

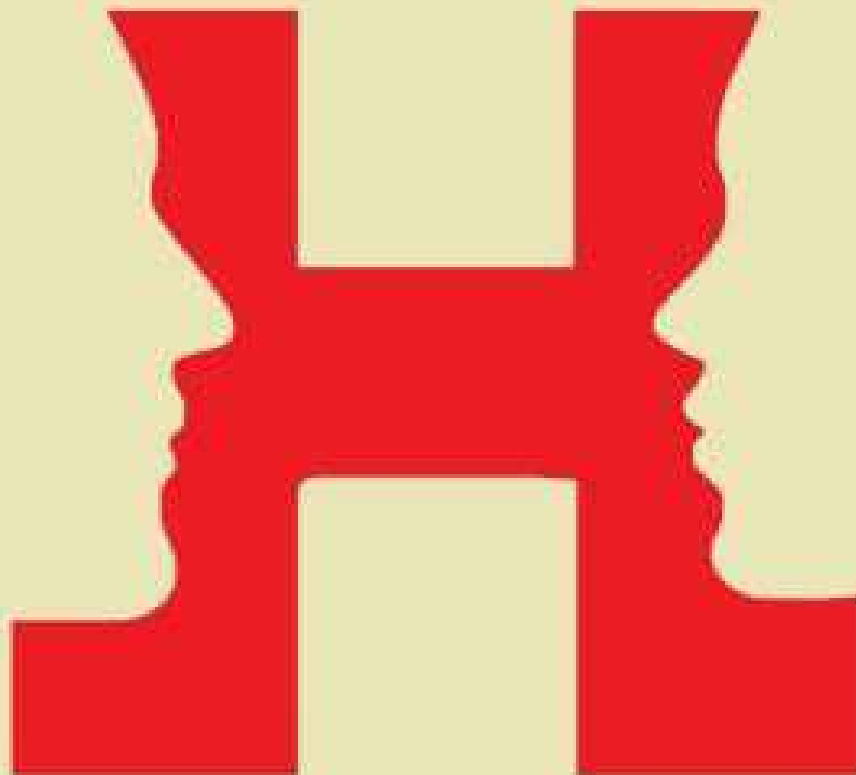
IMPACT FACTOR - 4.197 (IJIF)

ISSN: 2454-5503

CHRONICLE OF HUMANITIES AND CULTURAL STUDIES

A Peer Reviewed Bimonthly International Journal

VOL. 4 | ISSUE 3 | MARCH-APRIL 2018



Editor in Chief

Dr Kalyan Gangarde

CHRONICLE OF HUMANITIES AND CULTURAL STUDIES

A BIMONTHLY REFEREED INTERNATIONAL JOURNAL

BOOK 2

Chief Editor:

Dr Kalyan Gangarde,

Director, Centre for Humanities and Cultural Studies, Kalyan (W)

Co- editors

Dr. Sadhana Agrawal,

Asst. Professor, Maharani Laxmibai Govt. College of Excellence, Gwalior (M.P.) India

Dr Grishma Khobragade,

Asst. Prof., Birla College, Kalyan (W)

Dr. Pandurang Barkale,

Asst. Professor, Dept of English, SNDT Women's University, Churchgate, Mumbai

Dr. Bharat Gugane,

Asst. Professor, Bhosala Military College, Nashik, Maharashtra

Dr. Dashrath Kamble,

Asst. Professor, S.B.College, Shahapur, Dist. Thane, Maharashtra



Mahatma Gandhi Education and Welfare Society's

**CENTRE FOR HUMANITIES AND
CULTURAL STUDIES, KALYAN (W)**

www.mgsociety.in +91 8329000732 Email: chcskalyan@gmail.com

Contents

1. An Analytical Study Of English Language Teaching Stratagems And Its Testing And Evaluation Strategies
Dr. Jobi George **6**
2. A Review On The Importance Of Proverbs In English Literature
Dr. Vinita S Virgandham **11**
3. Alienation In Rohinton Mistry's 'Squatter'
Someshwar Wasekar & Dr. Anuradha D. Kherdekar **17**
4. Exploring The Multifaceted Tapestry Of Indian Culture: Gita Mehta's 'A River Sutra'
Dr. Raheel K. Quraishi **21**
5. Human Rights Of Subjugated Populations: Prospects And Challenges
Dr. Mangesh Kadu **24**
6. Stress And Its Management
Dr. Aditya Kishor Sarwe **31**
7. IPR Awareness Model For Engineering College Faculties
Rajasree O.P., Mangala A. Hirwade, Sunilkumar U.T. **34**
8. 'मेक इन इंडिया' आत्मनिर्भर भारतासाठी समर्थ अभियान
प्रा.डॉ. सुनिल शिंदे **45**
9. अल्पसंख्याक समुदायांवर पोलिसांच्या वांशिक व्यक्तिचित्रणाच्या प्रभावाचा आणि मानवी हक्कांवर त्याच्या परिणामाचा अध्ययन
प्रा. डॉ. मोतीराज रा.चव्हाण **51**
10. प्रयोगात्म विधिनाट्य: गोंधळ
डॉ. मधुकर वि. नंदनवार **58**
11. बँकिंग क्षेत्रातील माहिती तंत्रज्ञानाची उपयुक्तता
डॉ. अनिता वि. महावादीवार **63**
12. भारतीय कंपन्यांचे ई—कॉमर्स मध्ये वर्चस्व
प्रा. डॉ. राजेश सं. बहूरुपी **68**

12.

भारतीय कंपन्यांचे ई-कॉमर्स मध्ये वर्चस्व

प्रा. डॉ. राजेश सं. बहुरूपी

भिवापूर महाविद्यालय भिवापूर

प्रस्तावना :-

ई-कॉमर्स, म्हणजे इंटरनेटद्वारे वस्तु आणि सेवांची खरेदी आणि विक्री होय. इंटरनेटच्या वाढत्या व्यापामुळे आणि त्याचा लोकप्रियतेमुळे इंटरनेटवरील व्यापाराला मोठयाप्रमाणात चालना मिळालेली आहे. या मुळे इलेक्ट्रॉनिक निधी स्थानांतर, इंटरनेट-आधारित विपणन, ऑनलाइन ट्रान्झॅक्शन प्रक्रिया, वस्तुसूची व्यवस्थापन प्रणाली आणि स्वयंचलित डेटासंग्रहण या नव्या इंटरनेट-आधारित सुविधांचा इलेक्ट्रॉनिक वाणिज्याच्या प्रसारात महत्वाचा वाटा आहे.

एका व्यापारान्याने दुसऱ्या व्यापारान्याबरोबर केलेल्या इलेक्ट्रॉनिक वाणिज्याला बिझनेस-टू-बिसनेस इलेक्ट्रॉनिक वाणिज्य (बी-टू-बी इलेक्ट्रॉनिक वाणिज्य) म्हणतात. बी-टू-बी इलेक्ट्रॉनिक वाणिज्य कधी कधी सर्वांसाठी खुले असते, तर कधी विशिष्ट व्यापारान्यापर्यंत सीमित असते. एका व्यापारान्याने आपल्या ग्राहकाबरोबर केलेल्या बी-टू-बी इलेक्ट्रॉनिक वाणिज्य करतात. ऑनलाईन खरेदीच्या वेळेस ग्राहक विक्रेत्याच्या संगणकाशी इंटरनेटद्वारे थेट संपर्कात असतो. त्यात अन्य घटकांची मध्यस्थी नसते. खरेदी आणि विक्री या प्रक्रिया पूर्णपणे इंटरनेटवरच पार पडतात.

इलेक्ट्रॉनिक वाणिज्य केवळ खरेदी आणि विक्रीशी संबंधित नसून त्याचा वापर माहितीची देवाणघेवाण करण्यातही होतो. बऱ्याचदा आर्थिक माहितीची देवाण घेवाण इलेक्ट्रॉनिक वाणिज्याद्वारे होत असते.

ई-कॉमर्स वापराचा मोठा हिस्सा फक्त संकेतस्थळावर उपलब्ध असणाऱ्या अशा गोष्टींसाठी वापरला जातो. उदाहरणार्थ एखादा लेख किंवा एखादी महत्वाची माहिती जी फक्त ई-पेमेंट केल्यावरच पाहता येते. बऱ्याच वेळेला इलेक्ट्रॉनिक वाणिज्याबरोबर वस्तु किंवा माल हयांची वाहतुकीद्वारे पोचही जोडली गेलेली असते. ऑनलाईन किरकोळ विक्रेत्यांना इ-टेलर म्हणतात आणि किरकोळ विक्रीला इ-टेल म्हणतात. जवळपास सगळेच मोठे किरकोळ व्यापारी आजह इलेक्ट्रॉनिक वाणिज्याद्वारे आंतरजालाशी जोडले गेले आहेत..

ई-कॉमर्स चा व्यवसाय :-

आपल्या ई-कॉमर्सचा व्यवसाय प्रत्येक वर्षी ३० टक्क्यांनी वाढत चालेले आहे. भारतात मुंबई, बेंगलुरू आणि दिल्ली सारख्या शहरात ई-कॉमर्सच्या ४० टक्के ऑर्डर्स इतके प्रमाण आहे. तरीही ई-कॉर्सला अनेक अडचणींचा सामना करावा लागतो. या कंपन्यांसाठी पारंपारिक आव्हाने पेलणे कठीण होऊन जाते. या सर्व बाबी लक्षात घेऊनही काही कंपन्या जोमाने मोठ्या होत असून भविष्यात बक्कळ नफा कमावू शकतात. ई-कॉमर्स व्यवसाय सध्या महत्वपूर्ण परिस्थितीतून जात आहे. एमॉर्जन व फिलीपकार्ड या सारख्या कंपन्या मोठयाप्रमाणात येत आहे. कारण या कंपन्या आंतरराष्ट्रीय बाजारात झपाट्याने पुढे सरसावर आहेत.

देशातील आवश्यक सेवा-सुविधा ज्यात तुम्ही वितरण व्यवस्था करत आहात, त्या मूलभूत सेवा-सुविधा पुरेशा प्रमाणात उपलब्ध नाही. ई-कॉमर्स कंपन्यांसाठी हा चिंतेचा विषय ठरत आहे. एका कंपनीची मूलभूत सेवा-सुविधा असणे आवश्यक आहे. स्वतःच्या ग्राहकांना उत्पादन घरपोच देण्यासाठी फक्त मूलभूत सोयी-सुविधा असून उपयोग नाही. जर तुमच्याकडे सुरुवातीपासूनच ग्राहक नाहीत. ई-कॉमर्स कंपन्यांसमोर फक्त ग्राहक शोधणं किंवा त्यांना लक्ष्य करणं हे आव्हान नाही तर योग्य ग्राहक शोधणं ही अडचण आहे. आणि भारतात ई-कॉमर्स कंपन्या वेगळ्या नाहीत. जसजशी भारतात मध्यमवर्गीय लोकांची संख्या वाढते आहे. फेसबुक, युट्यूब सारखी नव्या जाहिरात माध्यमांचा वापर करून ग्राहकांना थेट लक्ष्य करत जाहिरात करत आहे. अशा प्रकारची जाहिरात क्लिक्स वाढविण्यासाठी आणि लोकांना ग्राहक बनविण्यासाठी खूपच महत्वपूर्ण आहे.

Quantified Commerce फक्त फेसबुक आणि युट्यूब सारखे नवीन प्रभावी जाहिरात माध्यमांचीच नव्हे तर सोशल मीडिया प्रभावीपणे भागीदारी करून Quantified Commerce संभाव्य ग्राहकांसोबत विश्वास संपादन करतात तसेच ग्राहकांना आकर्षित करण्यासाठी सोशल प्रुफिंगच्या नव्या पद्धतीचा फायदा घेत आहेत. हा कमाईचाच एक भाग आहे. ९२ टक्के युर्जस जाहिरातीच्या पारंपारिक पद्धतीवरच जास्त विश्वास ठेवतात. हे सर्व इ – कॉमर्स मुळे वाढलेले आहे. इ – कॉमर्स हे अतयत अवश्यक आहे.

ई – कॉमर्सचे प्रकार :-

- १) Business to Consumer (B2C) (व्यवसाय ते ग्राहक)
- २) Business to Business (B2B) (व्यवसाय ते व्यवसाय)
- ३) Consumer to Business (C2B) (ग्राहक ते व्यवसाय)
- ४) Consumer to consumer (C2C) (ग्राहक ते ग्राहक)

ई-कॉमर्सचे फायदे :-

- (१) वेळेची बचत होते.
- (२) श्रमाची बचत होते.
- (३) सोयी प्राप्त होतात.
- (४) वस्तु कमी किंमतीत मिळतात.
- (५) विदेशी चलनात वाढ होते.
- (६) देशाचा विकास होण्यास मदत
- (७) बँकेच्या व्यवहारासाठी अधिक फायदेशीर आहे
- (८) घरपोच सेवा
- (९) वस्तुची आणि किंमतीची योग्य तुलना करता येते.

ई – कॉमर्स तोटे :-

- (१) सदोष गुणवत्तेचे उत्पादन ग्राहकांना मिळते.
- (२) ग्राहक गरजेपेक्षा जास्त खरेदी करतात.
- (३) ग्राहकांची फसवणुक होण्याची दाट शक्यता असते.
- (४) वस्तुच्या प्रदानाला वेळ लागू शकतो.
- (५) सुरक्षेचा अभाव असतो.
- (६) माहिती दुसरी कडे गेल्यास त्याचा दूरउपयोग होण्याची दाट शक्यता असते.

ई-कॉमर्सची उपयोगीता :-

ई-कॉमर्सची उपलब्धता सगळ्या ठिकाणी सगळ्या वेळेत अगदी सहजपणे उपलब्ध असते. ग्राहक कोणत्याही वेळी अगदी घरी बसल्या ईंटरनेटच्या माध्यमातून वस्तुची खरेदी किंवा विक्री करू शकतो.

इलेक्ट्रॉनिक बाजारपेठ :-

१९९६ ते ९७ पासून ई-कॉमर्स भारतात आलं. त्यावेळी काही जॉब फाइंडर, कलसिफाइड्स आणि मॅट्रीमुनियल साईट्सचा उगम झाला होता. परंतु या वेबसाइट्सची माहिती अगदीच थोड्या लोकांना होती. तसंच त्या वेळेस इंटरनेटचं वसपर ही फार कमी होता. त्यामुळे लवकरच या वेबसाइट बंद केल्या गेल्या. व त्यानंतर २००० व २००१ या साली इ.कॉमर्स संबंधित कंपन्यांमधील गुंतवणूक कमालीची वाढली. या घटनेला ऐतिहासिक 'डॉटकॉम बर्स्ट' असं संबोधलं जातं. या डॉटकॉम बर्स्टमुळे टूरिझम क्षेत्राने ई-कॉमर्सचा वार सुरू केला. 'ओ.टि.ए.' म्हणजे ऑनलाईन टूवल एजंट या सेवेद्वारे ऑनलाईन फ्लाइट बुकिंग, हॉटेल बुकिंग होऊ लागलं, असं करता करता हे क्षेत्र वाढतच गेलं. २००९ साली देशातील या क्षेत्राचा महसूल १६ हजार ६०० करोड रूपये होता आणि २०१५ साली १ लाख करोड रूपयांचा टप्पा पार करेल इतकी प्रचंड या क्षेत्राची व्याप्ती वाढली आहे. भारतातील ई-कॉमर्समधील ७५ टक्के जागा टूरिझम आणि रिटेल कंपन्यांनी व्यापलेली आहे भारतातील आजच्या काही आघाडीच्या 'टॉप ५' पर्सनल ई-कॉमर्स कंपन्या...

१) जबाँग.कॉम (Jabong.com)

जबाँग ही भारतातील दुसऱ्या क्रमांकावर असणारी शॉपिंग साइट आहे. या कंपनीचं वैशिष्ट्य म्हणजे सर्वात चांगली कस्टमर सर्विस. चांगली आणि वैयक्तिक ऑनलाईन मदत देण्याची सुविधा जबाँगने आणली. 'जबाँग.कॉम वर स्त्री-पुरुष आणि मुलं यांच्यासाठी वेगवेगळ्या प्रकारची चांगल्या क्वालिटीची प्रॉडक्ट्स तर आहेतच, परंतु महत्वाचं म्हणजे त्यांची वेबसाइट खूप कस्टमर फ्रेंडली आहे. वापरण्यास आणि ब्राउझ करण्यास इझी असलेला इंटरफेस यामुळे त्यांना कस्टमर सॅटिसफॅक्शन मध्ये अव्वल मानलं जातं. तसंच आपण डीलिवर करणाऱ्या प्रॉडक्टची क्वालिटी अगदी प्रीमी यम असेल, याची काळजी ते घेतात.

२) फ्लिपकार्ट.कॉम (Flipkart.com)

फ्लिपकार्ट.कॉम ही भारतातील सर्वाधिक लोकप्रिय ई-शॉपिंग साइट आहे. या वेबसाइटवर सर्वाधिक प्रॉडक्ट्स विकली जातात. याचं कारण आहे, मोठी प्रॉडक्ट रेंज आणि अनुभव. सर्वात जुनी ई-शॉपिंग वेबसाइट असल्याने सर्वाधिक कस्टमर फ्लिपकार्ट कडे आहेत. वेगवान डिलिवरी सीस्टीम, ५०० हून अधिक खरेदी असेल तर फ्री डिलिवरी, कॅश-ऑन-डिलिवरी ही महत्वपूर्ण सेवा, ३० दिवसांच्या आत रिफ्लेसमेंट या सर्व गोष्टींमुळे सर्वात मोठा ग्राहकवर्ग फ्लिपकार्टला प्राधान्य देतो. फ्लिपकार्टची लोकप्रियता लक्षाता लक्षात घेऊन 'मोटोरोला' या कंपनीने फक्त याच वेबसाइटमार्फत भारतात एक्सक्लुसिव्ह कमबॅक केलं. त्यानंतर 'झियोमी' या कंपनीने त्यांचा एम-आय ३ हा फोन याच वेबसाइट मार्फत भारतभर विकाला. यामुळे ही वेबसाइट खूपच लोकप्रिय झाली.

३) स्नॅपडिल.कॉम (Snapdeal.com)

२०१० मध्ये रोहित बन्साल व कुणाल बहल यांच्या नेतृत्वाखाली स्नॅपडिल ही वेबसाइट सुरू झाली आणि चांगल्या प्रॉडक्ट कलेक्शनमुळे आज ती टॉप-५मध्ये समाविष्ट झाली आहे. फॅशन, इलेक्ट्रॉनिक्स, गेमिंग, इटेबल्स, चॉकलेट्स, ग्रूमिंग आणि पुस्तकं अशा मोठ्या कॅटेगरी लिस्टमध्ये ३००० ब्रँड्सची २ लाख ५० हजार प्रॉडक्ट्स इथे आहेत.

'स्नॅपडिल.कॉम'चे देशातील अव्वल कुरियर कंपन्यांसोबत टाय-अप आहे, ज्यामुळे फास्ट डिलिवरी करणं त्यांना शक्य होतं. तसंच कास्टमरला जर प्रॉडक्ट नाही आवडलं, तर त्यांची 'फ्री रिटर्न' ही सुविधा चांगली आहे.

४) मित्रा.कॉम (mynta.com)

अझिम प्रेमजी यांची 'मित्रा.कॉम' तुमच्या फॅशन रीलेटेड सर्व गरजा पूर्ण करण्यासाठी ऑल-इन-वन वेबसाइट आहे. तुम्हाला सर्व प्रकारच्या ओकेजनसाठी अथे कपडे आणि अॅक्सेसरीज मिळतील. कपड्यांचा एक साइझ चार्ट पाहून कपडे ऑर्डर केल्यावर ते घरी येतील. घरीच त्यांची ट्रायल घेऊन नको असलेले कपडे परत करण्याची आणि साइझमध्ये बदल करण्याची मोफत सुविधा 'मित्रा.कॉ' देऊ करतं. 'मित्रा.कॉम' वर ५०० हून अधिक भारतीय आणि आंतरराष्ट्रीय ब्रँड्सची प्रॉडक्ट उपलब्ध आहेत. प्युमा, आदिदास, नायके असे स्पोर्ट्स, ब्रँड्स, तसेच यु.एस.पी., यु.सी.बी., लिवाईस, रॅगलर असे अनेक कॅलुअल्सचे ब्रँड्ससुद्धा आहेत. साहजिकच तरूणाई इर्थ आकर्षित होते. त्यामुळे या वेबसाइटचे ७० टक्के कस्टमर १८-३० वयोगटातील आहेत.

५) अॅमेझॉन.कॉम. (Amazon.in)

१९९५ ला अमेरिकेत सुरू झालेली ही कंपनी आज संपूर्ण जगात पसरलेली आहे. तसंच :जगातील सर्वात मोठं सिलेक्शन असणारी मानाची ई-कॉमर्स कंपनी' हा किताब अॅमेझॉनकडे आहे. ही कंपनी ई-शॉपिंग सोबत ई-बुक, किंडल फायर टॅबलेट आणि फायर फोन यांचं उत्पादन करते. १०० टक्के परचेस प्रोटेक्शन. हे फीचर तुम्हाला सेफ अँड सिक्युर ऑर्डर प्लेसिंग, सोपे पेमेंटचे पर्याय, कॅश ऑन डिलिवरी, इझली रिटर्न असे पर्याय देते. काही चांगल्या प्रॉडक्ट्सवर सुट देखील इतरांच्या तुलनेत अॅमेझॉन चांगली देते. भारतात ५ व्या क्रमांकावर असणारी अॅमेझॉन कंपनी अनेक देशात वर्षानुवर्षे क्रमांक १ टिकवून आहे.

ई-कॉमर्सचे ग्राहक

बाजारात जाऊन शॉपिंग करायचे दिवस सध्या इतिहासजमा होत आहेत. हातात मोबाईल व इंटरनेट असल्याने सध्या ई-कॉमर्स हाताच्या बोटावर आले आहे. फक्त एका क्लिकवर वस्तू आपल्या घरात हजर होते. हे ई-कॉमर्सचे वेड संपूर्ण भारतात लागले आहे. छोट्या

छोट्या शहरातूनही 'ई-कॉमर्स' द्वारे खरेदी वाढत आहेत. या ई-कॉमर्सबाबत नियमन यंत्रणा अस्तित्वात नाही. त्यामुळे ग्राहकांची फसवणूक होऊ शकते. त्यासाठी ग्राहकांनी दक्ष राहणे गरजेचे आहे.

जगभरामध्ये ई-कॉमर्सचा प्रसार अधिकाधिक वेगाने होतो आहे. दर सहा महिन्याला तंत्रज्ञान बदलत आहे. विशेषतः मोबाईल, संगणक क्षेत्रात दर महिन्याला नवनवीन बदल घडत आहेत. तरूण पिढीही स्वतःला तातडीने अपडेट करत नवीन गॅजेट्स खरेदी करत आहेत.

आताच्या टेक्नोसॅव्ही पिढीला बाजारात जाण्याचा कंटाळा येत आहे. तसेच ई-कॉमर्सवरील उत्पादने बाजारातील उत्पादनापेक्षा कमी किमतीत उपलब्ध आहेत. त्यामुळे आपल्या देशात ई-कॉमर्स वाढण्यासाठी अत्यंत अनुकूल अशी परिस्थिती आहे.

सरकारी यंत्रणा, नगरपालिका, जमिनीचे कागदपत्रांचा रेकॉर्ड, स्टॅप फी भरणे, इ. अनेकानेक कामांमध्ये संगणकीय प्रणालींचा विशिष्ट प्रमाणात वापर सुरू ओ. तसेच तो भविष्यात वाढतच जाणार आहे.

आपल्या देशातील प्रचंड मोठ्या रेल्वे आस्थापनाच्या बुकिंग/रिझर्वेशन इ. चे काही दशकापूर्वी सुरू झालेले ई-बुकिंग, आता सर्वसामान्यांच्या अंगवळणी पडले आहे.

स्वतःचे एस.टी. पासून विमानपर्यंतचे सर्व प्रवासाचे तिकीट संगणक किंवा मोबाईलवरून काढणाऱ्यांची संख्या दिवसेंदिवस वाढत आहे.

निष्कर्ष :-

एकविसावें शतक हे इलेक्ट्रॉनिक युग आहे. सकाळी सहावाजता चहासोबत उपलब्ध होणारे वर्तमानपत्र आता पाच सहा तास अगोदर रात्रीच ई-पेपर म्हणून उपलब्ध होऊ लागले आहे. शिवाय इंटरनेटवर त्या वर्तमानपत्राच्या संकेतस्थळावर जिल्हानिहाय, प्रदेशनिहाय असलेल्या त्यांच्या विविध आवृत्त्याही उपलब्ध आहेत. अकोल्यासारख्या विकसनशील शहरामध्ये नजीकच्या काळात मध्यमवर्गीयांच्या घरापर्यंत पोहचणारी ब्रॉडबॅन्ड सेवा आपल्याला इंटरनेटच्या महाजालाशी जोडणारा आहे. इलेक्ट्रॉनिक मिडियाच्या तुलनेत प्रिंट मिडियाचे महत्त्व कमी होणारे नसले तरी या बदलाच्या स्वागताकरिता आपल्याला तयार रहावे लागणार आहे.

शिक्षण, ग्रंथालय, प्रशासन, आरोग्य, विमा, बँकिंग, परिवहन, सिनेमा ही सगळी सेवा क्षेत्रे आता ई-आद्याक्षरापासून सुरू होऊ लागली आहेत. संगणकीय साक्षरतेपाठोपाठ येणारी ई-साक्षरता वर्तमान युगात आपली महत्ता गाजवू लागली आहे. शिक्षणाकडे फार मोठे सेवा-व्यवसाय क्षेत्र म्हणून अख्या जगाचे डोळे लागले आहेत. खाजगी विद्यापीठे आणि परदेशी गुंतवणुकीने स्थापन होऊ लागलेली परदेशी विद्यापीठे e-education मधून फारमोठी उलाढाल करणार आहेत. आपल्याकडे शिक्षण क्षेत्रात प्रवेश, निकाल, मार्कशीट्स हे ऑनलाईन सुरू झाले आहेत. यशवंतराव चव्हाण महाराष्ट्र मुक्त विद्यापीठाचे आभासी वर्ग – virtue classes हा या प्रवासातला महत्वाचा टप्पा आहे. प्रज्ञा प्रबंधन – talent management ही नवी ज्ञान शाखा आपल्या उंबरठ्यावर उभी आहे. ई-लायब्ररी, ई-बुक्स, ई-जरनल्स हे तर ज्ञानदानाच्या क्षेत्रात दृकश्राव्य वरदानच म्हणावे लागेल.

संदर्भग्रंथ :-

१. लोकसत्ता 29 Aug. 2019 (ई-कॉमर्सला सुगीचे दिवस)
२. e-shopping.indiatimes.com
३. <https://bloomidea.com>types-e-ecommerce>
४. E-commerce in India - present and future
५. The rise and rise of e-commerce in India (November 10, 2015 (<http://www.ibef.org>) "Growth of opportunities of E-commerce in India" (Biswas – 2015)

