



उपभोक्ता का ऑनलाइन शॉपिंग का बाजारों और खुदरा विक्रेताओं पर प्रभाव एक अध्ययन।

Dr. Bimlesh Kumar Dubey

Asst professor FTTC Ranchi Jharkhand

प्रस्तावना:-

आज की वर्तमान समय के आधुनीकीकरण तथा तकनीकी युग में ऑनलाइन शॉपिंग एक उभरती हुई ई-कामर्स तकनीक है। ऑनलाइन शॉपिंग आज के समय की एक आवश्यक जरूरत गयी है। समाज के अधिकांश लोग लंबे समय तक अपने 2 कार्यालयों में व्यस्त रहते हैं। और ऐसे समय में उनके पास खरीदारी करने का समय नहीं है। जिस कारण ऑनलाइन शॉपिंग उपभोक्ताओं की जरूरत बन गयी है। उपभोक्ता ऑनलाइन शॉपिंग के माध्यम से एक ही जगह पर बैठकर अपनी पसंद की चीजों को इंटरनेट पर खोजते हैं और अपनी पसंद की वस्तुओं को पा सकते हैं। और ऑनलाइन शॉपिंग के तहत अपने दोस्तों और अपने करीबी रिश्तेदारों को उपहार के रूप वस्तुएं दे सकते हैं।



ऑनलाइन खरीदारी कई वस्तुओं को खरीदने का विकल्प बताता और इसे हमारी बताई हुई जगह पर प्राप्त करने का एक बेहतर तरीका है। इसलिए हम ऑनलाइन शॉपिंग को खरीदारी के सुविधाजनक तरीकों में से एक के रूप में परिभाषित कर सकते हैं। विक्रेता अपनी वेबसाइट पर उत्पाद के विवरण लगातार अपलोड कर रहे हैं। ऑनलाइन शॉपिंग उन बाजारों में भीड़ को कम कर रही है जो आम तौर पर पहले देखे जाते थे। यह विभिन्न विकल्पों की पेशकश के साथ, ग्राहक के पैसे और समय दोनों को बचाता है।

ऑनलाइन शॉपिंग की बढ़ती केज ने बाजारों और खुदरा विक्रेताओं पर बहुत गहरा प्रभाव डाला है। जहाँ उपभोक्ता ऑनलाइन शॉपिंग तकनीक आने से पहले पूर्ण रूप से अपने बाजार तथा खुदरा विक्रेताओं पर निर्भर थे। परन्तु घर बैठे ऑनलाइन खरीदारी की सुविधा हो जाने के कारण अपना मन पसन्द की वस्तु की खरीदारी कर ले रहे हैं। जिसके चलते बहुत सारे उपभोक्ता ऑनलाइन शॉपिंग पर निर्भर हो गए हैं। जिनकी वजह से खुदरा विक्रेताओं को इनका कहर का सामना करना पड़ रहा है। ऑनलाइन खरीदारी ने अपने वस्तुओं पर समय-2 पर ऑफ़ त्योहार पर काफी भारी मात्रा में छुट देकर लुभाती है। जिससे उपभोक्ता का ऑनलाइन शॉपिंग के प्रति आकर्षण बढ़ जाता है। और इसका सीधा प्रभाव बाजार और खुदरा विक्रेताओं पर पड़ता है।

कोई व्यक्ति जो वस्तुओं एवं सेवाओं का चयन करता है, उन्हें प्राप्त करने के लिए पैसा खर्च करता है तथा अपनी आवश्यकता की पूर्ति हेतु उनका उपयोग करता है। उपभोक्ता कहलाता है।

ऑनलाइन शॉपिंग का अर्थ एवं परिभाषा-

ऑनलाइन शॉपिंग इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों जैसे कि मोबाइल एप्लिकेशन और इंटरनेट द्वारा उपज खरीदने तथा बेचने की प्रक्रिया है।

ऑनलाइन शॉपिंग का अर्थ इंटरनेट पर पिजे या सर्विस खरीदने से है। ऑनलाइन शॉपिंग के जरीए उपभोक्ता घर बैठे कोई भी मनपसन्द वस्तुएं खरीद सकता है।

बाजार का अर्थ एवं परिभाषा -

सामान्यतः बाजार का अर्थ उस स्थान से लगाया जाता है जहाँ भौतिक रूप से उपस्थित केताओं द्वारा वस्तुओं को खरीदा तथा बेचा जाता है। बाजार जहाँ पर वस्तुओं और सेवाओं का कय व विक्रय होता है उसे बाजार कहते हैं।

खुदरा विक्रेता :-

खुदरा विक्रेता आमतौर पर थोक विक्रेता से समान खरीदते हैं और उपभोक्ताओं को समान बेचते हैं। खुदरा विक्रेता आमतौर पर नकदी के लिए बेचते हैं।

खुदरा विक्रेता थोक विक्रेताओं और ग्राहकों के बीच के विचौलिये हैं। वे थोक में थोक विक्रेताओं से समान खरीदते हैं और इसे छोटे उपभोक्ता को अंतिम रूप से बेचते हैं।

शोध के उद्देश्य:-

किसी भी कार्य को करने से पूर्व उसके उद्देश्य निश्चित किया जाना आवश्यकता होता है। शोध प्रक्रिया में भी उद्देश्यों को निश्चित किया जाना अति आवश्यक है जिससे शोधकार्य को नियोजित किया जा सके एवं शोध कार्य को दिशा मिल सके।

चूँकि खुदरा विक्रेता एवं निर्धारित स्थान से (शॉपिंग मॉल, दुकान, बुटिक) खरीदार को सीधे वस्तुओं को बेचता है। यहाँ पर आज की शॉपिंग की दुनिया में खरीदारी बाजार तथा खुदरा विक्रेताओं के पास न जाकर अपना समय बचाकर सीधा ऑनलाइन शॉपिंग करते हैं। जिसका प्रभाव बाजार तथा खुदरा विक्रेताओं पर पड़ता है। बाजारों तथा खुदरा विक्रेताओं के पास खरीदारों की संख्या बढ़ती जा रही है।

शोध की आवश्यकता :-

आज की तकनीकी युग में ऑनलाइन शॉपिंग का उपभोक्ताओं द्वारा उपयोग एक ई-कामर्स को बढ़ावा देता है। ऑनलाइन शॉपिंग के द्वारा उपभोक्ताओं को मनपसन्द वस्तुएँ कम खर्च में एक निश्चित समय में घर बैठे 2 प्राप्त हो जाती हैं। परन्तु ऑनलाइन शॉपिंग की बाजार से उपभोक्ता को त्योहार पर ऑफर में छुट मिलती है जिससे वस्तुएँ मूल्य की 40% छुट पर प्राप्त हो जाती हैं। उपभोक्ता इस छुट का फायदा उठाता है। जिससे उससे कम खर्च पर मन की वस्तुएँ प्राप्त हो जाती हैं। परन्तु ऑनलाइन खरीदारी का सीधा प्रभाव खुदरा विक्रेताओं पर पड़ता है। शोधकर्ता पर प्रभाव कहाँ तक पड़ता है। यह जानने के लिए शोधकर्ता में जिज्ञासा उत्पन्न हुई है। अतः ऑनलाइन शॉपिंग का बाजार तथा खुदरा विक्रेताओं पर कहाँ तक प्रभाव पड़ेगा? यह एक शोध विषय है।

शोध की समस्या :-

आज की आधुनीकरण के तकनीकी युग में ऑनलाइन शॉपिंग का बाजार तथा खुदरा विक्रेताओं पर प्रभाव एक अध्ययन जैसा विषय शोधकर्ता के समक्ष समस्या कथन के रूप में आया है।

उपभोक्ता का अर्थ:-

जब व्यक्ति किसी वस्तु का सेवा का मूल्य देकर उसे प्राप्त करके उपभोग करता है। अर्थात् लाभ लेता है वो वह उपभोक्ता कहलाता है।

उपभोक्ता अधिनियम 1986 के अनुसार सेवा के बदले भुगतान करने वाला, आंशिक भुगतान का वचन देने वाला या विलम्बित भुगतान करने वाला व्यक्ति ही उपभोक्ता माना गया है।

प्रस्तुत शोध अध्ययन के उद्देश्य निम्न है "उपभोक्ता का ऑनलाइन शॉपिंग का बाजार तथा खुदरा विक्रेताओं पर प्रभाव का अध्ययन करना।"

शोध की परिकल्पना:-

शोध का स्वरूप चाहे प्रयोगात्मक हो या अप्रयोगात्मक शोध समस्या को वैज्ञानिक चयन होने के बाद शोधकर्ता परिकल्पना का प्रतिपादन करता है।

प्रस्तुत शोध अध्ययन की परिकल्पनाएँ निम्नलिखित हैं -

1. उपभोक्ता का ऑनलाइन शॉपिंग का बाजारों पर सकारात्मक प्रभाव पड़ता है।
2. उपभोक्ता का ऑनलाइन शॉपिंग का खुदरा विक्रेताओं पर सकारात्मक प्रभाव पड़ता है।
3. उपभोक्ता का ऑनलाइन शॉपिंग का बाजारों पर नकारात्मक प्रभाव पड़ता है।
4. उपभोक्ता का ऑनलाइन शॉपिंग का खुदरा विक्रेताओं पर नकारात्मक प्रभाव पड़ता है।
5. उपभोक्ता का ऑनलाइन शॉपिंग का बाजारों तथा खुदरा विक्रेताओं के प्रभाव में सार्थक अंतर नहीं है।

अध्ययन का परिसीमन :-

शोधकर्ताओं ने अपने शोध अध्ययन को निम्नलिखित परिसीमाओं में परिसीमित किया है।

1. शोधकर्ता ने अपने शोध अध्ययन में केवल पलामू जिले के बाजार एवं खुदरा विक्रेता दुकान का चयन किया है।
2. शोधकर्ता ने अपने शोध अध्ययन में केवल डालटनगंज के बाजार एवं खुदरा विक्रेता दुकानों को प्रतिदर्श के रूप चुना है।
3. शोधकर्ता ने अपने शोध अध्ययन में ऑनलाइन शॉपिंग का बाजार तथा खुदरा विक्रेताओं पर प्रभाव के परिपेक्ष्य में अध्ययन किया है।

शोध की विधि:-

प्रस्तुत शोध का मुख्य उद्देश्य उपभोक्ता का ऑनलाइन शॉपिंग का बाजारों तथा खुदरा विक्रेताओं पर प्रभाव का अध्ययन करना है। इसके लिए प्रयोगात्मक शोध विधि का प्रयोग किया गया है।

अध्ययन हेतु जनसंख्या :-

जनसंख्या से तात्पर्य अनुसंधान क्षेत्र की सभी इकाइयों के समुदाय से है जिसमें कुछ समान विशेषताओं हो। समष्टि को परिभाषित करते हुए D.N. Sriwastwa ने लिखा है- वह समस्त समूह जिसमें प्रतिदर्श का चयन किया जाता है समष्टि कहलाता है।

पलामू जिले के डालटनगंज दुकान शहर के बाजार एवं खुदरा विक्रेताओं पर प्रभाव प्रस्तुत अध्ययन की जनसंख्या है।

न्यायदर्श:-

किसी जनसंख्या अथवा समष्टि से उसके प्रतिनिधि स्वरूप एक अंश चुन लेने को प्रतिचयन अथवा न्यायदर्श चयन कहते हैं। प्रस्तुत शोध प्रबन्ध हेतु अनुसंधानकर्ता ने न्यायदर्श के रूप में पलामू जिले के 120 बाजार तथा खुदरा विक्रेताओं को लिया है। जिसमें 10 अलग 2 स्थानों का चयन किए हैं। शोधकर्ता ने 10 स्थानों से 200 प्रायोज्यों का चयन किया है जिसमें 100 शहरी तथा 100 ग्रामीण योग है।

अध्ययन में प्रयुक्त उपकरण :-

विभिन्न संस्थाओं द्वारा मानवीकृत व प्रकाशित उपकरणों की सूची देखने से यह स्पष्ट हुआ है कि प्रस्तुत समस्या पर आधारित कोई शोध उपकरण नहीं है। इस परिस्थिति व अध्ययन के उद्देश्यों को दृष्टिगत रखते हुए शोधकर्ता द्वारा अपने शोध निर्देशक के मार्गदर्शन में मापनी निर्मित करने का निर्णय लिया गया।

पदों का संकलन:-

शोधकर्ता द्वारा खुदरा विक्रेताओं पर प्रभाव से संबंधित 140 पदों का चयन किया गया।

पदों का चयन:-

प्रारम्भ में शोधकर्ता ने अपने विचारों विद्वानों से परामर्श, पूर्ववर्ती सर्वेक्षणों के आधार पर प्राप्त 140 पदों का चयन किया इस मापनी के प्रत्येक प्रश्न के लिए दो विकल्प दिये गये। उत्तरदाताओं से उत्तर लिए गए। फिर एवं शोध निर्देशक एवं अन्य विद्वान तथा शिक्षको के समक्ष प्रस्तुत किया गया। गहन विचार के बाद मापनी से 40 पदों को हटा दिया गया और 10 नए पदों को सम्मिलित किया गया। इस प्रकार मापकी में 110 पद रखे गए।

वास्तविक जाँच :-

मापनी की वास्तविक जाँच के आधार पर 100 कथनों को सम्मिलित किया गया तथा प्रत्येक प्रश्न के लिए दो विकल्प नहीं तथा हाँ दिए गए।

मापनी की विश्वनीयता :-

शोधकर्ता द्वारा प्राप्त प्राप्तांकों में ऑनलाइन शॉपिंग का प्रभाव के लिए सह संबंध गुणांक प्रोड्युक्ट मूवमेन्ट विधि द्वारा निकाला गया। जिसके आधार पर इस मापकी की विश्वसनीयता 0.78 प्राप्त हुआ जो कि उपकरण के विश्वसनीयता होने को प्रमाणित करता है।

मापनी की वैधता :-

ऑनलाइन शॉपिंग प्रभावशीलता मापनी की वैधता ज्ञात करने के लिए इसे 12 विशेषज्ञों के समक्ष प्रस्तुत किया गया। फिर विशेषज्ञों द्वारा मापनी को विषय वस्तु एवं स्वरूप के स्तर पर वैध पाया गया।

आकड़ों का संकलन-

शोधकर्ता द्वारा न्यायदर्श चयन के बाद आकड़ों के संकलन के स्वयं निर्मित मापनी का प्रयोग करने हेतु सभी जगहों के बाजार पर्यवेक्षक से अनुमति ली तथा प्रत्येक जगहों पर अलग-2 दिनांक में जाकर स्वयं निर्मित मापनी को लागू किया।

मापनी को खुदरा विक्रेता द्वारा पूरा करने पर ले लिया गया। प्रत्येक मापनी का अंकन किया जिसमें हाँ के लिए एक से तथा नहीं के लिए शून्य अंक प्रदान किया गया। और मापनी पर अंक प्राप्त किए गए।

प्रयुक्त सांख्यिकी :-

शोध अध्ययन की आवश्यकता को ध्यान में रखते हुए शोधकर्ता ने अनुसंधान में निम्न सांख्यिकीय प्रविधियों का प्रयोग किये हैं।

मध्यमान -

$$X = \frac{\sum X}{N}$$

जहाँ X = मध्यमान

X = समस्त प्रदत्तों का योग

N = प्रदत्तों की संख्या

मानक विचलन (S.D)

जहाँ

X = प्राप्तांक

f = आवृत्ति

N = प्राप्तांकों की कुल संख्या

क्रांतिक अनुपात (CR)

$$F = \frac{(X_1 - X_2)}{\sqrt{\frac{(S_1)^2}{N_1} + \frac{(S_2)^2}{n_2}}}$$

जहाँ

x1 प्रथम समूह का मध्यमान

x_2 =द्वितीय समूह का मध्यमान

51- प्रथम समूह के मानक विचलन का वर्ग

52-द्वितीय समूह के मानक विचलन का वर्ग

n_1 -प्रथम समूह की संख्या

n_2 -द्वितीय समूह की संख्या

प्रस्तुत शोध का अध्याय के निष्कर्ष

परिकल्पना 1 से निष्कर्ष निकलता है कि उपभोक्ता का ऑनलाइन शॉपिंग का बाजारों पर सकारात्मक प्रभाव पड़ता है।

परिकल्पना 2 से निष्कर्ष निकलता है कि उपभोक्ता का ऑनलाइन बाजारी पर सकारात्मक प्रभाव पड़ता है।

परिकल्पना 3 एवं 4 से निष्कर्ष निकलता है कि उपभोक्ता का ऑनलाइन शॉपिंग का खुदरा विक्रेताओं पर नकारात्मक प्रभाव पड़ता है।

परिकल्पना 5 से निष्कर्ष निकलता है कि उपभोक्ता का ऑनलाइन शॉपिंग का बाजारों एवं खुदरा विक्रेताओं पर प्रभाव समान रूप से पड़ता है।

भावी शोध हेतु निम्नलिखित सुझाव है-

1. ऑनलाइन शॉपिंग का बाजार तथा खुदरा विक्रेताओं पर प्रभाव के अध्ययन के लिए विशाल समूह को लिया जा सकता है।
2. शोध के अध्ययन के लिए छोटे स्तर (ग्रामीण) माध्यम स्तर शहर तथा बड़े स्तर नगरीय को चुना जा सकता है।
3. ऑन लाईन शॉपिंग के प्रभाव के अध्ययन के लिए छोटे बाजार तथा छोटे खुदरा विक्रेताओं का लिया जा सकता है।
4. ऑन लाईन शॉपिंग के प्रभाव के अध्ययन के लिए जनपदों का अलग-अलग चुनाव किया जा सकता है।

संदर्भित ग्रंथ

स्वयं निर्मित मापनी

T-TALBLE