

Vol 5 Issue 4 Jan 2016

ISSN No : 2249-894X

*Monthly Multidisciplinary
Research Journal*

*Review Of
Research Journal*

Chief Editors

Ashok Yakkaldevi
A R Burla College, India

Flávio de São Pedro Filho
Federal University of Rondonia, Brazil

Ecaterina Patrascu
Spiru Haret University, Bucharest

Kamani Perera
Regional Centre For Strategic Studies,
Sri Lanka

Welcome to Review Of Research

RNI MAHMUL/2011/38595

ISSN No.2249-894X

Review Of Research Journal is a multidisciplinary research journal, published monthly in English, Hindi & Marathi Language. All research papers submitted to the journal will be double - blind peer reviewed referred by members of the editorial Board readers will include investigator in universities, research institutes government and industry with research interest in the general subjects.

Regional Editor

Manichander Thammishetty
Ph.d Research Scholar, Faculty of Education IASE, Osmania University, Hyderabad.

Advisory Board

Kamani Perera Regional Centre For Strategic Studies, Sri Lanka	Delia Serbescu Spiru Haret University, Bucharest, Romania	Mabel Miao Center for China and Globalization, China
Ecaterina Patrascu Spiru Haret University, Bucharest	Xiaohua Yang University of San Francisco, San Francisco	Ruth Wolf University Walla, Israel
Fabricio Moraes de Almeida Federal University of Rondonia, Brazil	Karina Xavier Massachusetts Institute of Technology (MIT), USA	Jie Hao University of Sydney, Australia
Anna Maria Constantinovici AL. I. Cuza University, Romania	May Hongmei Gao Kennesaw State University, USA	Pei-Shan Kao Andrea University of Essex, United Kingdom
Romona Mihaila Spiru Haret University, Romania	Marc Fetscherin Rollins College, USA	Loredana Bosca Spiru Haret University, Romania
	Liu Chen Beijing Foreign Studies University, China	Ilie Pintea Spiru Haret University, Romania
Mahdi Moharrampour Islamic Azad University buinzahra Branch, Qazvin, Iran	Nimita Khanna Director, Isara Institute of Management, New Delhi	Govind P. Shinde Bharati Vidyapeeth School of Distance Education Center, Navi Mumbai
Titus Pop PhD, Partium Christian University, Oradea, Romania	Salve R. N. Department of Sociology, Shivaji University, Kolhapur	Sonal Singh Vikram University, Ujjain
J. K. VIJAYAKUMAR King Abdullah University of Science & Technology, Saudi Arabia.	P. Malyadri Government Degree College, Tandur, A.P.	Jayashree Patil-Dake MBA Department of Badruka College Commerce and Arts Post Graduate Centre (BCCAPGC), Kachiguda, Hyderabad
George - Calin SERITAN Postdoctoral Researcher Faculty of Philosophy and Socio-Political Sciences Al. I. Cuza University, Iasi	S. D. Sindkhedkar PSGVP Mandal's Arts, Science and Commerce College, Shahada [M.S.]	Maj. Dr. S. Bakhtiar Choudhary Director, Hyderabad AP India.
REZA KAFIPOUR Shiraz University of Medical Sciences Shiraz, Iran	Anurag Misra DBS College, Kanpur	AR. SARAVANAKUMARALAGAPPA UNIVERSITY, KARAIKUDI, TN
Rajendra Shendge Director, B.C.U.D. Solapur University, Solapur	C. D. Balaji Panimalar Engineering College, Chennai	V.MAHALAKSHMI Dean, Panimalar Engineering College
	Bhavana vivek patole PhD, Elphinstone college mumbai-32	S.KANNAN Ph.D , Annamalai University
	Awadhesh Kumar Shirotriya Secretary, Play India Play (Trust), Meerut (U.P.)	Kanwar Dinesh Singh Dept.English, Government Postgraduate College , solan

More.....

Address:-Ashok Yakkaldevi 258/34, Raviwar Peth, Solapur - 413 005 Maharashtra, India
Cell : 9595 359 435, Ph No: 02172372010 Email: ayisrj@yahoo.in Website: www.ror.isrj.org



ISSN: 2249-894X

Impact Factor : 3.1402(UIF)

Volume - 5 | Issue - 4 | Jan - 2016



नीलम त्रिवेदी

भारत में ई-कॉमर्स का भविष्य



नीलम त्रिवेदी

सहा. प्राध्यापक (वाणिज्य) शास. महाविद्यालय मरवाही,
जिला-बिलासपुर (छ. ग)

प्रस्तावना (Introduction):-

वर्तमान युग कम्प्यूटर, मोबाइल व इंटरनेट का है। इनके बिना रहने की हम कल्पना भी नहीं कर सकते हैं। दुनिया के लाखों लोग इंटरनेट के माध्यम से अपनी टिकट बुक कराते हैं, कपड़े, किताबें, इलेक्ट्रॉनिक सामान, म्यूजिक, मूवी टिकट या अन्य उत्पाद या सेवाएं ऑनलाइन खरीदते हैं। इस ऑनलाइन खरीददारी के बढ़ते चलन से विकसित हुई ई-कॉमर्स इंडस्ट्री अब एक मजबूत इंडस्ट्री बन चुकी है। तेजी से बढ़ते ऑनलाइन व मोबाइल उपभोक्ता ने ई-कॉमर्स को नए रूप में परिभाषित किया है। वर्ष 2014 में फिलपकार्ट, अमेजन, रनैपडिल, जबॉन्ग, मिन्त्रा, अरबन लैंडर, पेपर फ्राय और फर्स्ट क्राय को मिली बड़ी सफलता के चलते भी इस क्षेत्र में उछाल आया है। ऑनलाइन प्लेटफार्मों पर लोगों की निर्भरता दिनों-दिन बढ़ रही है। मोबाइल फोनों में ऐप्स की उपलब्धता से ई-कॉमर्स कंपनियों की बिक्री और आय दोनों बढ़ रही है। वर्ष 2018 तक मोबाइल से दुनिया में होने वाला ऑनलाइन व्यवसाय 638 अरब डालर (करीब 42,108 अरब रुपये) तक होने की संभावना है। भारत में भी ई-कॉमर्स उद्योग तीव्र गति से बढ़ रहा है।

ई-कॉमर्स का अर्थ (Meaning of E-Commerce) :-

ई-कॉमर्स में 'ई' शब्द इलेक्ट्रॉनिक का संक्षिप्त रूप है तथा कॉमर्स से आशय व्यापारीक लेन-देन से है, अतः ई-कॉमर्स से आशय ऐसे सौदे से है जिसके अंतर्गत विक्रेता और क्रेता बिना कागजों की अदला-बदली किए अथवा बिना एक-दूसरे से मिले इंटरनेट के माध्यम से लेन देन करते हैं। यह व्यापार कम्प्यूटर द्वारा टेलीफोन लाइनों से किया जाता है, इस प्रकार के कारोबार के लिए विश्व भर में कम्प्यूटरों का विशेष नेटवर्क कार्य कर रहा है। ई-कॉमर्स में बैंकों की भूमिका महत्वपूर्ण होती है क्योंकि सभी लेन-देन का भूगतान बैंकों के माध्यम से किया जाता है। क्रेता डीलर को बैंक खाते का उल्लेख करते हुए ऑर्डर देता है। कंपनी जब आदेश को स्वीकार कर लेती है तब क्रेता के बैंक खाते से राशि निकालकर कंपनी के खाते में जमा करा दी जाती है। इस तरह से ई-कॉमर्स में भुगतान की प्रक्रिया की जाती है।

ई-कॉमर्स का कार्यक्षेत्र (Scope of E-commerce) :-

- + माल / उत्पाद का क्रय-विक्रय करना
- + बैंकिंग, तकनीकी व अन्य वित्तीय सुविधाएं देना
- + मनोरंजन सुविधाएं देना

भारत में ई-कॉमर्स का भविष्य

- + सॉफ्टवेयर का विक्रय करना
- + विज्ञापन की सुविधा
- + पर्यटन का विकास
- + विश्व स्तरीय व्यापार करना

ई-कॉमर्स हेतु आवश्यक तत्व (Elements of E-commerce) :-

- + आधारभूत ढांचे की उपलब्धता
- + नेटवर्क की सुविधा
- + सौदों की गोपनीयता
- + शिकायत निवारण की व्यवस्था
- + पक्षकारों की पहचान
- + मुद्रा के विनिमय की सुविधा

ई-कॉमर्स के सौदे (Transaction of E-commerce):-

इसमें निम्न प्रकार के सौदे संपन्न होते हैं:-

BUSINESS TO CUSTOMER (B2C):- इसमें ई-कॉमर्स के माध्यम से उपभोक्ता को विभिन्न उत्पाद, मनोरंजन, स्वास्थ्य, वित्तीय आदि सुविधाएं उपलब्ध करायी जाती हैं।

BUSINESS TO BUSINESS (B2B):- इसके अंतर्गत ई-कॉमर्स के माध्यम से उत्पादों का क्रय-थोक व खुदरा व्यापारियों द्वारा किया जाता है।

CUSTOMER TO CUSTOMER (C2C):- इसके अंतर्गत एक विक्रेता स्वयं के उत्पादों को ई-कॉमर्स के माध्यम से अन्य क्रेता को बेचता है। इसका उदाहरण है म.टॉल

ई-कॉमर्स के लाभ (Benefits Of E-Commerce) :-

- + बाजार का विस्तार
- + मध्यस्थों की समाप्ति
- + विपणन लागतों में कमी
- + उपभोक्ता को शीघ्र सेवाएं प्राप्त
- + घरेलू एवं अंतर्राष्ट्रीय व्यापार में वृद्धि

भारत में ई-कॉमर्स का भविष्य (Future Of E-Commerce In India) :-

भारत में ई-कॉमर्स का भविष्य कैसा होगा यह जानने के लिए हमें भारतीय ई-कॉमर्स उद्योग की संभावनाओं व चुनौतियों का अध्ययन करना होगा।

1. भारत में ई-कॉमर्स की संभावनाएं :-

भारतीय ई-कॉमर्स बाजार – देश में ऑनलाइन खरीददारी के बढ़ते चलन से विकसित हुआ ई-कॉमर्स उद्योग अब एक मजबूत उद्योग बन चुका है। वर्तमान में ई-कॉमर्स का बाजार 42 अरब डॉलर (279,300 करोड़ रुपये) का है। दो साल अर्थात् 2017 में यह तीन गुना बढ़कर 128 अरब डॉलर (851,200 करोड़ रुपये) हो जाएगा। स्मार्टफोन और इंटरनेट की उपलब्धता बढ़ने शिपिंग और भुगतान के बेहतर विकल्प के कारण ई-कॉमर्स तेजी से बढ़ रहा है। कंपनियां जिस तेजी से निवेश कर रही हैं तथा विक्रय एवं अधिग्रहण कर रही हैं उससे भी इस उद्योग में तेजी आने की संभावना है।

भारत में ई-कॉमर्स का बाजार	
वर्ष	राशि (करोड़ रुपये में)
2010	29,260
2014	90,440
2015	279,300
2017	851,200

स्रोत- दैनिक भास्कर :समाचार-पत्र, बिलासपुर(छ.ग.) संस्करण, 08,12,2015

उपरोक्त आंकड़ों से भारत में ई-कॉमर्स का बाजार बढ़ता प्रतीत हो रहा है। क्रायसिल रिसर्च रिपोर्ट के अनुसार भारत में ई-कॉमर्स

उद्योग तीन सालों में 50 से 55 प्रतिशत प्रतिवर्ष की दर से बढ़ सकता है। एक अध्ययन के अनुसार वर्ष 2021 तक भारतीय ई-कॉमर्स उद्योग 76 बिलियन डॉलर के आंकड़े पर होगा।

• **रोजगार की अपार संभावनाएं** :- ई-कॉमर्स अब एक तेजी से बढ़ता हुआ क्षेत्र बन चुका है जो नौकरीयां देने में भी आगे है। वर्तमान में 30 लाख भारतीय ई-कॉमर्स सेक्टर में काम कर रहे हैं तथा स्नैपडिल में फिलहाल 5000 कर्मचारी कार्यरत है। एक शोध के अनुसार आने वाले वर्षों में 1.4 मिलियन कर्मचारीयों की मांग इस क्षेत्र में होगी तथा इस वर्ष 20 प्रतिशत वृद्धि के साथ अतिरिक्त 50 हजार नौकरीयां इस क्षेत्र में उत्पन्न होंगी। अधिकांश नौकरीयां टेक्नोलॉजी सप्लाय, चैन मैनेजमेंट, डिजिटल मार्केटिंग, बैंक ऑफिस सपोर्ट व वेयर हाउस मैनेजमेंट में होगी। संभावना है कि वर्ष 2020 तक इसमें 15 लाख नौकरीयां उत्पन्न होगी।

• **युवाओं का पसंदीदा क्षेत्र** :- आज के युवाओं को भी ई-कॉमर्स का क्षेत्र काफी लुभा रहा है। एसोचैम के सर्वे के मुताबिक ई-कॉमर्स क्षेत्र में मैनेजमेंट व इंजीनियरिंग छात्रों की संख्या 65 प्रतिशत तक बढ़ी है भारत के टॉप बी स्कूलों के एक चौथाई एम.बी.ए. छात्रों का रुझान ई-कॉमर्स क्षेत्र की नौकरियों में है।

• **नई विदेश व्यापार नीति में प्रोत्साहन** :- नई विदेश व्यापार नीति में ई-कॉमर्स कंपनियों को प्रोत्साहन दिया गया है। शर्त यह है कि इन्हें उन सेक्टर में बने उत्पादों का निर्यात करना होगा जिनसे नए रोजगार पैदा हो रहे हैं। कुरियर या विदेशी पोस्ट ऑफिस के माध्यम से निर्यात करने की स्थिति में 25 हजार रुपये तक के हर सौदों पर इन्सेटिव दिया जाएगा। यह मार्केटाइज एक्सपोर्ट्स फॉर्म इंडिया स्कीम ;डमैद्ध के तहत मिलेगा। सौदे 25 हजार रुपये से ज्यादा का होने पर भी इन्सेटिव 25 हजार रुपये तक ही मिलेगा। इस योजना के तहत हैंडलूम, किताबें एवं पत्रिकाएं, लेदर फुटवियर, खिलौने इत्यादि क्षेत्रों को लाभ मिलेगा।

• **मोबाइल एप्स की उपलब्धता** :- ई-कॉमर्स में मोबाइल एप्स का योगदान तेजी से बढ़ रहा है। कंपनियां भी इस पर ध्यान दे रही हैं। बड़ी कंपनियों का दावा है कि उनके कुल राजस्व का आधे से ज्यादा एम-कॉमर्स (मोबाइल कॉमर्स) के द्वारा आ रहा है। आगे भी ई-कॉमर्स के विकास में मुख्य योगदान मोबाइल प्लेटफॉर्म, सोशल मीडिया, साझेदारी वाले व्यावसायिक मॉडलों का होगा, ऐसे में वर्ष 2018 तक मोबाइल से दुनिया में होने वाला ऑनलाइन व्यापार 638 अरब डॉलर (42,108 अरब रुपये) तक पहुंच जाएगा। मोबाइल फोनों में एप्स की उपलब्धता से ई-कॉमर्स कंपनियों की बिक्री और आय दोनों बढ़ रही है। ऑनलाइन व्यापार करने वाली कंपनियां फिलपकार्ट, अमेजन और जबॉन्ग की 50 प्रतिशत तक आय मोबाइल से होने वाली खरीददारी से है।

इन सब तथ्यों से हमारे देश में ई-कॉमर्स का भविष्य उज्ज्वल प्रतीत होता है, लेकिन इसके सामने कुछ चुनौतियां भी हैं।

2. भारत में ई-कॉमर्स की चुनौतियां :-

• **इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की कमी** :- अंकटाड इंडेक्स के अनुसार भारत की कुल जनसंख्या के सिर्फ 12.6 प्रतिशत लोग ही इंटरनेट का उपयोग करते हैं बाकी के लोग सुविधायें होने पर भी उपयोग नहीं करते हैं।

• **ऑनलाइन खरीददारी** :- भारत में इंटरनेट का उपयोग करने वाले 25 प्रतिशत लोग ऑनलाइन खरीददारी करते हैं, जबकि 70 प्रतिशत लोग केवल सोशल नेटवर्क का उपयोग करते हैं।

• **क्रेडिट कार्ड की बजाय नगद भुगतान** :- भारत में होने वाली ऑनलाइन खरीददारी का 80 प्रतिशत भुगतान कैश ऑन डिलीवरी होता है, दूसरे देशों में क्रेडिट कार्ड से भुगतान ज्यादा होता है। अंकटाड इंडेक्स के अनुसार भारत में 15 साल से अधिक उम्र के केवल 1.8 प्रतिशत लोगों के पास क्रेडिट कार्ड है जिसकी वजह से इसका उपयोग ऑनलाइन खरीददारी में कम होता है।

• **साइबर फ्रॉड** :- देश में ऑनलाइन शॉपिंग का चलन भले ही बढ़ रहा हो, लेकिन ऑनलाइन सामान बेचने वाली कंपनियों के खिलाफ शिकायतें भी भारत में बहुत हैं। संयुक्त राष्ट्र की बॉडी अंकटाड के अनुसार ऑनलाइन कंपनियों के खिलाफ शिकायतों के मामले में अमेरीका, चीन, और इंग्लैंड के बाद भारत चौथे स्थान पर है। वर्ष 2013 साइबर फ्रॉड में 21,700 करोड़ रु. का नुकसान हुआ। साइबर अपराधी नाइजीरिया, रूस, चीन, ब्राजील और वियतनाम में ज्यादा सक्रिय थें। भारत में प्रति 10 लाख लोगों पर केवल 48.2 सुरक्षित सर्वर हैं।

• **कुशल कर्मचारियों की कमी** :- एक अध्ययन के अनुसार भारतीय ई-कॉमर्स में 67 प्रतिशत नियोजकों को जरूरी स्कील से लैस प्रोफेशनल नहीं मिलते। इनमें भी प्रोडक्ट मैनेजर, टेक्नीकल आर्किटेक्चर और स्पेशलाइज्ड इंजीनियरिंग प्रोफेशनल की काफी कमी है। बड़ी भारतीय कंपनियां इसकी भरपाई के लिये दूसरे देशों के स्किल्ड प्रोफेशनल्स को नियुक्त कर रही हैं।

• **ई-कॉमर्स कोर्स की कमी** :- देश के ई-कॉमर्स उद्योगों में कुशल कर्मचारीयों के ना मिलने का प्रमुख कारण यहाँ ई-कॉमर्स से संबंधित विशेष कोर्सों की कमी है।

ई-कॉमर्स का एक अन्य पहलू :-

विश्व में जहां ई-कॉमर्स उद्योग तीव्र गति से बढ़ रहा है तथा इसके मार्ग में आने वाली सभी समस्याओं को दूर करने का प्रयास किया जा रहा है वहीं ई-कॉमर्स व ऑनलाइन शॉपिंग के बढ़ते प्रचलन के कारण 20-25 प्रतिशत शॉपिंग मॉल वीरान पड़े हैं तथा इनके किराए में भी 30 प्रतिशत की गिरावट आई है। उद्योग संगठन एसोचैम और रिसर्च फर्म प्राइसवॉटर हाउस के एक अध्ययन में यह बात सामने आई है। इसके मुताबिक भारत देश का ई-कॉमर्स बाजार 35 प्रतिशत की रफ्तार से बढ़ रहा है और भविष्य में इसके और ज्यादा बढ़ने की संभावना है।

बदलती जीवन शैली, काम के बढ़ते बोझ तथा इंटरनेट और स्मार्टफोन की सुलभता के कारण अब लोग माल जाकर खरीददारी करने की बजाय ऑनलाइन खरीददारी को ज्यादा अपना रहे हैं। जिसके कारण मॉल्स स्थित दुकानों की बिक्री में 25 से 30 प्रतिशत की कमी आई है। ग्राहकों की संख्या कम होने से औसतन 25 प्रतिशत दुकानें खाली पड़ी है। दूसरी ओर ऑनलाइन शॉपिंग पर प्रति व्यक्ति खर्च में इस वर्ष 65 प्रतिशत तथा अगले वर्ष 72 प्रतिशत की वृद्धि का अनुमान है।

अध्ययन के अनुसार भारत से पहले मॉल्स परम्परा अपनाने वाले पश्चिमी देश भी इस स्थिति से गुजर चुके हैं। अमेरिका में 46 प्रतिशत तथा ब्रिटेन में 32 प्रतिशत मॉल खाली पड़े हैं। अतः ई-कॉमर्स के बढ़ते प्रचलन में यह भी एक सोच का विषय है।

निष्कर्ष (Conclusion) :-

भारत में ई-कॉमर्स की सम्भावनाओं व चुनौतियों को जानने के पश्चात हम इस निष्कर्ष पर पहुँचते हैं कि खरीददारी के लिए ऑनलाइन प्लेटफार्मों पर लोगों की निर्भरता भले ही दिनों-दिन बढ़ रही है, लेकिन आंकड़ों पर ध्यान दे तो वर्ष 2014 में भारतीय ई-कॉमर्स ने पिछले वर्ष की तुलना में 20 प्रतिशत वृद्धि के साथ 3.2 अरब डॉलर का टर्नओवर दिया था। भारतीय रिटेल व्यवसाय आज सिर्फ 590 अरब डॉलर के आस-पास है इसलिए भारत में ई-कॉमर्स आज भी शैशवावस्था में है।

देश में ऑनलाइन खरीददारों की संख्या 4.10 करोड़ है जबकि हमारी आबादी 1.30 अरब से थोड़ी ज्यादा है। लगभग 70 प्रतिशत आबादी की पहुंच बुनियादी इंटरनेट तक है इसलिए ई-कॉमर्स अब भी संभावना है। एक माध्यम के रूप में अभी इसका अधिक इस्तेमाल नहीं हुआ है।

ई-कॉमर्स को वैश्विक स्तर पर देखें तो वर्ष 2014 में इसका टर्नओवर 840 अरब डॉलर था इसमें सिर्फ एक ही बाजार का सबसे बड़ा हिस्सा था, और वह है अमेरिकी बाजार। जिसका हिस्सा ही 240 अरब डॉलर का था इसमें भारत की हिस्सेदारी 3.2 अरब डॉलर की रही मात्र 1.33 प्रतिशत। इससे यह ज्ञात होता है

कि भारत में ई-कॉमर्स का आकार अभी छोटा है। संयुक्त राष्ट्र की बॉडी अंकटाड के अनुसार ऑनलाइन खरीददारी करने वाले 130 देशों में भारत का 83वां स्थान है।

भारत में इन्फ्रास्ट्रक्चर भी कमजोर है। ऐसे में सप्लाई चेन और लॉजिस्टिक्स का मैनेजमेंट बहुत जटिल है। विभिन्न बिजनेस मॉडल और ट्रांजैक्शन पर कर नीतियां भी स्पष्ट नहीं हैं। विदेशों से होने वाले ऑनलाइन सौदों से जटिलताएं और बढ़ी हैं। इनसे निपटने के लिए अलग ई-कॉमर्स कानूनों की जरूरत है।

यदि ई-कॉमर्स को व्यवसाय के रूप में भारत में बढ़ाना है तो सर्वप्रथम विश्वास निर्मित करना होगा। जब हम ऑनलाइन कुछ खरीदते हैं तो वह उस जरिये के प्रति हमारे विश्वास को व्यक्त करता है। हर बार खरीदी करने पर यदि कोई समस्या आ जाए तो फिर यह ई-कॉमर्स उद्योग के लिए भी हानि की बात होगी क्योंकि असंतुष्ट ग्राहक किसी भी व्यवसाय के लिए दायित्व बन जाते हैं।

विभिन्न अध्ययनों से यह बात सामने आई है कि लोग ई-कॉमर्स के माध्यम से ऐसी वस्तुएं ही खरीदते हैं जिसमें गड़बड़ नहीं हो सकती। इसकी शुरुआत ऑनलाइन टिकट से होती है क्योंकि इसमें गड़बड़ी का सवाल ही नहीं उठता विश्वास धीरे-धीरे बढ़ता है और ग्राहक टिकट से किताबों में फिर संगीत में और फिर इलेक्ट्रॉनिक्स में आता है। हर बार जब आप खरीदते हैं तो खुशी बढ़ती जाती है। कुरियर पैक में सब कुछ ठीक-ठाक कोई वस्तु खराब नहीं। जब विश्वास काफी हद तक बढ़ जाता है तो हम ब्राण्डेड किराना सामान और फिर बिना ब्राण्ड वाला सामान भी खरीदने लगते हैं इसलिए यह कहा जा सकता है कि ई-कॉमर्स विश्वास का खेल है और विश्वास बहुत धीरे-धीरे बनता है। भारत में ई-कॉमर्स उद्योग को यदि सबसे बड़ा निवेश करना है तो वह है विश्वास निर्माण का क्षेत्र।

संदर्भ सूची (Bibliography) :-

- दैनिक भास्कर : बिलासपुर (छ.ग.) संस्करण, 08.12.2015 पृ. क्र. 07
- दैनिक भास्कर : बिलासपुर (छ.ग.) संस्करण, 30.03.2015 पृ. क्र. 07
- दैनिक भास्कर : बिलासपुर (छ.ग.) संस्करण, 02.04.2015
- दैनिक भास्कर : बिलासपुर (छ.ग.) संस्करण, 13.04.2015
- प्रतियोगिता दर्पण : भारतीय अर्थव्यवस्था, 2014-2015

वेब साईट :-

www.wikipedia.org

www.google.co.in

<http://www.statista.com/topic/2454/Ecommerceinindia>

Publish Research Article International Level Multidisciplinary Research Journal For All Subjects

Dear Sir/Mam,

We invite unpublished Research Paper, Summary of Research Project, Theses, Books and Books Review for publication, you will be pleased to know that our journals are

Associated and Indexed, India

- ★ Directory Of Research Journal Indexing
- ★ International Scientific Journal Consortium Scientific
- ★ OPEN J-GATE

Associated and Indexed, USA

- DOAJ
- EBSCO
- Crossref DOI
- Index Copernicus
- Publication Index
- Academic Journal Database
- Contemporary Research Index
- Academic Paper Database
- Digital Journals Database
- Current Index to Scholarly Journals
- Elite Scientific Journal Archive
- Directory Of Academic Resources
- Scholar Journal Index
- Recent Science Index
- Scientific Resources Database

Review Of Research Journal
258/34 Raviwar Peth Solapur-413005, Maharashtra
Contact-9595359435
E-Mail-ayisrj@yahoo.in/ayisrj2011@gmail.com
Website : www.ror.isrj.org