

डिजिटल मार्केटिंग का मानव जीवन पर प्रभाव

डॉ. लक्ष्मी शंकर यादव

प्रवक्ता, डायट-लोहाघाट, चम्पावत, उत्तराखण्ड

ई-मेल: isyadav.dietlohaghat@gmail.com

शोध सारांश

आई.सी.टी. तथा इण्टरनेट का प्रयोग दुनिया के लिए वरदान साबित हुआ है। आज बटन दबाते ही मन चाही तथा अभीप्सित वस्तु मनुष्य के सामने होती है। डिजिटल मार्केटिंग ने ग्राहकों के लिए एक खुला बाजार प्रस्तुत किया है, जहाँ पर वह अपनी सुविधानुसार वस्तुओं की खरीद-फरोख्त कर सकता है। संक्षेप में अगर इसका आशय स्पष्ट किया जाय तो डिजिटल मार्केटिंग वह बाजार है जिसमें आदान-प्रदान के लिए कम्प्यूटर विज्ञान और अंकीय आँकड़ों का प्रयोग किया जाता है। आज के इस आधुनिक दौर में युवा अपना हर कार्य इंटरनेट के माध्यम से ही करना प्रसन्न करते हैं। ऑनलाइन स्कूलिंग से लेकर मोबाइल अथवा टी.वी. का रिचार्ज, विद्युत बिल का भुगतान, ऑनलाइन मनी ट्रांसफर, फोन पे, गूगल पे, यू.पी.आई.डी., विभिन्न उत्पादों की रैंकिंग आदि सभी कुछ इंटरनेट के माध्यम से कार्य संपादित किये जाते हैं। ऑनलाइन मार्केटिंग कई प्रकार से सम्पन्न होती है जिसमें ई-मेल, सोशल मीडिया, एस.ई.ओ. सर्च इंजन, पे पर क्लिक एफिलिएट मार्केटिंग व यू-ट्यूब चैनल्स आदि सम्मिलित है। ऑनलाइन मार्केटिंग जैसे तौ वर्ष 1990 से शुरू होती है लेकिन व्यापक स्तर पर इसका प्रयोग 21वीं शदी के वर्षों में देखने को मिलता है जब देश में मोबाइल क्रांति सी आ गयी। लोगों ने इंटरनेट के माध्यम से सोशल मीडिया (ट्विटर, इंस्टाग्राम, फेसबुक, व्हाट्सएप) पर विभिन्न तरह के उत्पादों का प्रचार-प्रसार व डिजिटल मोड वाले कार्य संपादित करने लगे। आज दैनन्दिन जीवन में समस्त कार्य, तथा सभी प्रकार के भुगतान चाहे वह वस्तुओं की खरीद-फरोख्त से सम्बन्धित हो या फिर वस्तुओं की गुणवत्ता से सम्बन्धित प्रचार-प्रसार, ऑनलाइन शिक्षण पैकेज, सभी डिजिटल मार्केटिंग के तहत आसानी से संपादित हो रहे हैं। डिजिटल मार्केटिंग ने लोगों को सरलता, सहजता तथा उपयुक्तता के साथ एक बड़ा बाजार उपलब्ध कराया है जो समय तथा पैसे की बचत के साथ विश्वसनीय भी है।

प्रस्तावना-

समय की गति कहे या वैज्ञानिक विकास का सिलसिला कि पहले जो चीज़े चमत्कार सी लगती थी, आज वो आम चलन में है। मनुष्य के जीवन में दो ऐसी महत्वपूर्ण चीज़ें थी जिसका उसे बहुत मन से इंतजार होता था- एक अपनों के द्वारा लिखा खत तथा दूसरा इसको बाँटने वाला डाकिया। डाकिया जब कभी किसी गाँव में आता था तो खबर दूसरे पड़ोसी में भी फैल जाती थी कि आज पोस्टमैन साहब

आये हैं, मनी आर्डर तो आ ही रहा होगा। उसका समाज में आदर भी बहुत था। चिट्ठी, खत और प्रेमपत्र इसका असली आनंद तीन दशक पहले के लोग ही सही तरीके से व्यक्त कर सकते हैं। आज मल्टीमीडिया, आई.सी.टी. और इण्टरनेट का दौर है कि बटन दबाते ही हर चीज उपलब्ध। समय के साथ विकास में मानव ने नित्य नये के सोपान तय किये जिसमें सूचना संचार प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में पिछले कुछ वर्षों से अनेकों नवीन आविष्कार हुए। इन आविष्कारों के परिणामस्वरूप मानक जीवन पूरी तरह बदल सा गया। शिक्षा, स्वास्थ्य, कृषि, शासन प्रणाली, आर्थिक गतिविधियाँ, सभी क्षेत्रों में दुनिया के एक कोने में बैठा व्यक्ति दूसरे कोने में बैठे व्यक्ति से पल भर में सम्पर्क स्थापित कर सकता है। इस प्रकार मोबाइल, टेलीफोन, ई-मेल, इंटरनेट, वाई-फाई, कम्प्यूटर, वेबसाइट, केबल, टी.वी., डी.टी.एच. आदि दैनिक जीवन के आवश्यक अंग बन गये हैं। डिजिटल मार्केटिंग या ऑनलाइन मार्केटिंग का प्रयोग यद्यपि वर्ष 1990 से माना जाता है लेकिन इसका व्यापक रूप से प्रचार-प्रसार 21वीं शदी के प्रारम्भिक वर्षों से विशेषतयः देखा जा सकता है जब देश में मोबाइल क्रांति सी आ गयी। सरकारी कार्यालयों, सार्वजनिक उपक्रमों के अलावा जब आम आदमी डेटा और इण्टरनेट के प्रयोग से जीवन को सरल व सुगम बनाना शुरू कर दिया। डिजिटल मार्केटिंग या डिजिटल मोड की उपयोगिता इस कोविड-19 के दौर में सबसे प्राथमिक रूप से उभरकर सामने आयी जब इसने जीवन की गति को सुरक्षित सा कर दिया। लॉकडाउन के दौरान भारत की बची-खुची आबादी या मध्यम दर्जे के लोग भी सावधानी के तौर पर डिजिटल मार्केटिंग की तरफ उन्मुख हुए। डेटा या इण्टरनेट के माध्यम से आज हम अपनी जरूरत की सभी चीजें चाहे वह खाने-पीने, खरीददारी, लेन-देन या फिर ज्ञान-विज्ञान को बढ़ाने से हो, पल-भर में सभी कार्य सम्पन्न हो जाते हैं। इस आधुनिक युग में अधिकतर युवा अपने सारे कार्य इण्टरनेट के माध्यम से करना पसंद करते हैं चाहे वह ऑनलाइन स्कूलिंग, मोबाइल या टी.वी. रिचार्ज, विद्युत बिल भुगतान, टिकट बुकिंग, ऑनलाइन मनी ट्रांसफर, ऑनलाइन खरीददारी या वस्तुओं की गुणवत्ता के बारे में जानना, खाने-पीने की वस्तुओं का आर्डर आदि। इन्हीं सहजताओं व सरलताओं की वजह से लोगों का रुझान ऑनलाइन मार्केटिंग की तरफ बढ़ रहा है। सभी तरह के व्यापार या प्रतिष्ठान डिजिटल मोड को ही अपना रहे हैं। यद्यपि ऑनलाइन मार्केटिंग में शत-प्रतिशत सुरक्षा के इंतजाम अभी तक नहीं हो पाए हैं जिसके चलते कई बार लोग धोखाधड़ी के शिकार हो जाते हैं। इस पर भी प्रमुख रूप से ध्यान की आवश्यकता है।

शोध का शीर्षक- डिजिटल मार्केटिंग का मानव जीवन पर प्रभाव।

शोध का उद्देश्य- डिजिटल मार्केटिंग और मानव जीवन पर पड़ने वाले प्रभाव का अध्ययन अपेक्षित है।

शोध विधि- वर्णनात्मक।

शोध सीमा- सिर्फ डिजिटल मार्केटिंग का मानव जीवन पर प्रभाव का अध्ययन।

मुख्य शब्द- डिजिटल मार्केटिंग, इण्टरनेट, ई-भुगतान, सोशल मीडिया, ऑनलाइन तकनीकी।

कार्यान्वयन-

डिजिटल मार्केटिंग का अर्थ एवं आवश्यकता- डिजिटल का मतलब हिंदी में अंकों से सूचना देने वाला, अंकीय, अंकों में दर्शाने वाला या अंकदर्शी है। इसे कम्प्यूटर विज्ञान में ध्वनि रिकार्डिंग या सूचना संग्रहण के लिए 1 और 0 अंक का प्रयोग करने वाली इलेक्ट्रॉनिक पद्धति से है। मार्केट को हिंदी में बाजार कहते हैं। इस प्रकार डिजिटल मार्केटिंग वह मार्केटिंग है जिसमें आदान-प्रदान के लिए कम्प्यूटर विज्ञान और अंकीय आंकड़ों का प्रयोग किया जाता है। अर्थात् जब किसी उत्पाद की खरीदारी या बिक्री कम्प्यूटर, इण्टरनेट या फिर अन्य किसी इलेक्ट्रॉनिक मीडिया द्वारा की जाती है तो उसे डिजिटल मार्केटिंग कहते हैं। इसे ऑनलाइन मार्केटिंग के अर्थ में भी प्रयोग किया जाता है। आज के इस आधुनिक दौर में युवा अपना हर कार्य इण्टरनेट के माध्यम से करना पसंद करते हैं, चाहे वह ऑनलाइन स्कूलिंग हो, मोबाइल अथवा टी.वी. का रिचार्ज हो, विद्युत बिल का भुगतान, ऑनलाइन मनी ट्रांसफर, फोन पे, गूगल पे अथवा यू.पी.आई.डी. से, विभिन्न प्रकार की वस्तुओं की जानकारी, गुणवत्ता एवं खरीद-फरोख्त, वस्तुओं की गुणवत्ता के संदर्भ में उपभोक्ताओं के विचार, पाठ्य-पुस्तकें एवं किताबें तथा ऑनलाइन कोचिंग आदि सभी कुछ। इन सभी कार्यों को घर बैठे बिना किसी परेशानी के आवश्यकता एवं सुविधानुसार इण्टरनेट के माध्यम से किया जाता है। आज की इस भागती, दौड़ती जिंदगी में लोगों के पास वक्त नहीं है तथा कम समय में इतनी सारी सुविधाएं एक प्लेटफार्म पर उपलब्ध भी नहीं हो सकती। अतः सरलता, सहजता तथा सुगमता से आवश्यकता की वस्तुएँ घर बैठे प्राप्त हो जाती हैं वो ऑनलाइन मार्केटिंग अथवा डिजिटल मार्केटिंग का ही कमाल है। डिजिटल मार्केटिंग ने बाजार की धारणा एवं स्वरूप को पूरी तरह से बदल दिया है। अब लोग उत्पादों की खरीदारी के संदर्भ में छले नहीं जा सकते।

डिजिटल मार्केटिंग के प्रकार- डिजिटल मार्केटिंग के लिए इण्टरनेट का प्रयोग किया जाता है। इण्टरनेट के माध्यम से आप विभिन्न प्रकार की वेबसाइटों की मदद से मार्केटिंग कर सकते हैं, डिजिटल मार्केटिंग एक बहुत बड़ा टर्म है, जिसके विभिन्न रूप होते हैं।

ई-मेल मार्केटिंग- किसी भी उत्पाद की जानकारी जब हम ई-मेल के माध्यम से प्राप्त करते हैं तो वह ई-मेल मार्केटिंग कहलाता है। अक्सर सभी उत्पादों पर विस्तृत विवरण के लिए ई-मेल का पता दिया गया होता है।

सोशल मीडिया मार्केटिंग- आज के समय में बहुचर्चित मार्केटिंग का प्रकार सोशल मीडिया है। इसके अन्तर्गत ट्विटर, इंस्टाग्राम, फेसबुक आदि आते हैं। इसके माध्यम से लोग अपने विचारों, व्यवसायों एवं उत्पाद की गुणवत्ता को पलभर में दुनिया भर के ग्राहकों के सामने रखते हैं। यह कुछ ही समय में विशद लोकप्रियता प्राप्त कर लेता है।

सम्बद्ध या एफिलिएट मार्केटिंग- सम्बद्ध या एफिलिएट मार्केटिंग आज के समय में डिजिटल मार्केटिंग का सबसे प्रभावशाली, सरल व सहज माध्यम है। यह एफिलिएट इस संदर्भ में है क्योंकि इसमें व्यक्तियों को लिंक, वेबसाइट या फिर ब्लॉग के माध्यम से विज्ञापन करने पर कमीशन प्राप्त होता है। एफिलिएट मार्केटिंग में जिस लिंक के माध्यम से प्रचार-प्रसार किया जाता है, यदि लोग लिंक के माध्यम से उत्पाद को खरीदते हैं तो उस पर प्रचार या प्रसार करने वाले को कमीशन प्राप्त होता है।

पे पर क्लिक- पे पर क्लिक इस प्रकार की मार्केटिंग है जिस पर क्लिक करते ही ग्राहक के पैसे कट जाते हैं। इसे पे पर क्लिक एडवरटाइजिंग कहते हैं जिसमें पब्लिशर को पैसे प्राप्त होते हैं।

यू-ट्यूब चैनल्स- ये सबसे ज्यादा भीड़-भाड़ वाला प्लेटफार्म है, जिसकी आम दैनन्दिन जीवन में बड़ी लोकप्रियता है। यू-ट्यूब के माध्यम से हम अपने उत्पाद या सर्विस का प्रचार-प्रसार उन्नत तरीके से कर सकते हैं। कई तरह की खरीदारी हम वीडियो को देखकर भी करते हैं। यू-ट्यूब चैनल पर भुगतान करके हम अपनी पसंद के लोकगीत-संगीत, शैक्षिक वीडियो या अन्य जरूरतमंद वीडियो भी प्राप्त कर सकते हैं।

एस.ई.ओ. सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन- एस.ई.ओ. सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन एक ऐसी तकनीक है, जिससे हम अपने पोस्ट या पेज को किसी भी सर्च इंजन पर टॉप में लाते हैं, या रैंक करवाते हैं। सर्च इंजन या वेब खोजी इंजन वह सॉफ्टवेयर है जो इण्टरनेट पर संग्रहित सूचनाओं को खोजने का काम करता है।

डिजिटल मार्केटिंग की मानव जीवन में उपयोगिता- मुझे एक शेर याद आता है जो आज की भागती, दौड़ती जिंदगी के साथ-साथ डिजिटल मार्केटिंग की उपयोगिता को परिभाषित करने के लिए बहुत ही उपयुक्त एवं प्रासंगिक भी है-

तुम्हे गैरों से कब फुर्सत, हम अपने गम से कब खाली।

चलो बस हो गया मिलना, न तुम खाली न हम खाली।।

पहले लोगों के पास साधन नहीं थे, लेकिन लोग समय निकालकर एक-दूसरे से मिला करते थे। आज साधन है लेकिन लोगों के पास वक्त नहीं है। आज मिलने जुलने, आने-जाने, खरीद-फरोख्त, से सम्बन्धित समस्त कार्यों का निबटारा इंसान व्हाट्सएप या इण्टरनेट के माध्यम से करने लगा और तो

और नेह- निमंत्रण भी अब फोन से भेजे जाने लगे। खैर वक्त की कमी से जूझते इंसान के लिए डिजिटल मोड/आई.सी.टी. वरदान साबित हुआ है। इसकी उपयोगिता तो कोविड काल में और देखी गयी कि यदि आई.सी.टी. न होती तो संसार की गति निश्चित रूप से थम जाती। कोविड के दौर में ऑनलाइन मार्केटिंग का चलन आम-आदमी तक होने लगा जब खरीददारी अथवा चाट-समोसे और पकौड़े वालों ने भी, गूगल पे या फोन पे रखना शुरू किया। वक्त की गति के साथ ऑनलाइन मार्केटिंग ने लोगों को सरलता, सहजता तथा उत्पादों की खरीद से पहले उसकी रेटिंग का विकल्प प्रस्तुत किया है। अगर हमें विश्व में जितनी भी संज्ञाएँ अथवा वस्तुएँ हैं, किसी के बारे में भी जानकारी प्राप्त करनी होती है तो हम इण्टरनेट का प्रयोग करते हैं। लोगों को कोई वस्तु खरीदनी होती है तो वे सबसे पहले इण्टरनेट के माध्यम से उस उत्पाद को सर्च करके उसकी उपयोगिता और लोगों के विचार देखते हैं। अब लोगों को बाजार के चक्कर नहीं लगाने पड़ते, वे घर बैठे ही ऑनलाइन मार्केटिंग के माध्यम से अपने मोबाइल या लैपटॉप के द्वारा मनपसंद चीजे सर्वे मार्केट के आधार पर आसानी से प्राप्त कर ले रहे हैं। ऑनलाइन मार्केटिंग की जो सबसे खास बात है वह यह कि लोगों को अपने बजट के अनुसार तुलनात्मक ढंग से सामान पसंदकर पूरी जानकारी के आधार पर खरीदने की सुविधा हो जा रही है। ऑनलाइन मार्केटिंग में लोग रेटिंग के माध्यम से उत्पाद की गुणवत्ता को भी जान सकते हैं। भुगतान के लिए डिजिटल मोड होने से बैंकों में जमा होने वाली तथा बाजारों एवं दुकानों पर लगने वाली भीड़ भी कम हो रही है। अनावश्यक परिवहन व्यय की बचत के कारण वस्तुओं के दाम भी अपेक्षाकृत स्थिर हुए हैं तथा खुला बाजार होने के कारण प्रतिस्पर्धात्मक दौर में कम्पनियों ने मनमाने रेट भी लगाने बंद कर दिये हैं। ऑनलाइन मार्केटिंग की सेवा में लगे कुछ लोगों को रोजगार भी प्राप्त हुआ है जिससे बेरोजगारी का कुछ बोझ कम हुआ।

मानव जीवन पर डिजिटल मार्केटिंग का प्रभाव- डिजिटल मार्केटिंग ने अपनी सेवा-ई-मेल मार्केटिंग, सोशल मीडिया मार्केटिंग (ट्विटर, इंस्टाग्राम, फेसबुक), एफिलिएट मार्केटिंग, यू-ट्यूब चैनल, पे पर क्लिक, एस.ई.ओ. सर्च इंजन के माध्यम से मानव जीवन को आसान बना दिया है। कम्पनी का ऑफलाइन एडवर्टाइज में बहुत सारा पैसा खर्चा हो जाता था जो कहीं न कहीं से उत्पादन मूल्य में जुड़ता था। अब वह पैसा सीमित रूप में खर्चा हो रहा है जिससे वस्तुओं का उत्पादन मूल्य अपेक्षाकृत स्थिर हुआ। पहले के जमाने में कुछ वस्तुएँ तो बनकर कई-कई वर्षों या महीनों तक गोदामों में ही पड़ी रहती थी और कितने तो खराब भी हो जाती थी, क्योंकि वस्तु की बिक्री सही समय पर नहीं हो पाती थी। आज लोग विभिन्न मार्केटिंग माध्यमों से अपने उत्पाद को एडवर्टाइज करा लेते हैं, जिसे ज्यादा से ज्यादा लोग देख भी लेते हैं। प्रोडक्ट्स को खरीदने के लिए भौतिक मौजूदगी की जरूरत नहीं पड़ती

जिसे आप ऑनलाइन भुगतान कर घर पर ही प्राप्त कर ले रहे हैं। ऑनलाइन मार्केटिंग में ये भी संभव हुआ है कि यदि वस्तु पसंद न आये तो वापस कर अपना पैसा भी प्राप्त किया जा सकता है। उपर्युक्त सुविधाओं के साथ-साथ कई बार ऑनलाइन भुगतान में कई तरह की जालसाजी वाली घटनाएं सामने आती हैं जिसका कारण किसी सुरक्षित सुरक्षा तकनीक का न होना है। कुछ लोग फेक तरीके से भी लोगों को ठगने का काम करते हैं। पे पर क्लिप या कुछ ऐसी अनेक वेबसाइट होती है जिसे अनजाने पर छू लेने या साइट पर जाने से ही पैसा कर जाता है। कई बार साइट हैक कर हैकर सीधे-साधे लोगों को चूना भी लगा देते हैं।

उपसंहार- इस भागती, दौड़ती जिंदगी में डिजिटल मार्केटिंग ने एक रोबोट का काम किया है। भविष्य में पूरा व्यापार और हर एक चीज़ डिजिटल मार्केटिंग के माध्यम से ही मुमकिन होगी। विक्रेताओं को भी यह सोचने की जरूरत नहीं पड़ती कि वे अपने उत्पाद को कहाँ एडवर्टाइज करायें। डिजिटल मार्केटिंग से जहाँ लोगों को मनचाहे सामान अपने बजट के अनुसार प्राप्त करने का अवसर प्राप्त हुआ है वही अनावश्यक व्यय भार भी कम हुआ है। मनचाही चीज़ें प्राप्त करने, अनावश्यक भीड़-भाड़ से बचने तथा किसी के सहारे की जरूरत के बगैर, समय बचाने का सबसे अच्छा माध्यम डिजिटल मार्केटिंग ही है।

निष्कर्ष- ऑनलाइन मार्केटिंग खुले बाजार में बजट के अनुसार उपयोगिता को ध्यान में रखते हुए खरीददारी का सरल, सहज व जनप्रिय बाजार है। अपनी सुविधा व आवश्यकतानुसार मनचाही चीज़ें प्राप्त कर व्यक्ति खुशनुमा जीवन व्यतीत करता है। खुला बाजार तथा सभी उत्पादों के संदर्भ में रेटिंग या लोगों की प्रतिक्रिया को जानकर वस्तुओं के चुनाव का एक अच्छा प्लेटफार्म डिजिटल मार्केट साबित हो रहा है। डिजिटल बाजार जहाँ एक तरफ लोगों की सुविधा का ख्याल रखता है वही दूसरी तरफ उन्हें अपव्यय से बचाकर बजट को संतुलित करने में मदद भी करता है। डिजिटल बाजार मनचाही वस्तुओं को प्राप्त करने का अच्छा विकल्प है। ऑनलाइन मार्केटिंग समय, स्वास्थ्य व धन की बचत का अच्छा विकल्प है। ऑनलाइन मार्केटिंग से जीवन का प्रत्येक पक्ष सकारात्मक रूप से सँवरता है।

संदर्भ ग्रंथ सूची

1. न्यूज हिन्दी, बी.बी.सी.- डिजिटल इंडिया की क्या है, चुनौतियाँ, 22 अप्रैल 2021।
2. गोस्वामी, नीतेश- आत्मनिर्भर भारत की ओर एक और कदम, 23 अक्टूबर, 2021।
3. गोस्वामी, डॉ० अदिति- ग्राम्य विकास और आई.सी.टी.एन. इण्टरनेशनल पीयर रिव्यूड रिसर्च जनरल, संशोधन समीक्षा का स्पेशल इश्यू 2017।
4. डिजिटल मार्केटिंग क्या है \ -www.nkmonitor.com

5. डिजिटल मार्केटिंग- <https://hi.m.wikipedia.org>.
6. डिजिटल मार्केटिंग क्या है जानिए इसमें कैरियर के अवसर- <https://leverageedu.com>
7. सिन्हा, श्वेता- असिस्टेन्ट प्रोफेसर कम्प्यूटर विभाग, नेशनल पी.जी. कालेज, लखनऊ- 226001।