



## इ- व्यवसाय आणि इ- व्यवसायासमोरील आव्हाने

प्रा. सुभाष भोसले,

(वाणिज्य विभाग)

म.वि.प्र.चे कला, वाणिज्य व विज्ञान महाविद्यालय, मनमाड,

ता. नांदगाव, जि. नाशिक

### प्रस्तावना :-

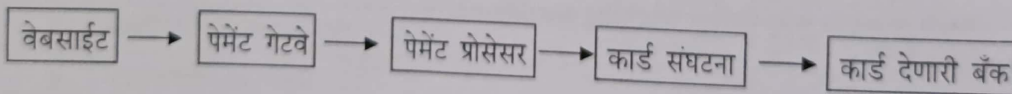
आज सर्वच जग हे संगणक व इंटरनेटच्या जाळ्यामुळे जवळ येवून एक बाजारपेठ बनली आहे. अशा या इंटरनेटच्या व माहिती तंत्रज्ञानाच्या युगात व्यवसाय कसा बाहेर राहिल. म्हणूनच १९ व्या शतकाच्या शेवटी इ- व्यवसाय ही संकल्पना इ-मेल आणि इ- कॉमर्स ह्या संज्ञेपासून उदयाला आली. या अगोदर आपणाज वस्तू खरेदी करण्यासाठी वेगवेगळ्या दुकानांमध्ये जावे लागते. परंतु आता खरेदी जगतात नाट्यपूर्ण बदल घडले आहे. खरेदी करण्यासाठी आता दुकानात जाण्याची गरज नाही. खरेदी करण्यासाठी इंटरनेटची सोय असलेले संगणकावरून वस्तूंची खरेदी करणे, त्यांचे शोधन करणे आणि प्रत्यक्षात त्या वस्तूंची पोहोच केली जाते.

इ- व्यवसायात इंटरनेटच्या माध्यमातून जनतेचा आणि प्रक्रियेचा संबंध जोडला जातो. यामुळे जागतिक स्तरावर कुठल्याही क्षेत्रात काम करण्याची मुभा मिळते. व्यवसायाची कार्यक्षमता सुधारते, नफा वाढतो व उत्तम ग्राहकसेवा प्रदान करता येतात. हा व्यवसाय वेबच्या माध्यमातून केला जातो म्हणून त्यास इ- व्यवसाय म्हणून ओळखले जाते.

### शोधनिबंधाची उद्दिष्टे :-

- १) इ- व्यवसायाची व्युत्पत्ती व अर्थ जाणून घेणे
- २) इ- व्यवसायाच्या यशस्वी अंमलबजावणीस आवश्यक असणारी साधने जाणून घेणे.
- ३) इ- व्यवसायाच्या फायद्याचा अभ्यास करणे.
- ४) व्यवसायापुढील आव्हानांचा अभ्यास करणे.

### पेमेंट गेटवेची पध्दती :-



### इ - व्यवसायाची व्युत्पत्ती व अर्थ :-

'इ- व्यवसाय' या संज्ञेची व्युत्पत्ती इ-मेल आणि इ- कॉमर्स ह्या संज्ञेपासून झाली आहे. याची व्युत्पत्ती साधारणपणे १८ व्या शतकाच्या शेवटी झाली. IBM कंपनीने १९९४ ह्या नवीन शब्दाला उपयोगात आणले. खरेदीदाराला इंटरनेटवर वस्तूंची खरेदी व विक्री करण्यास व्यासपीठ उपलब्ध करून दिले. शेवटच्या दशकात (२०००-२०१०) इ- बिझनेस आणि इ- कॉमर्स ह्या जागतिक घटनांपैकी एक रोमांचक खळबळजनक घटना होती.

अनेकदा इ-कॉमर्स आणि इ- बिझनेस या संज्ञेचा वापर समानार्थी केला जातो. परंतु, प्रत्यक्षात इ- वाणिज्य ही इ- बिझनेसची उपशाखा आहे. इ- कॉमर्स हे इ- बिझनेसचे व्यापारी स्वरूप आहे. जिथे



खरेदीदारास आणि विक्रेत्यास इंटरनेटद्वारे जोडले जाते. उत्पादन, खरेदी- विक्री आणि संपूर्ण व्यवसाय इत्यादींचा समावेश इ. बिझनेसमध्ये होतो.

दैनंदिन जीवनाच्या विविध बाजूंवर आज औद्योगिक तंत्रज्ञानाचा प्रचंड प्रभाव आहे. आपल्या समाजाने ह्या प्रभावाशी जुळवून घेवून तसा बदल जीवनशैलीत करणे आवश्यक आहे.

इ- बिझनेसच्या यशस्वीतेसाठीचे आवश्यक साधने :-

१) ग्राहक ते ग्राहक (Consumer to Consumer) :- आज अनेक वेबसाईट आहेत की, ज्याद्वारे वस्तुची खरेदी विक्री होते. यात ग्राहक वस्तु व सेवांची खरेदी- विक्री दुसऱ्या ग्राहकास करतो. वेबवर माहिती प्रदर्शित करण्यास परवानगी यात असते याचे शोधन करतांना सुरक्षितता असते. उदा. Pay-Net व Pay Pal. हे ग्राहक मंच क्रियाशील असतात त्यामुळे भरपाई मिळणे शक्य होते. या अशा वेबचे उत्तम उदा. म्हणजे ई-बे (E Bay) होय.

२) व्यापार ते ग्राहक (B to C) :- व्यवसाय ते ग्राहक बी टू सी च्या अंतर्गत होणारे व्यवहार व्यवसाय संस्था आणि ग्राहक यांच्यात होतात. विपणन कार्यासाठी संस्था यांची (Site) वापरतात. वस्तु व सेवांची किंमत कमी असून व्यवहाराचा वेग जलद असतो. प्रचलित वेबसाईट उदा. www.flipkart.com, www.yebhi.com

३) व्यवसाय ते व्यवसाय (B to B) :- व्यावसायिक संस्थामध्ये होणारे व्यवहार ह्या प्रकारत येतात. विविध प्रकारच्या सेवांसाठी व्यापारी संस्था एकमेकांशी संवाद साधतात. यामध्ये दुयम किंवा साहाय्यभूत भागांचा पुरवठा, उत्पादनसाठीचे घटक Pay Services आदींचा समावेश होतो. उदा. क्रेडिटिंग

इ. व्यवसायाचे फायदे :-

- १) इ- बिझनेसची उभारणी करणे हे पारंपारिक व्यवसायापेक्षा सोपे आहे.
- २) इ- बिझनेस करण्याची प्रत्यक्ष जागेची गरज नसते. तर प्रशिक्षित तंत्रज्ञान व्यावसायिकांची गरज असते.
- ३) दळणवळण सोपे होते कारण प्रत्यक्ष समोरासमोर संवादाची गरज नसते.
- ४) परंपरागत व्यवसाहून कमी भांडवल ह्या व्यवसायास लागते.
- ५) पुरवठादार आणि ग्राहक यांच्यात सुसंवाद घडून येतो व संबंध मजबूत होतात.
- ६) इ- बिझनेसमुळे जागतिक स्तरावर व्यवसायाच्या अनेक संधी खुल्या झाल्या आहे.
- ७) शासनातर्फे ही या व्यवसायास अधिक पाठबळ मिळते.

इ- व्यवसायाची आव्हाने :-

१) विक्री योग्य उत्पादने शोधणे :- शॉपीफाय सारखे शॉपिंग कार्टचे प्लॅटफॉर्म प्रवेशाच्या बऱ्याच अडथळांना दूर केले आहे. कोणीही दिवसात एक ऑनलाईन स्टोअर लॉन्च करू शकतो व सर्व प्रकारची उत्पादने विक्री करू शकतो. ऍमेझॉन त्यांच्या प्रचंड ऑनलाईन उत्पादनाच्या कॉटलॉगसह ई- कॉमर्स जगावर ताबा घेत आहे.

२) योग्य ग्राहक आकर्षित करणे :- ऑनलाईन ग्राहक हा प्रत्येक दिवशी एकाच मार्गाने वस्तु खरेदी करत नाही. तेव्हा इ- व्यवसायाने ग्राहकांच्या अपेक्षेनुसार मार्ग निर्धारित केला पाहिजे. तेव्हाच चांगला ग्राहक वर्ग आकर्षित होईल.



३) लक्ष्य निश्चिती :- डिजीटल मार्केटिंग चॅनल विकसित होत आहे. तेव्हा रिटेलरने यापुढे एकाच चॅनलवर अवलंबून राहणे योग्य नाही. त्यांनी आणखी डिजीटल मार्केटिंग चॅनल विकसित करुन आपले विक्री वाढीचे लक्ष्य निर्धारित केले पाहिजे.

४) गुणवत्ता निर्मिती :- ऑनलाईन रिटेलरने १ टक्के ते ३ टक्के च्या दरम्यान गुणवत्ता वाढीसाठी भांडवल गुंतवणूक केली आहे. या मोठ्या गुंतवणूकीमुळे त्यांना अधिक फायदा मिळत आहे.

५) आदर्श संभावना विकसित करणे :- आपण सक्रियपणे आपल्या सदस्यांसह सक्रिय नसल्यास मोठ्या ई-मेल यादी असण्या योग्य आहे. जर आपल्या ई-मेल यादी प्रत्यक्षात ग्राहकांना देण्यामध्ये रूपांतरीत असेल तर आदर्श संभावना विकसित होईल. रिटेलरने त्यांच्या ई-मेल विपणन प्रयत्नासह मुल्य वितरित करणे आवश्यक आहे.

६) फायदेशीर दीर्घकालीन वाढ साध्य करणे.

७) योग्य तंत्रज्ञान आणि भागीदार निवडणे.

८) हे सर्व घडू नये म्हणून योग्य लोकांना आकर्षित करणे.

निष्कर्ष :-

१) इ- व्यवसायाच्या यशस्वीतेसाठी ग्राहक ते ग्राहक, व्यापार ते ग्राहक आणि व्यवसाय ते व्यवसाया या साधनांची आवश्यकता असल्याचे दिसून येते.

२) इ- व्यवसायासमोर प्रामुख्याने विक्रीयोग्य उत्पादने शोधणे, ग्राहकांना आकर्षित करणे, उच्च दर्जा, ध्येय निश्चिती, दीर्घकालीन फायदा, तंत्रज्ञान व भागीदार निवडणे यासारखी आव्हाने असल्याचे आढळून आले.

३) इ- व्यवसायामुळे जागतिक व्यापारात वाढ होत असल्याचे दिसून येते.

संदर्भ :-

1. <https://ecommercetrainingacademy.com>
2. <https://bizfluent.com>
3. E-business : Search for Excellence by Dr. Vasu Deva, commonwelth Publishers, New Delhi.
4. E- commerce E- business by Dr. C.S. Rayudu, Himalaya Publishing House, Mumbai