

# ऑनलाइन पाठ्य सामग्री

2DCA2

## INTERNET & E-COMMERCE

इकाई – पाँच

सुश्री तुलना त्रिवेदी

फैकल्टी, कंप्यूटर विज्ञान एवं अनुप्रयोग

प्रशांत पाराशर

ट्यूटर, प्रबंधन विभाग



माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय

B -38, विकास भवन , एम पी नगर, जोन -I, भोपाल

## इकाई -5

### 1. ई-कॉमर्स का परिचय

ई-कॉमर्स या इलेक्ट्रॉनिक्स कॉमर्स आधुनिक व्यवसाय की एक पद्धति है, जो वितरण की गति को बढ़ाते हुए लागत, वस्तुओं और सेवाओं की गुणवत्ता में सुधार करने के लिए व्यापारिक संगठनों, विक्रेताओं और ग्राहकों की आवश्यकता को संबोधित करता है। ई-कॉमर्स निम्नलिखित तरीकों का उपयोग करके व्यावसायिक जानकारी के पेपरलेस एक्सचेंज को संदर्भित करता है -

- 1) इलेक्ट्रॉनिक डेटा एक्सचेंज (ईडीआई)
- 2) इलेक्ट्रॉनिक मेल (ई-मेल)
- 3) इलेक्ट्रॉनिक बुलेटिन बोर्ड
- 4) इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर (ईएफटी)
- 5) अन्य नेटवर्क आधारित तकनीक

#### 1.1 ई-कॉमर्स की विशेषताएं -

##### 1.1.1 गैर-नकद भुगतान -

ई-कॉमर्स क्रेडिट कार्ड, डेबिट कार्ड, स्मार्ट कार्ड, बैंक की वेबसाइट के माध्यम से इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर और इलेक्ट्रॉनिक्स भुगतान के अन्य तरीकों को उपयोग करने में सक्षम बनाता है।

##### 1.1.2 24x7 सेवा की उपलब्धता -

ई-कॉमर्स उद्यमों के व्यवसाय को स्वचालित करता है और जिस तरह से वे अपने ग्राहकों को सेवाएं प्रदान करते हैं। ई-कॉमर्स कभी भी, कहीं भी उपलब्ध है।

##### 1.1.3 विज्ञापन / विपणन -

ई-कॉमर्स उत्पादों के विज्ञापन और व्यवसायों की सेवाओं की पहुंच को बढ़ाता है। यह उत्पादों / सेवाओं के बेहतर विपणन प्रबंधन में मदद करता है।

#### **1.1.4 बेहतर बिक्री -**

ई-कॉमर्स का उपयोग करते हुए, उत्पादों के ऑर्डर्स कभी भी, किसी भी मानवीय हस्तक्षेप के बिना कहीं भी जनरेट किए जा सकते हैं। यह मौजूदा बिक्री संस्करणों को बहुत बढ़ावा देता है।

#### **1.1.5 समर्थन -**

ई-कॉमर्स ग्राहकों को बेहतर सेवाएं प्रदान करने के लिए पूर्व में की गई बिक्री और बिक्री के बाद की सहायता प्रदान करने के विभिन्न तरीके प्रदान करता है।

#### **1.1.6 इन्वेंट्री प्रबंधन -**

ई-कॉमर्स इन्वेंट्री प्रबंधन को स्वचालित करता है। आवश्यकता पड़ने पर रिपोर्ट तुरंत तैयार हो जाती है। प्रोडक्ट इन्वेंट्री मैनेजमेंट बहुत कुशल और बनाए रखने में आसान हो जाता है।

#### **1.1.7 संचार सुधार -**

ई-कॉमर्स ग्राहकों और भागीदारों के साथ तेज, कुशल, विश्वसनीय संचार के लिए तरीके प्रदान करता है।

### **2. इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स फ्रेमवर्क**

ई-कॉमर्स का मूल ढांचा ऑनलाइन कारोबार करने में सक्षम बनाता है। फ्रेमवर्क में एक व्यापक संरचना होती है, जो बेस्ड टेक्नोलॉजी लेयर से शुरू होकर जनरल सर्विस लेयर तक जाती है। ई-कॉमर्स ने एक निश्चित सीमा तक, बाजारों की संरचना को बदल दिया है। परंपरागत रूप से, वस्तुओं, सेवाओं और धन के आदान-प्रदान के माध्यम से बाजार में आपसी संबंध बनाए जाते थे । ई-कॉमर्स का एक आवश्यक तत्व है, जानकारी। बाजार संबंध अब सूचना सेवाओं, सूचना वस्तुओं और इलेक्ट्रॉनिक धन पर आधारित हैं। हालांकि उत्पादों के आदान-प्रदान की प्रकृति अपरिवर्तित बनी हुई है, लेकिन चैनल और व्यवसाय करने का प्रारूप बदल गया है। ई-कॉमर्स के वातावरण में फ्रेमवर्क की विशेषताएँ इसकी प्रमुख लेयर्स हैं।

## 2.1 बेसिक फ्रेमवर्क

### 2.1.1 पहली लेयर - नेटवर्क इन्फ्रास्ट्रक्चर

"सूचना सुपरहाइवे" के रूप में भी जाने वाली, नेटवर्क इन्फ्रास्ट्रक्चर, हार्डवेयर इन्फ्रास्ट्रक्चर की फाउंडेशन लेयर है। यह सूचना परिवहन प्रणालियों के कई रूपों का मिश्रण है, जिसमें दूरसंचार, केबल टीवी, वायरलेस और इंटरनेट शामिल हैं। ये सिस्टम, विशेष रूप से इंटरनेट, ई-कॉमर्स में प्रयुक्त सामग्री के प्रसारण के लिए विभिन्न प्रकार के दूरसंचार चैनल प्रदान करते हैं।

### 2.1.2 दूसरी लेयर - मल्टीमीडिया सामग्री और नेटवर्क प्रकाशन

जबकि सूचना सुपरहाइवे परिवहन का आधार है, जो टेक्स्ट, साउंड और इमेजेस जैसी सामग्री को प्रसारित करने की अनुमति देता है, दूसरी लेयर एक आर्किटेक्चर प्रदान करती है, जो सामग्री को वर्ल्ड वाइड वेब (डब्ल्यूडब्ल्यूडब्ल्यू) पर हाइपर टेक्स्ट मार्कअप लैंग्वेज (एचटीएमएल) के रूप में प्रकाशित करने के लिए एक प्रोग्रामिंग भाषा के रूप में विकसित करने में सक्षम करती है। उपयोग की एक अन्य प्रोग्रामिंग भाषा जावा है, जो विभिन्न नेटवर्क जैसे केबल, वायरलेस, फाइबर ऑप्टिक्स और उपग्रहों के माध्यम से उपयोगकर्ताओं के व्यक्तिगत कंप्यूटरों के लिए मल्टीमीडिया सामग्री को प्रसारित करने में सक्षम बनाती है।

### 2.1.3 तीसरी लेयर - मैसेजिंग और इनफार्मेशन डिससेमिनेशन

मैसेजिंग ट्रांसमिशन आमतौर पर निम्नलिखित तकनीकों द्वारा किया जाता है:

(a) नॉन फोर्मेटेड डेटा का संचार करना: फ़ैसिमिल, इलेक्ट्रॉनिक मेल का उपयोग किया जा सकता है, जो मुख्य रूप से व्यक्तियों को निर्देशित करता है।

(b) फोर्मेटेड डेटा का संचार करना: मानव हस्तक्षेप के बिना इलेक्ट्रॉनिक डेटा इंटरचेंज (EDI) का उपयोग किया जा सकता है। यह मुख्य रूप से व्यापारिक दस्तावेजों जैसे परचेस ऑर्डर, चालान और पैकिंग सूची के लिए उपयोग किया जाता है। मैसेजिंग ट्रांसमिशन तकनीक ने व्यावसायिक प्रक्रिया स्वचालन को प्रोत्साहित किया है।

(c) **हाइपर टेक्स्ट ट्रांसफर प्रोटोकॉल (HTTP)** - HTTP एक इनफार्मेशन डिससेमिनेशन उपकरण है, जो आमतौर पर इंटरनेट पर उपयोग किया जाता है। यह विभिन्न वातावरणों में नॉन फ़ॉर्मेटेड मल्टीमीडिया संदेशों को प्रकाशित करने के लिए एक सामान्य प्रदर्शन प्रारूप का उपयोग करता है।

(d) **यूनिफ़ॉर्म रिसोर्स लोकेटर (URL)**- URL वर्तमान में कई वेब सर्फर्स द्वारा सूचना की खोज के लिए उपयोग किया जाता है।

#### **2.1.4. चौथी लेयर - व्यावसायिक सेवाओं में सुरक्षा संरक्षण**

इस लेयर को व्यापार करने के लिए आवश्यक सुविधाओं के रूप में माना जाता है, क्योंकि यह व्यवसाय लेनदेन में व्यावसायिक निगमों और व्यक्तियों दोनों द्वारा आवश्यक है। सुविधाओं में मानकीकृत प्रोडक्ट कैटलॉग, मूल्य सूची, इलेक्ट्रॉनिक भुगतान विधियां, व्यावसायिक जानकारी का सुरक्षित प्रसारण और दोनों व्यापारिक दलों की पहचान का प्रमाणीकरण शामिल हैं। ई-कॉमर्स का अंतिम लक्ष्य यह है, कि विक्रेता को भुगतान मिलता है और खरीदार उत्पाद प्राप्त करता है। लेनदेन की सुरक्षा सुनिश्चित करने के लिए, ई-कॉमर्स को सामग्री की विश्वसनीयता, अखंडता , अस्वीकरण और विवादों के मामले में प्रासंगिक सबूत प्रदान करने की आवश्यकता है। इसलिए, लेन-देन को सुचारू रूप से पूरा करने के लिए वेब पर भुगतान सुरक्षा महत्वपूर्ण है। सुरक्षा उपाय का प्रचलित तरीका इलेक्ट्रॉनिक प्रमाणन द्वारा है, जो एंड-टू-एंड सुरक्षा बचाव प्रदान करता है।

#### **2.1.5 पांचवीं लेयर - ई-कॉमर्स का व्यावहारिक अनुप्रयोग**

ई-कॉमर्स व्यापक रूप से आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन, इलेक्ट्रॉनिक विपणन, इलेक्ट्रॉनिक विज्ञापन, ऑनलाइन शॉपिंग, ऑनलाइन मनोरंजन, भुगतान-सूचना सेवा और नेटवर्क बैंकिंग में कार्यरत है।

#### **2.1.6 एसोसिएटेड नेटवर्क प्रोटोकॉल**

बुनियादी ढांचे के अलावा, ई-कॉमर्स में एक और स्तंभ विभिन्न तकनीकी मानकों और एसोसिएटेड नेटवर्क प्रोटोकॉल है।

तकनीकी मानक उपयोगकर्ता इंटरफेस, सूचना परिवहन प्रोटोकॉल, सूचना प्रकाशन और लेनदेन सुरक्षा प्रोटोकॉल की बारीकियों को परिभाषित करते हैं। ई-कॉमर्स के विभिन्न

नेटवर्क वातावरणों की अनुकूलता और सामान्यीकरण सुनिश्चित करने के लिए ये मानक महत्वपूर्ण हैं।

### **आखिरी शब्द**

ई-कॉमर्स के ऐप्लिकेशन्स ने व्यापार वैश्वीकरण को बढ़ावा दिया है। उपभोक्ता इंटरनेट के माध्यम से आसानी से अन्य देशों के उत्पाद प्राप्त कर सकते हैं। इसने कस्टम क्लियरेंस और विभिन्न प्रकार की ड्यूटी के भुगतान जैसे मुद्दों को जन्म दिया है। विभिन्न देशों की अलग-अलग प्रणालियाँ और शर्तें हैं, जो ई-कॉमर्स की सीमा-पार प्रकृति के साथ विरोधाभासी हो सकती हैं। इसलिए, संबद्ध नीतियों और नियमों को विकसित करने के लिए अंतर्राष्ट्रीय सहयोग महत्वपूर्ण है। कानून और नियमों को लागू करने में ई-कॉमर्स के विकास में बाधा आएगी।

### **3. ई-कॉमर्स का विकास**

यहाँ ई-कॉमर्स के इतिहास और इसके विकास की समयरेखा है-

**1969-**कम्प्यूसर्व, पहली महत्वपूर्ण ई-कॉमर्स कंपनी डॉ जॉन आर गोल्टज़ और जेफरी विल्किंस द्वारा डायल-अप कनेक्शन का उपयोग करके स्थापित की गई थी। ई-कॉमर्स को पहली बार पेश किया गया था।

**1979-** माइकल एल्ट्रिक ने इलेक्ट्रॉनिक खरीदारी का आविष्कार किया था (उन्हें ई-कॉमर्स का संस्थापक या आविष्कारक भी माना जाता है)। यह एक ट्रांसैक्शन प्रोसेसिंग कंप्यूटर को एक टेलीफोन कनेक्शन के माध्यम से संशोधित की गई टीवी के साथ जोड़कर किया गया था। यह सुरक्षित डेटा के प्रसारण के लिए किया गया था।

**1982-** विशेष रूप से इलेक्ट्रॉनिक्स में प्रौद्योगिकी की निरंतर वृद्धि के फलस्वरूप पहला ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म बोस्टन कंप्यूटर एक्सचेंज द्वारा लॉन्च किया गया था।

**1992-** 90 के दशक ने चार्ल्स एम स्टैक द्वारा एक ऑनलाइन बुकस्टोर के रूप में बुक स्टैक अनलिमिटेड शुरू किया गया था और यह प्रयास ऑनलाइन व्यापार को अगले स्तर पर ले गया। यह उस समय बनाई गई पहली ऑनलाइन शॉपिंग साइट में से एक थी।

**1994:** मार्क आंद्रेसेन और जिम क्लार्क द्वारा वेब ब्राउज़र टूल बनाया गया था, जो नेटस्केप नेविगेटर द्वारा पेश किया गया था । इसका उपयोग विंडोज प्लेटफॉर्म पर किया गया था।

**1995-** यह वर्ष ई-कॉमर्स के इतिहास में प्रतिष्ठित विकास के रूप में चिह्नित किया गया था क्योंकि अमेज़न और ईबे इसी वर्ष लॉन्च किए गए थे। अमेज़न की शुरुआत जेफ बेजोस ने की थी, जबकि पियरे ओमिडयार ने ईबे लॉन्च किया था।

**1998-** पेपाल ने पैसा ट्रांसफर करने के लिए टूल के रूप में पहला ई-कामर्स भुगतान प्रणाली शुरू की।

**1999-** अलीबाबा ने अपना ऑनलाइन शॉपिंग प्लेटफॉर्म 1999 में पूंजी के रूप में \$ 25 मिलियन से अधिक के साथ शुरू किया। धीरे-धीरे यह एक ई-कॉमर्स दिग्गज बन गया।

**2000 -** Google ने पे-पर-क्लिक (PPC) संदर्भ का उपयोग करके खुदरा विक्रेताओं की मदद करने के लिए Google ऐडवर्ड्स नामक पहला ऑनलाइन विज्ञापन उपकरण लॉन्च किया।

### **2005 से 2009 तक**

चार वर्षों में ई-कॉमर्स का विकास निम्नलिखित तरीकों से हुआ-

**2005-**अमेज़न प्राइम मेंबरशिप अमेज़न द्वारा ग्राहकों को वार्षिक शुल्क पर मुफ्त दो-दिवसीय शिपिंग प्राप्त करने के लिए लॉन्च की गई थी।

**Etsy** को 2005 में छोटे और मध्यम स्तर के खुदरा विक्रेताओं को ऑनलाइन सामान बेचने में सक्षम बनाने के लिए लॉन्च किया गया था।

**2005 -**स्क्वायर, इंक ऐप-आधारित सेवा के रूप में लॉन्च किया गया था।

**2005-** एडी मैकलनि और मिशेल हार्पर ने ऑनलाइन स्टोरफ्रंट प्लेटफॉर्म के रूप में बिगकामर्स लॉन्च किया था ।

इन वर्षों को ई-कॉमर्स के क्षेत्र में बड़े पैमाने पर विकास का अनुभव हुआ, जो निम्नानुसार है -

**2011-** गूगल ने अपना ऑनलाइन वॉलेट भुगतान ऐप लॉन्च किया था।

**2011-** फेसबुक द्वारा विज्ञापनों के लिए प्रायोजित कहानियों को लॉन्च किया गया था।

**2014-** ऐप्पल ने एक ऑनलाइन भुगतान एप्लीकेशन ,“अप्लाई पे” लागू किया था।

**2014-** Jet.com को 2014 में एक ऑनलाइन शॉपिंग पोर्टल के रूप में लॉन्च किया गया था।

**2017-** इंस्टाग्राम ने shippable टैग पेश किए- लोगों को सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म से सीधे बेचने में सक्षम बनाया और अंत में, साइबर मंडे की बिक्री \$ 6.5 बिलियन से अधिक हो गई।

**शिपरॉकेट** - भारत का नंबर 1 शिपिंग समाधान।

2017 से अब तक

**इन वर्षों के बीच ई-कॉमर्स उद्योग में होने वाले प्रमुख सुधार निम्नानुसार हैं-**

- बड़े रिटेलर्स को ऑनलाइन बेचने पर जोर दिया जाता है।
- छोटे व्यवसायों में वृद्धि देखी गई, स्थानीय विक्रेताओं ने अब सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों से व्यापार करना शुरू किया है।
- बी 2 बी क्षेत्र में परिचालन लागत कम हो गई है।
- पार्सल डिलीवरी की लागत में ई-कॉमर्स उद्योग के बढ़ने के साथ महत्वपूर्ण वृद्धि देखी गई है।
- कई ई-कॉमर्स मार्केटप्लेस ऑनलाइन बिक्री के लिए अधिक विक्रेताओं को सक्षम करने के लिए उभरे हैं।
- रसद(Logistics) ऑटोमेशन टूल और अर्टिफिशियल इंटेलिजेंस की शुरुआत के साथ विकसित हुआ है।
- सोशल मीडिया बिक्री और बाजार ब्रांड बढ़ाने का एक टूल बन गया है।
- ग्राहकों की खरीदारी की आदतों में काफी बदलाव आया है।

#### **4. ई-कॉमर्स के फायदे और नुकसान**

**फायदे को विभिन्न तरीकों से परिभाषित किया जा सकता है:**

##### **4.1 संस्था को लाभ**

ई-कॉमर्स का उपयोग करके, संस्था न्यूनतम पूंजी निवेश के साथ अपने बाजार का विस्तार राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय बाजारों में कर सकती हैं। एक संस्था आसानी से



दुनिया भर में और अधिक ग्राहकों, सबसे अच्छे आपूर्तिकर्ताओं और उपयुक्त व्यापार भागीदारों का पता लगा सकता है।

ई-कॉमर्स, संस्था में किसी प्रोसेस को बनाने के लिए लागत कम करने , वितरित करने, पुनः प्राप्त करने और कागज आधारित जानकारियों को डिजिटाइज़ करने में मदद करता है।

- ई-कॉमर्स कंपनी की ब्रांड इमेज में सुधार करता है।
- ई-कॉमर्स संस्था को बेहतर ग्राहक सेवाएं प्रदान करने में मदद करता है।
- ई-कॉमर्स व्यवसाय प्रक्रियाओं को सरल बनाने में मदद करता है और उन्हें तेज और कुशल बनाता है।
- ई-कॉमर्स पेपर के काम को कम करता है।
- ई-कॉमर्स संस्था की उत्पादकता को बढ़ाता है। यह "पुल" टाइप की आपूर्ति प्रबंधन का समर्थन करता है। "पुल" टाइप की आपूर्ति प्रबंधन में, एक व्यवसाय प्रक्रिया शुरू होती है, जब एक ग्राहक से एक अनुरोध आता है और यह "जस्ट-इन-टाइम" निर्माण के तरीके का उपयोग करता है।

#### 4.2 ग्राहकों को लाभ

यह 24x7 सपोर्ट प्रदान करता है। ग्राहक किसी उत्पाद या सेवा के बारे में पूछताछ कर सकते हैं और किसी भी स्थान से कहीं भी, कभी भी ऑर्डर दे सकते हैं। ई-कॉमर्स एप्लिकेशन उपयोगकर्ताओं को अधिक विकल्प और उत्पादों की त्वरित डिलीवरी प्रदान करता है। यह उपयोगकर्ताओं को सस्ते और बेहतर विकल्पों की तुलना और चयन करने के लिए अधिक विकल्प प्रदान करता है।

एक ग्राहक किसी उत्पाद के बारे में समीक्षा टिप्पणियां डाल सकता है और यह देख सकता है कि अन्य क्या खरीद रहे हैं, या अंतिम खरीदारी करने से पहले अन्य ग्राहकों की समीक्षा टिप्पणियां देख सकते हैं। ई-कॉमर्स आभासी नीलामी के विकल्प प्रदान करता है। यह आसानी से उपलब्ध जानकारी प्रदान करता है। एक ग्राहक दिनों या हफ्तों की प्रतीक्षा करने के बजाय सेकंड के भीतर प्रासंगिक विस्तृत जानकारी देख सकता है। ई-कॉमर्स

संस्थाओं के बीच प्रतिस्पर्धा बढ़ता है और परिणामस्वरूप, संस्था ग्राहकों को पर्याप्त छूट प्रदान करते हैं।

### 4.3 समाज को लाभ

ग्राहकों को किसी दुकान पर जाकर उत्पाद की खरीदारी करने की आवश्यकता नहीं है, इस प्रकार सड़क पर यातायात का दबाव कम होगा और फलस्वरूप वातावरण में वायु प्रदूषण भी कम होगा ।

- ई-कॉमर्स उत्पादों की लागत को कम करने में मदद करता है, इसलिए कम संपन्न लोग भी उत्पादों का खर्च उठा सकते हैं।
- ई-कॉमर्स ने ग्रामीण क्षेत्रों में सेवाओं और उत्पादों को पहुंचने में सक्षम बनाया है, जो अन्यथा उनके लिए उपलब्ध नहीं हैं।
- ई-कॉमर्स सरकार को सार्वजनिक सेवाओं जैसे स्वास्थ्य सेवा, शिक्षा, सामाजिक सेवाओं को कम कीमत पर और बेहतर तरीके से वितरित करने में मदद करता है।

**निम्नलिखित ई-कॉमर्स के नुकसान हैं -**

### 4.4 तकनीकी नुकसान

ई-कॉमर्स के खराब कार्यान्वयन के कारण सिस्टम की सुरक्षा, विश्वसनीयता या मानकों का अभाव हो सकता है। सॉफ्टवेयर विकास उद्योग अभी भी विकसित हो रहा है और तेजी से बदल रहा है। कई देशों में, नेटवर्क बैंडविड्थ एक समस्या का कारण हो सकता है। विक्रेता द्वारा विशेष प्रकार के वेब सर्वर या अन्य सॉफ्टवेयर की आवश्यकता हो सकती है, जो नेटवर्क सर्वरों के अलावा ई-कॉमर्स वातावरण की स्थापना करते हैं।

कभी-कभी, ई-कॉमर्स सॉफ्टवेयर या वेबसाइट को मौजूदा अनुप्रयोगों या डेटाबेस के साथ एकीकृत करना मुश्किल हो जाता है। सॉफ्टवेयर/हार्डवेयर कम्पैटिबिलिटी की समस्याएं हो सकती हैं, क्योंकि कुछ ई-कॉमर्स सॉफ्टवेयर कुछ ऑपरेटिंग सिस्टम या किसी अन्य घटक के साथ विसंगति हो सकती हैं।

### 4.5 गैर-तकनीकी नुकसान

- **प्रारंभिक लागत** - ई-कॉमर्स एप्लिकेशन इन-हाउस बनाने की लागत बहुत अधिक हो सकती है। गलतियों और अनुभव की कमी के कारण ई-कॉमर्स एप्लिकेशन लॉन्च करने में देरी हो सकती है।
- **उपयोगकर्ता प्रतिरोध** - उपयोगकर्ता अज्ञात फेसलेस विक्रेता होने पर विश्वास नहीं कर सकते हैं। इस तरह के अविश्वास से पारंपरिक उपयोगकर्ताओं को भौतिक दुकानों से ऑनलाइन/वर्चुअल स्टोर पर स्विच करने के लिए समझाना मुश्किल हो जाता है।
- **सुरक्षा/गोपनीयता** - ऑनलाइन लेनदेन पर सुरक्षा या गोपनीयता सुनिश्चित करना मुश्किल है।
- ऑनलाइन शॉपिंग के दौरान उत्पादों का स्पर्श या कमी महसूस करना एक खामी है।
- ई-कॉमर्स एप्लिकेशन अभी भी विकसित हो रहे हैं और तेजी से बदल रहे हैं।
- इंटरनेट का उपयोग अभी भी सस्ता नहीं है और कई संभावित ग्राहकों के लिए उपयोग करने के लिए असुविधाजनक है, उदाहरण के लिए, दूरदराज के गांवों में रहने वाले।

## 5. ई-संस्थाओं का परिचय

ई-संस्था एक उद्यम है, जो पूरी तरह से वेब पर विकसित होता है। यह व्यापार के लिए क्लाइंट और ग्राहकों को ढूँढता है, सामान बेचता है और वेब पर अपने क्लाइंट और ग्राहकों को व्यवस्थित करता है। यह वेब पर अपने सहयोगियों को लैबोरेटर्स और कर्मचारियों को ढूँढता है और उन्हें संगठित करता है। यह निवेशकों और उद्यमियों को नवाचार और विकास के लिए ढूँढता है और उन्हें वेब पर व्यवस्थित करता है। ई-संस्था पारंपरिक संस्थाओं से अलग हैं और अधिकांश पारंपरिक संस्था ई-संस्था बनने की दिशा में विकसित हो रहे हैं।

ये ऐसी संस्थाएँ हैं, जो इंटरनेट और अन्य संबंधित तकनीकों पर आधारित हैं और इंटरनेट संस्कृति के रूप में संदर्भित वातावरण पर आधारित हैं - जिससे संस्था अपने व्यवसाय के केंद्र में इंटरनेट को रखते हैं और नेटवर्क प्रौद्योगिकियों के सर्वव्यापी उपयोग

को प्रोत्साहित करते हैं। इलेक्ट्रॉनिक संस्था वेब पर अपने सभी संसाधनों और संबंधों को प्रबंधित और व्यवस्थित करने में सक्षम है।

**ई-संस्थाओं की तीन महत्वपूर्ण विशेषता हैं। जो निम्नानुसार हैं -**

1. इलेक्ट्रॉनिक लिंक के माध्यम से उत्पादन प्रक्रिया, खरीद को शामिल करना, स्टॉक को फिर से भरना, भुगतान की कार्यवाही, विक्रेता नियंत्रण और उत्पादन नियंत्रण गतिविधियों का प्रबंधन।
2. ग्राहक-केंद्रित गतिविधियों का प्रबंधन, विपणन, बिक्री, ग्राहकों के ऑर्डर पर कार्यवाही और इलेक्ट्रॉनिक सूचना प्रणालियों के माध्यम से ग्राहकों को समर्थन प्रदान करना।
3. आंतरिक प्रक्रियाओं का प्रबंधन, कर्मचारी सेवाओं, प्रशिक्षण, सूचना-साझाकरण, और यहां तक कि इलेक्ट्रॉनिक अनुप्रयोगों के माध्यम से भर्ती करना।

ई-संस्थाओं की अवधारणा को समझने का सबसे अच्छा तरीका इसकी तीन अंतर्निहित अवधारणाओं को देखना है, इंटरनेट, इंटरनेट और एक्स्ट्रानेट। इंटरनेट इंटरनेट कनेक्टेड कंप्यूटरों का एक विश्वव्यापी नेटवर्क है, इंटरनेट एक संस्थाओं का निजी इंटरनेट है और एक्स्ट्रानेट को विस्तारित इंटरनेट, केवल चयनित कर्मचारियों और अधिकृत बाहरी लोगों के लिए सुलभ है।

एक ई-संगठन को उस डिग्री से परिभाषित किया जाता है, जिसके लिए वह वैश्विक (इंटरनेट) और निजी (इंटरनेट एवं एक्स्ट्रानेट) नेटवर्क लिंकेज का उपयोग करता है। टाइप 'A' पारंपरिक संस्था हैं, जैसे छोटे खुदरा विक्रेता और सेवा फर्म। अधिकांश संस्था आज इस श्रेणी में आते हैं।

टाइप 'B' समकालीन संस्था हैं, जो इंटरनेट और एक्स्ट्रानेट पर भारी निर्भरता रखते हैं, टाइप 'C' छोटी ई-कॉमर्स फर्म हैं और अंत में, टाइप 'D' पूरी तरह से एकीकृत वैश्विक और

निजी नेटवर्क के साथ पूर्ण ई-संस्था हैं। टाइप 'D' में ई-बे, सिस्को सिस्टम्स, अमेज़न कॉम और वॉलमार्ट जैसी फर्म शामिल हैं।

ध्यान दें कि एक संगठन टाइप 'A' से टाइप 'D' की ओर बढ़ता है, यह उस डिग्री को बढ़ाता है, जो इसे ई-संस्था के गुणों पर ले जाती है।

ई-संस्था प्रबंधन प्रक्रिया के चार घटकों को प्रभावित करते हैं, नियोजन, आयोजन, अग्रणी और नियंत्रण।

## 6. ई-भुगतान प्रणाली

ई-कॉमर्स साइट इलेक्ट्रॉनिक भुगतान का उपयोग करती हैं, जहां इलेक्ट्रॉनिक भुगतान कागज रहित मौद्रिक लेनदेन को संदर्भित करता है। इलेक्ट्रॉनिक भुगतान ने कागजी कार्रवाई, लेनदेन लागत और श्रम लागत को कम करके व्यापार करने की प्रक्रिया में क्रांति ला दी है। उपयोगकर्ता के अनुकूल होने और मैन्युअल व्यापार करने की प्रक्रिया की तुलना में कम समय लेने के कारण, यह व्यवसाय संस्था को अपने बाजार के पहुंच / विस्तार करने में मदद करता है।

नीचे सूचीबद्ध इलेक्ट्रॉनिक भुगतान के कुछ तरीके हैं, जो निम्नानुसार हैं -

- क्रेडिट कार्ड
- डेबिट कार्ड
- स्मार्ट कार्ड
- ई-मनी
- इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर (ईएफटी)

### ई-भुगतान प्रणाली का उपयोग करने के लाभ

ई-कॉमर्स वेबसाइटें अपने ग्राहकों के लिए भुगतान को आसान और अधिक सुविधाजनक बनाने के लिए ई-भुगतान प्रणाली का उपयोग करती हैं। यह कई लाभों के साथ आता है, जो निम्नानुसार हैं -

- अधिक प्रभावी और कुशल लेनदेन। इसकी वजह बढ़ती गति और सुविधा है।
- यह संपूर्ण लेनदेन लागत को भी कम करता है।

- आजकल वेबसाइट में पेमेंट जोड़ना आसान है, इसलिए एक गैर-तकनीकी व्यक्ति भी इसे मिनटों में लागू कर सकता है और ऑनलाइन पेमेंट की प्रक्रिया को शुरू कर सकता है।
- पेमेंट गेटवे और पेमेंट प्रदाता लेनदेन को विश्वसनीय बनाने के लिए अत्यधिक प्रभावी सुरक्षा और धोखाधड़ी विरोधी टूल प्रदान करते हैं।

## 7. इलेक्ट्रॉनिक कैश

इलेक्ट्रॉनिक कैश या ई-कैश एक डिजिटल मनी उत्पाद है जो कागज या सिक्का मुद्रा का सहारा लिए बिना उत्पादों और सेवाओं के लिए भुगतान करने का एक तरीका प्रदान करता है। ई-कैश लेनदेन के लिए उभरे दो मॉडल हैं -

- ई-कैश का ऑनलाइन रूप, सभी प्रकार के इंटरनेट लेनदेन के लिए काम करता है।
- ई-कैश के ऑफ़लाइन रूप में डिजिटल रूप से एन्कोडेड कार्ड शामिल था, जो पेपर मनी को बदल देता था।

### 7.1 ई-कैश का कार्य करना

एक ई-कैश उपयोगकर्ता अपने बैंक खाते से इलेक्ट्रॉनिक धन डाउनलोड करेगा और इसे अपनी हार्ड ड्राइव पर संग्रहीत करेगा। जब इंटरनेट के माध्यम से व्यापारी या शेयर प्रदाता को भुगतान करने के लिए इलेक्ट्रॉनिक नकदी का उपयोग करने के लिए तैयार होते हैं, तो उसी सॉफ्टवेयर का उपयोग उनके ई-कैश "वॉलेट" से राशि लेने और व्यापारी के "वॉलेट" में जोड़ने के लिए किया जाता है।

ई-कैश एक ई-कैश बैंक के माध्यम से जाता है, ताकि लेनदेन को सत्यापित किया जा सके। तब व्यापारी या शेयरवेयर प्रदाता इस ई-कैश के साथ अपने खर्च का भुगतान करने का विकल्प चुन सकते हैं, या बाद में उपयोग के लिए एक पारंपरिक बैंक खाते में अपलोड कर सकते हैं। ई-कैश कंपनी द्वारा चार्ज की गई छोटी राशि को छोड़कर लेनदेन में कोई शुल्क नहीं लगता है। यह किसी भी अन्य भुगतान विधि की तुलना में छोटे ऑनलाइन लेनदेन के लिए इसे आदर्श बनाता है।

## 7.2 ई-कैश के उपयोग के लाभ

ई-कैश कुछ मुद्दों को हल करता है, जो इंटरनेट पर लेनदेन करने की कोशिश से विकसित हुआ है। जैसा कि इंटरनेट पर सामग्री के लिए भुगतान करने, वेबसाइट पर जाने के लिए शुल्क लेने या डाउनलोड शुल्क का भुगतान करने के लिए सहमत होने के बारे में अधिक चर्चाएं सामने आई हैं, ऐसी छोटी लेनदेन की राशियों को कवर करने के लिए कोई समाधान नहीं था। दस या पच्चीस प्रतिशत लेन-देन के लिए क्रेडिट कार्ड का उपयोग करना, इन लेनदेन से जुड़ी प्रोसेसिंग फीस दिए गए व्यवसायों के लिए सिर्फ स्मार्ट नहीं था।

एक और मुद्दा जो सामने आया वह यह था कि शेयरवेयर प्रदाताओं को शायद ही कभी उनके लिए भुगतान किया गया जो उन्होंने पेश किया क्योंकि ऐसा करने का कोई व्यावहारिक तरीका नहीं था जब तक कि वे ऑफलाइन मौद्रिक भुगतान प्राप्त नहीं करना चाहते थे। ई-कैश एक ऐसा समाधान बन गया जो न केवल इस नए प्रकार के लेनदेन को संबोधित करता था, बल्कि यह सस्ता, सुरक्षित और प्राइवेट भी था।

ई-कैश अर्थव्यवस्था के वैश्वीकरण का जवाब भी देता है। अब जब कंपनियां और फ्रीलांसर दुनिया भर में दूसरों के साथ कारोबार कर रहे हैं, तो ई-कैश ने वांछित किसी भी प्रकार की मुद्रा को प्राप्त करने या भेजने का एक तरीका प्रदान किया है।

अंतिम, ई-कैश ने स्मार्ट कार्ड प्रौद्योगिकी की शुरुआत के माध्यम से ऑफलाइन और ऑनलाइन भुगतान को एक साथ जोड़ा है। इन कार्डों पर पैसा लोड किया जा सकता है और फिर अन्य स्मार्ट कार्ड या इलेक्ट्रॉनिक "वॉलेट्स" में ले जाया जा सकता है। जबकि पहले स्मार्ट कार्ड तकनीक का इस्तेमाल सिर्फ फोन कॉल के लिए किया जाता था, दुनिया अब सभी प्रकार के लेनदेन के लिए स्मार्ट कार्ड तकनीक का उपयोग कर रही है।

## 7.3 वित्तीय लेनदेन को हमेशा के लिए बदलना

यह स्पष्ट है कि ई-कैश के आगमन के बाद से वित्तीय लेनदेन की दुनिया हमेशा के लिए बदल गई है। चेक और पेपर मनी को अंततः पूरी तरह से डिजिटल भुगतान के साथ बदला जा सकता है। इसने बैंकों और अन्य वित्तीय मध्यस्थों को शामिल करने के तरीके को भी बदल दिया है, उन्हें एक छोटी सी भूमिका के रूप में पैसे, एक प्रोसेसर और सत्यापनकर्ता और एक ऋणदाता के लिए एक भंडारगृह के रूप में दर्शाता है। एक बैंक के साथ व्यक्तिगत संबंधों पर भी असर पड़ने लगा है क्योंकि अधिक लोग अपने सभी कंप्यूटरों, टैबलेट्स, और स्मार्ट फोन को अपनी सभी लेन-देन की जरूरतों के लिए बदल रहे हैं।

## **8. स्मार्ट कार्ड और क्रेडिट कार्ड आधारित जोखिम**

क्रेडिट कार्ड का उपयोग करने के नुकसान

क्रेडिट कार्ड से खर्च करने की शर्तों में शामिल हैं -

### **8.1 ब्याज की उच्च दरों का भुगतान करना।**

अगर महीने-दर-महीने बैलेंस रखा जाता है, तो ब्याज शुल्क देना पड़ता है। खरीद और नकद अग्रिम ब्याज दरें 22% एपीआर के रूप में अधिक हो सकती हैं, इसलिए यदि आप प्रत्येक महीने पुनर्भुगतान करने में असमर्थ हैं, तो आप शुरू में सैकड़ों या हजारों से अधिक का भुगतान करेंगे, जो ब्याज दर में पहले से अधिक हो चुका है। क्रेडिट कार्ड के पुनर्भुगतान और चल रहे ऋण आपकी क्रेडिट फ़ाइल में दर्ज किए जाते हैं और ट्रैक रिकॉर्ड ऋण प्राप्त करने की आपकी संभावनाओं को प्रभावित कर सकते हैं।

### **8.2 एक ही बार में कई नए क्रेडिट कार्ड के लिए आवेदन करना**

जब आप क्रेडिट कार्ड के लिए आवेदन करते हैं, तो आम तौर पर आपको एक कठिन जांच प्रक्रिया से गुजरना होता है। इसका मतलब है कि क्रेडिट कार्ड जारीकर्ता आपके क्रेडिट की जांच करता है, और यह जांच बाद में आपकी क्रेडिट रिपोर्ट पर दिखाई दे सकती है। एक कठिन जांच आपके क्रेडिट स्कोर के कुछ बिंदुओं को कम कर सकती है, लेकिन प्रत्येक व्यक्तिगत जांच का प्रभाव समय के साथ कम हो सकता है या हट भी सकता है।

### **8.3 क्रेडिट कार्ड धोखाधड़ी**



क्रेडिट योजनाओं को लक्षित करने वाली कई धोखाधड़ी योजनाएँ हैं। जबकि आपको अपने खाते पर अवैध लेनदेन के लिए मुआवजा दिया जा सकता है, क्रेडिट कार्ड धोखाधड़ी से निपटना अभी भी एक समय लेने वाला और तनावपूर्ण अनुभव हो सकता है।

#### **8.4 नकद अग्रिम शुल्क और दरें।**

वित्तीय संस्थानों द्वारा अपने क्रेडिट कार्ड का उपयोग नकद निकालने या अन्य "नकद समकक्ष" लेनदेन करने के लिए करना बहुत महंगा पड़ता है, जैसे कि विदेशी मुद्रा या जुआ खेलना। नकद निकासी के लिए क्रेडिट कार्ड का उपयोग करने से कुल लेनदेन राशि का लगभग 3% नकद अग्रिम शुल्क देय होगा। यह आमतौर पर 19-22% की ब्याज दर से देय होता है।

#### **8.5 वार्षिक शुल्क।**

जबकि आप अक्सर वार्षिक शुल्क के बिना डेबिट कार्ड प्राप्त कर सकते हैं, ज्यादातर क्रेडिट कार्ड के लिए वार्षिक शुल्क का भुगतान करना होता है। आम तौर पर, आप जितना अधिक भते चाहते हैं, वार्षिक शुल्क की लागत उतनी ही अधिक होगी। यदि आप इस शुल्क से बचना चाहते हैं, तो आप एक वार्षिक शुल्क न लगने वाले क्रेडिट कार्ड पर विचार कर सकते हैं - लेकिन सुनिश्चित करें कि आप एक अन्य कार्ड की खोज करेंगे जो आपके जरूरत के हिसाब से पर्याप्त हैं।

#### **8.6 क्रेडिट कार्ड अधिभार।**

जब आप क्रेडिट कार्ड से भुगतान करते हैं, तो व्यवसायिक प्रतिष्ठान अक्सर अधिभार लागू करते हैं। मास्टरकार्ड और वीज़ा उत्पादों के लिए, यह शुल्क आमतौर पर कुल लेनदेन लागत का 0.5-2% होता है, जबकि एमेक्स कार्ड के लिए यह 3% के करीब हो सकता है। जो भी हो, यह भुगतान की सुविधा के लिए एक अतिरिक्त लागत है।

#### **8.7 अन्य शुल्क जल्दी से जोड़ सकते हैं**

कार्ड के आधार पर, जब आप अपनी क्रेडिट सीमा, विदेशी लेनदेन के लिए शुल्क, बैलेंस हस्तांतरण शुल्क और यहां तक कि कुछ रिवॉर्ड प्रोग्राम्स की फीस का भुगतान करते हैं, या आप समय सीमा पर भुगतान नहीं करते हैं तो आपको शुल्क चुकाना होगा। यदि आप एक बैलेंस रखते हैं या आपके पास ब्याज-मुक्त दिनों तक पहुंच नहीं है, तो ऐसा हो सकता है, कि इन शुल्कों पर भी ब्याज लागू हो।

## स्मार्ट कार्ड का उपयोग करने के नुकसान

- 1) लागत।
- 2) सुरक्षा।
- 3) आसानी से खो जाने का जोखिम।
- 4) धीमा स्वीकार्य।
- 5) पहचान की चोरी का जोखिम।

## 9. ऑनलाइन/इंटरनेट बैंकिंग

इंटरनेट बैंकिंग - इंटरनेट बैंकिंग ऑनलाइन बैंकिंग लेनदेन को अंजाम देने की प्रक्रिया को संदर्भित करता है। इनमें कई सेवाएं शामिल हो सकती हैं, जैसे कि फंड ट्रांसफर करना, नया फिक्स्ड या आवर्ती जमा खोलना, खाता बंद करना आदि। इंटरनेट बैंकिंग को ई-बैंकिंग या वर्चुअल बैंकिंग भी कहा जाता है। इंटरनेट बैंकिंग का इस्तेमाल आमतौर पर NEFT, RTGS या IMPS के जरिए ऑनलाइन फंड ट्रांसफर करने के लिए किया जाता है। बैंक ग्राहकों को अपनी वेबसाइट के माध्यम से सभी प्रकार की बैंकिंग सेवाएं प्रदान करते हैं और एक उपयोगकर्ता नाम और पासवर्ड का उपयोग करके अपने खाते में प्रवेश कर सकता है। बैंक जाने के विपरीत, इंटरनेट बैंकिंग सेवाओं के लिए समय प्रतिबंध नहीं हैं और उन्हें किसी भी समय और एक वर्ष में सभी 365 दिनों पर लाभ उठाया जा सकता है। इंटरनेट बैंकिंग सेवाओं के लिए व्यापक गुंजाइश है।

## 10. ई-बैंकिंग

इलेक्ट्रॉनिक बैंकिंग या ई-बैंकिंग का अर्थ है, कि कंप्यूटर सिस्टम का उपयोग इलेक्ट्रॉनिक रूप से वित्तीय लेनदेन करने के लिए किया जाता है। यह बैंकिंग का एक रूप है, जिसमें नकदी, चेक, या अन्य प्रकार के कागज दस्तावेजों के आदान-प्रदान के बजाय इलेक्ट्रॉनिक संकेतों के आदान-प्रदान के माध्यम से धन हस्तांतरित किया जाता

है। लेन-देन के प्रकार निकासी, जमा, इंटर एकाउंट ट्रांसफर, पूछताछ, प्रशासनिक लेनदेन हैं, जो पिन परिवर्तन सहित गैर वित्तीय लेनदेन को कवर करते हैं। इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर लेनदेन को कार्ड और कार्ड धारक से मिलान करने के लिए प्रमाणीकरण और साधन की आवश्यकता होती है।

इलेक्ट्रॉनिक बैंकिंग जटिल कंप्यूटर प्रणालियों पर निर्भर करता है, जो टेलीफोन लाइन्स का उपयोग करके संचार करते हैं। ये कंप्यूटर सिस्टम धन के हस्तांतरण और स्वामित्व को रिकॉर्ड करते हैं, और वे उन तरीकों को नियंत्रित करते हैं, जो ग्राहक और वाणिज्यिक संस्थान धन का उपयोग करने के लिए करते हैं।

पहचान का एक सामान्य तरीका एक्सेस कोड है, जैसे कि व्यक्तिगत पहचान संख्या (पिन) जो कि एटीएम मशीन से नकद निकालने के लिए उपयोग किया जा सकता है।

### **मुख्य लाभ**

- यह बैंकों में खर्च होने वाले समय को बचाता है।
- यह अंतरराष्ट्रीय बैंकिंग के लिए तरीके प्रदान करता है।
- यह किसी भी जगह से 24/7 दिनों में पूरे दिन बैंकिंग प्रदान करता है।
- यह इंटरनेट अनुकूलन के लिए अच्छी तरह से संगठित नकदी प्रबंधन प्रदान करता है।
- यह लेनदेन करने के लिए आवश्यक सभी संसाधनों, पूंजी, श्रम, समय के संदर्भ में सुविधा प्रदान करता है।
- एकीकृत बैंकिंग सेवाओं का लाभ उठाते हुए, बैंक नए बाजारों में प्रतिस्पर्धा कर सकते हैं, नए ग्राहक प्राप्त कर सकते हैं और अपनी हिस्सेदारी बाजार में बढ़ा सकते हैं।
- यह अत्याधुनिक एन्क्रिप्शन और सुरक्षा तकनीकों का उपयोग करके ग्राहकों को कुछ सुरक्षा और गोपनीयता प्रदान करता है।

### **ई-बैंकिंग के विभिन्न तरीके हैं -**

- ऑनलाइन बैंकिंग
- लघु संदेश सेवा बैंकिंग
- टेलीफोन बैंकिंग

- मोबाइल बैंकिंग
- इंटरएक्टिव -टीवी बैंकिंग

उपरोक्त सभी प्रक्रियाओं में से ऑनलाइन बैंकिंग एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है और अधिकतम खाता धारकों द्वारा उपयोग किया जाता है।

## 11. ई-वॉलेट

ई-वॉलेट एक प्रकार का इलेक्ट्रॉनिक कार्ड होता है, जिसका उपयोग कंप्यूटर या स्मार्ट फोन के माध्यम से ऑनलाइन और ऑफलाइन पैसा जमा करने और लेन-देन करने के लिए किया जाता है। यह पहले से सुसज्जित इलेक्ट्रॉनिक वॉलेट यूटिलिटी है, जो कि एक क्रेडिट या डेबिट कार्ड की तरह ही है। भुगतान करने के लिए ई-वॉलेट को व्यक्ति के बैंक खाते के साथ जोड़ना आवश्यक होता है।

ई-वॉलेट एक प्रकार का प्री-पेड खाता है, जिसमें उपयोगकर्ता अपने भविष्य के ऑनलाइन लेनदेन के लिए अपना पैसा जमा कर सकता है। एक ई-वॉलेट पासवर्ड से सुरक्षित होता है। ई-वॉलेट की मदद से, किराने का सामान, ऑनलाइन खरीदारी और फ्लाइट टिकट के लिए भुगतान किया जा सकता है।

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

ई-वॉलेट एकाउंट स्थापित करने के लिए, उपयोगकर्ता को अपने डिवाइस पर सॉफ्टवेयर स्थापित करना होता है और आवश्यक प्रासंगिक जानकारी दर्ज करनी होती है। ऑनलाइन खरीदारी करने के बाद, ई-वॉलेट स्वचालित रूप से भुगतान फार्म पर उपयोगकर्ता की जानकारी भरता है। ई-वॉलेट को एक्टिवेट करने के लिए, उपयोगकर्ता को अपना पासवर्ड दर्ज करना होता है। एक बार ऑनलाइन भुगतान हो जाने के बाद, उपभोक्ता को किसी अन्य वेबसाइट पर ऑर्डर फॉर्म भरने की आवश्यकता नहीं होती है क्योंकि डेटाबेस में जानकारी संग्रहीत हो जाती है और स्वचालित रूप से अपडेट हो जाती है।

## 11.1 ई-वॉलेट के प्रकार

भारतीय रिज़र्व बैंक के अनुसार, भारतीय बाज़ार में तीन प्रकार के वॉलेट प्रचलित हैं:

**क्लोज्ड वॉलेट-** फिलपकार्ट.कॉम , मेकमायट्रिप.कॉम , बुकमायशो.कॉम जैसी कंपनियां अपने ग्राहकों के लिए क्लोज्ड वॉलेट जारी करती हैं।

**सेमि क्लोज्ड वॉलेट-** पेटीएम वॉलेट, फ्रीचार्जवेललेट आदि को सेमि क्लोज्ड वॉलेट के रूप में जाना जाता है।

**ओपन वॉलेट-** बैंकों द्वारा या बैंकों के साथ साझेदारी में जारी किया जा सकता है।

## 12. ई-शॉपिंग

ई-शॉप एक ऑनलाइन व्यवसाय है, जो विभिन्न प्रकार की वस्तुओं और सेवाओं को बेचता है। ई-शॉप्स व्यवसाय-से-उपभोक्ता उन्मुख हैं। वे एक खुदरा स्टोर की तरह हैं, लेकिन एक भौतिक स्थान पर होने के बजाय, इसका स्थान इंटरनेट पर है। ई-शॉप्स को "ई-स्टोर" या "ई-टेलर" के रूप में भी जाना जाता है। ई-शॉप का लाभ यह है कि ग्राहक कभी भी, कहीं भी जाये बिना अपनी इच्छा से खरीदारी कर सकते हैं।

ई-शॉप्स को ग्राहक के लिए खरीदारी का अनुभव उतना ही आसान और आकर्षक बनाना चाहिए जितना कि एक नियमित खुदरा स्टोर पर खरीदारी करने का अनुभव ।

**टाइप्स :** ई -शॉप्स दो रूपों, प्योर प्ले और क्लिक और मोटार या ब्रिक्स और क्लिक्स में आती हैं।

**प्योर प्ले** ऑनलाइन व्यवसाय हैं, जो केवल इंटरनेट पर मौजूद हैं। प्योर प्ले के कुछ उदाहरण अमेज़न.कॉम , इ-बे.कॉम , ब्लूफ्लाइ.कॉम और ओवरस्टॉक.कॉम हैं।

**क्लिक और मोटार या ब्रिक्स और क्लिक्स** ऐसे व्यवसाय हैं, जो ऑनलाइन और भौतिक दोनों स्थानों पर बिकते हैं। क्लिक और मोटार या ब्रिक्स और क्लिक्स के कुछ उदाहरण हैं वॉलमार्ट, बेस्ट बाय, टारगेट, नॉर्डस्ट्रॉम, ब्लॉकबस्टर आदि । यहां तक कि सेफवे जैसे किराने की दुकानें ऑनलाइन खरीदारी करने की अनुमति देते हैं और वे घर पहुँच सेवा प्रदान करते हैं ।

### 12.1 यह काम किस प्रकार करता है -

ई-शॉप्स में ग्राहक सबसे पहले एक स्टोर पर जाते हैं, वे स्टोर कैटलॉग को ब्राउज़ करते हैं और उन उत्पादों की खोज करते हैं, जिनकी वे तलाश कर रहे हैं, वे अपनी शॉपिंग कार्ट में उत्पादों को जोड़ते हैं, वे जोड़कर या हटाकर अपनी शॉपिंग कार्ट का प्रबंधन कर सकते हैं। किसी भी समय वे चेक-आउट करने से पहले किसी भी उत्पाद को खरीद सकते हैं। चेक-आउट प्रक्रिया आमतौर पर सुरक्षित होती है, क्योंकि ई-शॉप्स ग्राहक की जानकारी जैसे क्रेडिट कार्ड नंबर, बैंक खाते और पते की सुरक्षा के लिए एन्क्रिप्शन तकनीक का उपयोग करती हैं। यदि ग्राहक को किसी चीज़ की मदद की ज़रूरत होती है, तो स्टोर आमतौर पर ईमेल या संपर्क नंबर द्वारा सहायता प्रदान करता है।

### 12.2 ई-शॉपिंग के फायदे

- सुविधा।
- बेहतर कीमतें।
- अधिक विविधता।
- आसानी से उपहार भेजने की सुविधा ।
- अधिक नियंत्रण।
- कीमत की तुलना करने में आसानी ।
- खरीददारी के लिए कोई भीड़ नहीं।
- किसी प्रकार का दबाव नहीं।
- पुरानी या क्षतिग्रस्त वस्तुओं के लिए कम कीमत।
- विवेकपूर्ण खरीदारी आसानी ।

### 12.3 ई-शॉपिंग के नुकसान

- पैकेजिंग और गैस का नकारात्मक पर्यावरणीय प्रभाव।
- शिपिंग समस्याओं और सामग्री प्राप्त करने में देरी।
- धोखाधड़ी का खतरा।
- ऑनलाइन खरीददारी करने पर अत्याधिक समय की बर्बादी ।
- समाज के साथ कम संपर्क।

- सटीक उत्पाद के बारे में अनजान ।
- रिटर्न जटिल हो सकता है।
- असुविधाजनक, स्कैमी, या जटिल वेब साइट्स ।
- खरीददारी में किसी प्रकार की सहायता नहीं।
- स्थानीय खुदरा विक्रेताओं के लिए कोई समर्थन नहीं।

### 13. ई-मार्केटिंग

ई-मार्केटिंग को इंटरनेट मार्केटिंग, वेब-मार्केटिंग या ऑनलाइन मार्केटिंग के रूप में भी जाना जाता है। यह वास्तव में यह डिजिटल मार्केटिंग का सबसेट है। ई-मार्केटिंग में डिजिटल प्लेटफॉर्म पर किसी व्यवसाय के उत्पादों और सेवाओं के प्रचार के लिए इंटरनेट का उपयोग शामिल है। इन प्रचार गतिविधियों के लिए ई-मार्केटिंग का उपयोग करने वाले विभिन्न चैनलों में सोशल मीडिया, ईमेल मार्केटिंग, संबद्ध विपणन, वेबसाइट आदि शामिल हैं।

हालाँकि, व्यवसाय बड़ा हो या छोटा, ई-मार्केटिंग विपणन की पारंपरिक अवधारणाओं की तुलना में कम निवेश के साथ इसे विकसित करने और अधिक लाभ कमाने में मदद कर सकता है।

ई-मार्केटिंग के विभिन्न लाभों के बिंदु निम्नलिखित हैं और यह भी कि "क्यों और कैसे" यह प्रत्येक व्यवसाय को प्रतिस्पर्धात्मक लाभ प्रदान करता है।

#### 13.1 प्रभावी लागत और तेज

ई-मार्केटिंग में लगने वाली लागत और समय की आवश्यकता के सन्दर्भ में यह निश्चित रूप से विपणन का सबसे सुविधाजनक तरीका है। यह प्रचार अभियानों के सबसे सस्ते चैनलों का उपयोग करता है, जैसे कि सोशल मीडिया (फेसबुक, इंस्टाग्राम, Pinterest, YouTube, Google+, आदि) और यहां तक कि वेबसाइट और ईमेल मार्केटिंग बनाने के माध्यम से, पारंपरिक विपणन की तुलना में ई-मार्केटिंग बिल्कुल सस्ती हैं। इसके अलावा, ये चैनल पारंपरिक विपणन की तुलना में बहुत तेज दर पर अंतिम ग्राहकों तक पहुंचने में मदद करते हैं।

### 13.2 वैश्विक सीमा की स्वतंत्रता

चूंकि इंटरनेट विश्व स्तर पर उपलब्ध है और इन दिनों भी आसानी से सुलभ है, अतः इसके साथ-साथ ई-मार्केटिंग का दायरा भी व्यापक हो गया है। इसलिए ई-मार्केटिंग को व्यापक ग्राहकों तक पहुंचने के लिए भूभौतिकीय सीमाओं पर किसी भी सीमा के बिना किया जा सकता है। इसने विशेष रूप से छोटे व्यवसायों को इसकी कम लागत और आसान वैश्विक पहुंच के कारण बड़े पैमाने पर मदद की है।

### 13.3 ग्राहकों की बढ़ोतरी

अपने सभी प्रचारक डिजिटल माध्यमों की मदद से, बहुत कम समय में व्यापक लक्षित दर्शकों तक पहुंचना बहुत आसान हो गया है। उत्पादों या सेवाओं के संबंध में एक विशिष्ट ग्राहकों को लक्षित करना और व्यवसाय के लिए अधिक लीड उत्पन्न करने में मदद करने के लिए सोशल मीडिया या ईमेल मार्केटिंग रणनीति का उपयोग आजकल बहुत अधिक हो रहा है।

### 13.4 ब्रांड जागरूकता

ई-मार्केटिंग व्यवसाय को अपनी आसान प्रचार रणनीतियों की मदद से दुनिया भर में पहचाने जाने में भी मदद करता है। पारंपरिक विपणन अवधारणाओं की तुलना में ब्रांड जागरूकता बनाना तुलनात्मक रूप से बहुत आसान है।

### 13.5 बड़ी हुई आरओआई (रीटर्न ऑन इन्वेस्टमेंट)

ई-मार्केटिंग व्यवसाय से अधिकतम आरओआई उत्पन्न करने के लिए सर्वोत्तम रणनीतियों का उपयोग करने में मदद करता है। यह कम निवेश और लक्षित दर्शकों के लिए व्यापक आउटरीच के कारण संभव है।

## 14. ई-मार्केटिंग का दायरा

ई-मार्केटिंग का दायरा वैश्विक है और इसे पुरे विश्व में लागू किया जा सकता है। इसमें कृषि, औद्योगिक, चिकित्सा पर्यटन, शासन, शिक्षा आदि लगभग सभी प्रकार के व्यवसाय शामिल हैं। ई-मार्केटिंग के कुछ सामान्य अनुप्रयोग हैं, जैसे दस्तावेज़ स्वचालन, भुगतान प्रणाली, सामग्री प्रबंधन, समूह में खरीददारी करना, ऑनलाइन बैंकिंग, खरीददारी और ऑर्डर



ट्रैकिंग, टेलीकांफ्रेंसिंग, इलेक्ट्रॉनिक टिकट जो बड़े और छोटे व्यवसायों के लिए समान हो गए हैं।

ऑनलाइन मार्केटिंग का दायारा यह है, कि आपके ब्रांड को बाज़ार में आसानी से हाइलाइट किया जाता है -

- तेजी से संचार।
- इंस्टेंट मैसेजिंग।
- इजी डिस्प्ले।
- विश्लेषण करने के लिए अधिक प्रभावी टूल्स।
- बेहतर प्रदर्शन।
- ब्रांड मार्केटिंग।
- जागरूकता पैदा करना

## 15. एम-कॉमर्स परिचय

मोबाइल कॉमर्स, जिसे एम-कॉमर्स भी कहा जाता है, ई-कॉमर्स की उन्नत स्वरूप है, जो लोगों को केवल मोबाइल फोन या टैबलेट डिवाइस जैसे वायरलेस हैंडहेल्ड डिवाइस का उपयोग करके लगभग कहीं से सामान या सेवाएं खरीदने और बेचने में सक्षम बनाता है। ई-कॉमर्स के एक रूप में, एम-कॉमर्स उपयोगकर्ताओं को डेस्कटॉप कंप्यूटर का उपयोग करने की आवश्यकता के बिना ऑनलाइन शॉपिंग प्लेटफार्मों तक पहुंचने में सक्षम बनाता है। एम-कॉमर्स के उदाहरणों निम्नानुसार हैं -

- मोबाइल मनी ट्रांसफर।
- इलेक्ट्रॉनिक टिकट और बोर्डिंग पास।
- डिजिटल सामग्री की खरीद और वितरण।
- मोबाइल बैंकिंग।
- संपर्क रहित भुगतान और इन-ऐप भुगतान।
- स्थान आधारित सेवाएं।
- मोबाइल मार्केटिंग, कूपन और लॉयल्टी कार्ड।

### 15.1 एम-कॉमर्स के प्रकार

एम-कॉमर्स विभिन्न प्रकार के लेनदेन को कवर करता है, उन्हें सभी तीन प्रकारों में से एक के रूप में वर्गीकृत किया जा सकता है-

### **15.1.1 मोबाइल से खरीदारी**

मोबाइल शॉपिंग एक ग्राहक को अमेज़ॉन जैसे एप्लिकेशन या एक वेब ऐप का उपयोग करके मोबाइल डिवाइस से उत्पाद खरीदने की अनुमति देता है। मोबाइल अनुकूलित वेब साइट्स, समर्पित ऐप्स और यहां तक कि सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के माध्यम से मोबाइल से खरीदारी अब संभव है।

### **15.1.2 मोबाइल बैंकिंग**

मोबाइल बैंकिंग ऑनलाइन बैंकिंग से बहुत अलग नहीं है, हालांकि यहां कुछ लेनदेन प्रकार मोबाइल उपकरणों पर सीमित या प्रतिबंधित हैं। मोबाइल बैंकिंग में आमतौर पर एक समर्पित ऐप शामिल होता है, हालांकि कुछ बैंकों ने चैटबॉट्स और मैसेजिंग ऐप का उपयोग शुरू कर दिया है।

### **15.1.3 मोबाइल भुगतान**

मोबाइल भुगतान उपयोगकर्ताओं को मोबाइल डिवाइसेज़ का उपयोग करके वैयक्तिक रूप से उत्पाद खरीदने में सक्षम बनाता है। ऐपल पे जैसे डिजिटल वॉलेट, ग्राहक को कार्ड स्वाइप किये बिना या भौतिक नकदी के साथ भुगतान किए बिना उत्पाद खरीदने की अनुमति देते हैं।

## **15.2 मोबाइल कॉमर्स के लाभ**

- ग्राहकों के लिए बेहतर समग्र अनुभव।
- व्यापक विकास क्षमता।
- एक यथार्थवादी ओमनी-चैनल अनुभव।
- भुगतान विकल्पों की विविधता।

## **15.3 एम-कॉमर्स के नुकसान**

- अनुकूलन की सतत आवश्यकता है।
- भुगतान विकल्पों की विविधता।

- कीमतों की तुलना करने के लिए ग्राहकों के लिए आसान।
- नियमों की एक विस्तृत श्रृंखला को जानना और उसका अनुपालन करना।

## 16. संभावित विकास और भविष्य

स्मार्ट फोन और मोबाइल इंटरनेट के तेजी से उपयोग के साथ, मोबाइल वाणिज्य घातांकी बढ़त के लिए तैयार है और कुछ वर्षों में बड़े पैमाने पर बाजार के लिए मानक होगा। यह सुझाव देना अतिशयोक्ति नहीं होगी कि मोबाइल वाणिज्य का भविष्य बड़े पैमाने पर है। जैसे-जैसे मोबाइल उपकरणों का उपयोग करने वालों की संख्या बढ़ती जा रही है, वैसे-वैसे मोबाइल कॉमर्स का भविष्य भी बढ़ता जा रहा है।

मोबाइल कॉमर्स खुदरा, यात्रा, विज्ञापन, सामीप्य भुगतान, और बहुत कुछ करता है। अनुप्रयोगों और सेवाओं का एक समूह जो संभवतः मोबाइल उपकरणों से सुलभ हैं, एम-कॉमर्स काफी हद तक इस बारे में है।

आजकल ग्राहक की यात्रा अब रैखिक नहीं है और कई टचप्वाइंट के साथ जटिल है। अत्यधिक अनुभवों के लिए वरीयताओं की विशाल ऐरे मोबाइल कॉमर्स के विकास की ओर अग्रसर है। उपयोगकर्ता के अनुकूल ऐप और मोबाइल नेट उपयोग के साथ परिचित होने के साथ, एम-कॉमर्स ने अच्छी तरह से अपना मार्ग प्रशस्त किया है। 2020 के अंत तक, अमेरिकी मोबाइल रिटेल राजस्व के 339.03 बिलियन अमेरिकी डॉलर तक पहुंचने की उम्मीद है।

मोबाइल वाणिज्य के विकास का समर्थन करने वाली कुछ और सांख्यिकीय जानकारी इस प्रकार हैं:

- सभी खुदरा ई-कॉमर्स का 53.9 प्रतिशत 2021 तक एम-कॉमर्स के माध्यम से उत्पन्न होने की उम्मीद है - स्टेटिस्टा ।
- वैश्विक मोबाइल भुगतान बाजार 3388 बिलियन अमेरिकी डॉलर तक पहुंचने के लिए 33% से अधिक बढ़ेगा - एलाइड मार्केट रिसर्च।
- खुदरा दुकानों में खर्च किये प्रत्येक डॉलर का 64 प्रतिशत भी डिजिटल से प्रभावित होता है और मोबाइल एक बड़ा चालक है - डेलॉइट।

## 16.1 मोबाइल संचार का भविष्य

यहां कुछ तथ्य दिए गए हैं, जो भविष्य में एम-कॉमर्स के उज्ज्वल होने पर प्रकाश डालते हैं:

### 16.1.1 मोबाइल ब्राउज़िंग डेस्कटॉप ब्राउज़िंग से अधिक लोकप्रिय है

मोबाइल ब्राउज़िंग त्वरित और आसान है। कंप्यूटर को चालू करने के लिए, प्रोग्राम शुरू करने और वेब ब्राउज़र लोड करने के लिए, प्रतीक्षा करनी पड़ती है, लेकिन मोबाइल में बस अपने फोन पर कुछ बटन दबाएं और आप ऑनलाइन ब्राउज़िंग कर सकते हैं।

इसलिए, यह आश्चर्यजनक नहीं है कि अधिकांश स्मार्ट फोन उपयोगकर्ता इंटरनेट ब्राउज़ करने के लिए अपने स्मार्ट फोन का उपयोग करना पसंद करते हैं। उदाहरण के लिए, एक स्मार्ट फोन उपयोगकर्ता अपने मोबाइल डिवाइस पर ऑनलाइन ब्राउज़िंग का औसत समय 87 घंटे या उससे अधिक है, जबकि डेस्कटॉप कंप्यूटर पर ब्राउज़िंग में बिताया गया औसत समय 34 घंटे प्रति माह से आधे से भी कम है।

### 16.1.2 एम-कॉमर्स की बिक्री बढ़ रही है

सभी ई-कॉमर्स की एक तिहाई से अधिक बिक्री मोबाइल उपकरणों के माध्यम से होती है। ई-कॉमर्स का चौंका देने वाला 34% लेनदेन मोबाइल कॉमर्स के माध्यम से किया जाता है, जबकि इसके और भी अधिक लोकप्रिय होने की संभावना है। उदाहरण के लिए, 2021 तक यह अनुमान है कि सभी ई-कॉमर्स बिक्री के आधे से अधिक (54%) मोबाइल उपकरणों पर होने जा रहे हैं, इसका मतलब है कि अरबों डॉलर के ऑनलाइन लेनदेन अकेले मोबाइल कॉमर्स के माध्यम से होने वाला है ।

### 16.1.3 एम-कॉमर्स बदल रहा है यूजर कैसे शॉपिंग करें

खरीदारी की आदतें बदल रही हैं। चाहे समीक्षा, मूल्य की तुलना, या उत्पाद जानकारी की तलाश हो, मोबाइल डिवाइस खरीदारी की आदतों को गहराई से प्रभावित कर रहे हैं। उदाहरण के लिए, सभी दुकानदारों का 80% भौतिक स्टोर में खरीदारी करते समय अतिरिक्त जानकारी के लिए अपने मोबाइल डिवाइस का उपयोग करते हैं। लगभग सभी

एक तिहाई खरीद के निर्णय अब मोबाइल उपकरणों से प्रभावित होते हैं, जो कि मोबाइल कॉमर्स अब और भविष्य में प्रमुख भूमिका निभायेंगे ।

## 17. मोबाइल बैंकिंग

मोबाइल बैंकिंग को एक स्मार्टफोन के माध्यम से वित्तीय लेनदेन / बैंकिंग लेनदेन करने की प्रक्रिया के लिए संदर्भित किया जाता है। मोबाइल बैंकिंग का दायरा केवल कई मोबाइल वॉलेट, डिजिटल भुगतान ऐप और यूपीआई जैसी अन्य सेवाओं की शुरुआत के साथ विस्तार कर रहा है। कई बैंकों के अपने ऐप हैं और ग्राहक एक बटन के क्लिक पर बैंकिंग लेनदेन करने के लिए इसे डाउनलोड कर सकते हैं। मोबाइल बैंकिंग एक व्यापक शब्द है, जिसका उपयोग व्यापक श्रेणी या सेवाओं की छतरी के लिए किया जाता है, जिसका लाभ इसके अंतर्गत लिया जा सकता है।

## 18. पेटीएम

पेटीएम एक डिजिटल पेमेंट प्लेटफॉर्म है, जो ऑनलाइन बैंकिंग, डेबिट कार्ड और क्रेडिट कार्ड के माध्यम से या यहां तक कि चुनिंदा बैंकों और भागीदारों के माध्यम से नकदी जमा करके एकीकृत वॉलेट में नकदी स्थानांतरित करने की अनुमति देता है। इस पैसे का उपयोग टैक्सी और ऑटो, पेट्रोल पंप, किराने की दुकानों, रेस्तरां, कॉफी की दुकानों, मल्टीप्लेक्स, पार्किंग, फार्मेशियों, अस्पतालों और किराना की दुकानों जैसे कई स्थानों पर बिना नकदी के किया जा सकता है।

ऑनलाइन रिचार्ज, यूटिलिटी बिल भुगतान, मूवी बुक करने के लिए, यात्रा टिकट के लिए या पेटीएम ऐप या वेबसाइट पर अन्य चीजों के लिए इसका उपयोग कर सकते हैं। पेटीएम उपयोगकर्ता कुछ आसान क्लिक्स में अपने पेटीएम वॉलेट में पैसे जोड़ सकते हैं।

पेटीएम ऐप होम स्क्रीन पर 'ऐड मनी' विकल्प पर टैप करें, डेबिट / क्रेडिट कार्ड या नेट बैंकिंग का उपयोग करके राशि दर्ज करें और भुगतान करें।

पेटीएम ऐप का उपयोग कैसे करें?

- सबसे पहले [www.paytm.com](http://www.paytm.com) पर जाएं।
- बेहतर अनुभव के लिए पेटीएम ऐप डाउनलोड करने के लिए स्मार्टफोन का उपयोग करें।

- पेटीएम ऐप इंस्टॉल और ओपन करें।
- रजिस्टर या लॉगिन करें।
- ईमेल पते के साथ रजिस्टर करें।
- सफलतापूर्वक रजिस्टर करने के बाद Paytm में लॉगिन करें।
- पेटीएम सुविधाओं का उपयोग करने के लिए, कुछ पेटीएम वॉलेट मनी जोड़ें।
- वॉलेट में पैसे जोड़ने के लिए किसी भी भुगतान विधि का उपयोग करें।
  - \* डेबिट कार्ड
  - \* क्रेडिट कार्ड
  - \* नेट बैंकिंग
  - \* ए.टी.एम.
  - \* IMPS
- पेमेंट वॉलेट में भुगतान पहुंच जाने के बाद, आप अपने ऐप के माध्यम से "पे या सेंड" विकल्प का उपयोग कर सकते हैं।
- भुगतान होने पर अपने खाते से साइन-आउट कर सकते हैं।

### 18.1 पेटीएम कैसे काम करता है?

उपयोगकर्ता दो विकल्पों के माध्यम से धन हस्तांतरित कर सकते हैं। एक है पेटीएम वॉलेट से दूसरे पेटीएम वॉलेट मनी ट्रांसफर और दूसरा है बैंक टू बैंक मनी ट्रांसफर। पेटीएम पेमेंट्स बैंक के लिए पेटीएम का दूसरा विकल्प दिया गया है। यह अन्य बैंकों की तरह चलेगा। जिन यूजर्स के पास पहले से पेटीएम वॉलेट अकाउंट है, वे बैंक अकाउंट से माइग्रेट कर सकते हैं। बाद में वे उन सभी लाभों का आनंद ले सकते हैं, जो उनके वॉलेट में थे, जो बैंकिंग में भी होते रहे हैं। यह लोगों द्वारा ई-भुगतान और ई-लेनदेन में पेटीएम की उपयोगिता में वृद्धि को दर्शाता है।

### 19. भारत इंटरफेस फॉर मनी (BHIM) ऐप

BHIM ऐप उपयोगकर्ताओं को UPI एप्लिकेशन का उपयोग करके भुगतान करने की अनुमति देता है। यह UPI के सहयोग से भी काम करता है और VPA का उपयोग करके लेनदेन किया जा सकता है। व्यक्ति अपने बैंक खाते को BHIM इंटरफेस से आसानी से

लिंक कर सकता है। कई बैंक खातों को लिंक करना भी संभव है। BHIM ऐप का उपयोग कोई भी व्यक्ति कर सकता है जिसके पास मोबाइल नंबर, डेबिट कार्ड और वैध बैंक खाता है। पैसा अलग-अलग बैंक खातों, वर्चुअल एड्रेस या आधार नंबर पर भेजा जा सकता है। कई बैंक भी हैं, जिन्होंने एनपीसीआई(NPCI) और बीएचआईएम(BHIM) के साथ मिलकर ग्राहकों को इस इंटरफ़ेस का उपयोग करने की अनुमति दी है।

### 19.1 BHIM ऐप का उपयोग कैसे करें -

- BHIM ऐप डाउनलोड करें।
- BHIM ऐप इंस्टॉल करें।
- बैंक खाते से जुड़ा मोबाइल नंबर प्रदान करके सेवा के लिए एक भाषा चुनें।
- बैंक से संबंधित जानकारी जोड़ें और दिए गए निर्देशों का पालन करके एक UPI पिन सेट करें।

### 20. यूपीआई

एक यूनिफाइड पेमेंट इंटरफ़ेस (UPI) एक स्मार्टफोन एप्लीकेशन है, जो उपयोगकर्ताओं को बैंक खातों के बीच धन हस्तांतरित करने की अनुमति देता है। यह नेशनल पेमेंट्स कॉरपोरेशन ऑफ इंडिया (NPCI) द्वारा विकसित सिंगल-विंडो मोबाइल भुगतान प्रणाली है। यह हर बार ग्राहक द्वारा लेनदेन शुरू करने पर बैंक विवरण या अन्य संवेदनशील जानकारी दर्ज करने की आवश्यकता को समाप्त करता है।

यूनिफाइड पेमेंट इंटरफ़ेस एक रियल-टाइम पेमेंट सिस्टम है। यह सिंगल दो-क्लिक कारक प्रमाणीकरण प्रक्रिया के माध्यम से पीयर टू पीयर अंतर-बैंक हस्तांतरण को सक्षम करने के लिए डिज़ाइन किया गया है। इंटरफ़ेस भारतीय रिज़र्व बैंक (RBI), भारत के केंद्रीय बैंक द्वारा नियंत्रित किया जाता है। यह एक मोबाइल प्लेटफॉर्म पर दो बैंक खातों के बीच पैसे ट्रांसफर करके और 24/7 आधार पर और साल के सभी 365 दिनों में रिक्वेस्ट कलेक्ट करने का काम करता है। सिस्टम को दो पक्षों के बीच धन हस्तांतरित करने का एक सकुशल और सुरक्षित तरीका कहा जाता है, और भौतिक नकदी या बैंक के माध्यम से लेनदेन करने की आवश्यकता को समाप्त करता है।

#### 20.1 यूनिफाइड पेमेंट इंटरफ़ेस (UPI) कैसे काम करता है -

UPI मौजूदा सिस्टम का उपयोग करता है, जैसे कि तत्काल भुगतान सेवा (IMPS) और आधार सक्षम भुगतान प्रणाली (AEPS), खातों में निर्बाध भुगतान सुनिश्चित करने के लिए। एक वर्चुअल भुगतान पता (VPA) की आवश्यकता होती है। बाजार में कई UPI (यूनिफाइड पेमेंट इंटरफेस) ऐप हैं और यह एंड्रॉइड और iOS दोनों प्लेटफॉर्म पर उपलब्ध है।

सेवा का उपयोग करने के लिए एक वैध बैंक खाता और एक पंजीकृत मोबाइल नंबर होना चाहिए, जो उसी बैंक खाते से जुड़ा हो। यूपीआई का उपयोग करने के लिए कोई लेनदेन शुल्क नहीं है। इसके माध्यम से, ग्राहक पैसे भेज सकता है और प्राप्त कर सकता है और एकाउंट बैलेंस की पूछताछ कर सकता है। यह पुश (भुगतान) और पुल (प्राप्त) लेनदेन की सुविधा देता है और यहां तक कि कई आवर्ती भुगतान जैसे कि उपयोगिता बिल, स्कूल फीस और अन्य सब्सक्रिप्शन के लिए भी काम करता है।

एक बार एक एकल पहचानकर्ता स्थापित होने के बाद, सिस्टम क्रेडिट या डेबिट कार्ड, नेट बैंकिंग या खाता विवरण दर्ज करने की आवश्यकता के बिना मोबाइल पेमेंट को निष्पादित करने की अनुमति देता है। यह न केवल संवेदनशील जानकारी की अधिक सुरक्षा सुनिश्चित करता है , बल्कि उन लोगों को भी जोड़ता है , जिनके पास स्मार्ट फोन के माध्यम से बैंक खाते हैं, जो परेशानी से मुक्त लेनदेन करते हैं। कुल मिलाकर, UPI से तात्पर्य कम नकद लेनदेन से है और संभावित रूप से अनबैंकड जनसंख्या को कम करता है।

## 20.2 UPI का उपयोग कैसे करें ?

- Android या iOS प्लेटफॉर्म पर ऐप डाउनलोड करें।
- बैंक खाता विवरण प्रदान करके सर्विस के लिए पंजीकरण करें।
- VPA बनाएं।
- MPIN प्राप्त करें (मोबाइल बैंकिंग व्यक्तिगत पहचान संख्या) ।