एम0 कॉमर्स – भारत में अवसर एवं चुनौतियाँ

प्रीति पन्त
प्रवक्ता, वाणिज्य संकाय
बी0 एस0 एन0 वी0 पी0 जी0 कॉलेज, लखनऊ(उ0 प्र0)–226001, भारत
preeteepant@gmail.com

सार

तकनीकी विकास के इस युग में मोबाइल कामर्स(एम0 कामर्स) उत्तरोत्तर वृद्धि के पथ पर अग्रसर है। इस नवीनीकरण को दिन प्रतिदिन समाज के विभिन्न वर्गों द्वारा स्वीकार किया जा रहा है। इसका प्रभाव न केवल किसी देश की तकनीकी पर वरन् वहाँ के सांस्कृतिक एवं सामाजिक व्यवहारों पर भी पड़ रहा है। एम0 कामर्स की बढ़ती हुई लोकप्रियता का आभास मोबाइल बैंकिंग, मोबाइल मार्केटिंग एंव मोबाइल इन्टरटेनमेन्ट के बढ़ते हुए प्रयोगों के माध्यम से आसानी से लगाया जा सकता है। भारत जैसे देश में एम0 कॉमर्स और भी महत्व रखता है, जहाँ कि लगभग 71 प्रतिशत जनसंख्या मोबाइल फोन का प्रयोग करती है। प्रस्तुत आलेख भारत में एम0 कामर्स के अवसरों एवं चुनौतियों पर प्रकाश डालने के साथ–साथ इसे और भी सफल एंव प्रभावी बनाने के लिए सुझाव भी देता है।

बीज शब्दः एम0 कामर्स, मोबाइल बैंकिंग, ई0 कामर्स, मोबाइल एप्लिकेशंस।

M-Commerce: Opportunities and Challenges in India

Preeti Pant
Lecturer, Department of Commerce,
B.S.N.V.P.G. College, Lucknow(U.P.)-226001, India
preeteepant@gmail.com

Abstract

In this era of technology Mobile Commerce (M-Commerce) is giving momentum. It is being accepted by various sectors of society. It is not only effecting a country's technology but also effecting its social and cultural behaviour. The fame of m-commerce could be easily traced by the increasing uses of mobile banking, mobile marketing, and mobile entertainment. It is more important in a country like India where approx 71% population is widely using the mobile phone. Present article not only discuses the opportunities and challenges of m-commerce in India but also gives some recommendations to make in successful and effective.

Key words: M- commerce, Mobile Banking, E-commerce, Mobile applications.

प्रस्तावना

आज का युग तकनीकी विकास का युग है। वैश्वीकरण के माध्यम से देशों के बीच न केवल विनियोगों का अपितु तकनीकी का भी आदान प्रदान किया जा रहा है। इन्टरनेट तकनीकी नवीनीकरण के क्षेत्र में बहुआयामी भूमिका निभा रहा है। इन्टरनेट को और अधिक अत्याधुनिक बनाने के लिए अब ई0 कामर्स के पश्चात् एम0 कामर्स का प्रादुर्भाव हुआ है। एम0 कामर्स का शाब्दिक अर्थ तारारहित तकनीकी के माध्यम से ई0 कामर्स (इलेक्ट्रानिक कामर्स) के समस्त प्रयोगों को उपभोक्ताओं के हाथों में सुगम एवं प्रत्यक्ष रूप से पहुँचाना है। एम0 कामर्स शब्द का सर्वप्रथम प्रयोग 1997 में किया गया था। वास्तव में एम0 कामर्स, ई0 कामर्स का ही एक रूप है, जिसमें ई0 कामर्स के समस्त लेन–देन मोबाइल फोन, पर्सनल डिजिट एसिसटेन्ट (पी0डी0ए0), स्मार्टफोन एंव अन्य तारारहित तकनीकियों का प्रयोग करके किया जाता है। नवीन तारारहित तकनीकियों में लैपटाप, टैबलेट एंव इयरपीस व स्मार्टफोन (मोबाइल फोन एवं पी0डी0ए0 तकनीकी से युक्त) बहुत लोकप्रिय हैं।

एम0 कामर्स के बढ़ते प्रयोग

इन्टरनेट के प्रति बढ़ती जागरूकता ई0 कामर्स के बढ़ते प्रयोग एंव तारारहित तकनीकियों एंव उपकरणों में विकास के कारण आज एम0 कॉमर्स न केवल व्यक्तिगत क्षेत्र में अपितु व्यवसायिक क्षेत्र में भी सफलतम रूप से प्रयोग किया जा रहा है। आज के समय में व्यवसायिक संगठनो में एम0 कामर्स, वित्त, सेवा रिटेल, दूरसंचार एंव इनफारमेशन टैक्नोलॉजी में अपनी सशक्त भूमिका निभा रहा है। एम0 कामर्स की बढ़ती हुई लोकप्रियता एवं लोगों में एम0 कामर्स के प्रति बढ़ते रूझान को देखते हुए ही आजकल कई मोबाइल निर्माता कम्पनियाँ स्मार्ट फोन का अधिकाधिक निर्माण कर रही हैं और अधिक से अधिक तारारहित इन्टरनेट एवं वेब सुविधांए भी उपलब्ध करा रही हैं। इन कम्पनियों में ब्लैकबेरी, सैमसंग, एच0टी0सी0, एप्पैल जैसी लोकप्रिय कम्पनियाँ शामिल हैं। अनेक भारतीय बैंक भी इस दिशा में अपने ग्राहकों को मोबाइल बैंकिंग की सुविधा प्रदान कर रहे हैं जैसे आई0सी0आई0सी0आई0 बैंक, ए0बी0एन0 ऐमरो इत्यादि। अब उपभोक्ता ए0टी0एम0 एंव क्रेडिट कार्ड के स्थान पर मोबाइल एवं अन्य तारारहित उपकरणों का प्रयोग भुगतान माध्यम के रूप में कर रहे हैं।

एम0 कामर्स का प्रयोग उपभोक्ता अनेक माध्यमों के लिए कर रहे हैं, जिनमें मोबाइल फाइनेन्सियल एप्लीकेशन, मोबाइल बैंकिंग, मुद्रा हस्तान्तरण, मोबाइल भुगतान, मोबाइल विज्ञापन, मोबाइल शॉपिंग, मोबाइल द्वारा नीलामी, मोबाइल इन्टरटेनमेन्ट एंव मोबाइल द्वारा दूरस्थ शिक्षा प्रमुख हैं। मोबाइल कॉमर्स की लोकप्रियता का प्रमुख कारण तारारहित उपकरणों का ग्राहकों के पास सहज एवं सुगम रूप से होना है। एम0 कामर्स की सफलता के कुछ विशेष एवं रूचिकर तथ्य इस प्रकार हैं–

- एक सर्वेक्षण के अनुसार 18 जुलाई 2013 तक 90 प्रतिशत वैश्विक मोबाइल फोन विक्रय, एन्ड्रॉइड एंव स्मार्टफोन के क्षेत्र में रहा है।
- वालमार्ट के अनुसार उनके इन्टरनेट शॉपिंग साइट में दिसम्बर 2012 में लगभग 40 प्रतिशत विजिट, मोबाइल के माध्यम से था।
- बी0आई0 इन्टैलीजेन्स के अनुसार जनवरी 2013 में 29 प्रतिशत मोबाइल फोन उपभोक्ताओं ने अपने फोन का प्रयोग ऑनलाइन शॉपिंग के लिये किया था।
- मोबाइल बाजार के तथ्यों पर शोध करने वाली संस्था जूनियर रिसर्च की रिपोर्ट के अनुसार एम0 कॉमर्स के लेन–देनों का मूल्य 2017 में 3.2 ट्रिलियन डॉलर होने की उम्मीद है जबकि यह मूल्य सन् 2013 में 1.5 ट्रिलियन डॉलर आंका गया है।
- बैंक ऑफ अमेरिका के अनुसार सन् 2015 में मोबाइल फोन के माध्यम से यूरोप एवं अमेरिका में 67.1 बिलियन डॉलर का क्रय होने का अनुमान है।

भारत एवं एम0 कॉमर्स

इन्टरनेट क्रान्ति के पश्चात् अब भारत में एम0 कॉमर्स के लिये आधारशिला का निर्माण हो रहा हैं। भारत में मोबाइल फोन का प्रयोग बढ़ने के साथ–साथ मोबाइल फोन के माध्यम से ई0 कॉमर्स का प्रयोग भी बढ़ रहा हैं। यहाँ पर यह भी उल्लेखनीय है कि भारत 86.78 करोड मोबाइल फोन उपभोक्ताओं के साथ विश्व में मोबाइल फोन प्रयोग की दृष्टि से द्वितीय स्थान पर है। यह मोबाइल फोन उपभोक्ताओं की संख्या भारत की कुल आबादी का लगभग 71 प्रतिशत है। भारत की कुल जनसंख्या का लगभग 65 प्रतिशत भाग युवा वर्ग से है जो कि न केवल मोबाइल फोन का प्रयोग करती हैं वरन् उसकी नयी–नयी तकनीकियों एवं एप्लीकेशन्स को लेकर जागरूक एवं उत्सुक भी है। मोबाइल फोन निर्माता कम्पनियाँ युवा वर्ग में एम0 कॉमर्स के बढ़ते हुए अवसरों का आसानी से लाभ कमा सकती है। भारतीय समय के साथ–साथ जीवन शैली की भी नयी ऊँचाइयों को छू रहे हैं जिसमें मोबाइल फोन के माध्यम से ई–कॉमर्स दोनों ही समय, सुविधा एवं पहुँच तीनों की दृष्टि से ही उपयुक्त एवं सुगम है। मोबाइल के अतिरिक्त लैपटॉप एवं टैबलेट इत्यादि का भी इस दिशा में प्रयोग किया जा रहा है। बॉस्टन कन्सलटेन्सी ग्रुप की रिपोर्ट के अनुसार भारत में लगभग 45 प्रतिशत इन्टरनेट उपभोक्ता, इन्टरनेट चलाने हेतु मोबाइल फोन का प्रयोग करते हैं और आने वाले तीन सालों में इसके 60 प्रतिशत होने की सम्भावना है।

एम0 कॉमर्स के लिए भारत में इतनी सारी सम्भावनायें होने के बावजूद अनेक चुनौतियाँ भी एम0 कॉमर्स की सफलता में बाधक हैं। सबसे बड़ी चुनौती एम0 कॉमर्स के लिए उचित एवं सक्षम ईको–सिस्टम की स्थापना करना है। इसके अतिरिक्त भारत का 3–जी एवं 2–जी नेटवर्क सिस्टम भी दिशा में बड़ा बाधक हैं। भारतीय उपभोक्ताओं का इस नयी तकनीकी के प्रति दृष्टिकोण भी एक चुनौती है। भारतीय मोबाइल उपभोक्ताओं में अभी भी सिक्यूरिटी एप्लिकेशन को लेकर पूर्ण जानकारी नहीं है। उपभोक्ता साइबर अपराध, छल–कपट, वायरस इत्यादि के कारण भी इन एप्लिकेशंस का प्रयोग नहीं करते हैं। उपभोक्ता अपनी व्यक्तिगत सूचनाओं को भी सांझा करने से डरते हैं। साइबर अपराध एवं वायरस का जोखिम मोबाइल के माध्यम से प्रयोग करने में कहीं अधिक बढ़ जाता है।

निष्कर्ष

इस प्रकार से एम0 कामर्स के लिए भारतीय बाजार में अवसर एवं चुनौतियाँ दोनों ही हैं परन्तु भारतीय बाजार में इस नवीन तकनीकी को सफलता के सोपानों को छूने के लिए उचित एवं उपयुक्त ईको सिस्टम की आवश्यकता है।

इस दिशा में कुछ सुझाव इस प्रकार हैं–

- बैंक, नेशनल पेमेन्ट कार्पोरशन ऑफ इण्डिया एवं अन्य इकाईयों का एम0 कामर्स के लिए सामूहिक प्रयास आवश्यक है।
- आर0बी0आई0 को एम0 कामर्स के क्षेत्र में मुद्रा के प्रसार को नियन्त्रित करने के लिए एवं छल–कपट को रोकने के लिए आवश्यक एंव प्रभावी दिशा–निर्देश बनाने चाहिए, इसके अतिरिक्त ट्राई को भी टेलीकॉम नेटवर्क के सम्बन्ध में प्रभावी नियम बनाने चाहिए।
- सिक्योरिटी एप्लिकेशंस को सुरक्षित बनाने हेतु शोध होने चाहिए और सिक्योरिटी लैबों का भी निर्माण होना चाहिए।
- नेटवर्किंग में भी सुधार होना चाहिए।
- लोगों को इस तकनीक के विषय में जागरूक करने के लिए जागरूकता अभियान चलाए जाने चाहिए।
- सरकार को एम0 कामर्स के विषय पर तथ्य एकत्रित करने हेतु एक अलग सेल का निर्माण करना चाहिए और समय–समय पर इन तथ्यों का तुलनात्मक अध्ययन भी कराना चाहिए ताकि इसकी सफलता का अंकन भी किया जा सके।
- इसके अतिरिक्त उपभोक्ताओं के लिए अत्याधुनिक एन्टी वायरस सॉफ्टवेयर व अन्य उच्चीकृत सॉफ्टवेयर्स् से सम्पन्न तारहित उपकरणों का निर्माण किया जाना चाहिए।

सन्दर्भ

1. ग्रेवाल, सीमा (2012), ''एम0 कामर्स एण्ड इट्स ग्रोथ : एन एनालिसिस'',
2. ''मोबाइल कामर्स : आपोरच्यूनिटीस एण्ड चैलेन्जस्'' (2008) ए0जी0एस0आई0 मोबाइल कॉन व्हाइट पेपर,
3. श्रीधर अय्यर, ''एम0 कामर्स : मोबाइल एप्लिकेषनस्'',
4. मोबाइल कामर्स, विकीपीडिया