

Arts & Commerce College Warwat Bakal

Tq. Sangrampur Dist. Buldana

Research Papers 2023-2024

Sr.No	Titale of Paper	Name of Author	Department	Journal/Edited Book	Year	Impact Factor
1	E-Agricultural Marketing Development	Dr. Satish Rane	Commerce	Eagle Leap Printers and Publisher	2023	---
2	The Changing Nature of Development Theory	Dr. Satish Rane	Commerce	RESEARCH NEBULA An International Refereed, Peer Reviewed & Indexed Quarterly Journal in Arts, Commerce, Education & Social Sciences	2024	---
3	E Commerce & Business	Dr. Satish Rane	Commerce	International Journal of Cultural Studies and Social Sciences	2024	---

RECENT TRENDS IN COMMERCE, MANAGEMENT AND ECONOMICS

Editorial Board :

Chief Editor

Dr.Dinesh Nichit

Dean,

Commerce & Management

Sant Gadge Baba Amravati University,
Amravati

Chief Editor

Dr.Subhash P. Jadhao

Principal,

Tulsiranji Jadhao, Mahavidyalaya,
Washim

Chief Editor

Dr.Suresh Namdeo Gawai

Professor,

Head of the Department
Faculty of Commerce & Management
Jijamata Mahavidyalaya, Buldana

Co-Chief Editor

Dr. Ramesh Jagdeo Sardar

Professor

School of Management Studies,
Kavayatri Bahinabai Chaudhari
Narh Maharashtra University,
Jalgaon Khandesh

Co-Chief Editor

Dr.Mahesh Gaikwad

Professor,

Faculty of Commerce & Management
G.S.College, Khamgaon

Co-Chief Editor

Dr.Anil S. Purohit

Professor,

Faculty of Commerce & Management
S.P.M.T.M. College, Chikhli

Co-Chief Editor

Dr.V.R.Bansile

Faculty of Commerce & Management
Vyankatesh Arts &
Commerce College, Deulgaon Raja

Co-Chief Editor

Dr. W. D. Golait

Faculty of Commerce & Management
M.E.S. College, Mehakar

Co-Chief Editor

Dr.P.S.Vairalkar

Faculty of Commerce & Management
Jagdamba Mahavidyalaya,
Acalpur City

Co-Chief Editor

Mr. G.S.Kiroche

Faculty of Commerce & Management
Jijamata Mahavidyalaya, Buldana

Co-Chief Editor

Mr. Dipak Janu Chavan

M.com, B.ed, GDC&A,
Jijamata Mahavidyalaya, Buldhana

INDEX

Sr No.	Article/ Author	Page No.
०१.	आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन डॉ. सुरेश एन. गवई	०५
०२.	क्रिप्टोकरन्सी – कार्य, प्रकार, फायदे, तोटे प्रा. डॉ. जया सवाईथूल	१४
०३.	भारतातील विविध पीक विमा योजनांचा आढावा संगिता महादेव शेंगोकार	२३
०४.	ग्रीन मार्केटिंग – एक नवीन विपणन प्रणाली Dr. Savita V. Nichit	३०
०५.	जागतिकीकरण एक काळाची गरज प्रा. डॉ. एन. एन. धोंडगे	३६
०६.	PMFBY योजनेचा लाभ शेतकऱ्यांना कि विमा कंपन्यांना : एक अभ्यास रोशनी सु. तट्टे । प्रा डॉ प्रशांत वैराळकर	४०
०७.	जागतिकीकरणाचा भारतीय अर्थव्यवस्थेवर पडलेला परिणाम प्रा. डॉ. अमोल सतीश राऊत	४६
०८.	ई-कॉमर्स आणि डिजिटल मार्केटिंगची व्युत्पत्ती कु. अपेक्षा घ. दुबे । प्रा डॉ प्रशांत वैराळकर	५१
०९.	ई-कृषी विपणन विकास. प्रा. डॉ. सतीश राणे.	५५
१०.	वित्तीय पद्धती (Payment system) व अंकित पॉकेट (Digital Wallet) मधील आधुनिक संकल्पना व विस्तार कु. विशाखा व्ही. पाटील । प्रा डॉ प्रशांत वैराळकर	५९
११	बँकिंग सेवा प्रा. डॉ. प्रविण कुलकर्णी	६५
१२	भारतीय अर्थव्यवस्थेवर कोविड- १९ चा परिणाम व पुनर्प्राप्ती धोरण Mr. Dipak J. Chavan	७०

प्रा.डॉ. सतीश राणे,

कला व वाणिज्य महाविद्यालय,
वरवट बकाल, जी. बुलढाणा.

गोषवारा:

भारत हा कृषी प्रधान देश आहे असे आजही म्हटल्या जाते भारतात पारंपारिक आणि आधुनिक शेती या दोन्ही प्रकारे शेती केल्या जाते पूर्वी लोकसंख्या कमी होती त्या वेळी पारंपारिक शेती करून उत्पादन केल्या जात होते, परंतु लोकसंख्या वाढली आणि शेती वरील तान सुद्धा वाढत गेला उत्पादन वाढी साठी कृषी संशोधन होऊन नव - नवीन तंत्राचा उपयोग करून उत्पादन वाढविण्यात येत आहे, उत्पादन वाढी साठी नवीन तंत्र, रासायनिक खाते, औषधे, यांचा उपयोग होतांना दिसून येत आहे, वाढीव उत्पादन विक्री करण्यासाठी स्थापन विपणन संस्थांचाही विकास होतांना दिसून येतो यामध्ये प्रामुख्याने ई कृषी विपणन संकल्पना जोर घेत आहे इलेक्ट्रिक वस्तूच्या व आधुनिक साधनांचा उपयोग कृषी क्षेत्रात होतांना दिसून येतो, कोविड १९ च्या महामारी नंतर कृषी मालाला योग्य किमतीची बाजार पेठ उपलब्ध करून देण्या साठी शासना कडून कृषी बाजारपेठ ई नाम योजना प्रारंभ करण्यात आली व त्या द्वारे शेतकरी व व्यापारी एकाच व्यासपीठावर आले व यातून शेतकरी हित साध्य करण्याचा प्रयत्न होतांना दिसून येत आहे.

प्रस्तावना :

भारता मध्ये कृषी विपणन संस्थांचा विकास मोठ्या प्रमाणात होतांना दिसून येत आहे भारत कृषी क्षेत्रात प्रामुख्याने कापूस, सोयाबीन, मका, कडधान्य, तेलबिया आदी पिकांचे उत्पादन घेतले जाते हे उत्पादन घेऊन या कृषी उत्पादनाचे निर्यात करण्यात सुद्धा भारत देश हा अग्रेसर आहे कापूस उत्पादनात भारत आणि चीन सर्व प्रथम आहे सामान्यतः विपणन या शब्दाला इंग्रजी मध्ये Market असे म्हटले जाते विपणन म्हणजे असे ठिकाण ज्या ठिकाणी वस्तू व सेवा यांची खरेदी, विक्री केली जाते परंतु अर्थशास्त्रा मध्ये विपणन या शब्दाचा अर्थ वस्तूच्या उत्पादनापासून ते उपभोगपर्यंत होणार्या क्रियांचा समावेश होतो. औद्योगिक उत्पादित वस्तूच्या पुरुवद्यावर उत्पादकाचे पूर्ण नियंत्रण असते परंतु कृषी उत्पादनावर जो उत्पादक शेतकरी आहे त्याचे पुरवद्यावर नियंत्रण नसते व शेतकरी संघटीत नसल्याने व त्याला उत्पादित माल त्वरित विक्री करण्याची गरज असल्याने व्यापारी ठरवेल ती किमत त्यास स्वीकारावी लागते उत्पादन खर्चाच्या मानाने किंमत कमी मिळाल्याने शेतकरी कर्जामध्ये आणखी खेचला जातो. ग्रामीण विकासामध्ये सर्वात जास्त प्रभावी हि

समस्या आहे हि समस्या सोडविण्यासाठी शासनामाफर्कत राष्ट्रीय कृषी बाजार ई नाम संकल्पना सुरु करण्यात आली या मध्ये सुरवातीला भारतातील बारा राज्यातील जवळजवळ एक हजार पेक्षा जास्त कृषी विपणन संस्था ऑन लाईन जोडण्यात आल्या आहेत या मधून ई कृषी विपणन संकल्पना उदयास आली आहे

कृषिविपणन

कृषिविपणन म्हणजे स्थूलमानाने शेतमालाची देवाणघेवाण वा विनिमय. अशी देवाणघेवाण शक्य होण्याकरिता विविध प्रक्रिया उदा., शेतमालाची प्रक्रिया, साठवण, वाहतूक, प्रतवारी, तपासणी, मूल्यनिर्धारण, जाहिरात, घाऊक व किरकोळ विक्री इ. कराव्या लागतात. अशा प्रक्रिया कार्यक्षमतेने झाल्या, तर शेतकऱ्याला आपल्या मालाची जास्तीत जास्त किंमत मिळू शकते. खरेदीविक्रीचा खर्च कमीतकमी होतो आणि उपभोक्त्यांनी दिलेल्या किंमतीच्या मोबदल्यात त्यांना दर्जेदार माल मिळू शकतो. कृषिविपणन कार्यक्षम होण्यासाठी उचित व्यापारप्रथा पाळाव्या लागतात आणि विशिष्ट प्रकारच्या बाजार संघटनाही उभाराव्या लागतात. शेतकऱ्यांच्या हिताचे संरक्षण करण्यासाठी बाजार नियंत्रणा सारख्या इतर मार्गांनी शासकीय हस्तक्षेपही करण्यात येतो, साधारणता: कृषी उत्पादनाशी संबंधित असणार्या प्राथमिक क्रियांचा समावेश असणारी खाजगी किंवा शासकीय व्यवसाय संस्था म्हणजे कृषी विपणन.

आज एकविसाव्या शतकातील इंटरनेटची झेप पाहता एका क्लिकवर सगळ काही उपलब्ध होते आणि त्याच वेगाने आज माणुसही धावतो आहे त्याला सर्व काही तयार आणि कमी वेळेत हव आहे आणि त्यासाठी उत्तम पर्याय ऑनलाईन मार्केट याच जाळ सर्वदूर पसरलेलं आहे आणि ते तितकच मजबूतही आहे यात विविध कंपनीच्या इलेक्ट्रॉनिक वस्तु, खेळणी, कपडे व इतर गृहउपयोगी वस्तु आकर्षक पॅकेजिंग मध्ये ग्राहकांना घरपोच मिळतात त्याचे पैसे चुकते करण्यासाठी आपण डेबिट / क्रेडिट कार्ड, इंटरनेट बँकिंग, मोबाईल वॉलेट किंवा वस्तु मिळाल्यावर पैसे (कॅश ऑन डिलीवरी) इत्यादी पद्धतींचा अगदी सुलभपणे वापर करू शकता. याच संकल्पनेवर आधारित शेतकरी आपला भाजीपाला व इतर शेती आधारित शेतमाल उत्पादन विकू शकतो यातून ई कृषी विपणन संकल्पना समोर येत आहे भविष्यातील आव्हाने ओळखून शेतकऱ्यांनी वैयक्तिक किंवा गटपातळीवर या क्षेत्रात उतरण्याची तयारी केली असून शेतमाल प्रक्रियेतून मूल्यवर्धन करण्याची यातून काहिश्या प्रमाणात अपेक्षित दर मिळवणे तसेच शेतीमालाचे नुकसान टाळणे शक्य होत आहे याकरिता शासन सुद्धा सक्रीय असून शासनाच्या नव-नवीन याजना द्वारे शेतकऱ्यांचे हित साध्य करण्याचा प्रयत्न करीत आहे.

राष्ट्रीय कृषि बाजार ई-नाम संकल्पना

राष्ट्रीय कृषि बाजार (eNAM) एक अखिल भारतीय इलेक्ट्रॉनिक व्यापार पोर्टल

आहे जो कृषि उत्पादित वस्तुंसाठी एकीकृत राष्ट्रीय बाजार बनविण्यासाठी सध्या अस्तित्वात असणार्या कृषि उत्पन्न बाजार समिती (APMC) मार्केट ला एकीकृत करतो. कृषि उत्पादनांच्या विपणनासाठी २०२३ पर्यंत साधारणपणे एक हजार कृषि बाजारपेठा ई-नाम (राष्ट्रीय कृषि बाजारपेठ) व्यासपीठात सहभागी आहेत. ई-एनएएम अंतर्गत १८ राज्ये आणि ३ केंद्रशासित प्रदेशांतील १००० बाजारपेठा एकत्रित करून अधिक चांगली बाजारपेठ उपलब्ध करून देण्यात आली आहे १००० पेक्षा जास्त कृषि बाजारपेठा ई-नाम द्वारे विविध कृषि मालांचे व्यापार करतात, या द्वारे शेतकऱ्यांच्या हितासाठी नवीन तंत्रज्ञानाचा वापर होताना दिसून येत आहे, देशातील अगदी शेवटच्या शेतकऱ्यांपर्यंत पोहोचण्याचे आणि त्यांच्या शेती उत्पादनांची विक्री करण्याच्या मार्गाचे रूपांतर करण्याच्या उद्देशाने ई-नाम विकसित आहे या नवीन बाजारपेठे द्वारे अधिकाधिक शेतकऱ्यांपर्यंत आणि व्यापाऱ्यांपर्यंत पोहोचून आपल्या उद्देशाला आणखी बळकटी मिळविली आहे. ई-नामने १.६६ कोटी शेतकरी आणि १.२८ लाख व्यापारी यांची ई-नाम व्यासपीठावर नोंदणी करून मोठा पल्ला गाठला आहे. ३० एप्रिल २०२० पर्यंत एकूण व्यापार खंड ३.४१ कोटी मेट्रिक टन आणि ३७ लाख नग (बांबू आणि नारळ) एकत्रितपणे अंदाजित रक्कम रुपये १.० लाख कोटींची उलाढाल ई-नाम व्यासपीठावर नोंदविली गेली आहे. कृषि क्षेत्रातील एक विक्रमी आणि क्रांतिकारक संकल्पना ई-नाम ऑनलाइन व्यासपीठ ही भारतातील कृषि बाजारपेठेतील सुधारणांमध्ये एक मोठी झेप असल्याचे सिद्ध झाले आहे, ई-नाम कृषि बाजारपेठ हे राज्यांच्या सीमांपलिकडे जाऊन व्यापाराच्या सुविधा देते. १२ राज्यांमधील २३३ कृषि बाजारपेठा आंतर-कृषि बाजारपेठ व्यापारात सहभागी झाल्या आहेत, तर १८ राज्य / ३ केंद्रशासित प्रदेश हे आंतरराज्य व्यापारात ई-नामच्या व्यासपीठावरून लांब अंतरावर असलेल्या शेतकऱ्यांशी व व्यापाऱ्यांशी संवाद साधत सहभाग नोंदवित आहे.

या व्यतिरिक्त, कोविड-१९ च्या परिस्थितीच्या वेळी शेतकऱ्यांना त्यांचे उत्पादन प्रत्यक्ष बाजारपेठेत न आणता विकण्याची संधी देण्यासाठी शासनाने दोन मुख्य विभाग सुरू केले आहेत. हे विभाग म्हणजे एफपीओ विभाग एफपीओच्या सदस्यांच्या त्यांच्या संकलन केंद्रातून व्यापार करण्यास मदत करतो आणि दुसरा इतर गोदाम विभाग आहे, ज्यायोगे शेतकरी त्यांची साठवलेली उत्पादने डब्ल्यूडीआरएच्या नोंदणीकृत गोदामांमध्ये विकू शकतात, ज्यास राज्य सरकारने डीमंड मंडी म्हणून घोषित केले आहे. या शिवाय शासनाने अलिकडेच किसान रथ मोबाईल एप्लिकेशन सुरू केले आहे ज्यामुळे शेतकऱ्यांना त्यांचे उत्पादन जवळच्या बाजारपेठेत आणि गोदामांमध्ये नेण्यासाठी त्यांच्या सोयीची दळणवळण वाहतूक ट्रॅक्टर/ट्रक यांची माहिती मिळू शकते.

नॅशनल ऑग्रिकल्चरल मार्केट (e-NAM) पोर्टलच्या माध्यमातून शेतकरी त्यांची पिके ऑनलाइन पद्धतीने आणि चांगल्या किमतीत विकू शकतात. ज्यांची उद्दिष्टे खालीलप्रमाणे आहेत-

१. राष्ट्रीय कृषी बाजार योजनेचे मुख्य उद्दिष्ट हे नियमन केलेल्या बाजारपेठेत बाजवी विक्री सुविधा आणि बाजवी किमतीसाठी बाजार मंच तयार करणे आहे.
 २. गुणवत्तेच्या मानकांनुसार कृषी उत्पादनांच्या चाचणीसाठी आणि प्रत्येक बाजारपेठेत खरेदीदारांद्वारे सूचित बोली सक्षम करण्यासाठी मूलभूत सुविधांसाठी तरतूद करण्यात आली आहे.
 ३. या योजनेअंतर्गत, सर्व व्यापाऱ्या करिता सर्व राज्यांसाठी एकच परवाना तयार केला जातो, जो सर्व बाजारपेठांमध्ये वैध आहे.
 ४. या योजनेअंतर्गत आतापर्यंत २०९ कृषी मालासाठी सामान्य व्यापाराचे गुण विकसित करण्यात आले आहेत.
- ई-नाममधील भागधारकांचे विभाजन महाराष्ट्र राज्य (३१ जुलै २०२३ पर्यंत)

राज्य	महाराष्ट्र
व्यापारी	21,970
कमिशन एजंट	17,692
सेवा प्रदाता	44
FPOs	302
शेतकरी	12,24,431
एकूण	12,64,439

<https://enam.gov.in/web/dashboard/stakeholder-data>

ई नाम पोर्टल केंद्र सरकार द्वारे शेतकऱ्यांसाठी सुरु केले असून ज्या द्वारे शेतकरी आपला कृषी माल कोणत्याही वेळी ऑनलाईन चागल्या किमतीवर विकू शकतो.

संदर्भ ग्रंथ सूची

१. ग्रामीण एवं कृषी विपणन डॉ. जैन कैलास पुस्त सदन भोपाल
२. मिश्रा जे पी (२००५) कृषी अर्थशास्त्र साहित्य भवन प्रकाशन आग्रा
३. कृषी अर्थशास्त्र डॉ. नीता वाणी
४. ग्रामीण विपन्न आणि वित्त पुरवठा, ग्रामीण विकास अभ्यासपत्रिका क्र.५
५. <https://www.krishakjagat.org/government-schemes/objective-of-national-agriculture-market-e-nam-scheme/>

S.N	Author(s)	Title	Page
1.	H.A. HUDDA Retired Professor, Vasantrao Naik, Government Institute of Arts and Social Sciences, Nagpur	Changing Theory of Economic Models	24
2.	DR. SAMIT MAHORE Associate Professor, Department of Economics Rashtrasant Tukadoji Maharaj Nagpur University, Nagpur	Changing Nature of Development Theories – A Review	29
3.	DR. ROSALIN MISHRA Associate Professor and Head, Department of Economics, L.A.D and S.R.P College, Nagpur	Non-Performing Assets – Causes And Its Effect On Indian Economy	36
4.	डॉ. राजू घनश्याम श्रीरामे उपप्राचार्य तथा पदवी व पदव्युत्तर अर्थशास्त्र विभाग प्रमुख, अंत्योदय महाविद्यालय, देवग्राम त. नरखेड जि. नागपूर	आर्थिक विकास सिद्धांत: महायुद्धोत्तर विकास विषयक सिद्धांतातील स्थित्यंतरे	40
5.	प्रा.डॉ. श्रीकृष्ण बी.बोडे अर्थशास्त्र विभाग प्रमुख, रा.सु.बिडकर महाविद्यालय, हिंगणघाट, जी.वर्धा	विकास सिद्धांताचे बदलते स्वरूप : एक आर्थिक दृष्टीकोन	56
6.	प्रशांत हरमकर सहयोगी प्राध्यापक, या.द.व. देशमुख कला, वाणिज्य व विज्ञान महाविद्यालय,तिवसा, जि. अमरावती	विकासाची संकल्पना : शक्तता दृष्टीकोन	60
7.	प्रा. डॉ. सतीश राणे सहाय्यक प्राध्यापक, कला व वाणिज्य महाविद्यालय, वरवट बकाल, जी. बुलडाणा.	विकास सिद्धांताचे बदलते स्वरूप	68
8.	डॉ. महेंद्र नारायण वर्धलवार सहाय्यक प्राध्यापक, पदव्युत्तर शैक्षणिक उपयोजित अर्थशास्त्र विभाग, गोंडवाना विद्यापीठ, गडचिरोली	विकास सिद्धांताचे बदलते स्वरूप आणि भारत: एक चिकित्सक अध्ययन	72
9.	प्रा.डॉ. विशाल वा. मालेकार अर्थशास्त्र विभाग प्रमुख प्रभाकरराव मामुलकर महाविद्यालय, कोरपणा जि. चंद्रपुर	विकास सिद्धांताचे बदलते स्वरूप	81



प्रा. डॉ. सतीश राणे

सहाय्यक प्राध्यापक,
कला व वाणिज्य
महाविद्यालय, वरवट
बकाल, जी. बुलडाणा.

Two - Day 47th Annual Conference of Vidharbha Arthashastra Parishad
@ Gondwana University, Gadchiroli.
3rd & 4th February, 2024

विकास सिद्धांताचे बदलते स्वरूप

ABSTRACT

विकास हि संकल्पना वेळे नुसार व काळानुसार बदलत जाणारी संकल्पना आहे. आर्थिक विकासाची सुरवात प्रामुख्याने पहिल्या व दुसऱ्या महायुद्धाच्या समाप्ती नंतर झालेली दिसून येते. देशातील अर्थव्यवस्था विकासाच्या मार्गावर आणायकरिता अनेक अर्थशास्त्रज्ञांनी विकासाचे सिद्धांत मांडले यामध्ये परंपरावादि आणि आधुनिक सिद्धांत म्हटल्या गेले आहे. आर्थिक विकासाच्या सिद्धांता मध्ये सुरवातीला स्मिथ आणि आपले विचार मांडले त्यानंतर रिकार्डो, मार्क्स यांनी सुद्धा विकासाचे स्वतंत्र सिद्धांत मांडले पुढे सिंगर यांनी आपले विकासाचे सिद्धांत मांडले पुढे विकासाचे आधुनिक सिद्धांत मांडण्यात आले यामध्ये हेरॉड -डोमर यांचे विकासाचे सिद्धांत मांडले जे खूप प्रसिद्ध झाले पुढे सोलो, शुपिटर यांनी विकासाचे आधुनिक सिद्धांत मांडले. जगातील विविध देशांनी आपल्या देशाच्या आर्थिक विकासाकरिता सदर अर्थशास्त्रज्ञांनी विकासाची प्रतिमाने मांडली आहेत त्यांचा विकासाच्या कार्यात उपयोग केलेला दिसून येतो.

प्रस्तावना :

विकास म्हणजे काळानुसार एखाद्या गोष्टीत होणारी वाढ काळानुसार कुठल्याही गोष्टीत होणारी गुणात्मक, प्रकारात्मक किंवा दर्जात्मक वाढीला विकास असे म्हटले जाते. वाढ आणि विकास हे दोन्ही शब्द एकाच अर्थाने उपयोगात आणले जातात, परंतु वाढीत प्रमानात्मक व विकासात गुणात्मक अधिक्य अभिप्रेत असते. विकास हि व्यापक स्वरूपाची संकल्पना आहे विकास या घटका मध्ये शारीरिक, मानसिक, बौद्धिक तसेच आर्थिक घटकांचा समावेश होतो विकासाच्या सिद्धांतामध्ये आर्थिक विकास महत्वाचा असतो एखाद्या व्यवसायाचा आर्थिक विकास साध्य करण्यासाठी व्यवसाया मध्ये खेळते भांडवल असणे आवश्यक असते व्यवसाया मध्ये खेळते भांडवल आल्याने व्यवसायाच्या होणार्या विकासाला आर्थिक विकास असे म्हटले जाते. ई.स. १९२९-३० च्या दरम्यान आलेल्या जागतिक महामंदीचा परिमाण सर्व जगाला भोगावे लागले आहेत त्याच बरोबर ई.स.१९३९-४४ या दरम्यान दुसरे महायुद्ध

झाले या दोन कारणांनी अनेक देशांची अर्थव्यवस्था उध्वस्त झाली यातून बाहेर येण्याकरिता आर्थिक विकासाचा अभ्यास व आर्थिक सिद्धांताना महत्व प्राप्त झाले. आर्थिक विकासाची समस्या विकसित आणि विकसनशील अशा दोन्ही देशासमोर आहे विकसित देशा समोर विकासाची गती कायम राखणे व विकसनशील देशा समोर विकासाची गती वाढविणे हि समस्या आहे. कोणत्याही देशाचा सर्वांगीण विकासाचा विचार करताना सामाजिक, राजकीय आणि आर्थिक अशा सर्वच घटकांचा विचार करणे आवश्यक आहे.

• आर्थिक विकास आणि आर्थिक वृद्धी :

आर्थिक विकास आणि वृद्धी एकसमान अर्थाने उपयोगात घेतले जातात परंतु काही अर्थशास्त्रीय विश्लेषकांच्या मते विकास आणि वृद्धी या दोन्ही संकल्पना वेगळ्या आहेत एखाद्या देशाच्या शासनाने सहेतुक केलेल्या प्रयत्नांचे फळ म्हणजे आर्थिक विकास, अविकसित देशाच्या समस्या सोडविण्यासाठी त्या देशाच्या शासनाला जाणीवपूर्वक प्रयत्न करावे लागतात त्याला आर्थिक विकासाचे प्रयत्न म्हटले आहे. याउलट आर्थिक

वृद्धी स्वयंचलित अशी प्रक्रिया आहे. विकसित देशांमध्ये तेथील शासनाला मुद्दाम विशेष प्रयत्न करावे लागत नाहीत. अशा प्रकारे घडून येणारा विकास म्हणजे आर्थिक वृद्धी होय.

• **आर्थिक विकासाचे मापन:**

आर्थिक विकास आणि आर्थिक वृद्धी चे मापन करणे सोपे नाही याकरिता काही पद्धती दिलेल्या आहेत त्या पुढीलप्रमाणे

१. वास्तविक राष्ट्रीय उत्पन्न : एखाद्या देशाच्या वास्तविक राष्ट्रीय उत्पन्नात दरवर्षी जी सातत्याने जी वाढ होत असेल तर अशा देशाचा आर्थिक विकास होत आहे असे म्हटले जाते. कारण देशाच्या राष्ट्रीय उत्पन्नात होणारी प्रतिवर्षी वाढ हा आर्थिक विकासाचा एक प्रधान निर्देशांक मानला जातो. राष्ट्रीय उत्पन्नात झालेल्या एकूण वाढीवरून त्या देशाच्या आर्थिक विकासाची वास्तविक स्थिती लक्षात येते.
२. दरडोई वास्तविक उत्पन्न : देशाच्या वास्तविक राष्ट्रीय उत्पन्नाला देशाच्या लोकसंख्येने भागल्यास दरडोई उत्पन्न कळते दरडोई वास्तविक उत्पन्नावरून विशिष्ट काळात सरासरी व्यक्तीच्या राहणीमानाचा दर्जा किती उंचावला व किती घसरला हे कळू शकते.
३. आर्थिक कल्याण : एखाद्या देशाचा आर्थिक विकास झाला असे आपण म्हणत असू तेव्हा त्या देशाच्या लोकांच्या कल्याणात किती भर पडली हा घटक सुद्धा महत्वाचा ठरतो, आर्थिक कल्याण या संकल्पनेचा अर्थ दोन प्रकारे लावण्याची प्रथा आहे अ) समाजातील विविध गटांमध्ये राष्ट्रीय उत्पन्नाचे समान वितरण ब) मूल्य स्थिरता

• **विकासाचे परंपरावादी सिद्धांत :**

आर्थिक विकासाच्या संदर्भात सुरवातीला सनातनवादी अर्थशास्त्र यांनी आपले विचार मांडले. अर्थ शास्त्राचा जनक स्मिथ यांनी आर्थिक विकासाचा सुसंबंध असा आर्थिक विकासाचा सिद्धांत मांडला नाही परंतु नंतरच्या अर्थशास्त्रज्ञ यांनी सुसंगतपणे मांडला. स्मिथ यांच्या १७७६ मध्ये लिहिलेल्या राष्ट्राची संपत्ती ग्रंथामध्ये आर्थिक विकास टिकून ठेवण्यासाठी आर्थिक आणि

सामाजिक चैकट कशी विकसित करता येईल यावर जास्त विचार मांडले आहेत. सनातनवादी अर्थशास्त्रज्ञ स्मिथ यांच्यानंतर डेव्हिड रिकार्डो यांनी आर्थिक विकासाची संकल्पना पुढे विकसित केली परंतु त्यांनी आर्थिक विकासाचा सिद्धांत मांडला नाही रिकार्डो यांनी १९१७ मध्ये राज्यशास्त्र व करविषयक तत्वे हा ग्रंथ प्रसिद्ध केला. डेव्हिड रिकार्डोचा सिद्धांत सीमांत आणि वाढवा तत्त्वावर आधारलेला आहे. सीमांत तत्व राष्ट्रीय उत्पन्नातील वाटा तर वाढवा तत्त्वे उरलेला वाढवा वेतन आणि नफा यामध्ये कसा विभागला जातो हे स्पष्ट करतो. पुढे मार्क्स यांनी सुद्धा आर्थिक विकासाचा स्वतंत्र असा सिद्धांत मांडला नाही त्यांनी आर्थिक विकासाचे सलग, सुसंगत, आणि प्रतीमानाच्या स्वरूपात एकत्रित विवेचन केलेले नाही मार्क्स यांच्या आर्थिक विकासाच्या सिद्धांतात तीन मूळ संकल्पना मांडल्या अ) इतिहासचे भौतिकवादी विश्लेषण ब) भांडवलशाही आर्थिक विकासाचा प्रेरणा यामध्ये प्रामुख्याने मुल्याधीन्य सिद्धांत व भांडवल संचय यांचा समावेश होतो क) नियोजित आर्थिक विकासाचा पर्यायी मार्ग. पुढे संतुलित विकासावर लिखाण करणारे रोजेसटीन रोडन हे पहिले अर्थशास्त्रज्ञ यांनी १९४३ मध्ये "Problems of Industrialization of Eastern and South-Eastern Europe" या ग्रंथात संतुलित विकासावर विचार मांडले त्यांनी संतुलित वृद्धी हा शब्द वापरला नाही रोडन यांनी असे मत मांडले कि, पूर्व आणि दक्षिण पूर्व युरोप मध्ये सगळ्या उद्योगांची उभारणी करण्यासाठी एका मोठ्या फर्म किंवा ट्रस्टसारखी योजना बनवली पाहिजे. त्यांचा मुख्य विचार सामाजिक सीमांत उत्पादनाची गुंतवणूक खाजगी उत्पादनापेक्षा भिन्न असतो. जेव्हा एखाद्या उद्योगाच्या गुपचे त्यांच्या सामाजिक सीमांत उत्पादनानुसार नियोजन केल्यास अर्थव्यवस्थेचा वृद्धीदर जास्त होतो. कारण एखादा उद्योगपती केवळ गुंतवणुकीचे खाजगी सीमांत उत्पादनाचा विचार करतो. सामाजिक सीमांत उत्पादनाचा अंदाज करू शकत नाही या त्यांच्या निष्कर्षासाठी त्यांनी अनेक उदाहरणे दिली आहेत. पुढे आर्थिक विकासाची प्रक्रिया स्पष्ट करण्यासाठी शुम्प्टर यांनी "The Theory

of Economic Development" आणि Business Cycles, Capitalism, Socialism and Democracy Je Imperialism and Social Classes या ग्रंथात आपले विचार मांडले शुम्पिटर यांच्या मते भांडवलशाही अर्थव्यवस्थेच्या रचनेतच आर्थिक विकास करण्याची क्षमता असते. त्यांच्या मते आर्थिक विकास अर्थव्यवस्थेत निर्माण होणार्या तेजी मंदीच्या चक्रातून टप्प्या टप्प्यात व अस्थिरतेतून होत असतो. आर्थिक विकासाची प्रक्रिया स्पष्ट करण्यासाठी त्यांनी कार्ल मार्क्स यांचा गतिमान दृष्टिकोनाचा व नवसनातनवादी संप्रदायाच्या सिद्धांताचा सुद्धा उपयोग केला. पुढे प्रा. लेबीन्सटीन यांनी 'Economic Backwardness and Economic Growth' हा ग्रंथ १९५६ मध्ये प्रकाशित केला या ग्रंथात आर्थिक विकासासाठी किमान आवश्यक प्रयत्नांची गरज हा सिद्धांत मांडला. यामध्ये त्यांनी असे मत मांडले कि, विकसनशील अर्थव्यवस्थेत भांडवलनिर्मिती कमी असते. भांडवल निर्मिती कमी होण्याचे कारण दारिद्र्य असते आणि दारिद्र्य असण्याचे कारण कमी भांडवल निर्मिती हे आहे. हे दृष्टचक्र भेदल्याशिवाय विकासाचा सुरवात होत नाही. हे विकासाचे उद्दिष्ट साध्य करण्यासाठी निर्णायक प्रयत्न करण्याची गरज असते. ते निर्णायक प्रयत्न विशिष्ट मात्रेत होणे आवश्यक आहे यालाच किमान आवश्यक प्रयत्न असे म्हणतात.

सदर अर्थशास्त्रज्ञानी विकासाचे परंपरावादी सिद्धांत मांडले

• **विकासाचे आधुनिक सिद्धांत :**

पुढे काही अर्थाशास्त्रज्ञानी आधुनिक विकासाचे सिद्धांत मांडले यामध्ये हॅरॉड व डॉमर या दोन अर्थाशास्त्रज्ञानी आर्थिक विकास यासंबंधी व्यूहरचना सांगितली आहे. हि रचना मांडताना त्या विकसित देशाचा विचार केला त्यांचा मते गुंतवणुकीतील वाढीमुळे उत्पन्नात वाढ होते आणि भांडवलाची उत्पादन क्षमता वाढते. या वेळी अर्थव्यवस्थेत पूर्ण रोजगार निर्माण करण्यासाठी उत्पन्न वाढीचा दर समान राहील यावेळी गुंतवणुकीचा दर किती असावा या प्रश्नाचा अभ्यास त्यांनी केला, गुंतवणूक एका बाजूला उत्पन्न निर्माण करते तर

दुसऱ्या बाजूला उत्पन्न क्षमता वाढविते. ज्या हॅरॉड व डॉमर यांच्या प्रतीमानानुसार उत्पन्नात वाढ इतकी झाली पाहिजे कि उत्पन्न पूर्ण उपभोगले पाहिजे असे झाले तर भांडवलाच्या उत्पादन क्षमतेचा उचित उपयोग होईल. हॅरॉड व डॉमर यांच्या विकास व वृद्धी या प्रतीमानाचा एकत्रित अभ्यास केला जातो मात्र हे दोन्ही प्रतिमाने स्वतंत्र पणे मांडलेली आहेत R.F.Harrod यांनी सन १९४८ मध्ये Harrod Towards a Dynamic Economics या ग्रंथात आर्थिक वृद्धी बाबत सिद्धांत मांडला तर E.D.Domar यांनी सन १९५७ मध्ये Essays in the Theory of Economic Growth या ग्रंथात आर्थिक वृद्धी बाबत सिद्धांत मांडला पुढे हि दोन्ही प्रतिमाने एकत्रित पणे ओळखली जाऊ लागली. या प्रतिमाना मध्ये बचत, गुंतवणूक, वास्तविक वृद्धीदर, नैसर्गिक वृद्धी दर या घटकांना महत्व देण्यात आले आहे. पुढे सन १९८७ मध्ये सोलो यांनी वृद्धी बाबत आपले प्रतिमान विकसित केले त्यांनी त्यांच्या प्रतीमानामध्ये जुन्या भांडवली गुंतवणुकी पेक्षा नवीन गुंतवणुकीस प्राधान्य देण्यात आले त्यांच्या मते जुन्या भांडवला पेक्षा नवीन भांडवल अधिक उत्पादक असते. पुढे सन स्वॉन या अर्थाशास्त्रज्ञानी आर्थिक वृद्धी बाबत एक स्वतंत्र प्रतिमान विकसित केले त्यांच्या मते तांत्रिक प्रगती हा देशातील राहणीमान उचावण्याचा एक मार्ग आहे भांडवल संचय हा दुर्बल मार्ग आहे त्यांनी दोन पर्याय सुचवले असून एक पर्याय हा प्रतीडोई उच्च उत्पादकता हा देशातील श्रमशक्ती प्रेरित करणारी असते तर देशातील तांत्रिक प्रगतीचा दर हा देशातील भांडवल वृद्धी पासून वेगळा असू शकत नाही. पुढे अनेक अर्थशास्त्रज्ञानी विकासाचे सिद्धांत मांडले यामध्ये रोमर, ग्रोसमन, शुम्पिटर यांचा समावेश होतो.

सदर अर्थशास्त्रज्ञानी विकासाचे आधुनिक सिद्धांत मांडले आहेत, परंपरावादी आणि आधुनिक विकासाच्या सिद्धांताचा उपयोग विविध देशांनी आपल्या आर्थिक विकासाकरिता केलेला असल्याचे दिसून येते.

संदर्भग्रंथ सूची :

१. Misra S. K. / Puri V. K. 'Indian Economy' (2014) Himalaya Publishing House, Mumbai.
२. Dr. K.R.Gupta, Economics of Development, Atlantic Publication, New Delhi.
३. पअनिलकुमार वावरे, विकासचे अर्थशास्त्र, प्रभारी संचालक, दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, मुंबई विद्यापीठ.
४. वसुधा पुरोहित, विकास व पर्यावरणाचे अर्थशास्त्र, विद्या बुक प्रकाशन औरंगाबाद.
५. डॉ. श्री.आ. देशपांडे, भारतीय नियोजन आणि आर्थिक विकास, विद्या प्रकाशन नागपुर.

**International Journal of Cultural Studies
and Social Sciences**

ISSN : 2347 - 4777

CERTIFICATE OF PUBLICATION

This is to certify that the article entitled

ई.कॉमर्स आणि व्यापार

Authored By

डॉ. सतीश राणे

कला व वाणिज्य महाविद्यालय वरवट बकाल, जी बुलडाणा

Published in

International Journal of Cultural Studies and Social Sciences

ISSN 2347-4777 with IF=7.138

Vol-20, Issue-01, No.20, January - June: 2024

Double-Blind, Peer Reviewed, Refereed & Open Access, UGC CARE Listed Journal



डॉ. सतीश राणे कला व वाणिज्य महाविद्यालय वरवट बकाल, जी बुलडाणा Satishrane83@gmail.com

गोपवारा :

विसाव्या शतकाच्या सुरवातीला व्यापार, व्यवसाय हा प्रत्यक्ष स्वरूपात केला जात असे ज्यामध्ये वस्तू व सेवांच्या खरेदी विक्री मध्ये उत्पादक का क्वचित सहभागी होत असे पुढे एकविसाव्या शतकामध्ये आधुनिक माहिती तंत्र ज्ञानाचा विकास फार झपाट्याने झाला आणि ई कॉमर्स चा विकास झाला इलेक्ट्रॉनिक वस्तूच्या माध्यमातून जगातील ग्राहक घरी बसून कोणतीही वस्तू खरेदी करू शकतो व उत्पादक आपली वस्तूची विक्री करू शकतो, या प्रक्रिये मध्ये उत्पादक सुद्धा प्रत्यक्ष सहभागी होत आहे, ई कॉमर्स च्या द्वारे online व्यवसाय निवडण्यासाठी विविध मॉडेल उपलब्ध आहेत उदाहरणार्थ B2B - व्यवसाय इतर व्यवसायांना विकतो, B2C - व्यवसाय थेट ग्राहकांना विकतो, C2B - ग्राहक व्यवसायाला विकतात, C2C - ग्राहक इतर ग्राहकांना विकतात इत्यादी. आज ई कॉमर्स च्या माध्यमातून Amazon, मिशो, वीरांगना, Flipkart, मित्रा, इंडियामार्ट, शॉपक्लूज, स्नैपडील, फर्स्टक्राई, नायका, बुक माय शो इत्यादी कंपनी आपला व्यापार जगभर करीत आहे तसेच कृषी, शिक्षण, सार्वजनिक, मनोरंजन क्षेत्रा मध्ये सुद्धा ई कॉमर्सचा विकास झालेला दिसून येतो.

प्रस्तावना :

आजचे युग हे माहिती तंत्रज्ञानाचे युग आहे आज आपण प्रत्येक जन घर बसल्या ई कॉमर्स च्या मदतीने कोणतेही वस्तू जगाच्या कोणत्याही ठिकाणावरून खरेदी करू शकतो व विकू सुद्धा शकतो, आजचे युग हे डिजिटल मार्केट चे युग आहे जागतिकीकरण, उदारीकरण व खाजगीकरणाचा स्वीकार जगाने केल्या नंतर व इंटरनेट चा विकास झाल्या नंतर आपल्या उत्पादित वस्तू व सेवा जगा मध्ये विकण्याकरिता व आपल्या वस्तू व सेवांना जागतिक बाजारपेठ निर्माण होण्या साठी ई कॉमर्स व डिजिटल मार्केटिंग चा उपयोग मोठ्या प्रमाणात केल्या जात आहे, ई-कॉमर्स ज्याला इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स देखील म्हणतात ही उत्पादने किंवा सेवा खरेदी-विक्रीची प्रक्रिया, पैशाचे हस्तांतरण आणि इलेक्ट्रॉनिक माध्यमांद्वारे डेटा हस्तांतरित करण्याची प्रक्रिया आहे. हे नेटवर्क लोकांना अंतर आणि वेळेच्या बंधनाशिवाय व्यवसाय करण्यास अनुमती देते. आजच्या या जागतीकरणाच्या युगात व्यापार आणि ई कॉमर्स यांची सांगड घालण्यात आली आहे

इंटरनेट किंवा ई कॉमर्स व्यापार सुरू करताना आपल्याला आवश्यक असलेल्या मूलभूत गोष्टींपैकी एक म्हणजे आपल्या व्यापाराची साइट तयार करणे. आपल्या वस्तू आणि सेवांचा प्रचार करण्यासाठी आणि त्यांना नेमित प्रेक्षकांमध्ये लोकप्रिय करण्यासाठी हे एक उत्कृष्ट व्यासपीठ असू शकते. सर्च इंजिन जसे की Google, द्वारे ग्राहक आणि खरेदीदारांना आकर्षित करण्यासाठी तुमची वेबसाइट पुरेसे SEO अर्थात सर्च इंजिन ऑप्टिमायझेशन केलेली असावी. 20 व्या शतकाच्या शेवटी ई-कॉमर्सचा उल्लेख हा व्यापारी आणि व्यापारी (B TO B) तसेच व्यापारी आणि ग्राहक (B TO C) यांच्यात संगणकाच्या माध्यमातून आणि इंटरनेटच्या माध्यमातून होणारा व्यापार असा होवू लागला

व्यापारी आणि व्यापारी (B TO B) पद्धतीचा उगम 1968 मध्ये झाला. ज्यावेळी EDI व्दारा कंपन्यांच्या इलेक्ट्रॉनिक व्यवहारांना मान्यता दिली. सन 1994 मध्ये नेटस्कॅप कम्युनिकेशनने आपले ग्राफिकल ब्राऊझर इंटरनेटच्या उपयोगकर्त्याकरिता उपलब्ध करून दिले या ब्राऊझरच्या उपयोगामुळे ई-कॉमर्ससहित सर्व प्रकारच्या संगणकीय कामांना गती मिळाली. आता ई-व्यापाराची जागा ई-कॉमर्सने घेतली आहे. इंटरनेटवरून वस्तूच्या खरेदी-विक्रीचे व्यवहार हे फक्त व्यापारी आणि व्यापारी (B TO B) हयांच्यासोबत होत असत आज ई-कॉमर्स ही संकल्पना व्यापार आणि व्यापार इतपर्यंतच मर्यादित न राहता आता व्यापारी आणि प्रत्यक्ष ग्राहक (B TO C) यांच्यात सुद्धा इंटरनेटवरून व्यापार सुरू झाला.

ई commerce मध्ये माहिती तंत्रज्ञानाचा तसेच इंटरनेटचा विकास फार झपाट्याने होतांना दिसून येत आहे. आजच्या माहिती तंत्रज्ञानाच्या युगात संगणका व्यतिरिक्त मोबाईल फोनमध्येही इंटरनेटचा उपयोग करता येत असल्याने आज माहिती तंत्रज्ञानाचे जवळ-जवळ सर्वच क्षेत्र व्यापून टाकले आहे आर्थिक क्षेत्र, शिक्षण क्षेत्र, जाहिरात व माहिती क्षेत्र, विमा क्षेत्र, संशोधन क्षेत्र, क्रीडा क्षेत्र, संरक्षण क्षेत्र व मनोरंजन क्षेत्र इत्यादी क्षेत्रात माहिती तंत्रज्ञान अत्यावश्यक घटक बनला आहे माहिती तंत्रज्ञानाव्दारे सर्वक्षेत्र, सर्वजण एकत्र बांधण्यास इंटरनेटचे साहय लाभले आहे व या व्दारे प्रत्येक व्यक्तीला ई कॉमर्स क्षेत्राची माहिती तसेच प्रत्येक सैवाचा उपभोग घेणे काही मर्यादे पलीकडे ही शक्य झाले आहे.

ई कॉमर्स मध्ये व्यापार प्रक्रिया :

ऑनलाईन व्यवसाय एक समान तत्वांवर बरेच कार्य करते ई कॉमर्स व्यापार प्रक्रिया सहज व सुलभ करते. ई कॉमर्स च्या द्वारे online व्यवसाय निवडण्यासाठी विविध मॉडेल उपलब्ध आहेत उदाहरणार्थ B2B - व्यवसाय इतर व्यवसायांना विकतो, B2C - व्यवसाय थेट ग्राहकांना विकतो, C2B - ग्राहक व्यवसायाला विकतात, C2C - ग्राहक इतर ग्राहकांना विकतात, B2G - व्यवसाय सरकार किंवा सरकारी संस्थांना विकतो, C2G - ग्राहक सरकार किंवा सरकारी संस्थांना विकतात, G2B - सरकार किंवा सरकारी संस्था व्यवसायाला विकतात, G2C - सरकार किंवा सरकारी संस्था ग्राहकांना विकतात इत्यादी. विस्तृत स्तरावर संपूर्ण ईकॉमर्स प्रक्रिया तीन मुख्य घटकांमध्ये कार्य करते.

1. ऑर्डर प्राप्त करणे

ही पहिली पायरी आहे जिथे ग्राहक ईकॉमर्स प्लॅटफॉर्मद्वारे वेबसाइट किंवा ऑनलाईन पोर्टल ला भेट देऊन आपल्या आवडीच्या वस्तु व सेवांची ऑर्डर देतात आणि विक्रेता त्याची नोंद घेतात.

2. प्रक्रिया ऑर्डर व माहिती

दुसरी पायरी जिथे ऑर्डरची सर्व माहिती प्रक्रिया केली जात जाते आणि माहिती प्रक्रिया पूर्ण केल्यानंतर ऑर्डर केलेली वस्तु वितरणासाठी सज्ज केली जाते.

3. शिपिंग

शेवटची पायरी ज्यात वितरण प्रक्रिया पूर्ण केली जाते ग्राहकाला वेळेवर वितरण सुनिश्चित करण्यासाठी या रचनेमध्ये सर्व लॉजिस्टिक्स घटक महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावतात.

साधारण पणे आपला व्यापार ई कॉमर्स च्या माध्यमातून पूर्ण करण्याकरिता अनेक व्यापारि कंपनी कार्य करीत आहेत यात Amazon, मिशो, वीरांगना, Flipkart, मित्रा, इंडियामार्ट, शॉपक्लूज, स्नैपडील, फर्स्टक्राई, नायका, बुक माय शो इत्यादि कंपनी आपला व्यापार आज चंगल्या प्रकारे ई

कॉमर्स च्या माध्यमातून करीत असून इंटरनेट च्या माध्यमातून आपल्या व्यापाराचे जाळे संपूर्ण जगभर पसरविले आहे.

व्यापारा मध्ये ई कॉमर्स बरोबर कृत्रिम बुद्धिमत्ता :

आपले जगणे, कार्य करणे आणि खेळणे हे बदलण्याच्या क्षमतेसाठी कृत्रिम बुद्धिमत्ता AI महत्वाचे आहे. ग्राहक सेवा कार्य, लीड जनरेशन, फसवणूक शोधणे आणि गुणवत्ता नियंत्रण याबरोबर मानवांनी केलेली कार्ये स्वयंचलित करण्यासाठी व्यवसायात प्रभावीपणे वापरली गेली आहे. बऱ्याच क्षेत्रांमध्ये, आय मानवांपेक्षा खूप चांगले कार्य करू शकते. विशेषतः जेव्हा झपाट्याने वाढणारी लोकसंख्या त्यातून वाढणारे वस्तु व सेवांचे उत्पादन आणि मार्केटिंगपासून उत्पादन डिझाइनपर्यंतच्या क्षेत्रात मानवी कार्य तसेच कृत्रिम बुद्धिमत्ता सुद्धा महत्वाची ठरेल. खरंच, AI तंत्रातील प्रगतीने केवळ कार्यक्षमतेत स्फोट घडवून आणण्यास मदत केली नाही तर काही मोठ्या उद्योगांसाठी पूर्णपणे नवीन व्यवसाय संधींचे दरवाजे उघडले आहेत. अल्फाबेट, ऍपल, मायक्रोसॉफ्ट आणि मेटा यासह आजच्या बऱ्याच मोठ्या आणि सर्वात यशस्वी कंपन्यांसाठी AI केंद्रस्थानी बनले आहे, जेथे ऑपरेशन्स सुधारण्यासाठी आणि स्पर्धकांना मागे टाकण्यासाठी AI तंत्रज्ञानाचा वापर केला जातो. ई commerce मध्ये कृत्रिम बुद्धिमत्ता उपयोगाचा व्यापारास फायदा होताना दिसून येतो एखाद्या वस्तू व सेवेचा आदेश दिल्या नंतर ती ऑर्डर लवकरात लवकर पूर्ण करण्यासाठी व आपल्या ग्राहकाचे पूर्ण समाधान होण्या करिता कृत्रिम बुद्धिमत्ता उपयोगाची ठरत आहे.

ई कॉमर्स आणि कृषी क्षेत्र :

राष्ट्रीय कृषि बाजार (eNAM) एक अखिल भारतीय इलेक्ट्रॉनिक व्यापार पोर्टल आहे जो कृषि उत्पादित वस्तूसाठी एकीकृत राष्ट्रीय बाजार बनविण्यासाठी सध्या अस्तित्वात असणार्या कृषि उत्पन्न बाजार समिती (APMC) मार्केट ला एकीकृत करतो. कृषि उत्पादनांच्या विपणनासाठी 2023 पर्यंत साधारणपणे एक हजार कृषि बाजारपेठा ई-नाम (राष्ट्रीय कृषि बाजारपेठ) व्यासपीठात सहभागी आहेत. ई-एनएएम अंतर्गत 18 राज्ये आणि 3 केंद्रशासित प्रदेशातील 1000 बाजारपेठा एकत्रित करून अधिक चांगली बाजारपेठ उपलब्ध करून देण्यात आली आहे 1000 पेक्षा जास्त कृषि बाजारपेठा ई-नाम द्वारे विविध कृषि मालाच व्यापार करतात, या द्वारे शेतकऱ्यांच्या हितासाठी नवीन तंत्रज्ञानाचा वापर होताना दिसून येत आहे, देशातील अगदी शेवटच्या शेतकऱ्यांपर्यंत पोहोचण्याचे आणि त्यांच्या शेती उत्पादनांची विक्री करण्याच्या मार्गाचे रूपांतर करण्याच्या उद्देशाने ई-नाम विकसित आहे या नवीन बाजारपेठे द्वारे अधिकाधिक शेतकऱ्यांपर्यंत आणि व्यापाऱ्यांपर्यंत पोहोचून आपल्या उद्देशाला आणखी बळकटी मिळविली आहे. ई-नामने 1.66 कोटी शेतकरी आणि 1.28 लाख व्यापारी यांची ई-नाम व्यासपीठावर नोंदणी करून मोठा पल्ला गाठला आहे. 30 एप्रिल 2020 पर्यंत एकूण व्यापार खंड 3.41 कोटी मेट्रिक टन आणि 37 लाख नग (बांबू आणि नारळ) एकत्रितपणे अंदाजित रक्कम रुपये 1.0 लाख कोटींची उलाढाल ई-नाम व्यासपीठावर नोंदविली गेली आहे. कृषि क्षेत्रातील एक विक्रमी आणि क्रांतिकारक संकल्पना ई-नाम ऑनलाइन व्यासपीठ ही भारतातील कृषि बाजारपेठेतील सुधारणांमध्ये एक मोठी झेप असल्याचे सिद्ध झाले आहे , ई-नाम कृषि बाजारपेठ हे राज्यांच्या सीमांपलिकडे जाऊन व्यापाराच्या सुविधा देते. 12 राज्यांमधील 233 कृषि बाजारपेठा आंतर- कृषि बाजारपेठ व्यापारात सहभागी झाल्या आहेत, तर 18 राज्य / 3

केंद्रशासित प्रदेश हे आंतरराज्य व्यापारात ई-नामच्या व्यासपीठावरून लांब अंतरावर असलेल्या शेतकऱ्यांशी व व्यापाऱ्यांशी संवाद साधत सहभाग नोंदवित आहे.

या व्यतिरिक्त, कोविड-19 च्या परिस्थितीच्या वेळी शेतकऱ्यांना त्यांचे उत्पादन प्रत्यक्ष बाजारपेठेत न आणता विकण्याची संधी देण्यासाठी शासनाने दोन मुख्य विभाग सुरू केले आहेत. हे विभाग म्हणजे एफपीओ विभाग एफपीओच्या सदस्यांच्या त्यांच्या संकलन केंद्रातून व्यापार करण्यास मदत करतो आणि दुसरा इतर गोदाम विभाग आहे, ज्यायोगे शेतकरी त्यांची साठवलेली उत्पादने डब्ल्यूडीआरएच्या नोंदणीकृत गोदामांमध्ये विकू शकतात, ज्यास राज्य सरकारने डीमंड मंडी म्हणून घोषित केले आहे. या शिवाय शासनाने अलिकडेच किसान रथ मोबाईल एप्लिकेशन सुरू केले आहे ज्यामुळे शेतकऱ्यांना त्यांचे उत्पादन जवळच्या बाजारपेठेत आणि गोदामांमध्ये नेण्यासाठी त्यांच्या सोयीची दळणवळण वाहतूक ट्रॅक्टर/ट्रक यांची माहिती मिळू शकते.

नॅशनल ऑनगिजलरल मार्केट (e-NAM) पोर्टलच्या माध्यमातून शेतकरी त्यांची पिके ऑनलाइन पद्धतीने आणि चांगल्या किमतीत विकू शकतात. ज्यांची उद्दिष्टे खालीलप्रमाणे आहेत-

1. राष्ट्रीय कृषी बाजार योजनेचे मुख्य उद्दिष्ट हे नियमन केलेल्या बाजारपेठेत वाजवी विक्री सुविधा आणि वाजवी किमतीसाठी बाजार मंच तयार करणे आहे.
2. गुणवत्तेच्या मानकांनुसार कृषी उत्पादनांच्या चाचणीसाठी आणि प्रत्येक बाजारपेठेत खरेदीदारांद्वारे सूचित बोली सक्षम करण्यासाठी मूलभूत सुविधांसाठी तरतूद करण्यात आली आहे.
3. या योजनेअंतर्गत, सर्व व्यापाऱ्या करिता सर्व राज्यांसाठी एकच परवाना तयार केला जातो, जो सर्व बाजारपेठांमध्ये वैध आहे.
4. या योजनेतर्गत आतापर्यंत 209 कृषी मालासाठी सामान्य व्यापाराचे गुण विकसित करण्यात आले आहेत.

ई कॉमर्स आणि भारत :

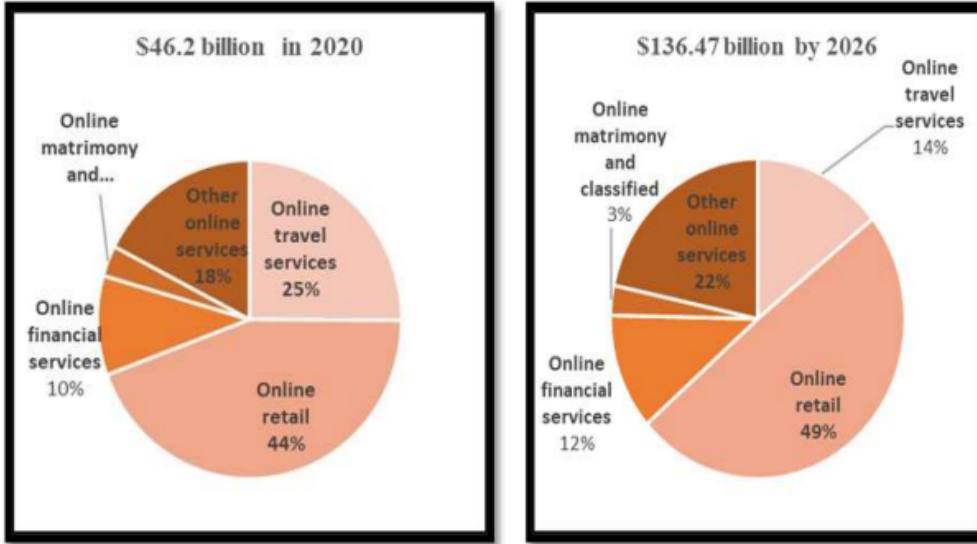
भारता मध्ये ई कॉमर्स ची प्रगती २० व्या शतकामध्ये झालेली असल्याचे दिसून येते आज भारतीय ई-कॉमर्स उद्योग वेगाने वाढीच्या मार्गावर आहे. आर्थिक वर्ष 2022-23 मध्ये, गव्हर्नमेंट ई-मार्केटप्लेस (GeM) ने 201 अब्ज डॉलर्सचे आतापर्यंतचे सर्वोच्च सकल व्यापारी मूल्य नोंदविले आहे. GeM ने 23 जुलै 2023 पर्यंत (सुरुवातीपासून) रु. 4.5 लाख कोटींहून अधिक संचयी GMV गाठले आहे. म्हणून, वर नमूद केलेल्या बचत अंदाजांचा विचार करता, GeM ने त्याच्या स्थापनेपासून 40,000 कोटी रुपयांपेक्षा जास्त बचतीची सोय केली आहे. TRAI च्या भारतीय दूरसंचार सेवा परफॉर्मन्स इंडिकेटरच्या जानेवारी-मार्च 2023 नुसार, मार्च 2023 पर्यंत भारतात इंटरनेटचा प्रवेश 880 दशलक्षांपेक्षा जास्त आहे आणि दूरसंचार ग्राहकांची संख्या मार्च 2023 पर्यंत 1172 दशलक्षांपेक्षा जास्त असल्याचे दिसून येते.

भारतातील ई-कॉमर्स उद्योगामध्ये स्मार्टफोनचा वाढता प्रवेश, वाढलेली संपन्नता आणि कमी डेटा किमती यासारख्या लीव्हर्सवर वाढत आहे, ज्यामुळे ई-रिटेल मध्ये वाढ होत आहे. 800 दशलक्ष वापरकर्त्यांसह, भारत 2022 मध्ये ₹125.94 लाख कोटी UPI व्यवहारांसह जगातील दुसऱ्या क्रमांकाची इंटरनेट बाजारपेठ आहे.

भारतातील जवळपास 100% पिन कोडमध्ये ई-कॉमर्सचा अवलंब करण्यात आला आहे. भारतातील 60% पेक्षा जास्त व्यवहार आणि ऑर्डर टियर टू शहरे आणि लहान शहरांमधून येतात. टियर-2 आणि टियर-3 शहरांमध्येही ई-कॉमर्स ट्रेंड प्रचंड लोकप्रिय होत आहे कारण ते आता सर्व खरेदीदारांपैकी जवळपास निम्मं आहेत आणि प्रमुख ई-रिटेल प्लॅटफॉर्मसाठी प्रत्येक पाच ऑर्डरपैकी तीनचे योगदान देतात. टियर-2 आणि लहान शहरांमध्ये सरासरी विक्री किंमत (ASP) टियर-1/मेट्रो शहरांपेक्षा किंचित कमी आहे. व्यवहार मूल्याच्या आधारे मूल्यमापन केल्यावर, इलेक्ट्रॉनिक्स वस्तू आणि वस्त्रे यांचा ई-कॉमर्स बाजारपेठेतील हिस्सा अंदाजे 70% असल्याचे दिसून येते. ई-कॉमर्समधील इतर नवीन आगामी श्रेणींमध्ये अॅड-टेक, हायपरलोकल आणि फूड-टेक यांचा समावेश आहे.

भारताची ई-कॉमर्स बाजारपेठ जगातील सर्वात वेगाने वाढणारी बाजारपेठ आहे. 2020 मध्ये भारतीय ई-कॉमर्सचे मूल्य \$46.2 अब्ज होते आणि 2026 पर्यंत 18.29 टक्क्यांनी वाढून \$136.47 अब्ज होण्याची अपेक्षा आहे. डिजिटल पेमेंट प्रणालीच्या वापराप्रमाणे ई-कॉमर्स क्रियाकलाप वाढत आहे. या विक्री चॅनेलमधील गती सातत्याने वाढत आहे परंतु कोविड-19 महामारीच्या काळात ती वाढविण्याचा प्रयत्न करण्यात आलेला आहे. ई-कॉमर्स चॅनेलद्वारे तुमच्या उत्पादनाची विक्री करण्यासाठी ऑनलाइन उपस्थिती आणि समर्पित वेबसाइट असलेले वितरक असणे अनेकदा फायदेशीर ठरते. ई-कॉमर्स किंमत आणि वितरण कायद्याची अंमलबजावणी करण्यासाठी भारत सरकारने विविध कायदे जारी केलेले आहे.

भारताच्या ई-कॉमर्स मार्केटचे प्रमुख विभाग



स्रोत: trade.gov.

भारत मध्ये ई कॉमर्स आज मोठ्या प्रमाणात प्रगती करीत आहे लहान, मध्यम आणि मोठ्या व्यापारास आपला वस्तू व सेवा देशाच्या कोणत्याही ठिकाणी विकण्यासाठी एक यंत्रणा उभी करण्याचे कार्य ई कॉमर्स च्या माध्यमातून होताना दिसून येत आहे. 2020 मध्ये भारतीय ई-कॉमर्सचे मूल्य \$46.2 अब्ज होते आणि 2026 पर्यंत 18.29 टक्क्यांनी वाढून \$136.47 अब्ज होण्याची अपेक्षा आहे. 2020 मध्ये Online retail या विभागाचा हिस्सा 44% होता तो 2026 पर्यंत 49% होण्याची

अपेक्षा आहे Online travel services या विभागाचा हिस्सा 25% होता तो 2026 पर्यन्त 14% होण्याची अपेक्षा आहे, Other online services या विभागाचा हिस्सा 18% होता तो 2026 पर्यन्त 22% होण्याची अपेक्षा आहे, Online matrimony and classified, या विभागाचा हिस्सा 2026 पर्यन्त 3% होण्याची अपेक्षा आहे Online financial services चा हिस्सा 10% होता तो 2026 पर्यन्त 12% होण्याची अपेक्षा आहे.

संदर्भ ग्रंथ सूची :

- 1) मिश्रा जे पी, कृषी अर्थशास्त्र 2005, साहित्य भवन प्रकाशन आग्रा.
- 2) एस. एम. कोलते, ई कॉमर्स मुलतत्वे, पिंपळापुरे प्रकाशन, नागपूर.
- 3) नीता फडणवीस, ई कॉमर्स मुलभूत सिद्धांत, पिंपळापुरे प्रकाशन, नागपूर.
- 4) Tiwari Dr. Murali Dr, Education and Egovernance Macmillan India, New Delhi.
- 5) Kaur pradeep. Dr. Joshi Mukesh, Ecommerce in India: A Review, IJCSTvol 1.3 issue 1 2012
- 6) www.ilfl.com
- 7) www.trade.gov