Vol 7 Issue 5 June 2017

ISSN No : 2230-7850

International Multidisciplinary Research Journal

# *Indian Streams Research Journal*

Executive Editor
Ashok Yakkaldevi

Editor-in-Chief
H.N.Jagtap

## Welcome to ISRJ

RNI MAHMUL/2011/38595 ISSN No.2230-7850

Indian Streams Research Journal is a multidisciplinary research journal, published monthly in English, Hindi & Marathi Language. All research papers submitted to the journal will be double - blind peer reviewed referred by members of the editorial board.Readers will include investigator in universities, research institutes government and industry with research interest in the general subjects.



### Regional Editor

Manichander Thammishetty
Ph.d Research Scholar, Faculty of Education IASE, Osmania University, Hyderabad.

Mr. Dikonda Govardhan Krushanahari
Professor and Researcher ,
Rayat shikshan sanstha's, Rajarshi Chhatrapati Shahu College, Kolhapur.

## *International Advisory Board*

Kamani Perera
Regional Center For Strategic Studies, Sri Lanka

Janaki Sinnasamy
Librarian, University of Malaya

Romona Mihaila
Spiru Haret University, Romania

Delia Serbescu
Spiru Haret University, Bucharest, Romania

Anurag Misra
DBS College, Kanpur

Titus PopPhD, Partium Christian University, Oradea,Romania

Mohammad Hailat
Dept. of Mathematical Sciences, University of South Carolina Aiken

Abdullah Sabbagh
Engineering Studies, Sydney

Ecaterina Patrascu
Spiru Haret University, Bucharest

Loredana Bosca
Spiru Haret University, Romania

Fabricio Moraes de Almeida
Federal University of Rondonia, Brazil

George - Calin SERITAN
Faculty of Philosophy and Socio-Political Sciences Al. I. Cuza University, Iasi

Hasan Baktir
English Language and Literature Department, Kayseri

Ghayoor Abbas Chotana
Dept of Chemistry, Lahore University of Management Sciences[PK]

Anna Maria Constantinovici
AL. I. Cuza University, Romania

Ilie Pintea,
Spiru Haret University, Romania

Xiaohua Yang
PhD, USA

......More

## *Editorial Board*

Pratap Vyamktrao Naikwade
ASP College Devrukh,Ratnagiri,MS India

R. R. Patil
Head Geology Department Solapur University,Solapur

Rama Bhosale
Prin. and Jt. Director Higher Education, Panvel

Salve R. N.
Department of Sociology, Shivaji University,Kolhapur

Govind P. Shinde
Bharati Vidyapeeth School of Distance Education Center, Navi Mumbai

Chakane Sanjay Dnyaneshwar
Arts, Science & Commerce College, Indapur, Pune

Awadhesh Kumar Shirotriya
Secretary,Play India Play,Meerut(U.P.)

Iresh Swami
Ex - VC. Solapur University, Solapur

N.S. Dhaygude
Ex. Prin. Dayanand College, Solapur

Narendra Kadu
Jt. Director Higher Education, Pune

K. M. Bhandarkar
Praful Patel College of Education, Gondia

Sonal Singh
Vikram University, Ujjain

G. P. Patankar
S. D. M. Degree College, Honavar, Karnataka

Maj. S. Bakhtiar Choudhary
Director,Hyderabad AP India.

S.Parvathi Devi
Ph.D.-University of Allahabad

Sonal Singh,
Vikram University, Ujjain

Rajendra Shendge
Director, B.C.U.D. Solapur University, Solapur

R. R. Yalikar
Director Managment Institute, Solapur

Umesh Rajderkar
Head Humanities & Social Science YCMOU,Nashik

S. R. Pandya
Head Education Dept. Mumbai University, Mumbai

Alka Darshan Shrivastava
Shaskiya Snatkottar Mahavidyalaya, Dhar

Rahul Shriram Sudke
Devi Ahilya Vishwavidyalaya, Indore

S.KANNAN
Annamalai University,TN

Satish Kumar Kalhotra
Maulana Azad National Urdu University



**Address:-Ashok Yakkaldevi 258/34, Raviwar Peth, Solapur - 413 005 Maharashtra, India**
**Cell : 9595 359 435, Ph No: 02172372010 Email: ayisrj@yahoo.in Website: www.isrj.org**

ISSN: 2230-7850 IMPACT FACTOR : 5.1651(UIF)

INDIAN STREAMS RESEARCH JOURNAL

VOLUME - 7 | ISSUE - 5 | JUNE - 2017

# ऑनलाईन शॉपिंग : एक शोधात्मक विश्लेषण

डॉ. जी.डी.एस.बग्गा[1] , बलजीत सिंह बग्गा[2]
[1]विभागाध्यक्ष (वाणिज्य) चंदूलाल चंद्राकर शासकीय कला एवं वाणिज्य महाविद्यालय धमधा जिला–दुर्ग (छ.ग.)
[2]शोधार्थी

**प्रस्तावना :**

E-Commerce (Electronic Commerce) वह बाजार है जहाँ वस्तुओं और सेवाओं का क्रय–विक्रय ऑनलाईन (इंटरनेट) के माध्यम से होता है। इसमें ग्राहकों को प्रदान की जाने वाली सेवाएँ एवं व्यापार के भागीदारों के साथ सहयोगियों को भी शामिल किया जाता है। बुनियादें ढ़ाचें, उपभोक्ता कई मुल्यवर्धित प्रकार के व्यापारों के लिए कई अवसर प्रस्तुत करता है। वर्तमान में कंप्यूटर, दूरसंचार और केबल टेलीविजन व्यवसायों में बड़े पैमाने पर विश्वव्यापी परिवर्तन हो रहे हैं क्योंकि आज धीरे–धीरे दुरसंचार नेटवर्क पर नियंत्रण कम होता जा रहा है। सन् 1990 से वाणिज्यिक उद्यमों ने विज्ञापन, बिक्री और दुनिया भर में अपने उत्पादनों का समर्थन के लिये इंटरनेट को एक संभावित व्यवहार्य साधन के रूप में देखा है। ऑनलाईन शॉपिंग नेटवर्क वाणिज्यिक गतिविधियों का एक बढ़ता प्रतिशत बन गया है। 21 वीं सदी ने ऑनलाईन व्यापारों के लिए असीम अवसर एवं प्रतिस्पर्धा का वातावरण प्रदान किया है। अनेक ऑनलाईन व्यापारिक कंपनियों की स्थापना हुई है और अनेक मौजूदा कंपनियां ऑनलाईन शाखाएं खोल रखी हैं।

ई–कॉमर्स का प्रमुख एवं महत्वपुर्ण अंग डिजिटल मोर्केटिंग है। आज दुनिया की लगभग सभी बड़ी कम्पनीयाँ ब्रांड प्रोमोशन एवं उपभोक्ता तक पहुंचने के लिए डिजिटल मार्केटिंग का सहारा ले रही है। सोशल मिडिया, वेबसाइट, ईमेल, एवं मोबाइल मैसेज डिजिटल मार्केटिंग के मददगार टुल्स है। इसके अलावा सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन (SEO), सर्च इंजन मार्केटिंग (SEM),सोशल मीडिया मार्केटिंग (SMM) भी डिजिटल मोर्केटिंग के टुल्स है। परम्परागत मार्केटिंग की तरह डिजिटल मार्केटिंग का उद्देश्य वस्तु एवं सेवा के प्रति ग्राहक की जागरूकता विकसित कर उन्हे आकर्षित करना है। डिजिटल मार्केटिंग में विज्ञापन, लेख, चर्चाएं, लिंक्स एवं टिप्पणीयाँ की आवश्यकता होती है। जिसके कारण इस क्षेत्र में लगातार नौकरी के अवसर बढ़ रहे है।

***1. शोध कार्य का उद्देश्य :–*** फुटकर व्यापार की नवीन प्रवृत्ति ऑनलाईन शॉपिंग है। इस शोध कार्य का उद्देश्य ऑनलाईन शॉपिंग की गतिविधियाँ ज्ञात करना , इनसे मिलने वाले लाभों एवं संभावित हानियों को ज्ञात करते हुए उन सावधानियों के प्रति जागरूक बनाना है ताकि ऑनलाईन डील अच्छी, सुरक्षित एवं सस्ती हो सके।

***2.परिकल्पना:–*** इस शोध कार्य की परिकल्पना इस प्रकार है

2.1 ऑनलाईन शॉपिंग आवश्यक है।

2.2 ऑनलाईन शॉपिंग लाभदायक है।

2.3 ऑनलाईन शॉपिंग में सुधार करने की आवश्यकता है।

***3. शोधप्रविधि:–*** इस शोध कार्य को लक्ष्योन्मुख बनाने के लिए प्रश्नावली का सहारा लिया गया। इसमें पुछे गए प्रश्न इस प्रकार हैं।

***प्रश्नावली***

प्रश्न 1 : ऑनलाईन शॉपिंग क्या हैध्आप जानते है?
(1) हाँ (2) नहीं

प्रश्न 2 : ऑनलाईन शॉपिंग के लिए आप किसका उपयोग करते हैंध
(1) मोबाइल (2) लैपटॉप (3) कम्प्युटर (4) साइबर कैफे

प्रश्न 3 : ऑनलाईन शॉपिंग क्यों आवश्यक है?

प्रश्न 4 : ऑनलाईन शॉपिंग से आपको क्या लाभ / हानि हुई?

प्रश्न 5 : ऑनलाईन शॉपिंग के समय कौन सी सावधनियाँ रखनी चाहिए?

प्रश्न 6 : ऑनलाईन शॉपिंग का भविष्य क्या है?

***4. ऑनलाईन शॉपिंग*** ऑनलाईन शॉपिंग इसकी शुरूवात 1979 में माइकल आल्डरिच ने की थी। इसके लिए उन्होने टेलीविजन का सहारा लिया। टेलीविजन में वस्तु देखकर ग्राहक टेलीफोन से आदेश देते थे। मार्च 1980 में redifon"s office revoluation की सहायता से उपभोक्ता, ग्राहक, एजेंट, वितरक, पुर्तिकर्ता तथा सेवा कंपनीयाँ आपस में ऑनलाईन कनेक्ट हो सकती थी। world wide web सर्वर तथा ब्राउजर टीम बुरनेर्स ली के द्वारा बनाया गया तथा इसका official उपयोग 1991 में हुआ।

***4.1 ऑनलाईन षॉपिंग का अर्थ–*** इन्टरनेट की सहायता से वस्तु या सेवा क्रय विक्रय की प्रक्रिया को ऑनलाईन शॉपिंग कहते है। ऑनलाईन की

सहायता से घर बैठे हम वस्तु एवं सेवा खरीद सकते है। world wide web की अवधारणा के प्रतिपादन से ही वस्तु या सेवा के विक्रेताओं ने ऑनलाईन क्रेताओं को बेचना शुरू किया। घर में या ऑफिस में कंप्यूटर या लैपटॉप के माध्यम से इसमें क्रय विक्रय की प्रक्रिया संपन्न की जाती है इस शॉपिंग बाजार में हाउस होल्ड मटेरियल, फूड आइटम कपडे फर्नीचर आदि का क्रय विक्रय होता है। इन्टरनेट का उपयोग करने वाला व्यक्ति के पास डेबिट/क्रेडिट कार्ड है तो वह ऑनलाईन शॉपिंग कर सकता है इसमें वस्तु की आपूर्ति लेते समय नकद भुगतान का विकल्प भी होता है जिसे कैश ऑन डिलीवरी भी कहते है।

*4.2 मुख्य बातें*—ऑनलाईन शॉपिंग की मुख्य बातें इस प्रकार है—

4.2.1.ऑनलाइन क्रय विक्रय की प्रक्रिया सरल एवं सुविधा जनक है

4.2.2.कई सरकारें ऑनलाईन क्रय विक्रय पर कर लगाकर वस्तु को महंगा कर देती है जैसे सितम्बर 2016 में उत्तर प्रदेश सरकार ने ऑनलाईन खरीदी पर 5ः प्रवेश कर लगाया है इससे 600 करोड़ की आय का अनुमान है।

4.2.3.घर बैठे कम समय में किसी भी समय शॉपिंग की जा सकती है इसलिए आज ऑनलाईन शॉपिंग धीरे—धीरे लोकप्रिय होती जा रही है।

4.2.4. ऑनलाईन शॉपिंग में मुल्य विश्वसनीय एवं सही होते है।

4.2.5.ऑनलाईन शॉपिंग में डिस्काउंट कूपन भी दिए जाते है।

4.2.6.ऑनलाईन शॉपिंग में कई प्रकार के प्रोडक्ट एवं अनेक प्रकार के ब्रांडस् होते है जिससे उपभोक्ता को अनेक विकल्पों में चयन करने का अवसर मिलता है।

4.2.7.ऑनलाईन शॉपिंग में उपभोक्ता न केवल प्रोडक्ट की तुलना कर सकता है बल्कि उनके मुल्यों की भी तुलना कर अपनी क्रय क्षमतानुसार क्रय कर सकता है।

4.2.8.ऑनलाईन शॉपिंग के माध्यम से हम अपने रिश्तेदारों एवं दोस्तों को गिफ्ट भेज सकते है।

4.2.9.सामान्य विक्रय व्यवस्था में निर्माता लागत पर लाभ लेकर वितरक/थोक विक्रेता को देता हैं थोक विक्रेता लाभ लेकर फुटकर व्यापारी को देता है तथा फुटकर व्यापारी लाभ लेकर उपभोक्ताओं को देता है इसी प्रक्रिया को ध्यान में रख कर डत्च निर्धारित किया जाता है माना उत्पाद की लागत 1000 रू. है उसने थोक व्यापारी को 20ः लाभ पर 1200 में बेचा थोक व्यापारी 25% लाभ पर 1200़300=1500 रूपए में फुटकर व्यापारी को देता है फुटकर व्यापारी 1600 रूपए की चीज को 2000 रूपए में बेचता है। ऑनलाईन शॉपिंग में ऑनलाईन कंपनियां निर्माता से खरीद कर सीधे उपभोक्ता को माल बेचती है अब ऑनलाईन कंपनी को 1200 रूपए में निर्माण से वस्तु मिली जबकि उसकी MRP 2000 है अतः ऑनलाईन कंपनी MRP पर बड़ी छुट देकर भी वह अच्छा लाभ कमा लेती है।

*4.3. ऑनलाईन शॉपिंग साइट*— भारत में इंटरनेट का जैसे—जैसे विस्तार हो रहा है तथा इंटरनेट सुविधा कम मुल्य पर पर उपलब्ध हो रही है। वैसे वैसे अनेक ऑनलाईन शॉपिंग साइटस् लोकप्रिय हो रहे है—

*4.3.1. मंत्रा डॉट कॉम*— ऑनलाइन फुटकर साइट्स में सर्वाधिक विश्वसनीय एवं लोकप्रिय यह साइट है। इस साइट में फैशनेबल एवं कैजुवल लाइफस्टाइल प्रोडक्ट खरीदे जा सकते है। यह साइट 2001 में अस्तित्व में आई थी। मुकेश बंसल, आशुतोष लवानिया एवं विनित सक्सेना ने मिलकर बनाया था। ये तीनों आई. आई. टी. से उत्तीर्ण थे। इस कंपनी का मुख्यालय बेंगलुरू में है। इस साइट से ही टी—शर्ट, मग, कलेण्डर, ग्रीटिंग कार्ड, चैन, डायरी एवं वाइन ग्लास इत्यादी क्रय कर सकते है। महिला, पुरूष एवं बच्चों की फैशनेबल चीजों का विक्रय इस साइट में होता है।

*4.3.2. फ्लिपकार्ट डॉट कॉम*— युनिक विजटर्स द्वारा प्रदत्त समंको के अनुसार दुसरी सर्वाधिक लोकप्रिय ऑनलाइन साइट इसे माना जाता है। इसमें पहले किताबें ऑनलाइन बेची जाती थी। किन्तु अब इलेक्ट्रानिक एवं अन्य उत्पादो का ऑनलाइन विक्रय भी किया जाता है। इस साइट को 2007 में सचिन बंसल एवं बिन्नी बंसल ने मिलकर बनाया था।

*4.3.3. जेबांग डॉट कॉम*— यूनिक विजिटर्स के आंकड़ो के अनुसार जेबांग डॉट कॉम ऑनलाइन शॉपिंग के क्षेत्र में तीसरा सबसे लोकप्रिय एवं विश्वसनीय नाम है। 16.1% लोग इस पर विश्वास करते है। फैशन एवं लाइफस्टाइल के सामान को बेचने वाली यह साइट है। कम्प्युटर एसेसरीज, परफ्युम, फुटवियर, ब्यूटी प्रोडक्ट, होम एसेसरीज जैसे चीजों का ऑनलाइन विक्रय करती है। ये साइट 2012 में आरंभ हुई थी। अरूण चन्द्रमोहन, प्रवीण सिन्हा एवं लक्ष्मी ने मिलकर इसे बनाया था।

*4.3.4. एमेजॉन डॉट कॉम*— मूल रूप से इस अमेरीकी ऑनलाईन शॉपिंग सेंटर में ऑनलाईन के 15ः ग्राहक इस साईट का उपयोग ऑनलाईन शॉपिंग के लिए करते है। आरम्भ में यह साईट ग्राहकों को ऑनलाईन किताबे, मूवी एवं टीवी शो उपलब्ध कराती थी। अब यह ई—बूक, किंडल एसेसरीज सहित अनेकानेक वस्तुएँ उपलब्ध कराती है। दुनिया भर में ग्राहकों को दुकानों से इन्टरनेट पर लाने वाली एमेजॉन भारतीय बाजार में एक सशक्त ऑनलाईन शॉपिंग मॉल बनता जा रहा है। कंपनी ने भारत में फ्लैगशिप मार्केट प्लस बिजनेस लाँच कर दिया है। ई—कॉमर्स कंपनी भारत में कुछ समय पूर्व ही अस्तित्व में आई है। यह किताब एवं डीवीडी का विक्रय करेगी। भारत विश्व का ऐसा 10वाँ देश है जिसे एमेजॉन ने मार्केट प्लस उपलब्ध कराया है। यह सर्विस एक सेंटर पॉइंट है जहाँ अलग अलग विक्रेता मार्केट प्लस का उपयोग कर तीसरे पक्ष को उत्पाद एवं सेवा बेचते है। एमेजॉन मीडिया सेंटर में इस सम्बन्ध में अभी घोषणा नहीं की गई। एफ.डी.आई प्रतिबंधों के कारण एमेजॉन सीधे भारत में सामान नहीं बेच सकती लेकिन थर्ड पार्टी वाले वेबसाइट को ही होस्ट करके इसका हल निकाला गया है। अमेरीकी कंपनी भारत में एमेजॉन डॉट कॉम लॉन्च करने बहुत जोर लगा रही है। एमेजॉन ग्लोबल के तात्कालिक उपाध्यक्ष पॉल ई माइसनर ने वाणिज्य मंत्री आनंद शर्मा से इस संबंध में मुलाकात की थी। ई—कॉमर्स बाजार में फ्लिपकार्ट के बाद अन्य दिग्गज कम्पनीयाँ भी भारत में निगाह टिकाए है।

*4.3.5. स्नैपडिल डॉट कॉम*—युनिक विजिटर्स के आंकड़ो के आधार पर ऑनलाईन ग्राहकों के 10ः लोग इस ऑनलाइन शॉपिंग साइट द्वारा उपलब्ध कराई गई वस्तु का उपयोग कर रहे है। इस साइट का आरंभ भारतीय मुल के छात्रों कुनाल बहल एवं रोहित बंसल द्वारा किया गया था। इस साइट के द्वारा लैपटॉप, कैमरा, टैबलेट एवं अन्य कई उत्पादों का विक्रय किया जाता है। वर्तमान समय में भारम में ऑनलाइन विक्रय का यह बड़ा बाजार बनता जा रहा है।

*4.3.6. इंडिया टाईम्स नेटवर्क* — भारत की सबसे बड़ी ऑनलाईन शॉपिंग प्लेटफार्म है जो कपड़े, एसेसरीज, ज्वेलरी, ई—बुक्स आदि समेत 30000 प्रोडक्ट का सेल करता है।

*4.3.7. बुक माय शो* Book My Show —भारत का सबसे बड़ा ऑनलाईन स्टोर है जो मुवी टिकट, स्पोर्टस् टिकट आदि उपलब्ध कराता है।

*4.3.8. ईबे* Ebay —इलेक्ट्रानिक्स उत्पाद, कपड़े, डिजिटल कैमरा यानि उपभोक्ता की आवश्यकता की सभी चीजों को उपलब्ध कराने वाला ऑनलाईन स्टोर है।

*4.3.9 आस्क मी बाजार* AskMeBazaar —AskMeBazaar.com भारत की अन्य श्रेष्ठतम शॉपिंग साइट है, जहाँ उपभोक्ताओं की आवश्यकता

की अनेक वस्तुएँ उपलब्ध है।

*4.3.10.शॉपक्लुस* Shopclues –भारत की इस शॉपिंग साइट में हर कैटेगरी का सामान डिस्काउंट में उपलब्ध है।

*4.4. ऑनलाईन शॉपिंग करने के तरीके–* ऑनलाईन शॉपिंग करने का तरीका इस तरह है।

*4.4.1.* E-mail Id *बनाना–*ऑनलाइन शॉपिंग के पुर्व अपनी E-mail Id बना लेनी चीहिए।

*4.4.2.* Account *बनाना–* E-mail Id तैयार हो जाने के बाद जिस शॉपिंग साइट में Order करना हो उस साइट में अपना ।बबवनदज बनाना होता है। जो कि पासवर्ड से सेफ होता है।

*4.4.3. पता* Update *करना* –एकाउंट बनने के बाद ईमेल आई डी और पासवर्ड से लॉग इन करके सबसे पहले पता अपडेट करना होता है। सामान्यतः पते में निम्नांकित जानकारी देनी होती है–

नाम–
पोस्ट–
जिला–
देश–
पिन कोड–

*4.4.3. आदेश समरी–* इसे बनाने के लिए खरीदी जानें वाली चीज की प्रकृति, मात्रा एवं राशि आदि का उल्लेख किया जाता हे।

*4.4.4. भुगतान–* ऑनलाईन शॉपिंग करते समय हमें यह निर्धारीत कर लेना चाहिए कि वस्तु का मुल्य क्रेडिट या डेबिट कार्ड या इंटरनेट बैंकिग या Cash on Delivery (COD) से करना है।

*इन सारी प्रक्रियाओं का निर्धारीत प्रारूप है–*

*4.5. ऑनलाईन शॉपिंग : आवश्यक कदम* – ऑनलाइन शॉपिंग के कार्य का सुचारू रूप से संचालित करने के लिए निम्न कदम सहायक है–

*4.5.1.शॉपिंग समय का निर्धारण–* 24 घंटे में किसी भी समय शॉपिंग की जा सकती है। ऑनलाइन शॉपिंग में वस्तु की पुर्ति दुसरे दिन होती है और यह समय शॉपिंग के दुसरे घंटे से प्रारंभ होती है। ऑनलाईन शॉपिंग के समय वस्तुओं की पुर्ति चार्ज साइट पर साफ साफ डिक्लेयर किया जाता है। कि वस्तु कर पुर्ति पर उन्हे कितने पैसे देने होंगे।

*4.5.2.शॉपिंग स्टार्ट करें–* जब शॉपिंग साइट पर शॉपिंग आरंभ की जाती है तो जिस वस्तु को आप खरीदना चाहतें है उसे या तो सर्च बार में टाइप करें या अपने साइट पर विभिन्न कैटेगरी में से सर्च करके अपना सामान का चयन किया जा सकता है। वस्तु का चयन करते समय क्लिक करके समान को साफ देख सकते हैं तथा जुम करके दिमाग में वस्तु की तस्वीर साफ बना सकते है।

*4.5.3. पेमेंट मोड सिलेक्ट करें–*ऑनलाइन शॉपिंग करते समय क्रेता को यह भी सुनिश्चित कर लेना चाहिए कि वह किस माध्यम से वस्तु के मुल्य का भुगतान करेगा। वह क्रेडिट कार्ड या डेबिट कार्ड या इंटरनेट बैंकिग या वस्तु की पुर्ति प्राप्त होने पर Cash on Delivery (COD) से नकद भुगतान भी कर सकता है।

*4.5.4. आर्डर की जांच ;त्तंबाद्ध करना–* ऑनलाईन शॉपिंग में आर्डर हो जाने के बाद कभी भी यह चेक किया जा सकता है की सामान की अभी क्या स्थिति है वह कहाँ पहुँचा है। ऑनलाईन शॉपिंग साइट आर्डर की पल पल की स्थिति की जानकारी उपलब्ध कराती है।
*4.4.6. आर्डर समय पर प्राप्त कराना–*ऑनलाईन शॉपिंग से आर्डर हो जाने के पश्चात शॉपिंग साइट की जिम्मेदारी बनती है की सामान अच्छी तरह पैक हो और ग्राहक को समय पर प्राप्त हो जाए। ताकि उपभोक्ता उनका स्थायी उपयोगकर्ता बना रहे।
*4.5.6. आर्डर वापसी या बदलाव–* ऑनलाईन शॉपिंग से आर्डर प्राप्त हो जाने के बाद वस्तु के टुट–फुट होने, फिट न आने पर या वैसा न होना जैसा आर्डर किया गया था उस स्थिति में वस्तु को वापस कर पुरा पेमेंट वापस लिया जा सकता है या वस्तु बदली जा सकती है।

*4.6. ई–कॉमर्स के प्रकार – ई–कॉमर्स के प्रकार इस प्रकार है–*
*4.6.1.* B2B [Business to Business] – इसमें एक Business organization दुसरे organization से डायरेक्ट Business करती है। जैसे थोक व्यापारी सीधे निर्माता से उत्पाद क्रय करता है।
*4.6.2.* B2C [Business to Consumer] – सबसे अधिक प्रयोग किया जाने वाला ई–कॉमर्स का यह स्वरूप है।
इसके अंतर्गत बिजनेस organization अपने प्रोडक्ट वेबसाइट पर डालती है। ग्राहक प्रोडक्ट की तुलना कर अपनी क्रय क्षमतानुसार प्रोडक्ट खरीदता है। इसमें बीच के वितरक नहीं होते Flipkart, Amazon वे वेबसाइट है जो B2C के प्रकार में आती है।
*4.6.3.* C2C [Consumer to Consumer] – इसमें एक उपभोक्ता दुसरे उपभोक्ता को अपनी वस्तु बेच सकता है। जैसे पुरानी कार, मोटरसायकल आदि कोई भी उपयोग की हुई चीजें बेच सकते है। Quicker, OLX वेबसाइट इसी श्रेणी की है।
*4.6.4* C2B [Consumer to Business]– इसमे आवश्यकतानुसार ग्राहक व्यवसाय संगठन को माल बेच सकता है।
*4.6.5* B2G [Business to Government ]– शासन के नियमानुसार कोई व्यवसाय संगठन शासन को माल बेच सकता है।
*4.6.6.* G2B [Government to Business]. कई शासकीय संस्थाएँ निर्माण कार्य से जुड़ी होती है। वे अपना उत्पाद व्यवसायिक संगठनों में बेच सकती है।
*4.6.7.* G2C [Government to Citizen]– उत्पाद कार्य में संलग्न शासकीय संस्थाएँ अपने उत्पाद का विक्रय सीधे उपभोक्ता को कर सकते है।

*5. शोध क्षेत्र–* शोध कार्य के शोध का क्षेत्र तेलीबांधा एवं आस पास के क्षेत्र (रायपुर) का है। इस क्षेत्र के 100 पुरूष एवं 100 महिला से जानकारी ली गई। इनका विवरण इस प्रकार है–

*उत्तरदाताओं का विवरण*

| शैक्षणिक योग्यता | महिला | | | | पुरूष | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 15 से 30 वर्ष की आयु | 30 से 60 वर्ष की आयु | 60 से अधिक आयु | कुल | 15 से 30 वर्ष की आयु | 30 से 60 वर्ष की आयु | 60 से अधिक आयु | कुल |
| 10वीं पास | 10 | 2 | 4 | 16 | 10 | 2 | – | 12 |
| 12वीं पास | 5 | 4 | – | 9 | 5 | 1 | – | 6 |
| ग्रेजुएट | 30 | 10 | 2 | 42 | 20 | 15 | 12 | 47 |
| पोस्ट ग्रेजुएट | 13 | 12 | 4 | 29 | 17 | 5 | 6 | 28 |
| पी.एच.डी | 2 | 2 | – | 4 | 3 | 2 | 2 | 7 |
| कुल | 60 | 30 | 10 | 100 | 55 | 25 | 20 | 100 |

प्रश्नावली के माध्यम से इन 100 पुरूष एवं 100 महिला से ली गई जानकारी के अनुसार निम्नांकित स्थिति पाई गई–
*5.1. ऑनलाईन शॉपिंग से परिचय–* सभी आयु वर्ग तथा सभी प्रकार के शैक्षणिक योग्यता वाले उत्तरदाता ऑनलाईन शॉपिंग से परिचित है।
*5.2. माध्यम–* ऑनलाईन शॉपिंग का मुख्य माध्यम 15 से 30 वर्ष के आयु वर्ग का मोबाईल (स्मार्टफोन) है।
जबकि 30 से 60 आयु वर्ग के लोग घर के लैपटॉप या डैस्कटॉप का उपयोग करते है। इसके विपरीत 60 वर्ष से अधिक आयु के लोग किसी एक चीज का उपयोग करने वाले नहीं है वे आवश्यकतानुसार किसी भी विकल्प का उपयोग करते है।
*5.3 आवश्यकता–* उत्तरदाताओं से प्राप्त जानकारी के अनुसार ऑनलाईन शॉपिंग आवश्यक इसलिए माना जाता है क्योंकी 24 घंटे में किसी भी समय शॉपिंग कर सकते है। पसंद करने के लिए अनेक प्रोडक्ट उपलब्ध होते है। वस्तु का मुल्य सही और कम चुकाना पड़ता है। आकर्षक डिस्काउंट प्राप्त होता है। नवीनतम उत्पाद भी क्रय के लिए उपलब्ध होते है तथा पुर्तिकर्ता घर पहुँच सेवा उपलब्ध कराते है।

*6. ऑनलाईन शॉपिंग के लाभ*
उत्तरदाताओं से प्राप्त जानकारी के अनुसार ऑनलाईन शॉपिंग से होने वाले लाभ इस प्रकार है–
6.1. ऑनलाईन शॉपिंग में हम 24 घंटे में किसी भी समय शॉपिंग कर सकते है। जबकि दुसरे बाजार में खुलने और बंद होने का समय निश्चित होती है।
6.2. ऑनलाईन शॉपिंग में क्रेता के पास प्रोडक्ट की सूची होती है जिससे वह उनकी तुलना कर सही वस्तु का चयन कर सकता है।
6.3. ऑनलाईन शॉपिंग करते समय हम उत्पादो के मुल्यों की तुलना कर सकते हैं।
6.4. ऑनलाईन शॉपिंग करते समय कम समय लगता है इसलिए समय की बचत होती है।

6.5. ऑनलाईन शॉपिंग करते समय बिलिंग हेतु लाईन लगाने की आवश्यकता नहीं होती।

6.6. ऑनलाईन शॉपिंग करते समय क्रेता को सामान घर में प्राप्त होता है जबकि शॉपिंग मॉल से या दुकान से खुद उठा कर लाना पड़ता है।

6.7. ऑनलाईन शॉपिंग करते समय यदि आप वस्तु से संतुष्ट नहीं होते तो आप वस्तु वापस कर सकते है तथा क्रेता को अपना पैसा वापस मिल जाएगा।

6.8. इंटरनेट के माध्यम से खरीदी जाने वाली यह प्रक्रिया अंर्तराष्ट्रीय स्तर पर सम्पन्न होती है। इसमें कई प्रकार के बोनस अंक होते है तथा गिफ्ट मिलते है। इससे पैसे की बचत होती है।

6.9 भारत ने सदा विदेशी सभ्यता में अच्छी बातों को न केवल स्वीकारा है वरन उसे अंगीकार भी किया है। ऑनलाईन शॉपिंग भी विदेशी तकनीक/प्रणाली एवं सभ्यता है। यदि व्यक्ति को समय के साथ चलना है तो इस क्रय–विक्रय प्रणाली को स्वीकारना ही होगा।

6.10. ऑनलाईन शॉपिंग का कार्य अपने कम्प्युटर या मोबाईल या लैपटॉप में इंटरनेट के मध्यम से कर सकते है या नेट कैफे जाकर भी ऑनलाईन शॉपिंग की जा सकती है। इसमें सिर्फ वस्तु पसंद कर आर्डर करनी होती है और वस्तु घर आ जाती है।

6.11. ऑनलाईन शॉपिंग में किराया, विद्युत व्यय, लेखांकन प्रक्रिया एवं वितरण व्यय में कमी के कारण विक्रेताओं को लागत कम आती है परीणाम स्वरूप क्रेता को अच्छी वस्तु कम मुल्य पर प्राप्त होती है।

6.12. परिवार के हर सदस्य की आवश्यकता की पुर्ति ऑनलाईन शॉपिंग करता है इसलिए यह लोकप्रिय होता जा रहा है।

6.13. नकद रहित व्यवहार– ऑनलाईन शॉपिंग में Cash on Delivery (COD) option होता है अर्थात उपभोक्ता वस्तु की पुर्ति प्राप्त होने पर वस्तु के मुल्य का भुगतान करता है जिससे धोखेधड़ी की संभावना कम हो जाती है।

6.14. क्रय पर छुट– ऑनलाईन शॉपिंग में सामान्यतः सभी ऑनलाईन शॉपिंग पोर्टल अपने उपभोक्ताओं को आकर्षक 10: 20: 30: या उससे भी अधिक तक छुट प्रदान करते है।

6.15. समय की बचत– क्रय के लिए बाहर नहीं जाना पड़ता जिससे समय की बचत होती है।

6.16. अनेक उत्पाद– शॉपिंग पोर्टल पर अनेक उत्पाद होते है जबकि बाजार में एक ही दुकान में यह सुविधा नहीं होती।

6.17. ई–बुक्स– ऑनलाईन शॉपिंग से ई–बुक्स खरीद सकते है जिसका मुल्य न केवल कम होता है वरन उसको अतिरिक्त स्थान की आवश्यकता भी नहीं होती है।

6.18. राजस्व में वृद्धि– ऑनलाईन शॉपिंग में होने वाले व्यवहारों पर कर लगाया जाता है जिससे राजस्व में वृद्धि होती है। जैसे सितम्बर 2016 में उत्तर प्रदेश सरकार ने ऑनलाईन खरीदी पर 5: प्रवेश कर लगाया है इससे 600 करोड़ की आय का अनुमान है।

6.19. सही मुल्य पर क्रय– ऑनलाईन शॉपिंग में एक वस्तु या उत्पाद का अलग अलग साइट पर क्या मुल्य है ज्ञात कर सही एवं विश्वसनीय मुल्य में व्यवहार कर सकते है।

6.20. डिस्काउंट कूपन या बोनस अंक– ऑनलाईन शॉपिंग में हर समय क्रय व्यवहार में डिस्काउंट कूपन या बोनस अंक दिये जाते है। ग्राहक के लिए यह अतिरिक्त लाभ की तरह है।

6.21. ऋण ग्रस्तता नहीं– ऑनलाईन शॉपिंग में उधारी क्रय की सुविधा नहीं होती है इसलिए व्यक्ति अपनी क्रय क्षमतानुसार प्रोडक्ट क्रय करता है। अनावश्यक ऋणभार से ग्रसित नहीं होता।

***7. ऑनलाईन शॉपिंग के नुकसानः–*** उत्तरदाओं से प्राप्त जानकारी के अनुसार ऑनलाईन शॉपिंग से होने वाले नुकसान इस प्रकार है–

***7.1 स्वयं प्रोडक्ट को छु नहीं सकता–***ऑनलाईन शॉपिंग करते समय आप वस्तुओं स्क्रिन पर देख सकते है। लेकिन छु नही सकते।

***7.2. प्रोडक्ट सहीं है या नहीं इसकी जाँच नहीं–*** ऑनलाईन शॉपिंग करते समय ग्राहक कपड़ो को पहन कर नहीं देख सकता तथा गुणवत्ता की जांच नहीं कर सकता।

***7.3 वस्तु वापस करने में कठिनाई–*** ऑनलाईन शॉपिंग में क्रय किया गया सामान क्रेता को पसंद नही आता या अन्य किसी कारणवश सामान वापिस करना हो तो अनेक परेशानियों का सामना करना पड़ता है।

***7.4 मुल्य वापस लेना कठिन प्रक्रिया–*** ऑनलाईन शॉपिंग की दशा में वस्तु का मुल्य वापिस लेना एक कठिन प्रक्रिया होती है।

***7.5. प्रोडक्ट आने में समय–*** ऑनलाईन शॉपिंग में क्रय करने के बाद वस्तु पाने के लिए इंतजार करना पड़ता है जबकि सामान्य क्रय करने की दशा में हम वस्तु तुरंत प्राप्त कर लेते है। यह इंतजार दो या अधिक दिनों का हो सकता है।

***7.6. प्रोडक्ट वापस करना महंगा–*** प्रोडक्ट को वापस करना कभी–कभी महंगा पड़ जाता है क्योंकी कई रिटेलर शिंपिंग प्रोडक्ट की कीमत वापस नहीं करते और करते भी है तो बहुत से चार्जेस काटकर जो मिलता है वो न के बराबर होता है।

***7.7. अलग प्रोडक्ट प्राप्त हो जाना–*** कई बार ऐसा होता है की जिस प्रोडक्ट को पसंद कर ऑर्डर कर दिया जाता है, उसके विपरीत अलग प्रोडक्ट डिलीवर कर दिया जाता है। और उसका रिफंड भी नहीं दिया जाता। जिससे परेशानी होती है।

***7.7. कुछ प्रोडक्ट पर रिफंड नहीं–*** वर्तमान में अनेक ऑनलाईन शॉपिंग साइट्स ने बहुत से प्रोडक्ट पर रिफंड बंद करने का निर्णय लिया है जिसका सीधा नुकसान उपभोक्ता को होगा।

***7.8. आर्डर रद्द कर दिया जाना–*** ऑनलाईन शॉपिंग में कभी कभी क्रय आदेश बिना कारण बताए रद्द कर दिए जाते है और राशि वापस कर दी जाती है जिससे उपभोक्ता को उस चीज की अत्यंत आवश्यक होने से प्राप्ति न होने पर असुविधा होती है।

***7.9 साईबर क्राईम–*** ऑनलाईन शॉपिंग में आर्डर का पेमेंट करते समय क्रेडिट कार्ड/डेबिट कार्ड या इंटरनेट बैकिंग की पर्सनल जानकारी के हैक होने का डर लगा रहता है।

***7.10. एकाउंट में बैलेंस कम रखें–*** ऑनलाईन शॉपिंग में जिस बैंक खाते का उपयोग पेमेंट के लिए किया जाता है उसमें बैलेंस हमेशा कम रखना चाहिए ताकि अगर कोई हमारा बैंक खाता हैक कर ले तो उसके हाथ कुछ न आए।

***7.11. अज्ञात विक्रेता से लेनदेन–*** अज्ञात विक्रेता से व्यवहार करते समय यह भय रहता है कि यदि क्रय प्रक्रिया में कोई त्रुटि हो जाए तो विक्रेता मदद करेगा की नहीं।

***7.12. मूल्य एवं शिपिंग व्यय–*** ऑनलाइन क्रय करते समय उत्पाद के मूल्य में शिपिंग व्यय जुडा है या नहीं यदि यह स्पष्ट नहीं है तो कभी कभी उत्पाद उपभोक्ता के लिए महंगे साबित होते है अतः आदेश देने के पूर्व मूल्य का सावधानी से अध्ययन कर लेना चाहिए।

***7.13. आदेशानुसार वस्तु की पूर्ति नहीं –*** ऑनलाईन शॉपिंग में क्रय करते समय यह समस्या आती है की विक्रेता के द्वारा की गई पूर्ति कभी कभी आदेशानुसार न होने के कारण क्रेता को परेशानी होती है।

***7.14. ठगे जाने का भय–*** ऑनलाईन शॉपिंग में जिस किस्म, प्रकार एवं गुणवत्ता की वस्तु प्रदर्शित की जाती है वह पूर्ति की गई वस्तु से मेल नहीं खाती

परिणामस्वरूप उपभोक्ता अपने को ठगा महसूस करता है।

***7.15 ऑनलाईन शॉपिंग की जासुसी का भय–*** रेलवे स्टेशन, सायबर कैफे या अन्य किसी स्थान में फ्री वाई–फाई की सुविधा लेकर यदि ऑनलाइन शॉपिंग की जाये तो यह भय रहता है की वाई–फाई का स्वामी ऑनलाइन व्यवहार की जासूसी कर सकता है।

***7.16. अधिक राशि वाले क्रेडिट कार्डो का उपयोग नहीं–*** ऑनलाइन शॉपिंग करते समय एसे क्रेडिट या डेबिट कार्ड का उपयोग करना चाहिए जिसमे राशि कम हो क्योंकि इन्टरनेट एवं साइबर क्राइम से जुड़े लोग इस वित्तीय जानकारी का दुरूपयोग कर सकते है।

***7.17. अनावश्यक क्रय–*** ऑनलाइन क्रय करते समय कभी कभी हम ऐसे प्रोडक्ट की भी खरीददारी कर देते है जो हमारे लिए आवश्यक नहीं होती परिणामस्वरूप इस तरह अनावश्यक क्रय की प्रक्रिया से हमारे घर का बजट प्रभावित होता है।

***8. सावधानियाँ –*** ऑनलाईन शॉपिंग से होने वाले नुकसान को कम करने के लिए उत्तरदाताओं के मतानुसार निम्नांकित सावधानियाँ रखनी चाहिए।

***8.1. नया बैंक खाता–*** बैंक में नया खाता खोलना चाहिए। इस खाते में कम राशि रखना चाहिए ताकि ऑनलाईन शॉपिंग के समय आप डरें नहीं। इस खाते का उपयोग ऑनलाईन शॉपिंग या अन्य ऑनलाईन कार्य के लिए किया जाना चाहिए।

***8.2. नए साइट से व्यवहार नहीं–*** बचत करने के चक्कर में एसे साइट में नहीं जाना चाहिए जिसके बारे में जानते नहीं है क्योंकी इंटरनेट में एसी अनेक फेक वेबसाइट है जो आकर्षक दिखाकर लोगों को बेवकुफ बनाती है।

***8.3. प्रोडक्ट की विस्तृत जानकारी–*** जब भी कोई प्रोडक्ट क्रय किया जाता है उससे संबेधित जानकारी जैसे वारंटी, सर्विस सेंटर, फ्री एसेसरीज, वस्तु की जानकारी प्राप्त करने के लिए कंपनी ऑफिशियल मेल आई डी या कस्टमर सर्विस से जांच कर लें।

***8.4. वस्तु प्राप्त होने पर जाँच–*** ऑनलाईन शॉपिंग से प्रोडक्ट खरीदने के पश्चात जब पैकेट मिल जाये तब पैकेट को खोलते समय एक कैमरे से विडियो रिकॉर्ड कर लें ताकि वस्तु खराब होने, पैकेट में इंट पत्थर होने पर हमारे पास प्रुफ हो जिसे दिखाकर जाँच करवाई जा सके। (ऐसा केस बहुत लोगों के साथ हुआ है जिसका प्रत्यक्ष सबुत यु–टयुब पर उपलब्ध है। जिसे Amazon Fraud, Flipkart Fraud लिख कर सर्च करके देख सकते है)

***8.5. कम्पनी की जानकारी–*** ऑनलाईन खरीदी के पुर्व कम्पनी तथा उसके रजिस्टर्ड ऑफिस के बारे में जानकारी प्राप्त कर लेंवे। हो सके तो कंपनी का रिव्यु नेट में चेक कर लेंवे क्योकी किसी उपभोक्ता को किसी साइट से धोखे से गलत चीज प्राप्त होने किसी वे कम्प्लेंट साइट पर उसकी जानकारी पोस्ट करते है। अगर कम्पनी अच्छी हो तो कंपनी के बारे में कुछ भी गलत नहीं मिलेगी।

***8.6. वस्तु विक्रय की प्रक्रिया की जानकारी–*** सामान बेचने का प्रोसेस तथा ट्रेकिंग प्रोसेस को भी अच्छी तरह समझ लेना चाहिए।

***8.7. कंपनी की विक्रय पॉलिसी–*** कंपनी की पॉलिसी की जानकारी के बाद ही एकाउंट डिटेल शेयर करना चाहिए। अगर आर्डर के बाद वस्तु की पुर्ति न हो तो शिकायत नहीं करनी चाहिए। ई–कॉमर्स का यह प्लेटॅफार्म हमें डीलरों के माध्यम से सामान उपलब्ध कराता है तथा यह मांग व पुर्ति के आधार पर काम करता है। अमुमन यह सूचना 48 घंटो के भीतर प्राप्त होनी चाहिए। यदि भुगतान हो गया है तो वह वापस होना चाहिए।

***8.8. पूर्ति पर मूल्य का भुगतान–*** वस्तु की पूर्ति पर नकद भुगतान का विकल्प चुनने पर वापसी के लम्बे प्रक्रिया से बचा जा सकता है।

***8.9. ग्राहक को डिफाल्टर घोषित करना–*** बार बार पुर्ति पर भुगतान को चुनने के बाद पुर्ति लेने से मना करता है तो कम्पनी आपको डिफाल्टर घोषित कर सकती है। एसे में अगर कोई ई–कॉमर्स पोर्टल आर्डर लेने से मना करता है तो यह उसका अधिकार होता है।

***8.10. कानुन का अभाव–*** किसी विशेष कानुन के बिना भी आज नेट से खरीदी का कार्य तेजी से विस्तारित हो रहा है।

***8.11. निर्देशो का पालन–*** ऑनलाईन शॉपिंग के बेहतरीन तरीके इंटरनेट पर हिन्दी/अंग्रेजी भाषा में दिए होते है। इनका उपयोग कर ऑनलाईन शॉपिंग की जा सकती है। यह सुविधा विक्रेता कम्पनीयां प्रदान करती है।

***8.12. डिस्काउन्ट ऑफर की जानकारी–*** ऑनलाईन शॉपिंग बाजार से क्रय करने के पुर्व क्रेता को डिस्काउंट ऑफर Google पर डिस्काउंट ऑफर सर्च कर सकते है या सीधे searchmycoupon.com जैसे coupon Aggregators websites से लेटेस्ट coupon और Discount deals पा सकते है।

***8.13.*** Price comparison website – यदि कोई महंगी वस्तु आप खरीद रहे है तो इस वेबसाइट में जाकर एक पेज में उस उत्पाद का अलग अलग मूल्य ज्ञात कर सकते है जिससे आप यह निर्णय ले सकते है कि किस कम्पनी का उत्पाद क्रय किया जाए।

***8.14.*** Facebook Twitter ***सोशल साइट–*** Flipkart या Amazon जैसी कम्पनी अपने सोशल पेज में Latest Discount Offer की जानकारी देती है। इससे भी क्रय के पुर्व जांच की जा सकती है।

***8.15.*** Cashback– नियमित ऑनलाईन शॉपिंग करने से कम्पनी बैइंबा की सुविधा भी मिलती है किन्तु यह क्रय के 2 माह बाद ही प्राप्त होती है।

***8.16. शॉपिंग साइट*** encrypted ***हो–*** जिस शॉपिंग वेबसाईट पर शॉपिंग करें वह encrypted होनी चाहिए। वह वेबसाइट encrypted होती है जहाँ URL के आगे https (hyper text transfer protocol) का निशान हो। यह आपको सुरक्षित करता है कि आपका व्यवहार कोई तीसरा पक्ष तांक झांक नहीं कर सकता। विशेषकर पेमेंट encrypted हो।

***8.17. स्पेलिंग पर ध्यान दें–*** वेबसाइट में विजिट करने के पुर्व उसके नाम की स्पैलिंग पर ध्यान दें जैसे–Flipkart की जगह Flipcart पर विजिट न करें। कई हैकर्स इस तरह से ठगते है।

***8.18. वाई–फाई का उपयोग न करें–*** होटल, रेलवे स्टेशन, साइबर कैफे में मिलने वाले वाई–फाई सुविधा का स्वामी आपकी ऑनलाईन एक्टिविटी की जासुसी कर सकता है। विशेषकर ऑनलाईन पेमेंट के लिए उपयोग में लाए गए डेबिट कार्ड की महत्वपुर्ण जानकारी प्राप्त कर सकता है।

***8.19. एंटीवायरस सॉफ्टवेयर अपडेट–*** अपने फोन या लैपटॉप में एंटीवायरस इंस्टॉल किए बिना ऑनलाईन फ्रॉड या Malware का शिकार हो सकते है।

***9. निपटने के तरीके –*** ऑनलाईन खरीदी की दशा में कई पक्षकार सम्बन्धित होते है जैसे कम्पनी पुर्तिकर्ता, ग्राहक आदि। सामान की जगह खाली पैकेट मिलना, गलत सामान निकलना, भुगतान के बाद भी ऑर्डर न मिलना, दिखाई गई चीजों से अलग समान भेजना, अपने आप आदेश निरस्त हो जाना, खराब गुणवत्ता की वस्तु प्राप्त होना आदि आम शिकायत है। देश में ई–कॉमर्स के लिए कोई अलग से कानुन नहीं है। उपभोक्ता सुरक्षा अधिनियम में ही उपभोक्ता के हितों की रक्षा की जाती है। वर्ष 2000 में आई. टी. अधिनियम बन जाने से ई–मेल के द्वारा हुआ कोई भी व्यवहार का सबुत कानुनी मान्यता रखता है और इसे कानुनी प्रमाण माना जा सकता है। इंटरनेट व्यवहार का सबुत ई–मेल को माना जा सकता है। किन्तु जब ग्राहक वेबसाइट की जानकारी लिए बिना आदेश दे देता है, राशि का भुगतान कर देता है तो एसे में यदि वेबसाइट गलत पते पर चल रही है तो कोर्ट भी असहाय हो जाता है क्योकी कोर्ट को नोटिस देने के लिए पते की आवश्यकता होती है।

इस संबंध में कोनसीम इंफो प्रायवेट लिमिटेड बनाम गुगल इंडिया प्रा. लि. मामले में दिल्ली की अदालत में गुगल ने तर्क दिया के गुगल एक सर्च इंजन है। इस पर कोई वेबसाइट क्या विज्ञापन देती है इसके लिए गुगल उत्तरदायी नहीं है। कोर्ट ने इस तर्क को माना लेकिन कोर्ट ने यह भी कहा

कि यदि किसी धोखे की जानकारी मिलती है तो उस पर 24 घंटे के अंदर कार्यवाही करनी होगी। कोर्ट के समक्ष यह भी परेशानी आती है कि मामला किस कोर्ट में भेजे तथा एक्शन कहाँ ले। इस दशा में उपभोक्ता अदालत ऑर्डर करने के स्थान एवं कम्पनी के पते दोनो जगह पर केस दर्ज कर रही है।

### 10. निष्कर्ष –

24 घंटो में किसी भी समय क्रय की सुविधा, अधिकाधिक कंपनीयो के अधिकाधिक उत्पादो में चयन की सुविधा, उत्पाद मुल्यों के तुलनात्मकता की सुविधा, घर पहुँच सेवा, नकद रहित एवं सहित व्यवहारों की सुविधा, डिस्काउंट कुपन एवं बोनस के कारण हमारे इस परिकल्पना की पुष्टि होती है कि आज के तीव्र एवं व्यस्ततम जीवन में ऑनलाईन शॉपिंग आवश्यक होती जा रही है। ऑनलाईन शॉपिंग के लाभों के अध्ययन से हमारी यह परिकल्पना भी पुष्ट होती है की ऑनलाईन शॉपिंग लाभदायक है। ऑनलाईन शॉपिंग करते समय ग्राहको को यह भय रहता है कि उन्हे ठग न लिया जाए जैसे मुल्य का भुगतान करने के बाद भी वस्तु न मिलना या आदेशानुसार न मिलना या गुणवत्ता विहीन वस्तु मिलना तथा इसके साथ ही यह भी पाया जाता है की शॉपिंग साइट्स बिना सूचित किए आदेश रद्द कर देते है या वस्तु की पुर्ति में देर करते है या मुल्य वापस करते समय ग्राहक को परेशान करते है यह सभी नकारात्मक बातें हमारी इस परिकल्पना को भी पुष्ट करती है कि अभी भी ऑनलाईन शॉपिंग में सुधार की आवश्यकता है। ऑनलाईन शॉपिंग बाजार के लाभ–हानि के बावजूद आज ऑनलाइन से क्रेता बड़ी मात्र में जुड़ रहे है कई व्यक्ति अपनी व्यस्तता के कारण भी ऑनलाईन बाजार से जुड़ रहे है। आज के युवा वर्ग की पहली पसंद ऑनलाईन शॉपिंग बन गई है जैसे जैसे लोग इन्टरनेट एवं शॉपिंग बाजार से फ्रेंडली होंगे वैसे वैसे ऑनलाईन शॉपिंग के क्रेता दिनोदिन बढ़ते जायेंगे ऑनलाईन शॉपिंग समय राशि बचाते हुए गुणवत्ता युक्त सामग्री अपनी सुविधा अनुसार किसी भी समय क्रय करने की बेहतरीन तकनीक है बशर्ते ऑनलाईन शॉपिंग के समय अच्छी एवं पूरी तरह से सुरक्षित डील प्राप्त हो।

### 11. संदर्भग्रंथ सूची


| S.No. | Name of Books | Name of Author | Publisher | Edition |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Consumer Behaviour in Indian Perspective | Suja R. Nair | Himalya Publishing House | 2nd Edition |
| 2 | Rural Marketing | Pradeep Kashyap | Pearson Delhi, Chennai | 3rd Edition |
| 3 | Electronic Commerce | Bharat Bhaskar | MC Graw Hill Education (India) Pvt. Ltd. | 4th Edition |
| 4 | Consumer Behaviour | Leon G Schiffman Joseph wisenblit S. Ramesh Kumar | Pearson Delhi, Chennai | - |
| 5 | Marketing Management | Philip Kotler | Pearson Delhi, Chennai | 15th Edition |
| 6 | रिसर्च लिंक शोध पत्रिका | | | |
| 7 | इंटरनेट के विभिन्न वेबसाइटों से प्राप्त जानकारी | | | |
| 8 | नई दुनिया दैनिक समाचार पत्र का 12 अप्रेल 2017 अंक | | | |

# Publish Research Article
# International Level Multidisciplinary Research Journal
# For All Subjects

Dear Sir/Mam,

We invite unpublished Research Paper,Summary of Research Project,Theses,Books and Book Review for publication,you will be pleased to know that our journals are

## Associated and Indexed,India

- International Scientific Journal Consortium
- OPEN J-GATE

## Associated and Indexed,USA

- Google Scholar
- EBSCO
- DOAJ
- Index Copernicus
- Publication Index
- Academic Journal Database
- Contemporary Research Index
- Academic Paper Databse
- Digital Journals Database
- Current Index to Scholarly Journals
- Elite Scientific Journal Archive
- Directory Of Academic Resources
- Scholar Journal Index
- Recent Science Index
- Scientific Resources Database
- Directory Of Research Journal Indexing

Indian Streams Research Journal
258/34 Raviwar Peth Solapur-413005,Maharashtra
Contact-9595359435
E-Mail-ayisrj@yahoo.in/ayisrj2011@gmail.com
Website : www.isrj.org