

# व्यापार और व्यवसाय के अवसर

# अनुक्रमणिका

- 1 मार्केटिंग
- 2 डिजिटल मार्केटिंग
- 3 ई-कॉमर्स
- 4 ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म
- 5 वैश्विक मूल्य श्रृंखला
- 6 प्रमुख निष्कर्ष



# पाठ योजना

यह मॉड्यूल प्रतिभागी को डिजिटल मार्केटिंग, ई-कॉमर्स और ग्लोबल वैल्यू चेन की अवधारणाओं से परिचित कराता है। इन अवधारणाओं का ज्ञान और अपने व्यवसाय के लाभ के लिए इसका उपयोग करने की क्षमता से प्रतिभागियों को अप्रयुक्त व्यापार और व्यावसायिक अवसरों का पता लगाने में मदद मिलेगी।



# उद्देश्य/उम्मीदें

- डिजिटल मार्केटिंग, ई-कॉमर्स और ग्लोबल वैल्यू चेन की अवधारणाओं से परिचित कराना
- प्रतिभागियों को उपरोक्त अवधारणाओं, व्यवसाय के लिए उनके उपयोग और लाभों को समझने में मदद करने के लिए तथा अप्रयुक्त व्यापार और व्यावसायिक अवसरों की खोज करके प्रतिभागियों को अपने व्यवसाय के लाभ के लिए इसका उपयोग करने के लिए प्रोत्साहित करना।



# आवश्यक सामग्री

- माँड्यूल की सॉफ्ट और हार्ड कॉपी - व्यापार और व्यवसाय के अवसर और स्व-मूल्यांकन शीट।
- खाली A4 आकार की शीट्स
- प्रोजेक्टर
- लैपटॉप
- व्हाइटबोर्ड
- इस्टर
- कलम (व्हाइटबोर्ड के लिए)



डिजिटल  
मार्केटिंग

01



Confederation of Indian Industry

Digital  
Saksham

## मार्केटिंग क्या है?

"अमेरिकन मार्केटिंग एसोसिएशन के अनुसार, "विपणन गतिविधियों, संस्थाओं का समूह, और पेशकशों को बनाने, संचार करने, वितरित करने और आदान-प्रदान करने की प्रक्रिया है जो ग्राहकों, उपभोक्ताओं, भागीदारों और समाज के लिए बड़े पैमाने पर मूल्य रखते हैं"। सरल शब्दों में, मार्केटिंग उन गतिविधियों को संदर्भित करता है जो एक कंपनी किसी उत्पाद या सेवा की खरीद या बिक्री को बढ़ावा देने के लिए करती है। इसके मूल में, मार्केटिंग किसी उत्पाद या सेवा को लेने, उसके आदर्श ग्राहकों की पहचान करने और उपलब्ध उत्पाद या सेवा पर ग्राहकों का ध्यान आकर्षित करने का प्रयास करती है।" - अमेरिकन मार्केटिंग एसोसिएशन।



# मार्केटिंग के प्रकार

## प्रभावशाली मार्केटिंग

- प्रभावशाली मार्केटिंग उन व्यक्तियों को देखता है जिनका संभावित खरीदारों पर प्रभाव है और ब्रांड संदेश चलाने के लिए इन व्यक्तियों के आसपास की मार्केटिंग गतिविधियों पर ध्यान केंद्रित करता है।
- प्रभावशाली मार्केटिंग में, उपभोक्ताओं के एक बड़े समूह को सीधे मार्केटिंग करने के बजाय, ब्रांड प्रभावित करने वालों की भरपाई करता है जिसमें मशहूर हस्तियां, सामग्री निर्माता, ग्राहक अधिवक्ता और कर्मचारी शामिल हो सकते हैं।



Confederation of Indian Industry

Digital  
Saksham

# मार्केटिंग के प्रकार

## रिलेशनशिप मार्केटिंग

- रिलेशनशिप मार्केटिंग से तात्पर्य उपभोक्ताओं को विश्वसनीय बनाने के लिए विभाजित करने की रणनीतियों और युक्तियों से है। यह उपभोक्ताओं को सटीक रूप से लक्षित करने और विश्वसनीयता कार्यक्रम बनाने के लिए डेटाबेस मार्केटिंग, व्यवहार विज्ञापन और विश्लेषण का लाभ उठाता है।
- उदाहरण - डेबिट या क्रेडिट कार्ड लॉयल्टी प्रोग्राम।

## वायरल मार्केटिंग

- वायरल मार्केटिंग एक मार्केटिंग घटना है जो लोगों को मार्केटिंग संदेश भेजने के लिए प्रोत्साहित करती है।
- उपनाम "वायरल" क्योंकि एक संदेश के संपर्क में आने वाले लोगों की संख्या एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति में वायरस या बीमारी के पास करने की प्रक्रिया की नकल करती है।



# मार्केटिंग के प्रकार

## ग्रीन मार्केटिंग

- ग्रीन मार्केटिंग उन उत्पादों के विकास और मार्केटिंग को संदर्भित करता है जिन्हें पर्यावरण की दृष्टि से सुरक्षित माना जाता है (अर्थात्, भौतिक पर्यावरण पर नकारात्मक प्रभावों को कम करने या इसकी गुणवत्ता में सुधार करने के लिए डिजाइन किया गया)।
- इस शब्द का उपयोग उत्पादों के उत्पादन, प्रचार, पैकेज और पुनः प्राप्त करने के प्रयासों का वर्णन करने के लिए भी किया जा सकता है जो पारिस्थितिक चिंताओं के प्रति संवेदनशील या उत्तरदायी है।



# मार्केटिंग के प्रकार

## कीवर्ड मार्केटिंग

- कीवर्ड मार्केटिंग में उन विशिष्ट कीवर्ड और वाक्यांशों के आधार पर उपयोगकर्ताओं के सामने मार्केटिंग संदेश रखना शामिल है जिनका वे खोजने के लिए उपयोग कर रहे हैं।
- इस पद्धति का एक प्रमुख लाभ यह है कि यह विपणक को सही समय पर सही संदेश के साथ सही लोगों तक पहुंचने की क्षमता देता है। कई विपणक के लिए, कीवर्ड मार्केटिंग के परिणामस्वरूप कुछ कीवर्ड दर्ज किए जाने पर विज्ञापन की प्लेसमेंट होती है।



# मार्केटिंग के प्रकार

## आउटबाउंड मार्केटिंग

- आउटबाउंड मार्केटिंग में, मार्केटर टीवी, रेडियो और डिजिटल डिस्प्ले विज्ञापन जैसी विधियों के माध्यम से ग्राहक से संपर्क शुरू करता है। इसका उपयोग अक्सर किसी ब्रांड के लिए उपभोक्ता जागरूकता और वरीयता को प्रभावित करने के लिए किया जाता है।



# मार्केटिंग के प्रकार

## इनबाउंड मार्केटिंग

- इनबाउंड मार्केटिंग वह मार्केटिंग है जिसमें ग्राहक अपना ध्यान आकर्षित करने के लिए इस्तेमाल किए जाने वाले विभिन्न तरीकों के जवाब में मार्केटर से संपर्क शुरू करते हैं। इन तरीकों में ईमेल मार्केटिंग, इवेंट मार्केटिंग, कंटेंट मार्केटिंग और वेब डिजाइन शामिल हैं।
- इनबाउंड मार्केटिंग का एक उद्देश्य, जिसमें कंटेंट मार्केटिंग शामिल है, व्यवसाय को मूल्यवान जानकारी और समस्याओं के समाधान के स्रोत के रूप में स्थापित करना है, जिससे ग्राहक विश्वास और विश्वसनीयता को बढ़ावा मिलता है।



# मार्केटिंग के प्रकार

## सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन

- सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन (SEO) एक या अधिक सर्च इंजनों के भीतर दृश्यता में सुधार के लिए एक मार्केटिंग/तकनीकी योजना विकसित करने की प्रक्रिया है।
- मार्केटिंग पक्ष पर, SEO विशिष्ट कीवर्ड को लक्षित करने की प्रक्रिया को संदर्भित करता है जहां साइट को खोजों में "जीतना" चाहिए।

## कंटेंट मार्केटिंग

- कंटेंट मार्केटिंग एक स्पष्ट रूप से परिभाषित ऑडियंस को आकर्षित करने और प्राप्त करने के लिए मूल्यवान, प्रासंगिक और सुसंगत सामग्री बनाने और वितरित करने की एक तकनीक है - लाभदायक ग्राहक कार्रवाई को चलाने के उद्देश्य से।



डिजिटल  
मार्केटिंग

02





- डिजिटल मार्केटिंग उपभोक्ताओं तक पहुंचने के लिए इंटरनेट, मोबाइल डिवाइस, सोशल मीडिया, सर्च इंजन और अन्य चैनलों का उपयोग है। इसे ग्राहक प्रतिक्रिया के साथ मार्केटिंग के रूप में जाना जाता है।
- यह ग्राहक आधार के एक विशिष्ट खंड को लक्षित करता है और इंटरैक्टिव है।
- इसमें खोज परिणाम विज्ञापन, ईमेल विज्ञापन, प्रचारित ट्वीट, इंस्टाग्राम विज्ञापन, यूट्यूब विज्ञापन शामिल हैं।



Confederation of Indian Industry

Digital  
Saksham

# डिजिटल मार्केटिंग के प्रकार

## वेबसाइट मार्केटिंग

- इसका उपयोग विभिन्न प्रकार के ऑनलाइन मार्केटिंग अभियानों को निष्पादित करने के लिए किया जाता है। वेबसाइट को स्पष्ट और यादगार तरीके से ब्रांड, उत्पाद और सेवा का प्रतिनिधित्व करना चाहिए। यह तेज, मोबाइल के अनुकूल और उपयोग में आसान होना चाहिए।



Confederation of Indian Industry

Digital  
Saksham

# डिजिटल मार्केटिंग के प्रकार

## पे-पर-क्लिक (PPC) विज्ञापन

- यह विपणक को भुगतान किए गए विज्ञापनों के माध्यम से कई डिजिटल प्लेटफॉर्म पर इंटरनेट उपयोगकर्ताओं तक पहुंचने में सक्षम बनाता है।
- विज्ञापन निम्नलिखित प्लेटफॉर्म - गूगल, बिंग, लिंकडइन, ट्विटर, पिनटेरेस्ट, या फेसबुक पर लगाए जाते हैं और उत्पादों या सेवाओं से संबंधित शर्तों की खोज करने वाले लोगों को अपने विज्ञापन दिखाते हैं।
- यह उपयोगकर्ताओं को उनकी जनसांख्यिकीय विशेषताओं (जैसे उम्र या लिंग के आधार पर) के आधार पर विभाजित करता है, या यहां तक कि उनकी रुचियों या स्थान को भी लक्षित करता है।



# डिजिटल मार्केटिंग के प्रकार

## कंटेंट मार्केटिंग

- इसका उपयोग ब्लॉग, ईबुक, ऑनलाइन कोर्स, इन्फोग्राफिक्स, पॉडकास्ट और वेबिनार जैसी सामग्री का उपयोग करके संभावित ग्राहकों तक पहुंचने के लिए किया जाता है।
- यह आमतौर पर वेबसाइट पर प्रकाशित किया जाता है और फिर सोशल मीडिया, ईमेल मार्केटिंग, SEO या यहां तक कि PPC अभियानों के माध्यम से प्रचारित किया जाता है।

## ईमेल मार्केटिंग

- यह ईमेल के माध्यम से आपके संभावित ग्राहकों या आपके ब्रांड में रुचि रखने वाले लोगों से संपर्क करने का माध्यम है। ईमेल की सूची मार्केटिंग के अन्य रूपों के माध्यम से बनाई जाती है।



# डिजिटल मार्केटिंग के प्रकार

## सोशल मीडिया मार्केटिंग

- यह जुड़ाव बढ़ाने और किसी के व्यवसाय को बढ़ावा देने के लिए प्रत्येक सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के लिए अनुरूप कंटेंट बनाने की प्रक्रिया है। सोशल मीडिया मार्केटिंग आपके ऑडियंस या ग्राहकों से जुड़ने और उन्हें आपके ब्रांड को बेहतर ढंग से समझने में मदद करने के बारे में है।

## एफिलिएट मार्केटिंग

- प्रभावक अन्य लोगों के उत्पादों को बढ़ावा देते हैं और हर बार जब कोई बिक्री की जाती है, या एक लीड पेश की जाती है तो उसे कमीशन मिलता है।



# डिजिटल मार्केटिंग के प्रकार

## वीडियो मार्केटिंग

- वीडियो मार्केटिंग का अर्थ है अपने उत्पाद या सेवा के प्रचार और लोगों को बताने के लिए वीडियो का उपयोग करना। यह आपके डिजिटल और सोशल चैनलों पर जुड़ाव बढ़ाने में मदद करता है, आपके ऑडियंस को शिक्षित करता है, और आपको एक नए माध्यम से उन तक पहुंचने की अनुमति देता है।

## SMS मार्केटिंग

- NGO, कंपनियां जैसे कई स्रोत अपने नवीनतम प्रचारों के बारे में जानकारी भेजने या इच्छुक ग्राहकों को अवसर देने के लिए SMS या टेक्स्ट संदेशों का भी उपयोग करते हैं।



# व्यवसाय के लिए डिजिटल मार्केटिंग के उपयोग

- लगातार संचार के साथ ग्राहक विश्वसनीयता में वृद्धि
- खरीदारी के हर चरण में ग्राहक को शामिल करता है
- सही दर्शकों को लक्षित करता है
- सुसंगत लीड पाइपलाइन उत्पन्न करता है
- अनुकूलन और बेहतर रूपांतरण दर प्राप्त करता है
- सभी परिणामों को सटीक रूप से मापता है
- ब्रांड विश्वसनीयता हासिल करना
- प्रभावी लागत
- लेवल प्लेयिंग फील्ड प्रदान करता है



# व्यवसाय के लिए डिजिटल मार्केटिंग की चुनौतियां

- प्रौद्योगिकी पर निर्भरता
- सुरक्षा, गोपनीयता के मुद्दे
- लगातार विकसित हो रहे वातावरण के कारण रखरखाव की लागत
- मूल्य निर्धारण की उच्च पारदर्शिता और बढ़ी हुई मूल्य प्रतिस्पर्धा
- वैश्वीकरण के माध्यम से विश्वव्यापी प्रतिस्पर्धा



ई-कॉमर्स

03



## ई-कॉमर्स क्या है?

इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स या ई-कॉमर्स एक व्यवसाय मॉडल है जो फर्मों और व्यक्तियों को इंटरनेट पर चीजें खरीदने और बेचने की सुविधा देता है। यह कंप्यूटर, टैबलेट या स्मार्टफोन पर आयोजित किया जा सकता है। ई-कॉमर्स के माध्यम से उपलब्ध उत्पादों और सेवाओं के उदाहरण - इसमें किताबें, संगीत, हवाई जहाज का टिकट और वित्तीय सेवाएं जैसे स्टॉक निवेश और ऑनलाइन बैंकिंग शामिल हैं।



# ई-कॉमर्स के प्रकार

ई-कॉमर्स निम्नलिखित प्रमुख बाजार क्षेत्रों में से सभी चार में संचालित होता है:

## बिजनेस टू बिजनेस (B2B)

बिजनेस-टू-बिजनेस (B2B), जिसे बी-टू-बी भी कहा जाता है, व्यवसायों के बीच लेन-देन का एक रूप है, जैसे कि एक निर्माता और थोक व्यापारी, या एक थोक व्यापारी और एक खुदरा विक्रेता। यह एक कंपनी और व्यक्तिगत उपभोक्ता के बीच नहीं, बल्कि कंपनियों के बीच संपन्न किया जाता है।



# ई-कॉमर्स के प्रकार

## बिज़नेस टू कंज्यूमर (B2C)

यह एक व्यवसाय और उपभोक्ताओं के बीच सीधे उत्पादों और सेवाओं को बेचने की प्रक्रिया को संदर्भित करता है जो इसके उत्पादों या सेवाओं के अंतिम उपयोगकर्ता हैं।

इस सेगमेंट में डायरेक्ट टू कंज्यूमर (D2C) सेलिंग भी शामिल है - एक हालिया घटना जहां ब्रांड मालिकों/उत्पादकों द्वारा ई-कामर्स प्लेटफॉर्म का उपयोग किया जा रहा है, विशेष रूप से छोटे और सूक्ष्म उद्यमों को मार्केटिंग और वितरण चैनलों पर जाए बिना सीधे उपभोक्ता को बेचने के लिए।



# ई-कॉमर्स के प्रकार

## कंज्यूमर टू कंज्यूमर (C2C)

यह एक व्यवसाय मॉडल है जो ग्राहकों को एक-दूसरे के साथ, अक्सर ऑनलाइन वातावरण में व्यापार करने में सक्षम बनाता है। C2C व्यवसाय एक प्रकार का व्यवसाय मॉडल है जो ई-कॉमर्स तकनीक और साझा अर्थव्यवस्था के साथ उभरा है।

## कंज्यूमर टू बिजनेस (C2B)

C2B व्यक्तिगत ग्राहकों के लिए उत्पादों को बेचने और कंपनियों को सेवाएं प्रदान करने की सिफारिश करने के लिए हालिया ई-कॉमर्स व्यवसाय मॉडल है।



# ई-कॉमर्स के लाभ

## तेजी से खरीदने की प्रक्रिया:

ग्राहक खरीदारी में कम समय व्यतीत करते हैं और अधिक उत्पादों को ब्राउज़ करते हैं और अपने स्थानीय स्टोर में नहीं मिलने वाले उत्पादों का पता लगा सकते हैं।

## स्टोर और उत्पाद सूची:

विक्रेता कई इमेज, विवरण, उत्पाद श्रेणी, मूल्य, शिपिंग शुल्क और वितरण तिथि जोड़ सकते हैं। सिर्फ एक कदम में आप ग्राहक को वस्तु के बारे में बहुत-सी बातें बता सकते हैं। अपनी सूची बनाने से खरीदारों को पता चलता है कि आपके पास क्या है।



# ई-कॉमर्स के लाभ

## लागत में कमी:

ई-कॉमर्स स्टोर वहनीय है और भौतिक स्टोर की तुलना में कम निवेश की आवश्यकता होती है। यह व्यक्तिगत और छोटे पैमाने के विक्रेताओं के लिए एक अच्छा अवसर प्रदान करता है जो आय अर्जित करना चाहते हैं लेकिन आवश्यक स्टार्ट-अप पूंजी नहीं रखते हैं।

## वहनीय विपणन और विज्ञापन:

ईकॉमर्स मार्केटप्लेस विज्ञानल चैनल हैं - और विक्रेता वास्तव में अपने उत्पाद को दिखा सकते हैं। कई ईकॉमर्स मार्केटप्लेस ग्राहक अंतर्दृष्टि उपकरण प्रदान करते हैं जिनका उपयोग ग्राहकों का विश्लेषण करने के लिए किया जा सकता है, यह सभी ऑर्डर दिखाता है - लंबित, अनशिष्ट, भेजा गया, रद्द, वापसी।



# ई-कॉमर्स के लाभ

## ग्राहकों के लिए लचीलापन:

उत्पाद और सेवाएं 24x7 उपलब्ध हैं और ग्राहक हमेशा ई-कॉमर्स मार्केटप्लेस पर मौजूद रहते हैं। परिणाम यह होता है कि विक्रेता अपने उत्पादों को कहीं भी, कभी भी पेश कर सकता है।

विक्रेता अपने राजस्व का निर्माण करने के लिए इस ग्राहक लचीलेपन का लाभ उठा सकते हैं। वे एक ऑनलाइन मार्केटप्लेस पर आत्मविश्वास से बेच सकते हैं, यह जानते हुए कि बहुत सारे खरीदार हैं।



## ई-कॉमर्स के लाभ

### उत्पाद और कीमत के बीच तुलना:

ई-कॉमर्स में, विक्रेता टूल का उपयोग करके या अपने दम पर उत्पादों की तुलना कर सकते हैं। इससे उन्हें उपलब्ध उत्पाद विकल्पों, मानक दरों का एक अच्छा विचार मिलता है, यदि उत्पाद की आवश्यकता पूरी नहीं होती है।



## ई-कॉमर्स के लाभ

### पहुंच सीमाओं को पार करता है:

- भौतिक स्टोर वाला विक्रेता केवल कुछ निश्चित खरीदारों तक ही पहुंच सकता है। वे ग्राहकों के घरों तक डिलीवरी कर सकते हैं लेकिन दूरी की सीमाएं हो सकती हैं। कई ई-कॉमर्स मार्केटप्लेस की अपनी लॉजिस्टिक्स और डिलीवरी सिस्टम है।
- जिन विक्रेताओं को नए ग्राहक खोजने के लिए अपनी पहुंच का विस्तार करने की आवश्यकता है, वे इसका लाभ उठा सकते हैं। यह केवल-ऑनलाइन विक्रेताओं और भौतिक स्टोर वाले लोगों पर लागू होता है।
- केवल-ऑनलाइन विक्रेता लॉजिस्टिक्स लागतों को बचा सकते हैं और ग्राहकों के प्रति आश्वस्त रह सकते हैं। भौतिक स्टोर वाले विक्रेता स्थानीय खरीदारों को अपना सामान बेचना शुरू करते हैं।



## ई-कॉमर्स के लाभ

### ग्राहक और बाजार की मांग पर तेजी से प्रतिक्रिया:

- ई-कॉमर्स मार्केटप्लेस आपको एक सुव्यवस्थित लॉजिस्टिक्स या डिलीवरी सिस्टम प्रदान करते हैं। इसका मतलब यह है कि खरीदारों का ऑर्डर कुशलता से डिलीवर हो जाता है। उत्पाद वापसी प्रबंधन एक और प्लस पॉइंट है जिसे जल्दी से संभाला जा सकता है - आप या तो भुगतान वापस कर देते हैं या प्रतिस्थापन देते हैं।
- व्यापारी जल्दी से सौदे, प्रचार भी कर सकते हैं। यह ग्राहकों को आकर्षित करता है और अधिक बिक्री बनाने की संभावना बढ़ाता है। ई-कॉमर्स विक्रेता जब चाहें कूपन की योजना बना सकते हैं और लागू कर सकते हैं - यहां तक कि अपने स्वयं के स्टोर के लिए से ऑफर को कस्टमाइज भी कर सकते हैं।



# ई-कॉमर्स के लाभ

## बहु भुगतान विधि:

- ई-कॉमर्स मार्केटप्लेस कई भुगतान विधि की अनुमति देता है जिसमें UPI, कैश ऑन डिलीवरी, कार्ड ऑन डिलीवरी, नेट बैंकिंग, क्रेडिट या डेबिट कार्ड पर EMI और पे-लेटर क्रेडिट सुविधा शामिल हैं।



ई-कॉमर्स  
प्लेटफॉर्म

04



# निजी क्षेत्र (प्रमुख ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म का चयन)

## फ्लिपकार्ट

- अक्टूबर 2007 में लॉन्च किया गया, यह 80+ श्रेणियों में 80 मिलियन से अधिक उत्पादों के साथ भारत का प्रमुख ई-कॉमर्स मार्केटप्लेस है

## अमेजन

- Amazon.com (Amazon.in), ऑनलाइन रिटेलर, इलेक्ट्रॉनिक पुस्तक पाठकों के निर्माता, और वेब सेवा प्रदाता जो इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स का प्रतिष्ठित उदाहरण बन गया। इसका मुख्यालय सिएटल, वाशिंगटन में है।



# निजी क्षेत्र (प्रमुख ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म का चयन)

## स्नैपडील

- फरवरी 2010 में कुणाल बहल ने रोहित बंसल के साथ Snapdeal.com की शुरुआत की।
- भारत का सबसे बड़ा ऑनलाइन मार्केटप्लेस, क्षेत्रीय, राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय ब्रांडों और खुदरा विक्रेताओं से 800 श्रेणियों में 60 मिलियन से अधिक उत्पादों के व्यापक वर्गीकरण के साथ।



# निजी क्षेत्र (प्रमुख ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म का चयन)

## इंडिया मार्ट

- भारत का सबसे बड़ा ऑनलाइन B2B मार्केटप्लेस, खरीदारों को आपूर्तिकर्ताओं से जोड़ता है। भारत में ऑनलाइन B2B क्लासिफाइड स्पेस के 60% मार्केट शेयर के साथ, चैनल छोटे और मध्यम उद्यमों (SME), बड़े उद्यमों के साथ-साथ व्यक्तियों को एक मंच प्रदान करने पर ध्यान केंद्रित करता है। 1999 में स्थापित, कंपनी का मिशन 'व्यापार करना आसान बनाना' है।



# सरकारी

- **GeM**

यह वन स्टॉप गवर्नमेंट ई-मार्केट प्लेस का संक्षिप्त रूप है। यह सरकारी अधिकारियों द्वारा खरीद करने के लिए एक गतिशील, आत्मनिर्भर और उपयोगकर्ता के अनुकूल पोर्टल है।

- **केंद्रीय सार्वजनिक खरीद पोर्टल**

भारत की ई-प्रोक्योरमेंट प्रणाली निविदाकारों को निःशुल्क निविदा अनुसूची डाउनलोड करने और फिर इस पोर्टल के माध्यम से बोलियां ऑनलाइन जमा करने में सक्षम बनाती है। पोर्टल विभिन्न मंत्रालयों और संबंधित विभागों में की गई खरीद के बारे में जानकारी के लिए एकल बिंदु पहुंच प्रदान करता है।



## मुख्य विशेषताएं

- केंद्र और राज्य सरकार के मंत्रालयों, विभागों और संगठनों, PSU और PSB द्वारा निविदा और बोली के विवरण के प्रकाशन के लिए मंच
- सभी के लिए निविदा दस्तावेजों तक निःशुल्क पहुंच
- ऑनलाइन फॉर्म के माध्यम से एनआईटी प्रकाशित करने की सुविधा
- निविदा दस्तावेज प्रकाशित करने की सुविधा, दस्तावेज के साथ शुद्धिपत्र जोड़ने की सुविधा
- अनुबंध दस्तावेज के साथ बोली के विवरण प्रकाशित करने की सुविधा
- सार्वजनिक प्रभाव क्षेत्र में, जनता द्वारा एक्सेस/देखने के लिए किसी पंजीकरण की आवश्यकता नहीं है



## मुख्य विशेषताएं

- विभिन्न मील के पथर पर ईमेल/SMS अलर्ट।
- सभी के लिए टोल फ्री हेल्प लाइन की सुविधा।
- निविदाओं के प्रकार, उत्पाद श्रेणियों, संगठनों के प्रकार और संगठन के नाम के अनुसार वर्गीकृत।
- संग्रहीत निविदाएं सार्वजनिक डोमेन में उपलब्ध हैं।
- कीवर्ड, स्थान, मूल्य, संगठन का नाम, संगठन का प्रकार, निविदा प्रकार और उत्पाद श्रेणियों जैसे मापदंडों का उपयोग करके खोज सुविधा उपलब्ध है।



# ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म का उपयोग करते समय सावधानियां

## मोडस ऑपरेंडी - ऑनलाइन बिक्री प्लेटफॉर्म का उपयोग करके धोखाधड़ी

- जालसाज ऑनलाइन बिक्री मंच पर खरीदार होने का दिखावा करते हैं और उत्पाद में रूचि दिखाते हैं।
- आपको पैसे देने के बजाय, वे UPI ऐप के माध्यम से "धन का अनुरोध करें" विकल्प का उपयोग करते हैं और पैसे निकालने के अनुरोध को स्वीकार करने पर जोर देते हैं जो आपके बैंक खाते से पैसे निकालने में सक्षम बनाता है।

## सावधानियां

- हमेशा याद रखें, धन प्राप्त करने के लिए कहीं भी अपना पिन/पासवर्ड दर्ज करने की आवश्यकता नहीं है।
- यदि UPI या कोई अन्य प आपसे लेनदेन पूरा करने के लिए अपना पिन दर्ज करने के लिए कहता है, तो इसका मतलब है कि आप पैसे प्राप्त करने के बजाय भेज देंगे।



वैश्विक मूल्य श्रृंखला

05



Confederation of Indian Industry

Digital  
Saksham

# मूल्य श्रृंखला क्या है?

- मूल्य श्रृंखला एक उत्पाद या सेवा को विचार से वास्तविकता में बदलने के लिए चरण-दर-चरण व्यवसाय मॉडल है।
- निम्नलिखित गतिविधियों (डिजाइन, उत्पादन, विपणन, वितरण और अंतिम उपभोक्ता को समर्थन, आदि) को कई फर्मों और श्रमिकों के बीच भौगोलिक स्थानों में विभाजित किया जाता है ताकि उत्पाद को उसकी अवधारणा से उसके अंतिम उपयोग तक लाया जा सके।
- मूल्य श्रृंखलाएं एक व्यवसाय को कम से कम लागत में अधिकतम मूल्य प्रदान करने में मदद करती हैं जिससे व्यवसाय की दक्षता में वृद्धि होती है।
- मूल्य श्रृंखला अपनी दक्षता और उत्पादकता बढ़ाकर कंपनी के लिए प्रतिस्पर्धात्मक लाभ पैदा करती है।



## लेन-देन प्राधिकरण

- यह एक उद्यम है (मूल और स्वामित्व के देश के बावजूद, निजी, सार्वजनिक या मिश्रित सहित) जिसमें दो या दो से अधिक देशों में स्थित कंपनियां या संस्थाएं शामिल हैं जो स्वामित्व या अन्य कारकों से जुड़ी हुई हैं, जैसे कि उनमें से एक या अधिक दूसरों की गतिविधियों पर महत्वपूर्ण प्रभाव डालने और विशेष रूप से उनके साथ ज्ञान, संसाधनों और जिम्मेदारियों को साझा करने में सक्षम हो सकता है।
- वैश्विक मूल्य श्रृंखला का उदाहरण:

A smart phone assembled in China might include graphic design elements from the United States, computer code from France, silicone chips from Singapore, and precious metals from Bolivia. Throughout this process, all countries involved retain some value and benefit from the export of the final product.

## वैश्विक मूल्य श्रृंखलाओं का महत्व

- देश बैकवर्ड या फॉरवर्ड लिंकेज में शामिल होकर वैश्विक मूल्य श्रृंखला में भाग ले सकते हैं।
- वैश्विक मूल्य श्रृंखला निर्यात देश की प्रति व्यक्ति जीडीपी बढ़ाने में योगदान देता है। SME द्वारा बैकवर्ड और फॉरवर्ड दोनों की भागीदारी का प्रति व्यक्ति आय वृद्धि पर सकारात्मक प्रभाव पड़ता है।
- वैश्विक मूल्य श्रृंखला निर्यात और इसके घटकों में अधिक भागीदारी और योगदान के साथ श्रम उत्पादकता बढ़ती है।



## वैश्विक मूल्य श्रृंखलाओं का महत्व

- वैश्विक मूल्य श्रृंखला में भाग लेने से फर्मों को मूल्य श्रृंखला के उस हिस्से में विशेषज्ञता से लाभ मिलता है जहां वे सबसे अधिक उत्पादक होते हैं।
- वे बेहतर प्रौद्योगिकी, सस्ते इनपुट और वैश्विक बाजारों (अर्थव्यवस्थाओं का फायदा उठाने के लिए) तक पहुंच प्राप्त करते हैं।
- वैश्विक मूल्य श्रृंखला निर्यात में वृद्धि भी निवेश में उल्लेखनीय वृद्धि के साथ जुड़ी हुई है। मूल्य श्रृंखला में एकीकृत होने के लिए विभिन्न देशों में स्थित उनकी सहायक कंपनियों को प्रमुख फर्म से पूंजी के हस्तांतरण द्वारा प्रेरित।



## वैश्विक मूल्य श्रृंखलाओं से अवसर

- कार्यों और मध्यवर्ती गतिविधियों में व्यापार ने छोटी फर्मों के लिए प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से अंतर्राष्ट्रीय आपूर्ति श्रृंखलाओं में भाग लेने का मार्ग प्रशस्त किया है।
- वैश्विक मूल्य श्रृंखलाओं के माध्यम से, MSME अब प्रमुख फर्मों के लिए पुर्जों और घटकों के आपूर्तिकर्ताओं के रूप में कार्य कर सकते हैं।
- प्रमुख फर्मों के साथ खरीदार-आपूर्तिकर्ता संबंध SME को गतिविधियों के एक विशिष्ट सेट में आगे विशेषज्ञता की अनुमति देते हैं।
- इन प्रमुख फर्मों को नए उत्पादों और सेवाओं की आपूर्ति के लिए नए क्षेत्रों के माध्यम से बड़े क्षेत्रीय और वैश्विक बाजारों तक पहुंच।
- प्रमुख फर्मों के साथ संवाद से प्रमुख फर्मों और MSME के बीच सूचना के अधिक प्रवाह की अनुमति मिलती है, जो बदले में MSME की प्रबंधन प्रथाओं में सुधार के साथ-साथ उनकी तकनीक और कौशल स्तरों में सुधार की ओर ले जाती है।



प्रमुख निष्कर्ष

06



Confederation of Indian Industry

Digital  
Saksham

## प्रमुख निष्कर्ष

- डिजिटल मार्केटिंग किसी व्यवसाय को अपने ग्राहकों की बेहतर सेवा करने में मदद करती है क्योंकि व्यवसाय सही ऑडियंस को लक्षित करने में सक्षम होते हैं, इस तरह से त्वरित और प्रभावी ग्राहक प्रतिक्रिया सुनिश्चित करते हैं जो कि लागत प्रभावी हो।
- ई-कॉमर्स व्यवसाय को लागत कम करने में मदद करता है क्योंकि यह सस्ती है, बेहतर ग्राहक सेवा प्रदान करता है और व्यवसाय की पहुंच का विस्तार करता है।
- वैश्विक मूल्य श्रृंखला MSME के लिए निम्नलिखित अवसर प्रदान करते हैं - वे प्रमुख फर्मों की आपूर्ति श्रृंखला का हिस्सा बन सकते हैं, वैश्विक बाजारों तक पहुंच प्राप्त कर सकते हैं, लीड फर्म से निवेश का हस्तांतरण प्राप्त कर सकते हैं और कौशल और प्रौद्योगिकी में महत्वपूर्ण सुधार कर सकते हैं।





धन्यवाद!!!

