

भारत में ई-कॉमर्स का विकास और उसकी चुनौतियाँ

डॉ. आशीष पचौरी
संकायाध्यक्ष वाणिज्य
श्री कृष्णा विश्वविद्यालय, छतरपुर (म.प्र.)

प्रस्तावना

भारत में ई-कॉमर्स (इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स) का क्षेत्र पिछले एक दशक में तेजी से विकसित हुआ है। इंटरनेट और मोबाइल फोन की बढ़ती पहुँच, डिजिटल भुगतान प्रणालियों की सुविधा और उपभोक्ताओं की बदलती आदतों ने इस क्षेत्र को नई दिशा के साथ इसे व्यापक स्तर पर लोकप्रिय बना दिया है। 2024 तक भारत का ई-कॉमर्स बाजार 200 अरब डॉलर के आंकड़े को छूने का अनुमान है, जो इसे विश्व स्तर पर एक प्रमुख ई-कॉमर्स बाजार बनाता है। ई-कॉमर्स के माध्यम से न केवल उपभोक्ताओं को सस्ती और सुविधाजनक खरीदारी का मौका मिला है, बल्कि यह व्यापारियों और छोटे उद्यमियों के लिए भी नए अवसरों के द्वार खोले हैं। हालांकि, इसके साथ ही इस क्षेत्र में कई चुनौतियाँ भी हैं जिन्हें समाधान की आवश्यकता है।

कुंजीशब्द –

भारत, ई-कॉमर्स, मोबाइल, इंटरनेट, ऑनलाइन, कंपनियाँ, उपभोक्ता, फ्लिपकार्ट, स्नैपडील और अमेज़न।

ई-कॉमर्स का विकास

ई-कॉमर्स का विकास भारत में 2000 के दशक की शुरुआत से हुआ, जब कंपनियाँ जैसे फ्लिपकार्ट, स्नैपडील और अमेज़न ने भारतीय बाजार में कदम रखा। इन कंपनियों ने ऑनलाइन खरीदारी के अनुभव को सुलभ, सुरक्षित और आकर्षक बना दिया। मोबाइल इंटरनेट की बढ़ती उपलब्धता और स्मार्टफोन के बढ़ते उपयोग ने इस क्षेत्र को नई दिशा दी। भारतीय उपभोक्ताओं में ऑनलाइन शॉपिंग की लोकप्रियता में इजाफा हुआ और इसके परिणामस्वरूप ई-कॉमर्स क्षेत्र को एक नई दिशा मिली। 2024 तक, भारतीय ई-कॉमर्स बाजार का आकार अरबों डॉलर में पहुँचने का अनुमान है, और इसके 2030 तक दोगुने होने की संभावना है।

ई-कॉमर्स के विकास में प्रमुख कारक

- 1. इंटरनेट और स्मार्टफोन का प्रसार:** भारत में 2010 के बाद से इंटरनेट और स्मार्टफोन की उपलब्धता में तेजी से वृद्धि हुई है। 2023 तक, भारत में इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की संख्या 800 मिलियन तक पहुँचने का अनुमान। स्मार्टफोन की बढ़ती बिक्री ने ऑनलाइन शॉपिंग को अधिक सुलभ और सुविधाजनक बना दिया, जिससे शहरी और ग्रामीण दोनों क्षेत्रों के लोग इसका लाभ उठा रहे हैं।
- 2. डिजिटल भुगतान प्रणालियों का विकास:** भारत सरकार की डिजिटल इंडिया पहल और UPI (Unified Payments Interface) जैसी सफल पहलों ने ऑनलाइन लेन-देन को सरल और सुरक्षित बना दिया। इसके परिणामस्वरूप, उपभोक्ता अधिक सहजता से ऑनलाइन शॉपिंग कर पा रहे हैं। 2020 में भारत ने 2.5 ट्रिलियन रुपये से अधिक के डिजिटल लेन-देन का आँकड़ा पार किया।
- 3. ग्राहक प्राथमिकताओं में बदलाव:** भारतीय उपभोक्ताओं के व्यवहार में भी बदलाव आया है। अब ग्राहक अधिक समय की बचत और सुविधा को प्राथमिकता देते हैं, और इस कारण से ई-कॉमर्स प्लेटफार्मों की मांग में वृद्धि हुई है। विशेष रूप से कोविड-19 महामारी के बाद ऑनलाइन खरीदारी में जबरदस्त वृद्धि हुई।
- 4. सरकारी पहल:** भारत सरकार ने ई-कॉमर्स को बढ़ावा देने के लिए कई पहलों की हैं, जैसे "मेक इन इंडिया", "स्टार्टअप इंडिया" और "डिजिटल इंडिया"। इन योजनाओं के तहत, सरकार ने छोटे और मध्यम व्यापारियों को ऑनलाइन प्लेटफार्मों पर व्यापार करने के लिए प्रोत्साहित किया है।

ई-कॉमर्स की चुनौतियाँ

हालांकि भारत में ई-कॉमर्स का विकास अभूतपूर्व रहा है, लेकिन इसके साथ कई चुनौतियाँ भी उत्पन्न हुई हैं, जिनका समाधान जरूरी है।

1. भारत के विशाल भौगोलिक क्षेत्र और विभिन्न बुनियादी ढांचा समस्याओं के कारण, लॉजिस्टिक्स में कई बाधाएँ हैं। शहरी क्षेत्रों में डिलीवरी आसान होती है, लेकिन ग्रामीण और दूरदराज के क्षेत्रों में यह एक बड़ी चुनौती बन जाती है। इससे

ई-कॉमर्स कंपनियों के लिए डिलीवरी लागत बढ़ जाती है और समय पर डिलीवरी में भी दिक्कतें आती हैं।

2. ऑनलाइन खरीदारी में धोखाधड़ी, नकली उत्पादों की बिक्री और विक्रेता द्वारा वादा किए गए उत्पाद की गुणवत्ता में कमी की समस्याएँ लगातार बढ़ रही हैं। इसके परिणामस्वरूप, उपभोक्ताओं का विश्वास कमजोर हो रहा है। नकली उत्पादों की बिक्री को रोकने के लिए सरकार और कंपनियों को कड़े कदम उठाने की आवश्यकता है।
3. ऑनलाइन लेन-देन में ग्राहकों की व्यक्तिगत और वित्तीय जानकारी का सुरक्षा एक बड़ा मुद्दा है। हैकिंग, डेटा चोरी और साइबर क्राइम जैसी घटनाएँ लगातार बढ़ रही हैं। भारतीय ई-कॉमर्स कंपनियों को उपभोक्ताओं के डेटा की सुरक्षा के लिए और अधिक सख्त सुरक्षा उपायों को अपनाने की जरूरत है।
4. भारत में ई-कॉमर्स के लिए उपयुक्त कानूनी ढांचे का अभाव है। विभिन्न राज्य सरकारों और केंद्रीय सरकार द्वारा बार-बार बदलती नीतियाँ और कराधान प्रणाली इस क्षेत्र के लिए अस्थिरता का कारण बनती हैं। इसके अलावा, उपभोक्ता संरक्षण और व्यापारिक आदान-प्रदान से संबंधित नियमों का पालन भी समस्याग्रस्त हो सकता है।
5. जबकि शहरी क्षेत्रों में ई-कॉमर्स का प्रचलन बढ़ा है, ग्रामीण बाजार में इस क्षेत्र का प्रवेश धीमा है। एक ओर जहाँ इंटरनेट की पहुँच की कमी है, वहीं दूसरी ओर ग्रामीण उपभोक्ताओं में ऑनलाइन शॉपिंग के प्रति जागरूकता की कमी भी है। इसके समाधान के लिए कंपनियों को इन क्षेत्रों में विशेष प्रयास करने होंगे।

समाधान और सुझाव

ई-कॉमर्स के क्षेत्र में सुधार के लिए निम्नलिखित कदम उठाए जा सकते हैं -

1. **लॉजिस्टिक्स और डिलीवरी नेटवर्क में सुधार** - ई-कॉमर्स कंपनियाँ अपनी लॉजिस्टिक्स और डिलीवरी नेटवर्क को और बेहतर बना सकती हैं। कंपनियों को अपनी लॉजिस्टिक्स नेटवर्क को मजबूत करने की आवश्यकता है, विशेष रूप से

ग्रामीण क्षेत्रों में। इसके लिए स्थानीय वितरक और डिलीवरी पार्टनर्स के साथ साझेदारी की जा सकती है, जिससे डिलीवरी लागत कम हो और समय पर सेवाएँ प्रदान की जा सकें।

2. **सुरक्षा और धोखाधड़ी के खिलाफ कदम** - कंपनियों को ग्राहकों के डेटा की सुरक्षा के लिए मजबूत सुरक्षा उपायों का पालन करना चाहिए। इसके अलावा, उपभोक्ताओं को शिक्षा देने के लिए भी कदम उठाए जाने चाहिए, ताकि वे धोखाधड़ी से बच सकें।
3. **इंटरनेट और स्मार्टफोन की पहुँच** - सरकार को ग्रामीण क्षेत्रों में इंटरनेट कनेक्टिविटी और स्मार्टफोन की पहुँच बढ़ाने के लिए और अधिक प्रयास करने होंगे।
4. **नियामक और कानूनी सुधार** - ई-कॉमर्स कंपनियों के लिए एक स्पष्ट और समान्य कानूनी ढांचा तैयार किया जाना चाहिए ताकि वे व्यापार करते समय किसी भी प्रकार के कानूनी जटिलताओं से बच सकें।
5. **ग्राहक सेवा में सुधार** - कंपनियों को अपनी ग्राहक सेवा प्रणाली को और मजबूत करना होगा, जिससे ग्राहक अपने अनुभव को बेहतर महसूस करें और उनकी समस्याओं का समाधान शीघ्र हो।
6. **ग्रामीण बाजार के लिए विशेष योजनाएँ** - ग्रामीण बाजार में विस्तार के लिए कंपनियों को स्थानीय भाषाओं में उत्पाद जानकारी, उचित भुगतान विकल्प, और उत्पाद वितरण के लिए रणनीतियाँ विकसित करनी चाहिए।
7. **स्पष्ट कानूनी ढांचा और नियमों का पालन** - भारतीय सरकार को ई-कॉमर्स क्षेत्र के लिए स्पष्ट और स्थिर नीतियाँ बनानी चाहिए, जिससे व्यापारियों और उपभोक्ताओं दोनों के लिए एक सुरक्षित और व्यवस्थित वातावरण बने।

निष्कर्ष

भारत में ई-कॉमर्स का क्षेत्र तेजी से विकसित हो रहा है और इसने व्यापारिक परिदृश्य को बदल दिया है। इसका भविष्य बहुत ही सकारात्मक नजर आता है। इसके बावजूद, इसे कई चुनौतियों का सामना करना पड़ता है, जिनका समाधान करने के लिए सशक्त कदम उठाने की

आवश्यकता है। यदि इन चुनौतियों को सही तरीके से हल किया जाए, तो भारत में ई-कॉमर्स का भविष्य अत्यधिक उज्ज्वल हो सकता है और यह और भी अधिक लोगों के लिए अवसरों का निर्माण कर सकता है।

संदर्भ

1. India E-Commerce Market - Growth, Trends, COVID-19 Impact, and Forecasts (2023-2028), Statista, 2023.
2. Digital Payments in India, Economic Times, 2020.
3. Cyber security and Data Privacy in E-Commerce, NASSCOM, 2022.
4. E-Commerce in India: Challenges and Opportunities, India Brand Equity Foundation, 2023.

