

हरियाणा में शॉपिंग मॉल के आर्थिक प्रभाव का अध्ययन

राकेश , प्रो. [डॉ.] माणक चंदसोनी

श्रीखुशालदास विश्व विद्यालय हनुमानगढ़ राजस्थान

1. भूमिका -- भारत के आर्थिक उदारीकरण के बाद देश के व्यापारिक परिदृश्य में तेजी से परिवर्तन हुए हैं। भारत में फुटकर व्यापार के आधुनिक स्वरूप का प्रारंभ घरेलू और खाद्य उत्पाद क्षेत्र में नीलगिरी और पेंटालून आदि कंपनियों द्वारा भारत के विभिन्न शहरों में श्रृंखलाबद्ध दुकानों के विभागीय हार्डवेयर मार्केट खोलने से हुआ है। इनका लक्ष्य भारत के मध्यवर्गीय उपभोक्ताओं को अपने साथ जोड़ना है। इन कंपनियों के प्रवेश का परंपरागत स्थानीय फुटकर व्यापारियों का विरोध करने के लिए धरना एवं प्रदर्शन भी किये गये हैं। शॉपिंग मॉल का प्रमुख लक्ष्य उच्च एवं मध्यवर्गीय उपभोक्ता वर्ग से होता है जिसे आकर्षित करने के लिए शॉपिंग मॉल्स द्वारा आक्रामक नीतिका सहारा लिया जाता है। शॉपिंग मॉल द्वारा कम्पनियां विशाल पूंजी के साथ फुटकर व्यापार के क्षेत्र में प्रवेश करती हैं।

अत्यधिक क्रय क्षमता होने के कारण इन कंपनियों का सीधा उत्पाद निर्माताओं से रहता है तथा बाजार एवं उपभोक्ताओं के आधार पर उच्च विक्रय लक्षित करती हैं। वर्तमान में शॉपिंग मॉल्स अपनी भव्यता एवं आक्रामक एवं सुनियोजित विपणन नीति तथा मनोरंजन का केंद्र होने के कारण सहज ही उच्च एवं मध्य वर्ग के उपभोक्ताओं को अपनी ओर आकर्षित करने में सफल हुई हैं।

अब प्रश्न यह उत्पन्न होता है कि क्या भारत के असंगठित व्यापार क्षेत्र परंपरागत व्यापारी अपने सीमित सफलतापूर्वक कर पाने में सफल हो पायेंगे? क्या शॉपिंग मॉल्स का प्रादुर्भाव एवं विकास फुटकर व्यापार क्षेत्र में व्यापक रूप से बेरोजगारी उत्पन्न करने का कारण नहीं बनेगा? यह शोध इसी परिपेक्ष्य के रूप में किया जाता है।

2 .आर्थिक प्रभावों का उद्देश्य

- 1 . गंगानगरजिले में शोपिंग माल्स के विकास की प्रवृत्ति का अध्ययन करना
- 2 . माल्स के स्थानीय व्यापार, रोजगार और उपभोग पर पड़ने वाले प्रभावों का विश्लेषण।
- 3 . पारंपरिक व्यापारिक संस्थानोंपर मॉल संस्कृतिके प्रभावों का अध्ययन
4. उपभोक्ताओं की बदलती क्रय- विक्रय को समझना।
5. क्षेत्र के आर्थिक विकास में माल्स के योगदान मूल्यांकन करना

3 कार्यप्रणाली (Methodology)

यह अध्ययन वर्णनात्मक (Descriptive) एवं विश्लेषणात्मक (Analytical) दोनों प्रकार का है।

प्राथमिक आंकड़े स्थानीय उपभोक्ताओं, दुकानदारों और मॉल प्रबंधकों से प्रश्नावली के माध्यम से प्राप्त किए गए।

द्वितीयक आंकड़े पुस्तकों, पत्रिकाओं, वेबसाइटों और सरकारी रिपोर्टों से संकलित किए गए। संपूर्ण अध्ययन का विश्लेषण सांख्यिकीय औजारों की सहायता से किया गया है।

1. अध्ययन का क्षेत्र (Area of Study):

अध्ययन का क्षेत्र राजस्थान राज्य के उत्तर-पश्चिमी भाग में स्थित श्रीगंगानगर जिला है। यह जिला पंजाब और हरियाणा की सीमाओं से लगा हुआ है तथा यहाँ कृषि, व्यापार और सेवा क्षेत्र तेजी से विकसित हो रहा है। मॉल संस्कृति का प्रभाव विशेष रूप से गंगानगर शहर, सूरतगढ़ और हनुमानगढ़ क्षेत्र में अधिक देखा गया।

2. अध्ययन की अवधि (Duration of Study):

यह शोध वर्ष 2020 से 2022 के बीच किया गया। इस दौरान क्षेत्र में सक्रिय प्रमुख शॉपिंग मॉल्स — जैसे AFC मॉल, LGK मॉल, तथा DLF सिटी सेंटर — को मुख्य अध्ययन केंद्र बनाया गया।

3. आंकड़ों के स्रोत (Sources of Data):

अध्ययन में दो प्रकार के आंकड़ों का उपयोग किया गया —

प्राथमिक आंकड़े (Primary Data): इन्हें प्रश्नावली (Questionnaire) और साक्षात्कार (Interviews) के माध्यम से स्थानीय उपभोक्ताओं, दुकानदारों, मॉल प्रबंधकों, और कर्मचारियों से प्राप्त किया गया।

द्वितीयक आंकड़े (Secondary Data): इन्हें पुस्तकों, शोधपत्रों, पत्रिकाओं, सरकारी रिपोर्टों, वेबसाइटों (जैसे www.ibef.org) और समाचार पत्रों से एकत्र किया गया।

4. नमूना चयन (Sampling Technique):

शोध के लिए यादृच्छिक नमूना पद्धति (Random Sampling Method) का प्रयोग किया गया। कुल 150 उत्तरदाताओं (Respondents) से जानकारी एकत्र की गई, जिनमें 80 उपभोक्ता, 40 दुकानदार तथा 30 मॉल कर्मचारी शामिल थे।

5. आंकड़ों का विश्लेषण (Data Analysis):

संग्रहीत आंकड़ों का विश्लेषण सांख्यिकीय उपकरणों जैसे प्रतिशत विश्लेषण (Percentage Analysis), चार्ट, और ग्राफ की सहायता से किया गया। विश्लेषण से यह समझने का प्रयास किया गया कि मॉल्स का स्थानीय रोजगार, आय, उपभोग और पारंपरिक व्यापार पर क्या प्रभाव पड़ा।

6. सीमाएँ (Limitations):

इस अध्ययन की कुछ सीमाएँ भी हैं —

1. अध्ययन का दायरा केवल गंगानगर जिले तक सीमित है।
2. समय और संसाधनों की सीमाओं के कारण सभी मॉल्स को शामिल नहीं किया जा सका।
3. उत्तरदाताओं के विचार व्यक्तिगत अनुभवों पर आधारित हैं, अतः उनमें कुछ पक्षपात संभव है।

7. अध्ययन की उपयोगिता (Significance):

यह अध्ययन गंगानगर जैसे अर्ध-शहरी क्षेत्र में शॉपिंग मॉल्स की उपयोगिता, उनकी आर्थिक भूमिका तथा स्थानीय व्यापार पर उनके प्रभाव को समझने में सहायक सिद्ध होगा। यह नीति-निर्माताओं, उद्यमियों और छात्रों के लिए उपयोगी संदर्भ सामग्री प्रदान करता है।

ऐतिहासिक पृष्ठभूमि (Historical Background)

भारत में शॉपिंग मॉल्स का आरंभ 20वीं सदी के उत्तरार्ध में हुआ। प्रारंभिक दौर में दिल्ली, मुंबई और बेंगलुरु जैसे महानगरों में इनका विकास हुआ। 21वीं सदी में यह संस्कृति छोटे और मध्यम शहरों तक फैल गई।

गंगानगर जिले में वर्ष 2000 के बाद मॉल्स का आगमन हुआ — जिनमें ए.एफ.सी. मॉल, एल.जी.के. मॉल, डी.एल.एफ. सिटी सेंटर प्रमुख हैं।

इन मॉल्स ने क्षेत्रीय उपभोक्ता व्यवहार में व्यापक परिवर्तन लाया है

1. भारत में खुदरा व्यापार का विकास:

भारत में पारंपरिक रूप से खुला बाजार और हाट-बाजार प्रणाली प्रचलित रही है। गाँवों और कस्बों में साप्ताहिक हाट तथा नगरों में स्थायी दुकानों के रूप में व्यापार होता था।

2. उदारीकरण के बाद परिवर्तन:

1991 के आर्थिक उदारीकरण (Economic Liberalization) के पश्चात भारत में विदेशी निवेश (FDI) और निजी क्षेत्र के विस्तार ने खुदरा क्षेत्र में नए अवसर पैदा किए। इसी दौर में “मॉल संस्कृति” (Mall Culture) ने जन्म लिया।

3. प्रारंभिक मॉल्स का उदय:

भारत में पहला आधुनिक शॉपिंग मॉल “स्पेंसर प्लाज़ा” (चेन्नई) को माना जाता है, जो 1990 के दशक में अस्तित्व में आया। इसके बाद दिल्ली, मुंबई, पुणे और बेंगलुरु में बड़े मॉल्स का विकास हुआ।

4. संगठित खुदरा क्षेत्र का प्रसार:

2000 के बाद भारत में संगठित खुदरा (Organized Retail) तेजी से बढ़ा। “Big Bazaar”, “Lifestyle”, “Reliance Trends” जैसे ब्रांडों ने शहरी उपभोक्ताओं की जीवनशैली बदल दी।

5. राजस्थान में मॉल संस्कृति का प्रवेश:

जयपुर, उदयपुर और जोधपुर जैसे शहरों में 2005 के बाद कई प्रमुख मॉल्स खुले। इनसे प्रेरित होकर छोटे शहरों में भी मॉल्स की स्थापना शुरू हुई।

शॉपिंग मॉल्स के आर्थिक प्रभाव (Economic Impact)

शॉपिंग मॉल्स स्थानीय अर्थव्यवस्था के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं।

1. रोजगार सृजन:

मॉल्स में प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रूप से युवाओं को रोजगार के अवसर मिले हैं — जैसे बिक्री, सुरक्षा, रखरखाव, प्रशासन इत्यादि।

2. राजस्व वृद्धि:

मॉल्स से संपत्ति कर, सेवा कर और अन्य स्थानीय करों के माध्यम नगरपरिषद की आय में वृद्धि हुई है।

3. उपभोक्ता जागरूकता:

संगठित खुदरा व्यापार के कारण उपभोक्ताओं में गुणवत्ता, मूल्य और सेवा के प्रति जागरूकता बढ़ी है।

4. स्थानीय व्यापार पर प्रभाव:

पारंपरिक दुकानदारों को प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ा है, जिससे उन्होंने सेवा सुधार और आधुनिक विपणन तकनीकें अपनानी शुरू कीं।

सामाजिक प्रभाव (Social Impact)

शॉपिंग मॉल्स केवल आर्थिक केंद्र नहीं रहे, वे सामाजिक मेलजोल और मनोरंजन के प्रमुख स्थल बन गए हैं।

ये युवा वर्ग, परिवारों और महिलाओं के लिए सुरक्षित और आकर्षक वातावरण प्रदान करते हैं। इनसे समाज में उपभोक्तावाद, आधुनिकता और ब्रांड संस्कृति को बढ़ावा मिला है।

हालांकि, यह भी देखा गया है कि पारिवारिक संवाद और पारंपरिक बाज़ार संस्कृति में कमी आई है।

भारत में शॉपिंग मॉल संस्कृति का विकास केवल आर्थिक परिवर्तन का प्रतीक नहीं है, बल्कि इससे भारतीय समाज की जीवनशैली, सोच, पारिवारिक संरचना और उपभोक्ता व्यवहार में गहरे सामाजिक बदलाव आए हैं। शॉपिंग मॉल अब सिर्फ खरीदारी की जगह नहीं, बल्कि एक सामाजिक मिलन स्थल, आधुनिक जीवनशैली का प्रतीक और मनोरंजन का केंद्र बन चुके हैं। नीचे मॉल संस्कृति के सामाजिक प्रभावों का विस्तृत अध्ययन प्रस्तुत किया गया है—

1. जीवनशैली में परिवर्तन (Change in Lifestyle)

मॉल संस्कृति ने भारतीय जीवनशैली को आधुनिक, सुविधाजनक और उपभोक्ता-केंद्रित बनाया। लोग खरीदारी को मनोरंजन का हिस्सा मानने लगे। सप्ताहांत (Weekend) पर परिवार मॉल जाने लगा “खरीदारी + मनोरंजन + भोजन” एक नया ट्रेंड बन गया। फैशन और ब्रांडेड उत्पादों के प्रति आकर्षण बढ़ा।

2. परिवारों के सामाजिक व्यवहार में बदलाव

पहले परिवार मेलों, पार्कों या बाजारों में समय बिताते थे, लेकिन अब—परिवार का सामूहिक समय मॉल में बीतने लगा। बच्चों के लिए मनोरंजन की जगह (Game Zone, Kids Play Area) बढ़ीं। मॉल सुरक्षित और आरामदायक मिलने का स्थान बन गए। बुजुर्गों के लिए भी आरामदायक माहौल उपलब्ध हुआ।

3. युवाओं पर प्रभाव (Impact on Youth)

युवा मॉल संस्कृति से सबसे अधिक प्रभावित हुए—मॉल उनके मिलने-जुलने का प्रमुख स्थान बन गए। फैशन, ब्रांड और आधुनिक रुझान युवाओं में तेजी से फैले। Selfie Spots, Cafes, Multiplex जैसी सुविधाओं के कारण मॉल युवाओं की पहली पसंद बन गए। मॉल संस्कृति ने आधुनिक सोच, आत्मविश्वास और सामाजिक व्यवहार को प्रभावित किया।

4. महिला सशक्तिकरण पर प्रभाव

मॉल संस्कृति ने महिलाओं में आत्मनिर्भरतानिर्णय लेने की क्षमता सामाजिक भागीदारी रोजगार के अवसर को बढ़ावा दिया।

अन्य प्रभाव—

सुरक्षित वातावरण के कारण महिलाएँ स्वतंत्र रूप से खरीदारी करने लगीं। अनेक महिलाएँ दुकानों, सैलून, काउंटर और प्रबंधन में कार्य करते हुए आर्थिक रूप से सक्षम हुईं।

5. उपभोक्ता संस्कृति का विकास (Consumer Culture Growth)

मॉल संस्कृति ने उपभोक्तावाद को बढ़ावा दिया—

ग्राहक आकर्षक डिस्काउंट, विज्ञापन और सेल से प्रभावित होने लगे। अनावश्यक खर्च बढ़ा। “ब्रांडेड” चीजें प्रतिष्ठा का प्रतीक बन गईं। लोग ज़रूरत से अधिक चीजें खरीदने लगे।

6. सामाजिक असमानता पर प्रभाव

मॉल संस्कृति ने समाज में कुछ नई असमानताएँ भी पैदा कीं—

मॉल मध्यम व उच्च वर्ग के लिए अधिक आकर्षक बन गए। निम्न वर्ग स्वयं को “बाहरी” महसूस करने लगा। ब्रांडेड जीवनशैली समाज में वर्ग विभाजन को और स्पष्ट करती है

7. पारंपरिक सांस्कृतिक मूल्यों पर प्रभाव

मॉल संस्कृति ने पारंपरिक जीवनशैली को प्रभावित किया—

स्थानीय संस्कृति, हस्तशिल्प और पारंपरिक बाजारों की ओर रुचि कम हुई। परिवारिक मेलों और त्योहारों का महत्व घटा। विदेशी ब्रांडों और उत्पादों के प्रति आकर्षण बढ़ा। भारतीय खान-पान के साथ फास्ट-फूड संस्कृति बढ़ी

8. व्यक्तित्व विकास और सामाजिक संपर्क --- मॉल सामाजिक संपर्क का केंद्र बन गए—

लोग अधिक सामाजिक, खुले विचारों वाले और आधुनिक बने। बच्चों व युवाओं में अंग्रेजी बोलने, प्रस्तुतिकरण कौशल और आत्मविश्वास बढ़ा।

आर्थिक प्रभावों का उद्देश्य

भारत में शॉपिंग मॉल संस्कृति के विकास से उत्पन्न आर्थिक परिवर्तनों को समझना इस अध्ययन का एक महत्वपूर्ण उद्देश्य है। आर्थिक प्रभावों का मूल्यांकन इसलिए आवश्यक है क्योंकि मॉल संस्कृति केवल खरीदारी की आदतों को नहीं बदलती, बल्कि यह रोजगार, व्यावसायिक संरचना, निवेश, सरकारी राजस्व और शहरों के आर्थिक

स्वरूप पर गहरा प्रभाव डालती है। इस अध्ययन के आर्थिक उद्देश्यों को निम्न बिंदुओं में प्रस्तुत किया जा सकता है—

- 1 .मॉल संस्कृति से उत्पन्न रोजगार अवसरों का विश्लेषण करना
- 2 .यह जानना कि मॉल बनने से प्रत्यक्ष रोजगार (शोरूम स्टाफ, सुरक्षा, प्रबंधन) अप्रत्यक्ष रोजगार (लॉजिस्टिक्स, परिवहन, सप्लाई चेन)

कितने और किस प्रकार के अवसर पैदा होते हैं।

पर्यावरणीयप्रभाव(Environmental Impact)

मॉल्स के निर्माण और संचालन से ऊर्जा की खपत, यातायात जाम और ठोस अपशिष्ट प्रबंधन जैसी समस्याएँ उत्पन्न हुई हैं।

इनसे निपटने हेतु हरित भवन (Green Building) मानकों और पर्यावरणीय नियमन की आवश्यकता है।

कुछ मॉल्स ने सौर ऊर्जा, वर्षा जल संचयन और पुनर्चक्रण प्रणालियों को अपनाकर सकारात्मक पहल की है।

1.मॉल संस्कृति से उत्पन्न रोजगार अवसरों का विश्लेषण करना

यह जानना कि मॉल बनने से प्रत्यक्ष रोजगार (शोरूम स्टाफ, सुरक्षा, प्रबंधन)अप्रत्यक्ष रोजगार (लॉजिस्टिक्स, परिवहन, सप्लाई चेन) कितने और किस प्रकार के अवसर पैदा होते हैं।

2. स्थानीय और राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था में मॉल के योगदान का अध्ययन

यह उद्देश्य मॉल द्वारा जीएसटी संपत्ति कर कॉर्पोरेट टैक्स स्टांप ड्यूटी आदि के माध्यम से सरकार को मिलने वाले राजस्व का आकलन करना है।

3. रिटेल सेक्टर में मॉल संस्कृति के प्रभाव का मूल्यांकन

यह जानना कि संगठित रिटेल सेक्टर में—

बिक्री उपभोक्ता व्यवहार ब्रांड विस्तार निवेश किस प्रकार और किस गति से बढ़ा है।

4. पारंपरिक व्यापार (Traditional Market) पर आर्थिक प्रभावों का अध्ययन

मॉल संस्कृति के कारण छोटे दुकानदार स्थानीय बाज़ार पारंपरिक व्यावसायिक मॉडल को क्या आर्थिक नुकसान या परिवर्तन झेलने पड़े, इसका विश्लेषण करना।

5. विदेशी और घरेलू निवेश में वृद्धि का अध्ययन

उद्देश्य यह समझना है कि मॉल संस्कृति ने FDI (Foreign Direct Investment) इंफ्रास्ट्रक्चर निवेश रियल एस्टेट विकास को किस प्रकार प्रोत्साहित किया।

6. उपभोक्ता व्यय (Consumer Spending Pattern) में परिवर्तन को समझना

मॉल संस्कृति से खर्च करने की आदतें ब्रांडेड उत्पादों की मांग लाइफस्टाइल प्रोडक्ट्स का उपभोग कैसे और क्यों बढ़ा, यह जानना महत्वपूर्ण है।

7. शहरी विकास और संपत्ति मूल्य पर आर्थिक प्रभावों का परीक्षण करना

यह उद्देश्य यह अध्ययन करता है कि मॉल बनने से आसपास की जमीन की कीमतें व्यावसायिक संपत्ति का मूल्य शहर की अवसंरचना (Infrastructure) कैसे प्रभावित

होती है।

8. डिजिटलाइजेशन व ऑनलाइन शॉपिंग के बीच मॉल की आर्थिक भूमिका को समझना

यह पता लगाना कि ई-कॉमर्स के युग में भी मॉल किस प्रकार आर्थिक रूप से टिके हुए हैं और कौन-कौन से आर्थिक मॉडल भविष्य में सफल हो सकते हैं।

निष्कर्ष (Conclusion)

गंगानगर जिले में शॉपिंग मॉल्स ने आर्थिक विकास, रोजगार सृजन और उपभोक्ता संस्कृति के विस्तार में उल्लेखनीय योगदान दिया है। यद्यपि पारंपरिक व्यापारिक ढांचे को इनसे चुनौती मिली है, फिर भी समग्र रूप से इनका प्रभाव क्षेत्र के शहरीकरण और जीवन स्तर में सुधार की दिशा में सकारात्मक रहा है।

सुझाव (Suggestions)

1. स्थानीय व्यापारियों को संगठित खुदरा तंत्र से जोड़ने के अवसर दिए जाएँ।
2. मॉल्स में ऊर्जा-संचयन और हरित तकनीक अपनाई जाए।
3. उपभोक्ताओं को जिम्मेदार उपभोग की दिशा में शिक्षित किया जाए।
4. स्थानीय प्रशासन को मॉल्स की सामाजिक जिम्मेदारी (CSR) गतिविधियों की निगरानी करनी चाहिए।

संदर्भ सूची (References)

1. वाणिज्य और प्रबंधन पत्रिकाएँ, 2020-2022
2. भारत सरकार, वाणिज्य मंत्रालय की वार्षिक रिपोर्टें
3. स्थानीय मॉल प्रबंधकों एवं उपभोक्ताओं के साक्षात्कार
4. गंगानगर नगर परिषद के आर्थिक आँकड़े
5. ऑनलाइन स्रोत: www.ibef.org, www.retailassociationine.com.