

ई-कॉमर्स नरियात

यह एडिटरियल 26/06/2023 को 'हद्वि बजिनेसलाइन' में प्रकाशित ["Policy for e-commerce exports"](#) लेख पर आधारित है। इसमें ई-कॉमर्स नरियात नीति और संबंधित मुद्दों के बारे में चर्चा की गई है।

प्रलमिस के लयि:

ई-कॉमर्स, प्रत्यक्ष वदिशी नविश, उपभोक्ता संरक्षण, डेटा गोपनीयता, बौद्धिक संपदा, सूचना प्रौद्योगिकी अधनियम, सूचना प्रौद्योगिकी (मध्यवर्ती दशिा-नरिदेश एवं डजिटल मीडिया आचार संहति) नयिम 2021, उपभोक्ता संरक्षण अधनियम 2019, उपभोक्ता संरक्षण (ई-कॉमर्स) नयिम 2020, वदिशी मुद्रा प्रबंधन अधनियम 1999, प्रत्यक्ष वदिशी नविश नीति, GST, समतुल्य लेवी

मेन्स के लयि:

ई-कॉमर्स नरियात नीतिकी आवश्यकता, भारतीय ई-कॉमर्स नरियात नीतिकी अन्य देशों से तुलना

भारत में अपने [ई-कॉमर्स](#) नरियात की वृद्धिकरने की व्यापक क्षमता मौजूद है जो वर्तमान में मात्र 2 बलियन अमेरिकी डॉलर मूल्य की है (वर्ष 2022-23 में भारत के कुल नरियात 447.46 बलियन अमेरिकी डॉलर के 0.5 प्रतिशत से भी कम)। वर्ष 2025 तक वैश्विक ई-कॉमर्स नरियात के 2 ट्रिलियन अमेरिकी डॉलर तक पहुँचने की उम्मीद है और भारत वर्ष 2030 तक 200-250 बलियन अमेरिकी डॉलर का लक्ष्य रखते हुए इस अवसर का लाभ उठा सकता है।

इस लक्ष्य की प्राप्तिके लयि भारत को एक ई-कॉमर्स नरियात नीति (e-Commerce Export policy) का नरिमाण करने की आवश्यकता है जो लघु एवं मध्यम उद्यम (Small and Medium enterprises- SMEs) से संबद्ध नरियातकों के समक्ष मौजूद चुनौतियों का समाधान करे।

ई-कॉमर्स नरियात में SMEs के समक्ष वदियमान चुनौतियाँ

- शपिगि और क्लीयरेंस लागत:
 - SMEs को अपने उत्पादों के परिवहन के लयि उच्च शपिगि लागत और कस्टम क्लीयरेंस का वहन करना पड़ता है, जो उनके लाभ मार्जनि और प्रतस्पर्द्धात्मकता को कम कर सकता है।
- भुगतान संग्रहण एवं नयिमतिकरण :
 - SMEs को वदिशी ग्राहकों से बिक्री प्राप्त (sales realisation) के संग्रह के लयिपेमेंट गेटवे या एग्रीगेटर्स को उच्च शुल्क चुकाना पड़ता है।
 - उन्हें अपने नरियात बलि के नयिमतिकरण (regularisation) के लयिअधिकृत डीलर बैंकों में भौतिक दस्तावेज भी जमा करना पड़ता है, जो बोझिल और लागतपूर्ण सदिध हो सकता है।
- व्यापार बाधाएँ और नयिमक बाधाएँ:
 - SMEs को वदिशी बाजारों में वभिन्न व्यापार बाधाओं (Trade Barriers) और नयिमक बाधाओं (Regulatory Hurdles) का सामना करना पड़ता है, जैसे टैरफि, कोटा, मानक, प्रमाणन, लाइसेंस इत्यादि।
 - इससे नरियात के समय और लागत में वृद्धि हो सकती है तथा उत्पादों की गुणवत्ता और मात्रा प्रभावित हो सकती है।
- ज्ञान और वत्ति संबंधी अंतराल:
 - SMEs के पास प्रायः अंतर्राष्ट्रीय बाजारों तक पहुँच एवं प्रतस्पर्द्धा के मामले में आवश्यक ज्ञान और वत्तिपोषण की कमी होती है।
 - उनके पास बाजार अवसरों, ग्राहक प्राथमकताओं, सांस्कृतिक अंतरों, वधिकि आवश्यकताओं आदि के बारे में पर्याप्त सूचना के अभाव की स्थिति हो सकती है।
 - उन्हें अपनी नरियात गतिविधियों के समर्थन हेतु ऋण, बीमा या अन्य वत्तितीय सेवाएँ प्राप्त करने में भी कठिनाइयों का सामना करना पड़ सकता है।
- ई-कॉमर्स अंगीकरण से संबद्ध मुद्दे:
 - SMEs को ई-कॉमर्स अंगीकरण से संबंधित वभिन्न मुद्दों का भी सामना करना पड़ सकता है, जैसे तकनीकी अवसंरचना, ऑनलाइन भुगतान सुरक्षा, साइबर घोटाले, ग्राहक सेवा आदि।
 - उन्हें अपने उत्पादों या सेवाओं को ऑनलाइन प्लेटफॉर्म और वैश्विक बाजार के अनुरूप अनुकूलित

सकती है।

व्यापक ई-कॉमर्स नीति की आवश्यकता क्यों है?

- एकसमान अवसर प्रदान करना:
 - इसमें घरेलू एवं वदेशी ई-कॉमर्स खिलाड़ियों के साथ-साथ ऑनलाइन एवं ऑफलाइन खुदरा विक्रेताओं के लिये नष्टपक्ष प्रतस्पर्द्धा और एकसमान अवसर सुनिश्चित करने के लिये बाज़ार पहुँच, [प्रत्यक्ष वदेशी निवेश](#), कराधान, [उपभोक्ता संरक्षण](#), [डेटा गोपनीयता](#), [बौद्धिक संपदा](#) जैसे मुद्दों को संबोधित करना शामिल है।
- WTO में और अन्य क्षेत्रीय व्यापार समझौतों पर वार्ता को सुवर्धजनक बनाना:
 - इसमें सीमा-पार डेटा प्रवाह, डिजिटल व्यापार सुवर्ध, [डिजिटल कराधान](#) आदि ई-कॉमर्स मुद्दों पर भारत के हितों और इसके रुख को स्पष्ट करना शामिल है ताकि भारत को ई-कॉमर्स पर वैश्विक नियमों एवं रूपरेखाओं में भागीदारी करने और लाभ उठाने में सक्षम बनाया जा सके।
- भविष्य की प्रगतियों और नवाचारों के लिये नीतित्गत अवसर बनाए रखना:
 - एक लचीला और दूरदर्शी दृष्टिकोण अपनाना जो डिजिटल अर्थव्यवस्था की बदलती गतिशीलता और रुझानों के अनुरूप ई-कॉमर्स क्षेत्र को विकास एवं नवोन्मेष को अवसर देने के लिये सुवर्ध और वनियमन के उद्देश्यों को संतुलित करे।
- ई-कॉमर्स नरियात की प्रतस्पर्द्धात्मकता और समावेशिता को बढावा देना:
 - ई-कॉमर्स नरियातकों, विशेष रूप से SMEs को अंतर्राष्ट्रीय बाज़ारों तक पहुँच बनाने और प्रतस्पर्द्धा करने में सक्षम बनाने के लिये वित्तीय, तकनीकी एवं वधिक सहायता प्रदान करना, सीमा शुल्क प्रक्रियाओं को सरल बनाना, मानकों एवं प्रमाणन में सामंजस्य बनाना आदि।
- भारत की डेटा संप्रभुता एवं सुरक्षा की रक्षा करना:
 - एक डेटा संरक्षण कानून को अपनाना जो भारतीय नागरिकों और व्यवसायों की गोपनीयता एवं सुरक्षा सुनिश्चित करने के लिये ई-कॉमर्स संस्थाओं द्वारा वक्तित्गत डेटा के संग्रहण, प्रसंस्करण, भंडारण, स्थानांतरण, प्रकटीकरण और वलियोपन को नयित्तरति करे।

भारत में ई-कॉमर्स के लिये नयामक ढाँचा

- भारत में ऐसा कोई वशिष्ट कानून या वनियमन नहीं है जो वशिष रूप से ई-कॉमर्स गतिविधियों को नयित्तरति करता हो।
 - इसके बजाय, भारत सरकार के वभिन्न मंत्रालय और वभिग ई-कॉमर्स के वभिन्न पहलुओं, जैसे सूचना प्रौद्योगिकी, उपभोक्ता संरक्षण, प्रत्यक्ष वदेशी निवेश, कराधान, प्रतस्पर्द्धा, डेटा गोपनीयता, बौद्धिक संपदा आदि से स्वयं नपिटते हैं।
- [सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम, 2000](#) (Information Technology Act, 2000) और [सूचना प्रौद्योगिकी \(मध्यवर्ती दशा-नरिदेश और डिजिटल मीडिया आचार संहिता\) नयिम, 2021](#) (Information Technology (Intermediary Guidelines and Digital Media Ethics Code) Rules, 2021):
 - ये इलेक्ट्रॉनिक लेनदेन, इलेक्ट्रॉनिक हस्ताक्षर, इलेक्ट्रॉनिक अनुबंध, साइबर सुरक्षा, साइबर अपराध, मध्यस्थ दायित्व आदि के लिये कानूनी मान्यता एवं ढाँचा प्रदान करते हैं।
 - ये ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म सहित डिजिटल मीडिया प्लेटफॉर्म के कंटेंट और आचरण को भी वनियमित करते हैं।
- [उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019](#) (Consumer Protection Act, 2019) और [उपभोक्ता संरक्षण \(ई-कॉमर्स\) नयिम, 2020](#) (Consumer Protection (E-Commerce) Rules, 2020):
 - इनका उद्देश्य ई-कॉमर्स लेनदेन, जैसे नष्टपक्ष व्यापार अभ्यास, सूचना का खुलासा, शिकायत नवारण आदि में उपभोक्ताओं के अधिकारों और हितों की रक्षा करना है।
 - वे ई-कॉमर्स संस्थाओं को पंजीकरण, सत्यापन, रफिंड नीति जैसे दायित्व और देयता भी सौपते हैं।
- [वदेशी मुद्रा प्रबंधन अधिनियम, 1999](#) (Foreign Exchange Management Act, 1999) और [प्रत्यक्ष वदेशी निवेश नीति](#) (Foreign Direct Investment Policy):
 - ये भारत में वदेशी मुद्रा और वदेशी निवेश के प्रवाह एवं बहरिवाह को नयित्तरति करते हैं।
 - ये ई-कॉमर्स गतिविधियों, जैसे इन्वेंटरी-बेसड मॉडल, मार्केटप्लेस मॉडल, सगिल-ब्रांड खुदरा व्यापार, मल्टी-ब्रांड खुदरा व्यापार आदि में प्रत्यक्ष वदेशी निवेश के लिये क्षेत्र-वशिष्ट दशा-नरिदेश और नयित्रण भी नरिधारित करते हैं।
- अन्य देशों से तुलना:
 - ई-कॉमर्स का दायरा और परभाषा:
 - भारत में ई-कॉमर्स की कोई स्पष्ट और सार्वभौमिक परभाषा नहीं है तथा वभिन्न प्रकार की ई-कॉमर्स गतिविधियों, जैसे B2B, B2C, C2C, इन्वेंटरी-बेसड, मार्केटप्लेस-बेसड आदि पर अलग-अलग कानून और नयिम लागू हो सकते हैं।
 - अन्य देशों, जैसे अमेरिका, यूरोपीय संघ, चीन आदि ने ई-कॉमर्स की अधिक व्यापक एवं सुसंगत परभाषाओं को अपनाया है जो ऑनलाइन लेनदेन के वभिन्न पहलुओं और रूपों को कवर करते हैं।
 - प्रत्यक्ष वदेशी निवेश:
 - भारत ने ई-कॉमर्स गतिविधियों में प्रत्यक्ष वदेशी निवेश पर कई नयित्रण और शर्तें आरोपित कर रखी हैं, जैसे केवल [मार्केटप्लेस-बेसड मॉडल की अनुमति](#) (इन्वेंटरी-बेसड मॉडल की नहीं), वशिष सौदों एवं प्रीडेटरी मूल्य नरिधारण पर रोक, लोकल सोर्सिंग एवं डेटा स्टोरेज को अनवार्य करना आदि।
 - संयुक्त राज्य अमेरिका जैसे अन्य देशों में ई-कॉमर्स गतिविधियों में प्रत्यक्ष वदेशी निवेश पर अधिक उदार और लचीली नीतियाँ कार्यान्वति हैं, जो इन्वेंटरी-बेसड एवं मार्केटप्लेस-बेसड मॉडल दोनों की अनुमति देती हैं, नवाचार एवं प्रतस्पर्द्धा को प्रोत्साहित करती हैं और डेटा सुरक्षा एवं गोपनीयता कानूनों को अपनाती हैं।
 - उपभोक्ता संरक्षण:

- भारत ने ई-कॉमर्स लेनदेन में उपभोक्ताओं के अधिकारों एवं हितों की रक्षा के लिये हाल ही में उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 और उपभोक्ता संरक्षण (ई-कॉमर्स) नियम, 2020 लागू किया है।
- ये कानून और नियम ई-कॉमर्स संस्थाओं पर **वभिन्न दायित्वों एवं देयताओं**, जैसे पंजीकरण, सत्यापन, सूचना का खुलासा, शिकायत नविवरण, रफिंड नीति आदि को लागू करते हैं।
 - चीन जैसे कुछ अन्य देशों ने भी ई-कॉमर्स लेनदेन में उपभोक्ताओं की सुरक्षा के लिये ऐसे ही कानून और नियम लागू किये हैं।
- **ई-कॉमर्स का कराधान:**
 - यूरोपीय संघ जैसे अन्य समूह/देशों ने भी **ई-कॉमर्स लेनदेन पर वभिन्न कर लगाए हैं**, जैसे डिजिटल सेवा कर (DST) आदि।
 - भारत ने ई-कॉमर्स लेनदेन में वस्तुओं और सेवाओं की आपूर्ति पर **वस्तु एवं सेवा कर (GST)** अधिरोपित किया है।
 - इसने विदेशी ई-कॉमर्स ऑपरेटरों द्वारा भारतीय ग्राहकों को प्रदान की जाने वाली **ऑनलाइन वजिआपन सेवाओं पर समतुल्य लेवी (equalization levy)** भी लगाया है।
 - हालाँकि ई-कॉमर्स लेनदेन के कराधान पर कोई वैश्विक सहमति या समन्वय मौजूद नहीं है।

एक व्यापक ई-कॉमर्स नरियात नीति के लिये अनुशंसाएँ

- **एक राष्ट्रीय व्यापार पारितंत्र का विकास करना:**
 - सरलीकृत दस्तावेज़ीकरण और कस्टम क्लीयरेंस प्रक्रियाओं के साथ ई-कॉमर्स नरियात के लिये **एकल खड़की प्रणाली प्रदान करने हेतु RBI**, कस्टम, DGFT, GSTN (GST नेटवर्क), इंडिया पोस्ट, कूरियर, ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म और नरियातकों जैसे वभिन्न हतिधारकों को एकीकृत करना।
- **वित्तीय, तकनीकी और वधिक सहायता प्रदान करना:**
 - ई-कॉमर्स नरियातकों, विशेष रूप से SMEs को **अंतरराष्ट्रीय बाज़ारों तक पहुँच बनाने और प्रतस्पर्द्धी बन सकने में मदद करने के लिये** सब्सिडी, अनुदान, ऋण, बीमा, प्रशिक्षण, परामर्श आदि की पेशकश करना।
- **मानकों और प्रमाणन का सामंजस्य:**
 - ई-कॉमर्स नरियात के लिये मानकों और प्रमाणन को **अंतरराष्ट्रीय मानदंडों एवं सर्वोत्तम अभ्यासों** के साथ संरेखित करके **उत्पादों और सेवाओं की गुणवत्ता एवं सुरक्षा सुनिश्चित** करना।
 - विदेशी खरीदारों के साथ व्यापार करना आसान बनाकर **सीमा-पार ई-व्यापार को बढ़ावा देना**।
- **कराधान व्यवस्था को सुव्यवस्थित करना:**
 - **सभी प्रकार के ई-कॉमर्स लेनदेन के लिये सार्वभौमिक GST दर** को अपनाना और ई-कॉमर्स नरियातकों के लिये कर प्रोत्साहन एवं छूट प्रदान करना।
- **डेटा गोपनीयता और सुरक्षा की रक्षा करना:**
 - एक **डेटा सुरक्षा कानून** को अपनाना जो ई-कॉमर्स संस्थाओं द्वारा व्यक्तिगत डेटा के संग्रहण, प्रसंस्करण, भंडारण, स्थानांतरण, प्रकटीकरण और विलोपन को नियंत्रित करे।
 - SMEs को घोटालों की पहचान करने और उनसे बचने के बारे में सूचना प्रदान करना, साथ ही उन्हें साइबर हमलों से उबरने में मदद करने के लिये संसाधन प्रदान करना।
- **नवाचार और प्रतस्पर्द्धा को बढ़ावा देना:**
 - ई-कॉमर्स क्षेत्र में **डिजिटल उद्यमिता और अनुसंधान एवं विकास को बढ़ावा देने के लिये** इनक्यूबेटर, एक्सेलेरेटर, हब, नेटवर्क आदि का सृजन करना।
 - नरियात सुविधा सेल (Export Facilitation Cells- EFCs) स्थापित करने के लिये ज़िला उद्योग केंद्रों (DICs) के साथ संलग्न होना, जो SMEs को उन उत्पादों और बाज़ारों की पहचान करने में मदद करेगा जिनकी विदेशों में मांग है।
- **क्षेत्रीय और अंतरराष्ट्रीय सहयोग एवं संवाद को सशक्त करना:**
 - सर्वोत्तम अभ्यासों की साझेदारी, डेटा का आदान-प्रदान करने, मानकों में सामंजस्य स्थापित करने, विवादों को हल करने और ई-कॉमर्स नरियात नीतियों के प्रतिभरोसे के निर्माण के लिये वभिन्न मंचों, समझौतों, वार्ताओं आदि से संलग्न होना।
 - ई-कॉमर्स नरियात नीति को कस्टम, DGFT और RBI द्वारा संयुक्त रूप से अपने नियमों में आवश्यक परिवर्तनों के साथ तैयार किया जाना चाहिये, जिसमें वकिरेता उत्तरदायित्वों को पुनर्परिभाषित करना और भुगतान सुविधा, खातों एवं प्रक्रियाओं को सरल बनाना शामिल है।

अभ्यास प्रश्न: ई-कॉमर्स नरियात भारतीय MSMEs के लिये विकास और रोज़गार के संभावित स्रोत के रूप में उभरा है। ई-कॉमर्स नरियात की चुनौतियों एवं अवसरों की चर्चा कीजिये और उनकी प्रतस्पर्द्धात्मकता एवं बाज़ार पहुँच को बढ़ाने के उपाय सुझाइये।

UPSC सविलि सेवा परीक्षा, वगित वर्ष प्रश्न (PYQ)

????????

प्रश्न 18. अप्रवासी सत्त्वों द्वारा दी जा रही ऑनलाइन वजिआपन सेवाओं पर भारत द्वारा 6% समकरण कर लगाए जाने के नरिणय के सन्दर्भ में नमिनलखित में से कौन-सा/से कथन सही है/हैं? (2018)

1. यह आय कर अधिनियम के भाग के रूप में लागू किया गया है।
2. भारत में वजिआपन सेवाएँ देने वाले अप्रवासी सत्त्व अपने गृह देश में “दोहरे कराधान से बचाव समझौते” के अन्तर्गत टैक्स क्रेडिट का दावा कर

सकते हैं ।

नमिंनलखिबति कूट का प्रयोग कर सही उत्तर चुनयि:

- (a) केवल 1
- (b) केवल 2
- (c) 1 और 2 दोनों
- (d) न तो 1, न ही 2

उत्तर:(d)

PDF Refernece URL: <https://www.drishtiias.com/hindi/current-affairs-news-analysis-editorials/news-editorials/30-06-2023/print>

