

AMOGHVARTA

ISSN : 2583-3189



## ऑनलाइन शॉपिंग के प्रति ग्रामीण उपभोक्ता व्यवहार का भारतीय अर्थव्यवस्था पर पड़ने वाले प्रभाव का अध्ययन

### ORIGINAL ARTICLE



#### Authors

महेंद्र सिंह  
शोधार्थी

डॉ. प्रतिभा मिश्रा

शोध पर्यवेक्षक

अर्थशास्त्र संकाय

एफ. एस. विश्वविद्यालय

शिकोहाबाद, उत्तर प्रदेश, भारत

### शोध सार

वर्तमान समय में सूचना और संचार प्रौद्योगिकी का तेजी से विकास व्यापार और उपभोक्ता व्यवहार में महत्वपूर्ण बदलाव लेकर आया है। इंटरनेट, स्मार्टफोन और डिजिटल भुगतान व्यवस्था के विस्तार ने ग्रामीण क्षेत्रों में भी ऑनलाइन खरीददारी को लोकप्रिय बना दिया है। पहले, जहां ग्रामीण उपभोक्ता पारंपरिक बाजारों पर निर्भर थे, अब वे ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म के माध्यम से विविध वस्त्र और सेवाएं खरीदने लगे हैं। इस बदलाव का असर केवल उपभोक्ता व्यवहार पर ही नहीं, बल्कि भारतीय अर्थव्यवस्था, रोजगार, डिजिटल समावेशन, लघु उद्योगों और व्यावसायिक ढांचे पर भी साफ-साफ देखा जा सकता है। इस शोध-पत्र का मुख्य उद्देश्य ग्रामीण उपभोक्ताओं के ऑनलाइन खरीददारी के व्यवहार का विश्लेषण करना है और यह देखना है कि इसका भारतीय अर्थव्यवस्था पर क्या असर पड़ रहा है। इसके लिए हमने द्वितीयक स्रोतों का उपयोग किया है, जिसमें शोध पत्र, पुस्तकें, सरकारी रिपोर्ट, नीति आयोग, भारतीय रिज़र्व बैंक, वाणिज्य मंत्रालय और विभिन्न ई-कॉमर्स कंपनियों की रिपोर्ट शामिल हैं। इस अध्ययन से यह स्पष्ट होता है कि ऑनलाइन खरीददारी ने ग्रामीण उपभोक्ताओं को अनेक विकल्प, उचित मूल्य, डिजिटल भुगतान की सुविधाएँ और बेहतर सेवाएं प्रदान की हैं। हालांकि, इसके साथ ही स्थानीय व्यापारियों के लिए प्रतिस्पर्धा, डिजिटल साक्षरता की कमी और साइबर सुरक्षा

जैसी चुनौतियाँ भी सामने आई हैं। इसलिए, संतुलित नीतियों और डिजिटल जागरूकता के माध्यम से इस बदलाव को भारतीय अर्थव्यवस्था के लिए और अधिक लाभकारी बनाना संभव है।

### मुख्य शब्द

ऑनलाइन शॉपिंग, ग्रामीण उपभोक्ता, ई-कॉमर्स, भारतीय अर्थव्यवस्था, डिजिटल भुगतान, उपभोक्ता व्यवहार

### प्रस्तावना

आज का समय डिजिटल युग के तौर पर जाना जाता है, जहाँ सूचना और संचार तकनीक ने जीवन के हर क्षेत्र में बदलाव लाया है। आज, ऑनलाइन शॉपिंग सिर्फ महानगरों तक सीमित नहीं है, बल्कि यह ग्रामीण क्षेत्रों में भी तेजी से लोकप्रिय हो रही है। इसके परिणामस्वरूप, ग्रामीण उपभोक्ताओं के खरीददारी के तरीके, उनकी पसंद और निर्णय लेने की प्रक्रिया में काफी बदलाव देखे जा रहे हैं।

भारत की अधिकतर जनसंख्या ग्रामीण इलाकों में रहती है, जिससे ग्रामीण बाजार भारतीय अर्थव्यवस्था के लिए एक महत्वपूर्ण आधार बन जाते हैं। पहले, ग्रामीण उपभोक्ता अपनी आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए स्थानीय दुकानों, साप्ताहिक

हाट—बाजारों और नजदीकी कस्बों पर निर्भर रहते थे लेकिन अब, ई—कॉमर्स प्लेटफॉर्म की सहायता से वे घर बैठे ही विभिन्न उत्पादों की जानकारी प्राप्त कर सकते हैं, उनकी तुलना कर सकते हैं, और अपनी जरूरत और बजट के अनुसार खरीदारी कर सकते हैं।

ग्रामीण उपभोक्ताओं के लिए ऑनलाइन शॉपिंग ने कई लाभ प्रदान किए हैं, जैसे सुविधा, समय की बचत, उत्पादों की विस्तृत विविधता, ई—कॉमर्स ने डिजिटल भुगतान, लॉजिस्टिक्स और वितरण प्रणालियों के विकास के जरिए भारतीय अर्थव्यवस्था को एक नई दिशा दी है। हालांकि, इस बढ़ते प्रचलन के साथ स्थानीय व्यापारियों को कई चुनौतियों का सामना करना पड़ रहा है इसलिए, ऑनलाइन शॉपिंग के प्रभाव का अध्ययन केवल उपभोक्ता व्यवहार तक सीमित नहीं रह गया है; बल्कि यह आर्थिक और सामाजिक दृष्टिकोण से भी बहुत महत्वपूर्ण हो गया है।

उपरोक्त परिस्थितियों को ध्यान में रखते हुए, प्रस्तुत शोध पत्र का शीर्षक है “ऑनलाइन शॉपिंग के प्रति ग्रामीण उपभोक्ता व्यवहार का भारतीय अर्थव्यवस्था पर प्रभाव का अध्ययन।” इस अध्ययन में ग्रामीण उपभोक्ताओं के ऑनलाइन खरीदारी के व्यवहार का विश्लेषण किया गया है, साथ ही उन प्रमुख कारकों की पहचान की गई है जो इस व्यवहार को प्रभावित करते हैं। भारतीय अर्थव्यवस्था पर ऑनलाइन शॉपिंग के सकारात्मक और नकारात्मक प्रभावों का भी गहनता से अध्ययन किया गया है। इसके अतिरिक्त, ग्रामीण क्षेत्रों में ऑनलाइन खरीदारी को और अधिक प्रभावी, सुरक्षित और समावेशी बनाने के लिए आवश्यक सुझाव भी दिए गए हैं।

### अध्ययन की समस्या का विवरण

वर्तमान समय में, ग्रामीण इलाकों में ऑनलाइन शॉपिंग का चलन तेजी से बढ़ रहा है। इंटरनेट की बढ़ती पहुंच, स्मार्टफोनों की व्यापकता और डिजिटल भुगतान प्रणालियों के विकास ने ग्रामीण उपभोक्ताओं की खरीदारी के तरीके में महत्वपूर्ण बदलाव लाए हैं। पहले जहाँ ग्रामीण लोग अपनी जरूरत की चीजों के लिए स्थानीय दुकानों और हाट—बाजारों पर निर्भर रहते थे, वहीं अब वे ई—कॉमर्स प्लेटफार्मों का उपयोग करके अपने घरों से ही विभिन्न उत्पादों के बारे में जानकारी जुटाकर उनकी तुलना कर रहे हैं और खरीदारी कर रहे हैं। इस बदलाव ने ग्रामीण बाजारों के कामकाज और उपभोक्ताओं की पसंद में भी महत्वपूर्ण परिवर्तन किए हैं।

हालांकि ऑनलाइन शॉपिंग के कई लाभ हैं, जैसे कि आराम, समय की बचत, प्रतिस्पर्धी मूल्य और विविध उत्पादों की उपलब्धता, इसके साथ कुछ चुनौतियाँ भी उत्पन्न हुई हैं। इनमें डिजिटल साक्षरता का अभाव, साइबर धोखाधड़ी, इंटरनेट कनेक्टिविटी में समस्याएँ, और स्थानीय विक्रेताओं के लिए बढ़ती प्रतिस्पर्धा शामिल हैं इसीलिए, यह शोध ग्रामीण ग्राहकों के ऑनलाइन खरीदारी के व्यवहार का अध्ययन करने के साथ—साथ इसके भारतीय अर्थव्यवस्था पर पड़ने वाले सकारात्मक और नकारात्मक प्रभावों की जांच करने का प्रयास करता है।

### अध्ययन के उद्देश्य

इस शोध का मुख्य उद्देश्य ग्रामीण क्षेत्रों में ऑनलाइन खरीदारी के प्रति उपभोक्ताओं के बदलते रुख का विश्लेषण करना और इसके भारतीय अर्थव्यवस्था पर होने वाले प्रभावों की जांच करना है। आजकल ई—कॉमर्स के तेजी से विस्तार के कारण ग्रामीण बाजारों में महत्वपूर्ण बदलाव हो रहे हैं। इस अध्ययन के जरिए यह जानने की कोशिश की गई है कि ऑनलाइन शॉपिंग ग्रामीण उपभोक्ताओं के निर्णय, खपत / और आर्थिक गतिविधियों पर किस तरह असर डाल रही है।

अध्ययन के मुख्य उद्देश्य निम्नलिखित हैं:

- ग्रामीण उपभोक्ताओं के ऑनलाइन शॉपिंग व्यवहार की जांच करना।
- ऑनलाइन खरीदारी को प्रभावित करने वाले महत्वपूर्ण कारकों का विश्लेषण करना।
- ग्रामीण इलाकों में ई—कॉमर्स और डिजिटल भुगतान के महत्व का अध्ययन करना।
- ऑनलाइन खरीदारी के भारतीय अर्थव्यवस्था पर पड़ने वाले प्रभावों का मूल्यांकन करना।
- ऑनलाइन शॉपिंग से संबंधित महत्वपूर्ण समस्याओं और चुनौतियों की पहचान करना।
- ग्रामीण क्षेत्रों में ऑनलाइन खरीदारी को अधिक प्रभावी और सुरक्षित बनाने के लिए सुझाव प्रदान करना।

## शोध पद्धति

यह शोध पत्र द्वितीयक आंकड़ों पर आधारित है। अध्ययन के लिए कई स्रोतों, जैसे किताबें, शोध पत्र, राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय शोध जर्नल, सरकारी प्रकाशन, भारतीय रिज़र्व बैंक, नीति आयोग, वाणिज्य और उद्योग मंत्रालय, तथा ई-कॉमर्स से जुड़ी रिपोर्टों का गहन अध्ययन किया गया है। इसके अलावा, समाचार पत्रों, विश्वसनीय वेबसाइटों, और अन्य प्रकाशित दस्तावेजों से भी आवश्यक जानकारी हासिल की गई है। इन सभी स्रोतों से प्राप्त तथ्यों और आंकड़ों को विषय अनुसार वर्गीकृत और विश्लेषित किया गया है।

यह अध्ययन वर्णनात्मक और विश्लेषणात्मक शोध पद्धतियों पर आधारित है। इसमें ग्रामीण उपभोक्ताओं की ऑनलाइन खरीदारी के व्यवहार, डिजिटल भुगतान की बढ़ती प्रवृत्ति, ई-कॉमर्स के विस्तार और उसके भारतीय अर्थव्यवस्था पर पड़ने वाले प्रभावों का तुलनात्मक विश्लेषण किया गया है। मौजूद साहित्य और आंकड़ों का निष्पक्ष तरीके से अध्ययन करते हुए, इस विषय के सकारात्मक और नकारात्मक पहलुओं को समझाने का प्रयास किया गया है।

इस शोध का मुख्य उद्देश्य किसी प्रारंभिक सर्वेक्षण के परिणाम पेश करना नहीं, बल्कि उपलब्ध साहित्य और प्रकाशित आंकड़ों के माध्यम से विषय का विस्तृत अध्ययन करना है इसलिए, अध्ययन में शामिल सभी जानकारियाँ विश्वसनीय और प्रामाणिक स्रोतों से एकत्रित की गई हैं, ताकि शोध की गुणवत्ता बनी रहे।

## ग्रामीण उपभोक्ता व्यवहार की अवधारणा

ग्रामीण उपभोक्ता व्यवहार का अर्थ है उन निर्णयों और गतिविधियों से, जिनके जरिए ग्रामीण उपभोक्ता किसी उत्पाद या सेवा की आवश्यकता अनुभव करते हैं, विकल्पों का आकलन करते हैं, और अपनी आय, आवश्यकताओं, तथा सुविधाओं के अनुसार खरीदारी का निर्णय लेते हैं। यह व्यवहार न केवल आर्थिक हालात पर निर्भर करता है, बल्कि शिक्षा स्तर, सामाजिक माहौल, पारिवारिक प्रभाव, सांस्कृतिक परंपराएं, और तकनीकी जागरूकता जैसे कई अन्य कारकों से भी प्रभावित होता है। वर्तमान में, इंटरनेट और डिजिटल तकनीकों के विकास ने ग्रामीण उपभोक्ताओं की खरीदारी की आदतों में महत्वपूर्ण बदलाव किया है।

पहले, ग्रामीण उपभोक्ता अपने रोजमर्रा के सामान के लिए मुख्य रूप से स्थानीय दुकानों, हाट-बाजारों तथा आस-पास के कस्बों पर निर्भर रहते थे। लेकिन अब ऑनलाइन शॉपिंग प्लेटफॉर्म ने उनकी खरीदारी की आदतों में बदलाव ला दिया है।

ऑनलाइन खरीदारी के दौरान ग्राहकों की समीक्षाएँ, विशेष छूट, कैशबैक ऑफर्स और आसान भुगतान विकल्प भी इनके निर्णय को प्रभावित करते हैं। इस कारण से ग्रामीण उपभोक्ताओं में जागरूकता बढ़ी है और वे अब उत्पादों का चयन करने में अधिक सक्षम हो गए हैं।

ग्रामीण उपभोक्ता व्यवहार पर असर डालने वाले मुख्य कारकों में आय का स्तर, शिक्षा, डिजिटल साक्षरता, इंटरनेट की पहुंच, उत्पाद की गुणवत्ता, मूल्य, ब्रांड की विश्वसनीयता, और डिजिटल भुगतान की सुविधाएं शामिल हैं। इसके अलावा, परिवार, मित्र और अन्य सामाजिक समूहों की राय भी ग्रामीण उपभोक्ताओं के निर्णयों पर प्रभाव डालती है। इस प्रकार, यह स्पष्ट है कि ग्रामीण उपभोक्ता व्यवहार एक गतिशील प्रक्रिया है, जो सामाजिक, आर्थिक और तकनीकी बदलावों के साथ निरंतर विकसित होती रहती है।

## ग्रामीण क्षेत्रों में ऑनलाइन शॉपिंग के विकास के मुख्य कारण

ग्रामीण भारत में ऑनलाइन शॉपिंग का विकास हाल के सालों में तेजी से हुआ है। इसके पीछे मुख्य कारण इंटरनेट सेवाओं का बढ़ता प्रसार, स्मार्टफोनों की अधिक उपलब्धता, और सस्ते मोबाइल डेटा प्लान हैं। पहले जहां ग्रामीण क्षेत्रों में डिजिटल सुविधाएं बहुत कम थीं, वहीं अब ज्यादातर लोग मोबाइल फोन के जरिए इंटरनेट का इस्तेमाल कर रहे हैं। इस बदलाव ने ऑनलाइन प्लेटफॉर्म तक उनकी पहुंच को सुगम बना दिया है, जिससे वे आसानी से अपनी जरूरत के सामान की जानकारी हासिल कर और खरीदारी करने में सक्षम हो गए हैं।

ऑनलाइन खरीदारी के क्षेत्र में डिजिटल भुगतान प्रणालियों ने एक अहम भूमिका निभाई है। यूनिकाइड पेमेंट्स इंटरफेस, मोबाइल बैंकिंग, नेट बैंकिंग जैसी तकनीकों ने नकद रहित लेन-देन को आसान और सुरक्षित बना दिया है। इसके अतिरिक्त, भारत सरकार की डिजिटल इंडिया, भारतनेट परियोजना और प्रधानमंत्री ग्रामीण डिजिटल साक्षरता अभियान जैसी योजनाओं ने ग्रामीण क्षेत्रों में डिजिटल जागरूकता और इंटरनेट सेवाओं के विस्तार को बढ़ावा दिया है। इन पहलों के परिणामस्वरूप, ग्रामीण ग्राहकों का ऑनलाइन खरीदारी में विश्वास भी बढ़ा है।

ई-कॉमर्स कंपनियों जो आकर्षक छूट, कैशबैक, सरल रिटर्न नीतियां, घर तक डिलीवरी और विभिन्न भुगतान विकल्प प्रदान करती हैं, उन्होंने ऑनलाइन शॉपिंग को काफी बढ़ावा दिया है। ग्रामीण उपभोक्ता अब स्थानीय बाजारों की तुलना में अधिक उत्पादों, उच्च गुणवत्ता और प्रतिस्पर्धात्मक कीमतों का लाभ उठा रहे हैं। यही वजह है कि आज ऑनलाइन शॉपिंग सिर्फ एक सुविधा नहीं रह गई है, बल्कि यह ग्रामीण उपभोक्ताओं के दैनिक जीवन का एक अनिवार्य भाग बन गयी है।

### भारतीय अर्थव्यवस्था पर ऑनलाइन शॉपिंग का प्रभाव

ग्रामीण इलाकों में ऑनलाइन शॉपिंग के बढ़ते प्रचलन ने भारतीय अर्थव्यवस्था पर कई तरह के प्रभाव डाले हैं। इसने न केवल ग्रामीण उपभोक्ताओं की खरीदारी की आदतों को बदला है, बल्कि व्यापार, उत्पादन, वितरण और डिजिटल अर्थव्यवस्था के विकास में भी एक नई दिशा प्रदान की है। ई-कॉमर्स के फैलाव के कारण, ग्रामीण क्षेत्रों में वस्तुओं और सेवाओं की उपलब्धता में इजाफा हुआ है, जिससे उपभोक्ताओं के लिए अधिक विकल्प तथा प्रतिस्पर्धात्मक कीमतें उपलब्ध हुई हैं। इसके नतीजे के तौर पर उपभोग में बढ़ोतरी हुई है, जो आर्थिक विकास का एक अहम संकेत है।

ऑनलाइन खरीदारी ने डिजिटल भुगतान प्रणाली को भी एक नया बल प्रदान किया है, जैसे कि यूपीआई, नेट बैंकिंग, मोबाइल वॉलेट और अन्य डिजिटल साधनों का इस्तेमाल करने से लेन-देन अधिक स्पष्ट और सुरक्षित हो गया है। इससे नकद निर्भरता में कमी आई है और सरकार को कर संग्रह के साथ-साथ वित्तीय पारदर्शिता बढ़ाने में मदद मिली है। इसके अतिरिक्त, डिजिटल लेन-देन का बढ़ता हुआ स्तर भारत की डिजिटल अर्थव्यवस्था को सुदृढ़ करने में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है।

ई-कॉमर्स क्षेत्र के विस्तार ने नई रोजगार संभावनाओं को जन्म दिया है। लॉजिस्टिक्स, वेयरहाउसिंग, पैकेजिंग, डिलीवरी सेवाएं, ग्राहक सहायता और डिजिटल मार्केटिंग जैसे विभिन्न क्षेत्रों में बड़ी संख्या में नौकरियां सामने आई हैं। इसके साथ ही, ग्रामीण इलाकों के लघु और कुटीर उद्योगों, हस्तशिल्प निर्माताओं, और स्वयं सहायता समूहों को अपने उत्पादों को एक विस्तृत बाजार में लाने का एक सुनहरा मौका मिला है, जिससे उनकी आय एवं आर्थिक स्थिति में सुधार हुआ है।

हालांकि, ऑनलाइन खरीदारी के कुछ नकारात्मक पहलू भी हैं। स्थानीय विक्रेताओं और छोटे व्यवसायों को बढ़ती प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ रहा है, जो उनके व्यवसाय को प्रभावित कर सकता है। इसके साथ ही, साइबर धोखाधड़ी, नकली उत्पादों की बिक्री और डिजिटल असमानता जैसी समस्याएं आर्थिक विकास के लिए चुनौतियाँ प्रस्तुत करती हैं इसलिए, यह आवश्यक है कि ऑनलाइन खरीदारी के फायदों का अधिकतम लाभ उठाने के लिए और इन चुनौतियों का सामना करने के लिए प्रभावी नीतियाँ लागू की जाएँ।

### ऑनलाइन शॉपिंग से संबंधित चुनौतियाँ

ग्रामीण क्षेत्रों में ऑनलाइन खरीदारी के तेजी से बढ़ते चलन के साथ कई चुनौतियाँ भी उभरकर सामने आ रही हैं। इनमें से सबसे बड़ी चुनौती डिजिटल साक्षरता की कमी है। अभी भी कई ग्रामीण ग्राहकों को ऑनलाइन प्लेटफार्मों, डिजिटल भुगतान और साइबर सुरक्षा के संबंध में पर्याप्त जानकारी नहीं मिल पाई है। इसके परिणामस्वरूप, वे आमतौर पर गलत लेन-देन, फर्जी वेबसाइटों, या ऑनलाइन धोखाधड़ी का शिकार बनते हैं।

इसके अलावा, कई दूरदराज के इलाकों में इंटरनेट की धीमी स्पीड और नेटवर्क संबंधित समस्याओं के चलते ऑनलाइन सेवाओं का सही तरीके से उपयोग नहीं हो पाता।

स्थानीय व्यवसायों के लिए एक और महत्वपूर्ण समस्या प्रतिस्पर्धा का बढ़ता दबाव है। ऑनलाइन प्लेटफार्मों पर मिलने वाली उत्तम छूट, विविध ऑफर और कम मूल्य के चलते कई उपभोक्ता स्थानीय दुकानों की बजाय ऑनलाइन खरीदारी करना पसंद करने लगे हैं। इससे छोटे खुदरा विक्रेताओं और स्थानीय व्यापारियों की आय पर नकारात्मक प्रभाव पड़ सकता है साथ ही, कभी-कभी उत्पाद की गुणवत्ता अपेक्षाओं के अनुरूप नहीं होती, रिटर्न और रिफंड की प्रक्रिया में समस्याएं आती हैं और व्यक्तिगत जानकारी की सुरक्षा से जुड़ी चिंताएँ भी पैदा होती हैं।

इन समस्याओं के समाधान के लिए डिजिटल जागरूकता, प्रभावी साइबर सुरक्षा उपायों, और एक सक्षम उपभोक्ता संरक्षण तंत्र का विकास करना बेहद जरूरी है।

## निष्कर्ष

इस शोध से यह स्पष्ट होता है कि ऑनलाइन शॉपिंग ने ग्रामीण उपभोक्ताओं के खरीदारी के तरीके में महत्वपूर्ण बदलाव किया है। इसके परिणामस्वरूप, ग्रामीण उपभोक्ताओं को कई विकल्प, उचित कीमतें, समय की बचत और घर से खरीदारी करने की सुविधा मिली है। इसके अलावा, डिजिटल भुगतान, ई-कॉमर्स, लॉजिस्टिक्स और छोटे उद्योगों के विकास ने भारतीय अर्थव्यवस्था को भी सकारात्मक दिशा में आगे बढ़ाया है।

हाल के वर्षों में ऑनलाइन शॉपिंग के बढ़ते चलन के साथ ही कुछ चुनौतियाँ भी सामने आई हैं, जैसे डिजिटल साक्षरता की कमी, साइबर सुरक्षा से जुड़े मुद्दे, इंटरनेट कनेक्टिविटी की सीमाएँ, और स्थानीय व्यापारियों के बीच बढ़ती प्रतिस्पर्धा। इस स्थिति से निपटने के लिए जरूरी है कि सरकार, ई-कॉमर्स कंपनियाँ और समाज एकजुट होकर डिजिटल अवसंरचना को मजबूत करें, उपभोक्ताओं को जानकारी प्रदान करें, और सुरक्षित ऑनलाइन व्यवसाय को बढ़ावा दें।

इन समस्याओं का सही तरीके से समाधान किया जाता है, तो ऑनलाइन शॉपिंग ग्रामीण विकास के लिए अवसर प्रदान कर सकती है और भारतीय अर्थव्यवस्था को अधिक सशक्त, समावेशी और आत्मनिर्भर बनाने में मददगार साबित हो सकती है।

## सुझाव

ग्रामीण क्षेत्रों में ऑनलाइन खरीदारी को सुरक्षित, प्रभावी और लाभकारी बनाने के लिए सबसे पहले डिजिटल साक्षरता को बढ़ावा देना बेहद जरूरी है। इसके लिए सरकार और अन्य संबंधित संस्थाओं को ग्रामीण निवासियों के लिए नियमित रूप से डिजिटल प्रशिक्षण और जागरूकता कार्यक्रम आयोजित करने चाहिए। इससे उन्हें ऑनलाइन खरीदारी, डिजिटल भुगतान और साइबर सुरक्षा के महत्वपूर्ण पहलुओं की सही जानकारी मिल सकेगी। इसके अलावा, दूरदराज के ग्रामीण इलाकों में इंटरनेट और मोबाइल नेटवर्क की गुणवत्ता में सुधार करना भी आवश्यक है, ताकि सभी उपभोक्ता डिजिटल सेवाओं का समान रूप से लाभ उठा सकें।

स्थानीय व्यापारियों और लघु उद्यमियों को ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म से जोड़ने के लिए प्रोत्साहित करना आवश्यक है। इसके तहत, उन्हें डिजिटल मार्केटिंग, ऑनलाइन भुगतान और उत्पाद प्रबंधन के प्रशिक्षण की व्यवस्था की जा सकती है। ई-कॉमर्स कंपनियों को भी यह सुनिश्चित करना चाहिए कि वे गुणवत्तापूर्ण उत्पाद, स्पष्ट मूल्य निर्धारण, आसान रिटर्न और रिफंड नीति, और उत्तम ग्राहक सेवा प्रदान करें इसके साथ ही, साइबर अपराधों से सुरक्षा के लिए सख्त कानूनों का प्रभावी कार्यान्वयन और उपभोक्ता शिकायतों के शीघ्र समाधान की व्यवस्था भी की जानी चाहिए। इन पहलों के माध्यम से ऑनलाइन खरीददारी को ग्रामीण विकास और भारतीय अर्थव्यवस्था के लिए और अधिक लाभदायक बनाया जा सकता है।

## संदर्भ सूची

- कोटलर, पी.; केलर, के. एल. एवं चेरनेव, ए. (2022) *मार्केटिंग मैनेजमेंट*. 16वाँ संस्करण, पियर्सन एजुकेशन, नई दिल्ली।
- शिफमैन, लियोन जी. एवं विसेनब्लिट, जोसेफ एल. (2020) *कन्ज्यूमर बिहेवियर*. 12वाँ संस्करण, पियर्सन एजुकेशन, हार्लो, यूनाइटेड किंगडम।
- लाउडन, डेविड एल. एवं बिट्टा, अल्बर्ट जे. डेला (2020) *कन्ज्यूमर बिहेवियर: कॉन्सेप्ट एंड एप्लिकेशन*. पियर्सन एजुकेशन, न्यूयॉर्क, अमेरिका।
- गुप्ता, सी. बी. एवं नायर, एन. राजन (2021) *मार्केटिंग मैनेजमेंट*. सुल्तान चंद एंड संस, नई दिल्ली।
- गुप्ता, एस. पी. (2021) *रिसर्च मेथडोलॉजी एंड स्टैटिकल टेक्निक्स*. साहित्य भवन, आगरा।
- कोठारी, सी. आर. एवं गर्ग, गौरव (2019) *रिसर्च मेथडोलॉजी: मैथड एंड टेक्निक्स*. न्यू एज इंटरनेशनल पब्लिशर्स, नई दिल्ली।
- चौफी, डेव (2019) *डिजिटल बिजनेस एंड ई-कॉमर्स मैनेजमेंट*. 7वाँ संस्करण, पियर्सन एजुकेशन लिमिटेड, हार्लो, यूनाइटेड किंग।
- कुमार, एन. (2020) *रूरल मार्केटिंग*. एक्सेल बुक्स, नई दिल्ली।

9. तुरबन, एफ.; आउटरलैंड, जे.; किंग, डी.; ली, जे. के.; लियांग, टी. पी.; एवं टर्पिन, डी. (2018) *इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स: अ मैनेजीरियल एंड सोशल नेटवर्क प्रिस्पेक्टिव*. स्प्रिंगर, चौम, स्विट्ज़रलैंड।
10. जैन, पी. सी. (2022) *भारतीय अर्थव्यवस्था*. साहित्य भवन पब्लिकेशन्स, आगरा।
11. देसाई, डी. एम. (2021) *ग्रामीण विपणन एवं उपभोक्ता व्यवहार*. रावत पब्लिकेशन्स, जयपुर।
12. भारत सरकार (2023) *डिजिटल इंडिया प्रोग्राम*. इलेक्ट्रॉनिक्स एवं सूचना प्रौद्योगिकी मंत्रालय, नई दिल्ली।
13. NITI Aayog (2023) *Indias Digital Economy: A Strategy for New India*. NITI Aayog, New Delhi.
14. Reserve Bank of India (2024) *Annual Report 2023–24*. Reserve Bank of India, Mumbai.
15. Reserve Bank of India (2024) *Report on Trends and Progress of Banking in India 2023–24*. Reserve Bank of India, Mumbai.
16. Ministry of Commerce and Industry (2022) *National E-Commerce Policy*. Ministry of Commerce and Industry, Government of India, New Delhi.
17. Ministry of Statistics and Programme Implementation (2023) *Statistical Year Book India 2023*. Ministry of Statistics and Programme Implementation, New Delhi.
18. Internet and Mobile Association of India (2023) *Digital in India Report*. Internet and Mobile Association of India, New Delhi.
19. Confederation of Indian Industry (2023) *E-Commerce and Digital Economy Report*. Confederation of Indian Industry, New Delhi.
20. World Bank (2021) *World Development Report 2021: Data for Better Lives*. World Bank, Washington.

—==00==—