

## उपभोक्ता व्यवहार पर कोविड-19 का प्रभाव (शहडोल जिले के विशेष संदर्भ में)

डॉ. धीरेन्द्र ओझा<sup>1</sup> और अजय कुमार पटेल<sup>2</sup>

1. Associate Professor A.K.S. University Satna (M.P.)

2. Research Scholar A.K.S. University Satna (M.P.)

**शोध सारांश** —: व्यवसाय की सफलता में उपभोक्ता व्यवहार का ज्ञान एक महत्वपूर्ण कारक है। यह जानना की उपभोक्ता कैसा व्यवहार करता है और कौन से कारक उसे प्रभावित करते हैं। व्यवसाय व्यापार एवं कम्पनियों को ग्राहकों के साथ विपणन मिश्रण ब्रांडिंग और संचार को और अधिक प्रभावी ढंग से प्रबंधित करने में सक्षम बनाता है। उपभोक्ताओं को प्रभावित करने वाले कारकों की पहचान करना कभी-कभी सही ढंग से पहचानना बहुत कठिन होता है क्योंकि अक्सर वे आंतरिक कारक होते हैं। वर्तमान समय में वैश्विक बाजारों में मौजूदा स्थिति सुचारू रूप से बाहरी कारकों से प्रभावित होती है। कोविड वृ 19 महामारी और राजनीतिक और विधायी कदम और आर्थिक स्थिति यानी ऐसे कारक जिन्हें ग्राहकों और फुटकर विक्रेताओं दोनों को अपना पड़ा। शोधकर्ता का उद्देश्य कोविड-19 महामारी के दौरान बुनियादी उत्पादों जैसे भोजन, दवा की दुकान के सामान और इलेक्ट्रॉनिक सामान खरीदते समय उपभोक्ता व्यवहार में बदलाव की पहचान करना है। इस लेख का उद्देश्य कोविड-19 बीमारी के प्रसार के कारण राजनीतिक वैधानिक और आर्थिक कारकों के कारण उपभोक्ता व्यवहार में परिवर्तन की पहचान करने के द्वितीय समकों और विपणन सर्वेक्षण के विश्लेषण पर आधारित है। परिणाम कोविड -19 की महामारी के कारण उपभोक्ता व्यवहार में परिवर्तन का मूल्यांकन होगा।

**मुख्यशब्द**—: उपभोक्ता व्यवहार कोविड-19, बाहरी कारक।

**प्रस्तावना** —:

साल 2020 रिटेल के इतिहास में समस्याओं पर काबू पाने और नई संभावनाओं को खोलने के रूप में जाना जाएगा। अन्यथा प्रतिकूल स्थिति के लाभों में से एक यह तथ्य है कि ग्राहकों ने महसूस करना शुरू कर दिया है कि फुटकर उनके दैनिक जीवन में कितना महत्वपूर्ण है।

कोविड-19 महामारी ने खुदरा और ग्राहकों की दुनिया बदल दिया है। पिछले अवधि की तुलना के आधार पर औसत खर्च

में वृद्धि हुई और खरीददारी की आवृत्ति में कमी आई। उपभोक्ता विश्वास गिर गया है, लोग भविष्य को लेकर चिंतित हैं। फुटकर विक्रेताओं न एंटीकोरोनरी उपायों में बहुत ज्यादा निवेश किया है और ई-कामर्स रिकार्ड तोड़ रहा है।

कोरोना वायरस महामारी ने ग्राहकों के खरीददारी व्यवहार को बदल दिया है। महामारी के अलावा राजनीतिक वैधानिक (विधायी) और आर्थिक कारकों के आधार पर भी प्रभाव है। खरीददारी की टोकरी बदल गयी है। घर चलाने की दिनचर्या खरीददारी के कारण और वस्तुओं और सेवाओं की उपलब्धता बदल गई है। क्या परिवर्तन स्थायी होंगे या सबकुछ अपनी मूल स्थिति में वापस आ जाएगा। अगले महीने दिखाया जायेगा और यह शोध का विषय होगा जो इस लेख में वर्णित शोध का पालन करेगा।

उपभोक्ता व्यवहार का अर्थ वृ उपभोक्ता व्यवहार से आशय उपभोक्ता की उन क्रय आदतों, आचरण, प्रवृत्तियों, व्यवहार अथवा तरीकों से है जिनसे प्रेरित होकर वह वस्तुओं अथवा सेवाओं का क्रय करने का निर्णय लेता है। क्रेता व्यवहार उपभोक्ता अथवा क्रेता उसके किसी वस्तु के खरीदने के निर्णय तथा चुनाव को दर्शाता है। इस प्रकार उपभोक्ता व्यवहार का अर्थ उपभोक्ता अपनी आवश्यकताओं और इच्छाओं की सन्तुष्टि के लिए क्या, कब, कैसे, कहाँ, क्यों और किससे वस्तुएँ अथवा सेवाएँ खरीदते हैं और ऐसी खरीद जिस व्यवहार का परिणाम होती ही, वहीं व्यवसाय की सफलता अथवा असफलता उसके द्वारा किसी वस्तु के खरीदने अथवा न खरीदने के निर्णय पर निर्भर करती है। यदि यह निर्णय 'सकारात्मक' होता है, तो व्यवसाय सफल होता है और इसके विपरीत यदि यह निर्णय 'नकारात्मक' होता है तो व्यवसाय असफल होता है।

वाल्टर एवं पॉल के अनुसार, "उपभोक्ता व्यवहार एक ऐसी प्रक्रिया है जिससे व्यक्ति यह निर्णय लेता है कि वस्तुओं और

सेवाओं को खरीदना है तो क्या, कब, कहाँ, और किससे खरीदना है ।”

शौल एवं गुल्टीनन के अनुसार, “उपभोक्ता व्यवहार मानव व्यवहार का वह भाग है जिसका संबंध व्यक्तियों द्वारा उत्पादों के क्रय व उपयोग के संबंध में लिये गये निर्णयों एवं कार्यों से होता है ।”

### उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले तत्व :-

उपभोक्ता के क्रय संबंधी व्यवहार को अनेक प्रकार के तत्व प्रभावित करते हैं । यह स्पष्ट है कि उपभोक्ताओं का व्यवहार सदैव समान नहीं रहता, इसमें परिवर्तन होता रहता है । उपभोक्ता व्यवहार में परिवर्तन का कारण इसे प्रभावित करने वाले तत्वों में परिवर्तन होना है । उपभोक्ता व्यवहार को निम्नांकित तत्व प्रभावित करते हैं :-

#### 1. मनोवैज्ञानिक तत्व

##### अ. आधारभूत आवश्यकताएं

- शरीर विज्ञान की आवश्यकताएं
- सुरक्षा की आवश्यकताएं
- सामाजिक आवश्यकताएं
- सम्मान और स्वाभिमान की आवश्यकताएं
- स्व:यथार्थवादी

#### 2. आर्थिक तत्व

अ. पारिवारिक तत्व – आय की आशाएं

आ. स्वधीन आय वृ उपभोक्ता की शाख

### उपभोक्ता व्यवहार—

विपणन के सिद्धान्त , साहित्य भवन (पब्लिकेशन) की पुस्तक में उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले आंतरिक और बाहरी कारकों के बारे में बात लिखी गई है । बाहरी कारकों में विपणन मैक्रो वातावरण का उल्लेख किया गया है जो लक्षित ग्राहकों के उद्देश्य से विपणन विधियों के कार्यन्वयन और विकास को प्रभावित करता है ।

पर्यावरण लगातार बहुत तेजी से बदल रहा है। उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले बाहरी कारकों के निम्नांकित समूह बनाते हैं ।

- ❖ सामाजिक कारक

- ❖ राजनीतिक कारक

- ❖ कानूनी कारक

- ❖ प्राकृतिक कारक

- ❖ सामाजिक कारक वृ मानव एक सामाजिक प्राणी है तथा समाज की कुछ मान्यताएं होती हैं जिनको एक व्यक्ति को उस समाज का सदस्य होने के कारण पालन करना अनिवार्य होता है । इन मान्यताओं का पालन करते-करते एक व्यक्ति के विचार, आदते, व प्रवृत्तियों भी उसी प्रकार की हो जाती है जो उसके क्रय-व्यवहार को भी उसी अनुरूप ढाल देती है । कोरोना काल में भी उपभोक्ताओं की आदतों में विचारों में परिवर्तन देखने को मिला । लाकडाउन की वजह से बाहर जाना मना होने के कारण एवं आर्थिक कारक थम जाने के कारण लोग अपनी आदतों, विचारों एवं प्रवृत्तियों को एक दम परिवर्तित किए जो असान था ।

- ❖ राजनीतिक कारक— कोरोना वायरस संक्रमण से पूरी दुनिया प्रभावित हुई है और इस प्रभाव से राजनीति भी अछूती नहीं रही है वो चाहे वीडियो कान्फ्रेंसिंग के जरिए मुख्यमंत्री की सभी विधायकों से बातचीत हो या फिर वीडियो कान्फ्रेंसिंग के ही माध्यम से प्रेस वार्ता करना । शहडोल जिले के स्तर पर बात करें तो ये, शहडोल जिले (संभाग) में प्रशासनिक व्यवसाय है जो हर कर्मचारी अधिकारी अपनी इस कोरोना काल में भूमिका अच्छे से निभाई । वहीं अगर हम बात करें, हमारे सम्मानित विधायक महोदय का तो सभी ने कोरोना काल में जितना हो सका हर सम्भव लोगों की मदद की ।

- ❖ वैधानिक कारक (कानूनी कारक) – कोरोना महामारी के समय पर उपभोक्ताओं का ध्यान प्रशासनिक व्यवस्था एवं सरकारी दिशा-निर्देश पर टिकी रहती है । चाहे कोरोना वायरस की पहली लहर की बात करें या फिर दूसरी लहर की वायरस पर नियंत्रण एवं उपभोक्ताओं को सही एवं सुरक्षित वस्तुओं एवं सेवाओं को उपलब्ध कराने के लिए मध्य प्रदेश शासन ग्रह विभाग भोपाल द्वारा परिपत्र के माध्यम से जिले स्तर पर क्राइसेस मैनेजमेंट एवं आपदा प्रबंध अधिनियम 2005 की शक्तियों को लागू करते रहते हैं एवं समय वृ समय जरूरी एवं उचित दिशा निर्देश लागू करते रहते हैं ।

### उपभोक्ता व्यवहार और कोविड 19 :-

इस अशांत स्थिति का दैनिक उपभोक्ताओं के जीवन पर व्यापक प्रभाव पड़ता है । कोविड-19 की महामारी ने अभिनय

करने वाले व्यवसायों और उपभोक्ताओं दोनों में नाटकीय रूप से बदलाव किया है ।

सरकार ने स्कूल कालेज, रेस्तराँ, जिम कुछ दुकानों ( दवा की दुकान) और सार्वजनिक सेवाओं को बंद करके लाकडाउन तैयार किया है जिससे भविष्य में क्या होगा, इसकी आशंका लोगों में तेजी से फैल रही है । इस तथ्य के कारण यह भी विचार करना संभव है कि ग्राहक लंबे समय में अपनी खरीददारी की आदतों को बदल देंगे ।

#### **कार्यप्रणाली-**

इस लेख के उद्देश्य एवं लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए प्रश्नावली सर्वेक्षित विधि (पद्धति) का उपयोग किया जाएगा । प्रश्नावली सर्वेक्षण आनलाईन होता है । और व्यक्तिगत साक्षत्कार की विधि चयन फाइल में यचनित होने वाले 500 उत्तरदाता होंगे ।

प्रासंगिक समंक प्राप्त करने वाले के लिए यादृच्छिक चयन का उपयोग नमूने के चयन करने के लिए किया जाएगा, जो अनुसंधान की अधिकतम प्रतिनिधित्व की गारंटी देता है । चयन में उम्र को ध्यान में रखते हुए सर्वेक्षण की गई फाईल की पूरी संरचना शामिल होगी । प्रश्नावली सर्वेक्षण का उद्देश्य पूर्व कोविड की तुलना में समय स्थान और खरीद के तरीके जैसे- खरीदने के तरीके में बदलाव पर विशेष ध्यान के साथ कोविड-19 महामारी के कारण उपभोक्ता खरीद व्यवहार में बदलाव की पहचान करना होगा । जिसमें द्वितीय कारकों की अहम भूमिका होगी ।

#### **सर्वेक्षण (Survey)**

शोधकर्ता सर्वेक्षण के परिणामों को प्रस्तुत करना जारी रखेंगे और उन परिणामों की तुलना ई-कामर्स से संबंधित समंक वाले रिटेल के समाचार पत्रिका में प्रकाशित सर्वेक्षण के डेटा से करेंगे । कार्यान्वयित प्रश्नावली सर्वेक्षण भोजन दवा की दुकान के समान कपड़े और जूते, किताबों की दुकान एवं इलेक्ट्रानिक्स के समान खरीदते समय उपभोक्ता व्यवहार में देखे गये परिवर्तनों की पुष्टि करने पर केन्द्रित था । प्रश्नों का उद्देश्य खरीद आवृत्ति में संभावित परिवर्तनों की पहचान करना, खरीद की संरचना में परिवर्तन, ई शाप वरीयता और खाद्य और दवा भंडार के सामानों की खरीददारी के समय को जिसकी खुदरा ईकाईयों किसी भी तरह से प्रतिबंधित नहीं थी । कपड़े जूते और इलेक्ट्रानिक्स के मामले में यह पता चला कि उपभोक्ताओं के लिए कितनी बड़ी समस्या दुकानों का बंद

होना और इन सामानों को प्राप्त करने में ई-दुकानों का उपयोग की दर थी ।

#### **उपभोक्ता व्यवहार – भोजन-:**

लाकडाउन से पहले खाद्य पदार्थों को खरीदने के लिए उपभोक्ता के व्यवहार में कोई परिवर्तन नहीं था । लेकिन लाकडाउन के पश्चात स्थिति परिवर्तित हुई चूंकि सभी दुकाने बंद होने के कारण खाद्य पदार्थों को खरीदने में बहुत दिक्कतों का सामना करना पड़ा । एक सर्वेक्षण के आधार पर 40 प्रतिशत उपभोक्ताओं ने ई-दुकानों में कोविड-19 महामारी से पहले की तुलना में अधिक मात्रा भोजन (खाद्य पदार्थ) खरीदना शुरू कर दिया ।

#### **उपभोक्ता व्यवहार – दवा की दुकान-:**

अगर देखा जाए तो लाकडाउन से पहले और बाद में केवल दवा की ही दुकान भैतिक रूप से खुली रही इसलिए सभी उपभोक्ताओं ने ई-दुकानों को ज्यादा वरीयताएं नहीं दिखाई उन्होंने दुकानों में इस प्रकार के उत्पादों को खरीदना जारी रखा और खरीदने का समय नहीं बदला । जो परिवर्तन हुआ वह क्रय करने की मात्रा थी । वे उन दुकानों में कम संख्या में गए जहां उत्पाद अलग थे । कुछ उपभोक्ताओं ने ई-शॉप का भी प्रयोग किया

#### **उपभोक्ता व्यवहार-किताबों की दुकान-:**

पिछले वर्ष से जब से कोरोना वायरस का भारत वर्ष में आगमन हुआ है लगभग सभी किताबों की दुकानें बंद पड़ी हैं क्योंकि मार्च 2020 से ही सरकार ने लाकडाउन की घोषणा कर दी थी । दूसरा कारण कोरोना महामारी के कारण सभी स्कूलों धकालेजों धविश्वविद्यालयों का बंद होना भी है । एक अनुमान के अनुसार 80 प्रतिशत किताबों की दुकानों में कोई भी ग्राहक नहीं गया है किताबें खरीदने ।

#### **उपभोक्ता व्यवहार – इलेक्ट्रानिक्स की दुकान-:**

कोराना वायरस के कारण इलेक्ट्रानिक्स की दुकानों पर भी प्रभाव पड़ा ज्यादातर उपभोक्ताओं ने ई-शॉप का प्रयोग किया । लेकिन लाकडाउन की वजह से जो शहरी क्षेत्र के दुकानें जो लगभग जो पूरे समय के लिए बंद ही है । ज्यादातर व्यवसायी यही बोले की दुकाने बंद होने के कारण काम में कमी आयी है ।

#### **उपभोक्ता व्यवहार- कपड़े एवं जूते की दुकान-:**

विश्व में कोविड -19 का प्रकोप जारी है उपभोक्ता का व्यवहार कपड़े एवं जूते की दुकानों का बंद होने के कारण भी

प्रभावित रहा । ज्यादातर उपभोक्तों ने इसे महत्वपूर्ण समस्या बताई है । इससे इनके उत्पाद एवं काम में बहुत ज्यादा कमी आई है ।

### **उपभोक्ता व्यवहार – ब्यूटी पार्लर एवं सैलून की दुकान–**

कोरोना काल में जब से लाकडाउन लगा है यानी 22 मार्च 2020 से तभी से सैलून और ब्यूटी पार्लर की दुकानों में ताला लग गया था । दुकान संचालन कोरोना काल में काफी ज्यादा आर्थिक रूप से प्रभावित हुए । वही उपभोक्ता (ग्राहक) भी बहुत मानसिक अशांति महसूस किये । लगभग 2 से 3 तीन माह बाद सरकार का इन दुकानों के लिए नई गाइड लाइन आयी जिसमें यह कहा गया कि सैलून और ब्यूटी पार्लर संचालकों को सभी ग्राहकों की डिटेल् जैसे नाम, पता , मोबाइल नं. का ब्यौरा रखना होगा । दुकान संचालक किसी भी व्यक्ति पर उपयोग की गई । वस्तु या समान का दोबारा अन्य व्यक्ति पर उपयोग नहीं करेगा । इसलिए डिस्पोजेबल सामानों उपयोग करना होगा । कोरोना वायरस के संक्रमण को रोकने के लिए दुकानदार आवश्यक रूप से मास्क, ग्लब्स व सेनेटाइजर आदि का उपयोग करेंगे । ये आदेश गृह मंत्रालय द्वारा दिया गया था । पत्रिका समाचार में ये आर्टिकल का उल्लेख है ।

### **निष्कर्ष--:**

शोध के आधार पर यह निष्कर्ष निकाला जा सकता है कि शहडोल जिले में उपभोक्ता व्यवहार में बदलाव आया है । क्योंकि प्रतिबंधों का कोविड-19 के प्रभाव को कम करने के लिए पेश किया गया है । सभी विश्लेषण कि गये क्षेत्रों में भोजन, दवा की दुकान, किताबों की दुकान, कपड़े एवं जूते की दुकान एवं इलेक्ट्रानिक्स की बिक्री ऑनलाईन चैनलों के माध्यम से बिक्री की मात्रा में वृद्धि हुई है । दवा की दुकान के समान और भोजन के लिए क्रय की संरचना और खरीद की संख्या में बदलाव अलग है । प्रश्न यह कि क्या यह परिवर्तन स्थायी होंगे या ग्राहक अपनी मूल, खरीददारी की आदतों में वापस आ जायेंगे ।

**संदर्भ --:**

### **1. पुस्तक :-**

- A. विपणन प्रबंध, डॉ. एस.सी.जैन, साहित्य भवन पब्लिकेशन आगरा, सन् 2013, पृष्ठ संख्या 48,49
- B. विपणन के सिद्धांत, डॉ. विष्णुप्रसाद श्रीवास्तव, डॉ. ललित कुमार नामदेव, प्रो. देवेन्द्र कुमार भड़रिया, मध्य प्रदेश हिन्दी ग्रन्थ अकादमी, भोपाल, 2013-2014 , पृष्ठ संख्या 73-76

### **2. शोध पत्र**

- A. शेठ जे. (2020) उपभोक्ता व्यवहार पर कोविड-19 का प्रभाव
- B. डोथु एन. , गुस्ताफसन ए., (2020) व्यापार और अनुसंधान पर कोविड-19 का प्रभाव :

### **3. समाचार पत्र एवं मैगजीन**

- ❖ दैनिक भास्कर
- ❖ पत्रिका शहडोल
- ❖ न्यूज 18 हिन्दी अप्रैल 25, 2020
- ❖ नवभारत व्यापार न्यूज

### **4. वेबसाइट**

- I- [www.consumeraffairs-nic-in](http://www.consumeraffairs-nic-in)
- II- [www-omniconvert-com](http://www-omniconvert-com)
- III- [www-inhindinfo-com](http://www-inhindinfo-com)
- IV- [www-ebsglobal-net](http://www-ebsglobal-net)
- V- [www-managementstudyguide-com](http://www-managementstudyguide-com)
- VI- <https://reseachleap-com>
- VII- <https://www-numerator-com>
- VIII- <https://www-researchgate-net>
- IX- [www-patrika news-com](http://www-patrika news-com)