

नरियात एवं ई-कॉमर्स को बढ़ावा

यह एडिटरियल 12/02/2023 को 'हद्वि बिजनेस लाइन' में प्रकाशित "E-commerce can propel exports" लेख पर आधारित है। इसमें भारत के नरियात में ई-कॉमर्स की भूमिका एवं संबंधित मुद्दों के बारे में चर्चा की गई है।

संदर्भ

भारत वैश्विक [ई-कॉमर्स उद्योग](#) में एक अग्रणी खिलाड़ी के रूप में तेज़ी से उभर रहा है। ई-कॉमर्स नाटकीय रूप से बड़े पैमाने पर भारतीय उद्यमियों के लिये वैश्विक बाज़ार के द्वार खोल रहा है और इसने ['मेड इन इंडिया'](#) उत्पादों का भाग्य बदल दिया है।

- महामारी के दौरान ऑनलाइन खरीदारी की सुविधा का अनुभव करने के बाद ग्राहकों द्वारा डिजिटल माध्यम का उपयोग जारी रहा है। वैश्विक स्तर पर अनुमानित रूप से 2.14 बिलियन ऑनलाइन खरीदार मौजूद हैं और इनकी संख्या तेज़ी से बढ़ रही है।
- यह परदृश्य भारत में व्यवसायों के लिये वैश्विक अवसर के बारे में अधिक गंभीरता से सोचने का एक शानदार अवसर प्रस्तुत करता है। इंटरनेट की व्यापक उपलब्धता, उभरते ई-कॉमर्स मार्केटप्लेस, मांग आधारित वनरिमाण, पूंजी तक आसान पहुँच और लॉजिस्टिक्स एवं शिपिंग के लिये चर मॉडल (variable models) के साथ भारतीय उद्यमी स्वयं को वैश्विक आपूर्ति शृंखलाओं से संबद्ध कर सकते हैं और सुदृढ़ नरियात व्यवसाय का नरिमाण कर सकते हैं।
- हालाँकि लॉजिस्टिक्स, सीमा-पार भुगतान, अनुपालन आवश्यकताओं और अन्य वषियों से संबंधित कई बाधाएँ भी मौजूद हैं। देश भर के लाखों छोटे व्यवसायों के लिये नरियात के अवसरों का वसितार करने के लिये अभी बहुत कार्य करने की आवश्यकता है।

भारत के नरियात की वर्तमान स्थिति

- वित्त वर्ष 2022 की स्थिति के अनुसार, पछिले तीन दशकों में भारत के वनरिमाण क्षेत्र में तीन गुना वृद्धि हुई है, जिसमें पेट्रोकेमिकल्स, स्टील, सीमेंट और ऑटोमोबाइल जैसे पारंपरिक क्षेत्रों के साथ-साथ इलेक्ट्रॉनिक्स, खलौने एवं अन्य नए क्षेत्रों का योगदान रहा है।
 - भारत के वनरिमाण उत्पादन में दसिंबर 2022 में पछिले वर्ष के इसी माह की तुलना में 2.60% वृद्धि दर्ज की गई।
- बेड लनिन, आभूषण, खलौने, कॉफी, मकखन, शहद, मोटे अनाज, संगीत वाद्ययंत्र और अन्य वभिन्न श्रेणियों के नरियात में भी लगातार वृद्धि हुई है, जो समग्र नरियात को बढ़ावा दे रही है।
- पछिले सात वर्षों में भारत के खलौनों के नरियात में लगभग 30% CAGR से वृद्धि हुई है।
- भारत से मकखन और डेयरी उत्पादों के नरियात में 25% CAGR से वृद्धि हुई है।
- भारत में डायरेक्ट-टू-कंज्यूमर (D2C) क्रांतिका उदय भी देखा गया है जहाँ भारत के वभिन्न क्षेत्रों से नए-पुराने ब्रांड देश और दुनिया भर में ग्राहकों को सेवा प्रदान कर रहे हैं।
 - उद्योग आकलन बताते हैं कि आज भारत में 800 से अधिक सफल D2C ब्रांड मौजूद हैं, जिनका क्षेत्रवार मूल्यांकन 40 बिलियन अमेरिकी डॉलर से अधिक है।
- भारत का उत्पाद व्यापार (Merchandise Trade) कैलेंडर वर्ष 2022 में 1 ट्रिलियन अमेरिकी डॉलर का आँकड़ा पार कर गया, जिसमें नरियात की हसिसेदारी 450 बिलियन और आयात की हसिसेदारी 723 बिलियन अमेरिकी डॉलर की रही।
 - आउटबाउंड शिपमेंट में वर्ष 2022 में पछिले वर्ष की तुलना में (YoY) 13.7% की वृद्धि हुई, जबकि आयात में वर्ष 2021 की तुलना में 21% वृद्धि हुई।

भारत में ई-कॉमर्स नरियात से संबद्ध प्रमुख चुनौतियाँ

- **अवसंरचनागत बाधाएँ:**
 - भंडारण और परविहन जैसी उपयुक्त अवसंरचना की कमी ई-कॉमर्स व्यवसायों के वसितार एवं वृहत ग्राहक आधार तक पहुँच को कठिन बनाती है।
- **भुगतान और वतित्तीय सेवाएँ:**
 - भुगतान और वतित्तीय सेवाओं तक पहुँच, वशेष रूप से छोटे व्यवसायों के लिये, अभी भी एक बड़ी चुनौती है।

- **भरोसे की कमी:**
 - ग्राहक प्रायः अपरचित वेबसाइटों से ऑनलाइन खरीदारी करने में संकोच रखते हैं, जो ई-कॉमर्स नरियात के विकास को सीमति कर सकता है।
- **शपिगि और डलिवरी:**
 - वदिशी गंतव्य तक उत्पादों की शपिगि और डलिवरी महँगी तथा एक समय लेने वाली प्रक्रिया हो सकती है, जसिसे ग्राहकों में असंतोष पैदा हो सकता है।
- **सीमा शुलक और ड्यूटी:**
 - जटलि सीमा शुलक और ड्यूटी वनियमन माल के नरियात को चुनौतीपूर्ण और अधिक समय लेने वाली प्रक्रिया बना सकते हैं।
- **साइबर सुरक्षा:**
 - ई-कॉमर्स वेबसाइट साइबर हमलों के प्रतभिद्य होते हैं, जसिसे संवेदनशील सूचना की हानिकी स्थिति बन सकती है और व्यवसाय की प्रतषिठा पर नकारात्मक प्रभाव पड़ सकता है।
- **मानकीकरण का अभाव:**
 - उत्पाद की गुणवत्ता, वतिरण और ग्राहक सेवा के मामले में मानकीकरण की कमी ई-कॉमर्स व्यवसायों के लयि प्रतसिपर्द्धा में बढत हासलि करना कठनि बना सकती है।
- **अंतर्राष्टरीय खलिडयिों से प्रतसिपर्द्धा:**
 - सुस्थापति अंतर्राष्टरीय ई-कॉमर्स कंपनयिों से प्रतसिपर्द्धा भारतीय कंपनयिों के लयि वैश्वकि बाज़ार में वकिस करना और सफल होना कठनि बना सकती है।

कौन-से संबंधति कदम उठाये गए हैं?

- **मुक्त वयापार समझौते:**
 - सीमा-पार वयापार को प्रोत्साहति करने के लयि सरकार ने संयुक्त अरब अमीरात, यूके, ऑस्ट्रेलिया और अन्य देशों के साथ वभिनिन मुक्त-वयापार समझौतों (Free-trade Agreements) पर हस्ताक्षर कयि हैं, जसिसे नरियात में वृद्धि हुई है।
- **डजिटलि इंडिया पहल:**
 - डजिटलि इंडिया पहल ने [सटारट अप इंडिया](#) और आत्मानरिभर भारत सहति सरकार के नेतृत्व वाली अन्य वभिनिन पहलों को ठोस गतिप्रदान की है, जनिमें वैश्वकि सफलता में रूपांतरति होने की वयापक संभावनाएँ नहिति हैं।

भारत ई-कॉमर्स नरियात बाज़ार का नेतृत्व कैसे कर सकता है?

- **जागरूकता का प्रसार:**
 - ई-कॉमर्स नरियात के बारे में जागरूकता का प्रसार करना इस उद्योग के वकिस के प्रोत्साहन एवं वृद्धि के लयि महत्त्वपूर्ण है।
 - ज़मीनी स्तर पर ई-कॉमर्स नरियात के बारे में अधिक जागरूकता पैदा करने के लयि एक प्रभावी रणनीति इन माध्यमों से कार्यान्वति की जा सकती है:
 - **शकिषा और प्रशकिषण:** ये ई-कॉमर्स नरियात द्वारा पेश कयि जाने वाले लाभों और अवसरों की बेहतर समझ हासलि करने में मदद कर सकते हैं।
 - **नेटवरकि संबंधी आयोजन:** ये व्यवसायों एवं व्यक्तयिों को परस्पर संबद्ध करने और वचिारों को साझा करने के लयि एक मंच के रूप में कार्य कर सकती हैं।
 - **वपिणन अभियान:** ये ई-कॉमर्स नरियात के बारे में जागरूकता पैदा करने में महत्त्वपूर्ण भूमिका नभिा सकते हैं।
- **आधारभूत संरचना में सुधार लाना:**
 - ई-कॉमर्स कंपनयिों के लयि अपने उत्पादों के नरियात को आसान बनाने के लयि भारत को सड़कों, बंदरगाहों और गोदामों जैसी आधारभूत संरचनाओं में नविश करने की आवश्यकता है।
- **नरियात वनियमों को सरल बनाना:**
 - सरकार ई-कॉमर्स कंपनयिों के लयि नरियात शुरू करना आसान बनाने के लयि नरियात नयिमों और प्रक्रियाओं को सरल बना सकती है।
- **वदिशी नविश को प्रोत्साहति करना:**
 - सरकार ई-कॉमर्स क्षेत्र में वदिशी नविश को प्रोत्साहति कर सकती है जसिसे कंपनयिों के वकिस के लयि अधिक संसाधन और वशैषज्जता प्राप्त हो सकती है।
- **एक सुदृढ़ लॉजसि्टिकस नेटवरक का वकिस करना:**
 - ई-कॉमर्स नरियात के लयि एक सुदृढ़ लॉजसि्टिकस नेटवरक का होना महत्त्वपूर्ण है और उत्पाद समय पर अपने गंतव्य तक पहुँचें इसके लयि भारत द्वारा यह नेटवरक वकिसति करने की आवश्यकता है।
- **डजिटिलीकरण को बढावा देना:**
 - सरकार ई-कॉमर्स क्षेत्र में डजिटिलीकरण को प्रोत्साहति कर सकती है ताकि कंपनयिों के लयि ग्राहकों और आपूर्तकिर्ताओं से जुड़ना आसान हो सके तहत उनके संचालन को सुव्यवस्थति कयि जा सके।
- **वतितीय प्रोत्साहन की पेशकश:**
 - सरकार उन ई-कॉमर्स कंपनयिों को वतितीय प्रोत्साहन (जैसे टैक्स बरेक, सब्सिडी और अनुदान) दे सकती है जो नरियात पर केंद्रति हैं, ताकि उन्हें अपने कार्यों का वसितार करने और वकिस करने के लयि प्रोत्साहति कयि जा सके।
- **मज़बूत साझेदारी का नरिमाण:**
 - भारतीय ई-कॉमर्स कंपनयिों को नए बाज़ारों तक पहुँच सकने और नए ग्राहक खोजने में मदद करने के लयि सरकार अन्य देशों एवं संगठनों के साथ मज़बूत साझेदारी का नरिमाण कर सकती है।

