Inspira- Journal of Modern Management & Entrepreneurship (JMME)
ISSN : 2231–167X, GIF: 2.7282, CIF: 5.647, Volume 10, No. 01, January, 2020, pp. 273-276

भारत में ई–कॉमर्स का भविष्य एवं चुनौतियाँ

डॉ. सी.एस. पान्डे*

परिचय

वर्तमान सीमाविहीन वैश्विक बाजार में ई–व्यापार प्रणाली या 'ई–कॉमर्स' को सर्वाधिक लोकप्रिय व्यावसायिक नवाचार का दर्जा प्राप्त हो चुका है। आज प्रत्येक व्यक्ति न केवल आर्थिक एवं व्यावसायिक लेन–देनों के प्रभावी निष्पादन के लिए प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से ई–कॉमर्स प्रविधियों से प्रभावित हो रहा है, बल्कि वस्तुओं और सेवाओं के क्रय–विक्रय के लिए नवीनतम प्रोद्योगिकी युक्त बाजार प्रक्रियाओं की और उन्मुख भी होता जा रहा है। कई दशक पूर्व से अब तक संप्रेषण तकनीकी में कई नए–नए आविष्कार एवं विकास हुए हैं जिसके माध्यम से व्यक्ति ने संप्रेषण के सर्वोत्तम साधन प्राप्त किए है। सूचना प्रौद्योगिकी ने आज इतनी प्रगति कर ली है कि कम्प्यूटर के सामने बैठे–बैठे कोई भी व्यक्ति विश्व के किसी भी हिस्से की जानकारी प्राप्त कर सकता है। इतना ही नही इस सूचना प्रौद्योगिकी पद्धति ने व्यावसायिक, व्यापारिक, वाणिज्यिक गतिविधियों के लिए अर्थव्यवस्था को एक नया तोहफा ई–कॉमर्स के रूप में दिया है।

ई–कॉमर्स क्या है ?

ई–कॉमर्स में ई शब्द इलेक्ट्रॉनिक का संक्षिप्त रूप है तथा कॉमर्स से अभिप्राय व्यापारिक लेनदेन से है। ई–कॉमर्स कागजो पर आधारित पारंपरिक वाणिज्य पद्धतियों को अत्यंत सक्षम अतीत एवं विश्वसनीय संचार माध्यमों से युक्त कम्प्यूटर नेटवर्को द्वारा विस्थापित करने का महत्वाकांक्षी प्रयास है।

विभिन्न व्यापारिक संस्थाओं, ग्राहकों, उपभोक्ताओं, पूर्तिकर्ताओं, बैंक आदि के साथ सूचना प्रौद्योगिकी ने इलेक्ट्रॉनिक माध्यम एवं कम्प्यूटर नेटवर्कों की सहायता से विभिन्न व्यापारिक सूचना एवं संदेशों का विनियम कार्य किया है। इसी प्रक्रिया को ई–कॉमर्स कहा जाता है।

वस्तुतः ई–कॉमर्स कोई व्यावसायिक अवधारणा नही है बल्कि यह एक ऐसी बाजार प्रक्रिया है जिसमें विश्वसनीय और सुरक्षित इलेक्ट्रॉनिक संसाधनों के द्वारा त्वरित गति से वस्तुओं और सेवाओं के क्रय–विक्रय का कार्य संपन्न किया जाता है एवं भुगतानों का लेन–देन किया जाता है।

सामान्य शब्दों में जब दो या दो से अधिक व्यक्तियों के मध्य इलेक्ट्रॉनिक माध्यम से वस्तुओं और सेवाओं का विनियम किया जाता है तो उसे हम ई–कॉमर्स कहते हैं। ई–कॉमर्स कागजी कार्यवाहियों और कई अनावश्यक गतिविधियों को हटाकर व्यवसाय या संस्थाओं को एक इलेक्ट्रॉनिक स्वरूप एवं वातावरण प्रदान करता है।

ई–कार्मस की उत्पत्ति

सन 1970 में कुछ कम्पनियों ने अपने निजी कम्प्यूटर नेटवर्क की स्थापना अपने कम्प्यूटर आधारित सूचना प्रणाली में चालू की थी, जिसे सहयोगी व्यवसाय या कम्पनियों से संप्रेषण हेतु जोड़ी गयी थी। यही प्रणाली आगे चलकर इलेक्ट्रॉनिक डाटा इंटरचेंज के रूप में विकसित हुई। ईडीआई द्वारा कागजी कारवाई को

* सहायक प्राध्यापक, वाणिज्य विभाग, शासकीय नवीन महाविद्यालय, विदिशा, मध्य प्रदेश।

कम करने हेतु दस्तावेजों को भी इलेक्ट्रॉनिक फार्म द्वारा प्रेषित किया जाने लगा, जिससे व्यापार खर्चों में कटौति हुई एवं कुशलता में वृद्धि हुई और यही ई–कॉमर्स की शुरूआत थी। ई–कॉमर्स ने व्यापार करने के तरीको में परिवर्तन कर नयी व्यापारिक संभावनाओं के लिए मार्ग प्रशस्त किया है।

ई–कॉमर्स की कार्यपद्धति

ई–कॉमर्स प्रणाली का मुख्य आधार इलेक्ट्रॉनिक डाटा इंटरचेंज है जो आंकड़ों या सूचनाओं को परिवर्तित करने और स्थानांतरित करने की सुविधा देता है। जब कोई ग्राहक वेबसाइट पर उपलब्ध सामान को क्रय करता है, तो उसे भुगतान भी करना होता है। इसके लिए उसे वेबसाइट पर एक फार्म भी उपलब्ध होता है, जिसे ग्राहक को भरना होता है। उस फार्म में उसे अपना डेबिट कार्ड नंबर देय राशि, पाने वाली फर्म का नाम आदि सूचनाएं अंकित करनी होती है फार्म भरते ही ग्राहक के खाते से राशि निकलकर विक्रेता के खाते में स्थानांतरित हो जाती है।

ई–कॉमर्स मॉडल के प्रकार

ई–कॉमर्स मॉडल के चार प्रयुत्व प्रकार है जो उपभोक्ताओं और व्यवसायों के बीच होने वाले लगभग हर लेन–देन का वर्णन कर सकते हैं–

- **उपभोक्ता से व्यवसाय (बी 2 सी)** – जब कोई व्यवसाय किसी व्यक्तिगत उपभोक्ता को अच्छी वस्तु या सेवा बेचता है।
- **बिजनेस से बिजनेस (बी 2 बी)** – जब कोई व्यवसाय किसी अन्य व्यवसाय को अच्छी वस्तु या सेवा बेचता है।
- **उपभोक्ता से उपभोक्ता (सी 2 सी)** – जब कोई उपभोक्ता किसी अन्य उपभोक्ता को अच्छी वस्तु या सेवा बेचता है।
- **उपभोक्ता से व्यवसाय (सी 2 बी)** – जब कोई उपभोक्ता अपने उत्पादों या सेवाओं को किसी व्यवसाय या संगठन को बेचता है।

व्यावसायिक सन्नियमों की अनुपालना

भारत में ई–कॉमर्स (ई–व्यापार प्रणाली) के अंतर्गत निष्पादित किए जाने वाले सभी प्रकार के लेन–देनों एवं लेखा व्यवहारों पर निम्नांकित अधिनियमों के प्रावधानों की अक्षरशः अनुपालन अनिवार्य है–

- कम्पनी अधिनियम, 2013
- आयकर अधिनियम, 1961
- उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986
- विदेशी विनियम प्रबंधन अधिनियम (फेमा), 1999
- कारखाना अधिनियम, 1948
- भारतीय अनुबंध अधिनियम, 1872
- प्रतिस्पर्धा अधिनियम, 2002
- सूचना तकनीक अधिनियम, 2000
- वस्तु एवं सेवाकर अधिनियम 2017 आदि।

केन्द्र सरकार द्वारा 26 दिसम्बर 2018 को औद्योगिक नीति एवं संवर्द्धन विभाग द्वारा ई–कॉमर्स विदेशी प्रत्यक्ष निवेश नीति में महत्वपूर्ण संशोधन किए गए है उनमें से प्रमुख संशोधन निम्नानुसार हैं–

- ई–कॉमर्स की मार्केट प्लेस कम्पनियों को निर्देशित किया जाता है कि वे किसी भी विक्रेता को अपने प्लेटफार्म पर विशेष बिक्री की अनुमति प्रदान नही करेगी।
- ई–कॉमर्स कम्पनियां विक्रय के लिए निर्माताओं के स्टॉक की न तो नियंत्रित कर सकेगी और न ही उस पर स्वामित्वाधिकार का प्रदर्शन कर सकेगी।
- सभी ई–कॉमर्स कम्पनियों को उत्पाद विक्रेताओं के साथ समान व्यवहार करना होगा तथा उनमें यथोचित दूरी बनाए रखनी होगी।
- भारतीय रिजर्व बैंक द्वारा समय–समय पर जारी किए जाने वाले नवीनतम दिशा–निर्देशों का अनुपालन करते हुए प्रत्येक ई–कॉमर्स कम्पनी को 'अनुपालन का प्रमाण पत्र' प्रतिवर्ष 30 सितम्बर तक प्राप्त करना होगा।
- यदि ई–कॉमर्स कम्पनी किसी निर्माता के साथ साझेदारी करती है तो उस कम्पनी को ऑनलाईन प्लेटफार्म पर उस निर्माता का माल बेचने की अनुमति नही होगी।

ई–कॉमर्स के लाभ

व्यापारिक कार्यक्रमों को संपादित करने में ई–कॉमर्स एक महत्वपूर्ण भूमिका अदा करती है। यह न केवल कंपनियों, विक्रेताओं व व्यापारियों के लिए लाभप्रद है, वरन उपभोक्ता भी इस प्रणाली से लाभान्वित हो रहे हैं।

विक्रेता कम्पनियों को होने वाले लाभ

- उत्पादकों, वितरकों व अन्य व्यापारिक सहयोगियों से सूचनाओं का आदान–प्रदान होना।
- दस्तावेजों में आंकड़ों की शुद्धता में वृद्धि हुई है।
- वस्तुओं और सेवाओं के विनिर्माताओं व आपूर्तिकर्ताओं को विज्ञापन तथा प्रचार–प्रसार पर बहुत अधिक खर्च नही करना पड़ता है।
- व्यापारिक खर्चो में कमी हुई है।
- समय में बचत होने से विक्रेता व्यापार को अधिक समय दे सकते हैं।
- वस्तुओं के ब्रांडो की छवि में सुधार होता है।
- कागजी कार्यवाही में कमी भी होती है।
- ई–कॉमर्स प्रणाली में मध्यस्थी का स्थान नगण्य होता है।

  परिणामस्वरूप कालाबाजारी, अनावश्यक कीमत वृद्धि से छुटकारा मिल जाता है।

ई–कॉमर्स के दोष

किसी भी प्रणाली में गुणों के साथ–साथ कुछ दोष भी होते हैं, जिससे उस प्रणाली के संचालन में समस्याएं भी आती हैं। ई–कॉमर्स प्रणाली में भी अनेक दोष हैं जिनको दूर करके हम सही तरह से इसका प्रयोग कर सकते हैं। इस प्रणाली के दोष निम्नलिखित हैं –

- वस्तुओं को भौतिक रूप से देखा–परखा नही जा सकता है।
- इस प्रणाली में वस्तुओं की गुणवत्ता पर सदैव संशय बना रहता है।
- इस प्रणाली में वस्तुओं की भौतिक जाँच पड़ताल का कोई अवसर नही मिलता है फलतः उपभोक्ता धोखाधड़ी के चंगुल में फंस सकता है।
- क्रेडिट कार्ड की सुविधा हर जगह उपलब्ध न हो तो उसे हमर कोई स्वीकार करे यह संभव नही है।

- आधारभूत संरचना के अभाव में यह छोटे देशों के लिए संभव नही है।
- कम्प्यूटर–सूचनाओं की विश्वसनीयता एवं इसकी सुरक्षा काफी कठिन कार्य है।
- इस प्रणाली में प्रयुक्त होने वाले लेखा व्यवहारों के साथ छेड़खानी कभी भी की जा सकती है।

ई–कॉमर्स प्रणाली में प्रभावोत्पादक सुझाव

- उपभोक्ताओं को ई–शोषण से बचने के लिए आपूर्तिकर्ताओं की ओर से अपनी वेबसाइट पर ऑनलाइन भुगतान प्रक्रिया के संदर्भ में "Dos and Donts" दिशा निर्देश जारी किए जाने चाहिए।
- आपूर्तिकर्ताओं को सदैव भुगतान सेवा प्रदाताओं से संबंधित नवीनतम जानकारियां रखनी चाहिए।
- शहरों एवं कस्बों में संचालित उपभोक्ता संगठनों को भी ''साइबर सजगता आन्दोलन'' प्रारंभ करना चाहिए ताकि जनसाधारण को ई–शोषण से बचाया जा सके।
- ई–कॉमर्स प्रणाली में आपूर्तिकर्ताओं को हमेशा अपने साफ्टवेयर को नवीन रूपान्तरण से सम्बद्ध करके रखना चाहिए।
- उपभोक्ताओं को भुगतान विधि, व्यावसायिक नीति, नकद वापसी विधि को सरल एवं स्पष्ट तरीके से वेबसाइट पर प्रदर्शित होनी चाहिए।

ई–कॉमर्स का भविष्य

ई–कॉमर्स ने व्यापार करने के तरीकों में परिवर्तन कर नई व्यापारिक संभावनाओं के लिए मार्ग प्रशस्त किया है। वाणिज्य एवं व्यापार को एक नए ढंग से करने के लिए वातावरण बनाया है, जिससे बढ़ोत्तरी होने की शत प्रतिशत संभावना है। आई.एम.ए.आई. द्वारा किए गए सर्वेक्षण में जून 2018 में वैश्विक जनसंख्या की 55.1 प्रतिशत जनसंख्या द्वारा इण्टरनेट का उपयोग किया जा रहा था और भारत में करीब 530 मिलियन नागरिक इस प्रक्रिया में संलग्न थे। जिनके 2020 में 600 मिलियन तक पहुंचने की संभावना है। विशेषज्ञों के मतानुसार ग्लोबल स्तर पर जैसे–जैसे इण्टरनेट उपयोगकर्ताओं की संख्या बढ़ती जा रही है, वैसे–वैसे 'ई–कॉमर्स' के विकास की सम्भावनाएं प्रबल होती जा रही हैं। दिसम्बर 2017 के अंत में वैश्विक स्तर पर ई–कॉमर्स का कुल कारोबार 2.3 ट्रिलियन डालर था जो कि 2022 में 4.5 ट्रिलियन डालर तक पहुंचने की सम्भावना है। जबकि भारतीय व्यापार 2017 में 25 विलियन डॉलर था, जिसको 2022 में 52 विलियन डॉलर तक पहुंचने का अनुमान है। इस प्रकार यह भारतीय ई–कॉमर्स की प्रगति का सूचकांक इस तथ्य को स्पष्ट करता है कि आने वाले समय में हमारा देश इलेक्ट्रॉनिक बाजार प्रणाली के क्षेत्र में अनेक कीर्तिमान स्थापित करने में सक्षम होगा।

संदर्भ ग्रन्थ सूची

- ✓ व्यावसायिक संगठन एवं संप्रेषण, डॉ.योगिता चंदेल एवं डॉ. सचिन शर्मा, देवी अहिल्या प्रकाशन इंदौर।
- ✓ व्यावसायिक वातावरण, डॉ.एस.सी.जैन, कैलाश पुस्तक सदन भोपाल
- ✓ प्रतियोगिता दर्पण मार्च 2019
- ✓ दैनिक भास्कर अप्रैल 2018
- ✓ द टाईम्स ऑफ इंडिया नवम्बर 2017
- ✓ https//www.shopity.comencyclopedia/what is commerce
- ✓ https/www.doofinder.com./en/blog/what-is-e-commerce
- ✓ https/computerhindinotes.commerce.d
- ✓ https/inimm.wikipedia.org.wiki.

♦❐♦