

उपभोक्ता और बाजार की नई दुनिया: इंटरनेट एवं ऑनलाइन शॉपिंग

डॉ० दर्शन पाण्डेय

सहायक प्रोफेसर, शिवाजी कॉलेज, दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली, भारत।

प्रस्तावना

भूमंडलीकरण और सूचना तकनीक के विस्तार ने बाजारवाद को विकसित करने में विशिष्ट भूमिका अदा की है, जिसमें बाजार और उपभोक्ता की महत्वपूर्ण भूमिका है। आज दुनिया के विभिन्न देश मीडिया और इंटरनेट के माध्यम से आपस में जुड़ गई है। विदेशों में कोसों दूर बैठे मित्र या रिश्तेदार से आप घर बैठे बातचीत कर सकते हैं, उसकी तस्वीर को अपने कंप्यूटर या लैपटॉप पर देख सकते हैं। हजारों मील की दूरी एक इंटर बटन से तय हो जाती है। आज सूचना और प्रौद्योगिकी के युग में इन नवीन तकनीकों से जुड़ना आज की आवश्यकता भी है, आज का "युवा-वर्ग अपना अधिकतर समय सोशल नेटवर्किंग साइट पर ही व्यतीत करता है। परंपरागत मीडिया की तुलना में सोशल मीडिया आज बहुत आगे है, क्योंकि इसके द्वारा संदेश अविलंब ही पूरे संसार में तूफान की तरह पहुंचता है और आग के समान फैल जाता है। घर-घर में बैठे युवा दर्शक इससे प्रभावित होते हैं।" 1 वर्तमान सूचना तकनीक का जिस प्रकार विकास हुआ है उसी प्रकार टेक्नोलॉजी का विकास भी हुआ। पहले टेलीफोन फिर मोबाइल फोन और आज स्मार्ट मोबाइल फोन जिसने इंटरनेट की सुविधा हर व्यक्ति-विशेष के हाथ में आ गई है। आज हर उम्र, वर्ग का व्यक्ति कुछ न्यूनतम मूल्य चुका कर अपने स्मार्टफोन पर इस सुविधा को प्राप्त कर सकता है।

सर्वप्रथम इंटरनेट के माध्यम से सोशल साइट का बोलबाला रहा, जिनमें orkut, linkden, फेसबुक, ट्विटर आदि। इस तकनीक ने पूरे विश्व को संचार के माध्यम से जोड़ दिया है। सभी अपने मित्रों और रिश्तेदारों को इन सोशल साइट्स के माध्यम से ढूँढने लगे और उनसे जुड़ने लगे। संचार क्रांति ने जहां संचार में नई दिशाएं खोल दीं, वहीं बाजारवाद को बढ़ावा भी दिया। थोक-विक्रेता और छोटी दुकानें तो पहले से ही बाजारों में उपलब्ध थीं, अब बड़े-बड़े शॉपिंग मॉल खुलने लगे। इन शॉपिंग मॉलस् में उपभोक्ताओं को अपनी जरूरत का सामान एक छत के नीचे ही मिलने लगा, फिर चाहे वह घर की रसोई के लिए दाल, चावल साग-सब्जी हो या घर की साज-सज्जा के लिए प्रयुक्त होने वाला सामान हो। बाजारीकरण की इस नीति में और अधिक विकास हुआ, अब लोग ऑनलाइन शॉपिंग की ओर उन्मुख हुए। उपभोक्ताओं ने ऑनलाइन शॉपिंग का चयन इस लिए भी किया कि पहले वह एक सामान खरीदने के लिए बाजार की भीड़-भाड़ और धूल-धक्कड़ के चक्कर काटता था, किन्तु अब वह घर बैठे अपनी पसंद का सामान खरीद सकता था, साथ ही युवा-वर्ग में बड़े-बड़े शॉपिंग ब्रांड को खरीदने का जो क्रेज था उसे भी ऑनलाइन शॉपिंग ने काफी हद तक पूरा किया। ऑनलाइन शॉपिंग में बड़े-बड़े ब्रांड के सामान उचित मूल्य पर प्राप्त हो जाते हैं, इसलिए भी अधिकांश वर्ग आज ऑनलाइन शॉपिंग से सामान खरीदना चाहता है। बाजारवाद को सबसे अधिक बढ़ावा मीडिया से ही मिलता है, मीडिया में विज्ञापनों की बहुत महत्वपूर्ण भूमिका रहती है। ऑनलाइन शॉपिंग को बढ़ावा मीडिया और सोशल मीडिया से मिला है, बड़े-बड़े स्टार ऑनलाइन शॉपिंग साइट का विज्ञापन करते हैं तथा उसके सामान को आज

के फैशन और आज के दौर से जोड़ते मिल जाते हैं। जिससे लोगों में ऐसे सामान को खरीदने की होड़ सी लग जाती है।

अब प्रश्न उठता है कि ऑनलाइन शॉपिंग क्या है? ऑनलाइन शॉपिंग से हमारा तात्पर्य है कि जिसमें उपभोक्ता अपनी पसंद के सामान या वस्तुओं को किसी बाजार से न खरीदकर इंटरनेट पर रजिस्टर्ड वेबसाइट के माध्यम से खरीदता है, इस वेबसाइट पर उपभोक्ता की उपभोग की तमाम वस्तुओं को चित्र, मूल्य, रंग, डिजाइन आदि के विस्तृत विवरण के साथ प्रस्तुत किया जाता है। उपभोक्ता को जो भी वस्तुएं पसंद आती हैं, वह उसे ऑनलाइन कैश-पेमेंट, कैश ऑन डिलीवरी जैसे विकल्प को सुनकर खरीद लेता है। ऑनलाइन शॉपिंग साइट से शॉपिंग ने पूरे विश्व में अपना जादू फैलाया है और अब यह धीरे धीरे भारत में भी स्थापित होने की ओर है। आज का उपभोक्ता जिसके पास समय की कमी है और वह बाजार की भीड़-भाड़ से बचना चाहता है, वह इस ऑनलाइन शॉपिंग की ओर उन्मुख हुआ है। यह भी कह सकते हैं कि उसे यहाँ विकल्प भी ज्यादा मिल रहे हैं। यहाँ वस्तुओं के दाम भी औसतन कम होते हैं, आज ऑनलाइन शॉपिंग की मार्केट में भी सैकड़ों छोटी-बड़ी वेबसाइट उपलब्ध हैं, उपभोक्ता को अपनी सहूलियत से जो चीजें अच्छी लगती हैं वह उस पर शॉपिंग कर सकता है। आज ऑनलाइन शॉपिंग के इस बाजार में कुछ बड़ी ऑनलाइन साइट हैं— मंत्रा डॉट कॉम, पिलपकार्ट डॉट कॉम, जबॉग डॉट कॉम, एमेजन डॉट कॉम, येपमी डॉट कॉम, आदि। इसके अतिरिक्त अनेक छोटी-छोटी साइट्स भी उपलब्ध हैं।

मंत्राकॉम (mantra-com)— ऑनलाइन शॉपिंग रिटेलर के मामले में उपलब्ध आंकड़ों के अनुसार मंत्राकॉम को उपभोक्ता अधिक विश्वसनीय मानते हैं। "जून 2015 के ताजा आंकड़ों के अनुसार 17.1% लोग मंत्रा डॉट कॉम पर भरोसा करते हैं, इस साइट पर फैशनेबल और कैजुअल लाइफ स्टाइल प्रोडक्ट खरीद सकते हैं। यह वेबसाइट 2007 में अस्तित्व में आई थी, इसकी शुरुआत तीन लोगों मुकेश बंसल, आशुतोष लावनिया और विनीत सक्सेना ने मिलकर की थी। ये तीनों आईआईटी के पास आउट थे और इस कंपनी का हेड क्वार्टर बंगलुरु में है, इस पर आप टी-शर्ट, कैलेंडर, ग्रीटिंग कार्ड, चॉन, डायरी वाइन ग्लास भी खरीद सकते हैं।"²

flipkart-com— यूनिक विजिटर्स के आंकड़ों के अनुसार flipkart-com सबसे ज्यादा पसंद की जाने वाली ऑनलाइन शॉपिंग साइट है, पहले यह वेबसाइट किताबों को ऑनलाइन बुक करती थी अब यह इलेक्ट्रॉनिक सामान के साथ कई अन्य उत्पादों की भी ऑनलाइन बिक्री करती है। इस साइट को 2007 में सचिन बंसल और बिन्नी बंसल ने मिलकर बनाया था।³

jabong-com—यूनिक विजिटर्स के आंकड़ों के अनुसार तीसरी सबसे अधिक पसंद की जाने वाली ऑनलाइन शॉपिंग साइट है। आंकड़ों के अनुसार 16.1 प्रतिशत लोग इस साइट का इस्तेमाल करते हैं, रंइवदह.बवउ दरअसल फैशन और लाइफ स्टाइल के सामानों की बिक्री करती है। यह साइट जनवरी 2012 में शुरू हुई,

इसका संचालन अरुण चंद्र मोहन, प्रवीण सिन्हा और लक्ष्मी मिलकर कर रहे हैं।

amazon-com – इस साइट को देश के 15% से ज्यादा ऑनलाइन ग्राहक इस्तेमाल कर रहे हैं, मूल रूप से अमेरिका की साइट है, शुरुआत में उपभोक्ताओं को किताबें, मूवी, टीवी शो मुहैया कराती थी लेकिन अब यह मोबाइल से लेकर ई-बुक, किड्स एसेसरीज आदि भी उपलब्ध कराती है, यह साइट 2015 में लॉन्च हुई है। जो चौथी सबसे बड़ी वालमार्ट कंपनी बन चुकी है। इसके अतिरिक्त yepme-com, snapdeal, शॉपक्लूज आदि कई दर्जन ऑनलाइन शॉपिंग वेबसाइट उपलब्ध हैं। आज तो यह ट्रेंड हो गया है कि जिस सामान की दुकान बाजार में उपलब्ध है वह ऑनलाइन शॉपिंग वेबसाइट पर भी उपलब्ध है। जिसमें कपड़े पुरुषों, महिलाओं और बच्चों आदि सभी के लिए अलग-अलग ऑनलाइन शॉपिंग साइट हैं। महिला फैशन से जुड़े बड़े-बड़े नाम भी अपने उत्पादन और अपने डिजाइन के साथ ऑनलाइन मिलते हैं, जैसे—Zara, रितु कुमार, Biba, डबल्यू (W) इन बड़े नामों के साथ-साथ छोटे-बड़े सैकड़ों नाम हैं। आज ऑनलाइन शॉपिंग में जूते, चप्पल, गहने, कपड़े हर छोटी-बड़ी चीज ऑनलाइन मिल जाती है। जब त्योहारों का मौसम होता है तो आकर्षक छूट और सेल भी उपभोक्ताओं को इस तरफ उन्मुख करती है। उपभोक्ता को तो आजकल बैठे-बैठे अपने मोबाइल पर इन कंपनियों के एप्लिकेशन के माध्यम से प्रत्येक चीज देखने को मिल जाती है। वह अपने मोबाइल से ही इन वस्तुओं का ऑर्डर कर इन्हें जहां चाहे मंगवा सकते हैं। आज हम घर के रोजमर्रा के सामान सब्जी, फल आदि भी ऑनलाइन माध्यम से खरीद सकते हैं। जिनमें Ask me bazar, बिग बारकेट, sabzivala-com आदि प्रमुख हैं। आज उपभोक्ता अपने समय को महत्व देने लगा है, उसे लगता है कि घर बैठे ही ताजी-अच्छी फल, सब्जी उसे मिल रही है तो वह क्यों बाजार जाकर फल-सब्जी वाले से मोल-भाव करे।

आज हम फैशन, घर की साज सज्जा के अतिरिक्त भी ऐसे बहुत से काम हैं जिनके लिए ऑनलाइन शॉपिंग करना पसंद करते हैं, जिनमें रेल यात्रा, हवाई यात्रा की टिकट बुक करना भी है। पहले रेल यात्रा के लिए घंटो लाइन में लगकर टिकट खरीदते थे पर अब घर बैठे ऑनलाइन ही अपनी सुविधा के अनुसार टिकट बुक करा लेते हैं, हमें कहीं भी चक्कर लगाने की आवश्यकता नहीं है। ऑनलाइन का एक लाभ यह भी है कि आज जब देश-विदेश के भ्रमण के लिए निकलते हैं तो महीनों पहले ही इसकी योजना बनाकर ऑनलाइन माध्यम से होटल, गाड़ी इत्यादि सुविधाओं की बुकिंग करा देते हैं। बस हम नियत समय पर उस जगह पहुंचे और हमारे लिए सारी व्यवस्था पहले से ही तैयार होती है।

आज ऑनलाइन वेबसाइट की लोकप्रियता दिनों-दिन बढ़ती जा रही है, इसका सबसे बड़ा उदाहरण उपभोक्ता की पसंद और सैकड़ों खुलती नई ऑनलाइन वेबसाइट है। "गौरतलब है कि अभी देश में दो हजार के करीब ई-कॉमर्स पोर्टल हैं जिनका व्यवसाय ज्यादा चलता है। flipkart, snapdeal, myntra, इंक फ्रूट, homeshop-18 सरीखी कंपनियों का व्यापार पिछले कुछ वर्षों में काफी बढ़ा है। flipkart का दावा है कि उसका सालाना व्यापार 6000 करोड़ रुपए से अधिक है। जिस प्रकार से इसकी लोकप्रियता बढ़ती जा रही है वर्ष 2020 तक ई-कॉमर्स का बाजार कुल जीडीपी का 4% तक पहुंच सकता है।⁴ ऑनलाइन शॉपिंग बाजार उपभोक्ताओं को नित नए ऑफर देता रहता है, जिस प्रकार प्रत्येक त्यौहार और धार्मिक पर्व के लिए दूसरे बाजार दुल्हन की तरह से सजते हैं उसी प्रकार ऑनलाइन बाजार आकर्षक ऑफर के द्वारा उपभोक्ताओं को आकर्षित करता है। जब नवरात्रों की धूम होती है तब सारे बाजार चुन्नी, लॉग, कपूर, मिट्टी के बर्तनों से पटे होते हैं तब ऑनलाइन बाजार भी पीछे नहीं रहते। flipkart पर

इन नवरात्रों में cow dank (गाय का गोबर) भी मिल रहा था। क्योंकि नवरात्रों की पूजा में इसका इस्तेमाल किया जाता है। ऑनलाइन शॉपिंग के जहाँ इतने लाभ उपभोक्ताओं को होते हैं, उनकी कुछ हानि या कहीं दुष्परिणाम भी उपभोक्ताओं को उठाने पड़ते हैं। आज जब ऑनलाइन शॉपिंग का दौर चल रहा है तो उपभोक्ताओं को ध्यान में रखते हुए कुछ कानूनों की आवश्यकता भी महसूस की जाती है। ऑनलाइन शॉपिंग साइट के माध्यम से धोखाधड़ी का बहुत बड़ा व्यवसाय भी चल रहा है, इसमें बेचारा उपभोक्ता ठगा जाता है। वैसे देश में प्रदेश में ई-कॉमर्स के लिए अलग से कानून की व्यवस्था नहीं है, लेकिन उपभोक्ता protection में ही उपभोक्ता अधिकारों की सुरक्षा सुनिश्चित की गई है। साल 2000 में आईटी एक्ट बन जाने के बाद ई-मेल से हुआ कोई भी कम्युनिकेशन कानूनी मान्यता रखता है और उसे लीगल डॉक्यूमेंट माना जा सकता है। ऐसे में इंटरनेट पर हुई खरीदारी का सबूत भेजा गया ईमेल हो सकता है, मुश्किल तब आती है जब उपभोक्ता वेबसाइट के बारे में जांच पड़ताल किए बिना ही आर्डर का एडवांस दे देते हैं, ऐसे में कानून भी लाचार हो जाता है। किसी भी कोर्ट को नोटिस के लिए पते की तो आवश्यकता पड़ती ही है।⁵ इसके अतिरिक्त उपभोक्ता यदि ऑनलाइन कपड़े खरीदता है तो सबसे पहले उसे फैब्रिक्स का पता नहीं चल पाता, कभी रंग, साइज में गड़बड़ हो जाती है, कुछ मामलों में ऐसे लक्षित होता है कि उपभोक्ताओं ने जिस वस्तु का आर्डर दिया था वह टूटा हुआ या defectेड निकला, हद तब होती है जब पार्सल खोला जाए तो उसमें सामान के बदले ईट-पत्थर होते हैं, इस प्रकार कंपनी द्वारा उपभोक्ताओं को cheat किया जाता है, वह अपने आप को ठगा सा महसूस करता है। इस प्रकार के धोखे से बचने के लिए उपभोक्ता को जागरूक और सावधान रहने की आवश्यकता है। शॉपिंग वेबसाइट की पड़ताल किए बिना अपने क्रेडिट कार्ड या खाते का विवरण साझा ना करें, साथ ही अपनी ईमेल id के माध्यम से खरीदे हुए प्रोडक्ट की जानकारी प्राप्त करें। सोशल मीडिया के युग में सावधानी ही सुरक्षा है, इस बात को उपभोक्ता सदैव याद रखें।

सन्दर्भ ग्रन्थ

- 1- सहृदय पत्रिका अंक जनवरी 8 मार्च 2014 विश्व 85
- 2- अमर उजाला वेब अखबार 2016
- 3- वही
- 4- पांचजन्य, 30 मार्च, 2014— तिजोरी तक आ पहुंचा 'माउस'— डॉ० अश्विनी महाजन पृष्ठ, 64
- 5- वेबदुनिया— टॉप .how FN: com