



बिलासपुर में क्विक कॉमर्स के बढ़ते प्रभाव का स्थानीय खुदरा व्यापार पर अध्ययन

डॉ. विवेक मधुकर दांडेकर

(सहायक प्राध्यापक)

शा. एम. एम. आर. पी. जी. महाविद्यालय, चाम्पा, जिला-जांजगीर चाम्पा.

सारांश

भारत में खुदरा व्यापार तेजी से डिजिटल रूपांतरण के दौर से गुजर रहा है। पारंपरिक इलेक्ट्रॉनिक वाणिज्य के बाद अब “क्विक कॉमर्स” अथवा अत्यल्प समय में वस्तु-वितरण आधारित वाणिज्य ने उपभोक्ता व्यवहार, किराना व्यापार, आपूर्ति शृंखला तथा स्थानीय बाजार प्रतिस्पर्धा को प्रभावित करना प्रारंभ कर दिया है। प्रस्तुत शोध-पत्र का उद्देश्य बिलासपुर, छत्तीसगढ़ में क्विक कॉमर्स की बढ़ती उपस्थिति तथा स्थानीय किराना एवं छोटे खुदरा व्यापार पर उसके संभावित प्रभाव का द्वितीयक आँकड़ों के आधार पर अध्ययन करना है। अध्ययन में जनगणना, बिलासपुर जिला प्रशासन, राष्ट्रीय भुगतान निगम, भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण, सांख्यिकी एवं कार्यक्रम कार्यान्वयन मंत्रालय, स्विगी, इटरनल लिमिटेड, केयरनी, ग्रांट थॉर्नटन भारत, बैन एंड कंपनी तथा अन्य विश्वसनीय स्रोतों का उपयोग किया गया है। जनगणना 2011 के अनुसार बिलासपुर जिले की कुल जनसंख्या 16,28,202 तथा शहरी जनसंख्या 5,82,146 थी। जिले की साक्षरता दर 74.46 प्रतिशत थी। जुलाई 2026 के उपलब्ध उद्योग-आधारित स्थानिक आँकड़ों में बिलासपुर में चार सक्रिय क्विक कॉमर्स डार्क स्टोर दर्ज किए गए—दो ब्लिंकिट, एक स्विगी इंस्टामार्ट तथा एक फ्लिपकार्ट मिनट्स से संबंधित थे। राष्ट्रीय स्तर पर क्विक कॉमर्स का सकल आदेश मूल्य वित्तीय वर्ष 2023-24 के लगभग ₹30,000 करोड़ से बढ़कर 2024-25 में ₹64,000 करोड़ हो गया, अर्थात लगभग 113.3 प्रतिशत वार्षिक वृद्धि। अध्ययन से संकेत मिलता है कि सुविधा, त्वरित वितरण, डिजिटल भुगतान, उत्पाद-विविधता तथा समय की बचत क्विक कॉमर्स को बढ़ावा दे रहे हैं। इसके कारण स्थानीय खुदरा व्यापार पर प्रतिस्पर्धात्मक दबाव बढ़ रहा है, किंतु किराना दुकानों की निकटता, व्यक्तिगत संबंध, उधार सुविधा, स्थानीय ज्ञान और ताजा वस्तुओं में उपभोक्ता विश्वास उनकी महत्वपूर्ण प्रतिस्पर्धी शक्ति बने हुए हैं। अध्ययन यह निष्कर्ष देता है कि बिलासपुर में भविष्य का खुदरा बाजार “ऑनलाइन बनाम ऑफलाइन” के बजाय दोनों के सम्मिलित और तकनीक-सक्षम मॉडल पर अधिक निर्भर करेगा।



मुख्य शब्द: क्विक कॉमर्स, बिलासपुर, स्थानीय खुदरा व्यापार, किराना दुकान, डिजिटल भुगतान, उपभोक्ता व्यवहार, डार्क स्टोर।

प्रस्तावना

भारतीय अर्थव्यवस्था में खुदरा व्यापार रोजगार, वितरण, उपभोग तथा लघु उद्यमिता का महत्वपूर्ण आधार है। विशेष रूप से किराना दुकानें भारतीय शहरों एवं कस्बों की आर्थिक संरचना का अभिन्न भाग हैं। वे केवल वस्तु-विक्रय केंद्र नहीं हैं, बल्कि स्थानीय सामाजिक संबंध, विश्वास, घर तक वितरण, सीमित उधार और छोटे मूल्य की तत्काल खरीद जैसी सुविधाएँ भी प्रदान करती हैं। किंतु स्मार्टफोन, सस्ते इंटरनेट, डिजिटल भुगतान तथा मोबाइल अनुप्रयोगों के प्रसार ने खुदरा खरीदारी के स्वरूप में महत्वपूर्ण परिवर्तन किया है।

इसी परिवर्तन का नवीनतम रूप क्विक कॉमर्स है। इसका तात्पर्य ऐसे डिजिटल खुदरा मॉडल से है जिसमें किराना, खाद्य पदार्थ, फल-सब्जियाँ, व्यक्तिगत देखभाल सामग्री, घरेलू वस्तुएँ तथा कई अन्य उत्पाद निकटवर्ती भंडारण केंद्रों अर्थात “डार्क स्टोर” से उपभोक्ता

तक सामान्यतः 10 से 30 मिनट में पहुँचाए जाते हैं। इस मॉडल की मुख्य विशेषताएँ उपभोक्ता के नजदीक छोटा भंडारण केंद्र, प्रौद्योगिकी आधारित माल-सूची प्रबंधन, मोबाइल अनुप्रयोग से आदेश, डिजिटल भुगतान तथा त्वरित अंतिम-मील वितरण हैं।

भारत में यह क्षेत्र असाधारण गति से बढ़ा है। बैन एंड कंपनी के अनुसार 2024 में देश के ऑनलाइन किराना आदेशों में दो-तिहाई से अधिक हिस्सा क्विक कॉमर्स के माध्यम से आया और कुल इलेक्ट्रॉनिक खुदरा व्यय का लगभग दसवाँ हिस्सा इसी माध्यम से हुआ। रेडसीर ने 2025 में भारतीय क्विक कॉमर्स को 10 अरब अमेरिकी डॉलर से अधिक के सकल माल मूल्य और तीन करोड़ से अधिक मासिक उपयोगकर्ताओं वाला बाजार बताया।

बिलासपुर जैसे द्वितीय श्रेणी के शहरों के लिए यह परिवर्तन विशेष रूप से महत्वपूर्ण है। जिला प्रशासन के अनुसार जिले की 35.81 प्रतिशत आबादी शहरी है और साक्षरता दर 74.46 प्रतिशत है। शहरीकरण, बढ़ती डिजिटल भुगतान क्षमता और मोबाइल इंटरनेट की उपलब्धता ऐसे बाजारों में डिजिटल खरीदारी के अनुकूल परिस्थितियाँ उत्पन्न करती हैं।

मार्च 2025 तक छत्तीसगढ़ में 1.751 करोड़ इंटरनेट सदस्यताएँ दर्ज थीं। इनमें 89.6 लाख शहरी सदस्यताएँ थीं और शहरी इंटरनेट सदस्यता घनत्व 104.34 प्रति 100 जनसंख्या था। यह संख्या व्यक्तिगत उपयोगकर्ताओं के बजाय सदस्यता-संबंधों को दर्शाती है, इसलिए इसका 100 से अधिक होना संभव है। अगस्त 2025 में छत्तीसगढ़ में यूपीआई के माध्यम से लगभग 13.457 करोड़ लेन-देन हुए जिनका कुल मूल्य ₹16,358.88 करोड़ था। ये आँकड़े बताते हैं कि राज्य में डिजिटल भुगतान और इंटरनेट आधारित खरीद का आवश्यक आधार विकसित हो चुका है।

इस पृष्ठभूमि में यह प्रश्न महत्वपूर्ण है कि बिलासपुर में क्विक कॉमर्स का विस्तार स्थानीय किराना और छोटे खुदरा व्यापार को कितना प्रभावित कर सकता है तथा स्थानीय व्यापारियों के लिए कौन-सी अनुकूलन रणनीतियाँ उपयोगी हो सकती हैं।

शोध के उद्देश्य

प्रस्तुत अध्ययन के प्रमुख उद्देश्य निम्नलिखित हैं-

- 1) बिलासपुर में क्विक कॉमर्स की वर्तमान उपस्थिति एवं विकास की प्रवृत्ति का अध्ययन करना।
- 2) क्विक कॉमर्स के विस्तार को प्रभावित करने वाली डिजिटल, सामाजिक एवं आर्थिक परिस्थितियों का विश्लेषण करना।
- 3) स्थानीय किराना और छोटे खुदरा व्यापार पर क्विक कॉमर्स के संभावित प्रभाव का अध्ययन करना।
- 4) उपभोक्ताओं द्वारा स्थानीय दुकान और क्विक कॉमर्स के चयन को प्रभावित करने वाले प्रमुख कारकों की पहचान करना।
- 5) स्थानीय खुदरा व्यापारियों के लिए प्रतिस्पर्धात्मक एवं डिजिटल अनुकूलन संबंधी सुझाव प्रस्तुत करना।

शोध परिकल्पनाएँ

- **शून्य परिकल्पना-1 (H_{01}):** क्विक कॉमर्स के विस्तार से स्थानीय खुदरा व्यापार पर उल्लेखनीय प्रतिस्पर्धात्मक दबाव उत्पन्न नहीं होता है।
- **वैकल्पिक परिकल्पना-1 (H_{11}):** क्विक कॉमर्स के विस्तार से स्थानीय खुदरा व्यापार पर उल्लेखनीय प्रतिस्पर्धात्मक दबाव उत्पन्न होता है।
- **शून्य परिकल्पना-2 (H_{02}):** बिलासपुर तथा छत्तीसगढ़ का वर्तमान डिजिटल परिवेश क्विक कॉमर्स के विस्तार के लिए पर्याप्त रूप से अनुकूल नहीं है।
- **वैकल्पिक परिकल्पना-2 (H_{12}):** बिलासपुर तथा छत्तीसगढ़ का वर्तमान डिजिटल परिवेश क्विक कॉमर्स के विस्तार के लिए अनुकूल है।

साहित्य समीक्षा

शुक्ला और शर्मा (2018) ने भारतीय उपभोक्ताओं द्वारा किराना खरीद के लिए मोबाइल प्रौद्योगिकी स्वीकार करने का अध्ययन प्रौद्योगिकी स्वीकृति प्रतिमान के आधार पर किया। 346 उपयोगी प्रतिक्रियाओं पर किए गए विश्लेषण से उपयोगिता और उपयोग की सरलता जैसे तत्वों का मोबाइल आधारित किराना खरीद को स्वीकार करने में महत्वपूर्ण योगदान सामने आया। गुप्ता और कुमार (2023) ने भारत के 555 ऑनलाइन किराना उपभोक्ताओं का अध्ययन कर पाया कि पूर्व खरीद संतुष्टि पुनर्खरीद की इच्छा को सकारात्मक रूप से प्रभावित

करती है। विश्वास संतुष्टि और पुनर्खरीद के बीच मध्यस्थ तत्व की भूमिका निभाता है, जबकि अनुभव किया गया जोखिम उपभोक्ता की पुनर्खरीद इच्छा को कमजोर करता है। पाटिल (2025) ने पुणे के 25 किराना दुकान संचालकों के अनुभवों का अध्ययन किया। कई दुकानदारों ने ग्राहक आवागमन तथा बिक्री में कमी की सूचना दी, किंतु साथ ही उन्होंने डिजिटल भुगतान, घर पहुँच सेवा तथा व्हाट्सऐप आधारित आदेश जैसी व्यवस्थाएँ अपनाना प्रारंभ किया। केयरनी (2025) के अध्ययन के अनुसार क्विक कॉमर्स उपयोग से जुड़े परिवारों में 6 से 8 प्रतिशत मांग वास्तविक रूप से नई अथवा अतिरिक्त थी, जबकि लगभग 92 से 93 प्रतिशत बिक्री अन्य खुदरा माध्यमों (आधुनिक व्यापार, इलेक्ट्रॉनिक वाणिज्य और सामान्य खुदरा) से स्थानांतरित हुई। यह निष्कर्ष स्थानीय किराना व्यवसाय के संदर्भ में अत्यंत महत्वपूर्ण है क्योंकि इससे संकेत मिलता है कि क्विक कॉमर्स की अधिकांश बिक्री पूरी तरह नया उपभोग नहीं, बल्कि मौजूदा खुदरा खरीद का माध्यम-परिवर्तन है। ग्रांट थॉर्नटन भारत के 2026 के अध्ययन में 1,600 से अधिक उपभोक्ताओं और 1,000 से अधिक किराना व्यापारियों को सम्मिलित किया गया। लगभग 51 प्रतिशत उपभोक्ताओं ने पिछले 12 महीनों में किराना दुकानों पर अपनी निर्भरता घटने की बात कही। साथ ही 70 प्रतिशत से अधिक उपभोक्ताओं ने कहा कि छूट कम होने पर भी वे क्विक कॉमर्स का प्रयोग जारी रखेंगे।

उपरोक्त साहित्य से स्पष्ट है कि क्विक कॉमर्स केवल मूल्य-छूट आधारित अस्थायी घटना नहीं रह गया है। समय की बचत, सुविधा, उपलब्धता और तकनीकी सहजता इसके दीर्घकालीन विकास को बल दे रहे हैं। वहीं किराना व्यापार के लिए चुनौती के साथ-साथ डिजिटल रूपांतरण का अवसर भी उत्पन्न हुआ है।

शोध पद्धति

यह अध्ययन पूर्णतः द्वितीयक आँकड़ों पर आधारित वर्णनात्मक एवं विश्लेषणात्मक शोध है, जिसका भौगोलिक क्षेत्र बिलासपुर, छत्तीसगढ़ है। तुलनात्मक संदर्भ हेतु छत्तीसगढ़ और भारत स्तर के आँकड़ों का भी उपयोग किया गया है। स्रोतों में जनगणना, बिलासपुर जिला प्रशासन, भारतीय राष्ट्रीय भुगतान निगम, भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण, सांख्यिकी एवं कार्यक्रम कार्यान्वयन मंत्रालय, स्विगी, इटरनल, केयरनी, ग्रांट थॉर्नटन, बैन एंड कंपनी, रेडसीर तथा संबंधित शोध-पत्र और उद्योग रिपोर्टें शामिल हैं। आँकड़ों का विश्लेषण प्रतिशत परिवर्तन, चक्रवृद्धि वार्षिक वृद्धि दर, तुलनात्मक एवं प्रवृत्ति विश्लेषण द्वारा किया गया। बिलासपुर की किराना बिक्री पर आधिकारिक समय-श्रृंखला उपलब्ध न होना अध्ययन की प्रमुख सीमा है।

सैद्धांतिक ढाँचा

अध्ययन की सैद्धांतिक रूपरेखा तीन परस्पर संबद्ध अवधारणाओं (प्रौद्योगिकी स्वीकृति, सुविधा-मूल्य विनिमय तथा खुदरा प्रतिस्थापन एवं सह-अस्तित्व) पर आधारित है। प्रौद्योगिकी स्वीकृति दृष्टिकोण के अनुसार जब कोई डिजिटल व्यवस्था उपयोगकर्ता को अधिक उपयोगी, सरल और समय बचाने वाली प्रतीत होती है तो उसके उपयोग की संभावना बढ़ जाती है; इसी कारण क्विक कॉमर्स में मोबाइल अनुप्रयोग की सरलता, उत्पादों की सहज खोज, एक-क्लिक भुगतान, आदेश की वास्तविक समय स्थिति तथा त्वरित वितरण उपभोक्ताओं के लिए इसकी उपयोगिता बढ़ाते हैं, जिसकी प्रासंगिकता शुक्ला और शर्मा के भारतीय अध्ययन में भी दिखाई गई है। सुविधा-मूल्य विनिमय दृष्टिकोण के अनुसार उपभोक्ता खरीद का निर्णय केवल न्यूनतम मूल्य के आधार पर नहीं करता, बल्कि समय, दूरी, यात्रा व्यय, वस्तु की तत्काल आवश्यकता तथा घर तक पहुँच सेवा जैसे कारकों को भी ध्यान में रखता है; इसलिए क्विक कॉमर्स की प्रतिस्पर्धात्मक शक्ति समय के आर्थिक मूल्य में निहित है। केयरनी के मूल्य अध्ययन में सामान्य किराना दुकानों की छूट लगभग 1.9 प्रतिशत पाई गई, जबकि चयनित क्विक कॉमर्स मंचों पर यह लगभग 5.6 से 9 प्रतिशत तथा एक नए खिलाड़ी पर 17.4 प्रतिशत तक दर्ज की गई, जिससे स्पष्ट होता है कि क्विक कॉमर्स सुविधा के साथ-साथ मूल्य-प्रोत्साहन के आधार पर भी प्रतिस्पर्धा करता है। खुदरा प्रतिस्थापन एवं सह-अस्तित्व दृष्टिकोण के अनुसार क्विक कॉमर्स से उत्पन्न बिक्री का कुछ भाग नया उपभोग होता है, जबकि बड़ा हिस्सा अन्य खुदरा माध्यमों से स्थानांतरित मांग का परिणाम होता है; केयरनी के अनुमान के अनुसार केवल 6-8 प्रतिशत बिक्री वास्तव में अतिरिक्त मांग है। इस कारण पारंपरिक खुदरा व्यापार पर प्रतिस्पर्धात्मक प्रभाव स्वाभाविक है, फिर भी स्थानीय विश्वास, व्यक्तिगत सेवा, ग्राहक से प्रत्यक्ष संबंध तथा ताजा वस्तुओं के चयन जैसी विशेषताएँ किराना दुकानों को पूर्णतः प्रतिस्थापित होने से बचाती हैं।

आँकड़ों का विश्लेषण एवं व्याख्या

तालिका 1: बिलासपुर एवं छत्तीसगढ़ का उपभोक्ता तथा डिजिटल आधार

संकेतक	वास्तविक आँकड़ा	अवधि/वर्ष
बिलासपुर जिले की कुल जनसंख्या	16,28,202	2011
बिलासपुर की शहरी जनसंख्या	5,82,146	2011
शहरी जनसंख्या का अनुपात	35.81%	2011
साक्षरता दर	74.46%	2011
कुल परिवार	3,55,376	2011
छत्तीसगढ़ ग्रामीण मासिक प्रति व्यक्ति उपभोग व्यय	₹2,739	2023-24
छत्तीसगढ़ शहरी मासिक प्रति व्यक्ति उपभोग व्यय	₹4,927	2023-24
छत्तीसगढ़ में इंटरनेट सदस्यताएँ	1.751 करोड़	मार्च 2025
छत्तीसगढ़ की शहरी इंटरनेट सदस्यताएँ	89.6 लाख	मार्च 2025
शहरी इंटरनेट सदस्यता प्रति 100 जनसंख्या	104.34	मार्च 2025
छत्तीसगढ़ यूपीआई लेन-देन की संख्या	13.457 करोड़	अगस्त 2025
यूपीआई लेन-देन का मूल्य	₹16,358.88 करोड़	अगस्त 2025

स्रोत: बिलासपुर जिला प्रशासन, सांख्यिकी एवं कार्यक्रम कार्यान्वयन मंत्रालय, भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण एवं राष्ट्रीय भुगतान निगम।

छत्तीसगढ़ में शहरी प्रति व्यक्ति मासिक उपभोग व्यय ग्रामीण क्षेत्र से लगभग 80 प्रतिशत अधिक है। इससे शहरी बाजारों में सुविधा-आधारित खुदरा सेवाओं की अपेक्षाकृत अधिक आर्थिक संभावना दिखाई देती है। साथ ही उच्च इंटरनेट सदस्यता एवं व्यापक यूपीआई प्रयोग मोबाइल आधारित खरीद के लिए आवश्यक बुनियादी ढाँचा प्रदान करते हैं।

तालिका 2: जुलाई 2026 में बिलासपुर की क्विक कॉमर्स उपस्थिति

मंच	दर्ज डार्क स्टोर	प्रमुख दर्ज क्षेत्र
ब्लिंकिट	2	सरकंडा, मिनोचा कॉलोनी
स्विगी इंस्टामार्ट	1	तालापारा
फ्लिपकार्ट मिनट्स	1	जरहाभाठा
जेप्टो	0	
बिगबास्केट	0	
कुल	4	

स्रोत: क्विककॉमर्समैप, जुलाई 2026 उद्योग-आधारित स्थानिक आँकड़ा।

चार सक्रिय डार्क स्टोर यह दर्शाते हैं कि बिलासपुर अभी महानगरों जैसा संतृप्त क्विक कॉमर्स बाजार नहीं है। फिर भी ब्लिंकिट, इंस्टामार्ट और फ्लिपकार्ट मिनट्स की उपस्थिति स्पष्ट करती है कि यह सेवा अब केवल महानगरों तक सीमित नहीं है। स्थानीय विस्तार का प्रारंभिक चरण भविष्य में प्रतिस्पर्धात्मक दबाव बढ़ा सकता है।

तालिका 3: भारत में क्विक कॉमर्स के तीव्र विकास के प्रमुख संकेतक

संकेतक	पूर्व अवधि	नवीन अवधि	परिवर्तन
भारत का क्विक कॉमर्स सकल आदेश मूल्य	₹30,000 करोड़, वित्त वर्ष 2023-24	₹64,000 करोड़, वित्त वर्ष 2024-25	113.3% वृद्धि
भारत में डार्क स्टोर	लगभग 1,800 के आसपास अनुमानित आधार*	3,072, वित्त वर्ष 2024-25	70% से अधिक वृद्धि
स्विगी इंस्टामार्ट सकल आदेश मूल्य	₹1,643 करोड़, वित्त वर्ष 2021-22	₹14,683 करोड़, वित्त वर्ष 2024-25	लगभग 107.5% वार्षिक चक्रवृद्धि वृद्धि
इंस्टामार्ट आदेश	4.17 करोड़	28.55 करोड़	लगभग 89.9% वार्षिक चक्रवृद्धि वृद्धि
इंस्टामार्ट सक्रिय डार्क स्टोर	301	1,021	239% से अधिक कुल वृद्धि
ब्लिंकिट सकल आदेश मूल्य	₹6,449 करोड़, वित्त वर्ष 2022-23	₹28,273 करोड़, वित्त वर्ष 2024-25	लगभग 109.4% वार्षिक चक्रवृद्धि वृद्धि
ब्लिंकिट आदेश	11.9 करोड़	42.4 करोड़	लगभग 88.8% वार्षिक चक्रवृद्धि वृद्धि
ब्लिंकिट औसत मासिक ग्राहक	29 लाख	1.02 करोड़	लगभग 3.5 गुना

स्रोत: आईबीईएफ, स्विगी लिमिटेड तथा इटरनल लिमिटेड।

इन आँकड़ों से स्पष्ट है कि क्विक कॉमर्स का विकास सामान्य खुदरा वृद्धि से कहीं अधिक तीव्र है। इंस्टामार्ट और ब्लिंकिट दोनों के सकल आदेश मूल्य में 100 प्रतिशत से अधिक चक्रवृद्धि वार्षिक वृद्धि दर्ज होना उपभोक्ता खरीद की संरचना में महत्वपूर्ण बदलाव की ओर संकेत करता है।

तालिका 4: स्थानीय खुदरा पर संभावित प्रभाव से जुड़े प्रकाशित संकेतक

संकेतक	परिणाम
क्विक कॉमर्स से उत्पन्न वास्तविक अतिरिक्त मांग	6-8%
अन्य खुदरा माध्यमों से स्थानांतरित बिक्री	लगभग 92-93%
क्विक कॉमर्स से पहले दैनिक खरीद में ऑनलाइन पसंद करने वाले नियमित उपयोगकर्ता	33%
क्विक कॉमर्स के बाद ऑनलाइन माध्यम पसंद करने वाले	87%
किराना पर निर्भरता पिछले 12 माह में कम बताने वाले उपभोक्ता	लगभग 51%
छूट घटने पर भी क्विक कॉमर्स जारी रखने की बात कहने वाले	70% से अधिक
त्वरित स्थानीय वितरण अपनाने पर किराना राजस्व में दर्ज वृद्धि	7-10%
प्रति □1 करोड़ मासिक बिक्री पर सामान्य व्यापार रोजगार	63-66 व्यक्ति
प्रति □1 करोड़ मासिक बिक्री पर क्विक कॉमर्स रोजगार	62-64 व्यक्ति

स्रोत: केयरनी एवं ग्रांट थॉर्नटन भारत।

सबसे महत्वपूर्ण निष्कर्ष यह है कि क्विक कॉमर्स की अधिकांश बिक्री नई मांग नहीं है। इसका बड़ा भाग अन्य खरीद माध्यमों से स्थानांतरित होता है। इससे स्थानीय किराना दुकानों के ग्राहक आवागमन और छोटी दैनिक खरीद पर दबाव बढ़ने की संभावना है। दूसरी ओर, रोजगार की दृष्टि से क्विक कॉमर्स को केवल रोजगार-विनाशकारी कहना भी उचित नहीं होगा। केयरनी के अनुसार □1 करोड़ मासिक

सकल माल मूल्य पर क्विक कॉमर्स में 62-64 रोजगार उत्पन्न होते हैं, जो सामान्य व्यापार के 63-66 रोजगार के लगभग बराबर हैं। अंतर यह है कि रोजगार का स्वरूप दुकान संचालक और पारंपरिक कर्मचारी से बदलकर वितरण-सहयोगी, पैकिंग तथा भंडारण आधारित रोजगार की ओर जाता है।

अध्ययन के प्रमुख परिणाम

बिलासपुर में क्विक कॉमर्स अभी प्रारंभिक विस्तार चरण में है, किंतु तीन प्रमुख मंचों के चार डार्क स्टोर की उपस्थिति यह दर्शाती है कि त्वरित वाणिज्य अब द्वितीय श्रेणी के शहरों तक पहुँच चुका है। आने वाले समय में सेवा-क्षेत्र का विस्तार होने पर स्थानीय बाजार पर इसका प्रभाव अधिक स्पष्ट हो सकता है। दूसरा महत्वपूर्ण परिणाम यह है कि डिजिटल भुगतान एवं इंटरनेट अवसंरचना क्विक कॉमर्स को बढ़ाने के लिए अनुकूल है। छत्तीसगढ़ में एक माह में 13 करोड़ से अधिक यूपीआई लेन-देन तथा 1.75 करोड़ से अधिक इंटरनेट सदस्यताएँ डिजिटल खरीदारी की पर्याप्त स्वीकृति को दर्शाती हैं। तीसरा, क्विक कॉमर्स का सबसे बड़ा लाभ समय की बचत है। स्थानीय दुकान तक जाने, वस्तु ढूँढ़ने, भुगतान करने तथा वापस लौटने की तुलना में मोबाइल द्वारा कुछ मिनट में घर पर वस्तु मिलना कामकाजी परिवारों, विद्यार्थियों और युवा उपभोक्ताओं के लिए विशेष आकर्षण उत्पन्न करता है। चौथा, किराना व्यापार का पूर्ण लोप निकट भविष्य में संभावित नहीं दिखाई देता। ताजे फल-सब्जियों का स्वयं चयन, छोटे मूल्य की खरीद, दुकानदार से व्यक्तिगत पहचान, स्थानीय उधार, वस्तु बदलने की सरलता और सामाजिक विश्वास जैसे गुण स्थानीय दुकानों के पक्ष में बने हुए हैं। पाँचवाँ, सबसे अधिक जोखिम उन खुदरा दुकानों के लिए है जो केवल पैकेटबंद दैनिक उपभोग की वस्तुओं पर निर्भर हैं और जिनके पास घर पहुँच सेवा, डिजिटल आदेश, डिजिटल भुगतान या ग्राहक संबंध प्रबंधन जैसी सुविधाएँ नहीं हैं। अंततः अध्ययन से पता चलता है कि तकनीक अपनाने वाले स्थानीय व्यापारी क्विक कॉमर्स के विरुद्ध अपेक्षाकृत बेहतर प्रतिस्पर्धा कर सकते हैं। फोन या व्हाट्सएप से आदेश, स्थानीय 20-30 मिनट वितरण, यूपीआई भुगतान और स्थायी ग्राहक समूह किराना दुकानों की प्रमुख रणनीतियाँ हो सकती हैं।

चर्चा (Discussion)

क्विक कॉमर्स का विकास भारतीय खुदरा व्यापार में मूलभूत संरचनात्मक परिवर्तन का संकेत है। पहले उपभोक्ता को इंटरनेट पर कम मूल्य और विस्तृत विकल्प आकर्षित करते थे; अब “समय” स्वयं एक व्यापारिक मूल्य बन गया है। त्वरित वाणिज्य उपभोक्ता को अतिरिक्त समय खरीदने जैसा अनुभव प्रदान करता है। बिलासपुर की सामाजिक एवं आर्थिक संरचना को देखते हुए यह प्रवृत्ति चयनित घनी आबादी वाले शहरी क्षेत्रों में पहले मजबूत होने की संभावना रखती है। जुलाई 2026 के उपलब्ध आँकड़ों में डार्क स्टोर शहर के प्रमुख आवासीय और वाणिज्यिक क्षेत्रों में केंद्रित दिखाई देते हैं। यह मॉडल तभी आर्थिक रूप से प्रभावी होता है जब सीमित वितरण क्षेत्र में पर्याप्त आदेश घनत्व प्राप्त हो।

स्थानीय खुदरा व्यवसाय पर इसका प्रभाव समान नहीं होगा। पैकेटबंद खाद्य सामग्री, शीतल पेय, स्नैक्स, व्यक्तिगत देखभाल वस्तुएँ और अचानक आवश्यकता वाली वस्तुएँ क्विक कॉमर्स की ओर तेजी से जा सकती हैं। इसके विपरीत ताजे फल, सब्जियाँ और स्थानीय रूप से पसंद की जाने वाली वस्तुओं में उपभोक्ता भौतिक चयन को अधिक महत्व दे सकता है। केयरनी ने भी ताजा उत्पादों में ऑनलाइन स्थानांतरण अपेक्षाकृत कम पाया।

स्थानीय व्यापारियों के लिए सबसे प्रभावी उत्तर मूल्य-युद्ध नहीं, बल्कि सेवा-सुधार है। बड़े मंच पूँजी, प्रौद्योगिकी और विज्ञापन में अधिक सक्षम होते हैं, इसलिए छोटे दुकानदार के लिए लगातार भारी छूट देना आर्थिक रूप से व्यवहार्य नहीं है। इसके बजाय व्यक्तिगत सेवा, निकटता, शीघ्र स्थानीय वितरण, ग्राहकों की नियमित आवश्यकताओं की जानकारी और छोटे आदेशों पर लचीलापन अधिक उपयोगी हो सकते हैं।

डिजिटल रूपांतरण स्थानीय व्यापार के अस्तित्व की महत्वपूर्ण शर्त बनता जा रहा है। ग्रांट थॉर्नटन के पुराने अध्ययन में भी घर पहुँच सेवा अपनाने वाले किराना व्यवसायों में 7-10 प्रतिशत राजस्व वृद्धि देखी गई थी। इसलिए क्विक कॉमर्स स्थानीय खुदरा के लिए केवल खतरा नहीं, बल्कि दक्षता सुधारने वाला प्रतिस्पर्धात्मक दबाव भी हो सकता है।

सार्वजनिक नीति की दृष्टि से भी स्थानीय व्यापारियों को डिजिटल बाजार में शामिल करना आवश्यक है। डिजिटल भुगतान, माल-सूची प्रबंधन, साझा स्थानीय वितरण तथा खुले डिजिटल वाणिज्य तंत्र से छोटे विक्रेता अपने ग्राहक आधार का विस्तार कर सकते हैं। इससे “बड़े मंच बनाम छोटे दुकानदार” की स्थिति को “डिजिटल रूप से जुड़े स्थानीय खुदरा पारिस्थितिकी तंत्र” में बदला जा सकता है।

परिकल्पना परीक्षण

इस अध्ययन में प्राथमिक सूक्ष्म आँकड़े उपलब्ध नहीं होने के कारण परिकल्पनाओं का परीक्षण प्रतिगमन अथवा टी-परीक्षण के स्थान पर प्रकाशित द्वितीयक साक्ष्यों, प्रवृत्ति विश्लेषण और तुलनात्मक संकेतकों के आधार पर किया गया है।

H₀₁ का परीक्षण: शून्य परिकल्पना कहती है कि क्विक कॉमर्स से स्थानीय खुदरा पर उल्लेखनीय प्रतिस्पर्धात्मक दबाव नहीं पड़ता। केयरनी के अनुसार क्विक कॉमर्स की केवल 6–8 प्रतिशत बिक्री अतिरिक्त उपभोग है और लगभग 92–93 प्रतिशत बिक्री दूसरे खुदरा माध्यमों से स्थानांतरित होती है। ग्रांट थॉर्नटन के अध्ययन में लगभग 51 प्रतिशत उपभोक्ताओं ने किराना पर अपनी निर्भरता घटने की बात कही। अतः व्यापक भारतीय खुदरा बाजार के संदर्भ में शून्य परिकल्पना के पक्ष में पर्याप्त प्रमाण नहीं मिलते। H₀₁ को व्यापक द्वितीयक साक्ष्यों के आधार पर अस्वीकार किया जाता है तथा H₁₁ को स्वीकार किया जाता है कि क्विक कॉमर्स स्थानीय खुदरा पर प्रतिस्पर्धात्मक दबाव उत्पन्न करता है। हालाँकि, बिलासपुर में बिक्री की वास्तविक प्रतिशत गिरावट अथवा सांख्यिकीय कारणात्मक प्रभाव सिद्ध करने के लिए स्थानीय दुकानों की समय-श्रृंखला बिक्री के प्राथमिक आँकड़े आवश्यक होंगे।

H₀₂ का परीक्षण: छत्तीसगढ़ में 1.751 करोड़ इंटरनेट सदस्यताएँ, 104.34 प्रति 100 की शहरी इंटरनेट सदस्यता तथा अगस्त 2025 में 13.457 करोड़ यूपीआई लेन-देन डिजिटल बाजार की पर्याप्त परिपक्वता दर्शाते हैं। बिलासपुर में तीन क्विक कॉमर्स मंचों की वास्तविक उपस्थिति भी इसी निष्कर्ष को मजबूत करती है। H₀₂ अस्वीकार तथा H₁₂ स्वीकार की जाती है। बिलासपुर एवं छत्तीसगढ़ का डिजिटल परिवेश क्विक कॉमर्स के विस्तार के लिए अनुकूल है।

निष्कर्ष

प्रस्तुत अध्ययन से स्पष्ट होता है कि क्विक कॉमर्स भारतीय खुदरा क्षेत्र में अल्पकालिक प्रवृत्ति के बजाय दीर्घकालिक संरचनात्मक परिवर्तन का रूप ग्रहण कर रहा है। वित्त वर्ष 2023-24 से 2024-25 के बीच भारतीय क्विक कॉमर्स सकल आदेश मूल्य लगभग ₹30,000 करोड़ से बढ़कर ₹64,000 करोड़ होना इस परिवर्तन की गति को स्पष्ट करता है। बिलासपुर में जुलाई 2026 तक चार दर्ज डार्क स्टोर के साथ यह बाजार अभी विकास की प्रारंभिक अवस्था में है। इसलिए वर्तमान समय स्थानीय व्यापारियों के लिए अनुकूलन का महत्वपूर्ण अवसर है। यदि व्यापारी डिजिटल भुगतान, व्हाट्सएप या मोबाइल आदेश, स्थानीय त्वरित वितरण, ग्राहक निष्ठा योजना और बेहतर माल-सूची प्रबंधन अपनाते हैं तो वे अपने पारंपरिक लाभों को आधुनिक सुविधा के साथ जोड़ सकते हैं। अध्ययन का केंद्रीय निष्कर्ष यह है कि स्थानीय खुदरा व्यापार समाप्त होने की अपेक्षा परिवर्तित होगा। किराना दुकानें विश्वास, भौगोलिक निकटता, व्यक्तिगत संबंध और स्थानीय जरूरतों की समझ में श्रेष्ठ हैं, जबकि क्विक कॉमर्स गति, तकनीक, उत्पाद उपलब्धता तथा सुविधा में मजबूत है। भविष्य में सफल स्थानीय खुदरा वही होगा जो इन दोनों व्यवस्थाओं की श्रेष्ठताओं का संयोजन कर सके। नीतिगत स्तर पर स्थानीय व्यापारियों के लिए डिजिटल प्रशिक्षण, सस्ती वितरण व्यवस्था, साझा तकनीकी मंच, डिजिटल लेखांकन और खुले नेटवर्क आधारित वाणिज्य को प्रोत्साहित किया जाना चाहिए। बिलासपुर जैसे शहरों में इससे स्थानीय उद्यमिता की रक्षा करते हुए डिजिटल खुदरा विकास के लाभ भी प्राप्त किए जा सकते हैं। अतः निष्कर्षतः कहा जा सकता है कि बिलासपुर में क्विक कॉमर्स का प्रभाव अभी उभरती अवस्था में है, किंतु राष्ट्रीय वृद्धि, स्थानीय डिजिटल आधार तथा वर्तमान डार्क स्टोर उपस्थिति यह संकेत देते हैं कि आने वाले वर्षों में इसका प्रभाव अधिक व्यापक होगा। स्थानीय खुदरा व्यापार के लिए इसका सबसे प्रभावी उत्तर विरोध नहीं, बल्कि समयानुकूल तकनीकी एवं सेवा-आधारित अनुकूलन होगा।

संदर्भ सूची

- 1) Bain & Company, & Flipkart. (2025). *How India shops online 2025: Evolving shopper habits and business models are reshaping the e-retail market*.
- 2) Bhatt, P., & Singh, A. K. (2025). *Impact of AI on consumers' purchase intention towards online grocery shopping in India*. *Journal of Reliability and Statistical Studies*, 17(2), 453–490. doi:10.13052/jrss0974-8024.17210.
- 3) Census of India. (2014). *District Census Handbook, Bilaspur, Chhattisgarh: Census of India 2011*. Office of the Registrar General & Census Commissioner, India.

- 4) District Administration Bilaspur. (2026). *Demography: District Bilaspur, Chhattisgarh*. Government of Chhattisgarh.
- 5) Eternal Limited. (2025). *Annual report 2024–25: Powering India's changing lifestyles*.
- 6) Grant Thornton Bharat. (2022). *Survival of the fastest: Quick commerce and its evolving business model*.
- 7) Grant Thornton Bharat. (2026). *Inside India's retail reset: The evolution of neighbourhood commerce*.
- 8) Gupta, U., & Kumar, N. (2023). *Analysing the impact of perceived risk, trust and past purchase satisfaction on repurchase intentions in case of online grocery shopping in India*. *Global Business Review*. doi:10.1177/09721509231178989.
- 9) Habib, S., & Hamadneh, N. N. (2021). *Impact of perceived risk on consumers technology acceptance in online grocery adoption amid COVID-19 pandemic*. *Sustainability*, 13(18), 10221. doi:10.3390/su131810221.
- 10) India Brand Equity Foundation. (2025). *Quick commerce orders soar to ₹64,000 crore in FY25, to touch ₹2,00,000 crore by FY28*.
- 11) India Brand Equity Foundation. (2026). *The evolution of quick commerce in India: A sectoral analysis*.
- 12) Kearney. (2025). *The rise of quick commerce: Transforming India's retail, consumer behaviors, and employment dynamics*.
- 13) Ministry of Statistics and Programme Implementation. (2025). *Household Consumption Expenditure Survey: 2023–24, Report No. 592*. Government of India.
- 14) National Payments Corporation of India. (2025). *Unified Payments Interface ecosystem statistics: State-wise UPI product statistics*.
- 15) Patil, A. S. (2025). *Understanding the perception of kirana store owners towards online grocery platforms*. *International Journal of Social Science Research and Review*, 8(11), 72–84. doi:10.47814/ijssrr.v8i11.2984.
- 16) QuickCommerceMap. (2026). *Bilaspur quick commerce report 2026*. Apexlayer Technologies.
- 17) Redseer Strategy Consultants. (2025). *Quick commerce: India's retail darling or profit mirage*.
- 18) Singh, R. (2024). *The impact of quick commerce on consumer behavior and economic trends in India: A systematic review*. *International Journal of Social Science and Economic Research*, 9(8). doi:10.46609/IJSSER.2024.v09i08.020.
- 19) Swiggy Limited. (2025). *Annual report 2024–25*.
- 20) Telecom Regulatory Authority of India. (2025). *The Indian telecom services yearly performance indicators 2024–2025*. Government of India.