

દેશમાં 35 કરોડ લોકોને ઓનલાઇન શોપિંગ પર ભરોસો



શ્રમાં ઈ-કોમર્સનો વાર્ષિક બિઝનેસ 21 ટ્રિલિયન ડોલરે પહોંચી ચૂક્યો છે. એમાં 15% ટકાના દરે વૃદ્ધિ થઈને 2031-32માં આ માર્કેટ 75 થી 80 ટ્રિલિયન ડોલરને પાર થઈ જશે. ઈ-કોમર્સનો અત્યારે જે દબદબો દેખાય છે એ આગામી વર્ષોમાં વધવાનો છે. ટેકનોલોજી વિકસી પછી ઓનલાઇન ચીજવસ્તુઓ રિવ્યૂ કરવાનું સરળ બન્યું, એના પરિણામે લોકોનો પ્રોડક્ટ પર ભરોસો વધ્યો છે. હજુય AI અને વર્ચ્યુઅલ રિયાલિટીની ટેકનોલોજી મોબાઇલ સ્ક્રીન પર દસ્તક દઈ રહી હોવાથી કોઈ પણ પ્રોડક્ટનો રિયલ ટાઈમ અંદાજ લગાવવો સરળ બનશે. હવે તો એવી ટેકનોલોજી આવી રહી છે કે ગ્રાહકના માપ પ્રમાણે એના ફોટાના આધારે કપડાં-જૂતાં વગેરે એને કેવું લાગશે એની ઈમેજ તૈયાર કરશે, ગ્રાહકને જાણે શોરૂમમાં જઈને ટ્રાયલ કરતાં હોય એવું લાગશે.

અત્યારે પણ કપડાં-જૂતાં જેવી પ્રોડક્ટ્સમાં જેવો રંગ દેખાય છે એવી જ બહુધા મળતી હોય છે. ઓનલાઇન ઓર્ડર કર્યા પછી એકને બદલે બીજી ચીજવસ્તુઓ આવતી હોવાના કિસ્સા બને છે ચોક્કસ. તેમ છતાં

સ્કોલિંગ

★ હરિત મુનશી

ઈ-કોમર્સ કંપનીઓએ એક વિશ્વસનીયતા જાળવી રાખી છે. એના પરિણામે દુનિયામાં 245થી 250 કરોડ લોકો ઓનલાઇન શોપિંગ કરવાનું પસંદ કરે છે. એમાં ભારતના 35 કરોડ લોકોને પણ ગણવા પડે. દેશમાં ઈ-કોમર્સ માર્કેટ કેટલી ઝડપે વધી રહ્યું છે એનો અંદાજ એ વાત પરથી આવે છે કે 2011માં 28,500 કરોડનું ઈ-કોમર્સ માર્કેટ 2017માં એક લાખ કરોડથી વધુ થયું હતું. 2023ના અંતે 1160 કરોડ ડોલરે પહોંચેલું આ સ્વદેશી માર્કેટ 2030 સુધીમાં 3250 કરોડ ડોલરથી પણ વધારે હશે. દેશમાં ઈ-કોમર્સ ગ્રાહકો 35 કરોડ પહોંચ્યા છે ને આગામી ચાર-પાંચ વર્ષમાં 50 કરોડ લોકો ઓનલાઇન શોપિંગ પર ભરોસો કરતા હશે.

ભારતના ઈ-કોમર્સ તરફ દુનિયાભરની મોટી કંપનીઓની નજર છે કારણ કે સૌથી વધુ યુવા વસતિ ધરાવતા દેશમાં યુવાનોની ખરીદશક્તિમાં અભૂતપૂર્વ ઉછાળો આવ્યો છે. તેમને હવે શોરૂમમાં જઈને શોપિંગ કરવાનું પસંદ નથી. ઓનલાઇન પ્લેટફોર્મ પરથી જ પસંદગીની વસ્તુ મંગાવી લઈને ન ગમે તો પાછી મોકલી દેવાનો વિકલ્પ તેમને વધારે અનુકૂળ આવે છે. નોકરી-ધંધાની ભાગદોડ અને મોટાં શહેરોમાં ટ્રાફિકની વકરેલી સમસ્યાના કારણે માર્કેટમાં જઈને ઘોંઘાટમાં શોપિંગ કરવાને બદલે ઘરમાં શાંત ખૂણે બેસીને ગમતી પ્રોડક્ટનો રિવ્યૂ કરીને ઓર્ડર પ્લેસ કરી દેવાનું વધારે સરળ છે. ભારતમાં ઈ-ન્ટરનેટ ડેટાનો ભાવ સસ્તો હોવાથી પણ ઈ-કોમર્સનું વલણ વધશે. ભારતમાં ડ્રેલ એરિયામાં ઝડપભેર ઈ-ન્ટરનેટ યુઝર્સ વધી રહ્યા છે અને હવે શહેરોની જેમ જ નાના ટાઉન અને ગ્રામ્ય વિસ્તારોમાં ઓનલાઇન શોપિંગનો ટ્રેન્ડ ચાલ્યો છે. એ કારણે કદાચ ઈ-કોમર્સનો ફેલાવો ધારણા બહાર વધે તો આશ્ચર્ય નહીં હોય. ચીન અને અમેરિકા ઈ-કોમર્સનું સૌથી મોટું બજાર છે. એકલા ચીનમાં જ ત્રણ ટ્રિલિયન ડોલરની પ્રોડક્ટ



ખરીદે છે. બ્રિટનમાં 2000 કરોડ ડોલરની ઓનલાઇન શોપિંગ થાય છે. જાપાન 1800 કરોડ ડોલર સાથે આ યાદીમાં ચોથા ક્રમે છે. વસતિની રીતે નાનો દેશ હોવા છતાં ગયા વર્ષે સાઉથ કોરિયામાં 1450 કરોડ ડોલરનું ઈ-કોમર્સ માર્કેટ નોંધાયું હતું. એ પછી ભારતનો ક્રમ આવે છે. જો કે પાંચ વર્ષમાં ભારત આ તમામ દેશોને પાછળ રાખીને ચીન, અમેરિકા પછી ત્રીજા ક્રમે આવી જશે એ નક્કી છે. ભારતમાં અત્યારે બિગ બિલિયન્સ ૩ ચાલી રહ્યા છે. એમાં એટલી મોટી સંખ્યામાં ખરીદી થઈ રહી છે કે ઈ-કોમર્સ કંપનીઓના સેલિંગના વિક્રમો સર્જાય છે. એક અંદાજ પ્રમાણે તો ફેસ્ટિવલ સીઝનનો લાભ લઈને દેશમાં સક્રિય ઈ-કોમર્સ કંપનીઓએ એક જ સપ્તાહમાં 54 હજાર કરોડનો બિઝનેસ કરી લીધો છે. દિવાળી સુધીમાં આ આંકડો બમણો કે ત્રણ ગણો થાય એવી શક્યતા છે. દેશમાં સ્માર્ટફોન ઓનલાઇન ખરીદવાનો અલગ લેવલનો કેળ છે. કુલ ઓનલાઇન શોપિંગમાંથી 35 શોપિંગ સ્માર્ટફોનની થાય છે. ઈ-કોમર્સનો કેળ જુઓ કે 60

ભારત આગામી પાંચ જ વર્ષમાં અમેરિકા-ચીન પછી ત્રીજા નંબરનું ઈ-કોમર્સ માર્કેટ થઈ જશે. અત્યારે 1160 કરોડ ડોલરનું માર્કેટ વધીને 2030 સુધીમાં 3250 કરોડ ડોલરે પહોંચી જશે

% ઈ-કોમર્સ યુઝર્સને એક-બે વખત તો શોપિંગનો ખરાબ અનુભવ થાય જ છે, છતાં એક નહીં તો બીજા ઈ-કોમર્સ પ્લેટફોર્મમાં જઈને શોપિંગ કરે છે. ઈ-કોમર્સના કુલ ગ્રાહકોમાંથી 39 % ગ્રાહકો દર મહિને ઓનલાઇન શોપિંગ કરે છે. 29 % તો વળી સપ્તાહમાં એક વખત ઓર્ડર આપે છે. 25 % ગ્રાહકો ત્રણ મહિને સરેરાશ એક વખત ઓનલાઇન ઓર્ડર કરે છે. 14 % ગ્રાહકો વર્ષમાં એક વખત બિગ બિલિયન્સ જેવી ઓફર્સની રાહ જોઈને ઓનલાઇન શોપિંગ કરે છે. એમાંય કેશ ઓન ડિલિવરી સૌથી કોમન પેમેન્ટ મેથડ છે. 10માંથી સરેરાશ 8 ઓર્ડરમાં ગ્રાહકો COD પસંદ કરે છે, કારણ કે ડિલિવરીમાં વહેલામોડું થાય તો ચિંતા નહીં. પ્રોડક્ટ આવે ત્યારે પૈસા ચૂકવવા પર ગ્રાહકોને વધુ ભરોસો બેસે છે ને આ રીતે ભરોસો બેસે છે ત્યાં સુધી ઓનલાઇન માર્કેટ સતત વધતું જવાનું છે.