

## ई-कॉमर्स गतिविधि के लिए सरकार का योगदान

### डा० म० शाहीदएकबाल

(एम. कॉम, पीएच.डी) वाणिज्य विभाग आरआर एस डिग्री ईवनिंग महाविद्यालय, रक्सौल, पूर्वीचंपारण, बिहार

Date of Submission: 15-11-2020

Date of Acceptance: 30-11-2020

**परिचय :** ई-कॉमर्स का प्रारंभ 1960 के दशक में हुआ था। इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स को ही शॉर्टफॉर्म में ई-कॉमर्स कहा जाता है।

ई-कॉमर्स के अंतर्गत वस्तुओं या सेवाओं को खरीद या बिक्री इलेक्ट्रॉनिक सिस्टम जैसे – इंटरनेट के द्वारा होता है। यह इंटरनेट पर व्यापार है। ई-कॉमर्स को व्यापक रूप से इंटरनेट पर उत्पादों की खरीदारी और बिक्री माना जाता है।

इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स (Electronic Commerce) इंटरनेट जैसे बड़े इलेक्ट्रॉनिक नेटवर्क पर व्यापार करने का एक तरीका है। इसके उपयोग से उपभोक्ताओं के लिए समय और दूरी जैसी बाधाएं बहुत मायने नहीं रखती हैं। यह बुनियादी ढांचे के साथ-साथ उपभोक्ता और व्यापार के लिए कई अवसर भी प्रस्तुत करता है। इसमें कंप्यूटर, इंटरनेट नेटवर्क, वर्ल्डवाइडवेब और ई-मेल को उपयोग में लाकर व्यापारिक क्रियाकलापों को संचालित किया जाता है।

इस तरह से इंटरनेट के माध्यम से सेवाओं और सामानों की बिक्री और खरीद को ही ई-कॉमर्स कहते हैं। इसमें इलेक्ट्रॉनिक रूप से डेटा या धन दो या दो से अधिक पार्टियों के बीच स्थानांतरित होता है। सीधे शब्दों में कहें, यह ऑनलाइन खरीदारी है।

वर्तमान में ई-कॉमर्स इंटरनेट के सबसे महत्वपूर्ण पहलुओं में से एक है। ई-कॉमर्स उपभोक्ताओं को समय या दूरी की बिना कोई बाधाओं के साथ वस्तुओं और सेवाओं का इलेक्ट्रॉनिक रूप से आदान-प्रदान करने की अनुमति देता है। इंटरनेट पर सामान खरीदना और बेचना ई-कॉमर्स के सबसे लोकप्रिय उदाहरणों में से एक है।

#### ई-कॉमर्स के उदाहरण :

- (i) इंटरनेट बैंकिंग
- (ii) इलेक्ट्रॉनिक पेमेंट
- (iii) ऑनलाइन शॉपिंग
- (iv) ऑनलाइन टिकेटिंग
- (v) ऑनलाइन ऑक्शन

#### ई-कॉमर्स के प्रकार :

Business to Business E-commerce (B2B E-commerce) :- इसके नाम के अनुसार, B2B ई-कॉमर्स दो व्यवसायों (Business) के बीच किए गए लेनदेन से संबंधित है। जैसे अगर कोई कंपनी खुद कोई प्रोडक्ट नहीं बनाती है और किसी दूसरी कंपनी से खरीद कर फिर अपना समान बेचती है तो वो B2B के अंतर्गत आता है।

Business to Consumer Ecommerce (B2C Ecommerce) :- इसमें लेनदेन एक बिज़नेस और कांसुमेर के बीच होता है। सब से ज्यादा होने वाला ई-कॉमर्स यही होता है। जैसे Flipkart, Amazon आदि जैसी कम्पनीज से उपभोक्ता सीधे वस्तु खरीदता है।

Consumer to Business Ecommerce (C2B Ecommerce) :- यह लेनदेन B2C का अपोजिट है। इसमें लेनदेन Consumer और Business के बीच होता है। जैसे एक Consumer वेबसाइट बनाने के लिए ऑनलाइन रिक्वायरमेंट देता है, और कोई कंपनी इसके लिए सही कीमत पर वेबसाइट बनाकर देने के लिए ऑफर करती है।

Consumer to Consumer Ecommerce (C2C E-commerce) :- यह दो Consumers यानी दो उपभोक्ताओं के बीच होता है। इसमें दो उपभोक्ताओं द्वारा आपस में कुछ खरीदा और बेचा जाता है। जैसे

eBay, OLX जैसी साइट्स पर होता है, जिसमें एक व्यक्ति किसी उत्पाद या सेवा को दूसरे को बेचता है।

Business To Government (B2G) :- ई-कॉमर्स के इस प्रकार में कंपनियों और सार्वजनिक प्रशासन या सरकार के बीच ऑनलाइन किए गए सभी लेनदेन शामिल हैं। यह एक ऐसा क्षेत्र है जिसमें बड़ी मात्रा में और विभिन्न प्रकार की सेवाएं शामिल हैं, खासतौर पर वित्तीय, सामाजिक सुरक्षा, रोजगार, कानूनी दस्तावेज और रजिस्ट्रार आदि जैसे क्षेत्रों में।

Consumer To Government (C2G) :- इस में उपभोक्ता और प्रशासन (सरकार) के बीच किए गए सभी इलेक्ट्रॉनिक लेनदेन शामिल हैं। जैसे कर (टैक्स) का भुगतान करना, स्वास्थ्य सेवाओं का भुगतान, दूरस्थ शिक्षा प्राप्त करना इत्यादि।

ई-वाणिज्य गतिविधि के लिए सरकार का योगदान  
ई-कॉमर्स गतिविधि के अनुकूल माहौल बनाने के लिए सरकार पिछले कुछ वर्षों में महत्वपूर्ण पहल कर रही है। इनमें निम्नलिखित शामिल हैं:

- सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम 2000 की घोषणा जिसने देश में साइबर कानून व्यवस्था लागू की
- नवंबर 1998 में निजी इंटरनेट सेवा प्रदाताओं के प्रवेश के लिए आईएसपी नीति की घोषणा।
- अंतर्राष्ट्रीय गेटवे स्थापित करने के लिए निजी आईएसपी को अनुमति। केबल टीवी इन्फ्रास्ट्रक्चर के माध्यम से इंटरनेट के उपयोग की अनुमति
- राष्ट्रीय इंटरनेट रीड की स्थापना की पहल
- निजी क्षेत्र के लिए सेवा क्षेत्र से परे राष्ट्रीय लंबी दूरी की सेवा की घोषणा।
- 15 अगस्त 2000 को आईएसपी के लिए अंडरसीयरफाइबरकनेक्टिविटी का पूर्ण गैर-एकाधिकार।
- राष्ट्रीय राजमार्ग, राज्य राजमार्गों और अन्य सड़कों के साथ ऑप्टिकलफाइबर नेटवर्क बिछाने के लिए प्रदाताओं तक पहुँचने के लिए नकद या तरह का कोई शुल्क नहीं है।
- सरकार और बंद उपयोगकर्ता समूह के परस्पर संबंध के लिए अनुमति
- मल्टीमीडिया क्षमताओं वाले सार्वजनिक टेलीइन्फो केंद्रों (PTIC) की स्थापना की अनुमति दी गई है।

• बी 2 बी ई-कॉमर्स में 100 प्रतिशतएफडीआई की अनुमति दी गई है।

लघु और मध्यम उद्यमों के ई-कॉमर्स क्षमता-निर्माण के लिए पहल।

ई-कॉमर्स के बारे में बहुत अधिक जागरूकता उत्पन्न करने की आवश्यकता है। वाणिज्य और उसके लाभ लाभों को रेखांकित करके और किसी भी गलत धारणा को दूर करके उद्यमों में ई-कॉमर्स जागरूकता फैलाने के लिए एक उपयुक्त संचार रणनीति तैयार करने की आवश्यकता है। CIIजैसे शीर्ष उद्योग निकायों को भारतीय संगठनों में निर्णय लेने की स्थिति में लोगों को शिक्षित करने के लिए खुद को सरकार के साथ समन्वय करना चाहिए।आईटी शिक्षा भारत में ई-कॉमर्स के विकास, गोद लेने और विकास की दिशा में एक प्रमुख प्रेरणा होगी। बदलते सॉफ्टवेयर और हार्डवेयरपरिदृश्य के साथ तालमेल रखने के लिए यह आवश्यक है कि वर्तमान आईटी रुझानों पर जोर दिया जाए और समकालीन विषयों में प्रशिक्षण और शिक्षा प्रदान करने के लिए गुणवत्ता कार्यक्रमों का विकास किया जाए। नई, बेहतर और अधिक प्रभावी शिक्षा प्रदान करने के ई तरीके विकसित हो रहे हैं जो किताबों, कक्षा के व्याख्यान और कलम और कागज पर लिखित परीक्षाओं का उपयोग करके शिक्षण के तरीकों को पूरक करेंगे। मल्टीमीडिया, ऑनलाइन प्रशिक्षण और परीक्षण आदि जैसी आधुनिक तकनीकों का उपयोग करते हुए, कंप्यूटर आधारित प्रशिक्षण पर जोर दिया जा रहा है, जो कि इंटरैक्टिव के साथ-साथ पाठ, ऑडियो, दृश्य और एनीमेशन का उपयोग करता है। इस तरह की शिक्षा प्रदान करने के लिए, कर प्रोत्साहन के माध्यम से, आदि संस्थानों को स्थापित करने की सुविधा देकर आईटी शिक्षा को प्रोत्साहित किया जा सकता है।

सरकार बड़े पैमाने पर आईटी प्रशिक्षण और शिक्षा के लिए केंद्र स्थापित करने के लिए व्यावसायिक घरानों के साथ साझेदारी कर सकती है। वर्तमान में, भारत की 40 प्रतिशत आबादी निरक्षर है और केवल 20 प्रतिशत से कम ही अंग्रेजी समझती है। चूंकि इंटरनेट में अधिकांश सामग्री अंग्रेजी या अन्य विदेशी भाषाओं में है, इसलिए सामग्री और अनुप्रयोगों का एक बड़ा हिस्सा

भारतीय आबादी के महत्वपूर्ण हिस्से तक नहीं पहुंच सकता है। इस चुनौती पर काबू पाने के लिए रचनात्मक समाधानों पर विचार करने की आवश्यकता है। जहां एक ओर, स्थानीय भाषा सामग्री और अनुप्रयोगों को विकसित करने की आवश्यकता है, वहीं दूसरी ओर, सामान्य टचटोन टेलीफोन के माध्यम से इंटरनेट पर वॉयसएप्लिकेशन को विकसित करने की आवश्यकता है। पूरी तरह से एक डिजिटल विभाजन के उद्भव के खिलाफ समाज को खुद को बचाने की जरूरत है, जहां इंटरनेट तक पहुंच के साथ आबादी का वर्ग दूसरों पर महत्वपूर्ण लाभ प्राप्त करता है।

इसी तरह बाज़ार में बढ़ती सामानों की मांग और उसकी आपूर्ति को देखते हुए ई-कॉमर्स की ऑनलाइन शॉपिंग में दो तरह के मॉडल अब ज़्यादा पॉपुलर हो रहे हैं जिनमें पहला है – मार्केट प्लेसमॉडल :- इस मॉडल में ऑनलाइन कंपनियाँ केवल एक प्लेटफॉर्म उपलब्ध करा देती हैं, जहाँ से कंज्यूमर अपनी जरूरत के मुताबिक सामान खरीद सकता है। जैसे कि अमेजन, स्नैपडील, फ्लिपकार्ट इत्यादि। इसमें अन्य ऑनलाइन कंपनियों का कोई रोल नहीं होता है। इसी प्रकार दूसरा है इन्वेंटरीमॉडल :- इसके तहत ऑनलाइन कंपनियाँ इस प्लेटफॉर्म पर अपनी कंपनी के द्वारा सामान बेचती हैं। इसमें अलीबाबा का नाम सबसे ऊपर आता है।

### राष्ट्रीय स्तर पर लिया जाना

CII और NASSCOM की रिपोर्ट और कई अन्य व्यवसायों ने देखा है कि आईटी अधिनियम के वर्तमान निर्माण में ऑनलाइन अनुबंधों के गठन से जुड़ी कुछ कठिनाइयाँ हैं। यह तर्क दिया जाता है कि इलेक्ट्रॉनिक अनुबंधों की कानूनी प्रवर्तनीयता चुनौती के लिए खुली है और अंतरराष्ट्रीय दलों से जुड़े अनुबंधों के कानूनी अधिकार क्षेत्र को परिभाषित नहीं किया गया है। इलेक्ट्रॉनिक लेनदेन के कराधान के मुद्दों पर अधिनियम भी मौन है। सीमा पार कराधान, बिक्री कर, आदि के लिए सीमा शुल्क (अप्रत्यक्ष कराधान) इलेक्ट्रॉनिक रूप से वितरित वस्तुओं और सेवाओं के लिए स्पष्ट रूप से स्पष्ट नहीं हैं। ई-कॉमर्स लेनदेन के अधिकार क्षेत्र को भी स्पष्ट नहीं किया गया है।

उन्होंने यह भी कहा है कि व्यक्तियों और व्यवसायों के लिए दोहरी-कुंजी जोड़े के लिए कोई प्रावधान नहीं है जो ई-लेनदेन की गोपनीयता के लिए कुछ कठिनाइयाँ पैदा कर सकते हैं। आईटी अधिनियम से जुड़ी अन्य कठिनाइयाँ साइबर अपराधों से संबंधित हैं जो पूरी तरह से कवर नहीं हैं, ई-कॉमर्स के विकास के लिए चिंता का एक क्षेत्र है। इस संदर्भ में यह भी तर्क दिया जाता है कि साइबर अपराधों से निपटने के लिए कानून प्रवर्तन एजेंसियाँ पूरी तरह से सुसज्जित और प्रशिक्षित नहीं हैं। इंटरनेट पर एकत्रित व्यक्तिगत और व्यावसायिक डेटा की गोपनीयता की सुरक्षा के लिए सुरक्षा अधिनियम के तहत कवर नहीं किए जाते हैं। इसके अलावा, आईटी अधिनियम डोमेन नाम सहित बौद्धिक अधिकारों (पेटेंट, ट्रेडमार्क, कॉपीराइट) के संरक्षण के मुद्दे पर चुप है। अंत में, भुगतान गेटवे को एक स्तर तक विकसित करना है कि इंटरबैंक निपटान को रियल टाइम ग्रॉससेटलमेंट (आरटीजीएस) के माध्यम से सक्षम किया जाना चाहिए। ये कुछ बाधाएं हैं जिनकी पहचान की गई है और ई-कॉमर्स के विकास के लिए उच्च अंत इंटरनेट पैठ हासिल करने के अलावा इसे दूर किया जाना है।

विभिन्न स्तरों पर सरकारों द्वारा शुरू की गई ई-गवर्नेंस परियोजनाएं निम्नलिखित अवधारणाओं के आसपास निर्मित होती हैं: सरकारी व्यापक सूचना अवसंरचना, सरकारी प्रक्रियाओं की पुनर्रचना, वाणिज्यिक आधार पर नागरिकों को सेवा प्रदान करना और सर्वोत्तम अभ्यास। सूचना प्रसार के लिए डिज़ाइन की गई वेबसाइटें प्रकाशन मोड से इंटरैक्टिव मोड और फिर लेनदेन मोड में जाने की प्रक्रिया में हैं। नागरिकों और सरकारी एजेंसियों को प्रमाणपत्र जारी करने के लिए सार्वजनिक कुंजी अवसंरचना की स्थापना, सेवा शुल्क स्वीकार करने के लिए इलेक्ट्रॉनिक भुगतान गेटवे बनाना, बैंकों और क्रेडिट कार्ड एजेंसियों को शामिल करना और सेवा वितरण बिंदुओं की स्थापना ई-गवर्नेंस के कुछ महत्वपूर्ण तत्व हैं। अंत में, इस बात का अहसास है कि देश में डिजिटल विभाजन को कम से कम किया जाना चाहिए; यह अन्य सुविधाओं जैसे विद्युतीय बिजली या अमीर और गरीबों के बीच पीने के

पानी की आपूर्ति, शहरी और ग्रामीण लोगों के बीच मौजूदा अंतराल से भी बदतर नहीं होना चाहिए। भारत सरकार द्वारा सामुदायिक सूचना केंद्रों को प्रभावित करने के लिए प्रभावी नीतिगत रूपरेखा तैयार की गई है जो अविकसित और आबादी में ब्रॉडबैंड इंटरनेट का उपयोग प्रदान करते हैं। उत्तर-पूर्व और पहाड़ी क्षेत्र जैसे राज्यों में वंचित क्षेत्र।

### खिलाड़ियों और प्रक्रियाएं

निजी क्षेत्र की भागीदारी का पता लगाया जाना चाहिए। ई-विकासात्मक पहलों में लंबे समय तक उनकी स्थिरता सुनिश्चित करने के लिए। कई बी 2 बी खिलाड़ी हैं। सत्यम ने एक इंजन विकसित किया है जिसका उपयोग किसी भी उद्योग के लिए प्लेटफार्मों को विकसित करने के लिए किया जा सकता है। वर्तमान में संचालन में सबसे बड़ा स्टील उद्योग है। स्टील एक्सचेंज, ऑटो कंपनियां, eam.com (ऑटो एक्सचेंज) बनाने के लिए एक साथ आ रही हैं। संभवतः सबसे उन बड़ा 'आंतरिक बी 2 बी' खिलाड़ी मारुति है, जो पहले से ही अपनी आपूर्ति-श्रृंखला पक्ष की खरीद और डीलर-नेटवर्किंग का एक बड़ा हिस्सा ऑनलाइन करता है। कुछ अन्य सफल मामले हैं: हिंदुस्तान लीवर लिमिटेड, जनरल मोटर्स और गोदरेज।

सबसे प्रसिद्ध बी 2 बी ई-कॉमर्स तकनीक, जैसे कि i2 प्रौद्योगिकी और वाणिज्य संगठन, भारतीय कॉर्पोरेट्स द्वारा अभी तक अपनाया जाना बाकी है। ये प्रौद्योगिकियां वर्तमान में बहुत महंगी हैं और देश में तीसरे पक्ष और चौथे पक्ष के लॉजिस्टिक्स जैसी अन्य बुनियादी सुविधाओं और सेवाओं की कमी के कारण निवेश पर किसी भी रिटर्न का परिणाम नहीं हो सकता है। अभी भी बहुत कुछ है जो सरकार कर सकती है, ऑनलाइन भुगतान सक्षम करने के लिए अंतर-बैंक निपटान मानकों को हल करने के साथ शुरू करना। अगला दूरसंचार बुनियादी ढांचे को मजबूत करने के लिए हो सकता है (विशेषकर अंतिम मील में)। एक और महत्वपूर्ण बात ऑनलाइन अनुबंधों को मान्यता देना होगा, जो अब भारत में किया गया है।

### लाभ

ई-कॉमर्स के जरिये सामान सीधे उपभोक्ता को प्राप्त होता है। इससे बिचौलियों की भूमिका तो समाप्त होती ही है, सामान भी सस्ता मिलता है। इससे बाजार में भी प्रतिस्पर्धा बनी रहती है और ग्राहक बाजार में उपलब्ध सामानों की तुलना भी कर पाता है जिसके कारण ग्राहकों को उच्च गुणवत्ता वाला सामान मिल पाता है। एक तरफ ऑनलाइन शॉपिंग में ग्राहकों की राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय बाजार तक पहुँच आसान हो जाती है तो वहीं दूसरी तरफ, ग्राहकों का समय भी बचता है।

ई-कॉमर्स के जरिये छोटे तथा मझोले उद्यमियों को आसानी से एक प्लेटफॉर्म मिल जाता है जहाँ वे अपने सामान को बेच पाते हैं। साथ ही इसके माध्यम से ग्राहकों को कोई भी विशेष उत्पाद आसानी से मिल सकता है। ई-कॉमर्स के जरिये परिवहन के क्षेत्र में भी सुविधाएँ बढ़ी हैं, जैसे ओला और ऊबर की सुविधा। इसके अलावा मेडिकल, रिटेल, बैंकिंग, शिक्षा, मनोरंजन और होम सर्विस जैसी सुविधाएँ ऑनलाइन होने से लोगों की सहूलियतें बढ़ी हैं। इसलिये बिज़नेस की दृष्टि से ई-कॉमर्स काफी महत्वपूर्ण होता जा रहा है।

ई-कॉमर्स के आने से विज्ञापनों पर होने वाले बेतहाशा खर्च में भी कमी देखी गई है। इससे भी सामान की कीमतों में कमी आती है।

इसी तरह एक ओर, जहाँ शो-रूम और गोदामों के खर्चों में कमी आती है, तो वहीं दूसरी ओर, नए बाजार की संभावनाएँ भी बढ़ती हैं। साथ ही इससे वस्तुओं और सेवाओं की आपूर्ति में तीव्रता आती है और ग्राहकों की संतुष्टि का ध्यान भी रखा जाता है।

### दोष

बहुत सारे व्यक्ति किसी भी तरह की फाइनेंशियल ट्रांज़ैक्शन के लिए इंटरनेट का प्रयोग नहीं करते हैं। उनके लिए यह असंभव है। प्रोडक्ट्स के लिए बहुत सारी कॉल तथा ई-मेल की आवश्यकता होती है जो खर्चों को बढ़ा देती है। ऑनलाइन शॉपिंग को लेकर कंज्यूमर्स के मन में हमेशा संदेह का भाव बना रहता है उन्होंने जो प्रोडक्ट खरीदा है वह सही होगा भी या नहीं। सरकार को ही कॉमर्स से जुड़ी बहुत सी वेबसाइट्स के खिलाफ शिकायतें भी मिलीं, जिनमें खराब सामान तथा

फेकडिलीवरी की समस्याएं आ रही हैं। इस प्रकार के विवादों की संख्या दिन प्रतिदिन बढ़ती जा रही है। ग्राहकों की शिकायतें रहती हैं कि वे अब कहां इसके खिलाफ शिकायत करें। विवादों को लेकर उस कानून का अभाव है, लोगों में जागरूकता की कमी भी दिखती है। बाज़ार की अंधी दौड़ में बड़ी-बड़ी कंपनियों के सामने छोटे और मझोले उद्योगों को कई प्रकार की चुनौती का सामना करना पड़ता है, जिससे बेरोजगारी बढ़ने की संभावना बढ़ती जा रही है। कुछ लोगों का मानना है कि कंपनियां उनका डाटा कलेक्ट कर रही हैं, जो चिंता की बात है। ऑनलाइन शॉपिंग में लोगों के क्रेडिट या डेबिट कार्ड की क्लोनिंग कर उनके बैंक बैलेंस से रुपए निकाल लेना या फिर हैकरों के द्वारा बैंकिंग डाटा की हैकिंग कर लेना भी एक साधारण समस्या हो गई है। ई-कॉमर्स के क्षेत्र की बड़ी कंपनियां सामानों की डिलीवरीड्रोन से करने का विचार कर रही हैं जिससे सरकार और आम जनता भी चिंतित है। इससे इनकी निजता समाप्त होने की भी संभावना है।

### निष्कर्ष

एक विकासशील देश औद्योगिक और आधुनिकीकरण कर सकता है यदि वह उत्पादकता और अंतर्राष्ट्रीय प्रतिस्पर्धा को बढ़ाने के लिए आईटी को बड़े पैमाने पर लागू कर सकता है, ई-कॉमर्स और ई-गवर्नेंस अनुप्रयोगों को विकसित कर सकता है। एक सूचना-आधारित समाज या ज्ञान आधारित समाज, समग्र रूप से आईटी उत्पादों, समाज और अर्थव्यवस्था में आईटी अनुप्रयोगों से बना होता है। एशिया के कई देश अर्थव्यवस्थाओं के माध्यम से ई-कॉमर्स का लाभ उठा रहे हैं, जो प्रतिस्पर्धा और इंटरनेट प्रौद्योगिकियों के प्रसार को बढ़ावा देने के लिए आवश्यक है। इंटरनेट दक्षता बढ़ा रहा है और विकासशील देशों में बाजार एकीकरण बढ़ा रहा है। दूरसंचार अवसंरचना में विकसित देशों का विकासशील देशों पर लंबे समय से कब्जा रहा है। टेलिडेंसिटी का विश्व औसत 55 से 60 प्रतिशत विकसित विश्व की तुलना में 15 प्रतिशत है। पीसी, इंटरनेट कनेक्शन और इंटरनेट होस्ट की संख्या के लिए भी यही सच है। भारत के लिए उपरोक्त सभी पारंपरिक संकेतक अभी भी छोटे हैं। लेकिन इंटरनेट

कनेक्शन की कुल संख्या पूर्ण संख्या में बढ़ी है। ईकॉमर्स और ई-गवर्नेंस पर प्रभाव डालने में सक्षम होने के लिए 10 से 20 मिलियन उपयोगकर्ताओं का एक महत्वपूर्ण द्रव्यमान है। 2020 में, भारत में 696.77 मिलियन इंटरनेट उपयोगकर्ता होंगे, जो कि यदि विकसित देशों में से नहीं हैं। इंटरनेट अर्थव्यवस्था तब भारत में और अधिक सार्थक हो जाएगी। इंटरनेट अर्थव्यवस्था को बनाए रखने के लिए ई-लेन-देन की संख्या पर्याप्त होगी। भारत में ई-कॉमर्स सेक्टर से जुड़े व्यापार करीब 25 अरब डालर का है। ऐसा अनुमान है कि अगले 10 वर्षों में यह व्यापार करीब 200 अरब डालर का हो जाएगा। देश की संख्या तेजी से बढ़ रही है दूसरी तरफ स्मार्टफोन और डाटा टैरिफ सस्ते हो रहे हैं, नेटवर्क कनेक्टिविटी में वृद्धि होना भी इसका एक कारण है। विशेषज्ञों का मानना है कि यह देश के लिए एक अवसर है, किंतु समस्या यह है कि ई-कॉमर्स को लेकर देश में अब तक कोई स्पष्ट नीति नहीं है। इस क्षेत्र में बढ़ रही संभावनाओं के मद्देनजर सरकार को एक स्पष्ट एवं ठोस नीति लाने की जरूरत है। जिस तरह से ई-कॉमर्स क्षेत्र की कंपनियां लोगों का डाटा कलेक्ट कर रही हैं, उससे लोगों की चिंता बढ़ गई है। जिस तरह तेजी से ऑनलाइन शॉपिंग का क्रेज बढ़ रहा है, उपभोक्ताओं को इससे नुकसान भी उठाना पड़ रहा है। इन्हीं समस्याओं को देखते हुए सरकार ने इस पर प्रभावी कदम उठाने के लिए राष्ट्रीय ई-कॉमर्स पॉलिसी लाने का फैसला किया है। इसके लिए सरकार ने एक टास्क फोर्स का गठन किया है, जिसने ई-कॉमर्स पॉलिसी पर एक ड्राफ्ट तैयार करके सरकार को सौंप दिया है जिस, जिसके द्वारा ऑनलाइन शॉपिंग के तौर तरीके पूरी तरह बदल जाएंगे, जिसमें डिस्काउंट देने की प्रक्रिया, नए प्रोडक्ट की उपलब्धता और शिकायत का निवारण कैसे सरल तरीके से किया जाए जैसी मुद्दे शामिल हैं। इधर डेटा सुरक्षा को लेकर गठित जस्टिस श्रीकृष्ण समिति ने भी सरकार को अपनी रिपोर्ट सौंप दी है। सरकार को इस पर ठोस विचार करना है

### संदर्भ



- [1]. बजाज, के के, कंट्री रिपोर्ट ऑन ई-कॉमर्स (भारत,संचार और सूचना प्रौद्योगिकी मंत्रालय, सूचनाप्रौद्योगिकी विभाग, प्रमाणन प्राधिकारियों का कार्यालय)।
- [2]. बिजनेस इंडिया, 14-27 मई 2001।मनीऑनलाईंस।
- [3]. बिज़नेसटुडे ( इंडिया), सितंबर 2001.दिसेकेंडकमिंग।
- [4]. CII, 2001. ई-कॉमर्स इन इंडिया: इसे कैसे बनाया जाए ?, CII National Committee की रिपोर्ट onmE-Commerce 2000-2001 (भारतीय उद्योग परिसंघ)।
- [5]. दास, संचित, 2001. गहरे में केबल, 2-15 अप्रैल 2001।
- [6]. दूरसंचार विभाग, भारत, 2001. डॉट वार्षिक रिपोर्ट 2000-2001
- [7]. ई-कॉमर्स ( भारत), अक्टूबर 2001 व्यावसायिक मापदंडों को फिर से परिभाषित करना।
- [8]. ई-कॉमर्स ( भारत), फरवरी 2002 एक ई-पूर्ति मॉडल और भारतीय संदर्भ में इसका अनुप्रयोग।
- [9]. ई-कॉमर्स ( भारत), अप्रैल 2002 । डॉट-कॉम भविष्य हैं।
- [10]. ई-कॉमर्स ( इंडिया), अप्रैल 2002 । नई अर्थव्यवस्था में ई-कॉमर्स की भूमिका।
- [11]. eMarketer, 10 मई 2001. एशिया।
- [12]. ग्लोबलB2C ई- कॉमर्स मार्केट रिपोर्ट 2011
- [13]. ग्लोबलB2C ई- कॉमर्स मार्केट रिपोर्ट 2012
- [14]. ग्लोबलB2C ई- कॉमर्स मार्केट रिपोर्ट 2013
- [15]. ग्लोबलB2C ई- कॉमर्स मार्केट रिपोर्ट 2014
- [16]. ग्लोबलB2C ई- कॉमर्स मार्केट रिपोर्ट 2015
- [17]. ग्लोबलB2C ई- कॉमर्स मार्केट रिपोर्ट 2016
- [18]. ग्लोबलB2C ई- कॉमर्स मार्केट रिपोर्ट 2017
- [19]. ग्लोबलB2C ई- कॉमर्स मार्केट रिपोर्ट 2018
- [20]. ग्लोबलB2C ई- कॉमर्स मार्केट रिपोर्ट 2019
- [21]. ग्लोबलB2C ई- कॉमर्स मार्केट रिपोर्ट 2020