

v;k/;k tuin d ikjifjd QVdj foØrkvk e fmft Vy ifjoru dh pukfr;k vkj vol j çxfr 'kkg

शोधकर्ता, डॉ. राम मनोहर लोहिया अवध विश्वविद्यालय, अयोध्या (उ. प्र.)

M,- uhye ek;|

एसोसिएट प्रोफेसर, वाणिज्य संकाय राजकीय पी.जी. कॉलेज, मुसाफिरखाना, सुल्तानपुर

I kjk'k

इस नए युग को डिजिटल युग कहना गलत नहीं है। विश्व के सभी देश डिजिटलीकरण की ओर तेजी से आगे बढ़ रहे हैं, ऐसे में भारत और व्यापार जगत में भी डिजिटल क्रांति आई है। जहाँ लगभग सभी लोगों के पास मोबाइल और इंटरनेट की आसानी से उपलब्धता है, वहीं इस मोबाइल, इंटरनेट, सोशल मीडिया और ई-कॉमर्स ने फुटकर व्यापार को भी नई दिशा प्रदान की है। अयोध्या जनपद एक धार्मिक, सांस्कृतिक और पर्यटन स्थान है, यहाँ के फुटकर विक्रेता सदियों से पारंपरिक व्यापार के तरीके से व्यापार कर रहे हैं। लेकिन व्यापार में डिजिटल परिवर्तन से इनके पारंपरिक व्यापार करने के तरीके में बदलाव की आवश्यकता है।

इस शोध में पारंपरिक फुटकर व्यापार में डिजिटल परिवर्तन से उत्पन्न चुनौतियों को समझने का प्रयास किया जाएगा और इसके समाधान पर भी ध्यान दिया गया है। इसके साथ डिजिटल परिवर्तन से व्यापार में मिल रहे नए अवसरों को भी रेखांकित किया है।

इस शोध से पता चलता है कि निसंकोच डिजिटलीकरण को अपनाने में कई अड़चने हैं परंतु सही प्रशिक्षण और संसाधन उपलब्ध होने से व्यापार में डिजिटलीकरण तेजी से संभव है।

dhOM& फुटकर विक्रेता, डिजिटल परिवर्तन, ई-कॉमर्स, डिजिटल प्रशिक्षण, आधुनीकरण

ifjp;

किसी देश के फुटकर व्यापारी, उस देश की अर्थव्यवस्था में अपना महत्वपूर्ण योगदान रखते हैं। ऐसे ही भारत के फुटकर व्यापारी और ऐसे व्यापारी जो पारंपरिक रूप से अपना व्यापार कर रहे हैं, इस देश की आर्थिक संरचना का एक अभिन्न अंग हैं। ये पारंपरिक फुटकर व्यापारी, जो छोटे हॉट बाजारों, स्थानीय मंडियों, ठेले-फेरी, रोजमर्रा की दुकाने जैसे- किराने, वस्त्रों, सौन्दर्य-प्रसाधन, एलेक्ट्रानिक्स, स्टेशनरी और विविध प्रकार के छोटे दुकानों के माध्यम से अपना व्यापार कर रहे हैं। सदियों ये फुटकर व्यापारी अपने व्यवसाय को ग्राहकों से अच्छे संबंधों, कम संसाधन, एक सीमित पूंजी, आपसी सहयोग और सालों से ग्राहकों द्वारा कमाए विश्वास और स्थानीय बाजारों की गतिशीलता के आधार पर अपने व्यवसाय को कर रहे हैं।



फुटकर व्यापारी जो अपने पारंपरिक व्यवसाय को सदियों से चली आ रही एक व्यापारिक ढांचे के अनुसार करते चले आ रहे हैं, वे अपने व्यवसाय के माध्यम से स्थानीय संस्कृति और सामाजिक जीवन का केंद्र भी हैं। ये व्यापारी अपने व्यवसाय से उस स्थान के स्थानीय उत्पादों और पारंपरिक वस्तुओं का संरक्षण भी करते आ रहे हैं।

वहीं, पिछले कुछ वर्षों से देखा जाए तो इंटरनेट का तेजी से विस्तार और डिजिटलीकरण के कारण जीवन और समाज के सभी क्षेत्रों में क्रांतिकारी बदलाव लाया है। इस बदलाव से व्यापार जगत भी अछूता नहीं रहा है, इस बदलाव से व्यापार जगत का स्वरूप में बड़ा बदलाव देखने को मिलता है।

सभी तक स्मार्ट-फोन की पहुँच, इंटरनेट की सुविधा, बढ़ती तकनीकी से व्यापार के सभी क्षेत्रों में डिजिटल परिवर्तन हुआ है। जैसे—

- डिजिटल भुगतान प्रणाली :- UPI से भुगतान के माध्यम से लोग आसानी से भुगतान कर सकते हैं।
- ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म :- Amazon, Flipkart, Meesho आदि से उपभोक्ता कहीं से भी, कभी भी घर बैठे बस एक क्लिक से बड़ी सरलता से खरीददारी कर सकता है, इस से उपभोक्ता व्यवहार और आदतों में नए बदलाव आए हैं।

उपभोक्ता पहले अपनी आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए स्थानीय दुकानदारों पर निर्भर होते थे। वहीं, ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर घर बैठे खरीदी, 24*7 की सुविधा, कम कीमत, आसान वापसी, डिस्काउंट, सामानों के अनेकों विकल्प जैसी सुविधायें उपभोक्तों की रुचि ई-कॉमर्स की ओर बढ़ रहा है। इस बदलाव से फुटकर व्यापारियों के सामने चुनौतियाँ और अवसर दोनों हैं।

v;k/;k tuin dh LFkkuh, vkfFkd : ij[kk

अयोध्या जनपद की पहचान एक धार्मिक, सांस्कृतिक और ऐतिहासिक स्थान के रूप में विश्व विख्यात है। यहाँ राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय दोनों स्तर के पर्यटकों का आगमन होता रहता है। विशेष कर राम मंदिर के निर्माण के बाद से पर्यटकों की संख्या में तेजी से बढ़ोत्तरी हुई है। जिस वजह से यह स्थान अत्यधिक परिवर्तन का केंद्र बना हुआ है। यहाँ के बाजारों में सभी तरह के लोगों के आने से स्थानीय बाजारों की सक्रियता और आर्थिक संभावनायें बढ़ी हैं। अयोध्या के पारंपरिक फुटकर व्यापारी जैसे— प्रसाद, हस्त निर्मित वस्तुएं, धार्मिक वस्तु के विक्रेता, होटल, रेस्टोरेंट, कपड़े, शृंगार प्रसाधन आदि विविध प्रकार के विक्रेता तथा घाट और मेन रोड पर स्थित दुकानदार यहाँ की अर्थव्यवस्था में अपना महत्वपूर्ण योगदान दे रहे हैं।

अयोध्या में देश-विदेश के पर्यटकों के आने से यहाँ डिजिटल परिवर्तन का महत्व किसी अन्य क्षेत्र की तुलना में अधिक है। पर्यटकों के आने से यहाँ भीड़-भाड़ भी बढ़ा है, जिससे यहाँ के स्थानीय लोग घर बैठे ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म जैसे डिजिटल परिवर्तन को प्राथमिकता दें रहें हैं। वहीं, पर्यटक स्वयं की सुरक्षा और अन्य कारणों से डिजिटल भुगतान जैसी डिजिटल परिवर्तन को प्राथमिकता दें रहें हैं। वे सब गूगल मैप के जरिए मंदिरों और दुकानों की लोकेशन का पता करते हैं और ऑनलाइन साइट्स पर सेवाओं की समीक्षा भी करते हैं।

व्यवसाय में डिजिटल परिवर्तन एक नया अवसर लेकर आया है, लेकिन वास्तव में यहाँ के अधिकांश विक्रेता डिजिटल परिवर्तन को पूर्ण रूप से नहीं अपनाये हुए हैं। यहाँ ऐसी कई दुकानें हैं, जहाँ सोशल मीडिया मार्केटिंग का उपयोग, व्यवसाय को बढ़ाने के लिए ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म का उपयोग, व्यवसाय में लेखांकन के लिए ऑनलाइन साइट्स (Khatabook, OkCredit) का उपयोग बहुत ही कम दिखाई पड़ता है। हालांकि, डिजिटल भुगतान अधिकांश दुकानों पर दिखाई पड़ता है। इन सभी कारणों से



आज के इस डिजिटल युग में फुटकर व्यापारियों के लिए अपना आस्तित्व बनाए रखना और प्रतिस्पर्धा में बने रहना अत्यधिक चुनौतीपूर्ण बन गया है।

पारंपरिक फुटकर विक्रेताओं के अनुसार वे इस डिजिटल परिवर्तन को अपनाना भी चाहते हैं, लेकिन कुछ ऐसे कारण भी जिससे वे डिजिटल परिवर्तन को अपनाने के झिझक रहे रहें हैं। जैसे—

- फुटकर विक्रेताओं में डिजिटल ज्ञान की कमी से तकनीकी और डिजिटलीकरण को अपनाने में झिझक
- साइबर धोखाधड़ी का डर, सरकारी सरकारी योजनाओं की सही जानकारी न होना।
- तकनीकी उपकरण की अधिक लागत, सीमित आय और कम संसाधन

ऐसे ही अन्य कारणों की वजह से व्यापारी डिजिटलीकरण को अपनाने से झिझक रहे हैं। इनके अतिरिक्त दुकानदार यह भी अनुभव करते हैं कि ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर उनकी दुकान की तुलना में सामानों की कीमत कम रहती है, परंतु इनकी तुलना में वे अपने दुकान के सामानों की कीमत घटा नहीं सकते हैं क्योंकि बड़ी ई-कॉमर्स कॉम्पनियाँ बड़ी मात्रा में समान खरीदते हैं और वे कम मात्रा में जिससे उन्हें ई-कॉमर्स कॉम्पनियों की तुलना में अधिक दम पर समान मिलता है। इससे उनके ऊपर दबाव बढ़ा है और ग्राहकों की रुचि धीरे-धीरे ऑनलाइन खरीदारी की ओर बढ़ा है।

इन सभी चुनौतियों के बाद भी डिजिटल परिवर्तन व्यापार में कई अवसर लेकर भी आया है। जैसे—

- सोशल मीडिया मार्केटिंग के जरिए व्यापारी कम लागत में अधिक से अधिक ग्राहकों तक आसानी से पहुँच सकते हैं।
- ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म के माध्यम से व्यापारी अपने सामानों विशेष कर पारंपरिक वस्तुओं (धार्मिक वस्तुएं, हस्तनिर्मित वस्तु, मूर्तियों, पूजा सामग्री, आदि) को राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय ग्राहकों तक पहुँचा सकते हैं। ऐसी पारंपरिक वस्तुओं की मांग भी है, जिसे डिजिटल माध्यम से बढ़ाया जा सकता है।
- ऑनलाइन मैपिंग से दुकानदार अपने दुकानों को डिजिटली प्रदर्शित भी कर सकते हैं, जिससे उपभोक्ताओं को दुकान खोजने में आसानी होगी।
- डिजिटल वेबसाइट्स और एप के जरिए सामानों और ग्राहकों की सूची तैयार कर सकते हैं और ग्राहकों तक ऑफर और डिस्काउंट की जानकारी भी साझा कर सकते हैं।
- डिजिटल भुगतान प्रणाली व्यवसाय को सुगम, सरल और ग्राहकों के लिए विश्वसनीय बनाने में मदद करेगा।

अयोध्या जनपद का सामाजिक और आर्थिक परिवेश इस शोध के विषय को और अधिक प्रासंगिक बनाती है। अयोध्या जनपद एक अर्ध-शहरी क्षेत्र है, जहाँ अधिक पढ़े-लिखे और कम पढ़े-लिखे सभी तरह के लोग हैं, साथ ही यहाँ बहुत से छोटे दुकानदार और स्वनिर्मित रोजगार से जुड़े लोग भी हैं, जो तकनीकी बदलाव से प्रभावित हो रहे हैं। तकनीकी को अपनाने की गति में युवा वर्ग काफी रुचि ले रहा है। वे बड़ी आसानी से डिजिटल परिवर्तन को स्वीकार करके उसे अपना रहे हैं। वहीं, मध्यम आयु और वृद्ध आयु वर्ग के व्यापारी डिजिटलीकरण को अपनाने में झिझक महसूस कर रहे हैं। ऐसे में फुटकर व्यापार में डिजिटल परिवर्तन की वास्तविक स्थिति को समझ कर व्यापार में चुनौतियों और अवसरों का सही विश्लेषण करना अत्यंत आवश्यक है। डिजिटल परिवर्तन से व्यापार करने के तरीकों, उपभोक्ता व्यवहार में भी बदलाव आया है। इसके लिए व्यापारियों को नए कौशल सीखने, डिजिटल परिवर्तन को अपनाना, बाजार व्यवहार को समझना बहुत महत्वपूर्ण है।

अयोध्या जनपद तेजी से विकसित हो रहा है, परंतु इस क्षेत्र पर केंद्रित शोध सीमित है, जिससे यह शोध अत्यंत महत्वपूर्ण हो जाता है। इस शोध के जरिए यह समझने का कोशिश किया गया है कि व्यापारी वर्ग व्यापार में इस डिजिटल परिवर्तन को किस



प्रकार देखते हैं? वें इसे चुनौती या फिर अवसर किस रूप में देख रहे हैं? इसके साथ ही डिजिटल परिवर्तन को अपनाने के लिए क्या किया जा सकता है?

अर्थात्, इस शोध के माध्यम से यह दर्शाने की कोशिश की गई है कि डिजिटल परिवर्तन अयोध्या जनपद के पारंपरिक फुटकर विक्रेताओं के लिए लाभकारी साबित हो सकती है और भविष्य में इस वैश्विक प्रतिस्पर्धा में बने रहने के लिए सबसे बड़ा साधन हो सकता है, लेकिन इसके लिए उन्हें उचित प्रशिक्षण, तकनीकी ज्ञान, उचित संसाधन, सरकारी सहयोग और जागरूकता उपलब्ध करायी जाए ।

1 kfgR; 1 eh{k

- **Sagar,R (2024)** ने बताया कि भारत में व्यापार के क्षेत्र में डिजिटल परिवर्तन से आर्थिक विकास की दिशा पूरी तरह बदल गई है । सरकार की **Digital India, UPI, Aadhar** जैसी योजनाओं से व्यवसाय की उत्पादकता, वित्तीय समावेशन और नए रोजगार सृजन में महत्वपूर्ण बदलाव आया है । इनकी माने तो डिजिटल ज्ञान की कमी, डिजिटल अंतराल और सुरक्षा चुनौतियाँ जैसी चीजों में अभी भी सुधार की आवश्यकता है ।
- **R Sharma, S Srivastava, Fatima (2023)** के अनुसार व्यापार में ई-कॉमर्स और डिजिटल परिवर्तन के आने से व्यापार में आधुनिकता आई है और पारंपरिक व्यापार को एक नया रूप मिल रहा है । इन्होंने बताया कि व्यापार में डिजिटल परिवर्तन करने से व्यवसाय अधिक कुशलता, प्रतिस्पर्धात्मकता और ग्राहक केन्द्रीकरण आया है । व्यापार में नई तकनीकें जैसे— AI, Voice Commerce और डेटा आधारित विश्लेषण से व्यापार को नई उचाइयाँ प्राप्त हुई हैं लेकिन अभी भी डेटा गोपनीयता, डेटा विभाजन जैसी चुनौतियाँ लगातार बनी हुई हैं ।
- **J.B. Chikkannaswamy (2024)** द्वारा MSME अर्थात् सूक्ष्म, लघु एवं मध्यम उद्योग के डिजिटलीकरण पर शोध किया गया और पाया कि हालांकि, इन छोटे व्यापार का डिजिटलीकरण की शुरुआत धीमी है लेकिन सही नीतियों और दिशा निर्देश के साथ इनमें तेजी लाई जा सकती है । व्यापार में डिजिटल साधनों को अपना कर व्यापार में नवाचार लाया जा सकता है, जो इस वैश्विक प्रतिस्पर्धा में बने रहने के लिए मजबूती प्रदान करता है । इनके अनुसार व्यापार की प्रगति में डिजिटलीकरण एक महत्वपूर्ण कारक का कार्य करती हैं इन्होंने बताया कि MSMEs अपने व्यापार को आधुनिकरण की ओर ले जा रहे हैं परंतु उनके पास असंगठित और अपर्याप्त तकनीकी साधन हैं । सरकार की यह जिम्मेदारी है कि वे व्यापार में डिजिटल परिवर्तन करने की सहायता के लिए सही तकनीकी साधन, डिजिटल प्रशिक्षण ज्ञान और संसाधन प्रदान करने में सहायता करें ।
- **Indian Retailers.com (January,2025)** इस शोध को D2C (डायरेक्ट-टू-कंज्यूमर) के आधार पर किया गया है । इसके अनुसार भारत में फुटकर व्यापार निरंतर डिजिटल परिवर्तन और विकास की ओर प्रगति कर रहे हैं । इनके अनुमान बताते हैं कि नई पीढ़ी, युवा उपभोक्ताओं और लोगों की बढ़ती आय के कारण भारत में ई-कॉमर्स का बाजार ₹ 12.2 ट्रिलियन तक पहुँच गया है । वहीं, त्योहार के दिनों में यह आंकड़ा आसानी से बढ़ा है । जो लोग खुद को इस डिजिटल परिवर्तन के अनुरूप ढाल लेंगे वही आने वाले समय के अवसर का भरपूर लाभ उठा पाएंगे ।
- **Digital India Reports, (2022)** के रेपोर्ट्स के अनुसार, भारत में फुटकर व्यापारियों में डिजिटल संसाधन अपनाने की गति मिली जुली रही है । कुछ जगहों पर यह दर ज्यादा है और कुछ जगहों पर कम है । जहाँ, विक्रेता की



डिजिटल भुगतान अपनाने की दर अधिक हैं, तो वहीं विक्रेताओं में डिजिटल मार्केटिंग, ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म के उपयोग से व्यवसाय करने की दर बहुत ही धीमी हैं।

vul/ku d mī';

इस अनुसंधान का उद्देश्य अयोध्या जनपद के पारंपरिक फुटकर व्यापारियों द्वारा डिजिटल परिवर्तन की स्वीकार्यता और डिजिटल अपनाने का विश्लेषण करना है। साथ ही इन फुटकर व्यापारियों को डिजिटल परिवर्तन को अपनाने में आने वाली चुनौतियों का आकलन करना भी है।

शोध में डिजिटल परिवर्तन से हो रहे लाभ और इस से मिलने वाले अवसर को भी चिन्हित किया जाएगा। जिससे अयोध्या जनपद के फुटकर व्यापारियों को इसे समझने में सहायता मिलेगा।

vul/ku i)fr

इस शोध में अयोध्या जनपद का क्षेत्र शामिल किया गया है। जिसमें अयोध्या शहर, फैजाबाद और आस-पास के बाजार को शामिल किया गया है। इस शोध में 50 पारंपरिक विक्रेताओं का सर्वेक्षण किया गया है।

शोध में वर्णात्मक और विश्लेषणात्मक रूपरेखा का उपयोग किया गया है।

शोध में डेटा के लिए प्राथमिक एवं द्वितीयक दोनों ही प्रकार के डेटा का प्रयोग किया गया है। प्राथमिक डेटा के लिए—साक्षात्कार और द्वितीयक डेटा के लिए पूर्व शोधपत्रों, समाचार पत्रों, सरकारी रिपोर्ट और सरकारी वेबसाइट्स का सहायता लिया गया है।

डेटा विश्लेषण — प्रतिशत विश्लेषण, तुलनात्मक आकलन और Pie तथा Bar Graph से किया गया है।

ifj.ke ,o fu"d"k

इस शोध का मुख्य उद्देश्य अयोध्या जनपद में पारंपरिक फुटकर विक्रेताओं के व्यापार में डिजिटल परिवर्तन की सही स्थिति को समझकर, फुटकर व्यापारियों के समक्ष डिजिटल परिवर्तन से उत्पन्न अवसरों एवं चुनौतियों का सही विश्लेषण करना है। शोध में किए गए सर्वेक्षण से मिले डेटा (प्राथमिक डेटा) का MS Excel के सहायता द्वारा विश्लेषण किया गया है। इस अध्ययन में मुख्यता पारंपरिक फुटकर विक्रेताओं का डिजिटल परिवर्तन को अपनाना, डिजिटल भुगतान के उपयोग, सोशल मीडिया से मार्केटिंग, व्यापार की ऑनलाइन उपस्थिति और व्यापार में आ रही तकनीकी बाधाओं का विश्लेषण किया गया है।

• QVdj 0;kikj e fMftVy Hkxrku dk mi;kx

सर्वेक्षण में शामिल फुटकर विक्रेताओं के आधार पर पाया गया कि—

केवल 92% फुटकर व्यापारी ऐसे हैं, जो नियमित रूप से डिजिटल भुगतान का उपयोग करते हैं। वहीं, 8% विक्रेता ऐसे हैं जो डिजिटल भुगतान का उपयोग नहीं करते हैं।



• QVdj 0;kikj e l k'ky ehfM;k l foi.ku

शोध में उपस्थित उत्तरदाताओं से पाया गया कि सिर्फ 32% विक्रेता ऐसे हैं, जो सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे— Whatsapp Business, Instagram, Facebook का उपयोग व्यवसाय में विपणन के लिए करते हैं और वे भी अधिकतर युवा वर्ग के दुकानदार हैं। तो, 68% फुटकर विक्रेता व्यापार के लिए सोशल मीडिया का उपयोग नहीं करते हैं।

• 0;olk; e b&d,e l lyVQ,e l d mi ;kx l fcØh

सर्वेक्षण में पाया गया कि केवल 9% विक्रेता ऐसे हैं जो ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म के साथ जुड़ कर व्यवसाय में लाभ कमा रहे हैं। जबकि, 91% विक्रेता की उपस्थिति ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर नहीं है।

fu"d"k

इस अनुसंधान के दौरान हुए सर्वेक्षण से निष्कर्ष निकलता है कि डिजिटल परिवर्तन से व्यापार जगत में एक नई क्रांति आई है। अयोध्या जनपद एक धार्मिक, सांस्कृतिक नगर ही नहीं बल्कि एक पर्यटक स्थल होने के कारण लगातार विकसित हो रहा और वहाँ राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय पर्यटकों का आगमन होता रहता है। ऐसे में अयोध्या जनपद के पारंपरिक फुटकर विक्रेताओं में डिजिटल परिवर्तन आवश्यकता ही नहीं अनिवार्यता भी है। कुछ विक्रेताओं में डिजिटल परिवर्तन की स्वीकार्यता बढ़ रही है तो वहीं कुछ विक्रेताओं द्वारा तकनीकी ज्ञान की कमी, डिजिटल संसाधन का अभाव, डेटा सुरक्षा जैसी बाधाओं के कारण इसे अपनाते से झिझक रहे हैं।

इन सबके अलावा व्यापार में डिजिटल भुगतान, सोशल मीडिया मार्केटिंग और ई-कॉमर्स वेबसाइट्स के उपयोग एवं सहयोग से पारंपरिक फुटकर व्यापार को नया रूप दिया जा सकता है। इन विक्रेताओं में यदि स्थानीय तौर पर डिजिटल प्रशिक्षण, सरकारी योजनाओं का प्रचार और डिजिटलीकरण की ओर जागरूकता बढ़ाई जाए तो अयोध्या में पारंपरिक फुटकर व्यापार मजबूती और आधुनिकता के साथ विकसित हो सकता है।

l nhk

- [1]. Sagar, R. (2024) DIGITAL TRANSFORMATION AND ITS IMPACT ON INDIA'S ECONOMIC GROWTH. *INDIA'S \$5 TRILLION ECONOMY: THE VISION, CHALLENGES, AND ROADMAP*, 16.
- [2]. Sharma, R., Srivastva, S., & Fatima, S. (2023). E-commerce and digital transformation: Trends, challenges, and implications. *Int. J. Multidiscip. Res. (IJFMR)*, 5, 1-9.
- [3]. G.B. Chikkannaswamy (2024) DIGITALISATION OF MSMES – AN ANALYSIS. *INDIA'S \$5 TRILLION ECONOMY: THE VISION, CHALLENGES, AND ROADMAP*, 16.
- [4]. <https://www.indianretailer.com/article/d2c-new-commerce/etail/e-commerce-landscape-2025-trends-growth-and-role-d2c-brands> (January, 2025)
- [5]. Digital India Reports, 2022 Ministry of Electronic and IT, Government of India.
- [6]. Ministry of Commerce, Government of India, Digital MSME Report
- [7]. World Bank, Digital Transformation in South Asia.
- [8]. Reports of Amar Ujala, Dainik Bhaskar and Times of India
- [9]. Reports of Niti Ayog

