकि डिनायल ऑफ सर्विस अटैक का अर्थ एक वैध यूजर को वेबसाइट के उपयोग रोकना ही है, उदाहरण के लिए-

1. किसी वेबसाइट पर फेक यूजर की बाढ़ लाना ताकि वेबसाइट चलने में स्लो हो जाए।
 2. दो मशीनों के बीच कनेक्शन को बाधित करने का प्रयास जिससे किसी सेवा तक पहुँच को रोक जा सके।
 3. ऊपरी विशेष व्यक्ति को किसी सेवा तक पहुँचने से रोकने का प्रयास।
 4. किसी विशिष्ट प्रणाली या व्यक्ति को सेवा में बाधा डालने का प्रयास।
- कई प्रसिद्ध ई-कॉमर्स और समाचार वेबसाइटों ने DoS हमलों के उदाहरण का अनुभव किया है।

ई-कॉमर्स की सुरक्षा और कानूनी पहलू / 73

Microsoft का हमला—Microsoft ने नवंबर 2021 में दर्ज किए गए सबसे महत्वपूर्ण DoS हमले को कम कर दिया, एक Azure क्लाउड पर 3.45 Tbps के LeIbegr और 340 मिलियन PPS के पैकेट दर के साथ हमला किया।

2020 में AWS DDos अटैक—Amazon Web Services, 800-पाउंड का गोरिल्ला, जो क्लाउड कंप्यूटिंग का सब कुछ है, फरवरी 2020 में एक विशाल DDos हमले की चपेट में आ गया था। यह अब तक का सबसे चरम DDos हमला था, और इसने एक अज्ञात AWS ग्राहक को निशाना बनाया। तकनीक को कनेक्शन रहित लाइटवेट डायरेक्ट्री एक्सेस प्रोटोकॉल (सीएलडीएपी) प्रतिबंध कहा जाता है।

प्रश्न 62. ई-कॉमर्स वेबसाइट द्वारा अपनाए जाने वाले सुरक्षा उपायों पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।

Write a short note on security measures to be followed by e-commerce websites.

वेबसाइट किसी भी संगठन के लिए कोई भी इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स करने के लिए एक महत्वपूर्ण उपकरण है, यह सभी सूचनाओं और लेनदेन के लिए एक्सेस पॉइंट है। इसलिए आपके संगठन की वेबसाइट सुरक्षित होनी चाहिए और ग्राहक के लिए सभी खतरों से दूर होनी चाहिए।

कुछ सुरक्षा उपाय हैं जिन्हें ई-कॉमर्स वेबसाइट द्वारा कवर किया जाना चाहिए—
मल्टीलेयर सुरक्षा का उपयोग करें

आपकी सुरक्षा को मजबूत करने के लिए विभिन्न सुरक्षा लेयर्स को नियोजित करना सहायक होता है। एक सामग्री वितरण नेटवर्क (CDN) जो व्यापक है, DDos खतरों और संक्रामक आने वाले ट्रैफिक को रोक सकता है। वे दुर्भावनापूर्ण ट्रैफिक को दूर रखने के लिए मशीन लर्निंग का उपयोग करते हैं। डू-फेक्टर ऑप्शनेशन इसका एक अच्छा उदाहरण है। उपयोगकर्ता द्वारा लॉगिन जानकारी दर्ज करने के बाद, उन्हें आगे की कार्रवाई के लिए तुरंत एक एसएमएस या ई-मेल प्राप्त होता है। इस कदम को लागू करने से यह जालसाजों को ब्लॉक करता है क्योंकि वैध उपयोगकर्ताओं के खातों तक पहुँचने के लिए उन्हें केवल उपयोगकर्ता नाम और पासवर्ड से अधिक की आवश्यकता होगी।

सिक्योर सर्वर लेयर (SSL) प्रमाणपत्र प्राप्त करें

SSL प्रमाणपत्रों के प्राथमिक लाभों में से एक इंटरनेट पर सझा किए गए संवेदनशील डाँटा को एन्क्रिप्ट करना है। यह सुनिश्चित करता है कि सूचना केवल इच्छित व्यक्ति तक ही पहुँचे। यह एक बहुत ही महत्वपूर्ण कदम है क्योंकि भेजा गया सभी डाँटा रिसीवर सर्वर द्वारा प्राप्त करने से पहले कई कम्प्यूटरों से होकर गुजरेगा। यदि एसएसएल प्रमाणपत्र एन्क्रिप्शन अनुपस्थित है, तो प्रेषक और सर्वर के बीच कोई भी इलेक्ट्रॉनिक उपकरण संवेदनशील विवरण तक पहुँच सकता है। इस प्रकार हैकर्स आपके उजागर पासवर्ड, उपयोगकर्ता नाम, क्रेडिट कार्ड नंबर और अन्य जानकारी का लाभ उठा सकते

74 \ ई-कॉमर्स : डिजिटल मार्केटिंग

है। इसलिए, अनपेक्षित उपयोगकर्ताओं के लिए डॉटा को अनरीडेबल बनाकर एएसएसएल प्रमाणपत्र आपकी सहायता के लिए आएगा।

एंटी-मालवेयर सॉफ्टवेयर

आपके इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों, कम्प्यूटर सिस्टम और वेब सिस्टम को एक प्रोग्राम या सॉफ्टवेयर की आवश्यकता होती है जो दुर्भावनापूर्ण सॉफ्टवेयर का पता लगाता है और ब्लॉक करता है, अन्यथा मालवेयर के रूप में जाना जाता है। ऐसे सुरक्षात्मक सॉफ्टवेयर को एंटी-मैलवेयर सॉफ्टवेयर कहा जाता है। एक प्रभावी एंटी-मैलवेयर को आपकी वेबसाइट पर सभी छिपे हुए मैलवेयर को प्रदर्शित करना चाहिए। यह आपके वेब सिस्टम को चौबीसों घंटे सभी दुर्भावनापूर्ण सॉफ्टवेयर के लिए स्कैन करता है और आपके निपटान में है, यह आपको अपने स्कैन को "शेड्यूल ए स्कैन" सुविधा के साथ स्वचालित करने देता है। आप स्कैन को दैनिक, साप्ताहिक, मासिक या पाक्षिक रूप से निर्धारित कर सकते हैं।

फायरवॉल

फायरवॉल एक नेटवर्क सुरक्षा प्रणाली है जो अन्य नेटवर्क के बीच गेटवे के रूप में कार्य करती है। यह सुरक्षित कनेक्शन को पास कर देता है और हानिकारक खतरों और ट्रैफिक को रोकता है।

ई-कॉमर्स वेबसाइटों पर बहुत अधिक आने वाला ट्रैफिक होता है, इसलिए आपकी साइट की सुरक्षा सुनिश्चित करने के लिए फायरवॉल स्थापित करना आवश्यक है। आप कभी नहीं जानते कि कौन आ रहा है और जा रहा है, और आप यह सुनिश्चित करना चाहते हैं कि कोई खतरा होने पर आपके पास बैकअप हो।

ई-कॉमर्स के लिए दो सबसे महत्वपूर्ण प्रकार के फायरवॉल हैं-

1. एन्लिकेशन गेटवे—ये गेटवे आपके नेटवर्क को बाहरी स्रोतों से सुरक्षित रखते हैं और केवल अधिकृत जानकारी को ही गुजरने देते हैं।
2. प्रॉक्सी फायरवॉल—एक नेटवर्क सुरक्षा प्रणाली जो एन्लिकेशन स्तर पर संदेशों को फिल्टर करती है।

जब आप अपना फायरवॉल सेट करते हैं, तो सुनिश्चित करें कि यह उचित उपयोग के लिए कॉन्फिगर किया गया है। यदि नहीं, तो आप दुर्भावनापूर्ण ट्रैफिक और अन्य खतरों को आने देने का जोखिम उठाते हैं।

अपने डॉटा का बैकअप लें

यदि आप बैकअप उल्लंघन ऐसे करते हैं और अपने डॉटा तक पहुंच खो सकते हैं, अतः आपको अपने व्यवसाय को जल्द से जल्द चलाने और चलाने में मदद करने के लिए एक बैकअप रखना चाहिए।

ई-कॉमर्स की सुरक्षा और कानूनी पहलू / 75

सभी प्लगइन्स और थर्ड पार्टी इन्टीग्रेशन की नियमित विशलेषण करें

आपके द्वारा अपने स्टोर में चलाए जा रहे सभी थर्ड पार्टी टूल की एक सूची लें। सुनिश्चित करें कि आप जानते हैं कि वे क्या हैं और उस तीसरे पक्ष में आपके विश्वास के निरंतर स्तर का आकलन करें। यदि आप अब उनका उपयोग नहीं कर रहे हैं, तो उस एकीकरण को अपने स्टोर से हटा दें। ताकि आपके व्यवसाय को आगे बढ़ाते हुए कम से कम पाठियों को आपके ग्राहकों के डॉटा तक पहुंच की अनुमति दी जाए।

प्रश्न 63. एन्क्रिप्शन और डिक्लिप्शन विधियों से आप क्या समझते हैं और इन विधियों की एक प्रमुख विशेषता को क्या कहते हैं?

What do you mean by encryption and decryption methods explaining a key feature of these methods ?

एन्क्रिप्शन—एक गुप्त कोड में डॉटा का अनुवाद। एन्क्रिप्शन एक एन्क्रिप्टेड फाइल को पढ़ने के लिए डॉटा सुरक्षा प्राप्त करने का सबसे प्रभावी तरीका है, आपके पास एक सिक्रेटकी या पासवर्ड तक पहुंच होनी चाहिए जो आपको इसे डिक्लिप्ट करने में सक्षम बनाती है। अनएन्क्रिप्टेड डॉटा को प्लेन टेक्स्ट कहा जाता है एन्क्रिप्टेड डॉटा को साइफर टेक्स्ट कहा जाता है।

एन्क्रिप्शन असममित ब्रीक एन्क्रिप्शन के दो मुख्य प्रकार हैं जिन्हें पब्लिक की एन्क्रिप्शन और सिमेट्रीक एन्क्रिप्शन भी कहा जाता है।

डिक्लिप्शन—एक गुप्त प्रारूप में एन्क्रिप्ट किए गए डॉटा को डिक्लिप्ट करने की प्रक्रिया को डिक्लिप्शन कहा जाता है और इसके लिए एक सिक्रेट की या पासवर्ड की आवश्यकता होती है।

इंटरनेट पर संवेदनशील संदेश और फाइलें भेजना बहुत खतरनाक है क्योंकि सभी ई-मेल असुरक्षित रूप में प्रेषित किए जाते हैं। यदि आपको इंटरनेट पर संवेदनशील जानकारी भेजने की आवश्यकता है, तो आपको इसे पहले एन्क्रिप्शन और डिक्लिप्शन के साथ एन्क्रिप्ट करना चाहिए, आप एन्क्रिप्शन विधि का उपयोग करके सुरक्षित रूप से संवेदनशील संदेश और फाइलें भेज सकते हैं, इससे आप मेल सुरक्षित कर सकते हैं और अपने कम्प्यूटर पर संग्रहित संवेदनशील डॉटा की सुरक्षा कर सकते हैं।

एन्क्रिप्शन और डिक्लिप्शन सॉफ्टवेयर दोनों प्रोविडर हैं और एईएस 256-बिट कुंजी एन्क्रिप्शन एल्गोरिदम का उपयोग करते हैं। एईएस मजबूत एन्क्रिप्शन प्रदान करता है और नवंबर 2001 (FIPS-197) में कम्प्यूटिटी प्रोसेसिंग मानक के रूप में चुना गया था। वर्तमान में, ऐसे कोई कम्प्यूटर नहीं हैं जो एन्क्रिप्शन कुंजी को उचित समय में एक पासवर्ड या अधिक कीमती रूप से उसके हैश (#SHA 256) को तोड़ सके, एन्क्रिप्शन कुंजी की सुरक्षा के लिए उपयोग किया जाता है, न तो पासवर्ड और न ही इसका हैश पासवर्ड कहीं भी संग्रहित है यह सही नहीं है तो एन्क्रिप्ट की गई कुंजी और परिणामस्वरूप या डिक्लिप्ट की गई जानकारी प्राप्त करना असंभव होगा

प्रमुख विशेषताएँ-

(1) इंटरनेट पर संवेदनशील संदेश और फाइलें सुरक्षित रूप से भेजे—इंटरनेट पर संवेदनशील संदेश और फाइलें भेजना बहुत खतरनाक है क्योंकि सभी ई-मेल असुरक्षित रूप में प्रेषित होते हैं यदि आपको इंटरनेट पर संवेदनशील जानकारी भेजने की आवश्यकता है तो आपको इसे पहले एन्क्रिप्ट करना चाहिए और डिफ्रिप्शन प्रो भी आपको अपने संदेशों और फाइलों को आसानी से एन्क्रिप्ट और डिफ्रिप्ट करने की अनुमति देता है।

(2) डेटा बचाने के लिए सुरक्षित—एन्क्रिप्शन और डिफ्रिप्शन प्रोग्राम आपके पीसी पर निजी दस्तावेजों और फाइलों को संग्रहित करने के लिए उपयोगी है, एन्क्रिप्शन और डिफ्रिप्शन टेस्ट जानकारी और फाइलों दोनों के साथ एनहांस करता है, बस वह चुनें जिसे आप एन्क्रिप्ट करना चाहते हैं और एन्क्रिप्शन और डिफ्रिप्शन प्रो आपको दस्तावेज की निजी जानकारी और फाइलों को गोपनीय रखने में मदद करता है।

(3) हाई पासवर्ड जनरेटर—एन्क्रिप्शन और डिफ्रिप्शन random पासवर्ड उत्पन्न करने के लिए एक ग्लोबल रेण्डम नम्बर जनरेटर सबरूटीन का उपयोग करते हैं जो यूनिक पासवर्ड उत्पन्न करने में मदद करता है जिसे किसी भी उपलब्ध एन्क्रिप्शन द्वारा पता नहीं लगाया जा सकता है।

(4) पासवर्ड कीपर : आपको बता दें—एक एन्क्रिप्शन और डिफ्रिप्शन प्रोग्राम पासवर्ड प्रबंधन समाधान का उपयोग करना आसान है जो सभी पासवर्ड और संबंधित जानकारी को सुरक्षित रूप से संग्रहित करता है कि रकावट और डिफ्रिप्शन में सुरक्षा किन्हीं मजबूत होगी।

प्रश्न 64. सुरक्षित इलेक्ट्रॉनिक लेन-देन क्या है SEET के उद्देश्य क्या हैं?

What is a secure electronic transaction what are the objectives of SEET ?

सुरक्षित इलेक्ट्रॉनिक लेन-देन (सेट) एक प्रणाली और इलेक्ट्रॉनिक प्रोटोकॉल है जो इंटरनेट पर किए गए लेन-देन की अखंडता और सुरक्षा सुनिश्चित करता है। डेबिट और क्रेडिट कार्ड के माध्यम से किए गए इलेक्ट्रॉनिक भुगतानों को सुरक्षित करने के लिए ई-कॉमर्स वेबसाइटों ने इस शुरुआती प्रोटोकॉल को लागू किया।

SEET कार्ड सभी व्यक्तिगत विवरणों को ब्लॉक कर देता है, हैकर्स और डॉटा चोरों को कार्डधारक की जानकारी तक पहुँचने या चोरी करने से रोकता है।

मर्चेंट इन कार्ड से उन व्यक्तिगत विवरणों को भी नहीं देख सकता है, जो उपयोगकर्ता प्रमाणीकरण और सत्यापन के लिए सीधे क्रेडिट कार्ड कंपनी को हस्तांतरित किए जाते हैं।

SEET भुगतान प्रणाली या गेटवे नहीं है, बल्कि सुरक्षा प्रोटोकॉल का एक सेट है। यह ई-कॉमर्स अनुप्रयोगों में गोपनीयता, प्रामाणिकता और सुरक्षा के बारे में चिंताओं को दूर करने के लिए सार्वजनिक कुंजी इंफ्रास्ट्रक्चर (पीकेआई) के कुछ पहलुओं का उपयोग करता है।

SEET का प्राथमिक लक्ष्य क्रेडिट/डेबिट कार्ड लेन-देन को ऑनलाइन होने पर सुरक्षित रखना है। यह ग्राहक और व्यापारी सहित ई-कॉमर्स लेन-देन में शामिल सभी लोगों के लिए एक सुरक्षित और गोपनीय लेन-देन वातावरण प्रदान करता है। यह डिजिटल सट्टिकेट की मदद से यूजर्स को ऑथेंटिकेट भी करता है।

कार्ड लेन-देन के लिए वेब ब्राउजर को सुरक्षित करने के लिए SEET को संयुक्त रूप से कार्ड कंपनियों Visa और MasterCard द्वारा डिजाइन किया गया था। विकास के अपने शुरुआती दिनों में, एसईटी को अन्य संगठनों द्वारा भी समर्थन दिया गया, जिनमें निम्न शामिल हैं-

1. माइक्रोसॉफ्ट और आईबीएम जैसी प्रौद्योगिकी कंपनियाँ;
2. वेरीसाइन जैसी नेटवर्क अवसरचना और इंटरनेट सेवा कंपनियाँ; और
3. वेब सेवा कंपनी नेटस्केप।
4. Microsoft ने SEET के लिए सुरक्षित लेन-देन तकनीक (STP) प्रदान की, जबकि नेटस्केप ने सुरक्षित सॉकेट लेयर (SSL) तकनीक प्रदान की।
5. सुरक्षित इलेक्ट्रॉनिक लेन-देन प्रतिभागियों।
6. SEET प्रक्रिया में कई प्रतिभागी शामिल हैं।
7. कार्डधारक/ग्राहक—भुगतान कार्ड (वीजा या मास्टरकार्ड) का अधिकृत धारक।
8. ई-कॉमर्स व्यापारी—विक्रेता।
9. कार्ड जारीकर्ता—एक वित्तीय संगठन (जैसे, बैंक) जो भुगतान कार्ड जारी करता है।

SEET में शामिल होने वाले मुख्य अवघटक

अधिग्रहणकर्ता—एक वित्तीय संगठन जो भुगतान प्राधिकरण को संसाधित करता है और व्यापारी के खाते में इलेक्ट्रॉनिक धन हस्तांतरण की सुविधा देता है।

पमेंट गेटवे—कार्ड पेमेंट नेटवर्क और सुरक्षित इलेक्ट्रॉनिक लेन-देन के बीच इंटरफेस।

प्रमाणपत्र प्राधिकरण—एक विश्वसनीय संगठन जो सार्वजनिक कुंजी डिजिटल प्रमाणपत्र प्रदान करता है।

सेट कार्यक्षमता—बेहतर संचालन का प्रमाण देता है।

मर्चेंट ऑथेंटिकेशन—चोरी को रोकने के लिए, SEET ग्राहकों को व्यापारियों और वित्तीय संस्थानों के बीच पिछले संबंधों की जाँच करने की सुविधा देता है। इस सत्यापन के लिए मानक X.509V3 प्रमाणपत्रों का उपयोग किया जाता है।

ग्राहक/कार्डधारक ऑथेंटिकेशन—SEET जाँचता है कि क्रेडिट कार्ड का उपयोग किसी अधिकृत उपयोगकर्ता द्वारा किया गया है या X.509V3 प्रमाणपत्रों का उपयोग नहीं कर रहा है।

संदेश की गोपनीयता—गोपनीयता का अर्थ है अनजाने लोगों को स्थानांतरित किए जा रहे संदेश को पढ़ने से रोकना। SERT एन्क्रिप्शन तकनीकों का उपयोग करके गोपनीयता को लागू करता है। परंपरागत रूप से DEBS का उपयोग एन्क्रिप्शन उद्देश्यों के लिए किया जाता है।

संदेश की अखंडता—SERT हस्ताक्षरों की सहायता से संदेश संशोधन की अनुमति नहीं देता है। संदेश SHA-1 के साथ RSA डिजिटल हस्ताक्षर का उपयोग करके और कुछ SHA-1 के साथ HMAC का उपयोग करके अनधिकृत संशोधन से सुरक्षित है।

प्रश्न 65. सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम 2000 और सुरक्षित इलेक्ट्रॉनिक रिकॉर्ड्स से संबंधित प्रावधान का अवलोकन करें।

Give an overview of the information technology Act 2000 and a provision related to secure electronic records.

भारत दुनिया में संयुक्त राज्य अमेरिका 'सिंगापुर' मलेशिया के अलावा कुछ देशों में से एक है, जिनके पास ई-कॉमर्स और प्रौद्योगिकी ताकिक विकास को बढ़ावा देने के लिए एक सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम है, भारतीय संसद ने पहले से ही सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम 2000 द्वारा तैयार किए गए प्रस्ताव को पारित कर दिया है। संचार और सूचना प्रौद्योगिकी मंत्रालय अधिनियम इलेक्ट्रॉनिक वाणिज्य पर अंतर्राष्ट्रीय व्यापार कानून मॉडल पर संयुक्त राष्ट्र आयोग पर आधारित है।

भारतीय संसद द्वारा सूचना रियोलॉजी अधिनियम के पारित होने और भारतीय साक्ष्य अधिनियम आदि के परिणामी संशोधनों ने अब इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स का उपयोग करके किए गए लेन-देन की कानूनी मान्यता के लिए मार्ग प्रशस्त किया है, जिसे अब एक व्यक्ति द्वारा डिजिटल प्रमाण पत्र दिया जा सकता है। कोई भी व्यक्ति जिसे ऐसा प्रमाणपत्र जारी किया गया है, अब दस्तावेज पर अपने डिजिटल हस्ताक्षर लगाकर एक इलेक्ट्रॉनिक रिकॉर्ड को प्रमाणित कर सकता है।

अधिनियम का उद्देश्य है

ई-कॉमर्स की सुविधा के लिए हमारे देश में मौजूदा कानून में एक उपयुक्त संशोधन लाने की आवश्यकता है, इसलिए इलेक्ट्रॉनिक रिकॉर्ड और डिजिटल हस्ताक्षर की कानूनी मान्यता प्रदान करने का प्रस्ताव है, इससे संपर्क के निष्कर्ष और अधिकारों और दायित्वों के निर्माण में इलेक्ट्रॉनिक माध्यम से मदद मिलेगी।

किसी लेन-देन और इलेक्ट्रॉनिक माध्यम से संपन्न अन्य लेन-देन से उत्पन्न होने वाले संभावित दुरुपयोग को रोकने के लिए, प्रस्तावित कानून के प्रावधानों का उल्लेख करते हुए नियंत्रण की नागरिक और अपराधिक देनदारियों को सुचित करने का भी प्रस्ताव है।

इलेक्ट्रॉनिक गवर्नेंस को सुविधाजनक बनाने की दृष्टि से, सरकारी कार्यालय और इसकी एजेंसियों में इलेक्ट्रॉनिक रिकॉर्ड और डिजिटल हस्ताक्षर की स्वीकृति के उपयोग का प्रावधान करने का प्रस्ताव है।

विभिन्न प्रावधानों में आवश्यक परिवर्तन प्रदान करने के लिए भारतीय दंड संहिता और भारतीय साक्ष्य अधिनियम के परिणामी संशोधन करने का भी प्रस्ताव है, जो दस्तावेजीकरण और आधार आकर्षण तैयार करने से संबंधित अपराध से निपटते हैं।

वित्तीय संस्थान और बैंक के बीच इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर की सुविधा के लिए 1934 में भारतीय रिजर्व बैंक में संशोधन करने का भी प्रस्ताव है और बैंक के इलेक्ट्रॉनिक रूप में बनाए गए खातों की किताब के कानूनी वाक्यों को मूलरूप देने के लिए बैंकर्स बुक एक्ट 1891 का भी गठन किया गया है।

प्रश्न 66. सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम 2000 की मुख्य विशेषताएँ लिखें।

Write highlights of the Information Technology act 2000.

सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम 2000 की कुछ मुख्य विशेषताएँ इस प्रकार हैं—

- (i) इलेक्ट्रॉनिक अनुबंध कानूनी और वैध हो गए हैं।
- (ii) डिजिटल हस्ताक्षर की कानूनी मान्यता है।
- (iii) असममित क्रिप्टोसिस्टम और हैश फंक्शन के उपयोग से डिजिटल हस्ताक्षर प्रभावित होंगे।
- (iv) इलेक्ट्रॉनिक रिकॉर्ड और डिजिटल हस्ताक्षर के लिए सुरक्षा प्रक्रिया निर्धारित है।
- (v) प्रमाणन प्राधिकरणों की नियुक्ति और प्रमाणन प्राधिकरणों के नियंत्रक में विदेशी प्रमाणन प्राधिकरण की मान्यता शामिल है।
- (vi) नियंत्रक कार्रवाई सभी डिजिटल प्रमाणपत्रों का भंडार है।
- (vii) अधिनियम के तहत विभिन्न प्रकार के कंप्यूटर अपराधों को परिभाषित किया गया है और कड़े दंड प्रदान किए गए हैं।
- (viii) अधिनियम के तहत पूछताछ करने के लिए निर्णायक अधिकारी की नियुक्ति की गई है।
- (ix) एक शिक्षित अधिनिर्णायक अधिकारी के आदेश की अपील साइबर अपीलीय न्यायाधिकरण में की जा सकती है न कि किसी दीवानी अदालत में।
- (x) भारत के बाहर किए गए अपराध या उल्लंघनों को लागू करने के लिए अधिनियम शामिल किये गये हैं।
- (xi) नेटवर्क सेवा प्रदाताओं को कुछ मामलों में उत्तरदायी नहीं होना चाहिए।
- (xii) पुलिस अधिकारियों और अन्य अधिकारियों के पास बिना वारंट के सार्वजनिक स्थानों में प्रवेश करने और लोगों की तलाशी लेने और उन्हें गिरफ्तार करने का अधिकार है।
- (xiii) एक साइबर नियम सलाहकार समिति केंद्र सरकार और नियंत्रक को सलाह देगी।
- (xiv) इंडियन पैनेल कोड इंडियन एक्ट्स एक्ट बैंकर्स बुक एक्ट और रिजर्व बैंक ऑफ इंडिया एक्ट में संशोधन।

लघु उत्तरीय प्रश्न (Short Answer Type Questions)

प्रश्न 67. इलेक्ट्रॉनिक सुरक्षा से आप क्या समझते हैं?

What do you understand from Electronic Security ?

इलेक्ट्रॉनिक सुरक्षा प्रणाली: "इलेक्ट्रॉनिक सुरक्षा प्रणाली" में सुरक्षा उपकरणों, एक्सीस कंट्रोल सिस्टम और अन्य इलेक्ट्रॉनिक निगरानी उपकरणों के साथ एकीकरण करते समय एक्सेस कंट्रोल सिस्टम, सीसीटीवी सिस्टम, इंटरकॉम सिस्टम, ऑटोमेशन सिस्टम शामिल होंगे; इलेक्ट्रॉनिक सुरक्षा प्रणाली का अर्थ है एक सुरक्षा प्रणाली जिसमें उपकरणों या घटकों को ऑडियो और वीडियो सिग्नल या अन्य इलेक्ट्रॉनिक सिग्नल से भरी एक परस्पर शृंखला शामिल है। जो अनाधिकृत व्यक्तियों को इन्फॉर्मेशन की एक्सीट से वंचित करने के लिए डिजाइन किए गए हैं जो उनके अवरोधन और गैर-संचार के विधुत चुम्बकीय विकिरणों के अध्ययन से प्राप्त हो सकते हैं, उदाहरण के लिए, रडार।

इलेक्ट्रॉनिक सुरक्षा प्रणाली का महत्व—इलेक्ट्रॉनिक सुरक्षा प्रणालियों का व्यापक रूप से कॉर्पोरेट कार्यालयों, वाणिज्यिक स्थानों, शॉपिंग सेंटरों आदि में उपयोग किया जाता है। इन प्रणालियों का उपयोग रेलवे स्टेशनों, सार्वजनिक स्थानों आदि में भी किया जाता है। इस सिस्टम का पूर्ण तथा उपयोग किया गया है क्योंकि वे एक दूरस्थ क्षेत्र से काम कर सकते हैं। और इन प्रणालियों का उपयोग एक्सीज वबन्दूल सिस्टम, फायर Roon, अर्वाइडज सिस्टम परिहार प्रणाली और Attendance Record प्रणाली के रूप में भी किया जाता है।

प्रश्न 68. ई-कॉमर्स सिक्योरिटीज के महत्व के बारे में लिखें।

Write about the Importance of E-commerce Securities.

ई-कॉमर्स सुरक्षा का महत्व—ई-कॉमर्स सुरक्षा हमेशा महत्वपूर्ण है—कोई भी नहीं चाहता कि उनका ऑर्डर हीस्ट्री या उनके भुगतान विवरण लीक हो जाएं। साथ ही, आप चाहते हैं कि आपका वेब स्टोर आपके ग्राहकों के लिये 24x7 उपलब्ध हो। यह B2B ई-कॉमर्स में यही विशेष रूप से महत्वपूर्ण है।

ऑनलाइन बेचना एक जोखिम भरा प्रयास नहीं है।

आपके ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म की सुरक्षा को मजबूती के सही आयाम यहाँ उपयोग किये गए हैं। मुख्य रूप से तीन टेक्नोलॉजी हैं जो एक सुरक्षित ऑनलाइन शॉपिंग अनुभव प्रदान करने में आपकी सहायता कर सकती हैं जो आपके ग्राहक अपने विश्वसनीय व्यापार भागीदारों से अपेक्षा करते हैं।

प्रश्न 69. ई-कॉमर्स सुरक्षा के आयाम क्या हैं?

What are the Dimensions of E-commerce Security ?

ई-कॉमर्स सुरक्षा के आयाम

बैंक सुरक्षा का मुद्दा ई-व्यवसाय के लिए सबसे चिंताजनक मुद्दा है, इसलिए ई-कॉमर्स गतिविधियों की सुरक्षा सुनिश्चित करना ई-कॉमर्स का मुख्य शोध क्षेत्र बन गया है। ई-कॉमर्स में शामिल कुछ सुरक्षा तत्व निम्नलिखित हैं।

1. प्रामाणिकता—साझा किए गए डेटा की वास्तविकता के अनुरूप प्रामाणिकता रखना।

2. उपलब्धता—डेटा विलंब या निष्कासन से बचाव के लिए डेटा उपलब्ध रखना।

3. पूर्णता—सभी व्यावसायिक जानकारी का एकीकरण।

4. गोपनीयता—अनाधिकृत प्रकटीकरण से डेटा की सुरक्षा करना।

5. प्रभावशीलता—हार्डवेयर, सॉफ्टवेयर और डेटा का प्रभावी संचालन करना।

6. इन्टीग्रिटी अखंडता—डेटा को अपरिवर्तित या संशोधित होने से रोकना।

7. गैर-अस्वीकृति—सौदे के बाद समझौते के उल्लंघन के खिलाफ रोकथाम।

8. गोपनीयता—ग्राहकों के डेटा को दूसरों द्वारा उपयोग किए जाने से रोकना।

9. विश्वसनीयता—व्यक्तियों या व्यवसायों की एक विश्वसनीय पहचान प्रदान करना।

10. समीक्षा करने की क्षमता—गतिविधियों की निगरानी करने और संचालन को ट्रैक करने की क्षमता।

प्रश्न 70. सुरक्षित मेल भेजने के लिए एन्क्रिप्शन और डिक्लिप्शन का उपयोग कैसे करें। समझाइए।

How to use encryption and decryption for sending secure mail explain

1. सबसे पहले आपको प्राप्तकर्ताओं की सुरक्षा बनाए रखने के लिए डिक्लिप्शन के लिए एक पासवर्ड प्रदान करना चाहिए, पासवर्ड प्राप्तकर्ता को गलत हाथों में पड़ने दिए बिना वितरित किया जाना चाहिए।

2. "डेटा जिसे आप एन्क्रिप्ट करना चाहते हैं" क्षेत्र में वह जानकारी दर्ज करें जिसे आप एन्क्रिप्ट करना चाहते हैं और "एन्क्रिप्ट" बटन दबाए।

3. एन्क्रिप्शन के लिए पासवर्ड दर्ज करें और इसकी पुष्टि करें।

4. चुनें कि क्या आप पासवर्ड के साथ एन्क्रिप्ट का उपयोग करना चाहते हैं, जानकारी की जाँच करें विकल्प चुनें और ओके पर क्लिक करें। आपका मेल एन्क्रिप्टेड है। □

वस्तुनिष्ठ प्रश्न (Objective Type Questions)

1. निम्नलिखित में से कौन-सा ई-कॉमर्स मॉडल की श्रेणी में नहीं आता है-
 (a) बी2बी (b) बी2सी
 (c) सी2जी (e) पी2पी
 Which of the following is not under the category of e-commerce model-
 (a) B2B (b) B2C
 (c) C2G (d) P2P
2. EFT का क्या अर्थ है-
 (a) इलेक्ट्रॉनिक फ्रेम ट्रांसफर (b) इलेक्ट्रॉनिक फ्रेम ट्रांजेक्शन
 (c) इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर (d) इनमें से कोई नहीं
 What does EFT means-
 (a) Electronic frame transfer (b) Electrical fund transfer
 (c) Electronic fund transfer (d) None of these
3. ई-कॉमर्स का भविष्य किस पर निर्भर हो सकता है-
 (a) मोबाइल ऐप (b) वीडियो
 (c) इंटरनेट (d) (a) और (b) दोनों
 What could be the future projection of e-commerce-
 (a) Mobile apps (b) Video
 (c) Internet (d) Both (a) and (b)
4. ई-कॉमर्स के घटक हैं-
 (a) विक्रेता (b) सरकार
 (c) उपभोक्ता (d) ये सभी
 Components of E-commerce-
 (a) Seller (b) Government
 (c) Consumer (d) All of these
5. ई-कॉमर्स के लाभ हैं-
 (a) विक्री में वृद्धि (b) विक्री में कमी
 (c) लौटने वाले ग्राहक (d) सीमित जानकारी
 Benefits that e-commerce provide-
 (a) Increase in sells (b) Decrease in sells
 (c) Returning goods (d) Limited information
6. कौन-सा ई-कॉमर्स का घटक नहीं है-
 (a) आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन
 (b) इलेक्ट्रॉनिक इंटरचेंज
 (c) ऑनलाइन लेनदेन प्रोसेसिंग प्रणाली
 (d) पर्सनल मैनेजमेंट
 Which one is not a component of e-commerce-
 (a) Supply chain management
 (b) Electronic interchange
 (c) Online transaction processing system
 (d) Personnel management
7. ई-कॉमर्स वेबसाइट के प्रमुख कार्यों का चयन करें-
 (a) किसी उत्पाद को बेचने और खरीदने के लिए एक मंच देना
 (b) धन को एक स्थान से दूसरे स्थान पर स्थानांतरित करना
 (c) इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के माध्यम से उत्पाद का विज्ञापन करना
 (d) उपरोक्त सभी
 Select the major functions of e-commerce website-
 (a) Giving a platform for selling and buying a product
 (b) Transferring funds from one place to another place
 (c) Advertising the product through electronic media
 (d) All of the above
8. EDI का उपयोग विभिन्न (-) के बीच फाइल को स्थानांतरित करने और वापस लेने के लिए किया जाता है-
 (a) बैंक खाता (b) स्टॉक एक्सचेंज लेनदेन
 (c) एयरलाइन आरक्षण प्रणाली (d) उपरोक्त सभी
 EDI is used for transferring and withdrawing file between different-
 (a) Bank account (b) Stock Exchange transactions
 (c) Airline reservation system (d) All of the above
9. ई-सेवा का उदाहरण है-
 (a) बी2सी (b) सी2सी
 (c) बी2जी (e) सी2जी
 E-seva is an example of-
 (a) G2C (b) C2C
 (c) B2G (d) C2G
10. ट्रांजेक्शन ब्रोकर मॉडल का उदाहरण-
 (a) पेटीएम (b) फोन भुगतान
 (c) INSTUBUY.com (d) (a) और (b) दोनों
 Example of transaction broker model-
 (a) Paytm (b) Phone pay
 (c) INSTUBUY.com (d) (a) and (b) both

11. यह मॉडल ट्रेडिशनल मिडिया ब्रोडकास्ट मोड का विस्तार है-
 (a) ब्रोकरेज (b) एफिलीयट
 (c) एडवर्टाइजिंग (d) सबस्क्रिप्शन
 This model is an extension of traditional media broadcast mode-
12. डैबे और ओएलएक्स ई-कॉमर्स के उदाहरण हैं-
 (a) बी2बी (b) बी2सी
 (c) सी2सी (d) सी2बी
 eBay and OLX are example of _____ e-commerce.
 (a) B2B (b) B2C
 (c) C2C (d) C2B
13. ई-कॉमर्स का यह मॉडल निर्माता को खरीदार को उत्पाद की सीधी बिक्री की अनुमति देकर वितरण चैनलों को कम करने में मदद करता है-
 (a) इन्फोमीडियरी (b) ऐफिलीयट
 (c) एडवर्टाइजिंग (d) मैन्युफेक्चरर
 This model of e-commerce helps manufacturer in reducing the distribution channels by allowing direct sell of product to buyer-
14. CPC का अर्थ है
 (a) कॉस्ट पर क्लीक (b) कॉस्ट पर एक्शन
 (c) कॉस्ट पर अकाउंट (d) इनमें से कोई नहीं
 CPC stands for _____
 (a) Cost per click (b) Count Per Click
 (c) Cost Per Account (d) None Of These
15. उत्पादों या सेवाओं के ऑनलाइन विपणन को कहा जाता है-
 (a) डिजिटल मार्केटिंग (b) वेब मार्केटिंग
 (c) ई मार्केटिंग (d) उपरोक्त सभी
 Marketing of the products or services online is known as :
 (a) Digital marketing (b) web marketing
 (c) E marketing (d) all of the above
16. ऑनलाइन शॉपिंग के फायदे-
 (a) बेहतर ग्राहक सेवाएँ (b) ग्राहक आधार में वृद्धि
 (c) समय बचाएँ (d) उपरोक्त सभी
 Advantages of online shopping-
 (a) Improved customer services (b) Increased customer base
 (c) Save time (d) All of these
17. इंटरनेट मार्केटिंग को बढ़ावा देती है-
 (a) डिजाइन (b) डेवलपमेंट
 (c) विज्ञापन और बिक्री (d) उपरोक्त सभी
 Internet marketing promotes _____
 (a) Design (b) development
 (c) advertising and sales (d) all of the above
18. एक विज्ञापन राजस्व मॉडल है जहाँ विज्ञापनदाता विज्ञापन या वेबसाइट के प्रत्येक यूनिटिक यूजव्यू के लिए भुगतान करते हैं-
 (a) कॉस्ट परव्यू (b) कॉस्ट पर माईल
 (c) कॉस्ट पर क्लिक (c) कॉस्ट पर एक्शन
 _____ is an advertising revenue model where advertisers pay for each unique user view of an advertisement or website.
 (a) Cost per view (b) Cost per mile
 (c) Cost per click (d) Cost per action
19. निम्न में से कौन सा वेब उपस्थिति का प्रकार है-
 (a) वेबसाइट (b) सोशल मीडिया
 (c) वीडियो मार्केटिंग (d) उपरोक्त सभी
 Which of the following is a type of web presence-
 (a) Website (b) Social media
 (c) Video marketing (d) All of the above
20. ई-ब्रांडिंग में उपयुक्त टूल है-
 (a) वेबसाइट (b) ई-मेल
 (c) ई ब्लॉग (d) ये सब
 E branding can be done by using-
 (a) Website (b) E-mail
 (c) E-blogs (d) All of the above
21. ई-विज्ञापन के विभिन्न साधन-
 (a) बैनर डिस्प्ले (b) एनिमेटेड वीडियो
 (c) क्लिकवर्ड टूल (d) ये सब
 Different means of E-advertising.
 (a) Banner display (b) Animated video
 (c) Keyword tools (d) All of these

22. ई-कॉमर्स सुरक्षा के आयाम-
 (a) अखंडता (b) गोपनीयता
 (c) पैकेट (d) (a) और (b) दोनों
 Dimensions of ecommerce security as-
23. डीओएस का अर्थ है
 (a) डेटा ऑफ सर्विस (b) डेटा ऑफ स्टोर
 (c) डेनियल ऑफ सर्विस (d) डेटा ऑफ सोर्टेड
 DOS stands for ____-
24. विभिन्न प्रकार के सुरक्षा खतरे-
 (a) डॉटा चोरी (b) डाटा ऑफ स्टोर
 (c) डेनियल ऑफ सर्विस (d) डाटा ऑफ सोर्टेड
 Different types of security hazards in e-money-
25. साइबर सुरक्षा घटनाओं पर प्रतिक्रिया के लिए एजेंसी-
 (a) सीईआरटी (b) सीईआरटी-इन
 (c) आईटीएम (d) इसरो
 Agency for responding to cyber security incidents-
26. गुप्त कोड में डाटा के अनुवाद की प्रक्रिया है-
 (a) इंटर प्रोटीशन (b) एन्क्रिप्शन
 (c) डिडिक्शन (d) रूपांतरण
 _____ is the process of translation of data into secret code-

27. एक संदेश भेजने वाले या दस्तावेज के हस्ताक्षरकर्ता की पहचान को प्रमाणित करने के लिए एक का उपयोग किया जा सकता है-
 (a) डिजिटल हस्ताक्षर (b) हस्ताक्षरकर्ता प्रमाण पत्र
 (c) ऑथोरिटी प्रमाण पत्र (d) प्रमाणीकरण प्रमाण पत्र
 A _____ can be used to authenticate the identity of the sender of a message or the signer of a document-
28. SET का अर्थ है
 (a) सेन्सीटीव इलेक्ट्रॉनिक लेनदेन (b) साइबर इलेक्ट्रॉनिक टेस्ट
 (c) सिक्चुर एन्क्रिप्शन ट्रान्जेक्शन (d) सिक्चुर इलेक्ट्रॉनिक ट्रान्जेक्शन
 SET Stand for ____-
29. इलेक्ट्रॉनिक भुगतान प्रणाली के प्रकार-
 (a) ई-कैश (b) डेबिट
 (c) क्रेडिट (e) ये सब
 Types of electronic payment system-
30. ई-कैश का फुल फार्म है-
 (a) पेपरलेस कैश (b) डिजिटल कैश
 (c) इलेक्ट्रॉनिक कैश (d) उपरोक्त सभी
 E-cash stand for ____-
31. ऑनलाइन वित्तीय सेवाओं में शामिल हैं-
 (a) बैंकिंग (b) बीमा
 (c) म्युचुअल फंड (d) उपरोक्त सभी
 Online financial services include-

88 | ई-कॉमर्स : डिजिटल मार्केटिंग

32. निम्न में से कौन-से व्यक्ति ई-पेमेंट से जुड़े है-

- (a) जारीकर्ता
- (b) ग्राहक
- (c) व्यापारी
- (d) उपरोक्त सभी

People involved in E-payment system-

- (a) Issuer
- (b) Customer
- (c) Merchant
- (d) All of the above

33. यह एक ऐसी तकनीक है जो सभी ट्रेडिक को फिल्टर करती है-

- (a) पासवर्ड
- (b) डिजिटल हस्ताक्षर
- (c) फायरवॉल
- (d) गेटवे

It is a techniques that filters all traffic-

- (a) Password
- (b) Digital signature
- (c) Firewall
- (d) Gateway

34. पीकेआई का अर्थ है-

- (a) प्राइवेट की इन्फ्रास्ट्रक्चर
- (b) पब्लिक की इन्फ्रास्ट्रक्चर
- (c) पर्सनल की इन्फ्रास्ट्रक्चर
- (d) पर्सनल की इन्फॉर्मेशन

PKI Stands for _____

- (a) Private key infrastructure
- (b) Public key infrastructure
- (c) Personal key infrastructure
- (d) Personal key information

35. एक सुरक्षा तंत्र है जो ऑथेंटिकेशन के लिए भौतिक विशेषताओं का उपयोग करता है-

- (a) बायोमेट्रिक सुरक्षा
- (b) सामरिक सुरक्षा
- (c) फायरवॉल
- (d) एंटीवायरस

It is a security mechanism that uses and users physical characteristics for authentication.

- (a) Biometric security
- (b) Tactical security
- (c) Firewall
- (d) Antiviruses

उत्तर- (1) d (2) e (3) c (4) d (5) a (6) d (7) d (8) d (9) a (10) d (11) c (12) e (13) d (14) a (15) c (16) d (17) c (18) a (19) d (20) d (21) d (22) d (23) c (24) a (25) b (26) b (27) a (28) d (29) a (30) d (31) e (32) d (33) d (34) b (35) a

□