U7T5J7

അധ്യായം 5

ബിസിനസിലെ നൂതന പ്രവണതകൾ [Emerging Modes of Business]

പഠന നേട്ടങ്ങൾ

ഈ അധ്യായം പഠിച്ച് കഴിയുമ്പോൾ പഠിതാവ് :

- ഇ-ബിസിനസിന്റെ അർത്ഥം പ്രസ്താവിക്കുന്നു.
- ഇ-ബിസിനസിന്റെ ഭാഗമായിട്ടുള്ള ഓൺലൈൻ വാങ്ങൽ-വിൽപനയുടെ നടപടി ക്രമങ്ങൾ വിശദീകരിക്കുന്നു.
- ഇ-ബിസിനസും പരമ്പരാഗത ബിസിനസ്സും തമ്മിൽ വേർതിരിക്കുന്നു.
- ഇലക്ട്രോണിക് രൂപത്തിലേക്ക് ബിസിനസ് ഇടപാടുകൾ മാറുന്നതുകൊണ്ടുള്ള നേട്ടങ്ങൾ പ്രസ്താവിക്കുന്നു.
- ഒരു സ്ഥാപനം ഇ-ബിസിനസിലേക്ക് ചുവടുവയ്ക്കേണ്ടതിന്റെ ആവശ്യകത വിശദീകരിക്കുന്നു.
- ഇലക്ട്രോണിക് രൂപത്തിലുള്ള ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളിലെ സുരക്ഷാ പ്രശ്നങ്ങൾ തിരിച്ചറിയുന്നു.
- ബിസിനസ് പുറംകരാർ പ്രക്രിയയുടെ ആവശ്യകത ചർച്ച ചെയ്യുന്നു.
- ബിസിനസ് പുറംകരാർ പ്രക്രിയയുടെ വ്യാപ്തി വിലയിരുത്തുന്നു.

"നമുക്ക് ഒരു ഷോപ്പിംഗ് നടത്താം" റീത്ത തന്റെ നാട്ടിലെ ഗ്രാമത്തിൽ നിന്ന് ഒഴിവുകാലം ചിലവഴിക്കാൻ ഡൽഹിയിൽ വന്ന സുഹൃത്ത് രേഖയെ വിളിച്ചുണർത്തി പറഞ്ഞു. "ഈ പാതിരാത്രി കഴിഞ്ഞ സമയത്തോ?" കണ്ണ് തിരുമ്മിക്കൊണ്ട് രേഖ ചോദിച്ചു. "ഈ നേരത്ത് ആരാ നിനക്ക് വേണ്ടി കടയും തുറന്നു വച്ചിരിക്കുന്നത്?" "ഓ! ഞാനത് പറയാൻ വിട്ടുപോയി. നമ്മൾ എവിടെയും പോകുന്നില്ല!. ഞാൻ പറഞ്ഞത് ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗിച്ച് ഓൺലൈൻ ഷോപ്പിംഗ് നടത്തുന്ന കാര്യമാണ്." റീത്ത പറഞ്ഞു. "ഓ! അതുശരി, ഓൺലൈൻ ഷോപ്പിങ്ങിനെ കുറിച്ച് ഞാനും കേട്ടിട്ടുണ്ട്, പക്ഷെ ഇതുവരെ ഒന്നും വാങ്ങിയിട്ടില്ല." രേഖ പറഞ്ഞു. "ഇന്റർനെറ്റ് വഴി എന്താണ് അവർ വിൽക്കുന്നത്, എങ്ങനെ അവർ സാധനം വാങ്ങിയവർക്ക് കൈമാറ്റം ചെയ്യും. എങ്ങിനെ പണം നൽകും.... എന്തുകൊണ്ടാണ് ഗ്രാമപ്രദേശങ്ങളിൽ ഈ രീതി ഇപ്പോഴും അത്ര പ്രചാരത്തിലെത്താത്തത്?" രേഖ ഈ ചോദ്യങ്ങൾ ഉന്നയിക്കുമ്പോൾ തന്നെ റീത്ത ഇന്ത്യയിലെ ഏറ്റവും വലിയ ഷോപ്പിംഗ് മാളിലേക്ക് തന്റെ കമ്പ്യൂട്ടറിലൂടെ പ്രവേശിച്ച് കഴിഞ്ഞിരുന്നു.

5.1 ആമുഖം (INTRODUCTION)

കഴിഞ്ഞ ഒന്നോ രണ്ടോ ദശാബ്ദക്കാലത്തിനിടയിൽ സാങ്കേതിക രംഗത്തുണ്ടായ വളർച്ച ജീവിതത്തിന്റെ സമസ്ത മേഖലകളെയും സ്വാധീനിക്കുകയും അഭൂതപൂർവ്വമായ മാറ്റങ്ങൾക്ക് വഴിവയ്ക്കുകയും ചെയ്തു എന്ന് എല്ലാവർക്കും അറിയാം. സ്വാഭാവികമായും ബിസിനസ് രംഗത്തും ഏറെ പ്രകടമായിത്തന്നെ ഈ സ്വാധീനം കാണാൻ കഴിയും. ഇക്കാലത്തിനിടയ്ക്ക് ബിസിനസ് നടത്തുന്ന രീതികളിൽ ദൃശ്യമായ മാറ്റങ്ങൾ പരിശോധിച്ചാൽ വിവരസാങ്കേതിക വിദ്യയിലും ആശയവിനിമയ രംഗത്തും ഉണ്ടായ എല്ലാ മുന്നേറ്റങ്ങളും ബിസിനസ് രംഗങ്ങളിലും നമുക്ക് ദർശിക്കാൻ കഴിയും. മാത്രമല്ല, ഈ പ്രവണത തുടർന്നുകൊണ്ടിരിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. നൂതന ബിസിനസ് രീതികളെ രൂപപ്പെടുത്തുന്ന പ്രധാന ഘടകങ്ങൾ പരിശോധിച്ചാൽ മൂന്ന് സവിശേഷതകൾ നമുക്ക് കാണാൻ കഴിയും: (1) ഡിജിറ്റലൈസേഷൻ (Digitalisation), അതായത് എഴുത്തുകൾ, ശബ്ദം, ചിത്രങ്ങൾ, വീഡിയോകൾ തുടങ്ങിയവയെ ഒന്നിന്റെയും പൂജ്യത്തിന്റെയും ശൃംഖലകളാക്കി ഇലക്ട്രോണിക് രൂപത്തിൽ കൈമാറ്റം ചെയ്യാവുന്ന തരത്തിലേക്ക് മാറ്റുക (2) പുറംകരാർ ഏൽപ്പിക്കൽ (Outsourcing), (3) അന്തർദ്ദേശീയവൽക്കരണവും, ആഗോളവൽക്കരണവും (Internationalisation and Globalisation). അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിനെക്കുറിച്ച് 11-ാം അധ്യായത്തിൽ നാം ചർച്ച ചെയ്യുന്നുണ്ട്. മറ്റ് രണ്ട് നൂതന പ്രവണതകളെക്കുറിച്ച്, അതായത്, ഇലക്ട്രോണിക് ബിസിനസ് അഥവാ ഇ-ബിസിനസ് എന്ന് പറയുന്ന ബിസിനസ്സിന്റെ ഡിജിറ്റലൈസേഷൻ, ബിസിനസ് പ്രക്രിയകളുടെ പുറം കരാർ നൽകൽ എന്നിവയെപ്പറ്റി ഈ അദ്ധ്യായത്തിൽ ചർച്ച ചെയ്യാം.

ബിസിനസിലെ പുതിയ രീതികൾ യഥാർത്ഥത്തിൽ പുതിയ ബിസിനസല്ല, മറിച്ച് പരിതസ്ഥിതിക്കനുസരിച്ച് ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തുന്ന രീതികളിലുണ്ടാകുന്ന വ്യത്യാസങ്ങളാണ്. വ്യാവസായികവും ഗാർഹികവുമായ ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിനായി സാധനങ്ങൾക്കും സേവനങ്ങൾക്കും ഉപയുക്തതയും മൂല്യവും സൃഷ്ടിക്കുന്ന പ്രവർത്തനമാണ് ബിസിനസ് എന്ന് നിങ്ങൾക്കറിയാമല്ലോ. പ്രക്രിയകൾ, അത് വാങ്ങലോ ഉൽപ്പാദനമോ വിപണനമോ ധനകാര്യമോ മനുഷ്യവിഭവശേഷി കൈകാര്യം ചെയ്യലോ എന്തുമാകട്ടെ, ബിസിനസുകാരും ബിസിനസിനെപ്പറ്റി ചിന്തി

ക്കുന്നവരും ബിസിനസ് പ്രക്രിയകൾ കൂടുതൽ മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിനായി നിരന്തരം ശ്രമിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ഉയർന്ന ഗുണനിലവാരം, കുറഞ്ഞ വില, വേഗതയാർന്ന വിതരണം തുടങ്ങി എപ്പോഴും വർദ്ധിച്ച് വരുന്ന ഉപഭോക്താക്കളുടെ സമ്മർദ്ദം അഭിമുഖീകരിക്കുന്നതിന് വേണ്ടി ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ ഉപയുക്തത സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനും മൂല്യം പ്രദാനം ചെയ്യുന്നതിനുമുള്ള അവരുടെ കഴിവ് പരമാവധി ശക്തിപ്പെടുത്തേണ്ടതുണ്ട്.

5.2 ഇ-ബിസിനസ് (E-BUSINESS)

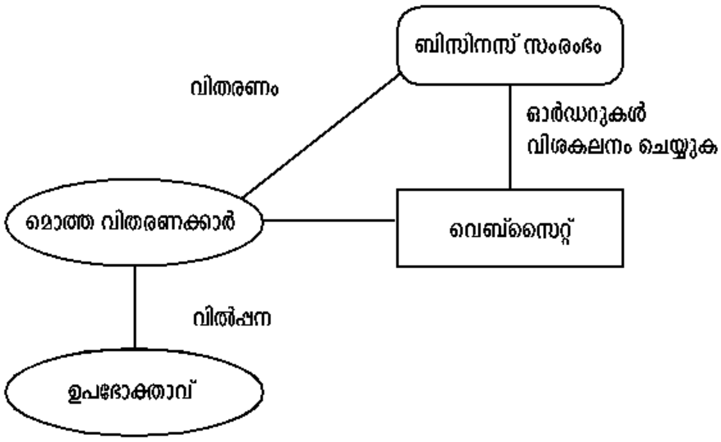
വ്യവസായം, വ്യാപാരം, വാണിജ്യം തുടങ്ങി വിവിധ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഉൾക്കൊള്ളുന്ന പദമാണ് ബിസിനസ്. അതുപോലെ തന്നെ ഇലക്ട്രോണിക് മാധ്യമങ്ങളുപയോഗിച്ച്, പ്രത്യേകിച്ച് കമ്പ്യൂട്ടർ ശൃംഖല ഉപയോഗിച്ച് വ്യവസായം, വ്യാപാരം, വാണിജ്യം, തുടങ്ങിയ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തുന്നതാണ് ഇ-ബിസിനസ് എന്ന് നിർവ്വചിക്കാം. ഇന്റർനെറ്റ് ആണ് നമുക്കെല്ലാവർക്കും സുപരിചിതമായ കമ്പ്യൂട്ടർ ശൃംഖല. എന്നാൽ ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ കൂടുതൽ കാര്യക്ഷമവും ഫലപ്രദവും ആകുന്നതിന് വേണ്ടി പലപ്പോഴും ഉപയോഗിക്കുന്നത് അവരുടേതായ കൂടുതൽ സുരക്ഷിതത്വമുള്ള കമ്പ്യൂട്ടർ ശൃംഖലകളായിരിക്കും.

ഇ-ബിസിനസും, ഇ-കൊമേഴ്സും [e-Business versus e-commerce] :

ഇ-ബിസിനസും ഇ-കൊമേഴ്സും പലപ്പോഴും പരസ്പരം മാറി ഉപയോഗിക്കുന്ന പദങ്ങളാണ്. എങ്കിലും അവയുടെ യഥാർത്ഥ നിർവചനങ്ങൾ പരിശോധിച്ചാൽ കൊമേഴ്സ് എന്ന പദത്തെക്കാൾ ഏറെ വ്യാപ്തിയുള്ള പദമാണ് ബിസിനസ് എന്നതുപോലെ ഇ-ബിസിനസ് എന്ന പദം ഇ-കൊമേഴ്സിനെക്കാൾ വ്യാപ്തിയുള്ളതാണ്. ഇലക്ട്രോണിക് മാധ്യമങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ച് നടത്തുന്ന ക്രയവിക്രയങ്ങൾ, ഒരു സ്ഥാപനം അവരുടെ ഉപഭോക്താക്കളുമായും വിതരണക്കാരുമായും ഇൻറർനെറ്റ് മുഖേന നടത്തുന്ന ഇടപാടുകളായ ഇ-കൊമേഴ്സ് ഉൾപ്പടെ, ഉൾക്കൊള്ളുന്ന വിശാലമായ പദമാണ് ഇ-ബിസിനസ്. ഇ-കൊമേഴ്സ് മാത്രമല്ല, ഇലക്ട്രോണിക് മാധ്യമങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ചുള്ള ഉൽപ്പാദനം, ചരക്കുകൾ കൈകാര്യം ചെയ്യൽ, ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വികസിപ്പിക്കൽ, കണക്ക് സൂക്ഷിക്കൽ, മനുഷ്യ വിഭവങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യൽ ഉൾപ്പടെയുള്ള എല്ലാ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളും ഇ-ബിസിനസ് എന്നതിൽ ഉൾക്കൊള്ളുന്നു. അതുകൊണ്ടുതന്നെ ഇ-ബിസിനസ് എന്നത് ഇ-കൊമേഴ്സ് എന്ന ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗിച്ചുള്ള വാങ്ങൽ-വിൽപ്പനയേക്കാൾ വിശാലമായ അർത്ഥമുള്ള പദമാണെന്ന് പറയാം.

5.2.1. ഇ-ബിസിനസിന്റെ വ്യാപ്തി [Scope of e-Business]

മുകളിലെ ചർച്ചയിൽ സൂചിപ്പിച്ചതുപോലെ ഇ-ബിസിനസ്സിന്റെ വ്യാപ്തി വളരെ വിശാലമാണ്. ഉൽപ്പാദനം, വിപണനം, ധനകാര്യം, മനുഷ്യ വിഭവങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യൽ തുടങ്ങി എല്ലാ തരത്തിലുള്ള ബിസിനസ് ധർമ്മങ്ങളും മാനേജ്മെന്റിന്റെ ധർമ്മങ്ങളായ ആസൂത്രണം, സംഘാടനം, ഉദ്യോഗവൽക്കരണം, നിർദ്ദേശങ്ങൾ നൽകൽ, നിയന്ത്രണം തുടങ്ങിയ പ്രവർത്തനങ്ങളുമെല്ലാം ഇന്റർനെറ്റ് മുഖേന നിർവഹിക്കാം. മറ്റൊരുതരത്തിൽ, ഇടപെടുന്ന ആളുകളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഇ-ബിസിനസിന്റെ വ്യാപ്തി നോക്കുകയാണെങ്കിൽ ഇന്റർനെറ്റ് അടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള ബിസിനസിനെ മൂന്ന് ദിശകളിലൂടെ നമുക്ക് നോക്കിക്കാണാം. ഒന്നാമതായി ബി 2ബി



ചിത്രം 5.1. ബി 2 ബി ഇ–കൊമേഴ്സ്

(B2B), അതായത് ഒരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനം മറ്റ് ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങളുമായി നടത്തുന്ന ഇടപാടുകൾ. രണ്ടാമത് ബി 2സി (B2C), അതായത് ഒരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനം തങ്ങളുടെ ഉപഭോക്താക്കളുമായി നടത്തുന്ന ഇടപാടുകൾ, മൂന്നാമത്തേത് ഇൻട്രാ ബി. (Intra B) അതായത് സ്ഥാപനത്തിനകത്ത് നടക്കുന്ന ഇടപാടുകൾ.

ഇ–ബിസിനസുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് ബിസിനസ്സിനകത്തും ബിസിനസുകൾ തമ്മിലുമുള്ള വിവിധ ഇടപാടുകളെക്കുറിച്ച് താഴെ ചർച്ച ചെയ്യുന്നു.

1. ബി 2ബി കൊമേഴ്സ് [B2B Commerce]: ഇത്തരം ക്രയവിക്രയങ്ങളിൽ ഇടപെടുന്ന രണ്ട് ഇടപാടുകാരും ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ ആയിരിക്കും. അതുകൊണ്ടാണ് ഇതിനെ ബി 2ബി കൊമേഴ്സ് എന്ന് പറയുന്നത്. ഒരു വസ്തുവിന് ഉപയുക്തത സൃഷ്ടിക്കുന്നതിന് ഒരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനത്തിന് മറ്റ് പല സ്ഥാപനങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെടേണ്ടിവരും. വിതരണക്കാർ, വിൽപ്പനക്കാർ, സ്ഥാപനം അതിന്റെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വിതരണം ചെയ്യാൻ ആശ്രയിക്കുന്ന വിതരണ ശൃംഖലയിലുൾപ്പെടുന്ന സ്ഥാപനങ്ങൾ തുടങ്ങിയവരെല്ലാം ഇതിലുൾപ്പെടുന്നു. ഉദാഹരണമായി, ഒരു വാഹന നിർമ്മാണ കമ്പനിക്ക് നിരവധി ചെറു ഘടകങ്ങൾ ആവശ്യമുണ്ടെന്ന് കരുതുക. അവ ഒരു പക്ഷെ കമ്പനിയുടെ സമീപ സ്ഥലങ്ങളിൽ തന്നെ നിർമ്മിക്കുന്നുണ്ടാകാം, അല്ലെങ്കിൽ വളരെ അകലെ ആയിരിക്കാം നിർമ്മിക്കുന്നത്. ഇവയ്ക്കായി ഒരു വിതരണക്കാരനെ മാത്രം ആശ്രയിക്കുന്നതിന് പകരം ഓരോ ഘടകങ്ങൾക്കും ഒന്നിലധികം വിതരണക്കാരെ ഏർപ്പെടുത്താം. ഇവരെല്ലാവരെയും ഒരു കമ്പ്യൂട്ടർ ശൃംഖല മുഖേന ബന്ധിപ്പിച്ചുകൊണ്ട് സാധനങ്ങൾക്കുള്ള ഓർഡറുകൾ നൽകുക, ഉൽപ്പാദനം നിരീക്ഷിക്കുക, ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ എത്തിച്ച് കൊടുക്കുക, പണം നൽകുക തുടങ്ങിയ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഈ ശൃംഖല മുഖേന നടത്താം. അതുപോലെതന്നെ തങ്ങളുടെ വിതരണ ശൃംഖല മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിനും ശക്തിപ്പെടുത്തുന്നതിനുമായി ചരക്ക് നീക്കങ്ങളുടെ തൽസമയ നിയന്ത്രണം, വിവിധ തലങ്ങളിലും സ്ഥലങ്ങളിലുമുള്ള ഇടനിലക്കാരെ നിരീക്ഷിക്കുന്നതുൾപ്പടെയുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾ, എല്ലാം ബി 2ബി ഇടപാടുകളായി കണക്കാക്കാം. ഉദാ

ഹരണമായി, വിതരണക്കാരുടെ കൈവശമുള്ള നീക്കിയിരുപ്പും സംഭരണശാലയിൽ നിന്നുള്ള ചരക്ക് നീക്കങ്ങളും നിരീക്ഷിച്ച് ആവശ്യമായ പുനഃസറാപനവും നിയന്ത്രണവും സാധ്യമാക്കാൻ കമ്പ്യൂട്ടർ ശൃംഖല ഉപയോഗിക്കാം. അതുപോലെ ഏതെങ്കിലും ഉപഭോക്താവിന്റെ പ്രത്യേക ആവശ്യങ്ങൾ വിതരണക്കാരിലൂടെ ഉൽപ്പാദകർക്കും അവിടെ നിന്ന് ഉപഭോക്താക്കളുടെ ആവശ്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്നതിന് ഫാക്ടറിയിലേക്കും ഉൽപ്പാദന പ്രക്രിയയിലേക്കും എത്തിക്കുന്നതിനും കമ്പ്യൂട്ടർ ശൃംഖല ഉപയോഗിക്കാം. ചരിത്രപരമായി ഇ-കൊമേഴ്സ് എന്ന പദം ബിസിനസ് സറാപനങ്ങൾ തമ്മിൽ സാധനങ്ങൾ വാങ്ങാനുള്ള ഓർഡറുകളും ഇൻവോയ്സുകളും ഉൾപ്പെടെയുള്ള രേഖകളുടെ ഇലക്ട്രോണിക് ഡാറ്റ കൈമാറ്റവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ഇടപാടുകളായിരുന്നു.

(ii) ബി 2സി കൊമേഴ്സ് [B2C Commerce]: ബിസിനസിൽ നിന്ന് ഉപഭോക്താവിലേക്ക് എന്ന പേര് സൂചിപ്പിക്കുന്നതുപോലെ തന്നെ ഒരു ഭാഗത്ത് ബിസിനസ് സ്ഥാപനവും മറുവശത്ത് ഉപഭോക്താവും ഉൾപ്പെടുന്ന ഇലക്ട്രോണിക് ഇടപാടുകളാണ് ബി 2സി ഇടപാടുകൾ. ഇതിൽ നിന്നും ഒരാളുടെ മനസ്സിൽ ആദ്യം ഉണ്ടാകുന്ന ആശയം 'ഓൺലൈൻ ഷോപ്പിംഗ്' ആയിരിക്കുമെങ്കിലും ഓർത്തിരിക്കേണ്ട വസ്തുത വിപണന പ്രക്രിയയുടെ ഒരു ഘടകം മാത്രമാണ് വിൽപ്പന എന്നതാണ്. ഒരു ഉൽപ്പന്നം വിൽപ്പനയ്ക്ക് വയ്ക്കുന്നതിന് എത്രയോ മുൻപ് തന്നെ ആരംഭിക്കുകയും വിൽപ്പനയ്ക്ക് ശേഷവും തുടരുന്നതുമായ പ്രക്രിയയാണ് വിപണനം. അതുകൊണ്ടുതന്നെ, ഉപഭോക്താക്കളുടെ ആവശ്യങ്ങൾ കണ്ടെത്തൽ, വിൽപ്പന പ്രോത്സാഹന പ്രവർത്തനങ്ങൾ, സംഗീതം, സിനിമ തുടങ്ങിയവയുടെ വിതരണം ഉൾപ്പെടെ ഓൺലൈൻ ആയി നടത്തപ്പെടുന്ന വളരെ വിശാലമായ എല്ലാ വിപണന പ്രവർത്തനങ്ങളും ബി 2 സി കൊമേഴ്സിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. ഇത്തരം പ്രവർത്തനങ്ങളെല്ലാം ചുരുങ്ങിയ ചെലവിലും ചുരുങ്ങിയ സമയം കൊണ്ടും നടത്തുവാൻ ഇ-കൊമേഴ്സ് സഹായിക്കുന്നു. ഉദാഹരണമായി, എ.ടി.എമ്മുകളിൽ നിന്ന് പണം പിൻവലിക്കുന്നത് എത്ര എളുപ്പമാണെന്ന് ആലോചിച്ച് നോക്കൂ. ഇന്നത്തെ ഉപഭോക്താക്കളുടെ സവിശേഷത അവർ തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിന് ഏറെ പ്രാധാന്യം നൽകുന്നവരും വ്യക്തിഗതമായ പരിഗണന ആഗ്രഹിക്കുന്നവരുമാണ് എന്നതാണ്. അവരുടെ വ്യക്തിഗത ആവശ്യങ്ങൾക്ക് അനുയോജ്യമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കണം എന്ന് മാത്രമല്ല, അവർക്ക് സൗകര്യപ്രദമായ രീതിയിൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ എത്തിച്ച് കൊടുക്കുകയും അനുയോജ്യമായ രീതിയിൽ വില നൽകാനുള്ള അവസരമുൾപ്പെടെ ലഭ്യമാക്കണം എന്നും ആഗ്രഹിക്കുന്നു. ഇ-കൊമേഴ്സിന്റെ വരവോടുകൂടി ഇതെല്ലാം യാഥാർത്ഥ്യമായി എന്നതാണ് വസ്തുത.

ഒപ്പം തന്നെ ബി 2സി വിഭാഗത്തിൽപ്പെട്ട ഇ-കൊമേഴ്സ് ബിസിനസ് വർഷം മുഴുവനും ഇരുപത്തിനാല് മണിക്കൂറും ഉപഭോക്താക്കളുമായി സംവദിക്കുന്നതിന് സഹായിക്കുന്നു. കമ്പനികൾക്ക് ഉപഭോക്താക്കളുടെ താൽപ്പര്യം, അവരുടെ സംതൃപ്തി, വാങ്ങൽ രീതികൾ, ആര്, എന്ത്, എപ്പോൾ, എങ്ങനെ വാങ്ങുന്നു എന്നെല്ലാം കണ്ടെത്തുന്നതിന് ഓൺലൈനിലൂടെയുള്ള വിവരശേഖരണത്തിലൂടെ കഴിയുന്നു.

ഇത്രയും ചർച്ച ചെയ്തതിൽ നിന്ന് ബി 2 സി ഇടപാടുകൾ ബിസിനസ്സിന് ഉപഭോക്താക്കളോടുള്ള ആശയവിനിമയം മാത്രമാണ് എന്ന ധാരണ ഉണ്ടാക്കിയേക്കാം. എന്നാൽ നാം ഓർ

ഇ-കൊമേഴ്സിന്റെ നേട്ടങ്ങൾ

1. ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങൾക്ക് ലഭിക്കുന്നവ
   - i. ഉൽപ്പന്ന വിപണിയെ ദേശീയ അന്തർദേശീയ വിപണികളിലേക്ക് വ്യാപിപ്പിക്കുന്നു.
   - ii. പ്രവർത്തന ചെലവിന്റെ ക്രമാനുഗതമായ കുറവ്.
   - iii. പുൾ സപ്ലൈ ശ്രേണീ മാനേജ്മെന്റിനെ സുഗമമാക്കുന്നു.
   - iv. വിപണിയിലെ പ്രതിയോഗികൾക്ക് മേൽ നേട്ടം കൈവരിക്കാൻ സാധിക്കുന്നു.
   - v. ബിസിനസ് ഇടപാടുകളുടെ കാലതാമസം കുറയ്ക്കുന്നു.
   - vi. ചെറുകിട വൻകിട വ്യത്യാസമില്ലാതെ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ നിലനിൽപ്പ് സാധ്യമാക്കുന്നു. (win-win).
2. ഉപഭോക്താക്കൾക്കും സമൂഹത്തിനും ലഭിക്കുന്നവ
   - i. ഇടപാടുകൾ സുഗമമായി നടക്കുന്നു.
   - ii. മികച്ച വില/ഇളവുകൾ/കിഴിവുകൾ/സൗജന്യ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ എന്നിവ നേടിയെടുക്കാൻ സാധിക്കുന്നു.
   - iii. അഭിരുചിക്കനുസൃതമായി ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ബൃഹത്തായ ഉൽപ്പന്ന ശ്രേണിയിൽ നിന്നും തെരഞ്ഞെടുക്കാൻ സാധിക്കുന്നു.
   - iv. വേഗത്തിലും സമയോചിതവുമായി ഉൽപ്പന്ന വിതരണത്തിന് സഹായിക്കുന്നു.
   - v. തൊഴിലവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നു.
   - vi. ഇ- ലേലത്തിനും ഇ-ദർഘാസിനും സഹായിക്കുന്നു.
   - vii. ഉപഭോക്താക്കളുമായുള്ള വിനിമയം സുഗമമാക്കുന്നു.
   - viii. വിശാലമായ ഉൽപ്പന്ന വിപണി സാധ്യമാക്കുന്നു.

ക്കേണ്ട കാര്യം ഇത് ഇരുവശത്തേക്കുമുള്ള ആശയവിനിമയം സാധ്യമാക്കുന്നു എന്നതാണ്. ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ഇഷ്ടമുള്ള സമയത്ത്, സ്വതന്ത്രമായി ഓൺലൈനിലൂടെ സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുന്നതിന് കഴിയുന്നു. ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് കമ്പനികൾ ഒരുക്കിയിരിക്കുന്ന പ്രത്യേക കേന്ദ്രങ്ങളിലൂടെ ഇരുപത്തിനാല് മണിക്കൂറും പണം നൽകേണ്ടാത്ത ഫോൺ വിളികളിലൂടെ വിവരങ്ങൾ അറിയാനും പരാതികൾ നൽകുവാനും കഴിയുന്നത് ബി 2 സി അഥവാ സി 2 ബി കൊമേഴ്സിന് ഉദാഹരണങ്ങളാണ്. ഇതിന്റെ മറ്റൊരു സവിശേഷത കമ്പനികൾ ഇവയൊന്നും സ്വന്തമായി സജ്ജീകരിക്കണം എന്നില്ല. ഇവയെല്ലാം പുറംകരാർ നൽകാവുന്നതേയുള്ളൂ. (പുറംകരാറിനെപ്പറ്റി ഈ അദ്ധ്യായത്തിന്റെ അവസാനം വിശദീകരിക്കാം.)

(iii) ഇൻട്രാ ബി കൊമേഴ്സ് : ഇവിടെ ഇലക്ട്രോണിക്സ് മാധ്യമങ്ങളിലൂടെ ആശയവിനിമയം നടത്തുന്ന കക്ഷികൾ എല്ലാവരും തന്നെ ഒരേ സ്ഥാപനത്തിനകത്തുള്ളവരായിരിക്കും. ഇ-ബിസിനസ് കുറേക്കൂടെ വിശാലമായ പദമായതുകൊണ്ട് ഒരു സ്ഥാപനത്തിനകത്തെ വ്യത്യസ്ത വിഭാഗങ്ങൾ (Departments) തമ്മിലോ, വ്യക്തികൾ തമ്മിലോ ഉള്ള ഇൻട്രാനെറ്റ് മുഖേനയുള്ള ആശയവിനിമയവും ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. വ്യവസായങ്ങൾക്ക് ഉൽപ്പാദനത്തിലുൾപ്പടെ സൗകര്യപ്രദമായ രീതിയിൽ മാറ്റങ്ങൾ വരുത്താൻ കഴിയുന്നത് ഒരു പരിധി വരെ ഇൻട്രാ ബി കൊമേഴ്സിന്റെ ആവിർഭാവത്തോടെയാണ്. കമ്പ്യൂട്ടർ ശൃംഖല ഉപയോഗിച്ച് വിപണന വിഭാഗത്തിന് ഉൽപ്പാദന വിഭാഗവുമായി നിരന്തരം ആശയവിനിമയം നടത്തുന്ന

എ.ടി.എം -പണം പിൻവലിക്കുന്നതിന്റെ വേഗത വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നു

ഇ-കൊമേഴ്സ് പൊതുവേ ബി 2സി പ്രക്രിയകളുടെ വേഗത വർദ്ധിപ്പിക്കുകയും അതിനു വേണ്ട സൗകര്യങ്ങൾ ഒരുക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഉദാഹരണത്തിന് മുൻപ് ഒരാൾക്ക് ബാങ്കിൽ നിന്ന് പണം പിൻവലിക്കുന്നത് ഏറെ ബുദ്ധിമുട്ടുള്ള പ്രക്രിയയായിരുന്നു. അയാൾക്ക് പണം ലഭിക്കുന്നതിന് ഒരുപാട് നടപടിക്രമങ്ങളിലൂടെ കടന്നു പോകണമായിരുന്നു. പക്ഷെ എ.ടി.എമ്മുകളുടെ വരവോടു കൂടി അതെല്ലാം ചരിത്രത്തിന്റെ ഭാഗമായി മാറി. ഇന്ന് അത്തരം നടപടികൾ പൂർത്തിയാക്കാതെ തന്നെ ഉപഭോക്താവിന് തന്റെ പണം പിൻവലിക്കാൻ സാധിക്കുന്നു.

തിനും ഓരോ ഉപഭോക്താവിന്റെയും ആവശ്യാനുസരണമുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ രൂപകൽപ്പന ചെയ്ത് നിർമ്മിക്കുന്നതിനും കഴിയുന്നു. അതുപോലെ തന്നെ വിവിധ വിഭാഗങ്ങൾ തമ്മിലുള്ള തുടർച്ചയായ ആശയവിനിമയം ചരക്കുകളും പണവും മറ്റും കാര്യക്ഷമമായി കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നതിനും യന്ത്രസാമഗ്രികളുടെയും മറ്റും പരമാവധി ഉപയുക്തത ഉറപ്പ് വരുത്തുന്നതിനും ഉപഭോക്താക്കളുടെ ഓർഡറുകൾ കാര്യക്ഷമമായി കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നതിനും മനുഷ്യവിഭവശേഷി നല്ല രീതിയിൽ വിനിയോഗിക്കുന്നതിനും സഹായിക്കുന്നു.

ആഭ്യന്തര വാചിക ആശയവിനിമയത്തിൽ ഇന്റർകോമിന്റെ ഉപയോഗം സഹായകരമാകുന്നതുപോലെ ഇൻട്രാനെറ്റ് മുഖേന സ്ഥാപനത്തിനകത്തെ വിവിധ വിഭാഗങ്ങൾക്ക് മൾട്ടിമീഡിയയും ത്രിമാന (3D) ഗ്രാഫിക് രൂപത്തിലുമുള്ള ആശയവിനിമയങ്ങൾ വളരെ നന്നായി അറിയിക്കാനും മികച്ച ഏകോപനത്തിനും സത്വര തീരുമാനങ്ങൾക്കും അവ വേഗത്തിൽ നടപ്പിലാക്കുന്നതിനും സഹായിക്കുന്നു. ബി 2 ഇ (B2E) എന്ന് പറയുന്ന സ്ഥാപനവും ജീവനക്കാരും തമ്മിലുള്ള ആശയവിനിമയം തന്നെ എടുക്കാം. കമ്പനികൾ ജീവനക്കാരെ റിക്രൂട്ട് ചെയ്യുന്നതിനും പിന്നീട് അഭിമുഖം, തെരഞ്ഞെടുപ്പ്, പരിശീലനം, തുടർ വിദ്യാഭ്യാസം തുടങ്ങി എല്ലാ പ്രവർത്തനങ്ങളും ഇ-കൊമേഴ്സിന്റെ പ്രയോഗങ്ങളായി കാണാം. ജീവനക്കാർക്ക് ഡിജിറ്റൽ രൂപത്തിലുള്ള കാറ്റലോഗുകളും ഓർഡർ ഫോറങ്ങളും ഉപയോഗിക്കാം. ചരക്കുകളുടെ സ്ഥിതി വിവരങ്ങൾ തൽസമയം അറിയുന്നതിനും അത് ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് കൈമാറുന്നതിനുമെല്ലാം ഇ-കൊമേഴ്സ് സഹായകരമാണ്. പ്രവർത്തനസ്ഥലത്ത് നിന്നുതന്നെ റിപ്പോർട്ടുകളും മറ്റ് വിവരങ്ങളും ഇ-മെയിൽ മുഖേന അറിയിക്കാം. പ്രസ്തുത വിവരങ്ങൾ തത്സമയം മേലധികാരികൾക്ക് അറിയുന്നതിനും കഴിയും. യഥാർത്ഥത്തിൽ വെർച്വൽ പ്രൈവറ്റ് നെറ്റ്വർക്ക് (VPN) സംവിധാനം ജീവനക്കാർ ഓഫീസിൽ വരേണ്ട ആവശ്യമില്ല എന്ന തലത്തിലേക്ക് കാര്യങ്ങൾ എത്തിച്ചിരിക്കുന്നു. ഒരു തരത്തിൽ പറഞ്ഞാൽ ഓഫീസ് ജീവനക്കാരുടെ കൂടെ സഞ്ചരിക്കുകയും എവിടെ നിന്നും അവരുടെ സൗകര്യത്തിനനുസരിച്ച്, വേഗതയിലും സമയത്തും അവർക്ക് പ്രവർത്തിക്കാനുള്ള അവസരം ലഭിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. യോഗങ്ങൾ കൂടുന്നതിന് ടെലികോൺഫറൻസുകളും വീഡിയോ കോൺഫറൻസുകളും ഉപയോഗിക്കാം. ഏറെ പണവും സമയവും ലാഭിക്കാൻ ഇവ സഹായിക്കുന്നു.

(iv) സി 2 സി കൊമേഴ്സ് [C2C Commerce]:

ഇവിടെ ബിസിനസ് ഒരു ഉപഭോക്താവിൽ നിന്ന് ആരംഭിക്കുകയും മറ്റൊരു ഉപഭോക്താവിൽ അവസാനിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. അതാ

യത് ബിസിനസ് പ്രവർത്തനത്തിന്റെ രണ്ട് അറ്റങ്ങളിലും ഉപഭോക്താക്കളായിരിക്കും എന്ന് സാരം. സംഘടിത വിപണി ലഭ്യമല്ലാത്ത ഉപയോഗിച്ച വസ്തുക്കൾ വിപണനം ചെയ്യുന്നതിന് അനുയോജ്യമായ സംവിധാനമാണ് സി 2 സി കൊമേഴ്സ്. ഉദാഹരണമായി ഉപയോഗിച്ച പുസ്തകങ്ങളോ വീട്ടുപകരണങ്ങളോ വാഹനങ്ങളോ വിലയ്ക്കോ കൈമാറ്റമായോ വിപണനം ചെയ്യാൻ ഇതുപയോഗിക്കാം. ഇന്റർനെറ്റിന്റെ വിശാലലോകം ലോകത്തെവിടെയുമുള്ള വാങ്ങാൻ സാധ്യതയുള്ള ആളുകളെ എളുപ്പത്തിൽ കണ്ടെത്താൻ സഹായിക്കും. ഇത്തരം ഇടപാടുകൾ നടത്താൻ സഹായിക്കുന്ന സുരക്ഷിതമായ നിരവധി വെബ്സൈറ്റുകൾ ഇന്ന് ലഭ്യമാണ്. ഇടപാടുകാർ തമ്മിൽ പരസ്പരം കാണാതെ നടത്തുന്ന ഇടപാടുകളിലുള്ള സുരക്ഷിതത്വമില്ലായ്മ വലിയ പ്രശ്നമാകാവുന്ന സാഹചര്യത്തിൽ സുരക്ഷിതമായ സി 2 സി കൊമേഴ്സ് വാങ്ങുന്നയാൾക്കും വിൽക്കുന്നയാൾക്കും വളരെ സഹായകരമാണ്. ഈ-ബേ (E-bay), ഒ.എൽ.എക്സ് (OLX) തുടങ്ങിയ വെബ്സൈറ്റുകൾ മികച്ച ഉദാഹരണങ്ങളാണ്. ഇടപാടുകാർ പരസ്പരം കാണാതെയുള്ള ഇത്തരം വ്യാപാരങ്ങൾ കൂടുതൽ സുരക്ഷിതവും ശക്തവുമാക്കുന്നതിന് വേണ്ടി നിരവധി സാങ്കേതിക വിദ്യകൾ രൂപകൽപ്പന ചെയ്യപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്. വെബ്സൈറ്റുകൾ ഇടപാടുകാരെ പരസ്പരം വിലയിരുത്താൻ ആവശ്യപ്പെടാറുണ്ട്. ഇതിൽ നിന്ന് ഭാവിയിൽ ഇടപെടുന്ന ആളുകൾക്ക് ഇവരെക്കുറിച്ചുള്ള വ്യക്തമായ ചിത്രം ലഭ്യമാകുന്നു. ഇടപാട് നടത്തിയവരെല്ലാം മികച്ച സ്കോർ നൽകിയവരുമായി സധൈര്യം ഇടപാട് നടത്താൻ സാധിക്കും. മറ്റൊരു രീതി ഉടലെടുത്തത്, പണമിടപാടുകൾക്കുള്ള ഇടനിലക്കാർ എന്ന നിലയ്ക്കാണ്. അപരിചിതനായ ഒരു വിൽപ്പനക്കാരന് പണം നേരിട്ട് നൽകുന്നതിന് പകരം വെബ്സൈറ്റ് പണം സ്വീകരിക്കുകയും വാങ്ങുന്നയാളുടെ കൈവശം ഉൽപ്പന്നം ലഭിച്ച ശേഷം മാത്രം പണം വിൽപ്പനക്കാരന് കൈമാറുകയും ചെയ്യും. ഇത് ഇരുകക്ഷികൾക്കും വിശ്വാസ്യത ഉളവാക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു.

സി 2 സി കൊമേഴ്സിന്റെ സംവേദനാത്മക പ്രയോഗമാണ് സമ്മർദ്ദ ഗ്രൂപ്പുകളുടെയും ഉപഭോക്തൃസമിതിയുടെയും രൂപീകരണം. ഏറെ പരിചിതമായ വാട്ട്സ് ആപ്പ്, ഫേസ് ബുക്ക് പോലുള്ള സമൂഹ മാധ്യമ ഗ്രൂപ്പുകൾ മികച്ച ഉദാഹരണങ്ങളാണ്. അംഗങ്ങൾ തമ്മിൽ ആശയ വിനിമയം നടത്തുന്നതിന് ഇത്തരം ഗ്രൂപ്പുകൾ കാര്യക്ഷമമായി ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. ഉദാഹരണമായി ഒരാൾ വാഹനമോടിക്കുമ്പോൾ ഒരു പ്രത്യേക സ്ഥലത്ത് ഗതാഗത കുരുക്ക് ഉണ്ടാവുകയാണെങ്കിൽ ഗ്രൂപ്പിലെ മറ്റംഗങ്ങൾക്ക് എളുപ്പം വിവരം കൈമാറുകയും അതിനനുസരിച്ച് അവരുടെ യാത്രാ പദ്ധതികൾ തയ്യാറാക്കുകയും ചെയ്യാം. അതുപോലെ തന്നെ ഏതെങ്കിലും ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തെയോ സേവനത്തെയോ സംബന്ധിച്ചോ ഏതെങ്കിലും ഒരു വിതരണക്കാരനെക്കുറിച്ചോ ഉള്ള നമ്മുടെ അഭിപ്രായങ്ങൾ ഗ്രൂപ്പുകളിൽ പങ്ക് വയ്ക്കുന്നത് പിന്നീട് വങ്ങാൻ ഉദ്ദേശിക്കുന്നവർക്ക് ഉപകാരപ്രദമായിരിക്കും. മാത്രമല്ല ഇത്തരം ഗ്രൂപ്പുകളുടെ സമ്മർദ്ദം പലപ്പോഴും ഗുണപരമായ സ്വാധീനം ചെലുത്തുന്നതിന് സഹായിച്ചിട്ടുമുണ്ട്.

ഇ-ബിസിനസ്സിന്റെ വ്യാപ്തിയെ സംബന്ധിച്ച ചർച്ചകളിൽ നിന്ന് ഇ-ബിസിനസിന്റെ പ്രസക്തി വളരെ വിപുലവും വൈവിധ്യം നിറഞ്ഞതുമാണെന്ന് നമുക്ക് മനസ്സിലാക്കാം.

ഇ-ബിസിനസും പരമ്പരാഗത ബിസിനസും തമ്മിലുള്ള താരതമ്യം [e-Business versus Traditional Business]

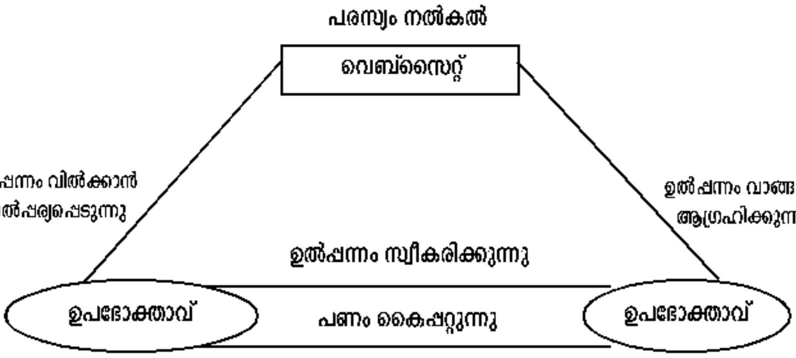
ഇലക്ട്രോണിക് മാധ്യമങ്ങളുടെ ഉപയോഗം ബിസിനസ് നടത്തിപ്പ് രീതിയിൽ സമൂലമായ മാറ്റങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കിയിട്ടുണ്ട്. പട്ടിക 5.1 ൽ ഇ-ബിസിനസും പരമ്പരാഗത ബിസിനസും തമ്മിലുള്ള താരതമ്യം വിശദമാക്കുന്നു.

ഇ-കൊമേഴ്സ്, ഇഷ്ടാനുസരണമുള്ള ഉൽപ്പാദനവും വൻതോതിലുള്ള വ്യക്തിഗത ഉൽപ്പാദനവും സാധ്യമാക്കുന്നു.

പരമ്പരാഗതമായി കരകൗശല വിദഗ്ധർ വ്യക്തികളുടെ ഇഷ്ടത്തിനനുസരിച്ചുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ അവരുടെ ആവശ്യമനുസരച്ച് മാത്രമായിരുന്നു തയ്യാറാക്കിയിരുന്നത്. അതുകൊണ്ട് തന്നെ അവ വളരെ ചെലവേറിയതും ഉപഭോക്താവിന്റെ കൈകളിലെത്താൻ കൂടുതൽ സമയം എടുക്കുകയും ചെയ്തിരുന്നു. വ്യാവസായിക വിപ്ലവത്തിന്റെ ഫലമായി സ്ഥാപനങ്ങൾ വൻതോതിൽ ഒരേ തരത്തിലുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നിർമ്മിക്കുകയും തന്മൂലം, വൻതോതിൽ ഉൽപ്പാദനം നടത്തുന്നതുമൂലമുണ്ടാകുന്ന ചെലവ് ചുരുക്കൽ സാധ്യമാവുകയും ചെയ്തു. മുൻകാലങ്ങളിൽ വൻതോതിൽ ഉൽപ്പാദനം നടത്തിയിരുന്ന സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് മാത്രം സാധ്യമായിരുന്ന ചുരുങ്ങിയ ചെലവിലുള്ള ഉൽപ്പാദനവും വിതരണവും ഇ-കോമേഴ്സിന്റെ വരവോടുകൂടി വ്യക്തിഗതമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങളും സേവനങ്ങളും വരെ ചുരുങ്ങിയ ചെലവിൽ ഉൽപ്പാദപ്പിക്കാനും ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വിതരണം ചെയ്യാനും സ്ഥാപനങ്ങളെ പ്രാപ്തമാക്കി. ചില ഉദാഹരണങ്ങൾ ചുവടെ കൊടുക്കുന്നു.

401 (കെ) ഫോറം	:	വ്യക്തിഗത അഭിമുഖങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ വിദ്യാഭ്യാസ ഉള്ളടക്കവും നിക്ഷേപ ഉപദേശവും ഓരോ വ്യക്തിയ്ക്കും അനുസൃതമായി കൊടുക്കുന്നു.
അക്യുമിൻ കോർപറേഷൻ	:	ജിവിത ശൈലിയെയും ആരോഗ്യത്തെയും സംബന്ധിച്ച് ഉപഭോക്താക്കൾ ഇന്റർനെറ്റിലൂടെ പൂരിപ്പിക്കുന്ന ചോദ്യാവലിയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ആവശ്യക്കാരുടെ ഇച്ഛയ്ക്കനുസരിച്ച് വിറ്റാമിൻ ഗുളികകൾ തയ്യാറാക്കി നൽകുന്നു.
ഡെൽ (യു എസ്)	:	നിങ്ങളുടെ ആവശ്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് വ്യക്തിഗത കമ്പ്യുട്ടർ നിർമ്മിച്ച് നൽകുന്നു.
ഗ്രീൻ മൗണ്ടൻ എനർജി റിസോഴ്സസ്	:	വൈദ്യുതി വിതരണക്കാരായ (ജനറേറ്ററുകൾ അല്ല) ഈ സ്ഥാപനത്തിൽ നിന്നും ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് അവരവർക്കാവശ്യമായ വൈദ്യുതി സ്രോതസ്സ് (സൗരോർജം, ജലവൈദ്യുതി തുടങ്ങിയവ) തെരഞ്ഞെടുക്കാം.
ലെവി ജീൻസ് (യഥാർത്ഥ സ്പിൻ) (യു എസ്)	:	ജീൻസുകൾ ആവശ്യാനുസരണം തുന്നി നൽകുന്ന സേവനം ചെയ്യുന്നു. വെബ്സൈറ്റിലൂടെയുള്ള സേവനങ്ങൾ ചില്ലറ വ്യാപാരികളിൽ നിന്നുള്ള പരാതികൾ മൂലം നിർത്തിവച്ചു. എന്നാൽ ഇപ്പോൾ ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ മുഖേന സേവനം പുനരാരംഭിച്ചു. 49,500 വ്യത്യസ്ത അളവുകളിലും 30 ഫാഷനുകളിലും ഏതാണ്ട് 1.5 ദശലക്ഷം തരം ജീൻസുകളിൽ നിന്ന് വെറും 55 ഡോളറിന് തെരഞ്ഞെടുക്കാൻ അവസരം നൽകുന്നു. ഓർഡറുകൾ ഇന്റർനെറ്റ് മുഖേന സ്വീകരിച്ച് 2-3 ആഴ്ചകൾക്കുള്ളിൽ ജീൻസ് തയ്യാറാക്കി അയച്ചു കൊടുക്കുന്നു.
എൻ.വി.ന്ട്സ് ബെഡ്റിഫ് വെസ്റ്റ്ലാൻഡ് (ന്യൂസിലാന്റ്)	:	നെതർലൻഡ്സിലെ നിരവധി പൂവരശ് പൂച്ചെടി കർഷകർക്ക് (tulip growers) പ്രകൃതി വാതകം വിതരണം ചെയ്യുന്നു. ഹരിതഗൃഹങ്ങളിലെ (greenhouse) ഊഷ്മാവ്, പുറത്ത് വിടുന്ന കാർബൺഡയോക്സൈഡിന്റെ തോത്, ഈർപ്പം, വെളിച്ചം, തുടങ്ങിയ ഘടകങ്ങൾ ഏറ്റവും ചുരുങ്ങിയ ചെലവിലും കാര്യക്ഷമമായ രീതിയിലും നിലനിർത്താൻ അവിടെ സ്ഥാപിച്ചിട്ടുള്ള കമ്പ്യൂട്ടറുകൾ ഹരിതഗൃഹ ഉടമകളെ സഹായിക്കുന്നു.
നാഷണൽ ബൈസിക്കിൾ (ജപ്പാൻ)	:	ഓർഡറുകൾ ലഭിച്ച് 2-3 ദിവസത്തിനുള്ളിൽ ആവശ്യാനുസരണമുള്ള സൈക്കിളുകൾ നിർമ്മിച്ച് നൽകുന്നു.
സൈമൺ ആൻറ് ഷുസ്റ്റർ (യു എസ്)) സ്കൈവേ (യു എസ്)	:	അദ്ധ്യാപകർക്ക് വ്യക്തിഗതമായ പാഠ്യപദ്ധതി അനുസരിച്ചും ഓരോ വിദ്യാർത്ഥിയുടെയും ആവശ്യം അനുസരിച്ചും ഇഷ്ടാനുസൃതമാക്കിയ പുസ്തകങ്ങൾ (customised books) ഓർഡർ ചെയ്യാവുന്നതാണ്. സീറോക്സ് ഡോക്യുടെക് പ്രിൻറേഴ്സ് (Xerox DocuTech printers) ഒരോ മാസവും ഏകദേശം 1,25,000 ഇത്തരത്തിൽ ഇഷ്ടാനുസൃതമാക്കിയ പുസ്തകങ്ങൾ പുറത്തിറക്കുന്നുണ്ട്. ഓർഡറനുസരിച്ചുള്ള മുഴുവൻ ഉല്പന്നങ്ങളും എത്തിച്ച് കൊടുക്കുന്ന ചരക്കു കടത്ത് (logistics) കമ്പനിയാണ് സ്കൈവേ. പലവിധ ഗതാഗതമാർഗ്ഗങ്ങളിലൂടെ പല സ്ഥലങ്ങളിൽ നിന്നും വരുന്ന ചരക്കുകൾ നീക്കത്തിനിടയിൽ ഒരുമിച്ച് ചേർത്ത് ഒറ്റ ഓർഡറാക്കി, കടലാസ് പ്രവർത്തനം ഒരുമിച്ചാക്കി മാറ്റി ഈ സ്ഥാപനം ഉപഭോക്താവിന് എത്തിച്ചുകൊടുക്കുന്നു.
സ്മിത്ത് ക്ലെൻ ബീക്കാം (യു എസ്)	:	ഉപഭോക്താക്കൾക്കായി ഇഷ്ടാനുസൃതമാക്കിയ പുകവലി നിർത്തൽ പദ്ധതികൾ ആവിഷ്ക്കരിക്കുന്നു. ഇതിനായി കാൾ സെന്ററുകൾ വഴി ചോദ്യാവലിയുടെ സഹായത്തോടെ വ്യക്തിഗത ആശയവിനിമയം നടത്തുന്നു.

അവലംബം : *http://www.managingchange.com*



ചിത്രം 5.2 ഉപഭോക്താവിൽ നിന്നും ഉപഭോക്താവിലേക്ക് ഇ - കൊമേഴ്സ് (C2C)

5.3. ഇ-ബിസിനസിന്റെ നേട്ടങ്ങൾ [Benefits of e-Business]

(i) രൂപീകരിക്കാൻ എളുപ്പവും ചുരുങ്ങിയ നിക്ഷേപ ആവശ്യകതയും [Ease of formation and lower investment requirements]: ഒരു വ്യവസായം രൂപീകരിക്കുന്നതിന് വേണ്ട നടപടിക്രമങ്ങൾ പരിഗണിക്കുമ്പോൾ, ഇ-ബിസിനസ് എളുപ്പത്തിൽ രൂപീകരിക്കാം. ഇന്റർനെറ്റിന്റെ നേട്ടങ്ങൾ ചെറിയ ബിസിനസിനും വലിയ ബിസിനസിനും ഒരുപോലെയാണ്. യഥാർത്ഥത്തിൽ 'വ്യക്തികളുടെയോ സ്ഥാപനങ്ങളുടെയോ കൂട്ടായ്മയാണ് കൂടുതൽ അറ്റ ആസ്തിയുള്ള സ്ഥാപനത്തേക്കാൾ നല്ലത്' എന്ന ശൈലി തന്നെ ഇന്റർനെറ്റിന്റെ വരവോടുകൂടിയാണ് ഉണ്ടായത്. ഇതിനർത്ഥം നിങ്ങൾക്ക് അധികം മൂലധന നിക്ഷേപമൊന്നുമില്ലെങ്കിലും കൂടുതൽ ആളുകളുമായി ബന്ധമുണ്ടെങ്കിൽ വിജയകരമായി ബിസിനസ് നടത്താം എന്ന് തന്നെയാണ്.

ഭൗതികമായ യാതൊരു സൗലസൗകര്യങ്ങളുമില്ലാത്ത ഒരു റസ്റ്റോറന്റ് ഒന്നാലോചിച്ച് നോക്കാം. നിങ്ങളുമായി ഓൺലൈനായി ബന്ധപ്പെടുത്തിയിട്ടുള്ള ലോകത്തെവിടെയുമുള്ള മികച്ച റസ്റ്റോറന്റുകളിലെ മികച്ച അടുക്കളകളിലെ വിഭവങ്ങളുടെ മെനു നിങ്ങൾക്ക് ലഭ്യമാകുന്നു എന്ന് കരുതുക. ഉപഭോക്താവ് നിങ്ങളുടെ വെബ്സൈറ്റ് സന്ദർശിക്കുകയും മെനു പരിശോധിച്ച് ആവശ്യമായ വിഭവങ്ങൾ ഓർഡർ ചെയ്യുകയും ചെയ്യുന്നു. ആ ഓർഡർ പ്രസ്തുത ഉപഭോക്താവിന്റെ തൊട്ടടുത്തുള്ള റസ്റ്റോറന്റിലേക്ക് തിരിച്ച് വിടുന്നു. റസ്റ്റോറന്റ് ജീവനക്കാർ ഭക്ഷണം ഉപഭോക്താവിന് എത്തിച്ച് കൊടുക്കുകയും പണം സ്വീകരിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. കക്ഷികളുടെ പ്രയോക്താക്കൾ എന്ന നിലക്കുള്ള വിഹിതം ഓൺലൈനായിത്തന്നെ ബാങ്ക് അക്കൗണ്ടിലേക്ക് നിക്ഷേപിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

ഇത്തരമൊരു ഓൺലൈൻ സ്ഥാപനം തുടങ്ങി, നടത്തിക്കൊണ്ടുപോകുന്നത് എത്രമാത്രം എളുപ്പമാണെന്നും ചെലവ് കുറഞ്ഞതാണെന്നും ഈ പ്രക്രിയ പരിശോധിച്ചാൽ നമുക്ക് കാണാം. ഇന്ന് ലോകത്ത് ഏറെ പ്രചാരമുള്ള

ടാക്സി സർവ്വീസുകൾ, ഹോട്ടൽ ശൃംഖലകൾ, എയർലൈൻ സർവ്വീസുകൾ എല്ലാം ഇത്തരത്തിൽ ഇ-ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തുന്നവരാണ്.

(ii) സൗകര്യപ്രദം [Convenience]: വർഷം മുഴുവൻ ഇരുപത്തിനാല് മണിക്കൂറും പ്രവർത്തനം ലഭ്യമാകുന്ന സംവിധാനമാണ് ഇൻറർനെറ്റ്. ഇത് ബിസിനസിന് ഏറെ സൗകര്യം പ്രദാനം ചെയ്യുന്നു. പാതിരാത്രി പോലും ഇടപാടുകൾ നടത്തുന്നതിനും ജീവനക്കാർക്ക് ഓഫീസ് പരിമിതികളില്ലാതെ ഏത് സമയത്തും ഏത് സ്ഥലത്ത് വച്ചും ജോലി ചെയ്യാനും ഇ-ബിസിനസ് സഹായിക്കുന്നു. ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ അഭിവൃദ്ധിപ്പെടുത്തുന്നതിനും നടപ്പിലാക്കുന്നതിനും ഇലക്ട്രോണിക് സംവിധാനങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്ന രീതിയാണ് ഇ-ബിസിനസ്. അത് എന്തും എവിടെയും, എപ്പോഴും ലഭ്യമാക്കുന്നു.

3. വേഗത [Speed]: മുൻപ് സൂചിപ്പിച്ചതുപോലെ എല്ലാ ബിസിനസ് ഇടപാടുകൾക്കും അത്യാവശ്യമായ ആശയവിനിമയം ഇന്റർനെറ്റിന്റെ സഹായത്തോടെ ഒരൊറ്റ മൗസ് ക്ലിക്കിൽ സാധ്യമാകുന്നു. ഓൺലൈനായി ഉടനെ തന്നെ വിതരണം ചെയ്യാവുന്ന സോഫ്റ്റ് വെയറുകൾ, സംഗീതം, സിനിമ തുടങ്ങിയ ഡിജിറ്റൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങളെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം ഏറെ ഗുണപ്രദമായ രീതിയാണ് ഇ-ബിസിനസ്. ഓർഡർ ചെയ്യുന്നതോടൊപ്പം തന്നെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ലഭ്യമാക്കാൻ ഈ രീതി സഹായിക്കുന്നു. ഒരു വ്യാപാരചക്രം, അതായത്, ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തിനുള്ള ചോദനം ഉടലെടുക്കുന്ന സമയം മുതൽ അത് തൃപ്തിപ്പെടുത്തുന്നതുവരെ എടുക്കുന്ന സമയം, ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ ക്രമാനുഗതമാകുന്നതിനു പകരം ഉടനടിയാകുന്നതിന് ഇ-ബിസിനസ് സഹായിക്കുന്നു. ഇന്നത്തെ ഈ ഡിജിറ്റൽ യുഗത്തിൽ പണത്തെ നമുക്ക് വെളിച്ചത്തേക്കാൾ വേഗതയുള്ള ഇലക്ട്രോണിക് തരംഗങ്ങളായി വിശേഷിപ്പിക്കാം. ഇത് സാധ്യമാകുന്നത് ഇ-കൊമേഴ്സിലെ ഇലക്ട്രോണിക് പണ കൈമാറ്റം (Eletcronic Fund Transfer - EFT) എന്ന സാങ്കേതിക വിദ്യയുടെ സഹായത്താലാണ്.

4. ആഗോള വ്യാപ്തി [Global reach/access]: ഇൻറർനെറ്റിന് ഭൂമിശാസ്ത്രപരമായ അതിരുകളില്ല. ഒരു വശത്ത് വിൽപ്പനക്കാരൻ ലോകമെമ്പാടുമുള്ള വിപണി ലഭ്യമാക്കുമ്പോൾ തന്നെ, മറുവശത്ത് വാങ്ങുന്നയാൾക്ക് ലോകത്തിന്റെ ഏത് കോണിൽ നിന്നും ഉൽപ്പന്നം തെരഞ്ഞെടുക്കാനുള്ള അവസരം നൽകുന്നു. ഇന്റർനെറ്റിന്റെ അഭാവത്തിൽ ആഗോളവൽക്കരണത്തിന്റെ വ്യാപ്തിയും വേഗതയും ഏറെ പരിമിതമാകുമായിരുന്നു എന്നത് ഒട്ടും അതിശയോക്തിപരമല്ല.

5. കടലാസ് രഹിത സമൂഹത്തിലേക്കുള്ള ചുവടുവയ്പ്
[Movement towards a paperless society]:

ഇന്റർനെറ്റിന്റെ വരവ്, കടലാസുകളെ ആശ്രയിക്കുന്നതിലും അതുവഴിയുള്ള 'ചുവപ്പ് നാട' പ്രശ്നങ്ങളിലും ഗണ്യമായ കുറവ് വരുത്തിയിട്ടുണ്ട്. ഉദാഹരണമായി, മാരുതി ഉദ്യോഗ് ലിമിറ്റഡ് അവരുടെ അസംസ്കൃതവസ്തുക്കൾ പരമാവധി ശേഖരിക്കുന്നത് കടലാസ് രഹിത രീതികളെ ആശ്രയിച്ചാണ്. സർക്കാർ ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റുകളും നിയന്ത്രണ അധികാരികളും അവരുടെ റിപ്പോർട്ടും മറ്റും നൽകുന്നത് ഈ രീതിയിലാണ്. യഥാർത്ഥത്തിൽ, ഇ-കൊമേഴ്

ചില ഇ-ബിസിനസ് പ്രയോഗങ്ങൾ (Some e-Business Applications)

ഇ-ശേഖരണം (e-Procurement) : വാങ്ങുന്ന ഒരു ബിസിനസ്സുകാരനും നിരവധി വില്പനക്കാർക്കും ഇടയിൽ ഓൺലൈൻ കച്ചവടം സാധ്യമാക്കുന്ന റിവേഴ്സ് ഓക്ഷനും നിരവധി വാങ്ങുന്നവരും വില്പനക്കാരും തമ്മിൽ ഓൺലൈൻ കച്ചവടം സാധ്യമാക്കുന്ന ഡിജിറ്റൽ വിപണന കേന്ദ്രവും ഉൾപ്പെടുന്ന, ഇന്റർനെറ്റ് അടിസ്ഥാനമാക്കിയുള്ള വില്പന ഇടപാടുകളാണിത്.

ഇ-ലേലം (e-Bidding/e-Auction) : നിങ്ങൾക്ക് വാങ്ങിക്കാവുന്ന വില നിങ്ങളോട് തന്നെ പറയാൻ ആവശ്യപ്പെടുന്ന നിരവധി ഷോപ്പിംഗ് സൈറ്റുകളിൽ കയറി നിങ്ങൾക്ക് സാധന-സേവനങ്ങളിൽ ലേലം നടത്താവുന്നതാണ്. ഇ-ടെണ്ടറുകൾ ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു.

ഇ-ആശയവിനിമയം/ഇ-പ്രോത്സാഹനം (e-Communication/e-Promotion) : ഇമെയിൽ മുതൽ ഓൺലൈൻ കാറ്റ്ലോഗുകളുടെ പ്രസിദ്ധീകരണം, സാധനങ്ങളുടെ ചിത്രങ്ങൾ പ്രദർശിപ്പിക്കൽ, ബാനറുകൾ, പോപ്പ് അപ്പുകൾ കൂടിയുള്ള പരസ്യങ്ങൾ നൽകൽ, അഭിപ്രായ വോട്ടെടുപ്പ്, ഉപഭോക്തൃ സർവ്വേകൾ തുടങ്ങിയവയെല്ലാം ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. യോഗങ്ങളും മറ്റ് തരത്തിലുള്ള കൂടിയാലോചനകളും വീഡിയോ കോൺഫറൻസിലൂടെ നടത്താവുന്നതേയുള്ളൂ.

ഇ-വിതരണം (e-Delivery) : കമ്പ്യൂട്ടർ സോഫ്റ്റ്വെയർ, ഫോട്ടോകൾ, വീഡിയോകൾ, ഇ-പുസ്തകങ്ങൾ, ഇ-പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങൾ, മറ്റ് മൾട്ടിമീഡിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയെല്ലാം ഇലക്ട്രോണിക് ആയി ഉപഭോക്താവിന്റെ കമ്പ്യൂട്ടറിലേക്ക് നേരിട്ട് എത്തിച്ചു കൊടുക്കാം. നിയമപരമായതോ, അക്കൗണ്ടിംഗ് സംബന്ധിച്ചുള്ളതോ വൈദ്യശാസ്ത്രപരമായതോ ആയ വിദഗ്ധോപദേശങ്ങൾ ഓൺലൈനായി നൽകാം. വാസ്തവത്തിൽ, ഇപ്പോൾ ഇന്റർനെറ്റ് ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് വിവര സാങ്കേതിക വിദ്യയിൽ അധിഷ്ഠിതമായ നിരവധി സേവനങ്ങൾ പുറംകരാർ നൽകാനുള്ള അവസരങ്ങൾ നൽകുന്നു. ബിസിനസിന്റെ പുറംകരാർ പ്രക്രിയ എന്ന ഭാഗത്ത് ആ വിഷയം ചർച്ച ചെയ്യാം. എന്തിനേറെ, ലോകത്തെവിടെയും യാത്ര ചെയ്യാനുള്ള ഏത് തരം യാത്രാ ടിക്കറ്റും വ്യോമ, റയിൽ, റോഡ് ഏതുമായിക്കൊള്ളട്ടെ നിങ്ങൾക്ക് വീട്ടിൽ ഇരുന്നുകൊണ്ട് തന്നെ ഏതുസമയത്തും എടുക്കുവാൻ കഴിയുന്നതേയുള്ളൂ.

ഇ-വ്യാപാരം (e-Trading) : ഓഹരികൾ തുടങ്ങിയ ധനകാര്യ പത്രികകൾ കക്ഷികൾക്ക് നേരിട്ട് വിപണനം ചെയ്യാൻ ഓഹരി ദല്ലാളന്മാർ ഓൺലൈൻ വ്യാപാര സേവനങ്ങൾ വഴി അവസരം നൽകുന്നുണ്ട്.

സ് രീതികൾ അനുവാദങ്ങളും അംഗീകാരങ്ങളും ലൈസൻസുകളും മറ്റും നൽകുന്നതിന്റെ വേഗത വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതുൾപ്പെടെയുള്ള ഭരണപരിഷ്കാരങ്ങൾക്ക് സഹായകരമായിട്ടുണ്ട്. ഇതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട 2000 ലെ വിവര സാങ്കേതിക വിദ്യാനിയമവും പിന്നീട് വന്ന 2006 ലെയും 2015 ലെയും ഭേദഗതികളും ശ്രദ്ധേയമാണ്.

5.4 ഇ-ബിസിനസിന്റെ പരിമിതികൾ [Limitations of e-Business]

ഇ-ബിസിനസ് അത്ര എളുപ്പവും സുഗമവുമായ പ്രവൃത്തിയൊന്നുമല്ല. ഇലക്ട്രോണിക് മാധ്യമങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ചുള്ള ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് ചില പരിമിതികളുണ്ട്. ഈ പരിമിതികളെ പറ്റി ബോധവാൻമാരായിരിക്കുന്നത് എല്ലായ്പോഴും നന്നായിരിക്കും.

1. വ്യക്തിബന്ധങ്ങളുടെ കുറവ് [Low personal touch]: സാങ്കേതിക വിദ്യ എത്രയൊക്കെ ഉയർന്ന തലത്തിൽ അഥവാ ഹൈടെക്ക് ആയാലും വ്യക്തിബന്ധങ്ങളുടെയും ഇടപെടലുകളുടെയും ഊഷ്മളത ഇ-ബിസിനസിൽ ലഭ്യമാവുകയില്ല. വസ്ത്രങ്ങൾ, സൗന്ദര്യ വർദ്ധക വസ്തുക്കൾ തുടങ്ങി കൂടുതൽ വ്യക്തിപരമായ ശ്രദ്ധ ആവശ്യമുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് ഇ-കൊമേഴ്സ് രീതി ഒട്ടും അനുയോജ്യമല്ല.

2. ഓർഡർ നൽകുന്നതിനും അത് നടപ്പിലാക്കുന്നതിനും ഇടയിലുള്ള വേഗതക്കുറവ് [Incongruence between order taking/giving and order fulfillment speed:]: വിവരങ്ങൾ ഒരു മൗസ് ക്ലിക്കിൽ കൈമാറാൻ സാധിക്കും. എന്നാൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ ഭൗതിക വിതരണം സമയമെടുക്കുന്ന പ്രക്രിയയാണ്. ഈ പൊരുത്തക്കേട് പലപ്പോഴും ഉപഭോക്താക്കളുടെ ക്ഷമയെ പരീക്ഷിച്ചേക്കാം. ചിലപ്പോഴെങ്കിലും സാങ്കേതിക തകരാർ മൂലം വെബ്സൈറ്റ് തുറക്കുന്നതിന് അസാധാരണമായ കാലതാമസം നേരിട്ടേക്കാം. ഇത് ഉപഭോക്താക്കളെ അസ്വസ്ഥരാക്കാം.

3. സാങ്കേതികമായ നൈപുണിയും കാര്യശേഷിയുമുള്ള കക്ഷികളുടെ ആവശ്യകത [Need for technology capability and competence of parties to e-business]: സാധാരണ എഴുത്തിനും വായനയ്ക്കും ഗണിതത്തിനും അപ്പുറം ഇ-ബിസിനസിന് കമ്പ്യൂട്ടർ ലോകത്ത് ഉയർന്ന പരിജ്ഞാനമുള്ള കക്ഷികൾ ആവശ്യമാണ്. ഈ ആവശ്യകതയാണ് യഥാർത്ഥത്തിൽ ഡിജിറ്റൽ വിഭജനത്തിലേക്ക് (സമൂഹത്തെ കമ്പ്യൂട്ടർ പരിജ്ഞാനം ഉള്ളവരെന്നും ഇല്ലാത്തവരെന്നുമുള്ള വിഭജനം) നയിച്ചത്.

4. കക്ഷികൾ തമ്മിൽ പരസ്പരം അറിയാത്തത് കൊണ്ടും കണ്ടെത്താൻ കഴിയാത്തതുകൊണ്ടും ഉണ്ടാകാവുന്ന നഷ്ടസാധ്യത [Increased risk due to anonymity and non traceability of parties]: ഇന്റർനെറ്റ് ഇടപാടുകൾ നടക്കുന്നത് എല്ലായ്പ്പോഴും സൈബർ വ്യക്തിത്വങ്ങൾ തമ്മിലാണ്. അതുകൊണ്ടുതന്നെ കക്ഷികളുടെ വ്യക്തിത്വം തിരിച്ചറിയുകയും ബന്ധം സ്ഥാപിക്കുകയും എളുപ്പമല്ല. മാത്രമല്ല, എവിടെ നിന്നാണ് ഇവർ പ്രവർത്തിക്കുന്നത് എന്ന് പോലും മറ്റൊരാൾക്ക് അറിയണമെന്നില്ല. അതുകൊണ്ട് തന്നെ ഇന്റർനെറ്റ് വഴിയുള്ള ഇടപാടുകളിൽ നഷ്ടസാധ്യത കൂടുതലാണ്. ഇ-ബിസിനസ്സിന്റെ നഷ്ടസാധ്യത പിന്നെയും കൂടുതലാണ്. കാരണം, ഒരാളുടെ പേരിൽ മറ്റാരെങ്കിലും ഇടപാട് നടത്തുക, ലളിതമായി പറഞ്ഞാൽ ആൾമാറാട്ടം, ക്രെഡിറ്റ് കാർഡ് വിവരങ്ങൾ പോലുള്ള രഹസ്യാത്മക വിവരങ്ങൾ ചോർന്നുപോകാനുള്ള സാധ്യത എന്നിവയും തള്ളിക്കളയാൻ കഴിയില്ല. കമ്പ്യൂട്ടർ അധിഷ്ഠിത പ്രശ്നങ്ങളായ വൈറസ്, ഹാക്കിംഗ്, തുടങ്ങിയ കുഴപ്പങ്ങൾ വേറെയുമുണ്ട്. ഓൺലൈൻ ബിസിനസിന്റെ സുരക്ഷിതത്വത്തിന്റെയും, ഭദ്രതയുടെയും ആശങ്കകളെ പറ്റി ചർച്ച ചെയ്യുമ്പോൾ നമുക്ക് ഈ വിഷയം കൂടുതൽ പരിശോധിക്കാം.

5. ആളുകളുടെ വിമുഖത [People's resistance]:

പുതിയ പ്രവണതകൾ ശീലിക്കുന്നതിനും പുതിയ സങ്കേതങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നത് പരിശീലിക്കുന്നതിനുമുള്ള വിമുഖത ആളുകളിൽ മനഃക്ലേശവും ബുദ്ധിമുട്ടും ഉണ്ടാക്കുകയും അവരിൽ അരക്ഷിതത്വ ബോധം സൃഷ്ടിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. അതുകൊണ്ട് തന്നെ, ഇ-ബിസിനസ്സിലേക്ക് തിരിയാനുള്ള സ്ഥാപനത്തിന്റെ പരിശ്രമങ്ങളെ ജീവനക്കാരും മറ്റുള്ളവരും എതിർത്തേക്കാം.

6. ധാർമ്മികമായ വീഴ്ചകൾ [Ethical fallouts]: 'നിങ്ങൾ സ്ഥാപനം വിട്ടുപോകാൻ ഉദ്ദേശിക്കുന്നുവെങ്കിൽ ഇപ്പോൾ തന്നെ വിട്ടുപൊയ്

പട്ടിക 5.1 : പരമ്പരാഗത ബിസിനസ്സും ഇ-ബിസിനസ്സും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസം

വ്യത്യാസത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനം	പരമ്പരാഗത ബിസിനസ്	ഇ- ബിസിനസ്
രൂപീകരണത്തിനുള്ള എളുപ്പം	ബുദ്ധിമുട്ടേറിയതാണ്	താരതമ്യേന എളുപ്പമാണ്
കക്ഷികളുടെ ഭൗതികമായ സാന്നിദ്ധ്യം	ആവശ്യമാണ്	ആവശ്യമില്ല
സ്ഥലപരമായ ആവശ്യം	അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ ലഭ്യമാകുന്ന സ്ഥലത്തോ വിപണിയുടെ സമീപത്തോ ആയിരിക്കും.	ഇത്തരം പ്രത്യേക ആവശ്യങ്ങൾ ബാധകമല്ല.
രൂപീകരണ ചെലവ്	കൂടുതൽ	ഭൗതിക സാഹചര്യങ്ങളുടെ കുറഞ്ഞ ആവശ്യകത മൂലം വളരെ കുറവ്.
പ്രവർത്തന ചെലവുകൾ	സംഭരണത്തിനും സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുന്നതിനും ഉൽപ്പാദനത്തിനും വിപണനത്തിനും വിതരണത്തിനുമെല്ലാം ആവശ്യമായ സ്ഥിരം ചെലവുകൾ ഉള്ളതുകൊണ്ട് വളരെ കൂടുതൽ.	ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ സ്വന്തമായി സൂക്ഷിക്കുന്നതിനേക്കാൾ വേഗത്തിൽ ബന്ധപ്പെടാൻ കഴിയുന്ന ശൃംഖലയ്ക്ക് പ്രാധാന്യം നൽകുന്നതുകൊണ്ട് കുറവാണ്
വിതരണക്കാരും ഉപഭോക്താക്കളുമായുള്ള ഇടപെടലിന്റെ പ്രകൃതം.	ഇടനിലക്കാരിലൂടെ പരോക്ഷമായി.	നേരിട്ട്
ആഭ്യന്തര ആശയവിനിമയ രീതികൾ	ശ്രേണീ ബന്ധിതമാണ്. ഉന്നതതലത്തിൽ നിന്ന് മദ്ധ്യ തലത്തിലേക്കും മദ്ധ്യതലത്തിൽ നിന്ന് കീഴ് തലത്തിലേക്കും പിന്നീട് പ്രവർത്തന തലത്തിലേക്കും.	ശ്രേണീബന്ധിതമല്ല. നെടുകെയും കുറുകെയും കോണോടുകോൺ ഉള്ളതുമായ ആശയവിനിമയം.
ഉപഭോക്താക്കളുടെ ആവശ്യങ്ങളോടുള്ള പ്രതികരണ സമയം.	ദൈർഘ്യമേറിയത്	തൽക്ഷണം
സ്ഥാപനത്തിന്റെ ഘടനാപരമായ രൂപം.	ആജ്ഞാ ശ്രേണിയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഉള്ളതുകൊണ്ട് നെടുകെ ഉയരത്തിലുള്ള ഘടന.	നേരിട്ടുള്ള ആജ്ഞകളും ആശയവിനിമയവും ആയതുകൊണ്ട് കുറുകെ പരന്ന ഘടന.
വ്യാപാരചക്രവും ബിസിനസ് പ്രക്രിയകളും.	ക്രമമായ മുൻ-പിൻ ബന്ധങ്ങൾ. അതായത്, വാങ്ങൽ/ഉൽപ്പാദനം, പ്രവർത്തനം, വിപണനം, വിൽപ്പന എന്നതുകൊണ്ട് സുദീർഘമായ വ്യാപാര ചക്രം.	തത്സമയത്തുള്ള വിവിധ പ്രക്രിയകൾ, അതുകൊണ്ട് തന്നെ താരതമ്യേന ചെറിയ വ്യാപാര ചക്രം.
വ്യക്തിബന്ധങ്ങൾക്കുള്ള സാധ്യത	വളരെ കൂടുതൽ	തീരെയില്ല

ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ മുൻപേ പരിശോധിക്കാനുള്ള അവസരം.	വളരെ കൂടുതൽ	കുറവ്. പക്ഷെ ഡിജിറ്റൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങളായ സംഗീതം, സിനിമകൾ, പുസ്തകങ്ങൾ, സോഫ്റ്റ്‌വെയറുകൾ തുടങ്ങിയവ പരിശോധിക്കാൻ കഴിയും.
ആഗോള വിപണിയിലേക്കുള്ള സുഗമമായ പ്രവേശനം	കുറവാണ്	സൈബർ ലോകത്തിന് അതിരുകളില്ലാത്തതുകൊണ്ട് കൂടുതലാണ്.
സർക്കാർ അനുഭാവം	കുറഞ്ഞു കൊണ്ടിരിക്കുന്നു.	വിവര സാങ്കേതിക മേഖലയ്ക്ക് ഉയർന്ന പ്രാധാന്യം നൽകുന്നതുകൊണ്ട് സർക്കാർ ഉയർന്ന പരിഗണന നൽകുന്നു.
മനുഷ്യവിഭവശേഷിയുടെ പ്രകൃതം	അവിദഗ്ദ്ധ, അർദ്ധ വിദഗ്ദ്ധ തൊഴിലാളികൾ മാത്രമേ ആവശ്യമുള്ളൂ.	സാങ്കേതികമായും വൈദഗ്ദ്ധ്യപരമായും യോഗ്യരായ ജീവനക്കാർ ആവശ്യമുണ്ട്.
ഇടപാടുകളിലെ നഷ്ടസാധ്യത	മുഖാമുഖം, കയ്യെത്തും ദൂരത്തുള്ള ഇടപാടുകൾ ആയതുകൊണ്ട് തീരെ കുറവ്	ഇടപാടുകാർ അകലങ്ങളിലുള്ളവരായതുകൊണ്ടും പരിചയമില്ലാത്തവരായതുകൊണ്ടും നഷ്ട സാധ്യത കൂടുതലാണ്.

ക്കോളൂ' സബീന തന്റെ സുഹൃത്തിനയച്ച ഇ-മെയിൽ കാണിച്ചുകൊണ്ട് സ്ഥാപനത്തിലെ മനുഷ്യ വിഭവശേഷി മാനേജർ പറഞ്ഞപ്പോൾ, തന്റെ വ്യക്തിപരമായ ഇ-മെയിൽ അക്കൗണ്ട് എങ്ങിനെ തന്റെ മേധാവി കണ്ടു എന്ന് അത്ഭുതപ്പെടുകയും അമ്പരക്കുകയും ചെയ്തു. പല സ്ഥാപനങ്ങളും തങ്ങളുടെ ജീവനക്കാർ ഉപയോഗിക്കുന്ന കമ്പ്യൂട്ടർ ഫയലുകൾ, ഇ-മെയിൽ അക്കൗണ്ടുകൾ, സന്ദർശിക്കുന്ന വെബ്സൈറ്റുകൾ തുടങ്ങിയവ നിരീക്ഷിക്കുന്നതിനായി ഒരു ഇലക്ട്രോണിക് കണ്ണ് (Electronic eye) ഉപയോഗപ്പെടുത്താറുണ്ട്. ഇത് ധാർമ്മികതയ്ക്ക് നിരക്കുന്നതാണോ എന്ന് സ്വയം വിലയിരുത്തുക.

പരിമിതികൾക്കുള്ളിലും ഇ-കൊമേഴ്സാണ് ഇനിയുള്ള മാർഗ്ഗം. [Despite limitations, e-commerce is the way]

ഇ-ബിസിനസിനെ കുറിച്ചുള്ള മിക്കവാറും പരിമിതികൾ മറികടന്നുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു എന്നതാണ് സൂചിപ്പിക്കേണ്ട പ്രധാന വസ്തുത. വെബ്സൈറ്റുകൾ സൗഹൃദരഹിതമാണ് എന്ന പരാതി ഒഴിവാക്കാനായി കൂടുതൽ പാരസ്പര്യമുളവാക്കുന്നതായി മാറ്റുന്നു. ഇന്റർനെറ്റ് മുഖേനയുള്ള ആശയവിനിമയം മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിന്റെ ഭാഗമായി വേഗതയും ഗുണമേന്മയും വർദ്ധിപ്പിക്കുന്ന നൂതന ആശയവിനിമയ സാങ്കേതിക വിദ്യകൾ തുടർച്ചയായി ഉരുത്തിരിഞ്ഞു വരുന്നുണ്ട്. സർക്കാർ, സർക്കാരിതര ഏജൻസികളും മറ്റ് അന്താരാഷ്ട്ര സംഘടനകളും

ഗ്രാമങ്ങളിലും നാട്ടിൻപുറങ്ങളിലുമെല്ലാം സാമൂഹ്യ ടെലിസെന്ററുകളും അക്ഷയ കേന്ദ്രങ്ങൾ പോലുള്ള കമ്പ്യൂട്ടർ സേവനങ്ങൾ പ്രദാനം ചെയ്യുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളും ആരംഭിച്ച് ഡിജിറ്റൽ വിഭജനം ഒഴിവാക്കാനുള്ള ശ്രമങ്ങൾ നടത്തിവരുന്നുണ്ട്. ഭാരതത്തിന്റെ എല്ലാ മുക്കിലും മൂലയിലും ഇ-കൊമേഴ്സ് എത്തിക്കുന്നതിനായി ഇത്തരത്തിലുള്ള ഏകദേശം നൂറ്റിയമ്പതോളം പദ്ധതികൾ നടപ്പിലാക്കി വരുന്നുണ്ട്.

ഇന്നത്തെ സാഹചര്യത്തിൽ, ഭാരതം കമ്പ്യൂട്ടർ സാക്ഷരതയുടെയും ഉപയോഗത്തിന്റെയും കാര്യത്തിലും ഇന്റർനെറ്റ് സേവനങ്ങളുടെ ലഭ്യതയുടെ കാര്യത്തിലും ഏത് വികസിത രാജ്യങ്ങളോടും കിടപിടിക്കുന്ന രീതിയിൽ വികസിച്ചിട്ടുണ്ട് എന്ന് നിസ്സംശയം പറയാം.

മുകളിലെ ചർച്ചകളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഇ-ബിസിനസ്, ഭാരതത്തിലെ ബിസിനസ് ഭരണരംഗത്ത് മാത്രമല്ല, സാമ്പത്തിക രംഗത്തും ആകെ രൂപമാറ്റം വരുത്തും എന്നതിൽ തർക്കമില്ല. അതുകൊണ്ട് തന്നെ ഇ-ബിസിനസ് രീതികൾ എങ്ങനെയാണ് നടത്തുന്നത് എന്ന് അറിഞ്ഞിരിക്കുന്നത് നന്നായിരിക്കും.

5.5. ഓൺലൈൻ ഇടപാടുകൾ [ONLINE TRANSACTIONS]

പ്രവർത്തനപരമായി ഓൺലൈൻ ഇടപാടുകളിൽ മൂന്ന് ഘട്ടങ്ങൾ നമുക്ക് ദർശിക്കാൻ കഴിയും. ഒന്നാമതായി, പരസ്യം ഉൾപ്പടെയുള്ള വിവരങ്ങൾ ശേഖരിക്കുന്ന വാങ്ങൽ വിൽക്കലിന് മുൻപുള്ള ഘട്ടം. രണ്ടാമതായി, വില തീരുമാനിക്കുന്നതും ഇടപാട് ഉറപ്പിക്കുന്നതും വില നൽകുന്നതുമായ ഘട്ടം. മൂന്നാമതായി ഉൽപ്പന്നം എത്തിച്ച് കൊടുക്കുന്ന ഘട്ടം. ഇതിൽ മൂന്നാമത്തെ ഘട്ടം ഒഴികെ രണ്ട് ഘട്ടങ്ങളിലും വിവരങ്ങൾ കൈമാറുക മാത്രമാണ് ചെയ്യുന്നത്. പരമ്പരാഗത ബിസിനസ് രീതിയിലും ഇത്തരം ആശയവിനിമയം നടക്കുന്നുണ്ട്, പക്ഷെ കൂടുതൽ ചെലവും സമയവും വേണ്ടിവരുമെന്ന് മാത്രം. ഉദാഹരണമായി, പരമ്പരാഗത ബിസിനസിൽ മുഖാമുഖം സംവദിക്കുന്നതിനും ഒരു കക്ഷിക്ക് മറുകക്ഷിയുടെ സമീപമെത്താനും അത്രയും ദൂരം യാത്ര ചെയ്യേണ്ടിവരും. അതിന് കൂടുതൽ ചെലവും സമയവും അദ്ധ്വാനവും വേണ്ടി വരും. വിവരങ്ങൾ തപാൽ വഴി അയക്കുകയാണെങ്കിലും ഒരുപാട് സമയം വേണ്ടിവരും. ഇന്ന് ഇന്റർനെറ്റും മൊബൈൽ ഫോണും ആശയവിനിമയം തത്സമയം ലഭ്യമാക്കുന്ന തലത്തിലേക്ക് മാറിയിരിക്കുന്നു. സോഫ്റ്റ്‌വെയർ, സംഗീതം, സിനിമ തുടങ്ങിയ വിവരസാങ്കേതിക വിദ്യയിലധിഷ്ഠിതമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വിതരണം പോലും ഓൺലൈനായി ചെയ്യാൻ കഴിയും.

ഇതുവരെ ഇവിടെ വിവരിച്ചത് ഉപഭോക്താവിന്റെ കാഴ്ചപ്പാടിലൂടെയുള്ള ഓൺലൈൻ വ്യാപാരത്തെക്കുറിച്ചാണ്. ഒരു വിൽപ്പനക്കാരന്റെ കാഴ്ച്ചപ്പാടിലൂടെയുള്ള ഓൺലൈൻ വ്യാപാരത്തെക്കുറിച്ച്, ഇ-ബിസിനസ്സിന് ആവശ്യമുള്ള വിഭവങ്ങൾ എന്ന ഭാഗത്ത് വിശദീകരിക്കാം. ഇപ്പോൾ നമുക്ക് സാധനങ്ങൾ ഷോപ്പിംഗ് മാളിൽ പോയി വാങ്ങുന്നതിന് പകരം ഓൺലൈനായി വാങ്ങുന്നതിനുള്ള നടപടിക്രമങ്ങൾ പരിചയപ്പെടാം.

1. **രജിസ്ട്രേഷൻ [Registration]**: ഓൺലൈൻ ഷോപ്പിംഗ് നടത്താനുദ്ദേശിക്കുന്ന എല്ലാവരും ഓൺലൈൻ വിൽപ്പന വെബ്സൈറ്റുകളിൽ ഒരു രജിസ്ട്രേഷൻ ഫോറം ഓൺലൈനായി ത്തന്നെ പൂരിപ്പിച്ച് രജിസ്റ്റർ ചെയ്തിരിക്കണം. ഇപ്പോൾ എല്ലാവരും ഒന്നുകിൽ ഇ-മെയിൽ അല്ലെങ്കിൽ മൊബൈൽ നമ്പർ ഉപയോഗിച്ച്

വിവരസാങ്കേതികവിദ്യ ചട്ടം 2000 – കടലാസ് രഹിത സമൂഹത്തിലേക്കുള്ള ചുവടുവയ്പ്
(Information Technology Act 2000 Paves way for paperless Society)

ബിസിനസ് ലോകത്തെയും സർക്കാർ സംവിധാനങ്ങളെയും കടലാസ് രഹിത ഇടപാടുകളിലേക്ക് നയിച്ച 2000 ലെ വിവര സാങ്കേതിക വിദ്യ ചട്ടത്തിലെ ചില പ്രസക്ത ഭാഗങ്ങൾ താഴെ വിശദീകരിക്കുന്നു.

ഇലക്ട്രോണിക് രേഖകൾക്ക് നിയമപരമായ അംഗീകാരം [ഭാഗം 4] : എന്തെങ്കിലും വിവരങ്ങൾ രേഖാമൂലമോ ടൈപ്പ് ചെയ്തോ പ്രിൻറ് ചെയ്തോ അറിയിക്കണം എന്ന് ഏതെങ്കിലും നിയമത്തിൽ അനുശാസിക്കുന്നു എങ്കിൽ, അത്തരം നിയമങ്ങൾ എന്തൊക്കെ പറഞ്ഞാലും ആ വിവരങ്ങൾ ഇലക്ട്രോണിക് രൂപത്തിൽ ഉപയോഗിക്കാവുന്ന രീതിയിലോ കൈകാര്യം ചെയ്യാവുന്ന രീതിയിലോ ലഭ്യമാക്കിയാൽ ആ ആവശ്യം സാധ്യമാക്കപ്പെട്ടു എന്ന് നിയമപരമായി തന്നെ കരുതാം എന്ന് ഈ ഭാഗം വ്യക്തമാക്കുന്നു.

ഡിജിറ്റൽ ഒപ്പുകൾക്ക് നിയമപരമായ അംഗീകാരം [ഭാഗം 5] : എന്തെങ്കിലും വിവരങ്ങൾ ഒപ്പുവച്ച് അംഗീകരിക്കണം എന്നോ അല്ലെങ്കിൽ ഏതെങ്കിലും രേഖകളിൽ ആരുടെയെങ്കിലും ഒപ്പ് ഉണ്ടായിരിക്കണം എന്നോ ഏതെങ്കിലും നിയമത്തിൽ അനുശാസിക്കുന്നു എങ്കിൽ, അത്തരം നിയമങ്ങൾ എന്തൊക്കെ പറഞ്ഞാലും അത്തരം വിവരങ്ങളിൽ കേന്ദ്ര സർക്കാർ അനുശാസിക്കുന്ന രീതിയിലുള്ള ഡിജിറ്റൽ ഒപ്പ് വച്ചുകഴിഞ്ഞാൽ ആ ആവശ്യം സാധ്യമാക്കപ്പെട്ടു എന്ന് നിയമപരമായി തന്നെ കരുതാം എന്ന് ഈ ഭാഗം വ്യക്തമാക്കുന്നു.

സർക്കാരിലും സർക്കാർ ഏജൻസികളിലും ഇലക്ട്രോണിക് രേഖകളും ഡിജിറ്റൽ ഒപ്പുകളും ഉപയോഗിക്കൽ [ഭാഗം 6-1] ഏതെങ്കിലും നിയമത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഏതെങ്കിലും ഫോറങ്ങളോ അപേക്ഷകളോ മറ്റെന്തെങ്കിലും രേഖകളോ ഏതെങ്കിലും പ്രത്യേക രീതിയിൽ അതാത് സർക്കാരുകളുടെ ഉടമസ്ഥതയിലോ നിയന്ത്രണത്തിലോ ഉള്ള ഏതെങ്കിലും ഓഫീസിലോ അധികാരികൾക്കോ സ്ഥാപനങ്ങൾക്കോ ഏജൻസികൾക്കോ ഏതെങ്കിലും തരത്തിലുള്ള ലൈസൻസ്, അനുമതിപത്രം, അംഗീകാരം നൽകൽ എന്നിങ്ങനെ ഏതു പേരിൽ അറിയപ്പെടുന്നതായാലും ഏതെങ്കിലും രീതിയിലുള്ള പണം നൽകലോ സ്വീകരിക്കലോ, ഇന്നത്തെ സ്ഥിതിയിൽ നിലവിലുള്ള നിയമങ്ങളിൽ എന്തൊക്കെ പറഞ്ഞാലും അതത് സർക്കാരുകൾ പറയുന്ന രീതിയിൽ ഇലക്ട്രോണിക് ആയി സമർപ്പിക്കപ്പെടുക, വിതരണം ചെയ്യുക, അനുവദിക്കുക, പണം നൽകുക, അല്ലെങ്കിൽ വാങ്ങുക എന്താണോ അത്, ചെയ്തു കഴിഞ്ഞാൽ അത്തരം ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റപ്പെട്ടതായി കണക്കാക്കും.

ഇലക്ട്രോണിക് രേഖകൾ സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കൽ [ഭാഗം 7-1] ഏതെങ്കിലും നിയമം അനുശാസിക്കുന്നു എങ്കിൽ പ്രമാണങ്ങളോ രേഖകളോ അല്ലെങ്കിൽ മറ്റെന്തെങ്കിലും വിവരങ്ങളോ നിശ്ചിത കാലത്തേക്ക് സൂക്ഷിച്ച് വെക്കേണ്ട ആവശ്യമുണ്ടെങ്കിൽ ആ രേഖകളോ പ്രമാണങ്ങളോ വിവരങ്ങളോ ഇലക്ട്രോണിക് രൂപത്തിൽ നിലനിർത്തിയിട്ടുണ്ടെങ്കിൽ പ്രസ്തുത ആവശ്യം തൃപ്തിപ്പെടുത്തിയതായി കണക്കാക്കാം.

അവലംബം: *വിവരസാങ്കേതികവിദ്യ ചട്ടം, 2000*

രജിസ്റ്റർ ചെയ്യാനാണ് ആവശ്യപ്പെടുന്നത്. രജിസ്ട്രേഷൻ എന്നത് കൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത് നിങ്ങൾ ഓൺലൈൻ വിൽപ്പന വെബ്സൈറ്റിൽ ഒരു അക്കൗണ്ട് തുടങ്ങുന്നു എന്നാണ്. വിവരങ്ങൾ നൽകുന്ന കൂട്ടത്തിൽ നിങ്ങൾ ഒരു രഹസ്യ പാസ്സ്‌വേർഡ് നൽകിയിരിക്കണം. നിങ്ങളുടെ അക്കൗണ്ടും സാധനങ്ങൾ തെരഞ്ഞെടുത്ത് വയ്ക്കുന്ന ഷോപ്പിങ്ങ് കാർട്ടും ഈ പാസ്സ്‌വേർഡ് ഉപയോഗിച്ച് സംരക്ഷിക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്നതാണ്. അല്ലെങ്കിൽ മറ്റാരെങ്കിലും നിങ്ങളുടെ അക്കൗണ്ടിൽ കയറി സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുകയോ മറ്റോ ചെയ്യാം. അത് നിങ്ങൾക്ക് ചിലപ്പോൾ കുഴപ്പങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കാം.

2. ഓർഡർ നൽകുക [Placing an order]: നിങ്ങൾക്ക് താൽപര്യമുള്ള വസ്തുക്കൾ വാങ്ങാൻ തീരുമാനിക്കുന്നതിന് മുൻപ് അവ തെരഞ്ഞെടുത്ത് ഷോപ്പിങ്ങ് കാർട്ടിൽ സൂക്ഷിക്കാം. ഓൺലൈനായി സാധനങ്ങൾ തിരയുമ്പോൾ നിങ്ങൾ മാറ്റി വയ്ക്കുന്ന സാധനങ്ങളുടെ പട്ടികയാണ് 'ഷോപ്പിങ്ങ് കാർട്ട്'. സാധാരണ കടയിൽ സാധനങ്ങൾ മാറ്റി വയ്ക്കുന്നതുപോലെ ഓൺലൈനിൽ സാധനങ്ങൾ മാറ്റി വയ്ക്കുന്ന രീതിയാണിത്. ഏത് സാധനമാണ് വാങ്ങേണ്ടത് എന്ന് തീരുമാനിച്ചുകഴിഞ്ഞാൽ നിങ്ങൾക്ക് പണം നൽകാനുള്ള രീതികൾ തിരഞ്ഞെടുക്കാം.

3. പണം നൽകുന്ന രീതികൾ [Payment mechanism]: ഓൺലൈനായി സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുമ്പോൾ പണം നൽകുന്നതിനായി പല മാർഗ്ഗങ്ങൾ അവലംബിക്കാം.

1. സാധനം നൽകുമ്പോൾ പണം നൽകൽ [Cash on Delivery (CoD)]: പേര് സൂചിപ്പിക്കുന്നതുപോലെ തന്നെ ഓൺലൈനായി ഓർഡർ ചെയ്ത സാധനങ്ങൾ നമ്മുടെ കൈവശം എത്തുമ്പോൾ മാത്രം പണം നൽകുകയാണ് ഇവിടെ ചെയ്യുന്നത്.

2. ചെക്ക് മുഖേന [Cheque]: ഓൺലൈൻ വിൽപ്പനക്കാർ ഉപഭോക്താവിന്റെ കൈയ്യിൽ നിന്ന് ചെക്ക് സ്വീകരിക്കാനുള്ള സൗകര്യം ചെയ്യുകയും അത് പണമാക്കി മാറ്റിയ ശേഷം സാധനം അയക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

3. നെറ്റ് ബാങ്കിംഗ് മുഖേന [Net banking Transfer]: എല്ലാ ബാങ്കുകളും ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ഇന്റർനെറ്റ് മുഖേന പണം കൈമാറ്റം ചെയ്യുന്നതിനുള്ള സൗകര്യം ചെയ്തുകൊടുക്കാറുണ്ട്. ഇതുവഴി വാങ്ങുന്നയാൾ വിൽപ്പനക്കാരന്റെ അക്കൗണ്ടിലേക്ക് പണം കൈമാറ്റം ചെയ്യുകയും അതിനനുസരിച്ച് സാധനം അയക്കാനുള്ള നടപടികൾ ആരംഭിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

4. ക്രെഡിറ്റ് അല്ലെങ്കിൽ ഡെബിറ്റ് കാർഡുകൾ [Credit or Debit Cards]: ഓൺലൈൻ ഇടപാടുകളിൽ പണം നൽകുന്നതിന് ഏറ്റവും കൂടുതൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന രീതിയാണ് പ്ലാസ്റ്റിക് മണി എന്നറിയപ്പെടുന്ന ക്രെഡിറ്റ്, ഡെബിറ്റ് കാർഡുകൾ. ഏതാണ്ട് തൊണ്ണൂറ്റിയഞ്ച് ശതമാനം ഓൺലൈൻ ഇടപാടുകളും നടക്കുന്നത് ക്രെഡിറ്റ് കാർഡ് മുഖേനയാണ്. ഈ കാർഡ് കൈവശമുള്ളവർക്ക് കടമായി സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുവാൻ സാധിക്കും. ഓൺലൈൻ വിൽപ്പനക്കാരന് കാർഡ് ഉടമ നൽകാനുള്ള തുക കാർഡ് വിതരണം ചെയ്ത ബാങ്ക് നൽകുകയും വാങ്ങുന്നയാളുടെ അക്കൗണ്ടിൽ തുക ചെലവായി കാണിക്കുകയും ചെയ്യും. ഈ തുക പലപ്പോഴും തവണകളായി അടയ്ക്കാനുള്ള സൗകര്യം ബാങ്കുകൾ നൽകാറുണ്ട്. ഡെബിറ്റ് കാർഡ് ഉടമയ്ക്ക് ബാങ്ക് അക്കൗണ്ടിലുള്ള അത്രയും തുകയ്ക്ക് സാധനം വാങ്ങാം. ഇടപാട് നടത്തിയ ഉടൻ തന്നെ അത്രയും തുക അക്കൗണ്ടിൽ നിന്ന് കുറവ് ചെയ്യും.

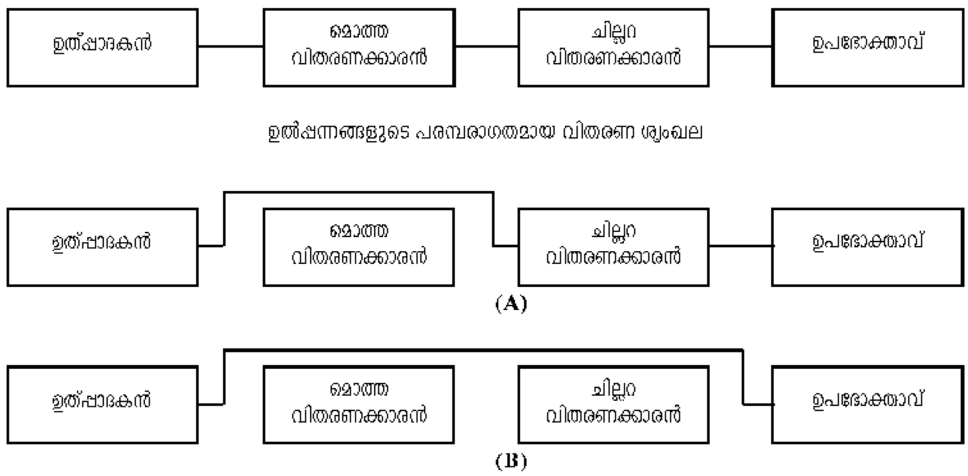
പണമിടപാടിന് ക്രെഡിറ്റ് കാർഡ് അംഗീകരിക്കണമെങ്കിൽ വിൽപ്പനക്കാരന് ഉപഭോക്താവിന്റെ ക്രഡിറ്റ് കാർഡ് വിവരങ്ങൾ സുരക്ഷിതമായി ശേഖരിക്കുന്നതിനുള്ള സംവിധാനം ആവശ്യമാണ്. കാർഡുകൾ ഉപയോഗിച്ചുള്ള പണമിടപാട് പ്രക്രിയ ഒന്നുകിൽ നേരിട്ട് ചെയ്യാം അല്ലെങ്കിൽ ഓൺലൈനായി എസ്.എസ്.എൽ. സർട്ടിഫിക്കറ്റ് (SSL -Secure Sockets Layer) Certificate സംവിധാനത്തിലൂടെ ചെയ്യാം.

5. ഡിജിറ്റൽ പണം [Digital cash]:

സൈബർ സ്ഥലത്ത് മാത്രം സ്ഥിതി ചെയ്യുന്ന ഇലക്ട്രോണിക് രൂപത്തിലുള്ള ഈ പണത്തിന് ഭൗതിക രൂപമില്ലെങ്കിലും യാഥാർത്ഥ പണം ഉപയോഗിക്കുന്നത് പോലെ തന്നെ ഇലക്ട്രോണിക് രൂപത്തിൽ ഉപയോഗിക്കാൻ കഴിയും. ഇതിന് വേണ്ടി ആദ്യം ചെയ്യേണ്ടത്, ഡിജിറ്റൽ പണം നൽകുന്ന ബാങ്കിന് ആവശ്യമായ മുൻകൂർ പണം നൽകി നിങ്ങളുടെ പേരിൽ ഡിജിറ്റൽ പണം അനുവദിപ്പിക്കുക എന്നതാണ്. അതിന് ശേഷം ബാങ്ക് നിങ്ങൾക്ക് ഒരു സോഫ്റ്റ്വെയർ അയച്ചുതരികയും അത് നിങ്ങളുടെ കമ്പ്യൂട്ടറിൽ സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുകയും ചെയ്യാം. ആവശ്യം വരുമ്പോൾ ഈ ഡിജിറ്റൽ പണം ഉപയോഗിച്ച് ഇന്റർനെറ്റിലൂടെ സാധനങ്ങൾ വാങ്ങാം. ഇത്തരം സംവിധാനം ക്രഡിറ്റ് കാർഡ് നമ്പറുകൾ ഇന്റർനെറ്റിൽ നൽകുന്നത് വഴിയുള്ള സുരക്ഷിതത്വ പ്രശ്നങ്ങൾ ഇല്ലാതാക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു.

5.6 ഇലക്ട്രോണിക് ഇടപാടുകളിലെ സംരക്ഷണവും സുരക്ഷിതത്വവും : ഇ-ബിസിനസ് നഷ്ടസാധ്യതകൾ [SECURITY AND SAFETY OF e-TRANSACTIONS: e-BUSINESS RISKS]

ഓൺലൈൻ ഇടപാടുകൾക്ക് പരമ്പരാഗതമായ മുഖാമുഖ ഇടപാടുകളെ അപേക്ഷിച്ച് നഷ്ടസാധ്യതകൾ ഏറെയുണ്ട്. നഷ്ടസാധ്യത എന്ന് പറയുന്നത് ഇടപാടിൽ ഉൾപ്പെടുന്ന ആളു



ചിത്രം 5.3 (A) യും (B) യും :

ഇ-ബിസിനസ്സിലൂടെ ഉൽപ്പന്ന വിതരണ ശൃംഖല ദൈർഘ്യം കുറയ്ക്കുന്ന വിധം

കൾക്ക് ഏതെങ്കിലുമൊക്കെ അനിഷ്ടസംഭവങ്ങൾ മൂലം ഉണ്ടാകാവുന്ന ധനപരമായതോ മാനസികമായതോ യശസ്സിനെ ബാധിക്കുന്നതോ ആയ ഏത് തരം നഷ്ടങ്ങളും ആകാം. ഓൺലൈൻ ഇടപാടുകളിൽ ഇത്തരം നഷ്ടസാധ്യതകൾ കൂടുതലായതുകൊണ്ട് ഇ-ബിസിനസ്സിൽ ഇലക്ട്രോണിക് ഇടപാടുകളിലെ സംരക്ഷണവും സുരക്ഷിതത്വവും ഏറ്റവും നിർണ്ണായകമായ വിഷയമാകുന്നു. ഇത്തരം വിഷയങ്ങളെ വിശാലമായ അർത്ഥത്തിൽ ഇടപാടുകളിലെ നഷ്ടസാധ്യത, വിവരങ്ങൾ ശേഖരിച്ച് വയ്ക്കുന്നതിലെയും കൈമാറുന്നതിലെയും നഷ്ടസാധ്യത, ബൗദ്ധിക സ്വത്തവകാശത്തിനും സ്വകാര്യതയ്ക്കും നേർക്കുള്ള ഭീഷണി എന്നിങ്ങനെ മൂന്ന് വിഭാഗങ്ങളായി ചർച്ച ചെയ്യാം.

1. ഇടപാടുകളിലെ നഷ്ട സാധ്യത [Transaction risks]:

ഓൺലൈൻ ഇടപാടുകളിൽ പലവിധ നഷ്ടങ്ങൾ സംഭവിക്കാൻ സാധ്യതയുണ്ട്.

- ഉപഭോക്താവ് നൽകിയ ഓർഡർ ലഭിച്ചിട്ടേയില്ല എന്ന് വിൽപ്പനക്കാരന് നിഷേധിക്കാം. അല്ലെങ്കിൽ ഓർഡർ നൽകിയിട്ടേയില്ല എന്ന് ഉപഭോക്താവിന് നിഷേധിക്കാം. ഇതിനെ ഓർഡർ നൽകുന്നതിലെ അല്ലെങ്കിൽ എടുക്കുന്നതിലെ വീഴ്ച എന്ന് പറയാം.
- ഉദ്ദേശിച്ച ഉൽപ്പന്നം ലഭിക്കാതിരിക്കുക, ഉൽപ്പന്നം തെറ്റായ വിലാസത്തിൽ വിതരണം ചെയ്യുക, ഓർഡർ ചെയ്യാത്ത മറ്റൊരു ഉൽപ്പന്നം വിതരണം ചെയ്യുക എന്നിങ്ങനെയുള്ള ഉൽപ്പന്ന വിതരണത്തിലെ വീഴ്ചകൾ സംഭവിക്കാവുന്നതാണ്.
- വിതരണം ചെയ്ത വസ്തുവിന് ഉപഭോക്താവ് പണം നൽകി എന്ന് അവകാശപ്പെടുകയും വിൽപ്പനക്കാരൻ പണം ലഭിച്ചില്ല എന്ന് പരാതിപ്പെടുകയും ചെയ്യുക. ഇതിനെ പണം നൽകുന്നതിലുണ്ടാകുന്ന വീഴ്ച എന്ന് പറയുന്നു.

ഇത്തരത്തിൽ ഇ-ബിസിനസ്സിലുള്ള നഷ്ടസാധ്യത വിൽപ്പനക്കാരനിൽ നിന്നോ വാങ്ങുന്നയാളിൽ നിന്നോ ഓർഡർ നൽകുന്നതിലോ എടുക്കുന്നതിലോ ഉൽപ്പന്നം വിതരണം ചെയ്യുന്നതിലോ പണം നൽകുന്നതിലോ ഉടലെടുക്കാം. ഇത്തരം പ്രശ്നങ്ങൾ ഒഴിവാക്കുന്നതിന് വേണ്ടി വ്യക്തിവിവരങ്ങളും വിലാസവും പരിശോധിച്ച് മാത്രം രജിസ്ട്രേഷൻ അനുവദിക്കുകയും തുടർന്ന് ഓർഡറും പണവും സ്വീകരിക്കാവുന്നതുമാണ്. ഉദാഹരണത്തിന് ഉപഭോക്താവ് തന്റെ വ്യക്തിവിവരങ്ങൾ രജിസ്ട്രേഷൻ ഫോമിൽ കൃത്യമായാണ് രേഖപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നത് എന്ന് ഉറപ്പിക്കാൻ വിൽപ്പനക്കാരൻ കുക്കീസിൽ നിന്ന് പരിശോധിച്ച് ഉറപ്പ് വരുത്താവുന്നതാണ്. (ടെലിഫോണിലെ വിളിക്കുന്നയാളെ തിരിച്ചറിയുന്ന സംവിധാനം പോലെ ടെലി വിപണനക്കാർക്ക് ഉപഭോക്താക്കളുടെ പേര്, വിലാസം, മുൻപ് വാങ്ങിയതിന്റെയും പണമിടപാടിന്റെയും വിവരങ്ങൾ തുടങ്ങിയ പ്രസക്തമായ വിവരങ്ങൾ നൽകുന്ന സംവിധാനമാണ് കുക്കീസുകൾ). പരിചയമില്ലാത്ത വിൽപ്പനക്കാരുമായി ഇടപെടുമ്പോൾ ഉപഭോക്താക്കളുടെ സുരക്ഷിതത്വം ഉറപ്പ് വരുത്തുന്നതിന് പ്രശസ്തമായ ഷോപ്പിംഗ് വെബ്സൈറ്റുകളിൽ നിന്നു മാത്രം ഓൺലൈൻ ഇടപാടുകൾ നടത്തുക എന്നതാണ് എളുപ്പമാർഗ്ഗം. ഇത്തരം വിതരണക്കാരെ അവരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഓൺലൈനായി വിൽക്കാൻ അനുവദിക്കുമ്പോൾ പ്രശസ്ത വെബ്സൈറ്റുകൾ വിതരണക്കാരുടെ വിലാസവും വ്യക്തിവിവരങ്ങളും മുൻകാല സേവനരീതികളും എല്ലാം ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ലഭ്യമാക്കാറുണ്ട്. ഇ-ബേ (E-bay) പോലുള്ള സൈറ്റുകൾ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വിൽപ്പനക്കാരെ ഗ്രേഡ് ചെയ്യാനുള്ള അവസരം പോലും നൽ

കാറുണ്ട്. ഈ സൈറ്റുകൾ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിതരണം ചെയ്യുന്നതിലുള്ള പിഴവുകളിൽ നിന്ന് ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സംരക്ഷണം നൽകുന്നു. പലപ്പോഴും നൽകിയ പണം തിരിച്ച് നൽകുക പോലും ചെയ്തിട്ടുണ്ട്.

പണം നൽകുന്ന കാര്യത്തിൽ, മുൻപ് സൂചിപ്പിച്ചത് പോലെ, തൊണ്ണൂറ്റിയഞ്ച് ശതമാനം ആളുകളും ഓൺലൈൻ വാങ്ങലുകൾക്കായി ക്രെഡിറ്റ് കാർഡ് ആണ് ഉപയോഗിക്കുന്നത്. ഓർഡർ ഉറപ്പിക്കുന്ന സമയത്ത് വാങ്ങുന്നയാൾ ക്രെഡിറ്റ് കാർഡ് നമ്പർ, കാർഡ് വിതരണം ചെയ്ത സ്ഥാപനം അല്ലെങ്കിൽ ബാങ്ക്, കാർഡിന്റെ കാലാവധി തുടങ്ങിയ വിവരങ്ങൾ ഓൺലൈനായി നൽകേണ്ടതുണ്ട്. ഈ വിവരങ്ങൾ ഓഫ് ലൈനായും വിശകലനം ചെയ്യാറുണ്ട്. അതിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ, കടത്തിന്റെ പരിധി ലഭ്യമാണ് എന്ന് ഉറപ്പുവരുത്തിയ ശേഷം മാത്രമേ വിൽപ്പനക്കാരൻ സാധനം വിതരണം ചെയ്യുന്നതിനുള്ള നടപടികൾ ആരംഭിക്കുകയുള്ളൂ. ഇതിന് പകരമായി ക്രെഡിറ്റ്കാർഡ് വിവരങ്ങൾ ഓൺലൈനായി തന്നെ പരിശോധിക്കുന്നതിനുള്ള സാങ്കേതിക വിദ്യയും ഇ-ബിസിനസിലുണ്ട്. ക്രെഡിറ്റ് കാർഡ് വിവരങ്ങൾ സുരക്ഷിതമാക്കുന്നതിനും അവ ദുരുപയോഗം ചെയ്യുന്നത് തടയുന്നതുമായി ഷോപ്പിംഗ് മാളുകളും, ഷോപ്പിംഗ് വെബ്സൈറ്റുകളും എൻക്രിപ്ഷൻ എന്ന സാങ്കേതികവിദ്യ ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. വിവരങ്ങളെ പാസ്സ്‌വേർഡ് ഉപയോഗിച്ച് സംരക്ഷിക്കുകയും യഥാർത്ഥ ഗുണഭോക്താക്കൾക്ക് മാത്രം ലഭ്യമാക്കുകയും ചെയ്യുന്ന സംവിധാനമാണ് എൻക്രിപ്ഷൻ സാങ്കേതികവിദ്യ. ആദായനികുതി വകുപ്പ് നികുതിദായകരുമായുള്ള എല്ലാ ആശയവിനിമയങ്ങളിലും ഈ സാങ്കേതികവിദ്യ ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. വരുന്ന ഭാഗങ്ങളിൽ ഓൺലൈൻ ഇടപാടുകളിലെ വിവരം കൈമാറുന്നതിലെ നഷ്ടസാധ്യതയിൽ നിന്ന് സംരക്ഷണം നൽകുന്ന എൻക്രിപ്ഷൻ, ക്രിപ്റ്റോഗ്രാഫി എന്നീ സാങ്കേതികവിദ്യകളെ കുറിച്ച് നമുക്ക് പരിചയപ്പെടാം.

2. വിവരങ്ങൾ സൂക്ഷിക്കുന്നതിലും കൈമാറ്റം ചെയ്യുന്നതിലുമുള്ള നഷ്ടസാധ്യത [Data storage and transmission risks]: വിവരങ്ങൾ അതീവ പ്രാധാന്യമുള്ളതാണ്. അത് തെറ്റായ ആളുകളുടെ കൈവശം എത്തിയാൽ എന്താകും അവസ്ഥ എന്ന് ആലോചിച്ച് നോക്കൂ. കമ്പ്യൂട്ടറിൽ സൂക്ഷിച്ച് വച്ചിരിക്കുന്ന വിവരങ്ങൾക്കും അവ സഞ്ചരിക്കുന്ന വഴികളിലും ഏറെ അപകടസാധ്യതകൾ ഉണ്ട്. സുപ്രധാന വിവരങ്ങൾ സ്വാർത്ഥലാഭത്തിനായോ, പലപ്പോഴും തമാശക്കോ സാഹസികതക്ക് വേണ്ടിയോ മോഷ്ടിക്കുകയോ രൂപമാറ്റം വരുത്തുകയോ ചെയ്യാറുണ്ട്. കമ്പ്യൂട്ടർ വൈറസുകളെപ്പറ്റിയും ഹാക്കിംഗിനെപ്പറ്റിയുമെല്ലാം നിങ്ങൾ കേട്ടിരിക്കും. 'VIRUS' എന്ന ചുരുക്കപ്പേരിന്റെ പൂർണ്ണ രൂപം നിങ്ങൾക്കറിയാമോ? Vital Information under Siege അഥവാ സുപ്രധാന വിവരങ്ങൾ വളയപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു അല്ലെങ്കിൽ അപകടത്തിലാക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു എന്നർത്ഥം. യഥാർത്ഥത്തിൽ വൈറസ് എന്നത് മറ്റൊരു കമ്പ്യൂട്ടർ പ്രോഗ്രാം ആണ്. അവ സ്വമേധയാ കമ്പ്യൂട്ടറുകൾക്ക് ആജ്ഞകൾ നൽകുകയും, യഥാർത്ഥത്തിൽ നൽകുന്ന ആജ്ഞകളെ കുഴപ്പത്തിലാക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. കമ്പ്യൂട്ടർ വൈറസുകളുടെ സ്വാധീനം പല തരത്തിലുണ്ട്. ചിലപ്പോൾ വെറുതെ സ്ക്രീനിൽ ചില കുസൃതികൾ കാണിച്ച് ശല്യം ചെയ്യുന്ന ഒന്നാം നിര വൈറസുകൾ, പ്രവർത്തനങ്ങളെ തടസ്സപ്പെടുത്തുന്ന രണ്ടാം നിര വൈറസുകൾ, സൂക്ഷിച്ച് വച്ചിരിക്കുന്ന വിവരങ്ങളെ കടന്നാക്രമിച്ച് കേടുവരുത്തുന്ന മൂന്നാം നിര വൈറസുകൾ, കമ്പ്യൂട്ടറുകളെ മുഴുവനായും കേടുവരുത്തുന്ന നാലാം നിര വൈറസുകൾ എന്നിങ്ങനെ പല നിരയി

ലുള്ള വൈറസുകൾ ഉണ്ട്. ആൻറി വൈറസ് പ്രോഗ്രാമുകൾ സ്ഥാപിക്കുകയും അവയെ കാലാനുസൃതമായി നവീകരിക്കുകയും ചെയ്യുക എന്നത് മാത്രമാണ് ഇതിൽ നിന്ന് സംരക്ഷണം ലഭിക്കാനുള്ള പോംവഴി. അവ നിങ്ങളുടെ ശേഖരിച്ച വിവരങ്ങളെയും ഫയലുകളെയും കമ്പ്യൂട്ടറുകളെത്തന്നെയും വൈറസിൽ നിന്ന് ഒരു പരിധിവരെ സംരക്ഷിക്കും.

വിവരങ്ങൾ കൈമാറുന്നതിനിടക്ക് ചിലപ്പോൾ മറ്റുള്ളവർ ഇടപെട്ട് കൈമാറ്റം തടസ്സപ്പെടുത്തിയേക്കാം. ക്രിപ്റ്റോഗ്രാഫി എന്ന സാങ്കേതിക വിദ്യ ഉപയോഗിക്കുന്നതിലൂടെ ഇതിനെ നേരിടാം. ദത്തങ്ങളെയും വിവരങ്ങളെയും വായിക്കാൻ കഴിയാത്ത സൈഫർടെക്സ്റ്റ് രൂപത്തിലേക്ക് മാറ്റി [എൻക്രിപ്ഷൻ] സംരക്ഷിക്കുന്ന സാങ്കേതിക വിദ്യയാണിത്. പ്രത്യേകമായുള്ള രഹസ്യ ഡിജിറ്റൽ താക്കോൽ അഥവാ പാസ്സ്‌വേർഡ് ഉപയോഗിച്ച് മാത്രമേ ഇത് തുറക്കാൻ [ഡെസിഫർ, അഥവാ ഡീക്രിപ്റ്റ്] ചെയ്യാൻ കഴിയുകയുള്ളൂ. മറ്റൊരാളുമായി കോഡ് ഭാഷയിൽ ആശയവിനിമയം നടത്തുന്നതുപോലെയാണിത്. വേറൊരാൾക്കും നിങ്ങളുടെ സംഭാഷണം മനസ്സിലാവുകയില്ല.

3. ബൗദ്ധിക സ്വത്തവകാശത്തിന്മേലും സ്വകാര്യതയ്ക്ക് മേലുമുള്ള ഭീഷണി [Risks of threat to intellectual property and privacy]: ഇന്റർനെറ്റ് ഒരു തുറസ്സായ സ്ഥലമാണ്. നിങ്ങളുടെ ഏതെങ്കിലും വിവരം ഇൻറർനെറ്റിന് കൈമാറിയാൽ, അത് നിങ്ങളുടെ സ്വകാര്യതയിൽ നിന്ന് പുറത്തായി എന്നതാണ് വസ്തുത. അത് മറ്റുള്ളവർ കോപ്പിയടിക്കുന്നത് തടയാൻ എളുപ്പമല്ല. ഓൺലൈൻ ഇടപാടിനായി വിവരങ്ങൾ നൽകുമ്പോൾ അത് മറ്റുള്ളവർക്ക് നൽകുകയും അവർ നിരവധി പരസ്യങ്ങളും മറ്റും നിങ്ങളുടെ ഇ-മെയിലിൽ നിക്ഷേപിക്കുകയും ചെയ്യും. ഇത്തരം ശല്യങ്ങളിൽ നിന്ന് രക്ഷ നേടാൻ പ്രത്യേക മാർഗ്ഗമൊന്നുമില്ല.

5.7 ഇ-ബിസിനസ് വിജയകരമായി നടപ്പിലാക്കുന്നതിന് വേണ്ട വിഭവങ്ങൾ [Resources Required for Successful e-business Implementation]

ഏതൊരു ബിസിനസ് സംരംഭം തുടങ്ങുന്നതിനും ഭൗതിക, സാമ്പത്തിക, മനുഷ്യ വിഭവങ്ങൾ ആവശ്യമാണ്. ഇ–ബിസിനസ് തുടങ്ങുന്നതിന് കൂടുതലായി, നന്നായി വികസിപ്പിച്ച, തുടർച്ചയായി നവീകരിച്ചും സംരക്ഷിച്ചും കൊണ്ടിരിക്കുന്ന പ്രവർത്തനക്ഷമമായ ഒരു വെബ്സൈറ്റ് ആവശ്യമാണ്. സൈറ്റ് എന്നത് ഒരു സ്ഥലവും വെബ് എന്നത്, വേൾഡ് വൈഡ് വെബ് എന്നുമാകുന്നു. ചുരുക്കത്തിൽ ഒരു സ്ഥാപനത്തിന്റെ വെബ്സൈറ്റ് എന്നത് വേൾഡ് വൈഡ് വെബിലെ അതിന്റെ സ്ഥാനമാണ്. വെബ്സൈറ്റ് എന്നത് ഒരു ഭൗതികമായ ഭൂമിശാസ്ത്രപരമായ സ്ഥലമല്ല എന്ന് പ്രത്യേകം പറയേണ്ടതില്ലല്ലോ. അതായത്, ഒരു സ്ഥാപനത്തിലെ മറ്റുള്ളവർക്ക് നൽകേണ്ട വിവരങ്ങളെല്ലാം ഉൾക്കൊള്ളുന്ന ഓൺലൈൻ സ്ഥലമാണ് വെബ്സൈറ്റ് എന്നത്.

5.8. പുറംകരാർ - ആശയം [Outsourcing: Concept]

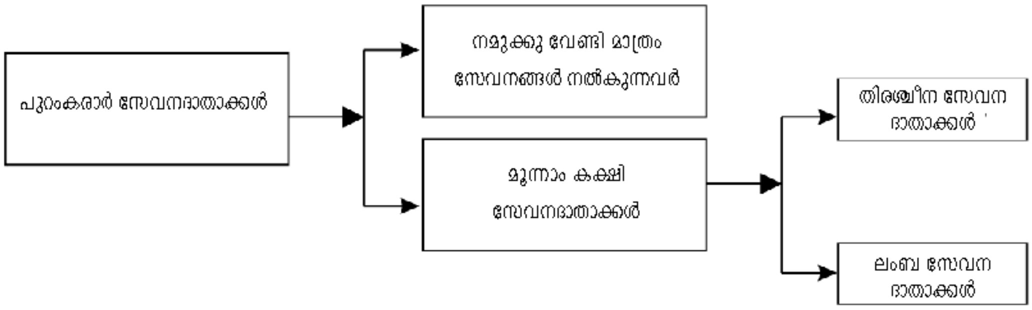
ബിസിനസ് രംഗത്ത് സമൂലമായ മാറ്റങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കിയ മറ്റൊരു നൂതന പ്രവണതയാണ് പുറംകരാർ നൽകൽ. വിദഗ്ദ്ധരായ മൂന്നാമതൊരാളുടെ പരിചയസമ്പത്തും പ്രാഗൽഭ്യവും കഴിവും ഒരു പക്ഷെ നിക്ഷേപവും പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നതിന് വേണ്ടി സ്വന്തം നിയന്ത്രണത്തിലുള്ളതോ അല്ലെങ്കിൽ മറ്റ് വിദഗ്ദ്ധരോ

ആയ ആളുകളെ സ്ഥാപനത്തിലെ അത്ര പ്രാധാന്യമല്ലാത്ത പ്രവൃത്തികൾ (ഈ അടുത്തകാലത്തായി പ്രധാന പ്രവൃത്തികൾ പോലും) ദീർഘകാലത്തേയ്ക്ക് കരാർ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ചെയ്യാൻ ഏൽപ്പിക്കുന്നതിനെയാണ് പുറം കരാർ നൽകൽ എന്ന് പറയുന്നത്. ഏതെങ്കിലും ഒരു വ്യവസായത്തിലോ, ബിസിനസിലോ ഏതെങ്കിലും ഒരു രാജ്യത്തോ മാത്രമല്ല ലോകമെമ്പാടും വ്യാപിച്ചിരിക്കുന്ന ഒരു പ്രതിഭാസമാണ് എന്നതാണ് ഈ ആശയത്തിന്റെ സവിശേഷത.

1. പുറംകരാർ ജോലി എന്നത് പുറമെയുള്ളവർക്ക് കരാർ നൽകലാണ് [Outsourcing involves contracting out]: പുറംകരാർ എന്നത്, അതിന്റെ വാചിക അർത്ഥത്തിൽ തന്നെ, ഇതുവരെ നിങ്ങൾ സ്ഥാപനത്തിനകത്ത് ചെയ്തുകൊണ്ടിരുന്ന പ്രവൃത്തി പുറത്തുള്ള സ്രോതസ്സ് ഉപയോഗിച്ച് ചെയ്യുക എന്നതാണ്. ഉദാഹരണമായി, മിക്കവാറും എല്ലാ കമ്പനികളും അവരുടെ പരിസരം വൃത്തിയാക്കുന്നതിനും മറ്റ് ശുചീകരണ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കുമായി അവരുടെതായ ശുചീകരണ ജീവനക്കാരെ നിയമിച്ചിരുന്നു. അതായത്, ഇത്തരം ശുചീകരണ പ്രവർത്തനങ്ങൾ സ്വന്തം ജീവനക്കാരാണ് ചെയ്തു വന്നിരുന്നത്. എന്നാൽ അടുത്തകാലത്തായി മിക്ക കമ്പനികളും ഈ പ്രവർത്തനങ്ങൾ പുറംകരാർ നൽകിത്തുടങ്ങി; അതായത്, അവരുടെ സ്ഥാപനത്തിലെ ശുചീകരണ പ്രവർത്തനങ്ങൾ മറ്റൊരു ഏജൻസിയെക്കൊണ്ട് കരാർ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ചെയ്യിക്കാൻ തുടങ്ങി എന്നർത്ഥം.

2. സാധാരണയായി അത്ര പ്രാധാന്യമില്ലാത്ത ജോലികളാണ് പുറംകരാർ നൽകാറുള്ളത് [Generally noncore business activities are outsourced]: മിക്ക സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും ശുചീകരണ പ്രവർത്തനങ്ങൾ സാധാരണയായി അത്ര പ്രാധാന്യമില്ലാത്ത ജോലിയാണ്. എന്നാൽ ശുചീകരണ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഏറ്റെടുത്ത് നടത്തുന്ന സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക്, അതുപോലെ മുനിസിപ്പാലിറ്റി പോലുള്ള സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് ശുചീകരണ പ്രവർത്തനം പ്രധാന പ്രവൃത്തി തന്നെയാണ്. മുറികൾ വൃത്തിയായി സൂക്ഷിക്കുക എന്നത് ഒരു ഹോട്ടലിനെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം പ്രധാന പ്രവൃത്തി തന്നെയാണ്. മറ്റൊരു തരത്തിൽ പറഞ്ഞാൽ, ഒരു കമ്പനി ഏത് ബിസിനസാണോ ചെയ്യുന്നത്, അതിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ചില നിർണ്ണായകമായതും കേന്ദ്രസ്ഥാനത്തുള്ളതുമായ പ്രവർത്തനങ്ങൾ അതിന്റെ ബിസിനസ് ലക്ഷ്യങ്ങളോട് ചേർന്ന് ഉണ്ടായിരിക്കും. മറ്റ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ അതിന്റെ രണ്ടാം നിര അഥവാ പ്രധാന പ്രവർത്തനങ്ങൾ പൂർത്തീകരിക്കുന്നതിന്റെ കൂടെ വന്നുചേരുന്ന അനുബന്ധ പ്രവർത്തനങ്ങൾ മാത്രമാണ്. ഉദാഹരണമായി, ഒരു സ്കൂളിന്റെ പ്രാഥമിക ധർമ്മം അഥവാ പ്രധാനപ്രവർത്തനം, കുട്ടികളുടെ പഠന, പഠനേതര പ്രവർത്തനങ്ങളിലുള്ള കഴിവുകൾ വികസിപ്പിക്കുക എന്നുള്ളതാണ്. അതിനുതകുന്ന എല്ലാ പ്രവർത്തനങ്ങളും സ്കൂളിന്റെ പ്രധാന പ്രവർത്തനങ്ങളാണ്. സ്കൂളിൽ ഒരു ലഘുഭക്ഷണശാലയോ പുസ്തകശാലയോ പ്രവർത്തിപ്പിക്കുന്നത് തീർച്ചയായും അനുബന്ധ പ്രവർത്തനം മാത്രമാണ്.

സ്ഥാപനങ്ങൾ പുറംകരാർ പരീക്ഷണങ്ങൾ ആരംഭിച്ച സമയത്ത് അപ്രധാന പ്രവർത്തനങ്ങൾ മാത്രമാണ് പുറംകരാർ നൽകിയിരുന്നത്. പക്ഷെ പിന്നീട് ഈ പരസ്പര ആശ്രയത്വം കൈകാര്യം ചെയ്യാൻ ശീലിച്ചതോടുകൂടി സ്ഥാപനങ്ങൾ പ്രധാന പ്രവർത്തനങ്ങൾ പോലും പുറത്തുള്ളവരെക്കൊണ്ട് ചെയ്യിച്ചു തുടങ്ങി. ഉദാഹരണമായി ഒരു സ്കൂളിന് പുറത്തുള്ള ഒരു കമ്പ്യൂട്ടർ പരിശീലന സ്ഥാപനവുമായി ചേർന്ന് സ്കൂളിലെ കുട്ടികൾക്ക് കമ്പ്യൂട്ടർ പരിശീലനം നൽകാവുന്നതാണ്.



ചിത്രം 5.4 പുറംകരാർ സേവനദാതാക്കളുടെ തരം തിരിവ്

3. നമുക്ക് വേണ്ടി മാത്രം പ്രവർത്തിക്കുന്ന സ്ഥാപനത്തിനോ മൂന്നാമതൊരാൾക്കോ പുറംകരാർ നൽകാം [Processes may be outsourced to a captive unit or a third party] : വൈവിധ്യങ്ങളായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നതും അവയെ അനവധി രാജ്യങ്ങളിൽ വിപണനം ചെയ്യുന്നതുമായ ഒരു ആഗോള കോർപ്പറേഷനെക്കുറിച്ച് ഒന്നാലോചിച്ച് നോക്കൂ, മനുഷ്യവിഭവശേഷിയെ സംബന്ധിച്ച് അംഗങ്ങളെ സമാഹരിക്കൽ, തിരഞ്ഞെടുപ്പ്, പരിശീലനം, ഹാജർ രേഖപ്പെടുത്തലും അതിനനുസരിച്ച് ശമ്പളരേഖ തയ്യാറാക്കൽ തുടങ്ങിയ നിരവധി പ്രവർത്തനങ്ങളും ധനകാര്യവും കണക്ക് സൂക്ഷിക്കുന്നതും സംബന്ധിച്ച് കിട്ടാനും കൊടുക്കാനുമുള്ള പണം കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നത്, വിപണനവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് ഉപഭോക്തൃ സേവനങ്ങളും പരാതികൾ കൈകാര്യം ചെയ്യലും പരിഹരിക്കലും തുടങ്ങിയ അനുബന്ധപ്രവർത്തനങ്ങളും നിരവധി രാജ്യങ്ങളിൽ ചെയ്യേണ്ടി വരുന്നു. ഇത്തരം പ്രവർത്തനങ്ങളെല്ലാം അതിനുവേണ്ടി മാത്രമായി രൂപീകരിച്ച ഒരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനത്തിൽ ഒരു സ്ഥലത്ത് കേന്ദ്രീകൃതമായി പൂർത്തീകരിക്കുകയാണെങ്കിൽ വിഭവങ്ങളുടെയും മറ്റും ഇരട്ടിപ്പ് ഒഴിവാകുകയും പരമാവധി കഴിവ് പ്രയോജനപ്പെടുത്തുകയും ഒരേ പ്രവൃത്തികൾ ഒന്നോ രണ്ടോ സ്ഥലത്ത് വലിയ തോതിൽ ചെയ്യുമ്പോഴുണ്ടാകുന്ന ചെലവ് ചുരുക്കലിന്റെ നേട്ടം തുടങ്ങി എല്ലാ തരത്തിലും കുറഞ്ഞ ചെലവിൽ കാര്യങ്ങൾ നടത്താൻ കഴിയുകയും ചെയ്യും. അതുകൊണ്ട് തന്നെ, ഏതെങ്കിലും ഒരു പ്രത്യേക പ്രവർത്തനം ആഭ്യന്തരമായി ചെയ്യുന്നതിന് തന്നെ സാമാന്യം കൂടുതൽ ഉണ്ടെങ്കിൽ, അതിനു മാത്രമായുള്ള പൂർണ്ണ നിയന്ത്രണത്തിലുള്ള, നമുക്ക് വേണ്ടി മാത്രം പ്രവർത്തിക്കുന്ന ഒരു സ്ഥാപനത്തിന് പുറംകരാർ നൽകുന്നതായിരിക്കും നല്ലത്. ഇത്തരത്തിലെ ഇന്ത്യയിലെ ഏറ്റവും വലിയ നിയന്ത്രിത സ്ഥാപനമായ ജനറൽ ഇലക്ട്രിക്കൽസ് അമേരിക്കയിലുള്ള അവരുടെ മാതൃ കമ്പനിക്കും അവരുടെ അനുബന്ധ കമ്പനികൾക്കും പല തരത്തിലുള്ള സേവനങ്ങൾ നൽകുന്നുണ്ട്. അല്ലെങ്കിൽ, ഇത്തരം സേവനങ്ങളെല്ലാം വിപണിയിൽ സ്വതന്ത്രമായി ഈ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ചെയ്യുന്ന പുറമേയുള്ള മൂന്നാമതൊരു കക്ഷിക്ക് കരാറായി നൽകാം. ഇവർ നമുക്ക് മാത്രമല്ല, മറ്റുള്ളവർക്കും ഇത്തരം സേവനങ്ങൾ പ്രദാനം ചെയ്യുന്നു.

ചിത്രം 5.3, ഒരു സ്ഥാപനം എങ്ങിനെ അതിന്റെ നിയന്ത്രിത സ്ഥാപനത്തിന് അല്ലെങ്കിൽ മൂന്നാം കക്ഷി സേവനദാതാവിന് അതിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ പുറം കരാർ നൽകുന്നു എന്ന് വിശദമാക്കുന്നു. ഇങ്ങനെ വാടകയ്ക്കെടുത്ത മൂന്നാം കക്ഷി സേവനദാതാക്കൾ മനുഷ്യ വിഭവ

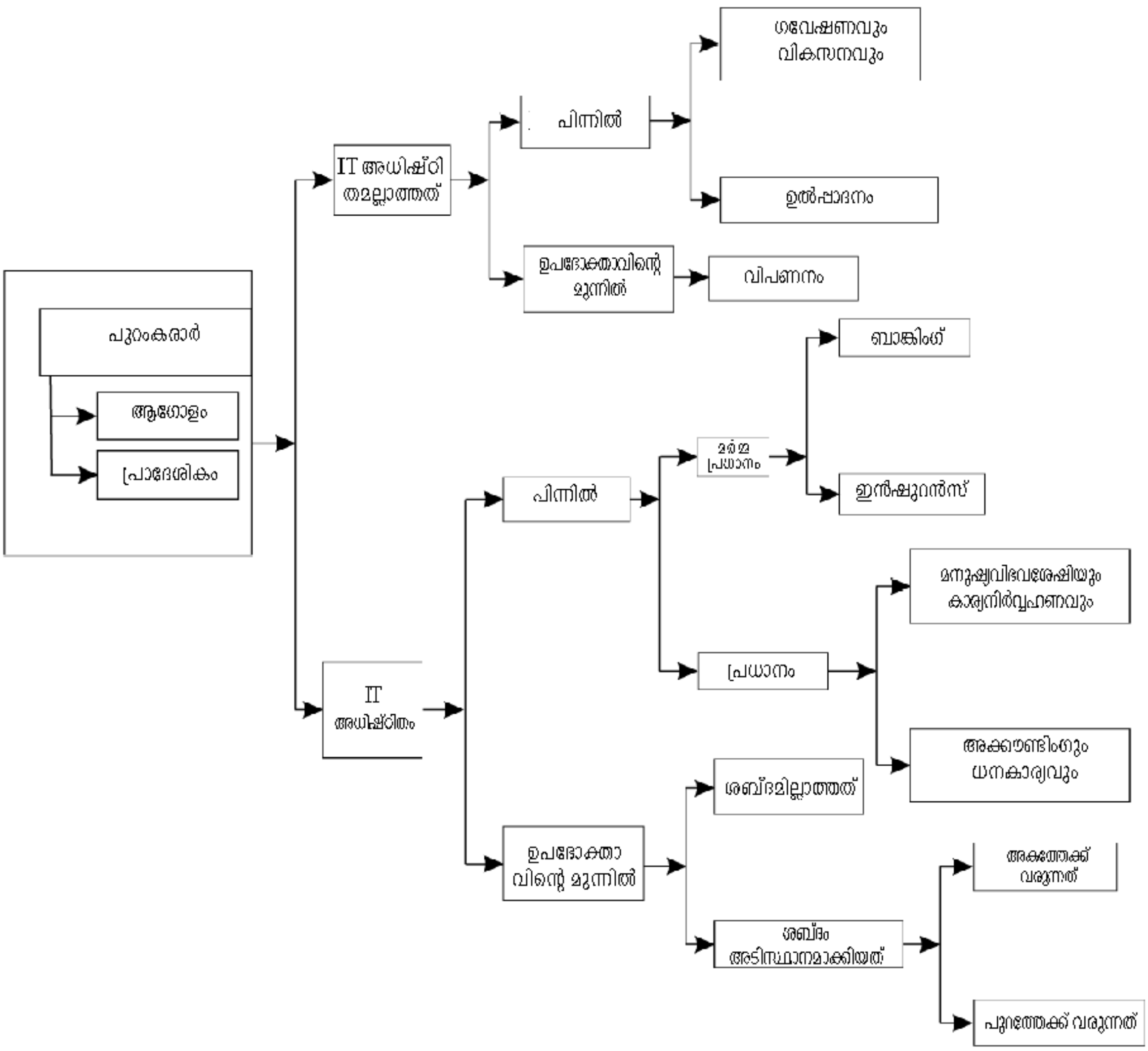
ശേഷി കൈകാര്യം ചെയ്യൽ തുടങ്ങിയ ഏതെങ്കിലും ഒരു മേഖലയിൽ പ്രാവീണ്യമുള്ളവരായിരിക്കും. മാത്രമല്ല, പല മേഖലകളിലുള്ള സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും അവർ സേവനം നൽകുന്നുണ്ടായിരിക്കും. ഇത്തരം സേവനദാതാക്കളെ പുറംകരാർ പദാവലിയിൽ തിരശ്ചീന സേവനദാതാക്കൾ എന്ന് പറയുന്നു. മറ്റൊരു വിഭാഗമുണ്ട്. അവർ ഏതെങ്കിലും ഒന്നോ രണ്ടോ വ്യവസായങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുകയും അവർക്ക് പ്രധാനപ്പെട്ടതും അല്ലാത്തതുമായ നിരവധി പ്രവർത്തനങ്ങൾ ചെയ്തുകൊടുക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇവരെ ലംബ സേവനദാതാക്കൾ എന്ന് പറയുന്നു. ഈ രണ്ട് വിഭാഗങ്ങളും കാലക്രമേണ വളർന്ന് തിരശ്ചീനവും ലംബവും ആയി ഒരേ സമയം പ്രവർത്തിക്കും.

പുറം കരാർ നൽകുന്നതിന്റെ ഏറ്റവും അടിസ്ഥാന കാരണം മറ്റുള്ളവരുടെ കഴിവും പരിചയസമ്പത്തും നമ്മുടെ നേട്ടത്തിനായി ഉപയോഗിക്കുക എന്ന് തന്നെയാണ്. സ്കൂളുകൾ, കമ്പനികൾ, ആശുപത്രികൾ, തുടങ്ങിയ സ്ഥാപനങ്ങൾ അവിടുത്തെ ലഘുഭക്ഷണശാല അഥവാ കഫ്റ്റീരിയ പോലുള്ള സേവനങ്ങൾ പ്രധാന പ്രവർത്തനമാക്കിയ ഭക്ഷണ വിതരണക്കാർക്കോ പോഷകാഹാര വിതരണ സനാപനങ്ങൾക്കോ പുറംകരാറായി നൽകുന്നു. പുറംകരാർ നൽകൽ എന്നത് ഒരു വിലപ്പെട്ട ആശയമാണ്, കാരണം അതുകൊണ്ട് നിങ്ങൾക്ക് അവരുടെ കഴിവും പരിചയസമ്പത്തും അതുവഴിയുള്ള കാര്യക്ഷമതയും നേടാം എന്ന് മാത്രമല്ല, നിങ്ങൾക്ക് അതിന് വേണ്ടിവരുന്ന നിക്ഷേപവും ലാഭിക്കാം, ഒപ്പം നിങ്ങളുടെ പ്രധാന പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുകയും ചെയ്യാം.

പുറംകരാർ രീതികൾ വളരെ വേഗം വികസിച്ച് വരുന്നതിൽ അത്ഭുതപ്പെടേണ്ട കാര്യമൊന്നുമില്ല. മറ്റുള്ളവർക്ക് കൂടുതൽ കാര്യക്ഷമമായും കഴിവുറ്റതായും ചെയ്യാൻ കഴിയുന്ന ഒന്നോ അതിലധികമോ കാര്യങ്ങൾ സ്ഥാപനങ്ങൾ പുറംകരാർ നൽകിത്തുടങ്ങിയിട്ട് കാലങ്ങളായി. പുറംകരാർ ഒരു ബിസിനസ് രീതിയായി വികസിച്ചുവരാനുള്ള പ്രധാന കാരണം അതിന് മുൻകാല ബിസിനസ് നയമായ 'എല്ലാം സ്വയം ചെയ്യുക' എന്നതിൽ നിന്ന് വ്യത്യസ്തമായി അടിസ്ഥാന ബിസിനസ് നയങ്ങളിലും തത്ത്വങ്ങളിലും ലഭിച്ച് വരുന്ന സ്വീകാര്യത തന്നെയാണ്.

5.8.1 പുറംകരാറിന്റെ വ്യാപ്തി [Scope of Outsourcing]

പുറംകരാറിൽ പ്രധാനമായും കരാർ ഉൽപ്പാദനം, കരാർ ഗവേഷണം, കരാർ വിൽപ്പന, വിവരശാസ്ത്രം (Informatics) എന്നിങ്ങനെ നാല് വിഭാഗങ്ങളുണ്ട് (ചിത്രം 5.4 ശ്രദ്ധിക്കുക). ബിസിനസ് പ്രക്രിയകളുടെ പുറംകരാർ; വിവര സാങ്കേതികവിദ്യയിൽ അധിഷ്ഠിതമായ സേവനങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ടാണ് പുറംകരാർ എന്ന പദം കൂടുതൽ പ്രചാരത്തിൽ വന്നത്. യഥാർത്ഥത്തിൽ കൂടുതൽ പ്രചാരമുള്ള പദം ഉപഭോക്താക്കളെ ഉദ്ദേശിച്ചുള്ള ശബ്ദാധിഷ്ഠിത സേവനങ്ങളായ കാൾ സെൻററുകൾ ആണ്. ബിസിനസ് പ്രക്രിയകളുടെ പുറം കരാർ വരുമാനത്തിന്റെ ഏതാണ്ട് എഴുപത് ശതമാനത്തോളം വരുന്നത് കാൾ സെൻററുകളിൽ നിന്നും, ഇരുപത് ശതമാനം കൂടുതൽ ജോലിയും കുറഞ്ഞ മൂല്യവുമുള്ള ദത്തങ്ങളുടെ (ഡാറ്റകൾ) പ്രയോഗങ്ങളുമാണ്. ബാക്കി പത്ത് ശതമാനത്തോളം മാത്രമാണ് ഉയർന്ന മൂല്യവും കുറഞ്ഞ ജോലിയുമുള്ള വിവരാധിഷ്ഠിത പ്രവർ



ചിത്രം 5.5 – പുറംകരാറിന്റെ അപഗ്രഥനം

ത്തനങ്ങൾ വരുന്നത്. വർഷം മുഴുവനും ഇരുപത്തിനാല് മണിക്കൂറും പ്രവർത്തിക്കുന്ന ഉപഭോക്തൃസേവനങ്ങളാണ് കാൾ സെൻററുകളിൽ ബഹുഭൂരിഭാഗവും. ഇതിൽ ഉപഭോക്താക്കളുടെ സംശയങ്ങൾ, പരാതികൾ തുടങ്ങി പുറമേ നിന്ന് ആവശ്യപ്പെടുന്നവയും, വിവരശേഖരണം, ലഭിക്കാനുള്ള പണം ഉറപ്പാക്കൽ, ടെലി വിപണനം തുടങ്ങി സ്ഥാപനം മുൻകൈയ്യെടുക്കുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങളും ഉൾപ്പെടുന്നു. താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്ന ചിത്രം വിവിധ തരം പുറം കരാറുകളെപ്പറ്റി വിശദമാക്കുന്നു.

(ചിത്രം 5.5 ശ്രദ്ധിക്കുക)

5.8.2 പുറംകരാറിന്റെ ആവശ്യകത [Need for Outsourcing]

ആവശ്യങ്ങളാണ് സൃഷ്ടിയുടെ മാതാവ്. പുറംകരാർ ജോലി എന്ന ആശയത്തിന്റെ കാര്യത്തിലും ഇതുതന്നെയാണ് ശരി. ഈ അദ്ധ്യായത്തിന്റെ ആമുഖത്തിൽ സൂചിപ്പിച്ചതുപോലെ ഉയർന്ന ഗുണമേന്മയുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ചുരുങ്ങിയ വിലയ്ക്ക് ലഭിക്കണമെന്ന ആഗോള മത്സര സമ്മർദ്ദങ്ങളും എല്ലായ്പോഴും ആവശ്യങ്ങൾ വർദ്ധിച്ച് വരുന്ന ഉപഭോക്താക്കളും സ്ഫോടനാത്മകമായി വികസിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന സാങ്കേതിക വിദ്യകളും ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളെക്കുറിച്ച് പുതിയ കാഴ്ചപ്പാടുകളും പുനർവിചിന്തനങ്ങളും ആവശ്യപ്പെടുന്നു. ഇതുതന്നെ ആയിരിക്കാം പുറംകരാർ ഒരു ബിസിനസ് രീതിയെന്ന നിലയിൽ വികസിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നതിന്റെ കാരണവും. യഥാർത്ഥത്തിൽ പുറം കരാർ എന്നത് ഇന്ന് ഒരു ആവശ്യകതയല്ല മറിച്ച് അതൊരു സാധ്യതയാണ്. പുറംകരാർ വികസിക്കാനുള്ള ചില കാരണങ്ങൾ [അതിന്റെ നേട്ടങ്ങളും] ചുവടെ ചർച്ച ചെയ്യുന്നു.

1. **പ്രധാന പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കാൻ കഴിയുന്നു [Focusing of attention on core activities]:** നിങ്ങൾ ഒരു പക്ഷെ അനവധി പഠനാനുബന്ധ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ കഴിവുള്ളവരായിരിക്കാം, എന്നാലും കൂടുതൽ കഴിവും കാര്യക്ഷമതയും നേടുന്നതിന് വേണ്ടി നിങ്ങളുടെ ലഭ്യമായ കഴിവും വിഭവങ്ങളും സമയവും ധനവുമെല്ലാം ഏറ്റവും മികച്ച ചില മേഖലകളിൽ മാത്രം വിനിയോഗിക്കുകയാണെങ്കിൽ തീർച്ചയായും കൂടുതൽ ഉയരങ്ങളിലെത്താൻ നിങ്ങൾക്ക് കഴിയും. അതുപോലെ തന്നെ ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങളും തങ്ങൾക്ക് ഏറ്റവും അനുയോജ്യമായതും വ്യത്യസ്തമായ കഴിവുള്ളതുമായ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ മാത്രം ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുകയും ബാക്കി പ്രവർത്തനങ്ങൾ തങ്ങളുടെ പുറംകരാർ പങ്കാളികൾക്ക് നൽകുകയും ചെയ്യുന്നതാണ് നല്ലത് എന്ന് തിരിച്ചറിയുന്നു. ഉപയുക്തത അഥവാ മൂല്യം സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനായി ഒരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനം വാങ്ങൽ, ഉൽപ്പാദനം, വിപണനം, വിൽപ്പന, ഗവേഷണവികസന പ്രവർത്തനങ്ങൾ, ധനകാര്യവും കണക്ക് സൂക്ഷിക്കലും മനുഷ്യവിഭവശേഷി വികസനം, ഭരണനിർവ്വഹണം തുടങ്ങി നിരവധി പ്രവർത്തനങ്ങൾ ചെയ്യുന്നുണ്ട് എന്ന് നിങ്ങൾക്കറിയാമല്ലോ. ഇത് സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് അവരെത്തന്നെ നിർവചിക്കേണ്ട അഥവാ പുനർനിർവചിക്കേണ്ട സാഹചര്യത്തിലേക്ക് എത്തിച്ചിരിക്കുന്നു. ഉദാഹരണമായി, ഒരു സ്ഥാപനം അവരെ ഉൽപ്പാദകർ എന്നാണോ വിപണന സ്ഥാപനം എന്നാണോ വിളിക്കേണ്ടത് എന്ന് ചിന്തിക്കണം. ഇത്തരത്തിൽ അവരുടെ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളെ പരിധികളിൽ നിന്ന് മോചിപ്പിക്കുന്നത് അവരെ തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ട ചുരുക്കം ചില പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ മാത്രം ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നതിനും അതുവഴി കഴിവും കാര്യക്ഷമതയും വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനും സഹായിക്കുന്നു.

2. **മികവിനുള്ള അദമ്യമായ ആഗ്രഹം [Quest for excellence]:** തൊഴിൽ വിഭജനത്തിന്റെയും വൈദഗ്ധ്യവൽക്കരണത്തിന്റെയും മേന്മകൾ നിങ്ങൾക്കറിയാമല്ലോ. പുറംകരാർ രണ്ട് തരത്തിൽ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് വൈദഗ്ദ്ധ്യം സാധ്യമാക്കുന്നു. ഒന്ന്, അവർക്ക് നന്നായി ചെയ്യാൻ കഴിയുന്ന ചുരുക്കം പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ മാത്രം ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നതുകൊണ്ട് ആ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ മികവ് പുലർത്താൻ കഴിയുന്നു. രണ്ടാമതായി, ബാക്കിയുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾ പുറംകരാർ നൽകുന്നത് ആ മേഖലയിലെ പ്രഗൽഭർക്കാണ് എന്നതുകൊണ്ട് അവരുടെ വൈദഗ്ദ്ധ്യം കൂടി സ്ഥാപനത്തിന്

ലഭ്യമാകുന്നു. ഇങ്ങനെ മികവിനുള്ള അദമ്യമായ ആഗ്രഹം ഉള്ളവർ തങ്ങൾ ഏതെല്ലാം പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കണം എന്ന് മാത്രമല്ല മറ്റുള്ളവർ നിങ്ങൾക്ക് വേണ്ടി എന്തൊക്കെ ചെയ്യണം എന്ന് കൂടി അറിഞ്ഞിരിക്കണം.

3. ചെലവ് ചുരുക്കുന്നു [Cost reduction]: ആഗോള മത്സരക്ഷമത അന്തർദ്ദേശീയ ഗുണനിലവാരം മാത്രമല്ല, അന്തർദ്ദേശീയതലത്തിൽ മത്സരക്ഷമമായ വില നിർണ്ണയം കൂടി ആവശ്യപ്പെടുന്നു. മത്സരക്ഷമത വിലകൾ താഴേക്ക് തിരിക്കുമ്പോൾ ചെലവ് ചുരുക്കൽ മാത്രമാണ് ലാഭക്ഷമതയ്ക്കും നിലനിൽപ്പിനുമുള്ള ഏക മാർഗ്ഗം. തൊഴിൽ വിഭജനവും വൈദഗ്ധ്യവൽക്കരണവും ഗുണനിലവാരം ഉയർത്തുന്നതിനൊപ്പം ചെലവ് ചുരുക്കാനും സഹായിക്കുന്നുണ്ട്. ഇത് സാധ്യമാകുന്നത് പുറംകരാർ ഏറ്റെടുക്കുന്ന പങ്കാളികൾ അതേ സേവനം ഒരുപാട് പേർക്ക് നൽകുന്നതുകൊണ്ട് വലിയ തോതിൽ പ്രവർത്തനം നടത്തുന്നതിന്റെ സാമ്പത്തിക നേട്ടം ലഭ്യമാകുന്നതുകൊണ്ടാണ്. രാജ്യത്തൊട്ടാകെയുള്ള ഉൽപ്പാദനഘടകങ്ങളുടെ വിലയിലുള്ള വ്യതിയാനവും ചെലവ് കുറയ്ക്കുന്നതിന് കാരണമാകുന്നു. ഉദാഹരണമായി ഭാരതത്തിൽ, ചുരുങ്ങിയ ചെലവിൽ ഉയർന്ന ഗുണനിലവാരമുള്ള മനുഷ്യ വിഭവങ്ങൾ ലഭ്യമായതുകൊണ്ട് ലോക രാഷ്ട്രങ്ങളുടെ താൽപര്യത്തിനനുസരിച്ച് ഗവേഷണം, ഉൽപ്പാദനം, സോഫ്റ്റ്വെയറുകൾ വികസിപ്പിക്കൽ, വിവര സാങ്കേതികവിദ്യയിൽ അധിഷ്ഠിതമായ സേവനങ്ങൾ നൽകൽ തുടങ്ങിയവ ലഭ്യമാക്കാൻ കഴിയുന്നു.

4. പരസ്പര ബന്ധത്തിലൂടെയുള്ള വളർച്ച [Growth through alliance-]: നിങ്ങൾ എത്രമാത്രം സേവനങ്ങൾക്കായി മറ്റുള്ളവരെ ആശ്രയിക്കുന്നുവോ അത്രയും നിങ്ങളുടെ സാമ്പത്തിക നിക്ഷേപം കുറയ്ക്കാം. കാരണം അത്രയും നിക്ഷേപം സേവനങ്ങൾ നൽകുന്നവർ നിങ്ങൾക്ക് വേണ്ടി നടത്തിയിട്ടുണ്ട്. ഇനി അഥവാ പുറംകരാർ നൽകുന്ന സ്ഥാപനത്തിൽ നിങ്ങൾ നിക്ഷേപം നടത്തിയിട്ടുണ്ടെങ്കിൽ അവർ നൽകുന്ന ചെലവു ചുരുക്കലിന്റെയും ഉയർന്ന ഗുണനിലവാരത്തിന്റെയും നേട്ടത്തിനൊപ്പം അവർ ചെയ്യുന്ന മൊത്തം ബിസിനസിന്റെ ലാഭത്തിന്റെ പങ്കും നിങ്ങൾക്ക് ലഭിക്കുന്നു. അതുകൊണ്ട് നിങ്ങളുടെ കൈവശമുള്ള നിക്ഷേപിക്കാവുന്ന അത്രയും ധനം നിങ്ങളുടെ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ വിപുലപ്പെടുത്തുന്നതിന് ഉപയോഗിക്കാം. സാമ്പത്തിക വരുമാനത്തിന് പുറമേ പുറംകരാർ സ്ഥാപനങ്ങൾ തമ്മിൽ അറിവുകൾ പങ്ക് വയ്ക്കുന്നതിനും സഹകരണാത്മകമായ പഠനത്തിനും വഴിവയ്ക്കുന്നുണ്ട്. അതുകൊണ്ട് തന്നെയായിരിക്കും ഇന്ന് സ്ഥാപനങ്ങൾ അവരുടെ നിത്യേനയുള്ള അപ്രധാന പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കൊപ്പം ഗവേഷണ വികസനമുൾപ്പടെയുള്ള തന്ത്രപ്രധാനമായ പ്രധാന പ്രവർത്തനങ്ങൾ കൂടി പുറംകരാർ നൽകാൻ താൽപര്യപ്പെടുന്നത്.

5. സാമ്പത്തിക വികസനത്തിനുള്ള പ്രോത്സാഹനം [Fillip to economic development] : പുറംകരാർ, പ്രത്യേകിച്ച് മറ്റ് രാജ്യങ്ങളിലേക്കുള്ള പുറംകരാർ ആതിഥേയ രാഷ്ട്രങ്ങളിൽ അതായത്, പുറംകരാറായി പ്രവൃത്തികൾ ഏറ്റെടുത്ത് ചെയ്യിക്കുന്ന രാജ്യങ്ങളിൽ സംരംഭകത്വം, തൊഴിലവസരങ്ങൾ, കയറ്റുമതി എന്നിവയിലെല്ലാം ഉണർവ്വ് സൃഷ്ടിക്കുന്നു. ഉദാഹരണമായി, ഭാരതത്തിലെ വിവരസാങ്കേതികവിദ്യാ മേഖല സംരംഭകത്വത്തിലും

തൊഴിലവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിലും കയറ്റുമതിയിലും അഭൂതപൂർവ്വമായ വളർച്ച കൈവരിക്കുകയും സോഫ്റ്റ്‌വെയർ വികസനം, വിവര സാങ്കേതികവിദ്യയിൽ അധിഷ്ഠിതമായ സേവനം പ്രദാനം ചെയ്യൽ എന്നിവയിൽ ലോകത്തിലെ തന്നെ ചോദ്യം ചെയ്യപ്പെടാത്ത പുറംകരാർ ഏറ്റെടുക്കൽ ശക്തിയായി മാറുകയും ചെയ്തു. ഇപ്പോൾ ആഗോള വിവര സാങ്കേതിക വിദ്യാമേഖലയിലെ അറുപത് ശതമാനത്തിലധികം പുറംകരാർ സേവനങ്ങളും പ്രദാനം ചെയ്യുന്നത് ഭാരതമാണ്.

5.8.3. പുറംകരാർ മേഖലയിലെ ആശങ്കകൾ [Concerns over Outsourcing]

പുറംകരാർ മേഖലയെ ചുറ്റിപ്പറ്റിയുള്ള ചില ആശങ്കകളെ അറിയാതിരിക്കുന്നത് ശരിയല്ല.

1. രഹസ്യാത്മകത ഇല്ലാതാക്കുന്നു [Confidentiality]: പുറംകരാർ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് സുപ്രധാനമായ വിവരങ്ങളുടെയും അറിവുകളുടെയും പങ്കുവയ്ക്കൽ അനിവാര്യമാണ്. പുറംകരാർ എറ്റെടുക്കുന്ന പങ്കാളി ഈ രഹസ്യാത്മകത കാത്തുസൂക്ഷിക്കാതിരുന്നാൽ (ഉദാഹരണമായി സ്ഥാപനത്തിന്റെ വിവരങ്ങൾ മത്സര എതിരാളികൾക്ക് കൈമാറുക) കരാർ നൽകുന്ന സറാപനത്തിന്റെ താൽപര്യങ്ങളെ ദോഷകരമായി ബാധിക്കും എന്നതിൽ തർക്കമില്ല. സേവനമോ ഉൽപ്പന്നമോ പൂർണ്ണമായും പുറംകരാർ നൽകുകയാണെങ്കിൽ മറ്റൊരു പ്രശ്നം കൂടി ഉണ്ടാകാം, അതായത് കരാർ ഏറ്റെടുക്കുന്ന പങ്കാളി സ്ഥാപനത്തിന്റെ ബിസിനസ് സ്വയം തുടങ്ങുകയും വിപണിയിലെ എതിരാളിയായി മാറുകയും ചെയ്യാം.

2. അധ്വാനിക്കാതെ ഫലം കൊയ്യൽ [Sweat shopping]: ചെലവ് ചുരുക്കലിന്റെ ഭാഗമായി പുറംകരാർ നൽകുമ്പോൾ യഥാർത്ഥത്തിൽ ചെയ്യുന്നത് ആതിഥേയ രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ ചുരുങ്ങിയ ചെലവിലുള്ള തൊഴിലാളികളെക്കൊണ്ട് ജോലി ചെയ്യിപ്പിച്ച് പരമാവധി നേട്ടം ഉണ്ടാക്കുക എന്നത് തന്നെയാണ്. മാത്രമല്ല, ഉൽപ്പാദന മേഖലയിലായിക്കൊള്ളട്ടെ വിവരസാങ്കേതിക മേഖലയിലായിക്കൊള്ളട്ടെ പുറംകരാർ നൽകുന്ന പ്രവൃത്തികൾ ഒരിക്കലും അത് ഏറ്റെടുക്കുന്ന പങ്കാളികളുടെ കഴിവിനെയോ ശേഷിയെയോ വികസിപ്പിക്കുന്ന തരത്തിലുള്ളതല്ല, മറിച്ച് അവരുടെ പ്രവൃത്തികൾ ചെയ്യുന്നതിന് ആവശ്യമായ കൃത്യമായി രേഖപ്പെടുത്തിയിട്ടുള്ള നടപടിക്രമങ്ങളും രീതികളും മാത്രമാണ്. അതായത് പുറംകരാർ നൽകുന്നവർ എല്ലായ്പ്പോഴും നോക്കുന്നത് ചിന്താശേഷി വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനേക്കാൾ പ്രവർത്തിക്കാനുള്ള ശേഷി ഉപയോഗിക്കലാണ്.

3. ധാർമ്മികമായ പ്രശ്നങ്ങൾ [Ethical concerns]: ഒരു പാദരക്ഷ നിർമ്മാണ കമ്പനി അവരുടെ ഉൽപ്പാദനം ബാലവേലയും സ്ത്രീ തൊഴിലാളികളെ ഫാക്ടറികളിൽ ജോലി ചെയ്യിക്കലും ഉള്ള ഒരു വികസ്വര രാജ്യത്തേയ്ക്ക് പുറംകരാർ നൽകി എന്ന് കരുതുക. സ്വന്തം രാജ്യത്ത് ബാലവേല നിരോധിക്കുന്ന ശക്തമായ നിയമങ്ങൾ ഉള്ളതുകൊണ്ട് അവർക്ക് അത് സ്വന്തം നാട്ടിൽ ചെയ്യാൻ കഴിയുകയില്ല. ബാലവേല നിയമവിരുദ്ധമല്ലാത്ത അല്ലെങ്കിൽ ദുർബലമായ നിയമസംവിധാനങ്ങളുള്ള രാജ്യങ്ങളിലെ ബാലവേല ഉപയോഗിച്ച് ഉൽപാദന ചെലവ് കുറയ്ക്കുന്നത് യഥാർത്ഥത്തിൽ ധാർമ്മികമാണോ? അതുപോലെത്തന്നെ പ്രതിഫലത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ സ്ത്രീപുരുഷ വിവേ

ചനം നിലനിൽക്കുന്ന രാജ്യങ്ങളിലേയ്ക്ക് പ്രവൃത്തികൾ പുറംകരാർ നൽകുന്നതും ധാർമ്മികമാണോ എന്നും ചിന്തിക്കുക.

4. പുറംകരാർ നൽകുന്ന രാജ്യങ്ങളിലെ അതൃപ്തി [Resentment in the home countries]: ഉൽപ്പാദനം, വിപണനം, ഗവേഷണ വികസന പ്രവർത്തനങ്ങൾ, വിവരസാങ്കേതികവിദ്യയില ധിഷ്ഠിതമായ സേവനം പ്രദാനം ചെയ്യൽ തുടങ്ങി പ്രവർത്തനങ്ങൾ എന്തുമായിക്കൊള്ളട്ടെ, പുറംകരാർ നൽകുക എന്നതിനർത്ഥം, ആത്യന്തികമായി തൊഴിൽ അഥവാ തൊഴിലവസരങ്ങൾ പുറം രാജ്യങ്ങൾക്ക് നൽകുക എന്നുതന്നെയാണ്. ഇത് ആ രാജ്യങ്ങളിൽ, അതായത് പുറംകരാർ നൽകുന്ന രാജ്യങ്ങളിലെ ജനങ്ങളിൽ അതൃപ്തിയും അസഹിഷ്ണുതയും സൃഷ്ടിക്കും, പ്രത്യേകിച്ച് തൊഴിലില്ലായ്മ പ്രശ്നമാകുന്ന രാജ്യങ്ങളിൽ.

മുകളിൽ സൂചിപ്പിച്ച പ്രശ്നങ്ങളൊക്കെ ഉണ്ടെങ്കിലും ആഗോളതലത്തിൽ പുറംകരാർ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് വലിയ കുഴപ്പമൊന്നും സംഭവിച്ചിട്ടില്ല എന്ന് മാത്രമല്ല ഈ രീതി കൂടുതൽ കൂടുതൽ വികസിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുന്നു എന്നതാണ് വസ്തുത. ഭാരതം പുറംകരാറിന്റെ ഒരു കേന്ദ്രമെന്ന നിലയിൽ 1998 ലെ 23,000 ആളുകളും പത്ത് മില്ല്യൻ ഡോളറും എന്ന നിലയിൽ നിന്നും 2008 ൽ ഒരു മില്ല്യൺ ജോലിക്കാരും ഇരുപത് ബില്ല്യൻ ഡോളറും എന്ന നിലയിലേക്കും ഇന്നത്തെ അവസ്ഥയിൽ അതിന്റെ പതിന്മടങ്ങും വളർച്ച നേടിയിരിക്കുന്നു എന്നത് വസ്തുതയാണ്.

പ്രധാന പദങ്ങൾ

ഇ–ബിസിനസ്	ഇ–കൊമേഴ്സ്	ബ്രൗസർ
വൈറസ്	സെക്വർ സോക്കറ്റ് ലെയർ (SSL)	ഇ – പണം
ഓൺലൈൻ വ്യാപാരം	ഇ–സംഭരണം	ഇ–ലേലം കൊള്ളൽ
കാൾ സെന്ററുകൾ	ബിസിനസ് പ്രക്രിയകളുടെ പുറംകരാർ	

സംഗ്രഹം

ആഗോള ബിസിനസിൽ ഒരുപാട് മാറ്റങ്ങൾ ഉണ്ടായിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ഈ മാറ്റത്തിൽ ഏറെ പ്രകടമായവ ഇ–ബിസിനസും പുറംകരാർ ജോലിയുമാണ്. ആഭ്യന്തരവും ബാഹ്യവുമായ പ്രേരകങ്ങളാണ് ഇത്തരം മാറ്റങ്ങൾക്ക് തുടക്കം കുറിച്ചത്. ആഭ്യന്തരമായി സ്ഥാപനത്തിന്റെ വളർച്ചയ്ക്കും കാര്യപ്രാപ്തി വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനുമുള്ള ത്വരയാണ് ഇ–ബിസിനസിലേക്കും പുറംകരാറിലേക്കും നയിച്ചതെങ്കിൽ ബാഹ്യമായി എപ്പോഴും ചെലുത്തിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന മത്സര സമ്മർദ്ദവും എപ്പോഴും കൂടുതൽ കൂടുതൽ ആവശ്യപ്പെട്ടുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന ഉപഭോക്താക്കളും ഇത്തരം ചുവടുവയ്പുകൾക്ക് കാരണമായിട്ടുണ്ട്.

ഇലക്ട്രോണിക് രീതിയിൽ ഉള്ള ബിസിനസ് അഥവാ ഇ–ബിസിനസ്, സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് തങ്ങളുടെ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സ്ഥലകാല ഭേദമന്യേ എന്തും എപ്പോഴും എവിടെയും ലഭ്യമാക്കുന്നതിനുള്ള അവസരങ്ങൾ നൽകുന്നു. അതുവഴി തങ്ങളുടെ പ്രകടനം മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിനുള്ള എല്ലാ

തടസ്സങ്ങളും നീക്കം ചെയ്യുന്നു. ഹൈടെക്ക് ആണെങ്കിലും ഇ-ബിസിനസ്സിന് വ്യക്തിബന്ധങ്ങളില്ല എന്നൊരു പോരായ്മയുണ്ട്. അതുകൊണ്ട് തന്നെ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വിൽപ്പനക്കാരുമായി നേരിട്ടുള്ള ബന്ധം ലഭ്യമാവുകയില്ല. കൂടാതെ ഇടപാടുകളുടെ സുരക്ഷിതത്വം സംബന്ധിച്ചും ഇൻറർനെറ്റ് വഴി ഇടപാട് നടത്തുന്നവരുടെ സ്വകാര്യതയെ സംബന്ധിച്ചുമൊക്കെ ആശങ്കകൾ ഉണ്ട്. ഇ-ബിസിനസിന്റെ നേട്ടങ്ങൾ വിവിധ രാജ്യങ്ങൾക്കിടയ്ക്കും ഒരു രാജ്യത്തിന്റെ വിവിധ പ്രദേശങ്ങൾക്കിടയ്ക്കും ഒരേ പോലെയല്ല ലഭ്യമായിട്ടുള്ളത്.

ഡിജിറ്റൽ ആകുന്നതിന് പുറമേ, സ്ഥാപനങ്ങൾ മുൻപുണ്ടായിരുന്ന 'എല്ലാം സ്വയം ചെയ്യുക' എന്ന മാനസികാവസ്ഥയിൽ നിന്ന് മാറി ചിന്തിച്ചു തുടങ്ങിയിട്ടുമുണ്ട്. ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ അവരുടെ പല പ്രവർത്തനങ്ങളും ഉൽപ്പാദനം, ഗവേഷണ വികസന പ്രവർത്തനങ്ങൾ, മറ്റ് ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ (വിവര സാങ്കേതിക വിദ്യയിൽ അധിഷ്ഠിതമായതോ അല്ലാത്തതോ) പുറംകരാർ നൽകിത്തുടങ്ങി. ഇന്ത്യ പുറംകരാർ മേഖലയിൽ അതിവേഗം മുന്നേറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നുണ്ട്. ഒപ്പം തൊഴിലവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിലും കഴിവുകൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിലും കയറ്റുമതിയിലും മൊത്തം ആഭ്യന്തര ഉൽപ്പാദനം വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിലുമൊക്കെ പുറംകരാർ സംഭാവന നൽകുന്നു.

ഇ-ബിസിനസും പുറംകരാറും ഒരുമിച്ച് ബിസിനസിന്റെയും ബിസിനസ് ചെയ്യുന്ന രീതിയുടെയും മുഖച്ഛായ തന്നെ മാറ്റി എന്ന് പറയാം. സവിശേഷമായ കാര്യം ഇ-ബിസിനസും പുറം കരാറും ഇനിയും ഉരുത്തിരിഞ്ഞുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു എന്നതാണ്. അതുകൊണ്ടാണ് ഇവയെ ബിസിനസിലെ നൂതന പ്രവണതകൾ എന്ന് വിളിക്കുന്നത്.

പരിശീലന ചോദ്യങ്ങൾ

ശരിയുത്തരം തിരഞ്ഞെടുക്കുക.

1. ഇ-കൊമേഴ്സിൽ ഉൾപ്പെടാത്തത് ഏത്?

   a) ബിസിനസും വിതരണക്കാരുമായുള്ള ഇടപാടുകൾ

   b) ബിസിനസും ഉപഭോക്താക്കളുമായുള്ള ഇടപാടുകൾ

   c) ബിസിനസിനകത്തെ വിവിധ ഡിപ്പാർട്ട്മെൻറുകൾ തമ്മിലുള്ള ഇടപാടുകൾ

   d) ബിസിനസിന്റെ വ്യത്യസ്ഥ സ്ഥലങ്ങളിലുള്ള യൂണിറ്റുകൾ തമ്മിലുള്ള ഇടപാടുകൾ

2. പുറം കരാർ

   a) വിവര സാങ്കേതിക വിദ്യയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട സേവനങ്ങൾ മാത്രം കരാർ നൽകാൻ അനുവദിക്കുന്നു.

   b) പ്രാധാന്യമില്ലാത്ത ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ മാത്രം കരാർ നൽകാൻ അനുവദിക്കുന്നു.

c) ഗവേഷണവികസന പ്രവർത്തനങ്ങൾ, പ്രധാനവും അപ്രധാനവുമായ സേവന പ്രക്രിയകൾ ഉൾപ്പടെ കരാർ നൽകുന്നു, പക്ഷെ സ്വന്തം രാജ്യത്തിനകത്ത് മാത്രം പരിമിതപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു,

d) വിദേശ രാജ്യങ്ങളിലുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഉൾപ്പെടുന്നു.

3. ഇ-ബിസിനസിലെ ഏറ്റവും മാതൃകാപരമായ പണം നൽകൽ രീതി.

a) സാധനം ലഭിക്കുമ്പോൾ പണം നൽകുക

b) ചെക്ക്

c) ക്രെഡിറ്റ് കാർഡും ഡെബിറ്റ് കാർഡും

d) ഇ-പണം.

4. കാൾ സെൻററുകൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നത്

a) ഇങ്ങോട്ട് വരുന്ന ശബ്ദാധിഷ്ഠിത സേവനങ്ങൾ മാത്രം കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നു.

b) പുറത്തേക്ക് പോകുന്ന ശബ്ദാധിഷ്ഠിത സേവനങ്ങൾ മാത്രം കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നു.

c) ശബ്ദാധിഷ്ഠിതവും അല്ലാത്തതുമായ സേവനങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നു.

d) ഉപഭോക്താവിനോട് നേരിട്ടുള്ളതും ഓഫീസിൽ നിന്നുള്ളതും ആയ ബിസിനസ്.

5. ഇതൊരു ഇ-ബിസിനസിന്റെ പ്രയോഗമല്ല.

a) ഓൺലൈൻ ലേലം കൊള്ളൽ

b)) ഓൺലൈൻ സംഭരണം

c) ഓൺലൈൻ വിപണനം

d) കരാർ ഗവേഷണ വികസന പ്രവർത്തനങ്ങൾ.

ഹ്രസ്വോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ [Short Answer Type Questions]

1. ഇ-ബിസിനസും പരമ്പരാഗത ബിസിനസും തമ്മിലുള്ള ഏതെങ്കിലും മൂന്ന് വ്യത്യാസങ്ങൾ എഴുതുക.

2. പുറംകരാർ എങ്ങനെയാണ് നൂതന ബിസിനസ് രീതിയെ പ്രതിനിധീകരിക്കുന്നത്?

3. ഇ-ബിസിനസിന്റെ ഏതെങ്കിലും രണ്ട് പ്രയോഗങ്ങൾ വിശദീകരിക്കുക.

4. പുറംകരാറിൽ ഉണ്ടാകാവുന്ന ധാർമ്മിക പ്രശ്നങ്ങൾ ഏതെല്ലാം?

5. ഇ-ബിസിനസിലെ വിവരങ്ങൾ സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുന്നതിലെയും കൈമാറ്റം ചെയ്യുന്നതിലെയും നഷ്ടസാധ്യതകൾ വിശദീകരിക്കുക.

ദീർഘോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ [Long Answer Type Questions]

1. എന്തുകൊണ്ടാണ് ഇ-ബിസിനസും പുറംകരാറും ബിസിനസിലെ നൂതന പ്രവണതകളായി പറയപ്പെടുന്നത്? ഇത്തരം പ്രവണതകളുടെ പ്രാധാന്യം വർദ്ധിച്ച് വരുന്നതിനുള്ള കാരണങ്ങൾ വിശദീകരിക്കുക.
2. ഓൺലൈൻ വ്യാപാരത്തിന്റെ ഘട്ടങ്ങൾ വിശദീകരിക്കുക.
3. പുറംകരാറിന്റെ ആവശ്യകതയും അതിന്റെ പരിമിതികളും വിലയിരുത്തുക.
4. ബി 2 സി കൊമേഴ്സിന്റെ സവിശേഷതകൾ ചർച്ച ചെയ്യുക
5. ഇലക്ട്രോണിക് രീതിയിൽ ബിസിനസ് നടത്തുന്നതിന്റെ പരിമിതികൾ ചർച്ച ചെയ്യുക. ഈ പരിമിതികൾ അതിന്റെ വ്യാപ്തിയെ പരിമിതപ്പെടുത്താൻ മാത്രം ശക്തമാണോ? ഉത്തരത്തിന് സാധൂകരണം നൽകുക.

പ്രോജക്റ്റ്/അസൈൻമെന്റ് [Project and Assignment]

1. ചെറുകിട വ്യാപാര സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്നും ഇന്റർനെറ്റിൽ നിന്നും ലഭിക്കുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെയും അവയുടെ വിലയേയും താരതമ്യം ചെയ്യുക. അവയുടെ ഗുണമേന്മ, ഉപഭോക്തൃ സംതൃപ്തി തുടങ്ങിയവ സമാനമാണോ എന്ന് പരിശോധിക്കുക.
2. ബിസിനസ് രീതിയെന്ന നിലയിൽ ഇ-ബിസിനസ് അഥവാ ഇ-കൊമേഴ്സ് ചെയ്തുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന ഒരു സ്ഥാപനത്തെ കുറിച്ച് പഠിക്കുക. ആ സ്ഥാപനത്തിൽ ജോലി ചെയ്യുന്ന ആരെങ്കിലുമായി അഭിമുഖ സംഭാഷണം നടത്തി പ്രായോഗിക ബിസിനസിൽ അതിന്റെ മെച്ചങ്ങളും സാമ്പത്തിക നേട്ടവും വിശകലനം ചെയ്യുക.