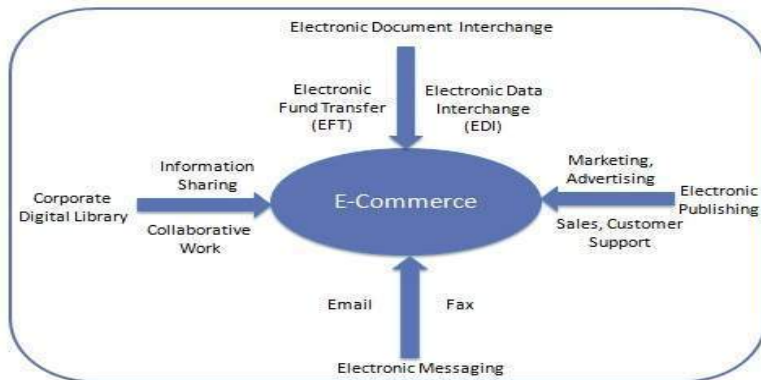


अध्याय-7

ई-वाणिज्य या ई व्यापार

ई वाणिज्य या इलेक्ट्रॉनिक्स वाणिज्य आधुनिक व्यापार की एक पद्धति है जो व्यापार संगठनों, विक्रेताओं और ग्राहकों की जरूरत को कम लागत करने और माल एवं सेवाओं की गुणवत्ता में सुधार करने के साथ वितरण की तीव्रता में वृद्धि करता है। ई-कॉमर्स कागज रहित व्यावसायिक जानकारी का आदान-प्रदान करने के लिए निम्नलिखित तरीकों का उपयोग करता है।

- इलेक्ट्रॉनिक डाटा एक्सचेंज (EDI)
- इलेक्ट्रॉनिक मेल (E-mail)
- इलेक्ट्रॉनिक बुलेटिन बोर्ड
- इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर (EFT)
- अन्य नेटवर्क आधारित प्रौद्योगिकियों



7.1 विशेषताएँ

ई वाणिज्य निम्न सुविधाएँ प्रदान करता है:

- **गैर-नकद भुगतान** – ई-कॉमर्स बैंक की वेबसाइट और अन्य साधन के माध्यम से जैसे क्रेडिट कार्ड, डेबिट कार्ड, स्मार्ट कार्ड, इलेक्ट्रॉनिक फण्ड ट्रांसफर के द्वारा भुगतान को सक्षम बनाता है।
- **24x7 सेवा की उपलब्धता** – ई-कॉमर्स के द्वारा उद्यमों के द्वारा चलित सुविधाएं एवं सेवाएं, ग्राहकों के लिए किसी भी समय एवं कहीं से भी उपलब्ध है। यहाँ 24x7 का अभिप्राय सप्ताह के 7 दिन के पूरे 24 घंटों से है।
- **विज्ञापन या विपणन** – ई-कॉमर्स से उत्पादों और कारोबार की सेवाओं के विज्ञापन की पहुंच बढ़ जाती है। यह उत्पादों या सेवाओं के बेहतर विपणन प्रबंधन में मदद करता है।
- **बिक्री में सुधार** – ई-कॉमर्स, के उपयोग से उत्पादों के लिए आदेश किसी भी समय, कहीं से भी किसी भी मानवीय हस्तक्षेप के बिना उत्पन्न किये जा सकते हैं। इस तरह से, एक उत्पाद खरीदने के लिए निर्भरता बड़े पैमाने पर कम हो जाती है और बिक्री बढ़ जाती है।
- **समर्थन** – ई-कॉमर्स पूर्व बिक्री और बाद की बिक्री ग्राहकों को बेहतर सेवाएं प्रदान करने के लिए सहायता प्रदान करने के लिए विभिन्न तरीके प्रदान करता है।
- **सूची प्रबंधन** – ई-कॉमर्स, के उपयोग से उत्पादों का सूची प्रबंधन स्वचालित हो जाता है। रिपोर्ट तुरन्त आवश्यकता पड़ने पर प्रस्तुत की जा सकती है। उत्पाद सूची प्रबंधन बहुत ही कुशल और आसान हो जाता है।
- **संचार में सुधार** – ई-कॉमर्स ग्राहकों की भागीदारों के साथ तेजी से कुशल, विश्वसनीय संचार के लिए विभिन्न तरीके प्रदान करता है।

परंपरागत वाणिज्य v/s ई कामर्स

क्र. सं.	पारंपरिक वाणिज्य	ई-कामर्स
1	एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति के बीच जानकारी के आदान प्रदान पर भारी निर्भरता होती है।	इलेक्ट्रॉनिक संचार के द्वारा एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति के बीच जानकारी के आदान प्रदान पर निर्भरता कम होती है।
2	संचार या लेनदेन synchronous तरीके से किया जाता है। मैनुअल हस्तक्षेप प्रत्येक संचार या लेन-देन के लिए आवश्यक होता है।	संचार या लेनदेन asynchronous तरीके से किया जा सकता है। इलेक्ट्रॉनिक्स सिस्टम स्वचालित रूप से व्यक्ति के लिए संचार या लेन-देन संभालती है।
3	पारंपरिक वाणिज्य में मानक एवं प्रथाओं को बनाए रखना मुश्किल होता है।	ई-कॉमर्स में एक समान रणनीति को स्थापित करना और बनाए रखना आसान होता है।
4	व्यापार के संचार व्यक्तिगत कौशल पर निर्भर करता है।	ई-वाणिज्य या इलेक्ट्रॉनिक बाजार में कोई मानवीय हस्तक्षेप नहीं होता है।
5	एक समान मंच की अनुपलब्धता की वजह से पारंपरिक वाणिज्य निजी संचार पर काफी निर्भर करता है।	ई-कॉमर्स का वेबसाइट एक मंच है जहां उपयोगकर्ता को जानकारी एक ही स्थान पर उपलब्ध होती है।
6	पारंपरिक वाणिज्य में जानकारी साझा करने के रूप में यह व्यक्तिगत संचार पर काफी निर्भर करता है।	ई-कॉमर्स दुनिया भर में वाणिज्यिक या व्यावसायिक गतिविधियों का समर्थन करने के लिए एक सार्वभौमिक मंच प्रदान करता है।

ई-कॉमर्स के लाभ में प्रमुख तौर पर तीन प्रमुख श्रेणियों में वर्गीकृत किया जा सकता है।

- संगठनों को लाभ
- उपभोक्ताओं को लाभ
- समाज को लाभ

7.2 संगठनों के लिए लाभ

- ई-कॉमर्स संगठन न्यूनतम पूंजी निवेश के साथ राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय बाजारों के लिए अपने व्यापार का विस्तार कर सकते हैं। एक संगठन आसानी से अधिक ग्राहक, अच्छा आपूर्तिकर्ता और उपयुक्त व्यावसायिक भागीदारों को दुनिया भर में ढूँढ़ सकता है।
- ई-कॉमर्स संगठन प्रक्रिया बनाने, वितरित करने, कागज आधारित जानकारी को प्राप्त एवं प्रबंधन करने की लागत को कम करने में मदद करता है।
- ई-कॉमर्स कंपनी की ब्रांड छवि में सुधार करता है।
- ई-कॉमर्स बेहतर ग्राहक सेवा प्रदान करने के लिए संगठन की मदद करता है।
- ई-कॉमर्स व्यवसाय प्रक्रिया को सरल बनाने और उन्हें तेजी से और कुशल बनाने में मदद करता है।
- ई-कॉमर्स कागज का काम बहुत हद तक कम कर देता है।
- ई-कॉमर्स से संगठन की उत्पादकता में वृद्धि होती है।

7.3 ग्राहकों को लाभ

- ग्राहक लेनदेन के लिए उत्पाद या किसी भी उत्पादक कंपनी द्वारा किसी भी स्थान से किसी भी समय, कहीं भी उपलब्ध कराई गई सेवाओं के बारे में पूछताछ कर सकते हैं। यहाँ 24x7 का अभिप्राय सप्ताह के 7 दिन के पूरे 24 घंटों से है।
- ई-कॉमर्स अनुप्रयोग उपयोगकर्ता को जल्द डिलीवरी के अधिक विकल्प प्रदान करता है।
- ई-कॉमर्स अनुप्रयोग उपयोगकर्ता को अधिक विकल्पों की तुलना करने और सस्ते और बेहतर विकल्प का चयन प्रदान करता है।
- ग्राहक एक उत्पाद के बारे में समीक्षा टिप्पणी डाल सकते हैं और क्या दूसरा खरीद रहे हैं या एक अंतिम खरीद करने से पहले अन्य ग्राहकों की समीक्षा टिप्पणियाँ देख सकते हैं।
- ई-कॉमर्स आभासी नीलामी का विकल्प प्रदान करता है।
- एक ग्राहक दिन या सप्ताह के इंटरजार के बजाय सेकंड के भीतर संबंधित विस्तृत जानकारी देख सकते हैं।
- ई-कॉमर्स से संगठनों के बीच प्रतिस्पर्धा बढ़ जाती है और परिणाम के रूप में संगठनों ग्राहकों को भारी छूट प्रदान करता है।

7.4 समाज को लाभ

- ग्राहक को जरूरत की चीजों की खरीद फरोख्त के लिए यात्रा नहीं करनी पड़ती जिससे वायु प्रदूषण कम होता है और सड़को पर भी यातायात कम होता है।
- ई-कॉमर्स से उत्पादों की लागत को कम करने में मदद मिलती है जिससे कम समृद्ध लोग भी उत्पाद खरीद सकते हैं।

- ई-कॉमर्स से सेवाओं को और उत्पादों की जानकारी ग्रामीण क्षेत्रों के लिए भी उपलब्ध हुई है जो अन्यथा उन्हें उपलब्ध नहीं थीं।
 - ई-कॉमर्स सरकार को कम कीमत और बेहतर तरीके से स्वास्थ्य देखभाल, शिक्षा, सामाजिक सेवाओं जैसी सार्वजनिक सेवाओं वितरित करने में मदद करती है।
- ई-कॉमर्स के नुकसान को मोटे तौर पर दो श्रेणियों में वर्गीकृत किया जा सकता है।
- तकनीकी हानि
 - गैर तकनीकी हानि

7.5 तकनीकी हानि

- ई-कॉमर्स के गलत कार्यान्वयन के कारण सिस्टम सुरक्षा, विश्वसनीयता या मानकों में कमी हो सकती है।
- सॉफ्टवेयर विकास उद्योग अभी भी विकसित हो रहा है और तेजी से बदलता रहता है।
- कई देशों में अपर्याप्त दूरसंचार बैंडविड्थ उपलब्धता के कारण नेटवर्क बैंडविड्थ एक मुद्दा हो सकता है।
- ई-कॉमर्स में विक्रेता द्वारा स्थापित नेटवर्क सर्वर से अलग विशेष प्रकार के वेब सर्वर या अन्य सॉफ्टवेयर की आवश्यकता हो सकती है।
- कभी कभी, ई-कॉमर्स सॉफ्टवेयर या वेबसाइट को मौजूदा अनुप्रयोग या डेटाबेस के साथ एकीकृत करना मुश्किल हो जाता है।
- कुछ ई-कॉमर्स सॉफ्टवेयर किन्हीं ऑपरेटिंग सिस्टम के साथ असंगत हो सकते हैं इसीलिए हार्डवेयर और सॉफ्टवेयर असंगतता एक मुद्दा हो सकती है।

7.6 गैर-तकनीकी हानि

- प्रारंभिक लागत: ई-कॉमर्स अनुप्रयोग बनाने में निर्माण की लागत बहुत अधिक हो सकती है। ई-कॉमर्स अनुप्रयोग में अनुभव की कमी के कारण, शुरू करने में गलतियाँ या विलंब हो सकता है।
- उपयोगकर्ता प्रतिरोध: उपयोगकर्ता अज्ञात अनाम विक्रेता होने के नाते ई-कॉमर्स साइट पर भरोसा नहीं कर सकते हैं। इस तरह का अविश्वास उपयोगकर्ता को भौतिक भंडार से ऑनलाइन संग्रह के लिए स्विच करना कठिन बना देता है।
- सुरक्षा / गोपनीयता: सुरक्षा या ऑनलाइन लेन-देन पर गोपनीयता सुनिश्चित करना मुश्किल है।
- ई-कॉमर्स अनुप्रयोग अभी भी विकसित हो रहे हैं और तेजी से बदल रहे हैं।
- इंटरनेट का उपयोग अभी भी सस्ता नहीं है, और दूरदराज के गांवों में रहने वाले कई संभावित ग्राहकों के लिए उपयोग करने के लिए असुविधाजनक है।

7.7 इलेक्ट्रॉनिक्स वाणिज्य व्यापार मॉडल

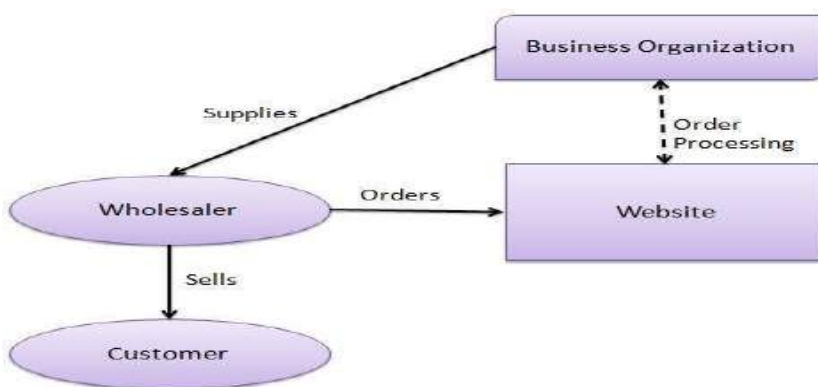
ई वाणिज्य या इलेक्ट्रॉनिक्स वाणिज्य व्यापार मॉडल आम तौर पर निम्नलिखित श्रेणियों में वर्गीकृत किया जा सकता है।

- बिजनेस – से – बिजनेस (बी 2 बी)
- बिजनेस – से – कन्ज्यूमर (बी 2 सी)

- कन्ज्यूमर – से – कन्ज्यूमर (सी 2 सी)
- कन्ज्यूमर – से – बिजनेस (सी 2 बी)
- बिजनेस – से – गवर्मेंट (बी 2 जी)
- गवर्मेंट – से – बिजनेस (जी 2 बी)
- गवर्मेंट – से – सिटीजन (जी 2 सी)

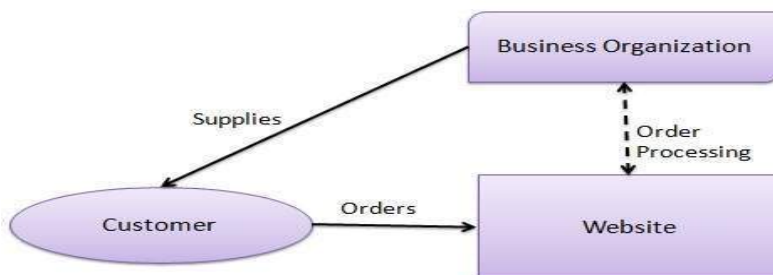
बिजनेस – से – बिजनेस (बी 2 बी)

बी 2 बी व्यापार मॉडल का पालन करने के लिए वेबसाइट एक मध्यवर्ती खरीदार को अपने उत्पाद बेचती है जो उसके अंतिम ग्राहक को उत्पाद बेचता है। एक उदाहरण के रूप में, एक थोक व्यापारी एक कंपनी की वेबसाइट से उत्पाद खरीदने के लिए आदेश देता है और उसे अंतिम ग्राहक जो थोक व्यापारी की दुकान में उत्पाद खरीदने के लिए आता है उसे बेचता है।



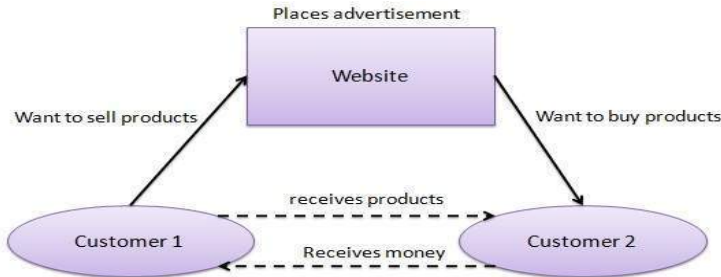
बिजनेस – से – कन्ज्यूमर (बी 2 सी)

बी 2 सी व्यापार मॉडल में वेबसाइट एक ग्राहक को सीधे अपने उत्पाद बेचती है। एक ग्राहक व्यापार संगठन की वेबसाइट पर दिखाए गए उत्पादों को देख सकते हैं और किसी उत्पाद को चुन सकते हैं। वेबसाइट व्यापार संगठन के लिए एक अधिसूचना ईमेल और संगठन के माध्यम से ग्राहक के लिए उत्पाद/माल भेज देंगे।



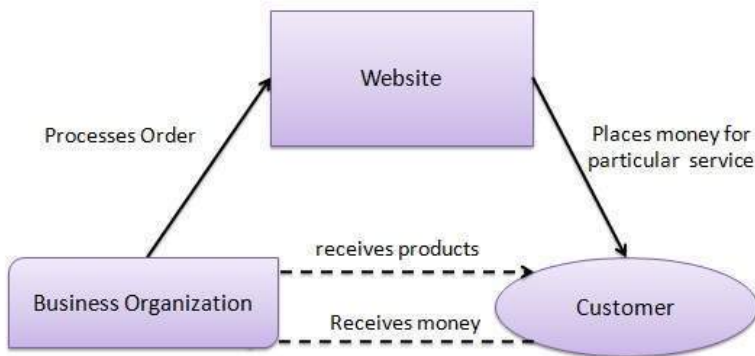
कन्ज्यूमर – से – कन्ज्यूमर (सी 2 सी)

वेबसाइट सी 2 सी व्यापार मॉडल का पालन करने वाले उपभोक्ता को आवासीय संपत्ति, कारों, मोटरसाइकिलों आदि या कमरा किराए पर देने के लिए उनकी जानकारी वेबसाइट पर प्रकाशित करने में मदद करता है। वेबसाइट अपनी सेवाओं के लिए उपभोक्ता से इच्छानुसार शुल्क ले या नहीं ले सकती है।



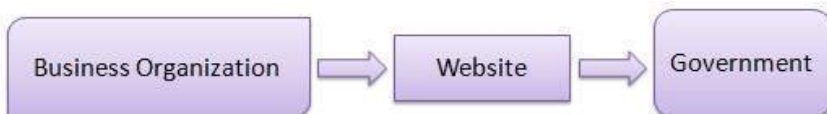
कन्ज्यूमर – से – बिजनेस (सी 2 बी)

इस मॉडल में एक उपभोक्ता वेबसाइट का प्रयोग एक विशेष सेवा के लिए एक से अधिक व्यवसाय संगठनों का दृष्टिकोण देखने के लिए कर सकता है। उपभोक्ता एक विशेष सेवा के लिए मात्रा का अनुमान देता है जिसे वो खर्च करना चाहता है। उदाहरण के लिए, व्यक्तिगत ऋण / कार ऋण की ब्याज दरों की तुलना वेबसाइट के माध्यम से विभिन्न बैंकों द्वारा प्रदान की गई है। व्यापार संगठन निर्दिष्ट बजट के भीतर उपभोक्ता की आवश्यकता और ग्राहक के दृष्टिकोण को देख कर सेवाएं प्रदान करता है।



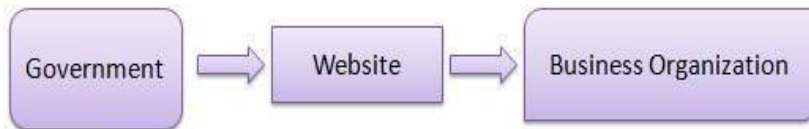
बिजनेस – से – गवर्मेंट (बी 2 जी)

बी 2 जी आदर्श बी 2 बी मॉडल का एक संस्करण है। ऐसी वेबसाइट विभिन्न व्यापार संगठनों के साथ व्यापार और विनिमय जानकारी करने के लिए सरकार द्वारा काम ली जाती है। ऐसी वेबसाइट सरकार द्वारा मान्यता प्राप्त और सरकार को आवेदन पत्र प्रस्तुत करने के लिए व्यवसायों के लिए एक माध्यम प्रदान करती है।



गवर्मेंट – से – बिजनेस (जी 2 बी)

सरकार जी 2 बी मॉडल वेबसाइट व्यापार संगठनों के दृष्टिकोण के लिए उपयोग करती है। ऐसी वेबसाइट नीलामी और निविदा के आवेदन प्रस्तुत करने का समर्थन करती है।



गवर्मेंट – से – सिटीजन (जी 2 सी)

सरकार सामान्य नागरिक तक पहुँचने के लिए जी 2 सी मॉडल वेबसाइट का उपयोग करती है। इस तरह की वेबसाइट का वाहन, मशीनरी या किसी भी अन्य सामग्री की नीलामी का समर्थन करती है। ऐसी वेबसाइट जन्म, विवाह या मृत्यु प्रमाण पत्र के पंजीकरण की सेवाएं भी प्रदान करती है। जी 2 सी वेबसाइट का मुख्य उद्देश्य लोगों के विभिन्न सरकारी सेवाओं के अनुरोध को पूरा करने के औसत समय को कम करना है।



7.8 छोटे व्यवसाय के लिए एक विपणन योजना के घटक

छोटे व्यवसाय अपने लक्ष्य बाजार की आवश्यकताओं के लिए उत्पाद और सेवाएं बनाता है। अपने विपणन लक्ष्य तक पहुँचने के लिए छोटे व्यवसाय के स्वामी योजना और रूपरेखा बनाते हैं की कैसे वे वर्तमान ग्राहकों और संभावित ग्राहकों को अपने उत्पादों और सेवाओं के बारे में सूचित, शिक्षित करेंगे। हर छोटे व्यवसाय के मालिक को उद्योग की परवाह किए बिना विपणन योजना में छह घटक शामिल करने चाहिए।

व्यापार का वर्णन

आपकी मार्केटिंग योजना का एक हिस्सा आपके संभावित ग्राहकों के लिए उत्पादों और सेवाओं का वर्णन करना होना चाहिए। आप अपने व्यापार का एक हिस्सा है जो उद्योग पर चर्चा और उद्योग के विकास से अधिक वर्षों, अपने बाजार में हिस्सेदारी और रुझान विपणन पर विवरण प्रदान कर सकते हैं।

बाह्यरेखा लक्ष्य बाजार

इससे पहले कि आप अपने उत्पाद या सेवा विपणन शुरू करें, ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए अपने व्यापार के प्रकार को जानना होगा। अपने लक्ष्य बाजार की आयु, आय, शिक्षा स्तर, भौगोलिक स्थानीय, वैवाहिक स्थिति, जीवन शैली, शौक और रुचियों जैसी विशेषताएँ सूचीबद्ध करके रूपरेखा तैयार करनी होगी। इस जानकारी से अपने लक्षित ग्राहकों के लिए विपणन करने में मदद मिलेगी।

प्रतियोगिता सूची

चाहे आप एक छोटे कैंडी की दुकान या एक ब्यूटी सैलून चलाते हैं, आप की संभावना प्रतियोगियों के उत्पाद और सेवा है। जो प्रतियोगिता के नाम से, चाहे वे ऑनलाइन या ऑफलाइन हो उत्पाद और सेवा प्रदान करते हैं, वे लक्ष्य और रणनीति को आकर्षित करने और ग्राहकों को बनाए रखने

के लिए ग्राहकों के प्रकार की सूची का सही उपयोग करते हैं। आप अपनी विपणन रणनीति विकसित करने के लिए इस जानकारी की मदद ले सकते हैं।

7.9 विश्लेषण का अध्ययन करना

विश्लेषण का अध्ययन आपकी शक्तियों, कमजोरियों, खतरों और अवसरों के लिए अपने उत्पादों और सेवाओं को बाजार के रूप में अपने व्यापार के चेहरे को पहचानने में आपकी मदद करेगा। अपने स्टाफ की उत्पाद बनाने के लिए विशेषज्ञता या प्रौद्योगिकी आप की ताकत जबकि सीमित बजट आपकी कमजोरियों में शामिल हो सकता है। सिर्फ आपकी कंपनी अपने क्षेत्र में एक उत्पाद या सेवा, पेशकश के लिए मौजूद अवसर में शामिल हो सकता है जबकि बाजार में विकल्प खतरा में शामिल हो सकता है।

लक्ष्य सूची और रणनीति

कंपनी की रूपरेखा प्रभावी विपणन योजना के लक्ष्यों को पूरा करने के लिए काम आती है। अगर आप नया उत्पाद शुरू करने के लिए बाजार का 20 प्रतिशत हिस्सा हड़पने या विपणन को बढ़ाने के लिए सामाजिक मीडिया का उपयोग चाहते हैं, तो आपको अपने व्यापार लक्ष्यों और रणनीति को विज्ञापित करने से मदद मिलेगी।

अपना बजट बनाना

अपने विपणन लक्ष्यों को पूरा करने और अपने विपणन रणनीति को लागू करने के लिए एक बजट की आवश्यकता है। अपने विपणन बजट अपने मुनाफे का प्रतिशत क्या रेखांकित करना चाहिए, या कुल मिलाकर व्यापार बजट, अपने व्यापार के लिए गतिविधियों के वित्तपोषण के लिए समर्पित करने की योजना से मदद मिलेगी। आप अपने बजट ऑनलाइन और मुद्रण विज्ञापन के बीच विभाजित, व्यापार शो, प्रत्यक्ष विपणन और प्रायोजन के अवसरों में भाग लेने के लिए चुन सकते हैं। विज्ञापन लेखक रॉय विलियम्स के अनुसार अपनी अनुमानित सकल बिक्री का 10 से 12 प्रतिशत लेने और उसके बाद प्रत्येक अपने औसत ग्राहक लेन-देन पर मार्कअप द्वारा गुणा करके अपने न्यूनतम और अधिकतम विपणन बजट का निर्धारण पता चलता है। उसके बाद, अपने वार्षिक किराए की लागत, यदि लागू हो, उन आंकड़ों से घटाइये। अंतिम आंकड़े वार्षिक विपणन बजट की न्यूनतम और अधिकतम सीमा का प्रतिनिधित्व करते हैं। बुनियादी तत्वों को जाने बिना एक व्यवसाय योजना विकसित करने चुनौतीपूर्ण हो सकता है। अपने दस्तावेज में एक तरीका है कि संभावित ऋण संस्थानों और निवेशकों को अपने व्यवसाय के वित्तपोषण के लिए उकसाए संरचना करने के लिए जरूरत है। एक मानक व्यापार की योजना में छह प्रमुख तत्व हैं। हालाँकि, प्रपत्र, वर्णन या विवरण की योजना के प्रत्येक घटक में निहित पर सख्त दिशा निर्देश हैं। लक्ष्य, व्यापार और उद्योग बाजार के ज्ञान की जरूरत है और संचालन शक्ति कारक एक व्यापार की सफलता के लिए सिलवाया योजना में माना जाता है।

अंतरण पत्र

अंतरण पत्र एक व्यापार की योजना के लिए एक कवर पत्र फिर से शुरू करने के समान है। संभावित निवेशकों के द्वारा व्यापार की योजना के लिए परिचय के रूप में निर्माण अंतरण पत्र पढ़ा जाता है। यह निधि एकत्रित करने के लिए आवश्यक सभी घटक शामिल हैं और एक संक्षिप्त परिचय उद्यमी स्थिति पढ़ने को प्रोत्साहित करती है।

7.10 व्यापार दर्शन और दृष्टि

व्यापार दर्शन और दृष्टि का कथन से संगठनात्मक लक्ष्यों, उद्योग ज्ञान और अन्य समान उद्यम से अलग व्यापार सेट का पता चल सकता है। एक उद्यमी को नए उद्योग में इस व्यवसाय के प्रयास

है, तो इस खंड में कैसे सफल व्यापार में आयोजित अनुसंधान पर आधारित हो जाएगा पता कर सकते हैं।

कार्यकारी सारांश

एक और महत्वपूर्ण तत्व कार्यकारी सारांश, जो पूरे व्यापार की योजना का एक स्नैपशॉट देता है। सावधानी से लिखा कार्यकारी सारांश लगभग सब कुछ तीन पृष्ठों में या उससे कम व्यापार की योजना के बारे में व्याख्या कर सकते हैं। यह व्यापार की योजना को संक्षिप्त कर देता है, इस प्रकार, यह आमतौर पर एक व्यापार की योजना का अंतिम प्रारूप के बाद निर्माण किया जाता है।

व्यापार विवरण

परिचालन विवरण जैसे कि कर्मचारियों की योजना, उत्पादन अनुसूचियां, विपणन और व्यवहार्यता अध्ययन और व्यापार नीतियों और प्रक्रियाओं यह व्यापक खंड शामिल है। उद्यमी पत्रिका इस खंड पर चर्चा करती है संगठन, प्रबंधन टीम, कंपनी के भीतर प्रत्येक विभाजन के लिए असाइन किए गए कार्यों और व्यवसाय के संचालन से संबंधित पूंजी और व्यय आवश्यकताओं की विभिन्न जिम्मेदारियों के जैसे की रसद। संगठन के एक पूर्व उद्घाटन परिश्रम से अध्ययन करना विश्लेषण की एक प्रस्तुति के रूप में इस अनुभाग का वर्णन करने के लिए एक और तरीका है। परिश्रम से अध्ययन करना विश्लेषण के संचालन शक्तियों, कमजोरियों, अवसरों और खतरों पर देख एक वस्तुपरक तरीके से शामिल है।

वित्तीय विवरण

संभावित निवेशकों और ऋण संस्थानों कैसे अपने धन का उपयोग किया जाएगा विशेष रूप से रुचि रखते हैं। नतीजतन, एक एक व्यापार की योजना की संपूर्ण अनुभाग का बजट, आवंटन, अनुमान, स्पष्टीकरण के लिए समर्पित है। एक नया व्यापार के वित्तीय पहलुओं के बारे में एक अच्छी तरह का निर्माण खंड निवेशक मना कर सकते हैं।

प्रलेखन और संलग्नक

व्यापार की योजना में समर्थन सामग्री एक महत्वपूर्ण तत्व होती हैं। व्यापार की योजना में निहित जानकारी से सम्बंधित आवश्यक दस्तावेज सावधानी पूर्वक संलग्न करने चाहिए। व्यापार मालिकों को अपने व्यापार में व्यावसायिक दक्षता प्रदर्शित करने के लिए अपनी व्यक्तिगत वित्तीय स्थिरता और व्यापार को संचालित करने के लिए योग्य पेशेवर लोगों की जानकारी देनी चाहिए।

महत्वपूर्ण बिंदु

- इलेक्ट्रॉनिक्स वाणिज्य मुख्य रूप से सात व्यापार मॉडल से मिलकर बनता है।
- सुरक्षा और गोपनीयता ई बिजनेस के लिए बड़ा मुद्दा है।
- ई-कॉमर्स कागज का काम बहुत कम कर देता है और इससे पारदर्शिता बढ़ जाती है।
- ई-वाणिज्य संगठन, उपभोक्ता और समाज हेतु लाभदायक होता है।

अभ्यासार्थ प्रश्न

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

प्रश्न 1. ई-कॉमर्स का मतलब है

- अ इलेक्ट्रिक वाणिज्य
स इलेक्ट्रॉनिक वाणिज्य

- ब इलेक्ट्रॉन वाणिज्य
द इनमे से कोई नहीं

- प्रश्न 2. जी 2 सी का मतलब है
 अ कन्ज्यूमर – से – गवर्मेन्ट ब गवर्मेन्ट – से – बिजनेस
 स गवर्मेन्ट – से – कन्ज्यूमर द इनमे से कोई नहीं
- प्रश्न 3. ईडीआई का मतलब है
 अ इलेक्ट्रॉनिक डाटा एक्सचेंज ब इलेक्ट्रॉनिक डाटा इंटरनेट
 स इलेक्ट्रॉनिक डाटा ट्रांसफर द इनमे से कोई नहीं
- प्रश्न 4. जो ई-कॉमर्स की सुविधा नहीं है
 अ 24 X 7 सर्विस ब नकद भुगतान
 स विपणन द इनमे से कोई नहीं

अति लघुत्तरात्मक प्रश्न

- प्रश्न 1. ई-कॉमर्स को परिभाषित कीजिये।
 प्रश्न 2. ई-मेल का पूरा नाम क्या है?
 प्रश्न 3. बी 2 बी का पूरा नाम क्या है?
 प्रश्न 4. जी 2 बी का पूरा नाम क्या है?

लघुत्तरात्मक प्रश्न

- प्रश्न 1. पारंपरिक व्यापार क्या है?
 प्रश्न 2. इलेक्ट्रॉनिक निधि अंतरण को परिभाषित कीजिये।
 प्रश्न 3. ई-व्यापार में सरकार की भूमिका की व्याख्या कीजिये।
 प्रश्न 4. ई-कॉमर्स में वस्तु सूची प्रबंधन समझाइये।
 प्रश्न 5. उपभोक्ताओं के लिए ई-कॉमर्स के लाभ बताइये।
 प्रश्न 6. समाज के लिए ई-कॉमर्स के लाभ बताइये।

निबन्धात्मक प्रश्न

- प्रश्न 1. छोटे व्यवसाय के विभिन्न घटक समझाइये।
 प्रश्न 2. ई-कॉमर्स की विभिन्न सुविधाओं के बारे में बताइये।
 प्रश्न 3. पारंपरिक और ई-व्यापार में अंतर समझाइये।
 प्रश्न 4. ई-कॉमर्स के विभिन्न व्यापार मॉडल समझाइये।

उत्तरमाला

- उत्तर 1: स उत्तर 2: स
 उत्तर 3: अ उत्तर 4: ब