IJARSCT
International Journal of Advanced Research in Science, Communication and Technology
International Open-Access, Double-Blind, Peer-Reviewed, Refereed, Multidisciplinary Online Journal
ISSN: 2581-9429
Volume 5, Issue 3, April 2025
Impact Factor: 7.67

विकासशील देशों द्वारा ई-कॉमर्स को अपनाना: चुनौतियाँ, अवसर और सतत विकास की दिशा

रोहित सिंह

अतिथि विद्वान वाणिज्य विभाग

शासकीय ठाकुर रणमत सिंह महाविद्यालय, रीवा, मध्य प्रदेश

सारांश

ई-कॉमर्स ने वैश्विक अर्थव्यवस्था को नया रूप दिया है, विशेषकर विकासशील देशों में जहां यह आर्थिक समावेश, छोटे-मध्यम उद्यमों (SMEs) के सशक्तिकरण और रोजगार सृजन का प्रमुख साधन बन गया है। संयुक्त राष्ट्र व्यापार और विकास सम्मेलन (UNCTAD) की डिजिटल इकोनॉमी रिपोर्ट 2024 के अनुसार, 43 देशों (जिनका वैश्विक जीडीपी का तीन-चौथाई हिस्सा है) में बिजनेस ई-कॉमर्स बिक्री 2016 में 17 ट्रिलियन अमेरिकी डॉलर से बढ़कर 2022 में 27 ट्रिलियन डॉलर हो गई, जो लगभग 60 प्रतिशत की वृद्धि दर्शाती है। विकासशील देशों में यह वृद्धि और तेज है। लैटिन अमेरिका में 2022 में 37 प्रतिशत वृद्धि के साथ बाजार मूल्य 85 बिलियन डॉलर पहुंच गया, जबकि दक्षिण-पूर्व एशिया की डिजिटल अर्थव्यवस्था 2023 में 200 बिलियन डॉलर को पार कर गई (2020 से दोगुनी)। अफ्रीका में इंटरनेट पहुंच 2019 के 25 प्रतिशत से 2024 में 38 प्रतिशत हो गई, जिससे लाखों लोग डिजिटल बाजार में शामिल हुए। भारत जैसे विकासशील देश में ई-कॉमर्स बाजार 2024 में 99 बिलियन डॉलर का था और 2026 तक 163 बिलियन डॉलर (27 प्रतिशत CAGR) पहुंचने का अनुमान है। 2030 तक ई-रिटेल GMV 170 बिलियन डॉलर और B2B अवसर 200 बिलियन डॉलर का होगा। डायरेक्ट-टू-कंज्यूमर (D2C) सेगमेंट 40 प्रतिशत CAGR से

IJARSCT
International Journal of Advanced Research in Science, Communication and Technology
International Open-Access, Double-Blind, Peer-Reviewed, Refereed, Multidisciplinary Online Journal
ISSN: 2581-9429
Volume 5, Issue 3, April 2025
Impact Factor: 7.67

2027 तक 60 बिलियन डॉलर तक बढ़ेगा। सरकार की पहल जैसे डिजिटल इंडिया, ONDC और GeM (FY25 में 5 लाख करोड़ रुपये GMV) ने ग्रामीण क्षेत्रों तक पहुंच बढ़ाई है।

इस शोध पत्र का उद्देश्य विकासशील देशों में ई-कॉमर्स अपनाने के कारकों, चुनौतियों (इंफ्रास्ट्रक्चर, डिजिटल साक्षरता, भरोसा, लॉजिस्टिक्स, पर्यावरणीय प्रभाव) और अवसरों (SMEs स्केलिंग, फाइनेंशियल इंक्लूजन जैसे केन्या का M-Pesa) का विश्लेषण करना है। द्वितीयक डेटा और केस स्टडी (भारत, इंडोनेशिया, अफ्रीका, लैटिन अमेरिका) पर आधारित अध्ययन से पता चलता है कि डिजिटल विभाजन और पर्यावरणीय लागत (ई-वेस्ट, पैकेजिंग, डेटा सेंटर ऊर्जा) प्रमुख बाधाएं हैं, लेकिन सर्कुलर इकोनॉमी और नीतिगत सुधार से सतत विकास संभव है। निष्कर्ष में, विकासशील देशों को अंतरराष्ट्रीय सहयोग, डिजिटल साक्षरता कार्यक्रम और हरित लॉजिस्टिक्स पर जोर देना चाहिए ताकि ई-कॉमर्स SDG लक्ष्यों को प्राप्त करने में योगदान दे। यह अध्ययन नीति-निर्माताओं और उद्यमियों के लिए उपयोगी दिशा प्रदान करता है।

कीवर्ड्स

ई-कॉमर्स अपनाना, विकासशील देश, डिजिटल अर्थव्यवस्था, चुनौतियाँ एवं अवसर, डिजिटल विभाजन, सतत विकास, भारत केस स्टडी, UNCTAD रिपोर्ट, SMEs सशक्तिकरण, पर्यावरणीय प्रभाव।