

मोबाइल कॉमर्स (एम-कॉमर्स) सेवा का व्यावसायिक परिप्रेक्ष्य में अध्ययन

हरीश जनागल

व्यावसायिक प्रशासन विभाग, वाणिज्य एवं प्रबन्ध अध्ययन संकाय
जय नारायण व्यास विश्वविद्यालय जोधपुर (राज)
Email: harishjanagal@gmail.com

सारांश : एम-कॉमर्स को ई-कॉमर्स के अगली पीढ़ी के रूप में जाना जाता है। ई-कॉमर्स के पहले एक इलेक्ट्रॉनिक डाटा इंटरचेंज (ईडीआई) मूल्य वर्धित नेटवर्क पर (वैन) के माध्यम से 1960 के दशक में शुरू की गई थी। ई-कॉमर्स में ऑनलाइन विक्रेताओं की वृद्धि 2000 के दशक में मध्यम इंटरनेट का उपयोग की उपलब्धता के आगमन के साथ हुई।

ई-कॉमर्स या ई-व्यवसाय इंटरनेट के माध्यम से व्यवसाय का संचालन है, इसमें न केवल खरीद और बिक्री शामिल है, बल्कि ग्राहकों के लिए सेवाएं और व्यापार भागीदारों के साथ सहयोग भी शामिल है। इंटरनेट बुनियादी ढांचे, उपभोक्ता और मूल्य वर्धित प्रकार के व्यवसायों के लिए कई अवसर प्रस्तुत करता है। 1990 के दशक से वाणिज्यिक उद्यमों ने विज्ञापन का उपयोग किया है, इंटरनेट को दुनिया भर में अपने उत्पादों को बेचने और समर्थन करने के एक संभावित व्यवहार्य साधन के रूप में देखा जाने लगा। वर्षों बाद में मोबाइल फोन पर ब्राउज़िंग संभव हो गया। हालांकि, स्क्रीन बहुत छोटी थीं और वेबसाइटें छोटी स्क्रीनों के लिए शायद ही कभी अनुकूलित थीं। नतीजतन, मोबाइल कॉमर्स की सफलता सीमित थी। मोबाइल कॉमर्स की वास्तविक सफलता आईफोन की शुरुआत के साथ आई थी। मोबाइल उपयोग के लिए डिज़ाइन किए गए एप्लिकेशन ने एक छोटी स्क्रीन का उपयोग करके ऑनलाइन इंटरैक्शन आसान बना दिया।

कुंजी शब्द : मोबाइल, एम-कॉमर्स, ई-कॉमर्स, इंटरनेट, क्रेडिट कार्ड, भुगतान, ऑनलाइन, VAN, GPRS आदि।

1. प्रस्तावना :

मोबाइल कॉमर्स (एम-कॉमर्स) सरल शब्दों में, व्यवसायों को एक मंच पर स्थापित करने की प्रक्रिया है, जहां कोई मोबाइल फोन का उपयोग कर इससे खरीददारी कर सकता है। एम-कॉमर्स को ई-कॉमर्स के अगली पीढ़ी के रूप में जाना जाता है। एम-कॉमर्स, यूजर्स को कहीं भी किसी भी जगह पीसी या लैपटॉप की आवश्यकता के बिना इंटरनेट के एक्सेस से ऑनलाइन खरीदारी प्रदान करता है। भारत में मोबाइल कॉमर्स 1997 के बाद से है। सबसे पहले, यह रिंगटोन खरीदने और टेक्स्ट मैसेज के माध्यम से सर्विस देने के लिए सीमित था। 1999 में जापान द्वारा पहला ब्राउज़िंग एप्लिकेशन मोबाइल में प्रस्तुत किया गया था।

ई-कॉमर्स या ई-व्यवसाय इंटरनेट के माध्यम से व्यवसाय का संचालन है, इसमें न केवल खरीद और बिक्री शामिल है, बल्कि ग्राहकों के लिए सेवाएं और व्यापार भागीदारों के साथ सहयोग भी शामिल है। इंटरनेट बुनियादी ढांचे, उपभोक्ता और मूल्य वर्धित प्रकार के व्यवसायों के लिए कई अवसर प्रस्तुत करता है। 1990 के दशक से वाणिज्यिक उद्यमों ने विज्ञापन का उपयोग किया है, इंटरनेट को दुनिया भर में अपने उत्पादों को बेचने और समर्थन करने के एक संभावित व्यवहार्य साधन के रूप में देखा है। व्यावसायिक गतिविधियों में ऑनलाइन शॉपिंग नेटवर्क का प्रतिशत बढ़ता गया है। इक्कीसवीं सदी में ऑनलाइन व्यवसायों ने एम-कॉमर्स के लिए असीम अवसरों और प्रतिस्पर्धा का वातावरण प्रदान किया है। कई ऑनलाइन ट्रेडिंग कंपनियां स्थापित की गई हैं और कई मौजूदा कंपनियों ने ऑनलाइन शाखाएं खोली हैं।

मोबाइल कॉमर्स (एम-कॉमर्स) सरल शब्दों में, व्यवसायों को एक मंच पर स्थापित करने की प्रक्रिया है, जहां कोई मोबाइल फोन का उपयोग कर इससे खरीददारी कर सकता है। मोबाइल कॉमर्स सेल फोन या टैबलेट जैसे मोबाइल उपकरणों पर किए गए व्यवसाय या खरीददारी को संदर्भित करता है। एम-कॉमर्स के साथ, उपयोगकर्ता कहीं भी लेन-देन कर सकते हैं, बशर्ते उस क्षेत्र में एक वायरलेस इंटरनेट प्रदाता उपलब्ध हो। मोबाइल कॉमर्स तेजी से बढ़ा है क्योंकि सुरक्षा मुद्दों का समाधान किया गया है। मोबाइल उपकरणों की पोर्टेबिलिटी व्यवसायों को मोबाइल कॉमर्स के माध्यम से अपने ग्राहकों तक अपनी पहुंच बढ़ाने में मदद करती है। खुदरा विक्रेताओं से ग्राहकों को कूपन और छूट भेजी जा सकती है। व्यक्तिगत नतीजतन, ब्राउज़र मोबाइल एप्लिकेशन की तुलना में अधिक लेन-देन करते हैं। इस कारण से, उपभोक्ता अक्सर अपने समग्र खरीदारी अनुभव को बढ़ाने के लिए मोबाइल एप्लिकेशन के उपयोग को मोबाइल वेबसाइटों के साथ जोड़ते हैं।

एम-कॉमर्स दूरसंचार प्रौद्योगिकियों (TCT) के साथ सूचना प्रौद्योगिकी (IT) के प्रौद्योगिकी अभिसरण का एक उप-उत्पाद है, जिसे संयुक्त रूप से सूचना और संचार प्रौद्योगिकी (ICT) के रूप में जाना जाता है। इस प्रकार एम-कॉमर्स को वायरलेस माध्यमों के लिए इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स (ई-कॉमर्स) का विस्तार माना जा सकता है। आज एम-कॉमर्स का दायरा जीवन के लगभग हर क्षेत्र को शामिल करता है। मनोरंजन, यात्रा, बैंकिंग और विपणन के क्षेत्रों से मोबाइल सेवाओं की सूचना दी जाती है। पिछले वर्षों में मोबाइल कॉमर्स (एम-कॉमर्स) ने उल्लेखनीय एवं प्रभावशाली वृद्धि दर्ज की है और एम-कॉमर्स निश्चित रूप से एक स्वस्थ व्यावसायिकता के संकेत दिखाई दे रहा है।

2. व्यवसाय और वाणिज्य का सामान्य अर्थ :

यहाँ "वाणिज्य" शब्द को व्यापार और उपभोक्ता दोनों क्षेत्रों में वस्तुओं और सेवाओं की बिक्री और खरीद को संदर्भ में प्रयुक्त किया जाता है और इस तरह के लेनदेन से सीधे संबंधित गतिविधियों को संदर्भित करता है। यहाँ "व्यवसाय" शब्द को एक फर्म द्वारा की गई सभी गतिविधियों वस्तुओं और सेवाओं का उत्पादन और बिक्री करने के संदर्भ में प्रयुक्त किया जाता है। इस प्रकार ये गतिविधियाँ विशेष रूप से "वाणिज्यिक" प्रकृति की नहीं हैं और इसमें खरीद, उत्पादन, ग्राहक संबंध प्रबंधन (CRM) और मानव संसाधन प्रबंधन (HRM) जैसी अन्य प्रक्रियाएं शामिल हैं। इसलिए "वाणिज्य" शब्द को "व्यवसाय" शब्द के व्यापक अर्थ के एक अभिन्न उपसमुच्चय के रूप में देखा जाता है।

3. ई-कॉमर्स और एम-कॉमर्स :

एम-कॉमर्स को एम-बिजनेस का एक अभिन्न उपसमुच्चय माना जाता है, विशेषण "इलेक्ट्रॉनिक", जिसका उपयोग "ई-बिजनेस" या "ई-कॉमर्स" के विशिष्ट संदर्भों में किया जाता है, व्यावसायिक प्रक्रियाओं के लिए जो कंप्यूटर-मध्यस्थ नेटवर्क माध्यम से "कभी भी पहुंच" का प्रतीक है। इसके विपरीत एम-कॉमर्स शब्द मोबाइल-मध्यस्थ नेटवर्क माध्यम से "कभी भी और कहीं भी" पहुंच का प्रतीक के रूप में देखा जाता है।

4. एम-कॉमर्स का सामान्य अर्थ :

एम-कॉमर्स को कभी-कभी "मोबाइल ई-कॉमर्स" कहा जाता है, क्योंकि इसके लेनदेन मूल रूप से एक मोबाइल टर्मिनल और वायरलेस नेटवर्क का उपयोग करके किए गए इलेक्ट्रॉनिक लेनदेन हैं। मोबाइल टर्मिनलों में सभी पोर्टेबल डिवाइस जैसे कि मोबाइल टेलीफोन जो वायरलेस नेटवर्क तक पहुंचने में सक्षम हैं और एम-कॉमर्स लेनदेन करते हैं शामिल हैं। एम-कॉमर्स की एक परिभाषा इसे "एक मौद्रिक मूल्य के साथ किसी भी लेनदेन के रूप में वर्णित करती है जो एक मोबाइल दूरसंचार नेटवर्क के माध्यम से आयोजित की जाती है। एम-कॉमर्स के प्रारंभिक परिभाषाएं आज उचित नहीं लगती, भले ही वे एम-कॉमर्स को समझने के लिए उपयोगी अंतर्दृष्टि प्रदान करती हैं। इसलिए एम-कॉमर्स की एक नई परिभाषा तैयार करना आवश्यक है जो उपरोक्त सभी कारकों को ध्यान में रखता है। यहाँ एम-कॉमर्स को इस प्रकार परिभाषित करता है "एम-कॉमर्स कोई भी ऐसा लेनदेन है, जिसमें वस्तुओं के स्वामित्व और सेवाओं के उपयोग के अधिकारों का हस्तांतरण शामिल है, जो एक कंप्यूटर-मध्यस्थ नेटवर्क की मदद से मोबाइल एक्सेस का उपयोग करके शुरू या पूरा किया जाता है। इलेक्ट्रॉनिक डिवाइस एम-कॉमर्स स्थान-आधारित सेवाओं (एलबीएस) को सक्षम करके नए व्यावसायिक अवसर खोलता है।

5. एम-कॉमर्स की विशेषताएं :

लेनदेन के कुछ हिस्सों को स्थिर क्षेत्र में संसाधित किया जा सकता है। उदाहरण के लिए, मोबाइल फोन का उपयोग करके ऑर्डर करना एक एम-कॉमर्स लेनदेन है। महत्वपूर्ण यह है कि कम से कम एक इलेक्ट्रॉनिक डिवाइस के माध्यम से मोबाइल एक्सेस का उपयोग करके लेनदेन शुरू या समापन किया जाता है। एम-कॉमर्स की प्रमुख विशेषताएं की विशेषता इस प्रकार है:-

5.1. सेवाओं की सर्व उपलब्धता (व्यापकता):-

सेवाओं की सर्वउपलब्धता (व्यापकता) का अर्थ है उपयोगकर्ता द्वारा सेवाओं का लाभ अपने वर्तमान भौगोलिक स्थान ("कहीं भी" सुविधाओं) उठा सकता है और स्वतंत्र रूप से लेनदेन कर सकता है। यह सुविधा विभिन्न स्थितियों में उपयोगी होती है।

5.2. सेवाओं की तत्कालता उपलब्धता:-

सेवाओं की सर्वउपलब्धता (व्यापकता) के साथ-साथ संबंधित सेवाओं का लाभ अपने वर्तमान वास्तविक समय पर उपलब्धता ("कभी भी" सुविधा) उठा सकता है और स्वतंत्र रूप से लेनदेन कर सकता है। यह सुविधा उन सेवाओं के लिए विशेष रूप से महत्वपूर्ण है जहाँ कम समय में तत्काल सेवाओं की आवश्यकता होती है।

5.3. स्थान आधारित सेवाओं की उपलब्धता:-

स्थानीय पोजिशनिंग तकनीक ग्लोबल पोजिशनिंग सिस्टम (GPS), कंपनियों को उपयोगकर्ता को उसके वर्तमान स्थान के लिए विशिष्ट वस्तुओं और सेवाओं की पेशकश करने की अनुमति देती है। इस प्रकार, स्थानीय सामग्री और सेवाओं के लिए उपभोक्ताओं की जरूरतों और इच्छाओं को पूरा करने के लिए स्थान आधारित सेवाओं की पेशकश की जा सकती है।

5.4. सेवाओं की तत्काल कनेक्टिविटी:-

जब से जनरल पैकेट रेडियो सर्विस (GPRS) की शुरुआत हुई है, मोबाइल डिवाइस लगातार "ऑनलाइन" हैं, यानी नेटवर्क के संपर्क में ("ऑलवेज-ऑन" फीचर)। यह सुविधा उपयोगकर्ता के लिए तत्काल सेवाओं की सुविधाएं उपलब्ध कराती है, क्योंकि इसमें समय लेने वाली डायल-अप या बूट प्रक्रिया आवश्यक नहीं है।

5.5. सेवाओं की सक्रिय कार्यशील व्यवस्था:-

एम-कॉमर्स तत्काल, स्थानीय और व्यक्तिगत होने की अपनी क्षमता के आधार पर, पुश-मार्केटिंग के लिए नए रास्ते खोलता है, जैसे सामग्री- और उत्पाद ऑफ़र। ऑफ़-इन विज्ञापन जैसी सेवाओं की पेशकश की जा सकती है ताकि एक उपयोगकर्ता उन उत्पादों, सेवाओं और कंपनियों का चयन कर सके जिनके बारे में वह सूचित किया जाना चाहता है। लघु संदेश सेवा (एसएमएस) का उपयोग उपभोक्ताओं को उन्हें सूचित करने के लिए संक्षिप्त पाठ संदेश भेजने के लिए किया जा सकता है, और उपभोक्ताओं को उनकी आवश्यकताओं के अनुरूप सर्वोत्तम स्थानीय पेशकशों के बारे में भी सूचित किया जा सकता है।

5.6. सेवाओं की सरल प्रमाणन प्रक्रिया:-

एम-कॉमर्स में उपभोक्ता मोबाइल दूरसंचार उपकरण का प्रयोग एम-कॉमर्स के लिए करते हैं जो कि एक इलेक्ट्रॉनिक चिप के साथ काम करता है जिसे सब्सक्राइबर आईडेंटिटी मॉड्यूल (सिम) कहा जाता है। प्रत्येक सिम नेटवर्क ऑपरेटर के साथ पंजीकृत होती है और इस प्रकार सिम मालिक (उपभोक्ता) की पहचान स्पष्ट और सरल रूप से प्रमाणन प्रक्रिया पूर्ण हो जाती है।

6. एम-कॉमर्स में मोबाइल एप्लिकेशन और भुगतान के तरीके :-

एम-कॉमर्स में विभिन्न समान प्रकृति की व्यक्तिगत मोबाइल सेवाओं को एक समान एप्लिकेशन में संयोजित किया जाता है, जिससे सेवाओं का संचालन और भुगतान सरलतापूर्वक किया जा सकता है।

एम-कॉमर्स में मोबाइल एप्लिकेशन

मोबाइल मार्केटिंग एप्लिकेशन - उत्पाद का प्रचार प्रसार, खरीद बेचान, शेयर बाजार
मोबाइल शॉपिंग एप्लिकेशन - ऑनलाइन सामान की खरीददारी
मोबाइल बैंकिंग एप्लिकेशन - बैंकिंग सेवाएं, पैसे का लेनदेन
मोबाइल भुगतान एप्लिकेशन - यु.पी.आई. भुगतान, पेटीएम, फोन पे, गूगल पे
मोबाइल टिकटिंग एप्लिकेशन - बस, रेल. एयर टिकट
मोबाइल एंटरटेनमेंट एप्लिकेशन - मोबाइल गेम, ऑनलाइन गेम, फिल्म, खेल प्रसारण

एम-कॉमर्स	
मोबाइल एप्लिकेशनस	सेवाओं की उपलब्धता
मोबाइल मार्केटिंग	उत्पाद का प्रचार प्रसार, खरीद बेचान, शेयर बाजार
मोबाइल शॉपिंग	ऑनलाइन सामान की खरीददारी
मोबाइल बैंकिंग	बैंकिंग सेवाएं, पैसे का लेनदेन
मोबाइल भुगतान	यु.पी.आई. भुगतान, पेटीएम, फोन पे, गूगल पे
मोबाइल टिकटिंग	बस, रेल. एयर टिकट
मोबाइल एंटरटेनमेंट	मोबाइल गेम, ऑनलाइन गेम, फिल्म, खेल प्रसारण

7. एम-कॉमर्स सेवाओं में भुगतान प्रणाली :

एम-कॉमर्स द्वारा विभिन्न सेवाओं के लिए आवश्यक भुगतान प्रणाली निम्नानुसार है:

- **क्रेडिट कार्ड द्वारा भुगतान** : इस पद्धति में सेवाओं के लिए शुल्क ग्राहक के क्रेडिट कार्ड के विरुद्ध बिल किए जाते हैं। ग्राहक सेवा प्रदाता को अपने क्रेडिट कार्ड नंबर के बारे में सूचित कर सकता है, उदा. WAP इंटरफ़ेस के माध्यम से।
- **चालान के बदले भुगतान** : ग्राहक सेवाप्रदाता के साथ खुद को पंजीकृत कर सकता है और उन सेवाओं के लिए चालान प्राप्त कर सकता है जिनका वह उपयोग करता/करती है। ग्राहक या तो मैनुअल रूप से चालान का भुगतान कर सकता है या प्रदाता को ग्राहक के बैंक खाते से सीधे डेबिट के लिए एक स्थायी आदेश सौंप सकता है।
- **प्रीपेड कार्ड द्वारा भुगतान** : ग्राहक सेवाप्रदाता द्वारा बेचा गया प्रीपेड कार्ड खरीद सकता है। प्रस्तावित सेवाओं के किसी भी उपयोग का बिल प्रीपेड कार्ड पर तब तक लगाया जाता है जब तक कि कार्ड पर राशि समाप्त नहीं हो जाती।
- **प्रीमियम एसएमएस द्वारा भुगतान** : ग्राहक एक निश्चित नंबर पर एसएमएस भेज सकता है। इस एसएमएस की लागत एक निश्चित, पूर्व-निर्धारित राशि है जो सेवा प्रदाता की ओर से नेटवर्क वाहक द्वारा एकत्र की जाती है।

- **विभिन्न बिलों का भुगतान** : मोबाइल सेवाओं के भुगतान का एक सुविधाजनक तरीका मासिक टेलीफोन बिल के माध्यम से भुगतान करना है जो नेटवर्क वाहक प्रत्येक ग्राहक को भेजता है। वाहक एक निश्चित सेवा शुल्क के विरुद्ध, सेवाप्रदाता की ओर से राशि एकत्र कर सकता है।
- **मोबाइल भुगतान** : शब्द "मोबाइल भुगतान" उन भुगतानों को संदर्भित करता है जो सामान और सेवाओं को खरीदने के लिए मोबाइल हैंड-हेल्ड उपकरणों के माध्यम से किए जाते हैं

8. भारत में मोबाइल कॉमर्स नीतियां और विनियम :

भारत में मोबाइल कॉमर्स अपने अस्तित्व के लिए बड़ी क्षमता के मोबाइल बाजारों पर केंद्रित हैं और इसलिए बाजार की सफलता बाजार के कामकाज में सभी के विश्वास पर निर्भर करती है। भारत में दूरसंचार क्षेत्र का एक पृथक एक स्वतंत्र नियामक निकाय है जो सरकार के विनियमों का सफल कार्यान्वयन करता है। एम-कॉमर्स में ई-कॉमर्स के समान, पारदर्शी और स्पष्ट नियमों की आवश्यकता होती है क्योंकि अनुबंध करने वाले पक्ष एक-दूसरे को जरूरी नहीं जानते हैं और एक समझौते पर बातचीत करते समय शायद ही कभी आमने-सामने संपर्क होता है इसलिए अनुबंध करने वाली पार्टियों को अनुबंधों के प्रावधानों को लागू करने के लिए कानून पर भरोसा करने में सक्षम होना चाहिए, यदि आवश्यक हो तो मोबाइल इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों का उपयोग करके संपन्न किया जाता है। इसके अलावा, ग्राहक को अपने व्यक्तिगत क्षेत्र की गोपनीयता पर भरोसा करने में सक्षम होना चाहिए। इसलिए, उपभोक्ता विश्वास को बढ़ावा देने और समाज के व्यापक वर्गों के बीच स्वीकृति बढ़ाने के साथ-साथ एम-कॉमर्स के सुचारू कामकाज को सुनिश्चित करने के लिए एक स्पष्ट रूप से परिभाषित नियामक ढांचा अपरिहार्य है। हालांकि यह एक अपेक्षाकृत नई परिघटना होने के कारण अभी तक अधिकांश देशों में एक स्वतंत्र व्यवसाय क्षेत्र के रूप में कानून निर्माताओं का ध्यान आकर्षित नहीं किया है। इसके लेन-देन आमतौर पर दूरसंचार कानूनों द्वारा पूरक ई-कॉमर्स नियमों द्वारा शासित होते हैं

9. एम-कॉमर्स के सामान्य सिद्धांत :

- अनुबंधों की कानूनी प्रवर्तनीयता
- उपभोक्ता संरक्षण
- डेटा की गोपनीयता (कोई अनावश्यक, अनधिकृत डेटा संग्रह नहीं)
- डेटा की गोपनीयता (अधिकृत डेटा को दुरुपयोग से बचाना)
- आत्मनिर्णय का अधिकार (किसी संचार को पूरा करने या अस्वीकार करने के लिए)

10. निष्कर्ष :

इक्कीसवीं सदी में ऑनलाइन व्यवसायों ने एम-कॉमर्स के लिए असीम अवसरों और प्रतिस्पर्धा का वातावरण प्रदान किया है। ई-कॉमर्स या ई-व्यवसाय इंटरनेट के माध्यम से व्यवसाय का संचालन है, इसमें न केवल खरीद और बिक्री शामिल है, बल्कि ग्राहकों के लिए सेवाएं और व्यापार भागीदारों के साथ सहयोग भी शामिल है। इंटरनेट बुनियादी ढांचे, उपभोक्ता और मूल्य वर्धित प्रकार के व्यवसायों के लिए कई अवसर प्रस्तुत करता है। एम-कॉमर्स, आईटी और टीसीटी के बीच अभिसरण के परिणामस्वरूप चलते-फिरते ग्राहक को कई मूल्यवर्धित सेवाएं प्रदान करता है और इसलिए ऐसी सेवाओं के प्रदाताओं के लिए महत्वपूर्ण व्यावसायिक अवसर हैं। "कभी भी, कहीं भी" मोबाइल सेवाओं की संकल्पना और विकास एक साथ विविध सेवाप्रदाताओं और उपभोक्ताओं के लिए एक अवसर उपलब्ध कराता है

संदर्भ :

1. अंकटाड, ई-कॉमर्स एंड डेवलपमेंट रिपोर्ट 2002, व्यापार और विकास पर संयुक्त राष्ट्र सम्मेलन, न्यूयॉर्क, 2002.
2. एंकर, बी. एंड डी 'इनकाउ., , वैल्यू-एडेड सर्विसेज इन मोबाइल कॉमर्स : एन एनालिटिकल 2002
3. फरमेवोर एंड एम्पिरिकल फाइंडिंग्स फ्रॉम ए नेशनल कंस्यूमर सर्वे, <http://csdl.computer.org>, 2002.
4. बसे, एस. ., डेअर मोबाइल एफोर्लज – रगेबनीस एने एम्पिरिस्के अंतर्सूचुंग इन ओस्जेवहलते
5. ब्रान्चेन इन कूपर, फ. (एडस.): इलेक्ट्रॉनिक बिज़नेस एंड मोबाइल बिज़नेस
6. तिवारी, आर. बसे, एस. एंड हेस्टार्ट, सी. : कस्टमर ऑन द मूव – स्टेटेजिक इम्प्लिकेशन्स ऑफ मोबाइल बैंकिंग फॉर बैंक्स एंड फाइनेंसियल इंटरप्राइजेज. इन : CEC/EEE 2006, प्रोसीडिंग्स ऑफ द 8th IEEE इंटरनेशनल कांफ्रेंस ऑन इ-कॉमर्स टेक्नोलॉजी (CEC/EEE'06), सन फ्रांसिस्को 2006.
7. विजलाइनें, जे. एट. एल. : On Requirements for Mobile Commerce, <http://www.esan.edu.pe> 2003.
8. विल्ज़, बी. व. गब्लर, वी एस बाइं : इलेक्ट्रॉनिक बिज़नेस. एडिशन 2001.
9. झांग, जे. जे. एट. एल. ड्राइविंग फोर्सिज फॉर एम-कॉमर्स सक्सेस. इन शॉ, एम. जे. (Ed.): इ-बिज़नेस. 2004.