



Maharashtra Shikshan Samiti's

MAHARASHTRA MAHAVIDYALAYA

Nilanga Dist. Latur - 413521

NAAC Re-Accredited (III Cycle) - 'B+' Grade (CGPA -2.62)
स्वा.रा.ती.म. विद्यापीठाचा उत्कृष्ट महाविद्यालय पुरस्कार (ग्रामीण विभाग)

Record Book

**B.A., B.Com., B.Sc., B.C.A., B.Voc.(WPT/FPPS),
M.S.(CS), M.Com.**



Maharashtra Shikshan Samiti's

MAHARASHTRA MAHAVIDYALAYA, NILANGA



Tq. Nilanga, Dist. Latur

भाहक खरेदी दशावर ऑनलाईन
कोपिंगच्या गाहिरातीना प्रभाव

Certificate

Exam. Seat No.: _____

Roll No. : 17

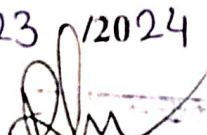
College Index No. _____

Class : M.com S.Y

Exam. Batch No.: _____


Division : _____

This is to certify that Mr./Miss. Deshmukh Jaishnavi⁰ Balasaheb
has satisfactorily completed the practical course in the subject. online shopping
as per the syllabus laid down by the board / University during the academic
year 2023 / 2024


Dr. Naresh V. Pinamkar
Research Supervisor,
Department of Commerce
Maharashtra Mahavidyalaya, Nilanga
Dist. Latur (MS) 413521
Batch Incharge


बहिस्थ परीक्षक

Date : 28/3/2024


Head of the Dep.

Index

Sr.No.	Name of the Experiments	Page No.	Date	Remarks
1	पुष्पापन			
2	खरदीयादी आमलादि वृक्ष या वर्तमान परियाम करवार वृक्ष			
3	संज्ञाएव खरदीयादि वृक्ष -या वृक्ष वृक्षानु संज्ञा			
4	वृक्षप्रदर्शन			
5	वृक्षात्			
6	आर्थिक			
7	सामाजिक			
8	भौतिक			
9	जातिरातीया वृक्षानु परियाम			
10	जातिरातीया वृक्षानु परियाम			
11	लघुउद्योगावर विपरीत परियाम			
12	वृक्षादिनाया खरदी निर्यथावर प्रभाग पुष्पार सात वृक्ष			
13	आमलादि पुष्पापनादि			
14	सुलभ परतफळ			
15	वृक्षादि उत्पादन			
16	आमलादि वृक्षादि साइट			
17	सुलभ यादी वृक्षादि खरदी वृक्षादि			

ग्राहक खेदी द्वारा

ऑनलाईन

शॉपिंग

आहिरातीचा प्रभाव

* प्रस्तावना :-

ऑनलाईन जाहिरातीचा प्रभाव हा ग्राहकांच्या खरेदी दरावर मोठ्या प्रमाणात वाढ झाली आहे. ऑनलाईन जाहिरात ही एक विपणन पद्धत आहे जी उत्पादन किंवा सेवेचा प्रचार करण्यासाठी इंटरनेट वापरून ग्राहकांना आकर्षित करते. ऑनलाईन जाहिरातीच्या विविध प्रकारांपैकी कीवर्ड जाहिराती थोड्या प्रयत्नात व्यवसायाचा प्रभावीपणे ग्राहकांच्या नजरेस आणतात ऑनलाईन शॉपिंग मुळे ग्राहकांना त्यांच्या आवडी व सवयी नुसार वस्तु खरेदी करणे सोपे झाले आहे. ग्राहकांना ऑनलाईन खरेदी करणे करण्यासाठी मोठ्या प्रमाणात जाहिराती केल्या जातात तसेच मोठ्या ऑफर डिस्काउंट दिले जाते. त्यामुळे ग्राहकांचे ऑनलाईन खरेदी कडे मोठ्या प्रमाणात आकर्षित होत आहेत. या उद्योगासोबत उद्दिष्ट्ये इंटरनेट वरील ग्राहक शोध वर्तून आणि ग्राहक प्रत्येक प्रकारच्या उत्पादनासाठी शोध संज्ञा कशा निवडतात हे समजून घेणे आहे. 2022 मध्ये स्मार्टफोन इलेक्ट्रॉनिक्स दैनंदिन शरणा आणि किराणा मालाच्या एकूण वापरामध्ये ऑनलाईन खरेदी करणे सुरुत ठेवले आहे एक खरेदीची सवय जी महामारीच्या काळात दृढ झाली ऑनलाईन शॉपिंगचा व्यवसायावर मोठ्या प्रमाणात झाला प्रभाव झाला आहे कारण ग्राहक हे ऑनलाईन खरेदीला पसंती दाखवत आहेत.

तसेच भारतामध्ये 1994 मध्ये पहिला ऑनलाईन
 व्यवहार झाला यामध्ये नेटमार्केट नावाच्या
 ऑनलाईन रिटेल प्लॅटफॉर्मद्वारे मित्रांमधील सीडीसी
 विक्री समाविष्ट होती इ-कॉमर्स उद्योग कालांतराने
 खूप बदलला आहे मोठ्या प्रमाणात विकसित
 झाला आहे जून 2022 मध्ये भारतातील ऑन
 -लाईन शॉपिंग वरिगावर स्फुटन इन साइटे
 इन केलेल्या सर्वेक्षणानुसार सुमारे 24% प्रतिवार्द
 कल्याणी आवडल्यातून अनेक वेळा अजलाइन
 खरेदी करणे पसंत करे याउलट समारु 10%
 ग्राहकांनी सांगितले की ते कधीही ऑनलाईन
 खरेदी करणार नाहीत ग्राहक उत्पादन शोधतात
 ते प्रतिस्पर्धा द्वारे ऑफर केलेल्या किंमती
 आणि सेवांची तुलना करतात अर्थात उत्पादन
 गुणवत्ता आणि विक्रेत्याची प्रतिष्ठा खूप
 महत्वाची आहे जेव्हा उत्पादन ग्राहकांच्या गरजा
 पूर्ण करते तेव्हा ग्राहक खरेदी व्यवहारावर
 काय परिणाम होतात ते पुढे माहणार
 आहेत. कॉमर्स मार्केट मध्ये अल्प स्थाना-
 वर आहे 48% मार्केट शेअर आणि
 उद्योगाच्या वाढीचा भाग रिकत आहे
 स्टाफटबक - समर्थित मी री हे भारतातील
 वापर कल्याच्या आधारे सर्वात वेगाने वाढणारे
 इ-कॉमर्स प्लॅटफॉर्म म्हणून उदयास आले आहे
 अलवात्रानुसार Flipkart चा वापरकर्ता आधार
 दरवर्षी 21% वाढला आहे तर Meesho
 32% न वाढला तर Amazon 3%
 प्रामुख्याने मागे राहिला.

New
Product

Easy
Returns

online
Reviews

Easy
checkout

free
shipping

Great
Navigation

product
and Information
Quality