IMPACT FACTOR
6.10

ISSN 2229-4406

UGC Approved International Registered & Recognized
Research Journal Related to Higher Education for all Subjects

URA

UNIVERSAL
RESEARCH ANALYSIS

UGC APPROVED & PEER REVIEWED RESEARCH JOURNAL

Issue - XXI, Vol. II
Year - XI (Half Yearly)
Sept. 2020 To Feb. 2021

Editorial Office :
'Gyandev-Parvati',
R-9/139/6-A-1,
Near Vishal School,
LIC Colony,
Pragati Nagar, Latur
Dist. Latur - 413531.
(Maharashtra), India.

Contact : 02382 -241913
9423346913 / 9503814000
9637935252 / 7276301000

Website
www.irasg.com

E-mail :
interlinkresearch@rediffmail.com
visiongroup1994@gmail.com
mbkamble2010@gmail.com

Publisher :
Jyotichandra Publication
Latur, Dist. Latur - 413531. (MS)

Price : ₹ 200/-

CHIEF EDITOR

Dr. Balaji G. Kamble
Professor & Head, Dept. of Economics,
Dr. Babasaheb Ambedkar Mahavidyalaya,
Latur, Dist. Latur(M.S.)India.

EXECUTIVE EDITORS

Dr. Rajendra R. Gavhale
Head, Dept. of Economics,
G. S. Mahavidyalaya,
Khamgaon, Dist. Buldhana

Dr. D. Raja Reddy
Chairman, International Neuro Surjery Association,
Banjara Hill, Hayderabad (A.P.)

Dr. E. Siva Nagi Reddy
Director, National Institue of Hospitality & Tourism Management,
Hyderabad (A.P.)

Dr. A. H. Jamadar
Chairman, BOS Hindi,SRTMUN &
Head, Dept. of Hindi, BKD College,Chakur, Dist. Latur (M.S.)

Dr. Yu Takamine
Professor, Fafulty of Law & Letters,
University of Ryukyas,
Okinawa, (Japan).

Dr. Shaikh Moinoddin G.
Dept. of Commerce,
Lal Bahadur Shastri College,
Dharmabad, Dist. Nanded(M. S.)

Prashant Kshirsagar
Dept. of Marathi,
Vasant Mahavidyalaya
Kaij, Dist. Beed (M.S.)

Scott A. Venezia
Director, School of Business,
Ensenada Campus,
California, (U.S.A.)

DEPUTY-EDITOR

Dr. N. G. Mali
Head, Dept. of Geography,
M. B. College,
Latur,Dist. Latur.(M.S.)

Dr. Babasaheb M. Gore
Principal,
Smt. S.D.D.M.College
Latur, Dist. Latur (M.S.)

CO-EDITORS

Dr. V.J. Vilegave
Head, Dept. of P.A.,
Shri. Guru Buddhiswami College,
Purna, Dist. Parbhani (M.S.)

Dr. Omshiva V. Ligade
Head, Dept. of History
Shivjagruti College, Nalegaon,
Dist. Latur. (M.S.)

Dr. S.B. Wadekar
Dept. of Dairy Science,
Adarsh College,
Hingoli, Dist. Hingoli.(M.S.)

Dr. Shivanand M. Giri
Dept. of Marathi,
Bhai Kishanrao Deshmukh College,
Chakur Dist. Latur.(M.S.)

ASSISTANT PROFESSOR
DEPT. OF ... Hin ....
SHIVNERI MAHAVIDYALAYA,SHIRUR (A.)

INDEX

Sr. No	Title for Research Paper	Page No
1	Offshore Banking – A case study on ICICI Bank **Dr. Dadasaheb Jogdand**	1
2	A study on the Body Part Insurance - A Fast growing segment **C. P. Kothawale**	10
3	Impact of coronavirus on India's Micro Small and Medium Enterprise **Dr. BaljeetKaur R. Oberoi**	17
4	Inflow of FDI in Indian Retail Sector **Dr. Bhimashankar V. Halmandge**	22
5	Exploration of Self: Physical and Psychological conflictin Anita Desai's Fire on The Mountain **Dr. Ravi Prakash Munde**	32
6	Library Consortia in India **Dr. Vithal N. Hangargekar**	37
7	ई-कॉमर्स एक वरदान **डॉ. मनोजकुमार यादवराव सोमवंशी**	45
8	सदृढ समाजाची ओळख - आर्य समाज **डॉ. ओमराज मधूकर गजभिये**	54
9	महात्मा बसवेश्वरांची राजकीय परिवर्तनाची कृती **डॉ. रामदास नारायण फुलारी**	59

ASSISTANT PROFESSOR
DEPT. OF ...... Hin ....
SHIVNERI MAHAVIDYALAYA, SHIRUR (A.)

Issue : XXI, Vol . II
URA UNIVERSAL RESEARCH ANALYSIS
IMPACT FACTOR 6.10
ISSN 2229-4406
Sept. 2020 To Feb. 2021

7

ई-कॉमर्स एक वरदान

डॉ. मनोजकुमार यादवराव सोमवंशी
अर्थशास्त्र विभाग प्रमुख,
शिवनेरी महाविद्यालय,
शिरुर अनंतपाळ, जि. लातूर

Research Paper - Economics

प्रस्तावना :

माहितीयुग घेवून अवतरलेले शतक म्हणजे एकविसावे शतक आहे. या शतकात माहितीचा महापूर होतोय. हे केवळ ऐकण्यापुरतेच मर्यादित नाहीत तर ते सत्य आहे. संपूर्ण जग आज घडीला माहिती तंत्रज्ञानाने व्यापूण टाकले आहे. म्हणूनतर हे शतक माहिती तंत्रज्ञानाचे शतक असे ओळखले जाते. भारत सरकारने सन 2001 हे वर्षे माहिती तंत्रज्ञान वर्षे म्हणून साजरे केले तर महाराष्ट्र सरकारने सन 2008 हे वर्षे माहिती तंत्रज्ञान वर्षे म्हणून साजरे केले. महाराष्ट्रात एक प्रसिद्ध ा ग्रामीण भागात म्हणी आहेत. ''घरोघरी मातीच्या चुली'' त्या चुलीची जागा आज संगणकाने घेतली आहे. संगणक हे आज व्यक्तीचा जीवलग मित्र बनला आहे. डॉ. रघुनाथ माशेलकर म्हणतात ''भारताला भविष्यात खरा आकार देण्याची क्षमता तरूणामध्ये आहे व त्यांना बल देण्याची क्षमता माहिती तंत्रज्ञानामध्ये आहे.'' माहिती तंत्रज्ञानाच्या प्रगतीने जगातील सर्वच देश विकासाच्या मार्गावर आगेकुच करीत आहेत. आज घडीला जागतिक व्यापार हा ई–कॉमर्सच्या माध्यमातून होत आहे. इंटरनेट हे अनेक संगणकाचे जाळे बनले आहे.

संगणक आणि इंटरनेटच्या माध्यमातून होणाऱ्या वस्तूच्या किंवा सेवांच्या देवाणःघेवाणीलाच ई–कॉमर्स म्हणतात. व्यापार म्हणजे वस्तुची पैशाच्या मदतीने देवाणःघेवाण–खरेदी विक्री; करणे, परंतु परंपरागत चालत आलेली ग्राहकाने बाजारात जावून वस्तूची खरेदी विक्री करणे, हे ई–कॉमर्सला अभिप्रेत नसून घरबसल्या ग्राहकाना हवी ती वस्तू मागवता येते. व विक्रेत्याच्या पैशाचे शोधन देखील घरीच बसून करता येतेत्र विक्रेता आणि ग्राहक प्रत्यक्षरीत्या समोरासमोर न येता इंटरनेटच्या

ASSISTANT PROFESSOR
DEPT. OF ......Min......
SHIVNERI MAHAVIDYALAYA,SHIRUR (A.)

साहाय्याने होणाऱ्या खरेदी विक्रीच्या व्यवहारास ई–कॉमर्सच्या माध्यमातू झालेला व्यवहार म्हणतात. थोडक्यात इलेक्ट्रॉनिक माध्यमाच्या साहाय्याने व्यापार करणे म्हणजे ई–कॉमर्स होय. त्यामध्ये वेबसाईटवरून माहिती मागविणे, आदेश देणे, बीजक पाठविणे, बीजक प्राप्त करणे ई–पेमेंटच्या माध्यमातून रकमेचे शोधन करणे इत्यादी प्रकिया ई–कॉमर्स होय.

जागतिकीकरणाची प्रकिया तसे पाहिले तर फार पूर्वीपासून अस्तीत्वात आहे. म्हणून मध्ययुगात असे म्हणत असत, "व्यापारांना कोणताही देश नसतो". कारण त्यांच्यासाठी सर्व जग ही एक बाजारपेठ आहे. परंतु ई–कॉमर्सच्या माध्यमातून होणाऱ्या व्यापरामुळे सध्याची जागतीकरणाची प्रकिया पूर्वीच्या तुलनेने नवीन आहे. जागतीकीकरण म्हणजे जागातील विविध देशाचे एकत्रीकरण, एका जागतिक अर्थव्यवस्थेची किंवा बाजारपेठेची निर्मती करणे हे फक्त ई–कॉमर्समुळे शक्य झालेले आहे. यात तीळमात्र शंका उत्पन्न होत नाही. 1991 मध्ये भारताने नवीन आर्थिक घोरणाचा पुरस्कार केल्याने त्या काळापासूनच ई–कॉमर्सला महत्व प्राप्त झाले. जागतिकीकरण, खाजगीकरण आणि उदारीकरण व खुल्या जागतिक अर्थव्यवस्थेच्या प्रवाहात ई–कॉमर्सचे फार महत्व प्राप्त झाले आहे. औद्योगिकरण व खुल्या जागतिक अर्थव्यवस्थेच्या प्रवाहात ई–कॉमर्सला फार महत्व प्राप्त झाले आहे. उद्योगानिष्ठित समाजाची जागा, ज्ञानधिष्ठित समाज घेत आहे. ज्ञानाधिष्ठित समाज निर्मितीसाठी ई–कॉमर्स महत्वाची भूमिका बजावत आहे. इंटरनेट किंवा वेब हे जगभर पसरलेले क्षेत्र आहे.

थोडक्यात, प्रारंभिक अवस्थेत ई–कॉमर्स म्हणजे व्यापार विषयक दस्ताऐवजाचे दळणवळण एवढाच अर्थ लक्षात घेतला जात होता. परंतु इंटरनेटवर जसजसे वेगवेगळ्या सोयींनी युक्त ब्राऊझर्ज उपलब्ध होत गेले आणि ब्राऊझर्ज व्यापाराकरीता जसजशा सोयी पुरवीत गेले तसःतसा ई–कॉमर्सचा अर्थ बदलत गेला. सध्या आणि सोप्या भाषेत ई–कॉमर्स म्हणजे इलेक्टॉनिक व्यापार होय, जो संगणकाच्या माध्यमातून इंटरनेट वरून होत असतो.

ई–कॉमर्स, संकल्पना आणि स्वरूप :

ई–कॉमर्स म्हणजे इलेक्ट्रॉनिक माध्यमाच्या साहाय्याने व्यापार व्यवसाय करणे होय. ई –कॉमर्सची सुरूवात 1844 मध्ये झाली. जेव्हा सॅम्युअल मोर्से यांनी आपल्या पहिल्या संदेश टेलीग्राफीच्या साहाय्याने पाठविला आणि याचं विस्तशतीकरण नंतर झाले. 1877 पर्यंत वेस्टर्न युनियन ही प्रमुख टेलीग्राम कंपनी आणि बातम्या

ASSISTANT PROFESSOR
DEPT. OF ....Hin....
SHIVNERI MAHAVIDYALAYA,SHIRUR (A.)

देणाऱ्या कंपन्या संपूर्ण ग्राहकांना आर्थिक आणि इतर माहिती पुरवीत असे. व्यापारासंबंधीचे संभाषण टेलीफोन या इलेक्ट्रॉनिक माध्यमातून होवू लागले. विसाव्या शतकाच्या शेवटी ई–कॉमर्सचा उल्लेख हा व्यापारी आणि व्यापारी (बी2बी) आणि व्यापारी आणि ग्राहक (बी2सी) यांच्या इंटरनेटच्या माध्यमातून होवू लागला. खरे पाहता 1902 मध्ये प्रा.जे.ए. फ्लेमिंग यांनी ई–कॉमर्स हा शब्द प्रथम वापरला ही संकल्पना प्रामुख्याने अमेरिकेतून आयात झालेली आहे. ब्रिटनमध्ये दुसऱ्या महायुद्धापर्यंत ई–कॉमर्स हा शब्द परकीय होता. विसाव्या शतकात यांचा वापर जगात सर्वत्र सुरू झाला. त्यामुळे व्यापार व्यवसायात कार्यक्षमता वाढली, वेळेची बचत होत गेली. नफ्याच्या आलेख वाढत गेला. 1995 साली इंटरनेटवरून पुस्तकाची व इतर वस्तुची विक्री करण्याकरीता ॲमेझॉन या संकेत स्थळाची निर्मिती करण्यात आली. इ.स. 2000 मध्ये अनेक पुस्तकाची विक्रत्यांनी इंटरनेटवरून, व्यापारास सुरूवात केली. खऱ्या अर्थाने येथूनच ई–कॉमर्सची सुरूवात झाली. 2005 पासून इंटरनेटवर ई–कॉमर्सने आपले आगळे वेगळे स्थान निर्माण केली. व्यापार हा वाणिज्याचा महत्वाचा भाग आहे. व्यापार आणि व्यापार केंद्र यात बॅंकिंग, विमा वाहतूक, हॉटेल व्यवसाय, इत्यादी प्रकारच्या अनेक व्यवसायाचा समावेश होतो. ई–कॉमर्समध्ये इलेक्ट्रॉनिक्स साधनाचा वापर वस्तू व सेवांची खरेदी–विक्री घाऊक व किरकोळ स्वरूपाची होऊ शकते. त्यामुळे ई–कॉमर्सची व्याप्ती दिवसनःदिवस मोठ्या प्रमाणात वाढत आहे. ई – कॉमर्स म्हणजे इलेक्ट्रॉनिक्स वाणिज्य व्यवसाय होय. असा शब्दशः अर्थ घेतला जातो. ई या उपसर्गाचा वापर करून ई–बिझनेस, ई–ट्रेड, ई–बॅंकिंग इत्यादी शब्द आपणास नेहमी ऐकवास येते.

जगात ई–कॉमर्सच्या व्यवहारात आॅस्ट्रेलिया, अमेरिका आणि कॅनडा हे देश आघाडीवर आहेत. त्या मानाने भारतातही ई.कॉमर्सचा प्रसार झपाट्याने होत आहे. तसेच रिमोट सिस्टिम, एम.टी.पी, ई–मेल, युजनेट, आर.आर.सी. नेट, टेलनेट अशा सुविधाने हे कॉमर्सचे क्षेत्र विस्तारत आहे.

ईकॉमर्सची व्याख्या :

सद्यस्थितीत जागतिक व्यापार हा ई–कॉमर्सच्या माध्यमातून जगात होत आहे. त्याला गती प्राप्त झाली आहे.

1) "ई–कॉमर्स म्हणजे इंटरनेटवरून वस्तू किंवा सेवा यांची होणारी विक्री खरेदी होय. "

2) "वस्तू, माहिती आणि सेवा यांची खरेदी आणि किंमतीचे शोधन यासारख्या

ASSISTANT PROFESSOR
DEPT. OF Min
SHIVNERI MAHAVIDYALAYA SHIRUR (A.)

वाणिज्य विषयक उलाढाली इंटरनेटवरून शोधन यासारख्या वाणिज्य विषयक उलाढाली इंटरनेटवरून करणे म्हणजे ई-कॉमर्स होय"

3) "व्यापाराचे ऑनलाईन सयोजन करून डिजिटल कॅश आणि इलेक्ट्रॉनिक डेटा इंटरचेंज यांच्या मदतीने वस्तू आणि सेवांची खरेदी विक्री करणे म्हणजे ई-कॉमर्स होय."

थोडक्यात वर्ल्ड वाईड, वेबवरून माहिती मागविणे, आदेश देणे, बिजक पाठविणे व प्राप्त करणे तसेच वर्ल्ड वेबवरूनच योग्य अशा सुरक्षित साधनांचा अवलंब करून रक्कमेचे शोधन करणे म्हणजे ई-कॉमर्स होय.

ई-कॉमर्सचे उद्देश :

1) लोकसेवा प्रमुख उद्देश आहे.
2) जनतेला कमीत कमी खर्चामध्ये जास्तीत जास्त संधी, सेवा, सोयी उपलब्ध करून देणे.
3) ग्रामीण व मागास भागात विकासाच्या संधी व रोजगार प्राप्त करून देणे.
4) लोकांना आकर्षित करून घेणे.
5) देशाच्या आर्थिक प्रगतीस चालना देणे.
6) उद्योजकांचे व्यवसायिक ध्येय साध्य करण्यासाठी मदत करणे.

ई-कॉमर्ससाठी आवश्यक घटक :

ई-कॉमर्ससाठी जे घटक आवश्यक ठरतात त्यांचा थोडक्यात आढावा खालीलप्रमाणे घेत येईल.

1) वस्तू 2) प्रसारण कंपनी
3) वेबसाईट 4) मालविकीच्या सोयी
5) शोधन प्रकिया

याशिवाय ई-कॉमर्सच्या माध्यमातून व्यापार करणाऱ्या बँकेने व्यापारी खाते उघडणे, तसेच यशस्वी विक्री करण्याकरीता विपनन धोरण निश्चित करणे असे घटक आवश्यक ठरतात.

ई-कॉमर्सची उपयुक्तता :

एखाद्या देशाच्या विकासाचे मूळ त्या देशातील शिक्षित मनुष्यबळातच असते. ज्या देशात शिक्षित व कौशल्यावर प्रभुत्व असलेली लोक विपुल तो देश त्या शतकात वेगाने विकसित होईल हे मात्र निश्चितच आहे. हे ज्ञानयुग आहे. त्यामुळे ज्ञानाचेच चलन यापुढील काळात चालणार आहे. काळाच्या ओघात बदलत्या परीस्थितीला

ASSISTANT PROFESSOR
DEPT. OF ....Mm....
SHIVNERI MAHAVIDYA...

अनुसरून जगात प्रत्येक देशात प्रत्येक क्षेत्रात प्रगतीचे वारे वाहत आहे. भारत याला अपवाद नाही. भारताने स्वीकारलेल्या नवीन आर्थिक नीतीनंतरच खऱ्या अर्थाने ई–कॉमर्सचा झपाट्याने प्रसार होत आहे. स्पर्धेला तोंड देण्यासाठी ग्राहकांना दर्जेदार वस्तू व सेवा उपलब्ध करून दिल्या तरच तो उद्योग स्पर्धेत टिकाव धरू शकणार आहे. भारतात ग्रामीण भागामध्ये जवळपास सर्वच ठिकाणी इंटरनेटचे जाळे पसरलेले आहे. व्यवसाय निवडणे, कच्चा माल, खरेदी–विक्री ग्राहकांच्या दारापर्यंत मागताक्षणीच पोच करणे हे शक्य झालेले आहे. तात्काळ सेवा, पारदर्शी व्यवहाराने वस्तुची देवाण–घेवाण, पैसा, माहिती यासाठी मोठ्या प्रमाणावर ई–कॉमर्सचा वापर होत आहे. त्यामुळेच व्यावयायिकांचा खर्च कमी होवून नफा वाढत आहे व ग्राहकांना आपल्या वेळेची बचत करून दारासमोर वस्तूची उपलब्धता होत आहे. रिमोट सिस्टिम, एफ.टी.पी., ई–मेल युजनेट, आर.सी.नेट, टेलनेट इत्यादी सेवा सुविधामुळे ई–कॉमर्सचे क्षेत्र भरभराटीला येत आहे.

थोडक्यात ई–कॉमर्सची आजच्या मुक्त अर्थव्यवस्थेत मोठ्या प्रमाणात उपयुक्तता ठरली आहे. ई–कॉमर्सचे व्यवहार सुरळीत चालण्यासाठी व त्यांची उपयुक्तता वाढण्यासाठी व्यवसायिक वेगवेगळ्या पद्धतीचा वापर करतात ते खालीलप्रमाणे :

1.व्यवसायिक ते व्यवसायिक :

एक व्यवसायिक दुसऱ्या व्यवसायिकाकडून आपल्याला लागणाऱ्या सुट्या भाग, सामान यांची खेरदी करू शकते. यामध्ये वेबसाईट्स महत्वाची भूमिका बजावते, उदा.एखादी मोटारसायकल उत्पादन करणाऱ्या कंपनीला काही सुट्या सामानाची आवश्यकता असते. त्यामुळेच त्यांची पूर्ण मोटारसायकल निर्माण होवू शकते. त्यासाठी त्यांना लागणाऱ्या सामानाची खरेदी इंटरनेटच्या माध्यमातून करतात.

2. व्यवसायिक ते ग्राहक :

व्यवसायिक ते ग्राहक या ई–कॉमर्सच्या माध्यमातून ग्राहकाला थेट उत्पादकांशी किंवा मुख्य वितरकांशी संबंध प्रस्तापित करतात यासाठी व्यापारी आपल्या निर्मित वस्तुची जाहिरात इंटरनेच्या माध्यमातून प्रदर्शित करतात. रंग, रूप, आकार, वजन, किंमत यांची पुरेपूर माहिती उपलब्ध करून दिली जाते. याबाबत ग्राहकांला योग्य वाटल्यास ग्राहक आपली पसंती व्यक्त करून वस्तू विकत घेण्याचा निर्णय घेतात. इंटरनेटच्या माध्यमातून वस्तूची खरेदी केली जाते. समजा काही प्रश्न उद्भवत असल्यास इंटरनेटच्या माध्यमातून त्यांचे उत्तर ही मिळवून शंकेचे निरसन केले

ASSISTANT PROFESSOR
DEPT. OF ......Hin.........
SHIVNERI MAHAVIDYALAYA,SHIRUR (A.)

जाते.

3. ग्राहक ते ग्राहक :

वस्तूची खरेदी विक्री, ग्राहक –(उपभोक्ते) यांच्यात होत असते. विशेष म्हणजे कोणत्याही मध्यस्थांची आवश्यकता राहत नाही. समजा, एखाद्या ग्राहकाने एखादी वस्तू खरेदी केली असेल व काही कारणास्तव त्याचा त्या वस्तूची विक्री करावयाची असल्यास इंटरनेटच्या माध्यमातून त्या वस्तूची ती विक्री करू शकतो.

4. व्यवसायिक ते शासन :

व्यवसायिकाला सरकारशी संपर्क ठेवावा लागतो. त्यासाठी इंटरनेटच्या माध्यमातून उपयुक्त ठरले आहे. व्यवसायिकांनी आपल्या व्यवसायाचे सरकारी,कार्यालयामध्ये दाखल करावयाचे नमुने, आयकर, व्हॅट, ताळेबंद, विक्रीकर तसेच इतर वेगवेगळ्या कराबाबत भरणा याची माहिती पाठवावी लागते. व्यवसायिकाला सरकारी कार्यालयाशी संपर्क ठेवून वेगवेगळे दस्ताऐवजाचा पाठपुरावा करावा लागतो. तो पूर्ण करण्यासाठी सरकारी दरबारी फेरे मारण्यापेक्षा त्यांच्या वेबसाईटवर स्वतःच्या ऑफिसमध्ये बसूनच संपर्क साधता येतो.

5. शासन ते व्यवसायिक :

आज सरकारला देशाच्या व्यवसायिकाशी थेट संपर्क प्रस्थापित करण्यासाठी इंटरनेट हे एक वरदानच ठरले आहे. अशावेळी सरकार एकाच वेळेस देशातील सर्व व्यवसायिकांशी सहज संपर्क ठेवू शकतो. सरकारशी वेबसाईटवरून सरकारचे निर्णय, धोरण, वेगवेगळ्या दस्ताऐवजाचे नमुने, करासंबंधी माहिती, सुट, नवीन कॅबीनेट निर्णय, नियम, कायदे, सरकारी टेंडर यांची उपलब्धता सहज होते.

6. शासन ते नागरिक :

देशातील जनतेचा वेळ व पैसा इंटरनेटच्या माध्यमाने मोठ्या प्रमाणात वाचत आहे. सरकार आपले निर्णय व कामे जवळपास 90 ते 95 टक्के इंटरनेटच्या द्वारे चालवत आहे. दररोजचे शासन निर्णय बदल महत्वाचे अहवाल. वेगवेगळ्या खात्यातील बदल व कायदेशीर नवीन निर्णय याबाबत सरकार इंटरनेटच्या माध्यमातून जनतेशी थेट संपर्क स्थापन करण्याचे काम सरकारला शक्य होत आहे. एखाद्या विषयाची सखोल माहिती इंटरनेटद्वारे सहज उपलब्ध झालेली आहे.

थोडक्यात वरील बाबीवरून हे स्पष्ट होते की, ई–कॉमर्सच्या माध्यमातून देशाला आर्थिक परिस्थितीच्या विकासाला मोठा हातभार लागला आहे. या कारणानेच जगात एकविसाव्या शतकात व्यापारावर ई–कॉमर्सचा प्रभाव मोठ्या प्रमाणावर

ASSISTANT PROFESSOR
DEPT. OF Com
SHIVNERI MAHAVIDYALAYA,SHIRUR (A.)

वाढला आहे.

ई–कॉमर्सचे फायदे :

जगात एकमेव इंटरनेट हे माध्यम सर्वासाठी खुले असून नवीन व्यापार, व्यवसाय करणाऱ्या व्यक्तींना इंटरनेट हे एक वरदानच ठरले आहे. वस्तू व सेवांची खरेदी–विक्री करण्याची संपूर्ण सुविधा ई–कॉमर्सने शक्य झाले आहे. अशी सर्व सुविधा इंटरनेटवर उपलब्ध आहे. भारतासारखा देशात आज ई–कॉमर्सची उपयुक्तता व प्रसार मोठ्या प्रमाणावर वाढत आहे. ई–कॉमर्सची फायदे हे अनेक आहेत, त्यात मुख्यतः

1. व्यवसायाला मिळणारे फायदे
2. उपभोक्त्याला मिळणारे फायदे
3. सरकारी यंत्रणांना मिळणारे फायदे
4. समाजाला मिळणारे फायदे

या व्यतिरिक्त इतर फायदे खालीलप्रमाणे :

1. जागतिक बाजारपेठेत सहजरीत्या प्रवेश मिळविता येतो.
2. सहज जाहिरात करता येते.
3. जलद व अचूक व्यवहार
4. वेळ, पैसा व त्रास कमी होतो
5. घरबसल्या वस्तू मिळविता येते.
6. मध्यस्थांचे उच्चाटन होते.
7. राहणीमानाचा दर्जा वाढतो.
8. दप्तर दिरंगाई कमी होते.
9. व्यापार व्यवसायाची कार्यक्षमता वाढते.
10. योग्य किंमतीत वस्तूची उपलब्धता

ई कॉमर्स च्या मर्यादा :

1. अपुरे साधने व विकसित तंत्रज्ञानाचा अभाव.
2. आवश्यक तंत्रज्ञान व दूरसंचार सेवा ग्रामीण भागापर्यंत उपलब्ध
3. ई–कॉमर्ससाठी लागणारे संवाद, नियम–प्रोटोकॉल्स साचेबंद नाहीत.
4. ई–कॉमर्ससाठी लागणारे साधने स्वस्त नसतात.
5. ई–कॉमर्समध्ये गुणवत्ता पाळली जावू शकत नाही.
6. आवश्यक संगणक तंत्रज्ञ उपलब्ध नाहीत.

ASSISTANT PROFESSOR
DEPT. OF ....Min....
SHIVNERI MAHAVIDYALAYA,SHIRUR (A.)

7. सायबर काईमच्या कायद्यात सुधारणा नाहीत.
8. संगाकाचे ज्ञान नसलेल्यासाठी याचा उपयोग नाही.

सारांश :

जगात आज समुद्रापासून ते सूर्यमंडळातील सर्व वस्तू संगणकाचा भाग झाला आहे. याचा अर्थ गरज वाढत चाललेली आहे. जगात आता गरीब श्रीमंताच्या व्याख्या बदलणार आहेत. त्यामुळे या शतकात ज्ञानार्जन संपत्ती निर्माण करण्याच्या क्षमतेला अधिक महत्व प्राप्त झालेले आहे. ही क्षमता वृद्धिंगत करण्याची किमया फक्त संगणकच करू शकते. काळानुसार बदलणारी आणि गुणवत्तेच्या कसोटीवर उतरणारी ई–कॉमर्स ही आजची गरज बनली आहे. त्याचप्रमाणे ज्ञानाच्या कक्षा सातत्याने विस्तारू शकणाऱ्या संशोधनाची विकासासाठी गरज असते. विकसित देशामध्ये दर्जेदार तंत्रशिक्षण आणि उच्च प्रतीचे तसेच उपयोगी संशोधन देणाऱ्या यंत्रणेचा सांगाडा भर भक्कम असतो. त्यामुळेच असे देश नवीन ज्ञानाची निर्मिती करू शकतात. अशा निर्मित ज्ञानाचे मूल्यवर्धन वस्तूत रूपांतर करतात आणि वस्तूच्या ई–कॉमर्सच्या माध्यमातून होणाऱ्या व्यापारातून आर्थिक विकास साधतात. या कारणानेच आज प्रगत आणि विकसित देशात ज्ञान आणि संपत्ती यांच्यात एक वेगळेच नाते निर्माण झालेले आहे.

वस्तू आणि सेवांची खरेदी–विकी करण्यासाठी ई–कॉमर्स ही एक उपयुक्त सुविधा इंटरनेटच्या माध्यमाने साकार होत आहे. त्यामध्ये सरकारने महत्वाची भूमिका बजावणे गरजेचे आहे. सरकारने शालेय अभ्यासकम संगणक विषय सक्तीचा करावा. ग्रामीण व मागासलेल्या भागांना विकसित केले पाहिजे. आजच्या स्पर्धेच्या युगात ई–कॉमर्सच्या द्वारे घरबसल्या वस्तूची खरेदी विकी तर करता येतेच पण बॅंक सुविधेचा व इतर क्षेत्रातील घडामोडीचा लाभ घेता येतो. इंटरनेटद्वारे जगातील प्रसिद्ध, विचारवंत, निष्ठावान, लेखक यांच्या विचारांचे दर्शन घडते. भारतात रामायण, महाभारत, ज्ञानेश्वरी हे प्रसिद्ध ग्रंथ इंटरनेटवर उपलब्ध आहेत. ई–कॉमर्स द्वारे कमी जास्त वेळेवर योग्य ती वस्तू योग्य व्यक्तीला पोहच करता येते.

जागतिकीकरणाची प्रकिया फार पूर्वीपासून जरी अस्तीत्वात असली तरी ई–कॉमर्समुळे याला गती प्राप्त झाली आहे. व्यापाराला कोणताही देश नसतो. ही म्हण ई–कॉमर्स ने साध्य झाली आहे. ई–कॉमर्स ने सर्वसामान्याच्या जीवनमान उंचावयास मदत झाली. ई–कॉमर्सच्या बाबत काही मर्यादा जरी असल्या तरी त्या

ASSISTANT PROFESSOR
DEPT. OF मरा
SHIVNERI MAHAVIDYALAYA, SHIRUR (A.)

दूर केल्यास भविष्यकाळ उज्ज्वल आहे हे मात्र निश्चित. सध्याची जागतिक अर्थव्यवस्था ही राष्टीय अर्थव्यवस्थेची सुधारलेली अर्थव्यवस्था आहे. या अवस्थेत विज्ञान आणि तंत्रज्ञानामध्ये मोठ्या प्रमाणात प्रगती झालेली आहे. संगणकाचा उपयोग सर्वत्र होत आहे. उपगश्हाचा उपयोग संदेशवहनामध्ये होत आहे. माहिती तंत्रज्ञानात कांती होत आहे.

थोडक्यात, भारतासारख्या जागतिक पातळीवर आर्थिक महासत्ता होऊ पाहणाऱ्या देशाच्या आर्थिक विकासाच्या प्रकियेत ई–कॉमर्सला महत्वाचे स्थान प्राप्त झालेले आहे. एवढेच नव्हे तर ई–कॉमर्स ही काळाची गरज बनलेली आहे.

संदर्भ सूची :-

1. ई–कॉमर्स ची उपयुक्तता – डॉ.विद्याधर भाटे, पश्.क.32.
2. इंटरनेट बँकिंग – धनंजय गोळे, 2005.
3. अर्थमंथन दिवाळी अंक – 2001, पान नं.65.
4. आय.बी.आय. भूतपूर्व गव्हर्नर सी.रंगराजन यांचे नॅशनल सेमीनार ऑन ई–कॉमर्स फॉर फायनसियल सेक्टर यातील बीज भाषणांचा सारांश
5. ई–कॉमर्स मुलतत्त्वे, पिंपळपुरे ॲड कंपनी पब्लीशर्स, नागपूर, एस.एम. कोलते.
6. डॉ.जीतेंद्र अहिरराव, डॉ.तळेकर, डॉ.मुळे, कुलकर्णी, वाणिज्य संघटन व व्यवस्थापन – धैर्य प्रकाशन मुंबई
7. ई–कॉमर्स मूलभूत सिद्धांत, पिंपळापुरे ॲड. कंपनी पब्लिशर्स, नागपूर, निता फडणविस.
8. रामचंद्र साबळे – समजून घ्या थेट परकीय गुंतवणुकीचे धोरण, ॲग्रोवन दिनांक 8 नोव्हें. 2012, पान 12.
9. Agarwala Kamalesh N. and Agrawal Deeksha Business on the Net : Introduction to E-commerce Macmillin India, New Delhi.
10. www.atkearney.com

ASSISTANT PROFESSOR
DEPT. OF Him
SHIVNERI MAHAVIDYALAYA, SHIRUR (A.)