

ई-कॉमर्स का भविष्य

(राष्ट्रीय एवं अन्तरराष्ट्रीय उपभोक्ता स्तर पर)



*डॉ. संजय पंडित** डॉ. मनोहर चित्रे

ई-कॉमर्स से आशय :

कॉमर्स या वाणिज्य से आशय व्यापार एवं व्यापार में सहायता करने वाली क्रियाओं से है। व्यापार से आशय वस्तुओं के क्रय-विक्रय से है, जबकि सहायक क्रियाओं में वे सभी क्रियाएँ शामिल हैं, जो क्रय-विक्रय में सहायता पहुँचाती है, जैसे— बीमा, बैंकिंग, यातायात, सम्प्रेषण, भण्डारण आदि। ई-कॉमर्स या इलेक्ट्रॉनिक कामर्स (Electronic Commerce) से आशय है कि व्यापार एवं उसकी सहायक क्रियाएँ इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों की सहायता से किया जाना। इण्टरनेट के विकास ने व्यापार एवं वाणिज्य की भौगोलिक सीमाओं को तोड़ दिया है एवं इसका अन्तर्राष्ट्रीय स्वरूप कर दिया है। सूचना प्रौद्योगिकी ने पूरे विश्व को एक सूत्र में पिरो दिया है। व्यापार एवं वाणिज्य का क्षेत्र भी इससे अछूता नहीं रहा है। सही मायनों में सूचना प्रौद्योगिकी का प्रभावी उपयोग वाणिज्य के विभिन्न क्षेत्रों में ही किया गया है। वर्तमान में वाणिज्य के सभी क्षेत्रों, जैसे— बीमा, संचार, बैंकिंग आदि में इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों का उपयोग किया जा रहा है। इण्टरनेट एवं कम्प्यूटर्स के उपयोग से व्यापार एवं वाणिज्य का तरीका ही बदल गया है। जहाँ एक ओर छोटे निर्माता को एक विश्वव्यापी बाजार उपलब्ध हुआ है वहीं उपभोक्ता को घर बैठे उत्पाद एवं सेवाओं के चयन की सुविधा प्राप्त हुई है। इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के द्वारा ही भुगतान किया जाने लगा है। ई-कॉमर्स को ई-व्यवसाय भी कहा जाता है। यद्यपि ई-कॉमर्स का जन्म हुये मुश्किल से पाँच साल हुए हैं किन्तु वर्तमान में उसमें असीम संभावनाएँ देखी जा रही हैं और उसका दायरा तेजी से बढ़ रहा है। इसे इसी से समझा जा सकता है कि अन्तरराष्ट्रीय हार्डवेयर बनाने वाली प्रसिद्ध कम्पनी आई. बी. एम. (इन्टरनेशनल बिजनेस मशीन) का सोचना है कि 2004 तक उसकी 75 प्रतिशत बिक्री ई-कॉमर्स के माध्यम से होगी और यही सही प्रतीत होता है क्योंकि पिछले वर्षों में ई-कॉमर्स की तेजी से वृद्धि हुई है और उसकी अपार संभावनाएँ मौजूद हैं। तालिका 1 में इस प्रवृत्ति को दिखाया गया है।

भारत में ई-कॉमर्स काफी बाद से शुरू हुआ है लेकिन वह तेजी से बढ़ा है और उम्मीद की जाती है कि यह विकसित देशों की होड़ में काफी आगे निकल जायेगा। व्यापार से व्यापार के सौदे बहुत अधिक हैं। भारत में स्थिति कुछ भिन्न नहीं है। इस सम्बन्ध में कानूनी सुधार करने और अधोसंरचना संबंधी सुधार

की तेजी से प्रतीक्षा की जा रही है पर बिना उसके भी ढेर सारे व्यवसायी इस क्षेत्र में प्रवेश कर चुके हैं और इस संबंध में उदाहरण दिये जा सकते हैं।

राष्ट्रीय स्टॉक एक्सचेंज को एक दिन में औसत 1.5 लाख के सौदे इसके माध्यम से करना होते हैं। बेनिट आर कोलमेन ने विज्ञापन आय के रूप में केवल 1.75 करोड़ रुपये व्यवसायियों और व्यवसायियों के मध्य ज्यादा सफल है। उसका मुख्य कारण है कि हमारे देश में इंटरनेट उपभोगकर्ता की संख्या बहुत सीमित है। अभी 100 शहरों में लगभग चार इंटरनेट के खाते हैं और इनमें से मुश्किल से 25 शहरों में ई-कॉमर्स की सुविधाएँ मौजूद हैं। 500 शहरों, छः लाख गांवों के इस देश में यह संख्या बहुत कम है। अतः व्यवसायियों और व्यवसायियों के बीच यह ज्यादा सफल है। भारत में ई-कॉमर्स वर्तमान में सीमित है, पर उसकी संभावनाएँ अपार हैं। इस बात को समझने के लिए भारतीय परिस्थितियों का विश्लेषण करना जरूरी है। भारत में वर्तमान में लगभग 3.5 लाख इंटरनेट कनेक्शन है यदि लगभग 15 लाख लोग इंटरनेट की सुविधा का लाभ उठा सकते हैं यानि लगभग प्रति इंटरनेट चार व्यक्ति इससे जुड़े हैं। यह अनुमान है कि अगले तीन सालों तक 100 प्रतिशत की दर से वृद्धि होगी और यह उम्मीद है कि कुल सौदों का 15 प्रतिशत ई-कॉमर्स के माध्यम से होने लगा है। जहाँ तक पर्सनल कम्प्यूटर का सवाल है वह भी हमारे देश में बहुत सीमित है, मुश्किल से 0.4 प्रतिशत। वर्तमान में विदेश संचार निगम अथवा टेली कम्युनिकेशन विभाग अथवा निजी क्षेत्र में सत्यम अथवा एयरटेल के माध्यम से इंटरनेट कनेक्शन लिया जा सकता है और 100 घण्टे के लिए औसतन 2000 रु. की राशि लगती है। यानि प्रति घंटा 20 रुपये जो बहुत अधिक नहीं हैं। टेलीफोन का बिल और इंटरनेट कनेक्शन मिलाकर एक व्यक्ति को प्रति घंटे लगभग 45 रुपये का खर्च करना पड़ता है। अमेरिका के हिसाब से लगभग एक डॉलर प्रति घण्टे पर औसत भारतीय के लिए 45 रुपये प्रति घण्टा भी काफी बड़ी राशि है परन्तु व्यवसाय की दृष्टि से यह महंगा नहीं है क्योंकि उस एक घंटे में वह पूरी दुनिया से सम्पर्क कर सकता है और सौदे कर सकता है। असली समस्या उपभोक्ताओं की दृष्टि से है। और इसलिये नगरीय उच्च मध्यमवर्गीय लोगों को ऊपर वालों के लिये भी यह काम की चीज है यह बात ध्यान देने योग्य है।

* विभागाध्यक्ष वाणिज्य, माता जीजाबाई शासकीय स्नातकोत्तर कन्या महाविद्यालय, मोती तबेला, इन्दौर

** अतिथि सहायक प्राध्यापक वाणिज्य, माता जीजाबाई शासकीय स्नातकोत्तर कन्या महाविद्यालय, मोती तबेला, इन्दौर

इसलिये वस्तुओं का चयन करते समय फिलहाल व्यवसायियों को यह तथ्य ध्यान में रखना चाहिये। चूँकि हमारे यहाँ टेलिफोन कनेक्शन भी बहुत कम है और औसत रूप में एक टेलिफोन कनेक्शन लगाने के लिये 3000 रुपये का विनियोग आवश्यक है। एन. सी. ए. ई. आर. के 1998 के सर्वेक्षण के अनुसार भारत में 12 लाख परिवार सम्पन्न श्रेणी में आते हैं यानि 60 लाख लोग। इसके अतिरिक्त 325 लाख परिवार यानि 15 करोड़ लोग उपभोक्ता वर्ग की श्रेणी में आते हैं अर्थात् कुल मिलाकर 18.25 करोड़ ई-कॉमर्स के संभावित प्रयोगकर्ता मौजूद हैं और इसलिये व्यवसायियों के सामने काफी बड़ा

तालिका क्रमांक 1 अन्तर्राष्ट्रीय ई-कॉमर्स

	1997	2001	2004
कुल ई-कॉमर्स	.10 (बिलियन)	220 (बिलियन)	1 (ट्रिलियन)
व्यापार से व्यापार की ओर सौदे	.7 (बिलियन)	165 (बिलियन)	800 (ट्रिलियन)
व्यापार से उपभोक्ताओं की ओर सौदे	2.7 (बिलियन)	165 (बिलियन)	800 (ट्रिलियन)
कुल इंटरनेट जनसंख्या	22 मिलियन	165 (बिलियन)	800 (ट्रिलियन)
तालिका क्रमांक 2 भारतीय ई-कॉमर्स			
(करोड़ रुपये में)			
	1998	2004	2008
कुल ई-व्यापार	210	1400	5700
व्यापार से व्यापार	100	1100	4600
व्यापार से उपभोक्ता	100	225	900
विज्ञापन से आमदनी	5	75	200
तालिका क्रमांक 3 इंटरनेट उपयोगकर्ता			
श्रेणी	सर्वेक्षण	सर्वेक्षण	
कुल उपयोगकर्ता	4,26,000	5,98,000	
पुरुष/महिलाएँ	83.17	80.20	
आयु 24-34	57%	56%	
आय रु. 6000 मा. से अधिक	62%	62%	
स्नातक	76%	74%	

बाजार मौजूद है। 1998 में आई. आर. एस. के द्वारा किये गये एक सर्वेक्षण में इंटरनेट उपभोक्ताओं के दो सर्वेक्षण हमें उपलब्ध है। सर्वेक्षण में इंटरनेट उपभोक्ताओं के सम्बन्ध में जो जानकारी मिली वह ध्यान देने योग्य है, इसे तालिका 3 में दिया गया है।

वर्तमान में अनेक व्यवसायी इसका उपयोग कर रहे हैं और छोटे उद्यमी अपनी पूर्ति को बनाये रखने और कच्चे माल आदि की व्यवस्था करने हेतु ई-कॉमर्स पर निर्भर रहने लगे हैं। जो लागे अपना स्वयं का विनियोग कर ई-कॉमर्स का प्रयोग नहीं करना चाहते वे लागे किराये के साधनों से यह व्यवस्था कर सकते हैं और पूरे पैकेज की लागत करीब 9000 रुपये महीना पड़ती है। भारत जैसे बड़े देश में जहाँ उत्पादन के बहुत सारे केन्द्र हैं, परिवहन और स्टोर करने के बहुत सारे स्तर हैं, वहाँ निगरानी करना मुश्किल काम है। एक अध्ययन से यह पता लगा है कि ई-कॉमर्स से व्यापार में काफी फर्क पड़ता है। ऐसा मानने वाले लोगों का प्रतिशत 48 है और 13 प्रतिशत लोग यह मानते हैं कि इससे तो मूलभूत परिवर्तन आ जायेगा, 39 प्रतिशत लोगों का विचार है कि इससे थोड़ा परिवर्तन आएगा और 2 प्रतिशत यह मानते हैं कि इसका कोई असर नहीं होगा। जाहिर है अधिकांश लागे इसके पक्षधर हैं।

ई-कॉमर्स का भविष्य : ई-कॉमर्स का चलन भारत में अभी प्रगतिशील अवस्था में है। एक समय इंटरनेट की उपयोगिता

चैटिंग मेलिंग या नेट सर्फिंग तक सीमित थी लेकिन ई-कॉमर्स के प्रचलन ने इंटरनेट की उपयोगिता को कई गुना बढ़ा दिया है। ई-कॉमर्स के माध्यम से व्यापार करना रोचक तो है लेकिन इसका खतरे भी कम नहीं हैं। भारत में अभी ई-कॉमर्स के आधार पर व्यापार के पूरी तरह विकास में समय लगेगा।

ई-कॉमर्स के भविष्य में आने वाली बाधाएँ :

(1) क्रेडिट कार्ड के माध्यम से भुगतान की स्थिति में दूसरे पक्षकार द्वारा अधिक भुगतान प्राप्त करने का खतरा हमेशा विद्यमान रहता है। (2) ई-कॉमर्स के माध्यम से सौदों हेतु क्रेता एवं विक्रेता एवं दोनों के खाते ऑन लाइन बैंक में होना आवश्यक है। भारत में अधिकांश बैंक अभी ऑन लाइन सेवा प्रारंभ नहीं कर पाये हैं। (3) इस व्यवस्था हेतु उच्च कोटी सर्वर होना आवश्यक है। भारत में अभी सर्वर विकसित देशों से आयात किये जाते हैं। जो काफी महंगे हैं। (4) ई-कॉमर्स द्वारा सौदों हेतु इंटरनेट सुविधा का विस्तृत जाल होना आवश्यक है। भारत जैसे गरीब देश में जहाँ बुनियादी टेलीफोन सेवाएँ ही अभी सभी क्षेत्रों तक नहीं पहुँच पाई हैं वहाँ अभी इंटरनेट तो अपनी षैषव अवस्था में है।

ई - कॉमर्स के भविष्य के विकास हेतु सुझाव : (1) हाई स्पीड ऑप्टिकल फाइबर की व्यवस्था। (2) विष्वसनीयता का वातावरण उत्पन्न करना। (3) ग्रामीण एवं सुदूर क्षेत्रों तक संचार क्रांति का विस्तार।

संदर्भ ग्रंथ

- (1) अन्तर्राष्ट्रीय विपणन : जैन डॉ. एस. सी. (2) ई बिजनेस फण्डमेन्टल: गुप्ता संतोष कुमार (3) व्यावसायिक संचार : (i) अग्रवाल डॉ. प्रवीण कुमार (ii) मिश्रा डॉ. अविनाश कुमार (4) रोजगार निर्माण : साप्ताहिक पत्रिका, भोपाल (5) रोजगार समाचार : साप्ताहिक पत्रिका, (दिल्ली)