

खंड 5

ऑनलाइन पोर्टल और आवेदन

ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

खंड 5 ऑनलाइन पोर्टल और आवेदन

यह पाठ्यक्रम "ई-कॉमर्स" का पांचवा और अंतिम खंड है। यह खंड आपको इलेक्ट्रॉनिक रिटेलिंग, विभिन्न सेवाओं में इंटरनेट की सहायता और वस्तुओं और सेवाओं के अनुप्रयोग आधारित बिक्री और विनिमय के बारे में परिचित करेगा। यह खंड शिक्षार्थियों को विभिन्न प्रकार की सेवाओं के लिए विभिन्न ऑनलाइन पोर्टलों और ऐप्स के उपयोग को समझने के लिए संरचित है। "ऑनलाइन पोर्टल और आवेदन" विषय पर खंड में तीन इकाइयां शामिल हैं, जिसका विवरण नीचे दिया गया है:

- **इकाई -13:** यह इकाई ई-शॉपिंग और ई-टेलिंग की अवधारणा, कैसे यह ई-रिटेलिंग से अलग है, खरीदारों और खुदरा विक्रेताओं दोनों के लिए ई-रिटेलिंग के विभिन्न फायदे और नुकसान के बारे में बताती है। इकाई ई-टेलिंग मिक्स के साथ-साथ विभिन्न ई-टेलिंग मॉडल और भारतीय संदर्भ में ई-टेलिंग के अवलोकन के बारे में भी बताती है।
- **इकाई -14:** यह इकाई विभिन्न सेवाओं जैसे वित्तीय सेवाओं, यात्रा सेवाओं, नीलामी सेवाओं, सीखने, यात्रा, प्रकाशन और मनोरंजन उद्योग आदि में इंटरनेट के महत्व की व्याख्या करती है।
- **इकाई -15:** यह इकाई शिक्षार्थियों को ऐप आधारित कॉमर्स से परिचित कराती है। साथ ही इकाई एप्लिकेशन बनाने के लिए इकाई ऐप डेवलपमेंट, बिजनेस फ्रेमवर्क, उपयुक्त तकनीक और मार्केटिंग रणनीतियों के पीछे की अवधारणा के बारे में बताती है।

इकाई 13 ई-टेलिंग

इकाई की रूपरेखा

- 13.0 उद्देश्य
- 13.1 प्रस्तावना
- 13.2 ई-टेलिंग
- 13.3 ई-टेलिंग मॉडल
- 13.4 ई-रिटेल मिक्स - 7 Cs
- 13.5 भारत में ई-टेलिंग
- 13.6 सारांश
- 13.7 शब्दावली
- 13.8 बोध प्रश्नों के उत्तर
- 13.9 स्वपरख प्रश्न

13.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने के बाद, आप इस योग्य हो सकेंगे कि:

- ई-टेलिंग की अवधारणा की व्याख्या कर सकें;
- खुदरा विक्रेताओं और खरीदारों को ई-टेलिंग के फायदे और नुकसान को समझ सकें;
- ई-टेलिंग के मॉडल को समझ सकें;
- ई-रिटेल मिक्स को समझ सकें; तथा
- भारत में ई-टेलिंग को समझ सकें।

13.1 प्रस्तावना

ई-शॉपिंग या ऑनलाइन शॉपिंग उन व्यापारियों से सामान और सेवाएँ खरीदने की प्रक्रिया है जो इंटरनेट पर अपने उत्पाद बेचते हैं। किसी उत्पाद को ऑनलाइन ढूँढना स्थानीय स्टोर में ढूँढने की तुलना में बहुत आसान है। इलेक्ट्रॉनिक रिटेलिंग (ई-टेलिंग) इंटरनेट के माध्यम से वस्तुओं और सेवाओं की बिक्री है। इसमें व्यापार-से-व्यापार (B2B) और व्यवसाय-से-उपभोक्ता (B2C) उत्पादों और सेवाओं की बिक्री शामिल हो सकती है। इसके लिए कंपनियों को इंटरनेट बिक्री पर कब्जा करने के लिए अपने व्यापार मॉडल को तैयार करने की आवश्यकता होती है, जिसमें वितरण चैनल जैसे वेयरहाउस, इंटरनेट वेबपेज और उत्पाद शिपिंग केंद्रों का निर्माण शामिल हो सकता है। विशेष रूप से, मजबूत वितरण चैनल

इलेक्ट्रॉनिक रिटेलिंग के लिए महत्वपूर्ण हैं क्योंकि यह एक माध्यम है हैं जो उत्पाद को ग्राहक तक ले जाते हैं। इसमें कंपनियों और उद्योगों की एक विस्तृत श्रृंखला शामिल है। हालांकि, अधिकांश ई-टेलिंग कंपनियों के बीच समानताएं हैं जिनमें एक आकर्षक वेबसाइट, ऑनलाइन मार्केटिंग रणनीति, उत्पादों या सेवाओं का कुशल वितरण और ग्राहक डेटा विश्लेषण शामिल हैं।



चित्र 13.1: ई-टेलिंग

सफल ई-टेलिंग के लिए मजबूत ब्रांडिंग की आवश्यकता होती है। वेबसाइट्स को उपभोक्ताओं की बदलती मांगों को पूरा करने के लिए आकर्षक, आसानी से नेविगेट करने योग्य और नियमित रूप से अपडेट किया जाना चाहिए। उत्पादों और सेवाओं को प्रतियोगियों के उत्पाद से अलग होने और उपभोक्ताओं के जीवन में मूल्य जोड़ने की आवश्यकता है। इसके अलावा, एक कंपनी के उत्पादों की प्रतिस्पर्धी कीमत होनी चाहिए ताकि उपभोक्ता केवल लागत के आधार पर एक उत्पाद के स्थान पर दूसरे को प्राथमिकता न दे। ई-टेलर्स को मजबूत वितरण नेटवर्क की आवश्यकता होती है जो तीव्र और कुशल हों। उपभोक्ता उत्पादों या सेवाओं के वितरण के लिए लंबे समय तक इंतजार नहीं कर सकते। व्यवसाय प्रथाओं में पारदर्शिता भी महत्वपूर्ण है, जिससे उपभोक्ता एक कंपनी पर भरोसा करें और वफादार रहें।

13.2 ई-टेलिंग

रिटेल लाभ कमाने के लिए वितरण के कई चैनलों के माध्यम से ग्राहकों को उपयोगी वस्तुओं या सेवाओं को बेचने की प्रक्रिया है। खुदरा विक्रेता आपूर्ति श्रृंखला के माध्यम से पहचान की मांग को पूरा करते हैं। शब्द "रिटेलर" आमतौर पर ऐसी जगह प्रयोग होता है जहां एक सेवा प्रदाता अंतिम उपभोक्ताओं कि छोटी छोटी ज़रूरतों कि पूर्ति करता है, बजाय बड़ी संख्या में होलसेल, कॉर्पोरेट या सरकारी ग्राहकों के। इस प्रकार, खुदरा एक भौतिक स्थान पर माल की बिक्री है जहां विक्रेता और खरीदार व्यक्तिगत रूप से मिलते हैं। जबकि ई-टेल इंटरनेट पर माल की बिक्री है जहां लेनदेन एक डिजिटल वातावरण में होता है। ई-टेलिंग के विभिन्न लोकप्रिय विक्रेता अमेज़न, फ्लिपकार्ट, ज़ोमैटो, स्विगी, मेकमाईट्रिप आदि हैं, और खुदरा विक्रेता वॉलमार्ट, मैकडॉनल्ड्स, बिग बाज़ार आदि हैं।



ई-टेल



खुदरा

चित्र 13.2: ई-टेल बनाम खुदरा

ई-टेलिंग को ई-रिटेलिंग के रूप में जाना जाता है, जिसे "इंटरनेट या अन्य इलेक्ट्रॉनिक स्रोतों के माध्यम से उपभोक्ताओं द्वारा व्यक्तिगत को घरेलू उपयोग के लिए" वस्तुओं और सेवाओं की बिक्री के रूप में जाना जाता है।

ई-रिटेलिंग शब्द का विकास पहली बार यूरोपीय देशों में हुआ था। इसमें निष्क्रिय और इंटरैक्टिव दोनों खुदरा प्रणाली है, जबकि सभी ई-टेलिंग आम तौर पर निष्क्रिय होती है। एयर टिकटिंग और अन्य मनोरंजन बुकिंग को ज्यादातर इंटरैक्टिव सिस्टम में डिज़ाइन किया गया है। ई-टेलिंग की विभिन्न विशेषताएं निम्नवत् हैं :

- समय और श्रम की बचत
- घर पर खरीदारी की सुविधा
- उत्पादों की व्यापक विविधता
- अच्छी छूट / कम कीमत
- उत्पाद के बारे में विस्तृत जानकारी
- विभिन्न मॉडलों / ब्रांडों की तुलना में आसानी

ई-टेलर्स के कई प्रकार ये दो में से सबसे लोकप्रिय हैं:

- 1) **प्योर प्ले (वर्चुअल) ई-रिटेलर्स-** ये वे रिटेलर्स जो केवल इलेक्ट्रॉनिक लेनदेन करते हैं और इनके पास ग्राहकों के लिए कोई भौतिक आउटलेट नहीं होता है। इसके उदाहरण अमेज़न, फ्लिपकार्ट इत्यादि है।
- 2) **ब्रिक एंड क्लिक (क्लिक-एंड-मोर्टार) ई-रिटेलर्स-** ये वे विक्रेता है जो ऑनलाइन और ऑफलाइन दोनों में लेन देन करते है। इसके उदाहरण डेल, ग्रॉफर इत्यादि है।

ई-टेलिंग के विभिन्न फायदे हैं और साथ ही नुकसान भी जो दोनों टेलर्स खरीदारों के लिए नीचे समझाया गया है:

खुदरा विक्रेताओं के लिए ई-टेलिंग के लाभ:

- 1) **स्थान उपयोगिता:** अपने उपभोक्ताओं को सुविधा उपयोगिता प्रदान करने के लिए पारंपरिक खुदरा बिक्री प्रक्रिया के लिए स्थान अत्यंत महत्वपूर्ण है। हालांकि, ई-टेलिंग

में स्थान महत्वपूर्ण नहीं है। खुदरा विक्रेताओं और ग्राहकों को ई-टेलिंग के लिए इंटरनेट की आवश्यकता होती है और लेनदेन देश या विदेश में कहीं से भी हो सकता है।

- 2) **कम खर्चीला:** संगठित खुदरा बिक्री की तुलना में, ई-टेलिंग कम खर्चीला है क्योंकि यह सेल्समैन और परिसर की लागत और रखरखाव की मजदूरी बचाता है। इंटरनेट खर्च अन्य खर्च की तुलना में ये खर्च कम हैं।
- 3) **व्यापक पहुंच:** ई-टेलिंग में ग्राहकों के साथ समन्वय अधिक है क्योंकि ग्राहक स्थानीय, राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय हो सकते हैं। इंटरनेट के माध्यम से, ई-टेलर्स बड़ी संख्या में ग्राहकों तक पहुंच सकते हैं।
- 4) **24 X 7 व्यवसाय:** ग्राहकों के लिए ई-टेलिंग में समय की उपयोगिता अधिक है क्योंकि ग्राहक उत्पादों और सेवाओं को कहीं से भी और कभी भी 24X7 खरीद सकते हैं।
- 5) **प्रतिक्रिया:** उपभोक्ताओं की प्रतिक्रिया के आधार पर ई-टेलिंग में ग्राहक संबंध प्रबंधन करना आसान है।

खुदरा विक्रेताओं के लिए ई-टेलिंग का नुकसान

- 1) **बुनियादी ढांचे में कमी:** इंटरनेट की पहुंच और कनेक्टिविटी की समस्या ई-टेलिंग गतिविधियों के कामकाज में समस्याएं पैदा करते हैं। साथ ही, ई-टेलिंग में प्रारंभिक निवेश लागत बहुत अधिक है।
- 2) **तकनीकी विशेषज्ञता का अभाव:** एक ऑनलाइन रिटेलिंग परियोजना शुरू करने के लिए तकनीकी विशेषज्ञता होना ज़रूरी है और जो खुदरा विक्रेताओं के पास नहीं है।
- 3) **जटिल लॉजिस्टिक प्रबंधन:** आंतरिक और बाहरी चुनौतियां ई-टेलिंग लॉजिस्टिक्स में जटिलताओं को बढ़ाती हैं। जैसे कैश ऑन डिलीवरी से परिचालन चक्र बढ़ता है, रिटर्न की उच्च दरों का प्रबंधन, ग्रामीण क्षेत्रों में खराब रसद प्रबंधन और क्रॉस-नेशन शिपमेंट में समस्याएं।
- 4) **ग्राहकों की अपेक्षाएँ:** वितरण में लचीलेपन के संदर्भ में, विस्तृत उत्पाद विवरण, लागत और वितरण की सुरक्षा, लचीले भुगतान विकल्प ग्राहकों की उच्च अपेक्षाओं को निर्धारित करते हैं।
- 5) **व्यक्तिगत स्पर्श का अभाव:** आमने-सामने बातचीत की कमी के कारण ग्राहकों को समझने एवं उनके प्रश्नों के निवारण में जटिलता, ई-टेलिंग में एक बड़ा नुकसान होता है।
- 6) **उच्च प्रतिस्पर्धा:** ई-टेलर्स को बाजार में संगठित और असंगठित खुदरा विक्रेताओं के साथ-साथ अन्य ई-टेलर्स के साथ प्रतिस्पर्धा करना पड़ता है जो उनके लिए प्रतिस्पर्धा को बढ़ाते हैं।

खरीदारों के लिए ई-टेलिंग के फायदे

- 1) समय उपयोगिता क्योंकि उपभोक्ताओं को 24X7 खरीददारी की सुविधा होती है।
- 2) स्थान उपयोगिता क्योंकि उपभोक्ता को कहीं से भी खरीदारी कर सकते हैं।

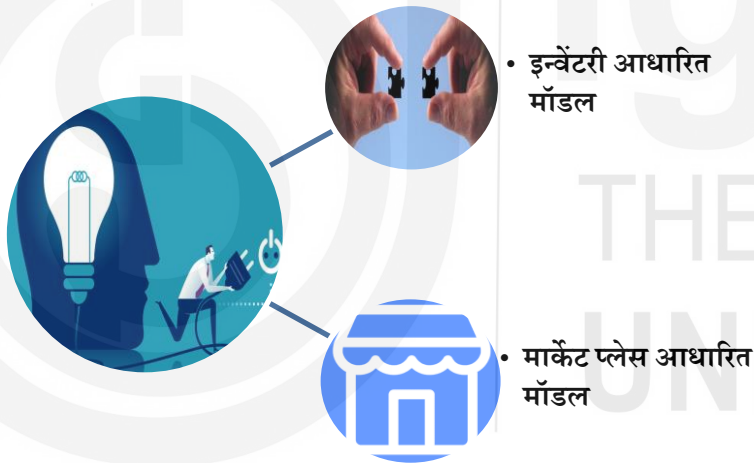
- 3) सुविधा उपयोगिता क्योंकि उपभोक्ता को कंप्यूटर, लैपटॉप या मोबाइल के माध्यम से किसी भी मोड से खरीदारी कर सकते हैं।
- 4) विकल्प उपयोगिता के रूप में उपभोक्ताओं को ई-टेलिंग के माध्यम से विकल्प की एक विस्तृत श्रृंखला मिल सकती है।

खरीदारों के लिए ई-टेलिंग का नुकसान

- 1) ग्राहक ऑनलाइन पेश किए जाने वाले उत्पादों और सेवाओं की गुणवत्ता के बारे में अनिश्चित हो सकते हैं।
- 2) ऑनलाइन धोखाधड़ी और धन की हानि के बारे में डर।
- 3) हर बार हर उत्पाद उपलब्ध नहीं होते हैं।
- 4) तकनीकी जानकारी का अभाव।

13.3 ई-टेलिंग मॉडल

ई-टेलिंग के दो मॉडल नीचे दिए गए हैं:



चित्र 13.3: ई-टेलिंग बिजनेस मॉडल

- 1) **इन्वेंटरी आधारित मॉडल:** भारत में एफ डी आई नीति के अनुसार, "ई-कॉमर्स के इन्वेंटरी मॉडल का मतलब एक ई-कॉमर्स गतिविधि है जहां माल और सेवाओं की सूची ई-कॉमर्स इकाई के स्वामित्व में है और उपभोक्ताओं को सीधे बेची जाती है।" इसमें ई-टेलिंग गतिविधियां शामिल हैं जहां उत्पादों और सेवाओं की सूची ई-टेलर्स के स्वामित्व में है और यह सीधे ग्राहकों को बेचा जाता है। इस मॉडल की मुख्य विशेषता है एंड टू एंड प्रोसेस यानी उत्पाद की खरीद से लेकर लॉजिस्टिक्स और अंत में उत्पादों को भेजने तक। उदाहरण - अलीबाबा, जबॉन्ग।
- 2) **मार्केटप्लेस आधारित मॉडल:** एफ डी आई नीति के दिशानिर्देश के अनुसार, "ई-कॉमर्स का मार्केटप्लेस मॉडल का अर्थ है एक डिजिटल और इलेक्ट्रॉनिक नेटवर्क पर ई-कॉमर्स इकाई द्वारा खरीदार और विक्रेता के बीच एक सुविधा के रूप में कार्य करने के

लिए सूचना प्रौद्योगिकी मंच प्रदान करना।" यह मॉडल एक ऐसा मंच प्रदान करता है जहां खरीदार और विक्रेता लेनदेन को कुशल, पारदर्शी और विश्वसनीय वातावरण में करते हैं। यहां, खरीदार कीमतों की तुलना कर सकते हैं और तदनुसार आदेशों को वेबसाइट पर अधिकृत विक्रेताओं को दे सकते हैं। प्रमुख रूप से, अमेज़न, पेटीएम मॉल और फ्लिपकार्ट जैसे ई-टेलर्स बाजार-आधारित मॉडल का अभ्यास करते हैं। उदाहरण के लिए, जब खरीदार अमेज़न इंडिया पर लॉगिन करता है और एक पंजीकृत विक्रेता को ऑर्डर देता है, तो अमेज़न इंडिया यहां मध्यस्थ के रूप में कार्य करता है। इसके बाद, पंजीकृत विक्रेता लॉजिस्टिक्स का ध्यान रखता है और ग्राहकों को उत्पादों को भेजता है।

बोध प्रश्न क:

1) प्योर प्ले ई-रिटेलर से आप क्या समझते हैं?

.....
.....
.....
.....

2) खुदरा विक्रेताओं के लिए ई-टेलिंग के नुकसान क्या हैं?

.....
.....
.....
.....

3) खरीदारों के लिए ई-टेलिंग के क्या फायदे हैं?

.....
.....
.....
.....

4) इन्वेंटरी आधारित ई-टेलिंग मॉडल क्या है?

.....
.....
.....
.....

13.4 ई रिटेल मिक्स - 7Cs

ई-रिटेल मिक्स को विभिन्न तकनीकों और उपकरणों के रूप में परिभाषित किया गया है जो ई-रिटेलर्स ग्राहकों के लिए मूल्य प्रदान करने के लिए उपयोग करते हैं। ई-टेलिंग मिक्स 7Cs का

संयोजन है जिसमें पहले चार C ई। जेरोम मैक्कार्थी (1960) द्वारा प्रस्तावित 4Ps, अर्थात् उत्पाद, मूल्य स्थान और संवर्धन के समान हैं। 1990 में लाटरबार्न ने ग्राहकों के 4Cs अर्थात् ग्राहकों के लिए सुविधा, ग्राहक मूल्य और लाभ, ग्राहक लागत, ग्राहक संचार और संबंध प्रदान किए। हालांकि, प्रतिमान बदलाव के साथ, सूची में और अधिक Cs जोड़े गए अर्थात्, ग्राहक संबंध; कम्प्यूटिंग और श्रेणी प्रबंधन मुद्दे; ग्राहक मताधिकार और ग्राहक सेवा। ग्राहक संबंध उपभोक्ताओं के साथ दीर्घकालिक संबंध पर जोर देता है और उनके साथ निरंतर बातचीत का अनुसरण करता है। इसलिए, ग्राहक संबंध संचार के साथ विलय हो गया और अंत में 7Cs हैं।



* स्रोत: यह मक्कार्थी (1960) 4Ps और लौटरबार्न 's (1990) 4C से लिया गया है

चित्र 13.4: ई-रिटेल मिक्स- बिक्री 7C

निम्न तालिका संक्षेप में 7C का वर्णन करती है।

C1: ग्राहक के लिए सुविधा (प्लेस 4Ps से)

- भौतिक स्थान
- मल्टी-चैनल विकल्प: वेब ब्राउज़ करें, स्टोर में खरीदें या इसके विपरीत - या वेब पर खरीदें, वापसी के लिए स्टोर पर लौटें
- आभासी स्थान और वेबसाइट को खोजने में आसानी: सर्च इंजन के साथ पंजीकरण, ई-मॉल में स्थान और सहयोगियों से लिंक
- वेबसाइट डिजाइन: कनेक्टिविटी; पथ प्रदर्शन; 'शेल्फ' स्थान आवंटन और खरीद में आसानी।
- लेआउट: 'फ्री-फ्लो'; 'ग्रिड'; या grid फ्री-ग्रिड

C2: ग्राहक मूल्य और लाभ (उत्पाद)

- ग्राहकों द्वारा वांछित संतुष्टि

- समस्याओं अथवा सुखद अनुभव का समाधान
- निर्दिष्ट करें (कभी-कभी डिजाइन) उत्पाद ग्राहक के लिए निकटता को दर्शाते हैं और लाभ जो ग्राहक चाहते हैं
- बिक्री के लिए पेश किए गए उत्पादों की श्रेणी का चयन करना - विविध स्रोतों से लक्षित बाजारों के लिए इकट्ठा होना
- विस्तृत और / या गहरी श्रेणी - जहाँ e क्लिक 'ई-रिटेलर icks ब्रिक्स' रिटेल के सापेक्ष स्कोर कर सकता है।
- सामग्री: ग्राहकों के मूल्य और लाभ की शर्तों में स्पष्ट रूप से उत्पादों के एक आकर्षक प्रस्ताव का वर्णन करना
- यथासंभव उत्पादों को ग्राहकों की इच्छा के अनुकूल बनाना

C3: ग्राहक को लागत (मूल्य)

- वास्तविक लागत जो ग्राहक भुगतान करते हैं उसमें परिवहन, भाड़ा और कर सम्मिलित होते हैं
- इंटरनेट टेलीफोन एक्सेस की लागत
- ग्राहकों की धारणाएं कि कीमतें स्टोर की तुलना में ऑनलाइन सस्ती होनी चाहिए

C4: संचार और ग्राहक संबंध (संवर्धन)

संचार एक दो-तरफा प्रक्रिया है जिसमें ग्राहकों से लेकर आपूर्तिकर्ताओं तक की प्रतिक्रिया भी होती है इसमें निम्नलिखित तत्व शामिल हैं:

- विपणन अनुसंधान सर्वेक्षण
- जनसंपर्क (पीआर)
- प्रत्यक्ष मेल
- ई-मेल
- इंटरनेट
- ऑफ़लाइन विज्ञापन जैसे पत्रिकाओं और समाचार पत्रों के 'यहां क्लिक करें' वाले भाग
- ऑनलाइन तरीकों में बैनर विज्ञापन और पॉप-अप (अक्सर प्रोत्साहन) शामिल हैं; सर्च इंजन और निर्देशिका में लिस्टिंग के लिए भुगतान और सहबद्ध कार्यक्रम
- वायुमंडल और वेब वायुमंडल: दृश्य (सजावट, रंग प्रबंधन, वीडियो क्लिप, 3 डी), तेल कारखाने (इत्र और नमूने), स्पर्श (चिकनी और शांत या नरम और cuddly - दृश्यों या नमूनों द्वारा संप्रेषित) और मौखिक (संगीत)। (लेकिन लंबे समय वाले डाउनलोड से बचने की आवश्यकता है - 'ब्रॉडबैंड के लिए यहां क्लिक करें')।
- ग्राहक संबंध

1. दुकान में बिक्री प्रतिनिधि मौखिक और गैर-मौखिक (शरीर की भाषा) संचार का उपयोग करते हैं

2. मार्केटिंग डेटाबेस और लॉयल्टी स्कीम
3. ई-रिटेलर ग्राहक संबंध प्रबंधन (सीआरएम) और डेटा माईनिंग से विशेष ग्राहकों को विशेष उत्पाद प्रदान करके उत्पाद मूल्य में वृद्धि कर सकता है।

C5: कम्प्यूटिंग और श्रेणी प्रबंधन मुद्दे

- उन उत्पादों की आपूर्ति करना जो ग्राहक चाहते हैं, सही आकार और मात्रा में, सही समय पर और सही जगह पर
- आपूर्तिकर्ताओं और खुदरा विक्रेताओं के बीच कंप्यूटर नेटवर्क लिंक के साथ कुशल आपूर्ति श्रृंखलाएं स्टॉक विस्थापन को कम करना और प्रतिक्रिया की गति बढ़ाना: क्यूआर या ईसीआर
- आपूर्तिकर्ताओं और (ई) खुदरा विक्रेताओं के बीच सहयोग का लक्ष्य स्टॉक और लागत को कम संतुष्टि में वृद्धि हेतु संतोषजनक ग्राहकों की दक्षता में सुधार करना है। बड़े पैमाने पर, यह इकाई श्रेणी प्रबंधन (CM) है, जो रणनीतिक व्यावसायिक इकाइयों के रूप में श्रेणियों के प्रबंधन की खुदरा / आपूर्तिकर्ता प्रक्रिया है
- कुशल रसद प्रणाली ग्राहक देखभाल और सेवा का एक महत्वपूर्ण घटक है

C6: ग्राहक मताधिकार

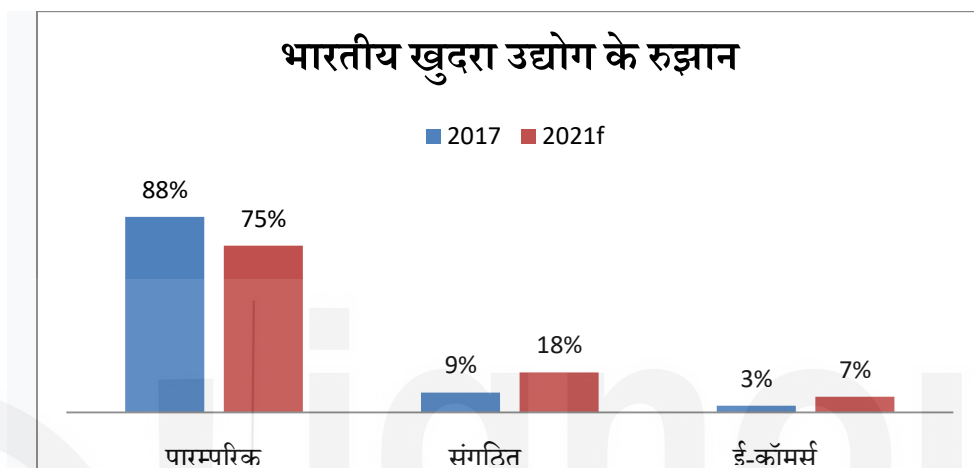
- छवि, विश्वास और ब्रांडिंग - गुणवत्ता, में दीर्घकालिक निवेश कॉर्पोरेट संचार एवं ग्राहक देखभाल और सेवा
- धोखाधड़ी संरक्षण और विवाद समाधान सहित सुरक्षा उपाय
- सुरक्षित खरीदारी आइकन, उदाहरण वेब व्यापारी

C7: ग्राहक देखभाल और सेवा

- एक सुलभ प्रारूप में प्रतिस्पर्धी कीमतों पर वर्गीकरण करना
- ग्राहक के लिए सुविधाजनक समय पर तीव्र और विश्वसनीय रूप से उत्पादों की उपलब्धता
- सहायता की उपलब्धता; वापसी की सुविधा
- 'ब्रिक्स' के खुदरा विक्रेता के लिए कार्मिक महत्वपूर्ण हैं
- ई-रिटेलर के लिए क्लिक- द्वारा टेलीफोन सहायता, बुलेटिन बोर्ड और चैट रूम अनुभव को अधिक इंटरैक्टिव बनाते हैं और समुदाय को जोड़ते हैं।
- विशेष रूप से क्रेडिट कार्ड सुरक्षा के लिए ग्राहक चिंताओं को संबोधित करते हुए, उदाहरण के लिए, 'पैडलॉक' सुरक्षित साइट लोगो प्रदर्शित करता है।

13.5 भारत में ई-टेलिंग

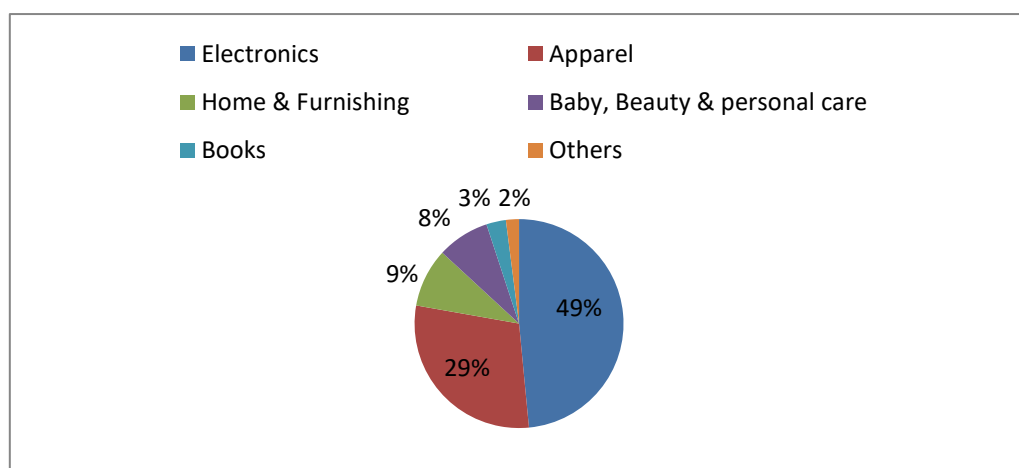
भारत में, ई टेलिंग काफी हद तक बढ़ी है और अभी भी इंटरनेट की व्यापक पहुँच और स्मार्ट फोन की उपलब्धता के कारण बाजार में पैठ बना रही है। इसके अलावा, ई-बैंकिंग सेवाओं और डिजिटल वॉलेट्स ने भारत में ई-टेलिंग प्रवृत्तियों को बढ़ावा दिया है। इसलिए, ई-रिटेलर्स ओमनी-चैनल विधि, सेलिब्रिटी एंडोर्समेंट, सोशल मीडिया मार्केटिंग और डिजिटल प्रभावकों द्वारा भारतीय बाजार को हासिल करने के लिए दृष्टिकोणों का विकास कर रहे हैं।



* स्रोत: KONNECTED to consumers; Economist Intelligence Unit, accessed in April 2018; Media articles; Indian Retail Industry: Growth, Trends, Challenges, and Opportunity, India Retailing, 16 November 2017; Deloitte analysis.

चित्र 13.5: भारतीय खुदरा उद्योग के रुझान

हालिया रिपोर्टों और विश्लेषण के अनुसार, ई-टेलिंग बाजार को इलेक्ट्रॉनिक्स और परिधान द्वारा प्रभाव में ले लिया गया है। इसलिए, भारत में ई-टेलिंग उद्योग में गेम चेंजर घटनाओं के रूप में इंटरनेट पैठ, मोबाइल का उपयोग, सामाजिक वाणिज्य के आगमन, प्रौद्योगिकी को अपनाने, ओमनी-चैनल और डिजिटल वॉलेट हैं। ई-टेलिंग में बेचे जाने वाले उत्पादों की प्रमुख श्रेणियां निम्नलिखित हैं।



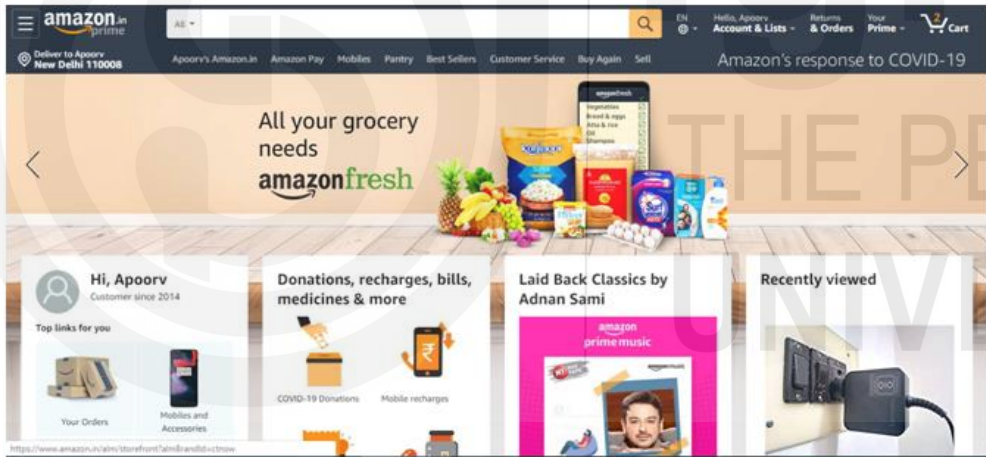
* स्रोत: Industry discussions, KPMG in India analysis

चित्र 13.6: मूल्य द्वारा ई-रिटेल बाजार

प्रमुख खिलाड़ी

भारत में प्रमुख ई-टेलर्स निम्नलिखित हैं, जिनके बारे में संक्षिप्त रूप से नीचे बताया गया है:

- 1) **अमेज़न:** अमेज़न 750,000 कर्मचारियों के साथ सिएटल में स्थित एक अमेरिकी बहुराष्ट्रीय समूह प्रौद्योगिकी कंपनी है। यह ई-कॉमर्स, आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस, डिजिटल स्ट्रीमिंग और क्लाउड कंप्यूटिंग में काम करता है। अमेज़न की स्थापना जेफ बेजोस ने जुलाई 1994 में बेल्लेव्यू में की थी। कंपनी ने शुरू में किताबों के लिए एक ऑनलाइन बाज़ार के रूप में शुरुआत की, लेकिन बाद में इलेक्ट्रॉनिक्स, सॉफ्टवेयर, वीडियो गेम, परिधान, फर्नीचर, भोजन, खिलौने और आभूषण की बिक्री की शुरुआत की राजस्व की बात की जाए तो अमेज़न सबसे बड़ी इंटरनेट कंपनी है और दुनिया की सबसे मूल्यवान कंपनी है। अमेज़न विभिन्न उत्पादों की पेशकश करते हैं, जिनमें से कुछ निम्नलिखित हैं
 - 1) उपभोक्ता उपकरण - इको डिवाइस, फायर स्टिक, फायर टीवी, किंडल ई-रीडर
 - 2) स्ट्रीमिंग सेवाएं - अमेज़न प्राइम, अमेज़न म्यूज़िक, ट्विच और श्रव्य सहायक
 - 3) क्लाउड कम्प्यूटिंग सेवाएं - अमेज़न वेब सेवाएँ
 - 4) आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस - एलेक्सा (आभासी सहायता)
 - 5) ऑनलाइन भुगतान पोर्टल - अमेज़न पे



चित्र 13.7: अमेज़न

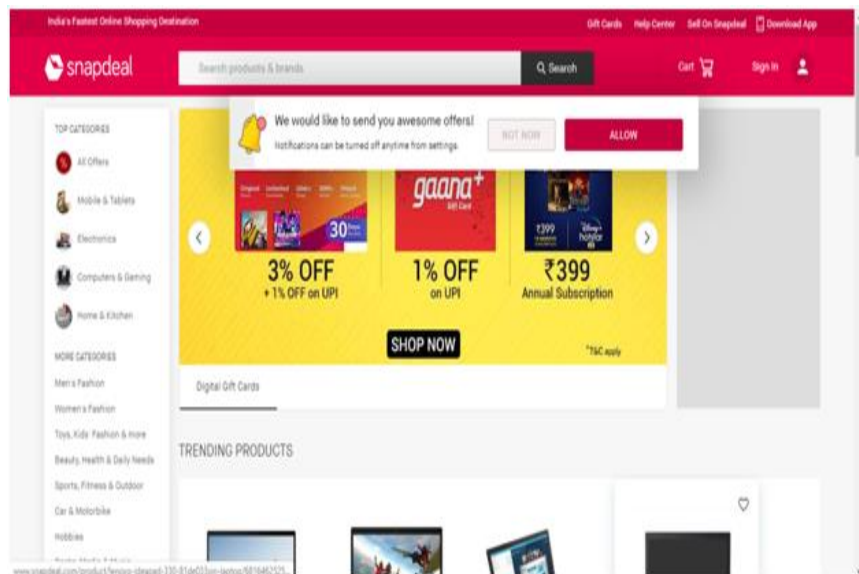
- 2) **फ्लिपकार्ट:** फ्लिपकार्ट एक भारतीय ई-कॉमर्स कंपनी है जो बेंगलुरु, भारत में स्थित है। इसकी स्थापना सचिन बंसल और बिन्नी बंसल ने 2007 में की थी, जो अमेज़न के पूर्व कर्मचारी थे। अमेज़न की तरह, कंपनी ने पहले ऑनलाइन पुस्तक बिक्री पर ध्यान केंद्रित करना शुरू किया, और बाद में उपभोक्ता इलेक्ट्रॉनिक्स, फैशन, घरेलू आवश्यक किराने का सामान, और जीवन शैली उत्पादों जैसे अन्य उत्पादों में विस्तार किया। मित्रा और जबॉन्ग के रणनीतिक अधिग्रहण के बाद फ्लिपकार्ट परिधान की बिक्री में एक प्रमुख भूमिका निभाता है। इसका मुख्य प्रतिद्वंद्वी अमेज़न और स्नेपडील है। फ्लिपकार्ट मोबाइल भुगतान सेवा फ़ोनपे का भी मालिक है। अगस्त 2018 में, यू.एस.-आधारित खुदरा श्रृंखला वॉलमार्ट ने अमेज़न के साथ 16 बिलियन अमेरिकी डॉलर के लिए बोली लगाने वाले युद्ध में 77% नियंत्रण हिस्सेदारी का अधिग्रहण किया, जिसका मूल्य

20 बिलियन डॉलर था। फ्लिपकार्ट ने अमेजन प्राइम वीडियो सेवाओं के साथ प्रतिस्पर्धा में फ्लिपकार्ट वीडियो नाम से वीडियो स्ट्रीमिंग शुरू की है।



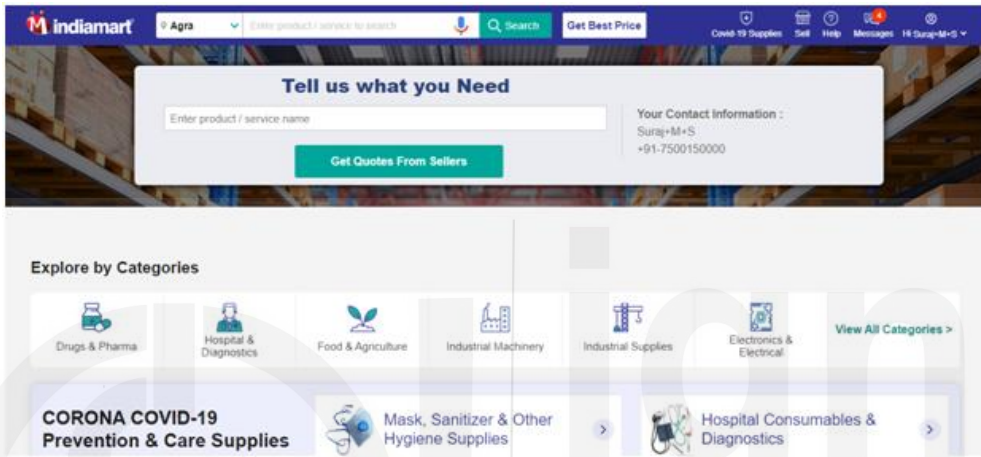
चित्र 13.8: फ्लिपकार्ट

- 3) **स्नैपडील:** स्नैपडील एक भारतीय ई-कॉमर्स कंपनी है जो नई दिल्ली, भारत में स्थित है। यह कुणाल बहल और रोहित बंसल द्वारा 4 फरवरी 2010 को दैनिक सौदों के मंच के रूप में स्थापित किया गया था, लेकिन बाद में सितंबर 2011 में इसका विस्तार ऑनलाइन मार्केटप्लेस बनने के लिए हुआ और बाद में यह भारत के सबसे बड़े मार्केट प्लेस में से एक बन गया। पिछले कुछ वर्षों में स्नैपडील ने अपने बाजार की बुद्धिमत्ता को मजबूत करने, उपस्थिति एवं तकनीकी की उन्नयन के लिए मोबाइल भुगतान सेवा फ्रीचार्ज डॉट कॉम जैसे कई अधिग्रहण किए हैं। अप्रैल 2017 में सॉफ्टबैंक के बाद विलय के लिए फ्लिपकार्ट के साथ बातचीत में स्नैपडील सक्रिय था, स्नैपडील के प्रमुख निवेशकों में से एक कंपनी विलय करना चाहती थी। लेकिन अंत में, अन्य निवेशकों द्वारा फ्लिपकार्ट की शर्तों के कारण सौदे को रद्द कर दिया गया था। इस सौदे के टूटने के बाद स्नैपडील के संस्थापकों ने स्नैपडील को अपने नए संस्करण और विज़न के रूप में एक स्वतंत्र कंपनी के रूप में संचालित करने का निर्णय लिया।



चित्र 13.9: स्नैपडील

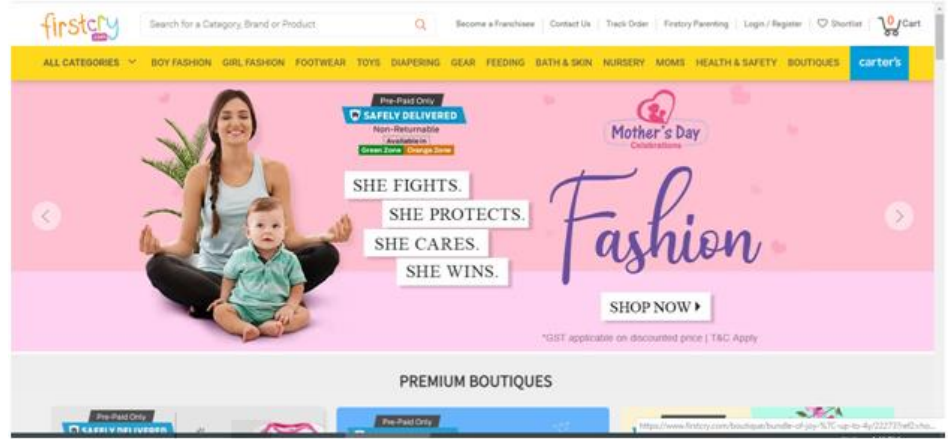
- 4) **इंडियामार्ट:** इंडियामार्ट इंटरमेश लिमिटेड एक भारतीय ई-कॉमर्स कंपनी है जो अपने वेब पोर्टल के माध्यम से बी 2 सी, बी 2 बी और ग्राहक से ग्राहक को बिक्री की सेवा प्रदान करती है। कंपनी का मुख्यालय नोएडा, उत्तर प्रदेश, भारत में है। समूह की स्थापना 1996 में दिनेश अग्रवाल और बृजेश अग्रवाल ने की थी। इसका मुख्य प्रतिद्वंद्वी अलीबाबा है, जो एक चीनी दिग्गज है और समान व्यवसाय मॉडल में काम करता है। पिछले 10 वर्षों में, इंडियामार्ट लगभग 60% बाजार हिस्सेदारी वाले व्यवसायों के लिए सबसे बड़ा ई-कॉमर्स मंच बन गया है। यह मशीन भागों, विद्युत घटकों, चिकित्सा उपकरणों और कपड़ा उत्पादों से लेकर क्रेन तक 95,000 से अधिक उत्पाद श्रेणियों का व्यापार करता है।



चित्र 13.10: इंडियामार्ट

- 5) **बुकमायशो डॉट कॉम:** बुकमायशो भारत में अग्रणी शो टिकटिंग पोर्टल और रिटेलर है। बुकमायशो बिगट्री एंटरटेनमेंट प्राइवेट लिमिटेड द्वारा संचालित है। बिगट्री एंटरटेनमेंट प्राइवेट लिमिटेड की स्थापना 1999 में आशीष हेमराजानी ने की थी। 2007 में मल्टीप्लेक्स की वृद्धि और प्लास्टिक मनी की बढ़ती लोकप्रियता को देखते हुए आशीष ने बुकमायशो लॉन्च किया। बुकमायशो तुरंत एक ब्रांड बन गया और एक त्वरित सफलता थी जो तूफान की तरह बाजार में आई, पोर्टल पर पीवीआर, आईनॉक्स और सिनेपोलिस जैसे सिनेमा के दिग्गजों को लाया। फिर से, शुरुआती प्रस्तावक लाभ प्राप्त करने के लिए, बुकमायशो मोबाइल ऐप लॉन्च किया गया, जो उपभोक्ताओं को कंप्यूटर के बजाय मोबाइल के पक्ष में देखते हुए किया गया। अब बुकमायशो सबसे बड़ा टिकटिंग प्लेटफॉर्म है, जो मूवी, गेम्स, लाइव इवेंट, प्ले और कॉन्सर्ट के लिए टिकट ऑफर करता है। बुकमायशो ने न्यूजीलैंड, यूएई, इंडोनेशिया और श्रीलंका में अपने परिचालन का विस्तार किया है।
- 6) **फर्स्टक्राय:** फर्स्टक्राय एक भारतीय ऑनलाइन स्टोर है जो शिशु उत्पाद खुदरा बिक्री में काम करता है। फर्स्टक्राय की स्थापना 2010 में सुपम महेश्वरी ने की थी, जब उन्हें लगा कि भारत में ऑनलाइन बेबी प्रोडक्ट्स के विकल्प काफी सीमित थे और वे उनमें से बहुत से अपने बेटे के लिए विदेश में अपनी व्यापारिक यात्राओं पर ही खरीदते थे। इस प्रकार, उन्होंने ऐसे मंच के लिए एक अवसर की खोज की और फर्स्टक्राय डॉट कॉम की अवधारणा विकसित की। वह एक्सप्रेसबीज के संस्थापक भी हैं जो आज भारत की सबसे बड़ी लॉजिस्टिक कंपनियों में से एक है। फर्स्टक्राय ने 2016 में बेबी आय का

अधिग्रहण किया, जो एक ब्रांड था जिसका स्वामित्व महिंद्रा ग्रुप के पास था। मर्ज की गई संस्था अब जिस नाम के तहत कारोबार करती है वह है - फर्स्ट क्राई .कॉम, एक फर्स्टक्री महिंद्रा वेंचर। फर्स्टक्राइ कुल 380 ऑफ़लाइन स्टोर और फ्रेंचाइजी स्टोर भी संचालित करता है। यह बच्चों के उत्पादों के लिए एशिया का सबसे बड़ा ऑनलाइन शॉपिंग स्टोर है।



चित्र 13.11: फर्स्टक्राय

- 7) **पे टी एम मॉल:** पे टी एम नोएडा स्थित एक भारतीय ई-कॉमर्स भुगतान पोर्टल और वित्तीय प्रौद्योगिकी कंपनी है। पेटीएम की वन 97 कम्युनिकेशंस मूल कंपनी की स्थापना विजय शेखर शर्मा ने अगस्त 2010 में की थी। फरवरी 2017 में, पेटीएम ने अपना पेटीएम मॉल ऐप लॉन्च किया जो बी 2 सी मॉडल का उपयोग करता है और उपभोक्ताओं को पंजीकृत विक्रेताओं से खरीदारी करने की सुविधा देता है। ग्राहक के विश्वास और गुणवत्ता को सुनिश्चित करने के लिए, उत्पाद को पंजीकृत विक्रेताओं से पेटीएम-प्रमाणित गोदामों और चैनलों से पारित किया जाता है। पेटीएम मॉल ने पूरे भारत में विभिन्न पूर्ति केंद्रों की स्थापना की है और विभिन्न कोरियरों के साथ तेजी से वितरण सुनिश्चित किया है। पेटीएम मॉल ऐप बी 2 सी मॉडल का उपयोग करता है एवं उपभोक्ताओं को पंजीकृत विक्रेताओं से खरीदारी करने की सुविधा देता है।

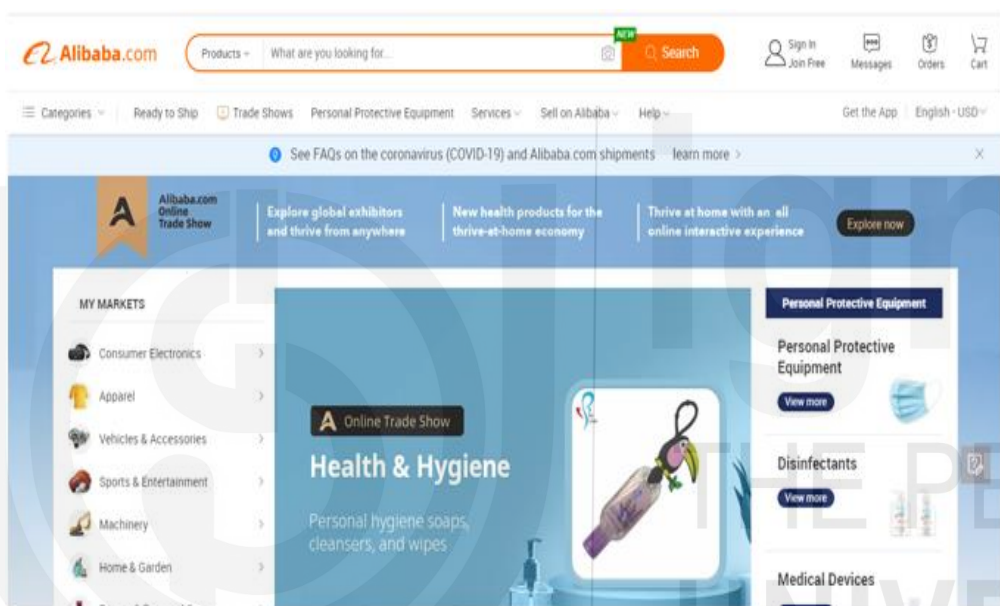


चित्र 13.12: पेटीएम मॉल

- 8) **अलीबाबा ग्रुप:** अलीबाबा ग्रुप होलडिंग लिमिटेड एक चीनी बहुराष्ट्रीय प्रौद्योगिकी कंपनी है जो विशेष रूप से ई-कॉमर्स, खुदरा, इंटरनेट और प्रौद्योगिकी में काम करती है। जैक मा ने इसे 17 दोस्तों और छात्रों की अपनी टीम के साथ 4 अप्रैल 1999 को को

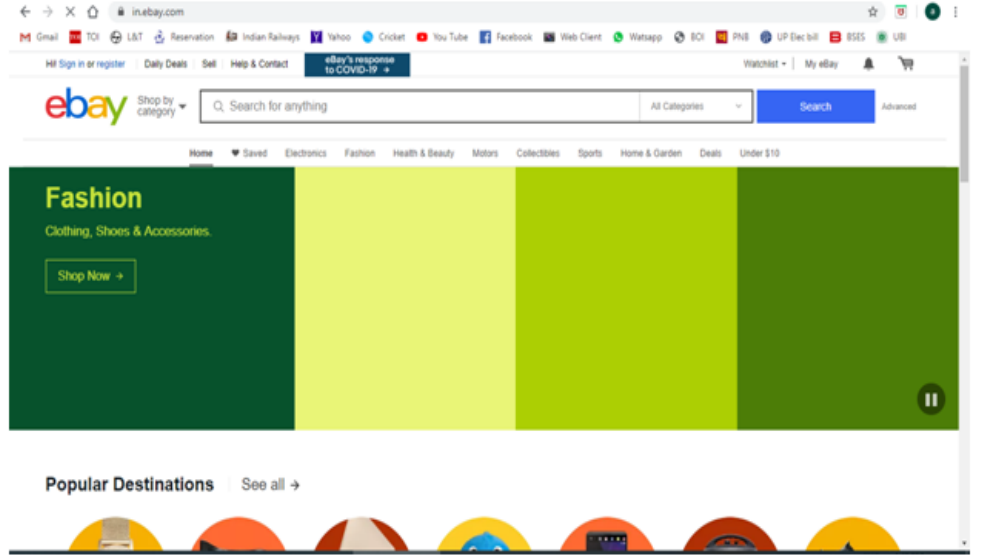
स्थापित किया था। कंपनी दुनिया में सबसे बड़ा बी 2 बी (अलीबाबा.कॉम), सी 2 सी (Taobao), और बी 2 सी (Tmall) बाजारों का संचालन करती है। इसकी ऑनलाइन बिक्री और मुनाफा 2015 के बाद से संयुक्त रूप से सभी अमेरिकी खुदरा विक्रेताओं (वॉलमार्ट, अमेज़ॉन और ईबे सहित) से आगे निकल गया। अमेज़ॉन की तरह अलीबाबा भी निम्नलिखित विभिन्न क्षेत्रों में काम करता है –

- 1) ई-कॉमर्स और रिटेल सर्विस प्लेटफॉर्म
- 2) इंटरनेट सेवाएं
- 3) क्लाउड कम्प्यूटिंग और कृत्रिम बुद्धिमत्ता तकनीक
- 4) वित्तीय प्रौद्योगिकी और ऑनलाइन भुगतान प्लेटफॉर्म
- 5) मनोरंजन सेवाएं



चित्र 13.13: अलीबाबा

- 9) **ई-बे:** ई-बे एक अमेरिकी बहुराष्ट्रीय ई-कॉमर्स कॉर्पोरेशन है जो 2018 तक लगभग 33 देशों में काम कर रहा है जो अपनी वेबसाइट के माध्यम से C2C और B2C मल्टी बिलियन-डॉलर की बिक्री की सुविधा प्रदान करता है। यह सैन जोस, कैलिफोर्निया में स्थित है और इसकी स्थापना 1995 में फ्रांस में जन्मे ईरानी-अमेरिकी कंप्यूटर प्रोग्रामर पियरे ओमिदयार द्वारा की गई थी। लोग ई-बे वेबसाइट पर दुनिया भर में कई तरह की वस्तुओं और सेवाओं को खरीदते हैं और बेचते हैं जो एक ऑनलाइन नीलामी और शॉपिंग वेबसाइट है। ई-बे को विभिन्न अधिग्रहणों के लिए जाना जाता है, कुछ प्रमुख हैं पेपल, क्रेगलिस्ट, स्काइप, स्टबहब आदि।



चित्र 13.14: ई-बे

बोध प्रश्न ख:

1) रिक्त स्थान भरें:

- i) एक ऑनलाइन नीलामी और खरीदारी वेबसाइट है।
- ii) अलीबाबा ग्रुप होल्डिंग लिमिटेड एक है। कंपनी जो विशेष रूप से ई-कॉमर्स, खुदरा, इंटरनेट और प्रौद्योगिकी में काम करती है।
- iii) पेटिएम मॉल ने पूरे भारत में विभिन्न पूर्ति केंद्र स्थापित किए हैं और यह सुनिश्चित किया है कि
- iv) अमेज़न ने शुरुआत में के लिए एक ऑनलाइन बाज़ार के रूप में शुरुआत की। लेकिन बाद में इलेक्ट्रॉनिक्स, सॉफ्टवेयर, वीडियो गेम, परिधान, फर्नीचर, भोजन, खिलौने और आभूषण बेचने से शुरुआत की।
- v) ई-रिटेल मिक्स को विभिन्न तकनीकों और उपकरणों के रूप में परिभाषित किया गया है। जो ग्राहकों के लिए मूल्य प्रदान करने के लिए उपयोग जो करते हैं।
- vi) ई-रिटेलर ग्राहक संबंध प्रबंधन (सी आर एम) का उपयोग करकेबढ़ा सकता है।

2) 7C के संचार और ग्राहक संबंध घटकों के विभिन्न तरीके क्या हैं

.....

.....

.....

.....

3) खुदरा मिश्रण के 7C क्या हैं?

.....

.....

.....

13.6 सारांश

इलेक्ट्रॉनिक रिटेलिंग (ई-टेलिंग) इंटरनेट के माध्यम से वस्तुओं और सेवाओं की बिक्री करता है। ई-टेलिंग में व्यापार से व्यवसाय (बी 2 बी) और व्यापार से उपभोक्ता (बी 2 सी) उत्पादों और सेवाओं की बिक्री शामिल हो सकती है। इसके लिए कंपनियों को इंटरनेट बिक्री पर कब्जा करने के लिए अपने व्यापार मॉडल को तैयार करने की आवश्यकता होती है, जिसमें गोदामों, इंटरनेट वेब पेजों और उत्पाद शिपिंग केंद्रों जैसे वितरण चैनलों का निर्माण शामिल हो सकता है। विशेष रूप से, मजबूत वितरण चैनल इलेक्ट्रॉनिक रिटेलिंग के लिए महत्वपूर्ण हैं क्योंकि ये ऐसे रास्ते हैं जो उत्पाद को ग्राहक तक ले जाते हैं। इलेक्ट्रॉनिक रिटेलिंग में कंपनियों और उद्योगों की एक विस्तृत श्रृंखला शामिल है।

ई-टेलिंग मॉडल के दो प्रकार हैं प्योर प्ले ई-रिटेलर्स और ब्रिक्स एंड क्लिक ई-रिटेलर्स। प्योर प्ले ई-रिटेलर्स केवल इलेक्ट्रॉनिक लेनदेन करते हैं, जबकि ब्रिक्स एंड क्लिक ई-रिटेलर्स ऑनलाइन और ऑफलाइन दोनों मोड में लेनदेन करते हैं। खुदरा विक्रेताओं के लिए ई-टेलिंग के विभिन्न फायदे स्थान उपयोगिता, कम खर्चीले, उच्च पहुंच, 24 * 7 व्यवसाय, प्रतिक्रिया हैं। खुदरा विक्रेताओं के लिए ई-टेलिंग का नुकसान बुनियादी ढांचे की कमी, तकनीकी विशेषज्ञता की कमी, जटिल लॉजिस्टिक प्रबंधन, ग्राहकों की अपेक्षाएं, व्यक्तिगत संपर्क की कमी, उच्च प्रतिस्पर्धा आदि हैं। खरीदारों के लिए ई-टेलिंग के लाभ समय उपयोगिता, स्थान उपयोगिता, सुविधा उपयोगिता और विकल्प उपयोगिता हैं। खरीदारों के लिए ई-टेलिंग के नुकसान ग्राहक ऑनलाइन होने वाले उत्पादों और सेवाओं की गुणवत्ता के बारे में अनिश्चित हो सकते हैं, ऑनलाइन धोखाधड़ी के बारे में डर सकते हैं और धन की हानि हो सकती है, हर बार हर उत्पाद उपलब्ध न होना, तकनीकी जानकारी की कमी इत्यादि है।

ई-टेलिंग के दो प्रकार के व्यवसाय मॉडल हैं: इन्वेंट्री आधारित और बाजार आधारित मॉडल। इन्वेंट्री आधारित मॉडल में ई-टेलिंग गतिविधियां शामिल हैं जहां उत्पादों और सेवाओं की सूची ई-टेलर्स के स्वामित्व में है और यह सीधे ग्राहकों को बेचा जाता है, और मार्केटप्लेस आधारित मॉडल एक ऐसा प्लेटफॉर्म प्रदान करता है जहां खरीदार और विक्रेता लेनदेन को कुशल, पारदर्शी और विश्वसनीय वातावरण में करते हैं। यहां, खरीदार कीमतों की तुलना कर सकते हैं और तदनुसार आदेशों को वेबसाइट पर अधिकृत विक्रेताओं को दे सकते हैं।

ई-रिटेल मिक्स को विभिन्न तकनीकों और उपकरणों के रूप में परिभाषित किया गया है जो ई-रिटेलर्स ग्राहकों के लिए मूल्य प्रदान करने के लिए उपयोग करते हैं। 1990 में लॉटरबॉर्न ने ग्राहक के लिए 4Cs अर्थात् ग्राहकों की सुविधा, ग्राहक मूल्य और लाभ, ग्राहक को लागत, और संचार प्रदान किए। हालांकि, प्रतिमान बदलाव के साथ, सूची में और अधिक Cs जोड़े गए अर्थात्, ग्राहक संबंध; कम्प्यूटिंग और श्रेणी प्रबंधन मुद्दे; ग्राहक मताधिकार और ग्राहक सेवा देखरेख जोड़े गए। ग्राहक संबंध उपभोक्ताओं के साथ दीर्घकालिक संबंध पर जोर देता है और उनके साथ निरंतर बातचीत का अनुसरण करता है। इसलिए, ग्राहक संबंध संचार के साथ विलय हो गया और अंत में 7 Cs हैं।

भारत में, ई-टेलिंग काफी हद तक बढ़ी है और अभी भी इंटरनेट की व्यापक पहुंच और स्मार्ट फोन की उपलब्धता के कारण बाजार में पैठ बना रही है। इसके अलावा, ई-बैंकिंग सेवाओं और डिजिटल वॉलेट्स ने भारत में ई-टेलिंग प्रवृत्तियों को बढ़ावा दिया है। आई बी ई एफ 2018 की रिपोर्ट के अनुसार, भारत 2034 में यूएस \$ 200 बिलियन बाजार तक पहुंच जाएगा जो यू एस ए के बाजार से अधिक है। इसलिए, ई-रिटेलर्स ओमनी-चैनल विधि, सेलिब्रिटी एंडोर्समेंट और सोशल मीडिया मार्केटिंग और डिजिटल प्रभावितों द्वारा भारतीय बाजार की हिस्सेदारी हासिल करने के लिए दृष्टिकोणों का विकास कर रहे हैं।

13.7 शब्दावली

ब्रिक एंड क्लिक (क्लिक-एंड-मोर्टार) ई-रिटेलर्स- रिटेलर्स जो ऑनलाइन और ऑफलाइन दोनों लेन-देन करते हैं यानी इंटरनेट और भौतिक आउटलेट्स के माध्यम से। उदाहरण के लिए, डेला।

ई-टेलर्स: ई-टेलर्स केवल रिटेलर होते हैं जो इंटरनेट का उपयोग वास्तविक स्टोर के बजाय अपने ग्राहकों को अपने सामान / सेवाओं को बेचने के लिए करते हैं।

ई-टेलिंग: ई-टेलिंग जिसे इलेक्ट्रॉनिक रिटेलिंग भी कहा जाता है, इंटरनेट पर खुदरा सामानों की बिक्री है। यह व्यापार-से-उपभोक्ता (बी 2 सी) लेनदेन का पर्याय है।

प्योर प्ले (वर्चुअल) ई-रिटेलर्स- रिटेलर्स जो केवल इलेक्ट्रॉनिक लेनदेन करते हैं और इनका ग्राहकों के लिए कोई भौतिक आउटलेट नहीं होता है। उदाहरण के लिए- अमेज़न, फ्लिपकार्ट।

रिटेलर्स: रिटेलर का सामान्यतः अर्थ एक व्यक्ति या व्यवसाय है, जो सामान बेचते हैं। वे आमतौर पर अपनी वस्तुओं का निर्माण नहीं करते हैं। वे एक निर्माता या एक थोक व्यापारी से सामान खरीदते हैं और इन सामानों को उपभोक्ताओं को कम मात्रा में बेचते हैं।

13.8 बोध प्रश्नों के उत्तर

बोध प्रश्न ख:

- 1) रिक्त स्थान भरें
 - i) ई-बे
 - ii) चीनी बहुराष्ट्रीय प्रौद्योगिकी
 - iii) विभिन्न कोरियर के साथ भागीदारी से तीव्र वितरण हो।
 - iv) किताबें
 - v) ई-रिटेलर
 - vi) उत्पाद का मूल्य

13.9 स्वपरख प्रश्न

- 1) ई-टेलिंग क्या है? खुदरा विक्रेताओं के साथ-साथ खरीदारों के लिए इसके फायदे बताइए ।
- 2) खुदरा विक्रेताओं और खरीदारों के लिए क्रमशः ई-टेलिंग के नुकसान के बारे में बताइए ।
- 3) भारत में ई-टेलिंग के प्रवचन का संक्षिप्त विवरण दीजिए ।
- 4) ई-टेलिंग मॉडल की व्याख्या कीजिए ।
- 5) खुदरा मिश्रण के 7Cs के बारे में बताइए ।
- 6) भारत में ई-टेलिंग की प्रमुख प्रमुख कंपनियों के बारे में संक्षेप में बताइए ।



नोट

ये प्रश्न इस इकाई को समझने में सहायक हैं। इन प्रश्नों के उत्तर लिखने के लिए प्रयास करें लेकिन अपना उत्तर विश्वविद्यालय को न भेजें। यह केवल आपके अभ्यास के लिए है।

ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

इकाई 14 ई- सेवाएं

इकाई की रूपरेखा

- 14.0 उद्देश्य
- 14.1 प्रस्तावना
- 14.2 ई-सेवाओं का अर्थ
- 14.3 ई-सेवाओं के लाभ
- 14.4 फिनटेक
 - 14.4.1 फिनटेक द्वारा प्रयुक्त तकनीकें
 - 14.4.2 फिनटेक उत्पाद सेवाओं में वृद्धि
- 14.5 ई-वित्तीय सेवाएँ
- 14.6 ई - यात्रा सेवाएँ
 - 14.6.1 ई - यात्रा के तहत दी जाने वाली सेवाएँ
- 14.7 ई-नीलामी सेवाएं
 - 14.7.1 ई-नीलामी सेवाओं के उदाहरण
- 14.8 ई-लर्निंग
- 14.9 ऑनलाइन लर्निंग
- 14.10 ई-प्रकाशन सेवाएँ
 - 14.10.1 ऑनलाइन प्रकाशन रणनीतियाँ
 - 14.10.2 ऑनलाइन प्रकाशन दृष्टिकोण
 - 14.10.3 कॉपीराइट मुद्दे
- 14.11 ऑनलाइन मनोरंजन
 - 14.11.1 टी वी ऑनलाइन
 - 14.11.2 बुक
 - 14.11.3 रेडियो
 - 14.11.4 ओ टी टी
- 14.12 सारांश
- 14.13 शब्दावली
- 14.14 स्वपरख प्रश्न

14.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने के बाद, आप इस योग्य हो सकेंगे कि:

- ई-सेवाओं की अवधारणा और उनके विभिन्न लाभों को समझ सकें;

- फिनटेक और इसके द्वारा उपयोग की जाने वाली विभिन्न तकनीकों के बारे में जान सकें;
- वित्तीय सेवाओं में इंटरनेट के महत्व का वर्णन कर सकें;
- वर्तमान में ऑनलाइन यात्रा प्रशासन उद्योग में महत्वपूर्ण स्वरूपों का वर्णन कर सकें;
- नीलामी सेवाओं में इंटरनेट के महत्व की व्याख्या कर सकें;
- सीखने में इंटरनेट की सहायता पर प्रकाश डाल सकें;
- प्रकाशन सेवाओं में इंटरनेट के महत्व की व्याख्या कर सकें; तथा
- मनोरंजन उद्योग में इंटरनेट की भूमिका का वर्णन कर सकें।

14.1 प्रस्तावना

वेब-आधारित व्यवसाय की बढ़ती मांग के साथ, अधिकतर संगठन वर्तमान में अपने उचित मूल्य के उन्नयन के लिए बेहतर तरीके और साधनों की तलाश कर रहे हैं। तदनुसार इलेक्ट्रॉनिक सेवा उद्योग भी बढ़ रहा है। नए प्रकार की ऑनलाइन व्यावसायिक वेबसाइट आर्किटेक्चर कई उद्यमों के डिजिटलाइजेशन की ओर बढ़ रहे हैं और व्यवसाय संघ इसके साथ ही अपने व्यावसायिक जुड़ावों को महसूस कर रहा है।

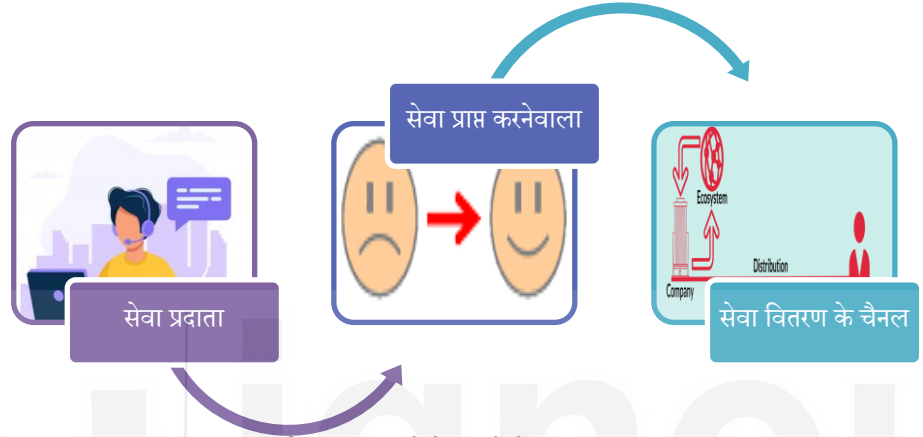
वह समय आ गया है जब विस्तार और कार्यान्वयन के लिए निष्पादन के लिए सैकड़ों वर्षों की आवश्यकता नहीं है, प्रौद्योगिकी और संचार की शुरुआत के साथ, विकास के लिए बहुत सारे विकल्प होते हैं, वास्तविकता में, यहां तक कि एक व्यक्ति भी एक सीमित संसाधनों के साथ एक संगठन चला सकता है। सेवा उद्योग (अधिक औपचारिक रूप से अर्थशास्त्रियों द्वारा उद्योग के तृतीयक क्षेत्र के रूप में कहा जाता है) व्यवसायों के साथ-साथ अंतिम उपभोक्ताओं के लिए सेवाओं के प्रावधान को सुनिश्चित करता है। इस तरह की सेवाएं लेखांकन, ट्रेडमैन शिप (जैसे मैकेनिक या प्लंबर सेवाएं), कंप्यूटर सेवाएं, रेस्तरां, पर्यटन, आदि का ध्यान रखती हैं। इस प्रकार, सेवा उद्योगों में बैंकिंग, संचार, थोक और खुदरा व्यापार, सभी पेशेवर सेवाओं जैसे कई अन्य क्षेत्र शामिल हैं। जैसे इंजीनियरिंग, कंप्यूटर सॉफ्टवेयर विकास, और चिकित्सा, गैर-लाभकारी आर्थिक गतिविधियां, सभी उपभोक्ता सेवाएं, और सभी सरकारी सेवाएं, जिनमें रक्षा और न्याय के प्रशासन आदि शामिल हैं। यह इकाई विभिन्न ई-सेवाओं के बारे में विस्तार से चर्चा करती है जो वास्तविक अर्थो वर्तमान तकनीकी युग में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है।

14.2 ई-सेवाओं का अर्थ

ई-सेवा को ऑनलाइन सेवा के रूप में भी जाना जाता है जो इंटरनेट पर दी गई किसी भी जानकारी और सेवा को संदर्भित करती है। ये सेवाएं न केवल ग्राहकों को एक-दूसरे के साथ संवाद करने की अनुमति देती हैं, बल्कि वे जानकारी तक असीमित पहुंच प्रदान करती हैं। ये सेवाएं मुफ्त या भुगतान करके प्राप्त की जा सकती हैं। इस प्रकार, ई-सेवा में इंटरनेट पर उपलब्ध ऑनलाइन सेवाएं शामिल हैं, जिसके तहत खरीद और बिक्री का एक उपयुक्त लेनदेन प्राप्त हो सकें, क्योंकि लंबे समय से स्थापित वेबसाइटों में केवल व्याख्यात्मक जानकारी उपलब्ध है,

और ऑनलाइन लेनदेन संभव नहीं है। इस प्रकार, ई-सेवा में ई-कॉमर्स भी शामिल हो सकता है, हालांकि इसमें गैर-वाणिज्यिक सेवाएं (ऑनलाइन) भी शामिल हो सकती हैं।

ऑनलाइन सेवा वितरण ग्राहकों, भागीदारों और जनता के साथ घनिष्ठ संबंध बनाने का एक प्रभावी तरीकें साथ ही साथ लागत में कटौती और देरी को कम करना है। कई सेक्टरों में संगठन बाहरी रूप से ऑनलाइन सेवाओं की पेशकश कर रहे हैं। ई-सेवाओं के तीन मुख्य घटक क्रमशः सेवा प्रदाता, सेवा रिसीवर और सेवा वितरण के चैनल हैं।



चित्र 14.1: ई-सेवाओं के घटक

उदाहरण के लिए, जैसा कि सार्वजनिक ई-सेवा से संबंधित है, सार्वजनिक एजेंसियां सेवा प्रदाता हैं और नागरिक के साथ-साथ व्यवसाय भी सेवा प्राप्तकर्ता हैं। सेवा वितरण का चैनल ई-सेवा की तीसरी आवश्यकता है। इंटरनेट ई-सेवा वितरण का सबसे अग्रणी चैनल है जबकि अन्य क्लासिक चैनल (जैसे टेलीफोन, कॉल सेंटर, सार्वजनिक कियोस्क, मोबाइल फोन, टेलीविजन) भी अच्छी तरह से सोचे-समझे हैं। ई-सेवाओं के विभिन्न प्रकार हैं जैसे;

- **बुकिंग सिस्टम:** रेस्तरां के लिए बुकिंग या होटल के लिए आरक्षण ऑनलाइन प्रबंधित किया जा सकता है
- **प्रशिक्षण पाठ्यक्रम:** प्रशिक्षण कंपनियों के लिए पाठ्यक्रम ऑनलाइन प्रदान किए जा सकते हैं।
- **इलेक्ट्रॉनिक शासन या ई-गवर्नेंस:** ई-सरकार की चार प्रकार की सेवाएँ सरकार-से-नागरिक (G2C), सरकार-से-व्यवसाय (G2B), सरकार से कर्मचारी (G2E), और सरकार-से-सरकार हैं (G2G) हैं। इस प्रकार, इलेक्ट्रॉनिक शासन या ई-गवर्नेंस सरकारी सेवाओं को वितरित करने, सूचना के आदान-प्रदान, संचार लेनदेन, सरकारों के बीच विभिन्न स्टैंड-अलोन प्रणालियों के एकीकरण से सरकार-से-नागरिक (G2C), सरकार-से-व्यापार (G2B), सरकार -से-सरकार (G2G), सरकार-से-कर्मचारी में सरकार के लिए सूचना प्रौद्योगिकी का अनुप्रयोग है।

14.3 ई-सेवाओं के लाभ

ऑनलाइन सेवाओं का उपयोग करने के आश्वस्त लाभ हैं जो संगठन को मूर्त और अमूर्त दोनों प्रकार के कई लाभ उपलब्ध कराने में उपयोगी हो सकते हैं।



स्रोत: Indian Government Portal GOV.in

चित्र 14.2: असम का राज्य पोर्टल

चित्र 14.2 असम का राज्य पोर्टल है, जो विभिन्न भारतीय सरकारी संस्थाओं द्वारा प्रदान की जा रही सूचना और सेवाओं के लिए एकल खिड़की पहुंच को सक्षम करने के उद्देश्य से विकसित किया गया है। यह पोर्टल राष्ट्रीय सूचना विज्ञान केंद्र (एनआईसी), इलेक्ट्रॉनिक्स और सूचना प्रौद्योगिकी मंत्रालय, भारत सरकार द्वारा डिजाइन और विकसित किया गया है। हम ई-सेवाओं को विक्रेताओं और उपभोक्ताओं को प्रदान कर सकने वाले कई लाभों को आसानी से सूचीबद्ध कर सकते हैं और दोनों पहलुओं में फलदायी हो सकते हैं जैसे;

- अधिक से अधिक ग्राहक आधार तक पहुँचना
- ग्राहकों के लिए वैकल्पिक संचार चैनल
- बाजार की पहुंच बढ़ाना
- लागत बचत
- कथित कंपनी छवि को बढ़ाना
- पारदर्शिता बढ़ाना
- ई-सेवाएं आपके परिवर्तनों को सहेजने के लिए लचीलापन प्रदान कर सकती हैं और बाद में आपकी प्रस्तुतिकरण / निवेदन को पूरा करने के लिए वापस आ सकती हैं
- उत्पादों की तेजी से वितरण
- प्रतिस्पर्धात्मक लाभ प्राप्त करना
- वैश्विक पहुंच, दिन में 24 घंटे, सप्ताह में 7 दिन
- अधिक लचीलेपन के माध्यम से बेहतर ग्राहक सेवा
- व्यावसायिकता में वृद्धि
- ग्राहकों के लिए सेवाओं में वृद्धि
- कागज की कम बर्बादी

- नए बाजारों में प्रवेश की बाधा और नए ग्राहकों को प्राप्त करने की लागत को कम करना
- ऑनलाइन सेवाओं का मतलब है कि आप इलेक्ट्रॉनिक रूप से प्रारूपों को पूरा करते हैं, जिससे आपको अधिक लचीलापन और नियंत्रण मिलता है
- ऑनलाइन सेवाएँ या ई-सेवाएँ सुरक्षित और सुविधाजनक हैं
- दुनिया में कहीं से भी अपने व्यवसाय का प्रबंधन करने के अवसर
- ग्राहक ज्ञान बढ़ाने के लिए संभावित
- आप विश्वनीय लोगों के साथ अपना उपयोगकर्ता नाम और पासवर्ड साझा कर सकते हैं
- स्वतंत्र परीक्षक या कोई और जो परिवर्तन करता है या आपकी ओर से रिटर्न जमा करता है

14.4 फिनटेक (FINTECH)

वित्त को उद्योग के सबसे विघटन में से एक के रूप में देखा जाता है क्योंकि वित्तीय सेवाएं, प्रकाशन की तरह होती हैं, जो कंक्रीट के सामान के बजाय सूचना से बनी होती हैं।

फिनटेक "वित्त" और "प्रौद्योगिकी" शब्दों का एक संकर है यह किसी भी व्यवसाय को संदर्भित करता है जो वित्तीय सेवाओं और प्रक्रियाओं को बढ़ाने या स्वचालित करने के लिए प्रौद्योगिकी का उपयोग करता है। यह एक व्यापक और तेजी से बढ़ता उद्योग है जो उपभोक्ताओं और व्यवसायों दोनों की सेवा करता है। वित्तीय प्रौद्योगिकी वह तकनीक और नवाचार है जिसका उद्देश्य वित्तीय सेवाओं के वितरण में पारंपरिक वित्तीय तरीकों के साथ प्रतिस्पर्धा करना है। यह एक उभरता हुआ उद्योग है जो वित्त में गतिविधियों को बेहतर बनाने के लिए प्रौद्योगिकी का उपयोग करता है। फिनटेक के उपकरण और अनुप्रयोग लगभग हर उस व्यक्ति को प्रभावित करते हैं जो वित्तीय लेनदेन करना चाहते हैं। इन सेवाओं के उपयोग के साथ, उपभोक्ताओं को क्षेत्रीय और राष्ट्रीय सीमाओं के पार धन हस्तांतरित करने के लिए उपयोग में आसान सहकर्मी से सहकर्मी (पी 2 पी) और डिजिटल भुगतान समाधान मिलते हैं।

इंटरनेट व्यापार के लिए फिनटेक एप्लिकेशन खुदरा विक्रेताओं को फिनटेक आइटम सौदों के एक बड़े हिस्से को पकड़ने की अनुमति देगा। उम्मीदें हैं कि 2040 तक, व्यावहारिक रूप से सभी खुदरा खरीद (95%) वेब पर किए जाएंगे। इस संभावना पर कि ये पूर्वानुमान दुनिया भर में खुदरा वेब-आधारित व्यवसाय को बढ़ावा देते हैं, और यह काफी बढ़ेगा। खुदरा विक्रेताओं के लिए इंटरनेट व्यापार के फायदों का एक बड़ा हिस्सा ऑनलाइन सौदों और वेब-आधारित व्यापार मौद्रिक प्रशासन के अधिग्रहण से आएगा। यह एक उभरता हुआ उद्योग है जो वित्त में गतिविधियों को बेहतर बनाने के लिए प्रौद्योगिकी का उपयोग करता है। मोबाइल बैंकिंग, निवेश, उधार सेवाओं, और क्रिप्टो मुद्रा के लिए स्मार्टफोन का उपयोग वित्तीय सेवाओं को आम जनता के लिए अधिक सुलभ बनाने के उद्देश्य से प्रौद्योगिकियों का उदाहरण है।

14.4.1 फिनटेक द्वारा प्रयुक्त तकनीकें

वित्तीय सेवा उद्योग के भीतर, प्रयुक्त तकनीकों में से कुछ में कृत्रिम बुद्धिमत्ता (ए आई), बिग डेटा, रोबोट प्रक्रिया स्वचालन (आर पी ए), और ब्लॉकचैन शामिल हैं। फिनटेक में इन सभी तकनीकों के बारे में एक संक्षिप्त जानकारी नीचे दी गई है:

- 1) **कृत्रिम बुद्धिमत्ता:** कृत्रिम बुद्धिमत्ता कई विभिन्न तकनीकों के लिए एक सामान्य शब्द है। "फिनटेक" उद्योग के संदर्भ में, ए आई का उपयोग विभिन्न रूपों में किया जाता है। ए आई एल्गोरिदम का उपयोग शेयर बाजार में बदलाव की भविष्यवाणी करने और अर्थव्यवस्था में अंतर्दृष्टि देने के लिए किया जा सकता है। ए आई का उपयोग ग्राहक खर्च करने की आदतों पर अंतर्दृष्टि प्रदान करने के लिए किया जाता है और वित्तीय संस्थानों को अपने ग्राहकों को बेहतर ढंग से समझने की अनुमति देता है।



चित्र 14.3: कृत्रिम बुद्धिमत्ता

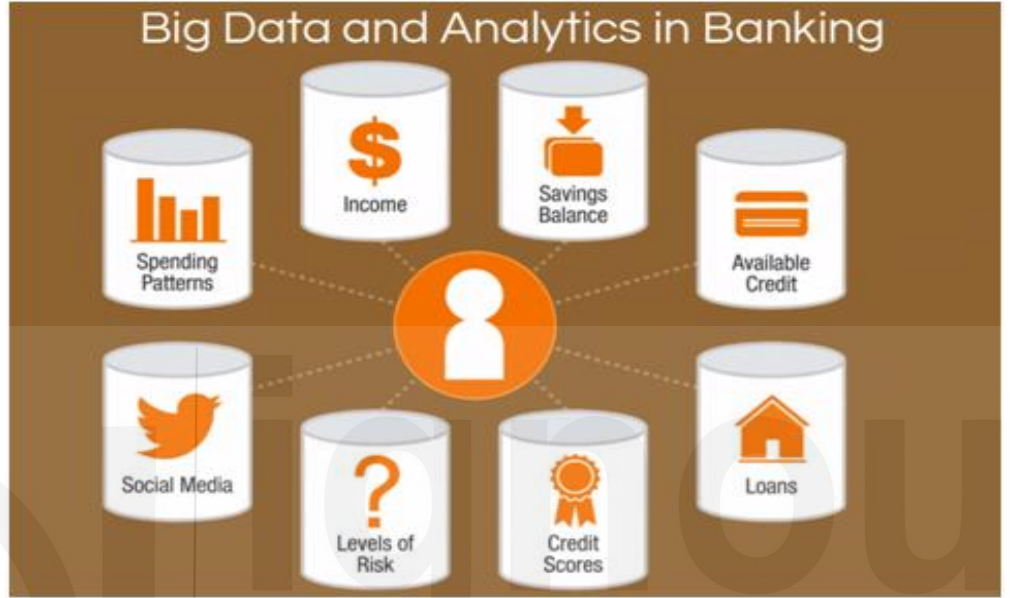
- 2) **चैटबॉट्स:** एक चैटबॉट एक सॉफ्टवेयर एप्लिकेशन है जिसका उपयोग लाइव मानव एजेंट के साथ सीधे संपर्क प्रदान करने के स्थान पर टेक्स्ट या टेक्स्ट-टू-स्पीच के माध्यम से ऑन-लाइन चैट बातचीत करने के लिए किया जाता है। चैटबॉट एक प्रकार का सॉफ्टवेयर है जो बातचीत को स्वचालित कर सकता है और मैसेजिंग प्लेटफॉर्म के माध्यम से लोगों के साथ बातचीत कर सकता है। चैटबॉट एक अन्य ए आई-संचालित उपकरण है जिसका उपयोग बैंक और फिनटेक उद्योग इन दिनों ग्राहक सेवा में मदद करने के लिए कर रहे हैं।



चित्र 14.4: चैटबॉट्स

चैट बॉट का प्रयोग करने से समय, धन और संसाधनों की बचत होती है। यह तीव्र समाधान और बेहतर ग्राहक सेवा प्रदान करके ग्राहक अनुभव में सुधार करता है। इस प्रकार परिचालन लागत को कम करने में भी काफी मदद मिलती है।

- 3) **बिग डेटा:** बिग डेटा एक और तकनीक है जिसका उपयोग वित्तीय संस्थान कर सकते हैं। वित्त क्षेत्र में, बड़े डेटा का उपयोग क्लाइंट निवेश और बाजार में बदलाव की भविष्यवाणी करने और नई रणनीति और पोर्टफोलियो बनाने के लिए किया जा सकता है।



चित्र 14.5: बैंकिंग में बिग डेटा एनालिटिक्स

बिग डेटा का उपयोग ग्राहकों की खर्च करने की आदतों का विश्लेषण करने और धोखाधड़ी का पता लगाने में किया जा सकता है। बिग डेटा बैंकों को खंडित विपणन रणनीति बनाने में मदद करता है और इसका उपयोग किसी कंपनी के संचालन को अनुकूलित करने के लिए किया जा सकता है।

- 4) **रोबोट प्रक्रिया स्वचालन:** रोबोट प्रक्रिया स्वचालन एक कृत्रिम बुद्धि तकनीक है जो विशिष्ट दोहराव कार्यों को स्वचालित करने पर केंद्रित है। फिनटेक के संदर्भ में, आर पी ए का उपयोग मैनुअल कार्यों को करने के लिए किया जाता है जो अक्सर दोहराए जाते हैं और दैनिक रूप से पूरे होते हैं। आर पी ए वित्तीय जानकारी को संसाधित करने में मदद करता है जैसे कि देय और प्राप्त खाते मैनुअल थे प्रक्रिया की तुलना में अधिक कुशलता सुनिश्चित करता है। आर पी ए का उपयोग वित्तीय कंपनी की उत्पादकता बढ़ाने के लिए किया जा सकता है।
- 5) **ब्लॉकचेन:** ब्लॉकचेन एक अन्य वित्तीय तकनीक है जिसका उपयोग उद्योग में किया जा रहा है। सभी "फिनटेक" प्रौद्योगिकियों में से, ब्लॉकचेन को वित्त के प्रयोजनों के लिए विकसित किया गया था। वित्तीय सेवाओं में ब्लॉकचेन की मुख्य विशेषता विकेंद्रीकरण है जहां लेनदेन को निष्पादित करने के लिए किसी तीसरे पक्ष पर भरोसा करना आवश्यक नहीं है। हालांकि ब्लॉकचेन अभी भी एक उभरती हुई तकनीक है, लेकिन कई कंपनियां इसके प्रभाव को पहचानती हैं और इसके अनुसार निवेश कर रही हैं। संक्षेप में, फिनटेक वित्तीय सेवाओं और प्रौद्योगिकी के परिचालन नवाचार की जड़ है।

फिनटेक तकनीक के अन्य रूप में मौजूदा वित्तीय सेवाओं के पूरक और बढ़ाने के लिए काम करते हैं। इनमें प्लेड (कंपनी) जैसी कंपनियों द्वारा बैंकों के बीच फंड ट्रांसफर करना और क्लेयर जैसी कंपनियों द्वारा उपभोक्ताओं के लिए पेट्रोल सेवाओं को बढ़ाना शामिल है।

14.4.2 फिनटेक उत्पाद सेवाओं में वृद्धि

ऑनलाइन व्यवसाय का एक अविश्वसनीय उपयोग मौद्रिक प्रकार की सहायता प्रदान करना है जो बैंकों द्वारा दी जाने वाली चीजों को व्यापक बनाता है। फिनटेक संगठन विभिन्न प्रशासनों के अलावा सामान्य वित्तीय प्रशासन दे सकते हैं, उदाहरण के लिए, अपरिचित धन व्यापार (विदेशी मुद्रा), उद्यम और सुरक्षा का आदान-प्रदान। यह केवल बैंकिंग और खाते पर ऑनलाइन व्यापार के प्रभावी उपयोग द्वारा एक महत्वपूर्ण बदलाव की शुरुआत है। यहां कुछ वैकल्पिक तरीके हैं जो फिनटेक और वेब-आधारित व्यवसाय एक दूसरे को प्रभावित करते हैं:

- 1) **उन्नत मुद्रा और क्रिप्टो करेंसी:** नकदी के कम्प्यूटरीकृत रूपांतरों के द्वारा दबाए जाने के लिए कई देशों में वास्तविक धन का त्यागपत्र दिया जा रहा है। यह अपने अतिरिक्त सुरक्षा आश्वासनों और मदद के लिए आखिरकार डिजिटल मनी की ओर बढ़ सकता है।
- 2) **डिजिटल संग्रह अभिलेखों को अंतिम रूप देना:** ब्लॉकचेन इनोवेशन, जो क्रिप्टोग्राफिक मनी एप्लिकेशन से प्राप्त होता है, वर्तमान में मौद्रिक एक्सचेंजों के स्थायी एन्कोडेड रिकॉर्ड बनाने के लिए उपयोग किया जाता है जो सार्वजनिक हैं। लोगों को किसी भी रिकॉर्ड / रसीद को रखने की कोई आवश्यकता नहीं होगी जब वे वेब पर इन स्थायी रिकॉर्ड को प्राप्त कर सकते हैं। ब्लॉकचेन इनोवेशन का उपयोग गलत बयानी को कम कर सकता है।
- 3) **मानव निर्मित ब्रेनपावर और बिग डेटा माइनिंग:** मानव निर्मित ब्रेनपावर (ए आई) अब बिग डेटा की जांच करने और डिजाइनों की खोज करने के लिए लागू किया जा रहा है। ऑनलाइन रीटेलर्स अन्य बिग डेटा मापों के साथ प्रथाओं का पूर्वाभास करने के लिए क्रॉस-रेफरेंस खरीद मूवमेंट का नेतृत्व कर सकते हैं। इसके अतिरिक्त, जबरन वसूली को बिग डेटा के ए आई खनन द्वारा कम किया जा सकता है ताकि आपराधिक आचरण के उदाहरणों के बारे में ज्ञान प्राप्त किया जा सके।
- 4) **साझा लेन-देन:** साझा किए गए ढाँचे अभी-अभी उन्नत हुए हैं, जो कि प्रथागत फिनटेक संरचनाओं की मध्यस्थता करते हैं। मॉडल को ऋण-वितरण, क्राउड फंडिंग, और प्रोप्राइटर द्वारा भूमि के आदान-प्रदान के लिए उपलब्ध कराया जाता है। इस बिंदु पर, जब एक तत्काल, व्यक्तिगत से अलग-अलग, संघ को मुश्किल से बनाया जाता है तो मध्यस्थ की आवश्यकता नहीं होती है।
- 5) **बहुमुखी उपयोगिता:** अधिकांश ऑनलाइन खरीदार नियमित रूप से वेब-आधारित व्यवसाय के लिए एक सेल फोन का उपयोग करते हैं। उद्यमी बैंक कार्ड के लिए एक सेल फोन का उपयोग कर सकते हैं जो एक सीधा कनेक्शन की सहायता से बैंक कार्ड का उपयोग करता है। फ्रेमवर्क अनुमोदन के लिए पोर्टेबल संगठन पर एक्सचेंज भेजता

है। यह प्रशासन सहायक है, विनिमय शुल्क असाधारण रूप से गंभीर हैं, और महीने दर महीने खर्च नहीं होते हैं। पेपाल और अन्य मौद्रिक ढांचे पर एक डीलर खाते वाले लोगों के लिए इस तरह के प्रशासन को आगे बढ़ाने के लिए कुछ भी करना मुश्किल है।

- 6) **निजीकरण:** ग्राहक सहायता और जटिल सूचना परीक्षा के लिए एआई चैटबॉट्स का उपयोग, बिग डेटा के लिए ए आई गणनाओं को लागू करके, प्रत्येक ग्राहक के अनुभव को अनुकूलित करने के लिए यह कल्पनीय है। इसके अतिरिक्त ए आई आधारित रूपरेखाएं लंबे समय तक व्यक्तिगत आवश्यकताओं का पता लगाती हैं। इससे बाद में इन आवश्यकताओं को अधिक आसानी से संबोधित करने और किसी व्यक्ति के हितों की कल्पना करने का विकल्प आसान हो जाता है। मौद्रिक सहायता और फिन टेक वस्तुओं का क्षेत्र ऑनलाइन व्यापार के साथ परिवर्तित हो रहा है। भौतिक खुदरा स्थानों की पारंपरिक वास्तविक सीमाएं वेब पर गायब हो गई हैं। वेब पर, यह एक महत्वपूर्ण खुदरा स्थान से सुरक्षा खरीदने के लिए समान रूप से सरल है, जो एक सुरक्षा संगठन से माना जाता है। ग्राहक सहायता के लिए ए आई का उपयोग प्रशिक्षित पेशेवरों के एक विशाल मानव स्टाफ की आवश्यकता को प्रतिस्थापित करता है। ब्लॉकचेन इनोवेशन का उपयोग करने वाले जटिल एक्सचेंजों की उन्नत तैयारी में सुधार का अर्थ है कि ऑनलाइन खुदरा विक्रेताओं द्वारा बहुत अधिक चीजें बेची जाएंगी, जिसमें घरों और मौद्रिक वस्तुओं जैसी चीजें शामिल हैं।

14.5 ई-वित्तीय सेवाएँ

वित्तीय सेवाएँ विभिन्न वित्तीय संस्थानों द्वारा प्रदान की जाने वाली आर्थिक सेवाओं को संदर्भित करती हैं जो धन के प्रबंधन से संबंधित हैं। यह ऋण, बीमा, स्टॉक, क्रेडिट कार्ड, आदि जैसे वित्तीय बाजारों का एक अमूर्त उत्पाद है जैसा कि हम जानते हैं कि वित्तीय सेवाएँ वित्त उद्योग द्वारा प्रदान की जाने वाली आर्थिक सेवाएँ हैं, जिसमें कई प्रकार के व्यवसाय शामिल हैं जो धन का प्रबंधन करते हैं, जिनमें क्रेडिट यूनियन बैंक और क्रेडिट कार्ड कंपनियां शामिल हैं। इस प्रकार, वित्तीय सेवाएँ बैंकिंग फर्मों, बीमा कंपनियों, निवेश फंडों, क्रेडिट यूनियनों, ब्रोकरेज फर्मों और उपभोक्ता वित्त कंपनियों जैसे संस्थानों के उत्पाद हैं।

प्रौद्योगिकी के आगमन के साथ, ई - उपसर्ग को और अधिक चुस्त तरीके से ग्राहक की सुविधा के लिए जोड़ा गया है। यह कांतिकारी है कि इंटरनेट व्यवसाय बैंकिंग को कैसे प्रभावित करता है। ई-फाइनेंस फाइनेंस, बैंकिंग, अकाउंटिंग और इश्योरेंस डोमेन के लिए ई- फाइनेंशियल एक मूल्यवान ऑनलाइन संसाधन है। यह वित्तीय प्रणाली का एक प्रमुख घटक है जो किसी अर्थव्यवस्था में वित्तीय लेनदेन की सुविधा प्रदान करता है।

ई- वित्तीय सेवाएँ आर्थिक विकास के लिए एक आवश्यक उपकरण है क्योंकि यह एक ऐसे व्यक्तियों को समीप लाता है जिसे धन की आवश्यकता होती है और जो धन की आपूर्ति कर सकते हैं। वित्तीय सेवाएँ लोगों को नुकसान के खिलाफ बीमा द्वारा विभिन्न अप्रत्याशित गतिविधियों से उत्पन्न होने वाले जोखिम के खिलाफ एक बाधा के रूप में कार्य करती हैं। ये सेवाएँ उपभोक्ता-उन्मुख हैं क्योंकि इन्हें ग्राहकों की आवश्यकताओं के अनुसार डिज़ाइन और प्रदान किया जाता है।



* स्रोत: <https://financialservices.gov.in>

चित्र 14.6: ई-वित्तीय सेवाएँ

वित्तीय सेवा विभाग का आदेश बैंकों, वित्तीय संस्थानों, बीमा कंपनियों और राष्ट्रीय पेंशन प्रणाली के कामकाज को कवर करता है। विभाग का नेतृत्व सचिव (FS) करता है, जिसे तीन अतिरिक्त सचिवों (AS), सात संयुक्त सचिवों (JS), एक आर्थिक सलाहकारों (EA) और एक उप महानिदेशक (DDG) द्वारा सहायता प्रदान की जाती है।

14.6 ई-यात्रा सेवाएँ

इंटरनेट और स्मार्टफोन उपयोगकर्ताओं की बढ़ती संख्या के साथ, उद्योग ने प्रगति की है, और किसी भी अन्य ऑनलाइन व्यवसाय की तरह यह अपना ध्यान मोबाइल पर स्थानांतरित कर रहा है। वेब आधारित व्यवसाय ने यात्रा उद्योग के पूरे विचार को बदल दिया है। एक ई-यात्रा आम आदमी के संदर्भ में एक ऐसी कार्रवाई है जो इंटरनेट पर मुख्य रूप से यात्रा वेबसाइटों के व्यवसाय को पूरा करती है। इन यात्रा वेबसाइटों के उपयोग ने लोगों को अपनी यात्रा की योजना बनाने के तरीके में बेहद बदलाव किया है।

तालिका 14.1: ई-यात्रा पोर्टल से संबंधित अक्सर पूछे जाने वाले प्रश्न

ई-ट्रैवल कंपनियां होटल बुकिंग कैसे प्रदान करती हैं? क्या वे वास्तविक समय में काम करते हैं? क्या वे हर होटल के लिए सॉफ्टवेयर अनुकूलित करते हैं?

इस ई-ट्रैवलिंग एग्रीगेटर को ओ टी ए (ऑनलाइन ट्रैवल एजेंट) के रूप में भी जाना जाता है। वे अपनी खोज को गूगल या अन्य खोज इंजन में उच्चतम (बिग एस ई ओ प्रकार) रखने में बहुत पैसा लगाते हैं। जहां तक होटल व्यवसायी जो इस ओ टी ए (प्रोफाइल) पर अपने खाते बनाते हैं, जहां वे अपनी छवियों और डेटा को जैसे कमरों और कमरों के लिए दरों को जोड़ सकते हैं। उनके अंत पर दो प्रणाली काम कर रही हैं

-फ्रंट एंड (जहां कोई भी ग्राहक कमरे बुक कर सकता है)

-Extra net (जहां होटल मालिक सामने वाले ग्राहक द्वारा की गई बुकिंग देख सकता है)।

अब जैसे ही ग्राहक ने बुकिंग की तो यह अतिरिक्त नेट से 1 कमरे को हटा देगा और केवल शेष

कमरे को सामने के छोर पर दिखाता है, इसलिए जब सभी कमरे बेचे जाएंगे तो यह सामने की तरफ नहीं दिखाई देगा। यह वास्तविक समय में काम करता है और डिस्कआउट / पैकेज को अनुकूलित कर सकता है (जैसे मानार्थ नाश्ता या पिकअप - ड्रॉप ऑफ सुविधा)

सभी ई-ट्रैवल सेवाओं में बहुत सी चीजें बदल गई हैं और कुछ बहुत महत्वपूर्ण बदलाव लाए गए हैं। यह निम्नलिखित को भी दर्शाता है:

- मोबाइल फोन पर क्रेडिट कार्ड का उपयोग डेस्कटॉप पर की तुलना में अधिक है।
- प्रारंभिक खोज की दर मोबाइल पर अधिक है क्योंकि मोबाइल बहुत सारे लोगों के लिए इंटरनेट के संपर्क का पहला बिंदु है।
- सप्ताहांत पर मोबाइल का उपयोग अपेक्षाकृत अधिक होता है।
- ऑनलाइन ट्रैवल उद्योग की अन्य प्रमुख प्रवृत्ति सौदों और पैकेजों में उपभोक्ताओं की रुचि है।

यात्रा संगठन अब ग्रह पर कहीं भी बसने वाली अपनी दुनिया भर की भीड़ से संपर्क करने में सक्षम होंगे और प्रतिद्वंद्वियों के साथ उनके मूल्यांकन को प्रभावी ढंग से गिनाते हैं ताकि वे अपने स्वयं के ग्राहकों को सबसे आदर्श विकल्प प्रदान कर सकें।

14.6.1 ई-यात्रा के तहत दी जाने वाली सेवाएं

ई-यात्रा क्रूज, होटल, फ्लाइट, कार जैसी कई सेवाएं प्रदान करता है जो इसे बुकिंग की सभी आवश्यकताओं के लिए एक आदर्श प्रणाली बनाता है। ई-यात्रा आसानी से यात्रा या आरक्षण बुक करने के लिए उपयोगकर्ता के अनुकूल वेब प्रणाली प्रदान करता है।

यात्रा उद्योग में ऑनलाइन सेवाओं के कुछ लाभ नीचे दिए गए हैं:

- 1) **ऑनलाइन बुकिंग:** ट्रैवल एजेंटों को देखने के लिए ग्राहकों को कोई अधिक आवश्यकता नहीं है। संपूर्ण बुकिंग फ्रेमवर्क ऑनलाइन है। प्रत्येक ढांचा स्वतंत्र रूप से काम करता है, हालांकि इस सेट-अप का मिश्रण व्यवसाय निर्माण एवं वृद्धि में सहायक है।
- 2) **आर्थिक मंदी:** वेब आधारित व्यापार उद्योग ने अविश्वसनीय रूप से मंदी को प्रभावित किया है। मंदी दुर्भाग्य का समय है जो लगभग आधे साल तक चलता है। ऑनलाइन व्यापार नवाचार ने अपने इष्टतम प्रयोग के माध्यम से मंदी से तेजी से सुधार को सुनिश्चित किया है।
- 3) **कम्प्यूटरीकरण और नेटवर्किंग:** जी पी एस शायद सबसे अच्छा नवाचार है जो आपको गतिमान और यात्रा उद्योग के व्यवसाय में प्रोत्साहित करता है। बंद मौके पर कि आप परिवहन प्रशासन में से किसी पर गौर करेंगे, इंटरनेट व्यवसाय एक ऐसी चीज है जो आपको सहयोगी बनाने और ग्राहकों को सर्वोत्तम प्रशासन प्रदान करने में सहायता कर रही है।

- 4) **अतिरिक्त वैश्विक बाजार:** वेब आधारित व्यापार नवाचार अतिरिक्त बाजार के बारे में बेहतर कौशल प्रदान करता है। व्यावसायिक गतिविधि एक राष्ट्र या एक शहर तक ही सीमित नहीं है, बल्कि यह दुनिया भर में अपने ग्राहकों पर ध्यान केंद्रित करती है। ई-यात्रा की सहायता से व्यक्ति अब किसी भी स्थान से असाधारण आपत्तियों के लिए अपने भ्रमण को बुक कर सकते हैं, उदाहरण के लिए, उनके कार्यालय या यहां तक कि अपने स्वयं के घर तक।
- 5) **सुगमता में आसानी:** व्यवसाय की तकनीक चक्र वर्तमान में बाजार से जुड़ने के समान सरल है। यात्रा नियोजक अब दावेदारों से अधिक परिचित हो सकेंगे और उचित रूप से अपने व्यवसाय की योजना बना सकेंगे। डेटा के अलावा, यह ग्राहकों और दावेदार आचरण के लिए उपलब्धता की सादगी देता है। यह सभी व्यक्तियों को इंटरफ़ेस और एक साथ जुड़ने के लिए सरल बनाता है।

तालिका 14.2: आई आर सी टी सी का केस स्टडी



IRCTC

इंडियन रेलवे कैटरिंग एंड टूरिज्म कॉर्पोरेशन (IRCTC) एक भारतीय सार्वजनिक क्षेत्र का उपक्रम है जो भारतीय रेलवे को टिकट, खानपान और पर्यटन सेवाएँ प्रदान करता है। यह शुरू में पूरी तरह से भारतीय रेलवे के सहायक के रूप में भारत सरकार के स्वामित्व में था, और रेल मंत्रालय के प्रशासनिक नियंत्रण में संचालित था, लेकिन अब कंपनी को 2019 के बाद से नेशनल स्टॉक एक्सचेंज में सूचीबद्ध किया गया है, साथ ही सरकार के पास ही बहुमत स्वामित्व है। आई आर सी टी सी वेबसाइट दुनिया की सबसे ज्यादा देखी जाने वाली वेब साइटों में शामिल है, दुनिया भर में 750 शीर्ष साइटों और भारत में 50 शीर्ष साइटों के तहत रैंकिंग। रोजाना औसतन 4.15 लाख टिकट बुक किए जाते हैं।

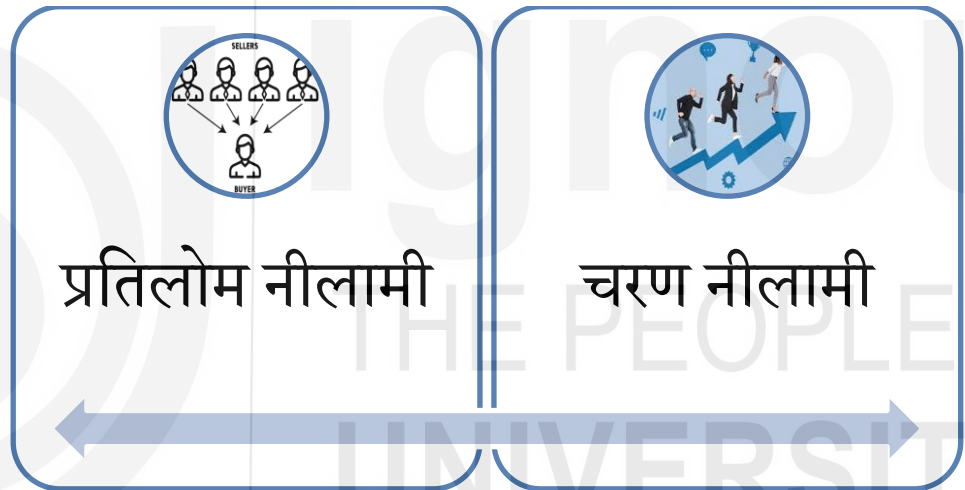


The screenshot shows the IRCTC website interface. At the top, there is a navigation bar with links like LOGIN, REGISTER, AGENT LOGIN, CONTACT US, ASK DISHA, ALERTS, and a date/time display. Below this is a secondary navigation bar with categories like IRCTC EXCLUSIVE, TRAINS, BUSES, FLIGHTS, HOLIDAYS, LOYALTY, MEALS, PROMOTIONS, PREMIUM PARTNER, and MORE. The main content area features a 'BOOK TICKET' form with fields for 'From', 'To', 'Date' (DDMM/YYYY), and 'Class' (All Classes). There are also checkboxes for 'GENERAL', 'Dhyanang Concession', 'Flexible With Date', and 'Train with Available Berth'. A 'Search' button is at the bottom of the form. To the right of the form is a large image of a train on tracks with the text 'INDIAN RAILWAYS' and 'Safety | Security | Punctuality' overlaid.

14.7 ई-नीलामी सेवाएँ

ई-नीलामी सेवा ऑनलाइन होती हैं, ये एक खरीदने वाली कंपनी और कई पूर्व-योग्य आपूर्तिकर्ताओं के बीच वास्तविक समय की गतिशील बातचीत, जो विशिष्ट वस्तुओं या सेवाओं की आपूर्ति करने का अधिकार जीतने के लिए एक-दूसरे के खिलाफ सीधे प्रतिस्पर्धा करते हैं, जिसमें डिजाइन, गुणवत्ता, मात्रा, के लिए स्पष्ट रूप से वितरण और संबंधित नियम और शर्तें पहले से ही निश्चित रहती है।

ई-नीलामी योग्य सुव्यवस्थित खरीद प्रक्रिया के उपयोग, के परिणामस्वरूप बचत बढ़ी है जो सीधे नीचे की रेखा पर प्रतिबिंबित होती है। इसलिए, यह न केवल उत्पादों और सेवाओं पर पैसे बचाता है, बल्कि उदाहरण के लिए अधिक मूल्य बनाने, नए आपूर्तिकर्ताओं को ढूंढने के लिए मूल्यवान समय बचाता है। ई-नीलामी सेवाओं के उपयोग करने के फायदे कई गुना हैं। इसके कुछ फायदे, टाइम सेविंग, कॉस्ट सेविंग, यूनिफॉर्म खरीदना और नेगोशिएशन प्रोसेस, ग्रेटर मार्केट ट्रांसपेरेंसी इत्यादि हैं।



चित्र 14.7: रिवर्स नीलामी बनाम स्टेप नीलामी

रिवर्स नीलामी: एक रिवर्स नीलामी एक प्रकार की नीलामी है जिसमें खरीदार और विक्रेता की पारंपरिक भूमिकाएं उलट जाती हैं। इस प्रकार, एक खरीदार और कई संभावित विक्रेता हैं। एक साधारण नीलामी में, खरीदार बढ़ती कीमतों की पेशकश करके वस्तुओं या सेवाओं को प्राप्त करने के लिए प्रतिस्पर्धा करते हैं।

चरण नीलामी: एक चरण नीलामी में, बचत उत्पन्न होती है क्योंकि आपूर्तिकर्ता अन्य आपूर्तिकर्ताओं की तुलना में उनकी प्रतिस्पर्धा से अनजान होते हैं। इस प्रारूप में, आपूर्तिकर्ताओं को अपनी स्थिति के बारे में कोई पारदर्शिता नहीं है, कितने आपूर्तिकर्ता नीलामी या अन्य आपूर्तिकर्ताओं की कीमतों में भाग ले रहे हैं। आपूर्तिकर्ता केवल तभी देख सकता है जब उनकी बोली स्वीकार या अस्वीकार कर दी गई हो। इस कारण से, एक आपूर्तिकर्ता के साथ एक चरण नीलामी हो सकती है।

14.7.1 ई-नीलामी सेवाओं के उदाहरण

- **सामान्य उपभोक्ता नीलामियाँ:** वेब डेस्टिनेशनों पर बिकने वाला सबसे अच्छा क्रेता ईबे है और सबसे अधिक उपयोग की जाने वाली व्यवस्था अंग्रेजी बिक्री का एक आधुनिक रूप है। ध्यान दें कि ईबे अंग्रेजी बिक्री में व्यापारियों को एक बचत लागत निर्धारित करने की अनुमति है। इस तरह की बिक्री में, बोली लगाने वाले रिकॉर्ड किए जाते हैं, फिर भी बिक्री समाप्त होने तक ऑफ़र रकम का अनावरण नहीं किया जाता है। इसमें व्यक्तिगत अंग्रेजी बिक्री से थोड़ा अंतर है, लेकिन चूंकि ईबे लगातार एक निरंतर नवीनतम उच्च प्रस्ताव राशि दिखाता है, एक बोलीदाता जो बिक्री स्क्रीन करता है वह पेशकश डिजाइन देख सकता है ईबे और एक लाइव अंग्रेजी बिक्री के बीच मूल अन्तर यह है कि बोली लगाने वालों को यह जानकारी नहीं है कि किसका और कौन सा प्रस्ताव है जो बार्टरिंग समाप्त होने पर पता चलती है। ईबे इंग्लिश बिक्री अतिरिक्त रूप से व्यापारियों को प्राइवेट बिक्री की अनुमति देता है। एक ईबे निजी बिक्री में, साइट कभी भी बोली लगाने वालों की विशेषताएं और उनके द्वारा दी जाने वाली लागत का खुलासा नहीं करती है। क्लोजआउट के अंत में, ईबे सिर्फ डीलर और सबसे उल्लेखनीय बोलीदाता को सूचित करता है। ईबे द्वारा पेश किया गया एक अन्य क्लोजआउट प्रकार अलग-अलग चीजों के लिए एक विस्तार मूल्य डिजाइन है जिसे ईबे एक डच बिक्री कहता है। यह कॉन्फ़िगरेशन प्रमाणिक रूप से एक वास्तविक डच क्लोजआउट नहीं है; हालांकि, बल्कि एक यांकी बिक्री है।

तालिका 14.3: ईबे सेल ऑफ, बिडर्स केस स्टडी

ईबे नीलामी वेब के रूप में शुरू हुआ, एक ऑनलाइन नीलामी पोर्टल जिसने पारस्परिक लेनदेन की अनुमति दी। यह अपनी तरह का पहला उदाहरण था - एक मंच व्यापार मॉडल जिसने उत्पादों और सेवाओं को बेचने / खरीदने के लिए वेबसाइट का उपयोग करने वाले लोगों और व्यवसायों से लेनदेन शुल्क प्राप्त करके राजस्व उत्पन्न किया।



आज, ईबे दुनिया भर में लाखों खरीदारों और विक्रेताओं को जोड़ने वाला एक मल्टीबिलियन-डॉलर ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म है। यह उपभोक्ता को उपभोक्ता और व्यवसाय को उपभोक्ता लेनदेन की अनुमति देता है। यह प्लेटफॉर्म खरीदारों के लिए निः शुल्क है। विक्रेताओं को मुफ्त लिस्टिंग की पूर्व-निर्धारित संख्या प्राप्त होती है और बाद की लिस्टिंग के लिए शुल्क लिया जाता है। ईबे उत्पाद की बिक्री से भी कमीशन प्राप्त करके राजस्व उत्पन्न करता है।

ईबे वर्तमान में 30 विभिन्न देशों में काम कर रहा है, जो ऑनलाइन नीलामी, इवेंट टिकट ट्रेडिंग (stubhub.com) और ऑनलाइन वर्गीकृत विज्ञापनों जैसी सेवाओं की पेशकश के अलावा

हजारों विभिन्न उत्पादों के साथ एक पारंपरिक ऑनलाइन शॉपिंग वेबसाइट (ebay.com) के रूप में कार्य कर रहा है। ईबे के एक या दूसरे प्रकार में बिकवाली होती है, बोली लगाने वालों को लगातार उत्पादों की बिक्री की स्क्रीन देखते रहना चाहिए। सभी ईबे बार्टर्स में बेसिक की पेशकश में वृद्धि हुई है, जिस राशि से एक प्रस्ताव को पिछले प्रस्ताव से अधिक होना चाहिए, जो प्रस्ताव राशि का लगभग 3 प्रतिशत है। प्रस्ताव को सरल बनाने के लिए, ईबे बोलीदाताओं को मध्यस्थ प्रस्ताव देने की अनुमति देता है। एक मध्यस्थ प्रस्ताव में, बोलीदाता एक सबसे चरम प्रस्ताव निर्धारित करता है। इस प्रक्रिया में कि सबसे चरम प्रस्ताव वर्तमान प्रस्ताव से बढ़कर होता है, ईबे साइट स्वाभाविक रूप से एक प्रस्ताव में प्रवेश करती है जो वर्तमान ऑफ़र की तुलना में ज्यादा ऑफ़र देता है। जैसे ही नए बोलीदाता बोली में प्रवेश करते हैं, ईबे साइट प्रोग्रामिंग लगातार उन सभी बोलीदाताओं के लिए उच्च पेशकशों में प्रवेश करती है जो मध्यस्थ प्रस्ताव रखते हैं। इस तथ्य के बावजूद कि इस तत्व को कम बोली लगाने वाले विचार की आवश्यकता के लिए पेशकश करने का कारण है, अगर विभिन्न बोलीदाता एक चीज पर मध्यस्थ प्रस्ताव में प्रवेश करते हैं, तो यह प्रस्ताव सबसे उन्नत मध्यस्थ प्रस्ताव के लिए जल्दी से बढ़ जाता है। वर्तमान प्रस्ताव में यह त्वरित प्रभाव अक्सर एक ईबे क्लोजआउट के अंत घंटों में होती है।

- **विशेषता उपभोक्ता नीलामी:** नीलामी वेबसाइटों की तीन व्यापक श्रेणियां हैं, सामान्य उपभोक्ता नीलामियां, विशेष ग्राहक नीलामी बाजार में ईबे, जो ग्राहक को बिक्री करती हैं, विभिन्न कंपनियों ने अद्वितीय प्रीमियम बाजार लक्ष्यों को भेद करने और विशेष वेब क्लोजआउट उद्देश्यों को प्राप्त करनेके लिए चुना है जो बाजार विशेष मुद्दों को संबोधित करते हैं। कुछ वेब क्लोजआउट लोकेशन इनोवेशन को शामिल करते हुए, उदाहरण के लिए, पी सी, पी सी पार्ट्स, फोटोग्राफिक हार्डवेयर और शॉपर गैजेट्स से शुरुआत करते हैं।
- **उपभोक्ता रिवर्स नीलामी और समूह खरीद साइटें:** इंटरनेट द्वारा एक और तरह का व्यापार किया जा सकता है, जो वेबपेज खरीदने के लिए एकत्रित होता है, जो ग्राहक को बेचने के समान है। एक खरीद वेबसाइट पर, डीलर लागत के साथ एक उत्पाद पोस्ट करता है। जैसा कि व्यक्तिगत खरीदार एक चीज पर ऑफ़र देते हैं (ये ऑफ़र उस उत्पाद की एक इकाई प्राप्त करने के लिए व्यवस्था कर रहे हैं, हालांकि कोई भी लागत इंगित नहीं की जाती है), साइट उत्पाद के आपूर्तिकर्ता के साथ बेहतर लागत की व्यवस्था कर सकती है। पोस्ट की गई लागत अंततः बढ़े हुए प्रस्तावों की मात्रा के साथ कम हो जाती है, अगर प्रस्तावों की मात्रा बढ़ जाती है। नतीजतन, साइट विभिन्न खरीदारों को विकसित करती है जो अपनी लागत को कम करने के लिए विक्रेता को बाधित करेंगे। प्रभाव वास्तव में बेचने वाले के चारों ओर एक खरीदार द्वारा पूरा किए गए समान है। वस्तुओं की किस्म जो अधिक माला खरीदने के स्थलों के लिए आदर्श हैं, ग्राउंडेड नोटरीज के साथ आइटम चिह्नित हैं। यह खरीदारों को यह महसूस करने की अनुमति देता है कि वे एक अच्छा सौदा प्राप्त कर रहे हैं और कम गुणवत्ता के लिए लागत से समझौता नहीं कर रहे हैं। इसी तरह जिन वस्तुओं के लिए एक उच्च-मूल्य-माप अनुपात होता है और उन्हें क्षणभंगुर नहीं होना चाहिए।

- **बिजनेस-से-बिजनेस नीलामी:** बी 2 बी नीलामी जो व्यापार से व्यवसाय के बीच होती है। बड़े संगठन नियमित रूप से अप्रयुक्त अधिनियम या स्टॉक सामग्री से अधिक परिसमापन करते हैं, जो इन अनुपयोगी स्टॉक के लिए खरीदारों की खोज करते हैं। कुछ संगठन नियमित रूप से परिसमापन व्यापारियों के लिए अपने अनुपयोगी और अतिरेक स्टॉक की पेशकश करते हैं, जो फर्म हैं जो इन चीजों के लिए खरीदारों की खोज करते हैं। ऑनलाइन बिक्री इन स्टॉक परिसमापन अभ्यासों के लगातार विस्तार से दूसरे और अधिक उत्पादक चैनल, इंटरनेट पर हैं।

बहुतायत स्टॉक से निपटने के लिए इन दो बिजनेस-टू-बिजनेस वेब क्लोजआउट मॉडल इन दो प्रथागत तकनीकों से संबन्धित हैं। विशाल संगठन मॉडल में, व्यवसाय अपनी खुद की साइट बनाता है जो ओवरबैंड्स स्टॉक बेचता है। छोटे संगठन के मॉडल में, एक बाहरी वेब क्लोजआउट वेबसाइट विभिन्न व्यापारियों द्वारा वेबपेज पर दर्ज किए गए परिसमापन प्रतिनिधि और बिक्री स्टॉक की जगह लेती है। तीसरा व्यापार-से-व्यापार वेब क्लोजआउट मॉडल क्रेता ऑनलाइन बेचने-बंद होने के बाद लेता है। इस मॉडल में, एक अन्य व्यावसायिक तत्व बाजार में प्रवेश करता है जिसे प्रभावशीलता की आवश्यकता होती है और वह एक साइट बनाता है जिस पर खरीदार और डीलर जिन्होंने एक दूसरे के साथ काम नहीं किया है, वे बिक्री में रुचि ले सकते हैं। इस मॉडल का एक वैकल्पिक निष्पादन तब होता है जब कोई वेब बेचने वाला वर्तमान सौदों के चैनल को बदल देता है।

- **बिजनेस-टू-बिजनेस रिवर्स नीलामी:** पिछले वर्षों में, ग्लास और बिल्डिंग मटेरियल बनाने वाली कंपनी ओवन्स कॉर्निंग सिंथेटिक यौगिकों (डायरेक्ट मटेरियल), ट्रांसपोर्ट (फिक्स्ड रिसोर्सेज), और लाइन फिटिंग सहित वस्तुओं के वर्गीकरण के लिए 200 से अधिक कॉनसेन्ट सेल्स का आयोजन करती है। ओवन्स कॉर्निंग ने फ़िल्टर किए गए पानी की खरीद के लिए एक विपरीत बिक्री भी आयोजित की। यह अनुरोध करते हुए कि इसके प्रदाताओं की पेशकश में उन चीजों के खर्च में 10% की कमी आई है। चूंकि ओवन्स कॉर्निंग से हर साल अरबों डॉलर की सामग्री, निश्चित संसाधन और एमआरओ चीजें खरीदी जाती हैं, इसलिए लागत संचय निधि की संभावना बहुत अधिक है। अमेरिकी नौसेना बल और सरकार की सामान्य सेवा प्रशासन दोनों ही हर साल खरीदे जाने वाले अरबों डॉलर की सामग्री की खरीद के लिए रिवर्स क्लोजआउट के बारे में अलग-अलग रास्ते तलाश रहे हैं। ऑर्गनाइजेशन स्विच क्वार्टर में एगिलेंट, बैंक वन, बेचटेल, बोइंग, रेथियॉन और सोनी शामिल हैं।

सभी संगठन विपरीत बिक्री के बारे में उत्साहित नहीं हैं। कुछ खरीद प्रमुखों का मानना है कि बिकवाली का नतीजा प्रदाताओं को अकेले लागत पर निर्भर करने का कारण बनता है, जो प्रदाताओं को गुणवत्ता या समझौता बुक की गई तारीखों को याद करने के लिए प्रेरित कर सकता है। दूसरों का तर्क है कि सेट-अप दिशा-निर्देशों के साथ नॉनस्ट्रेटेज वेयर चीजों के लिए कॉन्ट्रैक्ट क्लोजआउट मूल्यवान हो सकता है।

14.8 ई-लर्निंग

हम सभी के पास इंटरनेट का सुविधा है और हम इसका उपयोग कई अलग-अलग चीजों के लिए करते हैं जैसे कि स्कूल और कॉलेज की परियोजनाओं के लिए कुछ जानकारी के लिए शोध करना, संगीत, चित्र, वॉलपेपर, ईमेल, त्वरित संदेश, चैट और कई अन्य चीजों को डाउनलोड करना।

कोई भी अपने घर पर सुविधानुसार खुद को शिक्षित कर सकता है और अब इंटरनेट के माध्यम से डिग्री प्राप्त कर सकता है। नवीनतम तकनीक के साथ, असंभव भी अब संभव लगता है।

ई-लर्निंग, या इलेक्ट्रॉनिक लर्निंग, डिजिटल संसाधनों के माध्यम से सीखने और प्रशिक्षण का वितरण है। हालांकि ई-लर्निंग औपचारिक रूप से सीखने पर आधारित है, यह कंप्यूटर, टैबलेट और यहां तक कि सेलुलर फोन जो इंटरनेट से जुड़े जो जैसे इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों के माध्यम से प्रदान किया जाता है।

ई-लर्निंग के लाभ

ई-लर्निंग समय और पैसा बचाता है। ऑनलाइन सीखने के साथ, शिक्षार्थी कहीं भी और कभी भी सामग्री का उपयोग कर सकते हैं। ई-लर्निंग लागत प्रभावी भी है; कंपनियों ने शिक्षार्थियों और प्रशिक्षकों, की यात्रा और आवास की लागत तथा स्थल एवं सामग्रियों पर पर्याप्त मात्रा में बचत की है।

तालिका 14-4: SAWAYAM

SWAYAM (जिसका अर्थ है 'स्व') एक संस्कृत का संक्षिप्त नाम है जिसका अर्थ "स्टडी वेब्स ऑफ एक्टिव-लर्निंग फॉर यंग एस्पायरिंग माइंड्स" है, जो कि भारतीय बड़े पैमाने पर मुक्त ऑनलाइन कोर्स (MOOC) प्लेटफॉर्म है। प्लेटफॉर्म कक्षा 9 से लेकर पोस्ट-ग्रेजुएशन तक सभी के लिए निःशुल्क पाठ्यक्रम उपलब्ध कराता है। SWAYAM भारत सरकार द्वारा शुरू किया गया एक कार्यक्रम है, जिसे शिक्षा नीति के तीन कार्डिनल सिद्धांतों, पहुंच, इक्विटी और गुणवत्ता को प्राप्त करने के लिए डिजाइन किया गया है। इस प्रयास का उद्देश्य सबसे वंचितों सहित सभी को सर्वोत्तम शिक्षण शिक्षण संसाधन प्रदान करना है। SWAYAM उन छात्रों के लिए डिजिटल डिवाइड को जोड़ने का प्रयास करता है जो अब तक डिजिटल क्रांति से अछूते रहे हैं और ज्ञान अर्थव्यवस्था की मुख्यधारा में शामिल नहीं हो पाए हैं।



SWAYAM के माध्यम से दिए गए पाठ्यक्रम शिक्षार्थियों के लिए निःशुल्क उपलब्ध हैं, हालांकि SWAYAM प्रमाण पत्र चाहने वाले शिक्षार्थियों को अंतिम प्रस्तावित परीक्षाओं के लिए पंजीकरण करना चाहिए जिसका शुल्क निश्चित है और निर्दिष्ट तिथियों पर निर्दिष्ट केंद्रों पर व्यक्तिगत रूप से परीक्षा में शामिल

होना पड़ता है।



यह सुनिश्चित करने के लिए कि सर्वोत्तम गुणवत्ता वाली सामग्री का उत्पादन और वितरण किया जाए, नौ राष्ट्रीय समन्वयक नियुक्त किए गए हैं। वो हैं:

- आत्म-पुस्तक और अंतर्राष्ट्रीय पाठ्यक्रमों के लिए ए आई सी टी ई (अखिल भारतीय तकनीकी शिक्षा परिषद)
- एन पी टी ई एल (इंजीनियरिंग के लिए प्रौद्योगिकी वर्धित शिक्षा पर राष्ट्रीय कार्यक्रम)
- गैर-तकनीकी स्नातकोत्तर शिक्षा के लिए यू जी सी (विश्वविद्यालय अनुदान आयोग)
- अंडर-ग्रेजुएट शिक्षा के लिए सी ई सी (कंसोर्टियम फॉर एजुकेशनल कम्युनिकेशन)
- स्कूल शिक्षा के लिए एन सी ई आर टी (राष्ट्रीय शैक्षिक अनुसंधान और प्रशिक्षण परिषद)
- स्कूल शिक्षा के लिए एन आई ओ एस (राष्ट्रीय मुक्त विद्यालयी शिक्षा संस्थान)
- बाहर के छात्रों के लिए इन्सू (इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय)
- आई आई एम बी (भारतीय प्रबंधन संस्थान, बेंगलोर) प्रबंधन अध्ययन के लिए
- शिक्षक प्रशिक्षण कार्यक्रम के लिए एन आई टी टी टी आर (राष्ट्रीय तकनीकी शिक्षक प्रशिक्षण और अनुसंधान संस्थान)



स्रोत: <https://swayam.gov.in> [SWAYAM]

बोध प्रश्न क:

1) ऑनलाइन सेवाएं क्या हैं?

.....

.....

.....

2) विशेष उपभोक्ता नीलामी और व्यवसाय नीलामियों के बीच अंतर स्पष्ट करें।

.....
.....
.....
.....

3) ऑनलाइन यात्रा सेवाओं में सुगमता की व्याख्या करें।

.....
.....
.....
.....

4) ऑनलाइन बैंकिंग सेवाओं में निजीकरण के लिए कृत्रिम बुद्धिमत्ता (आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस) कैसे प्रमुख है?

.....
.....
.....
.....

14.9 ऑनलाइन लर्निंग

ऑनलाइन या वेब-आधारित शिक्षा स्कूली शिक्षा है जो इंटरनेट पर होती है। इसे अक्सर विभिन्न शब्दों के बीच "ई-लर्निंग" के रूप में जाना जाता है। हम यह कह सकते हैं कि, इंटरनेट लर्निंग केवल एक प्रकार का "डिस्टेंस लर्निंग" है - जिसमें दूरस्थ शिक्षा होती है न कि पारंपरिक मोड में पठन - पाठन होता है। दूरस्थ शिक्षा का एक लंबा इतिहास है और आज कुछ प्रकार सुलभ हैं, जैसे;

- **पत्राचार पाठ्यक्रम:** ये थोड़े सहयोग के साथ मानक मेल के माध्यम से होते हैं।
- **टेली पाठ्यक्रम:** टेली पाठ्यक्रमों को रेडियो या प्रसारण के माध्यम से रुपन्न किया जाता है।
- **कॉम्पैक्ट डिस्क रॉम कोर्स:** इसके तहत प्रीलोडेड स्टडी कंटेंट को कॉम्पैक्ट डिस्क के जरिए प्रदान किया जाता है।
- **वेब आधारित लर्निंग:** ये इंटरनेट के माध्यम से पेश किए जाते हैं।
- **पोर्टेबल लर्निंग:** यह गैजेट्स द्वारा पेश किया जाता है, उदाहरण के लिए, फोन, पी डी ए और उन्नत साउंड प्लेयर (आई पॉड, एम पी 3 प्लेयर)।

इंटरनेट लर्निंग, शिक्षण और सीखने के लिए एक उत्प्रेरक के रूप में कार्य करता है। इसमें ऊपर से निचे की ओर निष्क्रिय समझ से दूर एक और अधिक सहज, समुदाय-उन्मुख कार्यप्रणाली है जिसमें समझ और शिक्षक सीखने के चक्र का सह-निर्माण करते हैं। प्रशिक्षक का काम मंच पर ऋषि से मार्गदर्शक के रूप में एक विचार के रूप में बदल रहा है।

ऑनलाइन लर्निंग के कुछ बुनियादी केंद्र बिंदु में निम्नलिखित शामिल हैं:

- **सुविधा:** ऑनलाइन शिक्षा पूरे दिन, किसी भी ऑनलाइन पी सी से हर दिन, किसी भी समय, बिना किसी रुकावट के ली जाती है।
- **प्रभावशाली शिक्षा:** अनुसंधान से स्पष्ट रूप से समझ और रखरखाव की व्यापकता का पता चलता है; अधिक महत्वपूर्ण बातचीत; अभिरुचि, नवोन्मेष क्षमता, और मौलिक क्षमताओं जैसे समय, स्वतंत्रता और आत्म-नियंत्रण आदि का पता चलता है।
- **समतल मैदान:** छात्रों को सोचने और संस्कारित करने से पहले चिंतन करने के अधिक प्रयास कर सकते हैं; वेब पर सामान्य समझ विकसित होगी।
- **संवाद:** ऑनलाइन शिक्षा से शिक्षा के साथ, ट्यूनिंग और सीखने की तीव्र गति, और अधिक सहयोग की भावना पैदा होगी।
- **अभिनव शिक्षण:** ऑनलाइन शिक्षा से छात्र-केंद्रित कार्यप्रणाली; विस्तारित अभ्यास और सीखने के अभ्यास की आविष्कारशीलता; विविध शिक्षण शैलियों का समावेश; परिवर्तन और संवर्द्धन मूल पाठ्यक्रमों पर भी होगा।
- **बेहतर प्रशासन:** ऑनलाइन शिक्षा से समझने के लिए और काम करने के लिए पर्याप्त समय; ऑनलाइन सहयोग को संग्रह और रिकॉर्ड करने की क्षमता; वेब पर मूल्यांकन की देखरेख करने की क्षमता में वृद्धि होगी।
- **बचत:** अधिक समझ को रोकना, विस्तारित समझदार पूर्ति = उच्च रखरखाव और कम रिहाइश।
- **भौतिक संसाधनों की कम जरूरत:** ऑनलाइन शिक्षा से सीमित आधारों पर कम अनुरोध होंगे, और साथ ही आस-पास और पार्किंग गैराज में गिरावट होगी।
- **व्यापक पहुँच:** छात्रों को नए विकल्प मिलेंगे, नए अध्ययन विकसित होंगे, वर्तमान छात्रों में वृद्धि आने वाले समय में नामांकन में वृद्धि होगी, नई समझ वाले बाजारों में पहुंचें; वर्तमान समझ के लिए अपील बाद में नामांकन का विस्तार।

14.10 ई-प्रकाशन सेवाएं

सबसे पहले, वाणिज्यिक केंद्र वितरित करने वाले इंटरनेट में विकास नए बुद्धिमान नवाचारों और अनुप्रयोगों की क्षमता से प्रेरित था। नए सहज वितरण की गारंटी ने पदार्थ आपूर्तिकर्ताओं और सामान्य आबादी दोनों के रचनात्मक दिमाग को पकड़ लिया। बहरहाल, 1993 से 1995 तक इंटरनेट वितरण का बहुत कुछ व्यावसायिक कारण के अभाव में दमित था। इसके बाद, इंटरनेट वितरण का पदार्थ निर्माण पक्ष तकनीकी-एड्रोइट लोगों द्वारा अभिभूत हो गया, जो बेचने में सक्षम नहीं थे और जिन्होंने वितरण के मामले को नहीं समझा। इसके अलावा, वितरक संस्थाएं थी जो साधारण तरीके से वेब पर थे और वेब के चक्र एवं आवेग को नहीं समझा।

जैसा कि अंतर्निहित है, वितरणकर्ताओं ने समझा कि मूल रूप से वेब पर उपस्थिति होने से लाभ सुनिश्चित नहीं हुआ है। उन्होंने पाया कि विश्वासप्रद उत्पाद के बिना ऊर्जावान नवाचार की पेशकश समग्र उद्योग को पकड़ने के लिए अपर्याप्त है। इन संगठनों को पता चल रहा है कि खरीदारों के विचार को पकड़ने के लिए सबसे आदर्श दृष्टिकोण कार्ययोजना का निर्माण करना है जो संगठन को महत्वपूर्ण डेटा, प्रोग्रामिंग और प्रशासन प्रदान करने की अनुमति देता है।

ऑनलाइन डिस्ट्रीब्यूटर्स ग्राहकों से सीधे शुल्क वसूलने और उनके द्वारा इस तरह के आरोपों से बचाव करने के लिए कार्रवाई की नई योजनाएं विकसित कर रहे हैं। जैसे-जैसे कंपनियों की बढ़ती संख्या ऑनलाइन उत्पाद की पेशकश करने लगती है, मूल्यांकन के संबंध में उन्हें नए ग्राहक दृष्टिकोण के अनुसार बदलने के लिए बाध्य किया जा रहा है। डिस्ट्रीब्यूटर्स बड़े पैमाने पर प्रचार खर्चों के लिए अपने संदेश को ट्रेड-ऑफ के रूप में बताने के लिए प्रचारकों को बड़े पैमाने पर व्यावसायिक क्षेत्र देकर अपने संगठनों को पैसा देते हैं। सामान्य समाज को यह महसूस करने के लिए तैयार किया गया है कि समाचार, डेटा और मनोरंजन के लिए उन्हें वित्तपोषित या लगभग मुक्त होना चाहिए और यह प्रचारक टैब को कवर करेंगे। यह कार्यप्रणाली ऑनलाइन माध्यम में संभव नहीं है, जब बड़े पैमाने पर व्यावसायिक क्षेत्रों को ग्राहकों द्वारा उनके डेटा और कनवेन्शन रणनीतियों को चुनने के लिए फिर से रखा जाता है।

प्रारंभिक इंटरनेट वितरण विभिन्न समस्याओं के समाधान का प्रयास कर रहा है। पेपर और मैगजीन डिस्ट्रीब्यूटर्स, इंटरनेट में विशेष रुचि रखने वाले पहले का एक हिस्सा अपने किशोर वेब स्थानों के लिए नए प्रचार मॉडल के साथ डबिंग कर रहे हैं। एक नियम के रूप में, मानक प्रचारक ऐसे लोगों के समूह के साथ एक माध्यम में नकदी निकालने के बारे में बेचैन हैं, जिनके आकार और प्रवृत्ति को छांटना लगभग मुश्किल है। कम आय के कारण, वेब डिस्ट्रीब्यूटर्स में से किसी ने भी पैसा नहीं बनाया है। हालांकि विज्ञापन आय अभी लागतों को कवर करने में सक्षम नहीं हैं, लेकिन वे आने वाले लंबे समय में कर सकते हैं क्योंकि ट्रैफिक वेतन वृद्धि और ब्रांड नाम स्थापित हो जाते हैं। ब्रांड सुधार इस आधार पर महत्वपूर्ण है कि हर बार ग्राहक वेब प्रोग्राम से पहले बैठता है; वह कहाँ जाना है के बारे में एक विकल्प पर रहने की जरूरत है। ब्रांड जितना अच्छा होगा, दुकानदार के मस्तिष्क में उतनी ही अधिक संभावना होगी

14.10.1 ऑनलाइन प्रकाशन रणनीतियाँ

इसी तरह, घटनाओं के किसी भी नए मोड़ के साथ, संगठनों पर विचार करने के लिए वितरण के लिए बड़े और तीन सिस्टम हैं:

- **अर्ली मूवर्स:** ये तत्काल विज्ञापन के रूप में ऐसी प्रमुख क्षमताओं के लिए मौजूदा प्रवेश के साथ असाधारण रूप से प्रतिभाशाली मुफ्त वितरक हैं और संतुष्टि का अनुरोध करते हैं। इन वितरणकर्ताओं में नए मीडिया से सबसे उल्लेखनीय लाभ प्राप्त करने की क्षमता है क्योंकि जानकारी को अवशोषित करने की उनकी उम्मीदें दूसरों की तुलना में बहुत अधिक सीमित हैं, और उनके पास अभी भी आवश्यक संपत्ति की एक महत्वपूर्ण संख्या है।
- **दर्शक:** ये बड़े पैमाने पर वितरण करने वाली संस्थाएँ हैं जो पैमाने पर छूने वाले वित्तीय मामलों का उपयोग करती हैं। ये लागत में गिरावट और फैलाव के विस्तार तक इंटरनेट को

पर्याप्त रूप से आकर्षक चैनल के रूप में वितरित करते हुए नहीं देख सकते हैं। इस वर्ग में अनब्रांडेड या कम असंदिग्ध पदार्थ के वितरक शामिल हैं, जो पर्याप्त रूप से विशाल शुरुआत ग्राहक स्थापना में आकर्षित नहीं कर सकते हैं, जैसे वर्गीकरण में लगे हुए वितरक ऑनलाइन माध्यम के लिए उचित रूप से उपयुक्त नहीं हैं।

- **एनालाइजर:** ये अधिकतर डिस्ट्रीब्यूटर्स हैं जो आकर्षक गुणवत्ता या संभावित विशेषज्ञता चुनौतियों का सामना करते हैं। यहां इकट्ठे कई बहु वर्ग हैं और पारंपरिक व्यवसायिक क्षेत्रों में प्रभावी रूप से भाग लेने वाले प्रसिद्धि पाने वालों का दावा है, जो संदिग्ध हैं कि ऑनलाइन वाणिज्यिक केंद्र में कौन जीतेगा, और जिन्हें अब निर्णय लेने की आवश्यकता नहीं है। एनालाइजर समान रूप से हार्दिक ग्राहक प्रतिष्ठानों के साथ चिह्नित सामान्य डिस्ट्रीब्यूटर्स को शामिल करते हैं और प्रभावी ढंग से स्थापित करने के लिए प्रचार प्रसार की अपील करते हैं। इस सभा के लिए, ऑनलाइन माध्यम एक और विकल्प होने का आभास देता है।

एक नियम के रूप में, डिस्ट्रीब्यूटर खुद को किसी भी स्थिति की सदस्यता के बिना अपेक्षित अवसरों के बारे में निर्देश दे रहे हैं। जब तक वे उचित विशेषज्ञ सह-ऑप्स और थोक व्यापारी नहीं पाते हैं, तब तक वे ठोस ब्रांड के चित्रों और मौजूदा खरीदार प्रतिष्ठानों के साथ-साथ खंड के बाद का निर्णय ले सकते हैं। डिस्ट्रीब्यूटर्स, उदाहरण के लिए, वॉल स्ट्रीट जर्नल और न्यूयॉर्क टाइम्स केंद्रित परीक्षणों और पायलट परियोजनाओं में भाग ले रहे हैं, जो इस बात की ओर इशारा करते हैं कि वेब आधारित वितरण को तालिका में लाना है, आवश्यक क्षमताओं का निर्माण करना है, और अपेक्षित चैनलों की अपील की जांच करना है। ये परीक्षण नियमित रूप से एक प्रारंभिक सूचना ढांचे के रूप में एक क्षमता निर्माण कार्यक्रम को शामिल करते हैं ताकि संगठन व्यवसाय या अर्थव्यवस्था के अंदर बदलावों को तेजी से अलग कर सके और फिर से कार्य कर सके।

इस नई जलवायु में सामग्री, प्रेरक, प्रशासन, गुणवत्ता और लागत पर्याप्त नहीं होगी। कनविंस की गति, वस्तुओं की पैकेजिंग, और विभिन्न प्रकार के निर्णय इसके अतिरिक्त बुनियादी उपलब्धि कारक बन जाते हैं। यदि इस प्रकार के व्यवसाय को व्यापक रूप से स्वीकार किया जाना और प्रसिद्ध होना है, तो वितरकों को लगातार विचारों को बढ़ाना चाहिए और वर्तमान विचारों को चुनौती देनी चाहिए। इंटरनेट वितरण में जीतने से क्षेत्रों में बढ़ते नए दृष्टिकोण शामिल होंगे, उदाहरण के लिए, अनुकूलित प्रचार, अनुरोधों को संभालने और संतुष्टि, और ग्राहक देखभाल के रूप में प्रमुख मानकों को फिर से सीखने के कारण कि व्यक्ति क्यों खरीदते हैं आदि।

14.10.2 ऑनलाइन प्रकाशन दृष्टिकोण

नीचे बताए अनुसार कई ऑनलाइन प्रकाशन दृष्टिकोण हैं:

- 1) **कंटेंट डिस्ट्रीब्यूशन दृष्टिकोण:** निम्नलिखित तरीके से कंटेंट डिस्ट्रीब्यूट करने के चार प्रकार हैं:

- **ऑनलाइन क्रोनिकल दृष्टिकोण:** यह वेब पर नया है, फिर भी हाल के वर्षों में इलेक्ट्रॉनिक कनवेंशन में पैटर्न का एक समझदार विस्तार है।
- **नया माध्यम कार्यप्रणाली:** यह अधिक संदिग्ध और निष्पादित करने के लिए कठिन है, फिर भी अतिरिक्त रूप से सक्रिय है।
- **वितरण मध्यवर्ती दृष्टिकोण:** यह डिस्कनेक्ट किए गए बाहरी वितरक भाग का ऑनलाइन संवर्द्धन है।
- **गतिशील और बिना एक पल के भी कार्यप्रणाली के लिए:** इस पद्धति में, सामग्री को निरंतर रूप से एकत्र किया जाता है और संगठन में ग्राहक की प्राथमिकताओं और झुकाव के लिए सबसे उपयुक्त होता है।

2) **ऑनलाइन पुरालेख दृष्टिकोण:** ऑनलाइन क्रोनिकल दृष्टिकोण (ग्रंथ सूची की जानकारी के आधार और पूर्ण-पाठ खोज / पुनर्प्राप्ति प्रशासन) कॉर्पोरेट वितरकों और कुछ हद तक, व्यापार वितरकों, (उदाहरण के लिए, स्कोलास्टिक या डायरी वितरकों) का दावा करता है, जिनके पास वर्तमान कम्प्यूटरीकृत है। दस्तावेज जो उन्हें वेब पर केवल कागज, सीडी-रॉम, या अन्य मीडिया पर व्यक्त करने की आवश्यकता है।

नेशनल लाइब्रेरी ऑफ मेडिसिन (एन एल एम) द्वारा बनाई गई एक ग्रंथ सूची सूचना आधार का एक उदाहरण मेडलाइन है, जो डॉक्टरों की एक विस्तृत संख्या को बाध्य करता है, जो घटनाओं और लेखन के सबसे हालिया मोड़ के साथ नवीनतम रहने के लिए ऑनलाइन नैदानिक सूचना अड्डों पर निर्भर हैं। पी सी के प्रसार ने डॉक्टरों को सीधे तौर पर पहले से बहीखाताओं द्वारा उपयोग किए जाने वाले सूचना अड्डों के माध्यम से देखने का अधिकार दिया है। मेड और अन्य नैदानिक जानकारी के आधार इंटरनेट पर उपलब्ध हैं।

3) **द न्यू मीडियम दृष्टिकोण:** नई मीडियम कार्यप्रणाली (वास्तविक समय समाचार गणना, कस्टमाइज्ड न्यूज कनवेन्स और एडुटेनेमेंट की गिनती) वेब के लिए नई सामग्री को अपना माध्यम मानने की उम्मीद करती है, जो खुद की सामग्री का विलय करती है। इस पद्धति में व्यावसायिक प्रिंट वितरकों के लिए सबसे अधिक अपील होगी, उदाहरण के लिए, पत्रिकाओं, जो वेब को एक और विकल्प के रूप में देखते हैं, न कि प्रिंट वितरण के लिए एक विकल्प। उदाहरण के लिए, वायर्ड पत्रिका व्यावहारिक रूप से अपनी पत्रिका और इसके हॉट वायर्ड एडवेंचर के बीच पदार्थ में कुछ भी हाइब्रिड नहीं देखती है। दोनों मीडिया के लिए कुछ निबंधकार रचना कर सकते हैं, हालाँकि हर माध्यम के लिए अलग-अलग पदार्थ धाराएँ उत्पन्न होंगी।

यह पद्धति अभी उन्हें यांत्रिक बाधाओं के मद्देनजर मुद्दों के बारे में जागरूक करती है। उदाहरण के लिए, वेब के व्यवस्थित अवरोध अभी निराशाजनक हैं, फिर भी अभिनव प्रगति के साथ वे लंबे समय से पहले याद करने में विफल रहेंगे। असंतोष वेब के प्रस्ताव के असंतुलन से अधिक हैं; इसका मॉडल एक साथ दूरसंचार और चर्चा दोनों है। वेब आधारित वितरण के साथ एक उल्लेखनीय शुरुआत चरण हो सकता है, हालाँकि कोई नियंत्रण चौकीदार नहीं; प्रत्येक उपयोगकर्ताओं से सहजता के अतिरिक्त अधिनियम के अनुसार प्रत्येक ऑनलाइन पत्रिका एक-एक-समान मुठभेड़ करती है।

भले ही नवाचार की अनिवार्यताएं बच गई हों, लेकिन वेब के लिए धारणाएं प्रिंट मीडिया के समान नहीं हैं कि एक वेब भीड़ के लिए बना नया पदार्थ बनाया जाए। यह तेजी से स्पष्ट हो जाता है कि इस मॉडल के तहत, पुराने मानक काम नहीं करते हैं। डिस्ट्रीब्यूटर अपने छवि नाम को आत्मसमर्पण करता है, हालांकि इसका विद्वान पदार्थ, बहुत-एक बार डेटा बाहर होने के बाद, यह अधिक नहीं है, पास नहीं है। उस मॉडल के साथ सामना, हर एक डिस्ट्रीब्यूटर कर सकता है "सबसे आकर्षक सामान के साथ सबसे पहले हो," एक पद्धति जो हॉट वायर्ड अपने प्रयास में ले जा रही है वह एक ऐसा स्थान बनाने के लिए है जहां प्रति उपयोगकर्ता यह अनुभव कर सकते हैं कि दुनिया को राज्य के लिए क्या चाहिए। एक मिनट मिनट आधार से।

- 4) **द पब्लिशिंग इंटरमीडिएशन दृष्टिकोण:** डिस्ट्रीब्यूशन इंटरवेंशन अप्रोच (वेब इंडेक्स पर काउंटिंग) गो-बेटवेन्स के लिए नई हेल्प ओपनिंग का गलत इस्तेमाल करता है। उदाहरण के लिए, विकासशील व्यापार क्षेत्र में शिक्षाप्रद सामग्री के लिए, उदाहरण के लिए, कोर्स पैक और अन्य संशोधित किताबें, एक से अधिक डिस्ट्रीब्यूटर द्वारा दावा की जाने वाली सामग्री की पेशकश करने वाले संगठन प्राधिकरण प्राप्त करने के भारी काम का सामना करते हैं। कॉपीराइट संघ के प्रशासन में महत्वपूर्ण समय बिताने वाले नए संगठन महत्वपूर्ण प्रतिभागियों के रूप में उत्पन्न हो रहे हैं।

ऑनलाइन इंडेक्स कुछ कारणों से महत्वपूर्ण हैं। इलेक्ट्रॉनिक वाणिज्यिक केंद्र बनाने के लिए संगठन और ग्राहक इलेक्ट्रॉनिक व्यापार को निर्देशित करने के लिए इंटरनेट का पता लगाने के लिए अक्सर लड़ाई करते हैं। एक बार उस जुआ संगठन पर, उन्हें विभिन्न संगठनों, वस्तुओं और प्रशासनों को खोजने में कठिनाई का सामना करना पड़ रहा है। याहू की स्टॉक की पहली बिक्री (आईपीओ) की उपलब्धि ऑनलाइन इंडेक्स के महत्व को रेखांकित करती है। यिप्पी (जो अभी तक एक और पदानुक्रमित ऑफिशल ओरेकल का प्रतिनिधित्व करता है) 1994 में डेविड फिलो और जेरी यांग, दो स्टैनफोर्ड, यूनिवर्सिटी इलेक्ट्रिकल डिजाइनिंग पीएचडी की समझ में आया था, जिन्होंने अपने नंबर एक वेब डेस्टिनेशंस की डीवाई कोडिंग व्यवस्था शुरू की थी। यह इंटरनेट के आसपास की खोज के लिए शायद सबसे प्रसिद्ध तरीकों को प्राप्त करने के लिए आगे बढ़ा। यिप्पी एक प्रमुख स्थान है जहाँ बहुत से इंटरनेट क्लाइंट तब जाते हैं जब वे तेजी से विकसित हो रहे इंटरनेट के आसपास अपना रास्ता खोजने का प्रयास करते हैं। एक बार, याहू को हर दिन लगभग 6 मिलियन मेहमान मिल रहे थे, जिसने इसे नेटस्केप के लैंडिंग पृष्ठ के करीब दूसरा सबसे गतिशील वेब वेबपेज बनाया। असंदिग्ध रूप से, इस तथ्य के प्रकाश में मध्यस्थता के लिए एक रुचि होगी कि अल-तरीके एक अच्छे कैटलॉग के लिए व्यक्तियों की सहायता के लिए एक आवश्यकता होगी, जो माल, प्रशासन और आइटम खोजने में सहायता करेंगे। क्या आ रहा है जो वितरण प्रतिनिधियों के लिए शानदार है, जो बिंदु डेटा द्वारा गतिविधि, गति और बिंदु की सादगी की पेशकश करते हैं।

- 5) **डायनामिक और जस्ट-इन-टाइम पब्लिशिंग दृष्टिकोण:** ऑनलाइन पदार्थ इस बिंदु पर स्थिर डेटा नहीं है। पदार्थ अब ग्राहक के क्षेत्र, स्वाद और झुकाव के लिए सबसे उपयुक्त विन्यास में मक्खी पर लगातार और संचारित किया जा सकेगा। सभी अधिक गंभीर रूप से, पदार्थ मोटर एक वेबसाइट के लिए मेहमानों को पुनर्जीवित करता है और व्यक्ति के

ज्ञात झुकाव को समन्वयित करने के लिए वेब पृष्ठों की व्यवस्था करता है। उदाहरण के लिए, एक विशाल आइटम इंडेक्स भेजने की चाह रखने वाला एक डिस्ट्रीब्यूटर वर्तमान में हर व्यक्तिगत वेब पेज को बनाने और अपडेट करने की आवश्यकता नहीं होगी। सभी बातों पर विचार किया गया, प्रत्येक पृष्ठ-पाठ, डिजाइन, वीडियो और ध्वनि के घटकों को एक सूचना के आधार पर स्वतंत्र रूप से दूर रखा जाता है और इसका उपयोग मक्खी पर व्यक्तिगत पेज बनाने के लिए किया जाता है क्योंकि हर ग्राहक साइट का उपयोग करता है।

14.10.3 कॉपीराइट मुद्दे

कंप्यूटर आधारित वितरण के साथ वेब आधारित वितरण में एक और केंद्रीय बिंदु कम्प्यूटरीकृत कॉपीराइट है। वेब पर मूल्य सामग्री की पहुंच की गारंटी के लिए शक्तिशाली यांत्रिक आश्वासन साधन आवश्यक हैं। आज, डिस्ट्रीब्यूटर्स, उदाहरण के लिए, एडिसन-वेस्ली सिर्फ वेब पर सुलभ कार्यों का आविष्कार या परीक्षण निर्धारण प्रदान करते हैं। वे इस तथ्य के प्रकाश में और अधिक पेशकश नहीं कर सकते हैं कि एक जलवायु में जहां जीवन और नवाचार का तरीका सामग्री निर्माताओं के विशेषाधिकारों को बहुत कम आश्वासन देता है, उनके संरक्षित नवाचार के लिए बहुत अधिक खतरा है। इंटरनेट इसे प्राधिकरण या कॉपीराइट धारक के बिना डुप्लिकेट, पुनः व्यवस्थित, और परिवर्तन कार्यों के लिए आश्चर्यजनक रूप से सरल बनाता है। इसके अतिरिक्त, उन्नत दुनिया की कोई विश्वव्यापी सीमा नहीं है, और अतिक्रमण के खिलाफ आश्वासन और आश्वासन की डिग्री के बाद से पुलिसिंग अकल्पनीय है, जो दुनिया भर के देशों में व्यापक रूप से भिन्न है, जो खतरे को काफी अधिक उल्लेखनीय बनाता है।

14.11 ऑनलाइन मनोरंजन

किसी भी अत्याधुनिक वेब सशक्त गैजेट के पास ऑनलाइन डायवर्सन प्राप्त करने का विकल्प होना चाहिए। एक पीसी या टैबलेट को दृश्य मीडिया से चार्ज करने के लिए कुछ लोगों द्वारा पसंद किया जा सकता है क्योंकि स्क्रीन बड़े हैं फिर भी अधिकांश गुणवत्ता वाले स्क्रीन वाले फोन पूरी तरह से सक्षम हैं। संगीत को कई गैजेट्स पर चलाया जा सकता है और आप स्पीकर या व्यक्तिगत इयरफोन / हेडफोन कनेक्ट करने के लिए अधिकांश इलेक्ट्रिकल गैजेट्स पर पाए जाने वाले ईयरफोन अटैचमेंट का उपयोग कर सकते हैं। वेब पर डायवर्सन प्राप्त करने के लाभ हैं - प्रभावी रूप से सामग्री के लिए व्यापक दायरे को ब्राउज करना, लागत - मुक्त पदार्थ पर कैपिटलाइज करना और जब आप कहाँ देखते हैं और कहाँ से उठाते हैं, आदि को चुनना। नीचे दिए गए विवरण ऑनलाइन मनोरंजन सेवाओं के उदाहरण हैं।

14.11.1 टी वी ऑनलाइन

- **टेलीविजन:** प्रशासन अधिकांश महत्वपूर्ण स्टेशनों के लिए सुलभ हैं और विभिन्न प्रकार से आप कार्यक्रमों को स्ट्रीम कर सकते हैं। रिकॉर्ड किए गए टी वी शो देखें जो अपने अद्वितीय प्रसारण के बाद ऑनलाइन रखे जाते हैं। लाइव टी वी कार्यक्रमों को उत्तरोत्तर दिखाता है (इसके लिए एक टी वी परमिट की आवश्यकता होती है) यू ट्यूब संगीत रिकॉर्डिंग, पूर्ण टीवी परियोजनाओं और फिल्मों क्लिप के लिए बड़े पैमाने पर प्रसिद्ध है। यू

ट्यूब मुफ्त है और संभवतः उपयोग करने के लिए सबसे सरल वास्तविक समय सुविधा है। बीबीसी आई प्लेयर स्ट्रीमिंग बीबीसी के लिए उत्तरोत्तर महत्वपूर्ण हो रही है और अपने खुद के आई प्लेयर प्रशासन का उपयोग करके टीवी और रेडियो प्रसारण प्राप्त कर सकते हैं जो लाइव और हाल ही में रिकॉर्ड किए गए हो। यदि आप किसी भी 'लाइव' टी वी सामग्री को स्ट्रीम करते हैं, आपके पास इस तथ्य के बावजूद एक टी वी परमिट होना चाहिए कि इस कार्यक्रम में आप केवल प्रलेखित सामग्री के लिए प्रशासन का उपयोग करते हैं (उदाहरण के लिए जो कार्यक्रम अभी-अभी संचार किया गया है) इससे कोई अंतर नहीं होता। तुलनात्मक विकल्प अन्य टी वी चैनलों जैसे आई टी वी, आई टी वी प्लेयर, चैनल 4: 4 ऑन डिमांड, चैनल 5: डिमांड 5 आदि से सुलभ हैं।

- **फिल्म:** जिन लोगों के पास प्रसारण के लिए सदस्यता है, उदाहरण के लिए, लवफिल्म और नेटफ्लिक्स वे वेब फिल्मों की एक श्रृंखला प्राप्त कर सकते हैं। तुलनात्मक प्रसारण जैसे ही कम्प्यूटरीकृत टी वी बंडलों के समर्थकों के लिए सुलभ है, (उदाहरण के लिए, वर्जिन मीडिया या स्काई) और क्लाइंट को अपने रिकॉर्ड में प्रवेश करने और वेब पर फिल्में देखने की अनुमति देते हैं। स्ट्रीमिंग के माध्यम से देर से और पुरानी फिल्में ऑनलाइन देखी जा सकती है। एक सशक्त वेब एसोसिएशन और बहुत सारे सूचना वृत्ति से अपेक्षा की जाती है कि वे सूचना के इस उपाय प्रभावी बनाएं। अधिकांश फिल्मों को देखने की अनुमति देने के लिए "बफरिंग" की आवश्यकता होती है और इस घटना में कि आप प्रतिबंधित नेटवर्क के साथ एक क्षेत्र में होते हैं, उस समय यह प्रभावित हो सकता है नेटफ्लिक्स मूल रूप से एक डी वी डी संदेश प्रशासन के रूप में शुरू हुआ, नेटफ्लिक्स वर्तमान में एक विशाल व्यापकता प्रदान करता है जिसमें फिल्में, टी वी शो और 'रुचि में' धाराओं के रूप में सभी अद्वितीय एवं विकासशील विकल्प उपलब्ध हैं। यह इस तथ्य के बावजूद भुगतान किया जाता है कि आपके पास निः शुल्क एक महीने की प्रारंभिक सुविधा प्राप्त करने का विकल्प हो सकता है। अमेज़न इंस्टेंट वीडियो फरवरी 2014 तक प्रीफ़िल्म, अमेज़न इंस्टेंट वीडियो 50,000 उन्नत गति चित्रों और टीवी दृश्यों के अतिरिक्त प्रवेश के साथ एक पट्टा और खरीद प्रशासन प्रदान करता है। प्राइम इंस्टेंट वीडियो एक सदस्यता प्रशासन प्रदान करता है, जबकि शुरूआती 30 दिन की निशुल्क सुविधा मिल सकती है।

14.11.2 बुक

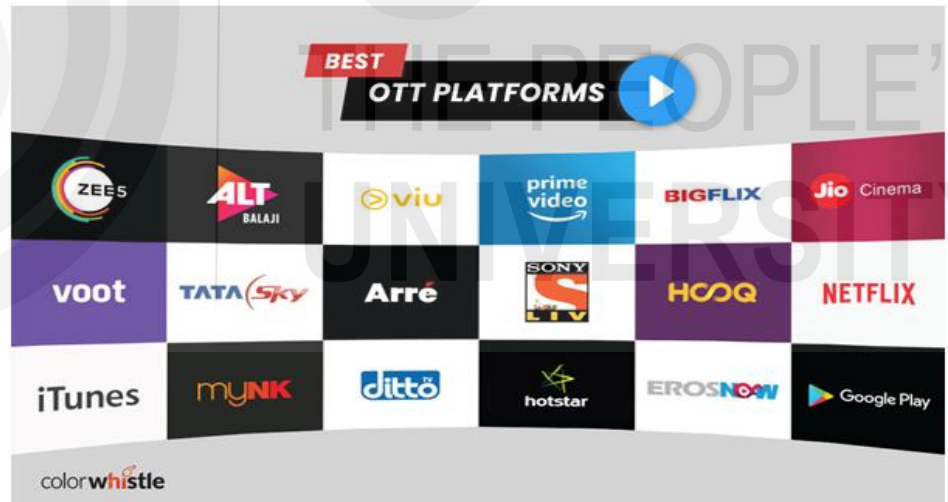
एक डिजिटल बुक मूल रूप से कोई भी पुस्तक है, जिसे विभिन्न प्रकार के डिजिटल उपकरणों जैसे कंप्यूटर, टैबलेट आदि पर पढ़ा जा सकता है। हाल के समय में एक डिजिटल उपकरण ई रीडर, ई बुक्स को पढ़ने और भंडारण के लिए विशेष रूप से विकसित किया गया है। ई रीडर एक हैंडहोल्ड डिवाइस है, जिस पर ई बुक्स को पढ़ा जा सकता है। कुछ लोकप्रिय डिजिटल उपकरणों में, अमेज़न किंडल, आकुतो कोबो आदि शामिल हैं। ई बुक्स कई कारणों से पाठकों के लिए अधिक आकर्षक और सुविधाजनक हैं। बिना किसी निर्माण और शिपिंग लागत के भौतिक पुस्तकों से सस्ती है एवं पाठकों को एक डिवाइस पर हजारों पुस्तकों को संग्रहित करने की अनुमति देकर बहुत अधिक स्थान बचाती है।

14.11.3 रेडियो

बाद में पुराने हिट की सराहना करके के लिए कोई भी व्यक्ति ऑनलाइन रेडियो प्रसारण प्राप्त कर सकता है। इसके लिए उन्हें बस रेडियो प्रसारण की साइट पर जाकर नवीनतम संगीत , समाचार , वेब रिकॉर्डिंग या मीटिंग आदि में सूचीबद्ध समालोचना के लाइव प्रसारण को सुनने के लिए ट्यून करने की आवश्यकता है। वेब रेडियो एक लाइव स्ट्रीमिंग रेडियो वेबसाइट है, जिसमें बड़ी संख्या में ड्राइविंग स्टेशन शामिल है। इंटरनेट रेडियो एक समर्थन प्रदान करता है , जो किसी भी पी सी , टैबलेट या टेलीफोन को रेडियो में बदल सकता है। विभिन्न रेडियो प्रसारण भी सीधे इंटरनेट जैसे FM 94.3, FM 95.6 आदि से प्राप्त किए जा सकते हैं।

14.11.4 ओ टी टी (ओवर-द-टॉप)

ओ टी टी को ओवर-द-टॉप प्लेटफॉर्म के रूप में भी जाना जाता है, सामग्री प्रदाता तेजी से बढ़ रहे हैं क्योंकि अधिक लोग मनोरंजन के लिए ऑनलाइन चैनलों पर स्विच करते हैं। ओवर-द-टॉप मीडिया सेवा एक स्ट्रीमिंग मीडिया सेवा है जो इंटरनेट के माध्यम से दर्शकों को सीधे पेश की जाती है। ओ टी टी केबल, प्रसारण और उपग्रह टेलीविजन प्लेटफार्मों को बाईपास करता है, जो कंपनियां पारंपरिक रूप से ऐसी सामग्री के नियंत्रक या वितरक के रूप में कार्य करती हैं। कॉमस्कोर के अनुसार, दुनिया भर में लगभग 50 मिलियन घरों में, आज ओ टी टी वीडियो है, जो वे पारंपरिक टीवी दर्शकों के रूप में एक ही समय के पैटर्न में उपभोग करते हैं। यह कहना सुरक्षित है कि ओटीटी वीडियो स्ट्रीमिंग प्रदाताओं द्वारा वीडियो माध्यम को फिर से आकार दिया जा रहा है।



चित्र 14.8: ओ टी टी प्लेटफार्म

इंटरनेट के एक नियमित उपयोगकर्ता के लिए, " ओ टी टी ऐप या सेवा" कुछ इस तरह है:

- वीडियो स्ट्रीमिंग के लिए यूट्यूब , हुलु, नेटफ्लिक्स या एप्पल टीवी
- वॉयस / वीडियो कॉल के लिए स्काइप या फेसटाइम
- मोबाइल डिवाइस पर संदेशों के लिए व्हाट्सएप या आईमैसेज
- एक्स बॉक्स 360 या गेमिंग के लिए वारक्राफ्ट की दुनिया

ओ टी टी का बहुत प्रभाव है और रणनीतिक निहितार्थ हैं जिन्होंने वीडियो स्ट्रीमिंग उद्योग की गतिशीलता को बदल दिया है, खासकर भारत में ओ टी टी सेवाएं। ओ टी टी सेवाओं ने टेलीविजन के तीसरे युग को संचालित किया है जहाँ वीडियो स्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्मों ने प्रारूपों को अनुकूलित करके नेटवर्क पर वितरण को बढ़ाकर, निर्बाध रूप से उपकरणों को तकनीक द्वारा उन्नत किया गया है, इस आगमन ने आई पी वीडियो को उपभोक्ता के साथ-साथ व्यवसायों के करीब ला दिया है।

इंटरनेट और मोबाइल उपकरणों की बढ़ती पहुंच ने भारत में ओटीटी सेवाओं के भविष्य को चलाने के लिए सफलता की कुंजी के रूप में 'कुछ भी, कभी भी, कहीं भी' का मंत्र आसानी से फैलाया है। यह काफी उज्ज्वल भविष्य सामग्री, पाठ, संगीत या वीडियो की सभी शैलियों में मनाया जाता है। बेहतर सेलुलर नेटवर्क के साथ, इंटरनेट तक पहुंच में सुधार हुआ है जिसने डिजिटल पारिस्थितिकी तंत्र को और भी अधिक सक्षम कर दिया है जिससे उपभोग की गई सामग्री भी मोबाइल और मनोरंजन का कुल खर्च तेजी से बढ़ रहा है क्योंकि भारत लगभग हर साल 40 मिलियन नए इंटरनेट उपयोगकर्ताओं को जोड़ रहा है।

बोध प्रश्न ख:

1) प्रकाशन सेवाओं के कॉपीराइट के मुद्दे पर इंटरनेट कैसे मदद कर रहा है?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

2) इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स की दूसरी लहर में वेब समुदायों की व्याख्या करें?

.....
.....
.....
.....

3) डिजिटल किताबों से आप क्या समझते हैं?

.....
.....
.....
.....

4) वेब पर डायवर्सन प्राप्त करने के क्या लाभ हैं?

.....
.....
.....
.....

14.12 सारांश

वेब-आधारित व्यवसाय के विस्तार के अनुरोध के साथ, अधिक संगठन वर्तमान में अपने उचित मूल्य को उन्नत करने के लिए बेहतर विचारों और अवसरों की तलाश कर रहे हैं। वर्तमान में इलेक्ट्रॉनिक व्यापार उद्योग में बहुत ज्यादा हर व्यवसाय की सहभागिता है। ऑनलाइन व्यापार वेबसाइट आर्किटेक्चर का नया समय कई उद्यमों के डिजिटलाइजेशन की ओर बढ़ रहा है और इसके अलावा अपने व्यापार की व्यवस्था को साकार कर रहा है।

वित्त को उद्योग द्वारा सॉफ्टवेयर के विघटन के लिए सबसे कमजोर माना जाता है क्योंकि वित्तीय सेवाएं, प्रकाशन की तरह, ठोस वस्तुओं के बजाय सूचना से बनी होती हैं। फिनटेक "वित्त" और "प्रौद्योगिकी" शब्दों का एक केंद्र है और किसी भी व्यवसाय को संदर्भित करता है जो वित्तीय सेवाओं और प्रक्रियाओं को बढ़ाने या स्वचालित करने के लिए प्रौद्योगिकी का उपयोग करता है। यह शब्द उपभोक्ताओं और व्यवसायों दोनों की सेवा करने वाला एक व्यापक और तेजी से बढ़ता हुआ उद्योग है। वित्तीय प्रौद्योगिकी वह तकनीक और नवाचार है जिसका उद्देश्य वित्तीय सेवाओं के वितरण में पारंपरिक वित्तीय तरीकों के साथ प्रतिस्पर्धा करना है।

ऑनलाइन व्यवसाय का एक अविश्वसनीय उपयोग मौद्रिक प्रकार की सहायता प्रदान करना है जो बैंकों द्वारा दी जाने वाली चीजों को व्यापक बनाता है। फिनटेक संगठन विभिन्न प्रशासनों के अलावा सामान्य वित्तीय प्रशासन प्रदान कर सकते हैं। कुछ वैकल्पिक तरीके जो फिनटेक और वेब-आधारित व्यापार को एक दूसरे से जोड़ते हैं, उन्नत मुद्रा और क्रिप्टो मुद्रा, अनबैंकड के लिए व्यवस्थापन, अंतिम डिजिटल संग्रह अभिलेख, मानव निर्मित ब्रेनपावर और बिग डेटा माइनिंग, साझा लेनदेन, बहुमुखी प्रतिभा, निजीकरण आदि हैं।

यात्रा संगठन अब विश्व में कहीं भी बसने वाली आपकी विश्वव्यापी भीड़ से संपर्क कर सकेंगे और प्रतिद्वंद्वियों के साथ उनके मूल्यांकन को प्रभावी ढंग से गिनने के लिए उन्हें अपने स्वयं के ग्राहकों को आदर्श विकल्प प्रदान करने के लिए सशक्त बना सकते हैं। यात्रा उद्योग में ऑनलाइन सेवाओं के कुछ लाभ ऑनलाइन बुकिंग, ओवरसीज मंदा, कम्प्यूटरीकरण और नेटवर्किंग, अतिरिक्त वैश्विक बाजार, उपयोग में आसानी आदि हैं।

कई दृष्टिकोणों से, ऑनलाइन क्लोजआउट एक व्यवसाय का अवसर देते हैं जो वेब के लिए आदर्श है। एक बिक्री साइट दो खरीदारों और विक्रेताओं से ब्याज लेने के लिए शुल्क ले सकती है, और यह अपने पृष्ठों पर प्रचार बेच सकती है। स्पष्ट चीजों का आदान-प्रदान करने के

इच्छुक व्यक्ति एक ऐसे बाजार खंड का निर्माण कर सकते हैं जिस तक पहुंचने के लिए प्रायोजक अतिरिक्त भुगतान करेंगे। नीलामी में ऑनलाइन सेवाओं के उदाहरणों में से कुछ हैं, क्लोज़आउट एस्करो लाभ, क्लोज़आउट रजिस्ट्री और डेटा प्रशासन, क्लोज़आउट ट्रांसफ़र एडमिनिस्ट्रेटिव, सेल प्रोग्रामिंग, ऑनलाइन नीलामी और संबंधित व्यवसाय, सामान्य उपभोक्ता नीलामी, विशेष उपभोक्ता नीलामी, उपभोक्ता रिवर्स नीलामी और समूह क्रय साइट, बिजनेस-से-बिजनेस नीलामी, बिजनेस-से-बिजनेस रिवर्स नीलामी आदि।

ऑनलाइन या वेब आधारित शिक्षा स्कूलिंग है जो इंटरनेट पर होती है। इसे अक्सर विभिन्न शब्दों के बीच "ई-लर्निंग" के रूप में देखा जाता है। इंटरनेट लर्निंग एक प्रकार की "डिस्टेंस लर्निंग" है - जिसमें पारंपरिक क्लासरूम के बजाय दूरस्थ शिक्षा होती है। दूरस्थ शिक्षा का एक लंबा इतिहास है और आज कुछ प्रकार सुलभ हैं, जिनमें पत्राचार पाठ्यक्रम, टेली पाठ्यक्रम, कॉम्पैक्ट डिस्क रोम पाठ्यक्रम, वेब आधारित शिक्षण, पोर्टेबल लर्निंग आदि शामिल हैं।

इंटरनेट के उपयोग ने व्यापार, बैंकिंग, व्यक्तिगत पत्राचार और खरीदारी में परिवर्तन किया है। मनोरंजन उद्योग भी इसका अपवाद नहीं है।

ऑनलाइन मनोरंजन में मूल रूप से इंटरनेट पर संगीत और फिल्में शामिल हैं। इसे या तो कार्यक्रमों में देखा या ट्यून किया जा सकता है, क्योंकि वे (लाइव स्ट्रीमिंग) होते हैं या इसे अपने गैजेट पर रखने भविष्य में देखने के लिए डाउनलोड किया जा सकता है। ऑनलाइन डायवर्जन के विभिन्न प्रकार उपलब्ध हैं जिनमें ऑनलाइन किताबें (डिजिटल किताबें), ऑनलाइन संगीत (संग्रह से प्लेलिस्ट या डाउनलोडिंग, प्लेलिस्ट या रेडियो प्रसारण), ऑनलाइन टीवी और फिल्म देखना (स्ट्रीमिंग या डाउनलोड करना), ऑनलाइन गेम आदि शामिल हैं।

14.13 शब्दावली

बिजनेस-से-बिजनेस नीलामी: बी 2 बी नीलामी उद्योगों की एक श्रेणी में होती है और वास्तविक समय में अंतरराष्ट्रीय स्तर पर खरीदारों और विक्रेताओं को तुरंत जोड़ती है।

डिजिटल पुस्तकें: एक डिजिटल पुस्तक, जिसे ई-बुक या इलेक्ट्रॉनिक पुस्तक के रूप में भी जाना जाता है, एक पुस्तक प्रकाशन है जो डिजिटल रूप में उपलब्ध है, जिसमें पाठ, चित्र, या दोनों शामिल हैं, जो कंप्यूटर या अन्य इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों के फ्लैट-पैनल डिस्प्ले पर पठनीय हैं।

ई-नीलामी: ई-नीलामी ऑनलाइन प्रतिस्पर्धी बोली के माध्यम से संपत्ति, प्राकृतिक संसाधन या अन्य सामान बेचने के लिए नीलामी आयोजित करने की प्रक्रिया है।

ऑनलाइन एंटरटेनमेंट: ऑनलाइन सोशल एंटरटेनमेंट मनोरंजक इंटरैक्टिव कार्यक्षमता और सामग्री सहित लाइव वीडियो स्ट्रीमिंग, वीडियो चैट संचार, मल्टी-प्लेयर गेमिंग, संगीत और

वीडियो स्ट्रीमिंग, सोशल नेटवर्किंग सेवा जैसे सामाजिक ग्राफ प्रबंधन, मंचों, समीक्षाओं, रेटिंग और भू-स्थान विकल्पा।

ऑनलाइन लर्निंग: ऑनलाइन लर्निंग इंटरनेट पर होने वाली शिक्षा है। इसे अक्सर अन्य शब्दों के बीच "ई-लर्निंग" के रूप में जाना जाता है। संक्षेप में यह किसी भी सीखने के लिए एक छत्र शब्द है जो पारम्परिक कक्षा में शिक्षण के बजाय दूरवर्ती होती है।

विशेष वेब नीलामी साइटें: विशेष वेब नीलामी साइटें विशेष रुचि वाले बाजार खंडों की आवश्यकता को पूरा करती हैं।

विशेषता उपभोक्ता नीलामी: विशेषता उपभोक्ता नीलामी साइट्स आसानी से पहचाने जाने वाले प्रॉडक्ट्स के साथ एक मजबूत मार्केट सेगमेंट की पहचान करके फायदा उठाती हैं।

14.14 स्वपरख प्रश्न

- 1) ई-सेवाएं क्या हैं? ई-सेवाओं के विभिन्न फायदे क्या हैं?
- 2) ई-नीलामी का महत्व स्पष्ट कीजिए।
- 3) वित्तीय सेवाओं में इंटरनेट कैसे सहायक है?
- 4) फिनटेक के द्वारा प्रयोग की जाने वाली विभिन्न तकनीकें क्या हैं?
- 5) इंटरनेट ने यात्रा उद्योग को कैसे बदला है?
- 6) विभिन्न ऑनलाइन प्रकाशन रणनीतियों की व्याख्या करें।
- 7) विभिन्न ऑनलाइन प्रकाशन दृष्टिकोण बताएं।
- 8) मनोरंजन उद्योग में इंटरनेट कैसे मदद कर रहा है?
- 9) ऑनलाइन लर्निंग क्या है? इसके विभिन्न केंद्र बिंदु क्या हैं?



नोट

ये प्रश्न इस इकाई को समझने में सहायक हैं। इन प्रश्नों के उत्तर लिखने के लिए प्रयास करें लेकिन अपना उत्तर विश्वविद्यालय को न भेजें। यह केवल आपके अभ्यास के लिए है।

इकाई 15 ऐप आधारित कॉमर्स

इकाई की रूपरेखा

- 15.0 उद्देश्य
- 15.1 प्रस्तावना
- 15.2 ऐप क्या है?
 - 15.2.1 ऐप्स का वर्गीकरण
 - 15.2.2 ऐप्स के प्रकार
- 15.3 ऐप विकास के लिए चरण
 - 15.3.1 मोबाइल ऐप उद्देश्यों को परिभाषित करना
 - 15.3.2 प्रारंभिक डिजाइन
 - 15.3.3 बाजार अनुसंधान
 - 15.3.4 बाजार विश्लेषण
 - 15.3.5 उपयोगकर्ताओं की प्रतिक्रिया का संग्रह
 - 15.3.6 वित्तीय और तकनीकी व्यवहार्यता
 - 15.3.7 ऐप प्रोटोटाइप का परीक्षण
 - 15.3.8 ऐप लॉन्च करना
 - 15.3.9 आधिकारिक रिलीज
- 15.4 मोबाइल विकास फ्रेमवर्क
 - 15.4.1 नेटिव मोबाइल ऐप विकास
 - 15.4.2 क्रॉस-प्लेटफॉर्म मोबाइल ऐप विकास
- 15.5 ऐप स्टोर
 - 15.5.1 ऐप स्टोर के प्रकार
- 15.6 विभिन्न डोमेन और सेगमेंट के लिए ऐप
- 15.7 सारांश
- 15.8 शब्दावली
- 15.9 बोध प्रश्नों के उत्तर
- 15.10 स्वपरख प्रश्न

15.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने के बाद, आप इस गए हो सकेंगे कि::

- समझ सकें कि ऐप क्या है और इसके विभिन्न प्रकार क्या हैं;
- ऐप विकास के लिए विभिन्न चरणों का वर्णन कर सकें;
- विभिन्न ऐप विकसित करने वाली रूपरेखाओं के बारे में जान सकें;

- विभिन्न प्रकार के ऐप स्टोर के बारे में जान सकें;
- विभिन्न डोमेन और खंडों के लिए विभिन्न एप्लिकेशन के बारे में जान सकें; तथा
- व्यापार लिए ऐप हेतु योजना बना सकें और व्याख्या कर सकें।

15.1 प्रस्तावना

वर्तमान समय में, तेजी से तकनीकी व्यवधान के साथ, मोबाइल फोन मानव जीवन का अनिवार्य हिस्सा बन गए हैं। भले ही मोबाइल फोन का मुख्य रूप से कार्य दूरसंचार है, लेकिन तकनीकी प्रगति के साथ मोबाइल ने कई चीजें संभव की हैं जो पहले अकल्पनीय थीं। अब स्मार्ट फोन के आने के साथ चीजें बदल गई हैं, प्रत्येक व्यक्ति के पास अपना मोबाइल है। स्मार्ट फोन के प्रयोग ने हमारे जीवन को कई मायनों में आसान बना दिया है। मोबाइल फोन का मुख्य लाभ इसकी पोर्टेबिलिटी है, आप जहाँ भी जाएँ इन्हे अपनी जेब में ले जा सकते हैं। स्मार्ट फोन ने मोबाइल ऐप के आविष्कार के साथ सेवा क्षेत्र में एक नया चेहरा पेश किया है। मोबाइल एप्लिकेशन मूल रूप से उपयोगकर्ता की उंगलियों पर एक विशिष्ट कार्य करने के लिए डिज़ाइन किए गए एप्लिकेशन हैं। मोबाइल ऐप और स्मार्ट फोन द्वारा प्रदान की जाने वाली सारी सेवाएं हैं।

15.2 ऐप क्या है ?

ऐप "एप्लिकेशन" का एक संक्षिप्त रूप है, यह मूल रूप से एक प्रकार का सॉफ्टवेयर है जिसे कंप्यूटर, टैबलेट, स्मार्टफोन या अन्य इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों पर स्थापित और चलाया जा सकता है। एक ऐप बस सॉफ्टवेयर का एक प्रकार है जिसे आप इंटरनेट के माध्यम से प्राप्त और उपयोग कर सकते हैं। एक मोबाइल एप्लिकेशन, जिसे मोबाइल ऐप या केवल ऐप के रूप में भी जाना जाता है, एक कंप्यूटर प्रोग्राम या सॉफ्टवेयर एप्लिकेशन है जिसे मोबाइल डिवाइस जैसे कि फ़ोन, टैबलेट या वॉच पर चलाने के लिए डिज़ाइन किया गया है।



चित्र 15.1: मोबाइल या स्मार्ट फोन में ऐप आइकन

मोबाइल डिवाइस और यहां तक कि टीवी के लिए भी कई ऐप उपलब्ध हैं। इनके इनके बारे में हम आने वाले भागों में अधिक विस्तृत तरीके से चर्चा करेंगे, कुछ डेस्कटॉप के लिए उपयोगी हैं और कुछ मोबाइल के लिए उपयोगी हैं।

15.2.1 ऐप्स का वर्गीकरण

मोबाइल एप्लिकेशन को कई तरीकों से वर्गीकृत किया जा सकता है। सामान्य रूप एक ऐप को मूल ऐप, हाइब्रिड ऐप और वेब-आधारित ऐप्स में वर्गीकृत किया जा सकता है। इन सभी के बारे में एक संक्षिप्त जानकारी नीचे दी गई है:



चित्र 15.2: मूल निवासी, हाइब्रिड और वेब ऐप्स

- 1) **नेटिव ऐप्स:** नेटिव ऐप्स को उनके खास प्लेटफॉर्म के लिए विकसित किया जाता है, जो सॉफ्टवेयर और ऑपरेटिंग सिस्टम के फीचर्स का पूरा फायदा उठाते हैं। ये ऐप सीधे डिवाइस के हार्डवेयर जैसे कि जी पी एस, कैमरा, माइक्रोफोन, आदि का प्रयोग कर सकते हैं, इसलिए ये निष्पादन में तेज हैं, जिसके परिणामस्वरूप अंततः बेहतर उपयोगकर्ता को बेहतर अनुभव प्राप्त होता है। किसी विशेष मोबाइल प्लेटफॉर्म की ओर लक्षित सभी ऐप्स को नेटिव एप्लिकेशन के रूप में जाना जाता है। इसलिए, ऐपल डिवाइस के लिए निर्मित ऐप एंड्रॉइड डिवाइस में नहीं चलता है। परिणामस्वरूप, अधिकांश व्यवसाय कई प्लेटफार्मों के लिए एप्लिकेशन विकसित करते हैं। नेटिव ऐप्स विकसित करते समय, पेशेवर श्रेणी में सर्वश्रेष्ठ उपयोगकर्ता इंटरफ़ेस मॉड्यूल शामिल करते हैं। यह बेहतर प्रदर्शन, स्थिरता और अच्छे उपयोगकर्ता अनुभव को सुनिश्चित करता है। उपयोगकर्ताओं को एप्लिकेशन प्रोग्रामिंग इंटरफेस से व्यापक पहुंच और विशेष उपकरण से सभी एप्लिकेशन का असीमित उपयोग का लाभ प्राप्त होता है। इसके अलावा, वे एक ऐप से दूसरे ऐप पर आसानी से स्विच करते हैं। ऐसे ऐप बनाने का मुख्य उद्देश्य एक विशिष्ट मोबाइल ऑपरेटिंग सिस्टम के लिए सर्वश्रेष्ठ प्रदर्शन सुनिश्चित करना है।
- 2) **हाइब्रिड ऐप्स:** हाइब्रिड ऐप की अवधारणा नेटिव और वेब-आधारित ऐप का मिश्रण है। अपाचे कोरडोवा, जामरीन, रिएक्ट नेटिव, सेंचा टच और इसी तरह की अन्य तकनीक का उपयोग करके विकसित ऐप इस श्रेणी में आते हैं। ये कई प्लेटफार्मों पर वेब और नेटिव तकनीकों का समर्थन करने के लिए बने हैं। इसके अलावा, इन ऐप्स को आसानी से एवं शीघ्रता से विकसित किया जा सकता है। इसमें एकल कोड आधार का उपयोग शामिल है जो कई मोबाइल ऑपरेटिंग सिस्टम में काम करता है। इस तरह के फायदों के बावजूद,

हाइब्रिड ऐप्स का प्रदर्शन निम्न होता है। अक्सर, विभिन्न मोबाइल ऑपरेटिंग सिस्टम में समान ऐप्स रूप एवं मानकों पर विफल होते हैं।

- 3) **वेब-आधारित ऐप्स:** वेब-आधारित एप्लिकेशन एक विशेष प्रकार का सॉफ्टवेयर है जो उपयोगकर्ताओं को वेब ब्राउज़र इंटरफ़ेस के माध्यम से दूरस्थ सर्वर के साथ सहभागिता करने की अनुमति देता है। यह किसी भी ब्राउज़र पर काम करता है चाहे वह क्रोम, ओपेरा या सैमसंग इंटरनेट ब्राउज़र हो और उपयोगकर्ता ऐप स्टोर से ऐप डाउनलोड करने के लिए बाध्य नहीं हैं। हाल के वर्षों में इन ऐप्स की लोकप्रियता में भारी वृद्धि हुई है, डेस्कटॉप अनुप्रयोगों की जगह वेब आधारित ऐप प्रयोग हो रहे हैं तथा दुनिया भर के छोटे और बड़े व्यवसायों के लिए एक महत्वपूर्ण साधन बन गया है। एक वेब-आधारित ऐप को एच टी एम एल 5, सी एस एस या जावास्क्रिप्ट में कोड किया जाता है। इस समूह के ऐप्स के उचित व्यवहार और उपयोगकर्ता-अनुभव के लिए इंटरनेट का उपयोग आवश्यक है। ये ऐप नेटिव और हाइब्रिड ऐप की तुलना में यूजर डिवाइस में न्यूनतम मेमोरी ग्रहण करते हैं। चूंकि सभी व्यक्तिगत डेटाबेस इंटरनेट सर्वर पर सुरक्षित रहते हैं, अतः उपयोगकर्ता इंटरनेट के माध्यम से किसी भी उपकरण से अपना वांछित डेटा प्राप्त कर सकते हैं।

15.2.2 ऐप्स के प्रकार

- 1) **डेस्कटॉप एप्लिकेशन:** डेस्कटॉप एप्लिकेशन असीमित संख्या में हैं, और वे कई श्रेणियों में आते हैं। कुछ अधिक विशेषताओं वाले होते हैं (जैसे माइक्रोसॉफ्ट वर्ड), जबकि अन्य केवल एक या दो विशेषताओं (जैसे घड़ी या कैलेंडर ऐप) वाले होते हैं। नीचे आपके द्वारा उपयोग किए जाने वाले कुछ प्रकार के एप्लिकेशन हैं।
- **वर्ड प्रोसेसर:** वर्ड प्रोसेसर पत्र लिखने, फ्लायर डिजाइन करने और कई अन्य प्रकार के दस्तावेज बनाने की अनुमति देता है। सबसे प्रसिद्ध वर्ड प्रोसेसर माइक्रोसॉफ्ट वर्ड है। हमने अपने पिछले पाठ्यक्रम (बी सी ओ एस -184: कंप्यूटर एप्लिकेशन इन बिजनेस) में विस्तृत रूप से इस एप्लिकेशन सॉफ्टवेयर के बारे में चर्चा की थी।
 - **मीडिया प्लेयर:** यदि आप एम पी 3 सुनना चाहते हैं या डाउनलोड की गई फिल्में देखना चाहते हैं, तो आपको मीडिया प्लेयर का उपयोग करना होगा। विंडोज मीडिया प्लेयर और आईट्यून्स लोकप्रिय मीडिया प्लेयर हैं जो हमारी पिछली इकाई 14 में बहुत अधिक विस्तृत तरीके से शामिल हैं।
- 2) **मोबाइल एप्लिकेशन:** डेस्कटॉप और लैपटॉप कंप्यूटर एकमात्र उपकरण नहीं हैं जो एप्लिकेशन चला सकते हैं। आप स्मार्ट फोन और टैबलेट जैसे मोबाइल उपकरणों के लिए भी एप्लिकेशन डाउनलोड कर सकते हैं। मोबाइल ऐप्स के कुछ उदाहरण यहां दिए गए हैं।
- **जी मेल:** जी मेल का उपयोग आपके मोबाइल डिवाइस से ईमेल देखने और भेजने के लिए किया जाता है। यह एंड्राइड और आई ओ एस उपकरणों के लिए उपलब्ध है।

- **इंस्टाग्राम:** इंस्टाग्राम अपने दोस्तों और परिवार के साथ तस्वीरें जल्दी से साझा करने की अनुमति देता है। यह एंड्राइड और आई ओ एस के लिए उपलब्ध है।
- **डुओलिंगो:** क्विज़, गेम और अन्य गतिविधियों के संयोजन के साथ, डुओलिंगो ऐप नई भाषाओं को सीखने में मदद कर सकता है। यह एंड्राइड और आई ओ एस के लिए उपलब्ध है।

15.3 ऐप विकास के लिए चरण

एप्लिकेशन का विकास एक व्यापक कार्य है जिसमें विभिन्न चरण शामिल हैं, उन सभी महत्वपूर्ण चरणों का संक्षिप्त विवरण है जिन्हें ऐप को विकसित करने के दौरान पालन किया जाना आवश्यक है निम्नवत है:

15.3.1 मोबाइल ऐप उद्देश्यों को परिभाषित करना

उन उद्देश्यों को स्पष्ट रूप से निर्धारित करना और परिभाषित करना जिनके लिए ऐप बनाया जा रहा है, ऐप बनाने की प्रक्रिया का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है। ऐप डिजाइनिंग को परिभाषित करने से पहले निम्नलिखित बातों पर विचार करना महत्वपूर्ण है -

- ऐप बनाने का मुख्य उद्देश्य क्या है?
- ऐप की मुख्य विशेषताएं क्या हैं जो ग्राहकों के लिए उपयोगी होंगी?
- यह ऐप ग्राहकों की समस्याओं को हल करने में कैसे उपयोगी होगा?

ऐप की विशेषताओं का पूर्वनिर्धारण निर्माण के बजट का आकलन करने में पूर्वनिर्धारित ऐप सुविधाएँ बहुत उपयोगी हैं। हालांकि, अनुसंधान इंगित करता है ऐप डिजाइन को प्रोप्राइटर के बजाय उपयोगकर्ता की भागीदारी को प्राथमिकता देनी चाहिए, कि जब यह सुविधाओं को प्राथमिकता देने की बात आती है।

15.3.2 प्रारंभिक डिजाइन

प्रारंभिक डिजाइन के बारे में निर्णय लेना ऐप डेवलपमेंट का पहला चरण है, ऐप की मूलभूत संरचना को डिजाइन करने के लिए समय निकालना महत्वपूर्ण है। अगले चरण से पहले, एप्लिकेशन को प्रारंभिक रूप से डिजाइन करने के लिए पर्याप्त समय देने की सलाह दी जाती है। एप्लिकेशन निर्माण के प्रत्येक और हर छोटे तत्व की स्पष्ट समझ ऐप निर्माण के लिए बहुत महत्वपूर्ण है। इस चरण में सरल ऐप डिजाइन के लिए अधिक समय नहीं लगता है, लेकिन जटिल एप्लिकेशन डिजाइन के मामले में समय लगेगा।

15.3.3 बाजार अनुसंधान

विभिन्न व्यावसायिक परियोजनाओं को शुरू करने के लिए कई नवीन एप्लिकेशन हो सकते हैं, लेकिन इससे पहले कि आप डिजाइन और विकास में आगे बढ़ें, बाजार की आवश्यकता के संदर्भ में अनुसंधान कार्य करना हमेशा बेहतर होता है। निम्नलिखित सवालों के साथ एक छोटी

शोध परियोजना ऐप विकास कार्य शुरू होने से पहले ऐप विकास परियोजना का समर्थन कर सकती है -

- इस ऐप के लिए मार्केटिंग प्लान क्या हैं?
- इस ऐप के लिए लक्षित उपयोगकर्ता कौन हैं?
- आप अपने ग्राहकों को अपने ऐप का उपयोग कैसे करना चाहते हैं?
- इसे बनाने के लिए किस सॉफ्टवेयर प्लेटफॉर्म और फ्रेमवर्क का उपयोग किया जाएगा?
- मोबाइल ऐप विकास की कौन सी भाषा का उपयोग किया जाएगा?
- आपके प्रतिद्वन्द्वी कौन हैं और उनकी रणनीति क्या है? क्या उनके पास ऐप हैं? यदि हां, तो वे क्या सुविधाएँ प्रदान करते हैं?
- समग्र ऐप विकास का बजट क्या है?
- ऐप विकास के लिए समय सीमा क्या है? ऐप कब लॉन्च होगा?

अनुसंधान विवरण सॉफ्टवेयर विकास टीम सहित वितरण, उत्पाद निर्माण और आईटी प्रबंधकों के साथ भी साझा किया जाना चाहिए। ऐप विकास कार्य शुरू होने से पहले संबंधित सभी विभागों से प्रतिक्रिया आवश्यक है। लेकिन बाजार के मूल्यांकन के पीछे मुख्य मुद्दा यह है कि क्यों और कैसे एक विस्तृत समझ प्राप्त करें। आपने कैसे कहा कि आप एक मिलियन ऐप बेचेंगे? यदि आप बाजार अनुसंधान कर चुके हैं, तो आप इस प्रश्न का स्पष्ट रूप से उत्तर दे सकते हैं। अस्पष्ट धारणाओं को कोई जगह नहीं मिलती।

15.3.4 बाजार विश्लेषण

बाजार विश्लेषण एक बाजार का मात्रात्मक और गुणात्मक मूल्यांकन है। यह मात्रा और मूल्य दोनों में बाजार के आकार, विभिन्न ग्राहक श्रेणी और खरीददारी प्रवृत्ति, प्रतिस्पर्धा और प्रवेश में बाजार एवं बाधाओं के संदर्भ में आर्थिक वातावरण को देखता है। मोबाइल ऐप्स का बाजार तेजी से बढ़ रहा है। इस प्रकार की वृद्धि पहले कभी नहीं हुई। महामारी के कारण, डाउनलोड किए गए ऐप की संख्या बहुत बढ़ गई है।

15.3.5 उपयोगकर्ताओं की प्रतिक्रिया का संग्रह

ऐप तैयार होने के बाद, प्रतिक्रिया पाने के लिए दोस्तों और रिश्तेदारों और सहकर्मियों के साथ साझा करें और आवश्यकतानुसार ऐप को संशोधित करें। इस प्रतिक्रिया के दौरान निम्नलिखित प्रश्न पूछे जा सकते हैं -

- क्या यह ऐप उपयोगी है?
- क्या इस ऐप का इस्तेमाल किया जाएगा?
- इस ऐप की अनुमानित लागत क्या है?
- क्या ऐसा कुछ है जो इसे और अधिक उपयोगी बनाने के लिए इसमें जोड़ा जा सकता है?

बाजार अनुसंधान का एक अन्य आवश्यक पहलू ऐप की नवीनता में सुधार करने और उपभोक्ता द्वारा सराहे गए नए ऐप को बेहतर बनाने के लिए उसी श्रेणी में मौजूदा ऐप की खोज है। किसी भी संबंधित भूमिका निभाने वाले ऐप्स को यह समझने के लिए अध्ययन और मूल्यांकन किया जाना चाहिए कि व्यवहार गलत कहां हैं और अन्य सही क्या कर रहे हैं।

15.3.6 वित्तीय और तकनीकी व्यवहार्यता

एप्लिकेशन को विकसित करने से पहले पूरी योजना की वित्तीय और तकनीकी व्यवहार्यता की जांच करना हमेशा आवश्यक होता है। यह सुनिश्चित करना आवश्यक है कि क्या यह सॉफ्टवेयर विकसित किया जा सकता है और क्या इस एप्लिकेशन को विकसित करने के लिए मौजूदा प्रौद्योगिकी निधि उपलब्ध है।

- **वित्तीय व्यवहार्यता:** वित्तीय व्यवहार्यता प्राप्त करने के लिए वित्तीय विश्लेषण एक आवश्यक गतिविधि है। उपभोक्ताओं से लाभ का अनुमान लगाने के लिए ऐप की निर्धारित लागत को समझना महत्वपूर्ण है। वित्तीय योजना में प्रचार, विज्ञापन और वेब होस्टिंग खर्चों को भी शामिल करना चाहिए। ऐप स्टोर के लिए किराए की फ़ीस को भी शामिल किया जाना चाहिए। एक संतुलित वित्तीय योजना पहले से ही तैयार की जानी चाहिए।
- **तकनीकी व्यवहार्यता:** तकनीकी व्यवहार्यता का मतलब इस संभावना की जांच करना है कि क्या ऐप को नवीनतम तकनीक का उपयोग करके विकसित किया जा सकता है या नहीं। यह जांच करना महत्वपूर्ण है कि क्या संगठन नवीनतम तकनीक का उपयोग करने में सक्षम है या नहीं। वित्तीय मूल्यांकन के बाद, कुछ तकनीकी प्रश्नों के जवाब भी आवश्यक हैं। किसी परियोजना में महत्वपूर्ण समय और धन लगाने से पहले इन पहलुओं की खोज करना बेहतर है। आप हर तकनीकी प्रश्न के निश्चित उत्तर नहीं पा सकते हैं, लेकिन यदि आप व्यवस्थित तरीके से कार्य करते हैं, तो आप कम से कम प्रोग्रामर / नियुक्त विशेषज्ञ के साथ तकनीकी मुद्दों पर विचार-विमर्श करने में सक्षम होंगे जिससे अपेक्षित परिणामों को सुनिश्चित किया जा सके।

15.3.7 ऐप प्रोटोटाइप का परीक्षण

यह ऐप डेवलपमेंट के जीवनचक्र का एक महत्वपूर्ण चरण है। रोमांचक ग्राफिक्स के साथ ऐप को पूरा करने के बाद, एप्लिकेशन को वास्तविक दुनिया के परिदृश्यों में अच्छी तरह से परीक्षण और सही किया जाना महत्वपूर्ण है। डिजाइन और योजना को वास्तविक रूप से लिंक करके सभी कार्यों की जांच की जानी चाहिए।

सॉफ्टवेयर की जांच करते समय, अन्य उपयोगकर्ताओं से फीडबैक लें। मोबाइल ऑनलाइन अनुसंधान उपकरण का उपयोग वास्तविक समय में प्रतिक्रिया और विश्लेषण एकत्र करने के लिए भी किया जा सकता है। प्लेटफॉर्म पर छवि, ग्राफिक्स और उपयोगकर्ता इंटरफ़ेस अनुकूलता के लिए टेस्ट भी आवश्यक हैं। जब एप्लिकेशन इंटरफ़ेस की दृश्यता और उपयोगिता सहित सभी परिदृश्यों में वांछित आउटपुट प्रदान करता है, तो मोबाइल ऐप को लॉन्च करने के लिए अंतिम तैयारी करने का समय है।

15.3.8 ऐप लॉन्च करना

बाजार में एक ऐप लॉन्च करने की प्रक्रिया अत्यंत जटिल है, क्योंकि यह काफी हद तक एप्लिकेशन की सफलता पर निर्भर है। ऐप की ब्रांडिंग और मार्केटिंग के लिए, एक अच्छी मार्केटिंग एजेंसी को नियुक्त करना उचित होता है जो ऐप को पेशेवर तरीके से लॉन्च करती है। लॉन्चिंग प्रक्रिया के प्रारंभिक चरण में विपणन को भी शामिल करना सबसे महत्वपूर्ण गतिविधियों में से एक है। डिजिटल मार्केटिंग टीम कीवर्ड विश्लेषण करती है, जो एस ई ओ और ऐप स्टोर ऑप्टिमाइज (ए एस ओ) के लिए महत्वपूर्ण है, जो खोज के लिए महत्वपूर्ण है। अगला कदम विभिन्न बाजारों में बिक्री के लिए मोबाइल ऐप प्रस्तुत करना है। इस चरण को शुरू करने से पहले, ऐप के उच्च-गुणवत्ता वाले स्क्रीनशॉट और प्रचार वीडियो और / या डेमो बेहतर परिणाम के लिए तैयार होना चाहिए।

एप्लिकेशन को बढ़ावा देने के लिए, एक वेबसाइट भी आवश्यक होगी। यह ब्रांडिंग और मान्यता के साथ-साथ ऐप खोजने और प्राप्त करने के लिए महत्वपूर्ण है। ऐप का प्रचार संगठन की वेबसाइट, सोशल मीडिया अकाउंट्स, और ब्लॉग्स आदि के माध्यम से किया जाना चाहिए, ताकि नेट मार्केट को लक्षित किया जा सके, ई-मेल प्रचार भी किया जा सकता है। लक्षित ग्राहकों में ऐप के बारे में जागरूकता बढ़ाने के लिए शुरुआत में गूगल एनालिटिक्स के ऐप एनालिटिक्स का भी उपयोग किया जा सकता है।

15.3.9 आधिकारिक रिलीज

इस बिंदु तक, ऐप की आधिकारिक रिलीज की तारीख ऐप मार्केटिंग प्रयासों के उच्चतम शिखर पर होनी चाहिए। प्रभावशाली ब्लॉगर्स और पत्रकार लॉन्च से पहले ऐप में दिलचस्पी दिखाने वाले लोगों को अवगत कराने के लिए कुछ विवरण और लेख लिख सकते हैं। ऐप डाउनलोड को आकर्षित करने और गति बढ़ाने के लिए एक प्रचारक ई-मेल ड्राइव भी हो सकता है। यदि ऐप लॉन्च हो जाता है, तो पुश सूचनाओं का उपयोग करके किसी विशेष सौदे या प्रचार की घोषणा करके ऐप के उपयोगकर्ता को बनाए रखने का प्रयास करें ताकि उपयोगकर्ता ऐप खोलें। उपभोक्ताओं को ऐप डाउनलोड करने के लिए पुरस्कार देने पर विचार करें, जैसे कि एकल छूट, या मुफ्त उत्पाद या सेवा। ऐप मार्केटिंग को कभी रोका नहीं गया और हर दिन नई तकनीकों की जरूरत है।

एक साधारण सहयोगी प्रतिक्रिया चैनल बनाएं और उपयोगकर्ताओं की टिप्पणियों और प्रश्नों का जवाब दें। अपने ग्राहकों को जल्दी से अपडेट करना अद्भुत काम करेगा। सुनिश्चित करें कि आप उन के पी आई का मूल्यांकन और ट्रैक करते हैं जो आपके मार्केटिंग लक्ष्यों को प्रभावी ढंग से पहचानते हैं।

15.4 मोबाइल विकास फ्रेमवर्क

पिछले कुछ वर्षों में, दुनिया भर में स्मार्ट फोन उपयोगकर्ताओं की संख्या में भारी वृद्धि हुई है। मोबाइल डेवलपमेंट फ्रेमवर्क विभिन्न प्रकार के हैं जिनका संक्षिप्त विवरण निम्नवत है :

15.4.1 नेटिव मोबाइल ऐप विकास

अधिकांश मोबाइल फ्रेम क्रॉस-प्लेटफॉर्म निर्माण के लिए हैं। आम तौर पर, एक मोबाइल ऐप का विकास मोबाइल प्लेटफॉर्म कंपनी द्वारा विकसित फ्रेमवर्क पर होना है। हम आम तौर पर आई ओ एस के लिए आई ओ एस एस डी के - आई डी ई, यानी डेवलपमेंट सॉफ्टवेयर पैक का उपयोग करते हैं। एंड्रॉइड ऐप के विकास के लिए, एंड्रॉइड एस डी के विकल्प है। एस डी के में फ्रेमवर्क हैं, जिनमें से प्रत्येक में प्रोग्रामिंग भाषाएं हैं। स्विफ्ट या गोल-सी का उपयोग आई ओ एस और कोटलिन या जावा का उपयोग एंड्रॉइड के लिए किया जाता है।

आमतौर पर, नेटिव ऐप्स तेज होते हैं। वे कंप्यूटर के हार्डवेयर और नेटिव कार्यों, जैसे कैमरा, एक्सेलेरोमीटर, आदि के साथ पूरी तरह से सुसंगत होते हैं। दूसरी तरफ ये बहुत महंगे हो सकते हैं। एक व्यवसाय या कंपनी को सभी प्रमुख मोबाइल प्लेटफॉर्मों, विशेष रूप से एंड्रॉइड और आई ओ एस पर ध्यान केंद्रित करना चाहिए। इसका मतलब यह है कि उनके व्यवसाय के लिए एक ऐप विकसित करने के लिए एक अलग टीम की आवश्यकता होती है। ऐप परियोजन निर्माण के बाद इसका रखरखाव बहुत आवश्यक है क्योंकि ऐप निर्माण बहुत खर्चीली प्रक्रिया है।

15.4.2 क्रॉस-प्लेटफॉर्म मोबाइल ऐप विकास

मोबाइल क्रॉस-प्लेटफॉर्म फ्रेम को एक से अधिक प्लेटफॉर्म पर मोबाइल एप्लिकेशन बनाने के लिए डिज़ाइन किया गया है। अधिकांश, यदि सभी सामान्य क्रॉस-प्लेटफॉर्म फ्रेमों में एंड्रॉइड और आई ओ एस विकास का समर्थन नहीं है। निम्नलिखित रूपरेखाओं के बारे में विस्तार से चर्चा की गई है, जिसमें उनके संबंधित फायदे और नुकसान हैं:

- 1) **आयोनिक:** आयोनिक एक कोणीय और अपाचे-कॉर्डोवा क्रॉस-प्लेटफॉर्म सिस्टम है। यह आपको एक से अधिक मोबाइल प्लेटफॉर्म के लिए एप्लिकेशन बनाने में मदद करता है। आयोनिक और क्रॉस प्लेटफॉर्म सिस्टम पर बना एप्लिकेशन आई ओ एस और एंड्रॉइड दोनों सिस्टम पर काम करेगा। आयोनिक ऐप्स मानक वेब तकनीकों जैसे एच टी एम एल, सी एस एस और कोणीय का उपयोग करके वेब ऐप की तरह बनाए गए हैं। लेकिन कॉर्डोवा, इस पर निर्भर रहते हुए, यूनिट की मूल विशेषताओं का उपयोग करना संभव बनाता है। आयोनिक के विभिन्न फायदों और नुकसानों के बारे में नीचे चर्चा की गई है:

लाभ

- एक कंपनी के मालिक के रूप में, आपको न केवल सॉफ्टवेयर डेवलपर्स के दो समूहों को लगाने की आवश्यकता है, बल्कि आप अपने ग्राहकों के लिए मोबाइल ऐप बनाने के लिए अपनी वर्तमान वेब विकास टीम का उपयोग कर सकते हैं।
- यह आयोनिक उत्पादन प्रणाली का उपयोग करके समय और व्यय की बचत करता करता है।
- आयोनिक वेब तकनीक का उपयोग करता है, इसलिए उनके साथ काम करना आसान है।

नुकसान

- नेटिव ऐप्स की तुलना में, आयनिक ऐप कम प्रभावी हैं।
- ग्राफिक्स प्रसंस्करण के लिए उच्च आवश्यकताओं वाले ऐप्स बनाने के लिए आयोनिक सबसे अच्छा विकल्प नहीं है।

2) **जामरीन:** 2016 में, माइक्रोसॉफ्ट ने जामरीन खरीदा और इसकी शुरुआत की। जामरीन एक सी # आधारित क्रॉस-प्लेटफॉर्म वास्तुकला है जो क्रॉस-प्लेटफॉर्म अनुप्रयोगों को डिजाइन करने के लिए एक विशेष दृष्टिकोण का प्रयोग करते हैं। हाइब्रिड फ्रेमवर्क के विपरीत, जो वेब तकनीकों का उपयोग करते हैं, यह व्यक्तिगत प्लेटफॉर्मों को मूल कोड में संकलित करता है। जामरीन के विभिन्न फायदे और नुकसान नीचे दिए गए हैं:

लाभ

- ऐसे ऐप्स जिन्हें जामरीन का उपयोग करके बनाया गया है, उनमें नेटिव ऐप आउटपुट की तुलना में बहुत कम या कोई अंतर नहीं है।
- जामरीन अच्छा यूजर इंटरफ़ेस (यु आई) अनुभव बनाने में मदद करता है।
- जामरीन केवल प्रत्येक प्लेटफॉर्म के लिए उपयोगकर्ता इंटरफ़ेस बनाने के लिए सभी प्लेटफॉर्मों के लिए लगभग 90 प्रतिशत कोडबेस साझा करेगा।
- सभी जामरीन प्लेटफॉर्मों में एक मानक यूजर इंटरफ़ेस (यु आई) (UI) बनाया जा सकता है।

नुकसान

- जामरीन का कार्यान्वयन आमतौर पर बहुत व्यापक हैं। एक सरल एंड्रॉइड ऐप "हैलो वर्ल्ड" 16mb की जगह लेता है।
- जामरीन डेवलपर्स को अपनी मातृभाषा के कुछ ज्ञान की आवश्यकता होती है। एंड्रॉइड के लिए आई ओ एस और कोटलिन / जावा के लिए, स्विफ्ट / ऑब्जेक्टिव - सी ।
- जबकि जामरीन मुफ्त है, उत्पादन के लिए इस्तेमाल होने वाले आई डी ई व्यवसायों के लिए बहुत महंगा हो सकता है।
- जामरीन में तीसरे पक्ष के पुस्तकालयों का समावेश अक्सर एक चिंता का विषय है। यद्यपि जामरीन उपकरण और लाइब्रेरी मूल तकनीकों के लिए पूर्ण समर्थन प्रदान करते हैं, संभव है जामरीन किसी विक्रेता द्वारा प्रदान न किया जाए।

3) **रिएक्ट नेटिव:** रिएक्ट नेटिव मोबाइल एप्लिकेशन के विकास के लिए एक फेसबुक मोबाइल प्लेटफॉर्म है। इसे जावास्क्रिप्ट और रिएक्ट जे एस पर विकसित किया गया है। हाइब्रिड अनुप्रयोगों के विपरीत, रिएक्ट नेटिव आंतरिक रूप से ऑनलाइन तकनीक का उपयोग करता है। वेब दृश्य शामिल नहीं हैं। यह उपयोगकर्ता इंटरफ़ेस बनाने के लिए एंड्रॉइड या आईओएस के वास्तविक घटकों का उपयोग करता है। उपयोगकर्ता इंटरफ़ेस के

निर्माण के लिए इसमें जे एस एक्स (जावास्क्रिप्ट-एक्स एम एल) जैसे एक्स एम एल है। रिएक्ट नेटिव तब प्लेटफॉर्म-विशिष्ट देशी रेंडरिंग ए पी आई के लिए कॉल करता है, यानी स्विफ्ट और जावा के साथ स्क्रीन पर प्रोग्राम को रेंडर करना। रिएक्ट नेटिव के विभिन्न लाभों और नुकसानों के बारे में नीचे चर्चा की गई है:

लाभ

- रिएक्ट नेटिव के सॉफ्टवेयर का निर्माण समय बचाता है। इसमें एक "हॉट रीलोड" सुविधा है जो आपको तुरंत फ़ोन पर कोड परिवर्तन देखने की सुविधा प्रदान करता है।
- आयोनिक की तरह, डेवलपर्स के नए समूह को नियुक्त करने की आवश्यकता नहीं होती है। रिएक्ट नेटिव के साथ, वेब डेवलपर्स आसानी से मोबाइल एप्लिकेशन पर माइग्रेट कर सकते हैं।
- कई तैयार घटकों का उपयोग निर्माण के लिए किया जा सकता है।
- रिएक्ट नेटिव एप्लिकेशन तेज़ है और नेटिव कोड एवं नेटिव ऐप के रिजल्ट तुलनीय हैं।

नुकसान

- आउटपुट अन्य क्रॉस प्लेटफॉर्म ऐप की तरह नेटिव ऐप्स की तरह नहीं है। आसान अनुप्रयोगों के साथ कोई समस्या नहीं है। हालाँकि, उन्नत सुविधाओं की आवश्यकता वाले अनुप्रयोगों में समस्याएँ पैदा होती हैं।
 - रिएक्ट नेटिव के साथ विकसित किए गए ऐप्स में उनके जावास्क्रिप्ट के कारण स्मृति प्रबंधन समस्याएँ हो सकती हैं।
 - रिएक्ट नेटिव टीम के अलावा रेडीमेड टूल, तृतीय-पक्ष विक्रेता मौजूद हैं। लेकिन वे जो घटक बनाते हैं वे अक्सर निम्न गुणवत्ता के होते हैं। कभी-कभी उनमें बहुत सारे कीड़े और खराबी होती हैं।
- 4) **फ्लटर:** फ्लटर एक सुंदर और संवादात्मक इंटरफ़ेस बनाने के लिए गूगल द्वारा विकसित मोबाइल यूजर इंटरफ़ेस है जो क्रॉस-प्लेटफॉर्म निर्माण के लिए एक और दृष्टिकोण लेता है। वेब दृश्यों का उपयोग करने वाले हाइब्रिड ऐप्स के विपरीत, नेटिव ऐप्स नेटिव कंपोनेंट्स का प्रयोग करते हैं, फ्लटर ऐप्स पूरी तरह से नेटिव कोड को संकलित करते हैं। इस नेटिव ए आर एम-कोड संकलन का मतलब है कि सिस्टम और सी पी यू के बीच कोई परत नहीं है जो ऐसे ऐप बनाता है जो पूरी तरह से फ्लटर के नेटिव हैं। फ्लटर अपने स्वयं के ग्राफिक्स इंजन स्किया का उपयोग करके यह कर सकता है, स्किया गूगल के स्वामित्व वाला 2 डी ग्राफिक्स इंजन है। फ्लटर को एक डार्ट प्रोग्रामिंग भाषा के साथ विकसित किया गया है जो ऑब्जेक्ट ओरिएंटेड है। फ्लटर के विभिन्न फायदे और नुकसान नीचे दिए गए हैं:

लाभ

- फ़्लटर ऐप्स बहुत तेज़ लगभग 60 एफपीएस (प्रति सेकंड फ्रेम) पर हैं। जर्मनी में कुछ डेवलपर्स द्वारा 120 एफ पी एस तक माप की गई हैं।
- हमेशा की तरह, एक ही कोडबेस का मतलब समय और पैसा बचता है।
- ऊपर दिए गए रिएक्ट नेटिव के साथ-साथ, फ़्लटर कोड में किए गए परिवर्तनों को देखने की भी सुविधा देता है, उदाहरण जो मोबाइल हार्डवेयर, एमुलेटर या सिम्युलेटर पर बनाया गया है। इससे ऐप को डीबग करना भी काफी आसान हो जाता है।
- फ़्लटर खुला स्रोत है। इसी प्रकार डार्ट और इसका ग्राफिक्स इंजन - स्किया।

हानि

- डेवलपर्स को एक नई भाषा सीखनी पड़ती है क्योंकि फ़्लटर किसी भी पहले से ज्ञात भाषा का उपयोग नहीं करता है। हालांकि डार्ट को प्रयोग करना काफी आसान है और यह वास्तव में कोई समस्या नहीं है।
- गेम और एप्लिकेशन जिन्हें बहुत अधिक विशिष्ट फ़ंक्शन की डिवाइस आवश्यकता होती है, वे फ़्लटर के साथ विकसित नहीं होते हैं।
- कई आइटम हैं जो उपयोग करने के लिए सही संरचना को जानने पर भरोसा करते हैं। सबसे अच्छा विकल्प एक गेम या ऐप बनाना है जिसमें महत्वपूर्ण संख्या में विशिष्ट फ़ंक्शन की डिवाइस आवश्यकता होती है। हालांकि, यदि आपका मोबाइल ऐप यथोचित सरल है, तो क्रॉस-प्लेटफॉर्मिंग सबसे अच्छा विकल्प है क्योंकि यह समय और धन बचाता है।

इन चारों के बीच तुलना नीचे दी गई है:

तालिका 15.1: मोबाइल डेवलपमेंट फ्रेमवर्क का तुलनात्मक विश्लेषण

अंतर का आधार	रिएक्ट नेटिव	आयनिक	ज़मीरिन	फ़्लटर
डेवलपर्स	फेसबुक	ड्रिफ्टी	माइक्रोसॉफ्ट	गूगल
भाषा	जावास्क्रिप्ट	टाइप स्क्रिप्ट	सी#	डार्ट
प्रदर्शन	नेटिव के करीब	मध्यम	मध्यम	नियंत्रित
कोड पुनर्जीवन	90%	98%	98%	50-90%
परीक्षण	मोबाइल डिवाइस या एमुलेटर	कोई भी ब्राउज़र	मोबाइल डिवाइस या एमुलेटर, टेस्ट क्लाउड	मोबाइल डिवाइस या एमुलेटर
जी यू आई	नेटिव यू आई नियंत्रक का उपयोग करता है	एच टी एम एल, सी एस एस	नेटिव यू आई नियंत्रकों का उपयोग करता है	स्वामित्व विजेट का उपयोग करें और यू आई वितरण
ऐप्स	एयर बी एन बी,	मार्केट वॉच,	ओलो, स्ट्रॉयो,	क्लास्टर मी,

	डिस्कॉर्ड, इंस्टाग्राम	पैसिफिक, जस्टवेच	एपेक्स	पोस्टम्यूज रिफलेक्टली
--	---------------------------	---------------------	--------	--------------------------

बोध प्रश्न क:

1. उपयुक्त शब्दों के साथ रिक्त स्थान भरें:

- i) वित्तीय व्यवहार्यता प्राप्त करने के लिए एक आवश्यक गतिविधि है।
- ii) मतलब यह जांचने के लिए है कि क्या नवीनतम तकनीक का उपयोग करके ऐप विकसित किया जा सकता है या नहीं।
- iii) एक ऐप के विकास के लिए, एंड्रॉयड एस डी के आई डी ई का विकल्प है।
- iv) फ्रेम को एक से अधिक प्लेटफॉर्म पर मोबाइल एप्लिकेशन बनाने के लिए डिज़ाइन किया गया है।
- v) एक कोणीय और अपाचे-कॉर्डोवा क्रॉस-प्लेटफॉर्म सिस्टम है।

2. बताएं कि निम्नलिखित सही हैं या गलत।

- i) व्यवहार्यता समस्या संबंधित है कि क्या मोबाइल डिवाइस ऐप वेब एप्लिकेशन की तुलना में अधिक उपयुक्त है।
- ii) नेटिव ऐप तीव्र होते हैं।
- iii) नेटिव ऐप्स की तुलना में, आयनिक ऐप्स अधिक प्रभावी हैं।
- iv) जबकि ज़ामरीन स्वयं नि शुल्क है, ऐप निर्माण के लिए इस्तेमाल किया जाने वाला आई डी ई व्यवसायों के लिए बहुत महंगा हो सकता है।
- v) रिएक्ट नेटिव -निर्मित एप्लिकेशन तेज़ है और नेटिव कोड परिणाम के साथ, नेटिव कोड में उन्हें संकलन करने में तुलनीय हैं।

3. फ़्लटर एप्स के क्या फायदे हैं?

.....

.....

.....

.....

4. रिएक्ट नेटिव से आपका क्या अभिप्राय है?

.....

.....

15.5 ऐप स्टोर

एप्लिकेशन शुरुआत में ईमेल, कैलेंडर और संपर्क डेटाबेस जैसी दक्षता सहायता के लिए योजनाबद्ध थे, लेकिन ऐप्स की सार्वजनिक मांग के कारण अन्य क्षेत्रों जैसे मोबाइल गेम्स, फैक्ट्री ऑटोमेशन, जी पी एस और स्थान-आधारित सेवाओं, ऑर्डर-ट्रैकिंग में तेजी से विस्तार हुआ, और टिकट खरीद, वर्तमान में लाखों एप्लिकेशन उपयोग में हों। एप्लिकेशन सामान्य रूप से एप्लिकेशन वितरण प्लेटफॉर्म से डाउनलोड किए जाते हैं जो मोबाइल ऑपरेटिंग सिस्टम के मालिक द्वारा संचालित होते हैं, जिन्हें ऐप स्टोर के रूप में जाना जाता है। अधिकांश लोकप्रिय प्रकार के ऐप स्टोर गूगल प्ले स्टोर और आई ओ एस ऐप स्टोर (आई ओ एस) जैसे हैं, जिन्हें नीचे विस्तार से समझाया गया है:

15.5.1 ऐप स्टोर के प्रकार

- 1) **गूगल प्ले स्टोर:** गूगल प्ले स्टोर, पहले में एंड्रॉइड मार्केट के रूप में जाना जाता था, यह गूगल द्वारा संचालित और विकसित एक डिजिटल वितरण सेवा है। यह एंड्रॉइड ऑपरेटिंग सिस्टम पर चलने वाले प्रमाणित उपकरणों के लिए आधिकारिक ऐप स्टोर के रूप में प्रदान करता है, जिससे उपयोगकर्ता एंड्रॉइड सॉफ्टवेयर डेवलपमेंट किट (एस डी के) के साथ विकसित और गूगल के माध्यम से प्रकाशित ऐप्स को ब्राउज़ और डाउनलोड कर सकते हैं। गूगल प्ले एक डिजिटल मीडिया स्टोर के रूप में भी कार्य करता है, जो संगीत, किताबें, फिल्में और टेलीविजन कार्यक्रम पेश करता है।



THE PEOPLE'S
UNIVERSITY
Google Play

चित्र 15.3: Google Play Store

गूगल प्ले में सम्मिलित सेवाएं गूगल प्ले बुक्स, गूगल प्ले गेम्स हैं, और पहले के समय में दिसंबर 2020 में यूट्यूब संगीत और गूगल पॉडकास्ट के पक्ष में बंद होने से पहले गूगल प्ले म्यूजिक, गूगल पॉडकास्ट को शामिल किया गया था, गूगल प्ले न्यूज़ स्टैंड नवंबर 2018 में चरणबद्ध होने से पहले। और सितंबर 2020 में गूगल टीवी का नाम बदलने से पहले गूगल प्ले मूवीज और टी वी।

गूगल अपने डेवलपर नीति केंद्र में कहता है कि " गूगल प्ले डेवलपर्स और उपयोगकर्ताओं को लाभ देने के लिए मुद्रीकरण रणनीतियों की विविधता का समर्थन करता है, जिसमें सशुल्क वितरण, इन-ऐप उत्पाद, सदस्यता और विज्ञापन-आधारित मॉडल शामिल हैं", और इसमें नीतियों का पालन करना डेवलपर्स के लिए आवश्यक है जिससे "सर्वश्रेष्ठ उपयोगकर्ता अनुभव सुनिश्चित करने के किया जा सकें। इसके लिए आवश्यक है कि गूगल प्ले के माध्यम से ऐप्स और डाउनलोड के लिए चार्ज के भुगतान हेतु डेवलपर्स को गूगल प्ले की भुगतान प्रणाली का उपयोग करना होगा। अतिरिक्त ऐप कार्यक्षमता को अनलॉक करने वाली इन-ऐप खरीदारी को गूगल प्ले भुगतान प्रणाली का

भी उपयोग करना चाहिए, उन मामलों को छोड़कर जहां खरीद "विशेष रूप से भौतिक उत्पादों के लिए" या "डिजिटल सामग्री के लिए है जो ऐप के बाहर ही जोड़ी जा सकती है (जैसे गाने जो हैं अन्य म्यूजिक प्लेयर पर बजाया जा सकें)।

एप्लिकेशन या डिजिटल सामग्री ढूंढें और डाउनलोड करें

- 1) अपने डिवाइस पर, गूगल प्ले स्टोर खोलें। या वेब ब्राउज़र पर गूगल प्ले स्टोर पर जाएं।
 - 2) सामग्री के लिए खोजें या ब्राउज़ करें।
 - 3) सामग्री का चयन करें।
 - 4) इंस्टॉल करें और सामग्री की कीमत का भुगतान करें।
 - 5) लेनदेन को पूरा करने और सामग्री प्राप्त करने के लिए ऑन-स्क्रीन निर्देशों का पालन करें।
- 2) **आई ओ एस ऐप स्टोर (आई ओ एस):** आई ओ एस ऐप स्टोर अपने एप्पल कम्पनी द्वारा आई ओ एस और आई पैड ओ एस ऑपरेटिंग सिस्टम पर मोबाइल ऐप के लिए, विकसित और रखरखाव हेतु एक डिजिटल डिस्ट्रीब्यूशन प्लेटफार्म है। स्टोर उपयोगकर्ताओं को ऐप्पल के आई ओ एस सॉफ्टवेयर डेवलपमेंट किट के साथ विकसित किए गए एप्लिकेशन को ब्राउज़ करने और डाउनलोड करने की अनुमति देता है। ऐप्पल स्टोर ऐप सबसे अधिक अप-टू-डेट ऐप्पल उत्पादों और सामान की खरीदारी के लिए एक अधिक सरल एवं सहज तरीका प्रदान करता है।



चित्र 15.4: आई ओ एस ऐप स्टोर

आई ओ एस पर ऐप स्टोर कैसे प्राप्त करें?

- 1) अपने आई ओ एस डिवाइस पर सेटिंग्स ऐप लॉन्च करें।
- 2) अब, स्क्रीन टाइम पर टैप करें।
- 3) अब सामग्री और गोपनीयता प्रतिबंध।
- 4) इसके बाद, आपको अपना सुरक्षा पासकोड दर्ज करना होगा।
- 5) अब आई ट्यून्स और ऐप स्टोर खरीद पर टैप करें।
- 6) इंस्टॉलिंग ऐप्स पर क्लिक करें।
- 7) अब, सुनिश्चित करें कि इंस्टॉल करने वाले ऐप्स के बगल में स्विच ऑन है। अगर, यह ऑफ है तो ऑन करें।

15.6 विभिन्न डोमेन और सेगमेंट के लिए ऐप्स

विभिन्न प्रकार के ऐप्स विकसित हैं और, जो सभी विभिन्न डोमेन से जुड़े हैं, के बारे में संक्षिप्त रूप में नीचे दिए गए हैं:

- 1) **संवर्धित और आभासी वास्तविकता ऐप:** वर्चुअल रियलिटी ऐप सेगमेंट में विकसित सबसे लोकप्रिय ऐप में से एक हैं। वी आर आधारित ऐप में से कई उपयोगकर्ताओं के बीच सबसे लोकप्रिय हैं ऐसे ऐप के कुछ उदाहरण पोकेमॉन गो, गूगल मैप आदि हैं। पोकेमॉन गो अपने संवर्धित वास्तविकता मोड के साथ ऐप बाजार को तोड़ दिया और वायरल हो गया। गूगल मानचित्र के साथ प्रसिद्ध सोशल ऐप पिछले कई वर्षों से शीर्ष ऐप बन गया है क्योंकि इस एप्लिकेशन के उपयोगकर्ताओं की संख्या लगातार बढ़ रही है। उल्लेख के लायक एक और वी आर ऐप लाइन है, जो आपको संवर्धित वास्तविकता में अपने फोन का उपयोग करके सरल चित्र बनाने, लघु वीडियो फिल्म बनाने और अपने दोस्तों के साथ साझा करने की अनुमति देता है। मोबाइल आभासी वास्तविकता या वी आर कभी भी इतना किफायती नहीं था। जिस किसी के पास भी स्मार्टफोन है, वह ऐप स्टोर में डाउनलोड करने के लिए या यूट्यूब पर 360-डिग्री वीडियो देखने के लिए वीआर ऐप्स का अनुभव प्राप्त करने के लिए कार्डबोर्ड वीआर हेडसेट खरीद कर आभासी वास्तविकता (वी आर) का अनुभव प्राप्त कर सकता है।
- 2) **आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस ऐप्स:** आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस सिर्फ एक सहायक से अधिक है, यह उपयोगकर्ता के व्यवहार से सीखता है, यह चैटबॉट्स में एकीकृत है और इस प्रकार ऐप में उपयोगकर्ता अनुभव का लाभ उठाता है। ए आई न केवल आपके ऐप को स्मार्ट बना सकता है बल्कि पैसे भी बचाता है। इसमें कोई संदेह नहीं है कि जिनके पास स्मार्ट फोन है उन्होंने कम से कम सिरी या गूगल असिस्टेंट या इसी तरह के ए आई ऐप्स के बारे में सुना है, जिनका उद्देश्य वॉयस कमांड का उपयोग करके हमारे जीवन को आसान बनाना है।



चित्र 15.5: कृत्रिम बुद्धिमत्ता

- 3) **रिटेल शॉपिंग ऐप्स:** इन दिनों रिटेल शॉपर्स प्रतिस्पर्धा में पीछे नहीं हैं। उन्होंने भी अपने ऑनलाइन ऐप विकसित करके नई तकनीक का लाभ उठाना शुरू कर दिया है। आजकल एक दुकान को अपना मोबाइल ऐप बनाकर लाभ लेने के लिए बड़ा होना आवश्यक नहीं है। एक छोटे से व्यवसाय के लिए एक मोबाइल एप्लिकेशन होने का लाभ यह है कि यह ब्रांड की पहचान को बढ़ाता है और ई-कॉमर्स उपयोगकर्ता के अनुभव को एक नए स्तर पर लाता है, यह ग्राहकों की वफादारी का निर्माण करने में मदद करता है, साथ ही प्रतिक्रिया एकत्र करने में एवं भीड़ से अलग करने में सहायक है। उदाहरण के लिए, मैक्स, एफ बी बी और रिलायंस ट्रेड्स ने अपनी सर्वव्यापी उपस्थिति दर्ज कराई है।
- 4) **रेस्टोरेंट और फूड डिलिवरी ऐप:** ज्यादातर लोग वास्तव में किसी स्थान पर जाने से पहले स्थान एवं उसके मेनू की जांच करना पसंद करते हैं। रेस्तरां और भोजन ऐप्स ग्राहकों की सहभागिता को प्रोत्साहित करते हैं, निष्ठा विकसित करते हैं और ब्रांड की पहचान को बढ़ाते हैं।



चित्र 15.6: खाद्य वितरण ऐप

2020 में, अपनी बिक्री प्रणाली, बिल्ट-इन नेविगेशन और ऑनलाइन भुगतान के साथ उबेर ईट्स शीर्ष खाद्य ऐप बन गया। खाद्य क्षेत्र में एक और लोकप्रिय ऐप डोमिनोज़ पिज्जा ऐप निकला, जो आपको ए आई का उपयोग करके अपना ऑर्डर प्लेस करने में मदद करता है और आपके पिज्जा स्थान को मैप पर ट्रैक करता है और प्री ऑर्डर की सुविधा भी देता है और इस तरह वेटिंग टाइम बचाता है।

- 5) **मोबाइल वॉलेट्स, बैंकिंग और फाइनेंस ऐप्स:** आने वाले सालों में फाइनेंशियल ऐप्स यूजर्स की संख्या अरबों में पहुंचने वाली है। औसतन उपयोगकर्ता अपने बैंक खाते की जांच करते हैं और हर दिन ऐप्स का उपयोग करके कुछ स्थानान्तरण करते हैं। मोबाइल वॉलेट, और अन्य लोकप्रिय ऑनलाइन भुगतान ऐप हाल के वर्षों में चलन में आए हैं, यह उन लोगों के लिए एक बढ़िया विकल्प है जो प्लास्टिक डेबिट और क्रेडिट कार्ड नहीं ले जाना चाहते हैं, बल्कि जब भी वे बाहर जाते हैं तो अपना स्मार्ट फोन रखते हैं। एंड्रॉइड यूजर्स गूगल पे को इंस्टॉल कर सकते हैं जबकि आई ओ एस पसंद करने वाले लोग एप्पल पे का इस्तेमाल कर सकते हैं। ऑनलाइन पेमेंट ऐप

उपयोगकर्ताओं को बहुत आसानी और सुविधा प्रदान करते हैं। इसके अलावा कुछ और लाभ जैसे कैश बैक, डिस्काउंट आदि लाभ भी मिलता है।

- 6) **वीडियो स्ट्रीमिंग ऐप:** वीडियो स्ट्रीमिंग ऐप किशोर सेगमेंट में सबसे लोकप्रिय ऐप में से एक है। वे दिन गए जब लोग फिल्म देखने के लिए थिएटर जाने का इंतजार करते थे। कोविड के समय में विशेष रूप से मनोरंजन उद्योग में भारी गिरावट देखी गई। अधिकांश फिल्में इन प्लेटफार्मों पर लॉन्च की गईं, जिनमें दर्शकों को बिना किसी अतिरिक्त लागत के एक व्यापक पहुंच प्रदान की गई।



चित्र 15.7: नेटफ्लिक्स

अग्रणी टीवी शो प्रसारण सेवा, नेटफ्लिक्स 2020 में वार्षिक उपभोक्ता खर्च में सबसे अग्रणी आगे था, जबकि यू ट्यूब समय बिताने में पहले नंबर पर था। यू ट्यूब किड्स का लक्ष्य 4 वर्ष और उससे अधिक उम्र के बच्चों से है, जो उन्हें अनुचित सामग्री से बचाने के लिए है, कुछ देशों में अग्रणी रहा। गेमर्स ट्विच के लिए वीडियो स्ट्रीमिंग सेवा अमेरिका, कनाडा, ऑस्ट्रेलिया जैसे देशों में बिताए गए शीर्ष पांच ऐप में थी।

बोध प्रश्न ख:

- 1) गूगल प्ले स्टोर से आप क्या समझते हैं?

.....
.....
.....
.....
.....

- 2) आई ओ एस पर ऐप स्टोर कैसे प्राप्त कर सकते हैं?

.....
.....
.....
.....
.....

3) संवर्धित वास्तविकता या आभासी वास्तविकता आधारित एप्लिकेशन क्या है?

.....

.....

.....

.....

.....

4) खुदरा खरीदारी ऐप्स के कुछ लोकप्रिय उदाहरण बताएं।

.....

.....

.....

.....

15.7 सारांश

ऐप "एप्लिकेशन" नामक शब्द का एक संक्षिप्त रूप है, यह मूल रूप से एक प्रकार का सॉफ्टवेयर है जिसे कंप्यूटर, टैबलेट, स्मार्टफोन या अन्य इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों पर स्थापित और चलाया जा सकता है। ऐप सॉफ्टवेयर का एक भाग है जिसे आप इंटरनेट के माध्यम से उपयोग कर सकते हैं। कई ऐप मोबाइल डिवाइस और यहां तक कि कुछ टीवी के लिए भी उपलब्ध हैं। मोबाइल एप्लिकेशन को कई तरीकों से वर्गीकृत किया जा सकता है। सामान्य तौर पर ऐप को नेटिव हाइब्रिड और वेब आधारित ऐप में वर्गीकृत किया जाता है। नेटिव ऐप सॉफ्टवेयर और ऑपरेटिंग सिस्टम की सुविधाओं का पूरा लाभ उठाते हैं, और अपने विशेष प्लेटफॉर्म के लिए विकसित किए जाते हैं। वेब-आधारित ऐप एक विशेष प्रकार का सॉफ्टवेयर है जो उपयोगकर्ताओं को वेब ब्राउज़र इंटरफ़ेस के माध्यम से दूरस्थ सर्वर के साथ बातचीत करने की अनुमति देता है। हाइब्रिड ऐप की अवधारणा नेटिव और वेब-आधारित ऐप का मिश्रण है। कुछ लोकप्रिय डेस्कटॉप एप्लिकेशन जैसे वर्ड प्रोसेसर और मीडिया प्लेयर और मोबाइल ऐप जैसे जीमेल, इंस्टाग्राम, डुओलिंगो आदि हैं।

ऐप का विकास एक व्यापक कार्य है जिसमें विभिन्न चरण शामिल हैं, जिन्हें किसी भी ऐप को विकसित करते समय पालन करने की आवश्यकता होती है जैसे कि, मोबाइल ऐप के उद्देश्यों को परिभाषित करना, प्रारंभिक डिजाइन, बाजार अनुसंधान, बाजार विश्लेषण, उपयोगकर्ताओं की प्रतिक्रिया का संग्रह और प्रतियोगियों के बारे में जानकारी, वित्तीय और तकनीकी। व्यवहार्यता, ऐप प्रोटोटाइप का परीक्षण, ऐप लॉन्च करना, आधिकारिक रिलीज़।

पिछले कुछ वर्षों में, दुनिया भर में स्मार्ट फोन उपयोगकर्ताओं की संख्या खरबों में हो गई है। कई कंपनियां अब अपने उपभोक्ताओं के लिए एक वेबसाइट के साथ मोबाइल ऐप विकसित करने पर ध्यान केंद्रित कर रही हैं। विभिन्न प्रकार के मोबाइल डेवलपमेंट फ्रेमवर्क हैं जैसे, नेटिव मोबाइल ऐप डेवलपमेंट- आमतौर पर, नेटिव ऐप तीव्र से होते हैं। वे कंप्यूटर के हार्डवेयर और

नेटिव कार्यों, जैसे कैमरा, एक्सेलेरोमीटर, आदि के साथ पूरी तरह से अनुपालन करते हैं। क्रॉस-प्लेटफॉर्म मोबाइल ऐप विकास: ये एक से अधिक प्लेटफॉर्म पर मोबाइल एप्लिकेशन बनाने के लिए डिज़ाइन किए गए हैं। सबसे लोकप्रिय क्रॉस प्लेटफॉर्म डेवलपमेंट फ्रेमवर्क आयनिक, जामरीन, रिएक्ट नेटिव, फ्लटर हैं।

एप्लिकेशन शुरुआत में दक्षता सहायता के लिए योजनाबद्ध थे, लेकिन ऐप्स की उपभोक्ताओं की मांग के कारण अन्य क्षेत्रों में तेजी से विस्तार हुआ। सामान्य रूप से ऐप एप्लिकेशन वितरण प्लेटफॉर्म से डाउनलोड किए जाते हैं जो मोबाइल ऑपरेटिंग सिस्टम के मालिक द्वारा संचालित होते हैं, जिन्हें ऐप स्टोर के रूप में जाना जाता है। सर्वाधिक लोकप्रिय प्रकार के ऐप स्टोर प्ले जैसे गूगल प्ले स्टोर है जो कि गूगल द्वारा विकसित और संचालित डिजिटल डिस्ट्रीब्यूशन सेवा है। और आई ओ एस ऐप स्टोर (आई ओ एस) एप्पल कम्पनी द्वारा संचालित और विकसित एक डिजिटल वितरण सेवा है, आई ओ एस और आई पैड ओ एस ऑपरेटिंग सिस्टम पर मोबाइल ऐप एप्पल कम्पनी द्वारा विकसित प्ले स्टोर से डाउनलोड किये जाते है।

ऑगमेंटेड और वर्चुअल रियलिटी ऐप्स, आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस ऐप्स, रिटेल शॉपिंग ऐप्स, रेस्त्रां और फूड डिलिवरी ऐप्स, मोबाइल वॉलेट्स, बैंकिंग और फाइनेंस ऐप्स, वीडियो स्ट्रीमिंग ऐप्स जैसे कई तरह के ऐप्स विकसित हैं और प्रयोग में है।

15.8 शब्दावली

ऐप: एक ऐप "एप्लिकेशन" शब्द का संक्षिप्त रूप है, यह मूल रूप से एक प्रकार का सॉफ्टवेयर है जिसे कंप्यूटर, टैबलेट, स्मार्टफोन या अन्य इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों पर स्थापित और चलाया जा सकता है।

फ्लटर: फ्लटर एक सुंदर और इंटरैक्टिव इंटरफ़ेस बनाने के लिए गूगल द्वारा विकसित मोबाइल यूजर इंटरफ़ेस है जो क्रॉस-प्लेटफॉर्म निर्माण के लिए एक और दृष्टिकोण लेता है। वेब दृश्यों का उपयोग करने वाले हाइब्रिड ऐप्स के विपरीत, या नेटिव ऐप्स कॉम्पोनेन्ट का प्रयोग करते है, फ्लटर ऐप्स पूरी तरह से नेटिव कोड को संकलित करते हैं।

गूगल प्ले स्टोर: गूगल प्ले स्टोर, अतीत में एंड्रॉइड मार्केट के रूप में जाना जाता था, गूगल द्वारा संचालित और विकसित एक डिजिटल वितरण सेवा है। यह एंड्रॉइड ऑपरेटिंग सिस्टम पर चलने वाले प्रमाणित उपकरणों के लिए आधिकारिक ऐप स्टोर के रूप में कार्य करता है।

हाइब्रिड ऐप्स: हाइब्रिड ऐप की अवधारणा नेटिव और वेब-आधारित ऐप का मिश्रण है। अपाचे कोरडोवा, जामरीन, रिएक्ट नेटिव, सेंचा टच और इसी तरह की अन्य तकनीक का उपयोग करके विकसित ऐप इस श्रेणी में आते हैं।

आयोनिक क्रॉस-प्लेटफॉर्म सिस्टम: आयोनिक एक कोणीय और अपाचे-कॉर्डोवा क्रॉस-प्लेटफॉर्म सिस्टम है। यह आपको एक से अधिक मोबाइल प्लेटफॉर्म के लिए एप्लिकेशन

बनाने में मदद करता है। आयोनिक क्रॉस प्लेटफॉर्म सिस्टम पर निर्मित ऐप आई ओ एस और एंड्रॉइड दोनों प्लेटफॉर्म पर काम करेगा।

आई ओ एस ऐप स्टोर: आई ओ एस ऐप स्टोर एक डिजिटल डिस्ट्रीब्यूशन प्लेटफॉर्म है, जिसे ऐपल इंक द्वारा विकसित किया गया, आईओएस और आई पैड ओ एस ऑपरेटिंग सिस्टम के लिए मोबाइल ऐप इसी पर उपलब्ध होते हैं। स्टोर यह उपयोगकर्ताओं को ऐपल के आई ओ एस सॉफ्टवेयर डेवलपमेंट किट के साथ विकसित किए गए एप्लिकेशन को ब्राउज़ और डाउनलोड करने की अनुमति देता है।

नेटिव एप्स: नेटिव एप्स को उनके विशेष प्लेटफॉर्म के लिए विकसित किया जाता है, जो सॉफ्टवेयर और ऑपरेटिंग सिस्टम की सुविधाओं का पूरा फायदा उठाते हैं। ये ऐप डिवाइस के हार्डवेयर जैसे जी पी एस, कैमरा, माइक्रोफोन आदि को सीधे एक्सेस कर सकते हैं।

रिएक्ट नेटिव: रिएक्ट नेटिव मोबाइल ऐप बनाने के लिए एक फेसबुक मोबाइल प्लेटफॉर्म है। इसे जावास्क्रिप्ट और रिएक्ट जे एस पर विकसित किया गया है। हाइब्रिड अनुप्रयोगों के विपरीत, रिएक्ट नेटिव आंतरिक रूप से ऑनलाइन तकनीक का भी उपयोग करता है। इसमें वेब दृश्यता शामिल नहीं है।

तकनीकी व्यवहार्यता: तकनीकी व्यवहार्यता का मतलब यह जांचना है कि ऐप को लेटेस्ट टेक्नोलॉजी का इस्तेमाल करके डेवलप किया जा सकता है या नहीं। यह जांचना महत्वपूर्ण है कि क्या संगठन नवीनतम तकनीक का उपयोग करने में सक्षम है या नहीं।

वेब-आधारित एप्लिकेशन: वेब-आधारित एप्लिकेशन एक विशेष प्रकार का सॉफ्टवेयर है जो उपयोगकर्ताओं को वेब ब्राउज़र इंटरफ़ेस के माध्यम से दूरस्थ सर्वर के साथ संचार करने की अनुमति देता है।

15.9 बोध प्रश्नों के उत्तर

बोध प्रश्न क:

1. (i) वित्तीय विश्लेषण (ii) तकनीकी व्यवहार्यता (iii) एंड्रॉइड (iv) मोबाइल क्रॉस-प्लेटफॉर्म (v) आयनिक
2. (i) सत्य (ii) असत्य (iii) असत्य (iv) सत्य (v) सत्य

15.10 स्वपरख प्रश्न

- 1) एक ऐप के तीन व्यापक वर्गीकरण क्या हैं?
- 2) विभिन्न प्रकार के डेस्कटॉप और मोबाइल एप्लिकेशन क्या हैं?
- 3) अवधारणा निर्माण के लिए क्या गतिविधियाँ आवश्यक हैं?

- 4) ऐप विकास प्रक्रिया के विभिन्न चरणों का वर्णन करें।
- 5) योजना की वित्तीय और तकनीकी व्यवहार्यता से आपका क्या अभिप्राय है?
- 6) दो प्रकार के मोबाइल विकास तंत्र क्या हैं?
- 7) ऐप स्टोर क्या है? इसके विभिन्न प्रकार क्या हैं?
- 8) आयनिक क्रॉस-प्लेटफॉर्म सिस्टम क्या है? इसके फायदे और नुकसान बताएं।
- 9) फ्लटर क्या है? इसके फायदे और नुकसान बताएं।
- 10) रिएक्ट नेटिव, आयनिक, ज़मरिन और फ्लटर के बीच अंतर बताएं।
- 11) विभिन्न डोमेन और सेगमेंट में विभिन्न प्रकार के ऐप्स क्या हैं?



नोट

ये प्रश्न इस इकाई को समझने में सहायक हैं। इन प्रश्नों के उत्तर लिखने के लिए प्रयास करें लेकिन अपना उत्तर विश्वविद्यालय को न भेजें। यह केवल आपके अभ्यास के लिए है।