

उभरते बाजारों पर ई-कॉमर्स का प्रभाव

डॉ इफ्तेखार आर हुसेन

वाणिज्य में प्रमुख, एसोसिएट प्रोफेसर

एस. के. पोरवाल कॉलेज ऑफ आर्ट्स एंड साइंस एंड कॉमर्स,
कामठी

सारांश :

वर्तमान समय में इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स का महत्वपूर्ण स्थान है। भविष्य में इसके कई आर्थिक प्रभाव हो सकते हैं। इंटरनेट कॉमर्स हमेशा के लिए कारोबार का चेहरा बदल देगा। इसके अलावा ई-कॉमर्स 21वीं सदी में बैंकिंग को बदल देगा। ई-कॉमर्स ने वैश्विक अर्थव्यवस्था को कई अलग-अलग तरीकों से प्रभावित किया है। सबसे पहले इसने सूचना प्रौद्योगिकी को प्रभावित किया है और सभी आर्थिक क्षेत्रों और सभी ई-कॉमर्स ने दुनिया भर में उत्पादकता वृद्धि को बढ़ाया है और यहां हम इस प्रभाव पर चर्चा करने जा रहे हैं। वे अपने देश की सूचना अर्थव्यवस्था को आगे बढ़ाने के लिए या इंटरनेट तक पहुंच प्रदान करने के लिए आवश्यक निवेश की मात्रा की गणना करने के लिए आवश्यक योग्य लोगों की संख्या की पहचान करने में सक्षम हैं। कुछ देश पहले से ही परिणामों से लाभान्वित हो रहे हैं। वे अब अपनी अर्थव्यवस्थाओं को अंतरराष्ट्रीय स्तर पर प्रतिस्पर्धियों के साथ बेंचमार्क करने के विरोध में हैं और उत्पादकता के विकास में तेजी लाने के कई तरीके हैं लेकिन इसका कारण विवादास्पद है। विकासशील देशों में बैंकों और वित्तीय सेवा कंपनियों को इलेक्ट्रॉनिक व्यापार वित्त और इक्विटी निवेश प्राप्त करने के लिए ऑनलाइन भुगतान प्रणाली अपनाने की आवश्यकता होगी। पर्यटन और इसके इंटरनेट अवतार को नियमित रूप से सबसे तेजी से बढ़ते ई-कॉमर्स क्षेत्रों में से एक के रूप में उद्धृत किया जाता है।

कीवर्ड :- ई-कॉमर्स, उभरते बाजार परिचय :

ई-कॉमर्स सिर्फ इलेक्ट्रॉनिक्स और कॉमर्स को एक साथ जोड़ने से कहीं ज्यादा है। यह एक ऐसे माध्यम से व्यापार करने का एक बिल्कुल नया तरीका दर्शाता है, जो व्यवसाय करने के नियमों को बदल देता है। इसलिए, यह तकनीक की तुलना में रणनीति और व्यवसाय प्रबंधन के बारे में कहीं अधिक है। ई-कॉमर्स और इंटरनेट, अगर विकास के लिए सही ढंग से उपयोग किया जाता है, तो भविष्य में सतत आर्थिक विकास सुनिश्चित करने के लिए उपकरण हो सकते हैं। दुनिया भर में, दुनिया के अर्थशास्त्र और समाजों में इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स का गहरा प्रभाव निःसंदेह आर्थिक दक्षता, प्रतिस्पर्धा और लाभप्रदता में सुधार करेगा और इसके परिणामस्वरूप सूचना समाज का विकास होगा। ई-कॉमर्स और नई उभरती डिजिटल प्रौद्योगिकियां और सेवाएं विकास के लिए उपकरण हो सकती हैं और दुनिया भर में लाखों लोगों की आजीविका में सुधार करने में मदद कर सकती हैं, दूरस्थ क्षेत्रों को जोड़कर और वैज्ञानिक, प्रशासक विकास पेशेवरों, प्रबंधकों और लोगों को परियोजनाओं और कार्यक्रमों में एक साथ लाकर। आर्थिक और सामाजिक विकास को बढ़ावा देना।

इंटरनेट क्रांति वास्तव में लोगों के ग्राहक और विक्रेता से खरीदार तक बाजार की शक्ति के मौलिक बदलाव के बारे में थी। नई अर्थव्यवस्था में ग्राहकों की अपेक्षाएं पहले से काफी अलग हैं। इस अंतर को समझने वाली कंपनी और इसे भुनाने की क्षमता सफलता की कुंजी होगी। वेब, इंटरनेट और उभरती हुई कंप्यूटिंग और संचार प्रौद्योगिकियों ने समय और भूगोल की पारंपरिक सीमाओं को मिटाते हुए और उत्पाद और सेवाओं की नई मांग के साथ ग्राहकों और आपूर्तिकर्ताओं के नए आभासी समुदायों का निर्माण करते हुए व्यवसाय को फिर से परिभाषित किया है। ई-कॉमर्स केवल ई-बिजनेस का एक अंश

है। पहले कंपनियों के पास कंपनी के उत्पादों आदि को प्रदर्शित करने वाली वेबसाइटें थीं, फिर उन्होंने ई-कॉमर्स को बिक्री के लिए मौजूदा प्रणाली के अलावा एक वितरण प्रणाली के रूप में उपयोग करना शुरू कर दिया। इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स या ई-कॉमर्स शब्द में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, यानी कंप्यूटर नेटवर्क के उपयोग से की जाने वाली सभी व्यावसायिक गतिविधियाँ शामिल हैं। इसमें इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की मदद से व्यापार करना, इलेक्ट्रॉनिक डेटा इंटरचेंज जैसी सूचना प्रौद्योगिकी का उपयोग करना शामिल है। सरल शब्दों में, इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स में विश्व व्यापी वेब पर वस्तुओं और सेवाओं की खरीद और बिक्री शामिल है। शिपिंग विधि का उपयोग आमतौर पर ऑर्डर किए गए सामानों की डिलीवरी के लिए किया जाता है। अत्यधिक प्रतिस्पर्धी और अस्थिर बाजार स्थितियों से घिरे वाणिज्यिक दुनिया में, कोई भी नई अवधारणा या तकनीक तभी स्वीकार्य होगी जब वह सभी संबंधितों को मजबूत लाभ प्रदान करे। ई-कॉमर्स कुछ विशिष्ट लाभ प्रदान करता है। ई-कॉमर्स सिर्फ इलेक्ट्रॉनिक्स और कॉमर्स को एक साथ जोड़ने से कहीं ज्यादा है। यह एक ऐसे माध्यम से व्यापार करने का एक बिल्कुल नया तरीका दर्शाता है जो व्यवसाय करने के नियमों को बदल देता है। इसलिए, यह तकनीक की तुलना में रणनीति और व्यवसाय प्रबंधन के बारे में कहीं अधिक है। दुनिया भर में, दुनिया के अर्थशास्त्र और समाजों में इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स का गहरा प्रभाव निःसंदेह आर्थिक दक्षता, प्रतिस्पर्धा और लाभप्रदता में सुधार करेगा और इसके परिणामस्वरूप सूचना समाज का विकास होगा। ई-कॉमर्स और नई उभरती डिजिटल प्रौद्योगिकियाँ और सेवाएं विकास के लिए उपकरण हो सकती हैं और दुनिया भर में लाखों लोगों की आजीविका में सुधार करने में मदद कर सकती हैं, दूरस्थ क्षेत्रों को जोड़कर और वैज्ञानिक, प्रशासक विकास पेशेवरों, प्रबंधकों और लोगों को परियोजनाओं और कार्यक्रमों में एक साथ लाकर। आर्थिक और सामाजिक विकास को बढ़ावा देना।

एक उभरता हुआ बाजार एक ऐसा बाजार है, जिसमें विकसित बाजार की कुछ विशेषताएं होती हैं, लेकिन यह अपने मानकों को पूरी तरह से पूरा नहीं करता है। इसमें ऐसे बाजार शामिल हैं जो भविष्य में विकसित बाजार बन सकते हैं या अतीत में थे। सीमांत बाजार शब्द का प्रयोग विकासशील देशों के लिए किया जाता है जहां उभरते हुए की तुलना में छोटे, जोखिम वाले या अधिक अर्द्धक पूंजी बाजार होते हैं। विपणन शब्द को व्यावसायिक गतिविधियों के प्रदर्शन के रूप में वर्णित किया गया है जो उत्पादकों से उपभोक्ताओं तक वस्तुओं और सेवाओं के प्रवाह को निर्देशित करता है। मार्केटिंग केवल पोस्ट-प्रोडक्शन गतिविधि नहीं है। इसमें कई गतिविधियाँ शामिल हैं जो माल के वास्तव में उत्पादित होने से पहले भी की जाती हैं और माल के बेचे जाने के बाद भी जारी रहती हैं।

अध्ययन का उद्देश्य :

- ई-कॉमर्स और उभरते बाजार के बीच संबंधों की पहचान करना।
- उभरते बाजार पर ई-कॉमर्स के महत्वपूर्ण प्रभाव की पहचान करना।
- यह अध्ययन करना कि कैसे ई-कॉमर्स विकासशील देशों के आर्थिक विकास में सहायता करता है।
- अर्थव्यवस्था के विकास में ई-कॉमर्स के प्रभाव का आकलन करना।

अनुसंधान कार्यप्रणाली :

वर्णनात्मक शोध अध्ययन वे अध्ययन हैं, जो परिस्थितियों के एक विशेष समूह की विशेषताओं का वर्णन करने से संबंधित हैं। वर्णनात्मक शोध में विभिन्न प्रकार की तथ्य-खोज और सर्वेक्षण शामिल हैं। इस शोध का मुख्य उद्देश्य वर्तमान समय में मौजूद स्थितियों की स्थिति का वर्णन करना है। इस प्रकार के शोधों के लिए हम अक्सर कार्यान्वयन शोध पद्धति शब्द का प्रयोग करते हैं, जिसकी मुख्य विशेषता यह है कि शोधकर्ता का चरों पर कोई नियंत्रण नहीं होता है, वह केवल रिपोर्ट कर सकता है कि क्या हुआ है या क्या हो रहा है।

ई-कॉमर्स का इतिहास :

ई-कॉमर्स का इतिहास पिछली शताब्दी के अंत में टेलीफोन के आविष्कार से शुरू होता है। इलेक्ट्रॉनिक डेटा इंटरचेंज को व्यापक रूप से ई-कॉमर्स की शुरुआत के रूप में देखा जाता है यदि हम ई-कॉमर्स को व्यावसायिक समुदायों की नेटवर्किंग और व्यावसायिक जानकारी के डिजिटलीकरण के रूप में मानते हैं। बड़े संगठन 60 के दशक से ई.डी.आई. के विकास में निवेश कर रहे हैं। 80 के दशक तक इसे उचित स्वीकृति नहीं मिली है। पिछले 30 वर्षों में इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स का अर्थ बदल गया है। ई-कॉमर्स के दो बुनियादी प्रकार हैं:- बिजनेस-टू-बिजनेस (B₂B) और बिजनेस-टू-कंज्यूमर (B₂C)। B₂B में, कंपनियां इलेक्ट्रॉनिक नेटवर्क के माध्यम से अपने आपूर्तिकर्ताओं, वितरकों और अन्य भागीदारों के साथ व्यापार करती हैं। B₂C में, कंपनियाँ उपभोक्ताओं को उत्पाद और सेवाएँ बेचती हैं। हालाँकि B₂C आम जनता के लिए बेहतर ज्ञात है, B₂B वह रूप है जो वास्तव में राजस्व के मामले में ई-कॉमर्स पर हावी है। ई-कॉमर्स की अवधारणा इंटरनेट अर्थव्यवस्था और डिजिटल अर्थव्यवस्था की धारणाओं से संबंधित है। ये सभी अवधारणाएं आर्थिक गतिविधियों के लिए नई सूचना और संचार प्रौद्योगिकियों के उपयोग से संबंधित हैं, लेकिन अलग-अलग फोकस के साथ। इंटरनेट अर्थव्यवस्था उन आर्थिक गतिविधियों को संदर्भित करती है, जो इंटरनेट या इंटरनेट से संबंधित उत्पादों या सेवाओं से राजस्व उत्पन्न करती हैं। दूसरी ओर, कुछ गतिविधियाँ जैसे कि व्यावसायिक उद्देश्यों के लिए इंटरनेट कनेक्शन बनाना, इंटरनेट अर्थव्यवस्था का एक हिस्सा हैं, लेकिन जरूरी नहीं कि वे ई-कॉमर्स हों। डिजिटल अर्थव्यवस्था कंप्यूटर, सॉफ्टवेयर और डिजिटल नेटवर्क जैसी डिजिटल तकनीकों पर आधारित है। ज्यादातर मामलों में, डिजिटल अर्थव्यवस्था ई-कॉमर्स के समान है। हालांकि, डिजिटल अर्थव्यवस्था में सभी गतिविधियाँ ई-कॉमर्स गतिविधियाँ नहीं हैं।

ई-कॉमर्स शब्द का अर्थ इलेक्ट्रॉनिक डेटा इंटरचेंज (ईडीआई) और इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर (ईएफटी) जैसी प्रमुख तकनीकों की मदद से इलेक्ट्रॉनिक रूप से वाणिज्यिक लेनदेन के निष्पादन की प्रक्रिया है, जिससे उपयोगकर्ताओं को व्यावसायिक जानकारी का आदान-प्रदान करने और इलेक्ट्रॉनिक लेनदेन करने का अवसर मिलता है। इन तकनीकों का उपयोग करने की क्षमता 1970 के दशक के अंत में दिखाई दी और व्यावसायिक कंपनियों और संगठनों को इलेक्ट्रॉनिक रूप से वाणिज्यिक दस्तावेज भेजने की अनुमति दी। 1980 के दशक में क्रेडिट कार्ड, स्वचालित टेलर मशीन (एटीएम) और टेलीफोन बैंकिंग की वृद्धि और स्वीकृति भी इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स के रूप थे। ई-कॉमर्स का दूसरा रूप एयरलाइन और रेलवे आरक्षण प्रणाली था। हालांकि इंटरनेट ने 1994 में आम जनता के बीच लोकप्रियता में आगे बढ़ना शुरू किया, सुरक्षा प्रोटोकॉल (उदाहरण के लिए, एचटीटीपी) और डीएसएल को विकसित करने में लगभग चार साल लग गए, जिसने इंटरनेट तक तेजी से पहुंच और लगातार कनेक्शन की अनुमति दी। इस समय ईकॉमर्स शब्द का अर्थ बदल दिया गया था। लोगों ने ई-कॉमर्स शब्द को सुरक्षित कनेक्शन और इलेक्ट्रॉनिक भुगतान सेवाओं का उपयोग करके इंटरनेट पर उपलब्ध वस्तुओं और सेवाओं की खरीद की प्रक्रिया के रूप में परिभाषित करना शुरू कर दिया। हालांकि 2000 में डॉट-कॉम के पतन के कारण दुर्भाग्यपूर्ण परिणाम आए और कई ई-कॉमर्स कंपनियां गायब हो गईं, फ्लैट एंड मोर्टार खुदरा विक्रेताओं ने इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स के फायदों को पहचाना और अपनी वेब साइटों में ऐसी क्षमताओं को जोड़ना शुरू कर दिया।

1990 के दशक के बाद से, इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स में उद्यम संसाधन नियोजन प्रणाली (ईआरपी), डेटा माइनिंग और डेटा वेयरहाउसिंग भी शामिल होंगे। हालांकि इंटरनेट 1994 के आसपास दुनिया भर में लोकप्रिय हो गया जब पहली इंटरनेट ऑनलाइन खरीदारी शुरू हुई, सुरक्षा प्रोटोकॉल और डीएसएल को इंटरनेट से लगातार कनेक्शन की अनुमति देने में लगभग पांच साल लग गए। तब से लोगों ने सुरक्षित प्रोटोकॉल और इलेक्ट्रॉनिक भुगतान सेवाओं का उपयोग करके इंटरनेट के माध्यम से विभिन्न सामान खरीदने की क्षमता के साथ ई-कॉमर्स शब्द को जोड़ना शुरू कर दिया। इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स को

विश्व स्तर पर विशेष रूप से विकसित बाजारों में व्यावसायिक संगठनों के लिए वैश्विक बाजारों तक पहुंचने और विभिन्न भौगोलिक स्थानों में ग्राहकों के व्यापक प्रसार का मार्गदर्शन करने के लिए एक तंत्र के रूप में मान्यता दी गई है। ई-कॉमर्स को अपना व्यापक है और किसी भी संगठन के कुशल प्रशासन और अपने ग्राहकों को सेवाओं के वितरण के लिए एक आवश्यक उपकरण के रूप में भी माना जाता है। इंटरनेट क्रांति वास्तव में ग्राहकों, आपूर्तिकर्ताओं, समूहों, संगठनों, सरकार और आम जनता के बारे में है। नई अर्थव्यवस्था में ग्राहकों की अपेक्षाएं पहले से काफी अलग हैं। इस अंतर को समझने वाली कंपनी और इसे भुनाने की क्षमता सफलता की कुंजी होगी।

ई-कॉमर्स की अवधारणाएं और प्रकार :

ई-कॉमर्स ने रोजमर्रा की जिंदगी और व्यापार और सरकार के संचालन को गहराई से प्रभावित किया है। वाणिज्य इलेक्ट्रॉनिक बाजार संस्थान (या मार्केट स्पेस) में और इंटरनेट-वेब पर काम करने वाली आपूर्ति श्रृंखला में आयोजित किया जाता है। सेवाओं तक लगभग तात्कालिक पहुंच मांग के मंच (on demand platform) की पेशकश द्वारा उपलब्ध कराई जाती है, उदाहरण के लिए, परिवहन (जैसे, उबेर), क्लाउड सेवा प्रदाताओं द्वारा प्रस्तुत गणना और भंडारण संसाधन, और चिकित्सा और कानूनी सलाह। कपड़ों और वाहनों जैसे ऑनलाइन बेचे जाने वाले सामानों का बड़े पैमाने पर अनुकूलन आम हो गया है। अर्ध-स्थायी आपूर्ति श्रृंखला एक हब कंपनी (जैसे डेल) को उन आपूर्तिकर्ताओं के साथ घेरने में सक्षम बनाती है जो अधिकांश उत्पादन कार्य करते हैं और केंद्रीय फर्म को अन्य सामान और सेवाएं प्रदान करते हैं। ई-कॉमर्स तेजी से उस तरीके को बदल रहा है जिसमें उद्यम एक-दूसरे के साथ-साथ उपभोक्ताओं और सरकारों के साथ बातचीत कर रहे हैं। विकासशील देशों के लिए बहुपक्षीय व्यापार प्रणाली में मजबूत पैर जमाने के अवसर के रूप में कई लोगों द्वारा ई-कॉमर्स का स्वागत किया गया है। ई-कॉमर्स में विकासशील अर्थशास्त्र को व्यापार से अधिक लाभ पहुंचाने में मदद करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाने की क्षमता है। ई-कॉमर्स की परिभाषाओं को विस्तृत करना महत्वपूर्ण है क्योंकि इससे प्रौद्योगिकी के दायरे को निर्धारित करने में मदद मिलेगी और इसे खुदरा व्यापार में कैसे लागू किया जा सकता है। ई-कॉमर्स को केवल ऑनलाइन व्यापार करने के रूप में परिभाषित किया गया है। आर्थिक सहयोग और विकास के लिए संगठन इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स को व्यवसाय के संचालन के एक नए तरीके के रूप में परिभाषित करता है, इसे नेटवर्क पर होने वाले व्यवसाय के रूप में अर्हता प्राप्त करता है जो गैर-स्वामित्व प्रोटोकॉल का उपयोग करता है जो एक खुली मानक सेटिंग प्रक्रिया जैसे कि इंटरनेट के माध्यम से स्थापित होते हैं। यह वस्तुओं और सेवाओं की खरीद और बिक्री या इलेक्ट्रॉनिक नेटवर्क, मुख्य रूप से इंटरनेट पर धन या डेटा का संचरण है। ये व्यापारिक लेन-देन या तो व्यवसाय-से-व्यवसाय, व्यवसाय-से-ग्राहक, ग्राहक-से-ग्राहक या ग्राहक-से-व्यवसाय के रूप में होते हैं। एक उभरता हुआ बाजार एक विकासशील देश है जो वैश्विक बाजारों के साथ और अधिक जुड़ रहा है क्योंकि यह बढ़ता है। उभरती बाजार अर्थव्यवस्थाओं के रूप में वर्गीकृत देश वे हैं जिनमें कुछ विकसित बाजार की विशेषताएं हैं, लेकिन सभी नहीं हैं। जैसे-जैसे एक उभरता हुआ बाजार आगे बढ़ता है, यह आम तौर पर वैश्विक अर्थव्यवस्था के साथ अधिक एकीकृत हो जाता है, जैसा कि स्थानीय ऋण और इक्विटी बाजारों में बढ़ी हुई तरलता, व्यापार की मात्रा में वृद्धि और प्रत्यक्ष विदेशी निवेश और आधुनिक वित्तीय और नियामक संस्थानों के घरेलू विकास द्वारा दिखाया गया है। इंटरनेट और उभरती कंप्यूटिंग और संचार प्रौद्योगिकियों ने समय, भूगोल के संबंध में व्यापार की पारंपरिक सीमाओं को फिर से परिभाषित किया है और उत्पादों और सेवाओं की नई मांग के साथ ग्राहकों और आपूर्तिकर्ताओं के नए आभासी समुदायों का निर्माण किया है। उभरते बाजारों में आमतौर पर बाजार और नियामक संस्थानों के विकास का स्तर नहीं होता है, जैसा कि विकसित देशों में पाया जाता है। बाजार दक्षता और लेखांकन और प्रतिभूति विनियमन में सख्त मानक आम तौर पर उन्नत अर्थव्यवस्थाओं के बराबर नहीं होते हैं, लेकिन उभरते बाजारों में आम तौर पर बैंकों, स्टॉक एक्सचेंज और एकीकृत मुद्रा सहित एक भौतिक वित्तीय आधारभूत संरचना होती है। उभरती बाजार

अर्थव्यवस्थाएं कृषि और संसाधन निष्कर्षण केंद्रित गतिविधियों से औद्योगिक और विनिर्माण गतिविधियों की ओर बढ़ने लगती हैं। उभरती बाजार अर्थव्यवस्थाएं सरकारें आमतौर पर आर्थिक विकास और औद्योगीकरण को प्रोत्साहित करने के लिए जानबूझकर औद्योगिक और व्यापार रणनीतियों का अनुसरण करती हैं।

विपणन दृष्टिकोण में ई-कॉमर्स :

उभरते बाजारों की प्रति व्यक्ति आय औसत से कम है। कम आय पहला महत्वपूर्ण मानदंड है क्योंकि यह दूसरी विशेषता के लिए प्रोत्साहन प्रदान करता है, जो कि तेजी से विकास है। उभरते बाजारों के नेता सत्ता में बने रहने और अपने लोगों की मदद करने के लिए अधिक औद्योगीकृत अर्थव्यवस्था में तेजी से बदलाव करने के इच्छुक हैं। तीव्र सामाजिक परिवर्तन तीसरी विशेषता की ओर ले जाता है, जो उच्च अस्थिरता है। यह तीन कारकों से आ सकता है: प्राकृतिक आपदाएं, बाहरी मूल्य झटके और घरेलू नीति अस्थिरता। परंपरागत रूप से कृषि पर निर्भर पारंपरिक अर्थव्यवस्थाएं विशेष रूप से आपदाओं के प्रति संवेदनशील होती हैं। मार्केटिंग केवल एक व्यावसायिक घटना नहीं है या केवल व्यावसायिक संगठनों तक ही सीमित है। विपणन गतिविधियाँ गैर-लाभकारी संगठनों के लिए समान रूप से प्रासंगिक हैं। विपणन अभिविन्यास को अपनाकर, एक संगठन चाहे वह लाभ कमा रहा हो या गैर-लाभकारी, अपने लक्ष्यों को सबसे प्रभावी तरीके से प्राप्त कर सकता है। साथ ही विपणन किसी देश के आर्थिक विकास में उत्प्रेरक का काम करता है और लोगों के जीवन स्तर को ऊपर उठाने में मदद करता है। विपणन का संबंध उत्पादकों से उपभोक्ताओं या उपयोगकर्ताओं के लिए वस्तुओं और सेवाओं के आदान-प्रदान से है, जो ग्राहक की जरूरतों की संतुष्टि को अधिकतम करता है। उभरते बाजार आमतौर पर कृषि गतिविधियों पर निर्भरता के कारण अन्य देशों की तुलना में प्रति व्यक्ति निम्न मध्यम आय प्राप्त करते हैं। जैसे-जैसे अर्थव्यवस्था औद्योगीकरण और विनिर्माण गतिविधियों का अनुसरण करती है, प्रति व्यक्ति आय जीडीपी के साथ बढ़ती है। कम औसत आय भी उच्च आर्थिक विकास के लिए प्रोत्साहन के रूप में कार्य करती है। विपणन शब्द को व्यावसायिक गतिविधियों के प्रदर्शन के रूप में वर्णित किया गया है जो उत्पादकों से उपभोक्ताओं तक वस्तुओं और सेवाओं के प्रवाह को निर्देशित करता है।

एक अच्छी तरह से परिभाषित विपणन रणनीति से व्यवसाय की बिक्री और विपणन में वृद्धि होती है। यह सीधे तौर पर उत्पन्न राजस्व को प्रभावित करता है क्योंकि जितना अधिक आप लोगों तक पहुंचते हैं, उतना ही वे आपके व्यवसाय या ब्रांड तक पहुंचते हैं। किसी व्यवसाय का विपणन सीधे उस बिक्री से संबंधित होता है जो वह उत्पन्न करता है। जैसे-जैसे इसका प्रभाव बढ़ता है, उभरते बाजार का लेबल कम और कम होता जाता है। उभरते बाजारों से वैश्विक अर्थव्यवस्था को बढ़ने में मदद मिलेगी। मार्केटिंग से तात्पर्य उन गतिविधियों से है जो एक कंपनी किसी उत्पाद, सेवा या सामान की खरीद या बिक्री को बढ़ावा देने के लिए करती है। यह व्यवसाय प्रबंधन और वाणिज्य की प्राथमिक कंपनियों में से एक है। बाजार अपने उत्पाद को अन्य व्यवसायों या सीधे उपभोक्ताओं को निर्देशित कर सकते हैं। विपणन प्रबंधन का अर्थ है विपणन कार्य का प्रबंधन। विपणन प्रबंधन उन गतिविधियों की योजना, आयोजन, निर्देशन और नियंत्रण को संदर्भित करता है जो उत्पादों और उपभोक्ताओं या उत्पादों और सेवाओं के उपयोगकर्ताओं के बीच वस्तुओं और सेवाओं के आदान-प्रदान की सुविधा प्रदान करते हैं।

निष्कर्ष :

उभरते बाजार पर ई-कॉमर्स का महत्वपूर्ण प्रभाव है। विकासशील देशों के लिए बहुपक्षीय व्यापार प्रणाली में मजबूत पैर जमाने के अवसर के रूप में कई लोगों द्वारा ई-कॉमर्स का स्वागत किया गया है। इसके अतिरिक्त, ई-कॉमर्स उच्च लाभ मार्जिन की अनुमति देता है क्योंकि व्यवसाय चलाने की लागत काफी कम है। ई-कॉमर्स अभी भी उन व्यावसायिक तरीकों में से एक का प्रतिनिधित्व करता है जो सही तरीके से किए जाने पर लाभ उठाते हैं, भले ही शेयर बाजार और वस्तुएं गिर गई हों, लेकिन ई-कॉमर्स अभी भी जीवित रहने और उच्च लेनदेन प्राप्त करने में सक्षम है। ई-कॉमर्स के पास भारत में कोर्स या बिजनेस में जबरदस्त अवसर है। इसके अलावा, यह एक लेन-देन में नई तकनीकों और शैलियों को पेश

करने के लिए भी है। इंटरनेट की दुनिया में व्यापक ई-कॉमर्स का उपयोग वास्तव में व्यक्ति या राज्य की अच्छाई लाने के लिए काफी बेहतर है।

ई-कॉमर्स निस्संदेह हमारे समाज का एक महत्वपूर्ण हिस्सा बन गया है। भविष्य की सफल कंपनियां वे होंगी जो ई-कॉमर्स को गंभीरता से लेती हैं, इसके विकास के लिए पर्याप्त संसाधन समर्पित करती हैं। ई-कॉमर्स कोई आईटी मुद्दा नहीं है बल्कि एक संपूर्ण व्यावसायिक उपक्रम है। कंपनियां जो इसे अपनी व्यावसायिक प्रक्रियाओं को पूरी तरह से फिर से डिजाइन करने के लिए एक कारण के रूप में उपयोग करती हैं, उन्हें सबसे बड़ा लाभ मिलने की संभावना है। इसके अलावा, ई-कॉमर्स एक सहायक तकनीक है जो उपभोक्ता को दुनिया भर में व्यापार और कंपनियों तक पहुंच प्रदान करती है।

संदर्भग्रंथ सूची :

- विकिपीडिया- उभरते बाजारों पर ई-कॉमर्स का प्रभाव
- <https://en.wikipedia.org/wiki/E-commerce>
- https://en.wikipedia.org/wiki/Emerging_market
- Refereed from the text book of Business Finance And Marketing.
- Refereed from the s projecting.
- <https://sprojectng.com/the-impact-of-e-commerce-on-emerging-markets>