

## " ई - कॉमर्सचा नागपूर जिल्ह्यात ग्रामीण उद्योज्यकतेवर प्रभाव "

आशिष विठ्ठलराव आखरे

संशोधक

प्लेस फॉर हायर लर्निंग अँड रिसर्च वाणिज्य विभाग

नबिरा महाविद्यालय, काटोल, नागपूर

डॉ. रेकचंद गणपत गोंगले

सहयोगी प्राध्यापक,

नबीरा महाविद्यालय, काटोल

Crossref DOI - <https://doi.org/10.63665/rh.v7i2.143>

### सारांश :

भारताची अर्थव्यवस्था प्रामुख्याने ग्रामीण भागावर आधारित आहे, जिथे सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योग (MSMEs), हस्तकला आणि कृषी-आधारित उद्योगांचे जाळे पसरलेले आहे. इंटरनेट कनेक्टिव्हिटी आणि स्मार्टफोनच्या वाढत्या वापरामुळे ई-कॉमर्स (E-commerce) या ग्रामीण अर्थव्यवस्थेसाठी एक क्रांतीकारी साधन म्हणून उदयास आले आहे. हा संशोधन पेपर ई-कॉमर्सच्या माध्यमातून ग्रामीण उद्योजकांना मिळणाऱ्या संधी, त्यांच्यासमोर असलेली प्रमुख आव्हाने आणि या क्षेत्राला शाश्वत विकासाकडे नेण्यासाठी आवश्यक असलेल्या धोरणात्मक उपाययोजनांचे विश्लेषण करतो. या अभ्यासातून असे दिसून येते की ई-कॉमर्समुळे बाजारपेठेचा विस्तार, नफ्यात वाढ आणि महिला सक्षमीकरण होत असले तरी, लॉजिस्टिक्स, डिजिटल साक्षरता आणि स्पर्धात्मकता ही ग्रामीण उद्योजकांसाठी मोठी आव्हाने आहेत.

भारत हा खेड्यांचा देश आहे आणि देशाच्या एकूण लोकसंख्येपैकी मोठा भाग आजही ग्रामीण आणि निमशहरी भागात राहतो. या भागातील उद्योजक अनेकदा स्थानिक आणि मर्यादित बाजारपेठांवर अवलंबून असतात, ज्यामुळे त्यांच्या उत्पादनांना योग्य किंमत मिळत नाही आणि त्यांची वाढ खुंटते. 'डिजिटल इंडिया' (Digital India) उपक्रमामुळे ग्रामीण भागात इंटरनेटचा प्रवेश मोठ्या प्रमाणात वाढला आहे. यामुळे, ई-कॉमर्स प्लॅटफॉर्म आता केवळ शहरी ग्राहकांपुरते मर्यादित न राहता, ग्रामीण उत्पादकांना त्यांच्या घरूनच राष्ट्रीय आणि जागतिक बाजारपेठेशी जोडण्याचे एक शक्तिशाली माध्यम बनले आहे. ई-कॉमर्समध्ये पारंपारिक व्यवसाय संरचनेत बदल करण्याची आणि ग्रामीण भागातील उद्योजकता वाढवून रोजगार निर्मिती करण्याची मोठी क्षमता आहे.

**मुख्य शब्द : कीवर्ड (Keywords) :** ई-कॉमर्स, ग्रामीण उद्योजकता, डिजिटल अर्थव्यवस्था, ऑनलाइन व्यापार, ग्रामीण विकास, महिला उद्योजक, इंटरनेट क्रांती, डिजिटल साक्षरता, स्थानिक उत्पादनांचे विपणन, रोजगारनिर्मिती, लॉजिस्टिक व्यवस्थापन

### प्रस्तावना :

भारत हा कृषिप्रधान देश असून लोकसंख्येचा मोठा भाग ग्रामीण भागात राहतो. पारंपारिक अर्थव्यवस्थेत



ग्रामीण उद्योजक प्रामुख्याने कृषी, हस्तकला, लघुउद्योग किंवा स्थानिक व्यापाराशी संबंधित होते.परंतु गेल्या दशकात डिजिटल क्रांती आणि इंटरनेटच्या प्रसारामुळे ग्रामीण व्यवसायांच्या स्वरूपात आमूलाग्र बदल झाला आहे.ई-कॉमर्स म्हणजे इलेक्ट्रॉनिक माध्यमातून वस्तू व सेवा खरेदी-विक्री करणे.आज Amazon, Flipkart, Meesho, JioMart यांसारख्या प्लॅटफॉर्मस्नी ग्रामीण बाजारपेठेपर्यंत पोहोच निर्माण केली आहे. या क्रांतीचा ग्रामीण उद्योजकांवर मोठा प्रभाव पडत आहे.

### संशोधनाचे उद्दिष्टे :

या संशोधनाचा उद्देश पुढीलप्रमाणे आहे:

1. ग्रामीण उद्योजकांवर ई-कॉमर्सचा आर्थिक, सामाजिक आणि व्यावसायिक प्रभाव जाणून घेणे.
2. ई-कॉमर्समुळे उद्भवलेल्या संधी व अडचणींचा अभ्यास करणे.
3. ग्रामीण भागात डिजिटल उद्योजकतेचा विकास कसा घडवता येईल यावर उपाय सुचवणे.
5. ई-कॉमर्स प्लॅटफॉर्ममुळे ग्रामीण उद्योजकांना प्राप्त झालेल्या संधी आणि लाभांचे मूल्यांकन करणे.
6. ग्रामीण उद्योजकांसमोर ई-कॉमर्स अवलंबनामध्ये येणारी प्रमुख आव्हाने (उदा. लॉजिस्टिक्स, डिजिटल साक्षरता) ओळखणे.
7. ई-कॉमर्समुळे ग्रामीण भागातील महिला उद्योजकांच्या सक्षमीकरणावर झालेल्या परिणामाचे विश्लेषण करणे.
8. ग्रामीण ई-कॉमर्सच्या शाश्वत वाढीसाठी आणि अधिक उद्योजकांना जोडण्यासाठी धोरणात्मक शिफारसी सादर करणे.

### संशोधन पद्धती :

संशोधनासाठी दुय्यम व प्राथमिक दोन्ही माहितीचा वापर करण्यात आला.प्राथमिक माहिती: ग्रामीण भागातील ५० उद्योजकांशी प्रत्यक्ष मुलाखती व प्रश्नावलीद्वारे माहिती संकलित केली.दुय्यम माहिती: विविध शासकीय अहवाल, जर्नल्स, ऑनलाइन संशोधन लेख, आणि NITI Aayog च्या आकडेवारीचा वापर.विश्लेषणासाठी गुणात्मक (Qualitative) पद्धतीचा अवलंब केला आहे.

### चर्चा :(Discussion)

#### ई-कॉमर्सचे ग्रामीण उद्योजकांवरील फायदे :

१. बाजारपेठेचा विस्तार : पूर्वी गावातील उत्पादन गावातच विकले जायचे, पण आता इंटरनेटमुळे त्याला सीमांचे बंधन नाही. हस्तकला, शेती उत्पादने, घरगुती वस्तू — आता महाराष्ट्रापासून दिल्लीपर्यंत, आणि कधी परदेशातही विकली जातात.

२. थेट ग्राहकांपर्यंत पोहोच (Direct-to-Customer Model) : ई-कॉमर्समुळे मध्यस्थांची साखळी कमी झाली आहे. उद्योजक थेट ग्राहकांशी संपर्क ठेवू शकतात, त्यामुळे नफा वाढतो आणि ग्राहकांचा अभिप्राय थेट मिळतो.



### ग्रामीण उद्योजकांची सध्याची स्थिती :

भारतामध्ये ग्रामीण उद्योजकांपैकी बहुसंख्य लोक अद्याप पारंपरिक पद्धतीने व्यवसाय करतात.

- विपणनाची मर्यादा
- भांडवलाचा अभाव
- तांत्रिक ज्ञानाची कमतरता
- परिवहन व संप्रेषणातील अडचणी
- या सर्व समस्यांमुळे ग्रामीण व्यवसायांची वाढ मर्यादित राहिली होती. परंतु इंटरनेट आणि स्मार्टफोन क्रांतीमुळे परिस्थिती बदलत आहे.

### ई-कॉमर्सचे ग्रामीण भागातील आगमन :

- गेल्या काही वर्षांत भारत सरकारने डिजिटल इंडिया, भारतनेट, स्टार्टअप इंडिया सारख्या योजनांद्वारे ग्रामीण भागात इंटरनेटचा प्रसार केला.
- ग्रामीण तरुण आज मोबाईलवरून थेट आपले उत्पादन विकू शकतो — मग ते शेतीतील सेंद्रिय अन्नधान्य असो, हातमागावरील वस्त्र असो किंवा गावातील महिला बनवलेले दागिने असोत.
- Meesho, Shop101, आणि Amazon Saheli सारख्या उपक्रमांनी ग्रामीण महिलांना देखील व्यवसायिक मंच उपलब्ध करून दिला आहे.

### ई-कॉमर्सचा ग्रामीण उद्योजकांवर प्रभाव :

#### (अ) सकारात्मक प्रभाव :

1. बाजारपेठेचा विस्तार : स्थानिक पातळीवर मर्यादित असलेला व्यापार आता राज्य, देश आणि जागतिक स्तरावर पोहोचला आहे.
2. नफा आणि उत्पन्नवाढ : थेट ग्राहकांशी संपर्क असल्याने मध्यस्थ कमी झाले आणि नफ्यात वाढ झाली.
3. महिलांची आर्थिक स्वायत्तता : अनेक महिला घरातून ऑनलाइन व्यवसाय सुरू करून आर्थिकदृष्ट्या सक्षम झाल्या आहेत.
4. तंत्रज्ञान कौशल्य : ग्रामीण तरुण आता डिजिटल साधनांशी परिचित होत आहेत.
5. रोजगारनिर्मिती : पॅकेजिंग, लॉजिस्टिक, डिलिव्हरी, कंटेंट निर्मिती अशा नव्या क्षेत्रांत रोजगार निर्माण झाले आहेत.

#### (ब) नकारात्मक प्रभाव :



1. **तांत्रिक अडचणी** : इंटरनेट वेग, विजेचा अभाव, आणि तांत्रिक ज्ञानाची कमतरता.
2. **विश्वास व सुरक्षिततेचे प्रश्न** : ऑनलाइन फसवणुकीमुळे काही उद्योजकांचा विश्वास कमी झाला आहे.
3. **स्पर्धेचा ताण** : मोठ्या कंपन्यांशी स्पर्धा करणे अवघड ठरते.
4. **लॉजिस्टिक खर्च** : ग्रामीण भागात वाहतूक व डिलिव्हरी खर्च जास्त येतो.

#### क्षमता विकास आणि प्रशिक्षण (Skill Development and Training) :

- **स्थानिक भाषेतील प्रशिक्षण** : ग्रामीण उद्योजकांसाठी त्यांच्या स्थानिक भाषेत ई-कॉमर्स ऑपरेशन, फायनान्स आणि डिजिटल मार्केटिंगचे विशेष प्रशिक्षण कार्यक्रम आयोजित करणे.
- **तांत्रिक मदत केंद्रे** : गावांमध्ये किंवा जवळच्या ठिकाणी सामायिक सेवा केंद्र (Common Service Centers- CSC) किंवा 'उद्यम पोर्टल' सारखी केंद्रे उभारणे, जिथे उद्योजकांना ऑनलाइन लिस्टिंग आणि कर अनुपालनासाठी (Tax Compliance) मदत मिळेल.

#### पायाभूत सुविधा आणि लॉजिस्टिक्स सुधारणा :

- **विकेंद्रीकृत लॉजिस्टिक्स मॉडेल्स** : लहान गोदामे (Warehouses) आणि कलेक्शन पॉइंट्ससाठी स्थानिक किराणा दुकाने (किंवा महिला बचत गट) यांना भागीदार बनवून 'लास्ट-माईल डिलिव्हरी' मजबूत करणे.
- **ब्रॉडबँड आणि वीज** : भारतनेट (BharatNet) प्रकल्पासारख्या सरकारी योजनांच्या माध्यमातून ग्रामीण भागात उच्च-गती इंटरनेट कनेक्टिव्हिटीचा विस्तार जलद करणे आणि विश्वसनीय वीजपुरवठा सुनिश्चित करणे.
- **ONDC चा वापर** : 'ओपन नेटवर्क फॉर डिजिटल कॉमर्स' (ONDC) सारख्या सरकारी उपक्रमांना प्रोत्साहन देणे, ज्यामुळे ग्रामीण विक्रेते मोठ्या ई-कॉमर्स प्लॅटफॉर्मच्या नियमांशिवाय थेट ग्राहकांशी व्यवहार करू शकतील.

#### आर्थिक आणि धोरणात्मक सहाय्य :

- **सबसिडी (Subsidy) आणि सवलती** : पहिल्या काही वर्षांसाठी ई-कॉमर्स प्लॅटफॉर्म फी आणि लॉजिस्टिक्स खर्चावर लहान उद्योजकांना सबसिडी देणे.
- **मायक्रो फायनान्स (Microfinance)** : उत्पादन वाढवण्यासाठी आणि ई-कॉमर्स सेटअपसाठी महिला बचत गट आणि MSMEs ला कमी व्याजदरात कर्ज उपलब्ध करून देणे.

#### केस स्टडी (उदाहरण) :

**उदाहरण** : महाराष्ट्रातील विदर्भातील एका छोट्या गावातील "शेतीप्रेम" नावाच्या उद्योजक गटाने सेंद्रिय हळद



ऑनलाइन विक्रीसाठी ठेवली. Amazon आणि Flipkart वर नोंदणी केल्यानंतर फक्त सहा महिन्यांत त्यांची विक्री ५ पट वाढली. यामुळे गावातील आणखी १२ तरुणांनी ऑनलाइन शेती उत्पादने विक्री सुरू केली. हे उदाहरण ई-कॉमर्सच्या सामर्थ्याचे जिवंत उदाहरण आहे.

### सरकार आणि स्वयंसेवी संस्थांची भूमिका :

- डिजिटल साक्षरता अभियान द्वारे ग्रामीण भागात प्रशिक्षण देणे.
- PMEGP (प्रधानमंत्री रोजगार निर्मिती योजना) अंतर्गत ई-कॉमर्स प्रशिक्षण.
- स्वयंसेवी संस्था आणि स्टार्टअप्सनी ग्रामीण भागात लॉजिस्टिक नेटवर्क उभारणे.

### आव्हाने :

- **डिजिटल साक्षरतेचा अभाव** : अनेक ग्रामीण उद्योजकांना ऑनलाइन यादी व्यवस्थापन (Inventory Management), ऑर्डर प्रक्रिया (Order Processing), उत्पादन फोटोग्राफी आणि प्रभावी डिजिटल मार्केटिंगची माहिती नसते.
- **लॉजिस्टिक्स आणि वितरण** : ग्रामीण भागातील खराब रस्ते आणि कनेक्टिव्हिटीमुळे 'लास्ट-माईल डिलिव्हरी'चा खर्च वाढतो आणि वेळेवर वितरण करणे कठीण होते. बहुतांश ई-कॉमर्स कंपन्यांची सेवा ग्रामीण भागात अपुरी आहे.
- **इंटरनेट आणि वीज समस्या** : विश्वसनीय हाय-स्पीड इंटरनेट आणि नियमित वीजपुरवठा ही ग्रामीण भागातील मोठी समस्या आहे, ज्यामुळे ऑनलाइन व्यवसाय चालवताना अडथळे येतात. **स्पर्धा आणि किंमत दबाव** : राष्ट्रीय आणि आंतरराष्ट्रीय पातळीवरील मोठ्या उत्पादक कंपन्यांशी स्पर्धा करावी लागते, ज्यामुळे लहान उद्योजकांना अनेकदा किमती कमी ठेवाव्या लागतात आणि नफा कमी होतो.
- **उत्पादनाची गुणवत्ता आणि परतावा** : (Returns) ऑनलाइन ऑर्डरमध्ये ग्राहक परतावा (Return) करण्याचे प्रमाण जास्त असते. या 'रिटर्न लॉजिस्टिक्स'चा खर्च आणि उत्पादनाचे नुकसान लहान उद्योजकांना परवडणारे नसते.
- **ऑनलाइन विश्वासाची कमी** : ऑनलाइन व्यवहारांमध्ये सुरक्षितता आणि फसवणुकीच्या भीतीने अनेक ग्रामीण ग्राहक आजही रोख पैसे देऊन (Cash on Delivery) खरेदीला प्राधान्य देतात.

### शिफारसी :

1. ग्रामीण भागात डिजिटल प्रशिक्षण केंद्रे सुरू करावीत.
2. स्थानिक उत्पादनांसाठी ग्रामीण ई-ब्रँडिंग धोरण तयार करावे.
3. भांडवल उपलब्धता आणि सूक्ष्म कर्ज योजनांचा विस्तार करावा.
4. ग्रामीण लॉजिस्टिक हब्स तयार करावेत.



## 5. महिलांसाठी विशेष ई-कॉमर्स उपक्रम चालवावेत.

**निष्कर्ष (Conclusion) :**

ई-कॉमर्स हे ग्रामीण भारतासाठी नवे आर्थिक पर्व आहे.त्याने केवळ व्यापार बदलला नाही, तर विचारसरणी बदलली आहे —गावातील तरुण आता “खरेदीदार” नव्हे तर “विक्रेता” झाला आहे.तथापि, शिक्षण, प्रशिक्षण आणि पायाभूत सुविधा यांची अधिक आवश्यकता आहे.जर योग्य धोरणे व पायाभूत सुविधा उपलब्ध झाल्या, तर ई-कॉमर्स ग्रामीण अर्थव्यवस्थेचे भविष्य ठरू शकते.ई-कॉमर्समध्ये ग्रामीण अर्थव्यवस्थेचे रूपांतर करण्याची आणि ग्रामीण उद्योजकांचे भविष्य बदलण्याची अफाट क्षमता आहे. ग्रामीण उद्योजकांसाठी ई-कॉमर्स हे केवळ विक्रीचे माध्यम नाही, तर ते जागतिक बाजारपेठेशी जोडणी आणि आत्मनिर्भरतेचे प्रतीक आहे.ई-कॉमर्समुळे बाजारपेठेचा विस्तार, नफा वाढ आणि महिला सक्षमीकरण यासारखे महत्त्वपूर्ण सकारात्मक परिणाम दिसून येत असले तरी, या लाभांना तळागाळातील लोकांपर्यंत पोहोचवण्यासाठी पायाभूत सुविधांमधील तफावत, डिजिटल साक्षरतेचा अभाव आणि लॉजिस्टिक्सच्या समस्या दूर करणे अत्यंत आवश्यक आहे. सरकारने आणि खाजगी क्षेत्रातील कंपन्यांनी एकत्र येऊन या आव्हानांवर मात केल्यास, ई-कॉमर्स हे ग्रामीण भारताच्या समावेशक आर्थिक वाढीचे (Inclusive Economic Growth) मुख्य चालक ठरू शकते.

**संदर्भ (References) :**

- NITI Aayog Report on Rural Digital Economy (2023)
- Ministry of Commerce and Industry, Government of India Reports
- Economic Times – Rural E-commerce Growth Articles Meesho Success Stories (2024)
- Journals of Rural Entrepreneurship, Vol. 5, Issue 2 (2023)
- State of India’s Digital Economy Report 2023 — ICRIER.
- Rural e-commerce and women entrepreneurs — ScienceDirect / academic articles (2024).
- Field studies on rural online shopping behaviour (SDMIMD / regional papers).
- News & reports highlighting data cost and rural demand trends (The Guardian; Reuters).

