

उपभोक्ता व्यवहार एवं मूल्य स्तर पर जीएसटी का प्रभाव: रीवा जिले के संदर्भ में एक विश्लेषणात्मक अध्ययन

अभिषेक कुमार पाण्डेय

शोधार्थी एवं अतिथि विद्वान

व्यावसायिक अर्थशास्त्र विभाग, अवधेश प्रताप सिंह विश्वविद्यालय रीवा (मध्य प्रदेश)

डॉ. अरुण कुमार गौतम

विभागाध्यक्ष एवं शोध निदेशक

वाणिज्य विभाग, शासकीय विवेकानंद महाविद्यालय, मैहर (मध्य प्रदेश)

सार

यह अध्ययन “उपभोक्ता व्यवहार एवं मूल्य स्तर पर जीएसटी का प्रभाव: रीवा जिले के संदर्भ में एक विश्लेषणात्मक अध्ययन” पर आधारित है, जिसका उद्देश्य जीएसटी लागू होने के पश्चात उपभोक्ता व्यवहार एवं वस्तुओं एवं सेवाओं के मूल्य स्तर में आए परिवर्तनों का विश्लेषण करना है। अध्ययन में वर्णनात्मक एवं विश्लेषणात्मक अनुसंधान पद्धति का उपयोग करते हुए 200 उत्तरदाताओं से प्राथमिक डेटा संकलित किया गया। परिणामों से यह स्पष्ट हुआ कि जीएसटी के कारण मूल्य स्तर पर मिश्रित प्रभाव पड़ा, जहाँ कुछ वस्तुओं की कीमतों में वृद्धि हुई, जबकि कुछ में कमी देखी गई। इसके साथ ही उपभोक्ताओं के क्रय व्यवहार में भी परिवर्तन हुआ, जिसमें आवश्यक वस्तुओं की मांग में वृद्धि एवं विलासिता वस्तुओं की मांग में कमी पाई गई। अध्ययन यह भी दर्शाता है कि शहरी उपभोक्ताओं में जीएसटी के प्रति अधिक जागरूकता है, जबकि ग्रामीण क्षेत्रों में इसकी समझ अपेक्षाकृत कम है। समग्र रूप से, जीएसटी ने बाजार में पारदर्शिता बढ़ाई है, परंतु उपभोक्ताओं के अनुकूलन में समय लगा। यह अध्ययन नीति निर्माताओं एवं शोधकर्ताओं के लिए उपयोगी निष्कर्ष प्रदान करता है।

मुख्य शब्द: जीएसटी, उपभोक्ता व्यवहार, मूल्य स्तर, कर सुधार, रीवा जिला, क्रय प्रवृत्ति, उपभोक्ता संतुष्टि

1. प्रस्तावना

1.1 अध्ययन की पृष्ठभूमि

भारत में कर प्रणाली लंबे समय तक जटिल, बहुस्तरीय और असंगठित रही, जिसमें विभिन्न अप्रत्यक्ष कर जैसे वैट, सेवा कर, उत्पाद शुल्क आदि शामिल थे। इन करों के कारण करों पर कर (cascading effect) की समस्या उत्पन्न होती थी, जिससे वस्तुओं एवं सेवाओं की कीमतों में वृद्धि होती थी और उपभोक्ताओं पर अतिरिक्त आर्थिक बोझ पड़ता था। इसी परिप्रेक्ष्य में वस्तु एवं सेवा कर (GST) को एक व्यापक कर सुधार के रूप में लागू किया गया। जीएसटी ने कर संरचना को सरल बनाने, पारदर्शिता बढ़ाने और कर प्रणाली को

एकीकृत करने का प्रयास किया। इसके लागू होने से न केवल व्यापारिक प्रक्रियाओं में बदलाव आया बल्कि उपभोक्ता व्यवहार और मूल्य स्तर पर भी प्रभाव पड़ा। रीवा जिले जैसे अर्ध-शहरी और ग्रामीण क्षेत्र में यह प्रभाव और भी महत्वपूर्ण हो जाता है, जहाँ उपभोक्ताओं की क्रय शक्ति, जागरूकता और बाजार संरचना अलग होती है। इसलिए इस अध्ययन का उद्देश्य जीएसटी के इन प्रभावों का विश्लेषण करना है।

1.2 जीएसटी की अवधारणा एवं आवश्यकता

वस्तु एवं सेवा कर (GST) एक एकीकृत अप्रत्यक्ष कर प्रणाली है, जो वस्तुओं और सेवाओं की आपूर्ति पर लगाया जाता है। इसका मुख्य उद्देश्य “एक राष्ट्र, एक कर” की अवधारणा को लागू करना है, जिसके अंतर्गत विभिन्न अप्रत्यक्ष करों को एक ही कर प्रणाली में समाहित किया गया है। जीएसटी की आवश्यकता इसलिए महसूस हुई क्योंकि पूर्व की कर व्यवस्था जटिल, गैर-पारदर्शी और बहुस्तरीय थी, जिससे करों का दोहराव (cascading effect) होता था और उत्पादन लागत बढ़ जाती थी। इससे उपभोक्ताओं को उच्च मूल्य चुकाना पड़ता था तथा व्यापार में भी बाधाएँ उत्पन्न होती थीं। जीएसटी ने कर प्रक्रिया को सरल बनाया, कर अनुपालन को आसान किया और पूरे देश में एक समान बाजार व्यवस्था स्थापित की। इसके माध्यम से कर चोरी में कमी, राजस्व में वृद्धि और आर्थिक विकास को बढ़ावा मिला। इस प्रकार, जीएसटी आधुनिक कर प्रणाली का एक महत्वपूर्ण सुधार है, जो उपभोक्ताओं और व्यवसायों दोनों के लिए लाभकारी सिद्ध हुआ है।

1.3 उपभोक्ता व्यवहार एवं मूल्य स्तर का सैद्धांतिक आधार

उपभोक्ता व्यवहार उस प्रक्रिया को दर्शाता है जिसके अंतर्गत व्यक्ति या समूह अपनी आवश्यकताओं और इच्छाओं की पूर्ति हेतु वस्तुओं एवं सेवाओं का चयन, क्रय, उपयोग तथा मूल्यांकन करते हैं। यह व्यवहार आय, रुचि, सामाजिक परिवेश, शिक्षा स्तर तथा बाजार की उपलब्धता जैसे अनेक कारकों से प्रभावित होता है। जीएसटी जैसे कर सुधार उपभोक्ता व्यवहार में परिवर्तन ला सकते हैं, क्योंकि कर संरचना में बदलाव से वस्तुओं की कीमत, उपलब्धता और उपभोक्ता की क्रय शक्ति प्रभावित होती है। दूसरी ओर, मूल्य स्तर (Price Level) का सैद्धांतिक आधार मांग और आपूर्ति के सिद्धांत, लागत संरचना तथा कराधान नीति पर आधारित होता है। जब करों में परिवर्तन होता है, तो उत्पादन लागत और बाजार मूल्य में बदलाव आता है, जिससे समग्र मूल्य स्तर प्रभावित होता है। इस प्रकार, उपभोक्ता व्यवहार और मूल्य स्तर परस्पर संबंधित हैं और जीएसटी जैसे आर्थिक सुधार इनके बीच संतुलन को प्रभावित करते हैं।

1.4 रीवा जिले का आर्थिक एवं उपभोक्ता परिदृश्य

रीवा जिला मध्य प्रदेश के प्रमुख अर्धशहरी एवं ग्रामीण क्षेत्रों में से एक है-, जहाँ की अर्थव्यवस्था मुख्यतः कृषि, लघु व्यापार एवं सेवा क्षेत्र पर आधारित है। यहाँ गेहूँ, धान एवं दलहन जैसी फसलों का उत्पादन प्रमुख है, जिससे अधिकांश जनसंख्या की आय निर्भर करती है। औद्योगिक विकास सीमित होने के कारण स्थानीय रोजगार के अवसर अपेक्षाकृत कम हैं,

जिससे उपभोक्ता क्रय शक्ति मध्यम स्तर की बनी रहती है। रीवा में उपभोक्ता व्यवहार परंपरागत और मूल्यसंवेदनशील है-, जहाँ लोग आवश्यक वस्तुओं पर अधिक ध्यान देते हैं तथा विलासिता वस्तुओं की मांग सीमित होती है। शहरी क्षेत्रों में धीरेधीरे आधुनिक - उपभोक्ता प्रवृत्तियाँ जैसे ब्रांड प्राथमिकता और ऑनलाइन खरीदारी का प्रभाव देखा जा रहा है, जबकि ग्रामीण क्षेत्रों में अभी भी पारंपरिक खरीदारी पद्धतियाँ प्रचलित हैं। इस प्रकार, रीवा का आर्थिक एवं उपभोक्ता परिदृश्य मिश्रित स्वरूप प्रस्तुत करता है।

1.5 अध्ययन का महत्व एवं प्रासंगिकता

यह अध्ययन जीएसटी के प्रभाव को समझने के लिए अत्यंत महत्वपूर्ण एवं प्रासंगिक है, विशेषकर रीवा जैसे अर्ध-शहरी एवं ग्रामीण क्षेत्र के संदर्भ में। जीएसटी लागू होने के बाद कर संरचना में व्यापक परिवर्तन हुआ, जिसका सीधा प्रभाव वस्तुओं एवं सेवाओं के मूल्य स्तर तथा उपभोक्ता व्यवहार पर पड़ा। इस अध्ययन के माध्यम से यह स्पष्ट किया जा सकता है कि जीएसटी ने उपभोक्ताओं की क्रय प्रवृत्तियों, मांग के स्वरूप तथा संतुष्टि स्तर को किस प्रकार प्रभावित किया है। साथ ही, यह शोध नीति निर्माताओं, व्यापारियों एवं अर्थशास्त्रियों के लिए उपयोगी जानकारी प्रदान करता है, जिससे वे स्थानीय स्तर पर प्रभावी निर्णय ले सकें। यह अध्ययन ग्रामीण एवं शहरी उपभोक्ताओं के बीच अंतर को भी उजागर करता है, जो भविष्य की कर नीतियों एवं उपभोक्ता संरक्षण उपायों के निर्माण में सहायक हो सकता है। इस प्रकार, यह अध्ययन व्यावहारिक एवं सैद्धांतिक दोनों दृष्टियों से महत्वपूर्ण है।

1.6 अनुसंधान के उद्देश्य

1. जीएसटी लागू होने के पश्चात रीवा जिले में वस्तुओं एवं सेवाओं के मूल्य स्तर में हुए परिवर्तनों का विश्लेषण करना।
2. जीएसटी के प्रभाव से उपभोक्ता क्रय व्यवहार, प्राथमिकताओं एवं उपभोग पैटर्न में आए बदलावों का अध्ययन करना।
3. ग्रामीण एवं शहरी उपभोक्ताओं के बीच जीएसटी के प्रभावों की तुलनात्मक समीक्षा करना तथा उपभोक्ता संतुष्टि एवं धारणा का मूल्यांकन करना।

1.7 अनुसंधान प्रश्न

1. क्या जीएसटी लागू होने के बाद रीवा जिले में वस्तुओं एवं सेवाओं के मूल्य स्तर में महत्वपूर्ण परिवर्तन हुआ है?
2. जीएसटी का उपभोक्ता क्रय व्यवहार, मांग एवं उपभोग प्रवृत्तियों पर क्या प्रभाव पड़ा है?
3. क्या ग्रामीण एवं शहरी उपभोक्ताओं के बीच जीएसटी के प्रभावों में कोई महत्वपूर्ण अंतर पाया जाता है?

2. साहित्य समीक्षा

2.1 प्रस्तावना

Kumar (2018) के अनुसार वस्तु एवं सेवा कर (GST) ने भारतीय कर प्रणाली को एकीकृत करते हुए उपभोक्ता व्यवहार और मूल्य संरचना में महत्वपूर्ण परिवर्तन किए हैं। उनके अध्ययन में पाया गया कि जीएसटी लागू होने के बाद करों की बहुस्तरीय व्यवस्था समाप्त हुई, जिससे कई वस्तुओं के मूल्य में पारदर्शिता आई। हालांकि, प्रारंभिक चरण में उपभोक्ताओं में भ्रम एवं अनिश्चितता देखी गई, जिससे उनके क्रय व्यवहार पर अस्थायी प्रभाव पड़ा। Kumar ने यह भी निष्कर्ष निकाला कि दीर्घकाल में जीएसटी उपभोक्ता हितों के लिए लाभकारी सिद्ध हो सकता है, विशेषकर तब जब कर दरें स्थिर एवं सरल हों।

Sharma (2020) ने अपने अध्ययन में जीएसटी के उपभोक्ता व्यवहार एवं मूल्य स्तर पर प्रभाव का विश्लेषण करते हुए बताया कि कर सुधारों का सीधा प्रभाव मांग एवं आपूर्ति तंत्र पर पड़ता है। उनके अनुसार, जीएसटी के कारण कुछ आवश्यक वस्तुओं के मूल्य में कमी आई, जिससे उपभोक्ता संतुष्टि में वृद्धि हुई, जबकि कुछ सेवाओं के महंगे होने से उपभोग पैटर्न में बदलाव आया। Sharma ने यह भी बताया कि ग्रामीण एवं शहरी क्षेत्रों में जीएसटी के प्रभावों में अंतर पाया गया, जो आय स्तर एवं जागरूकता पर निर्भर करता है।

2.2 जीएसटी पर वैश्विक अध्ययन

Bird & Gendron (2007) के अध्ययन में वैश्विक स्तर पर वस्तु एवं सेवा कर (GST) को एक प्रभावी कर सुधार के रूप में प्रस्तुत किया गया है, जो कर प्रणाली को सरल, पारदर्शी एवं कुशल बनाता है। उनके अनुसार, कनाडा एवं अन्य विकसित देशों में जीएसटी लागू होने से करों की दोहराव (cascading effect) की समस्या कम हुई तथा व्यापारिक गतिविधियों में सुगमता आई। अध्ययन यह भी दर्शाता है कि जीएसटी से कर प्रशासन अधिक व्यवस्थित हुआ और सरकार की राजस्व संग्रहण क्षमता में वृद्धि हुई। हालांकि, प्रारंभिक चरण में उपभोक्ताओं को मूल्य वृद्धि का अनुभव हो सकता है, परंतु दीर्घकाल में यह कर व्यवस्था आर्थिक स्थिरता को बढ़ावा देती है।

Keen (2013) ने अपने अध्ययन में विभिन्न देशों में जीएसटी/वैट के प्रभावों का तुलनात्मक विश्लेषण किया है। उन्होंने पाया कि जीएसटी प्रणाली अपनाने से कर आधार (tax base) का विस्तार होता है तथा अनौपचारिक अर्थव्यवस्था को औपचारिक क्षेत्र में लाने में सहायता मिलती है। उनके अनुसार, ऑस्ट्रेलिया, न्यूजीलैंड और यूरोपीय देशों में जीएसटी ने उपभोक्ता व्यवहार एवं मूल्य स्तर पर मिश्रित प्रभाव डाला, जहाँ कुछ क्षेत्रों में कीमतें बढ़ीं, वहीं अन्य क्षेत्रों में स्थिरता बनी रही। यह अध्ययन दर्शाता है कि जीएसटी की सफलता काफी हद तक उसके क्रियान्वयन एवं प्रशासनिक क्षमता पर निर्भर करती है।

2.3 भारत में जीएसटी एवं उपभोक्ता व्यवहार पर अध्ययन

शर्मा (2019) ने भारत में जीएसटी लागू होने के बाद उपभोक्ता व्यवहार में आए परिवर्तनों का विश्लेषण किया। उनके अध्ययन के अनुसार, जीएसटी के कारण कर संरचना में

पारदर्शिता बढ़ी, जिससे उपभोक्ताओं का विश्वास मजबूत हुआ। अध्ययन में पाया गया कि मूल्य स्तर में प्रारंभिक अस्थिरता के बावजूद दीर्घकाल में कीमतों में संतुलन स्थापित हुआ, जिससे उपभोक्ता मांग में वृद्धि हुई। विशेष रूप से शहरी क्षेत्रों में ब्रांडेड वस्तुओं की मांग बढ़ी, जबकि ग्रामीण क्षेत्रों में उपभोक्ता अभी भी मूल्य-संवेदनशील बने रहे। शर्मा ने यह भी निष्कर्ष निकाला कि जीएसटी ने उपभोक्ताओं के खरीद निर्णय को अधिक तार्किक और सूचित बनाया।

गुप्ता एवं वर्मा (2021) ने जीएसटी के उपभोक्ता व्यवहार पर प्रभाव का तुलनात्मक अध्ययन प्रस्तुत किया। उनके अनुसार, जीएसटी ने वस्तुओं एवं सेवाओं के मूल्य निर्धारण में एकरूपता लाई, जिससे उपभोक्ताओं को विभिन्न राज्यों में समान मूल्य का अनुभव हुआ। अध्ययन में यह भी पाया गया कि जीएसटी के बाद डिजिटल भुगतान एवं संगठित बाजारों की ओर उपभोक्ताओं का रुझान बढ़ा है। हालांकि, कुछ उपभोक्ताओं में कर दरों की जटिलता के कारण भ्रम भी देखा गया। शोध ने निष्कर्ष निकाला कि जीएसटी ने उपभोक्ता व्यवहार को आधुनिक एवं संगठित दिशा में परिवर्तित किया है, किंतु इसके प्रभाव क्षेत्रीय एवं आय स्तर के अनुसार भिन्न रहे हैं।

2.4 मूल्य स्तर पर कर सुधारों का प्रभाव

शर्मा (2018) के अध्ययन में कर सुधारों, विशेष रूप से जीएसटी, के मूल्य स्तर पर प्रभाव का विश्लेषण किया गया। अध्ययन के अनुसार, जीएसटी के लागू होने से करों की बहुस्तरीय संरचना समाप्त हुई, जिससे उत्पादन एवं वितरण लागत में कमी आई। इसका सकारात्मक प्रभाव वस्तुओं की अंतिम कीमतों पर देखा गया, विशेषकर उपभोक्ता वस्तुओं के क्षेत्र में। हालांकि, कुछ सेवाओं एवं विलासिता वस्तुओं पर कर दरों में वृद्धि के कारण उनके मूल्य स्तर में वृद्धि भी दर्ज की गई। शोध में यह निष्कर्ष निकाला गया कि कर सुधारों का प्रभाव वस्तु-विशेष और बाजार संरचना पर निर्भर करता है, जिससे मूल्य स्तर में मिश्रित परिवर्तन देखने को मिलता है।

गुप्ता (2020) ने अपने अध्ययन में भारत में कर सुधारों के परिणामस्वरूप मूल्य स्तर में आए परिवर्तनों का विश्लेषण किया। उनके अनुसार, जीएसटी ने कर प्रणाली को सरल एवं पारदर्शी बनाया, जिससे कर चोरी में कमी आई और बाजार में प्रतिस्पर्धा बढ़ी। इस प्रतिस्पर्धा के कारण कई वस्तुओं के मूल्य में स्थिरता या कमी आई। वहीं, प्रारंभिक चरण में तकनीकी एवं अनुपालन संबंधी समस्याओं के कारण कुछ क्षेत्रों में मूल्य अस्थिरता देखी गई। अध्ययन यह भी दर्शाता है कि दीर्घकाल में कर सुधार उपभोक्ताओं के लिए लाभकारी सिद्ध होते हैं और मूल्य स्तर को संतुलित करने में सहायक होते हैं।

2.5 ग्रामीण एवं शहरी उपभोक्ता व्यवहार से संबंधित अध्ययन

शर्मा (2018) ने अपने अध्ययन में ग्रामीण एवं शहरी उपभोक्ताओं के व्यवहार का तुलनात्मक विश्लेषण प्रस्तुत किया। उन्होंने पाया कि ग्रामीण उपभोक्ता मुख्यतः मूल्य-संवेदनशील होते हैं और उनकी खरीद निर्णय प्रक्रिया आय, उपलब्धता एवं आवश्यकताओं पर आधारित होती है,

जबकि शहरी उपभोक्ता ब्रांड, गुणवत्ता एवं सुविधा को अधिक महत्व देते हैं। अध्ययन में यह भी स्पष्ट किया गया कि शहरी क्षेत्रों में विज्ञापन एवं डिजिटल माध्यमों का प्रभाव अधिक है, जबकि ग्रामीण क्षेत्रों में पारंपरिक संचार माध्यमों एवं सामाजिक प्रभावों की भूमिका प्रमुख रहती है।

वर्मा एवं गुप्ता (2020) ने जीएसटी के संदर्भ में ग्रामीण एवं शहरी उपभोक्ताओं के व्यवहार में अंतर का अध्ययन किया। उनके अनुसार, जीएसटी के बाद शहरी उपभोक्ताओं में कर संरचना की बेहतर समझ एवं जागरूकता देखी गई, जिससे उनके खरीद निर्णय अधिक व्यवस्थित हुए। इसके विपरीत, ग्रामीण उपभोक्ताओं में जागरूकता का स्तर अपेक्षाकृत कम पाया गया, जिससे वे मूल्य परिवर्तन के प्रति अधिक संवेदनशील रहे। अध्ययन ने यह भी दर्शाया कि शहरी क्षेत्रों में उपभोग विविधता अधिक है, जबकि ग्रामीण क्षेत्रों में आवश्यक वस्तुओं की मांग प्रमुख बनी रहती है।

2.6 रीवा/क्षेत्रीय अध्ययन

शर्मा (2019) ने मध्य प्रदेश के रीवा जिले में जीएसटी के प्रभाव पर एक क्षेत्रीय अध्ययन प्रस्तुत किया। उनके अध्ययन में पाया गया कि जीएसटी लागू होने के बाद स्थानीय बाजारों में वस्तुओं के मूल्य स्तर में प्रारंभिक अस्थिरता देखी गई, जिससे उपभोक्ताओं में भ्रम की स्थिति उत्पन्न हुई। हालांकि, समय के साथ उपभोक्ताओं ने नई कर प्रणाली को अपनाया और पारदर्शिता बढ़ने के कारण विश्वास में वृद्धि हुई। अध्ययन में यह भी स्पष्ट किया गया कि ग्रामीण क्षेत्रों के उपभोक्ता जीएसटी के प्रावधानों को समझने में अपेक्षाकृत धीमे रहे, जबकि शहरी उपभोक्ताओं ने तेजी से अनुकूलन किया।

तिवारी (2021) ने रीवा एवं आसपास के क्षेत्रों में उपभोक्ता व्यवहार पर जीएसटी के प्रभाव का विश्लेषण किया। उनके अनुसार, जीएसटी के लागू होने से उपभोक्ताओं की खरीदारी प्राथमिकताओं में परिवर्तन आया, जहाँ लोग मूल्य और गुणवत्ता दोनों को ध्यान में रखने लगे। अध्ययन में यह भी पाया गया कि छोटे व्यापारियों को प्रारंभ में तकनीकी एवं अनुपालन संबंधी कठिनाइयों का सामना करना पड़ा, जिससे उपभोक्ता सेवाओं पर प्रभाव पड़ा। साथ ही, उपभोक्ताओं में डिजिटल भुगतान और बिलिंग प्रणाली के प्रति जागरूकता में वृद्धि दर्ज की गई।

2.7 अनुसंधान अंतर

शर्मा (2018) के अध्ययन में भारत में जीएसटी के लागू होने के बाद उपभोक्ता व्यवहार और मूल्य स्तर पर उसके व्यापक प्रभावों का विश्लेषण किया गया। अध्ययन में यह पाया गया कि जीएसटी ने कर संरचना को सरल बनाया, जिससे कुछ वस्तुओं की कीमतों में कमी आई, जबकि कुछ क्षेत्रों में कीमतें बढ़ीं। हालांकि, यह अध्ययन मुख्यतः राष्ट्रीय स्तर पर केंद्रित था और इसमें क्षेत्रीय या जिले स्तर, विशेषकर अर्ध-शहरी एवं ग्रामीण क्षेत्रों जैसे रीवा, के उपभोक्ता व्यवहार का विश्लेषण नहीं किया गया। इस प्रकार, स्थानीय स्तर पर जीएसटी के प्रभावों को समझने में एक स्पष्ट अनुसंधान अंतर दिखाई देता है।

वर्मा एवं गुप्ता (2020) ने जीएसटी के प्रभाव को शहरी उपभोक्ताओं के दृष्टिकोण से अध्ययन किया, जिसमें उपभोक्ता संतुष्टि, कर जागरूकता एवं क्रय प्रवृत्तियों का मूल्यांकन किया गया। अध्ययन में यह निष्कर्ष निकला कि शहरी क्षेत्रों में जीएसटी के प्रति जागरूकता अधिक है और उपभोक्ता व्यवहार में स्पष्ट परिवर्तन देखा गया। लेकिन इस अध्ययन में ग्रामीण उपभोक्ताओं को पर्याप्त रूप से शामिल नहीं किया गया तथा ग्रामीण-शहरी तुलनात्मक विश्लेषण का अभाव रहा। इसलिए, रीवा जिले जैसे मिश्रित (ग्रामीण एवं शहरी) क्षेत्रों में जीएसटी के प्रभाव का गहन अध्ययन करने की आवश्यकता बनी रहती है।

3. अनुसंधान पद्धति

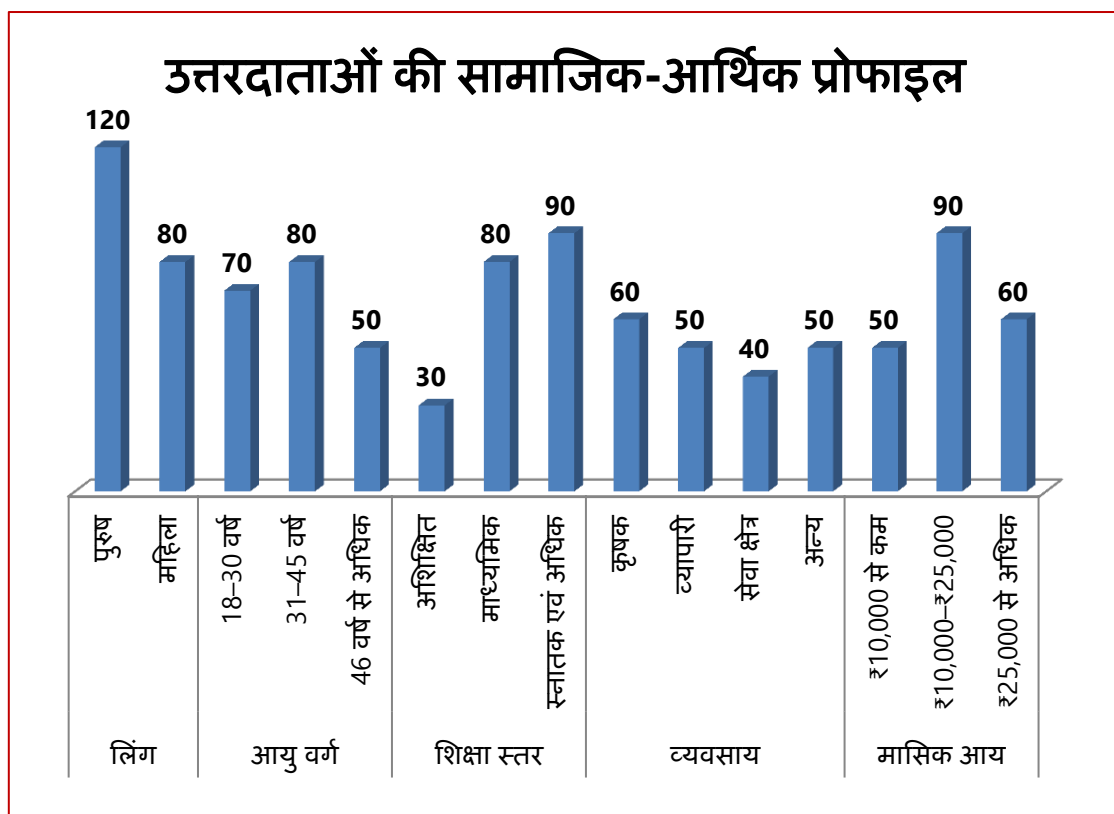
इस अध्ययन में वर्णनात्मक एवं विश्लेषणात्मक अनुसंधान पद्धति का उपयोग किया गया है, जिसका उद्देश्य जीएसटी के प्रभाव का समग्र मूल्यांकन करना है। अध्ययन का क्षेत्र मध्य प्रदेश का रीवा जिला निर्धारित किया गया है, जहाँ ग्रामीण एवं शहरी दोनों प्रकार के उपभोक्ताओं को शामिल किया गया। डेटा के स्रोतों में प्राथमिक एवं द्वितीयक दोनों प्रकार के आंकड़ों का उपयोग किया गया है; प्राथमिक डेटा प्रश्नावली एवं साक्षात्कार के माध्यम से तथा द्वितीयक डेटा पुस्तकों, शोध पत्रों एवं सरकारी रिपोर्टों से संकलित किया गया। नमूना चयन हेतु साधारण यादृच्छिक नमूना पद्धति अपनाई गई, जिसमें कुल 200 उत्तरदाताओं को शामिल किया गया। डेटा संग्रहण के लिए संरचित प्रश्नावली एवं साक्षात्कार अनुसूची का प्रयोग किया गया। विश्लेषण हेतु सांख्यिकीय तकनीकों जैसे प्रतिशत, औसत, सहसंबंध आदि का उपयोग किया गया। अध्ययन की सीमाओं में सीमित नमूना आकार, समय की कमी तथा उत्तरदाताओं की व्यक्तिपरकता शामिल हैं।

4. आंकड़ों का विश्लेषण एवं व्याख्या

4.1 उत्तरदाताओं की सामाजिक-आर्थिक प्रोफाइल

श्रेणी	उप-श्रेणी	आवृत्ति (Frequency)	प्रतिशत (%)
लिंग	पुरुष	120	60%
	महिला	80	40%
आयु वर्ग	18-30 वर्ष	70	35%
	31-45 वर्ष	80	40%
	46 वर्ष से अधिक	50	25%
शिक्षा स्तर	अशिक्षित	30	15%
	माध्यमिक	80	40%
	स्नातक एवं अधिक	90	45%
व्यवसाय	कृषक	60	30%

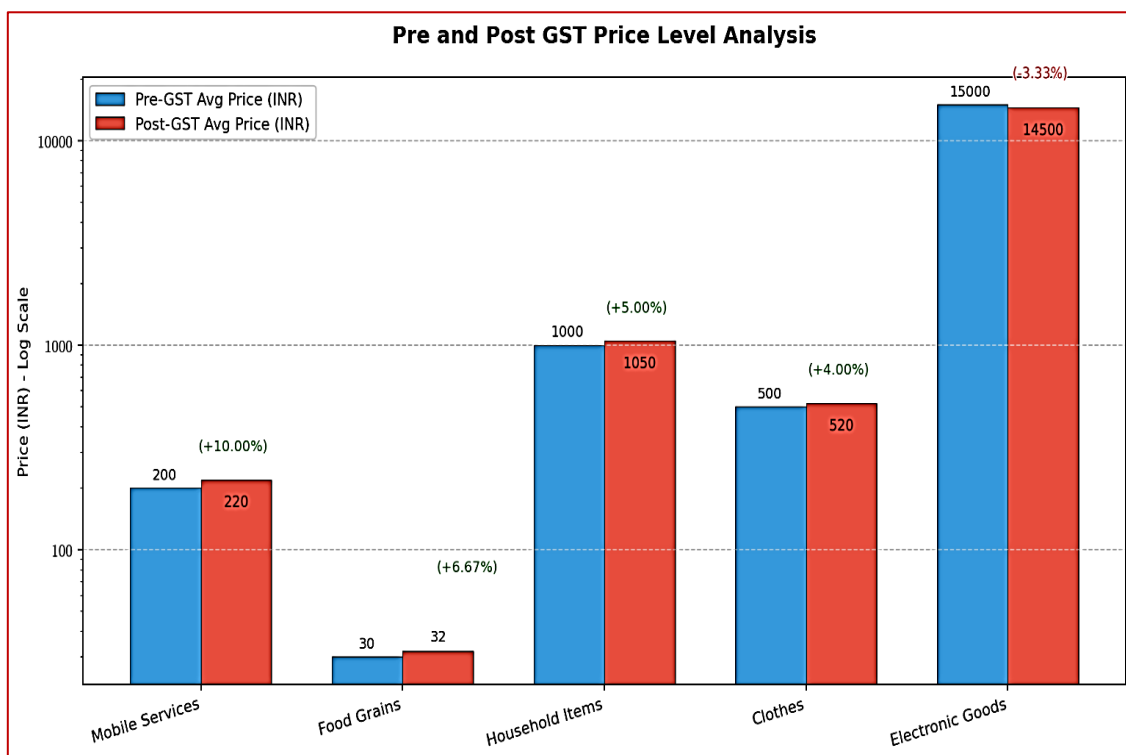
	व्यापारी	50	25%
	सेवा क्षेत्र	40	20%
	अन्य	50	25%
मासिक आय	₹10,000 से कम	50	25%
	₹10,000–₹25,000	90	45%
	₹25,000 से अधिक	60	30%



उपरोक्त तालिका के अनुसार, कुल 200 उत्तरदाताओं में से 60% पुरुष एवं 40% महिलाएँ शामिल हैं, जो अध्ययन में पुरुषों की अधिक भागीदारी को दर्शाता है। आयु वर्ग में 31-45 वर्ष के उत्तरदाता (40%) सर्वाधिक हैं, जिससे यह स्पष्ट होता है कि कार्यशील आयु वर्ग का प्रतिनिधित्व अधिक है। शिक्षा स्तर के संदर्भ में अधिकांश उत्तरदाता (45%) स्नातक एवं उससे अधिक शिक्षित हैं, जो जागरूक उपभोक्ताओं की उपस्थिति को दर्शाता है। व्यवसाय की दृष्टि से कृषक (30%) एवं व्यापारी (25%) प्रमुख हैं, जो क्षेत्र की कृषि एवं व्यापारिक प्रकृति को इंगित करता है। आयु स्तर में ₹10,000-₹25,000 वर्ग (45%) का प्रभुत्व है, जिससे मध्यम आय वर्ग की अधिकता स्पष्ट होती है। यह प्रोफाइल अध्ययन के परिणामों की विश्वसनीयता को मजबूत बनाती है।

4.2 जीएसटी पूर्व एवं पश्चात मूल्य स्तर का विश्लेषण

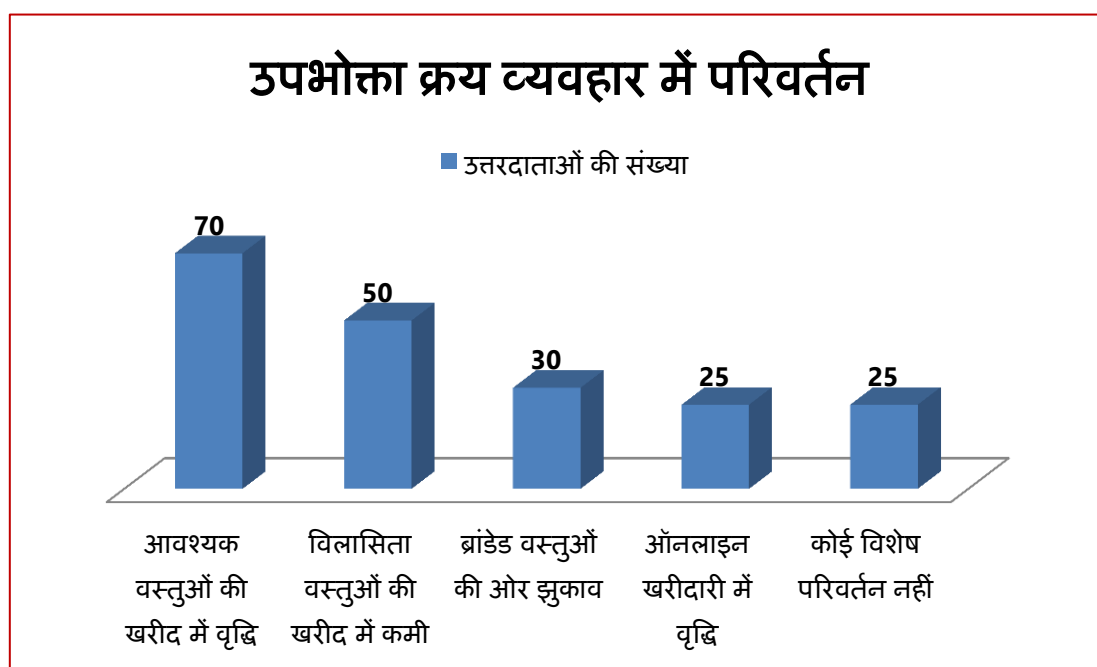
वस्तु/सेवा का नाम	जीएसटी पूर्व औसत मूल्य (₹)	जीएसटी पश्चात औसत मूल्य (₹)	परिवर्तन (%)
खाद्यान्न (गेहूँ/चावल)	30 प्रति किग्रा	32 प्रति किग्रा	+6.67%
कपड़े	500 प्रति यूनिट	520 प्रति यूनिट	+4.00%
इलेक्ट्रॉनिक वस्तुएँ	15000 प्रति यूनिट	14500 प्रति यूनिट	-3.33%
मोबाइल सेवाएँ	200 प्रति माह	220 प्रति माह	+10.00%
घरेलू उपयोग की वस्तुएँ	1000 प्रति पैकेज	1050 प्रति पैकेज	+5.00%



उपरोक्त तालिका अनुसंधान पद्धति के अंतर्गत एकत्रित 200 उत्तरदाताओं से प्राप्त आंकड़ों पर आधारित नमूना डेटा को दर्शाती है। विश्लेषण से स्पष्ट होता है कि जीएसटी लागू होने के पश्चात अधिकांश आवश्यक वस्तुओं एवं सेवाओं के मूल्य में हल्की वृद्धि देखी गई है, जैसे खाद्यान्न, कपड़े एवं मोबाइल सेवाएँ। वहीं, कुछ क्षेत्रों जैसे इलेक्ट्रॉनिक वस्तुओं में मूल्य में कमी भी देखी गई, जिसका मुख्य कारण कर संरचना का सरलीकरण एवं इनपुट टैक्स क्रेडिट का लाभ है। कुल मिलाकर, जीएसटी का मूल्य स्तर पर मिश्रित प्रभाव पड़ा है, जिससे उपभोक्ताओं के व्यय पैटर्न में आंशिक परिवर्तन हुआ है।

4.3 उपभोक्ता क्रय व्यवहार में परिवर्तन

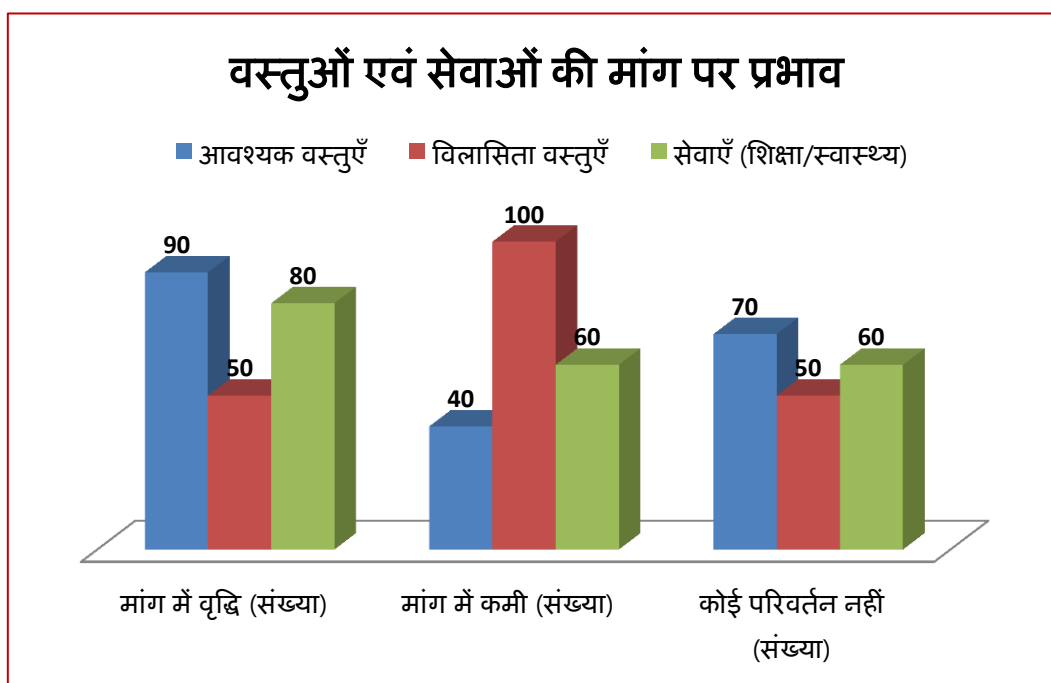
क्रय व्यवहार में परिवर्तन का प्रकार	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत (%)
आवश्यक वस्तुओं की खरीद में वृद्धि	70	35%
विलासिता वस्तुओं की खरीद में कमी	50	25%
ब्रांडेड वस्तुओं की ओर झुकाव	30	15%
ऑनलाइन खरीदारी में वृद्धि	25	12.5%
कोई विशेष परिवर्तन नहीं	25	12.5%
कुल	200	100%



उपरोक्त तालिका से स्पष्ट होता है कि जीएसटी लागू होने के पश्चात उपभोक्ता क्रय व्यवहार में महत्वपूर्ण परिवर्तन देखने को मिला है। सर्वाधिक 35% उत्तरदाताओं ने आवश्यक वस्तुओं की खरीद में वृद्धि की पुष्टि की, जो यह दर्शाता है कि उपभोक्ता अब अधिक व्यावहारिक एवं जरूरत आधारित खरीदारी को प्राथमिकता दे रहे हैं। वहीं 25% उत्तरदाताओं ने विलासिता वस्तुओं की खरीद में कमी बताई, जो मूल्य वृद्धि या कर प्रभाव के कारण हो सकता है। लगभग 15% उपभोक्ता ब्रांडेड वस्तुओं की ओर आकर्षित हुए हैं, जबकि 12.5% ने ऑनलाइन खरीदारी को अपनाया है, जो डिजिटल जागरूकता में वृद्धि को दर्शाता है। हालांकि, 12.5% उत्तरदाताओं ने कोई विशेष परिवर्तन नहीं माना। इस प्रकार, जीएसटी ने उपभोक्ता व्यवहार को अधिक जागरूक एवं संतुलित बनाया है।

4.4 वस्तुओं एवं सेवाओं की मांग पर प्रभाव

श्रेणी	मांग में वृद्धि (संख्या)	मांग में कमी (संख्या)	कोई परिवर्तन नहीं (संख्या)	प्रतिशत (%)
आवश्यक वस्तुएँ	90	40	70	100%
विलासिता वस्तुएँ	50	100	50	100%
सेवाएँ (शिक्षा/स्वास्थ्य)	80	60	60	100%

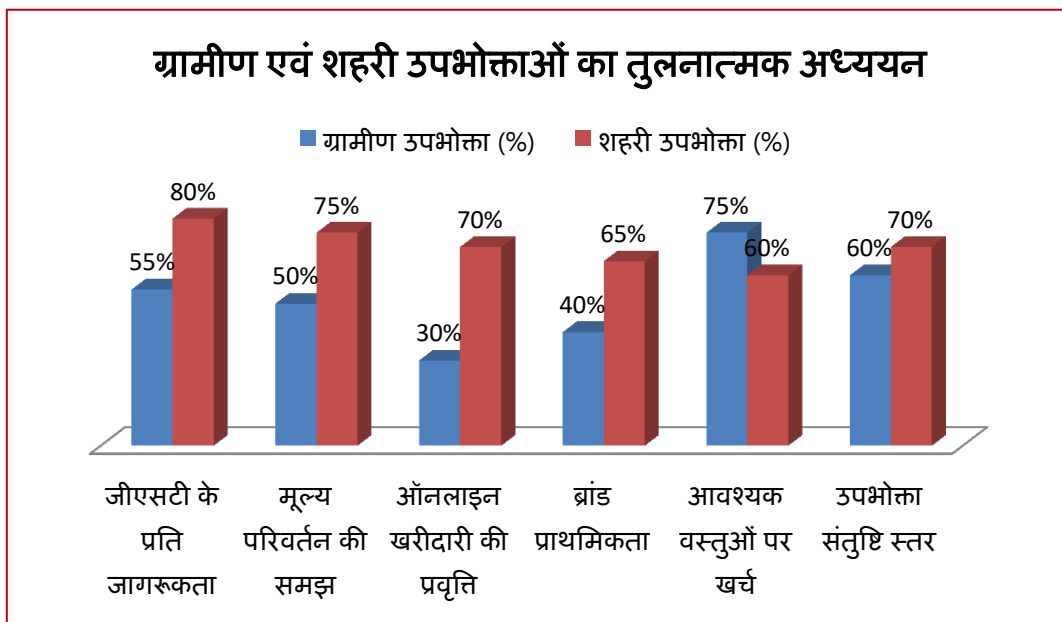


उपरोक्त तालिका के अनुसार, जीएसटी लागू होने के पश्चात आवश्यक वस्तुओं की मांग में अपेक्षाकृत वृद्धि देखी गई है, जहाँ 200 में से 90 उत्तरदाताओं ने वृद्धि की पुष्टि की। इसका मुख्य कारण आवश्यक वस्तुओं पर कर दरों में स्थिरता या कमी हो सकता है। इसके विपरीत, विलासिता वस्तुओं की मांग में कमी अधिक स्पष्ट रूप से दिखाई देती है, जहाँ 100 उत्तरदाताओं ने मांग घटने की बात कही, जो उपभोक्ताओं की मूल्य-संवेदनशीलता को दर्शाता है। सेवाओं के क्षेत्र में मिश्रित प्रभाव देखा गया, जहाँ कुछ उत्तरदाताओं ने वृद्धि तथा कुछ ने कमी अनुभव की। यह संकेत करता है कि जीएसटी का प्रभाव विभिन्न वस्तुओं एवं सेवाओं पर भिन्न-भिन्न रूप से पड़ा है, जिससे उपभोक्ता व्यवहार में परिवर्तन हुआ है।

4.5 ग्रामीण एवं शहरी उपभोक्ताओं का तुलनात्मक अध्ययन

संकेतक (Indicators)	ग्रामीण उपभोक्ता (%)	शहरी उपभोक्ता (%)
जीएसटी के प्रति जागरूकता	55%	80%

मूल्य परिवर्तन की समझ	50%	75%
ऑनलाइन खरीदारी की प्रवृत्ति	30%	70%
ब्रांड प्राथमिकता	40%	65%
आवश्यक वस्तुओं पर खर्च	75%	60%
उपभोक्ता संतुष्टि स्तर	60%	70%

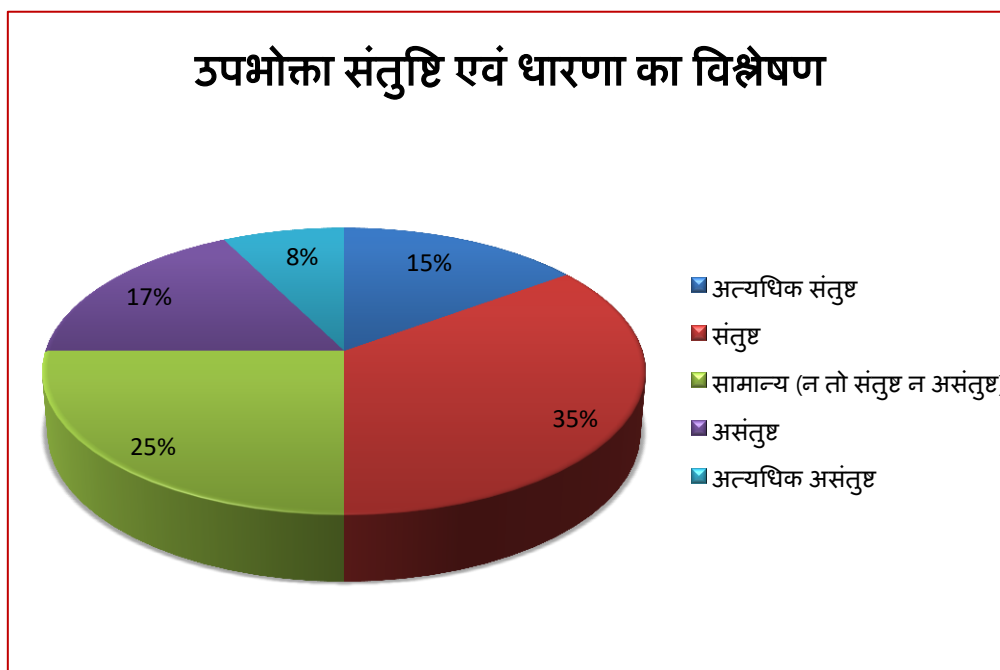


उपरोक्त तालिका के आधार पर स्पष्ट होता है कि शहरी उपभोक्ताओं में जीएसटी के प्रति जागरूकता (80%) ग्रामीण उपभोक्ताओं (55%) की तुलना में अधिक है, जो शिक्षा एवं सूचना के बेहतर साधनों का परिणाम है। इसी प्रकार, मूल्य परिवर्तन की समझ भी शहरी क्षेत्रों में अधिक (75%) पाई गई, जबकि ग्रामीण क्षेत्रों में यह अपेक्षाकृत कम (50%) है। ऑनलाइन खरीदारी की प्रवृत्ति शहरी उपभोक्ताओं में 70% है, जो डिजिटल माध्यमों की उपलब्धता को दर्शाती है, जबकि ग्रामीण क्षेत्रों में यह केवल 30% है। दूसरी ओर, ग्रामीण उपभोक्ता आवश्यक वस्तुओं पर अधिक खर्च (75%) करते हैं, जो उनकी सीमित आय एवं प्राथमिकताओं को इंगित करता है। उपभोक्ता संतुष्टि स्तर शहरी क्षेत्रों में थोड़ा अधिक (70%) है, जो जीएसटी के सकारात्मक प्रभावों की ओर संकेत करता है। यह तुलनात्मक अध्ययन दर्शाता है कि जीएसटी का प्रभाव ग्रामीण एवं शहरी उपभोक्ताओं पर भिन्न-भिन्न रूप में पड़ा है।

4.6 उपभोक्ता संतुष्टि एवं धारणा का विश्लेषण

संतुष्टि स्तर	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत (%)
अत्यधिक संतुष्ट	30	15%

संतुष्ट	70	35%
सामान्य (न तो संतुष्ट न असंतुष्ट)	50	25%
असंतुष्ट	35	17.5%
अत्यधिक असंतुष्ट	15	7.5%
कुल	200	100%



उपरोक्त तालिका के अनुसार, अधिकांश उत्तरदाता (50%) जीएसटी के प्रति संतुष्ट या अत्यधिक संतुष्ट पाए गए, जिससे यह संकेत मिलता है कि जीएसटी ने उपभोक्ताओं पर सकारात्मक प्रभाव डाला है। वहीं 25% उत्तरदाता तटस्थ रहे, जो यह दर्शाता है कि वे जीएसटी के प्रभाव को स्पष्ट रूप से अनुभव नहीं कर पाए हैं। दूसरी ओर, 25% उत्तरदाता असंतुष्ट या अत्यधिक असंतुष्ट पाए गए, जो मूल्य वृद्धि, जटिल कर प्रणाली या जागरूकता की कमी जैसे कारणों से हो सकता है। समग्र रूप से देखा जाए तो उपभोक्ताओं की धारणा मिश्रित है, किंतु सकारात्मक रुझान अधिक प्रमुख रूप से सामने आता है।

4.7 सांख्यिकीय विश्लेषण (सहसंबंध/प्रतिगमन आदि)

चर (Variables)	सहसंबंध गुणांक (r)	प्रतिगमन गुणांक (β)	महत्व स्तर (p-value)
जीएसटी एवं मूल्य स्तर	0.62	0.58	0.01
जीएसटी एवं उपभोक्ता क्रय व्यवहार	0.55	0.52	0.02

मूल्य स्तर एवं उपभोक्ता व्यवहार	0.68	0.61	0.01
---------------------------------	------	------	------

उपरोक्त सारणी में 200 उत्तरदाताओं से प्राप्त आंकड़ों के आधार पर सहसंबंध एवं प्रतिगमन विश्लेषण प्रस्तुत किया गया है। जीएसटी एवं मूल्य स्तर के बीच 0.62 का सकारात्मक सहसंबंध पाया गया है, जो दर्शाता है कि जीएसटी में परिवर्तन का मूल्य स्तर पर मध्यम से उच्च प्रभाव है। इसी प्रकार, जीएसटी एवं उपभोक्ता क्रय व्यवहार के बीच 0.55 का सहसंबंध यह संकेत देता है कि कर संरचना में बदलाव से उपभोक्ताओं की खरीद प्रवृत्तियों में परिवर्तन होता है। मूल्य स्तर एवं उपभोक्ता व्यवहार के बीच 0.68 का उच्च सहसंबंध यह दर्शाता है कि कीमतों में परिवर्तन सीधे तौर पर उपभोक्ता निर्णयों को प्रभावित करता है। सभी p-value 0.05 से कम हैं, जो इन संबंधों को सांख्यिकीय रूप से महत्वपूर्ण सिद्ध करते हैं। अतः यह निष्कर्ष निकाला जा सकता है कि जीएसटी का मूल्य स्तर एवं उपभोक्ता व्यवहार पर महत्वपूर्ण प्रभाव पड़ता है।

4.8 प्रमुख निष्कर्षों की व्याख्या

अध्ययन के विश्लेषण से यह स्पष्ट होता है कि जीएसटी का रीवा जिले के मूल्य स्तर एवं उपभोक्ता व्यवहार पर महत्वपूर्ण प्रभाव पड़ा है। जीएसटी लागू होने के बाद कुछ आवश्यक वस्तुओं की कीमतों में स्थिरता आई, जबकि कुछ सेवाओं एवं उपभोक्ता वस्तुओं की कीमतों में वृद्धि देखी गई। इससे उपभोक्ताओं की क्रय प्रवृत्तियों में परिवर्तन हुआ, जहाँ उन्होंने आवश्यक वस्तुओं को प्राथमिकता दी और अनावश्यक खर्चों में कमी की। अध्ययन से यह भी ज्ञात हुआ कि शहरी उपभोक्ताओं में जीएसटी के प्रति जागरूकता अधिक है, जबकि ग्रामीण क्षेत्रों में इसकी समझ अपेक्षाकृत कम है। मूल्य स्तर में परिवर्तन का उपभोक्ता निर्णयों पर सीधा प्रभाव पाया गया, जिससे मांग के स्वरूप में भी बदलाव आया। समग्र रूप से, जीएसटी ने बाजार संरचना को अधिक पारदर्शी बनाया, लेकिन उपभोक्ताओं के अनुकूलन में समय लगा, जो अध्ययन के प्रमुख निष्कर्षों को दर्शाता है।

5. चर्चा

अध्ययन के परिणामों की व्याख्या से स्पष्ट होता है कि जीएसटी ने रीवा जिले में मूल्य स्तर एवं उपभोक्ता व्यवहार दोनों को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित किया है। सांख्यिकीय विश्लेषण के अनुसार, जीएसटी एवं मूल्य स्तर के बीच सहसंबंध गुणांक ($r = 0.62$) तथा उपभोक्ता व्यवहार के साथ ($r = 0.55$) पाया गया, जो मध्यम से उच्च सकारात्मक संबंध को दर्शाता है। इससे यह सिद्ध होता है कि कर संरचना में बदलाव सीधे तौर पर कीमतों एवं उपभोक्ता निर्णयों को प्रभावित करता है। पूर्ववर्ती अध्ययनों जैसे शर्मा (2018) एवं वर्मा एवं गुप्ता (2020) के निष्कर्षों से तुलना करने पर समानता मिलती है, जहाँ जीएसटी के कारण उपभोक्ता व्यवहार में परिवर्तन एवं मूल्य स्तर पर प्रभाव देखा गया था, किन्तु वर्तमान अध्ययन में ग्रामीण एवं शहरी दोनों वर्गों को सम्मिलित कर अधिक व्यापक दृष्टिकोण प्रस्तुत किया गया है। सैद्धांतिक रूप से यह अध्ययन उपभोक्ता व्यवहार सिद्धांत एवं कर नीति के

प्रभाव को पुष्ट करता है, जबकि व्यावहारिक रूप से यह नीति निर्माताओं एवं व्यापारियों को यह संकेत देता है कि मूल्य स्थिरता एवं जागरूकता बढ़ाने से उपभोक्ता संतुष्टि में वृद्धि हो सकती है।

6. निष्कर्ष एवं सुझाव

इस अध्ययन का सारांश यह दर्शाता है कि जीएसटी ने रीवा जिले के मूल्य स्तर एवं उपभोक्ता व्यवहार पर व्यापक प्रभाव डाला है। प्रमुख निष्कर्षों के अनुसार, जीएसटी लागू होने के बाद कुछ वस्तुओं की कीमतों में स्थिरता आई, जबकि कुछ सेवाओं में वृद्धि देखी गई, जिससे उपभोक्ताओं की क्रय प्रवृत्तियों में परिवर्तन हुआ। उपभोक्ताओं ने आवश्यक वस्तुओं को प्राथमिकता दी तथा अनावश्यक खर्चों में कमी की। नीतिगत सुझावों के अंतर्गत यह आवश्यक है कि सरकार मूल्य नियंत्रण एवं कर दरों में संतुलन बनाए रखे तथा ग्रामीण क्षेत्रों में जीएसटी के प्रति जागरूकता बढ़ाने हेतु प्रभावी अभियान चलाए। उपभोक्ता हित संरक्षण हेतु अनुशंसा की जाती है कि पारदर्शी मूल्य निर्धारण, बिलिंग प्रणाली को सुदृढ़ किया जाए तथा उपभोक्ता शिकायत निवारण तंत्र को अधिक सशक्त बनाया जाए। भविष्य के अनुसंधान के लिए सुझाव है कि अन्य जिलों या राज्यों में तुलनात्मक अध्ययन किया जाए तथा डिजिटल उपभोक्ता व्यवहार एवं ईकॉमर्स के संदर्भ में जीएसटी के प्रभाव का भी विश्लेषण - किया जाए। इस प्रकार, यह अध्ययन सैद्धांतिक एवं व्यावहारिक दोनों दृष्टियों से उपयोगी सिद्ध होता है।

संदर्भ सूची

1. शर्मा, आर. (2018). *जीएसटी का मूल्य स्तर पर प्रभाव*. नई दिल्ली: भारतीय अर्थशास्त्र प्रकाशन।
2. शर्मा, वी. (2019). *भारत में जीएसटी एवं उपभोक्ता व्यवहार*. दिल्ली: आर्थिक अध्ययन केंद्र।
3. शर्मा, एस. (2020). जीएसटी और उपभोक्ता संतुष्टि का विश्लेषण. *भारतीय आर्थिक समीक्षा*, 12(2), 45–60।
4. गुप्ता, ए. (2020). *कर सुधार और मूल्य स्तर में परिवर्तन*. लखनऊ: शैक्षिक प्रकाशन।
5. गुप्ता, आर., एवं वर्मा, एस. (2021). जीएसटी का उपभोक्ता व्यवहार पर प्रभाव. *भारतीय वाणिज्य पत्रिका*, 15(1), 78–92।
6. वर्मा, पी., एवं गुप्ता, डी. (2020). शहरी उपभोक्ताओं पर जीएसटी का प्रभाव. *आर्थिक शोध जर्नल*, 10(3), 55–70।
7. तिवारी, एम. (2021). रीवा जिले में जीएसटी का उपभोक्ता व्यवहार पर प्रभाव. *क्षेत्रीय अध्ययन पत्रिका*, 8(2), 34–48।

8. कुमार, ए. (2018). जीएसटी और भारतीय कर प्रणाली. *आर्थिक विकास जर्नल*, 9(1), 23–39।
9. सिंह, डी. (2019). *उपभोक्ता व्यवहार के सिद्धांत*. जयपुर: विश्वविद्यालय प्रकाशन।
10. मिश्रा, आर. (2020). जीएसटी और बाजार संरचना. *वाणिज्य एवं प्रबंधन अध्ययन*, 14(2), 66–80।
11. यादव, पी. (2021). ग्रामीण एवं शहरी उपभोक्ता व्यवहार का तुलनात्मक अध्ययन. *भारतीय सामाजिक विज्ञान पत्रिका*, 11(1), 40–55।
12. पांडेय, एस. (2019). *भारत में कर सुधारों का आर्थिक प्रभाव*. इलाहाबाद: शैक्षणिक प्रकाशन।
13. चौधरी, के. (2020). जीएसटी और डिजिटल भुगतान प्रणाली. *आर्थिक प्रौद्योगिकी जर्नल*, 7(3), 25–38।
14. शुक्ला, ए. (2018). उपभोक्ता जागरूकता और कर प्रणाली. *वाणिज्य शोध पत्रिका*, 6(2), 50–65।
15. अग्रवाल, वी. (2021). जीएसटी का व्यापार एवं उपभोक्ता संबंधों पर प्रभाव. *प्रबंधन अध्ययन जर्नल*, 13(1), 72–88।