न्यूज़ !mpact
jurnalism4development

डायरेक्ट सेलिंग उद्योग दे रहा ई-कॉमर्स को सीधी टक्कर, जानिए किस प्रोडक्ट पर मेहरबान हैं लोग

डायरेक्ट सेलिंग उद्योग ने अपने सीमित संसाधनों के बावजूद ई-कॉमर्स को कड़ी टक्कर देना शुरू कर दिया है। साथ ही इस उद्योग ने कोरोना की चुनौती को तकनीक और नई पहल के जरिये अवसर में बदलने की कोशिश है। इसकी बदौलत डायरेक्ट सेलिंग उद्योग ने 2020-21 की कोविड प्रभावित पहली छमाही में 4.7 प्रतिशत वृद्धि की है।इंडियन डायरेक्ट सेलिंग एसोसिएशन (आईडीएसए) ने शुक्रवार को अपनी वार्षिक सर्वेक्षण रिपोर्ट जारी की जिसके अनुसार भारतीय डायरेक्ट सेलिंग उद्योग ने वित्तीय नर्ष 2020-21 की महामारी से

प्रभावित पहली छमाही में 7,518 करोड़ रुपए की कुल बिक्री की जो इसके पहले समान अवधि की तुलना में 4.7 फीसदी अधिक है।

डायरेक्ट सेलिंग से इन उत्पादों को खरीदने की होड़

रिपोर्ट के मुताबिक स्वास्थ्य एवं पोषण वर्ग के उत्पादों की मांग में काफी तेजी आई है। रिपोर्ट के मुताबिक वेलनेस वर्ग के उत्पादों ने भारतीय डायरेक्ट सेलिंग बिक्री में 57 प्रतिशत का योगदान दिया, इसके बाद कॉस्मेटिक्स और पर्सनल केयर वर्ग ने 22 प्रतिशत का योगदान दिया। जबकि घरेलू सामानों के वर्ग की इसमें आठ फीसदी की हिस्सेदारी रही।

खरीदारी में महाराष्ट्र, बंगाल और यूपी सबसे आगे

रिपोर्ट के मुताबिक वित्तीय वर्ष 2019-20 में भारतीय डायरेक्ट सेलिंग उद्योग ने 28.26 प्रतिशत की अच्छी वृद्धि दर्ज की। इस अवधि में इसकी कुल बिक्री 16,776.2 करोड़ रुपए रही, जो कि 2018-19 में 13,080 करोड़ रुपए थी। बिक्री में सबसे ज्यादा 12 प्रतिशत का योगदान महाराष्ट्र का रहा। इसके बाद 11 प्रतिशत पश्चिम बंगाल और नौ फीसदी उत्तर प्रदेश का रहा। हरियाण और दिल्ली करीब पांच-पांच प्रतिशत के योगदान के साथ डायरेक्ट सेलिंग के प्रमुख बाजारों में शामिल हैं।