



भारतातील सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांना ई-कॉमर्समुळे निर्माण झालेल्या संधी

दिपाली भागवत फड

संशोधक विद्यार्थिनी

अर्थशास्त्र विभाग,

बाबुरावजी घोलप कॉलेज, सांगवी, पुणे.

Corresponding Author - दिपाली भागवत फड

DOI-10.5281/zenodo.7828071

१. सार :

भारतीय अर्थव्यवस्थेत सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांना (एमएसएमई) अनन्यसाधारण महत्त्व आहे. भारताच्या राष्ट्रीय उत्पादनात आणि निर्यातीत एमएसएमई क्षेत्राचा मोलाचा वाटा आहे. संतुलित आर्थिक विकास, रोजगार निर्मिती तसेच ग्रामीण व निम-शहरी भागांचा विकास करण्यासाठी एमएसएमई हे एक प्रभावी माध्यम आहे. ई-कॉमर्सच्या उदयामुळे एमएसएमईना त्यांची उत्पादने विकण्यासाठी एक विस्तृत आणि सक्षम बाजारपेठ उपलब्ध झाली आहे. ई-कॉमर्सच्या वापरामुळे एमएसएमईच्या विपणन खर्चात कपात झाली आहे तसेच त्यांना अधिकाधिक ग्राहकापर्यंत पोहोचणे शक्य झाले आहे.

भारत सरकार एमएसएमईना ई-कॉमर्स प्लॅटफॉर्मवर आपली उत्पादने विकण्यासाठी प्रोत्साहित करत आहे. ई-कॉमर्सच्या विकासासाठी आणि डिजिटलायझेशनला चालना देण्यासाठी भारत सरकारने मेक इन इंडिया, स्टार्टअप इंडिया, भारत-नेट, गव्हर्नमेंट ई-मार्केटप्लेस (GeM), नॅशनल अॅग्रिकल्चर मार्केट (eNAM), स्किल इंडिया, भारत इंटरफेस फॉर मनी (BHIM) असे अनेक उपक्रम राबविले आहेत. तसेच एमएसएमई क्षेत्रात परकीय थेट गुंतवणूक आकर्षित करण्यासाठी अनेक योजना राबविण्यात आल्या आहेत. परिणामी भारतातील एमएसएमई आणि ई-कॉमर्स क्षेत्राच्या विकासाला आणि वृद्धीला चालना मिळत आहे. प्रस्तुत शोधनिबंधात ई-कॉमर्स तंत्रज्ञानामुळे सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांना निर्माण झालेल्या संधी यांचे सविस्तर विश्लेषण केले गेले आहे.

२. प्रस्तावना :

आधुनिक काळात उद्योगांना अनेक आव्हाने आणि संधी निर्माण झाल्या आहेत. त्यापैकीच एक म्हणजे ई-कॉमर्स होय. ई-कॉमर्स म्हणजे इंटरनेटद्वारा खरेदी आणि विक्री करणे होय. प्राचीन काळात 'वस्तू विनिमय' पद्धतीने व्यापार चाले. ही पद्धत पैसा ही संकल्पना अस्तित्वात येण्यापूर्वी शेकडो वर्षे वापरली गेली. यामध्ये वस्तू व सेवांच्या बदल्यात वस्तू व सेवा देऊन व्यापार चाले. तेंव्हा कोणी कल्पना सुद्धा केली नसेल की, भविष्यात इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स (ई-कॉमर्स) सारखी एखादी व्यापार प्रणाली अस्तित्वात येईल. इंटरनेट, वर्ल्ड वाईड वेब (www) आणि इतर तंत्रज्ञानाच्या विकासामुळे ई-कॉमर्सचा जन्म झाला. १९९० च्या दशकापासून ई-कॉमर्स निरंतर व वेगाने वाढत आहे. २०२० च्या दशकात संगणक, स्मार्ट फोन आणि इंटरनेट यामध्ये झालेल्या अविश्वसनीय क्रांतीमुळे ई-कॉमर्स ही संकल्पना सर्व सामान्यांपर्यंत पोहोचली. ई-कॉमर्स देशातील उद्योगांना व्यापारासाठी एक विस्तृत, स्वस्त आणि अधिक कार्यक्षम बाजारपेठ उपलब्ध करून देते.

सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योग क्षेत्र हे भारतीय अर्थव्यवस्थेतील एक महत्वपूर्ण क्षेत्र आहे. देशातील सकल देशांतर्गत उत्पादन (जीडीपी) आणि

निर्यातीमधील वाढ्यामुळे या क्षेत्राला भारतामध्ये प्रभावी स्थान प्राप्त झाले आहे. सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांना मोठ्या उद्योगांच्या तुलनेत कमी भांडवली खर्च लागतो त्यामुळे ग्रामीण आणि मागासलेल्या भागांच्या विकासाच्या बाबतीतही या क्षेत्राने खूप मोलाचे योगदान दिले आहे. एमएसएमई क्षेत्र भारतीय अर्थव्यवस्थेत मोठ्या प्रमाणावर रोजगार संधी उपलब्ध करून देत आहे. देशातील आर्थिक विषमता कमी करण्यासाठी एमएसएमई क्षेत्र सर्वात महत्त्वाचे मानले जाते. सन २००७ मध्ये सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योग मंत्रालयाची स्थापना करण्यात आली असून त्याचे मुख्यालय नवी दिल्ली येथे आहे. भारतीय सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योग मंत्रालयाच्या पाच प्रमुख वैधानिक संस्था आहेत. त्या पुढील प्रमाणे आहेत; विकास आयुक्त कार्यालय (MSME), खादी ग्रामोद्योग आयोग (KVIC), कॉयर बोर्ड, नॅशनल स्मॉल इंडस्ट्रीज कॉर्पोरेशन लिमिटेड (NSIC), राष्ट्रीय सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योग संस्था (NIMSME). एमएसएमईच्या विकासासाठी धोरण तयार करताना सरकारला सल्ला देणे तसेच सरकारी योजना आणि धोरणांच्या बाबतीत एमएसएमईना मदत करणे अशी या संस्थेची कार्ये आहेत. प्रस्तुत शोधनिबंधामध्ये भारतातील

एमएसएमई क्षेत्राची सद्यस्थिती, ई-कॉमर्स तंत्रज्ञानाचा विकास आणि यामुळे एमएसएमई क्षेत्राला निर्माण झालेल्या संधी यावर चर्चा केली जाणार आहे.

३. भारतातील एमएसएमई क्षेत्राचा आढावा :

भारतातील एमएसएमई क्षेत्र हे एक गतिमान क्षेत्र आहे. ते देशाच्या आर्थिक विकासाबरोबरच देशभरात लाखो रोजगार निर्मिती करून सामाजिक विकास करण्याचेही कार्य पूर्ण करते. २००६ मध्ये सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांच्या विकासासाठी आणि एमएसएमई उद्योगांवर परिणाम करणाऱ्या समस्या सोडवण्यासाठी तसेच गुंतवणुकीची कमाल मर्यादा ठरवण्यासाठी 'सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योग विकास (MSMED) कायदा, २००६' संमत करण्यात आला. या कायद्यातील तरतुदीनुसार सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांचे दोन प्रकारात वर्गीकरण केले जाते ते म्हणजे उत्पादन उद्योग व सेवा उद्योग. उपकरणांमधील गुंतवणूक व वार्षिक उलाढाल यांच्यावर आधारित तीन प्रकार केले जातात ते पुढील प्रमाणे (२०२० मधील नवीन तरतुदीनुसार) :

- १) सूक्ष्म उद्योग : सयंत्र व यंत्रसामग्रीमधील गुंतवणूक १ कोटी रु. पेक्षा जास्त नाही आणि वार्षिक उलाढाल ५ कोटी रु. पेक्षा जास्त नाही.
- २) लघु उद्योग : सयंत्र व यंत्रसामग्रीमधील गुंतवणूक १० कोटी रु. पेक्षा जास्त नाही आणि वार्षिक उलाढाल ५० कोटी रु. पेक्षा जास्त नाही.
- ३) मध्यम उद्योग : सयंत्र व यंत्रसामग्रीमधील गुंतवणूक ५० कोटी रु. पेक्षा जास्त नाही आणि वार्षिक उलाढाल २५० कोटी रु. पेक्षा जास्त नाही.

भारतीय एमएसएमई उद्योग रिपोर्ट (मे, २०२१) नुसार २०२१ मध्ये भारतात सुमारे ६.३ कोटी नोंदणीकृत सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योग आहेत. भारताच्या राष्ट्रीय व आंतरराष्ट्रीय व्यापारातील स्थूल देशांतर्गत उत्पादनात (जीडीपी) एमएसएमई क्षेत्राचा सुमारे २९% वाटा आहे. केंद्रीय एमएसएमई मंत्रालयाने १ जुलै, २०२० रोजी एमएसएमई उद्योगांची नोंदणी करण्यासाठी 'उद्यम' हे अधिकृत पोर्टल सुरू केले आहे. सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योग मंत्रालय या पोर्टलची देखरेख करते. सद्यस्थितीत उद्यम पोर्टलवर नोंदणीकृत उद्योगांची संख्या ही सुमारे ११,७३५,११७ (९६.१७%) सूक्ष्म-उद्योग, त्यानंतर ४२६,८६४ (३.४९%) लघु उद्योग आणि ३९,४६७ (०.३२%) मध्यम उद्योग इतकी आहे.

४. भारतातील ई-कॉमर्स क्षेत्राचा विकास आणि सद्यस्थिती :

ई-कॉमर्स हा सामाजिक आणि आर्थिक चर्चा विश्वातील खूप महत्त्वाचा घटक आहे. सोप्या भाषेत सांगायचे झाल्यास इंटरनेटद्वारा वस्तू व सेवांची खरेदी आणि विक्री करणे म्हणजे ई-कॉमर्स होय.

• व्याख्या :

युरोपिय माहिती तंत्रज्ञान पाहणी (EITO) या संस्थेने ई-कॉमर्सची व्याख्या पुढील प्रमाणे केली आहे, "ई-कॉमर्स म्हणजे टेलिकम्युनिकेशन नेटवर्कच्या सहाय्याने व्यावसायिक प्रक्रियांची पूर्तता केली जाते. उदा. वस्तुची खरेदी आणि विक्री, व्यवहारांच्या रक्कमा आदाकरणे इ."

ई-कॉमर्स प्रणालीचा वापर केल्यामुळे खरेदी आणि विक्रीची प्रक्रिया पूर्ण करण्यासाठी वेळेचे, स्थानाचे आणि शारीरिकदृष्टीने उपस्थित राहण्याचे कुठलेही बंधन राहत नाही. ई-कॉमर्सच्या 'राउंड-द-क्लॉक' ऑपरेशन या वैशिष्ट्यामुळे ई-कॉमर्स दिवसेंदिवस जास्त लोकप्रिय बनत चालले आहे. इंटरनेटचा वापर करून कोणीही ग्राहक व पुरवठादारासोबत थेट संपर्क साधू शकतो. सध्या ई-कॉमर्समध्ये टेलिफोन, फॅक्स, दूरदर्शन, इलेक्ट्रॉनिक पेमेंट व मनी ट्रान्सफर सिस्टिम, इलेक्ट्रॉनिक डेटा इंटरचेंज (एडीआय), इंटरनेट आणि वेबसाइट्स या माध्यमांचा वापर केला जातो. ई-कॉमर्स हे इंटरनेट वर आधारित असल्याने जागतिक ग्राहकांपर्यंत पोहोचणे 'ब्रिक-अँड-मॉर्टर' जगाच्या तुलनेत जास्त सोपे आहे. तंत्रज्ञान आधारित ग्राहक इंटरफेसमुळे एंटरप्राइज रिसोर्स प्लॅनिंग (ईआरपी), सप्लाय चैन मॅनेजमेंट (एससीएम) आणि ग्राहक संबंध व्यवस्थापन (सीआरएम) इत्यादी सुविधा इंटरनेटद्वारा सहजपणे पुरवल्या जाऊ शकतात. ई-कॉमर्सचे व्यवहारांच्या प्रकारानुसार वर्गीकरण केले जाते. त्यातील काही महत्त्वाचे प्रकार पुढील प्रमाणे आहेत; व्यापार ते ग्राहक (B2C), ग्राहक ते ग्राहक (C2C), व्यापार ते व्यापार (B2B) आणि व्यापार ते सरकार (B2G). भारतामध्ये सद्यस्थितीत फ्लिपकार्ट, □मेझॉन, मिंत्रा, स्नॅपडील, ओला, झोमॅटो, TATA1mg, नायका, जिओ मार्ट इत्यादी काही आघाडीच्या ई-कॉमर्स कंपन्या आहेत. सन २०१४ मध्ये भारतात ई-कॉमर्सद्वारे होणारा व्यापार १४ अरब डॉलर्स होता. सन २०२३ मध्ये भारतीय ई-कॉमर्स मार्केट २१.५% वाढून ७४.८ अरब डॉलर्स पर्यंत पोहोचण्याचा अंदाज आहे. 'डिजिटल इंडिया' मोहिमेद्वारे, २०२५ पर्यंत ट्रिलियन-डॉलरची ऑनलाइन अर्थव्यवस्था निर्माण करण्याचे भारत सरकारचे उद्दिष्ट आहे.

५. भारतातील सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांना ई-कॉमर्समुळे निर्माण झालेल्या संधी :

ई-कॉमर्समुळे सामाजिक जीवनात अमूल्य बदल झाले आहेत. इंटरनेटद्वारा खरेदी आणि विक्री करणे खूप सहज व सोपे आहे. इंटरनेट, स्मार्टफोन, पेमेंट इंटरफेस यांच्या वेगाने होणाऱ्या विकासांमुळे व लोकप्रियतेमुळे ई-कॉमर्सचा जलद गतीने विकास होत आहे. आज आपण ई-कॉमर्सवर कोणतीही वस्तू खरेदी

किंवा विक्री करू शकतो आणि पेमेंट इंटरफेसद्वारे पैसे हस्तांतरित करू शकतो. यासोबतच ई-कॉमर्स इतर अनेक सुविधा उपलब्ध करून देत आहे. ई-कॉमर्सचा जगभरातील उद्योगांवर थेट परिणाम झाला आहे. कोव्हिड-१९ चा उद्रेक हा भारतातील तसेच जगभरातील उद्योगांसाठी विलक्षणरीत्या आव्हानात्मक राहिला आहे. परिणामी अशा संकटकाळात सुरक्षित राहण्यासाठी ई-कॉमर्समुळे खूप मदत झाली असून ई-कॉमर्सची व्यापारातील भूमिका व महत्त्व सिद्ध झाले आहे. भारत सरकार एमएसएमईना त्यांची उत्पादने ई-कॉमर्स प्लॅटफॉर्मवर विकण्यासाठी विविध प्रकारे प्रोत्साहित करत आहे. भारत सरकारने एमएसएमई व ई-कॉमर्सच्या विकासासाठी आणि डिजिटलायझेशनला चालना देण्यासाठी मेक इन इंडिया, स्टार्टअप इंडिया, भारत-नेट, गव्हर्नमेंट ई-मार्केटप्लेस (GeM), स्किल इंडिया, भारत इंटरफेस फॉर मनी (BHIM) असे अनेक उपक्रम आणि धोरणे आखली आहेत. त्यापैकी काही पुढील प्रमाणे आहेत :

- भारत सरकारने २५ फेब्रुवारी, २०१२ ला 'भारत-नेट' योजना सुरू केली. या योजनेद्वारे भारतनेट ब्रॉडबँडने २०२५ पर्यंत १६ राज्यातील ३,६१,००० गावे जोडण्याचे उद्दिष्ट ठेवले आहे.
- २०१५ मध्ये भारत सरकारने देशातील लघू उद्योगांना वित्तपुरवठा करण्यासाठी प्रधानमंत्री मुद्रा योजना सुरू केली.
- डिजिटल इंडिया मोहिमेअंतर्गत सरकारने उमंग, स्टार्ट-अप इंडिया पोर्टल, भारत इंटरफेस फॉर मनी (BHIM) असे विविध उपक्रम सुरू केले.
- भारत सरकारने २०१६ मध्ये 'उडान' हा B2B ऑनलाइन व्यापार मंच विशेषतः लहान आणि मध्यम आकाराचे उत्पादक आणि घाऊक विक्रेते ऑनलाइन किरकोळ विक्रेत्यांशी जोडण्यासाठी सुरू केला आहे.
- गव्हर्नमेंट ई-मार्केटप्लेस (GeM) हा एक ऑनलाइन प्लॅटफॉर्म आहे जिथे भारत सरकारच्या अंतर्गत विविध संस्था आणि सार्वजनिक क्षेत्रातील उपक्रम (PSU) देखील वस्तू आणि सेवा खरेदी करतात.
- नॅशनल ॲग्रिकल्चर मार्केट (eNAM) हा भारतातील कृषी मालासाठी ऑनलाइन ट्रेडिंग प्लॅटफॉर्म आहे.
- भारत सरकारद्वारे FDI ला प्रोत्साहन करण्यासाठी अनुकूल धोरणे तयार केली जात आहेत. याचा लाभ एमएसएमई व ई-कॉमर्स क्षेत्राला होणार आहे.

भारतातील आघाडीच्या ई-कॉमर्स कंपन्या सुद्धा एमएसएमईना आर्थिक व तांत्रिक सहाय्य करत आहेत आणि ई-कॉमर्सचा अवलंब करत असताना येणाऱ्या आव्हानांचा सामना करण्यास मदत करीत आहेत. उदा.

- □मेझॉन इंडियाने फेब्रुवारी २०२२ मध्ये, एमएसएमईना सहाय्य देण्यासाठी त्यांच्या प्लॅटफॉर्मवर 'वन डिस्ट्रिक्ट वन प्रॉडक्ट (ODOB)' बाजार लॉंच केला.
- फ्लिपकार्टने स्मार्टफोनमधील व्यापार सक्षम करण्यासाठी २०२२ मध्ये "सेल बँक प्रोग्राम" लॉंच केला आहे.
- □मेझॉन इंडियाने मणिपूर हँडलूम अँड हँन्डीक्राफ्ट्स डेव्हलपमेंट कॉर्पोरेशन लिमिटेडसोबत (MHHDCL) राज्यभरातील कारागीर आणि विणकरांच्या वाढीस पाठिंबा देण्यासाठी एक सामंजस्य करार केला आहे.
- कॉन्फेडरेशन ऑफ ऑल इंडिया ट्रेडर्स या संस्थेने 'भारत ई-मार्केट' पोर्टल विकसित केले आहे. अधिकाधिक लहान व्यापाऱ्यांना स्मार्टफोनद्वारे ऑनलाइन विक्री करता यावी असे या पोर्टलचे उद्दिष्ट आहे.

भारतातील एमएसएमईना ई-कॉमर्सच्या विकासाचा खूप फायदा होत आहे. व्यवसायाची प्रक्रिया वाढत्या आकडेवारीवर आधारित बनत चालली आहे. ज्या एमएसएमईनी ई-कॉमर्स प्रणालीचा स्वीकार केला आहे, त्यांना वितरण खर्चात कपात होणे, विपणन खर्च कमी होणे तसेच बाजारपेठेमधला कमी कालावधी होणे यासारख्या कारणांमुळे ऑफलाइन व्यवसायांच्या तुलनेत अधिक लाभ होत आहे. अश्या प्रकारे ई-कॉमर्सच्या वेगाने व निरंतर होत असणाऱ्या विकासांमुळे एमएसएमई क्षेत्राला अमर्याद संधी उपलब्ध झाल्या आहेत.

६. निष्कर्ष :

भारतीय सूक्ष्म, लघू आणि मध्यम उद्योगांचा भारताच्या विकासामध्ये तसेच राष्ट्रीय व आंतरराष्ट्रीय उत्पन्नात मोलाचा वाटा आहे. भारत सरकार एमएसएमईच्या विकासाला अनेक मार्गाने प्रोत्साहित करत आहे. परकीय थेट गुंतवणूकीला आकर्षित करण्यासाठी अनुकूल धोरणे आखत आहे. ई-कॉमर्समुळे एमएसएमईना व्यापारासाठी एक अत्यंत प्रगत, विस्तृत आणि कार्यक्षम व्यासपीठ उपलब्ध झाले आहे. यामुळे एमएसएमईच्या व ईतर क्षेत्रांच्या विकासाला चालना मिळाली आहे. याबरोबरच देशात रोजगार निर्मितीलाही चालना आहे. तथापि ई-कॉमर्सचा वापर करत असताना एमएसएमईना ऑनलाइन विपणन, डिजिटल जागरूकता आणि कौशल्यांचा अभाव बजेट निर्बंध, पुरेशी तांत्रिक साधने नसणे, सायबर सुरक्षा अश्या अनेक समस्यांना सामोरे जावे लागत आहे. या सर्व गोष्टी विचारात घेऊन एमएसएमईना प्रोत्साहन दिणे पाहिजे व त्यांना अनुकूल योजना तयार करणे आवश्यक आहे.

७. संदर्भ :

1. मुंबई विद्यापीठ प्रथम वर्ष वाणिज्य शाखा, सत्र-
२ पाठ्यपुस्तक
2. Annual Report of Ministry of Micro,
Small & Medium Enterprises 2021-22
3. Press Information Bureau(PIB), Posted
On: 14 NOV 2019 6:14PM by PIB
Hyderabad, From <https://www.pib.gov.in>
4. Dr. Kiran Desle, Economics
2014,Dipstambh Prakashan
5. NetComm Suisse (Association)UNCTAD.
Secretariat (Oct,2020): COVID-19 and E-
commerce : findings from a survey of
online consumers in 9 countries; _Report
by Netcomm Suisse Observatory and
UNCTAD.
6. India Brand Equity Foundation(IBEF),
Posted On December,2022; From
<https://www.ibef.org>
7. Mahesh Baburao Patil(2021) :
Management Information System for
Development of E-Commerce, Chapter 6,
P.No.146-147.
8. P.T.Joseph, S.J. : E-Commerce : An
Indian Perspective ; July,2009 ; Chapter
1, pp 11-14
9. Devkate, Balaji N (January, 2013) : E-
commerce: problems and prospects in
Maharashtra ;
10. <http://hdl.handle.net/10603/13702>