



विश्वविद्यालय के छात्रों द्वारा सेल फोन के माध्यम से ई-कॉमर्स के उपयोग पर:

एक अध्ययन

डॉ. भुवनेश कुमार
डी.पी.बी. एस. (पी जी) कॉलेज, अनूपशहर
Email - kumarbh75@yahoo.com

सार

मोबाइल एप्लिकेशन में ई-कॉमर्स के उपयोग पैटर्न का पता लगाने के लिए अलीगढ़ मुस्लिम विश्वविद्यालय के छात्रों के बीच एक अध्ययन किया गया था। अध्ययन के लिए डिज़ाइन किए गए अर्द्ध संरचित साक्षात्कार कार्यक्रम के साथ कुल 120 छात्रों का व्यक्तिगत रूप से साक्षात्कार किया गया। अध्ययन से पता चला कि अधिकांश उत्तरदाताओं (85%) ने एंड्रॉइड आधारित फोन को प्राथमिकता दी, जिसमें सेल फोन के माध्यम से ई-कॉमर्स ऐप के उपयोग का मुख्य उद्देश्य सेल फोन (78.3%) को रिचार्ज करने, टिकट बुक करने (53.3%), बिलों का भुगतान (35%), ऑनलाइन शॉपिंग (28.3%), मनी ट्रांसफर (5.8%) और होटल बुकिंग (5%) रहा। एटीएम कार्ड (डेबिट कार्ड) (80%), इंटरनेट बैंकिंग (35%) और मोबाइल बैंकिंग (11.6%) का उपयोग करके प्रमुख ई-कॉमर्स गतिविधि को पूरा किया गया। उत्तरदाताओं द्वारा पसंद किए जाने वाले लोकप्रिय ऐप्स पेटीएम (71.6%), रेड बस (44.1%), बुक माय शो (43.3%), टिकट न्यू (39.1%) और आईआरसीटीसी (32.5%) थे। अध्ययन से यह स्पष्ट है कि कॉलेज के छात्र मोबाइल एप्लिकेशन के माध्यम से ई-कॉमर्स के उपयोग में रुचि रखते हैं और आने वाले वर्षों में ई-कॉमर्स के उपयोग की प्रवृत्ति में निश्चित रूप से बदलाव आएगा।

कीवर्ड: ई-कॉमर्स, मोबाइल बैंकिंग, कॉलेज के छात्र, सेलफोन

परिचय

"केवल एक चीज जो निरंतर है वह परिवर्तन है" – हेराक्लिटस

इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स या ई-कॉमर्स में मुख्य रूप से इंटरनेट और अन्य कंप्यूटर नेटवर्क जैसे इलेक्ट्रॉनिक सिस्टम पर उत्पादों या सेवाओं का वितरण, खरीद, बिक्री, विपणन और सर्विसिंग शामिल है। व्यापक अर्थ में इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स कई इलेक्ट्रॉनिक तरीकों में से एक का उपयोग करके व्यवसाय करने का एक साधन है, जिसमें आमतौर पर इंटरनेट, कंप्यूटर या दोनों शामिल होते हैं। ई-कॉमर्स स्वयं में प्रौद्योगिकी नहीं है, बल्कि यह प्रौद्योगिकी का उपयोग करके व्यवसाय करने से है। ई-कॉमर्स वर्तमान समय में व्यवसाय के आकार और अवधारणाओं को बदल रहा है। नई प्रौद्योगिकियां ही ई-कॉमर्स में महत्वपूर्ण

बदलाव ला सकती हैं। विगत के वर्षों में नवीन प्रौद्योगिकियां उभरीं हैं जिसमें ई-कॉमर्स बाजार धीरे-धीरे बदल रहा है और उपभोक्ताओं के लिए उन्हें नए फायदे और बेजोड़ सुविधाएं प्रदान करके और अधिक आकर्षक हो रहा है। यह एक इलेक्ट्रॉनिक व्यवसाय अनुप्रयोग है और इसमें इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर, आपूर्ति शृंखला प्रबंधन, ऑनलाइन लेन देन प्रसंस्करण, ई-मार्केटिंग, कॉर्पोरेट खरीदारी, मूल्य शृंखला एकीकरण आदि शामिल हैं। सूचना प्रौद्योगिकी की क्रान्ति के साथ हमारे व्यापार करने का तरीका भी बदल गया है। व्यापार में कागजी चेक या धन से इलेक्ट्रॉनिक भुगतान प्रणाली में, कागज या डाक चालान से इलेक्ट्रॉनिक चालान और पारंपरिक वाणिज्य से इलेक्ट्रॉनिक वाणिज्य आदि में बदल गया है। आज इंटरनेट और ई-कॉमर्स हमारे जीवन की दिनचर्या बन गए हैं। यह अब केवल अत्यधिक

धनी और तकनीकी रूप से उन्नत लोगों द्वारा उपयोग किया जाने वाला उपकरण नहीं है। बल्कि आज यह अमीर वर्ग से लेकर गरीब वर्ग, व्यवसायी वर्ग से लेकर कर्मचारियों, वैज्ञानिकों से लेकर स्कूल जाने वाले छात्रों आदि सभी प्रकार के लोगों के बीच बहुत लोकप्रिय है। अधिकांश ई-कॉमर्स वेबसाइटों द्वारा मोबाइल एप्लिकेशन विकसित किए जाने के कारण आज स्मार्ट फोन ऑनलाइन शॉपिंग के लिए तेजी से पीसी की जगह ले चुके हैं। 2013 में, केवल 10% मोबाइल उपयोगकर्ता स्मार्ट फोन का उपयोग करते थे, और केवल 5% ई-कॉमर्स लेनदेन मोबाइल डिवाइस के माध्यम से किए जाते थे, जबकि आज यह आंकड़ा कई गुने से अधिक हो गया है। वर्तमान समय में अधिकांशतया ई-कॉमर्स लेनदेन मोबाइल के माध्यम से हो रहा है। कुछ अनुभवी लोगों के अनुसार, 50% से अधिक ऑर्डर मोबाइल ऐप के माध्यम से दिए जा रहे हैं, जिससे न केवल पर्याप्त ग्राहक अधिग्रहण हो रहा है, बल्कि विभिन्न ब्रांडों के लिए ग्राहक की वफादारी भी बढ़ रही है। हालाँकि, अब तक अधिकांश मोबाइल लेनदेन मनोरंजन के लिए होते हैं, जैसे मूवी टिकट बुक करना और संगीत डाउनलोड करना। अधिक से अधिक मर्चेन्डाइज (व्यापारिक) ऑनलाइन ऑर्डर किए जाने के साथ यह प्रवृत्ति जल्द ही बदल जाएगी। भारत में मोबाइल ग्राहकों की संख्या 2013-2014 में 91 करोड़ से बढ़कर 2021-2022 में 117.19 करोड़ हो गई। टेलीफोनी के साथ-साथ, ग्रामीण और शहरी भारत में इंटरनेट की पैठ भी बढ़ रही है। इसके अलावा, ग्रामीण इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की संख्या सालाना 58% की दर से बढ़ रही है। स्मार्ट फोन की संख्या में वृद्धि और 4जी सब्सक्रिप्शन इस वृद्धि को आगे बढ़ा रहे हैं। वास्तव में, स्मार्टफोन उपयोगकर्ताओं की संख्या आने वाले समय में और बढ़ने की उम्मीद है। फ्लिपकार्ट और मित्रा ऑनलाइन स्टोर से खरीदारी करने के लिए छात्रों द्वारा उल्लिखित ऑनलाइन खुदरा विक्रेताओं का सबसे पसंदीदा विकल्प समझा जाता है। टिकट, इलेक्ट्रॉनिक सामान, परिधान, किताबें, जूते, सेल फोन का रिचार्ज, उपहार देने वाली वस्तुएं, अधिकांश छात्रों द्वारा खरीदे गए उत्पादों/सेवाओं की प्रमुख श्रेणियां में आते हैं। ऑनलाइन खरीदारी करते समय छात्रों द्वारा कहा गया कि कैश ऑन डिलीवरी भुगतान का सबसे पसंदीदा तरीका है। अनेक सर्वे द्वारा भारत में किए गए अध्ययन से, यह पता चलता कि महिला छात्रों की तुलना में पुरुष छात्र ऑनलाइन सामान

खरीदने में अधिक रुचि रखते हैं। इस अध्ययन से पता चलता है कि ऑनलाइन शॉपिंग जैसे कारक समय की बचत करते हैं, कम कीमत पर उत्पाद की उपलब्धता, ई-रिटेलर्स जो प्रचार प्रदान कर रहे हैं, भुगतान में आसानी जैसे विकल्प छात्रों को और अधिक ऑनलाइन खरीदारी करने के लिए प्रोत्साहित करते हैं। हालांकि पुरुष और महिला दोनों ही उत्तरदाताओं ने ऑनलाइन सामान खरीदना पसंद किया है और वे ऑनलाइन के माध्यम से परिधान, इलेक्ट्रॉनिक सामान और किताबें खरीदने में अधिक रुचि रखते हैं। खरे और राकेश (2011) ने "भारत में ऑनलाइन शॉपिंग व्यवहार के पूर्ववृत्त: एक परीक्षा" पर भारत में किए गए अपने अध्ययन में पाया कि भारतीय छात्रों का ऑनलाइन खरीदारी करने का इरादा उपयोगितावादी मूल्य, ऑनलाइन खरीदारी के प्रति दृष्टिकोण, सूचना की उपलब्धता से प्रभावित है। कई अध्ययनों में पाया गया कि संतुष्टि, विश्वास और प्रतिबद्धता का ऑनलाइन शॉपिंग के प्रति छात्र की वफादारी पर महत्वपूर्ण प्रभाव पड़ता है।

स्टेटिस्टा वेबसाइट जैसी अन्य वेबसाइट की रिपोर्ट के अनुसार यह अनुमान लगाया गया है कि भारत में 75 प्रतिशत इंटरनेट उपयोगकर्ता 15 से 34 वर्ष की आयु के बीच हैं, जो एक स्पष्ट संकेतक है कि मोबाइल ऐप और मोबाइल बैंकिंग स्नातक स्तर जैसे विद्यार्थी द्वारा की जाती है। इसे ध्यान में रखते हुए कॉलेज के छात्रों द्वारा सेल फोन के माध्यम से ई-कॉमर्स के उपयोग का आकलन करने के लिए अध्ययन किया गया।

सामग्री और तरीके

अलीगढ़ मुस्लिम विश्वविद्यालय के स्नातक, स्नातकोत्तर और डॉक्टरेट छात्रों के बीच और ई-कॉमर्स के संबंध में मोबाइल एप्लिकेशन के उपयोग का आकलन करने के लिए एक सर्वेक्षण किया गया था। अलीगढ़ मुस्लिम विश्वविद्यालय का चयन इस कारण से किया गया है क्योंकि इसमें देश के विभिन्न हिस्सों के छात्रों का प्रतिनिधित्व करने वाला एक महानगरीय वातावरण है। अध्ययन के लिए एक अर्द्ध संरचित साक्षात्कार अनुसूची तैयार की गई। कुल 120 छात्रों को यादृच्छिक रूप से चुना गया और व्यक्तिगत साक्षात्कार के माध्यम से आंकड़े एकत्र किए गये। प्रतिक्रिया के आधार पर परिणामों का विश्लेषण किया गया। डेटा का विश्लेषण करने के लिए SPSS 16.0 का उपयोग किया गया है।

परिणाम और चर्चा

अध्ययन से पता चला कि अधिकांश (57.5 प्रतिशत) 18-22 वर्ष की आयु के थे, इसके बाद 42.5 प्रतिशत थे जो 23-28 वर्ष के आयु वर्ग के थे। उत्तरदाताओं को तीन श्रेणियों में रखा गया था जिनमें से 61.6 प्रतिशत स्नातक छात्र थे, इसके बाद 28.4 प्रतिशत स्नातकोत्तर छात्र और 10 प्रतिशत डॉक्टरेट श्रेणी के थे। स्नातक छात्रों की तुलना में स्नातकोत्तर छात्रों और डॉक्टरेट छात्रों के मामले में ई-कॉमर्स गतिविधि सबसे अधिक देखी गई। यह इस कारण से हो सकता है कि पोस्ट ग्रेजुएट और डॉक्टरेट छात्रों को उनके अध्ययन के दौरान वजीफा मिल रहा था और सेलफोन का उपयोग करने में उनका बहुत अनुभव था।

Table 1: Profile of the college 120 students.

तालिका 1: कॉलेज के 120 छात्रों का प्रोफाइल

S.No	Particulars	Frequency	Percentage (%)
1.	Age (in yrs)		
	18 to 22	69	57.5
	23 to 28	51	42.5
2.	Type of Cell phone used		
	Android	102	35
	Windows	12	10
	IOS	02	1.6
	Basic	04	3.4
3.	Educational Qualification		
	Under graduates	74	61.6
	Post graduates	34	28.4
	Doctorates	12	10.0
4.	Payment		
	Mobile Banking	06	5
	Internet Banking	42	35
	Debit Card/ATM Card	96	80

मोबाइल द्वारा ई-कॉमर्स का उपयोग करने का उद्देश्य:

विश्वविद्यालय के छात्रों ने महसूस किया कि मोबाइल के माध्यम से खरीदारी करने से उनका बहुत समय बच जाता है, विश्वविद्यालय के छात्रों ने ई-कॉमर्स के संबंध में विभिन्न उद्देश्यों के लिए मोबाइल का इस्तेमाल किया, जैसे - कॉल एवं इंटरनेट के लिए रिचार्ज करना (78.3%), टिकट बुक

कॉलेज के अधिकांश छात्र लगभग 85 प्रतिशत ने एंड्रॉइड फोन पसंद किया, इसके बाद 10 प्रतिशत ने विंडोज आधारित फोन का इस्तेमाल किया, केवल दो उत्तरदाताओं (01.6%) ने ऐप्पल फोन और 3.4 प्रतिशत ने बेसिक फोन का इस्तेमाल किया। हालांकि अधिकांश (96.6%) कॉलेज के छात्रों के पास स्मार्ट फोन था, प्रमुख ई-कॉमर्स गतिविधि डेबिट/एटीएम कार्ड (80 प्रतिशत) का उपयोग करके की गई थी, इसके बाद 35 प्रतिशत इंटरनेट बैंकिंग का उपयोग करते थे और केवल 11.6 प्रतिशत छात्र उत्तरदाता अपने स्मार्ट फोन में मोबाइल बैंकिंग सुविधा का उपयोग कर रहे थे (तालिका 1)।

करना, फिल्म/बस/ट्रेन/उड़ानों के लिए (53.3%), बिजली एवं अन्य बिलों का भुगतान (35%), सामानों की ऑनलाइन खरीदारी (28.3%), अपने दोस्तों और परिवार के सदस्यों के लिए नेटबैंकिंग का प्रयोग (5.8%) और होटल में कमरे बुक करने के लिए (5%) आदि जैसे कार्यों को पूरा करने के उद्देश्य के लिए करते हैं। (तालिका 2)।

Table 2: Purpose for E-commerce usage 120 students टेबल 2: 120 छात्रों के ई-कॉमर्स प्रयोग करने का उद्देश्य

S. NO.	Purpose	Frequency	Percentage (%)
1.	Recharge	94	78.33
2.	Ticket Boking	64	53.33
3.	Bill Payments	45	37.50
4.	Online Shopping	34	28.33
5.	Money Transfer	7	5.80
6.	Hotel Booking	6	5.00

जिन उद्देश्यों के लिए मोबाइल के माध्यम से ई-कॉमर्स का उपयोग किया गया था, उन्हें संक्षेप में प्रस्तुत किया गया है और ये स्पष्ट करना उचित होगा; कि रिचार्ज मुख्य रूप से उनके अपने सेल फोन या उनके मित्र के सेल फोन या उनके परिवार के सदस्यों के लिए किए गए थे। रिचार्ज मुख्य रूप से वैधता बढ़ाने और इंटरनेट पैक के लिए थे। टिकट बुकिंग के संबंध में, ज्यादातर मूवी टिकट के बाद बस टिकट, ट्रेन टिकट और फ्लाइट टिकट बुक करने के लिए केवल दो उत्तरदाताओं द्वारा उपयोग किया गया। जूते, कंप्यूटर, मोबाइल, कपड़े और किताबें आदि खरीदने के लिए ऑनलाइन शॉपिंग की गई, हालांकि अधिकांश ने उत्पादों को खरीदने के बजाय केवल विंडो शॉपिंग की। सात उत्तरदाताओं ने अपने परिवार के सदस्यों के बैंक खाते में राशि स्थानांतरित करने के लिए मोबाइल बैंकिंग का उपयोग किया।

सेल फोन में ई-कॉमर्स के लिए उपयोग किए जाने वाले विभिन्न ऐप

हालांकि Android और ios में कई ऐप हैं, लेकिन कुछ ऐप ऐसे थे जिन्हें ई-कॉमर्स के उद्देश्य से कॉलेज के छात्रों द्वारा अधिक पसंद किया गया था। इस वर्तमान अध्ययन में ई-कॉमर्स के उद्देश्य से विश्वविद्यालय के छात्रों द्वारा उपयोग किए गए विभिन्न ऐप के परिणामों पर यहां चर्चा की गई है। विश्वविद्यालय के छात्रों द्वारा उपयोग किए जाने वाले

ऐप को पांच श्रेणियों में बांटा गया है, जैसे ऑनलाइन शॉपिंग ऐप, मोबाइल रिचार्जिंग ऐप, यात्रा बुकिंग ऐप, मूवी बुकिंग ऐप और मोबाइल बुकिंग ऐप। ई-कॉमर्स PAYTM के लिए उपयोग किए जाने वाले ऑनलाइन शॉपिंग ऐप्स में से सबसे अधिक (71.6%) कॉलेज के छात्रों द्वारा पसंद किया गया, इसके बाद Flipkart (13.3%), Myntra (05%), Snapdeal (3.3%), Amazon (2.5%) का नंबर आता है। दो उत्तरदाताओं ने क्रमशः ईबे और जबॉग का इस्तेमाल किया। अध्ययन के लिए केवल उन्हीं उत्तरदाताओं को शामिल किया गया है जिन्होंने कॉमर्स के लिए विभिन्न ऐप्स का उपयोग किया, जबकि अन्य जिन्होंने ऐप का उपयोग बाज़ार में खरीदने से पहले विभिन्न उत्पादों की दरों को ब्राउज़ करने अथवा तुलना करने के लिए किया था, उन्हें शामिल नहीं किया गया था। यह अध्ययन जाधव और खन्ना (2016) द्वारा किए गए अध्ययन के विवेक पर आधारित था, जिन्होंने बताया कि फ्लिपकार्ट और मिंत्रा सबसे पसंदीदा ऑनलाइन शॉपिंग साइट थीं। अधिकांश उत्तरदाताओं (71.6%) ने पेटीएम के माध्यम से अपने सेल फोन को रिचार्ज करना पसंद किया, इसके बाद कुछ उत्तरदाताओं ने माई एयरटेल (29.1%), माई आइडिया (6.6%) और माई बीएसएनएल (2.5%) जैसे डायरेक्ट मोबाइल चार्जिंग ऐप का इस्तेमाल किया।

Table 3: Different Apps involved in E-commerce usage 120 students

तालिका 3: 120 छात्रों के ई-कॉमर्स इस्तेमाल करने में शामिल विभिन्न ऐप्स

S.No.	Apps used	Frequency	Percentage (%)
1.	Online shopping Apps		
	Paytm	86	71.67
	Flipcart	16	13.33
	Myntra	6	5
	Snapdeal	4	3.33
	Amazon	3	2.5
	eBay	2	1.67
	Jabong	2	1.67
2.	Mobile Recharging Apps		
	Airtel	35	29.17
	Idea	8	6.67
3.	Travel Booking Apps		
	Red Bus	53	44.17
	IRCTC	39	32.5
4.	Movie Booking Apps		
	Book my show	52	43.33
	Ticket	47	39.17
5.	Mobile Banking Apps		
	V- Mobile	3	2.5
	U- Mobile	2	1.67
	State Bank anywhere	2	1.67

यात्रा बुकिंग ऐप जैसे रेडबस (44.1%), आईआरसीटीसी (32.5%) और लगभग सात प्रतिशत उत्तरदाताओं ने अपने यात्रा टिकट बुक करने के लिए मेक माय ट्रिप ऐप का इस्तेमाल किया। यात्रा बुकिंग ऐप्स का उपयोग लगभग 53 प्रतिशत उत्तरदाताओं द्वारा किया गया था, जिनमें से कई विभिन्न राज्यों से थे जो अलीगढ़ मुस्लिम विश्वविद्यालय में पढ़ने के लिए आए थे। मूवी बुकिंग ऐप कॉलेज के छात्रों के बीच सबसे लोकप्रिय ऐप थे, सबसे पसंदीदा ऐप बुक माय शो (43.3%) थे, इसके बाद टिकट न्यू (39.1%) और

लगभग एक-चौथाई (30.8%) उत्तरदाताओं ने संबंधित थिएटर का इस्तेमाल किया।

केवल सात उत्तरदाताओं द्वारा मोबाइल बैंकिंग ऐप का उपयोग किया गया, जिनमें से तीन उत्तरदाताओं ने वी-मोबाइल का उपयोग किया, दो उत्तरदाताओं ने क्रमशः स्टेट बैंक और यू - मोबाइल का उपयोग किया। मोबाइल बैंकिंग ऐप का इस्तेमाल बैलेंस चेक करने और मिनी स्टेटमेंट के लिए किया जाता था। लगभग छह प्रतिशत उत्तरदाताओं ने धन स्थानांतरण के लिए मोबाइल बैंकिंग का उपयोग किया।

निष्कर्ष

अध्ययन से पता चलता है कि अधिकांश उत्तरदाताओं ने एंड्रॉइड आधारित फोन को प्राथमिकता दी, मोबाइल के माध्यम से ई-कॉमर्स उपयोग का मुख्य उद्देश्य सेल फोन रिचार्ज करने, टिकट बुक करने, बिलों का भुगतान करने, ऑनलाइन खरीदारी, धन स्थानांतरण और होटल बुकिंग के लिए उपयोग किया था। जिन उत्तरदाताओं ने ई-कॉमर्स ऐप का उपयोग नहीं किया, उन्होंने बाजार में उत्पाद खरीदने से पहले वस्तुओं के मूल्य की तुलना करने के लिए उनका उपयोग किया। डेबिट/एटीएम कार्ड, इंटरनेट बैंकिंग और मोबाइल बैंकिंग का उपयोग करते हुए अन्य प्रकार से ई-कॉमर्स के रूप का प्रयोग किया। उत्तरदाताओं के द्वारा पसंद किए जाने वाले लोकप्रिय ऐप पेटीएम, रेड बस, बुक माई शो, अन्य टिकट और आईआरसीटीसी थे। निष्कर्ष में यह भी सामने आया कि स्नातक की तुलना में स्नातकोत्तर छात्रों के बीच ई-कॉमर्स का उपयोग करने का स्तर कहीं अधिक पाया गया। अध्ययन से यह भी स्पष्ट हुआ कि विश्वविद्यालय के छात्र मोबाइल एप्लिकेशन के माध्यम से ई-कॉमर्स के उपयोग में रुचि रखते हैं और आने वाले समय में ई-कॉमर्स के उपयोग की प्रवृत्ति में निश्चित रूप से बदलाव आएगा।

संदर्भ

1. जाधव, वी., और खन्ना, एम. (2016)। कॉलेज के छात्रों के ऑनलाइन खरीद व्यवहार को प्रभावित करने वाले कारक: एक गुणात्मक विश्लेषण। गुणात्मक रिपोर्ट, 21(1), 1-15।
2. खरे, ए., और राकेश, एस. (2011)। भारत में ऑनलाइन शॉपिंग व्यवहार के पूर्ववृत्त: एक परीक्षा। जर्नल ऑफ इंटरनेट कॉमर्स, 10, 227-244।
3. पीडब्ल्यूसी, (2015)। प्राइस वॉटरहाउस कूपर्स इंडिया रिपोर्ट "ई-कॉमर्स इन इंडिया एक्सीलेरेटिंग ग्रोथ"।
4. Pratminingsih, S. A., Lipuringtyas, C., और Rimenta, T. (2013)। ऑनलाइन शॉपिंग के प्रति ग्राहकों की वफादारी को प्रभावित करने वाले कारक। इंटरनेशनल जर्नल ऑफ ट्रेड, इकोनॉमिक्स एंड फाइनेंस, 4(3), 104-110।
5. थॉमस, एस., और जोस, पीवी (2015)। ई-कॉमर्स में हालिया रुझान। इंटरनेशनल रिसर्च जर्नल ऑफ इंजीनियरिंग एंड टेक्नोलॉजी (IRJET) e-ISSN: 2395-

0056 वॉल्यूम: 02 अंक: 06 | सितंबर-2015 www.irjet.net p-ISSN: 2395-0072

6. उषा वैदेही, पी. (2014). रंगारेड्डी जिले के इंजीनियरिंग कॉलेजों में छात्रों के ऑनलाइन शॉपिंग व्यवहार को प्रभावित करने वाले कारक। सुमेधा जर्नल ऑफ मैनेजमेंट, 3(1), 50-62