

माध्यमिक पाठ्यक्रम

२१५ - व्यवसाय अध्ययन

पाठ्यक्रम समन्वयक
- डॉ. पियुष प्रसाद



विद्यया धनं सर्वधनं प्रथमम्

राष्ट्रीय मुक्त विद्यालयी शिक्षण संस्था

ए २४ २५ इंस्टीटयुशनल एरिया, सेक्टर नं ६२, नोएडा, २०१३०९ (उ.प्र.)

Website: www.nios.ac.in, Toll Free No. 18001809393

© राष्ट्रीय मुक्त विद्यालयी शिक्षा संस्थान

November, 2013 (2,000 copies)

सचिव, राष्ट्रीय मुक्त विद्यालय शिक्षा संस्थान, ए-२४-२५, इंस्टीट्यूशनल एरिया, सेक्टर-६२, नोएडा २०१३०९ (उ.प्र.) यांजकडून प्रकाशित
मुद्रक: अरावली प्रिन्टर्स एण्ड पब्लिशर्स, प्रा. लिमिटेड W-30, ओखला फेस-II, नई दिल्ली-110020

सल्लागार समिती

डॉ. एस.एस.जेना अध्यक्ष एन.आय.ओ.एस.,नोएडा	डॉ. कुलदीप आग्रवाल संचालक (शैक्षणिक) एन.आय.ओ.एस.,नोएडा	श्रीमती गोपा विश्वास सहसंचालक (शैक्षणिक) एन.आय.ओ.एस.,नोएडा	डॉ. सोनिया बेहेल सहसंचालक (शैक्षणिक) एन.आय.ओ.एस.,नोएडा
--	--	--	--

पाठ्यक्रम समिती

प्रा. पी.एल. चर्तुवेदी अध्यक्ष माजी कुलपती ३३० जवाहरनगर, जयपूर, राजस्थान ३०२००४	श्री. सी.के.मिश्रा वाणिज्य प्रपाठक (निवृत्त) सी.के. ३३ / ७, निलकांत वाराणसी २२१००१	कु.मीना गोयल उपपाचार्या नवहिंद वरिष्ठ विभाग मुलीचे कॉलेज नवीन रोहटक रोड, दिल्ली ११०००५
प्रा. प्रमोदकुमार शाहू प्राध्यापक (निवृत्त) सहकारी वसाहत, लेन नं १ बहेरामपूर, ओरिसा ७६०००४	डॉ. शिल्पा वैद्य वाणिज्य व्याख्याती एनसीइआरटी, नवी दिल्ली ११००१६	डॉ. पी.एन.पांडे प्राचार्य (निवृत्त) २३ / ४७ / ७५ सी. किडवाइनगर अलहाबाद, उत्तरप्रदेश.
डॉ.बी.एल.शर्मा चंद्रसदन, सुदामापूरी, भाइस बहोरा, मधूरा	श्री. अदिती रंजन राऊत उपसंचालक विभागीय केंद्र, कोलकत्ता.	डॉ. पियुष प्रसाद शैक्षणिक अधिकारी. एन.आय.ओ.एस.,नोएडा

विषय गट

प्रा. पी.एल. चर्तुवेदी माजी कुलपती ३३०, जवाहरनगर, जयपूर, राजस्थान ३०२००४	डॉ. झईद खान वाणिज्य व्याख्याता शफिक मेमोरियल उच्च माध्यमिक शाळा बारा हिंदुराव, दिल्ली	डॉ. ए.के.काला वाणिज्य व्याख्याता एच.एल.जे.उच्च माध्यमिक शाळा सदर बाजार, दिल्ली	प्रा.प्रमोद कुमार साहु प्राध्यापक (निवृत्त) सहकारी वसाहत, पहिली लेन, बेरहमपूर, ओरिसा ७६०००४
डॉ.बी.पी. सारस्वत प्रमुख, वाणिज्य विभाग एमडीएस विद्यापीठ, अजमेर, राजस्थान	प्रा. उदय जैन प्राचार्य (प्रभारी) श्री वैष्णव वाणिज्य महाविद्यालय, इंदोर मध्यप्रदेश	श्रीमती अदिती राजन राऊत उप संचालक विभागीय केंद्र कोलकत्ता.	श्री. संजीव कुमार पी.जी.टी. राजकीय प्रतिभा विकास, विद्यालय गांधीनगर, दिल्ली.

डॉ. सुनिल गुप्ता
सहा. प्राध्यापक
एसओएमएस,
आयओएनओयु.

डॉ. बी.पी.साहु
सहा. प्राध्यापक
खालसा कॉलेज,
दिल्ली विद्यापीठ

डॉ. ए.के.सिन्हा
सहा. प्राध्यापक
शहीद भगतसिंग कॉलेज,
दिल्ली विद्यापीठ

डॉ. अजय गर्ग
पी.जी. डी.ए.व्ही रात्र
महाविद्यालय, दिल्ली

संपादक

प्रा. पी.के.घोष
माजी उप कुलपती
३५ वैशाली, पितामपुरा
दिल्ली

डॉ. तन्मय पांडे
वाणिज्य प्रपाठक
डॉ. बी.आर.
आंबेडकर कॉलेज
दिल्ली विद्यापीठ

कु. शिवानी नागराथ
वाणिज्य व्याख्याती
सुमेर फिल्डर्स स्कूल
कैलास वसाहत,
न्यु दिल्ली

श्रीमती आदिती राजन राऊत
उप.संचालक विभागिय केंद्र,
कोलकत्ता

डॉ. आर. के.गुप्ता
सहा. प्राध्यापक
पी.जी.डी.ए.व्ही.
रात्र महाविद्यालय, दिल्ली

डॉ.बी.पी.साहु
सहा. प्राध्यापक
खालसा कॉलेज
दिल्ली विद्यापीठ

डॉ. सुनिल गुप्ता
सहा. प्राध्यापक
एसओएमएस.
आयओएनओयु.

श्री. संजीव कुमार
सहा. प्राध्यापक
पी.जी.टी. राजकीय
प्रतिभा विकास, विद्यालय
गांधीनगर, दिल्ली.

श्री. सी.एस. सवीता
सहा. प्राध्यापक (निवृत्त)
शामलाल कॉलेज, दिल्ली
विद्यापीठ, दिल्ली

डॉ. डी.के. पांडे
सहा. प्राध्यापक
डॉ. बी.आर.
आंबेडकर कॉलेज
दिल्ली विद्यापीठ, दिल्ली

डॉ. अजय गर्ग
पी.जी.डी.ए.व्ही.
रात्र महाविद्यालय, दिल्ली

डॉ. आनंद शर्मा
सहा. प्राध्यापक
हैद्राबाद केंद्रीय विद्यापाठ
हैद्राबाद.

मराठी अनुवाद

श्री. प्रमोद केशव शिरोडे
वाणिज्य व्याख्याता
श्री.शंभू महादेव कनिष्ठ महाविद्यालय
फुरसुंगी,ता. हवेली, जि. पुणे.

श्री. कमलाकर मनोहर कोठावळे
वाणिज्य व्याख्याता
श्री.शंभू महादेव कनिष्ठ महाविद्यालय
फुरसुंगी, ता. हवेली, जि. पुणे.

श्री. आवटे जयंत महालिंग
वाणिज्य व्याख्याता
राजा धनराज गिरजी कनिष्ठ
महाविद्यालय रास्ता पेठ, पुणे.

रेखाचित्र, मुखपृष्ठ आणि मुद्रण

डॉ. महेश शर्मा
रेखाचित्र कलाकार
एन.आय.ओ.एस. नवी दिल्ली.

एम.के. कॉम्प्युटर्स
गाळा नं. १९ डी. डी.२. मार्केट
बहेरा एनक्लेव्ह. पश्चिम विहार नवी दिल्ली.

अध्यक्षांचा संदेश

प्रिय विद्यार्थ्यांनो,

आपणास माहित असेलच की समाजाच्या तसेच समाजातील काही विशिष्ट घटकांच्या गरजा ह्या कालपरत्वे बदलत असतात. आणि ह्या सामाजिक गरजा पूर्ण करण्यासाठी त्यासाठी योजावयाच्या पद्धती व तंत्रे ही काळानुरूप बदलने गरजेचे असते. शिक्षण हे तर बदलाचे प्रमुख साधन. योग्य वेळी शिक्षणात घडवून आणलेला योग्य बदल हा समाजामध्ये सकारात्मकता आणतो. हा दृष्टिकोन येणाऱ्या आव्हानांना तसेच कठीण परिस्थितीला तोंड देण्याचे धाडस देतो. हे सर्व परिणामकारकपणे ठराविक अंतराने अभ्यासक्रम बदलून साध्य केले जाऊ शकते. स्थिर अभ्यासक्रम हा फक्त शिक्षणाचे एक मानवी साधन म्हणूनच कार्य करतो. समजा जर आपण एका भांड्यामध्ये पाणी भरले व ते भांडे पाणी न बदलता तसेच दीर्घ काळ ठेवले तर काही काळाने ते पाणी पिण्यास अयोग्य बनते. एवढेच नव्हे तर त्या पाण्याचा दुर्गंध सगळीकडे पसरायला लागतो आणि म्हणूनच अभ्यासक्रम ही या पाण्याप्रमाणे काळानुरूप गरजेचे असते.

पाठ्यपुस्तकातील घटक तयार करणे हा नवीन अभ्यासक्रमाचा सर्वात प्रमुख व महत्वाचा घटक असतो की ज्या द्वारे त्या विषयाची ध्येये व उद्दिष्टे साध्य केली जावू शकतात. तसेच याद्वारे आपणास जुन्या व पारंपारिक पद्धती (की ज्या आता कालबाह्य झालेल्या आहेत) बदलून नवनवीन तंत्रे शिकता येतात.

आणि हाच हेतु मनात धरून देशभरातील सर्व शिक्षणतज्ञ हे ठरावीक कालाने एकत्र येत असतात व अपेक्षित व गरजेचे असणारे बदल सुचवत असतात. याचाच परिपाक म्हणून राष्ट्रीय अभ्यासक्रम आकृतीबंध (National Curriculum Framework (NCF)) अस्तीत्वात आला. या राष्ट्रीय अभ्यासक्रमामध्ये शिक्षणाच्या वेगवेगळ्या पातळ्यांवर म्हणजेच प्राथमिक, पूर्व प्राथमिक, माध्यमिक, उच्च माध्यमिक स्तरावर अपेक्षित असणारे बदल सुचविलेले आहेत.

हाच आकृतीबंध मनात धरून तसेच देशाच्या व समाजाच्या गरजा लक्षात घेवून आम्ही माध्यमिक शिक्षणाचा अभ्यासक्रम अद्ययावत केला आहे. तो गरजांना व काळाला अनुसरून आहे.

हा अभ्यासक्रम तयार करताना तो अतिशय रंजक व आकर्षक असावा, ही काळजी घेण्यात आली आहे .

डॉ. एस.एस.जेना

अध्यक्ष (एनआयओएस)

संचालकांचा अभिप्राय

प्रिय विद्यार्थ्यांनीं,

तुमच्या आवश्यकतेनुसार व गरजेप्रमाणे नवीन अभ्यासक्रम तयार करण्याचा प्रयत्न राष्ट्रीय मुक्त विद्यालयाच्या शिक्षण विभागाने केला आहे . माध्यमिक स्तरावरील सर्व विषयांचा अभ्यासक्रम बदलण्याची जबाबदारी आम्ही नुकतीच घेतली आहे . देशातील इतर मंडळांच्या पाठ्यक्रमाशी समानता आणण्यासाठी आम्ही केंद्रीय माध्यमिक शिक्षण मंडळ (Central Board of Secondary Education) तसेच माध्यमिक शिक्षण मंडळ महाराष्ट्र, उत्तरप्रदेश, मध्यप्रदेश, गोवा, जम्मू आणि काश्मिर, पं. बंगाल इ. मंडळाशी चर्चा विनिमय केला . राष्ट्रीय शिक्षण, संशोधन व प्रशिक्षण व सल्लागार मंडळाने तयार केलेला अभ्यासक्रम प्रमाणयुक्त मानूनच राष्ट्रीय पाठ्यक्रम तयार करण्यात आला . या सर्व गोष्टींचा सर्वकष व तुलनात्मक अभ्यास केल्यानंतर असे जाणवले की आपला अभ्यासक्रम हा अधिक कार्यात्मक जीवनाशी निगडित असणारा व सोपा होता . हा अभ्यासक्रम जास्तीत जास्त परिणामकारक व उपयोगी कसा बनवता येईल हा गहन प्रश्न होता . त्यासाठी आम्ही देशभरातील शिक्षणतज्ञ आमंत्रित करून त्याच्या मार्गदर्शनाखाली हा अभ्यासक्रम सुधारीत व अद्ययावत करून घेतला .

तुम्हाला दिल्या जाणाऱ्या अध्ययन साहित्याचाही आम्ही विचार केला आहे . जुनी, कालबाह्य माहिती काढून त्याऐवजी नवीन अद्ययावत माहिती देण्याचा प्रयत्न केला आहे . तसेच ही माहिती आकर्षक व आवाहनात्मक देण्याचाही प्रयत्न केला आहे .

मला अशी आशा वाटते की तुम्हाला हा अभ्यासक्रम रंजक व उत्साहवर्धक वाटेल . पुढील प्रगतीसाठी तुमच्या सर्व योग्य सूचनांचे स्वागत करू .

आपना सर्वाना माझ्याकडून आनंदी व यशस्वी आयुष्यासाठी शुभेच्छा .

तुमच्या सोबत काही शब्द . . .

प्रिय विद्यार्थ्यांनी,

मला या गोष्टीचा अतिशय आनंद वाटतो की, तुम्ही 'व्यवसाय अध्ययन' हा विषय माध्यमिक शिक्षणासाठी निवडला आहे. आपणासर्वांचे 'व्यवसाय अध्ययन' अभ्यासक्रमामध्ये मनःपूर्वक स्वागत .

आपणास माहिती असेलच की आपण सर्वजण प्रत्यक्ष व अप्रत्यक्षरित्या व्यवसायांशी वेगवेगळ्या निगडित असतो. समाजात चालणाऱ्या अनेक प्रकारच्या व्यवसायांचा आपल्या दैनंदिन जीवनावर परिणाम होत असतो. विद्यार्थ्यांमध्ये व्यवसायाविषयी जाणीव जागृती व्हावी. त्याच्या विस्तृत जाळ्याविषयी त्याला कल्पना यावी तसेच त्यांच्या सतत बदलणाऱ्या स्वरूपाविषयी माहिती मिळावी. हा या पुस्तकाचा उद्देश आहे. या पाठ्यक्रमामध्ये व्यावसायिक अध्ययनाचे प्रकार, त्यांची भूमिका, वेगवेगळ्या सेवा वृत्ती, उत्पादनांचे बाजारीकरण ग्राहकांची जाणीवजागृती या घटकांचा अंतर्भाव केला आहे. तसेच व्यवसाय अध्ययन हे आपणास भविष्याच्या वेगवेगळ्या संधी उपलब्ध करून देवू शकते, याचीही कल्पना देण्याचा प्रयत्न केला आहे.

या अभ्यासक्रमामध्ये सात विभाग आहेत. व्यवसायाची ओळख, व्यावसायिक संघटनाची रचना, सेवा विभाग, विक्री, खरेदी आणि वितरण, ग्राहकांची जागृती, व्यवसाय क्षेत्रातील भवितव्यासंबंधीच्या संधी तसेच प्रात्यक्षिक कार्य. या पुस्तकातील प्रत्येक विभाग हा तुमच्यासारख्या मुक्त आणि दूरदर्शी स्वअध्ययन करणाऱ्या विद्यार्थ्यांच्या गरजा लक्षात घेवूनच बनवलेला आहे. हे पुस्तक अतिशय साध्या, सोप्या व तुम्हास समजेल अशा भाषेत लिहिलेले आहे. तसेच त्यामध्ये आकृत्या व चित्रांचाही समावेश केला आहे. त्याद्वारे अध्ययन सोपे होईल. या सर्व विभागांच्या शेवटी सर्वकष प्रश्नावली दिलेली आहे. त्यामध्ये साधारणतः लघुत्तरी प्रश्नांचा समावेश आहे. उदा. वस्तुनिष्ठ प्रश्न, चूक की बरोबर, जोड्या लावा, कंसात दिलेल्या पर्यायांपैकी योग्य पर्याय निवडून विधाने पूर्ण करा. याद्वारे विद्यार्थ्यांना आपणास ते प्रकरण किती समजले आहे हे तपासता येईल. या सर्व प्रश्नांची उत्तरे ही तुम्हाला धड्याच्या शेवटी पहावयास मिळतील. या सर्व प्रश्नांची उत्तरे जर तुम्ही देवू शकला तरच तुम्ही पुढील प्रकरणाकडे वळा जर तसे नसेल तर तेच प्रकरण पुन्हा पाहणे गरजेचे आहे.

मला अशी आशा वाटते की या पुस्तकातील सर्व धडे तुम्हास रंजक वाटतील तसेच या सर्व ज्ञानाचा तुम्ही तुमच्या प्रत्यक्ष जीवनामध्ये उपयोग कराल. म्हणूनच सर्व धडे काळजीपूर्वक अभ्यासा व स्वतःला परीक्षेसाठी तयार करा.

शेवटी तुम्हाला याच क्षेत्रामध्ये भवितव्य घडवावयाचे आहे. मग ते एक नोकरदार म्हणून असो की स्व उद्योजक म्हणून असो. तुमच्या कामाच्या ठिकाणचे यश हे तुम्ही दिलेले काम किती कौशल्यपूर्वक पार पाडता यावरच अवलंबून असते. म्हणूनच या पुस्तकातील शेवटचा विभाग हा दिलेले काम आपल्या ज्ञानाचा उपयोग करून पूर्ण करण्याचे कौशल्य विकसित करण्यासंबंधी मार्गदर्शन करतो. आम्हास अशी अपेक्षा आहे की प्रात्यक्षिक काम हे तुम्हास व्यवसाय क्षेत्रातील वेगवेगळी कौशल्ये विकसित करण्यासंबंधी मदत करेल. तसेच तो आपल्या जीवनातील एक अर्थपूर्ण अनुभव होईल.

व्यवसाय अध्ययनाचा पेपर हा १०० गुणांचा असेल . आपल्या सरावासाठी पुस्तकाच्या शेवटी नमुना प्रश्नपत्रिका दिलेली आहे . त्याच बरोबर त्याची गुण विभागणीही दिलेली आहे, जेणेकरून आपणास उत्तरपत्रिका कशी तपासली जाणार आहे याची कल्पना येईल . या सर्व प्रश्नांची उत्तरे लिहिण्याचा प्रयत्न करा . याची गुणविभागणी तक्त्याशी तुलना करून पहा .

आपणास काही अडचणी वा शंका येत असल्यास तसे मला अवश्य लेखी कळवा .

आनंदी शिक्षण .

तुमच्या यशासाठी शुभेच्छा .

डॉ . पियुष प्रसाद

शैक्षणिक अधिकारी

एन आय ओ एस

पाठ्यपुस्तक कसे वापराल ?

अभिनंदन . तुम्ही स्वअध्ययनकर्ता होण्याचे आव्हान स्वीकारले आहे . यामध्ये एन आय ओ एस (राष्ट्रीय मुक्त विद्यालयी संस्था) तुमच्यावरोबर प्रत्येक पावलाला तुमच्या सोबत आहे . विद्यार्थ्यांची मानसिकता ओळखूनच वेगवेगळ्या शिक्षणतज्ञांच्या मदतीने अभ्यासक्रम तयार केला आहे . स्वअध्ययन कर्त्याला आवश्यक असणारा आराखडा सांभाळला गेला आहे . तुम्ही खाली दिलेल्या सूचनांचे पालन केले तर तुम्ही या अभ्यासातून सर्वोत्तम यश मिळवू शकाल . वापरलेली चिन्हे व त्याचा अर्थ पुढे दिला आहे .

आशय : सर्व आशय हा घटक व उपघटक यामध्ये विभागला गेला आहे . घटक तुम्हाला एका आशयाकडून दुसऱ्या आशयाकडे जाण्यास मदत करतील . तर उपघटक हे आशयातील वेगवेगळ्या संकल्पना समजावून घेण्यासाठी मदतनीस ठरतील .



टिपणी : प्रत्येक पानाच्या उजव्या वाजुस कोरी जागा सोडली आहे . त्याचा उपयोग तुम्ही महत्वाचे टिपण लिहण्यासाठी करू शकता .



उद्दिष्ट्ये : तुम्ही धडा वाचल्यानंतर तुम्हाला काय येणे अपेक्षित आहे हे दर्शवितात . म्हणून ती काळजीपूर्वक वाचा व तुम्ही ती आत्मसात केली आहेत की नाही हे तपासा .



पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न : प्रत्येक घटकाच्या शेवटी लघुत्तरी स्वरूपाचे प्रश्न विचारलेले आहेत . त्या प्रश्नांची उत्तरे प्रत्येक धड्याच्या शेवटी दिलेली आहेत . त्याद्वारे तुम्ही तुमची प्रगती तपासू शकता .



तुम्ही काय शिकलात ? : हा मुख्य धड्याचा सारांश आहे . हा तुम्हास उजळणी म्हणून उपयोगी पडेल . तुम्ही तुमचे आणखी ही काही मुद्दे यामध्ये वाढवू शकता .



संकीर्ण प्रश्नसंग्रह : यामध्ये लघुत्तरी व दीर्घोत्तरी प्रश्न दिलेले आहेत ज्याद्वारे तुम्हाला आशयाचे आकलन किती योग्य प्रकारे झाले आहे हे पडताळता येईल .



पाठ्यपुस्तकातील प्रश्नांची उत्तरे : तुम्हाला तुम्ही लिहलेली उत्तरे किती योग्य आहेत या संदर्भात मार्गदर्शन करतील .

Mukta Vidya Vani



Mukta Vidya Vani is a pioneering initiative of the National Institute of Open Schooling (NIOS) for using Streaming Audio for educational purposes. This application of ICT will enhance accessibility as well as quality of programme delivery of NIOS Programmes. This is a rare accomplishment of NIOS as the first Open and Distance Learning Institute to start a two way interaction with its learners, using streaming audio and the internet.

Keeping in mind the fact that the transmission is done through the web, the NIOS website (www.nios.ac.in) has a link that will take any user to the Mukta Vidya Vani. Mukta Vidya Vani thus enables a two way communication with any audience that has access to an internet connection, from the studio at its Headquarters in NOIDA, where NIOS has set up a state-of-art studio, which will be used for this purpose as well as for recording educational audio programmes meant for NIOS learners, though others can also take advantage of this facility.

Mukta Vidya Vani is a modern interactive, participatory and cost effective programme, involving an academic perspective along with the technical responsibilities of production of audio and video programmes, which are one of the most important components of the multi channel package offered by the NIOS. These programmes will attempt to present the topic/ theme in a simple, interesting and engaging manner, so that the learners get a clear understanding and insight into the subject matter.

NIOS has launched a scheme to motivate the learners to participate in the Mukta Vidya Vani by sending their Audio CD's to the respective regional centre on various subjects such as-

1. Poetry / Shloka recitation
2. Story telling
3. Radio Drama
4. Music
5. Talks on various topic related to the NIOS curriculum including Painting, Vocational Subjects etc.
6. Quiz
7. Mathematics puzzles etc.

The selected CD can be webcast on Mukta Vidya Vani and the winner participant be rewarded suitably.

Learners may visit the NIOS website and participate in live programmes from 2pm to 5pm on all week days and from 10.30am to 12.30pm on Saturdays, Sundays and all Public Holidays. The Subject Experts in the Studio will respond to their telephonic queries during this time. A weekly schedule of the programmes for webcast is available on the NIOS website. The Studio telephone number are 0120-4626949 and Toll Free No. 1800-180-2543.



अनुक्रमणिका

विभाग १. व्यवसायाची ओळख

१. व्यवसायाचे स्वरूप आणि व्याप्ती ३
२. उद्योग आणि वाणिज्य ३१

विभाग २. व्यवसाय संघटनेची रचना

३. एकल व्यापारी व्यवसाय, भागीदारी, अविभक्त हिंदु कुटुंब ४३
४. सहकारी संस्था आणि संयुक्त भांडवली संस्था ५६

विभाग ३. सेवा क्षेत्र

५. दळणवळण ७४
६. संग्रहण (गुदामे) ८७
७. संदेशवहन सेवा ९९
८. टपाल सेवा १११
९. बँकिंग सेवा १३५
१०. विमा सेवा १६१
११. आऊट सोर्सिंग (करणावळीचे घेणे / वाहेरून करवून घेणे) १७४

विभाग ४. खरेदी आणि विक्री आणि वाटप

१२. खरेदी आणि विक्री १८५
१३. वितरण साखळी १९८
१४. किरकोळ व्यापार २१०
१५. जाहिरात २३७
१६. विक्री संवर्धन आणि वैयक्तिक विक्री २४७

विभाग ५. ग्राहक जागृती

१७. ग्राहकांचे हक्क आणि जबाबदाऱ्या २६३
१८. ग्राहक संरक्षण २७४

मॉड्युल ६. व्यवसायातून रोजगाराची संधी

१९. व्यवसायाची निवड २९३
२०. उद्योजकता ३०४

विभाग ७. प्रात्यक्षिक कार्य व प्रकल्प

२१. प्रकल्प /प्रात्यक्षिक कार्य, अभ्यासक्रम, नमुना प्रश्नपत्रिका, उत्तरपत्रिका, गुणविभागणी . . . ३१५

Awards Won by NIOS

Several projects have been implemented by the NIOS to tap the potential of Information and Communication Technology (ICT) for promoting of Open and Distance Learning (ODL) system. The Ni-On project of NIOS won the National Award for e-governance and Department of Information and Technology, Govt. of India. In further recognition of its On-line initiatives and best ICT practices, the NIOS received the following awards:

NIOS WINS National Award for e-Governance 2008-09

Silver icon for Excellence in Government Process Re-engineering, Instituted by Government of India Department of Administrative Reforms and Public Grievances & Department of Information Technology.



NIOS receives NCPEDP MPHASIS Universal Design Awards 2012



National Institute of Open Schooling (NIOS) has been awarded THE NCPEDP - MPHASIS UNIVERSAL DESIGN AWARDS 2012 instituted by National Centre for Promotion of Employment for Disabled People. The award was given by **Sh. Mukul Wasnik, Hon'ble Minister for Social Justice and Empowerment, Govt. of India** on 14th August, 2012. NIOS has been selected for its remarkable work done for the learners with disabilities through ICT by making its web portal www.nios.ac.in completely accessible for such learners.

The Manthan Award South Asia & Asia Pacific 2012

The Manthan Award South Asia & Asia Pacific 2012 to recognize the best ICT practices in e-Content and Creativity instituted by Digital Empowerment Foundation in partnership with World Summit Award, Department of Information Technology, Govt. of India, and various other stakeholders like civil society members, media and other similar organisations engaged in promoting digital content inclusiveness in the whole of South Asian & Asia Pacific nation states for development. The award was conferred during **9th Manthan Award Gala South Asia & Asia Pacific 2012 at India Habitat Centre on 1st Dec. 2012.**



विभाग १

व्यवसायाची ओळख

आपण व्यवसायाच्या वातावरणात राहत असतो. तो समाजाचा अविभाज्य घटक आहे. वेगवेगळ्या प्रकारचा माल व सेवा पुरवितात त्यामधून आपल्या गरजा पूर्ण होतात. या गरजा व्यवसाय कृती मधून दिल्या जातात. या प्रकरणामधून आपणास जागतिक व्यवसाय त्याचे महत्त्व वैशिष्ट्ये, नविन व्यवसायिक कृतीची ओळख, नविन सुधारणा उदाः ई. कॉमर्स त्याच प्रमाणे व्यावसायिकाच्या विविध संघटना बाबतच्या जबाबदाऱ्या इ. बाबत शिकता येईल.

प्रकरण १ ले : व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती

प्रकरण २ रे : उद्योग आणि वाणिज्य

Awards Won by NIOS



Web Ratna Awards 2012 Platinum Icon under Outstanding Web Content for Acknowledging exemplary initiatives/practices in the realm of e-Governance for dissemination of information & services instituted by Department of Information Technology, Ministry of Communications & IT (MC&IT) and National Informatics Centre (NIC), Government of India. The award has been conferred by Hon'ble Minister of Communications and Information Technology Shri Kapil Sibal on 10th December 2012 at Dr. D.S Kothari Auditorium, DRDO Bhawan, Dalhousie Road, New Delhi.

TOI Social Impact Award 2012

NIOS has been selected as winner of the Social Impact Award 2012 instituted by Times of India in partnership with J P Morgan. The Award is given in the recognition of magnificent work done by an individual or groups or institutions making an impact in the society in various segment including Education. NIOS feels honoured to accept the award.



The award was conferred on 28th January 2013 at a function in presence of President of India and high level dignitaries.

National Awards for the Empowerment of Persons with Disabilities, 2012



The NIOS received the National Award for the Empowerment of persons with disabilities, 2012 Instituted by Ministry Social Justice and Empowerment, Govt. of India. The NIOS got this award under the category of best accessible Website for making its website www.nios.ac.in completely accessible for person with disabilities. The website is bilingual in Hindi and English. It also has provisions of Screen Reader, increasing text size, colour contrast scheme etc. for disabled learners. This award was conferred by the Hon'ble President of India at Vigyan Bhawan, New Delhi on 6th February, 2013. Dr. S.S. Jena Chairman, NIOS received the award.



टिपा

1

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती

ज्यावेळी आपण आपल्या सभोवताली पाहतो त्यावेळी आपणास असे आढळून येते की अनेक व्यक्ती आपल्या कार्यात व्यस्त असतात. शिक्षक शाळेमध्ये शिकवतात शेतकरी शेतात काम करतो, कामगार कारखान्यात काम करतात. चालक वाहन चालवितात. दुकानदार मालाची विक्री करतात. वैद्य (डॉक्टर) रुग्णांसाठी सेवा देतात. इत्यादी. अशा प्रकारे लोक आपल्या कामात दिवसभर व्यस्त असतात. काही वेळेस वर्षभर रात्रीसुद्धा आपल्या कामात व्यस्त असतात. आता आपणास असा प्रश्न पडेल की आपण कामात का व्यस्त असतो. त्याचे उत्तर असे आहे की आपल्या गरजा पूर्ण करण्याकरिता आपण व्यस्त असतो. वरिल प्रकारच्या कृतीमधून कर्तव्ये पार पाडून किंवा मालाची खरेदी व सेवा देऊन पैसे कमविणे.

आपल्या गरजा पूर्ण करण्याकरिता वेगवेगळ्या कृतीमध्ये व्यस्त राहण्याकरिता या धड्यात दिलेल्या कृतीचा अधिक चांगल्या प्रकारे अभ्यास करू. व्यवसाय म्हणजे मानवी कृती याचा आपण सखोल अभ्यास आपण करणार आहोत.



उद्दिष्ट्ये

या धड्याच्या अभ्यासाअंती पुढील उद्दिष्ट्ये समजतील.

- मानवी कृती व्याख्या
- आर्थिक आणि विन आर्थिक कृती मधील फरक
- व्यवसायाची व्याख्या
- व्यवसायाची वेगवेगळी वैशिष्ट्ये
- व्यवसायाची उद्दिष्ट्ये स्पष्ट करणे.
- व्यवसायाची सामाजिक जबाबदाऱ्या स्पष्ट करणे.
- प्रदूषणाचे प्रकार, कारणे व परिणाम आणि वातावरणातील प्रदूषण कमी करण्याकरिता व्यवसायाची भूमिका

१.१ मानवी कृती

मानवा मार्फत केल्या जाणाऱ्या कृतींना मानवी कृती असे म्हणतात. मानवी कृतीचे दोन प्रकार पडतात.

विभाग १

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती



टिपा

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती

१. **आर्थिक कृती** : पैस मिळविण्याच्या उद्देशाने ज्या कृती केल्या जातात. त्यांना आर्थिक कृती असे म्हणतात. उदाः शेतकरी शेतात तयार झालेले धान्य विकतो कारखान्यातील कामगार मजूरी घेतात तर कार्यालयातील कर्मचाऱ्यांना पगार दिला जातो. मालाची खरेदी विक्री करून व्यावसायिक नफा मिळवतात. ही सर्व उदाहरणे आर्थिक कृतीची आहेत.



२. **बिन आर्थिक कृती** : ज्या कृती पैसे मिळविण्याच्या हेतूने केल्या जात नाहीत परंतु समाधान मिळविण्यासाठी केल्या जातात. त्या कृतींना बिन आर्थिक कृती असे म्हणतात. समाजकार्य करणे शारीरिक तंदुरुस्तीसाठी कृती व सांस्कृतिक कृती इत्यादी कृती बिन आर्थिक कृती आहेत. भक्त लोक देव दर्शनाला जातात. पूरग्रस्त व भूकंपग्रस्त लोकांना मदत. खेळामध्ये सहभाग. वागकाम करणे रेडिओ ऐकणे दूरदर्शन पाहणे इ. कृती बिन आर्थिक कृतीची उदाहरणे आहेत.

मानवी कृती

आर्थिक कृती आणि बिन आर्थिक कृती फरक स्पष्ट करा.

मुद्दे	आर्थिक कृती	बिन आर्थिक कृती
१. हेतू	पैसा कमविणे हे उद्दिष्ट	सामाजिक व मानसिक समाधान हे उद्दिष्ट
२. निष्पत्ती	मालमत्ता व संपत्ती यामध्ये वाढ करणे	आनंद आणि समाधान प्राप्त करणे.
३. अपेक्षा	आर्थिक उत्पन्न व नफा मिळविणे ही लोकांची अपेक्षा असते.	आर्थिक उत्पन्न व नफा मिळविणे ही लोकांची अपेक्षा नसते.
४. महत्त्व	जागा मजूर भांडवल इत्यादीचा योग्य प्रकारे वापर कसा करावा याबाबत योग्य मार्गदर्शन करणे.	आर्थिक मोबदल्याचा समावेश नसतो तर भावनीकतेला प्रोत्साहन दिले जाते.



१.१ पाठ्य पुस्तकावर आधारीत प्रश्न

अ . खालील विधाने चूक कि बरोबर ते लिहा .

१. वैद्य (डॉक्टर) रुग्णांना दवाखान्यात तपासतात किंवा रुग्णांकडे लक्ष देतात ही आर्थिक कृती होय .
२. आई आपल्या बाळासाठी कपडे शिवते ही आर्थिक कृती होय .
३. शिंपी गिऱ्हाईकासाठी कपडे शिवतो ही आर्थिक कृती होय .
४. देवालयच्या बाहेर भिकाऱ्यांना फळांचे वाटप करणे हि विन आर्थिक कृती होय .
५. देशासाठी सचिन क्रिकेट खेळतो ही विन आर्थिक कृती होय .

ब . खालील कृतीपैकी कोणत्या कृती आर्थिक कृती व विन आर्थिक कृती आहेत ते लिहा .

१. मित्राबरोबर फुटबॉल खेळणे .
२. शाळेमध्ये शिकवणे .इ
३. आजारी नातेवाईकाला भेटणे .
४. रेडिओ ऐकणे .
५. बाजारात फळे व भाजीपाला विकणे .
६. घरातील लोकाकरिता स्वयंपाक करणे .
७. कार्यालयात काम करणे .

१.२ आर्थिक कृतीचे प्रकार

आपणास हे समजले आहे की आर्थिक कृती पैसे मिळविण्यासाठी केली जाते . साधारणपणे व्यक्ती आपल्या नेहमीच्या कामात व्यस्त असतात . व्यवसायाची प्रामुख्याने तीन विभागात विभागणी होते .

१ . **व्यवसाय** : व्यवसायाची कृती माल व सेवा यांची निर्मिती व विक्री करून पैसे मिळविणे वावत असते . मुख्य हेतू नफा मिळविण्यासाठी नियमितपणे व्यवसाय कृती केली जाते . खाण उद्योग उत्पादन व्यापार , वाहतूक , मालाची साठवण , बँक व विमा ही व्यवसाय कृतीची उदाहरणे आहेत .



व्यवसाय

२ . **पेशा** : प्रत्येक क्षेत्रात व्यक्ती ह्या तज्ञ नसतात त्यामूळे ज्या व्यक्ती एखाद्या क्षेत्रात किंवा वेगवेगळ्या क्षेत्रात तज्ञ असतात त्यांच्या सेवेची आपणास गरज असते . उदाः डॉक्टरांकडून



विभाग १

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती



टिपा

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती

उपचार, कायदेतज्ञाकडून कायदेविषयक मदत इत्यादी. हे सर्वजण आपल्या पेशामधे व्यस्त असतात. अशाप्रकारे पेशा म्हणजे असा व्यवसाय की ज्याला विशेष ज्ञान व प्रशिक्षणाची आवश्यकता असते.



धंदा

पेशाचा मुख्य हेतू सेवा देणे हा असतो. प्रत्येक पेशाकरिता एक आचारसंहिता असते. त्याप्रमाणेच व्यावसायिक तत्त्वांचा अवलंब करावा लागतो.

३. **नोकरी :** जी व्यक्ती इतरासाठी नियमितपणे काम करते व त्याचा मोबदला म्हणून मजूरी किंवा पगार स्विकारते त्या कृतीस नोकरी असे म्हणतात. सरकारी नोकर, कंपनीमधील पदाधिकारी, वॅकेतील अधिकारी, कारखान्यातील कामगार इ. नोकरीची उदाहरणे आहेत. नोकरीमध्ये कामाबाबत काही अटी, कामाचे तास, कामाची मजूरी किंवा पगार व इतर सुविधा इ. गोष्टींचा समावेश असतो. मालक कामाबाबतच्या अटी, नियम ठरवित असतो. ज्या व्यक्ती कामाच्या शोधात असतात त्या व्यक्ती अटी व नियम मान्य करून नोकरी स्विकारतात. कर्मचाऱ्यांना दिला जाणारा मोबदला ठराविकच असतो आणि तो मजूरी किंवा पगार या स्वरूपात दिला जातो.



रोजगार

व्यवसाय, पेशा आणि नोकरी यामधील फरक

अ.नं.मुद्दे	व्यवसाय	पेशा	नोकरी
१. कामाचे स्वरूप	पैसा मिळविण्यासाठी ग्राहकांना माल व सेवांचा पुरवठा करणे.	विशेष कौशल्य व ज्ञान वापरून इतरांना आर्थिक सेवा पुरविणाऱ्या कार्याला पेशा म्हणतात.	दुसऱ्याने नेमून दिलेले काम त्याच्या सूचनेनुसार करणे.
२. शैक्षणिक पात्रता	ठराविक शैक्षणिक पात्रतेची आवश्यकता नसते.	विशेष क्षेत्रातील शिक्षण व प्रशिक्षणाची आवश्यकता असते.	सर्व प्रकारच्या नोकरीकरिता विशेष ज्ञानाची गरज नसते.
३. भांडवल	व्यवसायाचे स्वरूप व आकारानुसार भांडवल गुंतवणूकीची असते.	पेशाकरिता मर्यादीत भांडवलाची आवश्यकता असते.	भांडवल गुंतवणूक करण्याची आवश्यकता नसते.

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती

४. प्रेरणा	ग्राहकांना माल व सेवांचा पुरवठा करून नफा मिळविणे ही प्रेरणा असते .	पेशामधून मिळणारे उत्पन्न शुल्क किंवा फी निश्चित स्वरूपाची असते .	पगार किंवा मजूरी नोकरांना ठराविक स्वरूपात असते .
५. धोका	व्यवसायात तोटा होण्याचा धोका तसेच अनिश्चित नफा हे धोके असतात .	मिळणारे उत्पन्न स्थिर व कामात दुर्लक्ष कुचराई हे धोके .	पगार व मजूरी नियमितपणे मिळते नोकरीमध्ये कोणताही धोका नसतो .
६.	व्यवसायाकरिता ठराविक आचारसंहिता नसते .	पेशाची गुणवत्ता टिकविण्यासाठी विशिष्ट आचारसंहिता असते .	नोकरीसंबंधी करार करताना कामासंबंधी नियम व अटीचे पालन करावे लागते .

विभाग १

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती



टिपा



१.२ पाठ्य पुस्तकावर आधारित प्रश्न

अ. रिकाम्या जागी योग्य शब्द लिहा .

१. जी व्यक्ती आर्थिक कृती मध्ये नियमित पणे व्यस्त असते त्याला असे म्हणतात .
२. ठराविक क्षेत्रातील पेशाकरिता व प्रशिक्षणाची आवश्यकता असते .
३. इतराकरिता काम करून निश्चित उत्पन्न मिळवणाऱ्या कृतीसअसे म्हणतात .
४. प्रत्येक पेशाकरिता व्यावसायिक संघटना जी विशिष्ट बंधने घालते त्यास म्हणतात .
५. नोकरीबाबत कामाच्या अटी व नियम मार्फत ठरविलेले जातात .

ब. दोन गटातील योग्य जोड्या जुळवा .

'अ' गट

- अ. व्यवसायाची प्राथमिक उद्दीष्ट्ये
- ब. पेशाची प्राथमिक उद्दीष्ट्ये
- क. पेशाकरिता आवश्यक शैक्षणिक पात्रता
- ड. सनदी अधिकारीचा पेशा

'ब' गट

१. विशेष कौशल्य
२. नफा मिळविणे
३. पेशा
४. सेवा पुरविणे

१.३ व्यवसायाचा अर्थ

आपणास बाजारपेठेत अनेक प्रकारचा माल दिसून येतो . आपण त्यामालाची गरजेनुसार खरेदी करतो . आपणास हे माहीत आहे का ? की हा माल बाजारपेठेत कोठून येतो . या मालाचे उत्पादन कोण करतात तो माल बाजारपेठेत कोण आणतात ? प्रत्यक्षात हा माल विशिष्ट ठिकाणी

विभाग १

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती



टिपा

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती

उत्पादन होत असते. असा उत्पादीत झालेला माल बजारपेठेत वितरणासाठी आणला जातो. त्यामुळेच आपण त्यामालाचे आपल्या गरजेप्रमाणे वापर करू शकतो.

व्यावसायिक कृती मध्ये अनेक व्यक्तीचा समावेश असतो. ज्याप्रमाणे माल व प्रवाशाची वाहतूक, बँकींग सेवा विमा जाहीरात विद्युत पुरवठा टेलिफोन इत्यादी. वरील सर्व सेवा व कृती आपल्या जीवनाच्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी लोकांच्या कडून केल्या जातात. उत्पादन वितरण, मालाची खरेदी विक्री या सर्व कृती मध्ये पैसे मिळविणे ही अपेक्षा असते.



व्यवसाय धंदा

या कृती सतत पार पाडल्या जातात. अशाप्रकारे व्यवसाय म्हणजे उत्पादन, वितरण, मालाची खरेदी विक्री व सेवा इत्यादी मधून नफा मिळविणे होय.

व्यवसायाची व्याख्या नफा मिळविण्याच्या हेतूने केलेली व्यावसायिक कृती की ज्यामध्ये उत्पादन मालाची खरेदी विक्री, सेवा प्रदान करणे, मालाचे हस्तांतर व देवाण घेवाण यांचा समावेश होतो.

१.४ व्यवसायाची वैशिष्ट्ये

- १. माल आणि सेवांचा समावेश :** व्यवसायामध्ये उत्पादन, मालाचे वितरण, सेवा देणे या कृतीचा समावेश असतो. माल म्हणजे ग्राहक उपयोगी उत्पादन की ज्या प्रमाणे पाव, लोणी दूध, चहा इत्यादी. किंवा भांडवली वस्तू उदा. यंत्रे, मशिनरी, अवजारे इत्यादी. तसेच वस्तूबरोबर सेवांच्या निर्मितीचा समावेश होतो. उदाः वाहतूक, बँक, विमा, संग्रहण, जाहीरात इत्यादी.
- २. माल आणि सेवांची विक्री :** जर स्वतःसाठी उत्पादन केले किंवा दुसऱ्या व्यक्तीला दान (देणगी) करण्यासाठी केले तर या कृतीस व्यवसाय म्हणता येणार नाही. जर विक्री करण्यासाठी उत्पादन किंवा मालाची खरेदी केली तर त्यास व्यावसायिक कृती म्हणता येईल. अशाप्रकारे व्यवसायामध्ये माल व सेवांची निर्मिती ही विक्रेता व ग्राहक यांच्यामध्ये पैशाच्या मोबदल्यात केली जाते. मालाची विक्री वस्तूच्या मोबदल्यात केली जाते. मालाची विक्री किंवा देवाण घेवाण केली जात नाही त्याला व्यवसाय म्हणता येत नाही.
- ३. माल आणि सेवांचा नियमित पुरवठा :** उत्पादन, खरेदी विक्री ह्या कृती सतत घडत असल्या पाहिजेत. साधारणपणे एकदाच केलेल्या व्यवहाराला व्यवसाय म्हणता येत नाही. उदाः राजूने आपली स्वतःची जुनी कार हरीला विकली तर या व्यवहारास व्यवसाय म्हणता येत नाही. जर तो नियमितपणे सतत कारची खरेदी विक्री करित असेल तर त्यास व्यवसाय म्हणता येईल.

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती

- ४ . **गुंतवणूकीची आवश्यकता :** प्रत्येक व्यवसाय कृती मध्ये विशिष्ट रकमेची गुंतवणूक आवश्यक असते . जागा , मजुरी किंवा भांडवलाच्या स्वपात गुंतवणूक केली जाते . गुंतवणूकीचा वापर वेगवेगळ्या प्रकारच्या मालाचे उत्पादन , वितरण व सेवा देण्याकरिता केला जातो .
- ५ . **नफा मिळविणे हेतू :** व्यवसायाचा प्राथमिक हेतू उत्पन्न किंवा नफा मिळविणे हा असतो . नफ्याशिवाय जास्त काळ व्यवसाय करता येत नाही . व्यवसायाच्या विकासासाठी किंवा विस्तार करण्यासाठी नफा आवश्यक असतो .
- ६ . **धोका :** व्यवसायाचा हेतू नफा मिळविणे असतो . व्यावसायिकाने गुंतवणूक केलेल्या भांडवलातून ठराविक उत्पन्न मिळाले पाहिजे ही अपेक्षा करतो . व्यावसायिकाची अकार्यक्षमता किंवा चिकाटी यांचा परिणाम म्हणजे अनिश्चित उत्पन्न . व्यवसायात काही वळेस नफा मिळतो तर काही वळेस नुकसान सहन करावे लागते . व्यवसायामधे काही घटना अनपेक्षित होतात त्यावर नियंत्रण ठेवता येत नाही त्याचा परिणाम नफ्यावर होतो .

१.५ व्यवसायाचा विकास / उक्तांती

भारताला मोठा सांस्कृतिक वारसा आहे . आर्थिक व व्यावसायिकदृष्ट्या भारत विकसीत देश आहे यांची कल्पना बऱ्याच जणाना नाही . उतखनन लिखित पुरावे आणि वाङ्मयातून भारतातील संपत्तीची माहिती मिळते . या संपत्तीसाठीच भारतावर परकीयांनी सतत आक्रमणे केली . भारत फक्त शेती प्रधान देश नसून भारतात व भारताबाहेर व्यापार आणि वाणिज्यची भरभराट होत आहे . जागतिक बाजारपेठेत वेगवेगळ्या क्षेत्रात मोठ्या प्रमाणावर भारताचा सहभाग आहे . भारतीय व्यवसाय एकेकाळी , नविनता , शक्तीशाली आणि दर्जात्मक असून इतर देशापेक्षा सरस होता . अलीकडच्या काळात भारतीय अर्थव्यवस्था पूर्णपणे शेतीवर आधारीत होती . स्वतःच्या वापराकरिता लागणाऱ्या वस्तूचे उत्पादन घेतले जात होते . विक्रीकरिता , वस्तू विनिमयाकरिता उत्पादन घेण्याची गरज नव्हती .

परंतु नंतरच्या काळात लोकांच्या गरजा वाढल्या . त्यामूळेच विक्रीसाठी उत्पादन केले गेले . लोकांनी चैनीच्या तसेच दैनंदिन गरजेच्या वस्तूंचे उत्पादन करण्यास सुरवात केली . स्वतःकरिता आवश्यक असणारी वेळखाऊ व कौशल्याची उत्पादने घेतली नाहीत . त्यामूळेच कार्यक्षमता वाढवून जास्तीचे उत्पादन घेता येऊ लागले . अशाप्रकारे गरज असणाऱ्या लोकांना जास्तीचे उत्पादन देता येऊ लागले इथेच खऱ्या अर्थाने व्यापारास सुरवात झाली .

आपणास माहित आहे की सध्या भारत देश व्यवसायाच्या प्रगतीकडे आहे . विशेषतः स्वातंत्र्यानंतर व्यापार आणि व्यवसाय क्षेत्रात प्रगती करित आहे . औद्योगिक प्रगती करून भारत एक शक्तीशाली देश झाला असून स्वदेशी उत्पादने निर्माण करित आहे . याचा अर्थ असा नव्हे की पूर्वी भारत व्यापार व्यवसाय आणि औद्योगिक क्षेत्रात प्रगत नव्हता .

भारताला व्यापार आणि वाणिज्य याचा मोठा वारसा असून त्याचा भारतीय लोकांना अभिमान आहे . लोकांना आश्चर्य वाटेल की व्यापार आणि वाणिज्यचा प्रवास हा इ.स . ५००० पूर्वीचा

विभाग १

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती



टिपा

विभाग १

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती



टिपा

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती

आहे. ऐतिहासिक पुराव्यानुसार भारतात पूर्वी मुनियोजित शहराची वसाहत होती. जगातील लोक भारतामध्ये असणारे वत्रोद्योग, ज्वेलरी व सुगंधी द्रव्ये यांचे कौतुक करित होते. फारपूर्वीपासून भारतीय व्यापारी व्यवसायाकरिता चलनाचा वापर करित होते.

व्यापारी संघ व्यापाऱ्यांना, कारागिरांना व उत्पादकांना संरक्षण देत असत. भारताने आंतरराष्ट्रीय व्यापाराशिवाय अरबदेश, दक्षिण पूर्व आशिया यांच्या व्यापारी संबंध प्रस्थापित केले होते. भारतीय व्यवसाय धातूकाम, तांबे, पितळ, दागिने, भांडी, सजावट साहित्य इत्यादीची निर्मिती करित होता.

भारतामधून जगातल्या वेगवेगळ्या देशात मालाची आयात व निर्यात केली जात होती.

आपणास माहित आहे की भारतात ब्रिटीश व्यापारी म्हणून आले आणि राज्यकर्ते झाले.

संपूर्ण जगात भारताचा व्यापार आणि वाणिज्य क्षेत्रात अनेक प्रकारे सहभाग दिसून येतो. सद्याच्या युगात वापरली जाणारी सांख्यिकी गणिताची पद्धत भारतातच विकसित झालेली आहे. भारतात आजही व्यवसायात संयुक्त कुटूंब व्यवसाय व श्रमविभागणी तत्वाचा वापर चालू आहे.

भारतात पूर्वीपासूनच व्यवसायाचा केंद्र बिंदू ग्राहकाकडे आहे. अशा प्रकारे आपणास असे म्हणता येईल की भारताच्या विकासात व्यापार आणि वाणिज्याचा सहभाग आहे.



१.३ पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न

प्रश्न : राहूल दुकानदार असून त्याचा अनेक कृती मध्ये सहभाग आहे तो व्यावसायिक आहे असे मानू. त्याच्या कृती तपासून तो व्यावसायिक आहे किंवा नाही ते ठरवा.

अ . पुढील विधानांशी सहमत किंवा असहमत आहात ते लिहा .

१. राहूल त्याच्या दुकानामध्ये पावांची विक्री करतो .
२. राहूलने त्याच्या छोट्या बहिणीकरिता पेनची खरेदी केली .
३. राहूलने त्याच्या शेजाऱ्यास जुना टि.व्ही संच रुपये ३०००/- किंमतीस विकला .
४. राहूलने गिन्हाईकाकरिता अंड्याची खरेदी पोल्ट्री फार्म मधून केली .
५. राहूलने १०/- रुपये किंमतीची दूधाची पिशवी गिन्हाईकास १२/-रुपये किंमतीस विकली .
६. राहूलने स्वतःच्या कुटुंबाकरिता ३० /- रुपये किंमतीच्या भाज्या खरेदी केल्या .
७. राहूलने स्वतःच्या दुकानातील विस्कटे गरीब मुलांना मोफत वाटली .

ब. खालील विधाने व्यवसायाबाबत असून ती चूक की बरोबर ते लिहा .

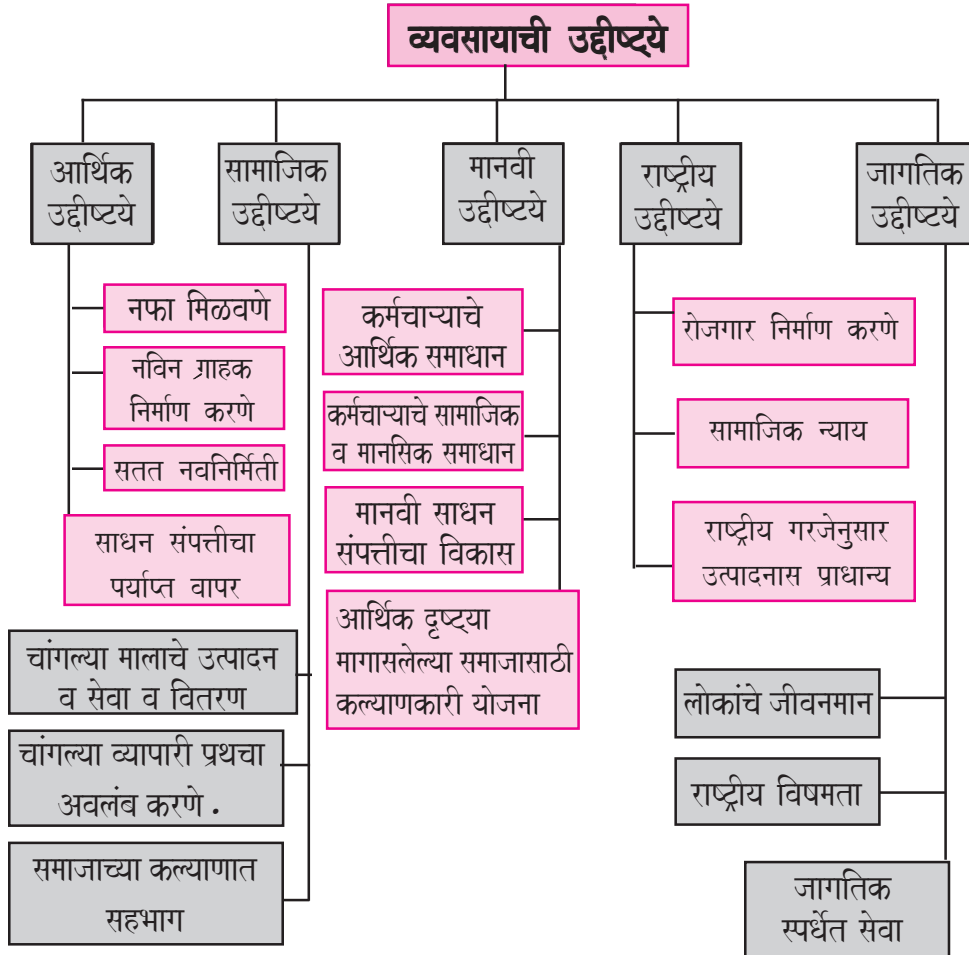
१. मालाची खरेदी विक्री सेवा व्यतिरिक्त व्यवसायाची राष्ट्रीय एकात्मेबाबत भूमिका नसते .
२. लोकांचे जीवनमान सुधारण्यामध्ये व्यवसायाचा सहभाग नसतो .
३. औद्योगिक संशोधनामुळे नवीन पद्धतीची उत्पादने घेता येतात .
४. परदेशातून मालाची आयात करण्याच्या व्यवसायास परवानगी नसते .
५. व्यवसायात रोजगाराच्या संधी निर्माण केल्याने दारद्रिय कमी होण्यास मदत होते .
६. परदेशामधे मालाची विक्री करून प्रदर्शन दाखवून व्यवसाय आपल्या देशाची प्रतिमा सकारत्मक आहे असे दर्शविते .

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती



टिपा

१.६ व्यवसाय उद्दीष्ट्याचे वर्गीकरण



आर्थिक उद्दीष्ट्ये

व्यवसायाचे उद्दीष्ट्ये नफा मिळविणे असून त्याबरोबरच नविन ग्राहक निर्माण करणे, नवनिर्मिती सतत सुधारणा व साधन संपत्तीचा वापर करणे हे देखील आहे .



नफा मिळवणे

स्पर्धात्मक बाजारपेठेत कोणताही व्यवसाय नफ्याशिवाय टिकू शकत नाही. नफा व्यवसायात अत्यंत आवश्यक आहे. व्यवसायाचे नफा मिळविणे हे प्राथमिक उद्दीष्ट आहे. नफ्यांमुळेच व्यवसायाचे आस्तित्व टिकून राहते. व्यावसायिक फक्त स्वतःच्या उदरनिर्वाहासाठी नफा मिळवित नसतात तर नफ्यातील काही हिस्सा व्यवसायात पुन्हा गुंतवितात व व्यवसायाचा विस्तार करतात.

अशाप्रकारे आर्थिक उद्दीष्ट गाठण्यासाठी इतर उद्दीष्टे सुद्धा व्यावसायिकांना पार पाडावी लागतात ती पुढीलप्रमाणे

अ . नवीन ग्राहक जोडणे : ग्राहकांनी माल खरेदी केल्याशिवाय कोणताही व्यवसाय जिवंत राहू शकत नाही. व्यावसायिकांनी ग्राहकांना उत्तम दर्जाचा माल व चांगल्या सेवा रास्त किंमती मध्ये दिल्या पाहिजेत. सध्याचे उत्पादन व नविन उत्पादन खरेदी करण्यासाठी जास्तीत जास्त ग्राहकांना आकर्षित केले पाहिजे हे उद्दीष्टे गाठण्यासाठी बाजारपेठेत नविन योजना व प्रयोग केले पाहिजेत.

ब . सतत नविन संशोधन : व्यावसायिक गुण संपन्न केव्हा होईल की ज्यावेळी तो व्यवसायात सतत नविन बदल करत राहील. संशोधन म्हणजे बदल. नाविन्य की ज्यामुळे उत्पादनात सुधारणा करणे होय. उत्पादन प्रक्रिया, मालाचे वितरण यामध्ये सुधारणा करणे, मालाची किंमत कमी, विक्री जास्त यामुळे नफ्यात वाढ करणे हे व्यावसायिकाचे उद्दीष्ट असले पाहिजे. हातमागाऐवजी पॉवरलूमचा वापर, शेती मध्ये इतर अवजारा ऐवजी ट्रॅक्टरचा वापर इ. नविन संशोधनाची उदाहरणे आहेत.

क . भांडवलाचा पर्याप्त वापर : आपणास हे माहित आहे की व्यवसायासाठी पुरेसे भांडवल किंवा पैसा आवश्यक आहे. भांडवलाचा योग्य वापर करून मशीनरी खरेदी, कच्च्या मालाची खरेदी, कर्मचाऱ्यांना द्यावे लागणारे पैसे व दैनंदिन खर्च भागवावा लागतो. अशा प्रकारे व्यावसायिक कृती मध्ये मनुष्यबळ साहित्य, पैसा, मशीनरी यांचा पर्याप्त वापर केला जातो. अशा प्रकारे मनुष्यबळाची कार्यक्षमता, मशीनरीचा पर्याप्त वापर, कच्चा मालाचे कमी कमी नुकसान याद्वारे उद्दीष्ट गाठता येते.



१.४ पाठ्य पुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

खालील दिलेली उदाहरणे आर्थिक उद्दीष्टाबाबत आहे. काही उदाहरणे बरोबर काही चूक आहेत त्यातील बरोबर विधाने ओळखा.

१. मालाला मागणी निर्माण करणे हे व्यवसायाचे प्राथमिक उद्दीष्ट आहे.
२. व्यावसायिक व्यवसायात गुंतवलेल्या भांडवलाच्या प्रमाणात नफा मिळवतात.
३. व्यावसायिकाने साहित्याचा पर्याप्त वापर करणे आवश्यक नसते.
४. व्यावसायिकाने नफ्याचा वापर स्वतःच्या उदर निर्वाहासाठी केला पाहिजे.
५. रोजगार निर्मिती करणे हे व्यवसायाचे प्राथमिक उद्दीष्ट असते.

१.६.२ सामाजिक उद्दीष्टे

व्यवसायाची सामाजिक उद्दीष्टे म्हणजे समाजासाठी कल्याणकारी कार्ये करणे. व्यावसायिकाने समाज विघातक, समाजाला त्रास होईल अशी कृती करू नये. चांगला माल व चांगल्या सेवा यांचा पुरवठा करणे, योग्य व्यावसायिक कृती करणे, समाज कल्याणात सहभाग समाजाला कल्याणासाठी सुविधांची तरतूद करणे ही व्यावसायिक सामाजिक उद्दीष्टे आहेत.

अ. उत्तम दर्जा व चांगल्या सेवांचा पुरवठा :

व्यावसायिक समाजातील अनेक साधनांचा वापर करतात. चांगल्या दर्जाचा माल व चांगल्या सेवा व्यावसायिकाने दिल्या पाहिजेत ही समाजाची अपेक्षा असते. योग्य वेळेत रास्त किंमतीत चांगल्या दर्जाचा माल व सेवा पुरवल्या पाहिजेत हे व्यवसायाचे उद्दीष्ट आहे. समाजाकरिता व्यावसायिकाने चांगल्या मालाकरिता व सेवेकरिता रास्त किंमती आकारल्या पाहिजेत.

ब. चांगल्या व्यापारी प्रथांचा वापर :

काळाबाजार करणे, मालाची टंचाई, जास्त किंमत आकारणे या कृती समाजात अनुचित समजल्या जातात. त्याशिवाय जाहीरातीमध्ये चुकीची माहिती दिल्यामुळे मालाच्या दर्जा विषयी गैरसमज पसरतात. व्यावसायिकांनी जीवनावश्यक मालाची कृत्रीम टंचाई करणे किंवा जास्त नफा मिळविण्यासाठी मालाच्या किंमती वाढविणे असे कृत्य करू नये. अनुचित व्यापारी प्रथामुळे व्यापाऱ्याचे नाव बदनाम होते, व्यापाऱ्यांना आर्थिक दंड होऊ शकतो. तसेच कायद्याप्रमाणे तुरुंगवास होऊ शकतो. म्हणून व्यावसायिकांनी चांगल्या व्यापारी प्रथांचा वापर करून ग्राहकांचे हित साधले पाहिजे.

क. सामाजिक हितामध्ये सहभाग :

व्यावसायिकांनी समाजहितासाठी व समाजाचे जीवनमान उंचावण्यासाठी काम केले पाहिजे. सदरचे कार्य शाळा व महाविद्यालयामार्फत चांगल्या प्रकारे करता येईल. प्रत्येकाला चांगले शिक्षण, व्यवसाय अभ्यासक्रमाचे प्रशिक्षण देऊन त्याचे जीवनमान सुधारता येते. हॉस्पिटल बांधणे, वैद्यकीय सेवा पुरविणे, सांस्कृतिक सुविधा देणे, खेळाची मैदाने, वाहनतळ या सारख्या कृती करणे.



१.५ पाठ्य पुस्तकावर आधारित प्रश्न :

खालील विधाने सामाजिक उद्दीष्टाबाबत असून ती चूक की बरोबर ते ओळखा.

१. व्यावसायिकाने आपला व्यवसाय समाजासाठी काही चांगले करता येईल या गृहीतावर आधारित असला पाहिजे.
२. चांगल्या दर्जाच्या मालाची निर्मिती करणे व त्याचा ग्राहकांना पुरवठा करणे हे व्यवसायाचे सामाजिक उद्दीष्ट आहे.



विभाग १

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती



टिपा

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती

३. वस्तू किंवा मालाला मागणी निर्माण करणे हे व्यावसायिकाचे सामाजिक उद्दीष्ट आहे.
४. समाजासाठी खेळाची मैदाने तयार करणे हे व्यावसायिकाचे आर्थिक उद्दीष्ट आहे.
५. मालाचा साठा करणे, मालाचा काळाबाजार करणे हा व्यवसायाचा एक भाग आहे.

१.६.३ मानवी उद्दीष्टे

मानवी उद्दीष्टाचा मुख्य हेतू म्हणजे कामगारांचे आर्थिक हित जपणे त्याच बरोबर समाजातील आर्थिक दुर्बल घटक, अपंग व्यक्ती व ज्यांना योग्य शिक्षण व प्रशिक्षण मिळालेले नाही त्यांचे जीवन मान उंचावणे, कामगारांचे सामाजिक व मानसिक समाधान व मानवी संसाधनाचा विकास करणे याचा समावेश होतो.

अ. कामगारांचा आर्थिक जीवनस्तर उंचावणे :

व्यावसायिकांनी कर्मचाऱ्यांना चांगले वेतन, कामाची वक्षिणी, भविष्य निर्वाह निधी व इतर सोई ज्याप्रमाणे वैद्यकीय सोई, घरासारख्या सुविधा इ. दिल्या पाहिजेत. अशा सुविधांमुळे कर्मचारी काम करताना समाधानी राहतील व व्यवसायामध्ये सक्रीय सहभाग घेतील.

ब. कामगारांचे सामाजिक व मानसिक समाधान :

कामगारांना सामाजिक व मानसिक समाधान देणे हे व्यावसायिकांचे कर्तव्य आहे.

कामगारांना कामात स्वारस्य निर्माण करणे, योग्य कामासाठी योग्य कामगारांची नेमणूक करणे व कामांतील कंटाळपणा किंवा रूक्षपणा कमी करणे. कामगारांच्या अडी अडचणी वेळीच लक्ष देणे. निर्णय घेताना कामगारांनी सुचवलेल्या सूचनांकडे लक्ष दिले पाहिजे जर कर्मचारी आनंदी व समाधानी असेल तरच तो चांगल्या प्रकारे काम करू शकेल.

क. मानवी संसाधनाचा विकास :

कामगार हा माणूसच आहे त्यामुळे त्यांच्याकडे व्यावसायिकता ही असतेच. व्यावसायिकतेत वाढ करण्यासाठी कामगारांना चांगल्या प्रशिक्षणाची गरज असते. कामगारांची कौशल्ये वाढविणे, कार्यक्षमता वाढविणे इ. मुळे व्यवसायाचा विकास होतो अशाप्रकारे कामगारांना प्रशिक्षित करून त्यांची कार्यक्षमता विकसीत करणे महत्त्वाचे आहे.

ड. आर्थिकदृष्ट्या मागास समाजाचा आर्थिक स्तर उंचावणे :

व्यवसाय हा समाजाचा अविभाज्य घटक आहे. व्यावसायिकांनी आर्थिक दृष्ट्या मागास समाजाला मदत केली पाहिजे की ज्यामुळे त्यांचे शारीरिक व मानसिक समाधानात वाढ होईल. समाजातील मागास व्यक्तींना व्यावसायिक प्रशिक्षण देऊन त्यांची आर्थिक उन्नती होईल. व्यावसायिकांनी हुशार विद्यार्थ्यांना शिष्यवृत्ती देऊन उच्च शिक्षणासाठी प्रोत्साहन दिले पाहिजे.



१.६ पाठ्य पुस्तकावर आधारीत प्रश्न

खालील विधाने मानवी उद्दीष्टाबाबत असून ती चूक की बरोबर ते सांगा .

१. व्यावसायिकांनी कामगारांना योग्य वेतन दिल्यामुळे काम करण्याची प्रेरणा मिळते .
२. व्यावसायिकांनी कामगारांना सामाजिक व मानसिक समाधान यासाठी सुविधा दिल्या पाहिजेत .
३. व्यावसायिकांनी अपंग व्यक्तींना ते कामावर असतील तरच फक्त मदत करावी .
४. व्यावसायिकांनी महत्वाचे निर्णय घेतांना कामगारांनी सुचवलेल्या सूचनांकडे दुर्लक्ष केले पाहिजे .
५. समाजातील अपंग व्यक्तींना मदत करणे हे व्यवसायाचे आर्थिक उद्दीष्ट आहे .

१.६.४ राष्ट्रीय उद्दीष्टे :

राष्ट्रीय अर्थव्यवस्थेचा भाग म्हणून प्रत्येक व्यावसायिकाने राष्ट्रीय उद्दीष्टे व ध्येयपूर्तीसाठी सहभाग घेतला पाहिजे . व्यवसायाची राष्ट्रीय उद्दीष्टे पुढीलप्रमाणे

१. रोजगार निर्मिती :

व्यावसायिकांचे महत्वाचे राष्ट्रीय उद्दीष्टे म्हणजे समाजातील लोकांना रोजगाराची संधी निर्माण करणे होय . नविन व्यवसाय , बाजारपेठांचा विस्तार , वितरणाचे जाळे इ . मुळे रोजगार निर्मिती हे उद्दीष्ट साध्य करता येईल .

२. सामाजिक न्याय सुधारणा :

एक जबाबदार नागरिक म्हणून व्यावसायिकांनी समाजातील स्त्री व पुरुषांना समान संधी दिल्या पाहिजेत . त्याचप्रमाणे स्त्री व पुरुष कामगारांना त्यांच्या कामामधे व प्रगती करण्याबाबत समान संधी दिल्या पाहिजेत . समाजातील आर्थिकदृष्ट्या गरीब व मागास घटकांकडे लक्ष देणे हे राष्ट्रीय उद्दीष्ट आहे .

३. राष्ट्रीय प्राधान्यक्रमानुसार उत्पादन :

सरकारने योजलेल्या योजना , धोरणे यानुसार व्यावसायिकांनी उत्पादन व वितरण यास प्राधान्य दिले पाहिजे . व्यावसायिकांनी उत्पादनात वाढ करून योग्य किंमतीला मालाचा पुरवठा करणे हे आपल्या देशाचे एक उद्दिष्ट आहे .

४. राष्ट्रीय उत्पादनात सहभाग :

व्यावसायिकांनी कर व सरकारी देणी वेळेवर प्रामाणिक भरणे कि ज्यामुळे सरकारच्या उत्पन्नात वाढ होईल . हे उत्पन्न सरकार राष्ट्राच्या विकास कार्यासाठी वापरते .



विभाग १

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती



टिपा

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती

५ . निर्यातीत वाढ करणे :

देश स्वावलंबी बनण्यास मदत करण्यासाठी व्यावसायिकांनी उत्पादनांच्या निर्यातीवर काही निर्बंध घातले आहेत . याशिवाय प्रत्येक व्यावसायिकांनी निर्यात वृद्धीचे ध्येय ठेवून परकीय चलन देशामध्ये आणण्यास मदत केली पाहिजे .



१.७ पाठ्य पुस्तकावर आधारित प्रश्न

कंसात दिलेले योग्य शब्द निवडून विधाने पूर्ण करा .

- १ . दैनंदिन गरजांचे उत्पादन व वितरण रास्त किंमतीस करणे हे व्यावसायिकाचे उद्दीष्ट आहे .
(सामाजिक , राष्ट्रीय , मानवी)
- २ . देश स्वावलंबी बनण्यास मदत करण्यासाठी व्यावसायिकांनी गोष्टीमध्ये वृद्धी करणे अपेक्षित आहे .
(निर्यात , आयात , किंमत)
- ३ . व्यावसायिकांनी सरकारी कर प्रामाणिक आणि पणे भरला पाहिजे .
(केव्हातरी , वारंवार , नियमित)
- ४ . व्यावसायिकांनी त्यांच्याना समान संधी दिली पाहिजे .
(मालक , कामगार , पुरवठादार)

१.६.५ वैश्विक उद्दीष्टे / जागतिक उद्दीष्टे :

अलीकडच्या काळात भारतामधील व्यवसायावर अनेक बंधने घातली गेली आहेत . मालाच्या आयात निर्यात धोरणावर कडक निर्बंध घातले आहेत . परंतु सध्या अर्थव्यवस्थेचे उदारीकरण , आयात निर्यात धोरण परदेशी गुंतवणूकीवरील निर्बंध तसेच सरकारी कर हे हळूहळू कमी केलेले आहेत . या बदलामुळे बाजारपेठेत स्पर्धा वाढू लागली आहे . आज जागतिकीकरणामुळे जग ही एक बाजारपेठ बनू पाहत आहे . एका देशात तयार झालेला माल सहजरित्या दुसऱ्या देशात उपलब्ध होऊ लागला आहे . जागतिक बाजारपेठेत स्पर्धला तोंड देण्यासाठी व्यावसायिकांनी काही उद्दीष्ट्ये आपल्या मनात ठेवली आहेत ती उद्दीष्ट्ये म्हणजेच जागतिक उद्दीष्ट्ये होय . त्याचा अभ्यास आपण करूया .

अ . राहणीमानाचा दर्जा उंचावणे :

व्यवसायाचा विकास देशांच्या सीमा ओलांडून बाहेर गेल्यामुळे जगात कोठेही चांगल्या दर्जाचा माल रास्त किंमतीत मिळण्याची सोय झाली . एका देशातील व्यक्ती दुसऱ्या देशातील व्यक्ती ज्या प्रकारचा माल किंवा वस्तू वापरत आहेत . अशाप्रकारे लोकांचे राहणीमान उंचावण्यास मदत झाली .

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती

ब. देशामधील आर्थिक विषमता कमी करणे :

व्यावसायिकांनी जगातील देशामध्ये असणारी गरीब व श्रीमंत ही दरी कमी करण्यास मदत केली पाहिजे. विकसित व अविकसित राष्ट्रांमध्ये भांडवल गुंतवणूक करून आर्थिक विषमता कमी केली पाहिजे. आर्थिक विकास व औद्योगिकरणासाठी व्यावसायिकांनी प्रोत्साहन दिले पाहिजे.

क. जागतिक स्पर्धात्मक माल व सेवांची उपलब्धता :

व्यावसायिकांनी जगातील स्पर्धात्मक मालांचे व सेवांचे उत्पादन केले पाहिजे की ज्याला परदेशी वाजारपठेत मोठ्या प्रमाणावर मागणी आहे. अशा प्रकारे निर्यातदार देश आपल्या देशाची प्रतिमा उंचावून मोठ्या प्रमाणावर परकीय चलन आपल्या देशासाठी मिळवू शकतात.

व्यवसायाचे स्वरूप आणि व्याप्ती

१.७ व्यवसायाच्या सामाजिक जबाबदाऱ्या :

आपणास माहित आहे कि व्यवसायामधून व्यक्ती नफा मिळवतात. तथापी व्यवसायाचे नफा मिळवणे हे एकमेव कार्य नाही. व्यवसाय हा एक समाजाचा भाग असल्यामुळे व्यावसायिकांनी समाजासाठी काही काम केले पाहिजे.

व्यवसायाने मालक, गुंतवणूकदार, कामगार, ग्राहक व सरकारबाबत त्याचप्रमाणे सर्व समाजासाठी काळजी घेतली पाहिजे. व्यावसायिकांनी सामाजिक कार्यात सहभाग घेऊन त्यांचे हित जोपासले पाहिजे. उदा: व्यावसायिकांनी गुंतवणूकदारांना त्यांच्या गुंतवणूकीवर योग्य परतावा दिला पाहिजे. कामगारांना योग्य वेतन, काम करताना सुसक्षितता, ग्राहकांना रास्त किंमतीत दर्जेदार माल तसेच पर्यावरणाचे रक्षण इ.

समजा व्यवसायिकांनी काळा वाजार करून, ग्राहकांची फसवणूक करून भरपूर पैसे मिळविले व त्या पैशामधून गरीब रूग्णांना कमी किंमतीस रूग्णसेवा दिल्या तर याला सामाजिक न्याय म्हणता येणार नाही. व्यावसायिकांनी अशी कृती केली पाहिजे कि ज्यामुळे समाजातील कोणत्याही घटकाला त्रास होता कामा नये. ही खरी सामाजिक जबाबदारी होय.

अशाप्रकारे सामाजिक जबाबदारी ही संकल्पना म्हणजे व्यावसायिकांनी नफा मिळविण्यासाठी व्यापारी अनुचित प्रथा, काळावाजार, मालाचा साठा, भेसळ, कर चुकवणे, ग्राहकांची फसवणूक करणे अशा कृती अपेक्षित नाहीत.

त्याऐवजी व्यावसायिकांनी नफा मिळविण्यासाठी न्याय व्यवस्थापन करून कामगारांना चांगल्या सुविधा राहणीमान, चांगल्या दर्जाचा माल, विक्रीनंतरच्या सेवा उपलब्ध करून दिल्या पाहिजेत. त्याचबरोबर प्रदूषणावर नियंत्रण ठेवून नैसर्गिक साधन संपत्तीचे जतन केले पाहिजे.

विभाग १

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती



टिपा



१.८ पाठ्य पुस्तकावर आधारीत प्रश्न

रिकाच्या जागी योग्य शब्द लिहा .

- १ . प्रत्येक व्यवसाय हा मधून चालवला जातो .
- २ . व्यावसायिकांनी समाजाच्या कल्याणासाठी कर्तव्ये व पार पाडणे म्हणजेच सामाजिक बांधीलकी होय .
- ३ . गुंतवणूकदारांना चांगला परतावा देऊन ग्राहकांना माल जास्त किंमतीला देणे म्हणजे सामाजिक जबाबदारी नाही .
- ४ . सरकारी नियमांचे उल्लंघन होऊ नये म्हणून व्यावसायिकांनी ने जबाबदाऱ्या पार पाडल्या पाहिजेत .
- ५ . व्यावसायिकांचे उत्पन्न हे समाजाच्या कृतीवर अवलंबून असते .
- ६ कारणामुळे आज जग ही एक बाजारपेठ होत आहे .
- ७ . व्यावसायिकांनी व्यवसाय कृती करताना समाजाला कोणत्याही प्रकारे त्रास होणार नाही म्हणजेच होय .
- ८ . नफा मिळविण्यासाठी व्यावसायिकांनी काळाबाजार, साठेबाजी, भेसळ किंवा ग्राहकांची फसवणूक करणे ही संकल्पना व्यावसायिकांनी सामाजिक जबाबदाऱ्या पार पाडण्यासाठी करते .

१.८ व्यावसायिक संघटनाची विविध घटकाबाबतची सामाजिक जबाबदारी

व्यावसायिकांची सामाजिक जबाबदाऱ्याचे महत्त्व व संकल्पना समजावून घेतल्यानंतर आता त्यांच्या विविध घटकाबाबतच्या सामाजिक जबाबदाऱ्या समजावून घेऊ की त्यांच्या ज्यांच्याशी नेहमी संबंध येतो .

व्यावसायिकांचा संबंध नेहमी पुढील घटकांशी येतो . त्यामध्ये मालक, गुंतवणूकदार, कार्यकारी, पुरवठादार, ग्राहक, सरकार व समाज हे घटक येतात . व्यावसायिकांची कृती वरील घटकांशी वारंवार येते . म्हणून त्यांना हितसंबंधी घटक असे म्हणू या . या हितसंबंधी घटकांशी व्यावसायिकाचा प्रत्यक्ष किंवा अप्रत्यक्ष संबंध येत असतो .

१ . गुंतवणूकदाराबाबतची जबाबदारी :

व्यावसायिकांच्या प्राथमिक जबाबदाऱ्या पुढील प्रमाणे आहेत .

- अ . कार्यक्षमतेने व्यवसाय चालविणे
- ब . भांडवलाचा व साधनसामुग्रीचा योग्य वापर करणे .
- क . भांडवलामध्ये वाढ करणे .

- ड. गुंतवणूकीवर योग्य परतावा देणे .
- इ. गुंतवणूकीची सुरक्षितता देणे .
- ई. नियमितपणे व्याज देणे .
- फ. वेळेवर मुद्दलाचे पैसे परत देणे .

२ . भांडवल पुरवठादाराबाबतच्या जबाबदाऱ्या :

- अ. पुरवठादारांना वेळेवर भांडवलाचे पैसे देणे .
- ब. पुरवठादारांचे पैसे सुरक्षित राखणे .
- क. व्यवसायाची नीति मूल्ये जपणे .

३ . कर्मचारीवर्गाबाबतची जबाबदारी :

- अ. कर्मचाऱ्यांना नियमित वेळेवर पगार, मजुरी देणे .
- ब. कर्मचारी कल्याण योजना व कामाच्या ठिकाणी योग्य त्या सुविधा पुरविणे .
- क. कर्मचाऱ्यांना प्रोत्साहन देणे .
- ड. भविष्य निर्वाह निधी, सामूहिक विमा, निवृत्ती वेतन व कामाची सुरक्षितता या सुविधा देणे .
- इ. कर्मचाऱ्यांचे राहणीमान उंचावण्यासाठी घरे बांधणे, वाहतूक सेवा, कॅटीन इ. सुविधा पुरविणे .
- ई. कर्मचाऱ्यांना योग्य प्रशिक्षण देऊन कार्यक्षमता वाढविणे .

४ . पुरवठादाराबाबतच्या जबाबदाऱ्या :

- अ. माल खरेदीची मागणी नियमितपणे व वेळेवर देणे .
- ब. व्यवहारामधे चांगल्या अटी व नियमांचे पालन करणे .
- क. दिलेल्या मुदतीत मालाचे पैसे देणे .
- ड. वेळेवर देणी चुकती करणे .

५ . ग्राहकाबाबतच्या जबाबदाऱ्या :

- अ. ग्राहकांच्या गरजा ओळखून माल व सेवा पुरविणे .
- ब. उत्पादन व सेवांचा दर्जा चांगला ठेवणे .
- क. ग्राहकांना नियमितपणे मालाचा व सेवांचा पुरवठा करणे .
- ड. ग्राहकांना माल व सेवा रास्त किंमतीत पुरविणे .
- इ. ग्राहकांना उत्पादनाबाबत माहिती देणे, उत्पादन कसे वापरावे, त्याचे फायदे तोटे इ. बाबत माहिती देणे .
- ई. ग्राहकांना विक्रीनंतरच्या सेवा देणे .
- फ. कमी वजनाचा माल, भेसळयुक्त माल या सारखे गैरप्रकार टाळणे .





६ . स्पर्धकाबाबतच्या जबाबदाऱ्या :

- अ . वितरक, मध्यस्थ इ . ना जास्त कमिशन देऊन आकर्षित करणे .
- ब . ग्राहकांना मोफत माल, ज्यादा किंमतीमध्ये सवलत देऊन विक्रीत वाढ करणे .
- क . अतिमहत्त्वाकांक्षी जाहीरात किंवा चुकीची स्पर्धा इ . वापर न करणे .

७ . सरकारबाबतच्या जबाबदाऱ्या :

- अ . व्यवसाय संघटनांनी सरकारी मार्गदर्शन व तरतुदीनुसार कामकाज करणे .
- ब . प्रामाणिकपणे वेळेवर सरकारी कर, सरकारी देणी देणे .
- क . व्यवसायात मक्तेदारी निर्माण करू नये तसेच प्रतिबंध केलेली कृती टाळणे .
- ड . बेकायदेशीर कृत्ये, भ्रष्टाचार, लाच इ . मार्गाचा अवलंब न करणे .

८ . समाजाबाबतच्या जबाबदाऱ्या :

समाजामध्ये व्यक्ती, विविध घटक, संस्था, कुटुंब यांचा समावेश होतो . हे सर्वजण समाजाचे एक घटक आहेत . समाजातील कृतीमध्ये ते एकमेकांवर अवलंबून असतात त्यांचा एकमेकाशी संबंध येतो . त्याचा प्रत्यक्ष किंवा अप्रत्यक्षपणे समाजाशी संबंध येतो . व्यवसाय सुद्धा समाजाचाच घटक आहे .

व्यावसायिकांनी समाजातील सर्व घटकांशी चांगले संबंध ठेवले पाहिजेत . अशा प्रकारे व्यावसायिकांच्या समाजाबाबतच्या जबाबदाऱ्या पुढीलप्रमाणे आहेत .

- अ . समाजातील आर्थिक दुर्बल घटक व मागास घटकांना मदत करणे .
- ब . सामाजिक हितसंवर्धन करणे .
- क . रोजगार संधी निर्माण करणे .
- ड . पर्यावरणाचे रक्षण करणे .
- इ . नैसर्गिक साधन संपत्ती, प्राणी यांचे जतन करणे .
- फ . सांस्कृतिक व खेळांना प्रोत्साहन देणे .
- ग . शिक्षण, वैद्यकीय व तंत्रज्ञान इ . क्षेत्रांना मदत करणे .



१.९ पाठ्य पुस्तकावर आधारीत प्रश्न

खालील दिलेल्या सामाजिक जबाबदाऱ्या कोणकोणत्या घटकाशी संबंधीत आहेत ?

- १ . पर्यावरणाचे रक्षण करणे .
- २ . राहणीमानांचा दर्जा उंचावण्यासाठी घर बांधणी, वाहतूक कॅंटीन इ . सारख्या सुविधा पुरविणे .

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती

३. सांस्कृतिक कार्यक्रम व खेळांना प्रोत्साहन देणे .
४. उज्वल भवितव्याचा उत्तम संधी निर्माण करणे .
५. उत्पादन व सेवांचा नियमित पुरवठा करणे .
६. कल्याणकारी व कामाच्या ठिकाणी योग्य सुविधा देणे .
७. उत्पादने व सेवा ग्राहकांना रास्त दरात पुरविणे .
८. विक्रीनंतरच्या तत्पर सेवा देणे .
९. नैसर्गिक साधन संपत्ती व प्राणी यांचे जतन करणे .

१.९ व्यावसायिकांची वातावरण व प्रदूषण बाबतची भूमिका :

पर्यावरणाचे रक्षण करणे हे समाजाचे रक्षण करण्यासाठी आवश्यक आहे . त्यामुळे व्यावसायिकांनी पर्यावरणाची हानी करता कामा नये . तर पर्यावरणाचे रक्षण करणे आवश्यक आहे . पर्यावरण प्रदूषण म्हणजेच जीवित किंवा निर्जीव घटकाची हानी करणे होय .

पर्यावरण प्रदूषणाचे तीन प्रकार पडतात .

१. हवा प्रदूषण
२. जल प्रदूषण
३. मृदा प्रदूषण

१. हवा प्रदूषण :

आपणास माहिती आहेच की आपण जो श्वास घेतो त्यामध्ये वायू धूलीकण इ . गोष्टींचा समावेश असतो . आपली शारीरिक यंत्रणा हवा शुद्ध करून शरिराला योग्य असणारे घटक पुरविते व अयोग्य घटक दूर ठेवते . हीच गोष्ट इतर नैसर्गिक घटकांना लागू होते . उदा . वने, नद्या इ . अशा प्रकारे हवा प्रदूषण म्हणजेच हवेमधील असणारे अनावश्यक वायू धूलीकण इ . की जे मानवाला हानीकारक आहेत .



हवा प्रदूषण

➤ हवा प्रदूषणाची कारणे :

- चला तर मग हवा प्रदूषणाची कारणे पाहू या .
१. वाहनातून निघणारे धूर
२. कारखान्यातून बाहेर पडणारे धूर, वायू, धूळ व रासायनिक पदार्थ
३. औष्णिक ऊर्जेतून बाहेर पडणारे वायू, धूळ इ .
४. तेल शुद्धीकरण करणाऱ्या कारखान्यातून बाहेर पडणारे धूर, जंगली वणवे, कोळशाचे ज्वलन इ .

विभाग १

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती



टिपा



➤ हवा प्रदूषणाचे परिणाम :

हवा प्रदूषणाचा खूप मोठा परिणाम आपल्या सभोवताली होत असतो. त्यातील काही परिणाम पुढीलप्रमाणे

१. मानवी आरोग्यास अपायकारक असणाऱ्या वायूचे हवेतील अस्तीत्व हे प्राणी, पक्षी इ. यांना अतिशय घातक आहे. यामुळे अस्थमा, दमा, खोकला, थंडी, आंधळेपणा, बहिरेपणा त्वचारोग इ. सारखे रोग होऊ शकतात. यामुळे अनुवंशीक अपंगत्व येऊ शकते. अतिशय प्रदूषित वातावरणात दीर्घकाळ राहिल्यास ते प्राणघातक ठरू शकते.
२. हवा प्रदूषण हिवाळयामध्ये धूलीकण निर्माण करते आणि ते धुक्यामध्ये मिसळते तेव्हा ते धूर आणि धुके बनते. त्यामुळे नैसर्गिक दिसणे कमी होऊन डोळ्यांना त्रास होतो तसेच श्वसनाचे विकार जडतात.
३. ओझोन थर हा पृथ्वीचा संरक्षक थर मानला जातो. तो आपले सूर्यापासून येणाऱ्या अतिनील किरणापासून संरक्षण करतो. हवा प्रदूषणामुळे या थराचे प्रमाण कमी होते व त्यामुळे गुणसूत्रात बदल होणे व त्वचेचे कर्करोग होऊ शकतात.
४. हवा प्रदूषणामुळे पृथ्वीचे तपमान वाढत आहे. कारण पृथ्वी जी उष्णता सूर्यापासून मिळवते ती वातावरणातील कार्बनडायऑक्साईड, मिथेन, नायट्रस ऑक्साईड या सारख्या वायूमुळे उत्सर्जित होऊ शकत नाही.
५. हवा प्रदूषणामुळे आम्लयुक्त पाऊस पडतो म्हणजेच त्यामध्ये अतिशय विषारी वायू जसे की सल्फर डाय ऑक्साईड, नायट्रोजन ऑक्साईड इ. पावसाच्या पाण्यात मिसळलेले असतात याचा खूप वाईट परिणाम वनस्पती, झाडे त्याचबरोबर सागरी जीवन, इमारती, स्मारके इ. वर होतो.

वातावरण हे जास्त आवाजामुळे प्रदूषित होते त्यालाच आपण ध्वनी प्रदूषण असे म्हणतात. ध्वनी प्रदूषण म्हणजे कानास कर्कश वाटणारा, ऐकण्यास नकोसा वाटणारा आवाज. हा आवाज आज कालच्या वेगवेगळ्या यंत्रामधून निर्माण होतो. जसे रेल्वे इंजिन, ध्वनिक्षेपक, जनरेटर, विमान, वाहने, यंत्रसामुग्री, टेलीफोन, टेलीव्हिजन इ.

सुरुवातीला हे सांभाळण्यात अडथळा आणते परंतु ध्वनी प्रदूषणामध्ये जास्त काळ राहिल्याने बहिरेपणा, डोकेदुखी, अस्वस्थता, उच्च रक्तदाव, मेंदू विकार व मानसिक विकार जडू शकतात.

२. जल प्रदूषण :

आपण दिल्लीमधील यमुना नदी पाहिली ? आपण गंगा शुद्धीकरण प्रकल्पाबाबत जागरूक आहात ? हे दोन प्रश्न नेहमी लगेच आठवण करून देतात की नद्यांच्या पाण्याचे किती प्रदूषण झालेले आहे जल प्रदूषण म्हणजे पाण्यात समाविष्ट असणारे अनावश्यक व शरीरास अपायकारक घटक होय. त्यामुळेच प्रदूषित पाणी वापरण्यास योग्य नसते.

➤ **जल प्रदूषणाची कारणे :**

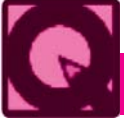
१. नदी किंवा कॅनॉल मध्ये सांडपाणी सोडले जाणे .
२. अस्वच्छता, मैला, घरातील घाण इत्यादींच्या पद्धती .
३. नद्यामध्ये कचरा टाकणे, कारखान्यातून बाहेर पडणारे विविध रसायने घटक इ .
४. मशागती वापरली जाणारी विपारी रसायने, खते नदी किंवा पाण्याच्या प्रवाहात मिसळणे .
५. निरूपयोगी वस्तू, खराब अन्न, मृत शरीर इ . पाण्यात टाकणे .



जल प्रदूषण

➤ **जल प्रदूषणाचे परिणाम :**

१. जल प्रदूषणामुळे मानवाला, प्राणी व पक्ष्यांना हानी पोहचते व त्यामूळे पुढील प्रकारचे आजार होऊ शकतात . उदाः टॉयफाईड, कॉलरा, कावीळ, अपचनाचे विकार इ .
२. पाण्यात राहणारे अनेक वर्गातील जातीना धोका पोहोचतो .
३. पिण्याचे पाणी, नदीचे पाणी कॅनॉल तसेच भूगर्भातील पाण्याचे पिण्यासाठी दुर्भिक्ष होऊ शकते .



१.१० पाठ्य पुस्तकावर आधारीत प्रश्न

अ. रिकाम्या जागी योग्य शब्द लिहा .

१. आपली वर्तणूक इतरांना असता कामा नये .
२. योग्य किंवा चांगले कायदे व लोकांचे चांगले वर्तन हे समाजासाठीअसते .
३. व्यवसाय निती व्यापाऱ्यांनाप्रकारचा माल विकण्यास परवानगी देत नाही .
४. सामाजिक मूल्यांमुळे सामाजिक जबाबदाऱ्या निर्माण होतात .
५. नियमितपणे व वेळेवर सरकारी कर भरणे हेचे दिशादर्शक आहे .

ब. दोन गटातील जोड्या जुळवा .

'अ' गट

१. पर्यावरणाचे प्रदूषण
२. हवा प्रदूषण
३. जल प्रदूषण
४. धुके
५. विमान

'ब' गट

- अ. धूर, धूळ व धुक्याचे मिश्रण
- ब. आवाजाच्या प्रदूषणास कारणीभूत
- क. वातावरणात असणारे अनावश्यक घटक
- ड. हवेमध्ये असणारे धूलीकण व अयोग्य वायूचे प्रमाण
- इ. पाण्यामध्ये असणारे अपायकारक घटक





३. मृदा प्रदूषण :

निरूपयोगी, अनावश्यक घटक की जे हानीकारक असतात. त्यांचे मातीत मिसळणे म्हणजे मृदा प्रदूषण होय. त्यामुळे जमिनीचा दर्जा खालावतो. मृदा प्रदूषित होण्याचे मुख्य कारण म्हणजे मानवाचा मृदेकडे पाहण्याचा बेजबाबदार दृष्टीकोन होय.



मृदा प्रदूषण

➤ मृदा प्रदूषणाची कारणे :

१. शेतीची मशागत करताना खते, रसायने, किटकनाशके यांचा अति वापर.
२. कारखान्यातील घण कचरा, खाणीतील घटक यांची घाण जमिनीवर टाकणे.
३. रस्ते, बांधकाम इ. चा राडारोडा, घाण कचरा टाकणे.
४. मृदा रक्षण करणाऱ्या वनस्पती, रोपे इत्यादीचा परिणाम
५. प्लास्टिकचा अनावश्यक वापर, (प्लास्टिकचे विघटन होत नाही.)
६. घर, हॉटेल, दवाखान्यामधील अनावश्यक कचरा टाकणे. त्यामध्ये प्लास्टिक, कपडे, लाकूड इत्यादीचा समावेश होतो. त्याबरोबर धातू, काच, सिमेंट, फरशी तुकड्याचाही समावेश होतो.

➤ मृदा प्रदूषणाचे परिणाम :

१. शेती योग्य जमिनीचे क्षेत्र कमी होते.
२. अन्नधान्य निर्मितीवर परिणाम होतो की जे शरिरास अपायकारक आहे.
३. नैसर्गिक सृष्टीसौंदर्याला बाधा येते.
४. जल प्रदूषण व हवा प्रदूषणात भर पडते.

१.१० व्यवसायिकांची पर्यावरण प्रदूषणाबाबतची भूमिका :

पर्यावरण प्रदूषणाच्यावरिल चर्चेवरून आपल्या लक्षात एक गोष्ट निश्चित आलेली असेल की पर्यावरण प्रदूषणामध्ये व्यवसायिकांचा सहभाग असतो. सर्व प्रकारच्या म्हणजेच हवा प्रदूषण, ध्वनी प्रदूषण, जल प्रदूषण व मृदा प्रदूषणामध्ये त्यांचा सहभाग आहे. तो या प्रकारे दिसून येतो.

१. कारखान्यातून बाहेर पडणारे वायू व धूर
२. वाहने व यंत्राचा वापर केल्यामुळे ध्वनी प्रदूषण.
३. जंगल तोड केल्यामुळे जंगलातील झाडे नष्ट हाणे.
४. शहरीकरण व कारखानदारीमध्ये झालेली वाढ.
५. नदी, कॅनॉलमध्ये कचरा टाकणे.
६. खाणकाम सारखे उद्योग.
७. वाहनाचा वाढता वापर.

व्यवसाय संघटना पर्यावरण प्रदूषणास पुढील तीन प्रकारे नियंत्रण ठेऊ शकतात .

१ . संरक्षक विषयक भूमिका :

व्यवसाय संघटनानी असे पाऊल उचलले पाहिजे की यापुढे पर्यावरणास कोणत्याही प्रकारे हानी पोहोचणार नाही . त्याकरिता व्यवसाय संघटनांनी सरकारने प्रदूषण विषयक घातलेली बंधने पाळली पाहिजेत . व्यवसाय संघटनांनी यापुढे पर्यावरण प्रदूषण होणार नाही याबाबत महत्त्वाची भूमिका बजावली पाहिजे .

२ . रोग निवारक :

व्यवसाय संघटनांनी पर्यावरण प्रदूषणास जेथे हानी पोहचत आहे त्याठिकाणी सुधारणा केल्या पाहिजेत . जर प्रदूषण रोग्यता येणे शक्य नसेल त्यावेळी त्याच्या जोडीने रोगनिवारक उपाय केले पाहिजेत . उदा: झाडे लावणे, वनीकरण केल्यामुळे कारखाना परिसरातील हवा प्रदूषण कमी करता येईल .

३ . सावधगिरीची भूमिका :

व्यवसाय संघटनांनी कर्मचारी तसेच समाजाला प्रदूषणाची कारणे व परिणाम या बाबत सावध केले पाहिजे की जेणे करून ते स्वतः प्रदूषण होऊ नये म्हणून प्रयत्न करतील किंवा पर्यावरणास हानी पोहचेल असे काही करणार नाहीत . उदा .: व्यवसाय संघटनांनी जनतेमध्ये जागरूकता केली पाहिजे .

आज आपणास असे आढळून येईल की कित्येक व्यवसाय संघटनांनी जबाबदारी ओळखून वागा . पार्कींग व्यवस्था मध्ये सुधारणा घडवून आणलेल्या आहेत . शहरे, महानगरामध्ये या सुधारणा दिसतात याचा अर्थ व्यवसाय संघटना पर्यावरण विषयक काळजी घेत आहेत .



१.६ पाठ्य पुस्तकावर आधारीत प्रश्न

अ . खालील विधाने चूक की बरोबर ते सांगा .

- १ . शेतीमध्ये खते, रसायने व किटकनाशकांचा अतिरिक्त वापरामुळे हवा प्रदूषण निर्माण होते .
- २ . प्लास्टीकच्या अति वापरामुळे मृदा प्रदूषण होते .
- ३ . कारखाना परिसरात वनीकरण केल्यामुळे जल प्रदूषण कमी होते .
- ४ . आपल्या देशातील लागवडी योग्य जमीनीवर मृदा प्रदूषण वाढीचा परिणाम दिसून येत आहे .
- ५ . व्यवसाय संघटनांनी जनतेमध्ये पर्यावरण प्रदूषणाबाबत जागृती केली पाहिजे .



विभाग १

व्यवसाय स्वरूप आणि
व्याप्ती



टिपा

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती

ब . योग्य पर्याय निवडा .

- १ . खालीलपैकी कोणती कृती आर्थिक कृती नाही .
अ . ग्राहकांना पावांची विक्री
ब . जुना टेलीव्हीजन शेजाऱ्यास विकणे .
क . मित्राला पेन बक्षिस म्हणून देणे .
ड . विक्रीसाठी पुस्तके खरेदी करणे .

२ . खालीलपैकी कोणता धंदा / उद्योग नाही .

- | | |
|----------------|----------------------|
| अ . व्यावसायिक | ब . पेशा |
| क . रोजगार | ड . सकाळी पायी चालणे |

३ . खालीलपैकी कोणते वैशिष्टे व्यवसायाचे नाही .

- अ . व्यापारामध्ये मालाची देवाण घेवाण करणे .
- ब . वडिलांनी स्वतःच्या मुलास शिकविणे .
- क . धोका स्विकारणे आणि अनिश्चित उत्पन्न
- ड . नफा मिळविणे हे उद्दीष्ट .

४ . व्यवसायाच्या आर्थिक उद्दीष्टामध्ये याचा समावेश नाही .

- अ . ग्राहकांची संख्या वाढविणे .
- ब . सतत संशोधन
- क . रोजगार निर्मिती
- ड . साधन संपत्तीचा पर्याप्त वापर

५ . व्यवसायाची सामाजिक उद्दीष्टांचा समावेश

- अ . समाजाच्या कल्याणात सहभाग
- ब . आर्थिक उत्पन्नाचा पर्याप्त वापर
- क . नविन ग्राहक जोडणे .
- ड . नफा मिळविणे .



आपण काय शिकलो

ज्या कृती मानवाकडून केल्या जातात त्यास मानवी कृती असे म्हणतात . मानवी कृती दोन प्रकारे केल्या जातात . एक आर्थिक कृती व दुसरी विनआर्थिक कृती .

ज्या कृती पैसा मिळविण्यासाठी केल्या जातात त्यास आर्थिक कृती म्हणतात . ज्या कृती समाजासाठी किंवा मानवी उद्दीष्टासाठी केल्या जातात त्याला विनआर्थिक कृती म्हणतात .

- आर्थिक कृती नियमितपणे करून जीवन जगण्यासाठी पैसे मिळविले जातात त्यास व्यवसाय किंवा उद्योग म्हणतात.
उद्योगाचे तीन प्रकार पडतात.
१. पेशा २. रोजगार ३. व्यवसाय / धंदा
- पेशा म्हणजे असा व्यवसाय कि ज्याकरिता विशेष ज्ञान व प्रशिक्षण आवश्यक असते. पेशा स्विकारणाऱ्या व्यक्तीनी पेशाबाबतचे नियम किंवा संहिता पाळणे बंधनकारक असते. पेशाचे प्राथमिक उद्दीष्ट म्हणजे सेवा देणे आहे.
- रोजगार / नोकरी म्हणजे असा व्यवसाय की ज्यामध्ये ठराविक उत्पन्न नियमितपणे मिळते त्याकरिता एखादी व्यक्ती दुसऱ्या व्यक्तीसाठी काम करते. मालकाने नोकरीबाबत घातलेल्या अटी व नियमांचे त्यास पालन करावे लागते.
- व्यवसाय / व्यापार म्हणजे कृती की ज्यामध्ये मालाची खरेदी करून विक्री केली जाते. किंवा देवाण घेवाण होते. तसेच हस्तांतरण होते. कि ज्यायोगे नफा मिळविणे हेतू असतो. व्यापाराचे वैशिष्ट्य म्हणजे नियमितपणे मालाची व सेवांची विक्री करणे हे असते. व्यवसायात नफा मिळविण्याच्या हेतूने गुंतवणूक केलेली असते. तसेच व्यवसायात धोके असतात व उत्पन्न अनिश्चित असते.
- **व्यवसाय उद्दीष्टांचे प्रकार :**
१. आर्थिक उद्दीष्ट्ये २. सामाजिक उद्दीष्ट्ये
३. मानवी उद्दीष्ट्ये ४. राष्ट्रीय उद्दीष्ट्ये
५. जागतिक उद्दीष्ट्ये
- प्रत्येक व्यवसाय संघटना ही एक समाजाची घटक असते. समाजातील प्रत्येक घटकास व्यावसायिक जबाबदार असतात. ज्यामध्ये अनेक घटकाचे हितसंबंध असतात. ते घटक म्हणजे मालक, गुंतवणूकदार, कर्मचारी, पुरवठादार, ग्राहक सरकार व समाज होय.
- सामाजिक मूल्ये म्हणजे चांगल्या प्रकारे व योग्य रितीने व्यवसाय करणे की ज्यामध्ये समाजाचे हित साधणे अपेक्षित असते.
- व्यवसाय निती म्हणजे योग्य व्यापारी प्रथेनुसार व्यवसाय करणे न्याय प्रथाचा अवलंब करणे होय.
- पर्यावरण प्रदूषण म्हणजे वातावरणामध्ये अशा घटकांचा समावेश असणे की ज्या घटकामूळे जीवनावर वाईट परिणाम होतात.
पर्यावरण प्रदूषणाचे तीन प्रकार पडतात.
१. हवा प्रदूषण २. जल प्रदूषण ३. मृदा प्रदूषण
- व्यवसाय संघटनांना पर्यावरण प्रदूषण नियंत्रित तीन प्रकाशने करता येते.
१. संरक्षक विषयक २. रोगनिवारक विषयक
३. सावधगिरीची भूमिका





संकीर्ण प्रश्नसंग्रह

१. आर्थिक कृती व विनआर्थिक कृतीची दोन उदाहरणे द्या .
२. आर्थिक कृती व विनआर्थिक कृती मधील पुढील दोन मुद्यांच्या आधारे फरक स्पष्ट करा .
१. हेतू २. फलीत
३. व्यवसाय म्हणजे काय ? स्पष्ट करा .
४. नोकरीची कोणतेही दोन वैशिष्ट्ये सांगा .
५. पेशाची कोणतेही दोन वैशिष्ट्ये सांगा .
६. व्यापार म्हणजे काय ? स्पष्ट करा .
७. जी व्यक्ती सुतारकामात कार्यरत आहे त्या व्यक्तीला व्यवसाय किंवा उद्योगात कार्यरत आहे असे का म्हणतात ?
८. चांभाराने स्वतःकरिता वूट शिवून कृती केली तर त्यास व्यवसाय कार्यरत आहे असे मानता येत नाही . का ?
९. व्यवसायाची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा .
१०. व्यवसाय म्हणजे काय ?
११. पेशा हा व्यवसायापेक्षा वेगळा कसा आहे ते साठ शब्दात लिहा .
१२. व्यवसायाच्या मुख्य कृती कोणत्या ? दोन उदाहरणे द्या .
१३. पेशामधे कार्यरत असणाऱ्या व्यक्तीची तीन उदाहरणे द्या .
१४. जर नियमितपणे कृती करित नसाल तर त्यास व्यवसाय म्हणता येणार नाही . या विधानाशी तुम्ही सहमत आहात का? सहमती दर्शक दोन उदाहरणे द्या .
१५. उत्पन्नाची अनिश्चितता असली तरी व्यावसायिक स्वतःहून व्यवसायात भांडवल का गुंतवितो .
१६. नफा मिळवणे हे व्यवसायाचे मुख्य उद्देश आहे स्पष्ट करा .
१७. व्यवसायाची आर्थिक उद्दीष्टे लिहा .
१८. व्यवसायाची सामाजिक उद्दीष्टे स्पष्ट करा .
१९. व्यवसायाच्या राष्ट्रीय उद्दीष्टाचे महत्त्व स्पष्ट करा .
२०. व्यवसायाची मानवी उद्दीष्टे स्पष्ट करा .
२१. व्यवसायाची जागतिक उद्दीष्टे स्पष्ट करा .
२२. व्यवसाय संघटनांची सामाजिक जबाबदारी म्हणजे काय ?
२३. व्यवसाय संघटनांची विविध घटकाबाबत ज्यांचा संबंध येतो त्यांची यादी तयार करा .
२४. व्यवसाय संघटना समाजाला का जबाबदार असतात ? कोणतेही तीन कारणे सांगा .
२५. व्यवसाय संघटनांच्या ग्राहकाबाबतच्या जबाबदाऱ्या स्पष्ट करा .
२६. व्यवसाय संघटना सरकारला कशाप्रकारे जबाबदार असतात ?
२७. पर्यावरण प्रदूषण म्हणजे काय ? प्रदूषणाचे प्रकार सांगा .

विभाग १

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती



टिपा

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती

१.८

- | | | | |
|------------|---------------|-----------------------|-----------|
| १. समाज | २. जबाबदाऱ्या | ३. कमी दर्जाचा | ४. ऐच्छिक |
| ५. प्रतिमा | ६. जागतिकीकरण | ७. सामाजिक जबाबदाऱ्या | ८. नाउमेद |

१.९

- | | | | |
|--------|---------|-------|---------|
| समाज | १. ३. ९ | नोकरी | २. ४. ६ |
| ग्राहक | ५. ७. ८ | | |

१.१०

- | | | |
|----------------|-----------------|--------------|
| १. शरीरास घातक | २. प्रशंसा | ३. भेसळयुक्त |
| ४. पायाभूत | ५. व्यवसाय निती | |

१.११

- | | | | | |
|-----------|----------|--------|--------|----------|
| अ. १. चूक | २. बरोबर | ३. चूक | ४. चूक | ५. बरोबर |
| ब. १. क | २. ड | ३. व | ४. क | ५. अ |

तुमच्यासाठी पुढील कृती करा .

- तुमच्या सभोवताली असणाऱ्या कोणत्याही दहा व्यक्ती शोधा कि ज्या दैनंदिन जीवनासाठी पैसे मिळवतात . त्यांचे व्यवसाय, पेशा, नोकरी अशा प्रकारात वर्गीकरण करा .
- दुकानदार किंवा व्यावसायिकांशी संभाषण करून त्यातून पुढील पैकीचा शोध घ्या .
 - तुम्ही कोणत्या प्रकारच्या मालाची खरेदी विक्री करता .
 - भांडवल, कामगार, जागा इ. मध्ये केलेली गुंतवणूक कशा प्रकारे केली .
 - नफा मिळविण्यामध्ये कोणता धोका व व्यवसायातील अनिश्चितता याला तोंड द्यावे लागते .
- पुस्तके, मासिके, वर्तमान याद्वारे सध्या भारतात कोणत्या प्रकारचा माल आयात केला जातो . त्याची माहिती गोळा करा .

आपल्या देशात परदेशात कोणत्या पाच आयात वस्तू वापरल्या जातात त्यांची यादी करा .
- स्थानिक दुकानदार किंवा व्यावसायिक यांच्याकडून ते व्यवसाय करित असलेल्या व्यवसायाची उद्दीष्टे जाणून घ्या . तुम्ही शिकलात त्याप्रमाणे त्या उद्दीष्टांचे वर्गीकरण करा .
- स्थानिक दुकानदार समाजाच्या कोणत्या दोन जबाबदाऱ्या पार पाडत आहेत त्याचा शोध घ्या .
- तुमच्या आसपासचे वातावरण प्रदूषित आहे का जर असेल तर त्याचा काय परिणाम होतात त्याची यादी तयार करा .
- पर्यावरण प्रदूषित होणार नाही यासाठी सूचना करून कृती करा .



2

उद्योग आणि वाणिज्य

व्यवसाय म्हणजे अशी कृती कि ज्यामध्ये व्यक्ती किंवा समूह जीवनासाठी कार्यरत असतात . व्यवसायांची व्याख्या अनेक लेखकांनी स्वतःचा मतानुसार केलेल्या आहेत .

युर्विक आणि हन्ट यांच्या मतानुसार "व्यवसाय म्हणजे अशी संस्था की जी उत्पादने निर्माण करते . त्याचे वितरण करते . माल किंवा सेवा पुरविते . की ज्या समाजातील लोकांच्या गरजा भागविते की ज्यासाठी लोक पैसे देऊन उत्पादन किंवा सेवा घेण्यास तयार असतात ."

म्हणून व्यवसाय म्हणजे अशी कृती असून संस्थानी माल व सेवांचा पुरवठा अर्थव्यवस्थेसाठी आवश्यक असतो .



उद्दीष्टे :

सदरच्या धड्याचा अभ्यास केल्यानंतर पुढील उद्दीष्टे समजू शकतील .

- व्यवसाय कृतीचे वर्गीकरण
- उद्योग आणि त्यांचे प्रकार
- वाणिज्य - व्यापार आणि त्यांची आनुषंगिक साधने
- ई - कॉमर्सची व्याख्या
- ई - कॉमर्सच्या विविध पातळ्या
- ई - कॉमर्सचे फायदे

२.१ व्यवसाय कृतीचे वर्गीकरण

उत्पादन निर्मितीचे मुख्य कारण म्हणजे मानवाच्या अमर्याद गरजा पूर्ण करणे होय .मानवाच्या गरजा अनंत असतात व त्या नैसर्गिक आहेत . मानवाच्या मूलभूत गरजा तीन आहेत . त्या म्हणजेच अन्न, वस्त्र, निवारा . आपण अनेक प्रकारच्या वस्तू वापर करतो . त्याकरीता आपण पैसे दिलेले असतात . उदा: आपण वापरतो ती टूथपेस्ट, साबण, आपण खातो तो पाव, वापरणारे फर्निचर, परिधान करणारे कपडे, पाहणारा टेलिव्हिजन इत्यादी . आपणास या वस्तू कशा उपलब्ध होतात याचा कधी विचार केलेला आहे का ? या प्रत्येक वस्तू तयार करण्यामागे मोठी प्रक्रिया असते . उत्पादक ग्राहकांच्याकरिता वस्तूची निर्मिती करतात . साधारणतः उत्पादक या प्रक्रियेत मध्यस्थाची मदत घेतो . घाऊक व्यापारी किरकोळ व्यापारी यांच्या मार्फत ग्राहकांना माल व सेवांचे वितरण करतो .

विभाग १

व्यवसाय स्वरूप आणि
व्याप्ती



टिपा

उद्योग आणि वाणिज्य

व्यवसाय कृतीचे प्रामुख्याने दोन भाग पडतात .

१. उद्योग
२. वाणिज्य

माल आणि वस्तूंचे उत्पादन करणे यांचा संबंध उद्योगाशी असतो . तर वाणिज्याचा संबंध त्याच्या वितरणाशी असतो .

२.२ उद्योग :

उत्पादन करणे ही उद्योगाची व्यावसायिक कृती असते . ही व्यावसायिक कृती निर्मिती प्रक्रिया उत्पादन यांच्याशी निगडीत असते .

उत्पादन हा जसा ग्राहकासाठीचा माल असतो . तसा उत्पादकासाठी सुद्धा उत्पादन हा एक माल असतो . जी उत्पादने ग्राहकाकडून उपभोगली जातात . उदा : वस्त्रे, सौंदर्य प्रसाधने, उपकरणे, अवजारे इत्यादी व्यापार आणि वाणिज्य विकास हा औद्योगिक विकासावर अवलंबून असतो . बाजारपेठेतील पुरवठा ही एक त्याची बाजू आहे . उद्योग म्हणजे एक व्यावसायिक कृतीचा भाग असून ती पुढील घटकांशी संबंधीत असते .



उद्योग

१. खाण उद्योग : कोळसा, कच्चे लोखंड, पेट्रोलियम पदार्थ यांना **निष्कर्षक उद्योग** असे म्हणतात .

२. कच्चा माल व त्यांचे पक्क्या मालात रूपांतर करणे . उदा : सावण, पाव, पंखे, सिमेंट त्यांना **उत्पादन उद्योग** म्हणतात .

३. बांधकाम इमारत, धरण, पूल, रस्ते बांधणे याला **बांधकाम उद्योग** म्हणतात .

मानवी कृती ज्या कार्यात कार्यरत असतात . त्यांना उद्योग म्हणतात . निष्कर्षक, उत्पादन, प्रक्रिया, बांधकाम इत्यादीचा उद्योगामध्ये समावेश होतो . उद्योगाचा दुसऱ्या बाजूने विचार केला असता उद्योग म्हणजे असा समूह कि जो एका विशिष्ट उद्योगात कार्यरत असतो . उदा : जे उत्पादक कापड उद्योग निर्मिती करतात त्या समूहाला कापड उद्योग म्हणतात . तसेच जे सिमेंटचे उत्पादन करतात . त्यांना सिमेंट उद्योग म्हणतात .

२.३ उद्योगाचे प्रकार

उद्योगाचे अनेक प्रकार पडतात . ते पुढीलप्रमाणे

१. **प्राथमिक उद्योग :** जे उद्योग निसर्गावर थेट अवलंबून असतात त्यांना प्राथमिक उद्योग म्हणतात . प्राथमिक उद्योग नैसर्गिक साधनांशी निगडीत असून त्या उद्योगात मानवी श्रमाची गरज फार कमी असते . उदा: शेती, फार्म हाऊस, वनीकरण, मासेमारी इ .



शेती उद्योग

उद्योग आणि वाणिज्य

२ . **जैविक उद्योग :** जैविक उद्योग पुनरुत्पादनाच्या प्रक्रियेशी संबंधित असतात ज्यामध्ये रोपवाटीका तयार करणे, प्राण्याची पैदास करून त्यांची विक्री करणे हे उद्योग येतात . या उद्योगाचा मुख्य उद्देश विक्री करून नफा मिळविणे हा असतो . उदाः रोप वाटीका, कुक्कूट पालन जनावराची पैदास व संवर्धन इत्यादी .



जैविक उद्योग

३ . **निष्कर्षक उद्योग :** निष्कर्षक उद्योगामध्ये माती, पाणी, हवा या मधून उत्पादन करण्याशी निगडित असतात . या उद्योगामधून निर्माण होणारा माल कच्च्या स्वरूपात असतो . असा कच्चा माल उत्पादित उद्योग व बांधकाम उद्योग पक्का माल म्हणून वापरतात उदा . खाण उद्योग, कोळसा उद्योग, तेल उद्योग, लोखंड उद्योग, लाकूड व रबर इ . उद्योग .



खाणकाम उद्योग

४ . **उत्पादन उद्योग :** कच्च्या मालाचे मनुष्य बळाच्या साहाय्य किंवा यंत्राच्या साहाय्येने पक्क्या मालात रूपांतर करण्याच्या उद्योगाला उत्पादन उद्योग म्हणतात . अशा उद्योगातून तयार झालेला माल ग्राहक वापरतात किंवा उत्पादक वापरतात . उदा : कपडे, रसायने, साखर कारखाने, कागद उद्योग .



उत्पादन उद्योग

५ . **बांधकाम उद्योग :** बांधकाम उद्योगामध्ये इमारत बांधणे, पूल, रस्ते, धरणे, कॅनॉल्स इ . कामे केली जातात . हा उद्योग इतर उद्योगापेक्षा वेगळा आहे . कारण इतर उद्योगात मालाचे उत्पादन एका ठिकाणी केले जाते तर विक्री दुसऱ्या ठिकाणी होते . परंतु बांधकाम उद्योगात माल जिथे तयार होतो तेथेच विकला जातो .



बांधकाम उद्योग

६ . **सेवा उद्योग :** आजच्या काळात सेवा उद्योग हा राष्ट्राचा विकासात महत्त्वाची भूमिका बजावत आहे . प्रामुख्याने या उद्योगात हॉटेल, पर्यटन, करमणूक इ . सारखे उद्योग कार्यरत आहेत .



सेवा उद्योग

२.४ वाणिज्य :

उद्योग मालाच्या उत्पादनांशी संबंधित आहे तर वाणिज्य असे उत्पादन ज्यांना आवश्यक आहे त्यांना उपलब्ध करून देण्याच्या संबंधित आहे . दुसऱ्या शब्दात सांगावयाचे झाले तर वाणिज्य मालाचे वितरणाशी संबंधित असते . उत्पादकांशी मालाचा मुक्तपणे व विना अडथळा पुरवठा करण्याचे कार्य वाणिज्य पार पाडते . म्हणून वाणिज्य म्हणजे व्यापार व व्यापाराला मदत करणारे घटक होय .

विभाग १

व्यवसाय स्वरूप आणि
व्याप्ती



टिपा

विभाग १

व्यवसाय स्वरूप आणि
व्याप्ती



टिपा

उद्योग आणि वाणिज्य

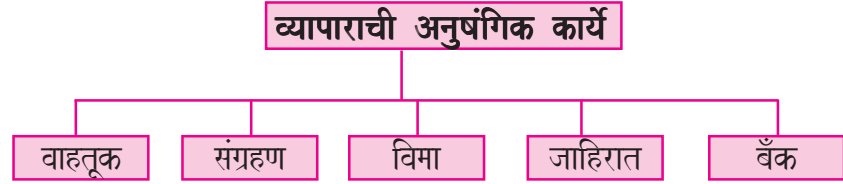
२.५ व्यापार

व्यापार म्हणजे मालाची खरेदी विक्री करणे होय. म्हणून जो माल विक्रीसाठी खरेदी करतो त्याला व्यापारी असे म्हणतात. व्यापारी हा उत्पादक आणि ग्राहक यांच्यातील मध्यस्थ असतो.

घाऊक व्यापारी उत्पादकाकडून मोठ्या प्रमाणावर मालाची खरेदी करतात व तोच माल किरकोळ व्यापाऱ्यांना छोट्या प्रमाणावर विक्री करतात.

किरकोळ व्यापारी मालाची खरेदी घाऊक व्यापाऱ्याकडून करतात, प्रसंगी उत्पादकाकडून सुद्धा करतात व शेवटी तो माल ग्राहकांना किरकोळ प्रमाणात विकतात.

२.६ व्यापाराला मदत करणारे घटक



उत्पादकापासून ग्राहकांपर्यंत माल पोहोविण्याच्या क्रियेस व्यापाराची अनुषंगिक कार्ये असे म्हणतात. व्यापाराला सहाय्यभूत ठरणारे घटकांचे पुढीलप्रकारे पडतात.

१. वाहतूक २. संग्रहण ३. विमा ४. जाहिरात ५. बँक

१. वाहतूक : ज्या ठिकाणी मालाचे उत्पादन होते त्याच ठिकाणी त्या मालाची विक्री करणे शक्य नसते. म्हणून ज्या ठिकाणाहून मालाला मागणी आहे त्या ठिकाणी माल पाठविला जातो. एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी मालाची व मानवाची ने-आण करणे म्हणजे वाहतूक होय.

वाहतूकीचे तीन प्रकार पडतात.

१. जमिनिवरील वाहतूक त्यामध्ये रस्ते वाहतूक, रेल्वे वाहतूक
२. हवाई वाहतूक त्यामध्ये विमान वाहतूक
३. जल वाहतूक त्यामध्ये जहाज वाहतूक

२. संग्रहण : आजच्या काळात मोठ्या प्रमाणावर मालाचे उत्पादन केले जाते त्यामुळे मालाची साठवणूक करणे अत्यंत गरजेचे आहे. मालाचे उत्पादन झाल्यापासून मालाची विक्री होईपर्यंत माल सुरक्षित राहिला पाहिजे. त्यासाठी मालाची साठवणूक करणे गरजेचे असते.

३. विमा : मालाचे अनेक कारणामुळे नुकसान होते. जसे उत्पादनाची प्रक्रिया चालू असताना, प्रवासात अपघातामुळे, गोडाऊनमध्ये आग लागून किंवा मालाची चोरी होणे इ. असे धोके व्यावसायिक सहन करू इच्छित नाही. विमा कंपनी अशा संभाव्य धोक्यापासून व्यावसायिकांची सुटका करू शकते. याकरिता व्यावसायिकांनी त्या मालाचा विमा उतरविणे आवश्यक असते. त्याकरिता ठराविक रक्कम नियमितपणे विमा कंपनीकडे भरावी लागते. त्यास विम्याचा हप्ता असे म्हणतात.

४. जाहिरात : मालाच्या विक्रीकरिता जाहिरात प्रभावीपणे मदत करते. उत्पादक जाहिरातीच्या माध्यमातून आपल्या मालाची माहिती संभाव्य ग्राहकांना देतात. त्यामुळे त्यांच्या मनामध्ये माल खरेदी करण्याची इच्छा निर्माण होते. जाहिरात ही अनेक प्रकारे करता येते. ती घराघरामध्ये किंवा घराच्या बाहेर देखील करता येते. ज्यावेळी ग्राहकांना जाहिरातीमार्फत घरात संपर्क साधला जातो. त्याला घरातील जाहिरात म्हणतात. उदाः वर्तमानपत्रातील जाहिरात, रेडियो, दूरदर्शन जाहिरात इत्यादी. ज्यावेळी जाहिरातीमार्फत संपर्क साधला असता त्यास बाह्य जाहिरात म्हणतात. उदाः थिएटरमधील जाहिरात, भिंतीवरील जाहिरात ज्या महत्त्वाच्या ठिकाणी केल्या जातात.

५. बँक : आजकाल आपण बँकेशिवाय व्यापार करणे हा विचार देखील करू शकत नाही. व्यवसाय सुरू करण्याकरिता किंवा चालू व्यवसाय सुरळीत चालण्यासाठी पैशाची गरज असते. बँका पैसा पुरवितात. बँक म्हणजे अशी संस्था की जी लोकांकडून ठेवी स्विकारते. मागताक्षणी पैसे देते व गरजू व्यक्तींना कर्ज रूपाने पैसे देते. बँक व्यवसायासाठी अनेक प्रकारच्या सेवा पुरविते.

आपण वेगवेगळ्या व्यावसायिक कृती जाणून घेऊ या.



२.१ पाठ्य पुस्तकावर आधारित प्रश्न

१. योग्य उत्तरासमोर बरोबरची खूण करा.

- उद्योग उत्पादन / वितरणाशी संबंधित असतो.
- वाणिज्य प्रामुख्याने उत्पादन / वितरणाशी संबंधित असते.
- जी व्यक्ती मोठ्या प्रमाणावर मालाची खरेदी व विक्री करते त्यास घाऊक व्यापारी / किरकोळ व्यापारी म्हणतात.
- ज्या माध्यमाद्वारे माल व मानवाची एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी ने आण केली जाते त्यास विमा / वाहतूक म्हणतात.

२. दालमिया तेलाची गिरणी रिफाईन्ड तेलाची निर्मिती करते. सर्व तेलाचे उत्पादन रूची ऑईल डेपो मार्फत वेगवेगळ्या छोट्या दुकानदारांना विकले जाते. सौ. प्रिती यांनी बालाजी किराणा दुकानदार यांचेकडून दोन किलो तेल खरेदी केले.

योग्य नावे द्या.

- उत्पादक
- घाऊक व्यापारी
- किरकोळ व्यापारी
- ग्राहक

विभाग १

व्यवसाय स्वरूप आणि
व्याप्ती



टिपा

उद्योग आणि वाणिज्य

२.७ ई - कॉमर्सची व्याख्या आणि अर्थ

सध्या इंटरनेटमुळे उद्योगांची भरभराट होत आहे. नविन तंत्रज्ञानाच्या साहाय्याने जलद व मोठ्या प्रमाणावर लोक संगणक व इंटरनेटचा वापर करित आहेत. दररोजच्या गरजेमुळे मोठ्या प्रमाणावर इंटरनेटचा वापर करण्यास शिकत आहेत. याठिकाणी ई - कॉमर्स ने सद्या अग्रस्थान पटकावले असून असंख्य व्यक्ती ऑनलाईन द्वारे वेगवेगळ्या प्रकारची उत्पादने आणि सेवा यांचा शोध घेत आहेत. साध्या शब्दात ई - कॉमर्स म्हणजे ऑनलाईन उत्पादन व सेवा खरेदी विक्री करणे होय.

उद्योगात कोणत्याही प्रकारचा निर्णय घेताना उद्योगाला किती नफा होईल याचा अंदाज घेतला जातो. म्हणून सर्वात महत्त्वाची गोष्ट म्हणजे कोणत्या प्रकारच्या उद्योगाला ई - कॉमर्स याचा फायदा होईल याचा विचार केला पाहिजे.

फरक ४ पारंपारिक व्यवसाय आणि ई-व्यवसाय

फरकाचे मुद्दे	पारंपारिक व्यवसाय	ई-व्यवसाय
निर्मिती	अवघड	सहज
उपस्थिती	आवश्यक	गरज नसते
स्थापनेचा खर्च	ज्यादा	अत्यंत कमी
व्यवसायाचे खर्च	व्यवसायातील गुंतवणूक जास्त उत्पादन आणि वितरण खर्च जास्त	वैयक्तिक सेवा द्याव्या लागत नाही त्यामुळे खर्च कमी.
वेळ	जास्त वेळ लागतो	इंटरनेटसेवेमुळे कमी वेळ लागतो.
व्यक्तीगत संपर्क	लोकांशी जास्त संपर्क	लोकांशी प्रत्यक्ष संबंध कमी
व्यवसाय चक्रं	व्यवसाय प्रक्रियेत अनेक प्रकारे संबंध येतो. त्यामुळे व्यवसाय चक्र जास्त काळ चालते	व्यवसाय प्रक्रियेत संबंध कमी येतो कारण त्याच वेळी प्रक्रिया पूर्ण झालेली असते.
सरकारी मदत	सरकारची मदत कमी	माहिती तंत्रज्ञान क्षेत्राला सरकारची मदत ज्यादा प्रमाणावर मिळते.
जगाशी संपर्क	पारंपारिक व्यवसायाचा जगाशी संपर्क कमी	इंटरनेट. ई-कॉमर्समुळे जगांशी संपर्क मोठ्या प्रमाणावर

उद्योग आणि वाणिज्य

इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स म्हणजेच ई-कॉमर्स :

इलेक्ट्रॉनिक व्यवसायाला उपयुक्त प्रकार असून इलेक्ट्रॉनिक इंटरनेटच्या खरेदी, विक्री, उत्पादन व सेवा यांचे आदान प्रदान करता येते. प्रत्यक्षात ई-व्यवसायात ही नविन पद्धत वारंवार वापरताना दिसून येते. किरकोळ विक्रीसाठी सुद्धा ऑनलाइन पद्धतीचा काही वेळा वापर करताना दिसून येत आहे.

ई-कॉमर्स म्हणजे इलेक्ट्रॉनिक माध्यमाद्वारे आर्थिक व्यवहार करणारे साधन होय. इंटरनेट सुविधेमुळे वाणिज्य क्षेत्राला मोठ्या प्रमाणावर यश मिळालेले आहे. ई-कॉमर्सच्या मध्यमातून खरेदीसाठी ऑनलाइनचा वापर केला असून त्याकरिता वर्ल्ड वाईड वेब या संकेत स्थळाचा उपयोग होतो.

ई- वाणिज्य प्रामुख्याने चार प्रकारात विभागली आहे

१. B 2 B २. B 2 C ३. C 2 B ४. C 2 C

ई-कॉमर्सचे प्रकार

B 2 B (व्यवसाय ते व्यवसाय) कंपनी अनेक प्रकारचे व्यवसाय एकमेकामध्ये करतात. उत्पादक वितरकांना, घाऊक व्यापारी किरकोळ व्यापाऱ्यांना मालाची विक्री करतात. मालाची किंमत ही मालाच्या खरेदीचे प्रमाण यावर अवलंबून असते. तसेच मालाच्या किंमतीबाबत कमी जास्त प्रकार असतो.

B 2 C (व्यवसाय ते ग्राहक) व्यापारी मालाची विक्री लोकांना करतात. त्यावेळी दुकानदार मालाचे दरपत्रक वापरतात. त्यासाठी दराचे सॉफ्टवेअर पत्रक असते. ग्राहक त्या आधारे खरेदीचे व्यवहार करतात.

Business	व्यावसायिक B 2 B व्यवसाय ते व्यवसाय	व्यवसाय B 2 C व्यवसाय ते ग्राहक
	Customer C 2 B ग्राहक ते व्यवसाय	C 2 C ग्राहक ते ग्राहक

ई-कॉमर्सचे प्रकार

C 2 B (ग्राहक ते व्यवसाय) ग्राहक ऑनलाइनद्वारे आपल्या खरेदीचे अंदाज सादर करतात. थोड्याच वेळात कंपनी त्याची पाहणी करून ग्राहकांच्या गरजेचा विचार करून किंमत सांगतात. ग्राहक कंपन्यांनी दिलेल्या किंमतीची पाहणी करून आपली मागणी नोंदवितात. या सुविधेमुळे ग्राहकाला जगातील कोणत्याही ठिकाणाहून आपले व्यवहार करता येणे शक्य झाले आहे.

C 2 C (ग्राहक ते ग्राहक) ग्राहक वेगवेगळ्या संकेत स्थळावरून वैयक्तिक खरेदी विक्री ऑन लाइन पैसे देऊन करू शकतात. या प्रकारात ग्राहकांनी पैसे भरल्यानंतर व पैसे मिळाल्यानंतर व्यवहार

विभाग १

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती



टिपा

विभाग १

व्यवसाय स्वरूप आणि व्याप्ती



टिपा

उद्योग आणि वाणिज्य

सहजपणे पूर्ण होतात. सन १९९५ पासून लिलावामधून अनेक व्यक्ती एकमेकामध्ये व्यवहार करू लागले आहेत.

कंपन्या आपल्या कामगारांना अंतर्गत नेटवर्कद्वारे आपली उत्पादने देण्याची तयारी दर्शवितात. त्यासाठी कामगारांनी ऑनलाइन सुविधा वापरण्याची आवश्यकता नसते.

दुसऱ्या प्रकारात ई-कॉमर्सचा सहभाग सरकारसाठी आहे. व्यावसायिकाकडून कर भरणा, नोंदणी फी व नूतनीकरणाचे पैसे भरणे इत्यादी करिता ई-कॉमर्स प्रणालीचा वापर दिसून येतो. हा ई-कॉमर्सचा प्रकार हा अतिरिक्त प्रकारापैकी एक आहे.

G 2 G (सरकार ते सरकार) G 2 E (सरकार ते कर्मचारी) G 2 B (सरकार ते व्यवसाय)
G 2 C (सरकार ते नागरीक) C 2 G (नागरीक ते सरकार)

२.९ ई - कॉमर्सचे फायदे

आपणास हे समजले असेल की व्यवसायातील व्यवहारामध्ये इलेट्रॉनीक्स व्यवहाराला भरपूर वाव आहे. ई-कॉमर्स व्यवहार घाऊक व्यापारी तसेच किरकोळ व्यापारी यांना उपयुक्त आहे. जगातील कोणत्याही भागातून कोणत्याही वेळेला इंटरनेटद्वारे खरेदी विक्रीचे व्यवहार करता येतात.

१. **निवडीसाठी भरपूर पर्याय :** संगणकाच्या साहाय्याने आधुनिक नेटवर्क पद्धतीमुळे राष्ट्रीय तसेच जगामध्ये व्यावसायिक व्यवहार करू शकतात. यामुळे ग्राहकांना वस्तू व सेवांची खरेदी करताना भरपूर पर्याय उपलब्ध झालेत. अशा प्रकारे व्यावसायिकांना देखील त्यांच्या उत्पादन व सेवांना मोठी बाजारपेठ उपलब्ध झाली.
३. **ग्राहकांना दिल्या जाणाऱ्या सेवामध्ये सुधारणा :** मालाची विक्री करणारे ग्राहकांना अनेक प्रकारचे पर्याय उत्पादन व सेवा बाबत देऊ शकतात. मालाची विक्री करण्यापूर्वी किंवा विक्री केल्यानंतर देखील उत्पादनाविषयी माहिती, मार्गदर्शन, वापर त्याबरोबर ग्राहकांच्या उत्पादन व सेवाबाबत दर्जाविषयीच्या शंका इ. बाबत माहिती देऊ शकतात.
४. **ग्राहकांच्या गरजांना त्वरीत प्रतिसाद :** ई-कॉमर्समुळे नेहमीच्या खरेदी विक्रीसाठी लागणाऱ्या वेळेपेक्षा कमी वेळ लागतो. उत्पादक वितरण साखळीतील मध्यस्थांचे उच्चाटन करून थेट ग्राहकांना उत्पादन व सेवा देऊ शकतात.
५. **खर्चात बचत करून मालाची किंमत कमी करणे :** ई-कॉमर्स मार्फत केलेल्या व्यवहारामुळे खर्चात बचत होते. व्यापाऱ्यांना आपला माल शोरूम मध्ये ठेवावा लागत नाही किंवा मोठ्या प्रमाणावर मालाची साठवणूक करावी लागत नाही. व्यवहारामध्ये कमीतकमी कर्मचाऱ्याची गरज भासते. अशाप्रकारे उत्पादन खर्चात बचत होते. त्यामुळे ग्राहकांना कमी किंमतीत माल मिळण्याची सोय होते.
६. **बाजारपेठची माहिती :** ई-कॉमर्समुळे बाजारपेठेतील माहितीचे दालन खुले झाले असून त्यामुळे व्यावसायिकांना ग्राहकांच्या गरजा, नविन उत्पादन व चांगल्या सेवा इ. बाबत माहिती मिळू लागली.

विभाग १

व्यवसाय स्वरूप आणि
व्याप्ती



टिपा

उद्योग आणि वाणिज्य



प्रथम सत्र प्रश्न

१. व्यवसाय म्हणजे काय ? व्यवसायाच्या वेगवेगळ्या प्रकारांचे वर्णन करा .
२. ई कॉमर्स म्हणजे काय ? ई कॉमर्सचे फायदे सांगा .
३. उद्योग म्हणजे काय ? उद्योगाचे विविध प्रकार सांगा .
४. ई कॉमर्सचे प्रकार कोणते ते लिहा .
५. व्यापाराला मदत करणारे घटक कोणते ते स्पष्ट करा .
६. तुम्ही व्यावसायिक म्हणून दररोजच्या व्यवहारात व्यापारास मदत करणाऱ्या कोणत्या घटकाचा उपयोग करता टिपणी लिहा .



पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्नांची उत्तरे

२.१

- | | |
|------------------------|------------------|
| १. अ. उत्पादन | ब. वितरण |
| क. घाऊक व्यापारी | ड. वाहतूक |
| २. अ. दालमिया ऑईल मिल | ब. रूची ऑईल डेपो |
| क. वालाजी किराणा दुकान | ड. मिसेस प्रिती |

२.२

१. ड २. अ ३. अ ४. अ ५. अ

तुमच्यासाठी पुढील कृती करा .

तुम्ही ज्याठिकाणी कार्यरत आहात त्याठिकाणी चालणाऱ्या व्यावसायिक कृती ओळखा . (कोणत्याही पाच .)

त्यांचे उद्योग आणि वाणिज्य यामध्ये वर्गीकरण करा .

जे उद्योग कार्यरत आहेत ते कोणत्या प्रकाराचे आहेत ते पुढील प्रकारानुसार सांगा .

१. प्राथमिक २. दुय्यम ३. प्रादेशिक

विभाग २

व्यवसाय संघटनेची रचना

व्यवसाय संघटनाची रचना ही आकार, मालकी, व्यवस्थापकीय गरजा या बाबीवर अवलंबून असते. व्यक्तिगत (एकल) व्यापारी संस्था, भागीदारी संस्था, अविभक्त कुटूंब पद्धती, सहकारी संस्था, संयुक्त भांडवली संस्था (कंपनी) या प्रकरणांचा अभ्यास केल्यानंतर अध्ययन विद्यार्थी वेगवेगळ्या प्रकारांमध्ये व्यवसायाचे वर्गीकरण करू शकतात.

प्रकरण ३ रे : व्यक्तिगत (एकल) व्यापारी संस्था, भागीदारी संस्था, अविभक्त हिंदु कुटुंब पद्धती

प्रकरण ४ थे : सहकारी संस्था, संयुक्त भांडवली संस्था (कंपनी)

Success Stories



Kavya Madhavan
Enrolment No. 090008103065

Kavya Madhavan is a highly acclaimed actress in the Malayalam film world. Making her debut as a child artiste, Kavya quickly managed to find a place in the hearts of Malayalees. However, all this was at the cost of dropping out of school at the Secondary level. Like many others, she too nurtured a dream of acquiring a college degree. Motivated to join the National Institute of Open Schooling (NIOS), Kavya Madhavan appeared for the Senior secondary level examination in Malayalam medium and emerged successful. But this was not achieved easily, she says.

Thanks to the Open Schooling system, Kavya Madhavan has now registered for B.Com in M.G. University, Kottayam, Kerala.



Ganesh
Enrolment No. Secondary Course: 25001292005
Senior Secondary Course: 250012103570

Ganesh has cleared the Secondary course of NIOS with first division and has now appeared in 4 subjects of Senior Secondary course. What differentiates Ganesh from other students is that he is suffering from a non-healing ulcer of bone infection. There is no treatment for his ailment; his lower part below the belt has not grown. The puss leaks from his body continuously. He cannot move, and even has no sensation in the lower part of his body. He has to be carried to be moved from one place to another.

However, support from his family members and the Chief Commissioner of Disabilities facilitated his enrolment as a student under Sarva Shiksha Abhiyan as a private candidate, thereby enabling him to clear Class 5 and Class 8. It was at this point that NIOS came to his rescue by providing the flexibility of studying at his own pace through credit accumulation. He could also study subjects of his own choice and was further allowed to appear for the examination in his house. UT Chandigarh continued to support him by providing him with the facility of tutors, who taught him Maths and Science.

With a keen interest in religion, he has read about the various *Puranas*, *Ramayana* etc., from which he has derived a lot of internal strength.

Ganesh is certainly determined to study further and wishes to pursue a course in Computer Science after clearing his Senior Secondary course from the NIOS.



3

एकल व्यापारी व्यवसाय, भागीदारी, अविभक्त हिंदु कुटुंब

दररोजच्या गरजेच्या वस्तु खरेदीसाठी आपण बाजारपेठेत जातो. बाजारपेठेत आपणास विविध प्रकारची लहान मोठी दुकाने दिसतात. काही व्यक्ती रस्त्याच्या कडेवर भाजीपाला,

वर्तमानपत्रे, फळे विकताना आपण पाहतो. फुटपाथवर जोडे शिवणारा चांभार सुद्धा आपण पाहतो. तुमच्या वस्तीत अशा प्रकारची दुकाने नेहमीच पाहायला मिळतात. परंतु हे व्यवसाय कसे चालविले जातात याची माहिती होण्याचा प्रयत्न तुम्ही केलाय काय ? या व्यवसायाचे मालक कोण आहेत ? व्यवसायामध्ये मालक नक्की काय करतो ? तुम्ही म्हणाल व्यवसाय सुरू करण्यासाठी भांडवल गुंतवितो. व्यवसायातील दररोजचे कामकाज पाहतो आणि शेवटी नफा व तोटयास जबाबदार असतो. होय तुम्ही आणखी सखोल माहिती घेतल्यास तुम्हाला समजेल की काही व्यवसायामध्ये एकच व्यक्ती सर्व व्यवसायकार्याचे व्यवस्थापन करतो. नियंत्रण करतो यालाच एकल व्यापारी असे म्हणतात. इतर काही व्यवसायामध्ये एका व्यक्तीबरोबर दुसऱ्या व्यक्ती एकत्र येवून नफा तोटा विभाजन करण्याच्या उद्देशाने करार करतात त्यालाच भागीदारी संस्था असे म्हणतात. व्यवसाय संघटनेतील दुसरा प्रकार म्हणजे एकत्र हिंदू कुटुंब.

व्यवसाय संघटनेत कर्ता हा महत्वाचा घटक आहे. कर्त्याच्या मार्गदर्शनाप्रमाणे व्यवसायाचा कारभार चालतो. कुटुंबातील सर्व सदस्य आपुलकीने व्यवसायाला मदत करतात यालाच अविभक्त हिंदू कुटुंब पद्धतीचा व्यवसाय असे म्हणतात.

आपण या पाठात इतर व्यवसाय संघटनांचे प्रकार विस्तृत शिकू या.



उद्दिष्ट्ये

या प्रकरणाचा अभ्यास केल्यास तुम्ही शिकाल.

- एकल व्यापारी व्यवसाय संघटन प्रकाराचा अर्थ
- एकल व्यापारी व्यवसाय संघटनेची वैशिष्ट्ये
- एकल व्यापारी व्यवसाय संघटनेची फायदे तोटे
- भागीदारी व्यवसाय संघटनेची वैशिष्ट्ये

विभाग २

व्यवसाय संघटनेची रचना



टिपा

एकल व्यापारी व्यवसाय, भागीदारी अविभक्त हिंदु कुटुंब

- भागीदारी व्यवसाय संघटनेचे फायदे तोटे
- मर्यादित भागीदारीची संकल्पना आणि मर्यादित जबाबदारीची वैशिष्ट्ये
- संयुक्त हिंदु कुटुंब पद्धतीचा अर्थ, वैशिष्ट्ये, फायदे, तोटे

३.१ एकल व्यापारी संघटनेचा

इंग्रजीमध्ये एकल व्यापारी संघटनेस सोल प्रोप्रायटरशिप असे म्हणतात. सोल म्हणजे एकटाच आणि 'प्रोप्रायटरशिप' म्हणजे मालकी होय. म्हणजेच केवळ एकच व्यक्ती व्यवसायाचा मालक असतो.

थोडक्यात एकल व्यापारी व्यवसाय संघटन प्रकार म्हणजे अशी व्यवसाय संघटना की ज्यामध्ये एकच मालक असतो. सर्व व्यवसाय कार्यांचे व्यवस्थापन करतो, नियंत्रण करतो. एकल व्यापारी व्यवसायाच्या मालक व चालक व्यक्तीस एकल व्यापारी असे म्हणतात. एकल व्यापारी पद्धतशीरपणे साधन सामुग्रीचे एकत्रीक व संघटन करतो.



एकल व्यापारी व्यवसायीक

३.२ एकल व्यापारी व्यवसायाची वैशिष्ट्ये

एकल व्यापारी व्यवसाय संघटन प्रकाराची खालील वैशिष्ट्ये आहे.

१. **सुलभ स्थापना** : एकल व्यवसाय संघटना स्थापन करणे सोपे आहे. एकल व्यवसाय संघटनेसाठी स्वतंत्र कायदा नाही. गुंतागुंतीचे अडथळे नाहीत. नोंदणीची सक्ती नाही. इतर व्यवसाय संघटनेच्या प्रकाराशी तुलना केली आता एकल व्यापारी संघटना स्थापन करणे सोपे आहे.
२. **वैयक्तिक मालकी / एकट्याची मालकी** : एकल व्यापारी व्यवसाय फक्त एकाच व्यक्तीच्या मालकीची असते. व्यवसायाच्या सर्व संपत्ती व मालमत्तेचा तो एकटाच मालक असतो म्हणून व्यवसायातील सर्व जोग्द्वीम त्याला एकट्यालाच सहन करावी लागते. थोडक्यात एकल व्यापाऱ्याच्या मृत्युने किंवा इच्छेप्रमाणे एकल व्यापाऱ्याचा व्यवसाय संपुष्टात येतो.
३. **नफा तोट्याची विभागणी नाही** : एकल व्यापारी व्यवसायामध्ये होणारा सर्व नफा एकल व्यापाऱ्यास मिळतो. त्याचप्रमाणे जर व्यवसायात तोटा झाल असेल तर एकट्यालाच सहन करावा लागतो. व्यवसायातील नफा तोट्यात एकल व्यापाऱ्याशिवाय इतर कोणीही सहभागी होऊ शकत नाही.
४. **एका व्यक्तीचे भांडवल** : एकल व्यापारी व्यवसायासाठी आवश्यक असलेल्या सर्व भांडवलाची तरतूद एकल व्यापाऱ्यास एकट्यालाच स्वतःला करावी लागते. तसे व्यक्तिगत साधन संपत्तीतून, कर्जरूपाने किंवा मित्र नातेवाईक बँक व इतर अर्थ संस्थातून उसनवार भांडवल आणतो.

- ५ . **एक व्यक्ती नियंत्रण** : एकल व्यापारी व्यवसायामध्ये संपूर्ण नियंत्रण हे एकल व्यापाऱ्याचेच असते . एकल व्यापारी व्यवसाय चालवण्यासाठी आवश्यक असलेले सर्व निर्णय मालक एकट्यानेच घेतो आवश्यक वेळी तज्ञांचा सल्ला तो घेऊ शकतो .
- ६ . **अमर्यादित देयता** : एकल व्यापाऱ्याची जबाबदारी / देयता अमर्यादित असते . म्हणजेच जर व्यवसायात तोटा झाल्यास व्यवसायाची देणी देण्यासाठी व्यवसायाच्या मालमत्तेवरोवरच मालकाची खाजगी मालमत्ता वापरली जाते .

३.३ एकल व्यापारी व्यवसायाचे फायदे

एकल व्यापारी व्यवसाय संघटन प्रकार हा साधा व आपल्या देशातील प्रचलित प्रकार आहे . याचे फायदे खालीलप्रमाणे आहेत .

- १ . **स्थापना व बंद करणे सुलभ** : एकल व्यापारी व्यवसाय संघटनेची स्थापना अतिशय सोपी आहे . अगदी कमीतकमी भांडवल रकमेत तुम्ही व्यवसायाची सुरवात करू शकतात . स्थापनेप्रमाणेच व्यवसाय बंद करणे हे अतिशय सोपे आहे . तुम्ही तुमच्या एकट्याच्या स्वतःच्या मर्जीनुसार केंव्हाही स्थापन करू शकता किंवा बंद करू शकता .
- २ . **प्रत्यक्ष प्रेरणा** : व्यवसायात होणारा सर्व नफा हा एकट्यालाच मिळतो व तोटाही एकटाच सहन करतो असे असले तरी एकल व्यापारी व्यवसायामध्ये श्रम व बक्षीस याचा प्रत्यक्ष संबंध आहे . जर त्याने जास्त नफा मिळण्याची शक्यता आहे . आणि अर्थातच तो एकटाच लाभार्थी असतो .
- ३ . **त्वरित निर्णय क्षमता** : एकल व्यापारी व्यवसाय संघटनेतील मालक व्यवसायाचे व्यवस्थापन करतो . व्यावसायिक निर्णय तोच घेतो . निर्णयांची अंमलबजावणी तोच करतो . निर्णयाची अंमलबजावणी करताना निर्माण होणारे प्रासंगिक अडथळे स्वतःच दूर करतो .
- ४ . **चांगले नियंत्रण** : एकल व्यापारी व्यवसाय संघटनेत व्यवसायातील सर्व विभागाचे व्यवस्थापन एकटाच बघतो . व्यवसायातील एकच व्यक्ती व्यवसायाचे नियोजन आयोजन करतो आणि प्रत्येक कार्यात स्वतःच लक्ष घालतो . म्हणून त्याच्याकडे सर्व अधिकार असल्याने व्यवसायातील चांगले नियंत्रण ठेवण्यास मदत होते .
- ५ . **व्यवसायातील गुप्तता पाळणे** : एकल व्यापारी व्यवसाय संघटनेत एकच व्यापार करत असल्याने त्याचे नियोजन त्याच्याकडेच आहे म्हणून आयोजन नियंत्रण हे त्याच्या हातात असते त्यामुळे दुसऱ्यांना माहिती सांगण्याची कुठलीच गरज पडत नाही .
- ६ . **व्यक्तीगत संबंध** : एकल व्यापारी व्यवसायातील सर्व गोष्टी स्वतःच पाहते . पुरवठादार, ग्राहक, सेवक यांच्याशी त्यांचे प्रत्यक्ष संबंध येतात त्यामुळे त्या व्यक्ती ग्राहकांच्या आवडी निवडी कळतात . त्यामुळे संबंध दृढ होतात आणि व्यवसाय चांगला चालण्यास मदत होते .



विभाग २

व्यवसाय संघटनेची रचना



टिपा

एकल व्यापारी व्यवसाय, भागीदारी अविभक्त हिंदु कुटुंब

- ७ . **स्वयं रोजगार :** एकल व्यापारी व्यवसाय संघटनेमुळे रोजगाराची निर्मिती होते . कधीकाळी स्वतः दुसऱ्यांना नोकरीच्या संधी उपलब्ध करून देतो . तुम्ही कधीकाळी असे बघितले असेल की बऱ्याच दुकानांमध्ये बरेच नोकर काम करताना दिसतात . ही आपल्या देशातील गरिबी आणि बेरोजगारी कमी करते .

३.४ एकल व्यापारी व्यवसायाचे तोटे

वरील एकल व्यापारी व्यवसायाच्या फायद्यानुसार आपण असे ठरवू शकतो की, एकल व्यापारी हा सर्वोत्तम व्यवसाय संघटन प्रकार आहे . परंतू प्रत्येक मालकी प्रकाराला मर्यादा असतात आणि एकल व्यापाऱ्याला कुठलाच पर्याय नसतो . तरी आपण याचे तोटे शिकू या .

- १ . **मर्यादीत भांडवल :** एकल व्यापारी व्यवसायात एकच व्यक्ती भांडवल पुरवत असते . हेच एका व्यक्तीला मोठ्या प्रमाणावर भांडवल उभे करणे अशक्य असते . मालकाची स्वतःची मालमत्ता आणि त्याचे कर्ज कदाचित व्यवसायाच्या वाढीसाठी कमी पडू शकते .
- २ . **सातत्याचा अभाव :** एकल व्यापार हा मालकावर अवलंबून असतो . तेव्हा तो एकल व्यापारी मालकाचा मृत्यू होतो तेव्हा व्यवसाय बंद करण्याची स्थिती निर्माण होते .
- ३ . **मर्यादीत आकार :** एकल व्यापारी व्यवसाय संघटनेत अनेक प्रकारच्या मर्यादा येतात व्यक्तीगत व्यापाऱ्याला व्यवसायातील सर्व गोष्टींवर नियंत्रण ठेवावे लागते काही वेळा परिस्थितीमुळे शक्य होत नाही . त्यामुळे व्यवसायाला तोटे सहन करावे लागतात .
- ४ . **व्यवस्थापनेचा अभाव :** एकल व्यापार करणारी व्यक्ती प्रत्येक नियोजनात, आयोजनात तरबेज असेलच असे नाही . तो ती व्यवस्थापनात हुशार असू शकेल पण कदाचित बाजारपेठेत कमी पडू शकतो .



३.१ पाठ्य पुस्तकावर आधारीत प्रश्न

एकल व्यापारी व्यवसायाशी संबंधित योग्य शब्दांचा वापर करून मोकळ्या जागा भरा .

- १ . व्यवसायाची मोठ्या प्रमाणावर वाढ करण्यासाठी एकल व्यापारी पुरेसे जमा करू शकत नाही .
- २ . व्यवसायाचे अस्तित्व हे च्या आयुमर्यादेवर अवलंबून असते .
- ३ . मर्यादीत अर्थपुरवठा व मालकाच्या कुशलतेवर मर्यादा यामुळे व्यवसायास धंदेवाईक कुशल ची उणीव भासते .
- ४ . साध्या व्यवसायासाठी हा व्यवसाय प्रकार योग्य आहे की जिथे कौशल्याची गरज असते .
- ५ . ज्या मालाची बाजारपेठ व असते अशा बाजारपेठेतील गरज एकल व्यापारी व्यवसाय संघटन प्रकारामार्फत पूर्ण केली जाते .

३.५ भागीदारीचा अर्थ

एकल व्यापारी संघटन प्रकारातील मर्यादाचा तुम्ही अभ्यास केला आहे. एकल व्यापारी व्यवसाय संघटन प्रकारामध्ये आर्थिक व व्यवसायाची वाढ या संघटन प्रकारात शक्य नाही या मर्यादा दूर करण्यासाठी वेगळा भागीदारी व्यवसाय संघटन प्रकार अस्तित्वात आला आहे.

समजा तुम्हाला तुमच्या वस्तीत उपहारगृह सुरु करायचे आहे तुम्हाला विविध वस्तु एकत्रीत कराव्या लागतील व्यवसाय सुरु करण्यासाठी आवश्यक भांडवल जमविणे आणि एकट्याने व्यवसाय चालविणे अशक्य असल्याचे तुम्हाला जाणवेल तुम्ही तुमच्या मित्राबरोबर व्यवसाय सुरु करण्याची बोलणी बोलतात आवश्यक असलेल्या



भागीदारी संस्था

वस्तु व पैसा जमा करून तुम्ही सर्वजण उपहारगृह चालविण्यास तयार झालात. सर्वांनी मिळून मालक होण्याचे व नफा तोटा वाटून घेण्याचे ठरविले. तुमची ही कृती म्हणजे व्यवसाय संघटनेचा आणखी एक प्रकार आहे. यालाच भागीदारी असे म्हणतात.

भागीदारी ही प्रामुख्याने दोन किंवा दोनपेक्षा जास्त व्यक्तींमधील संबंध आहे. की जे नफा मिळविण्याच्या उद्देशाने व्यवसाय संघटना स्थापन करून एकत्रीत भागीदारीत सामील होणाऱ्यांना व्यक्तिशः 'भागीदार' आणि सामुदायीक "भागीदारी संस्था" असे म्हणतात. ज्या नावाने व्यवसाय चालविला जातो त्यास 'भागीदारीचे किंवा भागीदारी संस्थेचे नाव' असे म्हणतात. सुलतानचांद आणि कंपनी, रामलाल आणि कंपनी, गुप्ता आणि कंपनी इ. काही भागीदारीची नावे आहेत.

भारतीय भागीदारी कायदा १९३२ च्या तरतुदीनुसार भागीदारी संस्था चालविली जाते. भारतीय भागीदारी कायदा १९३२ कलम ४ प्रमाणे भागीदारी म्हणजे "सर्वातर्फे एकाने किंवा काहींनी किंवा सर्वांनीच चालविलेल्या व्यवसायातील नफ्याची आपापसांत वाटणी करण्याचे ज्या ज्या व्यक्तींनी ठरविले आहे त्या त्या सर्व व्यक्तींच्या परस्परातील संबंध होय."

३.६ भागीदारी व्यवसाय संघटन प्रकाराची वैशिष्ट्ये

भागीदारी व्यवसाय संघटन प्रकाराची थोडक्यात माहिती घेतल्यानंतर आपण या व्यवसाय संघटन प्रकारांच्या वैशिष्ट्यांची ओळख करून घेऊ या.

१. **दोन किंवा दोनपेक्षा जास्त सभासद :** भागीदारी व्यवसाय संघटन प्रकारात कमीत कमी २ सभासद आवश्यक असतात. परंतु बँक व्यवसायामध्ये १० व इतर व्यवसायामध्ये २० सभासदांची गरज असते.



विभाग २

व्यवसाय संघटनेची रचना



टिपा

एकल व्यापारी व्यवसाय, भागीदारी अविभक्त हिंदु कुटुंब

- २ . **करार :** जेव्हा तुम्ही भागीदारी स्थापन करण्यासाठी एकत्रित याल तेव्हा प्रथम तुमच्या सर्वांमध्ये करार करणे आवश्यक आहे . या करारात असेल .
- अ . प्रत्येक भागीदाराने आणलेली भांडवलाची रक्कम
ब . नफा तोटा विभागणी प्रमाण
क . भागीदारांना द्यावयाचा पगार , कमीशन इ .
ड . व्यवसायाची मुदत
इ . भागीदारी संस्था व भागीदार याची नावे व पत्ते
फ . प्रत्येक भागीदाराची कर्तव्ये व अधिकार
ज . व्यवसायाचे स्वरूप व ठिकाण
ह . व्यवसाय चालविण्यासाठी आवश्यक इतर अटी व शर्ती
- ३ . **कायदेशीर व्यवसाय :** कायदेशीर व्यवसाय करण्यासाठी भागीदार एकत्र येवून भागीदारी चालवू शकतात . काळाबाजार, तस्करी हे कायद्याच्या दृष्टीने भागीदारी व्यवसाय म्हणता येणार नाही . तसेच समाजकार्य व परोपकारी धर्मादाय कार्य यास ही भागीदारी म्हणता येणार नाही तर भागीदारी ही कायदेशीर असावी लागते .
- ४ . **नफ्याची विभागणी :** ठरलेल्या प्रमाणानुसार नफ्याची विभागणी सर्व भागीदारामध्ये करणे हे भागीदारीचे मुख्य वैशिष्ट्ये आहे . नफा विभागणीची तरतुद भागीदारीच्या करारात नसल्यास नफ्याची विभागणी सर्व सभासदांमध्ये सम प्रमाणात केली पाहिजे .
- ५ . **अमर्यादीत देयता :** एकल व्यापाऱ्यांप्रमाणेच भागीदारांची देयता (जबाबदारी) अमर्यादित असते . म्हणजेच व्यवसायाची देणी भागविण्यासाठी व्यवसायाची मालमत्ता व्यवसायाची देणी भागविण्यासाठी व्यवसायाची मालमत्ता पुरेशी नसल्यास भागीदारांची वैयक्तिक मालमत्ता व्यवसायाची देणी देण्यासाठी वापरली जाते .
- ६ . **ऐच्छिक नोंदणी :** तुमच्या भागीदारीची नोंदणी केलीच पाहिजे अशी सक्ती नाही असे असले तरी नोंदणी न केल्यास काही फायदे मिळणार नाहीत . त्यासाठी नोंदणी करणे इष्ट/अपेक्षित आहे . नोंदणी न केल्याचे परिणाम खालील प्रमाणे आहेत .
- अ . तुमची भागीदारी संस्था त्रयस्थ व्यक्ती विरुद्ध पैसे वसुलीसाठी न्यायालयात दावा दाखल करू शकत नाही .
ब . भागीदारामध्ये वाद निर्माण झाल्यास न्यायालयात दावा दाखल करून वाद सोडविता येत नाही .
क . भागीदारामधील रकमेच्या देवाण घेवाण संदर्भात न्यायालय तडजोड करू शकत नाही .
- ७ . **प्रधान - अभिकर्ता संबंध :** सर्व भागीदार भागीदारी व्यवसायाचे संयुक्त मालक असतात प्रत्यक्ष व्यवस्थापनात भाग घेण्याचा अधिकार प्रत्येक भागीदारास असतो . भागीदारीच्या वतीने काम करण्याचा अधिकार प्रत्येक भागीदारास असतो . भागीदारीच्या वतीने काम

एकल व्यापारी व्यवसाय, भागीदारी अविभक्त हिंदु कुटुंब

करण्याचा अधिकार प्रत्येक भागीदारास असतो. तेव्हा तो इतर भागीदाराचा प्रतिनिधी म्हणून काम करतो. त्याचवेळी इतर भागीदार प्रधान भागीदार समजण्यात येतात म्हणजेच प्रत्येक भागीदारीत प्रधान भागीदार समजण्यात येतात. म्हणजेच प्रत्येक भागीदारीत प्रधान - अभीकर्ता संबंध असतो.

८. **व्यवसायातील सातत्य** : भागीदाराचा मृत्यु दिवाळखोरी वेडेपणामुळे भागीदारी व्यवसाय विसर्जित करावा लागतो. केवळ भागीदारांच्या इच्छेवर भागीदाराचे सातत्य अवलंबून असते. कोणत्याही वेळी भागीदारी विसर्जित करण्याचा निर्णय ते घेऊ शकतात.

विभाग २

व्यवसाय संघटनेची रचना



टिपा

३.७ भागीदारी व्यवसाय संघटन प्रकाराचे फायदे

भागीदारी व्यवसाय संघटन प्रकाराचे काही फायदे खालीलप्रमाणे आहेत :

१. **सुलभ स्थापना** : कोणत्याही कायदेशीर तरतुदींची पूर्तता न करता एकल व्यापारी व्यवसायाप्रमाणे भागीदारीची सहजपणे स्थापना करता येते. भागीदारीची नोंदणी करणे सक्तीचे नाही. एक साधा, तोंडी किंवा लेखी करार भागीदारी निर्मातीस पुरेसा ठरतो.
२. **जास्त साधनांची उपलब्धता** : दोन किंवा जास्त भागीदार एकत्र येत असल्याने भागीदारीस एकल व्यापारी संघटनेच्या तुलनेत मोठ्या प्रमाणावर साधनसामुग्री उपलब्ध होते. मोठ्या प्रमाणावर भांडवल, श्रम व वेळ भागीदार भागीदारीस देऊ शकतात.
३. **योग्य निर्णय** : भागीदार हे व्यवसायाचे मालक असतात. व्यवस्थापनात भाग घेण्याचा प्रत्येक भागीदारास समान हक्क आहे. वाद निर्माण झाल्यास ते एकत्रित येऊन सोडवतात. ज्या अर्थी सर्व भागीदार निर्णय प्रक्रीयेत भाग घेतात तेव्हा निष्काळजी व अविचारी उतावीळ निर्णयास वाव नसतो.
४. **तोट्याची विभागणी** : भागीदारी व्यवसायामध्ये सर्व भागीदार धोका तोटा विभागून स्विकारतात. उदा: जर तीन भागीदार असतील आणि भागीदारीला १२,००० रु तोटा झाला तर सर्व भागीदार हा तोटा विभागून सहन करतील. प्रत्येकाला वैयक्तिक रु ४००० तोटा सहन करावा लागेल.

३.८ भागीदारी व्यवसाय संघटन प्रकाराच्या मर्यादा

वरील प्रमाणे भागीदारीचे काही फायदे असले तरी भागीदारीत काही तोटे / मर्यादा सहन कराव्या लागतात. या मर्यादा विषयी आपण चर्चा करू या.

१. **अमर्यादीत देयता** : व्यवसायाची देणी देण्यासाठी सर्व भागीदार सामुहीक व वैयक्तीक जबाबदार असतात ही जबाबदारी अमर्यादीत असते. थोडक्यात सर्व भागीदारांमध्ये देणी विभागली जातात किंवा एखाद्या भागीदारास सुद्धा त्याच्या खाजगी मालमत्तेतून सर्व देणी द्यावी लागतात.

विभाग २

व्यवसाय संघटनेची रचना



टिपा

एकल व्यापारी व्यवसाय, भागीदारी अविभक्त हिंदु कुटुंब

- २ . **अनिश्चित स्थैर्य :** भागीदारीत भागीदारांपासून स्वतंत्र कायदेशीर अस्तित्त्व किंवा दर्जा नाही . भागीदाराचा मृत्यु, दिवाळखोरी, अकार्यक्षमता, निवृत्ती, इ . मुळे भागीदारी संपुष्टात येते . त्याचप्रमाणे मतभेद असलेला कोणताही भागीदार कोणत्याही वेळी भागीदारी विसर्जित करण्याची सूचना देऊ शकतो .
- ३ . **मर्यादीत भांडवल :** जास्तीत जास्त २० च भागीदार एकत्रीत येत असल्याने भांडवल उभारणीची क्षमता मर्यादीत असते . मोठ्या प्रमाणावर व्यवसाय सुरू करणे शक्य होत नाही .
- ४ . **भाग हस्तांतर नाही :** जर तुम्ही एखाद्या भागीदारीचा भागीदार असाल तर तुम्ही तुमच्या भागीदारीतील भाग / हिस्सा / हितसंबंध इतर सर्व भागीदारांच्या संमतीशिवाय त्रयस्थ व्यक्तीला विकू शकत नाही किंवा हस्तांतर करू शकणार नाहीत . भागीदारीतून निवृत्त होऊ इच्छिणारा किंवा स्वतःचा हिस्सा त्रयस्थ व्यक्तीस विकू इच्छिणाऱ्या भागीदारास हे गैरसोईचे होते .

३.९ मर्यादीत जबाबदारी भागीदारी संस्था (एल.एल.पी.)

सामुहीक व्यवसायाचे जास्तीत जास्त फायदे घेण्यासाठी उद्योजक पुढाकार घेतात तसेच त्यात नवनवीन बदल करतात आणि मर्यादीत जबाबदारीचे फायदे घेतात तर त्या संघटनेचे सदस्य भागीदार म्हणून व्यवसायात योग्य तो बदल करतात . त्यालाच मर्यादीत जबाबदारी भागीदारी संस्था असे म्हणतात .

- १ . भारतीय अर्थव्यवस्थेत आयात निर्यात धोरणांमध्ये तांत्रिक व व्यावसायिकामध्ये मनुष्यबळाची फार मोठ्या प्रमाणावर गरज लागते . भांडवल, ज्ञान व कौशल्य व्यावसायिक संधी उपलब्ध असल्याने भारतीय अर्थव्यवस्थेत वाढ होत असते . व्यवसायाला चालना व प्रेरणा देण्यासाठी परंपरागत भागीदारी संस्था अस्तित्त्वात आल्या आहेत .
- २ . भागीदारी संघटनेतील भागीदारांपैकी एका भागीदाराची जबाबदारी अमर्यादीत असते . बाकीच्या भागीदारांची जबाबदारी मर्यादीत असते . ज्या भागीदारावर अमर्यादीत जबाबदारी असते तो भागीदार हा कार्यकारी भागीदार असतो .
- ३ . मर्यादीत भागीदारी संस्था कायदा २००८ प्रमाणे काही भागीदार व्यवसायाच्या प्रत्यक्ष कामकाजात भाग घेतात . तर काही भागीदार फक्त व्यवसायात भांडवल गुंतवितात . या भागीदारी कायद्याची अंमलबजावणी ७ जानेवारी २००९ पासून करण्यात आलेली आहे .

मर्यादीत जबाबदारी असाणाऱ्या संस्थेची (एल.एल.पी.) २००८ मधील कायदेशीर वैशिष्ट्ये :

- १ . मर्यादीत जबाबदारी संघटन आणि कायदेशीर संघटना या त्यांच्या भागीदारांपासून वेगळ्या केल्या जातात . कोणतेही २ किंवा अधिक माणसे कायदेशीर व्यापार करून नफा मिळविण्याचा

प्रयत्न करतात . त्या सभासदांची नावे एका सामूहिक पत्रकात विभागली जातात आणि तीच भागीदारांची नावे नोंद वहीत नोंदविली जातात अशा रितीने मर्यादीत भागीदारी संस्था स्थापन केली जाते . त्यामुळे या संस्थेला मोठे यश प्राप्त होऊ शकेल .

- २ . मर्यादीत जबाबदारी असणाऱ्या संस्थेतील भागीदारांचे अधिकार व जबाबदाऱ्या या शासनाद्वारे कायदेशीररित्या मान्य केल्या जातात . आणि या गोष्टी एल .एल .पी . कायद्यात समाविष्ट आहेत .

या कायदानुसार शासनाद्वारे मान्य केलेल्या करारामध्ये आपल्या मतानुसार बदल करता येवू शकतो . जर एखादा करार नसल्यास त्यांचे हक्क आणि जबाबदाऱ्या हे २००८ च्या कायद्यामध्ये शासनाद्वारे हे हक्क मान्य केले जातात .

- ३ . मर्यादीत जबाबदारी असणाऱ्या भागीदारी संस्थेला कायदेशीर अस्तित्व आहे . त्यांच्या मालमत्तेची जबाबदारी मर्यादीत असते . त्या संस्थेच्या मालमत्तेचे स्वरूप स्थिर किंवा अस्थिर असते .
- ४ . प्रत्येक मर्यादीत जबाबदारी संस्थेत कमीत कमी २ भागीदार लागतात त्यातील एक भारतीय रहिवासी हवा आणि या सहभागीदारांच्या जबाबदाऱ्या कायद्यामध्ये स्पष्ट केल्या आहेत .



३.२ पाठ्य पुस्तकावर आधारित प्रश्न

कंसात दिलेल्या पर्यायातून योग्य पर्याय निवडून गाळलेल्या जागा भरा .

- अ . भागीदारीची नोंदणी करणे (सक्तीचे नाही / सक्तीचे आहे)
- ब . भागीदारी संस्था हा (लवचिक / अलवचिक) व्यवसाय संघटन प्रकार आहे .
- क . भागीदारीत, व्यावसायिक धोके सर्व भागीदारांमध्ये (विभागलेले जातात / विभागलेले जात नाहीत)
- ड . भागीदारी हे (संघटीत / वैयक्तिक) कार्य आहे .
- इ . मर्यादीत भागीदारी संस्थेची स्थापना (२००८ / २०१०)

३.१० अविभक्त हिंदू कुटुंब व्यवसाय एकत्र हिंदू कुटुंब व्यवसाय संघटना)

संयुक्त हिंदू कुटुंब व्यवसाय हा व्यवसाय संघटनेचा असा प्रकार आहे . की ज्या मध्ये या व्यवसायाची मालकी एकत्रितपणे राहणाऱ्या हिंदू कुटुंबातील व्यक्तींकडे असते . यालाच अविभक्त हिंदू कुटुंब पद्धती असे म्हणतात . हा व्यवसाय हिंदू कायदा किंवा हिंदू वारसा कायद्याच्या अंतर्गत नियंत्रीत होतो . मालमत्तेचा वारसा हक्क हा पुरुष सभासदांच्याकडे जातो .



विभाग २

व्यवसाय संघटनेची रचना



टिपा

एकल व्यापारी व्यवसाय, भागीदारी अविभक्त हिंदू कुटुंब

पूर्ण मालमत्तेचा भाग तो वडील, आजोवा यांच्यापासून येतो. म्हणून पुढील तीन यशस्वी पिढ्यांना ही मालमत्ता (व्यवसाय) वारसा हक्काने प्राप्त होतो.

संयुक्त हिंदू कुटुंब व्यवसाय चालविण्याचा हेतू म्हणजे वारसाहक्क हा पुरुष सभासदांना मिळतो. आणि या पुरुष सभासदांना सह कर्ता असे म्हणतात. सर्वात ज्येष्ठ व्यक्ती सभासदाला कर्ता असे म्हणतात.



एकत्र हिंदू कुटुंबपद्धतीचे चित्र

३.११ एकत्र हिंदू कुटुंब व्यवसाय संघटनेची

१. **जन्मापासून सभासदत्व** : एकत्र कुटुंबात जन्म घेणाऱ्या वारसांना या संघटनेचे सभासदत्व मिळते. या व्यवसायात इतर व्यक्तींच्या बरोबर सभासदत्व मिळविण्यासाठी कराराची गरज लागत नाही.
२. **व्यवस्थापन** : या व्यवसायात अनेक सहकर्ते असले तरी व्यवसाय नियंत्रीत करण्याचा अधिकार एकाच व्यक्तीकडे असतो. आणि तीच व्यक्ती कुटुंबप्रमुख किंवा कर्ता म्हणून ओळखली जाते. कुटुंबातील ज्येष्ठ व अनुभवी व्यक्ती कर्ता म्हणून काम करते. व्यवसायाचे व्यवस्थापन करताना कर्त्याने कुटुंबातील व्यक्तींच्या हितसंबंधाचे रक्षण करावे असे गृहीत धरले जाते.
३. **जबाबदारी** : एकत्र हिंदू कुटुंब व्यवसाय संघटनेत कर्त्यावर व्यवसायाची व व्यवसायाच्या कर्जफेडीची अमर्याद जबाबदारी आहे. परंतु सहकर्त्यांची जबाबदारी मात्र त्यांच्या व्यवसायातील हिश्यापुरतीच मर्यादीत असते. म्हणजेच व्यवसायातील देणी देण्यासाठी सहकर्त्याला वैयक्तिकरित्या जबाबदार धरले जात नाही.
४. **सभासद मर्यादा नाही** : एकत्र हिंदू कुटुंब व्यवसाय संघटनेत जास्तीत जास्त सभासद संख्येवर बंधन नाही. परंतु वारसाहक्कानुसार व्यवसाय पिढ्यानपिढ्या करता येतो.
५. **अज्ञान सभासद** : एकत्र हिंदू कुटुंब व्यवसाय संघटनेत जन्म घेणाऱ्या मुलांना सभासदत्व दिले जाते तेव्हा त्यांचे वय लक्षात घेतले जात नाही. जन्मापासूनच सभासदत्व मिळते.
६. **मृत्युचा परिणाम नाही** : या व्यवसाय संघटनेत कर्त्याच्या मृत्युनंतर संघटना बंद न होता वारसाहक्काने ती इतर सदस्याकडे जाते व व्यवसायाचा कारभार चालू राहतो.

३.१२ एकत्र हिंदू कुटुंब व्यवसाय संघटनेचे फायदे

१. **आर्थिक स्थैर्य** : जोपर्यंत एकत्र हिंदू कुटुंब पद्धती टिकेल तो पर्यंत हा व्यवसाय टिकेल असे म्हणता येईल. कुटुंबातील व्यक्तींच्या जन्म मृत्युमुळे या व्यवसायाच्या स्थैर्यावर कोणताच परीणाम होत नाही. इतकेच नव्हे तर सह कर्त्यांच्या कुटुंब त्यागामुळे व्यवसायाचे अस्तित्व धोक्यात येत नाही.
२. **व्यवसायातील सातत्य** : हा व्यवसाय पूर्णपणे एका कुटुंबाच्या मालकीचा असतो. त्यात कर्ता व्यावसायिक निर्णय घेत असतो. त्यामुळे व्यावसायिक गोपनीयता पाळली जाते. जर कर्ता दिवाळखोरीत निघाला तर मृत्यु पावला तर व्यवसाय बंद पडत नाही. वारसाहक्कानुसार

एकल व्यापारी व्यवसाय, भागीदारी अविभक्त हिंदू कुटुंब

कर्ता बदलला जातो. व्यवसायात सातत्य प्राप्त होते.

३. **कुटुंब समुह** : या व्यवसाय संघटन प्रकारात व्यवसायातील कार्य समुहाने केली जातात कारण कुटुंबातील प्रमुख व्यक्ती कर्ता असते त्याला इतर व्यक्तींनी (सह कर्त्यांनी) मदत करावयाची असते. ती एक प्रतिष्ठा समजली जाते.

३.१२ एकत्र हिंदू कुटुंब व्यवसाय संघटनेचे तोटे

१. **अमर्यादीत जबाबदारी** : या व्यवसाय संघटनेतील कर्त्यांवर संघटनेचे कर्ज फेडण्याची अमर्याद स्वरूपाची जबाबदारी आहे. कुटुंबातील इतर सदस्यांवर कर्ज फेडीची जबाबदारी मर्यादीत आहे. कर्ज फेडीतील अमर्यादीत जबाबदारीमुळे कर्ता व्यवसायात धाडसी निर्णय घेत नाही. वेळप्रसंगी स्वतःची मालमत्ता विकून कर्ज परत करावे लागते त्यामुळे व्यवसायाला तोटे सहन करावे लागतात.
२. **मर्यादीत भांडवल** : आधुनिक व्यवसायांना मोठ्या प्रमाणावर भांडवलाची आवश्यकता असते. एकत्र हिंदू कुटुंब व्यवसाय संघटनेला कुटुंबाच्या मालकीचे भांडवल आहे. कर्त्याला भांडवल उभारण्याची क्षमता मर्यादीत आहे. त्यामुळे व्यवसायाची वाढ होत नाही. तसेच बाहेरील व्यक्तींना व्यवसायात भांडवल गुंतवणूक करता येत नाही.
३. **प्रभावी कर्ता** : या व्यवसाय संघटन प्रक्रीयेत कर्ता प्रभावी असतो. परंतु व्यावसायिक निर्णय घेताना कदाचित अकार्यक्षम ठरू शकतो. त्यामुळे व्यवसायाला तोटे सहन करावे लागतात.
४. **व्यवस्थापन क्षमता** : या व्यवसाय संघटनेत व्यवस्थापन हे क्वचित नैसर्गिक आर्थिक तणाव जाणवू शकतो. पण व्यवस्थापन हे आर्थिक सुरक्षितता आणि प्रतिष्ठा कुटुंबातील प्रत्येक व्यक्तीला देवू शकते. या व्यवस्थापनेला भारतीय व्यापारात महत्वाचे स्थान आहे.



३.३ पाठ्य पुस्तकावर आधारीत प्रश्न

प्र.१ रिकाम्या जागी योग्य शब्द भरा.

- अ. एच यु एफ म्हणजे
- ब. मुळे यशस्वी पिढीला वारसाहक्काने मालमत्ता मिळते.
- क. अविभक्त कुटुंब पद्धतीतील सभासदाला म्हणतात.
- ड. अविभक्त हिंदू कुटुंब पद्धतीतील ज्येष्ठ सभासदाला म्हणतात.
- इ. ला अमर्यादीत जबाबदारी असते.

प्र.२ योग्य पर्याय निवडा.

- अ. हिमांशी ही एक एकल व्यापारी व्यवसाय चालविते तिला तिच्या व्यवसायात तोटा झाल्यामुळे तो व्यवसाय तिने बंद करण्याचा निर्णय घेतला. ज्या दिवशी तिने व्यवसाय बंद केला. तेंव्हा तिच्याकडे ५ लाख रूपी मालमत्ता होती आणि दुसऱ्यांचे देणे १० लाख होते.

विभाग २

व्यवसाय संघटनेची रचना



टिपा

विभाग २

व्यवसाय संघटनेची रचना



टिपा

एकल व्यापारी व्यवसाय . भागीदारी अविभक्त हिंदु कुटुंब

हिमांशीकडे स्वतःची ६ लाख रूपी मालमत्ता होती तर तुमच्या मताने देणेकराला व्यवसाय बंद झालेल्या दिवशी किती रूपी मिळतील ?

अ. ५ लाख रूपी व. १० लाख रूपी क. ७ लाख रूपी ड. ११ लाख रूपी

ब. एकल व्यापारी व्यवसायाच्या मर्यादित काय समाविष्ट नसते ?

अ. मर्यादित भांडवल व. सातत्याचा अभाव

क. अमर्यादित आकार क. व्यवस्थापनाचा अभाव .

क. भारतीय भागीदारी संस्थेचा कायदा शासनाकडून किती साली पास करण्यात आला ?

अ. १९३२ व. १९५६ क. २००८ ड. १९१२

ड. जे . एच . एफ च्या वैशिष्ट्यांमध्ये काय समाविष्ट नसते ?

अ. जन्मानुसार सभासदत्व व. कर्त्याची अमर्यादित जबाबदारी

क. मृत्युचा परीणाम नाही . ड. कुटुंबातील तरुण सभासद कर्ता

इ. संयुक्त हिंदु कुटुंबातील सभासदांना काय म्हणतात ?

अ. भागधारक व. सभासद क. सहकर्ता ड. मालक



तुम्ही काय शिकलात

- एकल व्यापारी व्यवसाय संघटन प्रकार आहे कि ज्यामध्ये एकच व्यक्ती मालक व्यवस्थापक असते, नियंत्रक असतो, त्याचबरोबर सर्व अधिकार जबाबदाऱ्याच्या धोके जोखीम त्याचे एकट्याचेच असतात . जो व्यक्ती व्यवसायाचा मालक व चालक असतो त्यास एकल व्यापारी म्हणतात .
- एकल व्यापारी व्यवसाय संघटन प्रकारामध्ये एकट्याचीच मालकी असते . एकल व्यापाऱ्याचे व्यवसायावर नियंत्रण असते . त्याची देयता अमर्यादित असते . नफा व तोटा एकट्याचाच असतो . स्वतःच्या साधनसंपत्तीकडून भांडवल आणतो . मित्र नातेवाईक यांच्याकडून मुद्धा भांडवल उसने घेतले जाते . किंवा बँक व इतर अर्थपुवठा करणाऱ्या संस्थांकडून कर्ज घेतो व्यवसाय सुरु करणे व चालविण्यासाठी काणत्याही कायदेशीर तरतूदी पूर्ण कराव्या लागत नाहीत .
- एकल व्यापारी व्यवसायाची स्थापना करणे व बंद करणे अतिशय सुलभ आहे . या व्यवसायामध्ये ताबडतोब निर्णय घेतले जातात . व्यावसायिक कार्यावर चांगले नियंत्रण असते . व्यावसायिक गुप्तता राखता येते . मालक हा एकटाच सर्व नफ्याचा लाभार्थी असतो ग्राहकांशी वैयक्तिक संपर्क आणि व्यवसाय कार्यात बदल शक्य असतो . मालक व इतरांसाठी रोजगाराची संधी एकल व्यापारी असतो . मालक व इतरांसाठी रोजगाराची संधी एकल व्यापारी व्यवसाय संघटन प्रकाराने उपलब्ध होते .
- भागीदारी म्हणजे सर्वातर्फे एकाने / काहींनी / सर्वांनीच चालविलेल्या नफ्याची आपआपसात वाटणी करण्याचे ज्या ज्या व्यक्तींनी ठरविलेले आहे त्या त्या सर्व व्यक्तींच्या परस्परातील संबंध होय .
- मर्यादित जबाबदारी असणाऱ्या भागीदारी संस्था या मर्यादित जबाबदारी पुरवतात . तसेच त्यांच्या व्यवस्थापनाचे अधिकार बाकीच्या भागीदारांनी त्याला दिलेले असतात . त्यांना

एकल व्यापारी व्यवसाय, भागीदारी अविभक्त हिंदू कुटुंब

होणारा नफा हा सर्व भागीदारांमध्ये कराराप्रमाणे वाटला जातो .

- भागीदारीत सामील होणाऱ्यांना व्यक्तीशः भागीदारी व सामुदायिक भागीदारी संस्था असे म्हणतात . ज्या नावाने भागीदारी व्यवसाय चालविला जातो त्यास भागीदारीचे / संस्थेचे नाव असे म्हणतात .
- संयुक्त / एकत्र हिंदू कुटुंब पद्धती हा व्यवसाय संयुक्त हिंदू कुटुंबातील सभासदांचा मालकीचा व्यवसाय असतो .
- एकत्र हिंदू कुटुंब पद्धतीचा व्यवसाय म्हणजे फक्त पुरुष सभासद असतात . त्यांनाच सहकर्ता असे म्हणतात .
- कुटुंबातील ज्येष्ठ व्यक्ती सभासदाला कर्ता असे म्हणतात .



संकीर्ण प्रश्नसंग्रह (स्वाध्याय)

१. एकल व्यापारी व्यवसायाची व्याख्या सांगा .
२. एकल व्यापारी व्यवसाय संघटनेचा अर्थ काय ?
३. एकल व्यापारी व्यवसाय हा कायमचा बंद पडू शकतो का ? तुमचे उत्तर स्पष्ट करा .
४. रोजगार निर्मितीची संधी एकल व्यापारी व्यवसाय कशी उपलब्ध करतो हे वर्णन करा .
५. भागीदारांची बँक व इतर व्यवसायासाठी जास्तीत जास्त सभासद संख्या सांगा .
६. भागीदारीची व्याख्या करा .
७. भागीदारी व्यवसाय संघटन प्रकाराची चार वैशिष्ट्ये सांगा .
८. एकत्र हिंदू कुटुंब व्यवसायाची व्याख्या करा .
९. एकत्र हिंदू कुटुंबाची वैशिष्ट्ये सांगा .
१०. मर्यादीत जबाबदारी भागीदारी संस्थेची वैशिष्ट्ये सांगा .



पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्नांची उत्तरे

- (३.१) अ. भांडवल ब. मालक क. व्यवस्थापन ड. मानवी
इ. लहान, स्थानिक
- (३.२) अ. गरज नसलेला ब. लवचिक क. विभागणी
ड. एकत्र / संघ इ. २००८
- (३.३) प्र.१ अ. अविभक्त हिंदू कुटुंब ब. तीन क. सहकर्ता
ड. कर्ता इ. कर्ता
- प्र.२ अ. ब ब. क क. अ ड. ड इ. क

तुम्ही हे कराल :

तुम्ही तुमच्या आसपासच्या ठिकाणी जावून व्यवसाय विषयक सर्वेक्षण करा आणि त्यातून एकल व्यापारी भागीदारी किंवा संयुक्त हिंदू कुटुंब व्यवसाय किती जण करतात हे शोधा आणि त्यांची वैशिष्ट्ये शोधून त्यांच्यातील वेगळेपणा शोधा .

विभाग २

व्यवसाय संघटनेची रचना



टिपा



सहकारी संस्था आणि संयुक्त भांडवली संस्था

मागील प्रकरणात आपण एकल व्यापारी संघटना, भागीदारी संस्था, अविभक्त हिंदु कुटुंब संस्था, अशा प्रकारच्या व्यवसाय संघटनांचा अभ्यास केला. विविध प्रकारचे फरक या व्यवसाय संघटनांमध्ये आहेत. परंतु या संघटनांच्या अभ्यासात (उद्देशात) नफा मिळविणे हा नसून सेवा पुरविणे हा आहे. बाजारपेठेत टिकून राहण्यासाठी अशा व्यवसाय संघटनेस नफ्याची आवश्यकता असते. पण तो मिळविणे / वाढविणे हा मुख्य हेतू नसतो. आपण सगळे टाटा स्टील, रिलायन्स इंडस्ट्रीज, कोल इंडिया, रिलायन्स पॉवर, डी एल एफ, रणवक्षी इ. पण याचा मालक कोण असेल ते काय करतात. त्याचा कारखान्याचा आकार किती ? असे प्रश्न येतात. त्याच्याबद्दल विस्तृत शिकू या.



उद्दिष्ट्ये

या प्रकरणाचा अभ्यास केल्यास तुम्ही शिकाल.

- सहकारी संस्थेचा अर्थ
- सहकारी संस्थेची वैशिष्ट्ये
- सहकारी संस्थेचे विविध प्रकार
- सहकारी संस्थेचे फायदे तोटे
- संयुक्त भांडवली संस्थेची (कंपनीची) व्याख्या
- संयुक्त भांडवली संस्थेची वैशिष्ट्ये
- संयुक्त भांडवली संस्थेच्या विविध प्रकाराची ओळख
- संयुक्त भांडवली संस्थेच्या फायदे व तोट्याची चर्चा
- संयुक्त भांडवली संस्थेची योग्यता
- बहुराष्ट्रीय कंपनीचा अर्थ

४.१ सहकारी संस्थेचा अर्थ

सहकार चळवळ ही आर्थिक सामाजिक अस्थिरतेमुळे घडून आली आणि औद्योगिक क्रांती, सहकारी संस्था या दोन्ही यु एम आणि जपान तसेच सामाजिक देशात घडून आल्या. समाजातील समान आर्थिक आणि व्यावसायिक अडचणी असणारे लोक सहकारी संघटना स्थापन करतात. सहकारी संघटनेचा हेतू सभासदांची आणि समाजाची सेवा करणे हा असतो.

सहकारी संस्था आणि संयुक्त भांडवली संस्था

सहकार 'co-operation' हा शब्द लॅटीन शब्द . 'co-operari' या पासून आलेला आहे . येथे co म्हणजे with (सोबत) एकत्रित . मिळून आणि operari म्हणजे 'to work' म्हणजेच 'काम करणे' थोडक्यात 'co-operation' सहकार म्हणजे एकत्रित काम करणे म्हणजेच जे समान आर्थिक उद्दिष्टासाठी एकत्रित काम करण्यासाठी संस्था स्थापन करतात त्या संस्थेस सहकारी संस्था असे म्हणतात . आर्थिक हितसंबंधासाठी एकत्रीत काम करणाऱ्या व्यक्तींची ही ऐच्छिक संघटना आहे .



सहकारी संस्थेचे चित्र

एकमेकांना मदत व स्वतःस मदत या तत्वाने सहकारी संस्था कार्य करतात . सभासदांना सहकार्य करणे हे सहकारी संस्थेचे मुख्य उद्दिष्ट आहे . नफा मिळविण्यासाठीच कोणीही सभासद होत नाही . लोक गट स्थापन करतात . त्यांची वैयक्तिक साधने एकत्र करतात . उत्कृष्ट रीतीने साधनांचा वापर करतात आणि समान फायदा घेतात .

सहकारी संस्था हा एक व्यवसाय संघटनेचा प्रकार आहे . सहकारी संस्थेत व्यक्ती स्वइच्छेने एकत्र येतात . त्यांचे समान आर्थिक उद्दिष्ट असते .

उदाः जर एका विशिष्ट स्थानिक विद्यार्थ्यांनी वेगवेगळ्या इयत्तेतील मुलांना पुस्तके देण्याचे ठरविले एक सहकारी संस्था स्थापन त्यांनी केली . आता ते विद्यार्थी थेट प्रकाशकाकडून पुस्तके घेतात आणि ती विद्यार्थ्यांना कमी किंमतीत विकतात . कारण ते थेट प्रकाशकाकडून पुस्तके घेतात म्हणून मध्यस्थांचा नफा हा वगळला जातो . तुम्हाला असे वाटते का ? की एक ग्राहक थेट प्रकाशकाकडून पुस्तक विकत घेऊ शकेल ? नक्कीच नाही हे फक्त मोठ्या प्रमाणातील व्यापाऱ्यांना शक्य आहे .

४.२ सहकारी संस्थेची वैशिष्ट्ये

सहकारी संस्था ही तुम्ही या अगोदर अभ्यासलेल्या व्यवसाय संघटनेपेक्षा वेगळी आहे . विशेष प्रकारची व्यवसाय संघटना आहे . सहकारी संस्थेची वैशिष्ट्ये अभ्यासू या .

- १ . खुले सभासदत्व :** समान हितसंबंध , उद्दिष्ट असलेल्या सर्वांना सहकारी संस्थेचे सभासदत्व खुले असते . सभासदाची जात , धर्म , वर्ण , लिंग सभासद होण्यास आड येत नाही . सहकारी संस्थेचे भाग जास्तीत जास्त लोकांना घेता यावेत म्हणून भागाची दर्शनी किंमत सुद्धा कमी ठेवलेली असते .
- २ . ऐच्छिक संघटना :** सहकारी संस्थेचे सभासदत्व ऐच्छिक व खुले आहे . स्वइच्छेने सहकारी संस्थेची निवड करू शकतात . सभासद होणे , सभासदत्व कायम ठेवणे , रद्द करणे हे पूर्णपणे सभासदाच्या इच्छेवर अवलंबून आहे .
- ३ . स्वतंत्र नियामक कायदा :** भारतातील सर्व सहकारी संस्थांची नोंदणी सहकार कायदा १९१२ किंवा संबंधीत राज्याच्या कायद्यांतर्गत करणे अनिवार्य असते म्हणजेच सहकारी

विभाग २

व्यवसाय संघटनेची रचना



टिपा

विभाग २

व्यवसाय संघटनेची रचना



टिपा

सहकारी संस्था आणि संयुक्त भांडवली संस्था

संस्थेवर केंद्र किंवा राज्य सरकारचे नियंत्रण असते. सभासदांच्या इच्छेनुसार सहकारी संस्था विसर्जित करता येत नाही तिचे कायदानुसार विसर्जन करता येते.

४. **अर्थपुरवठा :** सहकारी संघटनेत भांडवल सभासदांकडून जमा केले जाते. त्याचप्रमाणे सहकारी संस्थेची नोंदणी झाल्यास सरकारकडून कर्जपुरवठा अनुदान मिळण्यास मदत होते.
५. **सेवा तत्व :** सहकारी संस्था 'सेवा' या एकाच तत्वासाठी स्थापन झालेल्या असतात. सभासदांना सेवा उपलब्ध करून देणे हेच सहकारी संस्थेचे बीद वाक्य असते. आर्थिक दृष्ट्या कमकुवत असलेल्या व्यक्तींची संघटना असल्यामुळे संस्थेत सेवाभावावर भिस्त असते. नफा किंवा लाभ दुय्यम समजला जातो.
६. **मतदानाचा अधिकार :** सहकारी संस्थेत प्रत्येक सभासदाला एकच मत देण्याचा अधिकार आहे. संस्थेत एक व्यक्ती एक मत हे तत्व लागू असते. त्यांनी कितीही भाग खरेदी केले तरी त्या प्रमाणात मत देण्याचा अधिकार नसतो.

४.३ सहकारी संस्थेचे प्रकार

सहकारी संस्थेच्या कार्यानुसार सहकारी संस्थेचे खालील प्रकार पडतात.

१. **ग्राहक सहकारी संस्था :** ग्राहक सहकारी संस्थेची स्थापना ग्राहकांना कमीत कमी किंमतीत चांगल्या वस्तू व सेवांची खरेदी करता यावी म्हणून निर्माण करण्यात आलेली आहे. ते ग्राहक थेट उत्पादकाकडून माल विकत घेतात त्यामुळे मध्यस्थांचा नफा वगळला जातो. उदा. : केंद्रीय भांडार, अपना बझार, सुपर बाजार ही सहकारी संस्थेची उदा आहेत.
२. **उत्पादकांच्या सहकारी संस्था :** उत्पादकांच्या सहकारी संस्था या लहान प्रमाणावरील उत्पादकांचे पैसे वाचविण्यासाठी तयार केलेल्या असतात ते त्यांना गरजेप्रमाणे कच्चा माल व यंत्रसामुग्री इ. चा पुरवठा करून देतात. हातमाग सहकारी संस्था असे की हरियाना हॅडलूम, अे पी पी सी ओ बयानिका इ. उत्पादकांच्या सहकारी संस्थेची उदाहरणे आहेत.
३. **विपणन सहकारी संस्था :** लहान उत्पादकांचा माल विकण्यासाठी त्यांना चांगले उत्पन्न मिळवून देण्यासाठी योग्य बाजारपेठ निर्माण करणे यासाठी ही सहकारी संस्था स्थापन केली जाते. या संस्था प्रत्येक सभासदाकडून माल घेतात आणि बाजारपेठेत तो माल विकण्याची जबाबदारी घेतात. उदा : गुजरातमधील दूध उत्पादक सहकारी संस्था ही अमुल दुध विकते.
४. **सहकारी पतपुरवठा संस्था :** या सहकारी पत संस्था सभासदांना आर्थिक सहकार्य करण्याच्या उद्देशाने स्थापन झालेल्या आहेत ते सभासदाकडून ठेवी गोळा करतात आणि त्यांना गरजेनुसार स्वस्त दरात कर्ज उपलब्ध करून दिले जाते. ग्रामीण व शहरी पतसंस्था ही या पतपुरवठा संस्थेची उदाहरणे आहेत.
५. **सहकारी गृहनिर्माण संस्था :** या संस्था सभासदांना घरे उपलब्ध करून देतात तसेच या संस्था जमीन खरेदी करतात त्यावर घरे / बंगले बांधतात आणि प्रत्येक सभासदाला घरांचे वाटप करून देतात.



४.१ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न

रिकाम्या जागा भरा .

१. सहकारी संस्था या संघटना असतात आणि त्या प्रत्येकी उद्दिष्ट्ये मिळवून देण्यासाठी असतात .
२. सेवा सहकारी संस्था सभासदांना पुरवितात .
३. सहकारी संस्थाना सभासदांपासून मिळते .
४. सहकारी संस्था या स्वतःची मदत तसेच मदत करण्याच्या तत्वावर चालतात .
५. ग्राहक सहकारी संस्थेचा माल पुरविण्यामध्ये वगळण्यास मदत होते .
६. अपना बझार, केंद्रीय भांडार ही सहकारी संस्थेची उदाहरणे आहेत .

४.४ सहकारी संस्थेचे फायदे

सहकारी संस्थेचे फायदे खालीलप्रमाणे सांगता येतील .

१. **ऐच्छिक व्यवस्थापन / संघटन** : सहकारी संस्थेचे संघटन साधे व सोपे आणि ऐच्छिक स्वरूपाचे असते . ही संघटना सामाजिक, आर्थिक स्वरूपाची आहे . संस्थेचे कामकाज हे फारसे गुंतागुंतीचे नसल्यामुळे त्याचे संघटन / व्यवस्थापन सभासदांना सहजपणे करता येते .
२. **लोकशाही नियंत्रण** : लोकशाही पद्धतीने सहकारी संस्थेचे नियंत्रण केले जाते . दररोजचे व्यवस्थापन पाहण्यासाठी सभासद मतदान पद्धतीने प्रतिनिधी निवडतात . सहकारी संस्थेचे व्यवस्थापन लोकशाही पद्धतीने होत असल्याने एक व्यक्ती एक मत अशी प्रणाली संस्थेत दिसून येते .
३. **खुले सभासदत्व** : समान उद्दिष्ट असलेल्या व्यक्ती सहकारी संस्था स्थापन करू शकतात . कोणतीही पात्र व्यक्ती कोणत्याही वेळी स्त्री पुरुष, स्वइच्छेने सभासद होऊ शकतो . सभासदत्व रद्द करू शकते .
४. **मध्यस्थाच्या नफ्याचे उच्चाटन** : प्रत्यक्ष उत्पादकांकडून माल खरेदी करून मालाचे वितरण करित असल्याने अध्यक्षाना मिळणारा नफा कमी होतो . त्याचा फायदा सभासद व ग्राहकांना होतो .
५. **मर्यादीत जबाबदारी** : सहकारी संस्थेतील सभासदांची जबाबदारी सभासदांनी सहकारी संस्थेत गुंतवलेल्या भांडवलाच्या रकमेइतकीच मर्यादीत असते . एकल व्यापारी किंवा भागीदारांप्रमाणे सहकारी संस्थेतील सभासदांची देयता जबाबदारी अमर्यादीत नसून ती मर्यादीत असते . त्यामुळे ते सर्व व्यावसायिक देण्यातून मुक्त असतात .
६. **कायमचे सातत्य** : सहकारी संस्थेस स्थिर आयुष्य व कायमचे सातत्य असते . मृत्यु, दिवाळखोरी, वेडेपणा, सभासदांचा राजीनामा यांचा सहकारी संस्थेच्या सातत्यावर व अस्तित्वावर परिणाम होत नाही .



टिपा

विभाग २

व्यवसाय संघटनेची रचना



टिपा

सहकारी संस्था आणि संयुक्त भांडवली संस्था

४.५ सहकारी संस्थेच्या मर्यादा / तोटे

वरील सहकारी संघटनेचे विविध फायदे असले तरी सहकारी संस्थेचे काही तोटे ही आहेत. या मर्यादांचा अभ्यास करू या.

१. **सेवेचा अभाव** : सहकारी संस्थेतील सभासदांनी जर पूर्ण इच्छाशक्तींनी / मनापासून काम केले नाही तर नफा होत नाही.
२. **मर्यादीत भांडवल** : समाजातील विशिष्ट वर्गातील विशेषतः गरीब वर्गातून सहकारी संघटनेचे सभासद होत असल्याने भांडवल उभारणीची क्षमता मर्यादीत असते. गुंतवणुकीवर मर्यादीत लाभ मिळत असल्याने सभासद मोठ्या प्रमाणात रक्कम गुंतवीत नाही सरकारी मदतही सहकारी संस्थांना पुरेशी नाही.
३. **व्यवस्थापनातील अडचणी** : सहकारी संस्था व्यवस्थापनाच्या कौशल्याच्या अभावामुळे कार्यक्षमपणे कार्य करू शकत नाही. सभासदांना व सभासदांच्या प्रतिनिधींना सहकारी संघटनेच्या व्यवस्थापनाचा पुरेसा अनुभव नसतो. त्याचप्रमाणे अपुऱ्या भांडवलामुळे प्रशिक्षित व्यवस्थापकाची नेमणूक करता येत नाही.
४. **प्रेरणेचा अभाव** : नफ्याऐवजी सभासदांना सेवा पुरविण्यासाठी प्रत्येक सहकारी संस्था स्थापन केली जाते. या तत्वामुळे कार्यक्षम व्यवस्थापन व चांगले श्रम घेण्यास सभासद प्रेरीत होत नाही.
५. **सहकाराची उणीव** : परस्परांना सहकार्य करण्यासाठी सहकारी संघटनेची स्थापना झालेली आहे. परंतु प्रत्यक्षात व्यक्ती व्यक्तीतील भेद स्वार्थ अशा अनेक कारणांनी सहकारी संघटनेत संघर्ष, मतभेद दिसून येतात. सभासदांच्या स्वार्थामुळे काही वेळा संस्था बंद करावी लागते.



४.२ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न

खालील विधाने चूक की बरोबर सांगा.

१. सहकारी संस्थेचे सभासद केव्हाही होता येते.
२. सभासदांची जबाबदारी मर्यादीत असते.
३. कायदेशीर नियंत्रणामुळे सभासदांचे सभासदत्व संपुष्टात येवू शकते.
४. सहकारी संस्था एका व्यक्तीमार्फत चालवली जाते.
५. सहकारी संस्था या सेवा पुरविण्यासाठी तयार झालेल्या असून हा नफा मिळवून देतात.
६. व्यावसायिक व्यवस्थापक हे सहकारी संस्थेमध्ये काम करणे पसंत करित नाही. कारण याचा मोबदला मिळत नाही.
७. सहकारी संस्थेचे यश हे सभासदांच्या जबाबदारीवर अवलंबून असते ते खात्रीकारक नसते. ते जबरदस्तीने प्रस्थापीत करता येत नाही.

४.७ संयुक्त भांडवली संस्थेची वैशिष्ट्ये

भारतातील सर्व कंपन्या या भारतीय कंपनी कायदा १९५६ नुसार चालविल्या जातात. या कायदानुसार कंपनी स्थापना व नोंदणी करण्यात येते.

" कंपनी म्हणजे कायद्याने निर्माण केलेली कृत्रिम व्यक्ती की जिला स्वतंत्र कायदेशीर व्यक्तिमत्व चिरंतनकाळ टिकणारे अस्तित्व व स्वतःचे बोधचिन्ह आहे. "

कंपनीचे भांडवल हे मोठ्या प्रमाणात विभागलेले असते. प्रत्येक सभासदाने गुंतविलेल्या भांडवलाच्या रकमेवर त्याच्याकडे असलेले भाग अवलंबून असतात. त्यामुळे सभासदांना भागधारक असेही म्हणतात.



संयुक्त भांडवली संस्थेचा



४.६ संयुक्त भांडवली संस्थेचा / मंडळीचा अर्थ

१. **कृत्रिम व्यक्ती** : ज्या प्रमाणे एखादी व्यक्ती जन्म घेते, वाढते नाते संबंध जोडते, मृत होते त्या प्रमाणे संयुक्त भांडवली मंडळी सुद्धा जन्म घेते, वाढते, नातेसंबंध जोडते, मृत होते म्हणून तिला कृत्रिम व्यक्ती म्हणतात. तिचा जन्म, अस्तित्व, मृत्यु कायद्याने नियमित केलेला असतो. आणि ती सर्वसाधारण व्यक्तीप्रमाणे शरीर धारण करू शकत नाही.
२. **स्वतंत्र कायदेशीर अस्तित्व** : आभासी व्यक्ती असल्याने तिच्या सभासदापासून संयुक्त भांडवली मंडळीला स्वतःचे स्वतंत्र कायदेशीर अस्तित्व असते. याचा अर्थ असा की संयुक्त भांडवली मंडळी स्वतःच्या नावाने मालमत्ता धारण करते. त्रयस्थ व्यक्तीबरोबर करारात भाग घेवू शकते. आणि स्वतःच्या नावाने कायदेशीर व्यवसाय चालवू शकते.
३. **अखंडीत अस्तित्व** : कायद्याच्या दृष्टीने कंपनी स्वतंत्र व्यक्ती समजली जाते. तिचे अस्तित्व सभासदांच्या, संचालकांच्या निवृत्ती, नादारी किंवा मृत्यु यांचा कंपनीच्या अस्तित्वावर कोणताच परिणाम होत नाही.
४. **मर्यादीत जबाबदारी** : संयुक्त भांडवली मंडळीमध्ये सभासदांची जबाबदारी त्याने खरेदी केलेल्या भागाच्या दर्शनी मूल्याएवढीच मर्यादित असते. कंपनी दिवाळात निघाली तरी भागधारक कंपनीची देणी देण्यास जबाबदार नसतो.
५. **स्वतःची नाममुद्रा / बोधचिन्ह** : कंपनी ही कृत्रिम व्यक्ती आहे. कंपनी स्वतःची नाममुद्रा तयार करून घेते. नाममुद्रा ही कंपनीची सहीच असते. कंपनीचे नाव नाममुद्रेवर कोरलेले असते. सर्व महत्त्वाच्या कागदपत्रावर व करारावर नाममुद्रा उमटविली जाते.
६. **भागांची हस्तांतर क्षमता** : सार्वजनिक कंपनीचे भाग हे हस्तांतरक्षम असतात. अशा सर्व भागांची खरेदी विक्री भाग वाजारात केली जाते. ते भाग दुसऱ्याला देता येतात, विकता येतात म्हणून भागधारक पाहिजे तेव्हा भाग हस्तांतर करू शकतात.

विभाग २

व्यवसाय संघटनेची रचना



टिपा

सहकारी संस्था आणि संयुक्त भांडवली संस्था

७. **मालकी व व्यवस्थापन यातील फारकत :** भागधारक हे कंपनीचे मालक असतात. त्यांची संख्या फार मोठी असते. ते विखुरलेले असतात. त्यामुळे कंपनीचे दैनंदिन व्यवस्थापन प्रत्यक्ष करणे भागधारकांना शक्य नसते. म्हणूनच भागधारक आपले प्रतिनिधी निवडून देतात त्यांनाच संचालक मंडळ असे म्हणतात. म्हणूनच मालकी व व्यवस्थापन यातील फारकत झालेली दिसून येते.



४.३ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न

खालील विधाने चूक की बरोबर सांगा.

१. संयुक्त भांडवली मंडळीची स्थापना करण्यासाठी कायदेशीर तरतुदीची गरज भासते.
२. सार्वजनिक कंपनीचे भाग हे हस्तांतरक्षम असतात.
३. संयुक्त भांडवली मंडळीमध्ये सभासदांची जबाबदारी अमर्यादीत असते.
४. संयुक्त भांडवली संस्थेला स्वतःची मालमत्ता व स्वतःचे नाव नसते.

४.८ प्रमंडळाचे (कंपनीचे) प्रकार

मालकीच्या आधारावर चार प्रकारच्या कंपन्या आहेत. खाजगी कंपनी, सार्वजनिक कंपनी, सरकारी कंपनी, बहुराष्ट्रीय कंपनी.

खाजगी कंपनी : कंपनी कायदा १९५६ प्रमाणे खाजगी कंपनी म्हणजे कमीतकमी १ लाख रु. भांडवल असणारी कंपनी होय. नियमावलीतील / घटनापत्रकातील तरतुदीनुसार तिची वैशिष्ट्ये खालीलप्रमाणे आहेत.

१. सभासदांच्या भागांच्या हस्तांतरावर निर्वध असतात.
२. खाजगी कंपनीत जास्तीत जास्त ५० सभासद संख्या असते.
३. खाजगी कंपनी आपले भाग किंवा कर्जरोखे सार्वजनिक रित्या विकू शकत नाही.
४. खाजगी कंपनीतील सभासद व संचालक व नातेवाईक आणि कोणत्याही दुसऱ्या व्यक्तीकडून ठेवी घेता येत नाही.

सार्वजनिक कंपनी : कंपनी कायदा १९५६ नुसार "जी कंपनी खाजगी नाही ती सार्वजनिक कंपनी." तिची वैशिष्ट्ये खालीलप्रमाणे आहेत.

१. कंपनीचे सभासद आपले भाग कोणत्याही व्यक्तीला हस्तांतर करू शकतात. भागांचे हस्तांतर सहज होते.
२. सार्वजनिक कंपनीच्या नियमावलीतील तरतुदीनुसार वसुल झालेले भाग भांडवल कमीतकमी ५ लाख रु असले पाहिजे.
३. भागधारक सभासदाची जबाबदारी मर्यादीत असते.
४. सार्वजनिक कंपनी स्थापन करण्यासाठी कमीतकमी सात सभासदांची असते.

४.८ खाजगी कंपनी व सार्वजनिक कंपनी यातील फरक

अ.नं.	मुद्दे	खाजगी कंपनी	सार्वजनिक कंपनी
१.	सभासद संख्या	कमीतकमी २ सभासद भागधारक असतात .	कमीतकमी ७ सभासद भागधारक असतात .
२.	आवश्यक भाग भांडवल	१ लाख रू पेक्षा कमी नाही .	५ लाख रू पेक्षा कमी नाही .
३.	जास्तीत जास्त सभासद संख्या	जास्तीत जास्त ५० भागधारक /सभासद असतात .	जास्तीत जास्त सभासद भागधारक संख्येवर बंधन नाही .
४.	भाग हस्तांतर	खाजगी कंपनीत भाग हस्तांतरावर निर्बंध आहेत .	सार्वजनिक कंपनीत भाग हस्तांतर करता येतात . मुक्त हस्तांतर असते .
५.	भांडवल निर्मिती	खाजगी कंपनी भांडवल निर्मितीसाठी सार्वजनिक जाहीर निवेदन देवू शकत नाही .	सार्वजनिक कंपनी आवश्यक असलेले सर्व भांडवल सामान्य जनतेकडून उभारू शकते . सार्वजनिक जाहीर निवेदन देवून भांडवल निर्मिती केली जाते .
६.	संचालक संख्या	खाजगी कंपनीत कमीतकमी दोन संचालक असतात .	सार्वजनिक कंपनी कमीतकमी तीन संचालक असतात .
७.	परवाना	खाजगी कंपनी नोंदणी अवस्था पूर्ण केल्यानंतर ताबडतोव सुरु होते .	सार्वजनिक कंपनी व्यवसाय सुरु करण्याचा परवाना मिळाल्यानंतरच सुरु होते .
८.	सभा	खाजगी कंपनीला नियामक सभेची गरज नसते .	सार्वजनिक कंपनीला नियामक सभा घ्यावीच लागते .
९.	गणसंख्या	खाजगी कंपनीच्या सभेसाठी किमान दोन सभासदांची गरज असते .	सार्वजनिक कंपनीच्या सभेसाठी किमान पाच सभासदांची गरज असते .



४.४ पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न

योग्य शब्द लिहून मोकळ्या जागा भरा .

१. खाजगी कंपनीत कमीतकमी सभासद असले पाहिजे .

विभाग २

व्यवसाय संघटनेची रचना



टिपा

सहकारी संस्था आणि संयुक्त भांडवली संस्था

- २ . भागाचे एका सभासदाकडून दुसऱ्या सभासदाकडे मुक्त हस्तांतर कंपनीच्या बाबतीत शक्य नसते .
- ३ . हिंदुस्थान मशीन टुल कंपनी आहे .
- ४ . खाजगी कंपनीची स्थापना करण्यासाठी कमीतकमी रु रकमेची आवश्यकता असते .

४.१० संयुक्त भांडवली मंडळीचे फायदे

- १ . **मर्यादीत जबाबदारी** : कंपनीमध्ये सभासदांची जबाबदारी सभासदांनी धारण केलेल्या भागांच्या दर्शनी किंमतीएवढी मर्यादीत असते .
- २ . **मोठ्या प्रमाणात भांडवलाची उपलब्धता** : संयुक्त भांडवली मंडळीला मोठ्या प्रमाणावर भांडवल उभारणे शक्य आहे . सर्वसाधारण जनतेस भाग दिले जातात . भागांच्या किंमती कमीत कमी असल्याने सर्वच लोक भाग खरेदी करून भांडवल कंपनीला मिळवून देतात .
- ३ . **सातत्यपूर्ण अस्तित्व / स्थैर्य** : कंपनी कायदेशिररित्या नोंदविली जाताच तिला स्वतंत्र व्यक्ती म्हणून अस्तित्व प्राप्त होते . हे अस्तित्व तिच्या विसर्जनापर्यंत कायम राहते .
- ४ . **भाग हस्तांतर क्षमता** : सार्वजनीक कंपनीत भागांचे हस्तांतर करताना सभासद सोडून कुठल्याही दुसऱ्या व्यक्तीला करता येत नाही .
- ५ . **धोक्याचे विभाजन** : कंपनीमध्ये भागधारकांची संख्या प्रचंड असल्यामुळे त्यांना आलेला तोटा हा आपपासात वाटला जावू शकतो .
- ६ . **सामाजिक फायदा** : कंपनीला मिळालेला नफा भागधारकांना वाटून झाल्यानंतर काही नफा शिल्लक राहिला तर तो इतर उद्योगात गुंतवला जातो .

४.११ संयुक्त भांडवली मंडळीचे तोटे

- १ . **स्थापनेतील अडचणी क्लिष्ट** : कंपनीची नोंदणी करताना अनेक कायदेशिर दस्तऐवज व तरतुदी पूर्ण कराव्या लागतात . त्यासाठी अनेक तज्ज्ञांच्या सल्ल्याची गरज असते . त्यामुळे कंपनीच्या स्थापनेचा खर्च फारच जास्त असतो .
- २ . **वाजवी पेक्षा जास्त सरकारी नियंत्रण** : कंपनीमध्ये दैनंदिन कार्य करताना कायदेशीर तरतुदींचे पालन करावे लागते . हिशोब लेखन व हिशोब तपासणी अहवाल तयार करून जनतेला / सभासदांना प्रसिद्ध करावे लागत असल्यामुळे कंपनीस तोटे सहन करावे लागतात .
- ३ . **व्यवस्थापनाचा अभाव** : कंपनीचे व्यवस्थापन हे लोकशाही पद्धतीने केले जाते . व्यवस्थापकीय निर्णय घेणे आणि अंमलबजावणी करणे यात एक सुलभता राहत नाही . योग्य नियंत्रणाअभावी व्यवस्थापन नीट होत नाही .
- ४ . **निर्णयास विलंब** : कंपनीच्या कारभारावर नियंत्रण असलेल्या कायद्यामधील असंख्य निर्बंधामुळे महत्त्वाच्या प्रश्नावर निर्णय घेण्यास खुप वेळ लागतो . संचालक मंडळाच्या सभा होऊन निर्णय होण्यास खुप कालावधी लागतो .

सहकारी संस्था आणि संयुक्त भांडवली संस्था

५. **गुप्ततेचा अभाव :** १९५६ च्या कंपनी कायदानुसार कंपनीला विविध कागदपत्रे, माहिती अहवाल, विवरणपत्रके नोंदणी अधिकाऱ्यास व जनतेला द्यावी लागतात. त्यामुळे व्यवसायातील गुपीत व आर्थिक रहस्ये उघडी पडतात. आणि व्यवसायाच्या वाढीसाठी आवश्यक असणाऱ्या गोपनियतेला तडा जातो.

४.१२ संयुक्त भांडवली मंडळीची योग्यता

ज्या ठिकाणी मोठ्या आकारमानाचा व्यवसाय व मोठ्या भांडवलाची गरज असते. त्या ठिकाणी संयुक्त भांडवली मंडळी हा व्यवसाय संघटन प्रकार योग्य आहे. यंत्रसामुग्री निर्मिती, माहिती तंत्रज्ञान लोखंड पोलाद निर्मिती, खत कारखाना, औषधाचे उत्पादन, अॅल्युमिनीयम, असे काही विशिष्ट व्यवसाय सर्वसाधारणपणे संयुक्त भांडवली मंडळी मार्फत संघटीत केले जातात.

४.१३ सरकारी कंपनी

१९५६ च्या कंपनी कायदानुसार सरकारी कंपनी म्हणजे ज्या कंपनीच्या वसुल झालेल्या भाग भांडवलापैकी ५१ टक्के किंवा त्यापेक्षा अधिक भाग भांडवल केंद्र सरकार किंवा राज्य सरकार कडून खरेदी केलेले असते त्यालाच सरकारी कंपनी असे म्हणतात. सरकारी कंपनीच्या कारभाराविषयी लोकप्रतिनिधी लोकसभेत प्रश्न विचारू शकतात. सरकारी कंपनीत पुढील कंपन्यांचा समावेश केलेला आहे. हिंदुस्थान मशिन टुल्स, कोल इंडिया, रेल्वे खाते, पोस्ट व टेलीग्राफ खाते, संरक्षण खाते, रेशनिंग खाते इ. उदाहरणे सांगता येतील.



सरकारी कंपनी

सरकारी कंपनीची वैशिष्ट्ये पुढीलप्रमाणे आहेत :

१. सरकारी कंपनीला स्वतंत्र अस्तित्व आहे.
२. सरकारी कंपनीत सरकारने ५१ % भाग भांडवल खरेदी केलेले असते.
३. सरकारी कंपनीचे संचालक मंडळ हे सरकारने नियुक्त (नेमलेले) केलेले असते.
४. सरकारकडून कर्मचाऱ्यांची नेमणूक केली जाते. कर्मचाऱ्यांना सरकारी कर्मचारी म्हणून मानण्यात येत नाही. कारण सरकारी कंपनी ही स्वतंत्र संस्था आहे.



४.५ पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न

योग्य शब्द लिहून मोकळ्या जागा भरा.

१. संयुक्त भांडवली मंडळीमध्ये सभासदांची जबाबदारी त्यांनी धारण केलेल्या एवढी मर्यादीत असते .
२. संयुक्त भांडवली मंडळीचे व्यवस्थापन कडून केले जाते.
३. कंपनी स्थापनेचा खर्च हा अतिशय असतो.

विभाग २

व्यवसाय संघटनेची रचना



टिपा

विभाग २

व्यवसाय संघटनेची रचना



टिपा

सहकारी संस्था आणि संयुक्त भांडवली संस्था

- ४ . भारतीय तेल निर्मिती उद्योग, ओ एन जी सी ही उदाहरणे ची आहेत .
- ५ . कंपनीच्या तोट्याची जबाबदारी वर अवलंबून असते .

४.१४ बहुराष्ट्रीय कंपनीचा अर्थ

बहुराष्ट्रीय कंपनी म्हणजे अशी कंपनी की ज्याची नोंदणी एका देशात झालेली आहे . परंतु स्वतःचे कारखाने, शाखा, दुय्यम विभाग विविध देशात स्थापन करून व्यवसाय केला जातो .

अशा कंपनीचा वस्तु व सेवांचे उत्पादन एक किंवा अनेक देशात करतात . त्याची विक्री त्याच देशात किंवा इतर देशात करतात . भारतात व्यवसाय करणाऱ्या विविध बहुराष्ट्रीय कंपन्या आहेत .

उदाः फिलीप्स, ह्युदाई, जनरल मोटर्स, कोको कोला, नेसले, सोनी, मॅकडोनाल्ड, सिटी बँक, पेप्सी फुडस्, कॅडबेरी इ .

बहुराष्ट्रीय कंपन्यांचे अनेक फायदे होतात . या कंपनीचा मोट्या प्रमाणावर उत्पादन केले जाते . आणि वस्तूंचे वाटप देशाच्या सिमपलीकडे केले जाते .



बहुराष्ट्रीय कंपनी

४.१५ बहुराष्ट्रीय कंपनीचे फायदे

- १ . **विदेशी भांडवलाची गुंतवणूक** : बहुराष्ट्रीय कंपनीचा भांडवलाची प्रत्यक्ष गुंतवणूक करित असल्याने अविक्सीत देशाच्या आर्थिक विकासाचा वेग वाढतो .
- २ . **रोजगार निर्मिती** : बहुराष्ट्रीय कंपन्यांनी केलेल्या औद्योगिक व व्यापारी वाढीमुळे रोजगाराची संधी उपलब्ध होते . आणि यजमान देशातील लोकांचे राहणीमान सुधारते .
- ३ . **आधुनिक तंत्रज्ञानाचा वापर** : मोट्या प्रमाणावर साधनसामुग्रीचा वापर बहुराष्ट्रीय कंपनी करित असल्याने वस्तु उत्पादनाच्या प्रक्रीया सुधारण्यासाठी संशोधन व विकास कार्य क्रम या कंपन्यांनी हाती घेतले आहेत . त्यामुळे मालाचा दर्जा वाढतो . हळूहळू इतर देश सुद्धा या प्रकारचे तंत्रज्ञान मिळवितात . आत्मसात करतात .
- ४ . **सहाय्यकारी उद्योगांची वाढ** : बहुराष्ट्रीय कंपनीच्या कार्यामुळे यजमान देशामध्ये सुद्धा कच्चा माल व सेवा पुरविणारे पुरवठादार व काही सहाय्यकारी उद्योगाची वाढ होते .
- ५ . **निर्यात आणि विदेशी चलनात वाढ** : बहुराष्ट्रीय कंपनीद्वारे काही वेळेस यजमान देशांनी उत्पादित केलेल्या मालाची निर्यात केली जाते . विदेशी चलनामुळे यजमान देशाच्या विदेशी चलन राखीव निधीमध्ये वाढ होते .
- ६ . **हितकारक स्पर्धा** : दर्जेदार मालाचे कार्यक्षमपणे उत्पादन बहुराष्ट्रीय कंपनी करित असल्याने यजमान देशातील उत्पादकता बाजारपेठेत टिकून राहण्यासाठी त्यांचा दर्जा सुधारणे आवश्यक ठरते .

४.१६ बहुराष्ट्रीय कंपनीचे तोटे

बहुराष्ट्रीय कंपन्याचे वरील चर्चा केल्याप्रमाणे फायदे यजमान देशांना मिळतात यात शंकाच नाही. परंतु बहुराष्ट्रीय कंपन्याचे अनेक तोटे आहेत. यांचा सुद्धा आपण विचार केला पाहिजे.

१. **यजमान देशाच्या उद्योगधंद्यांना कमी प्राधान्य** : बहुराष्ट्रीय कंपन्या सर्वसाधारणपणे जास्तीत जास्त फायदेशीर उद्योगांमध्ये भांडवल गुंतवितात. यजमान देशाच्या मागासलेल्या भागातील उद्योग व सेवांच्या विकासास फारसे प्राधान्य देत नाही.
२. **देशी कंपन्यांवर प्रतिकूल परिणाम** : मोठ्या प्रमाणावरील उत्पादन, तांत्रिक कौशल्य, यामुळे यजमान देशाच्या बाजारपेठेवर वर्चस्व ठेवणे बहुराष्ट्रीय कंपन्यांना शक्य होते. आणि या कंपन्याची मक्तेदारी निर्माण होते. थोडक्यात अनेक स्थानीक कंपन्या बंद कराव्या लागतात.
३. **रूढी, परंपरामध्ये बदल** : बहुराष्ट्रीय कंपन्या यजमान देशात विकत असलेली ग्राहक उपभोग्य माल हा तेथील स्थानीक सांस्कृतिक प्रथेशी मिळताजुळता असत नाही. थोडक्यात अन्न व कपडे वापराबाबतच्या लोकांच्या सवयी बदलल्या जातात. त्यामुळे त्यांच्या सांस्कृतिक परंपरामध्ये बदल होतो.



४.६ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न

- अ. बहुराष्ट्रीय कंपन्याबाबत काही विधाने खाली दिलेली आहेत. चूक की बरोबर सांगा.
१. बहुराष्ट्रीय कंपन्या यांचा आर्थिक विकास कमी होतो कारण त्या विकसीत देशांच्या अंतर्गत येतात.
 २. बहुराष्ट्रीय कंपन्या यजमान देशांना विदेशी चलन मिळण्यासाठी मदत करतात.
 ३. बहुराष्ट्रीय कंपन्यांमुळे यजमान देशातील उत्पादक यांच्या मालाचा दर्जा वाढवू शकतात.
 ४. सर्वसाधारणपणे बहुराष्ट्रीय कंपन्या फायदेशीर उद्योगांमध्ये पैसे गुंतवितात.
 ५. बहुराष्ट्रीय कंपन्या काही वेळा यजमान देशाच्या बाजारपेठेवर वर्चस्व ठेवतात/ दबाव आणतात / सत्ता गाजवतात.
- ब. योग्य पर्याय निवडा.
१. सहकारी संस्थाना खालीलपैकी वैशिष्ट्ये नसतात.

अ. खुले सभासदत्व	ब. स्वतंत्र कायदेशीर अस्तित्व
क. नफ्याचा अभाव	ड. मतदानाचा अधिकार
 २. खालीलपैकी कुठले ग्राहक सहकारी संस्थेचे उदाहरण नाही.

अ. अपना बाजार	ब. केंद्रीय भांडार
क. सुपर बाजार	ड. नरियन ग्रुप हाऊसिंग सोसायटी



विभाग २

व्यवसाय संघटनेची रचना



टिपा

सहकारी संस्था आणि संयुक्त भांडवली संस्था

- ३ . सहकारी संस्थेतील सभासदांची जबाबदारी
अ . मर्यादीत
क . संयुक्त
व . अमर्यादीत
ड . संयुक्त आणि एकत्रित
- ४ . सहकारी संस्थेचे यशापयश अवलंबून असते
अ . सभासदाची योग्यता
क . राज्य सरकार
व . केंद्र सरकार
ड . स्थानीक स्वराज्य सरकार
- ५ . खाजगी मर्यादीत कंपनीचे भांडवल कोणात विभागले जाते .
अ . केंद्र सरकार
क . फक्त सभासद
व . सार्वजनीक व सरकार फक्त
ड . सार्वजनीकरित्या भाग विक्रीतून



तुम्ही काय शिकलात

सहकारी संघटना ही व्यक्तींची संघटना की सभासदांचा हेतू समान आर्थिक हितसंबंधासाठी एकत्र येतात . परस्पर सहकार्य करून गरीब लोकांचे हित साधने हा सहकारी संघटनेचा हेतू आहे .

➤ सहकारी संघटनेची संस्थेची वैशिष्ट्ये :

- १ . ऐच्छिक संघटना
- २ . खुले सभासदत्व
- ३ . स्वतंत्र नियामक कायदा
- ४ . अर्थ पुरवठा
- ५ . सेवातत्त्व
- ६ . मतदानाचा अधिकार

➤ सहकारी संस्थेची / संघटनेची स्थापना भारतीय सहकारी संस्थेचा कायदा १९१२ नुसार करण्यात आलेली आहे . कमीतकमी १० व्यक्ती सभासद एकत्र येतात . नोंदणीसाठी सहकारी संस्थेच्या नोंदणी अधिकाऱ्याकडे सहकारी संस्थेच्या नियमावलीसहित अर्ज द्यावा लागतो .

➤ सहकारी संस्थेचे प्रकार / वर्गीकरण :

- १ . ग्राहक सहकारी भांडार
- २ . उत्पादक सहकारी संस्था
- ३ . विपणन सहकारी संस्था
- ४ . सहकारी पतपुरवठा संस्था
- ५ . सहकारी गृहरचना संस्था

➤ सहकारी संस्थेचे / संघटनेचे फायदे :

- १ . ऐच्छिक व्यवस्थापन / संघटन
- २ . लोकशाही नियंत्रण
- ३ . खुले सभासदत्व
- ४ . मध्यस्थाच्या नफ्याचे उच्चाटन

५. मर्यादीत जबाबदारी
 ६. कायमचे सातत्य
- **सहकारी संस्थेचे / संघटनेचे तोटे :**
१. सेवेचा अभाव
 २. मर्यादीत भांडवल
 ३. व्यवस्थापनातील अडचणी
 ४. प्रेरणेचा अभाव
 ५. सहकाराची उणीव
- **"कंपनी म्हणजे कायद्याने निर्माण केलेली व्यक्ती. की जिला स्वतंत्र कायदेशीर व्यक्तीमत्व चिरंतनकाळ टिकणारे अस्तित्व व स्वतःचे बोधचिन्ह आहे."**
- **संयुक्त भांडवली मंडळीची वैशिष्ट्ये :**
१. आभासी व्यक्ती
 २. स्वतंत्र कायदेशीर अस्तित्व
 ३. अखंडित अस्तित्व
 ४. मर्यादीत जबाबदारी
 ५. स्वतःची नाममुद्रा / बोधचिन्ह
 ६. भागांची हस्तांतर क्षमता
 ७. मालकी व व्यवस्थापन यातील फारकत
- **कंपनीचे प्रकार :**
१. खाजगी मर्यादीत कंपनी
 २. सार्वजनिक मर्यादीत कंपनी
 ३. सरकारी कंपनी
 ४. बहुराष्ट्रीय कंपनी
- **संयुक्त भांडवली मंडळीचे / संस्थेचे फायदे :**
१. मर्यादीत जबाबदारी
 २. मोठ्या प्रमाणात भांडवलाची उपलब्धता
 ३. सातत्यपूर्ण अस्तित्व / स्थैर्य
 ४. भाग हस्तांतर क्षमता
 ५. धोक्याचे विभाजन
 ६. सामाजिक फायदा
- **संयुक्त भांडवली मंडळीचे / संस्थेचे तोटे :**
१. स्थापनेतील अडचणी क्लिष्ट स्थापना
 २. वाजवीपेक्षा जास्त सरकारी नियंत्रण
 ३. व्यवस्थापनाचा अभाव
 ४. निर्णयास विलंब
 ५. गुप्ततेचा अभाव



विभाग २

व्यवसाय संघटनेची रचना



टिपा

सहकारी संस्था आणि संयुक्त भांडवली संस्था

सरकारी कंपनी :

ज्या कंपनीत केंद्र किंवा राज्य सरकारने कंपनीचे ५१ % पेक्षा जास्त भाग खरेदी केले असतील त्या कंपनीला सरकारी कंपनी म्हणतात .

बहुराष्ट्रीय कंपनी :

ज्या कंपनीची नोंदणी एका देशात परंतु व्यापार मात्र अनेक देशात कारखाने, शाखा, दुय्यम विभाग स्थापन केला जातो . अशा कंपनीस बहुराष्ट्रीय कंपनी असे म्हणतात .



संकीर्ण प्रश्नसंग्रह (स्वाध्याय)

१. सहकारी संस्था म्हणजे काय ?
२. ग्राहक सहकारी संस्थेची कार्ये कोणती ?
३. ग्राहक सहकारी संस्था व उत्पादक सहकारी संस्था यांची प्रत्येकी दोन उदाहरणे द्या .
४. सहकारी पतपुरवठा संस्था म्हणजे काय ?
५. सहकारी संस्थेच्या सभासदामध्ये वाद आणि प्रेरणेचा अभाव याची कारणे कोणती ?
६. उत्पादक सहकारी संस्था आणि विपणन सहकारी संस्था यातील फरक स्पष्ट करा .
७. संयुक्त भांडवली मंडळी संस्था म्हणजे काय ?
८. संयुक्त भांडवली संस्थेचे फायदे सांगा .
९. बहुराष्ट्रीय कंपनीचा अर्थ सांगा .
१०. कंपनीची वैशिष्ट्ये सविस्तर स्पष्ट करा .
११. खाजगी मर्यादीत कंपनी व सार्वजनिक मर्यादीत कंपनीच्या वैशिष्ट्यातील फरक सांगा .
१२. खाजगी मर्यादीत कंपनी व सार्वजनिक मर्यादीत कंपनी फरक स्पष्ट करा .
१३. संयुक्त भांडवली मंडळीचे फायद्यांची यादी करा .
१४. संयुक्त भांडवली मंडळीचे तोटे सांगा .
१५. बहुराष्ट्रीय कंपनीचे पाच उदाहरणे सांगा .



पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्नांची उत्तरे

- ४.१ १. ऐच्छिक, आर्थिक २. सेवा ३. कायदेशीर नियंत्रण
४. परस्पर मदत ५. मध्यस्थ ६. ग्राहक
- ४.२ १. बरोबर २. बरोबर ३. बरोबर ४. चूक
५. बरोबर ६. बरोबर ७. बरोबर ८. बरोबर

सहकारी संस्था आणि संयुक्त भांडवली संस्था

- ४.३ १. वरोवर २. वरोवर ३. चूक ४. चूक
- ४.४ १. दोन २. खाजगी ३. सरकारी ४. १ लाख
- ४.५ १. भागांची दर्शनी किंमत २. संचालक मंडळ ३. मोटा
४. भारतीय बहुराष्ट्रीय कंपनी ५. सभासद
- ४.६
- अ. १. चूक २. वरोवर ३. वरोवर
४. वरोवर ५. चूक
- ब. १. क २. ड ३. अ
४. अ ५. क

तुम्ही हे कराल :

- तुमच्या वस्तीत एक सहकारी संस्था शोधा आणि तिची खालीलप्रमाणे माहिती मिळवा.
अ. सहकारी संस्थेचे कार्य काय आहे ?
ब. सहकारी संस्थेच्या सभासदांची संख्या किती आहे ?
क. या सहकारी संस्थेस कार्य करित असताना कोणत्या अडचणी येतात ?
- खाजगी, सार्वजनिक, सरकारी किंवा बहुराष्ट्रीय एक कंपनी शोधा आणि त्या संस्थेची स्थापना कशी झाली व त्या संस्थेची कार्ये काय ते शोधा.

विभाग २

व्यवसाय संघटनेची रचना



टिपा

Success Stories

Jaspal Singh

Enrolment No.: Secondary - 27020212195

Senior Secondary – 92279300066



Forced to discontinue his tenth class in 1993 in order to earn a livelihood to support his family, when his parents met with an accident, Jaspal Singh resumed his studies in 2003 by enrolling for the Secondary level course in NIOS. The flexibility of the NIOS system enabled him to pursue his studies along with his vocation. He acquired skills in fashion designing while working as a freelancer in garment export houses.

Having completed his Senior Secondary course from the NIOS and moved by the desire to continue studies, Jaspal Singh has managed to obtain admission to a three year course in Fashion Management at the University of Thames Valley, London.

Ms. Sudha

Enrolment No. : 27029182593



Ms. Sudha was a only housewife until such time that her husband passed away and she was offered the job of a constable in the Delhi Police. She then took up the job to support the family consisting of her two children.

Sudha who had not completed her schooling was motivated by her children to join the NIOS. She then passed the Secondary examination from NIOS in April 2009. A resident of Sant Nagar, Burari, Delhi and posted at the Rohini Court, Delhi, Sudha today feels more confident and empowered by the qualification acquired by her through the NIOS.

विभाग ३

सेवा क्षेत्र

आजच्या काळात व्यापार गुंतागुंतीचा आणि संवेदनशील बनला आहे. व्यापाराची यशस्वीता ही दळणवळण (वाहतूक), साठवणक्षमता, संदेशवहन, पोस्ट, बँक, विमा,

बी. पी.ओ. इ. महत्वाच्या बाबीवर अवलंबून असते. व्यापाराची परिणामकारक क्रियाशीलता वाढवण्यासाठी आणि जगभरात व्यापाराचे विस्तृत जाळे तयार करण्यासाठी या बाबी मदतगार ठरतात. या प्रकरणाचे लक्ष्य या सेवासुविधा संबंधी माहितीवर प्रकाश टाकणे आहे.

प्रकरण ५	:	दळणवळण (वाहतूक) सेवा
प्रकरण ६	:	साठवणूक
प्रकरण ७	:	संदेशवहन सेवा
प्रकरण ८	:	टपाल आणि जलद डाक सेव
प्रकरण ९	:	बँकिंग (वित्तीय) सेवा
प्रकरण १०	:	विमा सेवा
प्रकरण ११	:	आउटसोर्सिंग दळणवळण सेवा वाहतूक (परिवहन)



दळणवळण

आपण आपल्या दैनंदिन जीवनात अनेकविध उत्पादने वापरत असतो. ज्यातली अनेक उत्पादने आपण राहत असलेल्या ठिकाणापासून खूप दूर तयार होतात. मग ही उत्पादने आपल्या पर्यंत कशी काय पोहोचतात ? ही उत्पादने रेल्वे, रस्ते, विमान मार्गाने आपल्या राहत्या ठिकाणी आपल्याला उपलब्ध करून दिली जातात. तुम्ही नक्कीच तयार उत्पादने किंवा कच्चा माल एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी जाताना ही पाहिले असेल.

व्यक्ती आणि माल यांची ही हालचाल व्यापारात अतिशय महत्त्वाची ठरते. कारण यामुळेच कच्चा माल उत्पादन तयार करण्याच्या ठिकाणी उपलब्ध करून दिला जातो. मनुष्यबळाचे एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी चलन चलन होत राहते.

या प्रकरणात कशा पद्धतीने माल आणि कार्यशक्ती एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी पोहोचतात हे शिकू.



उद्दिष्ट्ये

हे प्रकरण पूर्ण केल्यावर तुम्हाला समजेल

- दळणवळणाचा अर्थ आणि सद्यस्थिती
- दळणवळणाचे महत्त्व
- दळणवळणाची साधने ओळखणे
- दळणवळणाच्या साधनांचे फायदे आणि मर्यादा स्पष्ट करणे.

५.१ दळणवळणाचा अर्थ

दळणवळण म्हणजे अशी क्रिया ज्यामध्ये तयार माल आणि संबंधित व्यक्ती यांची प्रत्यक्ष एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी ने आण अथवा हालचाल होते. व्यापारात दळणवळण उद्योग सहाय्यक म्हणून गणले जाते. म्हणजे उद्योगधंद्यांना मदत पुरवणारा महत्त्वाचा घटक तसेच उत्पादनाच्या ठिकाणी कच्चा माल वाहून नेणारा आणि तयार उत्पादन पुरवठ्यासाठी वितरित करणारा महत्त्वाचा दुवा.

व्यक्ती अथवा व्यापार समूह ज्या दळणवळणाची सेवा पुरवतात वाहतुकदार म्हणतात. सर्वसाधारणपणे वाहतूकदार कच्चा माल, तयार उत्पादने आणि व्यक्ती याची एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी ने आण करतात.

५.२ दळणवळणाचे महत्त्व

आधी चर्चित्याप्रमाणे वाहतूक अंतराच्या सीमारेषा पुसून टाकते. त्यामुळे एका ठिकाणी तयार होणारे उत्पादन काही क्षणात किंवा काही तासात जगातील विविध ठिकाणांच्या ग्राहकांपर्यंत सहज पोहोचते. वाहतुकीशिवाय आपण अथवा व्यापार समूह एक पाउलही पुढे टाकू शकणार नाही.



टिपा

दळणवळणाचे महत्त्व सांगणारे मुद्दे खालीलप्रमाणे :

१. **निर्माता अथवा उत्पादकांना कच्चा माल उपलब्ध करून देणे** : वाहतूक कच्चा माल ज्या ठिकाणी उपलब्ध असतो तेथून वाहून नेऊन जिथे प्रक्रिया करून अथवा बांधणी करून पक्का माल तयार करण्यात येतो तिथे पोहोचवते.
२. **ग्राहकांपर्यंत माल अथवा वस्तू पोहोचवणे** : वाहतूक एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणापर्यंत तयार मालाची ने आण गतीने आणि सहजतेने शक्य करते. त्यामुळे देशाच्या विविध भागात राहणारे ग्राहक आपल्या राहत्या ठिकाणापासून दूर तयार होणाऱ्या वस्तूंचा उपभोग घेऊ शकतात.
३. **जीवनमान उंचावते** : वाहतूकीमुळे विविध प्रदेशातल्या विविध किमतीच्या वेगवेगळ्या वस्तूंचे ग्राहकांना पर्याय उपलब्ध होतात त्यामुळे ग्राहकांचे जीवनमान उंचावते.
४. **कमी खर्चात मोठ्या प्रमाणात उत्पादनाची सुविधा** : मोठ्या प्रमाणात होणाऱ्या उत्पादनासाठी प्रत्येकवेळी आवडीची अथवा निवडीची जागा मिळत नाही. संसाधनांची उपलब्धता असणारी विशेष जमीन सगळीकडेच सहज मिळेलच असे नाही. परंतु वाहतुकीमुळे मोठ्या प्रमाणातील उत्पादनासाठी निवडलेल्या जागेपर्यंत कच्चा माल मनुष्यबळ पोहोचवणे. तयार माल बाजारपेठेपर्यंत पोहोचवणे सहज शक्य झाल्याने मोठ्या प्रमाणात कमी खर्चात उत्पादन करता येते.
५. **आणीबाणी आणि नैसर्गिक आपत्तीच्या काळात मदत** : युद्ध, अंतर्गत आणीबाणी, नैसर्गिक आपत्तीच्या काळात वाहतूक गतीने हालचाल करत प्रभावित ठिकाण आणि लोकांपर्यंत मदत पोहोचवते.
६. **रोजगार निर्मितीत मदत** : वाहतूकीमुळे ड्रायव्हर, कंडक्टर, पायलट, केबिन क्रू, जहाज कप्तान, जे प्रत्यक्षरित्या या व्यवसायाचा भाग असतात त्यांच्याकरिता रोजगाराची निर्मिती होते. व्यवसायांसाठी विविध सुटे भाग आणि यंत्रसामुग्रीच्या पुरवठ्यासंबंधित रोजगाराची निर्मिती होते. व्यवसायांसाठी विविध सुटे भाग आणि यंत्रसामुग्रीच्या पुरवठ्यासंबंधित रोजगारही वाहतुकीमुळेच उपलब्ध होतात. त्यामुळे सोयीच्या ठिकाणी लोक आता दुरूस्ती आणि देखभालीसाठीची सेवा केंद्रे सुरू करू लागले आहेत.
७. **कामगार संचारात मदत** : मनुष्यबळाला एक ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी पोहोचवण्यात वाहतुकीमुळे मदत होते. तुम्हाला माहितच असेल कारखाने आणि उद्योगात काम करण्यासाठी कामगार आपल्या देशातून परदेशात जातात तसेच परदेशातील कामगार आपल्या देशात येतात. देशांतर्गत ही अनेक कामगार राहत्या ठिकाणाहून इतर ठिकाणी कामाच्या शोधानिमित्त



जातात . त्याचप्रमाणे कारखान्याजवळ नेहमीच कामगार उपलब्ध होतीलच असे नाही . त्यामुळे कामगारांना ते रहात असलेल्या ठिकाणाहून कामाच्या ठिकाणी नेण्यासाठी आणि परत घरी पोचवण्यासाठी बहुतेक उद्योगांची आपली स्वतःची वाहतूक यंत्रणा असते .

- ८ . **जगाला एकत्र आणण्याचे काम** : वाहतुकीमुळे जग जवळ आले आहे . माणसे आणि माल यांचे विविध देशात चलन चलन वाढले आहे . संस्कृती , आचार , विचार यांचे देशादेशातील आदानप्रदान वाढण्यास मदतच झाली आहे . लोक विविध देशांसंबंधी जागरूकता आणि परस्पर सामंजस्य लोकांमध्ये वाढीस लागले आहे . त्यामुळे विश्वबंधुत्वाची भावना निर्माण होण्यास मदत झाली आहे .



५.१ पाठ्य पुस्तकावर आधारीत प्रश्न

चूक की बरोबर सांगा .

- १ . व्यापारात दळणवळण (वाहतूक) उद्योग सहाय्यक म्हणून गणली जाते .
- २ . वाहतूक लोकांचे जीवनमान उंचावण्यात मदत करत नाही .
- ३ . विविध देशांदरम्यान सांस्कृतिक देवाण घेवाण ही वाहतुकीमुळे शक्य होते .
- ४ . वाहतूकीमुळे कोणत्याही रोजगार संधी उपलब्ध होत नाहीत .
- ५ . कामगार संचार वाढण्यास वाहतूक उपयुक्त ठरते .

५.३ वाहतूकीचे मार्ग आणि साधने

जमीन , हवा आणि पाणी हे वाहतुकीचे मुख्य मार्ग आहेत . जमिनीवर आपण मालवाहतुकीसाठी ट्रक , ट्रॅक्टर आदि वापरतो . तर रेल्वे , बस , कार आदि प्रवासी वाहतूकीसाठी वापरण्यात येतात . हवाई मार्गाने विमान , हेलिकॉप्टर प्रवासी तसेच माल वाहतूक होते . तर समुद्र आणि नदीमार्गे जहाजे , स्टीमर आणि बोटीद्वारे माल आणि प्रवासी वाहतूक केली जाते . ही सर्व वाहतुकीची साधने होत . वाहतूक मार्ग ठळकपणे तीन गटात विभागता येतात .

जमीन वाहतूक , समुद्र आणि नदी वाहतूक आणि विमानवाहतूक .

५.४ जमीन वाहतूक

जमीन वाहतूक म्हणजे मालाची आणि प्रवाशांची जमिनीवरील प्रत्यक्ष हालचाल . ही हालचाल रस्त्यावरून , रेल्वेने , दोरी अथवा पाईप आदि द्वारे केली जाते . त्यामुळे जमीन वाहतुकीचे रस्ता वाहतूक , रोपवे वाहतूक अथवा पाईपलाईन वाहतूक आदि प्रकार पडतात . या प्रत्येकासंबंधी अधिक सविस्तर माहिती घेऊया .

५.५ रस्ता वाहतूक

रस्ते म्हणजे जमिनीच्या पृष्ठभागावरील ठिकाणे जोडण्याचे साधन होय . तुम्ही तुमच्या गावात शहरात रस्ते नक्कीच पाहिले असतील . सगळे रस्ते एकसारखे नसतात . काही मुरूमाचे , काही दगड

दळणवळण सेवा वाहतूक (परिवहन)

आणि सिमेंटचे, तर काही डांबरी असतात. बैल गाडी सायकल, मोटरसायकल, कार, बस, ट्रक आदि रस्ता वाहतुकीची विविध साधने आहेत. रस्ता वाहतूक साधनाचे प्रकार आहेत.

१. मनुष्य चलित वाहतूक
वाहतूक



२. प्राणी चलित वाहतूक



३. मोटर चलित



रस्त्यावरील वाहतूक

तुम्ही अनेकदा कामगारांना डोक्यावर अथवा पाठीवर किंवा हातगाडी अथवा सायकलवर एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी माल वाहून नेताना पाहिले असेल.

लोक अनेकदा रिक्षा अथवा सायकलवरही छोट्या अंतराचे प्रवास करतात. आपण प्राणी (बैल, घोडा, उंट, गाढव आदी) ओढत असलेल्या गाड्याही पाहतो. त्या ग्रामीण भागात गवत, चारा, धान्य, पीक आदि वाहून नेत असतात. कधी कधी प्राण्यांच्या पाठीवरूनही वाहतूक होताना आपण पाहतो. बर्फाळ प्रदेशात कुत्री ओढून नेतात ती स्लेजगाडी प्रवासी आणि मालवाहतुकीसाठी वापरतात. मनुष्य चलित वाहने आणि चलित वाहने यांच्या तुलनेत मोटरवर चालणारी वाहने वर्षानुवर्षे आधी लाकप्रिय ठरली आहेत. कारण आहे या वाहनांची गतिमानता आणि त्याची मोठ्या प्रमाणात माल वाहून नेण्याची क्षमता. देशाच्या कानाकोपऱ्यापर्यंत पोहोचलेल्या रस्त्यांमुळे देखील मोटर चलित वाहनाचा वापर वाढला आहे. ऑटोरिक्षा, स्कूटर बस, टॅपो, ट्रक आदि काही माल तसेच प्रवासी वाहतूक करणारी साधने आहेत.

कोलकत्ता शहरात तर ट्राम हे देखील वाहतुकीचे प्रमुख साधन आहे.

५.६ रस्ता वाहतूकीचे फायदे

१. वाहतुकीच्या इतर साधनांपेक्षा अधिक स्वस्त.
२. छोट्या अंतरापर्यंत नाशवंत मालाची अधिक जलद वाहतूक शक्य होते.
३. दारोदार सेवा देणाऱ्या या वाहतूक सुविधेत कोणत्याही ठिकाणी माल चढवणे आणि उतरवणे सहज शक्य होते.
४. ज्या ठिकाणी वाहतुकीची इतर साधने पोचू शकत नाही तेथे माल आणि प्रवासी वाहतुकीस रस्ता वाहतूक साधनांची मदत होते.

५.७ रस्ता वाहतूकीच्या मर्यादा

१. वाहनांच्या ठराविक क्षमतेमुळे दूरच्या अंतरापर्यंत माल वाहतूक करणे फायदेशिर ठरत नाही.
२. अवजड माल किंवा मालाचा साठा एकदम वाहून नेण्यासाठी भरपूर किंमत मोजावी लागते.
३. पूर, पाऊस आणि दरड कोसळणे, भूकंप या सारख्या नैसर्गिक आपत्तीमुळे रस्ता वाहतूक विस्कळीत होते.

विभाग ३

सेवा क्षेत्र



टिपा



टिपा

५.८ रेल्वे वाहतूक

प्रवासी आणि मालाची रेल्वे रूळावरून रेल्वेगाडीच्या माध्यमातून होणारी वाहतूक. जमीन वाहतुकीत आपल्या देशात रेल्वेला महत्वाचे स्थान आहे. तसेच दूरच्या प्रवासी आणि माल वाहतुकीसाठी खूप भरवश्याची मानली जाते.



रेल्वे वाहतूक

दुरच्या अंतरासोबतच मोठ्या शहरातून मेट्रो किंवा लोकलद्वारे स्थानीक प्रवासी वाहतूक ही पुरवली जाते. काही पर्वतीय आणि डोंगर माथ्यावरील ठिकाणे सोडता रेल्वे वाहतूक संपूर्ण देशात उपलब्ध आहे. आपल्या देशात दोन प्रकारच्या रेल्वे वाहतूक आहेत. एक म्हणजे प्रवासी तर दुसरी मालवाहू. प्रवासी रेल्वे प्रवाशांबरोबरच थोड्याफार मालाचीही ने आण करतात. तर मालवाहू फक्त मालाची ने आण करतात. रेल्वे इंजिनाच्या सहाय्याने हालचाल करते. इंजिन चालवण्यासाठी वाफ, डिझेल किंवा विद्युत शक्तीचा वापर होतो.

५.९ रेल्वे वाहतूकीचे फायदे

१. दुरच्या प्रवासासाठी रेल्वे सोयीस्कर साधन आहे.
२. रस्ता वाहतूकीपेक्षा अधिक जलद आहे.
३. दुरच्या ठिकाणांपर्यंत मोठ्या प्रमाणात माल वाहून नेण्यासाठी सोयीची.
४. पाऊस, पूर आणि धुके यामुळे फार कमी प्रभावित होणारे साधन.

५.१० रेल्वे वाहतूकीच्या मर्यादा

१. छोट्या अंतरासाठी माल आणि प्रवासी वाहतूकीसाठी जास्त किंमत मोजावी लागते.
२. देशाच्या दूरस्थ भागात ही सेवा उपलब्ध नाही.
३. रेल्वेने ठराविक वेळापत्रकाप्रमाणे चालते त्यामुळे कोणत्याही ठिकाणी माल चढवण्या आणि उतरवण्यात लवचिकता राहत नाही.
४. अपघात झाल्यास माल आणि जीवितहानी मोठ्या प्रमाणात होण्याची शक्यता असते.

५.११ पाईप लाईन वाहतूक :

नव्या युगात पाईपलाईनद्वारे विविध जीवनावश्यक वार्बींचा पुरवठा केला जातो. रहीवासी आणि व्यावसायिक क्षेत्रांना पाईपलाईनद्वारे पाणी पुरवठा केला जातो. पेट्रोलियम आणि नैसर्गिक वायू यांचाही पाईपलाईनद्वारे पुरवठा होतो. या उत्पादनांसाठी रेल्वे आणि रस्ते यांच्या तुलनेत हा सर्वात सोयीस्कर आणि आर्थिक दृष्ट्या परवडणारा मार्ग आहे. यातून मोठ्या प्रमाणात अधिक घनतेच्या प्रवाही पदार्थाची आणि वायूची वाहतूक



पाईप लाईन वाहतूक

दळणवळण सेवा वाहतूक (परिवहन)

केली जाते. परंतु याच्या बांधणीसाठी तसेच देखभालीसाठी अधिक मोठ्या प्रमाणात वित्तीय गुंतवणूक करावी लागते.

५.१२ रोपवे वाहतूक

रोपवे हा वाहतूकीचा आणखी एक मार्ग आहे. जो दोन पर्वतांना अथवा नदीवरून दोन ठिकाणांना जोडतो. पर्वतीय प्रदेशात ट्रॉली जी चाक आणि दोरीच्या सहाय्याने हालचाल करते. या ट्रॉलीतून प्रवासी आणि मालाची ने आण केली जाते. विशेषतः बांधकाम साहित्य आणि अन्नधान्याची रोपवेद्वारा वाहतूक केली जाते.



रोपवे वाहतूक

गुजरातमधील सुप्रसिद्ध 'उरन खटोला जगदंबा' हे रोपवे वाहतूकीचे उदाहरण आहे. ज्यातून ५० पेक्षा अधिक भाविकांना देवळापर्यंत जाता येते.



५.२ पाठ्य पुस्तकावर आधारीत प्रश्न

अ. चूक किंवा बरोबर ते लिहा.

१. वाहतूक म्हणजे फक्त माल पाठवणे, व्यक्ती नाही.
२. वाहन अंतराच्या सीमारेषा पुमून टाकते.
३. पाईपलाईन वाहतूक हे जमीन वाहतूकीचे साधन नाही.
४. रस्ता वाहतूक हवामान परिस्थिती मुळे विस्कळीत होत नाही.
५. अवजड आणि मालाचा साठा वाहतूकीसाठी रेल्वे वाहतूक योग्य पर्याय नाही.

ब. योग्य जोड्या जुळवा.

'अ'

'ब'

- | | |
|-------------|---|
| १. हातगाडी | अ. पर्वतीय प्रदेशात सेवा उपयुक्त |
| २. रोपवे | ब. अवजड आणि मोठ्या प्रमाणात माल वाहतूकीसाठी |
| ३. स्लेज | क. प्रवाही पदार्थ व वायू वाहकीचा मार्ग |
| ४. रेल्वे | ड. मनुष्यचलित वाहतूक साधन |
| ५. पाईपलाईन | इ. कुऱ्यांद्वारे ओढली जाणारी |

५.१३ जल वाहतूक

बोट, स्टिकर, लॉच, जहाज या साधनांद्वारे जलमार्गाने माल आणि प्रवासी ने आण करण्याच्या क्रियेला जलवाहतूक म्हणतात. जलवाहतूकीच्या साधनांद्वारे देशात तसेच देशाबाहेरील विविध ठिकाणी माल आणि प्रवासी वाहतूक केली जाते. जेव्हा देशातील नदी आणि कालवे यातून बोट आणि लॉचद्वारे हालचाल अथवा वाहतूक होते तेव्हा त्याला 'आंतरदेशीय जलवाहतूक' म्हणतात.

विभाग ३

सेवा क्षेत्र



टिपा



टिपा

जेव्हा विविध जलवाहतूक साधनांद्वारे समुद्रमार्गे वाहतूक करण्यात येते. त्याला समुद्री वाहतूक असे म्हणण्यात येते.

५.१४ आंतरदेशीय जल वाहतूक

आंतरदेशीय वाहतूकीत बोटी, लॉच, मालवाहतूक बोटी, स्टीमर्स आदीचा माल आणि प्रवासी वाहतूकीसाठी नदी आणि कालव्याचा मार्ग अवलंबण्यात येतो. या मार्गाना 'आंतरदेशीय जलमार्ग' म्हणतात. हा देशांतर्गत व्यापारी माल तसेच मालसाठी वाढून नेण्यासाठी वापरला जातो. आपल्या देशात जलमार्गाद्वारे प्रवासी वाहतूक फार लोकप्रिय नाही. फक्त पश्चिमबंगाल आंध्रप्रदेश, आसाम, केरळ, तामिळनाडू आदी राज्यात या वाहतूकीचे अस्तित्व दिसून येते.

५.१५ समुद्री वाहतूक

समुद्री वाहतूक जहाजाने समुद्रातून अथवा समुद्रीमार्गाने करण्यात येणारी हालचाल होय. आंतरराष्ट्रीय व्यापारात वाढ करण्यासाठी अतिशय महत्त्वाची भूमिका समुद्री वाहतूक निभावत असते. किनारपट्टीवरील भागातही माल आणि प्रवासी वाहतूकीसाठी समुद्रमार्गाचा वापर केला जातो.

समुद्री वाहतूकीचे काही ठराविक मार्ग आहेत. जे जगातील अनेक देशांना जोडले गेले आहेत.

१. **किनारपट्टीवरील जहाज वाहतूक :** या वाहतूकीत जहाजे देशाच्या किनारपट्टीवरील प्रमुख बंदरादरम्यान प्रवास करतात. याची देशांतर्गत व्यापाराला मदत होते. तसेच प्रवासी वाहतूकही शक्य होते. समुद्राने विभागलेल्या दोन देशातही ही वाहतूक होते. जी आंतरराष्ट्रीय व्यापार वाढीसाठी उपयुक्त ठरते. या जहाज वाहतूकीच्या साधनामुळे अवजडयंत्र आणि मोठा माल साठा इच्छित ठिकाणी पोचवणे आर्थिकदृष्ट्या फायदेशिर ठरते.



जहाज वाहतूक

२. **आंतर समुद्रीय जहाज वाहतूक :** विविध देशांना जोडणारी आणि ठराविक मार्गावर चालणारी वाहतूक म्हणजे आंतरसमुद्रीय जहाज वाहतूक होय. समुद्री वाहतूकीसाठी विविध प्रकारची जहाजे प्रवासी आणि माल वाहतूकीसाठी वापरली जातात.



जहाजावरील वाहतूक

अ. **लाईनर्स :** लाईनर म्हणजे खाजगी कंपनीची प्रवासी तसेच कार्गो म्हणजेच माल वाहतूक करणारी जहाजे ही जहाजे ठराविक मार्गाने वेळापत्रकाप्रमाणे मार्गक्रमण करतात.

दळणवळण सेवा वाहतूक (परिवहन)

ब . ट्रॅम्स : ट्रॅम्प म्हणजे कर्गो जहाज जे नियमित फेच्या न करता जेव्हा माल येईल तेव्हाच समुद्रसफरीला निघते . ट्रॅम्प कोणताही ठराविक मार्ग अथवा वेळापत्रकाप्रमाणे मार्गक्रमण करत नाही .

५.१६ जल वाहतूकीचे फायदे

जलवाहतूकीचे फायदे खालीलप्रमाणे आहेत .

- १ . अवजड आणि मोठ्या प्रमाणातील मालाचा साठा वाहून नेण्यासाठी आर्थिकदृष्ट्या फायदेशीर .
- २ . अपघाताच्या घटना संदर्भात अतिशय सुरक्षित असा मार्ग .
- ३ . जलवाहतूक मार्गासाठी बांधणी आणि देखभालीचा खर्च फार कमी होतो . काही समुद्री मार्ग तर नैसर्गिकरित्याही तयार झालेले आहेत .
- ४ . आंतरराष्ट्रीय व्यापारवाढीला मदत करते .

५.१७ जल वाहतूकीच्या मर्यादा

जलवाहतूकीच्या मर्यादा खालीलप्रमाणे आहेत .

- १ . नदी आणि कालवे यांची खोली तसेच प्रवाहाची वेळणे यामुळे छोट्या मोठ्या आकाराच्या जहाजाचे वीठीचे आवागमन अवघड होते .
- २ . अतिशय संधपणे चालणारी वाहतूक असल्याने नाशवंत वस्तूची वाहतूक शक्य होत नाही .
- ३ . खराब हवामानामुळे लगेचच विस्कळीत होणारी वाहतूक .
- ४ . समुद्री वाहतूकीला जहाज बांधणी आणि देखभालीसाठी मोठ्या प्रमाणात आर्थिक गुंतवणूक करावी लागते .



१.१ पाठ्य पुस्तकावर आधारित प्रश्न

अ . चूक किंवा बरोबर ते लिहा .

- १ . आंतरदेशीय जल वाहतूकीत समुद्र आणि महासागर यांचा समवेश असतो .
- २ . जल वाहतूक अतिशय वेगवान वाहतूक प्रकार आहे .
- ३ . जलवाहतूक आंतरराष्ट्रीय व्यापारासाठी उपयुक्त आहे .
- ४ . आंतरसमुद्रीय जहाज वाहतूक शेजारी देशांमध्ये होते .
- ५ . जलवाहतूक खराब हवामानामुळे विस्कळीत होत नाही .

ब . रिकाम्या जागा भरा .

- १ हे कार्गो जहाज आहे जे नियमित फेच्या करत नाही .
- २ . आंतरदेशीय जलवाहतूक सर्वसाधारणपणे व्यापारासाठी वापरली जाते .
- ३ . नियमित मार्ग आणि ठराविक वेळापत्रकाप्रमाणे चालणाऱ्या जहाजांना म्हणतात .
- ४ . समुद्री वाहतूक मुख्यत्वे व्यापार सोयीचा करते .
- ५ . जल वाहतूकीत जहाज बनवण्यासाठी गुंतवणूक आवश्यक ठरते .

विभाग ३

सेवा क्षेत्र



टिपा



टिपा

५.१८ हवाई वाहतूक

सर्वाधिक वेगवान असा हा वाहतूक मार्गाचा प्रकार आहे. प्रवासी विमान, मालवाहू किंवा कार्गो विमान, हेलिकॉप्टर्स आदी साधनांद्वारे प्रवासी तसेच मालाची हवाई मार्गाने होणाऱ्या वाहतूकीला हवाई वाहतूक म्हणतात.



हवाई वाहतूक

ही विमाने प्रवाशांव्यतिरिक्त कमी माल साठा असलेल्या किंवा खूप किंमती असलेल्या मालाची ने आण करतात. पर्वतीय प्रदेशात जिथे इतर कोणत्याही वाहतूक प्रकार पोचू शकत नाही तिथे हवाई वाहतूक महत्त्वाची आणि सोयीस्कर होते.

नैसर्गिक आपत्तीच्या काळात (पूर, भूकंप) माल, प्रवासी, तसेच अन्नधान्य आदीची वाहतूक करणे सहज शक्य होते.

लढाईच्या काळात हवाई वाहतूक महत्त्वाची भूमिका निभावते. सैनिकांना वाहून नेणे याबरोबरच रसद पुरवण्याचे कामही हवाई वाहतूकीमुळे शक्य होते. हवाई वाहतूकीचे दोन प्रकारे वर्गीकरण करता येते. आंतरदेशीय आणि आंतरराष्ट्रीय हवाई वाहतूक. आंतरदेशीय हवाई वाहतूक देशांतर्गत सेवा पुरवते. तर आंतरराष्ट्रीय हवाई वाहतूक आणि प्रवासी यांची विविध देशांत ने आण करते. हवाई वाहतूकीचे टराविक मार्ग असतात. जे जवळपास सर्व देशांना जोडतात.

५.१९ हवाई वाहतूकीचे फायदे

हवाई वाहतूकीचे फायदे खालिलप्रमाणे आहेत.

१. सर्वाधिक वेगवान मार्गाचा प्रकार.
२. वाहतूकीच्या इतर मार्ग आणि साधनांच्या तुलनेत पोहोच नसलेल्या ठिकाणीही प्रवासी आणि माल वाहतूकीसाठी उपयुक्त.
३. नैसर्गिक आपत्तीदरम्यान अत्यंत सोयीचा असा वाहतूक मार्ग
४. राष्ट्रीय सुरक्षा आणि संरक्षणात अतिशय महत्त्वाचे सहाय्य पुरवण्याचे काम करते.

५.२० हवाई वाहतूकीच्या मर्यादा

हवाई वाहतूकीच्या मर्यादा खालिलप्रमाणे आहेत.

१. खूप महागडा वाहतूक प्रकार
२. अवजड आणि मोठा माल वाहून नेण्यासाठी उपयुक्त नाही.
३. खराब हवामानामुळे लगेच विस्कळीत होते.
४. छोट्या अंतरासाठी योग्य नाही.
५. अपघाताच्या घटनांमध्ये मोठ्या प्रमाणावर माल, जिवित, वित्त हानीचा धोका संभवतो.



- वाहतुकीचे महत्त्व खालील बाबींमधून स्पष्ट होते .
 १. उत्पादकांपर्यंत कच्चा माल पोचवणे .
 २. तयार माल ग्राहकांपर्यंत पोचवणे .
 ३. लोकांचे जीवनमान उंचावणे .
 ४. कमी खर्चात मोठ्या प्रमाणात उत्पादन शक्य करणे .
 ५. आणीवाणी आणि नैसर्गिक आपदांमध्ये मदत होते .
 ६. रोजगार निर्मितीत मदत होते .
 ७. कामगारांना एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी पोचता येते .
 ८. देशांना एकत्र जोडण्यात मदत होते .

➤ वाहतुकीचे विविध मार्ग खालीलप्रमाणे

मार्ग	जमीन वाहतूक	जल वाहतूक	विमान वाहतूक
प्रकार	रस्ता वाहतूक पाईपलाईन वाहतूक रेल्वे वाहतूक रोपवे वाहतूक	आंतरदेशीय वाहतूक सामुद्रिय वाहतूक	आंतरदेशीय वाहतूक आंतरराष्ट्रीय वाहतूक

➤ माल आणि प्रवासी वाहतूक करणारा जलवाहतूकीची साधने

साधने	आंतरदेशीय जल वाहतूक	समुद्री वाहतूक
प्रकार	बोट, स्टिमर, मालवाहू बोटी, लॉन्च	जहाज, टँकर, पाणबुड्या

➤ प्रवासी आणि माल वाहतूकीसाठी जमीन वाहतूकीची विविध साधने

रस्ता वाहतूक			रेल्वे वाहतूक	पाईपलाईन वाहतूक	रोपवे वाहतूक
मनुष्य चलीत	प्राणी चलीत	मोटर चलीत			
मनुष्याच्या पाठीवरून वा डोक्यावरून	प्राणी चलीत गाड्या स्लेजप्राणी प्राणी	स्कूटर मोटर सायकल ऑटो रिक्शा कार व्हॅन बस ट्रक	पॅसेंजर ट्रेन मालवाहतूक रेल्वे	पाईप	दोरी

दळणवळण सेवा वाहतूक (परिवहन)

प्रवासी आणि माल वाहतूकीसाठी विविध हवाई मार्ग वाहतूक :

प्रकार	राष्ट्रीय हवाई वाहतूक	आंतरराष्ट्रीय हवाई वाहतूक
साधन	विमाने, हेलीकॉप्टर्स	विमाने



संकीर्ण प्रश्नसंग्रह (स्वाध्याय)

१. वाहतूक म्हणजे काय ? व्यापारातील याचे महत्त्व विशद करा .
२. वाहतूकीचे मार्ग म्हणजे काय ? वाहतूकीची विविध साधने कोणती ?
३. जमीन वाहतूकीची विविध मार्ग विशद करा .
४. रेल्वे वाहतूकीचे फायदे आणि सिमितता विशद करा .
५. रस्ता वाहतूकीचे विविध प्रकार स्पष्ट करा .
६. रस्ता वाहतूकीचे फायदे आणि सिमितता विशद करा .
७. जल वाहतूकीचे विविध मार्गांचे वर्गीकरण करा .
८. जल वाहतूकीचे फायदे आणि सिमितता स्पष्ट करा .
९. समुद्री आणि आंतरदेशीय जलवाहतूकीतील फरक सांगा .
१०. लायनर्स आणि ट्रम्पर्स मधील फरक सांगा .
११. हवाई वाहतूकीचे फायदे आणि मर्यादा स्पष्ट करा .
१२. वाहतूक मार्ग निवडताना तुम्ही कोणत्या गोष्टी तुम्ही लक्षात ठेवाल ?
१३. पार्सपलाईन वाहतूकीद्वारे कोणत्या उत्पादनांची वाहतूक होते आणि का ?



पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्नांची उत्तरे

- ५.१ १. सत्य २. असत्य ३. सत्य ४. असत्य ५. सत्य
- ५.२
- अ. १. असत्य २. सत्य ३. असत्य ४. असत्य ५. सत्य
- ब. १. ड २. अ ३. इ ४. व ५. क
- ५.३
- अ. १. असत्य २. असत्य ३. सत्य ४. सत्य ५. असत्य
- ब. १. ट्रम्प २. घरगुती देशांतर्गत ३. लायनर्स
४. परदेशी ५. अवजड
- ५.४
- अ. १. सत्य २. असत्य ३. सत्य ४. असत्य ५. असत्य
- ब. १. व २. क ३. अ ४. क ५. व

विभाग ३

सेवा क्षेत्र



टिपा



टिपा

तुम्ही हे कराल :

१. तुमच्या घराच्या जवळ असलेल्या विविध वाहतूक मार्गांचे निरीक्षण करा . आणि त्यांचे फायदे व सिमितता लिहून काढा .
२. तुमच्या जवळच्या मार्केटमध्ये जाऊन तिथल्या व्यापाऱ्याला तो वापरात असलेल्या वाहतूक मार्गाबद्दल विचारा . व तो हा मार्ग का वापरतो हे सुद्धा माहित करून घ्या .
३. वेळप्रसंगी तुमच्या परिवारातल्या सदस्यांकडून कोणता वाहतूक मार्ग वापरला जातो याची यादी बनवा .

संग्रहण (गुदामे)



रोजच्या जीवनात आपण विविध प्रकारचे पदार्थ खातो . आपल्यापैकी काही जण भात तर काही जण पोळी किंवा भाकरी यांचा मुख्य अन्न म्हणून वापर करतात . विविध प्रकारचे धान्य किंवा गहू ज्यापासून हे अन्नपदार्थ तयार केले जातात . ते कोठून येते याचा कधी तुम्ही विचार केला आहे काय? आपणास माहित आहेच बऱ्याच प्रकारच्या अन्नधान्याचे वर्षभर उत्पादन शक्य नसते . पण रोजच्या खाण्यात आपणास त्याची गरज भासते . म्हणूनच शेतकरी अविरतपणे धान्याचा पुरवठा आपणास कशाप्रकारे करत असतील ? तुम्हाला असे वाटत असेल की योग्य जागी ते धान्याची साठवणूक करत असतील आणि गरज भासेल तेव्हा पुरवत असतील . होय . तुमचे म्हणणे बरोबर आहे . एका ठराविक ठिकाणी व विशिष्ट हंगामात उत्पादन शक्य असल्याने धान्याची योग्य प्रकारे साठवणूक करणे हे अतिशय गरजेचे आहे . आपल्या वापरासाठी आपण घरामध्ये किंवा काही ठराविक प्रमाणातच साठवणूक करू शकतो . परंतु काही जागा किंवा कोठारे आहेत जेथे हे पदार्थ मोठ्या प्रमाणात योग्य आणि व्यवस्थित प्रकारे साठवले जातात .

या पाठात आपण अशा कोठारांचा आपण अभ्यास करणार आहोत .



उद्दिष्ट्ये

या पाठाच्या अभ्यासानंतर तुम्हाला खालील उद्दिष्टे स्पष्ट करता येतील .

- गुदाम पध्दतीचा अर्थ
- गुदाम पध्दतीची गरज
- गुदामांचे विविध प्रकार ओळखणे
- आदर्श गुदामांची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करणे .
- गुदामांची कार्ये स्पष्ट करणे .
- गुदामांच्या फायद्यांची यादी करणे .

६.१ संग्रहणाचा अर्थ

रोजच्या जीवनात आपणास विविध प्रकारच्या माल लागतो . त्यापैकी काही घटकांची आपण मोठ्या प्रमाणात खरेदी करतो . आणि आपल्या घरात त्यांची साठवण करू शकतो . त्याचप्रमाणे व्यावसायिकांना देखिल विविध मालाची गरज भासते . त्यातील काही माल प्रत्येक वेळी उपलब्ध असेलच असे नाही . त्याला मागणी मात्र वर्षभर असते .



गुदामातील माल

साखरेच्या उत्पादनानंतर साखरेच्या वाटपासाठी किंवा साखरेच्या विक्रीसाठी काही प्रमाणाच्या अवधीची गरज भासते. अशा प्रकारे कच्चा माल त्याप्रमाणे तयार झालेला माल या उत्पादनाच्या वेळेपासून किंवा खरेदीपासून ते माल वापरेपर्यंत मालाची योग्य प्रकारे मांडणी किंवा संग्रह करून ठेवणे म्हणजेच मालाची साठवणूक ही मोठ्या प्रमाणावर आणि एका विशिष्ट प्रकारे केली जाते. तेंव्हा त्यास 'गुदाम पद्धती' असे म्हणतात.

ज्या ठिकाणी वस्तुंचा साठा किंवा संग्रह केला जातो त्यास 'गुदाम' असे म्हणतात. गुदामाचा मुख्य कारभार पाहणाऱ्या व्यक्तीस 'गुदाम व्यवस्थापक' असे म्हणतात.

एका विशिष्ट प्रकारे आणि मागणीनुसार मालाची मोठ्या प्रमाणात साठवण करणे आणि गरज भासल्यास तो उपलब्ध करून देणे या सारख्या गोष्टींचा गुदाम पद्धतीत समावेश होतो. वेगळ्या भाषेत सांगावयाचे झाल्यास 'गुदाम पद्धती' म्हणजे मालाच्या उत्पादनाच्या किंवा खरेदीच्या वेळेपासून ते मालाच्या खरोखरच्या वापरापर्यंत किंवा विक्री पर्यंत मालाचा मोठ्या प्रमाणात संग्रह किंवा साठा करून ठेवणे.

गुदाम पद्धती हा व्यापारास सहाय्य करणारा महत्वाचा असा घटक आहे. मालाच्या उत्पादन व मालाच्या खरोखरचा वापर यामधील वेळेचे अंतर व्यवस्थित राखले जाते.

गुदामपद्धतीची आवश्यकता

गुदामपद्धती ही खालील कारणांमुळे आवश्यक बनली आहे.

१. **हंगामी उत्पादन** : कृषी उत्पादनात एका ठराविक हंगामातच कापणी केली जाते. पण त्याचा वापर किंवा उपयोग हा वर्षभर केला जातो. त्यामुळे उत्पादनाची योग्य प्रकारे साठवण किंवा संग्रह होणे अत्यंत गरजेचे आहे. गरज भासल्यास ज्या ठिकाणाहून उत्पादनाचा पुरवठा होतो. त्या ठिकाणी मालाची साठवण केली जाते.
२. **हंगामी मागणी** : काही प्रकारच्या मालाची एका विशिष्ट हंगामात गरज असते. उदा. हिवाळ्यात लोकराचे कपडे, पावसाळ्यात छज्या या मालाचे उत्पादन हे वर्षभर होत असते. ठराविक हंगामातील गरज भागविण्यासाठी म्हणून अशा प्रकारच्या मालाची साठवणूक करण्यासाठी आणि योग्य वेळी उपलब्ध करून देण्यासाठी गुदामांची गरज असते.

संग्रहण (गुदामे)

३. **मोठ्या प्रमाणात उत्पादन** : सध्याच्या दिवसात उत्पादित केल्या जाणाऱ्या मालामध्ये त्या मालाचे उत्पादन सध्याची गरज भागविण्याकरीता त्याचप्रमाणे भविष्यातील मागणी विचारात घेवून केले जाते. मोठ्या प्रमाणावरील उत्पादनामुळे होणारे फायदे लक्षात घेऊन उत्पादक मालाची मोठ्या प्रमाणात निर्मिती करतात. जे आर्थिकदृष्ट्या परवडण्याजोगे आहे. म्हणूनच मोठ्या प्रमाणात तयार होणाऱ्या मालाची विक्री करेपर्यंत योग्य प्रकारे साठवणूक होणे आवश्यक आहे.
४. **तत्पर पुरवठा** : ठराविक ठिकाणी तयार होणाऱ्या कारखान्यातील मालाचा व कृषी मालाचा (उत्पादनाचा) वापर देशभर होत असतो. जास्त वापर होणाऱ्या जवळच्या ग्राहकाला गरज भासेल तेंव्हा विनाविलंब माल मिळू शकेल.
५. **सलग उत्पादन** : कारखान्यात नियमित माल तयार करण्यासाठी कच्चा मालाची योग्य प्रमाणात पुरवठा होणे आवश्यक आहे. म्हणूनच पुरेशा प्रमाणात कच्चा माल राखणे गरजेचे आहे.
६. **स्थिर किंमत** : मालाची बाजारात एक विशिष्ट किंमत स्थिर ठेवण्यासाठी त्या मालाचा गुदामामध्ये साठा असणे आवश्यक आहे. अपुरा पुरवठा हा मालाची बाजारातील किंमत वाढण्यास कारणीभूत ठरतो. त्याचप्रकारे जास्त उत्पादन व पुरवठा यामुळे मालाची बाजारातील किंमत कमी होते. मालाच्या पुरवठ्यावर नियंत्रण ठेवून गुदाम पद्धतीत मालाच्या किंमती स्थिर राखण्यास मदत होते.



६.१ पाठ्य पुस्तकावर आधारीत प्रश्न

चूक किंवा बरोबर ते लिहा.

१. गुदामपध्दतीमुळे मालाचे उत्पादन व वापर यामधील वेळेचे अंतर व्यवस्थित राखले जाते.
२. गुदामपध्दती ही व्यापारास पुरक नाही.
३. भविष्यातील जास्तीचा माल मंदीच्या काळात वापरासाठी पुरविणे. हे संग्रहणाचे उद्दिष्ट आहे.
४. हंगामी मालाची साठवण करण्यास संग्रहणाचा उपयोग होत नाही.
५. मोठ्या प्रकारच्या व्यापारात गुदाम पद्धती उपयुक्त नाही.
६. कारखान्यात मालाच्या सलग उत्पादनासाठी गुदाम पद्धती मदत करते.

६.२ गुदामांचे प्रकार

गुदाम पध्दतीची कशा प्रकारे गरज आहे याबद्दल तुम्ही पाहिल्यानंतर (शिकल्यानंतर) आता आपण गुदामांचे प्रकार पाहू.

१. खाजगी गुदामे
२. सार्वजनिक गुदामे
३. सरकारी गुदामे

विभाग ३

सेवा क्षेत्र



टिपा



४. करदेय गुदाम
५. सहकारी संस्थाची गुदामे

आता आपण वरील प्रत्येक प्रकाराबद्दल महिती पाहू या .

१. **खाजगी गुदामे** : जी गुदामे कारखानदार, व्यापाऱ्यामार्फत चालविली जातात तसेच खास करून स्वतःच्या मालाचा साठा करून ठेवण्यासाठी ज्या गुदामांचा वापर केला जातो . त्यास खाजगी गुदामे म्हणतात . साधारणपणे शेतकरी आपल्या शेताजवळ घाऊक व्यापारी / किरकोळ व्यापारी आपल्या व्यवसायाचा जागेजवळ तर कारखानदार कारखान्याजवळ अशा प्रकारची गुदामे बांधतात . गुदामांची रचना तेथे पुरविल्या जाणाऱ्या सोयी या साधारणतः मालाच्या प्रकारावर अवलंबून असतात .
२. **सार्वजनिक गुदामे** : साधारणपणे जनतेच्या मालाची साठवणूक करण्यासाठी ज्या गुदामांचा वापर केला जातो . त्या गुदामांस सार्वजनिक गुदामे असे म्हणतात . योग्य तो मोबदला (भाडे) भरून कोणीही आपल्या मालाची साठवण या प्रकारच्या गुदामांमध्ये करू शकतात . अशा प्रकारचे गुदामे चालू करण्यासाठी सरकारी परवान्याची गरज असते . काही वेळा या प्रकारची गुदामे सरकारमार्फत देखील चालवली किंवा हाताळली जातात .
३. **सरकारी गुदामे** : ही गुदामे राज्य किंवा केंद्र सरकार किंवा सार्वजनिक संस्थांच्या मालकीची असतात . व त्यांच्यामार्फत चालविली जातात . सरकारी आणि खाजगी दोन्ही प्रकारच्या संस्था या गुदामांचा माल साठविण्यासाठी उपयोग करतात . केंद्रीयस्तरीय गुदामसंघ , राज्यस्तरीय गुदामसंघ आणि भारतीय अन्नमहामंडळ इ . सरकारी गुदामे चालविणाऱ्या संस्थांची उदाहरणे आहेत .
४. **करदेय गुदामे** : ही गुदामे सरकारी व त्याचप्रकारे खाजगी संस्थांच्या मालकीची असतात . त्यांच्या मार्फतच चालविली जातात . खाजगी करदेय गुदामांना सरकारी परवाना मिळवावा लागतो . आयात केलेला माल जकात कर भरण्यापूर्वी साठविण्यासाठी करदेय गुदामांचा वापर केला जातो . आयात केलेल्या मालावर आयातकर भरला जाईपर्यंत सरकार आयात माल आपल्या ताब्यात साठवून ठेवते . आयात कर भरला जाईपर्यंत व्यापारी आयात केलेला माल बंदराच्या बाहेर घेऊन जाऊ शकत नाहीत . ही गुदामे बंदराच्या गावी असतात . व बंदरावरील अधिकाऱ्या मार्फत चालविली जातात .
५. **सहकारी संस्थांची गुदामे** : जी गुदामे सहकारी संस्थांच्या मालकीची असतात . व त्यांच्यामार्फत चालविली जातात . ज्या गुदामांवर सहकारी संस्थांचे नियंत्रण असते . त्यास सहकारी संस्थांची गुदामे असे म्हणतात . ही गुदामे योग्य दरात आपल्या सभासदांना माल साठवणूकीच्या सर्व सेवा पुरवितात .

६.४ परिपूर्ण / आदर्श गुदामांची वैशिष्ट्ये

आताच तुम्ही गुदामांच्या विविध प्रकारांचा अभ्यास केलात . त्यातील प्रत्येक प्रकारच्या गुदामात माल व्यवस्थित राहण्यासाठी योग्य व्यवस्था केली जाते . खालील वैशिष्ट्ये पूर्ण करत असलेल्या गुदामास परिपूर्ण (आदर्श) गुदामे म्हटले जाते .

परिपूर्ण गुदामाची वैशिष्ट्ये खालीलप्रमाणे :

१. गुदामे सोयीस्कर जागी उभारलेली असावीत . महामार्गाजवळ रेल्वे स्थानकाजवळ, विमानतळ बंदराजवळ जेथे मालाची चढउतार करणे सापे जाते अशा ठिकाणी गुदामे उभारलेली असावीत .
२. मालाची चढउतार करण्यासाठी लागणारी यंत्रसामग्री तेथे असावी . मालाच्या हाताळणीमूळे होणारा तोटा त्यामुळे कमी होतो आणि त्याचप्रकारे हाताळणीचा खर्च देखील कमी होतो .
३. माल योग्यप्रकारे ठेवण्यासाठी इमारतीमध्ये पुरेशा प्रमाणात जागा असावी .
४. गुदामे म्हणजे नाशवंत मालाची योग्य प्रकारे जपणूकच करणे होय . फळे, भाजीपाला, अंडी लापणी या सारख्या पदार्थांच्या साठवणूकीसाठी शीतगृहे असावी लागतात .



गुदाम

५. मालाची ऊन, वारा, पाऊस, धुळ तसेच रोग जंतू पासून संरक्षण केले जाईल अशाप्रकारे शीतगृहाची रचना असावी .
६. वाहन चालविण्यासाठी पुरेशा प्रमाणात जागा असावी . ज्यामुळे मालाची चढउतार करणे सोपे व सोयीस्कर ठरते .
७. चोरापासून मालाचा बचाव करण्यासाठी चोवीस तास सुरक्षा रक्षकाची सोय केलेली असावी .
८. मालाचे आगीपासून होणारे नुकसान टाळण्यासाठी आधुनिक आग प्रतिबंधक उपकरणाची आवारात उभारणी केलेली असावी .



६.२ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न

कंसात दिलेल्या शब्दांपैकी योग्य शब्दाचा वापर करून खालील गाळलेल्या जागा भरा .

१. भारतीय अन्नमहामंडळ प्रकारची गुदामे चालवितात .



टिपा



२. स्वतःच्या मालकीच्या मालाची साठवणूक करण्यासाठी व्यापारी जी गुदामे वापरतात. त्यांना गुदामे म्हणतात.
(करदेय, सार्वजनिक, खाजगी)
३. गुदाम सुरू करण्यासाठी सरकारी परवान्याची गरज नसते.
(करदेय, खाजगी, सार्वजनिक)
४. करदेय गुदामे साधारण ठिकाणी सापडतात.
(औद्योगिक विभाग, विमानतळ, व्यापारी केंद्र)
५. ज्या मालावर आयत कर भरला जात नाही तो प्रकारच्या गुदामात ठेवला जातो. (खाजगी, सार्वजनिक, करदेय)

६.५ गुदामांची कार्ये

योग्य प्रकारे आणि गरजेनुसार गुदामे मोठया प्रमाणावर मालाची साठवण करतात. हे तुम्ही शिकलात ऊन, वारा, वादळ हवामानातील आर्द्रता यापासून मालाचे संरक्षण गुदामामार्फत केले जाते. हे प्रत्येक गुदामाचे मुख्य कार्य आहे. त्यातच सध्याच्या दिवसात गुदामे भिन्न प्रकारची अनेक कार्ये करतात. या भागात गुदामांच्या विविध कार्यांचा अभ्यास करू या.

१. **मालाची साठवणूक** : मोठया प्रमाणात मालाची साठवण करणे हे गुदामाचे कार्य आहे. मालाचे उत्पादन किंवा माल खरेदी केला त्या वेळेपासून ते मालाच्या वापरापर्यंत मालाचा साठा केला जातो.
२. **मालाची सुरक्षितता** : ऊन, वारा, वादळ, धुळ वातावरणातील आर्द्रता या पासून मालाचे नुकसान होऊ नये म्हणून गुदामे माल सुरक्षित ठेवतात. काही पदार्थांनी त्यांच्या प्रकाराप्रमाणे खास व्यवस्था केली जाते. मालाची साठवणूक करताना होणारा मालाचा अपव्यय कमी होऊन तोटा कमी होतो.
३. **धोक्याची जबाबदारी** : गुदामे मालाची साठवणूक करण्याची जबाबदारी घेतात. गुदाम व्यवस्थापकाकडे साठवणूकीसाठी माल सोपविल्यानंतर त्या मालाची सर्व जबाबदारी गुदाम व्यवस्थापकाकडे येते. अशा प्रकारे मालाच्या नुकसानीचा धोका किंवा मालाची साठवणूक करताना होणारी हानी ह्यात गुदाम व्यवस्थापक जबाबदार असतो. मालाच्या चांगल्या स्थितीत पुरवठा करणारी बांधील असल्याने, होणाऱ्या नुकसानीस किंवा मालाच्या हानीस गुदाम जबाबदार राहते. अशाप्रकारे दुर्घटनेपासून बचाव होण्यासाठी सर्व प्रकारची योग्य ती काळजी घेतली जाते.
४. **आर्थिक पुरवठा** : जेव्हा माल गुदामात साठवला जातो. तेव्हा माल साठवणाऱ्यास 'गुदाम पावती' दिली जाते. माल गुदामात ठेवला आहे याचा पुरावा म्हणून पावतीचा वापर होतो. मालाच्या मालकातर्फे गुदामे काही कागदपत्रे पुरवतात. त्याला गुदाम व्यवस्थापकाचे हमीपत्र म्हणतात. हे हमीपत्र नावाचे दस्तऐवज असते. आणि साध्या पद्धतीने व प्रकाराने हस्तांतरीत केले जाऊ शकते.



गुदामामध्ये मालाचा साठा

जो पर्यंत माल गुदाम व्यवस्थापकाच्या ताब्यात असतो, तोपर्यंत व्यावसायिक बँकेकडून कर्ज घेऊ शकतात. आणि हे हमीपत्र तारण ठेवून इतर वित्तीय संस्थाकडून काही वेळा गुदाम देखील माल साठविणाऱ्याला ठेवलेल्या मालावर तारण म्हणून पैसे देतात.

५. **प्रक्रिया** : विशिष्ट प्रकारचा माल ज्याप्रकारे बनविलेला असतो तो तसाच्या तसा वापरला जात नाही. वापरायोग्य होण्यासाठी त्या मालावर प्रक्रिया होणे आवश्यक असते. उदाः धान्य निवडावे लागते, फळे पिकवावी लागतात इ. काही वेळा गुदामे मालाच्या मालकामार्फत वरील सेवा पुरविण्याचे कार्य करतात.
६. **मालाचा दर्जा व प्रत** : उत्पादक, घाऊक विक्रेता किंवा आयात करणाऱ्या मार्फत किंवा त्यांच्या विनंतीवरून गुदामे मालाचा दर्जा व मालाची प्रत ठरविण्याचे कार्य करतात. मालाचे एकत्रिकरण करणे, मालाचे मिश्रण करणे, मालाची हाताळणी योग्य व विक्री योग्य अशी बांधणी इ. सेवा पुरवितात.
७. **वाहतूक** : मोठ्या प्रमाणात माल साठवणूक करणाऱ्या साठवणूकदारास काही वेळा वाहतूकीची सेवा पुरविण्याचे कार्य देखील गुदामे करतात. उत्पादन ठिकाणापासून माल गोळा करणे व जेथून मालाचा पुरवठा केला जातो. साठवणूकदाराच्या विनंतीनुसार त्या ठिकाणापर्यंत माल पोहचवण्याचे कार्य गुदामामार्फत होते.

६.६ गुदाम पध्दतीचे फायदे

विविध प्रकारचे फायदे व्यापारी वर्गाला गुदाम पध्दती पुरवते. व्यवसाय असो किंवा कारखाना, बऱ्याच प्रकारचे फायदे पुरवले जातात. त्याची यादी खालीलप्रमाणे आहे.

१. **मालाचे संरक्षण व साठवणूक** : माल जेव्हा विकायचा नसतो तेव्हा माल साठविण्यासाठी आवश्यक त्या सर्व सोयी गुदामे व्यापाऱ्यांना पुरवितात. मालाचे संरक्षण, मालाची सुरक्षितता माल वाया जाण्यापासून वाचवणे इ. गोष्टी पुरवते. मालाची तोडफोड गुणवत्तेची व मालाची खराबी यामुळे होणारा तोटा कमी होतो. यासाठी गुदामे आधुनिक तंत्रज्ञानाचा देखील वापर करतात.





- २ . **मालाचा सलग पुरवठा** : तांदुळ, गहू यासारख्या मालाचे उत्पादन हे ठराविक हंगामातच होते. परंतु त्यांचा वापर मात्र वर्षभर केला जातो. अशा हंगामी वर्षभर पुरवठा करण्याचे काम गुदाम पद्धतीमुळे शक्य होते.
- ३ . **उत्पादनातील सातत्य** : मालाच्या साठवणूकीबाबतची भिती दूर करून मालाची सलग वाहतूक करणे इ. कामात गुदामाची उत्पादकाला मदत होते. तयार माल तयार करण्यासाठी हंगामी मालाचा सातत्याने पुरवठा करण्यास गुदाम पद्धतीचा उपयोग होतो.
- ४ . **सोयीस्कर जागा** : गुदामे ही सर्वसाधारण रस्ते, रेल्वे व जलमार्ग यांच्याजवळ सोयीस्कर अशा जागी उभारली जातात. जेणेकरून मालाची सोयीस्कर हाताळणी शक्य होते. सोयीस्कर जागा असल्याने मालाची वाहतूक करण्यात होणारा खर्च कमी होतो.
- ५ . **सोपी हाताळणी** : मालाची हाताळणी करण्यासाठी आधुनिक गुदामे ही साधारणतः यंत्रसामुग्रीने सुसज्ज असतात. जड व अवजड मालाची चढ, उतार ही प्रामुख्याने आधुनिक यंत्रे वापरून केली जातात. ज्यामुळे मालाची हाताळणी करताना येणारा खर्च कमी होतो. यंत्राचा वापर केल्याने मालाची चढ उतार करताना होणारा अपव्यय देखील कमी होतो.
- ६ . **लहान व्यावसायीकांना फायदेशीर** : स्वतःच्या मालकीचे गुदाम बांधण्यासाठी मोठ्या प्रमाणात भांडवलाची गुंतवणूक करावी लागते. जी लहान व्यावसायीकाला परवडणारी नसते. अशावेळी थोड्या प्रमाणात भाडे भरून लहान व्यावसायीक त्यांच्या कच्चा मालाची तसेच तयार मालाची सार्वजनिक गुदामात साठवण करू शकतात.
- ७ . **नोकऱ्या निर्माण करणे** : देशाच्या प्रत्येक भागात कुशल व अकुशल कागारांना नोकऱ्या व रोजगाराच्या संधी गुदामे तयार करतात. राहणीमानाचा दर्जा उंचावण्यासाठी महत्वाचे असे उत्पन्नाचे साधन लोकांना यामुळे उपलब्ध होते.
- ८ . **मालाच्या विक्रीत सवलती** : मालाची विक्री होण्याकरीता मालाला बऱ्याच पायऱ्या ओलांडाव्या लागतात. उदाः संभाव्य ग्राहकाकडून मालाची तपासणी मालाची पत, दर्जा, मालाची बांधणी, मालाचे नामकरण इ. सेवा गुदामांमार्फत पुरवल्या जाऊ शकतात.
- ९ . **वित्त पुरवठ्याची उपलब्धता** : गुदाम व्यवस्थापकाने दिलेले हमीपत्र किंवा गुदामरक्षकांनी दिलेली पावती बँकेकडे किंवा इतर वित्तीय संस्थांकडे तारण ठेवून आपल्याकडे ताबडतोब कर्ज मिळू शकते. कधी कधी स्वतः गुदामरक्षक अगर चालक गुदामात ठेवलेल्या मालाच्या तारणावर कर्ज पुरवतात.
- १० . **धोक्याचे प्रमाण कमी करणे** : गुदामात साठा केलेला माल हा योग्य प्रकारे व सुरक्षितपणे साठवलेला असतो. गुदाम कंपनी चोरापासून मालाचे संरक्षण होण्यासाठी सुरक्षारक्षकांची नेमणूक करते. मालाच्या साठवणूकीसाठी किटकनाशकाचा तसेच नाशवंत वस्तुंच्या साठवणीसाठी शीतगृहाचा वापर केला जातो.



६.३ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न

अ. खालील विधाने चूक किंवा बरोवर ते लिहा.

१. गुदामांचे मुख्य कार्य म्हणजे मालाची साठवणूक करणे होय.
२. गुदामात होणाऱ्या नुकसानीस गुदाम व्यवस्थापक जबाबदार नसतो.
३. गुदाम व्यवस्थापकाचे हमीपत्र बँकेकडून कर्ज घेण्यासाठी तारण ठेवले जाते.
४. गुदाम पद्धती सलग उत्पादन आणि मालाचा नियमित पुरवठा करण्यास मदत करते.
५. गुदामपद्धती कुठल्याही प्रकारच्या नोकऱ्या निर्माण करीत नाही.

ब. योग्य पर्याय निवडा.

१. गुदाम पद्धतीसाठी खालील पैकी कशाची गरज नसते.

अ. मालाचा जलद पुरवठा	ब. हंगामी मालाचे उत्पादन
क. मोठ्या प्रमाणात उत्पादन	ड. छोट्या प्रमाणात उत्पादन
२. खालीलपैकी गुदाम पद्धतीमधील कुठले प्रकार हे विमानतळ आणि समुद्र किनाऱ्यावर असतात.

अ. सार्वजनिक गुदामे	ब. सरकारी गुदामे
क. करदेय गुदामे	ड. सहकारी गुदामे
३. जी गुदामे कारखानदार व व्यापारी यांच्याद्वारे चालविली जातात. आणि स्वतःच्या मालाचा साठा करून ठेवण्यासाठी जी गुदामे वापरली जातात त्यांना काय म्हणतात.

अ. सरकारी गुदामे	ब. खाजगी गुदामे
क. सार्वजनिक गुदामे	ड. सहकारी गुदामे
४. खालीलपैकी गुदामपद्धतीचे कुठले कार्य नाही.

अ. धोका स्विकारणे	ब. वित्त पुरवठा
क. प्रत्येक ग्राहकाला वाहतुकीच्या सोयी	ड. मालाची सुरक्षितता
५. खालीलपैकी कोणता गुदामपद्धतीचा फायदा नाही.

अ. छोट्या व्यावसायीकांना फायदेशीर	ब. सोयीस्कर जागी उपलब्धता
क. रोजगार उपलब्ध करून न देणे.	ड. वित्तपुरवठा सहज उपलब्धता



तुम्ही काय शिकलात

मालाचे उत्पादन झाल्यापासून त्याची विक्री किंवा वापर होईपर्यंत तो सुरक्षितपणे साठवणूक त्याची व्यवस्था ठेवण्याच्या पद्धतीला गुदामपद्धती असे म्हणतात. वेळेचा अपव्यय टाळला जातो. व्यापारास पुरक अशी पद्धती आहे.



टिपा



➤ गुदाम पद्धतीची गरज खालील कारणामुळे निर्माण होते .

१. मालाचे हंगामी उत्पादन
२. हंगामी मागणी
३. मोठ्या प्रमाणात उत्पादन
४. तत्पर पुरवठा
५. सलग उत्पादन
६. स्थिर किंमत

➤ गुदामांचे प्रकार

१. खाजगी गुदामे
२. सार्वजनिक गुदामे
३. सरकारी गुदामे
४. करदेय गुदाम
५. सहकारी संस्थांची गुदामे

➤ सर्वसाधारण गुदामाची वैशिष्ट्येः

१. गुदामे सोयीस्कर अशा ठिकाणी उभारलेली असतात .
२. यंत्रसामग्रीचा वापर मालाच्या हाताळणीसाठी होतो .
३. मालाच्या साठवणूकीसाठी पुरेशी जागा असते .
४. नाशवंत मालाच्या साठवणूकीसाठी शीतगृहे सुविधा असते .
५. मालाचे संरक्षण सूर्यप्रकाश, वारा, पाऊस, धुळ तसेच रोग जंतू पासून संरक्षण केले जाते .
६. वाहनतळासाठी पुरेशा प्रमाणात जागा असवी .
७. चौवीस तास सुरक्षा व्यवस्था असावी .
८. आग प्रतिबंधक साधनांनी सुसज्ज असावे .

➤ गुदामांची कार्ये :

१. मालाची साठवणूक करणे .
२. मालाचे संरक्षण करणे .
३. धोक्याची जबाबदारी घेणे .
४. वित्तपुरवठा करणे .
५. मालावर प्रक्रिया करणे .
६. मालाचा दर्जा व प्रत ठरविणे
७. मालाची वाहतूक करणे

➤ गुदामांचे फायदे :

१. मालाचे संरक्षण व साठवणूक करणे .
२. मालाचा नियमित पुरवठा होतो .

३. उत्पादनातील सलगता राहते.
४. सोयीस्कर जागी असते.
५. हाताळणी सोपी होते.
६. लहान व्यावसायीकांना फायदेशीर.
७. रोजगार नोक्या निर्माण करते.
८. मालाची विक्री करण्यास मदत.
९. वित्त पुरवठा उपलब्ध होण्यास मदत.
१०. तोट्याचा धोका कमी करते.



अंतिम प्रश्नसंग्रह (स्वाध्याय)

१. गुदामपद्धती म्हणजे काय ?
२. गुदामपद्धतीची गरज स्पष्ट करा.
३. सर्वसाधारण गुदामांची कोणतीही सहा वैशिष्ट्ये सांगा.
४. गुदामांचे विविध प्रकार सविस्तर स्पष्ट करा.
५. सार्वजनिक गुदामे व खाजगी गुदामे यातील फरक स्पष्ट करा.
६. गुदामांचे कार्य स्पष्ट करा.
७. सार्वजनिक गुदाम म्हणजे काय ? सार्वजनिक गुदामांची कोणतीही तीन कार्ये स्पष्ट करा.
८. गुदाम पद्धतीचे व्यावसायीकाला होणारे फायदे स्पष्ट करा.
९. करदेय गुदामे मालाची आयात करणाऱ्यास कशाप्रकारे उपयुक्त आहे.
१०. "गुदामपद्धती हा व्यापारास पुरक असा महत्वाचा घटक आहे." वरील वाक्य साधारणतः ६० शब्दात स्पष्ट करा.



पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्नांची उत्तरे

(६.१)

- | | | | |
|----------|----------|----------|--------|
| १. बरोबर | २. चुक | ३. बरोबर | ४. चुक |
| ५. चुक | ६. बरोबर | | |

(६.२)

- | | | | |
|-----------|----------|----------|----------|
| १. सरकारी | २. खाजगी | ३. खाजगी | ४. बंदरे |
| ५. करदेय | | | |



टिपा



टिपा

(६.३)

अ.

१. वरोवर

२. चुक

३. वरोवर

४. वरोवर

५. चुक

ब.

१. ड

२. क

३. व

४. क

५. क

तुम्ही हे कराल :

दुकानाची कार्ये आणि गुदामांची कार्ये यांचे तुलनात्मक अभ्यास तयार करा. कशा प्रकारे दुकान हे गुदामापेक्षा भिन्न आहे.

सूचना : साठवणूकीची मर्यादा, साठवणूकीच्या अटी, मालकी उपलब्ध सोयी इ. आधारीत तुलना करा.

संदेश वहन सेवा

मनुष्य हा समाजप्रिय प्राणी आहे. तो एकटा राहू शकत नाही. समाजाचा एक घटक असल्याने तो इतर घटकांवर अवलंबून असतो. कारण अनेक बाबतीत त्याला इतरांकडून मदत घ्यावी लागते. पण प्रश्न असा येतो की समोरच्याला काय हवे आहे हे त्याला कसे कळणार ? समोरच्याने आपल्या भावना, विचार, कल्पना, गरजा, अनुभव आदी दुसऱ्यापर्यंत पोचवले आणि समोरच्याला ते बरोबर समजले तरच हे शक्य आहे. अगदी अशीच गोष्ट घडते ती व्यापारा संदर्भात संज्ञापन सेवा ग्राहक, शासन, मालक आणि कर्मचाऱ्यांपर्यंत माहिती पोचवते. त्याचवेळी माहिती मिळवते. या प्रकरणात लोक त्यांच्या भावना, विचार, कल्पना, गरजा आणि अनुभव कसे एकमेकांपर्यंत पोचवतात. याबद्दल माहिती घेऊ या.



उद्दिष्ट्ये

हे प्रकरण अभ्यासल्यावर तुम्हाला :

- संज्ञापनाचा अर्थ समजेल .
- संज्ञापन प्रक्रियेची मुलतत्वे कळतील .
- व्यापारात संज्ञापनाचे महत्व काय ते समजेल .
- संज्ञापनाचे विविध प्रकार ओळखता येतील .
- संज्ञापनाची विविध साधने स्पष्ट करता येतील .
- संज्ञापनातील अडथळे स्पष्ट करता येतील .

७.१ संज्ञापनाचा अर्थ

रोज तुम्ही कुटुंबातील सदस्यांशी, मित्रांशी, नातेवाईकांशी विविध विषयावर बोलता. तुम्हाला तुमच्या मित्र आणि नातेवाईकांनी वेगवेगळ्या सणवारांना, घटनांच्यावेळी पाठवलेली पत्र मिळत असतील. तुम्ही देखील या पत्रांना उत्तर देत असाल. काही वेळा तात्काळ संदेश पाठवण्यासाठी तुम्ही टेलिग्राम पाठवत असाल किंवा दूरध्वनीचा वापर करत असाल या प्रक्रियेत तुम्ही इतरांबरोबर माहिती शेअर करत असाल. त्याचप्रमाणे ते ही आपली माहिती, अनुभव तुमच्या बरोबर शेअर करत असतील.



संदेशवहन

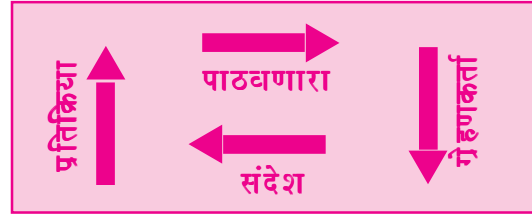




तुम्ही नक्कीच पाहीली असेल ऑफिसमध्ये ऑफिसर चपराश्याला बोलवण्यासाठी बेल वाजवतात . लोक लाल दिवा लागला कि रस्त्यात थांबतात आणि हिरवा दिवा चालू झाला की पुढे जातात . शाळेत मुले प्रार्थनेसाठी शाळेची घंटा ऐकून एकत्र जमा होतात . याचा अर्थ असा की बोलणे आणि लिहिणे या शिवायही काही संदेश देता येतात . या सर्व माहिती आदानप्रदानाच्या क्रिया आहेत . दोन अथवा अधिक व्यक्तींच्या कल्पना आणि अनुभव एकमेकांना वाटण्याला संवाद अथवा संज्ञापन असे म्हणतात .

माहिती, तथ्य, कल्पना विचार, मते, संभाषण, भाषण, लिखाण, हावभाव किंवा चिन्हातून दोन किंवा अधिक व्यक्तींपर्यंत पोचवणे असे संवादाचे विश्लेषण करता येईल . संवादाची ही प्रक्रिया नेहमीच संदेशात्मक असते जे संदेश एका व्यक्तीकडून दुसऱ्या व्यक्तीपर्यंत पोचवले जातात . एक 'पाठवणारा' असतो . दुसरा 'ग्राहण' करणारा असतो . संवादाची ही प्रक्रिया तेव्हा पूर्ण होते . जेव्हा ग्राहण करणारा संदेश समजतो आणि प्रतिक्रिया देतो . रस्ता ओलांडताना लाल दिवा थांबण्याचा संदेश पोचवतो तर तो लाल दिवा पाहून थांबणे ही प्रतिक्रिया होय . अर्थात ही प्रतिक्रिया कोणत्याही स्वरूपात असू शकते . तसेच मित्रांशी बोलताना डोके हलवणे ही देखील प्रतिक्रियाच होय . म्हणून प्रतिक्रिया किंवा प्रतिसाद हा संवाद प्रक्रीयेचा महात्त्वाचा भाग ठरतो .

'संदेश' व 'पाठवणारा' आणि 'ग्राहणकर्ता' यांच्या इतकाच संवाद प्रक्रीयेचे महत्त्वाचे भाग



संदेशवहन प्रक्रिया

पाठवणारा : संदेश पाठवणारी व्यक्ती ज्याला स्रोत असेही म्हणतात .

ग्राहणकर्ता : जो व्यक्ति संदेश ग्राहण करतो .

संदेश : संवादाचा विषय अथवा गाभा ज्यात तथ्य, कल्पना, भावना किंवा विचार असतात .

प्रतिक्रिया : ग्राहणकर्ता जी प्रतिक्रिया अथवा प्रतिसाद देतो किंवा संदेशाला उत्तर देतो . ज्याचा रोग्र पाठवणाऱ्याकडे असतो .

संदेश ग्राहणकर्त्याकडे पाठवणाऱ्याकडून देण्यासाठी माध्यमाची आवश्यकता असते . हे माध्यम म्हणजे संवादाचे साधन असते . हे साधन संदेश पाठवणाऱ्याकडून ग्राहणकर्त्यापर्यंत पोचवते तसेच ग्राहणकर्त्या ची प्रतिक्रिया परत घ्यायला माध्यम म्हणून काम करते .



७.१ पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न

अ . पुढील विधाने सत्य कि असत्य ते लिहा .

१ . माहितीची अदलाबदल, कल्पना, अनुभव जे दोन व्यक्तीत वाटले जातात यालाच संवाद म्हणतात .

संज्ञापन सेवा (संदेश वहन)

२. संवाद प्रक्रियेत नेहमीच संदेश असतो असे नाही .
३. संवादप्रक्रियेतील प्रतिक्रिया हा महत्त्वपूर्ण घटक आहे .
४. लोकांना थांवा असा इशारा करणारा ट्रॅफिक पोलिस हा संदेश पाठवणारा होय .

ब . रिकाम्या जागा भरा .

१. जी व्यक्ति संदेश पाठवते त्याला म्हणतात .
२. ग्राहणकर्त्याची संदेशावरील प्रतिक्रिया म्हणजे
३. जी व्यक्ति संदेश ग्राहण करते तीला म्हणतात .
४. संवादाच्या विषयात अंतर्भूत असू शकते .
५. संदेशाची प्रतिक्रिया नेहमीच च्या रोग्याने असते .

७.२ संवादाचे महत्त्व

१. संवाद तथ्य आकडे आणि कल्पना व्यक्त करण्यासाठी होतो .
२. संवाद हा कार्यालय अंतर्गत कार्यबद्धता विभागात परस्पर सहकार्यातून कार्य आणि कामगार तसेच व्यक्तींना प्रोत्साहन देण्यासाठी केला जातो .
३. पुरवठा करणारे, ग्राहक आणि कार्यालय यांच्यातील बाह्य जोड असतो .
४. संवाद हा व्यवसाय सुव्यवस्थितपणे चालवण्यासाठी तसेच लोकप्रियतेसाठी आवश्यक असतो .
५. संवाद लोकांना शिक्षित करतो . त्यांचा माहितीचा दृष्टीकोन वाढवतो .
६. संवाद हा व्यक्तिगत संपर्क आणि भाषेच्या सीमारेषांच्या पलीकडे जाण्याचा प्रयत्न करतो .
७. संवाद नवीन शोध, नवीनतंत्र, नवीन उत्पादने यांच्याबद्दल माहिती याबद्दल जाणून घ्यायला मदत करतो .
८. संवादामुळे अधिकाधिक लोक इतरांच्या अनुभवातून शहाणपण शिकू शकतात .

७.३ संवादाचे प्रकार

जेव्हा आपण इतरांशी बोलतो किंवा त्यांना काही लिहून पाठवतो . तेव्हा आपल्यात संवाद घडत असतो . पण या संवादासाठी भाषा ही महत्त्वाची . तोंडी किंवा लेखी शब्दांच्या सहाय्याने संवाद जो बोली भाषेतून केला जातो . बोलणे म्हणजे तोंडी संवाद जो भाषण, भेटीसाठी, समूह, चर्चा, चर्चासत्र, दूरध्वनी संभाषण रेडीओ संदेश आदींच्या माध्यमातून होतो . लेखी संवादात संदेश हा लेखी भाषेत आणि पत्र, मेमो, सर्क्युलर, सूचना, अहवाल, माहिती पुस्तिका, मासिके, हस्त पुस्तके आदींच्या स्वरूपात असतो .

संवादाचे प्रकार



विभाग ३

सेवा क्षेत्र



टिपा



लेखी संवाद 'दृक', 'तोंडी' अथवा हावभावात्मक असू शकतो. कधी कधी तुम्ही काही चित्र, नकाशाचिन्ह, आकृत्या आदी बघता व त्यातून तुमच्या पर्यंत काही संदेश पोहोचतो. ही सर्व लेखी दृक संवादाची माध्यमे होत. उदा. ट्रॅफीक पोलिसाने थांबा म्हणून हात दाखवणे, शिक्षिकेने विविध प्राण्यांची चित्रे असलेला तक्ता दाखवणे, ही दृक संवादाची उदाहरणे आहेत. घंटा, शिडी, गजर, हॉर्न आदीच्या माध्यमातून आपण विशेष संदेश इतरांपर्यंत पोचवू शकतो. या प्रकारच्या ध्वनींच्या माध्यमातून तोंडी संवाद घडतो. जसे की शाळा कॉलेजची घंटा, विद्यार्थी शिक्षकांना तास सुरू झाल्याची आणि संपल्याची सूचना देतात. फॅक्टरीमध्ये भोंग्याचा आवाज कामगाराच्या पाळ्या बदलण्याच्या सूचनेशी संबंधित असतो.

मानवी शरीराच्या विविध हालचाली व चेहऱ्यावरील हावभावांवरूनही संवाद घडतो. त्याला हावभावात्मक संवाद असे म्हणतात. तिरंग्याला सलाम करणे, राष्ट्रगीतासाठी स्तब्ध उभे राहणे, मान हालवणे, हात हालवणे, चेहऱ्यावर राग दाखवणे आदी हावभावात्मक संवादाची उदाहरणे आहेत.



७.२ पाठ्य पुस्तकावर आधारित प्रश्न

अ. योग्य शब्द वापरून रिकाम्या जागा भरा.

१. म्हणजे शब्दांच्या सहाय्याने संवाद होय.
२. म्हणजे बोलीभाषेतील संवाद होय.
३. शारीरिक हालचालीवरून केला जाणारा संवाद म्हणजे
४. चित्रे, चिन्ह, आकृत्या आदी वरून घडणारा संवाद म्हणजे

ब. तोंडी कोणते आणि तोंडी व्यतिरिक्त संवाद कोणते ते ओळखा.

१. माणूस पत्र वाचतो.
२. वाई विद्यार्थ्यांकडे रागाने बघतात.
३. राष्ट्रध्वजाला सलाम करणे.
४. दुकानदाराशी बोलणे.
५. शांतपणे डोके हलवणे.

७.४ संवादाची साधने

आपण एकमेकांशी विविध माध्यमातून संवाद साधू शकतो. यालाच संवादाची साधने म्हणतात. समोरासमोर बोलताना आपण आपल्या शारीरिक हालचाली वापरतो किंवा सरळ इतरांपर्यंत आपला संदेश पोचवतो. जिथे समोरासमोर संवाद शक्य नाही. आपण इतर साधनांच्या आधारे आपला संदेश इतरांपर्यंत पोचवतो. उदा. आपण संदेश देण्यासाठी पत्र पाठवू शकतो. इतरांशी फोनवर बोलू शकतो, टेलीग्राम पाठवू शकतो. इतर प्रगत साधने जसे की संगणक, फॅक्स मशिन आदीचा संदेश पाठवण्यासाठी उपयोग करतात. ही साधने आपल्या संवाद प्रक्रियेचा उद्देश काय यावर आधारित असतात. उदा. जलद संदेश पोचवण्यासाठी आपण दूरध्वनीचा वापर करतो. लेखी

संज्ञापन सेवा (संदेश वहन)

दस्तऐवज आवश्यक बाबीसाठी आपण पत्राचा वापर करतो . तसेच टेलीग्राम, फॅक्स आदी पाठवतो . आता तंत्रज्ञानाने आपल्याला निवडीसाठी अनेक पर्याय आपल्या आवडी आणि गरजाप्रमाणे उपलब्ध करून दिल्या आहेत . आता व्यापारात वापरल्या जाणाऱ्या काही महत्त्वाच्या साधनांवर प्रकाश टाकू या .

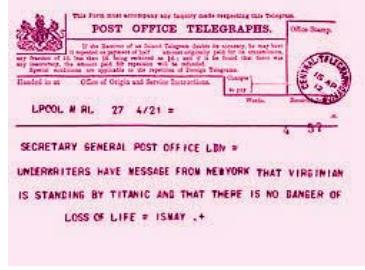
पत्र : पत्र ही लेखी स्वरूपाची असतात . संवादाचे हे माध्यम व्यक्तिकडून अथवा व्यक्तिला पाठवता येते . तसेच संस्थांनाही पत्र लिहिता येते . लेखी संदेश विशिष्ट वाहकाद्वारे पोस्ट ऑफिस किंवा कुरीअरच्या माध्यमातून लिखित पत्त्यावर पोचवण्यात येते .



पत्रलेखन

हे माध्यम जिथे समोरासमोर संवाद शक्य नसते त्या ठिकाणी उपयोगी पडते . तसेच जिथे इतर साधने पोचू शकत नाही तिथे पोस्ट अथवा पत्र पोचू शकते . पत्रामुळे लेखी नोंदी ठेवणे सोपे जाते . या माध्यमासाठी खर्चही खूप कमी येतो .

टेलीग्राम : हा देखील लेखी संवादाचा एक प्रकार किंवा साधन आहे . ज्याद्वारे लेखी संदेश जलदगतीने दूरच्या ठिकाणी पोचवता येतो . शक्यतो खूप तत्परतेने एखादा महत्त्वाचा संदेश पाठवायचा असेल तर या माध्यमाचा उपयोग होतो . टपालापेक्षा अधिक जलद गतीने याद्वारे संदेश प्रक्षेपित केला जातो . ही सोय टेलीग्राफ ऑफिस मध्ये उपलब्ध असते . जिथे ठरवलेले दर देऊन आपण संदेश पाठवू शकतो . हे दर शब्द संख्येवर अवलंबून असतात . अगदी संदेशाबरोबरच पत्ता , पाठवणाऱ्याचे नाव , ग्रहणकर्त्याचे नाव यांच्यासहित शब्दाचे पैसे द्यावे लागतात . म्हणून टेलीग्राम हे थोडक्यात लिहिलेले असतात .



टेलीग्राम

टेलीग्राम हे साधारण किंवा जलद अशा दोन प्रकारात पाठवता येतात . जलद टेलीग्राम जलद गतीने प्रवास करतात . ज्याच्यासाठी जास्त दर असतात . परदेशी टेलीग्राम पाठवणाऱ्यासाठी केवलग्रामचा वापर करण्यात येतो . टेलिग्राम हा टेलिफोनद्वारे ही पाठवण्यात येतो . ज्याला फोनोग्राम म्हणतात . इथे टेलिग्राफ ऑफिसमध्ये फोन करून संदेश ध्वनिमुद्रीत केला जातो . त्यानंतर टेलीग्राफ ऑफिसकडून ग्रहणकर्त्याकडे तो प्रक्षेपित होतो .

टेलीफोन : टेलीफोन म्हणजे तोंडी संवाद अतिशय लोकप्रिय माध्यम आहे . हे माध्यम मोठ्या प्रमाणात अंतर्गत आणि बाह्य व्यवसायिक संवाद प्रक्रियेत वापरले जाते . दूर अंतराच्या संवादासाठी एस .टी .डी . (सबस्क्रायबर ट्रंक डायलिंग) तर आंतरराष्ट्रीय संवादासाठी आय .एस .डी .



टेलीफोन

विभाग ३

सेवा क्षेत्र



टिपा



टिपा

(इंटरनेशनल सबस्क्रायबर डायलिंग) सुविधा असते . शासकीय आणि खाजगी अशा दोन्ही स्वरूपाच्या संस्था ही टेलीकॉम सेवा पुरवतात . टेलीफोन हा दोन लोकांत क्षणार्धात संवाद घडवून आणतो . व्यावसायिक संस्था तसेच शासकीय संघटनांमध्ये आणि खाजगी कार्यालयात स्वयंचलीत स्वीचबोर्डस असतात . ज्याला पी .ए .बी .एक्स . म्हणजेच प्रायव्हेट ऑटोमॅटीक ब्रॉन्च एक्सचेंज असे म्हणतात . यामुळे कार्यालयांतर्गत तसेच कार्यालयाबाहेरील संवादप्रक्रिया अखंड चालू राहते .

सध्या भ्रमणध्वनी अथवा मोबाईल हे अतिशय लोकप्रिय आणि कुठेही असलात तरी जगाच्या संपर्कात ठेवणारं साधन आहे . ही फिक्स्ड टेलिफोन लाईनची सुधारीत आवृत्ती आहे . यात एस .एम .एस . (शॉर्ट मेसेसिंग सर्विसेस) एम .एम .एस . (मल्टीमिडिया मेसेसिंग सर्विसेस) आदी सुविधाही उपलब्ध आहेत ज्यात लेखी संदेश पाठवणे शक्य आहे . शासकीय आणि खाजगी अशा दोन्ही संस्था ही सुविधा पुरवतात . जसे की एम .टी .एन .एल ., बी .एस .एन .एल ., एअरटेल , आयडिया हच , रिलायन्स आणि टाटा आदि महत्त्वाचे मोबाईल सर्विस प्रोव्हायडर आहेत . जे ही सेवा सी .डीएम .ए .सी . कोड डिक्विजन् ए मल्टीपल ॲक्सेस द्वारा आणि जी .एस .एम .सी ग्लोबल सिस्टीम फॉर मोबाईल कम्युनिकेशनद्वारा पुरवतात .

टेलॅक्स : टेलॅक्स म्हणजे छापील संवादाचे माध्यम होय . ज्यासाठी टेलिप्रिंटर वापरला जातो . टेलिप्रिंटर विविध ठिकाणी बसवून केंद्रिय



टेलॅक्स मशिन

कार्यालयाशी केवळद्वारे जोडले जातात . प्रत्येक मशिनला एक सर्वसाधारण की बोर्ड बसवला जातो . हे की बोर्ड वापरून संदेश टाईप केला जातो . आणि तात्काळ इच्छित ठिकाणी पाठवता येतो .

फॅक्स : फॅक्स हे इलेक्ट्रॉनिक साधन आहे . जे तत्पर संदेशवहनासाठी उपयोगी पडते . ज्यात हस्तलिखित अथवा छापील स्वरूपात पत्र , आकृत्या , नकाशे , रेखाटने आदी पाठवता येतात . टेलीफोन लाईन वापरून या संदेशाची जशीच्या तशी प्रत दुसऱ्या फॅक्स मशिनवर पाठवता येते . जो संदेश अथवा इतर चित्रे नकाशे आकृत्या यांचा कागद फॅक्स मशीन मध्ये घालून इच्छित फॅक्स नंबर डायल केला असता ग्राहणकर्त्याला फॅक्स मशिनमधून या संदेशाची प्रत आपोआपच मिळते .

व्यापारात या साधनाचा खूप वापर केला जातो . फॅक्स प्रणाली वापरायला सोपी , लिखित किंवा छापील संदेश त्वरेने प्रक्षेपित करणारी आणि कितीही अंतरापर्यंत पोचणारी असते . टेलिफोन यंत्रावर देखील प्रत्येक प्रत पाठवल्याची नोंद ही मिळते . यात फक्त सर्वसाधारण म्हणजे ए ४ आकाराचीच कागदपत्रे पाठवता येतात . पुन्हा नेहमीप्रमाणे याच कागदपत्रांची प्रत पोस्टाद्वारे ग्राहणकर्त्याकडे पाठवली जाते . ग्राहणकर्ता देखील या प्रतीची आणखी एक



फॅक्स मशिन

संज्ञापन सेवा (संदेश वहन)

छायांकित प्रत बनवून घेऊ शकतो . कारण वापरण्यात आलेली शाई काही वेळानंतर पुसट होण्याची शक्यता असते .

ई-मेल : इलेक्ट्रॉनिक मेल . जे ई-मेल या नावाने जास्त लोकप्रिय आहे . हे संवादाचे प्रगत असे साधन आहे . ही प्रणाली प्रक्षेपणाच्या इलेक्ट्रॉनिक पद्धती वापरते आणि माहिती मिळवते . व्यक्त्याच्या संदर्भात इंटरनेटद्वारे एक ई-मेल खाते उघडून त्यांचे नाव त्यांच्या आय .एस .पी . (इंटरनेट सर्विस प्रोव्हायडर) कडून नोंदवून घेतात . पत्र , संदेश , चित्र किंवा ध्वनी आदी संगणकावरून ई-मेल खात्यावर घेऊन इतर व्यक्तीला किंवा जगातल्या कोणत्याही कोप्यात पाठवता येतात .



ई-मेल संदेशवहन

जेव्हा ती दुसरी व्यक्ती आपले खाते उघडून पहाते तेव्हा त्याला संदेश दिसतो . ही माहिती दृकश्राव्य माध्यमातून पाठवली जाते . ही एकूण प्रक्रिया अतिशय जलद असते . इंटरनेटच्या प्रसारामुळे ही सेवा अधिकाधिक लोकप्रिय बनत चालली आहे .

व्हॉईस मेल : ही संगणक आधारित प्रणाली आहे . येणारे दुरध्वनी घेण्यासाठी बनवण्यात आली आहे . ही प्रणाली टेलिफोन संदेश ध्वनिमुद्रित करून साठवते . या कॉलवरून आवश्यक माहिती व्हॉईस मेल नंबर डायल करून मिळवता येते . कोणीही व्यक्ती हे संदेश रेकॉर्ड करू शकते . ग्राहणकर्ता त्याच्या सोयीने हे संदेश ऐकू शकते . या सेवेतून प्रवेश , परिक्षा आणि एन .आय .ओ .एस .चे निकाल परस्पर संवादात्मक व्हॉईसमेल प्रणाली वापरून मिळू शकतात . जे नोएडाच्या मुख्य कार्यालयात स्थित असतात . तुम्ही 0120 - 4626909 किंवा 0120 - 4726910 यापैकी कोणताही नंबर डायल करून व्हॉईस मेल वरून माहिती मिळवू शकता .



व्हॉईस मेल

टेलिफोनद्वारे सल्ला मसलत : लोकांनी एकत्र येऊन एखाद्या विषयावर सल्लामसलत करणे किंवा चर्चा करणे म्हणजे परिषद होय . या ठिकाणी लोक एकत्र बसून समोरासमोर संदेशाची देवाण घेवाण करतात . परंतु टेलिफोनद्वारे सल्लामसलतीमध्ये लोक एकमेकांशी संपर्क साधतात पण ते प्रत्यक्षात एकमेकांसमोर बसलेले नसतात . लोक आवाज ऐकू शकतात . तसेच चित्र पाहू शकतात आपल्या शंकांना प्रतिसाद सुद्धा देतात . जरी ते वेगवेगळ्या देशात बसलेले असले तरी . त्याकरीता आधुनिक इलेक्ट्रॉनिक उपकरणाची आवश्यकता असते .



टेलिफोन परिषदेद्वारे संदेशवहन

विभाग ३

सेवा क्षेत्र



टिपा



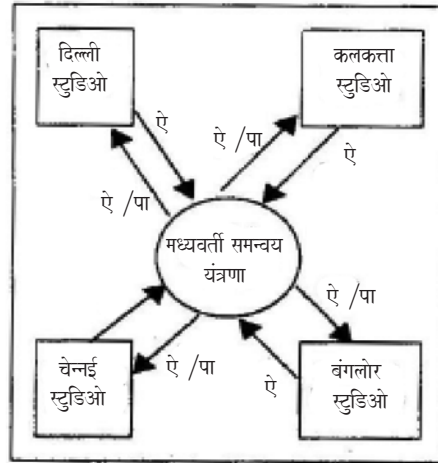
टिपा

ज्याप्रमाणे टेलिफोनद्वारे सल्ला मसलतीसाठी एक मध्यवर्ती नियंत्रण कक्ष आवश्यक असतो त्याद्वारे हे कार्य केले जाते. टेलिफोनद्वारे सल्लामसलतीचे दोन प्रकार आहेत. एक श्रवणविषयक सल्लामसलत व दोन दूरचित्रवाणी विषयक. सल्लामसलत त्याविषयक आधिक जाणून घेऊ या.

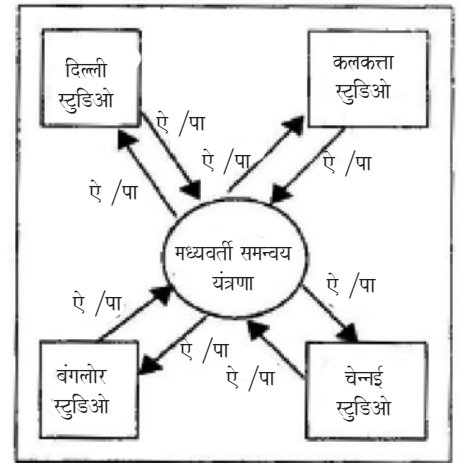


दूरचित्रवाणी द्वारे संदेशवहन

१. **श्रवणविषयक सल्लामसलत :** श्रवण संदेशवहनाची दुहेरी पद्धत असून सहभाग घेणारे लोक आवाज ऐकू शकतात व लगेच त्यास प्रतिसाद देतात. जरी ते वेगवेगळ्या ठिकाणी बसलेले असले तरी. या पद्धतीत लोक रेडिओ किंवा दूरचित्रवाणीमार्फत आवाज ऐकू शकतात. व शंका टेलिफोनद्वारे विचारू शकतात.
२. **दूरचित्रवाणी विषयक सल्लामसलत :** या पद्धतीत सहभाग घेणारे लोक ऐकण्याशिवाय चित्र देखील पाहू शकतात व एकमेकांशी बोलू शकतात. यालाच दूरचित्रवाणी सल्लामसलत असे म्हणतात. दूरचित्रवाणी सल्लामसलतीचे दोन प्रकार आहेत.
 - अ. **एका बाजूने दृश्य आणि दोन्ही बाजूने श्रवण :** या पद्धतीत सहभागी लोक आवाज ऐकू शकतात व स्टुडिओमध्ये बसलेले लोक चित्रात पाहू शकतात. प्रेक्षक स्टुडिओ मधील सहभागी लोकांचा आवाज ऐकू शकतात.
 - ब. **दोन्ही बाजूने दृश्य पाहणे व ऐकणे :** या पद्धतीत प्रेक्षक व स्टुडिओमधील व्यक्ती एकमेकांना पाहू शकतात. तसेच संभाषण ऐकू शकतात. एकमेकांतील बोलणे व ऐकणे या दोन्ही गोष्टी एकाच वेळी चालतात.



ऐ-ऐकणे
पा-पाहणे
एका बाजूने दृश्य दोन्ही बाजूने श्रवण



दोन्ही बाजूने दृश्य पाहणे व ऐकणे

७.५ संदेशवहनातील अडथळे

संदेशवहनाचे कार्य व्यापक असून प्रत्यक्षात ते वारंवार असमाधानकारकपणे चाललेले दिसते. संदेशवहनातील अडथळ्यांमूळे कल्पना व माहिती यांचे आदान प्रदान होत नाही. संदेशवहनातील अडथळांचा परीणाम पुढील प्रमाणे स्पष्ट करता येतील.



- १ . **चुकीचा संदेश व्यक्त करणे** : वारंवार संदेश व्यक्त करताना खराब शब्द किंवा निरर्थक शब्द रचनेचा वापर केला जातो . अयोग्य भाषा, अपुरे शब्दसंग्रह तसेच संबंधाचा अभाव . स्पष्टपणाचा अभाव अनावश्यक स्पष्टीकरण त्यामुळे होणाऱ्या चुका महागात पडतात व गैरसमज निर्माण करतात . तसेच माहितीचे चुकीचे भाषांतर व असंबंध संदेश . भाषा व शब्दांचे अर्थामुळे प्रश्न निर्माण होतात . कारण लोक एकाच शब्दाचे अनेक अर्थ काढतात कारण लोकांचे शिक्षण , समज आणि पार्श्वभूमी वेगवेगळी असते . शब्दांचे अडथळ्यावर मात करता येते की ज्यावेळी प्रत्येक व्यवस्थापकाने दुसऱ्याच्या मनाचा विचार समजून घेतो .
- २ . **संदेशाची शुद्धता** : जर संदेशामधील शब्द शुद्ध असतील तरच संदेश पोहचविण्यात यश आले असे समजावे . प्रत्येक पातळीवर संदेश तपासला पाहिजे अन्यथा संदेश पाठवणाऱ्याच्या समाधानासाठी एकीकडून दुसरीकडे संदेश पाठविला असे होईल . अपरिपक्व मूल्यमापन संदेशाचे संपूर्ण नुकसान करते . काही व्यवस्थापक त्यांच्या आळशीपणामुळे संदेश देण्यात अपयशी ठरतात किंवा संदेश प्रत्येक व्यक्तीस माहित आहे असे समजतात . व्यवस्थापकांनी त्यांच्या सहकाऱ्यांच्या बरोबर सहकार्यांचे नाते जोपासले पाहिजे तसेच त्यांचे म्हणणे ऐकून घेऊन त्यांची माहिती शुद्ध करण्याची पद्धत , टाळण्याची वृत्ती समजून घेतली पाहिजे .
- ३ . **निष्काळजीपणा** : बरेचसे लोक बुलेटीन , सूचना , इतिवृत्त किंवा अहवाल वाचत नाहीत . ते सावधपणे संदेश ऐकत नाहीत . सहकाऱ्यांनी संदेशासाठी माहिती पुरेशी आहे का यावर विश्वास ठेवला पाहिजे संदेशातील निष्काळजीपणा किंवा चूका संदेशासाठीचा परीणाम चांगला देत नाहीत . पर्यवेक्षकांची भूमिका ऐकून घेण्याची नसते . त्यामुळे संदेशासाठी प्रेरणेचा अभाव , अपुऱ्या सुविधा किंवा भाषांतरासाठीचा उशीर . हे घटक निष्काळजीपणाचे आहेत .
- ४ . **अस्पष्ट कल्पना / अनुमान** : संदेशामध्ये अस्पष्ट कल्पना किंवा अनुमान असेल तर संदेश देणारा व संदेश स्विकारणारा यांच्यामध्ये गैरसमज निर्माण होतो . एक घटना पाहू या कि ज्यामध्ये ग्राहकाने विक्रेत्यास एक संदेश पाठविला की यंत्रसामुग्री पाहण्यासाठी येत आहे त्यासाठी विशिष्ट वेळ सांगितली व असे गृहीत धरले की विक्रेता वाहतूक व राहण्याची व्यवस्था करणारआहे . परंतु विक्रेत्याने असे अनुमान काढले की ग्राहक नेहमी प्रमाणे एखाद्या लग्न कार्यासाठी येणार असून जाताजाता तो यंत्रसामुग्री पहावयास येणार आहे अशी अस्पष्ट कल्पनेमुळे दोघांच्या संबंधामध्ये विघाड होऊ शकतो .
- ५ . **बदलास प्रतिकार करणे** : मानव निसर्गतः दररोजच्या कामात येणारे अडथळे टाळण्याचा प्रयत्न करतो तसेच नविन कल्पनांना विरोध करतो . नेहमीची स्थिती राखली जावी अशी त्याची आशा असते . प्रत्येकाला असे आवडते की त्याला मिळणारी माहिती ही त्याच्या सर्व श्रद्धा विषयी खात्रीलायक असावी आणि त्याच्या सध्याच्या श्रद्धाविषयी विरोधाभास असून त्याकडे दुर्लक्ष करणारी नसावी . जर माहिती मध्ये बदल झाला तर त्याचा परीणाम कर्मचाऱ्याच्यांवर होतो आणि त्यामुळे ते संदेश गांभीर्याने घेत नाहीत . बदलाचा परीणाम वेगवेगळ्या व्यक्तीच्यांवर वेगवेगळ्या प्रकारे होतो . एखाद्या व्यक्तीला संदेशाचा अर्थ समजण्यास बराच काळ लागतो . व्यवस्थापकाने सहकाऱ्यांना पुरेसा वेळ दिला पाहिजे व सहकाऱ्यांना कर्मचाऱ्यांच्या बदलासाठी तडजोडीस वेळ दिला पाहिजे .



- ६ . **आपसातील अविश्वास** : ज्यावेळी वरिष्ठ आणि हाताखालील व्यक्ती यांच्यामध्ये विश्वास व समजूतदारपणा नसेल तर परिणामकारक संदेशवहन होऊ शकत नाही . चुकीचे अंदाज किंवा अतर्क्य निर्णय हे हाताखालील व्यक्तींना त्वरीत कृती करण्यास विलंब करतात . मोकळ्या मनाचा व खुशीचा अभाव असेल तर अशावेळा दुसऱ्याच्या दृष्टीकोनातून विचार केला पाहिजे . एकच गोष्ट व्यक्ती अनेक प्रकारे समजतात . व्यवस्थापनाने एकमेकातील विश्वास वाढीस लागेल असे वातावरण निर्माण केले पाहिजे .
- ७ . **दर्जा आणि परिस्थिती** : सहाय्यक व्यक्तींनी घटनेची माहिती संपूर्णपणे उघड करू नये कारण असे उघड करण्याचे परिणाम काय असतात त्यास ते घाबरतात . जर त्यांनी जाणून बुजूने वरिष्ठां विषयी गैरसमज पसरवले आणि वरिष्ठांनी त्याचे योग्य ते स्पष्टीकरण देण्यास टाळाटाळ केली तर त्यांची प्रतिष्ठा कमी होते . वरिष्ठांनी जास्त माहिती सहाय्यकांच्या कानी जाणार नाही यांची दक्षता घ्यावी . दर्जा, प्रतिष्ठा हा अडथळा असून संघटनेमध्ये माहितीची देवाण घेवाण मुक्तपणे झाली पाहिजे .
- ८ . **संघटनेची गुंतागुंतीची रचना** : संघटनेमध्ये पर्यवेक्षणाचे अनेक स्तर असतात . विशेष कर्मचारी व आदेशाची साखळी हा संदेशवहनातील अडथळा आहे . पर्यवेक्षणात संदेशवहनाची वेगवेगळ्या पातळीवर मोडतोड होते . संघटनेमधील कर्मचारी आणि उच्च व्यवस्थापन यामध्ये बरेच अंतर असते . त्यामुळे मुक्तपणे व माहिती जलदपणे प्रवाहित होत नाही तसेच साखळीतील आदेशाची पद्धत यामुळे संदेशवहनात अडथळा निर्माण होतो . व्यवस्थापनाने संघटनेतील रचना सुधारून हे अडथळे दूर केले पाहिजेत .



७.२ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न

अ . योग्य जोड्या लावा

- | | 'अ' गट | 'ब' गट |
|-------------------------|--|--------|
| १ . तार | अ . इंटरनेटद्वारे मेल स्विकारणे व पाठविणे . | |
| २ . भ्रमणध्वनी / मोबाईल | ब . छापील कागदपत्राचे त्वरीत भाषांतर | |
| ३ . फॅक्स | क . संक्षिप्त संदेशवहन सेवा | |
| ४ . व्हॉईस-मेल | ड . शब्दानुसार पैसे देणे . | |
| ५ . ई-मेल | इ . संगणीकृत आधारीत टेलिफोन मार्फत संदेश स्विकारणे व प्रतिसाद देणे . | |

ब . योग्य पर्याय निवडा .

- १ . शब्दाच्या संख्येनुसार पैसे देऊन संदेशवहन केले जाते त्यास म्हणतात
 अ . भ्रमणध्वनी ब . टेलिक्स क . तार ड . पेजर
- २ . खालील पैकी कोणते उदाहरण दृश्य संदेशवहनाचे आहे .
 अ . व्यक्ती राष्ट्रध्वजाला वंदन करत आहे .

संज्ञापन सेवा (संदेश वहन)

- ब. व्यक्ती पत्राचे वाचन करत आहे .
क. शाळेतील घंटा व्यक्ती वाजवित आहे .
ड. वाहतूक पोलिस हाताने थांबण्याचा इशारा देत आहे .
- ३ . खालीलपैकी कोणती पद्धत संदेशवहन नाही
अ . पाठविणारा व . स्विकारणारा
क . संदेश ड . पाठविणाऱ्याचा मागोवा घेणे .
- ४ . चित्र, चिन्ह, आकृती द्वारे संदेशवहन करणे
अ . शाब्दिक संदेशवहन व . मौखिक संदेशवहन
क . दृश्य संदेशवहन ड . लिखित संदेशवहन
- ५ . संक्षिप्त संदेश सेवेची पद्धत
अ . फॅक्स व . तार क . व्हाईस मेल ड . ई-मेल



तुम्ही काय शिकलात

- घटनेतील सहभागाची पद्धत, कल्पना, मत, विचार, संभाषणाद्वारे माहिती, भाषण किंवा लिखाण, चिन्हाद्वारे व्यक्तीगत संपर्क म्हणजे संदेशवहन होय .
- संदेशवहनातील घटक, पाठविणारा, स्विकारणारा, संदेश व त्याचा परामर्ष घेणे .
- मौखिक किंवा अ-मौखिक संदेशवहन .
- शब्दाद्वारे केले जाणारे संदेश म्हणजे मौखिक संदेशवहन तर शब्दाव्यतिरिक्त केले जाणारे संदेश म्हणजे अ-मौखिक संदेशवहन .
- शाब्दिक संदेशवहन तोंडी किंवा लिखित स्वरूपात असते .
- अशाब्दिक संदेशवहन दृश्य, ऐकणे किंवा हावभाव स्वरूपात असते .
- संदेश देण्याच्या अनेक पद्धती आहेत त्यालाच आपण संदेशवहनाचे प्रकार म्हणतो .
- दूरवर संदेश पाठविण्यासाठी पत्र, फोन, टेलेक्स, ई-मेल, टेलीफोनद्वारे संभाषण या संदेशवहनाच्या पद्धती आहेत .



संकिर्ण प्रश्नसंग्रह (स्वाध्याय)

- १ . संदेशवहन म्हणजे काय ? त्याची माहिती वीस शब्दात लिहा .
- २ . संदेशवहन कार्यपद्धतीची नावे द्या .
- ३ . व्यावसायिक संदेशवहन म्हणजे काय ?
- ४ . पत्र लिहिणे हे संदेशवहनाचे महत्त्वाचे साधन आहे या मताशी तुम्ही सहमत आहात का कारणे द्या .
- ५ . दोन वाक्यात व्हाईस मेल चे स्पष्टीकरण करा .

विभाग ३

सेवा क्षेत्र



टिपा



६. शाब्दीक संदेशवहनाची माहिती घ्या .
७. व्यावसायिक संदेशवहनाचे चार ठळक मुद्दे लिहा .
८. मौखिक संदेशवहनाचे सर्वात लोकप्रिय माध्यम म्हणजे दूरध्वनी संभाषण तुम्ही या मताशी सहमत आहात कारणे लिहा .
९. मौखिक व अ-मौखिक संदेशवहनातील फरक स्पष्ट करा .
१०. चित्राच्या साहाय्याने संदेशवहन कार्यपद्धती स्पष्ट करा .
११. संदेशवहनाची व्याख्या सांगून त्याची पद्धत लिहा .
१२. अ-मौखिक संदेशवहनाचे प्रकार सांगा .
१३. ई-मेल हे सर्वात जलद लिखित संदेशवहनाचा प्रकार असून त्याची माहिती स्पष्ट करा .
१४. तुम्ही निर्यातदार आहात व तुम्हाला यु.एस.ए. मधील आयातदाराकडून निविदा मागविण्यासाठी ई-मेल द्वारे त्याची कॉपी मागवा . यासाठी तुम्ही संदेशवहनाची कोणती पद्धत वापराल आणि का ? ते लिहा .



पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्नांची उत्तरे

७ . १

- अ. १. सत्य २. असत्य ३. सत्य ४. सत्य
 ब. १. पाठविणारा २. परामर्ष घेणे ३. स्विकारणारा
 क. घटना, कल्पना, विचार
 ड. पाठविणारा

७ . २

- अ. १. मौखिक संदेशवहन २. शाब्दीक तोंडी संदेशवहन
 ३. हावभावाद्वारे संदेशवहन ४. दृश्य संदेशवहन
 १. V २. N.V. ३. N.V. ४. V
 ५. N.V.

७ . ३

- अ. १. चार २. तीन ३. दोन ४. पाच
 ५. एक
 ब. १. क २. ड ३. ड ४. क
 ५. ब

तुम्ही हे कराल :

तुम्ही राहता त्या ठिकाणाजवळील संदेशवहनाच्या प्रकारांची यादी तयार करा . तुम्हाला प्राधान्याने कोणते संदेशवहनाची गरज आहे . तुम्ही प्राधान्य ठरविताना संदेशवहनासाठी येणारा खर्च व त्यापासून मिळणारे फायदे विचारात घ्या .

टपाल सेवा



या अभ्यासक्रमाचे साहित्य अभ्यासताना आपणांला काही अडचणींना तोंड द्यावे लागते का? आतापर्यंत अभ्यास करत असलेल्या अभ्यासक्रमाचे आकलन करणे आपणाला शक्य आहे का? जर नसेल तर आपण राष्ट्रीय मुक्त विद्यालयामध्ये (एन. आय. ओ. एस.) अगदी मुक्तपणे आपल्या अडचणींवर नक्कीच उपाय शोधू शकाल. पण प्रश्न असा आहे की आपल्या अडचणी कशा सांगणार?

या आधीच्या प्रकरणात आपण संभाषणाची वेगवेगळी माध्यमें अभ्यासली. त्यापैकी कोणत्याही माध्यमाचा वापर करून आपण आम्हाला कळवू शकता याच धड्यात आपण असेही अभ्यासले की, पत्रव्यवहार हे अगदी सर्वसामान्य आणि सोयीस्कर असे लेखी संभाषणाचे माध्यम आहे. जर आपण आम्हाला पत्र लिहिलेत तर ते आमच्यापर्यंत कसे पोचू शकेल? आमच्यापर्यंत ते कोण आणणार? बराबर, ते आहे टपालघर, जे हे काम करू शकेल. हे पाठवणारा आणि घेणाऱ्या मधील मध्यस्थ म्हणून काम करते. पाठवणारा पत्र टपालघरात पोचवतो आणि टपालघर आवश्यक ती कारवाई करून संबंधित व्यक्तीपर्यंत हे पत्र पोचवितो. ह्यालाच अनुसरून टपालघर अजूनही काही सेवा पुरविते. या धडयामध्ये आपण टपालघर देत असलेल्या विविध सेवांचा अभ्यास करणार आहोत.



उद्दिष्ट्ये

या धड्यात अभ्यास केल्यानंतर आपण समजू शकाल.

- टपाल सेवांचा अर्थ आणि स्वरूप याचे विश्लेषण
- टपालखाते देत असलेल्या विविध सेवांची स्थिती आणि खाजगी टपाल पुरविणाऱ्या सेवा
- टपाल सेवांच्या महत्त्वाचे वर्णन
- खाजगी टपाल सेवांच्या कार्याची भूमिका

८.१ टपाल सेवांचा अर्थ

आपणाजवळ नक्कीच टपाल कार्यालय असणार तेथे आपण काय करता? आपणाला तिकिटे खरेदी करावयाची असतील किंवा पत्र द्यावयाचे असेल. काही वेळेस आपणाला पैसे किंवा पार्सल सुद्धा पाठवायचे असेल किंवा आपण आपली बचत टपाल खात्यात ठेवू शकतो. पत्र आणि पार्सल वाहण्याच्या सेवा, पैसे पाठवण्याची व्यवस्था, बचत स्विकारणे इ. प्रकारच्या सेवा टपाल



टिपा

कार्यालयामार्फत दिल्या जातात. ज्या लोकांच्या उपयोगी पडू शकतात ह्या सर्व सेवा टपाल सेवा म्हणून ओळखल्या जातात.



भारतीय डाक



८.२ टपाल सेवांचा स्वरूप

टपाल सेवा ह्या निरोपाच्या लेखी संभाषणाकरिता आवश्यक म्हणून गणली गेली आहे. गतकाळातही एखादवेळी लेखी निरोपाची देवाणघेवाण होत होती. तरीपण काही वैयक्तिक व्यक्तींचा उपयोग एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी निरोप पोचवण्यासाठी व्यवहारात वापरत ती 'जासुद' म्हणून ओळखली जात. शिकाऊ कबुतरांचाही वापर एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी पत्र वाहण्यासाठी केला जात असे. आज जी टपाल व्यवस्था आपल्याकडे आहे ती जास्त परीणामकारक झाली आहे. ती रस्ते आणि आगगाडीच्या वाहतूक माध्यमाच्या विस्तारामुळे १८३७ नंतर भारतामध्ये हळूहळू कार्य लयीन टपाल पाठविण्यासाठी टपाल सेवांचा वापर होऊ लागला. याच कालावधीमध्ये टपाल कार्यालयाने इतर निरनिराळ्या सेवा देऊ केल्या. यामध्ये पैशांची देवाणघेवाण, पार्सल पोच बँक आणि विमा व अशाच विविध प्रकारच्या सेवांचा समावेश होता.

आपणाला माहितच आहे की टपालसेवांचे स्वरूप निरनिराळे बनवले. आता आपण टपाल सेवांचे स्वरूप पाहू या. भारतीय प्रशासनामार्फत संपूर्ण देशामध्ये टपाल सेवांची व्यवस्था केली जाते आणि त्यांचे दर सर्वसामान्यांना परवडणारे इतके माफक असतात. तसेच टपाल सेवा ही खाजगी कंपन्यातर्फे पुरवली जाते. उदा. ब्ल्यू डार्ट, व्हेझ फ्लॅश, डी.एच.एल. इ. लेखी संभाषणाच्या हेतुने हे माध्यम सर्वात जास्त अवलंबून राहण्यायोग्य आहे. लांब राहणाऱ्या नातेवाईकांना टपालाने पैसे पाठविण्यासाठी सर्वसामान्य व्यक्ती या सेवेच्या माध्यमाचा अधिक विश्वासाने वापर करू लागल्या. सामान्यपणे या माध्यमाचा उपयोग किंमती वस्तू पोच करण्यासाठी सुद्धा होऊ लागला. टपाल कार्यालयाने देऊ केलेली बँकेची सेवा मोठ्या प्रमाणात लोकांना दोन्हीही ग्रामीण आणि शहरी आकर्षित करते. कारण सहजसाध्यता आणि मोठ्या प्रमाणातील टपाल कार्यालयाचे जाळे. यापैकी एक विशेष चित्तवेधक गोष्ट म्हणजे वेगवेगळ्या टपाल सेवा विविध विकल्प आपल्याला देतात. ज्याचा आपण आपल्या गरजेनुसार आणि सोयीनुसार वापर करू शकतो. उदा. जर पत्र लिहावयाचे असेल तर आपण पोस्टकार्ड, अंतर्देशिय पत्र किंवा पाकिटांचा उपयोग करतो.

८.३ टपाल कार्यालयातर्फे पुरविल्या जाणाऱ्या सेवा (टपाल सेवांचे प्रकार)

मुख्यतः भारतीय टपालसेवा पत्रे गोळा करणे, विभागणे आणि वाटप करणे, पार्सल आणि पाकिटे पोच करणे इ. निगडीत आहे. याव्यतिरिक्त इतर बऱ्याच सेवांची तरतुद सर्वसामान्य लोकांसाठी तसेच उद्योगधंद्यासाठीही केलेली आहे.

आता पुढील प्रमाणे त्या सर्व सुविधांचे विश्लेषण मुख्य शिर्षकाखाली करू या.

- | | | |
|--------------|-------------------------|----------------|
| १. टपाल सेवा | २. पैसे पाठवण्याची सेवा | ३. बँकेची सेवा |
| ४. विमा सेवा | ५. इतर सेवा | |

८.४ टपाल सेवा

आपण आपल्या मित्रांना आणि नातेवाईकांना वेगवेगळ्या प्रसंगी पत्रे पाठवतो. त्याचप्रमाणे आपल्या राष्ट्रीय मुक्त विद्यालयाशी आपल्या अडचणीबद्दल पत्रव्यवहार करता विशेषप्रसंगी आपण शुभेच्छापत्र आणि भेटवस्तू आपल्या मित्रांना पाठवत असतो. यासर्व परिस्थितीमध्ये टपाल कार्यालय आपल्याला निरोप पाठवण्यासाठी आणि आणण्यासाठी ज्या माध्यमाद्वारे मदत करते त्या प्रकारच्या सेवेला आपण टपाल सेवा म्हणून ओळखतो. टपाल कार्यालयाच्या टपालसेवापैकी ही मुख्य सेवा पाठवणाऱ्याकडून पत्रे गोळा करणे, पार्सल घेऊन ती मिळणाऱ्यापर्यंत पोच वितरित करण्याचे कार्य करते. भारतीय टपालसेवा अंतर्गत पत्रव्यवहार व आंतरराष्ट्रीय पत्रव्यवहार करते. अंतर्गत पत्रव्यवहार म्हणजे पाठवणारा आणि घेणारा दोघेही एकाच देशामध्ये राहून पत्रव्यवहार करतात. आणि दुसऱ्या वाजुला पत्र पाठवणारा आणि मिळणारा वेगवेगळ्या देशांमध्ये राहून पत्रव्यवहार करतात. त्याला आंतरराष्ट्रीय टपाल म्हणतात. लेखी निरोप पाठवण्याच्या वेळी पाठवणारा पोस्टकार्ड, अन्तरदेशिय पत्र किंवा पाकिटाचा उपयोग करू शकतो. एखादी वस्तू पाकिटातून किंवा पार्सल मधून पाठवतांना वेष्टनाचा (जाड पेपर किंवा कापड) वापर करू शकतो. टपाल कार्यालयामार्फत कोणतेही टपाल पाठविण्याकरिता अशी विविध माध्यमे आहेत. ह्या माध्यमांबद्दल जास्तीची माहिती समजावून घेऊ या.

१. पोस्टकार्ड :

पोस्टकार्ड हे सर्वात स्वस्त लेखी संभाषणाचे माध्यम आहे हे कार्ड असे आहे की ज्याच्या दोन्ही बाजूंना आपण निरोप लिहू शकतो. पत्र मिळणाऱ्याचा पत्ता लिहिण्यासाठी यावर विशिष्ट जागा आहे. टपाल कार्यालयात दोन विविध प्रकारची पोस्टकार्ड उपलब्ध आहेत. पहिले 'सामान्य पोस्टकार्ड' आणि दुसरे 'स्पर्धात्मक पोस्टकार्ड' स्पर्धात्मक पोस्टकार्डचा उपयोग दूरदर्शन, आकाशवाणी, वर्तमानपत्रे आणि मासिके याद्वारे विचारल्या जाणाऱ्या प्रश्नांची उत्तरे देण्यासाठी करतात. सामान्य पोस्टकार्डचा वापर पत्रे लिहिण्यासाठी करतात. पोस्टकार्डचा आकार जरी सारखा असला तरी ते रंग आणि किंमत यानुसार भिन्न आहेत.

पोस्टकार्डवर जेव्हा लिहितात तेव्हा एक महत्त्वाचा मुद्दा आपण लक्षात घ्यायला हवा तो म्हणजे जर आपण आपला निरोप छपील शब्दांमध्ये किंवा चित्रस्वरूपात पोस्टकार्डचा कुठल्याही बाजूला छापला तर आपणाला जास्तीच्या तिकिटाचा आकार दर द्यावा लागतो. ह्या प्रकारच्या कार्डाला छपील पोस्टकार्ड म्हणतात. पोस्टकार्डच्या आकाराचे भेटकार्ड आपण पाहिलेच असेल. ज्याच्या एका भागावर चित्र किंवा संदेश छापलेला असतो. हे ही एक छपील पोस्टकार्ड आहे.

टपाल कार्यालयात उलट जवाबासाठी जोडकार्ड उपलब्ध आहेत जी पोस्ट कार्डालाच उत्तर लिहिण्यासाठी जोडलेली असतात. ही कार्ड पाठवली तर मिळणाऱ्याकडून आपल्याला परत उत्तर मिळू शकते. वास्तविक ती दोन साधी पोस्टकार्ड एकमेकांना जोडलेली असतात. पहिले पोस्टकार्ड संदेश देण्यासाठी



टिपा



पोस्टकार्ड



टिपा

आणि दुसरे त्याचे उत्तर मिळवण्यासाठी उपयोगात आणतात. पाठवणारा त्याचा / तिचा स्वतःचा पत्ता उत्तराच्या कार्डावर अलग न करता लिहितात. मिळणारा पोस्टकार्ड सुट्टे करून त्यावर उत्तर लिहून पाठवणाऱ्याला परत पाठवून देतो.

२. इनलॅंड लेटर (आंतरदेशीय पत्र) :

पोस्टकार्डाप्रमाणेच इनलॅंड लेटरवरही संदेश लिहून पाठवता येतो. कोरी इनलॅंड लेटर्स पोस्ट ऑफिस (टपाल कार्यालयामध्ये) मध्ये विकत मिळतात. आणि साधारणपणे देशांतर्गत पत्रव्यवहारासाठी इनलॅंड लेटरचा वापर केला जातो. संदेश लिहिलेल्या इनलॅंड लेटरची घडी घालून ते चिकटवून बंद केले जाते. फक्त ज्याला पत्र पाठवायचे त्याचा नाव पत्ता आणि पत्र पाठवणाऱ्याचे नाव, पत्ता वाचता येईल असा पत्राच्या वर रहातो. यामुळे पत्रातला संदेश कोणाला वाचता येत नाही. आणि गुप्त रहातो. अशा पत्रामध्ये कोणतीही गोष्ट ठेवायला परवानगी नसते. परदेशामध्ये पाठवण्यासाठी इनलॅंड लेटर सारखेच पण विशिष्ट प्रकारची वेगळी पत्रे उपलब्ध आहेत. या पत्रांना 'एरोग्राम' असे म्हणतात.



आंतरदेशीय पत्र

३. एनव्हलप (पाकिट) :

पोस्टकार्डवर किंवा इनलॅंड लेटरवर संदेश लिहून तो पाठवता येतो हे आपण पाहिले. पण एखादा गुप्त संदेश पाठवण्यासाठी पोस्टकार्ड योग्य ठरत नाही. इनलॅंड लेटर मधल्या संदेशाची गुप्तता राखली जात असली तरी इनलॅंड लेटर मधून अन्य कागदपत्रे जोडून



एनव्हलप

पाठवता येत नाहीत. समजा एखाद्या संस्थेमध्ये तुम्हाला नोकरीसाठी अर्ज किंवा स्वतःची माहिती पाठवायची आहे. तर ही माहिती तुम्ही टपालाद्वारे पाठवू शकाल का ? होय अशी माहिती टपालाद्वारे पाठवता येते. त्यासाठी पोस्टाचे पाकिट किंवा पाकिट योग्य किंमतीचे स्टॅम्प लावलेले साधे पाकिट वापरले जाते. पाकिट म्हणजे एक वाजू उघडे असलेले. कागदपत्रे त्यात ठेवल्यानंतर ते बंद करून जेथे हवे तेथे पाठवायचे असते. पोस्टाची पाकिट सर्व टपाल कार्यालयांमध्ये उपलब्ध असतात सरकारी आणि खाजगी कार्यालयांमध्ये तसेच व्यावसायिक संस्थांमध्ये पत्रे आणि अन्य कागदपत्रे पाठवण्यासाठी अशा पाकिटांचा वापर केला जातो. पत्रांब्यतिरिक्त छायाचित्रे, भेटकार्डे यासारखी हलक्या आकाराच्या गोष्टी आपण पाकिटामधून पाठवू शकतो. साधी पाकिट, रजिस्टर्ड मेल साठीची पाकिट इत्यादी वेगवेगळ्या प्रकारची पाकिट टपाल कार्यालयात उपलब्ध असतात. अशा पाकिटमधून आपण पाठवत असलेली कागदपत्रे नियमानुसार विशिष्ट वजनाची असतील तर त्या पाकिटावर अन्य

तिकिटे लावण्याची आवश्यकता नसते. जर कागदपत्रांचे वजन नियमानुसार ठरवून दिल्यापेक्षा जास्त असेल तर टपाल कार्यालयाच्या दराप्रमाणे अतिरिक्त तिकिटे त्या पाकिटावर लावावी लागतात. जर आपली कागदपत्रे आकाराने मोठी असतील आणि टपाल कार्यालयाच्या पाकिटांमध्ये मावत नसतील तर तुम्ही स्वतःचे वेगळे पाकिट तयार करू शकता. किंवा बाजारातून त्या आकाराचे पाकिट आणू शकता आणि वजनाप्रमाणे त्यावर तिकिटे लावून ते पाठवू शकता. टपाल कार्यालयातील पाकिटच वापरली पाहिजेत असा नियम नाही.

४. पार्सल पोस्ट (पार्सल पाठवणे) :

जर तुमच्या एखाद्या शेजारच्या गावी रहाणाऱ्या मित्राला तुम्हाला एखादे पुस्तक पाठवायचे असेल तर तुम्ही ते टपालाने पाठवू शकाल का ? होय. टपालच्या पार्सल सेवा विभागातर्फे तुम्ही ते पाठवू शकता. तर चला आता या विषयी जाणून घेऊ. टपाल कार्यालयाच्या ज्या सुविधेमार्फत आपण वस्तू पाठवू शकतो त्या सुविधेला पार्सल पोस्ट असे म्हणतात. यामध्ये विश्वसनिय आणि योग्य



पार्सल पोस्ट

दरामध्ये वस्तू पाठवण्याची सेवा दिली जाते. या सेवेमध्ये देशांतर्गत आणि विदेशामध्ये ही ठरविक आकाराची आणि वजनाची वस्तू पार्सलद्वारे पाठवता येते. वस्तुच्या वजनाप्रमाणे पार्सल सेवेचा दर ठरवला जातो. देशांतर्गत आणि परदेशी पार्सल पोस्टसाठी वेगळे पोस्टेज म्हणजे तिकिटे लागतात.

५. बुक पोस्ट :

छापील स्वरूपातील लेख, छापील पुस्तके, नियतकालिके भेटकार्डे इत्यादी बुक पोस्टाने पाठवता येतात. बुकपोस्ट सेवेमध्ये पुस्तके आणि कागदपत्रे असलेली पाकीटे केवळ बंद करता येतात. पण ती चिकटवून पक्की बंद करता येत नाहीत. पाकीटाच्या वर 'बुक पोस्ट' असे लिहावे लागते. पक्क्या बंद केलेल्या पाकीटांपेक्षा बुकपोस्टमधील पाकीटांवर कमी दराची तिकिटे लावावी लागतात.



बुक पोस्ट



८.१ पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न

योग्य शब्द वापरून रिकाम्या जागा भरा.

- लिखित संदेश ला पाठवताना एरेग्रामचा वापर करतात.
- साधी पोस्टकार्डे आणि स्पर्धासाठीची पोस्टकार्डे यांमध्ये चा बदल असतो.





३. देशांतर्गत साध्या पार्सलसाठीचा टपाल दर प्रमाणे बदलतो .
४. बुक पोस्ट मेलचा तिकिट दर हा पक्या बंद केलेल्या पाकीटांपेक्षा असतो .
५. संदेश पाठवणाच्याला जेव्हा त्याचा संदेश ठेवायचा असतो तेव्हा पोस्टकार्ड ऐवजी इनलँड लेटरचा वापर केला जातो .

८.५ टपालाने पैसे पाठवणे

समजा तुम्ही घरापासून दूरच्या ठिकाणी नोकरी करत आहात आणि तुम्हाला तुमच्या परिवारासाठी पैसे पाठवायचे आहेत तर अशा वेळी टपाल कार्यालयाच्या पैसे पाठवणाच्या सेवेमार्फत तुम्ही पैसे पाठवू शकता . टपाल कार्यालयाद्वारे मनी ऑर्डर आणि पोस्टल ऑर्डर सुविधा उपलब्ध आहेत . याद्वारे आपण एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी आणि देशाबाहेरही पैसे पाठवू शकतो . याविषयी आता अधिक माहिती घेऊ .

अ. मनी ऑर्डर :

मनी ऑर्डर सुविधेद्वारे टपाल कार्यालयातून पैसे पाठवता येतात . मनी ऑर्डर म्हणजे एका टपाल कार्यालयाने दुसऱ्या टपाल कार्यालयाला दिलेला केवळ नामनिर्देशित व्यक्तिलाच पैसे देण्याचा आदेश . आपल्याला जर पैसे पाठवयचे असतील तर प्रथम आपल्याला मनीऑर्डरचा अर्ज भरावा लागतो . हा अर्ज ठराविक दराने टपाल कार्यालयात मिळतो . व्यवस्थित भरलेला अर्जाबरोबर आपल्याला पाठवायचे असलेले पैसे टपाल कार्यालयात द्यावे लागतात .

आपण मनी ऑर्डरच्या एका अर्जाबरोबर जास्तीत जास्त ५,००० रुपये पाठवू शकतो . ज्याला पैसे पाठवायचे त्याच्यासाठी संदेश लिहिण्याकरताही मनी ऑर्डरच्या अर्जावर जागा असते . असा भरलेला अर्ज टपाल कार्यालयामध्ये जिथे पैसे भरायचे तिथे द्यावा लागतो . पोस्टमन आपल्या बरोबर हा फॉर्म घेऊन जातात आणि ज्याला पैसे पाठवले गेले आहेत त्या व्यक्तीची सही घेतल्यावर तिला पैसे देतात .

या सेवेसाठी पैसे पाठवणाच्या व्यक्तीकडून टपाल कार्यालय ठराविक रक्कम घेणे किती रक्कम पाठवली जाते यावर अवलंबून असते . ग्राहकांच्या सुविधेसाठी टपाल कार्यालयांमध्ये साधी मनी ऑर्डर, टेली ग्राफीक मनीऑर्डर, सेंटलाईट मनी ऑर्डर, स्पीड पोस्ट मनी ऑर्डर इत्यादी विविध प्रकारच्या मनी ऑर्डर सेवा उपलब्ध आहेत . व्यावसायिकांच्या सुविधेसाठी कॉर्पोरेट मनी ऑर्डर सेवा उपलब्ध आहे .

ब. पोस्टल ऑर्डर :

मनी ऑर्डरप्रमाणेच आपण पोस्टल ऑर्डर द्वारेही पैसे पाठवू शकतो . पोस्टल ऑर्डर म्हणजेच इंडियन पोस्टल ऑर्डर (आय . पी .ओ .) . एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी पैसे पाठवण्याची ही एक पारंपारिक पद्धत आहे आणि ती विशेषतः परीक्षेचे शुल्क भरण्यासाठी किंवा एखाद्या नोकरीसाठी अर्ज करताना वापरली जाते .

मनी ऑर्डर

टपाल सेवा

सर्व टपाल कार्यालयांमध्ये रू.१ /- . रू.२ /- . रू. ५ /- . रू.७ /- . रू.१० /- . रू.२० /- . रू. ५० /- आणि रू. १०० /- अशा वेगवेगळ्या मूल्यांच्या पोस्टल ऑर्डर्स उपलब्ध असतात . दिलेले मूल्य भरून आपण पोस्टल ऑर्डर घेऊ शकतो आणि ज्याला ती पाठवायची त्याचे नाव तसेच ज्या टपाल कार्यालयामध्ये ती वटवता येईल त्याचे नाव लिहून ती पाठवायची असते . ज्या व्यक्तीला ही पोस्टल ऑर्डर पाठवलेली असते तिला ती मिळाल्यावर ती व्यक्ती पोस्टल ऑर्डर वटवण्यासाठी तिच्यावर लिहिलेल्या टपाल कार्यालयात ती सादर करतो .



पोस्टल ऑर्डर

पैसे योग्य व्यक्तीलाच मिळत आहेत याची खात्री करण्यासाठी चेकवर किंवा बँक ड्राफ्टवर ज्या प्रमाणे डाव्या बाजूला वरच्या कोपऱ्यात दोन छोट्या समांतर रेषा मारल्या जातात तशा पोस्टल ऑर्डरवरही मारल्या जातात . पोस्टल ऑर्डर क्रॉस करणे म्हणजे पैसे देणाऱ्या व्यक्तीच्या टपाल कार्यालयातील किंवा बँकेतील खात्यातून पैसे घेणे . पैसे पाठवण्याची ही पद्धत जास्त करून कार्यालयीन कारणांसाठी वापरली जाते .

८.६ बँकिंग सेवा

बँकामध्ये पैशांचे व्यवहार चालतात . हे तर आपण जाणतोच . बँका लोकांकडून पैशांच्या ठेवी स्विकारतात आणि ज्या लोकांना निधीची गरज आहे त्यांना अनामत रक्कम आणि कर्जे देतात . ठेवी स्वीकारणे आणि कर्जे देणे या व्यतिरिक्त , मूल्यवान वस्तू सुरक्षित ठेवणे , एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी पैसे पाठवणे आणि व्यावसायिक माहिती पुरवणे इत्यादी सेवाही बँका त्यांच्या ग्राहकांना देत असतात . यातील पैशांच्या ठेवी ठेवणे आणि त्या काढून घेणे यासारख्या काही सेवा टपाल कार्यालयातही दिल्या जातात . त्यामुळे अशा काही बँकींगमधील सेवाही टपाल कार्यालयात मिळू शकतात . लोकांना ठेवी ठेवण्यासाठी प्रोत्साहन देऊन बचत करण्यासाठी प्रेरित करण्याकरता टपाल कार्यालये विविध योजना राबवत असतात . टपाल कार्यालयातील काही महत्त्वाच्या बचत योजनांची माहिती घेऊ .

१ . **पोस्ट ऑफिस सेव्हिंग बँक खाते :** हे एक अशा प्रकारचे खाते असते . ज्यामध्ये आपण टपाल कार्यालयातील खात्यात आपण आपले पैसे ठेवू शकतो आणि गरज लागेल तेव्हा ते काढून घेऊ शकतो . असे खाते उघडण्यासाठी कमीत कमी पन्नास रूपये भरावे लागतात . तसेच व्यक्तीगत स्वरूपाच्या खात्यामध्ये आपण जास्तीत जास्त एक लाख रूपये ठेवू शकतो . दोन व्यक्तींचे एकत्रित खाते असेल तर ही ठेव ठेवण्याची मर्यादा दोन लाख इतकी असते . पैसे काढण्याचा अर्ज म्हणजे विड्रॉअल स्लीप किंवा धनादेश वापरून पैसे काढता येतात . आपल्या ठेवीवर टपाल कार्यालय व्याजही देते आणि ते आयकरामधून पूर्णपणे वजा केले जाते .

विभाग ३

सेवा क्षेत्र



टिपा



२ . **पाच वर्षांची पोस्ट ऑफिस रिकरिंग डिपॉझिट योजना :** कमीत कमी दहा रूपये भरून रिकरिंग डिपॉझिट अकाउंट (आवर्ती ठेव खाते) उघडता येते. दहा रूपयांहून जास्त म्हणजे पाचाच्या पटीमध्ये कितीही रूपयांची ठेव ठेवता येते. आणि पाच वर्षांपर्यंत दर महिन्याला या खात्यात पैसे भरावे लागतात. एक वर्षानंतर ठेवीच्या ५० % रक्कम काढता येते. अशी रक्कम पाच वर्षांत केवळ एकदाच काढता येते. एकाच व्यक्तीच्या नावाने एकापेक्षा जास्त आवर्ती ठेव खाती (रिकरिंग डिपॉझिट अकाउंटस) उघडता येतात.

ठेवीची मुदत पूर्ण झाल्यावर वर्ष ते वर्ष या आधारावर पुढील पाच वर्षासाठी पुन्हा खाते सुरु ठेवता येते.

३ . **पोस्ट ऑफिस टाईम डिपॉझिट अकाउंट :** कमीत कमी २०० रूपये आणि जास्तीत जास्त कितीही रक्कम भरून कोणीही व्यक्ती हे खाते उघडू शकते. ठेव ठेवणारी व्यक्ती एकदम एक मोठी रक्कम एक, दोन, तीन किंवा पाच वर्षांच्या मुदतीने ठेवते आणि ती मुदत पूर्ण झाल्यावर ही रक्कम काढता येते. या रकमेवर तिमाही व्याज काढले जाते पण ते वर्षा तून एकदा दिले जाते. असे खाते एखादी संस्था सुद्धा उघडू शकते. ठेवीची रक्कम आणि त्यावरील व्याज आयकरातून वजा केले जाते.

४ . **पोस्ट ऑफिस मासिक आय योजना :** या योजनेमध्ये सहा वर्षासाठी ठराविक रक्कम ठेवली जाते आणि ठेव ठेवणाऱ्या व्यक्तीला दर महिन्याला त्यावर व्याज मिळते. वैयक्तिक खात्यामध्ये कमीत कमी १५०० रूपये आणि जास्तीत जास्त ४.५ लाख इतकी रक्कम ठेवता येते. एकाहून जास्त व्यक्तीचे एकत्रित अकाउंट असेल तर नऊ लाखांपर्यंत ठेव ठेवता येते. या रकमेवरील व्याजाबरोबरच मुदत पूर्ण झाल्यावर ५ % दराने मुदत ठेवीच्या रकमेवर अतिरिक्त रक्कमही दिली जाते. व्याज आणि अतिरिक्त रक्कम दोन्हीही आयकरातून वजा केले जातात. निवृत्त कर्मचाऱ्यांसाठी किंवा ज्यांना पगार अथवा निवृत्ती वेतनाप्रमाणे दर महिन्याला काही रक्कम हवी आहे त्यांच्यासाठी हे खाते योग्य आहे.

५ . **सहा वर्षांची राष्ट्रीय बचत प्रमाणपत्रे योजना :** राष्ट्रीय बचत प्रमाणपत्रे (NSC) टपाल कार्यालयातून

- अ. प्रौढ व्यक्ती स्वतःसाठी किंवा एखाद्या अज्ञान व्यक्तीसाठी किंवा व्यक्तीद्वारे
- ब. दोन प्रौढ व्यक्तींद्वारे एकत्रितपणे
- क. किंवा एखाद्या विश्वस्त संस्थेतर्फे विकत घेतली जाऊ शकतात. यासाठी कमीत कमी ठेव शंभर रूपये आणि जास्तीत जास्त कितीही रक्कम ठेव म्हणून ठेवता येऊ शकते. ही प्रमाणपत्रे १००, ५००, १०००, ५००० आणि १०००० रूपये मूल्यांमध्ये उपलब्ध आहेत यावर सहा सहा महिन्यांनी व्याज काढले जाते आणि ते मुदत पूर्ण झाल्यावर दिले जाते. सहा वर्षांनी ही प्रमाणपत्रे टपाल कार्यालयात वटवली जाऊ शकतात. यावरील व्याजाची पुनर्गुंतवणुक केली जाते आणि ती करपात्र नसते. त्यामुळेच आयकर भरणाऱ्या व्यक्तींमध्ये ही योजना लोकप्रिय आहे.



६ . **मुदत ठेव :** पंधरा वर्षांचे पब्लिक स्वतःच्या किंवा तिच्या अज्ञान अपत्याच्या नावाने हे खाते उघडू शकते . या खात्यामध्ये दरवर्षी कमीत कमी एक तरी ठेव ठेवावी लागते . खातेधारक एका वर्षात जास्तीत जास्त ७०००० रूपये ठेवू शकतो . ही ठेव एकरकमी किंवा जास्तीत जास्त बारा हप्त्यांमध्ये ठेवता येऊ शकते . दर वर्षी कमीत कमी ५०० रूपयांची ठेव ठेवावी लागते . सर्व ठेवी शंभराच्या पटीत असाव्या लागतात . म्हणजेच १,२५० किंवा ३,७८५ अशा रकमा न ठेवता १२०० किंवा ३७०० अशा पूर्णांकातील रकमा ठेव म्हणून ठेवता येतात . तीन वर्षांनंतर या ठेवींवर कर्ज मिळू शकते . तर सातव्या वर्षांनंतर या ठेवीतून पैसे काढता येऊ शकतात . मुदत ठेवीची रक्कम आयकरातून वजा केली जाते . तर यावरील व्याज पूर्णपणे आयकर मुक्त असते .

७ . **किमान विकासपत्र योजना :** या योजनेमध्ये एक निश्चित रक्कम निश्चित कालामध्ये दुप्पट होते . किसानपत्रामध्ये

- अ . कोणीही प्रौढ व्यक्ती स्वतःसाठी किंवा एखाद्या अज्ञान व्यक्तीसाठी
- ब . दोन प्रौढ व्यक्ती एकत्रितपणे किंवा
- क . विश्वस्त

संस्थेमार्फत ठेव ठेवता येऊ शकते . किसान विकासपत्रे १००, ५००, १०००, ५००० आणि १०,००० रूपयांच्या मूल्यामध्ये सर्व टपाल कार्यालयांमध्ये उपलब्ध असतात . तर ५०,००० रूपये मूल्यांची किसान विकासपत्रे केवळ जनरल पोस्ट ऑफिस (जी.पी.ओ.) मध्येच उपलब्ध असतात . यात गुंतवणुक करण्यासाठी काहीही मर्यादा नाही . याची मुदत पूर्ण होण्याआधी यातून पैसे काढता येतात . पण यामध्ये लॉक इन नावाचा एक विशिष्ट कालावधी असतो . या कालावधीत या योजनेतून पैसे काढता येत नाहीत .

८ . **ज्येष्ठ नागरीक बचत योजना :** या योजनेमध्ये व्यक्ती एकदाच हजाराच्या पटीत आणि पंधरा लाखापर्यंतच रक्कम ठेवू शकते . याची मुदत आहे . पाच वर्षे असे खाते एकट्याला किंवा आपल्या वैवाहिक जोडीदाराबरोबर उघडता येते . खाते उघडणाऱ्या व्यक्तीचे वय ६० किंवा त्याहून जास्त असले पाहिजे . सुरवातीला यावरील व्याज ३१ मार्च, ३० जून आणि ३१ डिसेंबरला दिले जाते आणि त्यानंतर ३१ मार्च, ३० जून, ३० सप्टेंबर आणि ३१ डिसेंबरला दिले जाते .



८.२ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न

योग्य शब्द वापरून रिकाम्या जागा भरा .

- १ . टपाल कार्यालयातील पी.पी.एफ. खात्यात एका वर्षात जास्तीत जास्त रूपये ठेवता येतात .
- २ . मनी ऑर्डरच्या एका अर्जाबरोबर आपण जास्तीत जास्त रूपये पाठवू शकतो .
- ३ . पोस्टल ऑर्डर योग्य व्यक्तीच वटवत आहे याची खात्री होण्यासाठी आपण पोस्टल ऑर्डर करू शकतो .



टिपा

- ४ . पी.पी.एफ. खातेधारकाला वर्ष पूर्ण झाल्यावर कर्ज सुविधा उपलब्ध होते .
 ५ वर्ष पूर्ण झाल्यावर एन.एस.सी. वटवता येते .

८.७ विमा योजना

टपाल कार्यालयामध्ये पत्रे पाठवणे आणि एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी पैसे पाठवण्या व्यतिरिक्त लोकांसाठी जीवन विमा योजनाही उपलब्ध असतात . विमा म्हणजे काय हे तुम्हाला माहित आहे का? विमा म्हणजे दोन पक्षांमध्ये झालेला करार असतो . ज्यामध्ये एका पक्षाला कोणत्याही घटनेमुळे काही नुकसान झाले तर दुसरा पक्ष त्याला त्यासाठी एक निश्चित रक्कम देण्याचे ठरलेले असते . कोणत्याही घटनेमुळे झालेल्या नुकसानासाठी पैसे द्यायचा वादा करणाऱ्या पक्षाला इन्शुरर म्हणजे विमा देणारा असे म्हणतात तर दुसऱ्या पक्षाला इन्शुरर्ड / अॅशुरर्ड म्हणजेच विमा संरक्षण मिळवणारा पक्ष विमा संरक्षण देणाऱ्या पक्षाला एका ठराविक काळामध्ये निश्चित केली गेलेली रक्कम एक रकमी किंवा हप्त्याने देतो . या हप्त्यांना प्रिमियम असे म्हणतात . जर या ठराविक काळामध्ये काही नुकसानकारक घटना घडली आणि विमा मिळवणाऱ्या पक्षाचे काही नुकसान झाले तर त्या पक्षाला किंवा त्या पक्षांच्या कुटुंबाला विमा देणाऱ्या पक्षाने निश्चित केलेली रक्कम द्यावी लागते . टपाल कार्यालयांमध्ये दोन प्रकारच्या विमा योजना उपलब्ध असतात . **अ .** पोस्टल लाईफ इन्शुरन्स (पी.एल.आय.) आणि **ब .** रूरल पोस्टल लाईफ इन्शुरन्स (आर.पी.एल.आय.) आता या योजना तपशीलाने जाणून घेऊ .

- १ . **पोस्टल लाईफ इन्शुरन्स :** या प्रकारचा विमा सुरुवातीला टपाल कार्यालयातील कर्मचाऱ्यांसाठी सुरु केला गेला . काळानुसार त्याची व्याप्ती वाढत गेली आणि आता तो केंद्र आणि राज्य सरकारचे कर्मचारी, सार्वजनिक विभागातील संस्था (पब्लीक सेक्टर अंडरटेकींग) विद्यापीठे, शासनाधारीत संस्था, राष्ट्रीयकृत बँका आणि वित्त संस्थांच्या कर्मचाऱ्यांसाठीही उपलब्ध आहे .या संस्थांमधील जे कर्मचारी पन्नासच्या आतील वयाचे आहेत त्यांना टपाल कार्यालय ठराविक काळासाठी ठराविक रक्कम प्रिमियम म्हणून भरल्यावर विमा संरक्षण उपलब्ध करून देते . विमा घेतलेल्या व्यक्तीचा मृत्यू झाला किंवा विम्याचा कालावधी संपला की ठराविक रक्कम विमा घेणाऱ्याला दिली जाते .
- २ . **रूरल पोस्टल लाईफ इन्शुरन्स :** पोस्टल लाईफ इन्शुरन्स प्रमाणेच टपाल कार्यालये ग्रामिण भागातील लोकांसाठी आणि समाजातील दुर्बल घटकांसाठी विमा संरक्षण उपलब्ध करून देतात . ज्याला रूरल पोस्टल लाईफ इन्शुरन्स (आर.पी.एल.आय.) असे म्हणतात . या विम्यामध्ये विमा मिळवणाऱ्या व्यक्तीला विमा संरक्षण मिळवण्यासाठी खूपच कमी रक्कम प्रिमियम म्हणून भरावी लागते .

८.८ टपाल कार्यालयातील अन्य सेवा

आतापर्यंत आपण पाहिले की टपाल कार्यालयामध्ये पत्रे पाठवणे, पैसे पाठवणे, बँकिंग आणि विमा या सारख्या सेवा पुरवल्या जातात . टपाल कार्यालयांमध्ये वरील सेवां व्यतिरिक्त अन्य काही सेवाही पुरवल्या जातात . त्या पुढीलप्रमाणे

- १ . **तिकिटांची विक्री** : टपाल तिकिटांबरोबरच रेव्हेन्यू स्टॅप, शेअर टान्सफर स्टॅप (भाग हस्तांतरीत करण्यासाठीचे स्टॅप्स), रीकूटमेंट स्टॅप (भरती करण्यासाठीचे स्टॅप्स) इत्यादी स्टॅप्स अर्थात तिकिटेही विकली जातात. जर व्यवहाराची किंमत पाचशे रूपयापेक्षा जास्त असते, तेव्हा पैसे मिळणाऱ्या व्यक्तीकडून पैसे मिळाल्याची पावती घेताना रेव्हेन्यू स्टॅपचा वापर केला जातो. शेअर्स किंवा अन्य सिक्युरिटीज एका व्यक्तीकडून दुसऱ्या व्यक्तीकडे हस्तांतरीत करताना शेअर टान्सफर स्टॅपचा वापर केला जातो. त्याचप्रमाणे वेगवेगळ्या उमेदवार भरतीसाठी होणाऱ्या परीक्षांसाठी शुल्क भरण्याकरता रीकूटमेंट स्टॅपची आवश्यकता असते.
- २ . **कर्ज विक्री** : पासपोर्ट (पारपत्र) साठी अर्ज, यू.पी.एस.सी. (युनियन पब्लिक सर्व्हिस कमिशन) अर्ज, एस.एस.सी (स्टाफ सिलेक्शन कमिशन) अर्ज आणि राष्ट्रीय स्तरावरील अन्य परीक्षांचे अर्ज इथे विकत मिळतात.
- ३ . **विले भरणे** : टपाल कार्यालयांमध्ये दूरध्वनी, विद्युत आणि पाण्याची विलेही भरता येतात.
- ४ . **निवृत्ती वेतन देणे** : निवृत्त व्यक्तीच्या सोयीसाठी त्यांना टपाल कार्यालयातून निवृत्त वेतन घेता येण्याची सोय भारत सरकारने केली आहे. सैन्य दलातील, रेल्वे, कोळसा खाणी, दूरध्वनी केंद्र कर्मचाऱ्यांना त्यांच्या जवळच्या टपाल कार्यालयातून निवृत्ती वेतन घेता येते. टपाल कार्यालये ज्येष्ठ नागरिकांसाठी वृद्धावस्था वेतनही उपलब्ध करून देतात. हे वेतन समाज कल्याण मंत्रालय आणि राज्य सरकार तर्फे संमत केले जाते.
- ५ . **टपाल कार्यालयातील दुकाने** : ग्राहकांसाठी इथे भेटकार्डे, छोट्या भेटवस्तू आणि टपालासाठीच्या कामाकरता लागणाऱ्या वस्तु किरकोळीने विकल्या जातात. काही टपाल कार्यालयाच्या इमारतीमधेच अशी विक्री करणारी दुकाने आढळतात.
- ६ . **खास टपाल तिकीटे टपाल विभागातर्फे सादर केली जातात.** यावर आपल्या देशाचा समृद्ध निसर्ग आणि सांस्कृतिक वारसा यांची झलक दाखवणारी चित्रे असतात. महत्त्वाचे राष्ट्रीय आणि आंतरराष्ट्रीय प्रसंग, प्रसिद्ध व्यक्तिमत्त्वे आणि आंतरराष्ट्रीय प्रसंग, प्रसिद्ध व्यक्तिमत्त्वे आणि संस्थांच्या चित्रांना टपालतिकिटांवर आणि पाकीटावर स्थान देऊन त्यांचा सन्मान केला जातो.
- ७ . **ग्रामीण संचार सेवक योजना** : प्रत्येक घरमध्ये दूरध्वनीची सुविधा देण्याचे स्वप्न साकार करण्याच्या उद्देशाने ही योजना सुरू केली गेली. टपाल विभाग आणि भारत संचार निगम लिमिटेड बी.एस.एन.एल. यांचा हा संयुक्त प्रकल्प आहे. या योजनेमधे पोस्टमन घोरोघरी पत्रे वाटप असताना बरोबर भ्रमणध्वनीही घेऊन जातात. लोक पोस्टमनला निश्चित शुल्क देऊन त्या भ्रमणध्वनीचा वापर करू शकतात. ही सुविधा आपल्या देशातील केवळ ग्रामीण भागातच उपलब्ध आहे.





टिपा



८.३ पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न

पुढील विधाने सत्य कि असत्य ते लिहा .

१. ५२ वर्षांपेक्षा जास्त वय असलेल्या सरकारी कर्मचाऱ्यांना टपाल कार्यालयामधे विमा संरक्षण घेता येते .
२. सहाशे रुपयांच्या एखाद्या आर्थिक व्यवहारासाठी त्याच्या पावतीवर रेव्हेंयू स्टॅप लावण्याची आवश्यकता नसते .
३. टपाल कार्यालयातील दुकानांमधे तयार कपडे विकले जातात .
४. टपाल कार्यालयातील आपल्या समाजातील दुर्बल घटकांसाठी सरल पोस्टल इन्श्यअरन्स सुविधा दिली जाते .
५. ग्रामीण संचार सेवक सुविधा केवळ ग्रामीण भागातच उपलब्ध आहे .

८.९ विशेष टपाल सेवा

लोकांच्या सुविधेसाठी टपाल कार्यालये टपालासाठी काही विशिष्ट अतिरिक्त सेवाही पुरवतात . उदाहरणार्थ जलद गतीने टपाल पाठवणे, टपाल पोहोचल्याची खात्री देणे, वाहतुकी दरम्यान टपालाचे काही नुकसान झाले तर ते पाठवणाऱ्याला त्याची भरपाई देणे इत्यादी . अतिरिक्त शुल्क भरून या सर्व सुविधा आपल्याला घेता येतात, त्या जाणून घेऊ .

१. **सर्टिफिकेट ऑफ पोस्टिंग (टपाल दिल्याचे पाठवल्याचे प्रमाणपत्र) :** जेव्हा साधे टपाल पाठवले जाते तेव्हा टपाल कार्यालयातर्फे ते पोहोचल्याची पावती आपल्याला देत नाहीत . कारण आपण आपल्या जवळच्या पत्रपेटीमध्ये टाकतो . पण जर टपाल पाठवणाऱ्याला ते पाठवले असल्याचा पुरावा हवा असेल तर त्यासाठी निश्चित केलेले शुल्क भरून टपाल कार्यालयाकडून ते मिळवता येते . यालाच सर्टिफिकेट ऑफ पोस्टिंग असे म्हणतात . असे प्रमाणपत्र मिळवण्यासाठी एका कोऱ्या कागदावर टपाल पाठवणाऱ्याचा आणि ज्याला टपाल पाठवायचे त्याचा संपूर्ण पत्ता लिहून त्यावर आवश्यक त्या मूल्यांची टपाल तिकिटे लावावी लागतात . हा कागद टपालासह टपाल कार्यालयात द्यावा लागते . कार्यालयातर्फे या कागदावर शिक्का मारून तो कागद आपल्याला परत दिला जातो . आता हा कागद म्हणजे आपण पाठवलेल्या टपालाचा पुरावा होतो . पण आपण पाठवलेल्या टपालावर यू.पी.सी. म्हणजेच अंडर पोस्टल सर्टिफिकेट असे लिहावे लागते . टपाल पोहोचण्याविषयी काही विवाद उत्पन्न झाला तर त्या वेळी हे प्रमाणपत्र उपयोगी पडते .
२. **रजिस्टर्ड पोस्ट :** काही वेळा आपण पाठवलेले टपाल ज्याला पाठवलेले आहे त्यालाच मिळेल अन्यथा ते आपल्याला परत मिळेल अशी आवश्यकता असते . अशा वेळेला टपाल कार्यालयातील रजिस्टर्ड पोस्ट सुविधा उपलब्ध असते . या सुविधेमार्फत आपण टपालपत्रे आणि वस्तू पाठवू शकतो . रजिस्ट्रेशन (पंजीकरण) शुल्कासाठी



टिपा

निश्चित केलेल्या अतिरिक्त मूल्याची टपाल तिकिटे लावल्यावर आपण असे टपाल पाठवू शकतो . टपाल कार्यालयात टपाल दिल्यावर कार्यालयातून टपाल पाठवणाऱ्याला लगेचच त्याची पोच पावती दिली जाते . ही पावती टपाल पाठवले गेले आहे याचा पुरावा असते . आपण आपला संपूर्ण पत्ता टपालावर लिहिल्याशिवाय टपाल कार्यालय त्याचा स्वीकार करत नाही . साध्या टपालापेक्षा हे टपाल वेगळे आहे हे दाखवल्यासाठी या टपालावर रजिस्टर्ड पोस्ट असे मोठ्या अक्षरात लिहावे लागते . ज्याला टपाल पाठवले आहे ते त्याला मिळाले आहे याची खात्री तुम्हाला हवी आहे ? तर मग टपाल कार्यालयात यासाठी आणखी एक सुविधा आहे . साधारणपणे रजिस्टर्ड पोस्ट ज्याला पाठवले गेले आहे त्या व्यक्तीची सही टपालकार्यालयाच्या काही कागदपत्रांवर घेतल्यानंतरच त्याला ते पोस्ट दिले जाते . पण टपाल पाठवणाऱ्याने जर सांगितले नसेल तर त्याला ही कागदपत्रे पाठवली जात नाहीत . टपाल पाठवणाऱ्याने जर टपाल पोहोचल्याची पावती मागीतले असेल तर रजिस्टर्ड मेल बरोबर ॲकॅनॅलेजमेंट ड्यू कार्ड पाठवले जाते . टपाल घेणारी व्यक्ती टपाल घेतल्यानंतर हा अर्ज भरते आणि टपाल पाठवणाऱ्याला टपालाने परत पाठवते . ॲकॅनॅलेजमेंट ड्यू कार्ड सर्व टपाल कार्यालयांमध्ये निश्चित शुल्क भरल्यावर मिळते . रजिस्टर्ड पोस्ट करण्याच्या पाकीटावर जोडावे लागते . पाकीटावर 'रजिस्टर्ड पोस्ट विथ ए.डी.' असे लिहावे लागते .

३ . **इन्शुअर्ड पोस्ट** : टपाल वाहतुकीमध्ये असताना जर ते हरवले किंवा खराब झाल तर ते पाठवणाऱ्याचे नुकसान असते . मग अशा वेळेला टपालाच्या नुकसानासाठी टपाल कार्यालयाला जबाबदार धरता येते का ?

साधी पत्रे, रजिस्टर्ड टपाल किंवा पार्सल यांच्या नुकसानासाठी टपाल कार्यालय जबाबदार नसते . पण टपाल पाठवणाऱ्याला त्याच्या पत्रांच्या किंवा पार्सलच्या सुरक्षिततेची खात्री मिळेल अशी एक सुविधा उपलब्ध आहे . या सुविधेमुळे जर पत्र किंवा पार्सलचे काही नुकसान झाले तर टपाल कार्यालय त्याची नुकसान भरपाई देते . म्हणूनच इन्शुअर्ड पोस्ट हा टपालाचा असा एक प्रकार आहे ज्यामध्ये मूल्यवान वस्तूंच्या नुकसानाची भरपाई म्हणून एकनिश्चित रक्कम ठरवल्यावर त्या टपालाने पाठवता येतात . अशा टपालासाठी जितका विमा काढला गेला असेल त्यानुसार प्रिमियम म्हणजे हप्ता भरल्यावर टपाल पाठवले जाते . अशावेळी टपाल कार्यालय विमा देणाऱ्याचे कार्य करते आणि विमा संरक्षण दिलेल्या निश्चित किमती पर्यंत नुकसान भरपाई देण्यास जबाबदार असते . केवळ रजिस्टर्ड पोस्ट इन्शुअर्ड पोस्टद्वारे पाठवता येते . टपाल कार्यालयाच्या नियमाप्रमाणे पत्र किंवा पार्सलचे पॅकिंग केल्याशिवाय ते इन्शुअर्ड पोस्टसाठी स्वीकारले जात नाही .

४ . **स्पीड पोस्ट** : १ ऑगस्ट १९८६ या दिवशी स्पीडपोस्ट सेवा सुरु केली गेली . काही वेळा एखादे टपाल तत्काळ पाठवायचे असेल किंवा ज्याला टपाल पाठवले आहे त्याला ते विनाविलंब लगेचच मिळावे असे वाटत असेल तर अशा वेळेला टपाल निश्चित अशा कमीतकमी वेळेत आणि निश्चितपणे टपाल पोहोचवणारी सेवा उपलब्ध करून देते त्यालाच स्पीडपोस्ट असे म्हणतात . या सेवेद्वारे पत्रे, कागदपत्रे, आणि वस्तू निश्चित केलेल्या



टिपा

कालावधीमध्ये वेगाने पाठवता येतात ही सुविधा काही विशिष्ट टपाल कार्यालयातच उपलब्ध असते. साध्या टपालपेक्षा स्पीडपोस्टसाठीचे शुल्क जास्त असते आणि टपाल किती अंतरावर पाठवायचे आहे यावर ते अवलंबून असते. काही स्पीड पोस्ट केंद्रावर ही सुविधा चोविस तास उपलब्ध असते. ज्या व्यक्ती नियमितपणे आणि मोठ्या प्रमाणावर स्पीड पोस्ट पाठवत असतात. त्यांच्या इथून टपाल कार्यालये स्पीड पोस्ट घेऊन जातात.

५. **पोस्ट रेस्टनेट** : जेव्हा आपल्याला एखाद्या व्यक्तीला टपाल पाठवायचे असते. पण त्या व्यक्तीचा पत्ता नीटपणे ठाऊक नसतो. अशावेळी टपाल ज्या व्यक्तीला पाठवायचे त्याच्या निवासी भागातील पोस्टमास्टरला असे टपाल पाठवले जाते. अशा टपालला पोस्ट रेस्टनेट लेटर्स असे म्हणतात. असे टपाल पाठवताना त्या टपालावर पोस्टरेस्टनेट किंवा केअर ऑफ पोस्टमास्टर असे लिहावे लागते. असे लिहील्याने त्या विशिष्ट टपाल कार्यालयत ते टपाल पोहोचल्यावर ते तिथेच ठेवले जाते आणि ज्याला टपाल पाठवले गेले त्याने विशिष्ट पोस्टमास्टरशी संपर्क साधल्यावर त्याला दिले जाते. असे टपाल, टपाल कार्यालयात आल्यापासून चौदा दिवस तिथे ठेवले जाते. त्यानंतर ते टपाल पाठवणाऱ्याला किंवा ज्या टपाल कार्यालयातून ते पाठवले गेले आहे तिथे परत पाठवले जाते. ही सुविधा विशेषतः पर्यटक किंवा फिरत्या विक्रेत्यांसाठी उपयुक्त असते. ज्यांना विशिष्ट ठिकाणाचा त्यांचा पत्ता माहित नसतो किंवा एखाद्या व्यक्तीला अजून निश्चित रहाण्याचे ठिकाण मिळाले नसल्याने स्वतःचा पत्ता देता येत नाही.



८.४ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न

पुढील विधाने सत्य कि असत्य ते लिहा.

१. स्पीड पोस्ट सेवा सर्व टपाल कार्यालयांमध्ये उपलब्ध असते.
२. केवळ रजिस्टर्ड मेलच इन्शुरेड पोस्टाद्वारे पाठवता येते.
३. पोस्ट रेस्टनेट टपाल हे संबंधित टपाल कार्यालयात पोहोचल्यावर तिथे फक्त आठवाडाभरच ठेवले जाते.
४. इन्शुरेड पोस्ट सेवेसाठी पाठवणाऱ्या आणि मिळणाऱ्या दोन टपाल कार्यालयातील अंतरानुसार अतिरिक्त शुल्क भरावे लागते.
५. वाहतुकीमध्ये पत्र हरवले तर पत्र पाठवले असल्याच्या प्रमाणपत्रामुळे ते पाठवणाऱ्याला नुकसानभरपाई मागता येत नाही.

८.१० मेल ट्रान्समिशन

टपाल कार्यालये त्यांच्या निश्चित केंद्रावरून पत्रे आणि पार्सल गोळा करतात किंवा पत्राच्या पेटीतून गोळा करतात. लोक त्यांच्या सोयीच्या वेळेनुसार कधीही पत्राच्या पेटीत पत्रे टाकतात आणि कार्यालयीन वेळेमध्ये टपाल कार्यालयाचे कर्मचारी दिवसातून एकदा किंवा दोनदा पत्रपेटीतून पत्रे गोळा करतात.

सर्व टपाल कार्यालयांच्या बाहेर आणि काही विशिष्ट अशा सोयीच्या सार्वजनिक ठिकाणीही अशा पत्रपेट्या आढळतात. पण तुमच्या लक्षात आले आहे का कि लाल, हिरव्या, निळ्या आणि पिवळ्या असा वेगवेगळ्या रंगात असतात. असे का ? वेगवेगळ्या ठिकाणाची पत्रे सहज निवडता यावी यासाठी वेगवेगळ्या रंगाच्या पत्रपेट्या लावल्या जातात. यामुळे पत्रे निवडणे आणि मुक्कामी पोहोचवणे जलद होते.

पत्रपेट्यांचे रंग आणि वैशिष्ट्ये पाहू.

- लाल रंगाच्या पत्रपेट्या स्थानिक नसलेल्या पत्रांसाठी
- हिरव्या पेट्या स्थानिक पत्रांसाठी
- निळ्या पेट्या मोठ्या शहरातील पत्रांसाठी
- पिवळ्या पेट्या राजधानीच्या शहरांसाठी

जेव्हा तुम्ही तुमची पत्रे टपाल कार्यालयात देता किंवा पत्राच्या पेटीत टाकता तेव्हा काय होते ?

- टपाल कार्यालयही सगळी पत्रे गोळा करते.
- त्यावरील टपाल तिकिटांचे मूल्य तपासून पहाते आणि त्यावर शिक्का मारून त्याचा स्वीकार करते.
- पत्रे ज्या ठिकाणी पाठवली गेली आहेत त्या ठिकाणानुसार ती वेगवेगळी केली जातात.
- पत्रांच्या मुक्कामाच्या ठिकाणांनुसार ती वेगवेगळ्या पाकीटांमध्ये ठेवली जातात.
- ती पाकीटे त्यांच्या मुक्कामाच्या ठिकाणाच्या संबंधित टपाल कार्यालयांमध्ये पाठवली जातात.
- ती टपाल कार्यालये अशी पाकीटे उघडतात आणि त्यातील पत्रांवर आपला शिक्का मारतात.
- पत्रांवरील पत्रांच्या स्थानांप्रमाणे ती वेगळी केली जातात.
- सर्वात शेवटी पोस्टमन स्वतः ही पत्रे त्यांच्या मुक्कामी म्हणजेच संबंधित पत्रांवर पोहोचवतात.
- पत्रांनी भरलेल्या पिशव्या आणि पाकीटे एका टपाल कार्यालयातून दुसऱ्या टपाल कार्यालयात कशी पाहोचवली जात असतील अशी शंका तुम्हाला असेल. त्याविषयी जाणून घेऊ.

छोट्या अंतरासाठी :

- पत्रांच्या पिशव्या मोटारीतून, रिक्शातून आणि सायकलीवरून इत्यादी वाहनांच्या मदतीने रस्त्याच्या मार्गाने नेल्या जातात.
- पण मोठ्या अंतरासाठी रेल्वेगाड्यांचा पर्याय योग्य ठरतो व आपल्या देशामध्ये रेल्वे मेल सर्व्हिस (आर.एम.एस.) द्वारे पत्रे पाठवणे आणि मिळवण्याची सुविधा प्राप्त होते. देशातल्या सर्व मोठ्या रेल्वेस्टेशनच्या इमरतींमध्ये तुम्हाला आर.एम.एस.ची कार्यालये दिसली असतील.
- रेल्वे, मोटर वाहने, सायकल इत्यादी वाहनातून वाहतूक होणाऱ्या पत्रांना सरफेस मेल (जमिनीवरील टपाल) असे म्हटले जाते.





- रस्त्याने आणि रेल्वेने पत्रे पाठवण्याबरोबरच भारतीय टपाल विभाग शक्य असेल त्या ठिकाणी हवाई मार्गाने सुद्धा पत्रे पाठवण्याची सोय करते .
- आंतरराष्ट्रीय टपाल हवाई मार्गाने पाठवले जाते . हवाई मार्गाने पाठवल्या जाणाऱ्या टपालाला एअरमेल (हवाई टपाल) असे म्हणतात .

८.११ टपाल सेवांसाठीचे शुल्क

पोस्टकार्ड किंवा इनलॅंड लेटर संपूर्ण देशभरात एकाच समान शुल्कामधे कशी काय प्रवास करू शकतात . असा प्रश्न तुम्हाला पडला असेल . आपल्या देशामध्ये स्पीड पोस्ट वगळता देशांतर्गत प्रवास करणाऱ्या सर्व प्रकारच्या टपालासाठी समान शुल्क तुम्हाला आढळेल . साधारणपणे टपालाच्या वजनाप्रमाणे त्याचे शुल्क निश्चित केले जाते . टपाल जर देशाबाहेर पाठवायचे असेल किंवा स्पीडपोस्टने पाठवायचे असेल तर शुल्क ठरवताना टपालाच्या वजनाबरोबरच त्याच्या अंतराचाही विचार केला जातो .

आपली पत्रे संबंधित ठिकाणी पोहोचवण्यासाठी टपाल कार्यालयाला दिले जाणारे शुल्क हे टपाल तिकिटांच्या माध्यमातून दिले जाते . टपाल कार्यालयातून टपाल तिकिटे विकत घेऊन ती जी पत्रे पाठवायची त्यावर चिकटवयाची असतात . पण टपाल कार्यालयातून मिळणाऱ्या सुविधांसाठी शुल्क भरण्याचा हा एकमेव मार्ग नाही . टपाल कार्यालयातून आपले टपाल पाठवण्यासाठी टपाल शुल्क भरण्याचे विविध मार्ग आता जाणून घेऊ .

१ . **पोस्टल स्टॅप - टपाल तिकिटे** : पाकीटे आणि पार्सले टपालाने पाठवताना आपण टपाल कार्यालयातून टपाल तिकिटे विकत घेतो आणि आपले टपाल पत्राच्या पेटीत टाकण्यापूर्वी किंवा टपाल कार्यालयातील संबंधित व्यक्तीकडे देण्यापूर्वी ती तिकिटे आपल्या टपालावर चिकटवतो . पण पोस्टकार्ड, इनलॅंड लेटर आणि पोस्टल इनव्हलपस (टपाल पाकिटे) जी टपाल कार्यालयात उपलब्ध असतात . त्यांच्यासाठी टपाल तिकिटे चिकटवण्याची आवश्यकता नसते . कारण या वस्तूंच्या मुल्यातच टपाल शुल्कही सामाविले असते . या वस्तूंवर दर्शनी वाजुवर टपाल तिकिटे छापलेली तुम्ही पाहिली असेल पण हे शुल्क आपल्या टपालाच्या निश्चित केलेल्या जास्तीत जास्त वजनासाठीच असते . हे लक्षात घेतले पाहिजे . जर आपल्या टपालाचे वजन या मर्यादितपेक्षा जास्त झाले तर त्या जास्तीच्या वजनानुसार अतिरिक्त टपाल तिकिट टपालावर चिकटवावे लागते .

२ . **फ्रॅक्ड पोस्टेज** : जिथे दिवसभरात शेकडो पत्रे पाठवावी लागतात . अशा मोठ्या संस्थांसाठी मशीनद्वारे टपाल तिकिटे लावण्याची सोय टपाल कार्यालय करून देते . या मशीनला फ्रॅक्ड मशीन असे म्हणतात . हे मशीन वेगवेगळ्या मूल्यांची टपाल तिकिटे छापते . त्याला फ्रॅक्ड पोस्टेज असे म्हणतात . ज्या पत्रावर तिकिट लावायचे ते या मशीनमधे सरकवले जाते आणि मशीनवरील विशिष्ट बटणे दाबून आपल्याला हव्या त्या शुल्काचे तिकिट त्यावर छापता येते . फ्रॅक्ड मशीन विटकरी लाल रंगामधे तिकिट छापते . हे मशीन टपाल कार्य लयाकडून परवाना घेऊन भाड्याने घ्यावे लागते . पत्राद्वारे दिल्या गेलेल्या टपाल शुल्काप्रमाणे मशीनमधे निश्चित बदल केले गेल्यावर ते परवाना धारकाला दिले जाते . हे सर्व शुल्क वापरून झाले की मशीन तिकिट छपाई थांबवते . पुन्हा शुल्क भरल्यावर हे मशीन टपाल कार्यालयद्वारे पुढील वापरासाठी पुन्हा सुरू केले जाते .



- ३ . **कोणतेही तिकीट न लावता टपाल शुल्क भरणे :** तुम्ही पाहिले असेलच की काही टपालांवर कोणतेही टपाल तिकीटे लावलेले नसते . मग ती आपल्यापर्यंत कशी येतात ? अशा वेळेला पत्र पाठवणाऱ्याने पत्राचे शुल्क भरलेले असते किंवा ज्याला पत्र पाठवले आहे त्याने ते मिळाल्यावर त्या पत्राचे शुल्क भरलेले असते किंवा ज्याला पत्र पाठवले आहे त्याने ते मिळाल्यावर त्या पत्राचे शुल्क भरायचे असते . उदा . वर्तमानपत्रे आणि नियतकालिके पाठवणारा ते पाठवण्यापूर्वीच टपाल शुल्क भरतो आणि जर त्याला विझनेस रिप्लाय कार्ड लावलेले असेल तर असे टपाल घेणारी व्यक्ती टपाल घेतल्यावर टपाल शुल्क भरते . टपाल कार्यालये ब्रेल साहित्याची ने आण विनाशुल्क करतात .
- ४ . **कॉम्प्युटराईज्ड स्लीप :** आजकाल काही टपाल कार्यालयांमध्ये कॉम्प्युटराईज्ड स्लीप (संगणकीकृत चिठ्ठी) टपालावर चिकटवली जाते त्यानंतर अन्य टपाल तिकीट चिकटवण्याची गरज नसते . या स्लीपवर टपाल शुल्क, तारीख आणि वेळ छापलेली असते . ही सुविधा रजिस्टर्ड लेटर्स , स्पीड पोस्ट लेटर्स इत्यादी असते . अन्य साधारण टपालासाठी अशी सुविधा नसते .



८.५ पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न

अ . योग्य जोड्या लावा

'अ' गट

'ब' गट

- | | |
|---|---|
| १ . हिरवी पत्रपेटी | अ . पत्र पाठवणाऱ्याला पत्र परत करणे . |
| २ . फ्रँकिंग मशीन | ब . पत्र पाठवणाऱ्याने शुल्क भरले नाही / टपाल तिकीट लावले नाही . |
| ३ . अपुऱ्या शुल्काची तिकीटे लावणे | क . पत्र पाठवणाऱ्याने शुल्कामध्ये जी कमतरता ठेवली असेल ती दुप्पट करणे . |
| ४ . विझनेस रिप्लाय कार्ड | ड . स्थानिक पत्रे / टपाल |
| ५ . पत्रावर ज्याला पत्र पाठवायचे त्याचा पत्ता चुकीचा असणे . | इ . टपाल तिकीटांची छपाई |

८.१२ टपाल कार्यालयांमध्ये व्यावसायिक व्यवहारांसाठी काय सुविधा असते

आधी पाहिल्याप्रमाणे वेगवेगळ्या माध्यमातून टपालाची ने आण करण्याबरोबरच टपाल कार्यालये व्यावसायिक संस्थांसाठी काही विशेष सेवा उपलब्ध करून देतात . त्या खालील प्रमाणे

- व्हॅल्यू पेएबल पोस्टद्वारे माल विकण्याची सुविधा देणे .
- विझनेस रिप्लाय पोस्टद्वारे आधीच टपाल शुल्क भरले नसले तरीही ग्राहकांकडून पत्रे आणणे .
- मिडिया पोस्टच्या माध्यमातून उत्पादनांची जाहीरात करणे .
- एक्सप्रेस पोस्टद्वारे विश्वसनीय आणि निश्चित वेळात पार्सल सेवा उपलब्ध करून देणे .



- विझिनेस पोस्टद्वारे मोठ्या प्रमाणावर टपाल पाठवणाऱ्यासाठी टपाल पूर्व सेवा पुरविणे .
- कॉर्पोरेट मनीऑर्डरने मोठी रक्कम पाठवण्याची सुविधा देणे .
- आणि पोस्टवॅग तसेच पोस्ट बॉक्स सुविधेद्वारे टपाल गोळा करण्याची विशेष सुविधा देणे .

या सुविधांबद्दल आणखी जाणून घेऊ .

- १ . **व्हॅल्यू पेएबल पोस्ट (व्ही . पी . पी .)** : काही वेळेला आपल्याला अशी एखादी वस्तू विकत घ्यायची असते जी आपल्या स्थानिक दुकानांमधे उपलब्ध नसते . अशा वेळेला एखाद्या लांबच्या दुकानात जर ती वस्तू उपलब्ध असेल तर तिथून आपण ती मागवून घेऊ शकतो . त्यासाठी टपाल कार्यालये दुकानदाराला एक उत्तम पार्याय देतात तो म्हणजे व्ही . पी . पी . सेवा या सेवेद्वारे टपाल कार्यालये दुकानदाराकडून व्यवस्थित बांधलेली वस्तू घेतात . आणि ग्राहकापर्यंत पोहोचतात . ग्राहकाने पूर्ण रक्कम (यामधे वस्तूची किंमत आणि व्ही . पी . पी . सेवा शुल्क दोन्ही असते .) भरल्यावर ती वस्तू ग्राहकाला दिली जाते . त्यानंतर टपाल कार्यालय वस्तूची रक्कम दुकानदाराकडे पोहोचवते .
- २ . **विझिनेस रिप्लाय पोस्ट** : आपल्याला माहितच आहे की प्रत्येक व्यवसायाच्या विक्री धोरणामधे महत्त्वाचे असते ते ग्राहक तयार करणे . यासाठी ग्राहकांकडून तत्काळ प्रतिसाद आणि प्रतिक्रिया मिळावी असे व्यावसायिकाला वाटत असते . अशावेळी टपाल कार्यालय ग्राहकांना त्यांचा प्रतिसाद विझिनेस रिप्लाय कार्डद्वारे कळवण्याची परवानगी देते . हे कार्ड पाठवणाऱ्याला कोणतेही टपाल शुल्क भरावे लागत नाही . हे शुल्क नंतर टपाल कार्यालय व्यावसायिकांकडून घेते . ही सुविधा घेण्यासाठी व्यावसायिकाला टपाल कार्यालयामधे यासाठी निश्चित केलेले शुल्क भरून परवाना घ्यावा लागतो . विझिनेस रिप्लाय कार्ड किंवा एन्व्हलपवर हा परवाना क्रमांक स्पष्टपणे छापला पाहिजे त्याबरोबरच "विझिनेस रिप्लाय कार्ड एन्व्हलप पाठवणाऱ्याने कोणतेही टपाल शुल्क भरू नये . भारतांतर्गत पाठवले गेल्यास टपाल तिकिटाची आवश्यकता नाही " असेही लिहावे लागते . कार्ड किंवा एन्व्हलपच्या दर्शनी भागावर ते ज्याला मिळायला हवे त्याचा पत्ता छापला लागतो .
- ३ . **मिडिया पोस्ट** : या सेवेद्वारे टपाल कार्यालय कॉर्पोरेट आणि सरकारी संस्थांना पोस्टकार्ड , इनलॅंड लेटर , अॅरोग्राम आणि अन्य टपाल वस्तूवर आपली जाहीरात करून ग्राहकांपर्यंत पोहोचवण्याची संधी उपलब्ध करून देते . या वस्तूवर सरकारतर्फे जनहितार्थ काही संदेशही छापले जाऊ शकतात .
- ४ . **एक्सप्रेस पोस्ट** : टपाल कार्यालये त्यांच्या एक्सप्रेस पोस्ट या सुविधेद्वारे कॉर्पोरेट आणि व्यावसायिक ग्राहकांसाठी गतीमान , विश्वसनीय आणि योग्य दरातील पार्सल सेवा उपलब्ध करून देते . यामधे ३५ किलोग्रॅम वजनापर्यंतची पार्सल निश्चित वेळेमध्ये त्यांच्या थेट मुक्कामी पोहोचवली जातात .
- ५ . **विझिनेस पोस्ट** : टपाल कार्यालयातर्फे व्यावसायिक ग्राहकांना त्यांचे टपाल पाठवण्यापूर्वीची सेवा विझिनेस पोस्ट सेवेद्वारे पुरवली जाते . टपाल पाठवणाऱ्याला ठिकाणाहून टपाल घेऊन येणे , वस्तू पाकीटात घालणे , चिकटवणे , पत्रे घालणे , फ्रँकिंग करणे इत्यादी सेवा यामधे येतात .

- ६ . **कॉर्पोरेट मनीऑर्डर** : वैयक्तिक स्वरूपातील मनीऑर्डर प्रमाणेच व्यावसायिक संस्था देखिल मनीऑर्डर द्वारे एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी पैसे पाठवू शकतात . त्यांच्यासाठी टपाल कार्यालयामध्ये कॉर्पोरेट मनीऑर्डर सेवा उपलब्ध असते . यामध्ये व्यावसायिक संस्था देशभरात कुठेही एक करोड रुपयांपर्यंत मनीऑर्डर पाठवू शकते . सॅटलाईट द्वारे जोडल्या गेलेल्या टपाल कार्यालयातच ही सुविधा उपलब्ध असते .
- ७ . पोस्ट बॉक्स आणि पोस्ट बॅग आणण्याला माहीतच आहे की पोस्टमन वेगवेगळ्या प्रकारचे टपाल आपल्या दारात आणून देतात . या व्यतिरिक्त रजिस्टर न केलेल्या टपालासाठी टपाल कार्यालये पोस्ट बॉक्स आणि पोस्ट बॅगही उपलब्ध करून देतात . या सुविधेमध्ये निश्चित भाडे भरल्यावर आपल्याला टपाल कार्यालयातीलच एक निश्चित क्रमांकाचा पोस्ट बॉक्स किंवा पोस्ट बॅग ठरवून दिला जातो . या क्रमांकावर आलेले सर्व टपाल या पोस्ट बॉक्समध्ये किंवा पोस्ट बॅगमध्ये ठेवले जाते . मग पोस्ट बॉक्स किंवा पोस्ट बॅग भाड्याने घेतलेली व्यक्ती तिच्या सोयीनुसार हे टपाल घेऊन जाण्याची व्यवस्था करते . यासाठी टपाल कार्यालयातील आपण भाड्याने घेतलेला पोस्ट बॉक्स उघडून टपाल घ्यावे लागते . पण पोस्ट बॅग मात्र आपण आपल्या बरोबर आपल्या कार्यालयात नेऊन तिथे उघडू शकतो . कोणीही व्यक्ती किंवा संस्था टपाल कार्यालयातील पोस्ट बॉक्स भाड्याने घेऊ शकते . ही सुविधा खालील कारणांसाठी जास्त योग्य ठरते .
- ज्या व्यावसायिक संस्थाना त्यांचे टपाल तत्काळ हवे असते .
 - ज्यांना खुप मोठ्या प्रमाणावर टपाल येते .
 - टपालाच्या माध्यमातून चालणारा व्यवसाय
 - ज्यांना स्वतःचा कायमचा पत्ता नाही आणि
 - ज्यांन स्वतःचा पत्ता आणि नाव जाहीर करायचे नाही .



८.६ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न

योग्य शब्द वापरून रिकाम्या जागा भरा .

- १ . टपाल कार्यालये पोस्टाच्या माध्यमातून व्यावसायिक संस्थांना टपाल पूर्व सेवा उपलब्ध करून देतात .
- २ पोस्टाचा उपयोग करून टपाल कार्यालयाद्वारे उत्पादने आणि सेवांची जाहीरात करता येते .
- ३ . विझनेस पोस्टसाठी ते पाठवणाऱ्याने त्यावर कोणतेही टपाल तिकिट लावणे आवश्यक नसते .
- ४ . कॉर्पोरेट मनीऑर्डरद्वारे रुपयांपर्यंत रक्कम पाठवता येते .
- ५ मेल द्वारे टपाल पाठवणाऱ्याला टपाल प्राप्त करणाऱ्याची ओळख न सांगत टपाल प्राप्त करता येते .





टिपा

८.१३ टपाल सेवांचे महत्त्व

सर्वसाधारण लोकांसाठी टपाल सेवांचे महत्त्व साधारण तर व्यावसायिक संस्थांसाठी विशिष्ट प्रकारचे महत्त्व असते. खालील मुद्यावरून टपाल सेवांचे महत्त्व लक्षात येते.

१. **संपर्क साधण्याचे स्वस्त माध्यम :** संपर्क साधण्याचा अन्य कोणत्याही माध्यमाच्या तुलनेत टपालाद्वारे संपर्क साधने स्वस्त असते. वर्तमान पत्रे आणि नियतकालिकांचा वाचकवर्ग खुप मोठा आहे आणि ती टपाल सेवेमुळेच अगदी दूरच्या खेड्यातील लोकांपर्यंत पोहोचू शकतात. हे शक्य होते कारण वर्तमानपत्रे आणि नियतकालिके सवलतीच्या दरात टपालाने पाठवता येतात.
२. **बचतीला प्रोत्साहन :** टपाल कार्यालयाद्वारे चालवल्या जाणाऱ्या विविध अल्पबचत योजनांमुळे साधारण मिळकत असणाऱ्या लोकांना अल्पबचत करण्यासाठी प्रोत्साहित केले जाते. शिवाय टपाल कार्यालयाद्वारे केलेल्या बचतीवर कर सवलत मिळते. उदा. नॅशनल सेव्हिंग सर्टीफिकेट (राष्ट्रीय बचत प्रमाणपत्र) आणि पब्लिक प्रॉव्हिडंट फंड (सार्वजनिक निर्वाह निधी) टपाल कार्यालयात बचत करणाऱ्या लोकांना बक्षिसे देण्याची ही सुविधा आहे.
३. **कमी दरात आणि सुरक्षितपणे पैसे पाठवणे :** एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी पैसे पाठवण्याचे सर्वात स्वस्त आणि सर्वांना माहित असलेले माध्यम म्हणजे टपाल कार्यालयाची मनीऑर्डर सेवा जर पैसे तत्काळ पाठवायचे असेल तर त्यासाठी टेलीग्राफीक मनीऑर्डर सेवा उपलब्ध आहे पोस्टल ऑर्डर हे पैसे पाठवण्याचे आणखी एक माध्यम आहे.
४. **व्यापाराला प्रोत्साहन :** टपाल सेवांच्या उपलब्धतेमुळे अंतर्गत आणि बहिर्गत दोन्ही प्रकारच्या व्यापाराचा विस्तार आणि वाढ शक्य झाली आहे. व्यापारविषयी चौकशी करणे आणि व्यापार व्यवहार करणे पत्रव्यवहाराने शक्य होते. ऑर्डर देणे, माल पाठवल्याची माहिती देणे, पैसे भरण्याची आठवण करणे असे व्यवहार बहुतेक वेळा टपालाने केले जातात. चेक, ड्राफ्ट आणि महत्वाची कागदपत्रे टपालाने पाठवताना ते टपाल रजिस्टर करून ठराविक मुल्यापर्यंत इन्शुरर केले जाऊ शकते. यामुळे टपाल वाहतुकी दरम्यान ते हरवले तर त्याची भरपाई मिळू शकते. मेल ऑर्डर विझिनेस हा पूर्णपणे टपालाने माल मागवणे आणि पार्सलसेवेने माल पाठवणे यावर अवलंबून असतो.
५. **दूरस्थ शिक्षणाची सुविधा :** मुक्त शाळा, मुक्त विद्यापीठे आणि अन्य शिक्षणसंस्था टपालाने शैक्षणिक साहित्य पाठवून दूरच्या विद्यार्थ्यांना दूरस्थ शिक्षण पत्रव्यवहाराच्या माध्यमातून उपलब्ध करून देतात. अशा प्रकारे दूरच्या विद्यार्थ्यांना नियमित शाळेत न जाताही शिक्षण घेणे शक्य होते.

८.१४ खाजगी कुरियर सेवा

काही खाजगी संस्था लोकांना टपाल सेवा पुरवतात. या संस्था लोकांकडून पत्रे आणि पार्सल घेऊन ती जिथे पाठवायची तिथे पाठवतात. या खाजगी संस्था पत्रे, पार्सल आणि पाकीटे इत्यादी तत्काळ

इच्छित ठिकाणी पोहोचवतात. कुरियरने पाठवलेल्या पत्रांवर आणि वस्तूवर कोणतीही टपाल तिकिटे लावण्याची गरज नसते. खाजगी कुरियरचे शुल्क हे टपाल कार्यालयाच्या टपाल सेवेपेक्षा जास्त असते. शिवाय हे शुल्क सर्व कुरियर संस्थंमध्ये वेगवेगळे असते. महानगरे आणि मोठ्या शहरांमध्ये कुरियर सेवा लोकप्रिय आहेत. ओव्हरलाईट एक्सप्रेस, डी.एच.एल. ब्लू डार्ट एक्सप्रेस या आपल्या देशातील काही कुरियर सेवा आहेत.



खाजगी कुरियर सेवांची वैशिष्टे खालीलप्रमाणे :

१. संपर्क साधण्याचे वेगवान माध्यम
२. राष्ट्रीय तसेच आंतरराष्ट्रीय स्तरावर संपर्क साधण्याची सुविधा
३. सोने आणि दागिने वगळता सर्व वस्तूंची ने आण केली जाते.
४. वस्तूची ने आण करण्याकरता रेल्वे, रस्ते, हवाई मार्ग यांचा वापर करण्याबरोबरच काही कुरियर संस्था संदेश पोहोचवण्यासाठी दूरध्वनी, टेली फॅक्स आणि फॅक्स सेवेचाही वापर करतात.
५. वस्तू निश्चित वेळेत आणि सुरक्षितपणे पोहोचवण्याची जबाबदारी या संस्था घेतात.
६. वस्तू पाठवणाऱ्याच्या ठिकाणाहून त्या घेऊन ज्याला त्या पोहोचवायच्या त्याच्या ठिकाणी नेऊन देतात.



८.७ पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न

अ. पुढील विधाने सत्य कि असत्य ते लिहा.

१. PIN मुळे टपालाचे वर्गीकरण करणे सोपे आणि लवकर होते.
२. टपाल विभाग भारत सरकारच्या अर्थमंत्रालयांतर्गत काम करते.
३. दूर शिक्षण योजनांसाठी टपाल कार्यालय मदत करत नाही.
४. चेक (धनादेश) आणि मूल्यवान कागदपत्रे टपालाने पाठवता येतात.
५. खाजगी कुरियर संस्था पार्सल वस्तू पोहोचवण्याचे काम करत नाहीत.

ब. योग्य पर्याय निवडा.

१. खालीलपैकी कोणती सेवा टपाल सेवेचा भाग नाही ?
 अ. टपाल / पत्र सेवा ब. बँकिंग सेवा
 क. पैसे पाठवण्याची (रेमीटन्स) सेवा ड. लॉकर सेवा (वस्तू सुरक्षित ठेवण्याची सेवा)
२. खालील पैकी कोणती विमा योजना टपाल कार्यालय देते ?
 अ. एन्डोमेंट पॉलिसी
 ब. होल लाइफ पॉलिसी (जीवन विमा)



टिपा

- क. रूरल पोस्टल लाईफ इन्श्युरन्स पॉलिसी (ग्रामीण टपाल जीवन संरक्षण योजना)
ड. जॉईंट लाईफ पॉलिसी (एकत्र जीवन विमा योजना)
३. खालील पैकी कोणती रेमिटन्स (पैसे पाठवण्याची) सेवा टपाल कार्यालय पुरवते ?
अ. निवृत्ती वेतन देणे व. विले भरणे
क. मनी ऑर्डर ड. टपाल कार्यालयाची मासिक मिळकत योजना
४. खालील पैकी कोणती सेवा टपाल कार्यालयातर्फे दिली जाणारी विशेष सेवा नाही ?
अ. रजिस्टर्ड पोस्ट व. स्टॅप / टपाल तिकिटांची विक्री
क. स्पीड पोस्ट ड. इन्श्युअर्ड पोस्ट
५. खालील पैकी कोणती खाजगी कुरियर सेवा आहे ?
अ. पोस्ट बॉक्स आणि पोस्ट बॅग व. विझनेस पोस्ट
क. ओव्हरनाईट एक्सप्रेस ड. व्हॅल्यू पेएबल पोस्ट



तुम्ही काय शिकलात

- टपाल कार्यालयातर्फे पुरवल्या जाणाऱ्या विविध सेवांना टपाल सेवा असे म्हणतात. या सेवांमध्ये पत्रे आणि पार्सल पोहोचवणे, पैसे पाठवण्याची सोय करणे, मुदत ठेवी स्वीकारणे, लोकांना विमा संरक्षण देणे इत्यादी सेवांचा समावेश होतो.
- पत्रे आणि पार्सल पाठवणाऱ्याकडून ती घेणे आणि ज्याला ती पोहोचवायची असतील त्याला देणे याला टपाल सेवा असे म्हणतात. टपाल कार्यालये पोस्ट कार्ड, एन्व्हलप, इनलॅंड लेटर पार्सल पोस्ट, बुकपोस्ट इत्यादी द्वारे टपालसेवा पुरवतात. सर्टीफिकेट ऑफ पोस्टिंग, रजिस्टर्ड पोस्ट, इन्श्युअर्ड पोस्ट, स्पीड पोस्ट, पोस्ट रेस्टनेट याद्वारे विशेष टपालखातेही पुरवल्या जातात.
- टपाल कार्यालयाच्या रेमिटन्स सेवेद्वारे पैसे ही एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी पाठवले जातात. लोकांना दुरुच्या ठिकाणी पैसे पाठवता यावेत यासाठी मनी ऑर्डर आणि पोस्टल ऑर्डर सुविधा उपलब्ध आहेत.
- पोस्ट ऑफिस सेव्हिंग बँक अकाऊंट, पंचवार्षिक पोस्ट ऑफिस रिकरिंग डिपॉजिट योजना पोस्ट ऑफिस टाईम डिपॉझिट स्कीम, पोस्ट ऑफिस मंथली इनकम स्कीम, ६ वर्षिय नॅशनल सेव्हिंग सर्टीफिकेट स्कीम, १५ वर्षिय पब्लीक प्रॉव्हिडंट फंड अकाऊंट, किसान विकास पत्र योजना इत्यादी विविध बचत योजनांद्वारे लोकांना बचत करण्यासाठी प्रोत्साहन देण्याचे काम टपाल कार्यालय करत असते.
- पोस्टल लाईफ इन्श्युरन्स आणि रूरल पोस्टल लाईफ इन्श्युरन्स स्कीम द्वारे टपाल कार्यालये लोकांना जीवन संरक्षण पुरवतात.

- व्ही.पी.पी., विझिनेस रिप्लाय पोस्ट, मिडिया पोस्ट, एक्सप्रेस पोस्ट, विझिनेस पोस्ट, कॉर्पोरेट मनी ऑर्डर, पोस्ट बॉक्स किंवा पोस्ट बॅग यासारख्या सुविधांद्वारे टपाल कार्यालये व्यापाराला मदत करतात.
- टपाल सेवांचे महत्त्व : संपर्क साधण्याचे स्वस्त माध्यम उपलब्ध करून देणे, वचतीला प्रोत्साहन देणे, कमी शुल्कामधे पैसे पाठवण्याची सुविधा देणे, व्यापाराला प्रोत्साहन देणे आणि दूरस्थ शिक्षणासाठी मदत करणे.
- आपल्या देशात काही खाजगी कुरीअर सेवा देखिल त्यांच्या स्वतंत्र यंत्रणेद्वारे टपाल सेवा पुरवतात. पत्रे आणि पार्सल घेणे आणि देणे याची वेगवान सेवा इथे उपलब्ध असते.



संकीर्ण प्रश्नसंग्रह (स्वाध्याय)

१. तुमच्या वहीमध्ये भारतीय टपालाचे प्रतिकचिन्ह काढा.
२. इनलॅंड मेल (देशांतर्गत टपाल) आणि आंतरराष्ट्रीय टपाल यातील फरक सांगा.
३. ग्रामीण संचार सेवक योजना म्हणजे काय ?
४. १५ वर्षांच्या पब्लिक प्रॉव्हिडंट फंड (सार्वजनिक निर्वाह निधी) ची वैशिष्टे सांगा.
५. टपाल सेवेमध्ये PIN चा काय उपयोग होतो ?
६. व्ही.पी.पी. (हॅल्यू पेएवल पोस्ट) आणि विझिनेस रिप्लाय पोस्ट यातील फरक सांगा.
७. टपाल कार्यालयात किती रंगाच्या पत्रपेट्या (लेटर बॉक्स) उपलब्ध असतात ?
८. टपाल कार्यालयात उपलब्ध असणाऱ्या वेगवेगळ्या प्रकारच्या पोस्टकार्डांची माहिती द्या.
९. मनी ऑर्डर आणि पोस्टल ऑर्डर यातील फरक सांगा.
१०. खाजगी कुरीअर सेवेची वैशिष्टे सांगा.
११. टपाल कार्यालयात उपलब्ध असणाऱ्या वेगवेगळ्या जीवन विमा योजनांची माहिती सांगा.
१२. टपाल कार्यालयात उपलब्ध केलेल्या पोस्टबॅग सुविधेचे उपयोग सांगा.
१३. टपाल कार्यालयाच्या रेमिटन्स सेवेची (पैसे पाठवणे) माहिती द्या.
१४. टपाल सेवा म्हणजे काय ? टपाल कार्यालय देत असलेल्या कोणत्याही दोन सेवांची माहिती द्या.
१५. टपाल कार्यालयात राबवल्या जाणाऱ्या कोणत्याही चार वचत योजनांची माहिती द्या.
१६. व्यापारासाठी टपाल सेवांचा काय उपयोग होतो ?



पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्नांची उत्तरे

८.१

१. परदेश
२. रंग आणि किंमत
३. वजन
४. कमी
५. गुप्त / गोपनीय





टिपा

८.२

१. रू. ७०,००० २. रू. ५,००० ३. क्रॉस ४. तीन
५. सहा

८.३

१. असत्य २. असत्य ३. असत्य ४. सत्य
५. सत्य

८.४

१. असत्य २. सत्य ३. असत्य ४. असत्य
५. सत्य

८.५

१. ड २. इ ३. क ४. व
५. अ

८.६

- अ. १. सत्य २. असत्य ३. असत्य ४. सत्य
५. असत्य
ब. १. ड २. क ३. क ४. व.
५. इ

कार्यानुभव

- तुमच्या जवळील टपाल कार्यालयाला भेट द्या. आणि पाकिट, रजिस्टर्ड पोस्ट, मनी ऑर्डर यासाठीचे सध्याचे शुल्क जाणून घ्या तसेच पोस्टल ऑर्डर, स्पर्धासाठीची पोस्ट कार्ड आणि सर्टीफिकेट ऑफ पोस्टिंग इत्यादीचे शुल्क जाणून घ्या.
- तुमच्या जवळील टपाल कार्यालयात जा आणि नॅशनल सेव्हिंग सर्टीफिकेट तसेच किसान विकास पत्राचे फायदे जाणून घ्या.

सावधान

या पाठांमध्ये दिलेली टपाल सुविधा आणि योजनांची माहिती ही सन २०११ मधील आहे. अद्ययावत माहितीसाठी तुमच्या जवळील टपाल कार्यालयाशी संपर्क साधा.

बँकिंग सेवा



एखाद्या शहरातल्या किंवा गावातल्या रस्त्यावरून जाताना वेगवेगळ्या इमारतींवर कॅनरा बँक पंजाब नॅशनल बँक, स्टेट बँक ऑफ इंडिया, युनायटेड कमर्शियल बँक इत्यादी नावाच्या पाट्या पाहिल्या असतील. कसली असतील ही नावे ? तुम्ही जर अशा एखाद्या इमारतीमध्ये प्रवेश केला तर तिथे तुम्हाला एक प्रकारचं व्यावसायिक कार्यालय दिसेल. तिथे काही काऊंटरसच्या मागे बसलेले कर्मचारी काऊंटरपुढे उभ्या असलेल्या लोकांशी काही व्यवहार करताना तुम्हाला दिसतील. काही लोक एका काऊंटरवर पैसे देत आहेत. आणि काही लोक दुसऱ्या काऊंटरवरून पैसे घेत आहेत असे ही तुम्हाला आढळेल. या काऊंटरसच्या मागे टेबल खुर्च्या आणि त्यावर बसलेले काही अधिकारीही दिसतील. कार्यालयाच्या एका बाजूला एक कक्ष (पार्टीशन घालून केलेली छोटी खोली) असेल आणि तिथे बसलेल्या व्यवस्थापकांपुढच्या टेबलवर अनेक कागदपत्रे असतील. हेच बँकेचे कार्यालय. चला जाणून घेऊ बँक आणि तिच्या कार्याविषयी.



उद्दिष्ट्ये

हा धडा अभ्यासल्यावर तुम्ही खालील गोष्टी करू शकाल.

- बँक या शब्दाचा अर्थ सांगणे.
- बँकींग कार्यालयाविषयी माहिती देणे.
- बँकांचे विविध प्रकार ओळखणे आणि
- कमर्शियल (व्यावसायिक) बँकांच्या कार्याचे वर्णन करणे.

९.१ बँक म्हणजे काय ?

बँक म्हणजे एक अशी संस्था जिला शासनाने तिच्या ग्राहकांकडून पैशाच्या ठेवी स्वीकारणे, व्याज देणे, धनादेश वटविणे, कर्ज देणे, आर्थिक व्यवहारामध्ये दुवा बनणे आणि ग्राहकांना अन्य आर्थिक सेवा पुरवणाची मान्यता दिली आहे.

तुम्हाला तर माहितच आहे की लोक अन्न, वस्त्र, निवारा, मुलांचे शिक्षण इत्यादी दैनंदिन गरजा भागवण्यासाठी पैसे कमवित असतात. त्याचप्रमाणे मुलांची लग्ने, उच्च शिक्षण घर खरेदी अशा भविष्यातील खर्चासाठीमुद्धा त्यांना पैशाची गरज असते. हे खर्च मोठे असतात. म्हणूनच त्यासाठी चालू मिळकतीमधून काही पैशाची वचत करावी लागते. जेव्हा आपल्याला काम करणे आणि पैसे कमवणे शक्य नसते. अशावेळी म्हणजे वृद्धापकाळात किंवा आजारपणात सोय म्हणूनही पैशांची वचत करणे आवश्यक असते.



टिपा

पूर्वीच्या काळी सुद्धा लोकांना पैशांच्या बचतीचे महत्त्व कळलेले होते. तेव्हा ते त्यांच्या घरांमध्येच पैसे साठवून ठेवत असत. यामुळे जेव्हा गरज भासेल तेव्हा पैसे उपलब्ध होत असत. पण या मध्ये चोरी, दरोडा आणि अन्य दुर्घटनांचा धोका असे. म्हणूनच लोकांना अशा एका ठिकाणाची आवश्यकता होती जिथे पैसे सुरक्षितपणे साठवले जाऊ शकतील आणि गरज लागेल तेव्हा ते उपलब्ध होतील. आणि बँक हे असे एक ठिकाण असते जिथे लोकांना त्यांच्या बचतीचे पैसे ठेवता येतात आणि जेव्हा गरज लागेल तेव्हा ते बँकेतल्या बचतीमधून काढून घेता येतील याची खात्री असते. ज्या लोकांना व्यवसायासाठी किंवा अन्य काही कारणांसाठी उधारीवर पैसे हवे असतात. त्यांना सुद्धा योग्य व्याज दराने बँकेकडून ऋण (कर्ज) उपलब्ध करून दिले जाते. बँक ही अशी एक वित्तसंस्था आहे जिथे पैशांची ठेव स्वीकारली जाते आणि ती ऋण देण्यासाठी वापरली जाते.

" बँक ही कायदेशीर संस्था असते. जी मागणीनुसार काढून घेता येईल. अशी पैशाची ठेव स्वीकारते. इथे गरजू व्यक्ती आणि संस्थांना पैसे उधारही दिले जातात."

बँकेमध्ये अन्य उपयुक्त सेवाही पुरवल्या जातात. उदा. विविध विले प्राप्त करणे, परदेशी विलांचा भरणा करणे. दागदागिने आणि अन्य मौल्यवान वस्तू सुरक्षित ठेवणे, व्यवसायांची ऋण घेण्याची योग्यता प्रमाणित करणे, इत्यादी. बँकांमध्ये सर्वसामान्य लोकांच्या आणि व्यावसायिकांच्या पैशांच्या ठेवी स्वीकारल्या जातात. ज्या कोणाला भविष्यासाठी बचत करायची असेल ती व्यक्ती बँकेमध्ये आपले पैसे साठवू शकते. व्यावसायिकांना विक्रीमधून पैसे मिळत असतात जे त्यांना त्यांच्या खर्चा साठी वापरावे लागतात. ते विक्रीतून मिळालेले पैसे बँकेमध्ये सुरक्षित ठेवू शकतात. बँका खालील दोन गोष्टींची खात्री त्यांच्या ग्राहकांना देतात.

(अ) पैशांच्या ठेवींचे सुरक्षितता आणि (ब) गरज भासेल तेव्हा पैसे काढून घेण्याची सुविधा

पैशांच्या ठेवीवर बँका व्याज देतात. जे ठेवीच्या मूळ रकमेमध्ये मिळवले जाते. ग्राहकांसाठी ही एक प्रोत्साहक मिळकत असते. यामुळे सर्वसामान्यांना बचत करण्यासाठी प्रोत्साहन मिळते. बँकांमध्ये असलेल्या ठेवींच्या आधारावर शेतकऱ्यांना, व्यापाऱ्यांना आणि व्यावसायिकांना उत्पादनासाठी ऋण देऊ शकतात. या ऋणावर बँका व्याज घेतात. या व्याजाचा दर हा साधारणपणे ठेवीवर दिल्या जाणाऱ्या व्याजापेक्षा जास्त असतो.

व्यावसायिक संस्था आणि सर्वसामान्यांना दिल्या जाणाऱ्या अन्य सुविधांसाठी ही बँका शुल्क आकारतात. ठेवींवरील व्याजापेक्षा अधिक असणारे कर्जावर आकारले जाणारे व्याज आणि विविध सेवांसाठी आकारलेले शुल्क हा बँकांच्या मिळकतीचा मुख्य स्रोत असतो. त्यातूनच बँका त्यांचे व्यवस्थापकीय खर्च भागवतात. बँकांच्या अशा विविध कार्यांना बँकींग अॅक्टिव्हिटीज (बँकांची कार्ये) असे म्हणतात. बँकांच्या कार्यांमध्ये ठेवी स्वीकारणे आणि पैसे गुंतवणे किंवा उधार देणे याचा समावेश होतो. यामुळे व्यावसायिक संस्थांना पैसे उपलब्ध करून देण्याच्या आणि विशिष्ट सेवा देण्याच्या



बँक लोगो

बँकिंग सेवा

सुविधेमूळे त्या संस्थांना आपल्या वस्तू किंवा सेवांच्या आदानप्रदानामध्ये सहाय्य मिळते. म्हणूनच बँकींग ही व्यापारासाठी एक प्रोत्साहक संस्था असते. बँका केवळ वस्तू आणि सेवांच्या उत्पादनासाठी पैसे पुरवितात असे नाही तर खरेदीदार आणि विक्रेत्यामध्ये त्यांचे आदानप्रदान करण्याची सुविधा देतात.

आपल्या देशात बँकींग कार्यावर नियंत्रण ठेवणारे काही कायदे आहेत याची माहिती तुम्हाला असली पाहिजे. बँकांमध्ये ठेवी ठेवणे आणि बँकांकडून कर्ज घेणे हे व्यवहार कायदेशीर आहेत. बँकांवर सरकारचेही नियंत्रण असते.

त्यामुळेच बँकांना लोकांचा विश्वास संपादन करता येतो. आणि लोकांचा विश्वास हाच बँकांचा मुख्य आधार असतो. लोकांच्या विश्वासाशिवाय बँका चालूच शकत नाहीत.

बँका आणि सावकार यामधील फरक :

तुम्हाला वाटले असेल की बँका या सावकारांसारख्याच असतात. जिथे उधार घेणाऱ्यांना पैसे कर्जात दिले जातात. आणि त्यावर व्याज आकारले जाते. पण तसे नाही. बँका या सावकारापेक्षा अगदी वेगळ्या असतात. बँकांमध्ये दोन महत्त्वाची कार्ये केली जातात. पहिले म्हणजे इथे ठेवी स्वीकारल्या जातात आणि त्यातूनच कर्जे दिली जातात. तर सावकार हे त्यांच्या स्वतःच्या संपत्तीमधून कर्जे देतात आणि साधारणपणे कोणाच्याही ठेवी स्वीकारत नाहीत. खालील तक्त्यामध्ये बँका आणि सावकार यातील फरक दाखवले आहेत.

अ.नं.	मुद्दे	बँक	सावकार
१	अस्तीत्व	बँकही संगठीत संस्था असते.	सावकार हे स्वतंत्र व्यक्ती असतात.
२	कार्ये	बँकांच्या कार्यामध्ये ठेवी स्वीकारणे आणि कर्जे देण्याचा समावेश आहे.	सावकारांच्या कार्यात ठेवी स्वीकारणे येत नाही.
३	ग्राहक	बँकांमध्ये सर्वसामान्यांच्या साधारण आणि व्यावसायिकांच्या विशिष्ट गरजा भागवल्या जातात.	सावकार हे गरीब लोकांच्या आणि शेतकऱ्यांचा गरजा भागवतात.
४	सुरक्षितता	बँकांमध्ये काही वस्तू आणि वैयक्तिक जामीन हा कर्जासाठी स्वीकारला जातो.	सावकाराकडे कर्जासाठी सुरक्षितता म्हणून सोने, दागिने किंवा जमीन स्वीकारली जाते.
५	कर्जवसूली क्रिया	कर्जवसूली क्रिया लवचिक असते.	कर्जवसूली क्रिया निश्चित आणि कडक असते.
६	व्याजदर	बँकांनी कर्जावर आकारलेल्या व्याजावर आर.वी.आय.चे नियंत्रण असते.	व्याजाचा दर सावकार ठरवतो आणि तो साधारणपणे खूपच जास्त असतो.

विभाग ३

सेवा क्षेत्र



टिपा



टिपा

बँकेची भूमिका :

बँका व्यवसायासाठी वित्त पुरवठा करतात आणि देशाच्या विकासामध्ये महत्त्वाची भूमिका वजावतात . चला तर मग जाणून घेऊ बँकेची भूमिका .

- बँक लोकांमध्ये बचतीची सवय विकसित करणे आणि त्यामधून उत्पादकतेसाठी वित्त निधी उपलब्ध करून देण्याचं काम करते .
- ज्या लोकांकडे अतिरिक्त पैसा आहे ते लोक आणि ज्या लोकांना विविध व्यावसायिक कारणांसाठी पैशांची गरज असते . अशा लोकांमध्ये दुवा साधण्याचं काम करते .
- व्यावसायिक व्यवहारातली पैशांची देवाण घेवाण ही चलना ऐवजी धनादेशाद्वारे करण्याची सुविधा उपलब्ध करून देणे .
- व्यावसायिकांना अल्प आणि दीर्घ मुदतीसाठी कर्ज देण्याचं काम करते .
- आयात निर्यात व्यवहारांची सुविधा उपलब्ध करून देणे .
- शेतकरी , लघुउद्योग , स्वतंत्र व्यवसाय करणाऱ्या व्यक्ती याबरोबरच देशाच्या आर्थिक विकासामध्ये संतुलन साधणाऱ्या मोठ्या व्यावसायिक संस्थांना कर्ज आणि अनामत रक्कम देण्याचं काम करते .
- ग्राहकोपयोगी मोठ्या वस्तू , घरे , वाहने इत्यादि खरेदी करण्यासाठी सर्वसामान्यांना कर्ज उपलब्ध करून देऊन त्यांची जीवनमान उंचावण्यासाठी मदत करण्याचं काम करते .



९.१ पाठ्य पुस्तकावर आधारित प्रश्न

योग्य शब्दांनी गाळलेल्या जागा भरा .

- १ . बँक लोकांकडून पैशांच्या ठेवी स्वीकारते आणि ज्यांना विविध कारणांसाठी पैसे देते .
- २ . अतिरिक्त पैसे असणारे लोक आणि पैसे उधार घेणारे लोक यांमध्ये साधण्याचं काम बँक करते .
- ३ . बँका व्यावसायिक व्यवहारांना सुविधा पुरवतात आणि साठी महत्त्वाचे प्रोत्साहक मानल्या जातात .
- ४ . बँकांमध्ये चलनाऐवजी द्वारे पैसे देण्याची सुविधा उपलब्ध असते .
- ५ त्याच्या व्यक्तिगत संपत्तीमधून पैसे उधार देतो आणि साधारणपणे इतरांकडून ठेवी स्वीकारत नाही .

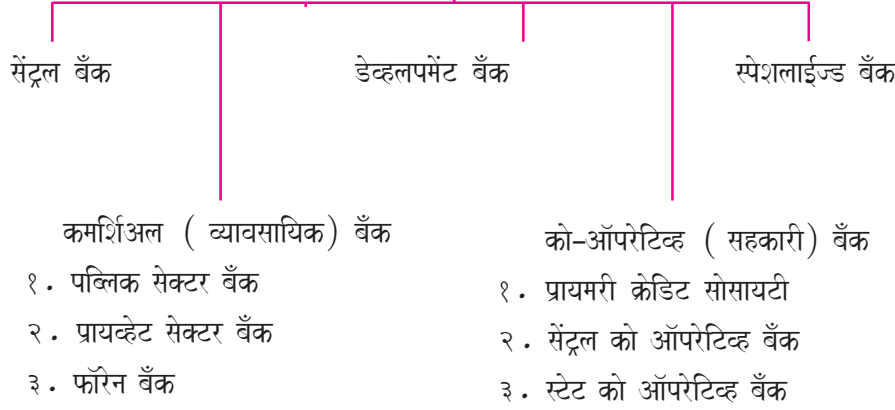
९.३ बँकांचे प्रकार

शेतकरी , व्यावसायिक , उद्योजक इत्यादी विविध प्रकारच्या व्यक्तींच्या आर्थिक गरजा भागवण्यासाठी आपल्या देशामध्ये विविध प्रकारच्या बँका कार्यरत आहेत . भारतातील बँकांचे त्यांच्या कार्यानुसार खालील प्रमाणे प्रकार पाडले जाऊ शकतात .



टिपा

बँकांचे प्रकार



अ. सेंट्रल (मध्यवर्ती) बँक :

देशातील बँकींग व्यवस्थेला मार्गदर्शन करणे आणि त्यावर नियंत्रण ठेवण्याचे कार्य करणाऱ्या बँकेला त्या देशाची सेंट्रल (मध्यवर्ती) बँक असे म्हटले जाते. अशा बँकांमध्ये सर्वसामान्य लोकांना व्यवहार करता येत नाही. इथे मुख्यत्वे सरकारसाठी बँकींग सेवा पुरवली जाते. उदा. अन्य सर्व बँकांच्या ठेव खात्याची देखभाल करणे आणि गरज भासेल तेव्हा अन्य बँकांना अनामत रक्कम देणे. म्हणूनच या बँकेला बँकांची बँक असे म्हटले जाते. रिझर्व्ह बँक ऑफ इंडिया ही आपल्या देशाची सेंट्रल (मध्यवर्ती) बँक आहे.



सेंट्रल बँकेमध्ये विविध शिर्षकांखाली सरकारी कर आणि खर्च याच्या नोंदी केल्या जातात. ही बँक सरकारला त्याच्या आर्थिक आणि कर्जविषय धोरणांसाठी सल्ला देते आणि अन्य बँकातील ठेवी तसेच कर्जावरील व्याजाचे दरही ठरवते. याशिवाय, सेंट्रल बँकेमध्ये परदेशी विनिमयामध्ये दरही निश्चित केले जातात. सेंट्रल बँकेचे आणखी एक महत्त्वाचे कार्य म्हणजे चलनी नोटा उपलब्ध करून देणे आणि विविध प्रकारे देशभरातील त्यांच्या उपलब्धतेवर नियंत्रण ठेवणे. सेंट्रल बँकेऐवजी अन्य कोणतीही बँक चलन उपलब्ध करून देऊ शकत नाही.

ब. कमर्शियल (व्यावसायिक) बँक :

व्यावसायिक बँकांचे तीन प्रकार असतात. ते म्हणजे पब्लिक सेक्टर (सार्वजनिक विभाग) बँक, प्रायव्हेट सेक्टर (निजी विभाग) बँक, फॉरेन (परदेशी विभाग) बँक.

१. पब्लिक सेक्टर (सार्वजनिक विभाग) बँक : या बँकांमधील अधिकतम भाग हा सरकारच्या किंवा भारतीय रिझर्व्ह बँकेच्या ताब्यात असतो. पब्लिक सेक्टर बँकेची



उदा. : स्टेट बँक ऑफ इंडिया, कॉर्पोरेशन बँक, बँक ऑफ बरोडा, पंजाब नॅशनल बँक, कॅनरा बँक, बँक ऑफ इंडिया आणि ओरियन्टल बँक ऑफ कॉमर्स इत्यादी.

२. **प्रायव्हेट सेक्टर (निजी विभाग) बँक :** प्रायव्हेट सेक्टर बँकांमधील अधिकतम भाग भांडवल हे व्यक्तींच्या नावे असते. या बँकाचे सीमित जबाबदाऱ्यासह सह कंपनीच्या रूपात नोंद केली जाते. उदा. दी जम्मू अँड काश्मीर बँक लिमिटेड, आय.सी.आय.सी.आय. बँक लिमिटेड, भारत ट्रस्ट बँक, आय.एन.जी. व्यास बँक इत्यादी.

३. **फॉरेन (परदेशी विभाग) बँक :** या बँकांची नोंदणी झालेली असते आणि त्यांची मुख्यालये परदेशामध्ये असतात पण त्यांच्या शाखा आपल्या देशात कार्यरत असतात. आपल्या देशात कार्यरत असणाऱ्या काही परदेशी बँका म्हणजे हॉंगकॉंग अँड शांघाय बँकींग कॉर्पोरेशन (HSBC), सीटी बँक, अमेरिकन एक्सप्रेस बँक, स्टॅंडर्ड अँड चार्टर्ड बँक, ग्रीडलेस बँक इत्यादी.

सन १९९१ मध्ये आर्थिक विभागाची पुनर्रचना झाल्यानंतर आपल्या देशात कार्यरत असणाऱ्या परदेशी बँकांची संख्या वाढली आहे.

क. डेव्हलपमेंट बँक :

व्यवसाय विस्तारासाठी किंवा आधुनिकीकरणासाठी अद्ययावत तंत्रज्ञान वापरण्याकरता यंत्रसामुग्री आणि उपकरणे खरेदी करण्यासाठी नेहमीच मध्यम किंवा दीर्घ मुदतीच्या भांडवलाची आवश्यकता असते. आणि अशा प्रकारची आर्थिक मदत ही डेव्हलपमेंट बँकांकडून पुरवली जाते.

कंपन्यांनी जाहीर केलेले शेअर्स आणि डिव्हेंचर्स जर जनतेकडून योग्य प्रमाणात खरेदीले गेले नसतील तर अशा वेळी पब्लिक सेक्टर बँकांमध्ये समाविष्ट १९ नॅशनलाईज्ड बँका, स्टेट बँक ऑफ इंडिया आणि तिच्याशी संलग्न ७ बँका, अशा शेअर्स आणि डिव्हेंचर्सची खरेदी करतात. इंडस्ट्रियल फायनान्स कॉर्पोरेशन ऑफ इंडिया (आय.एफ.सी.आय.) आणि स्टेट फायनान्शीअल कॉर्पोरेशन (एस.एफ.सी.) ही भारतातील डेव्हलपमेंट बँकांची उदाहरणे आहेत.

ड. को-ऑपरेटिव्ह (सहकारी) बँक :

को-ऑपरेटिव्ह (सहकारी) बँक ही अशी एक वित्त संस्था असते जी तिच्या सभासदांच्या मालकीची असते आणि हे सभासद त्यांच्या बँकेचे मालक असण्याबरोबरच ग्राहकही असतात.



सार्वजनिक बँका



खाजगी बँका



परदेशी बँका



विकास बँक

सहकारी बँकांची स्थापना साधारणपणे एकाच स्थानिक किंवा व्यावसायिक समाजातल्या किंवा एकच उद्देश असणाऱ्या व्यक्ती स्थापन करतात. सहकारी बँका त्यांच्या ग्राहकांना सामान्यतः मोठ्या प्रमाणावर अनेक प्रकारच्या आर्थिक सेवा उपलब्ध करून देतात. समान उद्देश असलेले लोक जेव्हा त्यांच्या उद्देशपूर्तीसाठी एकत्र येतात. तेव्हा ते सहकारी सोसायटी कायदांतर्गत सहकारी संस्थेची स्थापना करतात.

जेव्हा सहकारी संस्था बँकींग व्यवसायामध्ये येते तेव्हा तिला सहकारी बँक असे म्हणतात.

बँकींग व्यवसाय सुरु करण्यापूर्वी सहकारी सहकारी बँकेला रिझर्व्ह बँकेकडून लायसन्स घ्यावे लागते. कोणत्याही सहकारी बँकेला सोसायटीच्या रूपामध्ये राज्यातील सहकारी सोसायटी रजिस्ट्रारच्या पर्यवेक्षणाखाली काम करावे लागते. सोसायटीला बँकींग व्यवसायासाठी रीजर्व्ह बँकेने निश्चित केलेली मार्गदर्शक तत्त्वे पाळावी लागतात.

सहकारी बँकांचे प्रकार :

आपल्या देशामध्ये तीन प्रकारच्या सहकारी बँका कार्यरत आहेत. ते म्हणजे प्रायमरी क्रेडीट सोसायटी सेंट्रल कोऑपरेटिव्ह बँक आणि स्टेट कोऑपरेटिव्ह बँक या बँका तीन स्तरावर संगठीत केल्या जातात. ग्रामीण किंवा नागरी स्तरावर, जिल्हा स्तरावर आणि राज्य स्तरावर.

१. **प्रायमरी क्रेडीट सोसायटी :** अशी सोसायटी एकाच प्रदेशात राहणाऱ्या उधार देणाऱ्या आणि उधार देणाऱ्या सदस्यांमार्फत गाव किंवा नगर पातळीवर स्थापन केली जाते. प्रत्येक सोसायटीचे कार्य हे त्या लहान क्षेत्रापुरतेच मर्यादित असते. ज्यामुळे सदस्य एकमेकांना ओळखणारे असतील आणि अफरातफर रोखण्यासाठी एकमेकांच्या कृत्यांवर लक्ष ठेवू शकतील.
२. **सेंट्रल कोऑपरेटिव्ह बँक :** या बँका जिल्हा पातळीवर काम करतात. आणि त्यांच्या जिल्ह्यातील काही प्रायमरी क्रेडीट सोसायट्या त्यांचे सदस्य असू शकतात. या बँका त्यांच्या सदस्यांना (प्रायमरी क्रेडिट सोसायट्यांना) कर्ज देतात. तसेच प्रायमरी क्रेडीट सोसायटी आणि स्टेट कोऑपरेटिव्ह सोसायटी यामध्ये दुवा साधण्याचे काम करतात.
३. **स्टेट कोऑपरेटिव्ह बँक :** या देशातील सर्व राज्यामधल्या उच्च स्तरावरच्या सहकारी बँका असतात. त्या वित्तनिधी खुला करतात. आणि विविध विभागात तो योग्य प्रमाणात पोहोचेल याची दक्षता घेतात. स्टेट को ऑप बँकेकडून सेंट्रल कोऑपरेटिव्ह बँकेकडे, सेंट्रल कोऑपरेटिव्ह बँकेकडून प्रायमरी क्रेडीट सोसायटीकडे आणि प्रायमरी क्रेडीट सोसायटीकडून व्यक्तीगत ग्राहकांना कर्ज दिले जाते.

इ. स्पेशलाईज्ड बँक :

विशिष्ट कृती क्षेत्रातील व्यवसायाच्या गरजा जाणून घेऊन, त्यांना सर्वप्रकारे आधार देण्याचे काम करणाऱ्या काही बँका असतात, त्यांना स्पेशलाईज्ड बँक असे म्हणतात. EXIM बँक, SIDBI आणि NABARD बँक ही अशा बँकांची काही उदाहरणे आहेत. या बँका विशिष्ट विभागासाठी किंवा कार्यक्षेत्रासाठी मर्यादित असतात. म्हणून त्यांना स्पेशलाईज्ड बँक म्हणतात.





१ . **एक्स्पॉर्ट इम्पोर्ट बँक इंडिया (EXIM बँक) :**

तुम्हाला जर परदेशामधे निर्यात व्यवसाय सुरू करायचा असेल किंवा आपल्या देशात विक्रीसाठी परदेशातून वस्तू आयात करण्याचा व्यवसाय करायचा असेल तर एक्झीम बँक तुम्हाला आवश्यक ती सर्वप्रकारची मदत देऊ शकते . ही बँक आयात आणि निर्यातीसाठी कर्ज देते . तसेच आंतरराष्ट्रीय बाजाराची माहितीही देते . आयात निर्यात क्षेत्रातील संधी, धोके आणि या क्षेत्रातील स्पर्धा इत्यादी विषयीची माहिती ही इथे मिळते .



एक्स्पॉर्ट बँक

२ . **सॉल इंडस्ट्रिज डेव्हलपमेंट बँक ऑफ इंडिया (SIDBI) :**

जर आपल्याला लघुउद्योग किंवा लघु व्यवसाय सुरू करायचा असेल तर SIDBI कडून तुम्हाला कर्ज उपलब्ध होऊ शकते . लघु उद्योगांचे आधुनिकीकरण, त्यात नवीन तंत्रज्ञान आणि विपणन यासाठीही इथे आर्थिक मदत मिळते . लघुउद्योगांना प्रोत्साहन देणे, अर्थ सहाय्य देणे आणि त्यांचा विकास करणे हेच SIDBI चे उद्दीष्ट आणि ध्येय आहे .



लघुउद्योग विकास बँक

३ . **नॅशनल बँक फॉर अॅग्रीकल्चरल अँड रुरल डेव्हलपमेंट (NABARD) :**

कृषी आणि ग्रामीण विभागाला अर्थ सहाय्य देणारी ही मध्यवर्ती किंवा सर्वोच्च संस्था आहे . जर एखादी व्यक्ती शेती व्यवसाय करत असेल किंवा हातमाग, मासेमारी इत्यादी व्यवसाय करत असेल तर नाबार्ड त्या व्यक्तीला प्रादेशिक ग्रामीण बँकामार्फत लघु किंवा दीर्घ मुदतीचे कर्ज देऊ शकते . विशेषतः ग्रामिण विभागातील शेती, लघुउद्योग, कुटीरोद्योग, ग्रामीण उद्योग, हस्तकला आणि आर्थिक उत्पन्न देणाऱ्या अन्य व्यवसायांसाठी त्या प्रदेशातील को ऑपरेटिव्ह क्रेडिट सोसायट्यांना अर्थसहाय्य देण्याचे काम नाबार्ड करते .



NATIONAL BANK FOR AGRICULTURE AND RURAL DEVELOPMENT

नाबार्ड बँक



९.२ पाठ्य पुस्तकावर आधारित प्रश्न

पाठात उल्लेखिलेले खालिल वाक्यांमधिल बँकांचे प्रकार ओळखा .

- १ . ही एक व्यावसायिक (कमर्शियल) बँक असते . जिथे शेअर कॅपिटलचा जास्तीत जास्त हिस्सा खाजगी व्यक्तींच्या ताब्यात असतो .
- २ . ही बँक परदेशात निर्यात करायच्या वस्तूविषयी मार्गदर्शन करते आणि मदत पुरविते .
- ३ . लोकांच्या समान उद्देशांची पूर्तता करण्यासाठी लोकांनीच स्थापन केलेली बँक .
- ४ . ही बँक चलनी नोटा उपलब्ध करून देते .
- ५ . या कमर्शियल बँकेतील जास्तीतजास्त भांडवल सरकारच्या ताब्यात असते .



टिपा

१.४ कमर्शियल बँकेची कार्ये :

कमर्शियल बँकेची कार्ये दोन प्रकारची असतात .

अ . प्राथमिक कार्य आणि व . दुय्यम कार्य

आता ही कार्ये नीट समजावून घेऊ .

अ . प्राथमिक कार्ये :

ही अशी काही मुख्य कार्ये आहेत जी प्रत्येक बँकेला अपरीहार्यपणे करावीच लागतात . किंवा असे म्हणू या की ही कार्ये करणाऱ्या संस्थेलाच बँक असे म्हणतात . कमर्शियल बँकेची प्राथमिक कार्ये खालीलप्रमाणे असतात .

१ . वित्त ठेवी स्वीकारणे आणि

२ . कर्ज देणे तसेच अनामत रक्कम देणे .

१ . वित्त ठेवी स्वीकारणे : कमर्शियल बँकेचं सर्वात महत्त्वाची कार्य म्हणजे लोकांकडून वित्त ठेवी मिळवणे . ज्या लोकांकडे अतिरिक्त पैसे आणि बचत आहे ते असे अतिरिक्त धन बँकेमध्ये ठेवीच्या रूपात ठेवण्याला प्राधान्य देतात . ठेवीच्या प्रकारानुसार बँकेतून त्यावर व्याजही मिळवले जाते . अशा प्रकारे ठेवींवरील व्याजामुळे बँकेत ठेवलेल्या ठेवींमध्ये वृद्धी होत असते . जर व्याजाचा दर जास्त असेल तर जास्तीत जास्त लोक जास्तीत जास्त ठेवी बँकेत ठेवण्यासाठी प्रेरित होतात .

२ . कर्ज आणि अनामत रक्कम देणे : कमर्शियल बँकेचे दुसरे महत्त्वाचे कार्य म्हणजे कर्ज आणि अनामत रक्कम देणे . मुदत ठेवींवर बँकेकडून दिल्या जाणाऱ्या व्याजापेक्षा अधिक दराच्या व्याजाने अशा प्रकारची कर्जे आणि अनामत रक्कम देणे . मुदत ठेवींवर बँकेकडून दिल्या जाणाऱ्या व्याजापेक्षा अधिक दराच्या व्याजाने अशा प्रकारची कर्जे आणि अनामत रक्कम व्यक्तींना आणि व्यावसायिक संस्थांना दिली जाते . कर्ज किंवा अनामत रक्कम घेण्याचा उद्देश , त्याची मुदत आणि परतफेड करण्याची पद्धत यावर व्याजाचा दर अवलंबून असतो .

अ . कर्ज : विशिष्ट कालावधीसाठी कर्ज दिले जाते . कमर्शियल बँका साधारणपणे लघुमुदतीची कर्जे देतात . पण मोठ्या अवधीची म्हणजे एक वर्षाहून जास्त कालावधीची कर्जेही दिली जातात . कर्ज घेणाऱ्याला संपूर्ण रक्कम एकदम किंवा हप्त्याने दिली जाते . साधारणपणे विशिष्ट संपत्ती सुरक्षिततेसाठी तारण म्हणून ठेवल्यावरच कर्ज दिले जाते . आणि असे कर्ज सामान्यतः हप्त्याहप्त्याने फेडले जाते . कधी कधी कर्जाची एकरकमी परतफेडही केली जाऊ शकते .

ब . अनामत रक्कम : अनामत रक्कम म्हणजे बँकेकडून तिच्या ग्राहकांना पैसे उधार देण्याची सुविधा असते . कर्ज आणि अनामत रक्कम यातला फरक म्हणजे कर्ज ही दीर्घ मुदतीसाठी दिली जाऊ शकतात . पण अनामत रक्कम ही साधारणपणे लघुमुदतीसाठीच दिली जातात . शिवाय अनामत रक्कम देण्याचा उद्देश म्हणजे



व्यवसायाच्या दैनंदिन गरजा भागवणे हा असतो. अनामत रकमेवर आकारल्या जाणाऱ्या व्याजाचा दर हा बँका बँकांनुसार वेगवेगळा असतो. व्याज हे मान्य केलेले एकूण रकमेवर नाही तर प्रत्यक्ष काढून घेतलेल्या रकमेवर आकारले जाते.

अनामत रकमेचे प्रकार :

कॅश क्रेडीट, ओव्हर ड्राफ्ट, बिल डिस्काउंटिंग आणि बिल्स ऑफ एक्स्चेंज या माध्यमातून अनामत रक्कम दिली जाते. आता हे प्रकार जाणून घेऊ या.

अ . कॅश क्रेडीट : कॅश क्रेडिट या प्रकारामधे बँक ग्राहकाला ठराविक मर्यादित रक्कम काढण्याची परवानगी देते. ही रक्कम ग्राहकाच्या खात्यात क्रेडीट (भरली) केली जाते. ग्राहक त्याच्या गरजेनुसार ही रक्कम काढू शकतो. काढलेल्या रकमेवर व्याज आकारले जाते. ग्राहकाने नियम व अटी मान्य केल्यावरच कॅश क्रेडीट दिले जाते.

बँक ओव्हर ड्राफ्ट : ओव्हर ड्राफ्ट ही सुद्धा बँकेने दिलेली कर्जसुविधा असते. ज्या ग्राहकाचे बँकेमधे करंट अकाउंट असेल त्याला त्याच्या खात्यात जमा असलेल्या रकमेपेक्षा जास्त रक्कम खात्यातून काढता येते.

ही सुविधा तात्पुरती असते. एखाद्या संपत्तीच्या तारणावर किंवा व्यक्तीगत जामीनावर किंवा दोन्हीवर विशिष्ट मुदतीसाठी ओव्हरड्राफ्ट दिला जातो.

क . डिस्काउंटिंग बिल्स ऑफ एक्स्चेंज : बिले डिस्काउंट करण्याच्या माध्यमातून बँका लघुमुदतीचे अर्थसहाय्य देतात. म्हणजेच विलाच्या देय दिनांकाच्या पूर्वीच काही ठराविक रक्कम डिस्काउंट म्हणून वजा करून विलाचा भरणे केला जातो. त्यामुळे ज्यांच्याकडे बिल भरायचे त्यांना देय दिनांकापूर्वीच निधी उपलब्ध होतो. जर एखादे बिल देय दिनांकाला भरले गेले नाही तर त्या विलाची रक्कम बँक ग्राहकाकडून वसूल करते.

ब . दुय्यम कार्ये :

वित्त ठेवी स्वीकारणे आणि कर्ज देणे या प्राथमिक कार्यांवरोबरच बँका अन्य अनेक कार्ये करतात. त्यांना दुय्यम कार्ये असे म्हटले जाते. ती कार्ये खालीलप्रमाणे

- अ . लेटर्स ऑफ क्रेडीट आणि ट्रॅव्हलर्स चेक इत्यादी उपलब्ध करणे .
- ब . सेफ डिपॉझिट व्हॉल्ट किंवा लॉकर उपलब्ध करून देऊन किमती वस्तू महत्त्वाची कागदपत्रे सुरक्षित ठेवणे .
- क . फॉरेन एक्स्चेन्ज (परदेशी चलनाची देवाण घेवाण) व्यवहारासाठी ग्राहकाला सुविधा उपलब्ध करून देणे .
- ड . बँकेच्या एका खात्यातून दुसऱ्या खात्यात आणि एका शाखेतून दुसऱ्या शाखेत चेक, पे ऑर्डर किंवा डिमांड ड्राफ्टद्वारे पैसे स्थानांतरीत केले जातात .

- इ. काही माल, यंत्र सामुग्री, वाहने इत्यादिच्या खरेदीसाठी पैसे भरण्याकरता ग्राहकाच्या वाजून खात्री देणे .

**९.३ पाठ्य पुस्तकावर आधारित प्रश्न****पुढील विधाने सत्य कि असत्य ते लिहा .**

१. बँक तिच्या ग्राहकांना कर्ज आणि अनामत रक्कम दोन्हीही दीर्घ मुदतीकरता देते .
२. बँक ग्राहकांचे दागदागीने आणि महत्वाची कागदपत्रे सुरक्षित ठेवते .
३. बँका विद्यार्थ्यांसाठी वाजवी दराने कर्ज उपलब्ध करून देतात .
४. बँकामार्फत डिस्काउंटिंग ऑफ विल्स ऑफ एक्स्चेंज हे निःशुल्क केले जाते .
५. ओव्हरड्राफ्ट च्या माध्यमातून ग्राहक त्याच्या बँकखात्यात असलेल्या रकमेपेक्षा जास्त रक्कम काढू शकते .

९.५ सेंट्रल बँक :

सन १९३५ मध्ये रिझर्व बँक ऑफ इंडिया कायदा १९३४ नुसार रिझर्व्ह बँक ऑफ इंडियाची स्थापना केली गेली . प्रथम रिझर्व बँक ऑफ इंडियाचे मध्यवर्ती कार्यालय कलकत्ता इथे होते . पण नंतर १९३७ मध्ये ते कायमसाठी मुंबईमध्ये हलवण्यात आले . गव्हर्नर हे मध्यवर्ती कार्यालयामध्ये असतात आणि इथेच बँकेची धोरणे निश्चित केली जातात . सुरुवातीला ही बँक खाजगी मालकीची असली तरी सन १९४९ मध्ये राष्ट्रीयीकरणानंतर ती पूर्णपणे भारत सरकारच्या मालकीची झाली . या बँकेचे मुख्य कार्य म्हणजे बँकांच्या कार्याचे सर्वसाधारण पर्यवेक्षण करणे आणि सेंट्रल बोर्डांला स्थानिक व्यवहारविषयी सल्ला देणे तसेच सेंट्रल बोर्डांने वेळोवेळी नेमून दिलेली अन्य कार्ये करण्यासाठी स्थानिक कोऑपरेटिव्ह आणि देशीय बँकांच्या प्रादेशिक आणि आर्थिक उद्देशांचे प्रतिनिधित्व करणे .

९.६ बँक डिपॉझिट अकाऊंट :

व्यावसायिकांना आणि ज्यांना पैशांची गरज आहे अशा व्यक्तींना कर्ज देण्यासाठी लोकांकडून वित्त ठेवी स्वीकरणे हे बँकेचे मुख्य कार्य आहे हे तर आपण पाहिलेच आहे . वास्तविक बँकेमध्ये साठवलेले पैसे ही लोकांनी केलेली बचत असते . एखाद्या कमावत्या व्यक्तीला जर नियमित मिळकत असेल तर ती व्यक्ती त्या मिळकतीतून केवळ आपले दैनंदिन खर्चच भागवत नाही . तर भविष्यातील गरजांसाठी त्यातून बचत करण्याचाही प्रयत्न करते .

कुटुंबातील सदस्य आजारी पडले तर त्यांच्या वैद्यकीय उपचारांसाठी घरातील लग्न

कार्यासाठी . मुलांच्या उच्च शिक्षणासाठी किंवा सण समारंभ साजरे करण्यासाठी इत्यादी कारणांसाठी भविष्यात पैशांची गरज भासू शकते . बचत केलेले पैसे घरात ही ठेवता येऊ शकतात पण ते घरात सुरक्षित रहातील का ? ते चोरीला जाऊ शकतात . शिवाय घरात साठवलेले पैसे तसेच पडून रहातात . त्यातून मिळकत होत नाही . म्हणूनच लोकांना अशा ठिकाणी पैसे ठेवायचे असतात . जिथे ते सुरक्षित रहातील आणि त्यातून मिळकत होत राहील .





बँक ही अशी जागा आहे जिथे साठवलेले पैसे सुरक्षित रहातात आणि त्यावर व्याजाची मिळकतही होते. या पाठामधे आपण बँकेत उघडता येणाऱ्या खात्यांचे प्रकार शिकणार आहोत. आणि सेव्हिंग बँक अकाऊंट कसे उघडायचे, कसे वापरायचे हेही पहाणार आहोत.

१.७ बँक डिपॉझिट अकाऊंटचे प्रकार :

वेगवेगळ्या लोकांना वेगवेगळ्या खात्यांचा उपयोग होतो. काही लोक नियमित बचत करू शकत नाहीत. जेव्हा त्यांच्याकडे अतिरिक्त पैसे असतात तेव्हाच ते पैसे बँकेत भरू शकतात. भविष्यातील गरजांसाठी बचत केलेले पैसे सुरक्षित ठेवणे हाच त्यांचा उद्देश असतो. काही लोकांना घर खरेदी करण्यासाठी किंवा म्हातारपणातील वैद्यकीय उपचारांसाठी जास्तीत जास्त काळासाठी बँकेत पैसे ठेवून त्यावर व्याज मिळवायचे असते किंवा बचतीच्या पैशात व्याज मिळवून त्यात वृद्धी करायची असते. विशेषतः व्यावसायिक त्यांची सर्व मिळकत बँकेत ठेवतात आणि सर्व व्यावसायिक खर्च बँक अकाऊंट मधूनच करतात. हे फरक लक्षात घेऊन लोकांच्या वेगवेगळ्या गरजा भागवण्यासाठी त्यांना सुविधाजनक अशी वेगवेगळ्या प्रकारची डिपॉझिट अकाऊंट बँकेत उपलब्ध असतात. या अकाऊंटचे त्यांच्या उपयोगानुसार खालीलप्रमाणे प्रकार पडतात.

- अ. सेव्हिंग बँक अकाऊंट (बचत खाते)
- ब. करंट डिपॉझिट अकाऊंट (चालू खाते)
- क. फिक्सड डिपॉझिट अकाऊंट (मुदत ठेव खाते)
- ड. रिकरिंग डिपॉझिट अकाऊंट (आवर्ती ठेव खाते)

आता या प्रकारांची थोडक्यात ओळख करून घेऊ

अ. सेव्हिंग बँक अकाऊंट (बचत खाते) :

जर एखाद्या व्यक्तीची मिळकत मर्यादित असेल आणि तिला भविष्यातील तरतुदींसाठी बचत करायची असेल तर तिच्यासाठी सेव्हिंग बँक अकाऊंट (बचत खाते) अधिक योग्य ठरते. बँकांच्या नियमानुसार कमीत कमी रक्कम भरून हे खाते उघडता येते. या खात्यात कधीही पैसे भरता येऊ शकतात.

विज्ञावळ फॉर्म भरून धनादेशाद्वारे किंवा ए.टी.एम. मधून पैसे काढता येतात. साधारणपणे या खात्यातून पैसे काढण्याविषयी बँकेचे काही नियम आहेत. खात्यात जमा असलेल्या पैशांवर व्याज दिले जाते. सेव्हिंग खात्यावर मिळणाऱ्या व्याजाचा दर हा बँकांनुसार वेगवेगळा असतो आणि वेळोवेळी बदलतही जातो. बँकेच्या नियमानुसार निम्नतम रक्कम या खात्यात कायम ठेवावी लागते.

ब. करंट डिपॉझिट अकाऊंट (चालू खाते) :

मोठे व्यावसायिक, कंपनी आणि शाळा, कॉलेज, हॉस्पिटल यासारख्या संस्थांना बँक खात्यातूनच खर्च करावे लागतात. सेव्हिंग बँक अकाऊंटमधून पैसे काढण्यावर मर्यादा असल्याने या प्रकारचे अकाऊंट त्यांच्यासाठी योग्य असते. त्यांना अशा प्रकारच्या खात्याची आवश्यकता असते. ज्यातून त्यांना दिवसाला कितीही वेळा पैसे काढता येऊ शकतील.



अशा लोकांसाठी बँकेत करंट अकाउंट (चालू खाते) असते . सेव्हिंग बँक अकाउंट प्रमाणे हे अकाउंट उघडतानाही ठराविक निम्नतम रक्कम भरावी लागते . या खात्यातील जमा रकमेवर बँक काहीही व्याज देत नाही . उलट खातेधारकालाच दरवर्षी ऑपरेशनल चार्ज (कार्यान्वयन शुल्क) म्हणून काही निश्चित रक्कम द्यावी लागते . खातेधारकाच्या सुविधेसाठी खात्यातील जमा रकमेपेक्षा अधिक रक्कम काढण्याची सुविधा बँक देत असते . या सुविधेला ओव्हर ड्राफ्ट सुविधा असे म्हणतात . ही सुविधा काही विशिष्ट ग्राहकांसाठीच त्या बँकेशी झालेल्या पूर्वनियोजित करारानुसार आणि निश्चित मर्यादांसाठीच असते .

क . फिक्सड डिपॉझिट अकाउंट (मुदत ठेव खाते) :

यालाच टर्म डिपॉझिट अकाउंट असेही म्हणतात . बरेचदा लोकांना दीर्घ मुदतीसाठी बचत करावयाची असते . बचत खात्यावर बँक कमी व्याज देते . फिक्सड डिपॉझिटवरचे व्याज ठराविक कालांतराने काढून घेता येते . मुदत पूर्ण होताच डिपॉझिटची रक्कम काढून घेता येते . किंवा पुढील कालावधीसाठी रिन्वू करता येते . फिक्सड डिपॉझिट पावती ठेवून बँकेकडून कर्जही घेता येते .

ड . रिकरिंग डिपॉझिट अकाउंट : (आवर्ती ठेव खाते)

ज्या व्यक्ती नियमितपणे बचत करू शकतात आणि मुदतीनंतर ते डिपॉझिट भरघोस व्याजासह परत केले जाते . इथेही गरज भासल्यास डिपॉझिटर मुदत पूर्ण होण्याआधीच खाते बंद करू शकतो . आणि तोपर्यंतच्या व्याजासह तोपर्यंत जमा झालेली रक्कम परत जॉईंट अकाउंट किंवा अज्ञान व्यक्तीची पालक या नात्याने त्या अज्ञान व्यक्तीच्या नावाने असे अकाउंट उघडू शकते .

या प्रकारच्या डिपॉझिटवर दिले जाणारे व्याज हे त्या निश्चित कालासाठी सेव्हिंग अकाउंटवरील व्याजापेक्षा जास्त आणि फिक्सड डिपॉझिटवरील व्याजापेक्षा कमी असते .



९.४ पाठ्य पुस्तकावर आधारीत प्रश्न

अ . खालील पैकी कोणती वाक्ये सत्य आणि कोणती असत्य आहेत ते लिहा .

- १ . सेव्हिंग अकाउंटमध्ये बचत केलेले पैसे वर्तमानातील तसेच भविष्यातील गरजा भागवायला उपयोगी पडतात .
- २ . फिक्सड डिपॉझिट अकाउंट मध्ये दर महिन्याला ठराविक रक्कम भरावी लागते .
- ३ . रिकरिंग डिपॉझिट अकाउंटवर मिळणारे व्याज हे सेव्हिंग अकाउंटवरील व्याजापेक्षा जास्त असते .
- ४ . करंट डिपॉझिट अकाउंट हे केवळ व्यावसायिकच उघडू शकतात . शैक्षणिक संस्था नाही .
- ५ . होम कन्स्ट्रक्शन सेव्हिंग डिपॉझिट अकाउंट (घर बांधणी बचत ठेव खाते) हा रिकरिंग डिपॉझिट अकाउंटचा प्रकार आहे .



टिपा

६. फिक्सड डिपॉझीट अकाऊंटवर मिळणाऱ्या व्याजाचा दर हा त्या फिक्सड डिपॉझीटच्या मुदतीच्या लांबीवर अवलंबून असतो.
 ७. सेव्हिंग्ज बँक अकाऊंटमध्ये केवळ अकाऊंट होल्डरच (खातेधारक) अकाऊंट मधून पैसे काढू शकतो.
 ८. बँका करंट डिपॉझीट अकाऊंटवर व्याज देत नाहीत.
- ब. गाळलेल्या जागी योग्य शब्द भरा .**
१. सेव्हिंग्ज बँक अकाऊंट रक्कम डिपॉझीट करून उघडता येते .
 २. फिक्सड डिपॉझीट अकाऊंटवर मिळणारे व्याज हे सेव्हिंग्ज बँक अकाऊंटवर मिळणाऱ्या व्याजापेक्षा असते .
 ३. ओव्हरड्राफ्ट सुविधा ही डिपॉझिट अकाऊंट असणाऱ्यांना दिली जाते .
 ४. करंट अकाऊंट मधूनच्या माध्यमातून पैसे काढता येऊ शकतात .
 ५. रिकरिंग डिपॉझीट अकाऊंट मधील जमा रकमेवर दिल्या जाणाऱ्या व्याजाचा दर हा फिक्सड डिपॉझिट अकाऊंट वरील व्याजदरा असतो .

१.८ सेव्हिंग्ज बँक अकाऊंट कसे उघडावे :

कमर्शियल बँकेमध्ये सेव्हिंग्ज बँक अकाऊंट उघडण्यासाठी प्रथम तुम्हाला हे ठरवावे लागेल, की सुरुवातीला तुम्ही अकाऊंटमध्ये किती पैसे ठेवणार आहात. सेव्हिंग्ज बँक अकाऊंट उघडताना सुरुवातीला अकाऊंटमध्ये कमीतकमी किती रक्कम भरावी लागते याची माहिती तुम्ही तुमच्या जवळच्या बँकेतून घेऊ शकता .

तुम्हाला सुरुवातीला अकाऊंटमध्ये कमीतकमी तेवढी किंवा हवी असल्यास त्याहून जास्त रक्कम भरावी लागते. कोणत्याही बँकेच्या शाखेत प्रवेश केल्यावर तुम्हाला चौकशी करण्याचे काऊंटर दिसेल. (किंवा "मी तुम्हाला मदत करू शकतो का" असे लिहिलेले काऊंटर) कमीत कमी किती रक्कम अकाऊंटमध्ये भरायची हे कळल्यावर तुम्ही सेव्हिंग्ज बँक अकाऊंट उघडण्यासाठी असलेला फॉर्म मागून घेऊ शकता. या फॉर्मसाठी तुम्हाला पैसे द्यावे लागत नाहीत. त्यानंतर तुम्हाला खालील प्रक्रिया करावी लागते .

अ. फॉर्म भरणे :

या फॉर्ममध्ये खालील माहिती भसवी लागते .

१. अकाऊंट उघडणाऱ्या व्यक्तीचे नाव
२. त्या व्यक्तीचा व्यवसाय
३. निवासस्थानाचा पत्ता
४. अकाऊंट उघडणाऱ्या अर्जदाराची नमुना सही
५. अर्जदाराची ओळख सांगणाऱ्या बँकेच्या खातेदार असलेल्या व्यक्तीचे नाव, पत्ता, अकाऊंट नंबर आणि सही .



वरील माहिती व्यतिरिक्त तुम्हाला हे मान्य करावे लागते की बँकेच्या अपरीहार्य नियम आणि अटीचे तुम्ही पालन कराल. अर्जाच्या शेवटी तुम्हाला तुमची सही करावी लागते. (काही बँकांमध्ये अर्ज सादर करणाऱ्याचे म्हणजेच अकाऊंट उघडणाऱ्याचे पासपोर्ट साईजचे दोन फोटो ही अर्जासोबत जोडावे लागतात.)

ब . योग्य ओळख : प्रत्येक बँकांमध्ये बँकेशी परिचित असलेल्या एखाद्या व्यक्तीची अर्ज दाराशी ओळख असणे आवश्यक असते. संबंधित बँकेमध्ये आधीच खातेधारक असलेल्या एखाद्या व्यक्तीने अर्जदाराचा परिचय करून देणे जास्त योग्य ठरते. काही बँकांमध्ये अर्ज दाराकडे जर पासपोर्ट किंवा ड्रायव्हिंग लायसन्स (वाहन चालवायचा परवाना). पॅन कार्ड असेल तर त्याची साक्षात्कृत प्रत स्वीकारली जाते. अशावेळी व्यक्तीगत परिचय देण्याची काही आवश्यकता नसते. अनोळखी व्यक्तींकडून बँक अकाऊंट उघडले जाऊ नये यासाठी अशा परिचयाची आवश्यकता असते.

क . नमूना सही : अर्जावर नमूना सहीसाठी असलेल्या रिकाम्या जागेमध्ये अर्जदाराने आपली नमूना सही करायची असते. त्याशिवाय ज्या कार्डावर अर्जदाराच्या नाव आणि अकाऊंट नंबर बरोबर त्याचा / तिचा फोटोही जोडलेला असतो. त्या कार्डावरही अशी नमूना सही करावी लागते. वरील प्रक्रीया पूर्ण झाल्यावर आणि संबंधित अधिकाऱ्याची अर्ज योग्य रीतीने भरल्याची खात्री झाल्यावर छापील पे-इन-स्लीप भरून पैसे भरण्याच्या (कॅश) काऊंटरवर पैसे भरावे लागतात. त्यानंतर तुम्हाला अकाऊंट नंबर (खाते क्रमांक) दिला जातो आणि तुमच्या अर्जावर तसेच तुमच्या नमूना सही असलेल्या कार्डावरही तो लिहीला जातो. त्याच वेळी तुम्हाला तुम्ही भरलेल्या प्राथमिक ठेवीची नोंद केलेले पासबुक म्हणजेच खातेपुस्तिका दिली जाते. भविष्यातील ठेवी ठेवण्याच्या आणि पैसे काढण्याच्या सर्व नोंदी तुम्हाला दिलेल्या या पुस्तिकेत केल्या जातात. आपल्या खात्यातून पैसे काढण्यासाठी किंवा कोणाला पैसे देण्यासाठी जर तुम्हाला धनादेश वापरायचे असतील तर तुमच्या विनंतीनुसार धनादेश पुस्तिका (चेक बुक) तुम्हाला दिली जाते. धनादेश म्हणजे एक छापील अर्ज असतो. ज्यामध्ये तुम्ही बँकेला विशिष्ट व्यक्तीला विशिष्ट रक्कम देण्याचा आदेश देऊ शकता.

१.१ सेव्हिंग बँक अकाऊंट वापरण्याची प्रक्रीया :

एकदा तुम्ही अकाऊंट उघडले की ते कसे वापरायचे हे ही तुम्हाला माहित असायला हवे. म्हणजेच आपल्या अकाऊंटमध्ये पुढे पैसे भरण्याची आणि अकाऊंटमधून पैसे काढण्याची पद्धत तुम्हाला माहित असायला हवी.

१ . अकाऊंटमध्ये पैसे भरणे : तुम्ही तुमच्या अकाऊंटमध्ये पैसे कसे भराल ? तुम्ही अकाऊंट उघडताना अकाऊंटमध्ये प्राथमिक रक्कम भरण्यासाठी यापूर्वीच पे-इन-स्लीपचा वापर कसा करायचा हे जाणून घेतले आहे. तुम्हाला हा छापील अर्ज बँकेत मिळतो. प्रत्येक पे-इन-स्लीप मध्ये छिद्रांकित रेषेने केलेले दोन भाग असतात. त्यातील उजव्या भागाला फॉईल म्हणतात. तर डाव्या भागाला काऊंटर फॉईल असे म्हणतात. रोख रक्कम किंवा धनादेश भरताना तुम्हाला ही स्लीप भरावी लागते. समजा तुम्हाला तुमच्या अकाऊंटमध्ये पैसे भरायचे

डिपॉझिट अकाउंटमधून पैसे काढणे :

तुम्ही भविष्यातील गरजांसाठी बँकेत पैसे भरत असा. पैशांची गरज केव्हाही लागू शकते. म्हणूनच बँकेत साठवलेले पैसे कसे काढून घ्यायचे हे तुम्हाला माहित असायला हवे. पाठाच्या वरील भागामधे सेव्हिंग बँक अकाउंट मधे पैसे कसे भरायचे हे आपण पाहीले. आता आपल्या अकाउंटमधून पैसे कसे काढायचे हे जाणून घेऊ या. खालील गोष्टी वापरून अकाउंटमधील पैसे काढता येतात.

- अ. पैसे काढण्याचा अर्ज (विड्रॉअल फॉर्म)
- ब. धनादेश (चेक)
- क. एटीएम कार्ड

अ. पैसे काढण्याचा अर्ज (विड्रॉअल फॉर्म) प्रत्येक बँकेमध्ये पैसे काढण्याचे छापील अर्ज उपलब्ध असतात. ते वापरून खातेदार त्याच्या खात्यातून पैसे काढू शकतो. या अर्जामधे पैसे काढण्याची तारीख, अकाउंट नंबर किती पैसे काढायचे ती रक्कम आकड्यात आणि अक्षरात लिहावी लागते आणि अकाउंट होल्डरने त्यावर सही करावी लागते.

पैसे काढण्याचा अर्ज

त्यानंतर संबंधीत अकाउंटवर आपल्या पासबुकासह म्हणजेच खाते पुस्तिकेसह पैसे काढण्यासाठी भरलेला अर्ज द्यावा लागतो. या काउंटवरवील कर्मचारी तुमच्या अकाउंटमध्ये किती पैसे जमा आहेत तपासणे तसेच तुमच्या नोंद केलेल्या नमुना सहीशी अर्जावरील सही पडताळून पहातो आणि मगच पैसे देण्यासाठी अर्ज पुढे पाठवून देतो. काढून घेतलेल्या रकमेची नोंद पासबुकामधे केली जाते. आणि जर ही रक्कम ठराविक मर्यादित (रु ५०००) असेल तर पैसे काढून घेणाऱ्याला काउंटवर दिली जाते अथवा पैसे काढून घेणाऱ्या व्यक्तीला टोकन दिले जाते. जिथे पैसे दिले जातात त्या काउंटवर हे टोकन दिले की मग पैसे दिले जातात.

ब. धनादेश (चेक) : एक अकाउंट होल्डर या नात्याने तुम्ही तुमच्या खात्यातून पैसे काढण्यासाठी चेकचा म्हणजेच धनादेशाचा वापरही करू शकता.

धनादेशाचा नमुना



टिपा



टिपा

अन्य व्यक्तींना पैसे देण्यासाठी सुद्धा चेकचा वापर केला जाऊ शकतो. दुसऱ्या व्यक्तीला चेक दिला असेल तर ती व्यक्ती तुमच्या बँकेत येऊन तो वटवू शकते किंवा स्वतःच्या बँकेत भरू शकते. वर सांगितल्याप्रमाणे विड्रॉअल (पैसे काढण्याचा अर्ज) भरून आणि त्यावर सही करून ज्याप्रमाणे पैसे काढले जातात. त्याचप्रमाणे चेकने पैसे काढले जातात. या दोन्ही बाबतींमध्ये संबंधित सेव्हिंग्ज बँक अकाऊंट मध्ये किती पैसे काढले गेले याची नोंद केली जाते. अकाऊंट मध्ये जमा असलेल्या रकमेवर दिल्या जाणाऱ्या व्याजाची नोंदही बँकेच्या लेखातील संबंधित खात्यांमध्ये केली जाते. अकाऊंट होल्डरने म्हणजेच खातेधारकाने आपले पासवुक बँकेला देताच त्या पुस्तकातही या व्याजाची नोंद केली जाते.

क. ए.टी.एम. कार्ड : खातेधारकांना त्यांच्या खात्यातून पैसे काढणे सोपे म्हणून बँका त्यांना एटीएम कार्ड देतात. ऑटोमॅटिक टेलर मशीन मधून आपल्या खात्यातील पैसे काढण्यासाठी या कार्डचा उपयोग केला जातो. हे एक मॅग्नेटिक कार्ड असते, जे एक विशिष्ट गुप्त नंबर वापरून उपयोगात आणता येते. पैसे काढण्याची ही सगळ्यात जास्त सुविधाकारक पद्धत आहे.

टेलर काऊंटर्स : व्यवहार जलदगतीने होण्यासाठी आपल्या खात्यातून पैसे काढण्यासाठी बँका टेलर काऊंटर उपलब्ध करून देतात. टेलर काऊंटरचे दोन प्रकार आहेत.



टेलर काऊंटर्स

अ. मानव चलित टेलर काऊंटर

ब. स्वयंचलित (ऑटोमॅटिक) टेलर काऊंटर :

मानवचलित टेलर काऊंटर मध्ये बँका एका निश्चित मर्यादितपर्यंतचे सेव्हिंग्ज अकाऊंटमधून पैसे काढण्याची परवानगी देतात. यामध्ये चेक किंवा विड्रॉअल काऊंटरवर दिला जातो. त्यानंतर संबंधित अकाऊंट मधील जमा रक्कम पाहिली जाते. खातेदाराची अर्जावरील किंवा चेकवरील सही नमूना सही बरोबर पडताळून पाहिल्यावर पैसे दिले जातात. ऑटोमॅटिक टेलर काऊंटर म्हणजेच ए.टी.एम हे पेशाचे व्यवहार चौबिस तास अखंडीतपणे चालण्यासाठी स्थापन केलेले असतात. इथे तुमचे खात्यातील जमा पैसे (बॅलन्स) पाहण्याला, नमूना सहीची पडताळणी करायला किंवा पैसे घ्यायला घ्यायला कोणाही व्यक्तीची नियुक्ती करण्याची आवश्यकता नसते. आता ए.टी.एम. मशीन कसे काम करते ते पाहूया. बँक जेव्हा ए.टी.एम.ची स्थापना करते तेव्हा तो प्रत्येक ग्राहकाला एक गुप्त संकेत नंबर असलेले मॅग्नेटिक कार्ड देते. या संकेत क्रमांकाला पर्सनल आयडेंटिफिकेशन कोड (PIN) असे म्हणतात. जेव्हा कार्डहोल्डरला (खाते धारकाला) पैसे भरायचे किंवा काढायचे असतात तेव्हा प्रथम त्याला आपला पिन क्रमांक देऊन ए.टी.एम. वापरण्यासाठी स्वतःची ओळख पटवावी लागते. मशीनचा कीबोर्ड वापरून किंवा टचस्क्रीनचा वापर करून पिन क्रमांक देता येतो.



ए.टी.एम. कार्डचा नमुना

एकदा ओळख पटल्यावर मग केवळ मशीनने दिलेल्या सूचनांनुसार पैसे भरता किंवा काढता येतात. पैसे भरायचे असले तर ए.टी.एम. केंद्रात उपलब्ध असलेल्या विशिष्ट पाकीटामधे ते ठेवावे लागतात. पाकीट बंद करून त्यावर आवश्यक ती माहिती लिहिल्यावर फटीच्या जवळ ते पाकीट ठेवावे लागते. त्यानंतर डिपॉझिट बटन दाबल्यावर ते पाकीट आपोआपच मशीनमधे जाऊन पडते. बँकेचे कर्मचारी ठराविक कालावधीने ही पाकीटे गोळा करतात. आणि संबंधित खात्यांमधे त्या रकमा जमा झाल्याची नोंद करतात. त्याचप्रमाणे किती पैसे काढायचे आहेत ते निर्देशित केल्यावर विड्रॉअल बटण दाबून किंवा त्याला स्पर्श करून पैसे काढता येतात. तुम्ही निर्देशित केलेली रक्कम अचूकपणे मशीनच्या निकास मार्गात येते.



१.५ पाठ्य पुस्तकावर आधारीत प्रश्न

अ. पुढील विधाने सत्य की असत्य ते लिहा.

१. सेव्हिंग्ज बँक अकाऊंट उघडताना पे-इन-स्लीपची गरज असते.
२. खातेदार जर त्याच्या सेव्हिंग्ज बँक अकाऊंट मधून पैसे काढण्यासाठी चेकचा वापर करत असेल तर त्याला विड्रॉअल फॉर्म म्हणजेच पैसे काढण्याच्या अर्जाचा वापर करता येत नाही.
३. सेव्हिंग्ज बँकअकाऊंट चा खातेदार म्हणजेच अकाऊंट होल्डर अन्य कोणा व्यक्तीला त्यांचे सेव्हिंग्ज बँक अकाऊंट उघडण्यासाठी त्याचा परिचय देऊ शकत नाही.
४. पैसे काढल्याची आणि भरल्याची नोंद करून घेण्याकरता खातेदाराने त्याचे पासबुक वँकेला दिले पाहिजे.
५. सेव्हिंग्ज बँक अकाऊंट उघडण्यासाठी असलेला अर्ज निःशुल्क उपलब्ध असतो.
६. अन्य कोणा व्यक्तीला चेकद्वारे पैसे द्यायचे असले तर चेकवर त्या व्यक्तीचे नाव लिहावे लागते.
७. खातेदाराने विनंती केली तरच बँक त्याला चेकबुक देते.
८. सेव्हिंग्ज बँक अकाऊंट उघडल्यावर बँक तात्काळ पासबुक देते.

ब. गाळलेल्या जागा योग्य शब्दांनी भरा.

१. पे-इन-स्लीपची काऊंटर फॉईल बँक ला परत देते.
२. पे-इन-स्लीपच्या उजव्या भागाला म्हणतात.
३. चेक भरण्यासाठी पे-इन-स्लीपच्या भागाला जोडावा लागतो.
४. चेकने पैसे देण्यापूर्वी खातेदाराची सही बरोबर पडताळून पाहिली जाते.
५. टेलर पद्धत खातेदाराला पैशांच्या तत्काळ साठी मदत करते.
६. सेव्हिंग्ज बँक अकाऊंट मधे पैसे भरण्याचे काम या अकाऊंटवर केले जाते.





टिपा

१.१० इ-बँकिंग (इलेक्ट्रॉनिक बँकींग) :

ग्राहकाला नवी आणि पारंपारिक बँकिंग उत्पादने आणि सेवा इलेक्ट्रॉनिक, परस्पर संवाद वाहिनीच्या माध्यमातून प्रत्यक्ष देणे म्हणजे इ-बँकिंग. इ-बँकिंगमध्ये अशी प्रणाली समाविष्ट असते. जी ग्राहक रूपातील वित्त संस्था, व्यक्ती, व्यावसायिकांना त्यांच्या खात्यापर्यंत पोहोचून व्यवहार करणे किंवा इंटरनेटसह सार्वजनिक अथवा खाजगी नेटवर्क मधून आर्थिक उत्पादने आणि सेवांची माहिती मिळवणे शक्य करते. माहिती आणि संपर्क क्षेत्रामध्ये झालेल्या तांत्रिक प्रगतीमुळे आता बँकिंग सेवा संगणकाच्या माध्यमातूनही उपलब्ध झाल्या आहेत. आता बऱ्याच शाखांमध्ये तुम्हाला बँकिंग व्यवहारांची नोंद करण्याकरता संगणकाचा वापर केला जात असल्याचे दिसेल. तुमच्या खात्यातील जमा रक्कम (बॅलन्स) संगणकाच्या माध्यमातून समजू शकते. बऱ्याच बँकांमध्ये आता मानवचलित टेलर काऊंटरची जागा ऑटोमेटेड टेलर काऊंटरची जागा ऑटोमेटेड टेलर मशीन अर्थात ए.टी.एम. ने घेतलेली दिसेल. संगणकांच्या किंवा अन्य इलेक्ट्रॉनिक संपर्क माध्यमातून केलेल्या बँकिंग व्यवहारांना इ-बँकिंग असे म्हणतात. आता भारतातील बँकिंगच्या काही आधुनिक पद्धती जाणून घेऊ.

➤ ऑटोमॅटीक टेलर मशीन :

हे एक असे मशीन असते जे बँकेच्या शाखेमध्ये किंवा अन्य ठिकाणी स्थापन केलेले असते. आणि ज्यामुळे बँक बंद असतानाही आपल्या खात्यातील जमा रक्कम जाणून घेणे पैसे काढणे आणि पैसे भरणे. या सारखे मूलभूत बँकिंग व्यवहार करणे शक्य होते. आता बँकांनी देशभरात सुविधाजनक महत्वाच्या ठिकाणांवर आपली ए.टी.एम. मशीन्स स्थापन केली आहेत. यामुळे ग्राहक कोणत्याही वेळी आपल्या खात्यातून पैसे काढू शकतात किंवा खात्यात पैसे भरू शकतात.

➤ डेबीट कार्ड :

डेबीट कार्ड हे असे कार्ड असते ज्यामुळे ग्राहकाला इलेक्ट्रॉनिक माध्यमातून तत्काळ स्वतःचे पैसे वापरता येतात. बँका आता त्यांच्या सेव्हिंग आणि करंट अकाऊंट होल्डर्सना डेबीट कार्ड उपलब्ध करून देत आहेत. वस्तू आणि सेवा खरेदी करण्याकरता पैशांऐवजी ग्राहक या डेबीट कार्डाचा उपयोग करू शकतात. डेबीट कार्डाद्वारे केलेल्या खर्चाची रक्कम आपोआपच त्या ग्राहकाच्या अकाऊंट मधून वजा केली जाते. म्हणजेच डेबीट केली जाते.



डेबिट कार्ड

➤ क्रेडीट कार्ड :

मोठ्या बाजारांमध्ये खरेदी करताना पैसे उधार घेण्याचा पर्याय म्हणून काही वित्त कंपन्या क्रेडीट कार्ड उपलब्ध करून देतात. क्रेडीट कार्डाद्वारे घेतलेल्या पैशांवर व्याज आकारले जाते आणि मूलतः लघुमुदतीच्या कर्जाच्या रूपात त्याचा विचार



क्रेडीट कार्ड

केला जातो. खरेदी नंतर साधारणपणे एक महिन्याने खरेदीसाठी वापरलेल्या पैशांवर व्याज आकारले जाऊ लागते आणि पैसे उधार घेण्याची मर्यादा ही त्या व्यक्तीच्या क्रेडीट रेटिंग (कर्जधारण क्षमता) नुसार आधीच निश्चित केलेली असते.

एखाद्या व्यक्तीचे अकाऊंट बँकेत असले तरी आणि नसले तरी त्याला बँक क्रेडीट कार्ड देऊ शकते. डेबिट कार्ड प्रमाणेच खरेदी करण्यासाठी पैसे देण्याकरता क्रेडीट कार्डचा वापर केला जातो. यामुळे आपल्याला पैसे जवळ ठेवण्याची गरज भासत नाही. अशा पध्दतीने क्रेडीट कार्डाद्वारे उधार घेतलेल्या रकमेची परतफेड करण्याकरता बँक संबंधित कार्ड होल्डरला (कार्ड धारकाला) ठराविक अवधी देते. कार्ड होल्डर जर त्या ठराविक कालावधीमध्ये पैसे परत करू शकला नाही तर त्यावर व्याज आकारले जाते. हा व्याजाचा दर साधारणपणे खूपच जास्त असतो.

➤ नेट बँकिंग :

एका बँक अकाऊंट मधून दुसऱ्या बँक अकाऊंट मध्ये पैसे स्थलांतरीत करण्यासाठी तसेच इंटरनेटवर बँकिंगचे व्यवहार करण्यासाठी इंटरनेटची सुरक्षित सुविधा उपलब्ध आहे. पूर्वी केवळ बँकेमध्ये जाऊनच करता येणारे सर्व पारंपारिक बँकिंग व्यवहार आता इंटरनेट बँकिंगचाच एक प्रकार आहे. नेट बँकिंगमध्ये तुम्ही केवळ तुमच्या अकाऊंट मधली जमा रक्कम म्हणजे बँलन्सच बघू शकता असे नाही तर फिक्स्ड डिपॉझिट अकाऊंट उघडू शकता, दुसऱ्या अकाऊंटमध्ये रक्कम जमा करू शकता, इलेक्ट्रीसिटीची विले भरू शकता आणि असे बरेच व्यवहार करू शकता.

त्याचप्रमाणे नेट बँकिंगद्वारे आपण केवळ एका विशिष्ट बँकेतले अकाऊंटच पाहू शकतो असे नाही तर अन्य बँकामध्ये आपली अकाऊंट्स असतील तर तीही पाहू शकतो. अशाप्रकारे एकाचवेळी संगणकाचा पडद्यावर आपण आपली वेगवेगळ्या बँकामधील सर्व अकाऊंट्स पाहू शकतो. त्यामुळे जेव्हा एका अकाऊंटमधली रक्कम दुसऱ्या अकाऊंटमध्ये जमा करणे, पैसे, विले भरणे आणि गृहकर्जासंबंधी व्यवहार करणे यासारखे बँकिंग व्यवहार इंटरनेटद्वारे केले गेले तर त्याला नेट बँकिंग असे म्हणतात.



नेट बँकिंग

नेट बँकिंगमुळे आपण घरी बसल्या बसल्या इंटरनेटमधून बँकेचे व्यवहार करू शकतो. पारंपारिक बँकामध्ये ऑनलाईन बँकिंगमुळे ग्राहकांना रकमचं वेगवेगळ्या अकाऊंटमध्ये स्थानांतरण, बँलन्सची चौकशी, विले भरणे आणि एखाद्या विलाचा भरणा करण्यापासून रोग्खणे यासारखी नेहमीची कामे करता येतात. काही ठिकाणी कर्जासंबंधी आणि क्रेडीट कार्डाचे व्यवहारही ऑनलाईन करता येतात. आपल्या अकाऊंटची माहिती आपल्याला दिवसा आणि रात्री कधीही आणि कुठूनही मिळू शकते. संगणक आणि इंटरनेटवरही व्यवहार सुरू केले आहेत. बँकेमध्ये अकाऊंट असलेला बँकेचा ग्राहक त्याच्या बँकेच्या वेबसाईटवर लॉग ऑन करून त्याचे त्या बँकेतील अकाऊंट पाहू शकतो. तो त्याची विले भरू शकतो, रक्कम स्थानांतरीत करण्याविषयी सूचना देऊ शकतो. फिक्स्ड डिपॉझिट संबंधी आणि विविध विले प्राप्त करण्याची इत्यादी कामे करू शकतो.





टिपा

➤ फोन बँकिंग :

फोन बँकिंग ही एक अशी प्रणाली असते. ज्यामध्ये ग्राहकाला त्याचे अकाऊंट पहाण्याच्या किंवा अन्य बँकिंग सुविधा टेलिफोनद्वारे चौविस तास उपलब्ध असतात. किंवा ही एक अशी सुविधा असते ज्यामध्ये ग्राहकाला प्रत्यक्ष बँकेमध्ये न जाता अकाऊंटमधील रकमेचं स्थानांतरण, कार्य घेणे इत्यादी बँकिंग व्यवहार केवळ टेलिफोनवरून तोंडी सूचना देऊन करणे शक्य होते. फोन बँकिंगमध्ये बँकेमध्ये अकाऊंट असलेला ग्राहक टेलिफोनद्वारे त्याच्या अकाऊंटची माहिती मिळवणे, तसेच फिक्स्ड डिपॉझिट संबंधी, अकाऊंटमधील रक्कम स्थानांतरीत करण्यासंबंधी, डिमांड ड्राफ्ट, विले प्राप्त करणे, विले भरणे इत्यादी बँकिंग कामे करू शकतो. आजकाल साधारणपणे प्रत्येकाकडे मोबाईल फोन असतोच. त्यामुळे मोबाईल फोनद्वारे केल्या जाणाऱ्या अन्य बँकिंग व्यवहारांबरोबरच बँकेतून एस.एम.एस. (संदेश / मेसेजेस) पाठवणे ही कामेही करता येतात.



फोन बँकिंग



९.६ पाठ्य पुस्तकावर आधारित प्रश्न

अ. 'अ' स्तंभातील वाक्ये आणि 'ब' स्तंभातील शब्दांच्या जोड्या लावा.

'अ'

'ब'

- | | |
|---|------------------|
| १. ज्यामध्ये आपल्याला प्रत्यक्षरूपाने पैसे आपल्याजवळ न ठेवताही आपल्या बँक अकाऊंट मधून खर्च करता येतो अशी सुविधा | अ. ए.टी.एम. |
| २. ज्यामध्ये दिवसाचे चौविस तास आपल्याला बँक अकाऊंट मधे पैसे भरता व काढता येतात. | ब. फोन बँकिंग |
| ३. ज्या मध्ये आपल्याला इंटरनेटद्वारे बँकेचे व्यवहार करता येतात अशी सुविधा | क. क्रेडीट कार्ड |
| ४. या सुविधेमुळे आपल्या मोबाईलफोनवर आपल्याला आपल्या बँक अकाऊंटमधील जमा रकमेची माहिती मिळू शकते. | ड. डेबिट कार्ड |
| ५. ज्यामध्ये बँकेकडून कर्ज (क्रेडिट) घेऊन आपल्याला माल खरेदी करता येतो. | इ. नेट बँकिंग |

ब. खालील प्रश्नांसाठी योग्य पर्याय निवडा.

१. खालीलपैकी कोणते कार्य सेंट्रल बँकेचे नाही.
- अ. देशाच्या बँकिंग व्यवस्थेला मार्गदर्शन करणे आणि नियमित करणे.
- ब. प्रामुख्याने गव्हर्नमेंट बँकर (सरकारी बँक) म्हणून काम करणे.
- क. जनरल पब्लिक (सर्वसामान्य लोकांबरोबर) बरोबर व्यवहार करणे.

२. खालीलपैकी कोणती कमर्शियल बँक नाही.
 - अ. स्टेट बँक ऑफ इंडिया
 - ब. रिझर्व्ह बँक ऑफ इंडिया
 - क. आय.सी.आय.सी.आय. बँक
 - ड. पंजाब नॅशनल बँक
३. खालीलपैकी कोणता कमर्शियल बँकेकडून मिळालेला अॅडव्हान्सचा (अनामत रक्कम) प्रकार नाही
 - अ. कॅश क्रेडीट
 - ब. ओव्हर ड्राफ्ट
 - क. व्यवसायासंबंधी माहिती गोळा करणे आणि पुरवणे.
 - ड. डिस्काउंटिंग ऑफ बिल्स
४. फिक्स्ड डिपॉझिट अकाऊंट सुविधा खालील व्यक्तीसाठी उपयुक्त आहे.
 - अ. व्यावसायिक
 - ब. पगारदार व्यक्ती
 - क. दीर्घकाळासाठी पैसे साठवू इच्छिणाऱ्या व्यक्ती
 - ड. ज्यांना दर महिन्याला व्याज घ्यायचे आहे.
५. बँकतून पैसे काढण्याचे खालील पैकी कोणते पत्र वैध नाही.
 - अ. चेक
 - ब. विड्रॉअल फॉर्म (पैसे काढण्याचा अर्ज)
 - क. पर्सनल क्रेडीट कार्ड (व्यक्तीगत क्रेडीट कार्ड)
 - ड. एटीएम कार्ड



तुम्ही काय शिकलात

- बँक ही अशी एक संस्था आहे जी लोकांकडून पैशांच्या ठेवी स्वीकारते आणि ज्या लोकांना गरज आहे त्यांना पैसे उधार देते.
- बँकिंग ही व्यापारासाठी एक उत्तेजन / प्रोत्साहन देणारी संस्था आहे.
- बँका बचतीला प्रोत्साहन देतात आणि डिपॉझीटर्स (पैसे ठेवणारे) आणि बॅरोअर्स (कर्ज घेणारे) यामधील दुवा साधतात.
- बँका उधारीच्या व्यवहारांसाठी मदत करतात. आयात आणि निर्यातीसाठी सुविधा देतात. देशाच्या विकासाला हातभार लावतात आणि लोकांचे जीवनमान सुधारण्यासाठी मदत करतात.





बँकाचे प्रकार :

- सेंट्रल (मध्यवर्ती) बँक (भारतामध्ये रिजर्व्ह बँक ऑफ इंडिया) ही सरकारच्या बँकेच्या रूपात कार्य करते. आणि देशाला चलनी नोटांचा पुरवठा करते. ही बँकांची बँक म्हणूनही ओळखली जाते.
- कमर्शियल (व्यावसायिक) बँक ही मध्यम आणि दीर्घ मुदतीचे कर्ज पुरवते आणि त्यावर व्याज आकारते. व्यावसायिक बँकांचे तीन प्रकार असतात. ते म्हणजे पब्लीक सेक्टर (सार्वजनिक विभाग) बँक, प्रायव्हेट सेक्टर (निजी विभाग) बँक, फॉरेन (परदेशी विभाग) बँक.
- डेहलपमेंट बँक ही व्यवसायासाठी मध्यम किंवा दीर्घ मुदतीचे कर्ज पुरवते.
- को-ऑपरेटिव्ह (सहकारी) बँकेची स्थापना ही सभासदांचे समान उद्देश पूर्ण करण्याकरता केली जाते.
- भारतामध्ये ग्रामीण भगात क्रेडीट सोसायटी, जिल्हा पातळीवर कोऑपरेटिव्ह बँक आणि राज्य पातळीवर स्टेट कोऑपरेटिव्ह बँक असतात.
- ऍक्झीम बँक आयात आणि निर्यातीसाठी मार्गदर्शन करते आणि मदतही करते.
- नाबार्ड ही कृषिक्षेत्र आणि अन्य ग्रामीण व्यवसायांसाठी आर्थिक मदत पुरवते.

कमर्शियल बँकेची कार्ये :

- प्राथमिक कार्यांमध्ये डिपॉझिट स्वीकारणे, कर्ज देणे, अॅडव्हान्स आणि कॅश क्रेडीट देणे तसेच ओव्हर ड्राफ्ट आणि डिस्काऊंटींग ऑफ बिल्सची सुविधा देणे या कार्यांचा समावेश होतो.
- दुय्यम कार्यांमध्ये लेटर ऑफ क्रेडीट (कर्जासंबंधी पत्र) देणे, मूल्यवान वस्तूच्या सुरक्षिततेची जबाबदारी घेणे, ग्राहकांना कर्ज देणे (कन्झुमर फायनान्स), शैक्षणिक (एज्युकेशनल) कर्ज देणे इत्यादींचा समावेश होतो.
- बँक डिपॉझिटचा उपयोग वेगवेगळ्या लोकांसाठी वेगवेगळ्या प्रकारे होतो. हा फरक लक्षात घेऊन लोकांना त्यांचे उद्देश पूर्ण करण्यासाठी त्यांच्या सुविधेनुसार वेगवेगळ्या प्रकारची अकाऊंट उघडण्याची सुविधा बँकांनी दिलेली आहे ती खालीलप्रमाणे
 - अ. सेव्हिंग बँक अकाऊंट (बचत खाते)
 - ब. करंट डिपॉझिट अकाऊंट (चालू खाते)
 - क. फिक्सड डिपॉझिट अकाऊंट (मुदत ठेव खाते)
 - ड. रिकरिंग डिपॉझिट अकाऊंट
- होम सेफ अकाऊंट, क्युमूलेटिव्ह कम सिकनेस डिपॉझिट अकाऊंट, हाऊस कन्स्ट्रक्शन डिपॉझिट अकाऊंट इत्यादी विविध प्रकार करंट डिपॉझिट अकाऊंट मध्ये असतात.
- कमर्शियल बँकेमध्ये सेव्हिंग डिपॉझिट अकाऊंट उघडण्याकरता आपल्याला खालील प्रक्रीया करावी लागते. अर्ज भरणे, योग्य परीचय देणे, आणि नमूना सही करणे.
- इ-बँकिंग : माहिती आणि संपर्क क्षेत्रामध्ये झालेल्या तांत्रिक प्रगतीमुळे आता बँकिंग सेवा संगणकाच्या माध्यमातूनही उपलब्ध झाल्या आहेत. बँकिंग व्यवहार क्रेडीट कार्ड, ए.टी.एम. इत्यादीद्वारे इलेक्ट्रॉनिक माध्यमातून केले जातात.



संकीर्ण प्रश्नसंग्रह :

१. बँक या शब्दाची व्याख्या द्या .
२. बँकिंग म्हणजे काय ?
३. अ . भारतातील प्रायव्हेट सेक्टर कमर्शियल बँक आणि ब . फॉरेन बँक यांची प्रत्येकी दोन उदाहरणे द्या .
४. बँकेच्या ग्राहकांना क्रेडीट कार्डाद्वारे कोणती सुविधा दिली जाते ?
५. कॅश क्रेडीट म्हणजे काय ?
६. 'डेव्हलपमेंट बँक' कोणते कार्य करते ?
७. शंभर शब्दामधे बँकेची भूमिका स्पष्ट करा .
८. सेंट्रल बँक म्हणजे काय ?
९. अ) एक्झीम बँक आणि ब) नावार्ड या बँकांची कार्ये कोणती ?
१०. कमर्शियल बँकेची कोणतीही चार दुय्यम कार्ये सांगा .
११. कमर्शियल बँकेची प्राथमिक कार्ये स्पष्ट करा .
१२. कमर्शियल बँकेचे प्रकार स्पष्ट करा आणि प्रत्येक प्रकारची उदाहरणे द्या .
१३. खालील मुद्याच्या आधारे बँक आणि सावकार यातील फरक स्पष्ट करा .
१. अस्तीत्व २. सुरक्षितता ३. कार्य ४. ग्राहक
१४. कमर्शियल बँकेची कार्ये सांगा .
१५. ग्राहकांना दिल्या जाणाऱ्या अद्ययावत सुविधांची उदाहरणे देत बँकिंग क्षेत्रामधे नुकत्याच झालेल्या विकासासंबंधी स्पष्टीकरण द्या .
१६. को-ऑपरेटिव्ह (सहकारी) बँक म्हणजे काय भारतातील को-ऑपरेटिव्ह (सहकारी) बँकेचे प्रकार सांगा .
१७. बँकेत सेव्हिंग बँक अकाऊंट उघडण्याच्या प्रक्रियेचे वर्णन करा .
१८. सेव्हिंग बँक अकाऊंट मधे पैसे भरण्याची प्रक्रिया सांगा .
१९. तुमच्या सेव्हिंग बँक अकाऊंटमध्ये चेक भरण्याची प्रक्रिया सांगा .
२०. सेव्हिंग बँक अकाऊंटमध्ये विड्रॉअल फॉर्मचा उपयोग काय ते सांगा .
२१. सेव्हिंग बँक अकाऊंट उघडण्याच्या अर्जामधे आपल्याला कोणती माहिती भरावी लागते ?
२२. तुमच्या सेव्हिंग बँक अकाऊंट मधून तुम्ही पैसे कसे काढाल ते सांगा .
२३. सेव्हिंग बँक अकाऊंट मधे रोख रक्कम किंवा चेक भरण्यासाठी पे-इन-स्लीप चा उपयोग कसा होतो ते थोडक्यात सांगा .
२४. पे-इन-स्लीप म्हणजे काय ? त्याचा थोडक्यात उपयोग सांगा .
२५. सेव्हिंग बँक अकाऊंट मध्ये जमा असलेल्या रकमेपेक्षा जास्त रक्कम तुम्ही काढू शकता का तुमचे उत्तर स्पष्ट करण्यासाठी कारण द्या .





१६. ए.टी.एम. म्हणजे काय बँक ग्राहकांना त्याची काय मदत होते ?
२७. सेव्हींग्ज् बँक अकाऊंट उघडताना अर्जदाराला बँकेशी परीचित असलेल्या व्यक्तीचा परिचय देणे का आवश्यक असते ?
२८. सेव्हींग्ज् बँक अकाऊंट मधून पैसे काढण्याच्या वेगवेगळ्या पद्धती कोणत्या ?



पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्नांची उत्तरे

- ९.१ १. उधार २. दुवा ३. व्यापार ४. चेक ५. सावकार
- ९.२ १. प्रायव्हेट सेक्टर बँक २. एक्झीम बँक
३. को-ऑपरेटिव्ह बँक ४. सेंट्रल बँक ५. पब्लीक सेक्टर बँक
- ९.३ १. असत्य २. सत्य ३. सत्य ४. असत्य ५. सत्य
- ९.४
अ. १. सत्य २. असत्य ३. सत्य ४. असत्य ५. सत्य
६. सत्य ७. असत्य ८. सत्य
- ब. १. साधारण २. अधिक / जास्त ३. करंट अकाऊंट
४. चेक / धनादेश ५. सारखा
- ९.५
अ. १. सत्य २. सत्य ३. असत्य ४. असत्य ५. सत्य
६. सत्य ७. सत्य ८. सत्य
- ब. १. पैसे भरणाऱ्याला / डिपॉझीटरला २. फॉईल ३. फॉईल
४. नमूना सही ५. विड्योअल ६. बँक
- ९.६
अ. १. ड २. अ ३. इ ४. ब ५. क
ब. १. क २. व ३. क ४. व ५. क

स्वाध्याय :

तुमच्या परिसरात कार्यरत असणाऱ्या बँकांची एक सूची तयार करा आणि त्यांच्या कार्यानुसार त्यांचे वर्गीकरण करा.

१. कोणत्याही बँकेच्या तुमच्या जवळच्या शाखेत जा आणि पैसे भरण्यासाठी असणारा पे इन स्लीप फॉर्म घ्या. काल्पनिक रकमांनी तो भरायचा प्रयत्न करा.
२. खालील माहिती गोळा करा.
- अ. वेगवेगळी डिपॉझिट अकाऊंट उघडण्यासाठी लागणारी कमीतकमी रक्कम.
- ब. सेव्हींग्ज् बँक अकाऊंट, फिक्सड डिपॉझिट अकाऊंट, रिकरिंग डिपॉझिट अकाऊंट वर दिले जाणाऱ्या व्याजाचा दर.

विमा सेवा



तुम्ही बाजारपेठेत दुकाने पाहिलीच असतील. या दुकानांत अनेक वस्तू विक्रीसाठी ठेवलेल्या असतात. तुमच्यापैकी काहींनी असे कारखाने पाहिले असतील. जेथे पक्क्या मालाच्या उत्पादनासाठी यंत्रे बसवलेली असतात. तसेच तुम्हाला एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी माल वाहून नेणाऱ्या रेल्वे, ट्रॅक्स, जहाजे इत्यादी विषयी माहिती असेलच या सर्वात मोठ्या प्रमाणात पैसा गुंतलेला असतो. आणि मार्गात अनेक विघ्ने येण्याचा धोका असतो. उदाहरणार्थ एखाद्या दुकानात मालाची साठवणूक करताना तो माल विकत घेण्यासाठी बरेच पैसे गुंतवलेले असतात. आणि विक्री होण्याअगोदरच त्या मालाचे नुकसान होऊ शकते. हे नुकसान कोणत्याही प्रकारच्या अपघाताने आग, नैसर्गिक संकटे यांनी होऊ शकते. किंवा दंगली अथवा चोरी यामुळेही होऊ शकते. त्याचप्रमाणे कारखान्यांत यंत्रांची मोडतोड झाल्यास जवरी नुकसान होते. मालाची वाहतूक करताना हानी होऊ शकते किंवा अपघातामुळे माल नष्ट होऊ शकतो. अशा परिस्थितीत एखाद्या व्यावसायिकाला अंगावर सर्व खर्च ओढवून घ्यावा लागतो. त्या व्यावसायिकाची फक्त मालमत्तेच नव्हे तर, तो स्वतःसुद्धा धोकादायक परिस्थितीत अडकतो. कारण त्याच्या व्यवसाय रोजंदारीच्या पायावर उभारलेला असतो. त्याला रोजच या धोक्यांना तोंड द्यावे लागू शकते. त्याच्या स्वतःच्या आजारपणामुळे किंवा अपघातामुळे त्याच्या कुटुंबालाही नुकसानीस सामोरे जावे लागते.

हे धोके टाळता येण शक्य होईल किंवा त्यांची तीव्रता तरी कमी करता येईल या धोक्यांची काळजी घेण्यास दुसरे काही आहे का? या पाठात आपण याविषयी शिकूया.



उद्दिष्ट्ये

या प्रकरणाचा अभ्यास केल्यानंतर तुम्हाला कळेल की.

- व्यवसायातील धोक्याच्या प्रकाराविषयी स्पष्टीकरण करणे.
- विम्याची व्याख्या
- विम्याचे महत्त्व विषद करणे.
- वेगवेगळ्या प्रकारच्या विम्याची माहिती देणे.
- जीवनविमा, अग्नी विमा, सागरी विमा आणि इतर प्रकारच्या विम्यांची ठळक वैशिष्ट्ये वर्णन करणे.
- विमाकरारास लागू होणारी तत्त्वे विषद करणे.



टिपा

१०.१ व्यवसायातील धोक्याचे प्रकार :

एखाद्या व्यवसायात स्वतःला गुंतवून घ्यायचे तुम्ही ठरवले असेल तर स्वाभाविकपणे तुमचे मुख्य उद्दिष्ट लाभ मिळवण्याचे असेल . प्रत्येक व्यवसायाचे हे सर्वात उद्दिष्ट तर आहेच कारण फायदा नसेल तर भांडवल कमी कमी होत जाईल आणि कदाचित पूर्णच नुकसान होईल म्हणून तुम्ही तुमचा व्यवसाय कार्यक्षमतेने चालवण्यासाठी सर्व शक्ती पणास लावली पाहिजे . कधीकधी तुम्हाला असा शोध लागतो की, तुमच्या कारखान्यात उत्पादन केलेल्या मालाची विक्री कमी होत आहे . तुम्हाला हा एक इशाराच असतो . त्यानंतर तुम्ही यामागील कारणे शोधू लागता . जर तुम्हाला कारणे सापडली तर तुम्हाला उपायही सापडतील .

कल्पना करा की, तुमचा प्रतिस्पर्धी असलेला व्यापारी तुमच्या मालासारखाच दर्जा असणारा विदेशी माल अगदी कमीतकमी किंमतीत विकत आहे . त्याचा परिणाम म्हणून बाजारातील बदलत्या स्थितीनुसार तुम्हाला नुकसानीस तोंड द्यावे लागते . इतरही अनेक कारणांमुळे उत्पन्नाचे नुकसान होते . मिळणाऱ्या फायद्याचे नुकसान होते . वाहतूकीकरणातही कदाचित मालाचे नुकसान होते . कधीकधी अपघाताने गोदामात आग लागते . कारखान्यातील कामगार संपावर जातात . या गोष्टी तुम्ही अपेक्षिल्या नसतात . या शक्यतांवर तुम्हाला नियंत्रण ठेवणेही शक्य नसते . हीच धोक्याची संकल्पना आहे . व्यावसायिकाचे अगदी कमी नियंत्रण असणारी किंवा काही वेळा त्याच्या आवाक्याबाहेरची नुकसानीची शक्यता म्हणजे धोका जोगीम होय .

सर्व व्यावसायिक प्रक्रिया अनिश्चित प्रसंगांनी भरलेल्या असतात . घटनांनी भरलेल्या असतात आणि त्यामुळे हानी नुकसान सहन करावे लागते . वेळेवर सावधगिरी वाळगली तर, काही प्रमाणात नुकसान टळू शकते . पण काही हानी नुकसान व्यावसायिकाच्या स्वतःच्याच वागण्यामुळे घडते किंवा त्यांत इतरांचाही सहभाग असू शकतो .

हानी नुकसान साधारणपणे दोन वर्गात विभागता येईल . अनिश्चितता आणि धोके . अनिश्चितता म्हणजे घटना, ज्यांचे अगोदरच भाकीत करता येत नाही . पण धोक्याची कल्पना मात्र भूतकाळाच्या अनुभवांवरून येऊ शकते . कारखान्यांत किंवा गोदामात आग लागल्यास सावधगिरीचे कोणते प्रतिबंधात्मक उपाय योजले आहेत किंवा कमीतकमी नुकसान कसे होईल याकडे लक्ष पुरवावे लागते . अशीच स्थिती चोरी किंवा अपघात याबाबत असते .

आता दुसऱ्या प्रकारची परिस्थिती पाहू या . प्रत्येक व्यक्तीला आपल्या भविष्याचा विचार करावाच लागतो जेव्हा तो काम करण्यास असमर्थ होतो किंवा म्हातारपण अथवा आजारपणामुळे असमर्थता येते . पण या घटना काही अनिश्चित स्वरूपाच्या नव्हेत एखाद्या विशिष्ट वयानंतर आजारपण हे येणारच . ही गोष्ट लक्षात ठेवणेही आवश्यक आहे की मृत्यु कधीकधी अशा वेळेला येऊन धडकेल जेव्हा आपल्या कुटुंबाची काळजी घेण्याची गरज असेल आणि त्यांना उदरनिर्वाहाची साधने पुरवणे आवश्यक ठरेल .

व्यवसायात इतर आणखीही धोके असतात . एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी मालाची वाहतूक करताना अपघातामुळे मालाची हानी नुकसान होते . रेल्वे लोहमार्गावरून घसरू शकतात, पूल कोसळू शकतात किंवा इंजिनातील दोषामुळे विमाने पडू शकतात . दुसऱ्या शहरांत माल नेत असलेले ट्रक लुटले जाऊ शकतात . जहाजाद्वारे सागरी बंदरावर माल वाहून नेताना, चढउतार करताना मालाचे

नुकसान होऊ शकते दुसऱ्या कोणत्या पक्षाबरोबर किंवा भागीदाराबरोबर हे नुकसान वाटून घेणे शक्य होईल का ? विमा साधनांच्या माध्यमातून असे वाटप शक्य आहे का हे पाहू या .

जोखमींचे (धोक्याचे) प्रकार :

- अंदाजे धोके : केवळ सिध्दांतात्मक असणारे व्यावसायिक निर्णयाशी संबंधित धोके . उदा . फॅशनमधील बदल . सरकारी धोरण इ .
- शुद्ध धोके : जेथे नुकसानीचा अगोदरच अंदाज करता येतो असे धोके .
- मालमत्तेतील धोके : मालमत्तेच्या नुकसानीशी संबंधित
- वैयक्तिक धोके : लोकांच्या जीवन आणि आरोग्याशी निगडित .
- आर्थिक धोके : व्यवसायात होणाऱ्या आर्थिक चढउतारांशी संबंधित .
- बाजारी धोके : मालाच्या विक्रीशी निगडित .

१०.२ विमा या शब्दाचा अर्थ :

सोप्या शब्दांत, विमा म्हणजे असे एक साधन ज्याद्वारे हानी, नुकसान दुसऱ्या पक्षाकडे वर्ग केले जाऊ शकते . हा दुसरा पक्ष म्हणजे विमाचा हप्ता स्वीकारणारी व्यक्ती किंवा कंपनी असते . त्या व्यक्ती किंवा कंपनीला ज्या पक्षाच्या जोखीमा सोपविल्या जातात . तो पक्ष नुकसानीपासून सुरक्षित राहू शकतो . त्याला इन्शुअर्ड म्हणतात . विमा स्वीकारणारी एखादी संस्था असते (विमा कंपनी) जी हानी नुकसान वाटून घेण्याची तयारी दाखवते आणि तसे करण्याची त्या संस्थेची योग्यताही असते .

विमाधारक आणि विमा उतरवणारा या दोघांमधिल करार म्हणजे विमा होय . येथे विमाधारकाने दिलेल्या एका निश्चित रकमेच्या बदल्यात ज्यास प्रिमियम (विमा हप्ता) असे म्हणतात . विमा उतरवणारा, एक निश्चित रक्कम विमाधारकाला पुरविण्याची जबाबदारी घेतो . एखादी अटळ गोष्ट घडल्यास (निश्चित वयानंतर अथवा मृत्यूनंतर) किंवा वास्तविक हानी घडल्यास नुकसानभरपाई देण्याची ही जबाबदारी असते . करारात तशी कारणे नमूद केलेली असतात .



जर तुम्ही विमा ही संकल्पना लक्षात घेतली तर तुमच्या लक्षात येईल की सहकाराचेच हे एक रूप आहे, ज्यामध्ये विमाधारक, संभाव्य धोके लक्षात घेऊन हप्ते भरतो आणि अशा विमाधारकापैकी एखाद्या किंवा काही जणांनाच जीवनात धोके सहन करावे लागतात . फक्त त्यांनाच नुकसानभरपाई दिली जाते . खरे पाहता अशा धोक्यांस सामोरे जाणाऱ्यांची संख्या मोठ्या प्रमाणात असते आणि त्यापैकी निश्चित काळात नुकसान सोसणाऱ्यांची संख्या कमीच असते .



१०.१ पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न

खालीलपैकी कोणती विधाने सत्य किंवा असत्य आहेत ?

१. मालाचे नुकसान / हानी होण्याची शक्यता किंवा मानवी नुकसान होण्याची शक्यता म्हणजे जोखीम होय .





- २ . फॅशनमधील बदल ही पर्सनल जोग्नीम (सर्व कर्मचाऱ्यांची) होय .
- ३ . खात्रीचा मालाचे अनिश्चित घटनांमुळे होणारे नुकसान खुद्द त्या व्यावसायिकामुळेच झालेले असते .
- ४ . सावधगिरी बाळगून काही प्रकारचे धोके टाळता येऊ शकतात . यंत्राची मोडतोड हा असा एक धोका आहे .
- ५ . विमा हे असे एक साधन आहे की ज्याद्वारे दुसऱ्या दर्जात्मक पक्षाकडे जोग्नीम सोपवता येऊ शकते .
- ६ . विमाधारकाकडून विमाकंपनीस दिल्या जाणाऱ्या रकमेस प्रिमियम म्हणतात .

१०.३ विम्याचे महत्त्व :

विम्याचे महत्त्वाचे गुणगान करण्यासाठी त्यापासून मिळणाऱ्या फायद्यांची आपल्याला चर्चा करावी लागेल .

मागच्या विभागात स्पष्टीकरण केल्यापामाणे , वैयक्तिक अथवा व्यावसायिक नुकसानीचे परिणाम सांगण्यासाठी विमा सेवा कार्य करते . अनेकांना याचा फायदा होतो . अशा प्रकारे विमाधारकाला सुरक्षितता मिळते . एखादी व्यक्ती तिच्या सध्याच्या उत्पन्नातून वेळोवेळी विमाहप्ते भरत असेल तर निवृत्तीच्या वेळी ठराविक रक्कम मिळण्याची तिला खात्री असेल किंवा त्याच्या मृत्यूनंतर ती ठराविक रक्कम त्या व्यक्तीच्या कुटुंबाला मिळण्याची खात्री असेल . नुकसान हानीच्या चिंतेने सतत ग्रासलेल्या व्यावसायिकालाही त्याने जर विम्याचे नियमितपणे हप्ते भरले तर , चिंता करावी लागणार नाही . विशेषतः मोठ्या प्रमाणावरील उत्पादनांच्या बाबतीत विमा एक महत्त्वपूर्ण भूमिका निभावतो .

मोठ्या प्रमाणावरील उत्पादन आणि मालाचे राष्ट्रीय आणि आंतरराष्ट्रीय स्तरावर वाटप या दृष्टीकोनातून विमा महत्त्वाचा ठरतो . व्यापारी आणि औद्योगिक अशा दोन्ही प्रकारच्या संस्थांसाठी विमा एक मदतनीस म्हणून कार्य करतो . व्यापारी आणि औद्योगिक संस्थांमध्ये मालमत्ता आणि कारखाने यासाठी फार मोठी गुंतवणूक करण्यात आलेली असते . इतकेच नव्हे तर या यादीत कच्चा माल , व्यवसायाचे पूरक भाग आणि अंतिम अवस्थेतील माल यांतही रकमेची गुंतवणूक असते विम्याच्या माध्यमातून उद्योग व्यवसायातील सभासदांना सुरक्षितता लाभते . त्यांना ही खात्री मिळत की प्रतिकालक रक्कम देऊन , भविष्यात काही नुकसान हानी झाल्यास त्यांना नुकसानभरपाई मिळणार आहे .

राष्ट्राच्या आर्थिक दृष्टिकोनातून पाहिल्यास विमा एखाद्याला वचतीसाठी सक्षम बनवतो विमा कंपनी ही वचत हप्त्यांद्वारे जमा करतात हा निधी मोठमोठ्या कंपन्यांत अथवा सरकारच्या सुरक्षा खात्यांत गुंतविला जातो .

म्हातारपण आणि मृत्यू यांपासून ज्यांना कमी धोके पत्करायचे आहेत अशा लोकांचे मन वळवून त्यांच्या सध्याच्या उत्पन्नातीलच काही भाग वचत म्हणून यात गुंतवता येते . या गोष्टीचे फार मोठे महत्त्व आहे .

विमा हा लोकांसाठी नोकरी मिळवण्याचा एक स्रोतही आहे देशभर पसरलेल्या विमा कंपन्यांच्या कार्या लयात लोकांना थेट नोकरी मिळू शकते . आणि विमा कंपन्यांचे प्रतिनिधी म्हणून काम करून स्वतःचा उदरनिर्वाह करण्याची संधीही मिळते .



१०.२ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न

कंसात दिलेले योग्य शब्द वापरून रिकाम्या जागा भरा .

- १ . विमा हे एक असे साधन आहे की जे काही प्रमाणात चा अंदाज सांगते .
(नुकसानीचा / खर्चाचा)
- २ . विम्यामुळे व्यावसायिक जगतातल्या सदस्यांना वाटते .
(सुरक्षित / असुरक्षित)
- ३ . विमा कंपनी त्यांचा निधी कापोरेट किंवा सरकारी मध्ये गुंतवतात .
(सुरक्षा निधी / कर्जरोखे)
- ४ . विमा कॉमर्स (वाणिज्य) तसेच साठी मदतनीस म्हणून कार्य करते .
(उद्योग / व्यापार)

१०.४ विम्याचे प्रकार :

विमा, जो करारावर आधारित असतो, त्याचे वर्गीकरण ढोबळमानाने पुढील प्रकारात केले जाते .

- १ . जीवन विमा
- २ . अग्नी विमा
- ३ . सागरी विमा
- ४ . इतर प्रकारांचा विमा उदाः चोरी / दरोडेखोरीचा विमा, वाहनविमा इ .

१ . **जीवन विमा :** जीवन विमा ज्यास लाईफ इन्शुरन्स असेही संबोधले जाते . हा असा करार असतो की ज्यामध्ये विमा कंपनी विमाधारकाच्या मृत्युनंतर एक निश्चित अशी रक्कम देण्याची जबाबदारी घेते किंवा काही विशिष्ट वर्षांच्या मयदिनंतर रक्कम देते . त्याबदल्यात विमाधारक, विमाहप्त्यापोटी एक ठराविक रक्कम, एकाच हप्त्यात किंवा वेळोवेळी दिल्या जाणाऱ्या हप्त्यात, वार्षिक, अर्धवार्षिक, तिमाही किंवा मासिक अशा विविध प्रकारे देऊ शकतो . अशा बाबतीत जोखमीच्या घटना निश्चित घडणाऱ्या असतात . म्हणून जीवन विम्यानाच खात्रीचा जीवन विमा असे म्हटले जाते . कराराच्या लिखित स्वरूपास लाईफ इन्शुरन्स पॉलिसी (जीवन विमा धोरण) असे म्हटले जाते . विमाधारकाला या कराराद्वारे एक निश्चित ठरवलेली रक्कम मिळते . तो नसेल तर त्याच्या कायदेशीर वारसास ही रक्कम मिळते . मग ती ठरवलेल्या तारखेस असो किंवा एखादी घटना घडल्यावर असो . ती रक्कम निश्चितपणे मिळणारच . व्यावसायिक त्यांच्या कामगारांना जीवन विमा पुरवू शकतात .

तसेच समूह विमा योजनाही असे व्यावसायिक करू शकतात . तसेच त्यामुळे कामगारांमध्ये निष्ठा वाढीस लागते . आणि कर्जे उभारताना सुरक्षा म्हणूनही त्याचा उपयोग होतो .

दोन मुख्य प्रकारच्या जीवन सुरक्षा योजना आहेत . अ . संपूर्ण जीवन विमा योजना ब . इण्डायमेंट अथवा हयातीतील विमा योजना होल लाईफ पॉलिसीत (संपूर्ण जीवन विमा





योजनेत) विमाधारकाला तो ह्यात असेपर्यंत हप्ते भरावयाचे असतात. ठरवलेली रक्कम त्याच्या वारसांना त्याच्या मृत्युनंतरच मिळते. दुसरीकडे, इण्डाऊमन्ट पॉलिसी मर्यादीत काळासाठी असते किंवा विमाधारकांच्या विशिष्ट कालावधीनंतर निश्चित रक्कम परत मिळते किंवा विमाधारकाचा लवकर मृत्यु झाल्यास कुटुंबियांना विमा रक्कम मिळते.

२. **अग्नी विमा :** अग्नी विम्याचा करार करताना विमासंख्या विमाधारकाने भरलेल्या हप्त्यांवर आगीमुळे झालेल्या नुकसानीसंबंधी अथवा मोडतोडीसंबंधी एक ठराविक रक्कम नुकसानभरपाई म्हणून देते हा नुकसानभरपाईचा करार असतो आणि हानी झालेल्या आगीमुळे हानी झालेल्या मालमत्तेव्यतिरिक्त जास्त रकमेचा हक्क विमाधारकाला दाखवता येत नाही. किंवा योजनेची रक्कम कमी असेल तर ती ग्राह्य धरली जाते. आगीमुळे नुकसान झाल्यास दोन अटींवर दावा दाखल करता येतो. त्या अटी म्हणजे (अ) खरोखरच आग लागली असली पाहिजे आणि (ब) आग अपघाताने लागली असली पाहिजे. मुद्दाम लावलेली नसावी. आगीचे कारण क्षुल्लक नसावे. अशा प्रकारच्या दाव्याचे तत्त्व नुकसानभरपाईच्या तत्वावर आधारलेले असते. विमाधारकाला जे खरे नुकसान भरपाईच्या तत्वावर आधारलेले असते. विमाधारकाला जे खरे नुकसान सोसावे लागलेले असते. तेवढी रक्कम त्याने जी पॉलिसी घेतली असेल त्याप्रमाणे जास्तीत जास्त, नुकसान भरपाई म्हणून मिळते. विमाधारक विम्यातून फायदा कमवू शकत नाही. उदा. जर एखाद्याने काही मालावर २०,००० रु चा आग विमा योजना घेतली असेल आणि त्यापैकी समजा १५,००० रु चा माल आगीमुळे नष्ट झाला तर विमाधारक १५,००० रु च्याच नुकसानीवर हक्क दाखवू शकतो. २०,००० रु वर नाही. विमा कंपनी त्याचा विचार करते.

३. **सागरी विमा (मरीन इन्शुरन्स) :** सागरी विमा हा असा करार असतो की ज्यात विमा कंपनी (जिलाच विमा स्वीकारणारी अंडरराईटर असे म्हणतात.) जोगीमांच्या वावतीत जहाज किंवा कार्गो मालकाला नुकसानभरपाई देण्यास मान्यता देते. सागरास काही विलक्षण घटना घडत असतात.त्या अनपेक्षित असतात. मालाची जलवाहतूक करताना जहाजातील मालाच्या नुकसानीच्या विम्याचाही त्यात अंतर्भाव असतो. वादळामुळे होणाऱ्या मालाच्या नुकसानीचा विमा कार्गो विमा म्हणून ओळखला जातो. या विम्यामुळे जहाजमालकाला सागरी धोक्यांपासून मालाचे नुकसान झाल्यास मिळणाऱ्या रकमेची खात्री मिळते. जेव्हा संपूर्ण जहाजाचा विमा उतरवतात तेव्हा त्यास 'हल' विमा असे म्हटले जाते. सागरी धोक्यांपासून दूर अशा सुरक्षित बंदरावरती जहाजावरील माल पोचला तर शिपिंग कंपनी, मालाचे नुकसान झाले असल्यास जहाजमालकाला विम्याचे पैसे देते. अशा प्रकारच्या सागरी विम्यास 'फ्रेईट इन्शुरन्स' असे म्हणतात. असे सर्व प्रकारचे सागरीविमे व त्यांचे करार नुकसान भरपाईशी संबंधित असतात.

पुढे विविध प्रकारच्या मरीन इन्शुरन्स पॉलिसीज दिल्या आहेत.

अ. **टाईम पॉलिसी :** या पॉलिसीअंतर्गत एका विशिष्ट ठरवलेल्या कालावधीसाठी सर्व साधारणपणे एक वर्षासाठी, विम्याच्या रकमेची खात्री असते.



टिपा

ब . व्हॉयेज पॉलिसी (जलप्रवास) : हा विमा एखाद्या विशिष्ट जलप्रवासासाठी असतो. ज्यात कालावधी विचारात घेतला जात नाही. विशेषतः हा कार्गो इन्शुरन्ससाठी वापरला जातो.

क . मिक्स्ड पॉलिसी (मिश्र) : या पॉलिसीअंतर्गत (उदा. हल विमा) एका निश्चित काळासाठी विशिष्ट जलप्रवासावर विम्याची खात्री मिळते. अशा प्रकारे मिक्स्ड पॉलिसी अंतर्गत एखाद्या जहाजाला मुंबई ते कोलंबो या जलप्रवासासाठी सहा महिन्यांच्या कालावधीसाठी विम्याची खात्री मिळते.

ड . फ्लोटिंग पॉलिसी : या पॉलिसीअंतर्गत पूर्ण रक्कम विचारात घेतली जाते आणि जेव्हा जेव्हा जहाजावर माल चढवला जातो. तेव्हा तेव्हा कंपनी त्याचे मूल्य जाहीर करते आणि पॉलिसीचे मूल्य त्या पूर्ण रकमेतून वजा केले जाते.

अशा प्रकारे पॉलिसीची पूर्ण किंमत उपयोगात येईपर्यंत ही शिपमेन्टची क्रिया (जहाजावर माल चढवणे) चालू राहते.

अग्नी, सागरी आणि जीवन (आयुर्विमा) विमा यांतील फरक

क्र.	फरकावर आधारित मुद्दे	अग्नी विमा	सागरी विमा	जीवन विमा (आयुर्विमा)
१	नुकसान भरपाई	विमा उतरलेली रक्कम किंवा प्रत्यक्ष झालेले नुकसान यापैकी जी रक्कम कमी असेल ती नुकसान भरपाई म्हणून दिली जाते.	खरेदी केलेल्या मालाची किंमत आणि फायद्याचा १०-१५% भाग नुकसानभरपाई म्हणून दिला जातो.	विशिष्ट रक्कम भरल्याशिवाय कोणत्याही हानीची नुकसानभरपाई मिळत नाही.
२	उतरविलेल्या विम्यावर मिळणारे व्याज (विमायोग्य हितलाभ)	पॉलिसी घेतानाची वेळ आणि हानी नुकसान झाल्याची वेळ या दोन्ही प्रकारांत उतरवलेल्या विम्यावर व्याज द्यावे लागते.	फक्त नुकसानीच्या वेळेसच उतरवलेल्या विम्यावर व्याज द्यावे लागते.	पॉलिसी घेतानाच्या रकमेवरच व्याज दिले जाते.
३	विमायोजनेचे अभिहस्तांकन	विमाकंपनीच्या परवानगीशिवाय अभिहस्तांकन करता येत नाही.	विमाकंपनीच्या परवानगीशिवाय अभिहस्तांकन करता येत नाही.	अभिहस्तांकन करता येत नाही.
४	जोगवमीचा प्रकार	अनिश्चित	अनिश्चित	निश्चित : पण कालावधी अनिश्चित



५	कालावधी	साधारणपणे एक वर्षासाठी	साधारणपणे एक वर्षासाठी	मोट्या कालावधीसाठी
६	हप्ता	विम्याच्या रकमेवर हप्ता ठरतो. जितकी जास्त रक्कम विम्यात गुंतवली जाते तितका हप्ता जास्त असतो.	नाश किंवा नुकसान घडविण्याच्या बाबींवर हप्ता ठरतो.	विमेदाराच्या वयावर आणि पॉलिसीच्या अवधीवर हप्ता ठरतो.
७	हेतू	आगीच्या हानीपासून छत्र मिळविणे.	सागरी हानीपासून छत्र मिळविणे	संरक्षण व गुंतवणूक
८	सरेंडर (समर्पण करणे)	(ठरवलेला) अवधी पूर्ण होण्याआधी सरेंडर करता येत नाही.	अवधी पूर्ण होण्या आधी सरेंडर करता येत नाही.	परिपक्वतेच्या (मॅच्युरिटीच्या) अगोदर सरेंडर करता येत नाही.

४ . **इतर विमा प्रकार :** जीवनाचा (आयुर्विमा), सागरी आणि आगीच्या विम्याशिवाय सर्व साधारण विमा कंपन्या वेगवेगळ्या पॉलिसीद्वारे जोखमीचे संरक्षण करत असतात. खाली अशा काही जोखमी आणि वेगवेगळ्या पॉलिसीज यांची माहिती दिली आहे.

अ . वाहनाचा विमा : अपघात अथवा चोरी यांपासून वाहनाची होणारी हानी टाळण्यासाठी. अनेक जोखमींपासून संरक्षण मिळण्यासाठी मोटारी, प्रवासी गाड्या, व्हॅन्स, व्यावसायिक वाहने, मोटरसाईकल्स, स्कूटर्स इ. चा विमा काढता येतो. थर्ड पार्टी (तृतीय पक्ष) लायबिलिटी पॉलिसीअंतर्गत वाहनामुळे कोणत्याही तृतीय पक्षाला इजा झाली, मृत्यु झाला तर नुकसानभरपाई मिळते. मोटार व्हेईकल्स ॲक्टनुसार प्रत्येक वाहनधारकाकडे थर्ड लायबिलिटी पॉलिसी असणे सक्तीचे आहे.

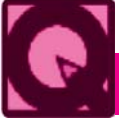
ब . चोरी / दरोडा यांचा विमा : या विमाअंतर्गत विमाधारकाला चोरीमुळे होणाऱ्या नुकसानीची भरपाई मिळते. याचाच अर्थ घरफोडी होऊन जर जंगम मालमत्तेचे नुकसान झालेतर नुकसान भरपाई मिळते.

क . फिडेलिटी (निष्ठावान विश्वासार्हता) विमा : पैशाचा अपहार अथवा पैसाची मालमत्तेची अफरातफर किंवा नोकर वर्गाकडून केला जाणारा गैरवापर यामुळे होणाऱ्या नुकसानीपासून संरक्षण मिळावे म्हणून व्यावसायिक, हे धोके समाविष्ट करणारी पॉलिसी घेऊ शकतो. नोकरवर्ग जर रोग्य रक्कम हाताळत असेल किंवा दुकानाचा भार सांभाळत असेल तर त्यापासून होणाऱ्या नुकसानीचे संरक्षण छत्र व्यावसायिकाला मिळू शकते. त्याला फिडेलिटी गॅरंटी करारावर सही करावी लागते.

ड . अपघात आणि आजारपण यांचा वैयक्तिक विमा : मृत्यु अथवा काही विशिष्ट परिस्थितीतील असमर्थता, याबाबतीतील पॉलिसीचा यात समावेश होतो. उदा: विमानप्रवास इत्यादी.

इ . लायबलिटी (उत्तरदायित्वाचा) विमा : या पॉलिसीत दुसऱ्या कुणाचा तरी मृत्यु झाल्यास अथवा त्याला काही इजा झाल्यास होणारे नुकसान टाळण्याच्या विम्याचा समावेश होतो . त्याचे दोन प्रकार आहेत . १ . नोकरवर्गाचे उत्तरदायित्व प्रत्येक कर्मचाऱ्याच्या सुरक्षिततेसाठी कायदेशीर जबाबदारी घेणे . २ . सर्वसामान्य दायित्वाचा आवारात भेट देण्यास येणाऱ्या जनतेसाठी वैयक्तिक आणि व्यावसायिक स्वरूपाच्या विम्याचा यात समावेश होतो .

फ . प्रॉपर्टी (मालमत्ता) विमा : यामध्ये एखाद्या दुकानातून, इमारतीतून अथवा आत समाविष्ट असलेल्या सामुग्रीचे स्थलांतर होणे अशा विविध गोष्टींचा समावेश होतो . व्यवसाय करणारे आणि वैयक्तिक, घराचे मालक अशा दोन्ही व्यक्तींना हा विमा लागू होतो .



१०.३ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न

पुढील विधाने सत्य की असत्य ते लिहा .

- १ सागरी विमा करार सर्वसामान्य करार असतात आणि आयुर्विमा हा नुकसानभरपाईचा करार असतो .
- २ आगीच्या विम्यात आगीपासूनच्या नुकसानीचा समावेश असतो . येथे विमा कंपनीकडे दावा करताना आगीचे कारण शुल्क असू शकते .
- ३ सागरी धोक्यापासून जहाजाची हानी झाल्यास नुकसानभरपाई मिळते .
- ४ हयातीतील विमा इण्डाउमेन्ट योजनेसाठी विमाधारकाला संपूर्ण आयुष्यभर हप्ते भरावे लागतात .
- ५ आयुर्विम्यासाठी एकदम संपूर्ण रक्कम भरता येते किंवा ती रक्कम वार्षिक हप्त्यांतही भरता येते .
- ६ सागरी विमाअंतर्गत 'हल' विम्यासाठी विशिष्ट कालावधी मिळतो .
- ७ विश्वासार्हता विमा व्यवसायाच्या मालकासाठी सक्तीचा नसतो .
- ८ नुकसानभरपाईच्या कराराच्या तत्वात ही गोष्ट अंतर्भूत असते की विमाधारक विम्याबाहेर विमाकराराचा फायदा मिळवू शकणार नाही .

१०.५ विम्याची तत्त्वे :

विमाधारक आणि विमा करणारी संस्था या दोहोंमधील करारांतर्गत काही तत्त्वे निश्चित करण्यात आली आहेत . या तत्त्वांची चर्चा पुढे केली आहे .

- १ . **एकमेकांना एकमेकांविषयी अधिकाधिक विश्वासार्हता :** विमाविषयक करार हा परस्परविश्वास आणि खाजगी गुप्त गोष्टी यांवर आधारलेला असतो . विमा करारातील दोन्ही पक्षांना आपल्याविषयीची पूर्ण माहिती उघड करावीच लागते . (असे बंधन आहे .)





विमा कंपनीने त्यांच्या योजनांत दिलेल्या सर्व वचनांना न्याय दिलाच पाहिजे. दडवलेली माहिती कराराचा भंग करू शकते. उदा. आयुर्विम्याचा करार करताना विमाधारकाने विमाकंपनीला त्याला जर असाध्य आजार असेल तर त्याबाबत पूर्ण माहिती जाहीर केली पाहिजे. जर त्याने तसे जाहीर केले नाही तर पुढेमागे त्याच्या मृत्युचे कारण तो आजार होता असे सिद्ध झाल्यास कोणत्याही दाव्यासाठी कंपनी जबाबदार रहात नाही.

२. **विमायोग्य हितलाभ :** याचा अर्थ आर्थिक अथवा पैशासंबंधी बाबींचा विम्याचा लाभ होय. म्हणजेच विमा उतरवलेल्या बाबीचे काणतेही नुकसान न झाल्याने विमाधारक व त्याच्यावर असलेले कुटुंबिय हे नेहमी फायद्यात राहतील आणि त्याचे नुकसान किंवा नाश झाला तर त्यांचे अमर्यादित नुकसान होईल. आयुर्विम्याच्या बाबतीत पॉलिसी घेताना त्यावेळेस विमायोग्य हितलाभ असलाच पाहिजे. उदा. एखादी व्यक्ती त्याच्या पत्नीच्या नावे विमा पॉलिसी घेऊ शकते. आणि नंतर जर त्यांचा घटस्फोट झाला तर त्याचा विमाकरारावर परिणाम होत नाही. कारण विमा करार करण्याच्या वेळेस पतीने त्याच्या पत्नीच्या जीवनात विमायोग्य हितलाभ घेतलेला असतो.

सागरी विम्याच्या बाबतीत मालमत्तेचे नुकसान अथवा हानी होण्याच्या वेळेसच विमयोग्य हितलाभ असले पाहिजेत. आगीच्या विम्याच्या करारात तो पॉलिसी घेण्याच्या वेळेस आणि मालमत्तेच्या नुकसानीच्या वेळेस अशा दोन्ही स्थितीत अस्तित्वात असला पाहिजे.

३. **नुकसानभरपाई :** या शब्दाचा अर्थ एखादी घटना घडण्याअगोदर एखाद्याची अशी परिस्थिती होती त्या स्थितीत त्याला परत आणणे हे तत्व आग आणि सागरी विम्यास लागू होते. आयुर्विम्यास लागू होत नाही. कारण एकदा गेलेले आयुष्य परत मिळवता येत नाही.

या तत्वाचा हेतू असा की विमाकरारातून विमाधारकाला कोणताही फायदा करून घेण्याची परवानगी नसते. प्रत्यक्ष हानीवर किंवा ठरवलेल्या रकमेवर यापैकी जी रक्कम कमी असेल त्यावर नुकसान भरपाई दिली जाते.

४. **साहाय्य (हातभार) :** एकच प्रतिपाद्य विषय स्वीकारणाऱ्या एकापेक्षा अनेक विमाकंपन्या असू शकतात. अशा बाबतीत विमाधारकाला दिली जाणारी रक्कम या कंपन्यांनी वाटून घेतली पाहिजे. वैयक्तिक विमा संस्थेने त्या रकमेच्या प्रमाणात विम्याची रक्कम द्यावी लागते.

५. **सब्रोगेशन (विमा कंपन्यांचा कायदेशीर हक्क) :** विमा सब्रोगेशन या कराराचा अर्थ विमा कंपनीने विमेदाराला नुकसानभरपाई दिली की विम्याच्या प्रतिपाद्यतेप्रमाणे विमा कंपनीला विमाधारकाचे सर्व हक्क मिळतत. उदा. आगीमुळे जर २०,००० रु मूल्य असलेला माल नष्ट झाला आणि विमाकंपनीने अंशतः नष्ट झालेला स्वतःकडे माल घेते आणि तो बाजारात विकते.

६. **उपशमन (उतार) :** एखाद्या दुर्घटनेबाबत विमधारक हानी / नुकसान कमी होण्यासाठी शक्य ती सर्व पावले उचलत असतो किंवा ते सौम्य करण्याचा प्रयत्न करतो. या तत्त्वाने अशी खात्री होते की विमेदाराने एकदा विमा पॉलिसी घेतल्यावर त्या प्रतिपाद्य घटनेबाबत गाफील राहू नये. विमाधारकाने अशाच पद्धतीने कार्य करणे अपेक्षित असते.

- ७ . **कॉझा-प्रॉक्झिमा (अगदी जवळचे कारण) :** या तत्त्वानुसार विमाधारक त्याच्या नुकसानीविषयी दावा दाखल करू शकतो . पण ते ठरविलेल्या जोखमींबाबत असेल तरच . झालेल्या नुकसानीचे कारण नजीकचे पाहिजे . नंतरच विमा कंपनी नुकसानभरपाई देऊ शकते . उदाः एकदा एक जहाज संज्याची वाहतूक करत होते . नुकसानीपासून त्यास विमासंरक्षण होते . ते जहाज किनाऱ्यावर सुरक्षितपणे पोचले . आणि जहाजावरून संत्री उतरवण्यास उशीर झाला . त्यामुळे सर्व संत्री नामून गेली . पण विमाकंपनीने कोणतीही नुकसानभरपाई दिली नाही . कारण नुकसानीचे कारण माल लवकर उतरवला नाही हे होते . जलप्रवासादरम्यान अपघाताने संज्याचे नुकसान झाले नव्हते .



१०.४ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न

योग्य शब्द वापरून रिकाम्या जागा भरा .

- १ . विमाधारक आणि विमाकंपनी यांमधील विश्वासाहतेचे तत्त्व आणि यांवर आधारलेले असते .
- २ . आयुर्विम्याच्या बाबतीत पॉलिसीचा करताना विमायोग्य हितलाभ असलाच पाहिजे .
- ३ या तत्त्वाच्या मागे असा हेतू असतो की . विमाकरारातून विमाधारकाला कोणताही फायदा करून घेण्याची परवानगी नसते .
- ४ . एकच प्रतिपाद्य विषय स्वीकारणाऱ्या एकाहून अधिक कंपन्या असतील तर विमाधारकाला दिली जाणारी रक्कम कंपन्यांनी विमारकमेच्या वाटून घेतली पाहिजे .



तुम्ही काय शिकलात

- नुकसान हानी ही अशैजोखीम असते की त्याच्या कारणांवर आपल्याला फारच थोडे नियंत्रण ठेवता येते किंवा अजिवातच नियंत्रण ठेवता येत नाही . अनिश्चितपणे घडणाऱ्या घटनांमुळे प्रत्येक व्यावसायिक क्रियांना नुकसानीस सामोरे जावे लागते .
- विमा हे एक असे साधन आहे की ज्यामुळे हानी नुकसान दुसऱ्या पक्षाकडे सोपविता येते . (विमा कंपनीकडे) त्यासाठी ठराविक रक्कम विमाकंपनीकडे भरावी लागते . त्यास विमाहप्ता म्हणतात . जो पक्ष विमाकंपनीकडे जोखीम सोपवितो त्यास विमाधारक (विमेदार) असे संबोधले जाते .
- विमा हा विमाधारक आणि विमासंस्था यांमधील करार असतो . यामध्ये एका विशिष्ट रकमेच्या बदल्यात (विमाहप्ता) विमासंस्था एखादी घटना निश्चित घडल्यास (विमाधारक वृद्ध झाल्यास) एक विशिष्ट रक्कम विमाधारकाला पुरविण्याची जबाबदारी घेते . तसेच विमाछत्राखाली असणाऱ्या अधिकृत हानीसाठी रक्कम देते .



विमा सेवा

१२. कोणत्या कालावधीसाठी विमायोग्य हितलाभ असतील
१. जीवन विमा २. अग्नी विमा ३. सागरी विमा



पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्नांची उत्तरे

- १०.१ १. सत्य २. असत्य ३. असत्य ४. सत्य
५. सत्य ६. सत्य
- १०.२ १. नुकसानीचा २. सुरक्षित ३. कर्जरोखे ४. उद्योग
- १०.३ १. असत्य २. सत्य ३. सत्य ४. असत्य
५. सत्य ६. सत्य ७. सत्य ८. सत्य
- १०.४ १. परस्पर विश्वास आणि खाजगी गुप्त गोष्टी
२. करार
३. नुकसानभरपाई
४. प्रमाणात

तुम्ही हे कराल :

१. तुमच्या परिसरात असलेल्या, आगीच्या नुकसानीपासून ज्यांना विमाछत्र मिळाले आहे अशा, अनेक दुकानदारांची चौकशी करा.
२. तुमच्या शेजारी राहणाऱ्या ज्या लोकांनी जीवन विमा पॉलिसी (आयुर्विमा) घेतली आहे. त्यांची माहिती गोळा करा. त्यांनी होल लाईफ पॉलिसी (तहहयात हप्ते भरावयाचा हयातीनंतरचा विमा) घेतली आहे की इन्डाउमन्ट पॉलिसी (हयातीतील विमा) घेतली आहे याची चौकशी करा.

विभाग ३

सेवा क्षेत्र



टिपा



आऊट सोअर्सिंग/करणावळीचे घेणे (बाहेरून करवून घेणे)

करणावळीचे घेणे (बाहेरून करवून घेणे) म्हणजे आपला स्वतःच्या कर्मचाऱ्यांकडून किंवा उत्पादनव्यवस्थेतून होऊ शकणारी कोणतीही वस्तू, आदान, काम किंवा संस्करण बऱ्याच काळासाठी बाहेरील दुसऱ्या कोणाकडून करवून घेणे . एखाद्याची वैयक्तिक एखाद्याची वैयक्तिक सचिव बाळंतपणाच्या रजेवर गेली असता तिच्याऐवजी दुसरीची हंगामी नेमणूक करणे ही कृती मात्र करणावळीच्या वरील व्याख्येत वसत नाही . असे बाहेरून करून घेतलेले आदान कोठेही आपल्या स्वतःच्या उत्पादनाच्या ठिकाणी किंवा प्रत्यक्ष वस्तू वापराच्या ठिकाणी असू शकते .

अशा करणावळीचा आपल्या पाहण्यातला, आजकाल चर्चेस असणारा संगणक आणि माहिती क्षेत्रातला एक दाखला म्हणजे . . . अमेरिका आणि विकसित देश आपली कामे भारत, चीन सारखा परदेशाकडून करवून घेतात . व्यावसायिक परिभाषेत याला परदेशातून करवून घेणे असे म्हणतात . याची काही ठळक उदाहरणे आहेत . दूरध्वनीवर ग्राहकसंपर्क, तंत्रव्यावसायिक सहाय्य आणि संगणकीय यंत्रणा . एखाद्या कामांत या कारागिरीत खास कसव असते हे ओळखले गेल्यापासून करणावळीने करवून घेण्याची पद्धत अस्तित्वात आली आहे .



ग्राहकाच्या मागणीनुसार परदेशातून करवून घेण्याची प्रथा रूढ झाल्यामुळे व्यावसायिक करणावळ पद्धत (व्यापक) सारख्या सर्वमान्य पद्धतीची गरज भासू लागली आहे . व्यापक प्रणालीमध्ये अशा सेवा देणाऱ्याला (संस्थेला, उद्योगाला या व्यक्तीला) एकाने विशिष्ट काम, वेतनपत्रक किंवा पगारपत्रक वनविण्यासारखे नेमून दिले जाते . सर्वसाधारणपणे व्यापक प्रणालीचा अवलंब अशा वेळी केला जातो जेव्हा उत्पादनखर्च कमी करून बाजारपेठेत आपले स्पर्धात्मक स्थान टिकवून ठेवणे आवश्यक असते . प्रस्तुत पाठामध्ये आपण समजून घेणार आहोत . व्यापक प्रणाली व अवाप प्रणाली म्हणजे बाहेरून अनुज्ञापन घेण्याची प्रणाली व पद्धत या संकल्पना व त्या प्रणालींचे महत्त्व .



उद्दिष्ट्ये

या धड्यातील एककाचा अभ्यास केल्यावर आपल्याला खालील गोष्टी करता येतील .

- व्यावसायिक करवून घेणे प्रणालीची संकल्पना समजून घेणे .
- बाहेरून अनुज्ञापन पद्धत प्रणालीची संकल्पना समजून घेणे .
- व्यापक व अवाप प्रणालींचे महत्त्व समजणे .
- व्यापक व अवाप प्रणालींमधे भेद स्पष्ट .

११.१ व्यावसायिक करवून घेणे (व्यापक) प्रणालीची संकल्पना :

व्यावसायिक करवून घेणे (व्यापक) या संकल्पनेची व्याख्या पुढीलप्रमाणे करता येईल. एखादे काम किंवा कामगिरी स्वतः (किंवा स्वतःच्या उद्योगात, व्यवसायात वा स्वतःच्या कर्मचाऱ्याकडून) करून न घेता ते काम बाहेरची कोणतीही संस्था, व्यवसाय व्यक्तीकडून करवून घेणे. उदाहरण घ्यायचे झालं तर एखादी विमाव्यवसायसंस्था विम्याच्या देयकासंबंधीच्या कागदपत्रांचं आपलं काम बाहेरून करवून घेईल. एखादी बँक कर्जासंबंधीच्या कागदपत्रांची आपली सर्व काम बाहेरून करवून घेईल. व्यापक प्रणालींची आणखी कांही ठळक उदाहरणं म्हणजे ग्राहकसंपर्क केंद्रे चालविणे आणि पगारपत्रके बनविणे.

या प्रणालीचा अवलंब करणाऱ्या ग्राहकांचा उद्देश असतो बाहेरून असं काम करवून घेऊन आपला खर्च कमी करणे. असं काम करून देणाऱ्या संस्था इतरही अनेक ग्राहकांना असंच काम करून देत असल्यामुळे त्यांना मोठ्या प्रमाणावर काम करण्याचा व त्याद्वारे त्यांना व पर्यायाने त्यांच्या ग्राहकांना कमी उत्पादन खर्चाचा लाभ मिळण्याची शक्यता असते. कदाचित असा खर्च कमी असण्याचे दुसरे कारण म्हणजे निरनिराळ्या देशात असलेला मजुरीचा कमी दर.



व्यापक प्रणालींचे साधारण दोन प्रकार दिसून येतात. अंतर्गत (व्यवहार) करणावळी प्रणाली ज्यामध्ये खरेदी, देयके सारख्या अंतर्गत व्यवहाराची कामे अंतर्भूत आहेत आणि बाहेरील (व्यवहार) करणावळी प्रणाली ज्यामध्ये ग्राहकासंबंधीत कामे उदा. विक्री, तंत्रव्यावसायिक सहाय्य, अशी संस्थेच्या बाहेरील घटकांशी असणारी कामे अंतर्भूत आहेत. समस्या हाताळणीसाठी व्याकपमध्ये विविध प्रकारचे उत्तम, डावपेचात्मक व अनेकांनी उपयुक्तउपाय उपलब्ध होतात आणि त्यामुळे खर्च कमी होतो. तसेच व्यवसायातील उद्दिष्टेही साध्य करता येतात.

सोप्या शब्दांत सांगायचे झाले ते असे सांगता येईल. बाहेरून (वा व्यावसायिक) करवून घेणे (व्यापक) प्रणालीत एखादी उत्पादन (वा व्यावसायिक) संस्था आपली उत्पादनाची कांही कामे बाहेरच्या एखाद्या व्यवसायाकडे (वा संस्थेकडे) ठराविक शुल्क देऊन सोपविते त्याचबरोबर त्या सोपविलेल्या कामाचे किंवा हुना त्याच्याशी संबंधित सर्व उत्पादन प्रक्रियेचे नियंत्रणही त्या संस्थेकडे सुपूर्द करते. ह्यामुळे उत्पादन खर्च बऱ्याच प्रमाणात कमी होऊन नफाही वाढतो.

बाहेरून (व्यापक) करून घेण्याच्या प्रणालीमुळे ग्राहकांचे समाधान होऊन संस्थेवरील त्यांचा विश्वास कायम राहतो. उत्पादकता वाढते, स्पर्धेत टिकून राहता येते या सगळ्याचा परिपाक म्हणून लाभवृद्धी होते. अशा प्रणालीमधून करून घेतली जाणारी विविध प्रकारची कामे आहेत. पगारपत्रकांचे काम, संगणकाधारित माहिती देणेघेणे व संस्करणाची कामे, माहितीक्षेत्रातील कामे मानवसाधनसंबंधित कामे ग्राहकसंपर्क व सहाय्य केंद्रे, वैद्यकीय मजकूर अनुवाद, देयक काढणे वगैरे. या प्रणालींचा माहितीक्षेत्राशी असलेला निकट संबंध लक्षात घेतो. ह्या उद्योगाला माहिती तंत्रशास्त्रकार्यान्वित सेवा (मातंकासे) असे संबोधले जाते. अर्थात वाकप प्रणालीतून केवळ माहितीक्षेत्राचंच काम होतं असं मुळीच नाही.





यापुढे वेळोवेळी वाकप प्रणालीच्या संदर्भात पुढील अर्थ घेतला जाईल . व्यावसायिक संस्थेची दुय्यम कामे किंवा त्यांच्याशी अनुषंगिक कामे , त्यांच्याशी संबंधित व्यक्ती आणि पद्धतीचा वापर करून बाहेरून करवून घेणे . त्याद्वारे अधिक चांगली सेवा देणे व बचत साधणे या प्रणालीचा उपयोग प्रामुख्याने उत्पादनप्रक्रिया सुधारून त्याद्वारे अधिक चांगली सेवा देणे व बचत साधणे . या प्रणालीचा उपयोग प्रामुख्याने उत्पादनप्रक्रिया सुधारून ती लवचिकता आणणे , ग्राहकांच्या मनांत उत्पादनाचा ठसा उमविणे , ग्राहकसंबंध सुधारणे यासाठी आणि अंतिमतः संपूर्ण व्यवस्थापनयंत्रणा उत्कृष्ट करण्यासाठी होती .

११.२ व्यापक पद्धतीचे फायदे :

बाहेरून करणावळ पद्धतीची एक महत्त्वाची बाब म्हणजे त्याचा अवलंब करून संस्थेच्या वरिष्ठ व्यवस्थापक मंडळींना त्यांच्या एरवीच्या व्यस्त कार्यक्रमात दैनंदिन उत्पादनाच्या कामातील कांही फुटकळ विनमहत्त्वाच्या गोष्टीकडे लक्ष द्यावे लागत नाही . यामुळे होते काय की एखादे काम बाहेरून करून घेणे सुरू झाले की अशा (व्यवस्थापक) मंडळींना इतर नवीन उत्पादनाकडे , अधिक उत्पन्न देऊ शकणाऱ्या मार्गाकडे लक्ष देता येते कार्यान्वित असलेल्या इतर प्रकल्पांना गती देता येते आणि आपल्या ग्राहकांकडेही लक्ष केंद्रित करता येते .

अंतर्गत व्यवहाराची कामे (बाहेरून)विकसनशील आणि अविकसित देशातून करवून घेण्यात खालील फायदे आहेत .

- १ . **उत्पादन खर्चात बचत :** उत्पादन पद्धतीत सुधारणा , पुनर अभियोजन आणि तंत्रशास्त्राचा योग्य वापर करून प्रशासकीय व अनुषंगिक खर्च कमी करत त्यावर नियंत्रण ठेवून अशी बचत करता येते .
- २ . **संस्थेच्या प्रमुख व्यवसायावर लक्ष केंद्रित करणे :** दैनंदिन अंतर्गत कामकाजाची वरीलप्रमाणे व्यवस्था लावल्यावर व्यवस्थापक मंडळींना संस्थेच्या मुख्य व्यवसायाकडे पुरेसे आणि अधिक लक्ष द्यायला वेळ मिळू शकतो .
- ३ . **बाहेरच्या अनुभवी तज्ज्ञांचा सल्ला :** नवीन व्यक्ती नेमणे आणि त्यांना प्रशिक्षण देण्याऐवजी वाकप पद्धतीमध्ये त्या त्या विवक्षित क्षेत्रातल्या तज्ज्ञ संस्था व जाणकारांकडून आवश्यक ते मार्गदर्शन व कौशल्ये घेणे अनुस्यूत व अंतर्भुत आहे .
- ४ . **ग्राहकांच्या सतत बदलत्या मागण्या पुरविणे :** ग्राहकांच्या सतत बदलणाऱ्या मागण्या पुरविण्यासाठी बऱ्याच वाकप सेवा देणाऱ्या संस्था वा मंडळी व्यवस्थापनाला सोयिस्कर व योग्य सल्ला आणि सेवा देतात . इतर संस्था ताब्यात घेणे , सध्याच्या संस्था कार्यक्षम करणे तसेच इतर संस्थांशी सहकार्य करणे इत्यादी कामांतही योग्य ते सहाय्य देतात .
- ५ . **महसूल व मिळकत वाढविणे :** दुय्यम स्वरूपाची कामे बाहेरून करवून घेऊन व्यावसायिक संस्था आपले लक्ष अधिक महत्त्वाच्या इतर गोष्टीकडे उदा . विक्री , बाजारपेठेतील हिस्सा वाढविणे , नविन उत्पादने बाजारात आणणे , नव्या बाजारपेठेत शिरकाव करणे आदि गोष्टीकडे देऊन ग्राहकांना अधिक चांगली सेवा व समाधान देऊ शकतात .

११.३ बाहेरून अनुज्ञापन पद्धत संकल्पना :

अवाप ही एक नवीन संकल्पना किंवा सूत्र भारतात रूढ होत आहे . साध्या शब्दांत सांगायचे झाले तर ह्या पद्धतीत व्यापक पद्धतीला (संस्थेच्या व्यावसायिक) मूल्यवर्धन उतरंडीला आणखी एक वरच्या पायरीवर नेणे . आधीपारून वाकप पद्धतीचा अवलंब अंतर्गत कामकाज किंवा ग्राहकसंपर्क सहायाच्या कामासाठी करणारे व्यवसाय आता अशा वरच्या पायरीवर जात आहेत . पारंपारिकपणे वाकप ही उत्पादन प्रक्रियेतील सल्ल्यापुरती असते तर अवाप पद्धतीचा अवलंब अनुज्ञापन सल्ल्यासाठी केला जातो .

अवापद्वारे व्यवसायात विशिष्ट क्षेत्रातील कौशल्य आवश्यक असणाऱ्या अनुज्ञापन संबंधित व्यावसायिक प्रक्रिया वावतचा सल्ला बाहेरून घेतला जातो आणि बाहेरून केवळ उत्पादन कौशल्य न घेता व्यावसायिक कौश्यालावावत सल्ला घेऊन संस्थेच्या व्यवहारात मूल्यवृद्धी होते .

अवाप ही व्यापकी पुढची पायरी आहे असं म्हटली जातं . व्यापक उद्योगामधे रूपांतर होत आहे . आणि त्याचे कारण आहे त्याच्या अनुकूल घटकामुळे होणारे लाभ आणि वाढीला असणारा वाव पण हा केवळ व्यापक एवजी अलिहिणे असे समजणे योग्य होणार नाही . मुळात अनुज्ञापन पद्धतीचं किंवा प्रक्रियेचं योग्य वर्णन करायचे झाले तर जास्त मूलवृद्धी करून देणारी ती एक (व्यवहार) प्रक्रिया सांगली असून तिचा वापर करून व्यवसायाची उद्दिष्टे साध्य करणे हे अवलंबून आहे .

मुख्यत्वे त्यात काम करणाऱ्या व्यक्तींना असणारे विवक्षित क्षेत्रातील प्रज्ञान, कौशल्ये आणि अनुभव यावरच . आणि ही पद्धत किंवा प्रक्रिया जेव्हा बाहेरून करून घेतली जाते तेव्हा बाहेरून अनुज्ञापन पद्धत नावाची एक नवीन व्यवसाय प्रक्रिया उदयाला येते . अवापचा वापर साधारणपणे मूल्यांकन व गुंतवणूक विश्लेशण करण्यासाठी, दावापत्रे कायदा आणि विमाविषयक बाबी अशासारख्या सेवाक्षेत्रात होतो . सोप्या शब्दांत सांगायचे झाले तर अवाप पद्धतीत प्रामुख्याने व्यवसायात विशेष प्राविण्य आवश्यक असणारे अनुज्ञापन किंवा प्रज्ञान क्षेत्राशी निगडित कामकाज बाहेरून करून घेतले जाते .



बाहेरून अनुज्ञापन पद्धतीमध्ये म्हणजेच अवाप पद्धतीमध्ये वरिष्ठ पातळीवरची व्यवस्थापनाची कामे बाहेरच्या संस्थेकडून किंवा स्वतःच्याच उद्योगसमुहातील (भौगोलिकदृष्ट्या दूरवर असणाऱ्या) गटाकडून करवून घेतली जातात . व्यापक पद्धतीमधून करून घेतली जाणारी कामे व्हातकरून व्यवस्थापनाच्या कनिष्ठ किंवा निम्न पातळीवरची आणि व्यवसायाच्या गौण किंवा दुय्यम कार्यक्षेत्रातील असतात . अशा कामासाठी लागणारी कौशल्ये असतात, इंजीनियरचे प्रभुत्व व संगणकाचे प्राथमिक ज्ञान . त्याउलट अवापमधून करून घेतली जाणारी कामे व्यवसायाच्या प्रमुख प्रभावक्षेत्रातील असतात . अशी कामे गुंतागुंतीची असून त्यासाठी कदाचित उच्च पदवी किंवा दाखल्याची गरज असते . अशा कामाची उदाहरणे म्हणजे लेखा, बाजारपेठ आणि कायदेविषयक संशोधन, माहितीजालातील आरेखन आणि व्यवसाय अधिक अर्थपूर्ण करणे .





अवाप आणि वाकप मधून बऱ्याच वेळा परदेशातून कामे करविली जातात . कारण कमीतकमी खर्च आणि काटकसरीसाठी व्यावसायिकसंस्था अशी कामे वेतनमान कमी असलेल्या देशात पाठवितात . अवापच्या कामातून अर्थव्यवहारात अधिक उत्पन्न मिळण्याची शक्यता असल्यामुळे भारतासारखे देश या उद्योगाला अधिक प्रोत्साहन देण्यावर जोर देत आहेत .

११.४ अवापचे फायदे :

- १ . **लाभांना गति देणे :** पुनरअभियोजनाचा उद्देश असतो व्यावसायिक कुशलतेच्या महत्त्वाच्या निकषानुसार उदा . किंमत, सेवा, गुणवत्ता आणि गतिमानता या बाबी लक्षणीय वाढविण्याची आवश्यकता . एकीकडे कार्यक्षमता व दुसरीकडे स्वतःचे प्रभावक्षेत्र वाढवायला लागणारी गुंतवणूक या गोष्टी परस्परविरोधी आहेत . जेव्हा गौण किंवा दुय्यम अंतर्गत कामे दुर्लक्षिली जातात तेव्हा व्यावसायिक पद्धतीची उत्पादकता कमी होते आणि कार्यक्षमताही घसरते . याकरता अशी गौण किंवा दुय्यम कामे बाहेरून योग्य व्यक्ती वा संस्थेकडून करवून घेतली तर वाकपमुळे अंमलात आणलेले पुनर अभियोजन लाभदायक ठरू शकते .
- २ . **सर्वोच्च क्षमता प्राप्त करणे :** अवाप मधून बाहेरून सेवा देणारे सुजाण आणि कार्यक्षम सेवादार तांत्रिक व मानवी संसाधन तसेच कार्यपद्धती यासाठी मोठ्या प्रमाणांत गुंतवणूक करतात . अनेक ग्राहकांसह काम करताना तशाच आव्हानात्मक समस्यांना तोंड देताना त्यांना योग्य ते कौशल्य मिळते . अशा विशेष प्राविण्य व कौशल्याचा मिलाफामुळे त्यांच्या ग्राहकांची स्पर्धात्मक क्षमता तर वढतेच पण त्याचबरोबर त्या ग्राहकांना असे प्राविण्य व कौशल्य मिळविण्यासाठी जो खर्च करावा लागला असता तोही वाचतो .
- ३ . **रोख पैशाचा पुरवठा :** अवाप पद्धतीमध्ये ग्राहकाच्या मिळकती बऱ्याच वेळा अवाप सेवा देणाऱ्याकडे स्थानांतरित कराव्या लागतात . यंत्रसामग्री, वाहन सुविधा आणि सध्याच्या कामात लागणारे परवाने यांना मूल्य असते . सेवादाराला त्या विकलेल्या असतात आणि सेवादार त्यांचा उपयोग करून ग्राहकाला हवी असणारी सेवा देतो . या मिळकतींच्या मूल्याच्या प्रमाणात सेवादाराने त्यासाठी बरीच मोठी किंमत ग्राहकाला रोखीने घ्यायची असते . साधारणतः सेवादाराला अशी मिळकत तिच्या लेखापुस्तकातील किंमतील विकलेली असते . अशी पुस्तकी किंमत बाजारातील किंमतीपेक्षा अधिक असते . अशा वेळी या दोन्ही किंमतीतील फरक एक प्रकारे ग्राहकाने सेवादाराला दिलेले कर्जच असते . या कर्जाची परतफेड सेवाकालावधीत आकारल्या जाणाऱ्या सेवेच्या किंमतीद्वारे केली जाते .
- ४ . **संसाधनांचा पर्याप्त वापर :** प्रत्येक व्यावसायिक संस्थेला मर्यादित संसाधनेच उपलब्ध असतात . बाहेरून काम करवून घेणाऱ्या संस्थेला अशा गौण कामासाठी पूर्वी वापरली जाणारी संसाधने विशेषतः मानवी संसाधने आता आपल्या प्रभावक्षेत्रातल्या ग्राहकसेवासाठी उपयोगात आणता येतात . या संस्था अशा नवीन उपलब्ध झालेल्या मानवी संसाधनांचा इतर कामासाठी वापर करू शकतात . किंवा निदान अशा मोकळ्या झालेल्या जागांचा अधिक मूल्यवर्धन करणाऱ्या कामासाठी उपयोग करू शकतात . जे कर्मचारी सध्या अंतर्गत कामामध्ये व्यस्त होते त्यांच्याकडे आता बाहेरची ग्राहकासंबंधित कामे देता येतात .



- ५ . **कठीण किंवा क्लिष्ट समस्यांसाठी उपाय :** विशिष्ट तांत्रिक कौशल्ये वा प्राविण्य आवश्यक असणाऱ्या कांही कठीण व क्लिष्ट समस्यासाठी अशी कामे बाहेरून करवून घेणे हा नक्कीच एक उपाय असू शकतो या ठिकाणी हे लक्षात घेणे आवश्यक आहे की बाहेरून करवून घेणे म्हणजे व्यवस्थापकीय दायित्व किंवा जबाबदारी झटकून टाकणे असे नव्हे . तसेच संस्थेत अकरमात उद्भवणाऱ्या कठीण समस्या सोडविण्यासाठीही हा उपाय होऊ शकत नाही . पण ग्राहकसंस्था अशी काही कठीण कामे की ज्यांचे स्वरूप आणि त्यावरचे उपाय त्यांना माहित आहेत . नक्कीच बाहेरून करवून घेऊ शकेल . याला कारण असे की जर संस्थेला स्वतःच्या गरजा माहित नसतील तर त्याबद्दल ती बाहेरच्या सेवादाराशी त्याबाबत बोलू शकणार नाही .
- ६ . **मुख्य व्यवसायावर लक्षकेंद्रित करणे :** बाहेरून कामे करवून घेण्यामुळे ग्राहक संस्थेला आपल्या व्यवसायातील गौण वा दुय्यम प्रकारची कामे सेवादारावर सापेवून स्वतःच्या मुख्य व्यवसायावर आपले लक्ष केंद्रित करता येते . अशा गौण कामकाजातून मोकळीक मिळाल्यामुळे संस्थेला अधिक महत्वाच्या ग्राहकासंबंधी बाबीवर लक्ष देता येते .
- ७ . **आर्थिक संसाधनांचा सर्वोत्कृष्ट उपयोग :** भांडवली गुंतवणुकीसाठी बहुतेक सर्व संस्थात त्यांच्या निरनिराळ्या विभागात नेहमी रस्सीखेच चालू असते . भांडवल गुंतवणुकीचा हा प्रश्न वरिष्ठ व्यवस्थापनाला सदैव भेडसावत असतो . संस्थेच्या प्रभावक्षेत्रात नवीन उत्पादन आणताना किंवा नवीन सेवा सुरू करताना त्याच्या तुलनेत गौण वा दुय्यम क्षेत्रात तीच गुंतवणूक करण्याच्या पर्यायाचा विचार करणे कठीण आहे . या संदर्भात बाहेरून करवून घेण्यामुळे गौण क्षेत्रात तीच गुंतवणूक करण्याच्या पर्यायाचा विचार करणे कठीण जाते . या संदर्भात बाहेरून करवून घेण्यामुळे गौण क्षेत्रात भांडवल गुंतवणुकीची गरज कमी होते . व्याकप पद्धतीच्या अशा वापरामुळे होणारा आणखी एक फायदा म्हणजे गौण क्षेत्रातील गुंतवणुकीवर मिळणारा परतावा दाखविणे आता टळल्यामुळे संस्थेचे आर्थिक व्यवहार त्यांच्या निकषावर अधिक सशक्त दिसतात .
- ८ . **खर्च कमी करणे :** ज्या संस्था सर्व कामे स्वतःच करण्याचा प्रयत्न करतात त्यांचा संशोधन विकास, विक्री आणि नेमणूक वर्गैरंवरचा खर्च जास्त असतो आणि हा सगळा खर्च ग्राहकाकडून वसूल केला जातो . बाहेरून काम करवून घेण्यामुळे संस्थांचा स्वतःचा खर्च कमी होतो कारण मोठ्या प्रमाणावर काम करण्यामुळे होणारी बचत आणि विशिष्ट कामांमधे असलेल्या कौशल्यामुळे व्याकप सेवादाराच्या खर्चाच ताळमेळ वेगळा असतो . आणि अखेरीस या सर्व कारणामुळे ग्राहकसंस्थांचा कामकाजाचा खर्च कमी होतो व त्यांना स्पर्धे मध्ये टिकून राहता येते .
- ९ . **किमान धोका :** संस्था करत असलेल्या गुंतवणुकीमध्ये प्रचंड धोका संभव असतो . बाजारपेठ, स्पर्धा, आर्थिक परिस्थिती, शासनाचे नियम आणि तंत्रज्ञान फार लवकर बदलत असतात . अशा बदलानुसार बदलणे हेही धोक्याचे असते . विशेषतः जेव्हा नव्या बदलासाठी मोठी गुंतवणूक आवश्यक असते . तेव्हा व्याकप पद्धतीत सेवादार संस्था एक नव्हे तर अनेक ग्राहक संस्थांच्या वतीने अशी गुंतवणूक करत असतात . यामुळे धोकाही वाटला जातो आणि एकेक ग्राहक संस्थेच्या वाट्याचा धोका खुपच कमी होतो .



टिपा

११.५ अबाप आणि व्यापक पद्धतीतील फरक :

बाहेरून अनुज्ञापन पद्धत (अबाप) उद्योग हा बाहेरून करवून घेण्याच्या (व्यापक) उद्योगापेक्षा पूर्ण पणे वेगळा आहे . अबापसाठी त्या क्षेत्रातील विशेष ज्ञान आवश्यक असते . अशा व्यक्ती अतिकुशल व व्यवसायात प्रवीण असाव्या लागतात . कारण त्यातील कामे करतांना विशिष्ट कौशल्य व अनुभव हवा असतो . याउलट वाकप उद्योग हा उद्योगाचा आकार, संख्या आणि प्राविण्य यांच्याशी संबंधित असतो . आणखी एक महत्वाचा फरक म्हणजे वाकप पद्धतीत मानवी श्रमावर अधिक रोख असतो आणि त्यात साधारण कौशल्ये पुरेशी असतात . या तुलनेत अबाप पद्धतीत विशिष्ट क्षेत्रातल्या कौशल्याच्या व्यक्ती उदा . वकील, डॉक्टर, एम्.बी.ए. व कुशल अभियोजक हवे असतात . व्यापक आणि अबाप मधील फरक त्यांच्यातून साधणाऱ्या स्पर्धात्मक किंमती व्यापकपच्या तुलनेत अबाप कर्मचाऱ्यांना त्यांच्या वकील, डॉक्टर, एम्.बी.ए. व अभियोजक अशा व्यावसायिक पात्रतेमुळे अधिक वेतन मिळते . व्यापकपमधून ग्राहकसंपर्क व सहाय्य श्राव्य माध्यमातून तंत्रविषयक सहाय्य, दूरसंपर्काद्वारे विपणन व विक्री अशा सेवा दिल्या जातात . तर अबापमधून सविस्तर माहिती व प्रज्ञान, प्राविण्ये व कौशल्ये आणि कायदेकानून व्यवसाय व विपणनासंबंधित संशोधन यासारख्या क्लिष्ट विषयांतील विश्लेषणात्मक निष्कर्ष अशा सेवा दिल्या जातात . अबापसाठी आवश्यक असणाऱ्या गोष्टी आहेत उपयोजन, व्यवसायाची समज आणि विश्लेषणात्मक वृत्ती व्यापकपमधील कर्मचारी मात्र असे व्यावसायिक शिक्षणयुक्त नसतात . त्यांचे काम असते संपर्क आणि संभाषणकौशल्यावर आधारित तर अबाप कर्मचारी व्यावसायिक शिक्षण घेतलेले व प्रज्ञानविषयक प्राविण्य आणि कौशल्ययुक्त असतात .



११.१ पाठ्य पुस्तकावर आधारित प्रश्न

अ . मोकळ्या जागा भरा .

- १ . कोणतीही वस्तू बाहेरून करवून घेणे तुलनेने सहजसाध्य असते .कारण उत्पादनाला साधारणतः असे असते की
- २ पद्धतीत ग्राहक त्यांचे काम करवून घेण्यासाठी बाहेर दुसऱ्या जागी पाठवतात .
- ३ . संस्थेचे कागदपत्रे अनुविद्युत स्वरूपात बदलणं याला नाव आहे.....
- ४ . वाकपचे साधारणपणे असलेले दोन प्रकार म्हणजे

ब . खालील विधाने सत्य किंवा असत्य आहेत ते लिहा .

- १ . अंतर्गत व्यापकपमधे व्यापक कर्मचाऱ्यांचा ग्राहकांशी संपर्क असणे आवश्यक असते .
- २ . अंतर्गत व्यापकपमधे ग्राहकांशी नेहमीच्या संगणकीय संपर्कपेक्षा वरच्या पातळीवरून संपर्क असतो .
- ३ . ग्राहक संपर्क केंद्रात कर्मचारी सल्लागारांकडे ग्राहकांचा पूर्वेतिहास आणि लेखासंबंधी माहिती असते .
- ४ . संस्था सुरुवातीला आवश्यक व महत्वाची कामे बाहेरून करवून घेण्याचा विचार करतात .

करणावळीचे घेणे (बाहेरून करवून घेणे)

५. उत्पादकता, कार्यक्षमता आणि कुशलता वाढविणे हे बाहेरून काम करवून घेण्याचे प्रमुख कारण आहे .

क . बहुपर्यायी प्रश्न

१. अवाप मध्ये खालीलपैकी कोणती कृती ही फायदा म्हणून गणला जात नाही
अ . वेगवेगळ्या समस्यावर उपाय व . मुख्य व्यवसायावर लक्ष देणे .
२. अवापचे संपूर्ण नांव काय आहे
अ . बाहेरून अनुज्ञापन पद्धत व . बाहेरून जाणावे पद्धत
क . बाहेरून शुद्ध पद्धत इ . परदेशी अनुज्ञापन पत
३. वस्तूला खालीलपैकी कोणती गोष्ट नसली तर ती बाहेरून करवून घेणे सहज साध्य होत नाही
अ . आकार व . आकारमान
क . पृष्ठप्रकार ड . मूल्य



तुम्ही काय शिकलात

व्याकप याचा अर्थ व्यवसायातील पगारपत्रके करण्यासारखे आपले काही विशिष्ट काम कुणा त्रयस्थ संस्था वा व्यक्तीकडून करवून घेण्याचा करार करणे . साधारणपणे व्यवसायातील आपली काही कामे की जी आवश्यक तर आहेत पण व्यवसायाचे बाजारपेठेतील स्थान केवळ त्या कामामुळेच आहे अशी स्थिती नाही . करवून घेऊन खर्च कमी करण्यासाठी वाकपचा अवलंब केला जातो . उत्पादन खर्चात बचत, मुख्य व्यवसायावर लक्ष देणे, बाहेरील अनुभवी तज्ज्ञ सल्ला मिळविणे असे लाभ व्याकपमधून मिळतात . अव्यापमध्ये परदेशातून विशिष्ट क्षेत्रातील अनुभव व कौशल्यासाठी व्यावसायिक अनुज्ञापन घेण्याच्या अशा पद्धती आहेत की ज्यातून व्यवसायाला केवळ प्रक्रिया कौशल्याऐवजी व्यावसायिक कौशल्ये व अनुभव मिळू शकतो . अव्यापमधून मिळणारे फायदे सांगायचे झाले तर ते आहेत पुनरअभियोजनाच्या लाभांना गती देणे, अत्युच्च दर्जाची क्षमता प्राप्त करणे क्लिष्ट काम हाताळणे, प्रमुख व्यवसायावर लक्ष देणे, दीर्घमुदतीसाठी वित्तपुरवठा करणे वगैरे . या दोन्ही पद्धतीतील मुख्य फरक आहे तो म्हणजे व्याकप मानवी श्रमासंबंधीत आहे आणि त्यात फार उच्च दर्जाच्या कौशल्याची आवश्यकता नसते . अव्यापमध्ये बाहेरून वकील, डॉक्टर, व्यवस्थापक व अभियोजक यासारख्या उच्चशिक्षित व्यक्तींची सेवा घेतली जाते .



संकीर्ण प्रश्नसंग्रह (स्वाध्याय)

१. करणावळीने करून घेणे म्हणजे काय ?
२. व्यावसायिक करूनच घेणे म्हणजे काय ? आणि त्याचे फायदे काय आहेत ?
३. बाहेरून अनुज्ञापन पद्धत संकल्पना म्हणजे काय ?
४. व्यावसायिक करवून घेणे आणि बाहेरून अनुज्ञापन पद्धत संकल्पना यातील फरक स्पष्ट करा .

विभाग ३

सेवा क्षेत्र



टिपा



टिपा



पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्नांची उत्तरे

अ .

- १ . आकार, आकारमान
- २ . अंतर्गत व्यापक
- ३ . आदान संधरण काम
- ४ . अंतर्गत करणावळी प्रणाली बाहेरून करवून घेणे

ब . १ . असत्य २ . असत्य ३ . सत्य

४ . असत्य ५ . सत्य

क . १ . ड २ . अ ३ . ड

तुम्ही हे कराल :

- १ . जवळील वीपीओ तसेच केपीओ ला भेट देऊन तिथे कशाप्रकारे काम चालतं याची माहिती घ्या .
- २ . एखाद्या कंपनीला भेट द्या . ती कोणती कामे करणावळीने करून घेते याची माहिती घ्या .

विभाग ४

खरेदी आणि विक्री आणि वाटप

प्रकरण १२ वे :	खरेदी विक्री
प्रकरण १३ वे :	वितरण साखळी
प्रकरण १४ वे :	किरकोळ व्यापार
प्रकरण १५ वे :	जाहीरात
प्रकरण १६ वे :	विक्री संवर्धन आणि वैयक्तिक विक्री

Mukta Vidya Vani



Mukta Vidya Vani is a pioneering initiative of the National Institute of Open Schooling (NIOS) for using Streaming Audio for educational purposes. This application of ICT will enhance accessibility as well as quality of programme delivery of NIOS Programmes. This is a rare accomplishment of NIOS as the first Open and Distance Learning Institute to start a two way interaction with its learners, using streaming audio and the internet.

Keeping in mind the fact that the transmission is done through the web, the NIOS website (www.nios.ac.in) has a link that will take any user to the Mukta Vidya Vani. Mukta Vidya Vani thus enables a two way communication with any audience that has access to an internet connection, from the studio at its Headquarters in NOIDA, where NIOS has set up a state-of-art studio, which will be used for this purpose as well as for recording educational audio programmes meant for NIOS learners, though others can also take advantage of this facility.

Mukta Vidya Vani is a modern interactive, participatory and cost effective programme, involving an academic perspective along with the technical responsibilities of production of audio and video programmes, which are one of the most important components of the multi channel package offered by the NIOS. These programmes will attempt to present the topic/ theme in a simple, interesting and engaging manner, so that the learners get a clear understanding and insight into the subject matter.

NIOS has launched a scheme to motivate the learners to participate in the Mukta Vidya Vani by sending their Audio CD's to the respective regional centre on various subjects such as-

1. Poetry / Shloka recitation
2. Story telling
3. Radio Drama
4. Music
5. Talks on various topic related to the NIOS curriculum including Painting, Vocational Subjects etc.
6. Quiz
7. Mathematics puzzles etc.

The selected CD can be webcast on Mukta Vidya Vani and the winner participant be rewarded suitably.

Learners may visit the NIOS website and participate in live programmes from 2pm to 5pm on all week days and from 10.30am to 12.30pm on Saturdays, Sundays and all Public Holidays. The Subject Experts in the Studio will respond to their telephonic queries during this time. A weekly schedule of the programmes for webcast is available on the NIOS website. The Studio telephone number are 0120-4626949 and Toll Free No. 1800-180-2543.





12

खरेदी आणि विक्री

आपणास दररोजच्या जीवनात आपल्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी अनेक प्रकारच्या वस्तूंची आवश्यकता असते. उदा. दूध, पाव इ. त्याचप्रमाणे नाष्टा, कपडे, सायकल, औषधे इत्यादीची गरज असते. आपणास या वस्तू कशा मिळतात ? ह्यासर्व वस्तू विक्रीसाठी बाजारात उपलब्ध असतात. ज्यावेळी अशा वस्तूंची गरज भासते त्यावेळी आपण त्या खरेदी करतो. तशाच प्रकारे सर्व व्यवसायामध्ये व्यापारी संस्था कच्चा माल, मशिनरी इत्यादी खरेदी करण्याचे कार्य करतात. उत्पादनासाठी जागा, इमारत, फर्निचर, स्टेशनरी, संगणक इत्यादी त्याच प्रमाणे कार्यालयासाठी जागा, व्यावसायिक संघटना माल आणि सेवा यांची विक्री करतात. अशा प्रकारे आपणास हे माहित झाले असेल की खरेदी आणि विक्री हे कार्य व्यवसायात आवश्यक आहे. आपल्या सभोवताली हे कार्य चालत असते. या धड्यात खरेदी विक्री विषयी जास्तीची माहिती घेऊ या.



उद्दिष्टे :

- खरेदी विक्री म्हणजे काय ?
- व्यवसायामधील विक्रीची संकल्पना स्पष्ट करणे.
- खरेदी - विक्रीचे विविध प्रकार स्पष्ट करणे.
- विक्री पद्धती व विक्रीसाठीची कागदपत्रे यांची माहिती.

१२.१ खरेदी - विक्री अर्थ :

खरेदी प्रक्रियेमध्ये वस्तू किंवा मालाच्या हक्काचे हस्तांतरण होते किंवा पैसे दिल्यानंतर इतरांकडून आपल्या नावावर मालमत्ता हस्तांतरीत होते. तसेच विक्रीच्या प्रक्रियेत देखील मालाच्या मालकी हक्काचे हस्तांतरण करतो. परंतु त्याकरीता पैसे द्यावे लागतात. अशाप्रकारे खरेदी आणि विक्री एकाच वेळी होणारी प्रक्रिया आहे. ज्या ठिकाणी विक्री आहे त्याठिकाणी खरेदी असतेच. खरेदी - विक्रीच्या व्यवहारात दोन व्यक्ती किंवा पक्ष असतात. पहिली व्यक्ती की जी माल विकते त्यास विक्रेता असे म्हणतात. तर दुसरी व्यक्ती की जी माल खरेदी करते त्यास ग्राहक किंवा खरेदीदार म्हणतात.



टिपा

एक उदाहरण पाहू तुमच्या स्थानिक ठिकाणी रमेश हा दुकानदार आहे . तो शहरामध्ये जाऊन घाऊक व्यापाऱ्याकडून पैसे देऊन तयार कपडे खरेदी करतो . या उदाहरणामध्ये घाऊक व्यापारी हा विक्रेता असून रमेश हा खरेदीदार ग्राहक आहे . नंतर जर रमेशने तयार कपडे स्वतःच्या दुकानात आणले आणि जर तुम्ही त्यांच्या दुकानातून स्वतःकरिता शर्ट खरेदी केला तर तुम्ही ग्राहक झाला आहात तर रमेश विक्रेता आहे .



अशाप्रकारे आपणास हे समजले असेल कि प्रत्येकी खरेदी विक्री व्यवहारात विक्रेत्याला पैसे द्यावे लागतात . ग्राहक मालाच्या किंवा सेवेच्या वापराबद्दल पैसे द्यावे लागतात . ग्राहक मालाच्या किंवा सेवेच्या वापराबद्दल पैसे देतो तर विक्रेता पैसे स्विकारून माल आणि सेवांचे हक्क हस्तांतरित करतो . या प्रक्रियेत खरेदीदार त्वरीत व्यवहाराचे पैसे देतो किंवा कालांतराने पैसे देतो .

खरेदी - विक्री संकल्पना :

तुम्हाला हे माहीती आहे की व्यावसायिक उत्पादन आणि सेवा यांची निर्मिती ही इतरांना वापरण्यासाठी करतात . लोक पैसे देऊन माल व सेवा खरेदी करतात अशाप्रकारे व्यावसायिक त्यामधून पैसे मिळवितात . उत्पादन आणि सेवा करिता आलेल्या खर्चापेक्षा जास्त पैसे मिळण्याची आवश्यकता असते . अशा रितीने व्यवसायिकांना नफा मिळतो . व्यावसायिकाने स्विकारलेल्या धोक्याचे वक्षिस म्हणजे नफा होय तसेच त्यांने गुंतविलेल्या भांडवलाचा परतावा म्हणजे नफा होय . म्हणून या करिता उत्पादकांनी तयार केलेली उत्पादने आणि सेवा यांची विक्री होण्याची आवश्यकता असते . अस्तित्वात असणाऱ्या व्यवसायासाठी तसेच व्यवसायाची वाढ व विस्तार होण्यासाठी मालाची विक्री होणे आवश्यक असते ग्राहक मालाची खरेदी करण्यापूर्वी पुढील गोष्टी विचारात घेते

- १ . स्वतःच्या गरजा ओळखणे .
- २ . उत्पादन व सेवांचे अधिकार
- ३ . परवडणारी किंमत
- ४ सामाजिक आणि सांस्कृतिक दृष्टिकोन

उत्पादन करण्यापूर्वी माल आणि सेवांची विक्री करताना कोणत्या बाबी आवश्यक आहेत . त्याचा क्रम विचारात घ्यावा लागतो .

- अ . लोकांची गरज कोणती हे निश्चित झाल्यानंतर त्याप्रमाणे उत्पादन आणि सेवांची निर्मिती करावी .
- ब . ग्राहक जे खरेदी करता त्यातून त्यांना समाधान मिळाले पाहिजे तसेच ग्राहकांच्या गरजेनुसार उत्पादन आणि सेवा यांच्यामध्ये सतत सुधारणा केली पाहिजे .
- क . ग्राहकांना उत्पादन आणि सेवा सहजपणे उपलब्ध करून दिल्या पाहिजेत .
- ड . उत्पादन आणि सेवांची किंमत ग्राहकांना परवडणारी असली पाहिजे .

खरेदी आणि विक्री

इ. ग्राहकांना उत्पादन आणि सेवेबद्दल जागृत केले पाहिजे. त्याचसंबंधी खरेदी व विक्री नंतरच्या नफ्याशी असतो.

वरील सर्व कार्ये व्यवसाय संघटनाची बाजारपेठेविषयक कार्ये समजली जातात. विक्रीचे कार्ये हे बाजारपेठेच्या कार्यापेक्षा वेगळे कार्य आहे. विक्री कार्य हे बाजारपेठेच्या कार्याचा एक भाग आहे.



१८.१ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

कंसात दिलेले योग्य शब्द वापरून रिकाम्या जागा भरा .

१. विक्री आणि नेहमी एकाच वेळी होत असते.
(बाजार / खरेदी / दुकान)
२. प्रत्येक खरेदी आणि विक्रीच्या वेळी विक्रेत्यास पैसे देतो.
(दुकानदार / ग्राहक / उत्पादक)
३. लोकांनी माल व सेवा खरेदी केल्यामुळे व्यावसायिक मिळवू शकतात.
(नफा / पैसे / अतिरिक्त किंमत)
४. ग्राहकांना परवडतील अशा किंमतीत मालाची विक्री करणे हे कार्य
कार्याचा एक भाग आहे.
(विक्री / बाजारपेठ / वितरण)
५. उत्पादकाकडून माल आणि सेवा ग्राहकापर्यंत पोहचविणे हे कार्य कार्याचा भाग आहे.
(वितरण / वाहतूक / विक्री)

१२.२ रोख आणि उधार पद्धतीनुसार मालाची खरेदी - विक्री :

मालाची खरेदी - विक्री रोख आणि उधार पद्धतीवर होते. ज्यावेळी खरेदीदार पैसे देऊन त्वरीत माल ताब्यात घेतो. त्याला रोख खरेदी असे म्हणतात. ज्यावेळी ग्राहक मालाचा ताबा घेताना पैसे देण्यास असमर्थ असतो आणि विक्रेत्यास विनंती करतो कि मालाचे पैसे १५ दिवस किंवा ३० दिवसानंतर देईन ही विनंती विक्रेत्याने मान्य केली तर त्यास उधारीवरील विक्री असे म्हणतात.

सध्याच्या स्पर्धात्मक वातावरणात विक्रेता रोखीने विक्री यावर ठाम राहू शकत नाही ज्यावेळी विक्रेता उधारीवर मालाची विक्री करतो त्यावेळी त्याला ग्राहकाची पत आणि पैसे परत फेडण्याची क्षमता याबाबत खात्री करून घेतो.

१२.३ खरेदीच्या पद्धती :

आपणास खरेदी - विक्री याविषयी कल्पना आलेली आहेच. चला आता खरेदीच्या पद्धतीबद्दल शिकूयात. खरेदीच्या कोणकोणत्या पद्धतीचा अवलंब केला जातो. मालाची खरेदी पुढील पद्धतीने केली जाते. मालाचे स्वतः परीक्षण करून किंवा नमुना पद्धतीने, मालाची तपासणी करून किंवा मालाच्या वर्णनावरून किंवा उत्पादनांचा नावावरून.

विभाग ४

खरेदी विक्री आणि वाटप



टिपा



टिपा

१. **मालाचे परीक्षण किंवा तपासणी पद्धत :** समजा तुम्हाला शर्ट, पेन किंवा भाजीपाला खरेदी करावयाचा आहे. तर तुम्ही काय कराल ? तुम्ही जवळच्या दुकानदाराकडे जाऊन शर्ट, पेन, भाजीपाला यांची खरेदी करण्यापूर्वी तपासणी कराल. ही पद्धत सर्व सामान्यपणे खरेदीसाठी वापरली जाते. तिला मालाची तपासणी करून खरेदी असे म्हणतात. या पद्धतीत ग्राहक विक्रेत्याकडे जाऊन प्रत्यक्ष मालाची तपासणी करतो किंवा आपणास खरेदी करावयाच्या संपूर्ण मालाची तपासणी करतो. ही पद्धत किरकोळ खरेदी बाबत वापरली जाते.
२. **मालाची नमुना पद्धतीने खरेदी :** ज्यावेळी तुम्हाला मोठय प्रमाणावर मालाची खरेदी करावयाची असते. त्यावेळी तुम्ही सर्व मालाची तपासणी करू शकत नाही. मालाचा नमुना पाहून कोणता माल खरेदी करावयाचा हे ठरवतो. कच्चा माल, खाद्यपदार्थ इ.चा नमुना पाहून खरेदी केली जाते. नमुना म्हणजे मोठया प्रमाणावरील मालाचे प्रतिनिधीत्व असते. संपूर्ण मालाचा दर्जा हा नमुना मालाच्या दर्जासारखाच असते. तशाच प्रकारे उत्कृष्ट उदाहरण म्हणजेच नमुना की त्यामध्ये चांगल्या दर्जाचा माल, कापड, काथ्या, गाद्या इ. ची खरेदी नमुना पद्धतीने होते. त्यामधून रंगाची छटा, पोत, वीण इ. प्रकट होतात. काही वेळा त्यासाठी सांकेतिक शब्दांचा वापर केला जातो. ज्यावेळी खरेदीची ऑर्डर दिली जाते. त्यावेळी सांकेतिक क्रमाकांचा वापर केला जातो. यांचा वापर करताना खरेदीदार आणि विक्रेता दोघेही सहमत असतात. की मालाचा पुरवठा करताना प्रत्यक्षात दाखवलेल्या नमुन्याप्रमाणेच माल पाठवलेला आहे.
३. **मालाची वर्णनाद्वारे खरेदी :** काही वेळेस मालाची खरेदी करताना विक्रेत्याला मालाचा नमुना संभाव्य ग्राहकास दाखविणे शक्य नसते. उदाहरणार्थ फर्निचरचे उत्पादक संभाव्य ग्राहकाला फर्निचरचा नमुना दाखवू शकत नाही. काही वेळेस चांगल्या दर्जाच्या मालाबद्दल मालाची किंमत, गुणवत्ता इ. ठरावीक असतात. त्याकरिता त्याला क्रमांक किंवा नाव दिले जाते. काहीवेळेस नावामुळे उत्पादने लोकप्रिय होतात. कि ज्या प्रमाणे गोदरेज कपाट, सर्फ, धारा, लाईफवॉय, फेव्हीकॉल, पेप्सोडेंट इत्यादी. या ठिकाणी ग्राहकाला खरेदी करताना फक्त नावांचा उल्लेख करून वर्णनावरून खरेदी करता येते.

१२.४ विक्रीच्या पद्धती :

कोणत्याही खरेदीपूर्वी आपणास यांची खात्री नसते. की आपण पैसे देऊन प्रत्यक्षात काय खरेदी केलेले आहे. जर आपण इलेक्ट्रीक मालाच्या दुकानात खरेदीसाठी गेलोतर दुकानदारास अशी अपेक्षा असते की तुम्ही निवडलेल्या मालाचे पैसे मिळावेत. अशावेळी जर ती वस्तू महाग असेल तर ग्राहकाला त्या मालाचे पैसे देणे शक्य नसते. अशावेळी विक्रेता ग्राहकाला सवलत देतो की थोडेफार पैसे देऊन उरलेली रक्कम दर महिन्याला हप्ता पद्धतीने दिली तरी चालेल.

जर तुम्ही रस्त्याच्या आजूबाजूला फर्निचर विक्रीचे फलक पहावयास मिळतात की त्यामध्ये विशिष्ट वारी फर्निचरची विक्री लिलाव पद्धतीने केली जाते. काही वेळेस सरकारी नोटीस वाचण्यात येते की उत्पादक किंवा व्यापाऱ्यांनी निविदा भरून मालाचा पुरवठा करावा. या सर्व पद्धती विक्री पद्धती आहेत.



टिपा

१. **भाडे खरेदी पद्धत :** भाडे खरेदी पद्धतीत मालाची किंमत हप्ता पद्धतीने दिली जाते. या पद्धतीत शेवटचा हप्ता देई पर्यंत तुम्ही वस्तू भाड्याने वापरत असता दुसऱ्या शब्दात सांगावयाचे झाले तर ग्राहकाला मालाचा पुरवठा केला जातो. परंतु मालकी हक्क मात्र विक्रेत्याकडेच असतो. ग्राहक जे पैसे देतो ते म्हणजे वस्तू किंवा माल वापरण्याचे भाडे समजले जाते. जर ग्राहकाने हप्त्याचे पैसे दिले नाहीत तर विक्रेता माल परत करण्याची सूचना ग्राहकाला देतो. जर वस्तूचे नुकसान झालेले असेल तर ग्राहकास जबाबदार धरले जाते. या पद्धतीत ग्राहक मालाची खरेदी सर्व हप्ते देऊन करू शकतो. ही पद्धत दिर्घकाळ टिकणारे व महाग असणाऱ्या वस्तू बाबत वापरली जाते. उदा. कार, मोटार सायकल, टेलिव्हिजन, मशिनरी इ.

२. **मालाची हप्ता पद्धतीने विक्री पद्धत :** ही पद्धत एका विशिष्ट अटीवर आधारीत असते. या पद्धतीत ग्राहकाला मालाची विक्री केली जाते परंतु ग्राहकाला पसंत पडल्यानंतरच तो मालाचे पैसे देतो हे गृहित असते. ग्राहक बऱ्याच वेळा संपूर्ण माल किंवा काही माल पसंत पडला नाही तर तो परत करतो. जर ग्राहकांच्या गरजा किंवा अपेक्षा पूर्ण होऊ शकल्या नाही तर तो विक्रेत्याकडून पैसे परत घेण्याची मागणी करू शकतो. जर विशिष्ट वेळेत ग्राहकाने विक्रेत्यांशी कसलाही संपर्क साधला नाही तर विक्रेता मालाची विक्री झाली असे समजते. परंतु काही वेळेस या विक्री पद्धतीत प्रत्यक्षात तफावत दिसून येते. पसंतीनंतर विक्री पद्धती माल पसंत पडल्यानंतर ग्राहकाने पैसे दिले पाहिजेत किंवा माल परत करण्याचे बंधन असते.

४. **मालाची निविदा पद्धतीने विक्री :** विक्रीची ही पद्धत मोठ्या व्यापारी संस्था किंवा सरकारी एजन्सी खरेदी करताना वापरतात. ज्यावेळी मालाचे खरेदीचे प्रमाण मोठे असते, किंमत देखील मोठी असते. मालाचा किंवा वस्तूंचा पुरवठा करताना विक्रीच्या अटी व नियम या नुसार निविदा दिल्या जातात. या पद्धतीत इच्छुक खरेदीदार जे पुरवठादार स्पर्धात्मक दर व अटी मान्य करतात. त्यांची निवड करतात.



निविदा

एका किंवा अनेक वर्तमानपत्रातून निविदा भरण्याची जाहीरात केली जाते. त्या जाहीरातीमध्ये ज्या मालाची खरेदी करावयाची आहे. त्यांचे संपूर्ण वर्णन तपशील दिला जातो. जाहीरात प्रसिद्ध झाल्यानंतर ज्यांना निविदा भरण्यामध्ये स्वारस्य आहे. अशा व्यक्ती निविदा फॉर्म तपशीलासह सादर करतात. निविदा भरताना अनामत रक्कम जमा करावी लागते. यामुळे निविदा भरणाऱ्यांना स्वारस्य आहे यांची खात्री होते. सर्वसाधारणपणे बंद लिफाफ्यामध्ये निविदा असतात. त्यामुळे व्यवहारात गुप्तता राखली जाते. तसेच त्यामध्ये कोणत्याही प्रकारचे बदल करता येत नाही. असे बंद लिफाफे सक्षम किंवा योग्य अधिकाऱ्याच्या उपस्थितीत उघडतात. त्यानंतर योग्य निविदा स्विकारली जाते. त्यानंतर ज्यांची निविदा मंजूर झालेली आहे त्यांच्याशी करार केला जातो.



टिपा

- ५ . **मालाची लिलावद्वारे विक्री :** लिलाव पद्धतीने विक्री म्हणजे एका विशिष्ट दिवशी व वेळेत काही मालांची विक्री खुल्या पद्धतीने केली जाते कि त्यामध्ये लोक मालाची किंमतीची बोली लावतात . जी व्यक्ती बोली जास्त किंमतीला लावते . त्या व्यक्तीस मालाची विक्री केली जाते . लिलाव पद्धतीत विक्रीसाठीचा माल पहावयास मिळतो व राखीव किंमतीच्या खाली माल विकला जात नाही . विक्रेत्याकडून राखीव किंमत निश्चित केली जाते . ती लोकांना सांगितली जाते किंवा गुप्त ठेवली जाते . बोली लावणारे कमी किंमतीपासून सुरुवात करतात . किमान किंमतीपेक्षा कमी बोली लावली तर मालाची विक्री केली जात नाही . बोली लावण्यासाठी संभाव्य खरेदीदारांना आवाहन केले जाते . ज्याची बोली जास्त किंमतीची असते अशा खरेदीदारास माल विकला जातो . एकदा बोली लिलावामध्ये मंजूर झाल्यानंतर खरेदीदार बोली माघारी घेऊ शकत नाही . त्याला पैसे भरून माल घ्यावाच लागतो . लिलावामध्ये जास्त बोली लावणाऱ्या खरेदीदारास माल विकण्याचे बंधन विक्रेत्यावर नसते . सध्याच्या काळात इंटरनेट मार्फत लिलाव विक्री सर्वसाधारणपणे केली जाते .
- ६ . **विक्री :** आपण पाहिलेल्या जाहीरातीमध्ये असा उल्लेख केलेला असतो कि ग्रँड व्हिलअरन्स सेल . ७०% पर्यंत डिस्काऊंट किंवा ॲन्युअल सेल इत्यादी . अशी विक्री साधारणपणे ज्यादा उत्पादने किंवा जुना शिल्लक माल इ . करिता असते . काही विक्रेते ठरावीक कालावधीनंतर असा माल विक्रीसाठी काढतात . विक्रेते अशा मालावर भरपूर सवलत देतात .



मालाची हप्ता बंद पद्धतीने विक्री आणि भाडे खरेदी पद्धत यामधील फरक

हप्ता बंद पद्धतीने विक्री	भाडे खरेदी पद्धत
१ . या पद्धतीत विक्री करार करणे आवश्यक असते .	या पद्धतीत भाडे खरेदी करार करणे आवश्यक असतो .
२ . या पद्धतीत मालाची विक्री केल्यानंतर मालकी हक्क ग्राहकाकडे हस्तांतरीत होते .	या पद्धतीत मालाची विक्री केल्यानंतर मालाचा ताबा ग्राहकाकडे परंतु मालकी हक्क विक्रेत्याकडे राहते .
३ . या पद्धतीत ग्राहक केव्हाही माल विक्रेत्याला परत करू शकतो . जर ग्राहकाने हप्त्याचे पैसे दिले नाहीत तर विक्रेता असा माल परत घेतो .	या पद्धतीत जर ग्राहकाने पैसे थकविले तर विक्रेता कोर्टामार्फत उरलेल्या पैशाची मागणी करतो .



१२.२ पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न :

पुढील विधाने सत्य कि असत्य ते लिहा .

- १ . लिलाव विक्री पद्धतीत राखीव किंमती पेक्षा जास्त किंमत बोली म्हणून लावली तर मालाची विक्री केली जाते .
- २ . भाडे खरेदी प्रती ग्राहकाला कोणत्याही अवस्थेमध्ये असणार माल परत करण्याची मुभा असते .
- ३ . माल पसंतीनंतर विक्री पद्धतीत ग्राहकाने मालाचे आगाऊ पैसे भरल्याशिवाय त्यास मालाचा पुरवठा केला जात नाही .
- ४ . निविदा विक्री पद्धतीत निविदा भरणाऱ्या व्यक्तिये अनामत रक्कम जमा करणे म्हणजे त्याचे निविदा मध्ये स्वारस्य आहे याची खात्री पटते .
- ५ . वॉश सेल पद्धतीत पावसाचा हंगाम संपल्यानंतर सवलत देऊन मालाची विक्री केली जाते .

१२.५ पैसे देण्याच्या पद्धती :

ज्यावेळी विक्री होते त्यावेळी ग्राहक मालाचे पैसे देऊ करतो ते विक्रेत्याला मान्य असते किंवा विक्रेता पैसे घेऊन माल देऊ करतो . हे ग्राहकाला मान्य असते . अशा वेळी मालाचे पैसे त्वरीत दिले जातात किंवा नंतर दिले जातात . नंतर पैसे देण्याच्या पद्धतीत हप्ता पद्धतीने पैसे देणे किंवा संपूर्ण रक्कम उधारीच्या कालावधीनंतर देणे .

- १ . **त्वरीत पैसे देण्याची पद्धत :** या पद्धतीत ग्राहक विक्रेत्याला मालाच रोख पैसे लगेच देतो . अर्थात या पद्धतीत ग्राहक विक्रेत्याला धनादेश, बँक ड्राफ्ट, डेबिटकार्ड, क्रेडिट कार्ड द्वारे पैसे देतो कि जे विक्रेत्याला मान्य असते . प्रत्यक्षात विक्रेत्याने पैसे धनादेशारे स्विकारणे बंधनकारक नाही की जो पर्यन्त दोषाच्या मध्ये सामंजस्याने करार होत नाही . दररोजच्या व्यवहारात किरकोळ खरेदी - विक्री मध्ये .
- २ . **हप्ता पद्धतीने पैसे देणे :** ही पद्धत आता खरेदी करा व व नंतर पैसे भरा या नावाने ओळखली जाते . या पद्धतीत ग्राहक मालाची खरेदी करताना विक्रेत्याला थोडी किंमत देऊन मालाचा तावा घेतो व उरलेले पैसे ठरलेल्या कालावधीत हप्ता पद्धतीने देतो . हप्ते किंमत ठराविक असते ती दरमहा किंवा तिमाही असते . असे हप्ते विक्रेताला द्यावे लागतात . यामध्ये उरलेले पैसे व त्यावरील व्याज एवढी रक्कम हप्त्याने द्यावी लागते या पद्धतीत आकारले जाणारे व्याज हे सर्वसाधारणपणे दर हप्त्याला कमी कमी होत असते . काही वेळेस विक्रेता हप्त्यामध्ये व्याज आकारत नाही . जर ग्राहकाने हप्त्याचे पैसे दिले नाहीत . तर तो न्यायालयात त्याच्या विरोधात दावा दाखल करू शकतो . एक उदाहरण पाहू या . विनोद रंगीत टेलिव्हिजन खरेदीसाठी जवळच्या दुकानात जातो . टेलिव्हिजन संचाची किंमत रूपये



टिपा



टिपा

२००००/- आहे तर हप्ता पद्धतीप्रमाणे त्याला सुरुवातीला टीव्ही किंमतीच्या १०% रक्कम सुरुवातीला देऊन उरलेली रक्कम समान १० हप्त्यामध्ये व्याज न आकारता द्यावयाची आहे. अशा प्रकारे विनोद ने सुरुवातीला रूपये २०००/- दिले व टेलिव्हिजनचा वापर करणे सुरु केले तर त्याला उरलेले पैसे १० समान हप्त्यामध्ये म्हणजे १८००/- रूपये हप्त्याप्रमाणे द्यावे लागतील. जर विनोदने हप्ते भरले नाहीत तर विक्रेता उरलेल्या पैश्यासाठी त्यांच्यावर कोर्टात दावा दाखल करू शकतो. सर्वसाधारणपणे ही पद्धती कमी काळ टिकण्याच्या वस्तू किंवा वापरताना खराब होणाऱ्या वस्तू विकण्यासाठी वापरलेली आढळते.

३. **उधारी कालावधी संपेपर्यंत हप्त्याने पैसे देणे :** जर उधारीवर मालाची विक्री केलेली असेल तर ग्राहकाने ठरलेल्या म्हणजेच तीन महिने कालावधीनंतर पैसे दिले पाहिजेत. जर ग्राहकाने ठरलेल्या कालावधीच्या अगोदर पैसे दिले तर विक्रेता ग्राहकाला किंमतीमध्ये सवलत देतो.

१२.६ विक्री पद्धत :

बाजारपेठेमध्ये सर्वसाधारणपणे आपण एका दुकानातून दुसऱ्या दुकानात मालाच्या किंमती विषयी चौकशी करित जातो. मालाच्या दर्जाबद्दल तुलना करतो नंतर आपल्या पसंतीच्या मालाची खरेदीसाठी निवड करतो. परंतु ही पद्धत सोपी नसते. ज्यावेळी उत्पादक किंवा व्यापारी यांचे ठिकाण फार दूरवर असते. ग्राहकाद्वारे किंवा विक्रेत्याद्वारे व्यवहार करताना वेगवेगळ्या टप्प्यातून निर्णय घेऊन जी पद्धत वापरावी लागते. या धड्यात आपणास ग्राहक किंवा विक्रेत्यास कोणते वेगवेगळे टप्पे पार पाडावे लागतात. देशातील वेगवेगळ्या भौगोलिक प्रदेशातील ग्राहक व विक्रेत्यास खरेदी विक्री करावी लागते. ग्राहक किंवा विक्रेता म्हणून आपणास या पद्धतीचे ज्ञान मदत करेल.

सर्वसाधारणपणे विक्री पद्धतीने टप्पे पुढीलप्रमाणे आहेत.

१. **संभाव्य ग्राहकाकडून चौकशी :** विक्रीच्या पद्धतीत संभाव्य ग्राहकाकडून चौकशी केली जाते. संभाव्य ग्राहक चांगल्या विक्रेत्याकडून मालाचा पुरवठा, किंमत, दर्जा या विषयी चौकशी करतो. ही चौकशी वर्तमानपत्रातील जाहीरात, बाजारपेठेतील अहवाल, दरपत्रक इ. दुय्यम माहितीच्या स्रोतातून केली जाते. ही चौकशी थेट विक्रेत्या कडून उत्पादकाकडे केली जाते. त्या गोळा झालेल्या माहितीच्या आधारे कोणता पुरवठादार योग्य आहे त्यावर निर्णय घेतला जातो. ज्या ठिकाणी मोठे व्यापारी नेहमी खरेदी करतात. त्या ठिकाणी चौकशी विषयी छापील फॉर्मस असतात.
२. **संभाव्य ग्राहकांना निविदा पुरविणे :** संभाव्य ग्राहकाकडून चौकशी फॉर्म मिळाल्यानंतर विक्रेत्या अशा ग्राहकांना आवश्यक ती माहिती पुरवितो. त्यालाच निविदा असे म्हणतात. अशा निविदामध्ये मालाविषयी नियम, अटी, शर्ती यांचा उल्लेख असतो. की ज्यामुळे विक्रेत्याकडून विक्री व्यवहार होण्यासाठी मार्ग खुला केलेला असतो. याकरिता विक्रेत्याकडून छापील फॉर्मस्चा वापर केला जातो.
३. **ग्राहकाकडून मालाची मागणी नोंदणीच्या फॉर्म मिळणे :** ज्यावेळी संभाव्य ग्राहकांचे निविदा मध्ये दिलेल्या अटी याबाबत समाधान होते. त्यावेळी ग्राहक विक्रेत्यास माल



टिपा

- पाठविण्याबाबत मालाची नोंदणी करतो . काही वेळेस ग्राहकाकडून छापील नोंदणी फॉर्मचा वापर केला जातो .
- ४ . **मागणी फॉर्मस्वी अंमलबजावणी :** मालाच्या मागणीची नोंदणी विक्रेत्याला मिळाल्यानंतर सर्वसाधारणपणे तो त्याची पोहोच देतो . स्विकृती असल्याबद्दल खात्री करून घेण्याची आवश्यकता नसते . नोंदणी झाल्यानंतर त्यावर तारीख व संदर्भ क्रमांक दिला जाऊन त्यांची रजिस्टर मध्ये नोंदणी केली जाते . जर नवीन ग्राहकांकडून मालाची नोंदणी आलेली असेल तर विक्रेता त्यांची बाजारातील पत व आर्थिक परिस्थिती पाहून माल विक्रीचा निर्णय घेतो . अन्यथा विक्रेता ग्राहकाला दिलगिरीचे पत्र पाठवून आपली नोंदणी स्विकारू शकत नाही असे कळवितो . जर नोंदणी केलेला माल शिल्लक नसेल तर उत्पादनासाठी लागणारा कालावधी लक्षात घेऊन वितरणाची तारीख निश्चित केली जाते . त्यानंतर नोंदणीची एक प्रत उत्पादन विभागाला वितरणासाठी पाठविली जाते .
- ५ . **मालाचे बील तयार करणे :** बीलामध्ये व्यवहाराचा तपशील तसेच ग्राहकाकडून विक्रेत्याला किती पैसे मिळाले यांचे वर्णन केलेले असते . ग्राहकाला माल पाठवताना सोबत त्याचे बील दिले जाते . तसेच बीलाची एक प्रत विक्रेता स्वतःकडे ठेवून घेतो . तसेच उत्पादन विभाग व अकाउंट विभागाला दिली जाते .
- ६ . **ग्राहकाचे खाते उघडणे :** ज्यावेळी अकाउंट विभागातून बीलाची एक प्रत मिळते त्यावेळी ग्राहकाचे खाते उघडले जाते . खाते पुस्तकात ग्राहकाचे नाव लिहिल्यानंतर त्यांच्या खात्यावर मालाची किंमत, उधारीचा कालावधी, त्याने दिलेले पैसे . इ . नोंद केली जाते . जर या पूर्वीच खाते उघडलेले असेल तर आवश्यक त्या नोंदी केल्या जातात .
- ७ . **माल पाठविणे :** माल पाठवण्याकरिता गोडाऊन किंवा उत्पादन विभागाला बीलाची प्रत किंवा अकाउंट विभागाकडून माल पाठविण्याची सूचना प्रत मिळणे आवश्यक असते . बांधणी विभागाकडे मालाची बांधणी करण्यापूर्वी नोंदणी प्रमाणे माल आहे का यांची खात्री केली जाते . त्यानंतर बांधणीवर लेबल लाऊन वितरणासाठी पाठविले जाते . या सूचना प्रतीलाच अॅडव्हाइस नोट म्हणतात . अॅडव्हाइस नोट मध्ये मालाचे संपूर्ण वर्णन केलेले असते . त्यामध्ये ग्राहकाने मालाचा ताबा घेण्याबाबत सूचना असते . जर माल रेल्वेने पाठवायचा असेल तर मालासोबत अॅडव्हाइस नोट पाठवावी लागते .
- ८ . **ग्राहकाला मालाचे वितरण :** ग्राहकाला रेल्वे किंवा रस्ते वाहतूकीची पावती मिळाल्यानंतर तो रेल्वे किंवा रस्ते वाहतूक संस्थेकडून जाऊन प्रत्यक्ष माल ताब्यात घेतो . माल ताब्यात घेताना ग्राहक किंवा त्याचा प्रतिनिधी संपूर्णपणे मालाची पाहणी करतो . जर प्रवासात मालाचे नुकसान झालेले असेल तर वाहतूक अधिकाऱ्याकडे नुकसान झालेल्या मालाचे नुकसान भरपाईची मागणी करतो .
- ९ . **मालाचे पैसे दिल्यानंतर व्यवहाराची पूर्तता :** माल विक्री पद्धतीमधील शेवटची पायरी म्हणजे मालाचे पैसे मिळणे होय . ठरलेल्या अटीनुसार पैसे लवकरात लवकर मिळतात .



टिपा

आंतरराष्ट्रीय व्यापारात सर्वसाधारणपणे पुढील प्रकारे पैसे दिले जातात. मनी ऑर्डर, धनादेश, बँक ड्राफ्ट, हुंडी, वचन चिट्ठी इत्यादी. नेहमीच्या ग्राहकाकडून येणे रक्कम एकदमच घेतली जाते. तसेच काही वेळेस ठराविक कालावधीनंतर देखील पैसे देऊन व्यवहार करू शकतो. ज्यावेळी सर्व पैसे दिले जातात. त्यावेळी व्यवहार पूर्ण झाला असे समजतात. पाठवलेल्या पैशाची विक्रेत्याकडून पोहच पावती दिली जाते. किंवा विक्रेता ठराविक कालावधीनंतर अकाऊंटचे स्टेटमेंट ग्राहकाला पाठवून देतो. त्यामध्ये खालील बाबी नमूद केलेल्या असतात.

- | | |
|------------------------------|---------------------------|
| अ. माल विक्रीची तारीख | ब. मालाची किंमत |
| क. ग्राहकाकडून मिळालेले पैसे | ड. ग्राहकाकडून येणे रक्कम |

आता तुम्हाला हे समजले आहे की माल विक्री पद्धतीत अनेक पायऱ्या असतात.

१०. चुकांची दुरुस्ती करणे : तुम्ही याचा अभ्यास केला आहे की व्यवसायाच्या व्यवहाराची सुरुवात ग्राहकांच्या चौकशीने सुरू होते. व शेवट पैसे देऊन व्यवहार पूर्ण होतो. तरी सुद्धा विक्रेता व्यवहार करताना खूप सावधगिरी बाळगतो. माल पाठवताना, वील तयार करताना काळजी घेतो. परंतु काही वेळेस चूक होते. अशी झालेली चूक डेबीट नोट किंवा क्रेडीट नोट तयार करून दुरुस्त केली जाते त्यांची माहिती पुढील प्रमाणे.

क्रेडीट नोट : या कागदपत्राद्वारे ग्राहकाला त्याचे खाते क्रेडिट केलेले आहे अशी सूचना दिली जाते. विशिष्ट रकमेने खाते क्रेडिट केले जाते.

डेबीट नोट : या कागदपत्राद्वारे ग्राहकाला त्याचे खाते डेबीट केलेले आहे अशी सूचना दिली जाते. विशिष्ट रकमेने खाते डेबीट केले जाते.



१२.३ पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न :

अ. जोडया लावा .

'अ' गट

'ब' गट

- | | |
|-------------------------------|-----------------------------------|
| १. निविदा | अ. आता खरेदी करा पैसे नंतर द्या . |
| २. वील | ब. विक्रीच्या समाधानकारक अटी |
| ३. हप्तेबंद पद्धत | क. ग्राहकाबाबतचे व्यवहाराचा तपशील |
| ४. ठराविक कालावधीने पैसे देणे | ड. आदेशाची अंमलबजावणी न करणे . |
| ५. दिलगिरीचे पत्र | इ. विक्रेत्याला पैसे मिळणे . |

ब . पुढील विधाने सत्य की असत्य ते लिहा .

- १ . ग्राहकांच्या खात्यावर ग्राहकांने दिलेले पैसे मुख्यत्वे नोंदविले जातात .
- २ . माल पाठवण्याचा पत्रालाच अॅडव्हाईस नोट असे म्हणतात .
- ३ . ग्राहक वाहतूक अधिकाऱ्यांना नुकसान भरपाईची मागणी करू शकतो की ज्यावेळी प्रवासात मालाचे नुकसान झालेले असते .
- ४ . विक्रेत्याकडून क्रेडिट नोट तयार केली जाते की ज्यावेळी ग्राहकाला ज्यादा रक्कमेचे क्रेडिट झालेले असून त्याची दुरुस्तीसाठी असे कागदपत्रे तयार केले जाते .
- ५ . विक्रेत्याकडून ग्राहकांना डेबीटनोट पाठवली जाते . व माहिती दिली जाते की तुमच्या खात्यावर विशिष्ट रक्कम डेबीट केलेली आहे .

क . योग्य पर्याय निवडा .

- १ . ज्यावेळी एखाद्या व्यक्तीला मोठ्या प्रमाणावर खरेदी करावयाची असेल तर खरेदीचा कोणता प्रकार चांगला .
 - अ . मालाची तपासणीद्वारे खरेदी
 - ब . मालाची नमुना पद्धतीने खरेदी
 - क . मालाची वर्णनाद्वारे खरेदी
 - ड . जवळच्या किरकोळ व्यापाऱ्याकडून खरेदी
- २ . खरेदी म्हणजे
 - अ . विक्रेत्याकडून खरेदीकडे मालाचे हस्तांतर व मालकीचे हस्तांतर करणे होय .
 - ब . एका व्यक्तीकडून दुसऱ्या व्यक्तीकडे मालाचा प्रत्यक्ष ताबा देणे होय .
 - क . मित्राकडून काही काळासाठी वापराकरिता एखादी वस्तू घेणे .
 - ड . मालकाकडून माल वस्तू भाडे तत्वावर घेणे .
- ३ . ग्राहकाने खरेदी करण्यापूर्वी करण्यापूर्वी कोणता घटक विचारात घेऊ नये .
 - अ . ग्राहकाने ओळखीचा वापर करणे .
 - ब . मालाचे व वस्तूचे प्रदर्शन
 - क . परवडणारी किंमत
 - ड . शेजारी राहणाऱ्या मालकीच्या वस्तूचे प्रदर्शन
- ४ . खालील पैकी कोणती विक्रीची पद्धत नाही .
 - अ . रोखीने विक्री
 - ब . भाडे खरेदी पद्धती विक्री
 - क . उधारीने विक्री
 - ड . हप्ते पद्धतीने विक्री

खरेदी विक्री आणि वाटप**टिपा**

खरेदी विक्री आणि वाटप



टिपा

५. खालील पैकी कोणती पद्धत विक्री पद्धत नाही .
 - अ . संभाव्य ग्राहकाकडून चौकशी
 - ब . ग्राहकाकडून मालाची मागणी आदेश मिळणे .
 - क . ग्राहकाला माल पाठविणे .
 - ड . विक्रेत्याकडून क्रेडीट नोट पाठविणे .



तुम्ही काय शिकलात :

खरेदी म्हणजे अशी पद्धत की ज्यामध्ये पैसे देऊन माल किंवा मालमत्ता दुसऱ्या व्यक्तीकडून आपल्या नावांवर करून घेणे . विक्री पद्धतीत माल किंवा मालमत्ता एका व्यक्तीकडून दुसऱ्या व्यक्तीकडे रोग्र किंवा उधारीवर हस्तांतरीत होते . खरेदी आणि विक्री नेहमी एकाच वेळी होणाऱ्या घटना आहेत . विक्रीच्या कार्यामध्ये उत्पादकाकडून ग्राहकाकडे माल व सेवा यांचा प्रवाह होतो .

मालाची खरेदी तपासणीद्वारे, नमुना पद्धतीने किंवा मालाचे वर्णन करून किंवा नामांकित उत्पादकाकडून केली जाते . विक्री पद्धतीत भाडेखरेदी पद्धत, हप्त्या बंद विक्री पद्धत मालपसंतीनंतर विक्री, निविदाद्वारे विक्री, लिलाव पद्धतीने विक्री केली जाते . पैसे देण्याची पद्धत त्वरीत पैसे देणे, हप्त्याने पैसे देणे किंवा विशिष्ट कालावधीनंतर पैसे देणे .

विक्री पद्धतीत मालाची चौकशी, निविदा, नोंदणी करणे, माल पाठविणे, बिल तयार करणे, मालाचा ताबा घेऊन पैसे देणे व व्यवहार पूर्ण करणे . विक्रेता डेबीट नोट व क्रेडीट नोट द्वारे झालेल्या चुका दुरुस्त करतो .



संकीर्ण प्रश्नसंग्रह :

- १ . खरेदी म्हणजे काय ?
- २ . विक्री मध्ये कोण कोणती कार्ये करावी लागतात ?
- ३ . लिलाव पद्धतीने विक्री म्हणजे काय ?
- ४ . हप्त्याने पैसे देणे या विषयी सविस्तर माहिती द्या .
- ५ . चुक कशा प्रकारे दुरुस्त केली जाते त्याची माहिती द्या .
- ६ . तुलना करा . हप्त्या बंद विक्री पद्धत आणि भाडे खरेदी पद्धत
- ७ . मालाची खरेदी करताना पैसे देण्याच्या पद्धतीचे प्रकार सांगून त्यांची माहिती लिहा .
- ८ . निविदाद्वारे विक्री पद्धतीची माहिती लिहा .
- ९ . माल खरेदीचे वेगवेगळे प्रकार सांगा .
- १० . विक्रीच्या पद्धती सांगा .

खरेदी आणि विक्री

११. मालाची विक्री करताना कोणत्या कार्यपद्धती वापरतात ?
१२. नेहमीच्या विक्री पद्धतीत मालाच्या मागणीच्या आदेशाची अंमलबजावणी झाल्यानंतर कोणत्या पायऱ्या पार पाडाव्या लागतात ?



पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्नांची उत्तरे :

१२.१

- | | | |
|----------|-----------|--------|
| १. खरेदी | २. ग्राहक | ३. नफा |
| ४. विपणन | ५. विक्री | |

१२.२

- | | | |
|----------|----------|----------|
| १. असत्य | २. सत्य | ३. असत्य |
| ४. सत्य | ५. असत्य | |

१२.३

- | | | | | | |
|----|----------|---------|---------|------|------|
| अ. | १. व | २. क | ३. अ | ४. फ | ५. ड |
| ब. | १. असत्य | २. सत्य | ३. सत्य | | |
| | ४. असत्य | ५. सत्य | | | |
| क. | १. व | २. अ | ३. ड | ४. ब | ५. ड |

तुमच्यासाठी कृती :

- वर्तमानपत्रे गोळा करून त्यामधील निविदाची जाहीरात कात्रण करून त्यामधील माहिती मिळवा.
- जर तुमचा मित्र किंवा कुटूंबातील एखादी व्यक्ती कार्यालयामध्ये काम करत असेल तर ते फर्निचर, स्टेशनरी संगणक इत्यादी खरेदी करताना कोणती पद्धत अवलंबतात?

विभाग ४

खरेदी विक्री आणि वाटप



टिपा



टिपा

वितरण साखळी

तुम्हांला हे माहित आहे का व्यापार अभ्यासाबद्दल, जे अभ्यासाचे साहित्य जे तुमच्या हातात आहे ते दिल्ली येथील नॅशनल इन्स्टिट्यूट ऑफ ओपन स्कूलिंगच्या हेडक्वार्टर्स येथे तयार केले जाते. जे नोयडा (उत्तर प्रदेश) येथे आहे. ते तुमच्या हातात कसे येते ? ते तुमच्या अभ्यास केंद्रावर उपलब्ध होते का किंवा तुम्ही ते बाजारातून आणता ? जर तुम्ही ते तुमच्या अभ्यास केंद्रावरून आणले असेल तर क्षणभर विचार करा की ते तुमच्या अभ्यास केंद्रावर कसे आले असेल ? वास्तविक अभ्यास साहित्याच्या प्रकाशनानंतर, एन. आय.ओ.एस. हे साहित्य तुमच्या अभ्यासकेंद्रावर पाठवते आणि नंतर तुम्ही ते तेथून मिळवता. त्याचप्रमाणे एन. आय.ओ.एस. अभ्यासाचे साहित्य बाजारात उपलब्ध होते कारण पुस्तकविक्रेता ते थेट एन. आय.ओ.एस. मधून प्रकाशित झालेले अभ्यासाचे साहित्य तुमच्यापर्यंत पोहोचवितो ते तुमच्या अभ्यास केंद्रामार्फत किंवा पुस्तक विक्रेत्यामार्फत त्याचप्रमाणे आपण दैनंदिन जीवनात ज्या वस्तू किंवा सेवा वापरतो. त्यासुद्धा उत्पादक किंवा निर्माता यांच्याकडून आपल्यापर्यंत पोचतात. या प्रकरणात आपण आपल्या गरजेच्या वस्तू आणि सेवा आपल्यापर्यंत कशा पोचतात हे पाहणार आहोत.



उद्दिष्टे :

या प्रकरणाच्या अभ्यासानंतर तुम्ही हे समजू शकाल.

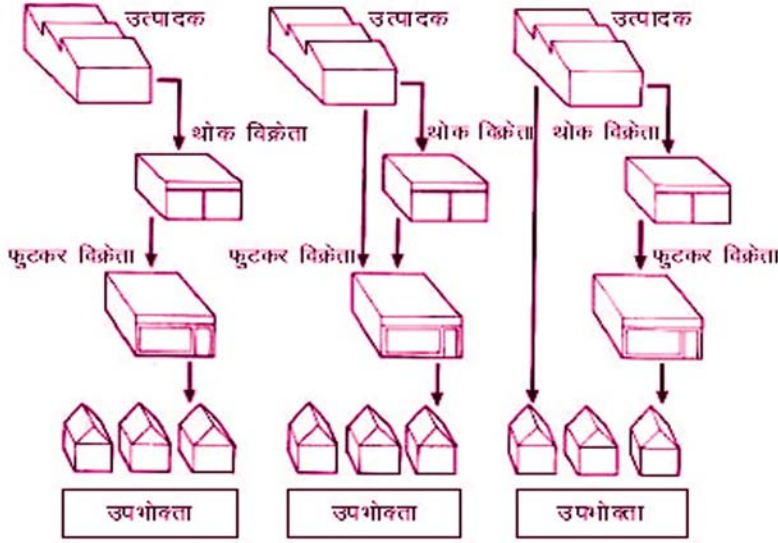
- वाटपाचे माध्यम हयाचा अर्थ स्पष्ट करणे.
- वाटपाचे विविध माध्यमे ओळखणे.
- घाऊक व किरकोळ विक्रेत्याची कार्ये सांगणे.
- घाऊक व किरकोळ विक्रेता यांच्यातील फरक स्पष्ट करणे.

१३.१ वाटपाची विविध माध्यमे :

दुरच्या ठिकाणी राहत असलेल्या विविध ग्राहकांपर्यंत वस्तू पोचवणे हा व्यापाराचा मुख्य उद्देश आहे हे तुम्हाला माहित आहेच. उदा. वस्तू आणि सेवा हया उत्पादापासून ग्राहकांपर्यंत त्या अनेक लोकांच्या माध्यमातून जातात. एक उदाहरण पाहू या. एका शेतकऱ्याची सफरचंदाची बाग आहे. एकदा सफरचंद पिकल्यावर दिल्ली येथील एका दलालाने ती श्रीनगरमधून जमा केली. नीट बांधणी केली आणि नवी दिल्ली येथील घाऊक विक्रेत्याने ती विविध फळे विक्रेत्यांना विकली. आपल्या गरजेप्रमाणे आपण सफरचंदे विक्रेत्याकडून विकत घेतली.

अशाप्रकारे, श्रीनगरच्या उत्पादकापासून येताना, उत्पादन ग्राहकापर्यंत पोचताना ते विविध हातातून जसे दलाल, घाऊक विक्रेता आणि किरकोळ विक्रेता त्यांच्याकडून ग्राहकापर्यंत पोचले हे तिन्ही मध्यस्थ म्हणून ओळखले जातात. हे मध्यस्थ वस्तूच्या उत्पादक व ग्राहक त्यांच्यातील जोडणारा दुवा आहेत. त्याची काही कार्ये आहेत. खरेदी, विक्री साठवणूक इ. मध्यस्थी वस्तूच्या वाटपाचे मार्ग होतात. अशाप्रकारे वाटपाचे मार्ग म्हणजे वस्तू उत्पादकापासून ग्राहकापर्यंत पोचेपर्यंतचा रस्ता होय.

(वस्तूची उत्पादकापासून ग्राहकापर्यंत पोचण्याच्या मार्गाला वाटपाचे विविध मार्ग म्हणतात.)



१३.२ मार्गाचे प्रकार :

ग्राहकाच्या हातात वापराला येण्यापूर्वी साधारणपणे सेवा आणि वस्तूंना विविध हातातून जावे लागे. परंतु काही बाबतीत ग्राहक आणि विक्रेता यांच्यात कोणताही मध्यस्थी नसताना जेव्हा विक्रेता ग्राहकाला थेट वस्तू विकतो तेव्हा त्याला थेट मार्ग असे म्हणतात. म्हणून तेथे मार्गाचे दोन प्रकार आहेत. एक प्रत्यक्ष आणि अप्रत्यक्ष मार्ग.

वरील आकृतीवरून हे लक्षात येते की एक प्रत्यक्ष मार्ग म्हणजे उत्पादक ते ग्राहक अप्रत्यक्ष मार्ग खूप आहेत जसे अभिकर्ता

१. उत्पादक → अभिकर्ता → घाऊक विक्रेता → किरकोळ विक्रेता → ग्राहक
२. उत्पादक → घाऊक विक्रेता → किरकोळ विक्रेता → ग्राहक
३. उत्पादक → अभिकर्ता → ग्राहक
४. उत्पादक → घाऊक विक्रेता → ग्राहक
५. उत्पादक → किरकोळ विक्रेता → ग्राहक

काही सर्वसाधारण मार्गाची चर्चा करू या.

खरेदी विक्री आणि वाटप



टिपा

१. प्रत्यक्ष मार्ग :

या मार्गात, उत्पादक त्याच्या वस्तू आणि सेवा प्रत्यक्ष ग्राहकाला विकतो. तेथे ग्राहक आणि उत्पादक यांच्यात मध्यस्थी नसते. उत्पादक त्याच्या वस्तू दारोदारी जाऊन सेल्समन द्वारे प्रत्यक्ष विकतो आणि त्याच्या किरकोळ दुकानातही विक्री करतो. उदा. वाटा इंडिया लिमिटेड, एचपीसीएल, लिबर्टी शूज लिमिटेड यांची स्वतःची किरकोळ दुकाने आहेत. जेथे ते ग्राहकाला वस्तू विकतात. काही ठराविक सेवा संस्था त्यांच्या सेवा थेट ग्राहकाला देतात. बँका, सल्ला केंद्रे, दूरध्वनी कंपन्या, वाहतूक सेवा इ. सेवातत्त्वाच्या माध्यमांचे मार्गाची उदाहरणे आहेत.

उत्पादक → ग्राहक

२. अप्रत्यक्ष मार्ग :

उत्पादक मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन करतो तेव्हा ग्राहकाला थेट वस्तू विकणे शक्य नसते. त्यामुळे तो मध्यस्थाद्वारे वस्तू विकतो. हे मध्यस्थी घाऊक किंवा किरकोळ विक्रेते असू शकतात. घाऊक विक्रेता उतदकांकडून मोठ्या प्रमाणावर खरेदी करतो. आणि किरकोळ विक्रेता घाऊक विक्रेत्याकडून वस्तू खरेदी करतो आणि ग्राहकांच्या गरजेप्रमाणे विकतो. वाटपाच्या पद्धतीत विविध अप्रत्यक्ष वाटपाच्या मार्गांचा समावेश होतो. काही महत्त्वाच्या वाटपाच्या अप्रत्यक्ष मार्गांचा अभ्यास करू या.

उत्पादक → किरकोळ विक्रेता → ग्राहक

हा सर्वसामान्य मार्ग आहे. वस्तूच्या वाटपाचा ग्राहकाला पोचवण्याचा घाऊक विक्रेत्यामार्फत वस्तूची विक्री ही धान्य, मसाला, भांडी इ. बाबतीत योग्य असते आणि बहुधा जे प्रकार आकाराने लहान असतात त्या बाबतीत. या मार्गात उत्पादक एक किंवा त्यापेक्षा जास्त किरकोळ विक्रेत्याला विकतो आणि विक्रेता त्या ग्राहकाला विकतो. हा मार्ग खालील बाबतीत वापरतात.

उत्पादक → घाऊक विक्रेता → किरकोळ विक्रेता → ग्राहक

१. जेव्हा अन्नपुरवट्याच्या वस्तू स्थानिक बाजारपेठेत येतात उदा. ब्रेड, विस्किट, पॅटिस इ.
२. जेव्हा किरकोळ विक्रेता मोठ्या प्रमाणात खरेदी करतो. आणि भागात थेट ग्राहकाला विकतो. डिपार्टमेंट स्टोअर्स आणि सुपर बाजार ही या मार्गाची उदाहरणे आहेत.



१३.१ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

१. ज्या मार्गाने उत्पादक ग्राहकाला वस्तू विकतो त्या मार्गाला असे म्हणतात .
२. किरकोळ विक्रेता हा म्हणून घाऊक विक्रेता आणि ग्राहक यांच्यात कार्य करतो .
३. जेथे वस्तू मध्यस्थीद्वारे विकल्या जातात, तेव्हा तो वाटपाचा मार्ग म्हणून ओळखला जातो .
४. जेव्हा मध्यस्थी सेवा वापरून थेट ग्राहकाला विकल्या जातात तेव्हा तो मार्ग म्हणून ओळखला जातो .
५. थेट मार्गात, उत्पादक दारोदार सेल्समनद्वारे किंवा स्वतःच्या मधून ग्राहकाला वस्तू विकतात .



टिपा

१३.२ घाऊक आणि किरकोळ विक्रेता :

घाऊक आणि किरकोळ विक्रेता हे महत्वाचे मध्यस्थ आहेत . जे वस्तूंचे उत्पादकापासून ग्राहकापर्यंत वस्तूंचे वितरण करतात . त्याबाबत सविस्तर अभ्यास करू या .

१. घाऊक विक्रेता :

वाटपाच्या मार्गात घाऊक विक्रेता हा महत्वाचा मध्यस्थी आहे जो वस्तू मोठ्या प्रमाणावर खरेदी करतो ते उत्पादकाकडून मोठ्या प्रमाणावर वस्तू खरेदी करता आणि त्यापेक्षा कमी प्रमाणात किरकोळ विक्रेत्याला विकतात . जेव्हा ग्राहकाला जास्त प्रमाणात खरेदी करायची असते . तेव्हा ते प्रत्यक्ष ग्राहकाला वस्तू विकतात . ते सामान्यपणे मर्यादित विविध प्रकारांशी व्यवहार करतात आणि ठराविक उत्पादनाच्या बाबतीत जसे इस्त्री, स्टील, टेक्सटाईल्स, कागद, इलेक्ट्रॉनिक उपकरणे इ. आता आपण घाऊक विक्रेत्यांची वैशिष्ट्ये पाहू या .

१३.४ घाऊक विक्रेत्याची वैशिष्ट्ये :

१. घाऊक विक्रेते थेट उत्पादकाकडून खरेदी करतात .
२. घाऊक विक्रेते मोठ्या प्रमाणात खरेदी करतात . आणि छोट्या प्रमाणात विक्री करतात .
३. ते ठराविक उत्पादनाच्या विविध प्रकारांची विक्री करतात . उदा . घाऊक विक्रेता जो कागदाशी संबंधित व्यवहार करतो . त्याचा कागद, कार्डबोर्ड, कार्ड इ .
४. ते बरेच नोकर किंवा अभिकर्ते उत्पादनाच्या वाटपासाठी पगारी तत्वावर ठेवतात .
५. घाऊक विक्रेत्याला त्याच्या वापरासाठी मोठ्या भांडवलाची गरज असते .
६. ते साधारणपणे किरकोळ विक्रेत्याला उधारी सुविधा देतात .

खरेदी विक्री आणि वाटप



टिपा

७. तसेच ते उत्पादकाला आर्थिक मदतही करतात.

८. शहरामध्ये साधारणपणे बाजारपेठेच्या ठराविक भागात ते असतात.

उदा. आपणास दिसून येते की कापडाचा व्यापारी एका भागात, पुस्तक विक्रेता दुसऱ्या भागात. इ.

१३.५ घाऊक विक्रेत्याची कार्ये :

तुम्हाला घाऊक विक्रेत्याचा अर्थ आणि त्याची वैशिष्ट्ये हे चांगलेच कळले असेल.



घाऊक विक्रेत्याची कार्ये

आता घाऊक विक्रेत्याची कार्ये जाणून घेऊ या.

खाली नमुद केलेली कार्ये, घाऊक विक्रेते नेहमी करतात.

१. **वस्तू जमा करणे :** घाऊक विक्रेता उत्पादकाकडून मोठ्याप्रमाणात वस्तू खरेदी करतो आणि जमा करतो.
२. **वस्तूंचा साठा करणे :** घाऊक विक्रेता वस्तू जमा करतो आणि जोपर्यंत त्या विकल्या जात नाहीत तोपर्यंत त्या सुरक्षित गोडाऊनमध्ये ठेवतो. नाशवंत वस्तू जसे फळे, भाजीपाला इ. थंड ठिकाणी साठविल्या जातात.
३. **वाटप :** घाऊक विक्रेता निरनिराळ्या किरकोळ विक्रेत्यांना वस्तू विक्रेता अशा प्रकारे तो वस्तू वाटपाचेही कार्य करतो.
४. **आर्थिक मदत :** घाऊक विक्रेता आगाऊ पैसे पाठवून उत्पादकाला आर्थिक मदत करतो. तो किरकोळ विक्रेत्याला उधारीवरही वस्तू विकतो. अशाप्रकारे दोन्ही टोकांवर आर्थिक मदत करणारा म्हणून कार्य करतो.
५. **जोखीम घेणे :** घाऊक विक्रेता वस्तू उत्पादकाकडून खरेदी करतो आणि जोपर्यंत त्या विकल्या जात नाहीत तोपर्यंत त्या गोडाऊनमध्ये ठेवतो. म्हणून तो मागणी मधील बदल, किंमतीत वाढ, वस्तू नाश पावणे यासारख्या बाबतीत जोखीम घेतो.



६. **वर्गीकरण करणे** : घाऊक विक्रेता मालाचे वेगवेगळ्या श्रेणीत विभाजीत करतो कारण सर्व उत्पादन हे सारख्या दर्जाचे असते. विक्रेता हे वर्गीकरण उत्पादनाच्या दर्जानुसार आकारानुसार आणि वजनानुसार करतो. तो मालाची आकर्षकरीत्या बांधणी करतो. काही वस्तुंना तो नाव देण्याचे कार्य करतो.
७. **किंमत ठरविणे** : घाऊक विक्रेता हा मालाची किंमत ठरवतो. ते मालाच्या किंमतीला स्थिरता देतात. मागणीनुसार मालाचा पुरवठा करता. बाजारपेठेतील तेजी मंदीनुसार व समाजातील व्यक्तीच्या मागणीनुसार वस्तु बाजार पेठेत आणण्याचे कार्य करतो. त्याचप्रमाणे काही लोकांना नमुना म्हणून मालाची देवाण घेवाण करतो.



१३.२ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

खालीलपैकी कोणती विधाने घाऊक विक्रेत्याच्या बाबतीत खरी आणि खोटी आहेत ते सांगा .

१. ग्राहकाला विकण्यासाठी ते किरकोळ विक्रेत्याकडून थेट वस्तू खरेदी करतात .
२. जे सामान्यपणे उत्पादक आणि किरकोळ विक्रेता यांना उधारी सेवा पुरवतात .
३. ते मोठ्या प्रमाणावर वस्तू खरेदी करतात आणि जोपर्यंत विकल्या जात नाहीत तोपर्यंत साठवून ठेवतात .
४. घाऊक विक्रेत्याला त्याच्या व्यापारासाठी कमी भांडवलाची आवश्यकता असते .
५. ते विविध बाजारपेठेत विविध ठिकाणी ग्राहकाच्या जवळ असतात .
६. ते विविध प्रकारच्या वस्तू छोट्या प्रमाणात खरेदी करतात .

२ . किरकोळ विक्रेता :

किरकोळ विक्रेता हा असा व्यापारी आहे जो घाऊक विक्रेत्याकडून किंवा काही वेळेला थेट उत्पादकाकडून वस्तू खरेदी करतो आणि त्या ग्राहकाला विकतो . ते सामान्यपणे किरकोळ दुकाने चालवितात आणि छोट्या प्रमाणात वस्तू विकतात . ते दैनंदिन वापराचे विविध प्रकार ठेवतात .

१३.६ किरकोळ विक्रेत्याची वैशिष्ट्ये :

१. किरकोळ विक्रेत्याचा थेट ग्राहकाशी संबंध येतो . त्यांना ग्राहकाची गरज माहीती असते आणि ते त्याप्रमाणे आपल्या दुकानात वस्तू ठेवतात .
२. किरकोळ विक्रेता हे पुनर्विक्रीसाठी वस्तू विकत नाहीत तर ग्राहकाच्या योग्य वापरासाठी करतात . उदा . तुम्ही फळे . कपडे . पेन . पेन्सिल हे स्वतःच्या वापरासाठी खरेदी करतात . विकण्यासाठी नाही .

खरेदी विक्री आणि वाटप

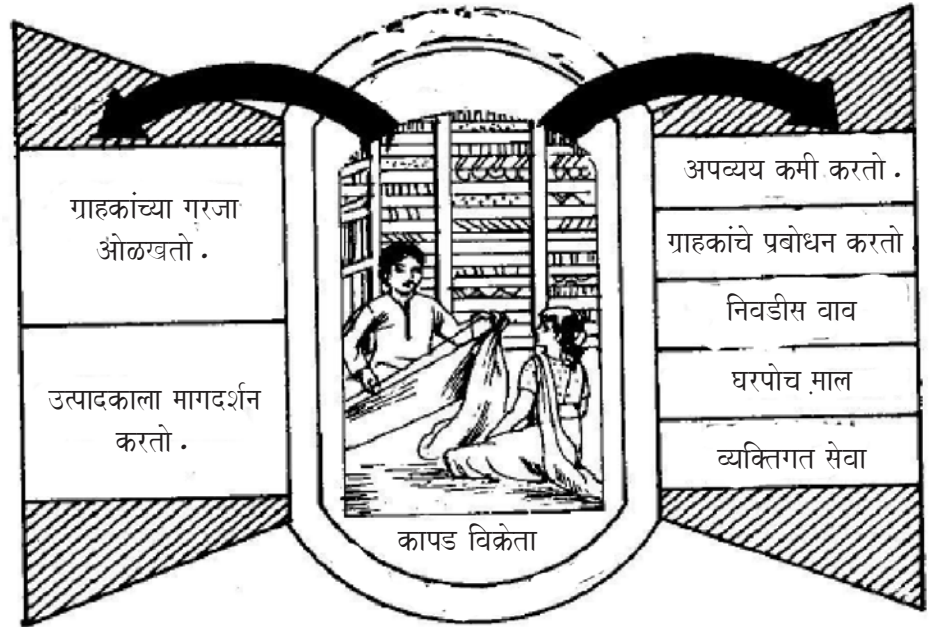


टिपा

३. किरकोळ विक्रेते छोट्या प्रमाणात खरेदी आणि विक्री करतात. त्यामुळे भविष्यासाठी साठवून न ठेवता ग्राहकाला त्याच्या गरजा भागवता येतात.
४. घाऊक विक्रेत्याच्या तुलनेत किरकोळ विक्रेत्याला व्यापार सुरू आणि चालू ठेवण्यासाठी कमी भांडवलाची आवश्यकता असते.
५. किरकोळ विक्रेते विविध प्रकार उत्पादनाचे यांच्याशी संबंधीत व्यवहार करतात आणि वस्तूची खरेदी करताना ग्राहकाला निवडीला वाव देतात.
६. किरकोळ विक्रेते माल उधारीवर घेतात. मात्र विकतांना रोग्हीवर विकतात.
७. किरकोळ विक्रेता हा विशेष महत्व आकर्षकतेला देतो आणि त्याप्रमाणे उत्पादने दुकानात ठेवतो हे केवळ तो ग्राहकाला आकर्षित करण्यासाठी करतो.

१३.७ किरकोळ विक्रेत्याची कार्ये :

किरकोळ विक्रेता हा ग्राहकाच्या आवडीनिवडीशी निगडीत असतो. म्हणून त्यांना चपळ आणि कार्यक्षम रहावे लागते. ग्राहकाला समाधानी ठेवण्यासाठी आणि जास्त खरेदी करण्यासाठी आता आपण वस्तूच्या वाटपात किरकोळ विक्रेत्याची कार्ये पाहूया.



किरकोळ विक्रेत्याची कार्ये



टिपा

१. **खरेदी करणे आणि वस्तूची जमवाजमव करणे :** किरकोळ विक्रेता वस्तूच्या विविध प्रकारांची खरेदी आणि जमवाजमव विविध घाऊक विक्रेता आणि उत्पादक यांच्याकडून करतो. ते ग्राहकाला आवडणाऱ्या वस्तू आणि त्यांच्या मागणीनुसार वस्तू ठेवतात.
२. **वस्तूची साठवणूक करणे :** ग्राहकाला वस्तूच्या पुरवठ्यासंबंधी खात्री होण्यासाठी किरकोळ विक्रेता त्याच्या दुकानात वस्तू साठवून ठेवतो. वस्तू या दुकानात ग्राहकाला जेव्हा गरज असेल तेव्हा घेता येतात. ह्यामुळे ग्राहकाला वस्तू मोठ्या प्रमाणात खरेदी आणि साठवून ठेवाव्या लागत नाहीत.
३. **उधारी सुविधा :** जरी किरकोळ विक्रेते हे रोखीने वस्तू विकत असले तरी नेहमीच्या ग्राहकाला ते उधारी सुविधा देतात. जे ग्राहक मोठ्या प्रमाणावर खरेदी करतात त्यांनाही उधारी सुविधा मिळवता येते.
४. **वैयक्तिक सेवा :** किरकोळ विक्रेता ग्राहक वैयक्तिक सेवा, दर्जा, वैशिष्ट्ये आणि वस्तूचा उपयोग याबाबतीत सल्ला देऊन करित असतो. ते ग्राहकाची आवड निवड लक्षात घेऊन ते सूचना देतात. तसेच ते घरपोच माल पोचवण्याची व्यवस्था करतात. अशाप्रकारे ते जेव्हा ग्राहकाची मागणी असेल तेव्हा त्याला जागेवर वस्तू उपलब्ध करून देतात.
५. **जोखीम घेणे :** किरकोळ विक्रेता बऱ्याच बाबतीत जोखीम घेतात जसे
 - अ. आग किंवा वस्तूची चोरी
 - ब. जर वस्तू वेळेवर विकल्या गेल्या नाहीत तर त्यांच्या दर्जात न्हास.
 - क. फॅशन आणि चव याच्यात बदल.
६. **वस्तूचे प्रदर्शन :** किरकोळ विक्रेता वस्तूचे पद्धतशीर आणि आकर्षकरित्या प्रदर्शन मांडतो. यामुळे ग्राहकांचे लक्ष वेधून घेण्यास मदत होते. आणि वस्तू ताबडतोब विकल्या जातात.
७. **माहितीचा पुरवठा करणे :** किरकोळ विक्रेता ग्राहकाची आवड, चव, मागणी याविषयीची माहिती घाऊक विक्रेत्याद्वारे उत्पादकाला पोचवतो. बाजारपेठेतील शोधमोहिमेसाठी ते अत्यंत उपयुक्त ठरतात.

१३.८ घाऊक आणि किरकोळ विक्रेता यांच्यातील फरक :

तुम्ही घाऊक आणि किरकोळ विक्रेता यांचा अभ्यास केलात. ते दोघेही पद्धती आणि कार्ये यांच्या बाबतीत भिन्न आहेत हे तुमच्या लक्षात आले असेल आता त्यांच्यातील फरक शोधू या.



टिपा

क्र .	घाऊक विक्रेता	किरकोळ विक्रेता
१ .	वस्तू मोठ्या प्रमाणात खरेदी करतो .	वस्तू कमी प्रमाणात खरेदी करतो .
२ .	थेट उत्पादकाकडून वस्तू खरेदी करतात .	साधारणपणे घाऊक विक्रेत्याकडून खरेदी करतात .
३ .	मर्यादित वस्तूंच्या प्रकारांचे व्यवहार करतात .	उत्पादनाचे विविध प्रकारांचे व्यवहार करतात .
४ .	व्यापार चालू आणि सुरू करण्यासाठी मोठ्या भांडवलाची आवश्यकता असते .	कमी भांडवलात व्यापार करू शकतात .
५ .	वस्तू पुन्हा विकण्यासाठी खरेदी करतात .	वस्तू उपयोगासाठी विकतात .
६ .	ग्राहकाशी थेट संबंधित नसतात .	ग्राहकांशी प्रत्यक्ष संबंध येतो .
७ .	दुकानाच्या आकर्षकतेकडे विशेष लक्ष देत नाहीत .	ग्राहकाचे लक्ष वेधून घेण्यासाठी दुकानाच्या आकर्षकतेकडे लक्ष देतात .



१३ .३ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

अ . खाली दिलेल्या वाक्यांमध्ये जी वाक्ये घाऊक विक्रेत्याशी संबंधित आहेत . त्यांच्यासमोर W व जी वाक्ये किरकोळ विक्रेत्याशी संबंधित आहेत . त्यांच्यासमोर R हे कंसात लिहा .

- १ . वस्तू छोट्या प्रमाणात विकतात . ()
- २ . जास्त भांडवलाची गरज असते . ()
- ३ . पुर्नविक्रीसाठी वस्तू विकतात . ()
- ४ . मर्यादित प्रकार (वस्तूचे) शी व्यवहार करतात . ()
- ५ . ग्राहकाशी थेट संबंध येतो . ()

ब . खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा .

- १ . किरकोळ विक्रेता कोणकोणत्या जोखीम घेतो ? कोणतेही २ नावे सांगा .
- २ . उत्पादकाला किरकोळ विक्रेत्याच्या कार्यामधून कशाप्रकारे फायदा होतो ? कोणत्याही दोन कार्यामधून फायदा कसा होतो ते लिहा .
- ३ . समजा तुमच्या स्थानिक भागात सारख्याच वस्तूंचे दोन किंवा तीन विक्रेते आहेत . कोणत्या दुकानदारांकडून तुम्ही तुमच्या गरजा पूर्ण करण्याचे पसंत कराल ?

क . बहुपर्यायी प्रश्न :

खरेदी विक्री आणि वाटप



टिपा

- १ . प्रत्यक्ष मार्गात खालीलपैकी कशाचा समावेश होतो ?
 - अ . उत्पादक → किरकोळ विक्रेता → ग्राहक
 - ब . उत्पादक → ग्राहक
 - क . उत्पादक → घाऊक विक्रेता → ग्राहक
 - ड . उत्पादक → अभिकर्ता → ग्राहक
- २ . ज्यात मोठ्या प्रमाणावर मालाची विक्री व्यापाऱ्याला केली जाते त्याला काय म्हणतात ?
 - अ . परदेशी व्यापारी
 - ब . घाऊक व्यापारी
 - क . स्थानिक व्यापारी
 - ड . किरकोळ व्यापारी
- ३ . घाऊक विक्रेते हे कोणत्या दोहोंमधले महत्त्वपूर्ण भाग आहे ?
 - अ . उत्पादक आणि घाऊक विक्रेता
 - ब . किरकोळ विक्रेता आणि ग्राहक
 - क . उत्पादक आणि ग्राहक
 - ड . उत्पादक आणि किरकोळ विक्रेता
- ४ . ग्राहकाची आवडनिवड घाऊक विक्रेत्याला वेळोवेळी कोणाच्या माध्यमातून पोंहचवली जाते?
 - अ . जाहीरात
 - ब . वर्तमानपत्र
 - क . किरकोळ विक्रेता
 - ड . ग्राहक
- ५ . घाऊक विक्रेत्याचे महत्त्वपूर्ण वैशिष्ट्य काय आहे ?
 - अ . उत्पादनाची जाहीरात करणे .
 - ब . उत्पादनाची कमी किंमतीत विक्री करणे .
 - क . विविध उत्पादनांची विक्री करतो .
 - ड . उत्पादन विक्रेत्याकडून घेणे आणि किरकोळ विक्रेत्याला विकणे .



तुम्ही काय शिकलात :

वाटपाचे मार्ग म्हणजे असा रस्ता जेथे वस्तू उत्पादकापासून ग्राहकापर्यंत जातात . जेव्हा उत्पादक ग्राहकाला वस्तू आणि सेवा थेट विकतात . तेव्हा तो प्रत्यक्ष मार्ग असतो . जेव्हा मध्यस्थी हे दोनापेक्षा जास्त असतात . तेव्हा तो अप्रत्यक्ष मार्ग असतो .

खरेदी विक्री आणि वाटप



टिपा

वाटपाच्या मार्गामधील घाऊक विक्रेता हा मध्यस्थी आहे जो वस्तूचा मोठ्या प्रमाणात व्यवहार करतो. ते किरकोळ विक्रेत्याला वस्तू विकतात आणि काही वेळेस ते प्रत्यक्ष ग्राहकाला वस्तू विकतात. घाऊक विक्रेता हा वस्तू जमा करणे, वस्तूचा साठा करणे, वाटप, आर्थिक मदत, जोग्जीम घेणे, किंमत ठरविणे, वर्गिकरण करणे अशा प्रकारची कार्ये करतात.

किरकोळ विक्रेता हा विक्रीचा माल घाऊक विक्रेत्याकडून घेतो आणि ग्राहकाला विकतो. किरकोळ विक्रेता हा खरेदी करणे आणि वस्तूची जमवाजमव करणे, वस्तूची साठवणूक करणे उधारी सुविधा वैयक्तिक सेवा, जोग्जीम घेणे, वस्तूचे प्रदर्शन, माहितीचा पुरवठा करणे ही कार्ये करतात.



संकीर्ण प्रश्नसंग्रह :

१. वाटपाचे मार्ग म्हणजे काय ?
२. ज्या सेवा प्रत्यक्ष मागनि दिल्या जातात अशा चार सेवांची उदा. द्या.
३. उत्पादन उत्पादकापासून ते ग्राहकापर्यंत जाण्याचे विविध मार्ग स्पष्ट करा.
४. घाऊक विक्रेत्याची व्याख्या द्या. वाटपाच्या मार्गातील ते महत्त्वाचे दुवे कसे होतात ?
५. किरकोळ विक्रेत्याची कोणतेही चार वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.
६. वस्तूच्या वाटपातील किरकोळ विक्रेत्याची भूमिका स्पष्ट करा.
७. घाऊक व किरकोळ व्यापारातील कोणतेही पाच फरक स्पष्ट करा.
८. घाऊक विक्रेत्याची कार्ये स्पष्ट करा.



पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्नांची उत्तरे :

१३.१

- | | | |
|------------------|------------------|---------------|
| १. वाटपाचे मार्ग | २. मध्यस्थी | ३. अप्रत्यक्ष |
| ४. प्रत्यक्ष | ५. किरकोळ दुकाने | |

१३.२

- | | | |
|----------|----------|---------|
| १. असत्य | २. सत्य | ३. सत्य |
| ४. असत्य | ५. असत्य | |

१३.३

- | | | |
|---------|------|------|
| अ. १. R | २. W | ३. W |
| ४. W | ५. R | |

वितरण साखळी

१. अ. आग किंवा वस्तूची चोरी
ब. वस्तू विकल्या गेल्या नाहीत तर त्यांच्या दर्जात न्हास.
क. फॅशन आणि चव यांच्यात बदल.
 २. अ. बाजारपेठेतील व्यवहार वस्तू साठवणे आणि प्रदर्शन याद्वारे मदत.
ब. उत्पादकाकडून निर्माण होणाऱ्या अडचणींची जोगीम घेणे.
क. ते ग्राहकांच्या आवड आणि चव याबाबत उत्पादकाला माहिती पुरवतात.
 ३. अ. योग्य किंमतीची आकारणी
ब. विक्रीनंतर सेवा पुरवणे.
क. आपल्या चव आणि आवडीनुसार वस्तूंचे विविध प्रकार पुरवणे.
ड. उधारीवर विक्री, घरपोच माल मिळणे इ. सुविधा पुरवतात.
- क. १. ब २. ब. ३. क
४. ड ५. ड

विभाग ४

खरेदी विक्री आणि वाटप



टिपा

तुमच्यासाठी कृती :

तुमच्याजवळ असलेल्या एखाद्या दुकानाला भेट द्या आणि त्यांची कार्ये शोधून काढा की जे दुकान घाऊक किंवा किरकोळ विक्रेत्याचे दुकान आहे.



टिपा

किरकोळ व्यापार

आपणास दररोज जीवनामध्ये अनेक प्रकारच्या वस्तूंची गरज लागते . तुम्हास या वस्तु कोठे मिळतात? या वस्तू तुम्हाला स्थानिक बाजारपेठेत मिळतात का ? जर नसतील तर तुम्हाला ते जवळच्या शहरामधील बाजारातून खरेदी करता . सर्वसाधारणपणे आपण आपल्या निवडीनुसार वेगवेगळ्या दुकानातून किंवा वेगवेगळ्या बाजारातून वस्तू खरेदी करतो . तुम्ही विचार करा की सर्व प्रकारचा माल एकाच दुकानात का मिळू शकत नाही ? होय काही दुकाने आहेत की ज्या मधून तुम्ही वेगवेगळ्या प्रकारचा माल तुमच्या सोईनुसार खरेदी करू शकता . तुमच्या पसंतीनुसार तुम्ही घराजवळ माल खरेदी करू शकता . तुम्ही ज्या दुकानात विक्रेता नाही माल देण्यासाठी कोणीही नाही . अशा दुकानातून सुद्धा तुमच्या पसंतीचा माल खरेदी करू शकता . तुम्हाला आश्चर्य वाटले ना ? आता त्याची गरज नाही . हे कसे घडते ते आपण शिकू या .



उद्दिष्टे :

- किरकोळ व्यापार म्हणजे काय ?
- किरकोळ व्यापाराचे प्रकार
- मोठ्या प्रमाणावरचे किरकोळ व्यापार
- किरकोळ व्यापाराचे फायदे व तोटे
- दुकानामध्ये मालाचा साठा न करता केला जाणारा किरकोळ व्यापार व त्यांचे प्रकार .

१४.१ किरकोळ व्यापार म्हणजे काय ? :

जे व्यापारी ग्राहकांना थेट मालाची विक्री करतात अशा छोट्या दुकानदारांना किरकोळ व्यापारी असे म्हणतात . माल वितरणाच्या साखळीतील किरकोळ व्यापारी हा शेवटचा दुवा आहे . किरकोळ व्यापारी हा उत्पादक आणि ग्राहक यांच्यामधील मध्यस्थ आहे .

किरकोळ व्यापारी उत्पादकांकडून मालाची खरेदी करून ग्राहकांना लहान प्रमाणात विक्री करतो. घाऊक व्यापाऱ्याशी तुलना करता किरकोळ व्यापाऱ्यास कमी भांडवलाची आवश्यकता असते आणि तो रोखीने व्यवहार करतो. त्यांच्याकडे अनेक प्रकारच्या मालाचा साठा असतो. त्याचे दुकान ज्या भागात असते तेथील लोकांचा त्यांच्यावर विश्वास असतो.

१४.२ किरकोळ व्यापाराचे प्रकार :

आपण किरकोळ व्यापाराबाबत मागील पाठात शिकलो. आपणास हे माहिती असेल की किरकोळ व्यापारी म्हणजे जवळपासचा छोटा दुकानदार होय.

आपणास आश्चर्य वाटेल की फेरीवाले रस्त्यावरील दुकानदार, सुपर बाजार, विविध विभागीय भांडार, साखळी दुकान हे सर्व प्रकार किरकोळ व्यापार आहेत.

किरकोळ व्यापाराचे दोन प्रकार पडतात.

१. लहान प्रमाणातील किरकोळ व्यापार
२. मोठ्या प्रमाणातील किरकोळ व्यापार

लहान प्रमाणातील किरकोळ व्यापारात स्थानिक बाजारात मालाचे मर्यादित प्रकार, मालाचा मर्यादित साठा विक्रीसाठी उपलब्ध असतो. किरकोळ व्यापाऱ्यास भांडवलाची कमी आवश्यकता असते तो मर्यादित ग्राहकांना माल विक्रीच्या सेवा देतात.

मोठ्या प्रमाणावरील किरकोळ व्यापारात मोठ्या भांडवल गुंतवणुकीची आवश्यकता असते व मोठ्या प्रमाणावर माल विक्रीचे व्यवहार करतो. तो मोठ्या प्रमाणावर माल विक्रीचे व्यवहार करतो. तो मोठ्या प्रमाणावर ग्राहकांना विक्री करतात. सुपर बाजार, विविध विभागीय भांडार, साखळी दुकान ही मोठ्या प्रमाणावरील किरकोळ व्यापाराचे प्रकार आहेत.

लहान प्रमाणातील किरकोळ व्यापाराचे प्रकार :

१. फिरते किरकोळ व्यापारी
२. स्थानिक किरकोळ व्यापारी

१. फिरते किरकोळ व्यापारी

फिरते व्यापारी हा किरकोळ व्यापाराचा एक प्रकार आहे. हे सभोवताली फिरून थेट ग्राहकांना वेगवेगळ्या प्रकारच्या मालाची विक्री करतात. त्यांच्या दुकानाची जागा स्थिर नसते. की ज्या ठिकाणी ते मालाची विक्री करू शकतात. आपण त्यांना सकाळी वर्तमानपत्राचे वाटप करताना पाहिले असेलच. तसेच शेंगदाणे, वांगड्या, खेळणी इ. ची देखील विक्री करताना दिसतात. विशेषतः रेल्वे बस याठिकाणी हातगाडीवरून फळे, पालेभाज्या इ. विक्री सभोवताली करतात. तसेच सायकलवरून आईस्क्रीम, खारामाल इ. विकतात. तसेच हातगाडीवरून तांदूळ, मातीची भांडी, सतरंज्या इ. विकतात. तसेच ते सभोवतालच्या फूटपाथवर देखील दिसतात. शहरामध्ये अनेक प्रकारचे फिरते



खरेदी विक्री आणि वाटप



टिपा

व्यापारी आढळतात. काही फिरते व्यापारी आठवड्याच्या एका विशिष्ट दिवशी मालाची विक्री करतात. गावामध्ये असणाऱ्या बाजारास 'हाट' म्हणतात. तर शहरामध्ये असणाऱ्या बाजारास आठवडा बाजार असे म्हणतात. फिरते व्यापारी आढळतात. काही फिरते व्यापारी घरोघरी जाऊन मालाची विक्री करतात. त्यांच्या मालाच्या किंमती ठराविक किंवा निश्चित नसतात. ते किंमती कमी जास्त करून विक्री करतात. त्यांच्याकडे असणारा माल हा नामांकित कंपनीचा नसतो.

२. स्थानिक किरकोळ व्यापारी

जे व्यापारी मालाची विक्री एका निश्चित ठिकाणी करतात त्यास दुकान असे म्हणतात. ही दुकाने प्रामुख्याने बाजारपेठेजवळ, व्यापारीपेठेत किंवा राहत्या जागेजवळ वसलेली असतात. ही दुकाने मर्यादित प्रकारच्या मालाची विक्री करतात. अशा दुकानातून मालाची साठवणूक केली जाते. स्थानिक व्यापाऱ्यांचे प्रकार पुढीलप्रमाणे

- अ. सर्वसाधारण मालाचे किंवा विविध प्रकारच्या मालाचे व्यापारी
- ब. एकाच प्रकारच्या मालाचे व्यापारी
- क. वैशिष्ट्यपूर्ण मालाचे व्यापारी

अ. विविध प्रकारच्या मालाचे व्यापारी :

ज्या प्रकारचा माल दररोज आवश्यक असतो. त्या मालाची विक्री या दुकानातून केली जाते. त्याची कल्पना दुकानच्या नावावरून समजते. अशा दुकानात दैनंदिन गरजेच्या वस्तूंची विक्री करतात. की ज्याची ग्राहकाना गरज असते अशा प्रकारच्या दुकानातून, शिलाई, कापड, बिस्कीट, खाद्यपदार्थ, किराणा, सौंदर्य प्रसाधने, भेट वस्तू इ. ची विक्री केली जाते. अशा दुकानातून नेहमीच्या ग्राहकांना खरेदीवर सवलत दिली जाते. तसेच उधारीवर माल दिला जातो. तसेच विना मोबदला घरपोच माल देण्याची सुविधा दिली जाते.



किरकोळ दुकान

ब. एकाच प्रकारच्या मालाचे व्यापारी

अशी दुकाने एका विशिष्ट ठिकाणी किंवा गल्लीमध्ये एकाच प्रकारच्या वस्तूंची विक्री करतात. आपण अशी दुकाने पाहतो. कि ज्याप्रमाणे औषधाची दुकाने, पुस्तकाची दुकाने, खेळणी, तयार कपड्याची दुकाने इ. अशा दुकानातून वेगवेगळ्या आकाराचे, नामांकित कंपन्याचे, विविध फॅशनचे व वेगवेगळ्या आकाराचे, नामांकित कंपन्याचे, विविध फॅशनचे व वेगवेगळ्या दर्जाचा माल मिळतो.



औषधाचे दुकान

क. वैशिष्ट्यपूर्ण मालाचे व्यापारी :

अशा दुकानातून विशिष्ट कंपन्याचा किंवा नामांकित कंपन्याची उत्पादने विक्रीस असतात. विशिष्ट उत्पादकांचे ठराविक उत्पादने तसेच वेगवेगळे प्रकार अशा दुकानात विक्रीस असतात. आपण पाहिले असेल की अशा दुकानात बुडलँड कंपनीचे बूट व त्याचे विविध प्रकार विक्रीस ठेवलेले असतात. बुडलँड कंपनीने ग्राहकासाठी कंपनीचा माल विक्रीसाठी उपलब्ध करून दिलेला आहे.



लेडीज चप्पलचे दुकान



१४.१ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

दोन गटातील जोड्या जुळवा.

'अ' गट

१. सुपर बझार
२. फिरते व्यापारी
३. वैशिष्ट्यपूर्ण मालाचे व्यापारी
४. विविध प्रकारच्या मालाचे व्यापारी
५. एका विशिष्ट प्रकारच्या मालाचे व्यापारी

'ब' गट

- अ. एकाच नामांकित कंपनी मालाची विक्री
- ब. एकाच उत्पादकांच्या मालाच्या अनेक प्रकारच्या मालाची विक्री
- क. दैनंदिन गरजेच्या वस्तूची मोठ्या प्रमाणात विक्री
- ड. मोठ्या प्रमाणावरील किरकोळ व्यापारी
- इ. हातगाडीवरून मालाची विक्री

१४.३ मोठ्या प्रमाणावरील किरकोळ व्यापार अर्थ :

समजा तुम्हाला दैनंदिन वस्तू खरेदी करावयाच्या असतील म्हणजेच नवीन कपडे, नवीन बूट, सौंदर्य प्रसाधने किंवा विविध प्रकारचा माल तर तुम्हाला बाजारातील दुकानामध्ये एका दुकानात कपडे तर दुसऱ्या दुकानात बूट खरेदी करावे लागतात. अशा वेळी वस्तू खरेदीसाठी एका दुकानातून दुसऱ्या दुकानात जावे लागते. अशा एका दुकानात तुमच्या पसंतीचा माल उपलब्ध नसतो. त्यावेळी तुम्हाला दुसऱ्या दुकानात खरेदीसाठी जावे लागते. बऱ्याच वेळा बाजारपेठेत खूप गर्दी असते. या समस्या नेहमीच्याच असतात. वरिल समस्यावर मात करण्यासाठी आपल्यापैकी स्थानिक बाजारपेठेत किरकोळ दुकानदाराकडे खरेदीसाठी जातात. उदा. आपणास वेगवेगळ्या दुकानात जाण्यासाठी पुरेसा वेळ नसेल तर अशावेळी सर्व माल एकाच दुकानात मिळेल अशा ठिकाणी जातो किंवा आपण कामात व्यस्त असतो. अशावेळी आपल्या घरी माल मिळेल का हे पाहतो. तसेच आपल्याला नामांकित कंपन्याची उत्पादने हवी असतात. जर सर्व काही एकाच दुकानात मिळण्याची सोय असेल तर ग्राहकांना सोईस्कर होईल आणि ग्राहकांना रास्त किंमतीत माल मिळेल.



टिपा

खरेदी विक्री आणि वाटप



टिपा

तुम्ही राहत्या त्या परिसरात अशा सर्व प्रकारच्या सोई असणारे एखादे दुकान आहे का ?

अशा सुविधा असणारी दुकाने मोठ मोठ्या शहरात असतात . एकाच इमारतीमध्ये सर्व प्रकारचा माल मिळणारी दुकाने असतात अशी दुकाने शहराच्या मध्यवर्ती ठिकाणी असतात . अशा दुकानातून असंख्य ग्राहकांना मालाची विक्री केली जाते . अशा प्रकारच्या दुकानातून विविध प्रकारचा माल मिळतो तसेच कही दुकानातून एकाच उत्पादकांची उत्पादने विक्रीस ठेवलेली असतात . उदा . शर्ट , बूट इ . अशा प्रकारची दुकान मालाची मोठया प्रमाणावर खरेदी करतात व त्याची विक्री ग्राहकांना किरकोळीने करतात . काही मोठे उत्पादक स्वतःच मालाची विक्री करतात . देशातल्या वेगवेगळ्या भागात दुकानतून ग्राहकांना थेट मालाची विक्री करतात .

तुम्ही सांगू शकाल का की मोठया प्रमाणावरील किरकोळ व्यापार म्हणजे काय ?

मोठया प्रमाणावरील किरकोळ व्यापार म्हणजे व्यापाराचा असा प्रकार की ज्यामध्ये ग्राहकांना एकाच प्रकारचा माल किंवा विविध प्रकारचा माल एकाच इमारतीमधे मिळू शकतो कि ज्या ठिकाणी ग्राहकांना माल खरेदी करणे सोईच असते .

मोठया प्रमाणावरील किरकोळ व्यापाराची वैशिष्टे :

- १ . अशा प्रकारच्या दुकानातून विविध प्रकारची उत्पादने जी ग्राहकांना दैनंदिन जीवनात आवश्यक असतात व ग्राहकांच्या सोईप्रमाणे मिळतात .
- २ . अशा प्रकारच्या दुकानासाठी उत्पादकाकडून मोठया प्रमाणावर मालाची खरेदी केली जाते त्यामुळे मध्यस्थाचे वितरण साखळीतून उच्चाटन केले जाते .
- ३ . अशा प्रकारच्या दुकानातून असंख्य ग्राहकांना एकाच वेळी सुविधा दिल्या जातात .
- ४ . स्थानिक किरकोळ दुकानांच्या तुलनेत अशा प्रकारच्या दुकानाचे आकारमान मोठे असते .
- ५ . अशा प्रकारच्या दुकानांना मोठया प्रमाणावर भांडवल गुंतवणूक करावी लागते .
- ६ . अशा प्रकारच्या दुकानातून ग्राहकांना रोखीने मालाची विक्री केली जाते .



१४.२ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

योग्य शब्द वापरून रिक्त्या जागा भरा .

- १ प्रमाणात मालाची किंवा उत्पादनाची विक्री थेट ग्राहकांना केली जाते त्यास किरकोळ व्यापार असे म्हणतात .
- २ . ग्राहकांना आवश्यक असणाऱ्या किराणा माल किंवा इतर वस्तू तो दुकानातून विक्री करतो त्यास व्यापार म्हणतात .
- ३ . मोठया दुकानातून ग्राहकांना एकाच प्रकारचा किंवा अनेक प्रकारचा माल किरकोळ स्वरूपात विकला जातो त्यास किरकोळ व्यापार म्हणतात .

किरकोळ व्यापार

४. मोठ्या प्रमाणावरील किरकोळ व्यापारात जी दुकाने शहराच्या ठिकाणी असतात व ग्राहकांना प्रमाणात मालाची विक्री करतात .
५. मोठ्या प्रमाणावरील किरकोळ व्यापारात कडून अशी दुकाने सुरू केली जातात व ग्राहकांना उत्पादनांची विक्री करतात .

१४.३ मोठ्या प्रमाणावरील किरकोळ व्यापाराचे प्रकार :

भारतामध्ये सर्वसाधारणपणे पुढील प्रकारची दुकाने दिसून येतात .

१. विविध विभागीय भांडार
२. साखळी दुकाने
३. सुपर बझार

१४.४ विविध विभागीय भांडार :

विविध विभागीय भांडार हा प्रकार मोठ्या प्रमाणावरील किरकोळ व्यापाराचा प्रकार असून एकाच इमारतीमध्ये मोठ्या प्रमाणावर मालाची विक्री करतात .

एकाच इमारतीमध्ये विविध विभाग पाडलेले असतात . प्रत्येक विभागात ठराविक प्रकारच्या वस्तू की ज्याप्रमाणे स्टेशनरी, पुस्तके, इलेक्ट्रीकल वस्तू, कपडे, दागीने इ. विक्रीसाठी उपलब्ध असतात . एकाच व्यवस्थापनाखाली सर्व विभाग नियंत्रीत केले जातात .



विविध विभागीय भांडार

अशा दुकानात प्रवेश केल्यानंतर आपणास एका विभागातून दुसऱ्या विभागात खरेदीसाठी फिरावे लागते . ग्राहकांना प्रोत्साहित करण्यासाठी अशा दुकानातून अनेक सुविधा दिल्या जातात . उदा. उपहारगृह, टेलिफोन, स्वच्छतागृह इत्यादी तसेच ए.टी.एम. सारखी सुविधा ग्राहकांच्या सोईसाठी असते .

विविध विभागीय भांडार हा दुकानाचा प्रकार युरोप व अमेरिका या राष्ट्रात प्रसिद्ध आहे . आपल्या देशात हा प्रकार फक्त मोठ्या शहरात आढळतो . दिल्ली मधील इन्नी आणि शॉपर्स स्टॉप चेन्नई येथील स्पेन्सर, बेंगलोर येथील कीडस् केम्प हा भारतातील विविध विभागीय भांडाराची उदाहरणे आहेत .

विविध विभागीय भांडाराची वैशिष्ट्ये :

१. अशी दुकाने मोठ्या शहरात किंवा व्यापारीपेटेत मध्यवर्ती ठिकाणी असतात उपनगरातील ग्राहकांना या ठिकाणी सहजपणे येऊन मालाची खरेदी करता येते .
२. अशा प्रकारची दुकाने भव्य असतात व त्यांचे विविध विभाग पाडलेले असतात .

विभाग ४

खरेदी विक्री आणि वाटप



टिपा



टिपा

३. प्रत्येक विभागातून वेगवेगळ्या प्रकारच्या मालाचे व्यवहार होतात. की ज्या प्रमाणे एका विभागात लाईटचे साहित्य तर दुसऱ्या विभागात तयार कपडे तर तिसऱ्या विभागात खाद्य पदार्थ इत्यादी.
४. अशा दुकानाचे व्यवस्थापन व नियंत्रण केंद्रिय पध्दतीने केले जाते.
५. एकाच इमारतीमध्ये वेगवेगळ्या विभागात ग्राहक मालाची खरेदी करू शकतात.
६. अशा प्रकारच्या दुकानात किंवा इमारतीमध्ये ग्राहकासाठी उपहारगृह, विश्रांती गृह, टेलिफोन एटीएम इत्यादी सातऱ्या सुविधा असतात.
७. अशा दुकानातून ग्राहकांना क्रेडिट कार्डाचा वापर करून मालाची खरेदी करता येते.
८. ग्राहकांना विना मोबदला माल घरपोच मिळण्याची सुविधा असते.

विविध विभागीय भांडाराचे फायदे :

१. **सोईस्कर खरेदी :** अशा प्रकारच्या दुकानातून एकाच इमारती मध्ये अनेक प्रकारच्या वस्तू व उत्पादने विक्रीसाठी असतात. त्यामुळे ग्राहकांना एका दुकानातून दुसऱ्या दुकानात किंवा वेगवेगळ्या बाजारपेठेत जाण्याची गरज नसते त्यामुळे ग्राहकांचा वेळ वाचतो व श्रमाची बचत होते. तसेच ग्राहकांच्या सोईसाठी उपहारगृह, स्वच्छतागृह, विश्रांतीगृह व टेलिफोन, ए.टी.एम. इत्यादी सुविधा असतात.
२. **विविध वस्तूमधून निवड करण्याची संधी :** अनेक उत्पादकांची विविध उत्पादने अशा दुकानात विक्रीसाठी असतात. त्यामुळे ग्राहक आपल्या गरजेनुसार विविध वस्तूमधून चांगल्या प्रकारचा माल किंवा उत्पादने खरेदी करू शकतो.
३. **मोठ्या प्रमाणावरील खरेदी विक्रीमुळे पैशाची बचत होते :** विविध विभागीय भांडारे मोठ्या प्रमाणावर मालाची खरेदी विक्री करतात. त्यामुळे वितरण साखळीतून घाऊक व्यापाऱ्यांना वगळून ग्राहकांना उत्पादकांकडून थेट मालाची विक्री केली जाते. त्यामुळे उत्पादकाकडून ग्राहकांना किंमतीमध्ये सवलत दिली जाते. तसेच विक्रीचे प्रमाण मोठे असल्यामुळे विक्रीसाठी येणारा खर्च कमी येऊन अप्रत्यक्षपणे पैशाची बचत होते.
४. **सर्वासाठी जाहीरात :** ज्यावेळी ग्राहक अशा दुकानात खरेदीसाठी येतात त्यावेळी विभागात प्रदर्शित केलेल्या मालाकडे आकर्षित होतात. त्यामुळे ग्राहक ज्या प्रकारचा माल खरेदी करण्यासाठी आलेला असतो तो अशा प्रदर्शनामुळे दुसऱ्या विभागातील मालाची देखील खरेदी करतो. अशा प्रकारे एक विभाग इमारतीमधील सर्व विभागांची जाहीरात करतो.
५. **कार्यक्षम व्यवस्थापन :** अशा प्रकारच्या दुकानातून मोठ्या प्रमाणावर व्यवसाय केला जातो. ग्राहकांना कार्यक्षम कर्मचारी, उच्च प्रशिक्षित कर्मचारी यांच्याकडून चांगल्या प्रकारच्या सेवा दिल्या जातात.

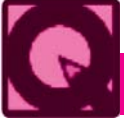
विविध विभागीय भांडाराचे दोष / मर्यादा :

खरेदी विक्री आणि वाटप



टिपा

१. **प्रचंड गुंतवणूक** : विविध विभागीय भांडाराना अनेक प्रकारची उत्पादने व माल मोठ्या प्रमाणावर साठवून ठेवावा लागतो . व्यवसाय सुरू करण्यासाठी व व्यवसाय चालू ठेवण्यासाठी प्रचंड भांडवलाची आवश्यकता असते .
२. **राहत्या जागेपासून दूर अंतर** : विविध विभागीय भांडारे सर्वसाधारणपणे राहत्याजागेपासून दूर असतात . त्यामुळे ग्राहकांना अशा दुकानात माल खरेदी करणे गैरसोईचे असते . तसेच दररोज आवश्यक असणाऱ्या वस्तू राहत्या जागेजवळ असणाऱ्या दुकानातून खरेदी करण्यास प्राधान्य देतात .
३. **व्यावसायिक खर्च जास्त** : इमारतीची सजावट , इमारतीचे भाडे , इमारती खरेदीची किंमत, कर्मचाऱ्यांचे वेतन मोठ्या प्रमाणावर तसेच ग्राहकांना पुरविल्या जाणाऱ्या सुविधा इत्यादींवर मोठ्या प्रमाणात खर्च येतो .
४. **वैयक्तिक लक्ष कमी** : विविध विभागीय भांडारामध्ये ग्राहक व मालक यांचा प्रत्यक्ष संबंध येत नाही . ग्राहकांचा कर्मचाऱ्याशी व्यवहारामुळे संबंध येतो . त्यामुळे उत्पादकांना ग्राहकांच्या आवडी निवडी बाबत माहिती मिळू शकत नाही .
५. **वस्तूच्या किंमती जास्त असतात** : व्यावसायिक खर्च जास्त तसेच चांगल्या दर्जाचा माल इत्यादीमुळे वस्तू व मालांच्या किंमती जास्त असतात .



१४.३ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

पुढील विधाने सत्य कि असत्य ते लिहा .

१. विविध विभागीय भांडार म्हणजे एकाच इमारतीत वेगवेगळ्या विभागात अनेक प्रकारचा माल विकणारे दुकान होय .
२. इलेक्ट्रीकल माल , तयार कपडे इत्यादीचे वेगवेगळ्या विभागातून व्यवस्थापन सोईसाठी स्वतंत्रपणे नियंत्रण केले जाते .
३. विविध विभागामधून उत्पादकांचा थेट ग्राहकांशी संबंध येतो .
४. विविध विभागीय भांडारामार्फत मालाच्या विक्रीशिवाय जास्तीच्या सुविधा दिल्या जातात .
५. विविध विभागीय भांडारे ग्राहकांच्या सोईसाठी राहत्या जागेच्या आसपास सुरू केली जातात .
६. व्यावसायिक खर्च , ग्राहकांना दिल्या जाणाऱ्या सोई इत्यादीमुळे ग्राहकांना मालाची किंमत जास्त द्यावी लागते .

खरेदी विक्री आणि वाटप



टिपा

१४.५ सुपर बझार :

सुपर बझार हा प्रकार मोठ्या प्रमाणावरील किरकोळ व्यापाराचा एक प्रकार आहे. सुपर बझार मधून ग्राहक आपल्याला घरासाठी आवश्यक असणाऱ्या वस्तू की ज्या आठवड्यासाठी किंवा महिन्यासाठी एकाचवेळी खरेदी करतात.



सुपर बझार

सुपर बझारचा अर्थ :

सुपर बझार म्हणजे मोठ्या प्रमाणावरील सहकारी ग्राहक भांडार होय. की ज्या दुकानातून अनेक प्रकारची उत्पादने विक्रीसाठी असतात. की ज्याप्रमाणे अन्नपदार्थ, पालेभाज्या, फळे, किराणा माल तसेच दिर्घकाळ टिकणारा माल यांची एकाच छताखाली विक्री केली जाते.

सुपर बझार स्थापनेचा उद्देश असा आहे की दैनंदिन गरजेच्या वस्तूंची विक्री, सामान्य जनतेला योग्य किंमतीत मालाची विक्री ही वितरण साखळीतून मध्यस्थाना वगळून केली जाते.

सुपर बझारची वैशिष्ट्ये :

१. सहकारी संघटना या तत्वावर सुपर बझारची निर्मिती केली जाते.
२. सुपर बझार मध्यवर्ती ठिकाणी व अनेक शाखा मार्फत स्थानिक रहिवासी जागेत सुरू केली जातात. सुपर बझारची स्वतःची फिरती वाहने असून वसाहतीमध्ये जाऊन वाहनातून मालाची विक्री करतात.
३. सुपर बझार फक्त उच्च व चांगल्या दर्जाची उत्पादने विक्रीसाठी ठेवतात.
४. सुपर बझार मधून ग्राहक स्वतः मालाची खरेदी करू शकतात. त्याकरीता दुकानातील मांडणीवर ठेवलेल्या मालातून आपल्या पसंतीनुसार माल खरेदी करून कॅश काऊन्टरवर



विलाचे पैसे द्यावे लागतात. काही सुपर बझारमध्ये विक्रेते ग्राहकांना मालाची निवड किंवा खरेदी करण्यासाठी मदत करतात.

४. सुपर बझारचे व्यवस्थापन सहकारी संस्थेला निवडून आलेल्या सभासदामार्फत केले जाते.
५. सुपर बझार उत्पादकाकडून तसेच सहकारी एजन्सीकडून मोठ्या प्रमाणावर मालाची खरेदी करतात. सभासदांना तसेच सामान्य जनतेला योग्य नफा घेऊन रास्त किंमतीत मालाची विक्री करतात.
६. सुपर बझारमध्ये मालाची रोग्घीने विक्री केली जाते.
७. सुपर बझारला सहकारी संस्थेचे सभासद भांडवल पुरवठा करतात.

सुपर बझारचे फायदे :

१. **विविध प्रकारचा माल** : सुपर बझारमध्ये अनेक प्रकारच्या दैनंदिन गरजेच्या मालांची विक्री केली जाते.
२. **चांगल्या दर्जाचा माल** : ग्राहकांना चांगल्या दर्जाचा माल खरेदी करता येतो. भेसळयुक्त माल किंवा नकली माल अशा दुकानातून विकला जात नाही.
३. **कमी किंमत** : मोठ्या प्रमाणावर खरेदी व मध्यस्थाचे उच्चटन यामुळे पैशाची वचत होऊन ग्राहकांना कमी किंमतीत माल मिळतो.
४. **कमी खर्च** : सुपर बझारमध्ये विक्रेते किंवा कर्मचारी नसतात. त्यामुळे व्यावसायिक खर्च येत नाही.
५. **सभासदांना लाभ** : सभासदांना सवलतीच्या दरात माल मिळण्याची सोय होते जर नफा किंवा फायदा झाला तर सभासदाना लाभांश रूपाने वाटला जातो.
६. **मुक्तपणे मालाची निवड करता येते** : ग्राहकांना एकाच ठिकाणी नामांकित उत्पादकाची उत्पादने मिळण्याची सोय होते. त्यामुळे ग्राहकांना वस्तूची निवड करणे सोपे जाते. ग्राहक आपल्या वेळेनुसार आपल्या पसंतीच्या मालाची मुक्तपणे निवड करू शकतात.
७. **सरकारी नियंत्रण** : भारतामध्ये सुपर बझारवर राज्य व केंद्र सरकारचे नियंत्रण असते. त्यामुळे कृत्रीम टंचाई व मालाची किंमत यावर नियंत्रण ठेवण्यास मदत होते.

सुपर बझारचे दोष / मर्यादा :

१. **प्रचंड गुंतवणूक** : सुपर बझार सुरू करण्यासाठी व चालविण्यासाठी प्रचंड भांडवलाची गरज असते.
२. **व्यवस्थापनाचा अभाव** : अपुरा निधी व व्यवस्थापनाचा व्यावसायिक दृष्टिकोनाचा अभाव त्यामुळे सुपर बझारचे व्यवस्थापन योग्य रितीने होत नाही.
३. **उधारीची सवलत नसते** : सुपर बझारमध्ये मालाची विक्री रोग्घीने होते. त्यामुळे ग्राहकांना उधारीने मालाची खरेदी ही सवलत मिळत नाही.



टिपा

१४.६ विविध विभागीय भांडार आणि सुपर बझार मधील फरक स्पष्ट करा .

फरकाचे मुद्दे	विविध विभागीय भांडार	सुपर बझार
१. मालकी	विविध विभागीय भांडारे वैयक्तिक खाजगी मालकीची असतात .	सहकारी संस्थेचे सभासद हे सुपर बझारचे मालक असतात .
२. सोई व सुविधा	विविध विभागीय भांडारातून ग्राहकांना उपहारगृह, स्वच्छतागृह, टेलीफोन इ. सारख्या सुविधा दिल्या जातात .	सुपर बझार मधून ग्राहकांना कोणत्याही प्रकारच्या सुविधा पुरविल्या जात नाहीत .
३. मालाची किंमत	अशा दुकानातून मालाचा किंमती सर्व साधारणपणे बाजारभावापेक्षा जास्त असतात .	विविध विभागीय भांडारातील मालाच्या किंमतीशी तुलना करता सुपर बझार मधील मालाच्या किंमती स्वस्त असतात .
४. उधारीची सवलत	अशा दुकानातून काही वेळेस ग्राहकांना उधारीची सवलत दिली जाते .	सुपर बझार मधील मालाची विक्री रोगीने केली जाते .



१४.४ पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न :

- अ. खालील विधाने सुपर बझार संबंधीत असून ती चूक की बसेबर ते ओळखा .
- विविध विभागीय भांडाराप्रमाणेच सुपर बझारमधुन अनेक प्रकारचा माल एकाच इमारतीमध्ये विक्रीसाठी असतो .
 - सुपर बझार सहकारी संघटनेमार्फत चालविला जातो की ज्यासाठी सभासद भांडवलाचा पुरवठा करतात .
 - सुपर बझारमधून सभासदाच्या साईसाठी उधारीवर मालाची विक्री केली जाते .
 - व्यवसायाची कार्यक्षमता वाढविण्यासाठी चांगले व्यवस्थापक नेमणे सुपर बझारला आर्थिकदृष्ट्या परवडत नाहीत .
 - ग्राहकांना स्वस्त दरात माल मिळण्यासाठी सुपर बझार हलक्या दर्जाच्या मालाची विक्री करतात .

ब . खालील विधानामधून मोठ्या प्रमाणावरील किरकोळ व्यापाराचे प्रकार ओळखा .

- १ . वेगवेगळ्या ठिकाणी विक्री केंद्र उभारून मालाची विक्री केली जाते .
- २ . बाजारभावापेक्षा मालाची किंमत जास्त असते असे दुकान .
- ३ . ग्राहकामार्फत नियंत्रीत केले जाणारे दुकान .
- ४ . मालाच्या विक्रीशिवाय ग्राहकांना अनेक प्रकारच्या सुविधा पुरवणे .
- ५ . ग्राहकांना एकाच प्रकारच्या मालाची विक्री करणे .

क . खालील विधाने मोठ्या प्रमाणावरिल किरकोळ व्यापाराबाबतची आहेत . कंसातील योग्य पर्याय निवडून विधाने पूर्ण करा .

- १ मार्फत मोठ्या प्रमाणावर मालाची खरेदी करून त्याची ग्राहकांना विक्री करणे .
(उत्पादका / मध्यस्था)
- २ ग्राहकांना माल खरेदी करण्याची सोय असते .
(एकाच इमारतीत / वेगवेगळ्या दुकानात)
- ३ . संख्येने ग्राहकांना मालाची विक्री केली जाते .
(मर्यादित / जास्त)
- ४ . ग्राहकांना मालाची विक्री पद्धतीने केली जाते .
(उधार / रोख)
- ५ . मोठ्या प्रमाणावरील किरकोळ व्यापारामध्ये केली जाणारी गुंतवणुक ही इतर किरकोळ व्यापारापेक्षा तुलनेने असते .
(समान / जास्त)

१४.७ साखळी दुकान / बहुशाखा दुकान :

मागील धडयामध्ये आपण विविध विभागीय भांडाराचा अभ्यास केलेला आहे . संपूर्ण व्यवसाय एकाच इमारतीमध्ये चालतो व ग्राहक त्याठिकाणाहून मालाची खरेदी करतात .

आता साखळी दुकान म्हणजे काय ते पाहू . साखळी पद्धतीच्या दुकानातून उत्पादक ग्राहकांच्या घराजवळ विक्री केंद्र उभारतात . तुम्ही शहरामध्ये अशा प्रकारची दुकाने पाहिली असतीलच की त्या दुकानाचे नाव आकार सारखा असतो एकाच प्रकारची उत्पादने व एकाच उत्पादकाच्या नावांची उत्पादने विक्रीसाठी असतात . बाटा शू कंपनी , एच .एम .टी घडयाळे , मॅकडोनाल्ड उपहारगृह इत्यादी . ही साखळी पद्धतीची दुकाने आहेत . ते आपल्या सर्व विक्री केंद्रातून एकाच प्रकारची उत्पादने व मालाची किंमत सर्व ठिकाणी एक सारखीच ठेवतात .

खरेदी विक्री आणि वाटप



टिपा

खरेदी विक्री आणि वाटप



टिपा



साखळी दुकान

साखळी दुकाने उत्पादकाच्या मालकीची असतात . व त्यांच्यामार्फत चालविली जातात . साखळी दुकाने शहराच्या विविध भागात वेगवेगळ्या शहरात तसेच देशातील सर्व भागात चालवली जातात . अशा दुकाने बहुशाखा दुकाने असे म्हणतात

साखळी दुकानाची वैशिष्ट्ये :

- १ . एकाच व्यवस्थापनेखाली व मालकीतत्वानुसार साखळी दुकाने वेगवेगळ्या ठिकाणी चालवली जातात की ज्या मार्फत ग्राहकाच्या जवळ जास्तीत जास्त जाण्याचा प्रयत्न करतात .
- २ . साखळी दुकानाची रचना व सजावट सर्व ठिकाणी एक सारखीच असते . त्यामुळे ग्राहकांना अशी दुकाने चटकन ओळखता येतात .
- ३ . साखळी दुकानातून दैनंदिन गरजेच्या वस्तूंची विक्री केली जाते उदा . बूट, कपडे, घड्याळे इत्यादी .
- ४ . साखळी दुकानातून केल्या जाणाऱ्या मालाची किंमत सर्व ठिकाणी एक सारखी असते . मध्यवर्ती कार्यालय मालाची किंमत ठरविते . अशा दुकानात मालाची किंमत कमी जास्त केली जात नाही . तसेच मालाबाबत फसवणूक केली जात नाही .
- ५ . साखळी दुकानाचे व्यवस्थापन व नियंत्रण मध्यवर्ती कार्यालय मार्फत केले जाते .
- ६ . साखळी दुकानातून मालाची विक्री रोग्घीने केली जाते .
- ७ . मालाची खरेदी किंवा उत्पादन मध्यवर्ती ठिकाणी केले जाते . व त्याचे वितरण मध्यवर्ती ठिकाणाहून वेगवेगळ्या शाखेमधून केले जाते .

साखळी दुकानाचे फायदे :

- १ . **सहज ओळखता येते :** साखळी दुकाने एक सारखीच बांधली जातात . त्यांच्या दुकानाची मांडणी, रचना, माल प्रदर्शन पद्धत एक सारखीच असते . त्यामुळे ग्राहकांना असे दुकाने सहज ओळखता येते .



- २ . **मध्यस्थाचे उच्चाटन** : साखळी दुकाने प्रामुख्याने मोठ्या उत्पादकामार्फत चालविली जातात . त्यामुळे वितरण साखळीमधून मध्यस्थांचे उच्चाटन होते .
- ३ . **मोठ्या प्रमाणावरील उत्पादनाचे फायदे** : अशा प्रकारच्या दुकानांना मोठ्या खरेदीचे किंवा मोठ्या उत्पादनाचे फायदे मिळतात . तसेच सामूहिक जाहीरात केल्यामुळे जाहीरातीवरील खर्च वाचतो .
- ४ . **मालाची किंमत कमी** : ग्राहकांना कमी किंमती मध्ये माल मिळतो कारण व्यावसायिक खर्च कमी व मध्यस्थाचा फायदा कमी झाल्यामुळे वस्तूच्या किंमती कमी असतात .
- ५ . **पैसे बुडण्याचा धोका नसतो** : सर्व व्यवहार रोखीने केले जातात . त्यामुळे पैसे बुडण्याचा प्रश्न येत नाही .
- ६ . **जनतेचा विश्वास** : चांगल्या दर्जाला माल व एक सारखी मालाची किंमत यामुळे ग्राहकांचा विश्वास चटकन बसतो . उत्पादकाकडून थेट ग्राहकांना मालाची विक्री केली जाते . त्यामुळे ग्राहकांना निर्भळ माल मिळतो . मालाबाबत फसवणूक किंवा हलका प्रतीचा माल ग्राहकांना विकण्याची संधी अशा दुकानातून नसते .
- ७ . **सोईचे ठिकाण** : साखळी दुकाने मुख्य बाजारपेठेत किंवा मोठी व्यापारी केंद्र या ठिकाणी सुरू केली जातात . त्यामुळे ग्राहक आपल्या पसंतीनुसार मालाची खरेदी करू शकतात .

साखळी दुकानाचे दोष / मर्यादा :

- १ . **निवडीस वाव कमी** : साखळी दुकानातून ठराविक प्रकारच्या मालाची विक्री केली जाते . त्यामुळे ग्राहकांना खरेदी करताना मर्यादा येतात . दुकानात असणाऱ्या ठराविक उत्पादकांचा माल खरेदी करावा लागतो .
- २ . **उधारीची सवलत नसते** : साखळी दुकानातून मालाची विक्री रोखीने केली जाते . त्यामुळे ग्राहकांना उधारीची सवलत मिळत नाही .
- ३ . **किंमती कमी जास्त करता येत नाहीत** : साखळी दुकानातील मालाच्या किंमती मध्यवर्ती कार्यालयातून ठरवल्या जातात . शाखांचे मालाच्या किंमतीवर नियंत्रण नसते . त्यामुळे ग्राहक विक्रेत्याबरोबर मालाच्या किंमतीबाबत तडजोड करू शकत नाही .
- ४ . **प्रेरणेचा अभाव** : साखळी दुकाने सर्व साधारणपणे शाखा व्यवस्थापकामार्फत नियंत्रित केली जातात . शाखा व्यवस्थापक मध्यवर्ती ठिकाणाहून दिलेल्या सूचनांचे पालन करतात . त्यामुळे ग्राहकांचे समाधान होईल याकरिता विशेष रस दाखवित नाहीत .



१४.५ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

रिकाम्या जागी योग्य शब्द भरा .

- १ . उत्पादकामार्फत चालविल्या जाणाऱ्या विविध दुकानातून एकाच प्रकारच्या मालाची किंमत असते . त्याला साखळी दुकान असे म्हणतात .



टिपा

२. एकाच उत्पादकाची साखळी दुकाने सारखे प्रदर्शन व एक साखळीच असते की ज्यामुळे ग्राहक अशी दुकाने लवकर ओळखतात .
३. साखळी दुकानांतून मालाची विक्री रोगीने केल्यामुळे चा धोका नसतो .
४. उच्चाटन केल्यामुळे ग्राहकांना कमी किंमतीत माल मिळण्याची सोय होते .
५. साखळी दुकाने मध्यवर्ती ठिकाणाहून नियंत्रीत केली जातात . त्यामुळे शाखा व्यवस्थापक यांच्या अभावामुळे व्यवसायात रस घेत नाही .
६. साखळी दुकानातून चांगल्या दर्जाचा माल ग्राहकांना मिळतो . त्यामुळे त्यांचा उत्पादनावर वसतो .
७. मुख्य बाजारपेठेत शाखा सुरू करून ही दुकाने पुरवितात .

साखळी दुकान आणि विविध विभागीय भांडार यातील फरक :

आपण विविध विभागीय भांडार व साखळी दुकान हे मोठ्या प्रमाणावरील किरकोळ व्यापाराचे प्रकार आहेत हे पाहिले आता आपणास या दोन दुकानातील फरक पुढील उत्तराचे मदतीने करावयाचा आहे .

फरकाचे मुद्दे :

१. विविध विभागीय भांडारे मध्यवर्ती ठिकाणी तर साखळी दुकाने ग्राहकांच्या राहण्याच्या जवळच्या ठिकाणी सुरू करतात .
२. दुकानाची सजावट मध्यवर्ती कार्यालयामार्फत निश्चित केली जाते . तर सर्व शाखांची मांडणी सजावट यामध्ये एक साखळीपणा असतो .
३. उत्पादनाचे अनेक प्रकार विक्रीस असतात . एकाच उत्पादकांचे मर्यादित उत्पादने विक्रीस असतात .
४. मालाच्या किंमती जास्त असतात . दुकानातील सर्व शाखामधील मालाच्या किंमती एक साखळीच असतात .
५. दुकानात काही वेळेस ग्राहकांना उधारीची सवलत असते . दुकानातून ग्राहकांना उधारीची सवलत दिली जात नाही .

१४.८ मॉल्स :

मॉल्स हा किरकोळ व्यापाराचा आधुनिक प्रकार आहे . अशा दुकानातून ग्राहक फक्त माल किंवा सेवांची खरेदी करित नसून त्यावसेवर त्यांना मनोरंजनाची सुविधा पुरविली जाते . ग्राहक अशा दुकानातून आपला वेळ घालवतात . अशा ठिकाणी अनेक सभा किंवा कार्यक्रम आयोजित केले

किरकोळ व्यापार

जातात. अलीकडच्या काळात मॉल्स मधून लग्नाचे स्वागत समारंभ, वाढदिवस इ. सारखे कार्यक्रम आयोजित केले जातात. अनेक उत्पादने व सेवा मिळण्याचे हे एकमेव ठिकाण आहे.

मॉल्सची इमारत बांधताना त्यामध्ये अनेक दुकाने व वेगवेगळी उत्पादने विक्रीसाठी असणार असे गृहीत धरून बांधकाम केले जाते. मॉल्स हे सामान्यतः अतिशय आरामदायी खरेदीचा अनुभव देण्यासाठी तयार केलेले असतात. परंतु ते फक्त खरेदी पुरते मर्यादित नसतात तर त्यापेक्षा बरेच काही आजकालच्या मॉल्समध्ये पहावयास मिळते. आजकालचे मॉल्स अत्याधुनिक वास्तूशास्त्राचा नमुना असलेली दुकाने तसेच मोठमोठ्या नामांकित कंपन्यांची उत्पादने मग ते कपडे, किराणामाल, खेळणी, विद्युत उपकरणे इ. विक्रीसाठी असतात.



मॉल्स

या मॉल्समध्ये वेगवेगळ्या प्रकारची उत्पादने असून ती विकण्यासाठी नविन योजना राबवत असतात. खरेदीशिवाय वेगवेगळ्या सुविधाही ग्राहकांना मॉल्स पुरवितात.

१४.९ आऊट लेट :

आऊट लेट किंवा कारखान्याची गोदामे म्हणजेच उत्पादकाकडून थेट ग्राहकांना माल विक्रीचे दुकान होय. सामान्यपणे ही कारखान्याची उत्पादने कारखान्याची जवळ किंवा कारखान्याच्या गोदामांशी संलग्न असतात. काही वेळेस ते ग्राहकांना माल उत्पादित होण्याची प्रक्रिया प्रत्यक्षपणे दाखवतात. आधुनिक संकल्पनेनुसार आजकालची आऊट लेट ही त्या उत्पादकांचीच उत्पादने विकण्यासाठी तयार केली जातात. की ज्या ठिकाणी ग्राहकाला कमीतकमी किंमतीत तो माल खरेदी करता येतो. याचे कारण असे कि यामध्ये मध्यस्थाना वगळले जाते व माल थेट ग्राहकांना विकला जातो. ही दुकाने ग्राहकाला गुणवत्तेची हमी देतात त्याचबरोबर कमी किंमतीमध्ये माल मिळण्याची सोय होते.

१४.१० मालाचा साठा न करता येणारा किरकोळ व्यापार :

आपण विविध विभागीय भांडार, साखळी दुकान, सुपर बझार इ. सारखे किरकोळ दुकाने ग्राहकांना मोठ्या प्रमाणावर मालाची विक्री करतात. वरिल सर्व किरकोळ व्यापारात ग्राहकांना बाजारात किंवा दुकानात जाऊन आपल्या गरजेच्या वस्तू खरेदी कराव्या लागतात. या दुकानाच्या वेळा निश्चित असतात. त्या ठराविक वेळेत ग्राहकांना माल खरेदी करणे शक्य असते. आपण असा का विचार करू शकत नाही कि आपला आवडीच्या वस्तू किंवा माल दिवसभरात कोणत्याही वेळेस मिळू शकेल. आपण दुकानदार येण्याची व दुकान उघडण्याची वाट का पाहत बसायचे जर आपणास माल घरपोच मिळाला तर आवडेल होय आता ते शक्य झालेले आहे. नविन तंत्रज्ञान व चांगल्या संदेशवहनाच्या सुविधेमुळे जर आपणास ह्या सुविधा हव्या असतील तर पुढील प्रकार आपणास मदतच करेल.

विभाग ४

खरेदी विक्री आणि वाटप



टिपा

खरेदी विक्री आणि वाटप

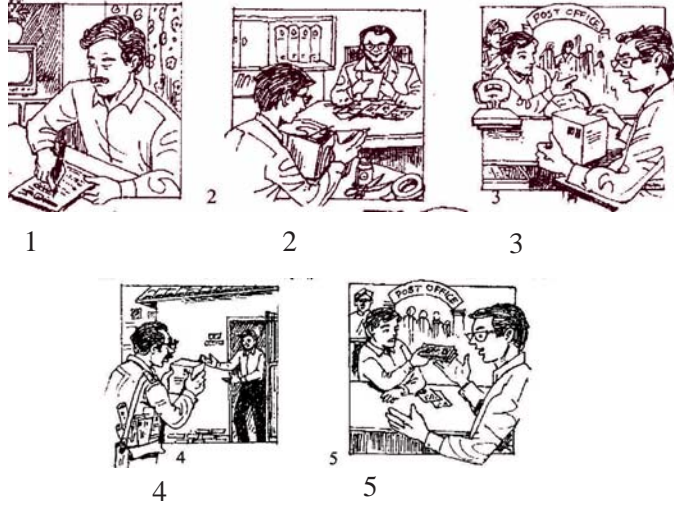


टिपा

१. पोस्टाद्वारे व्यवसाय
२. दूरध्वनीद्वारे मालाची खरेदी
३. स्वयंचलित यंत्राद्वारे विक्री
४. इंटरनेटद्वारे मालाची खरेदी

१. पोस्टाद्वारे व्यवसाय :

जर तुम्ही जास्त काळ टिकणाऱ्या वस्तू काही वेळेस खरेदी करता की त्या तुम्हाला वारंवार खरेदी करणे आवश्यक नसतात. अशा वस्तू आपण ठराविक दुकानात जाऊन विक्रेत्याकडून खरेदी करतो. ही घटना खालील चित्रात दिसते.



पोस्टाद्वारे माल खरेदीची पद्धत

पोस्टाद्वारे माल खरेदीची पद्धत

- (१) वर्तमानपत्रात जाहीरात देऊन ग्राहकांना ठराविक मालाबाबत आकर्षित केले जाते.
- (२) ग्राहक वर्तमान पत्रातील कूपनमध्ये माहिती भरून विक्रेत्याला कूपन पाठवून देतो.
- (३) विक्रेत्याला मालाचा आदेश मिळाल्यानंतर त्याप्रमाणे मालाची बांधणी करतो. विक्रेता मालाचे पार्सल पोस्टाद्वारे पाठवितो.
- (४) ग्राहक पार्सल स्विकारताना पोस्टमनला योग्य ती किंमत देतो.
- (५) त्यानंतर विक्रेता पोस्टातून आपले पैसे घेतो.



या पद्धतीला पोस्टाद्वारे व्यवसाय असे म्हणतात. यालाच पोस्टामार्फत खरेदी असे देखील म्हणतात. या पद्धतीत उत्पादक किंवा व्यापारी ग्राहकांना पोस्टाद्वारे मालाची विक्री करतात. विक्रेता आपल्या मालाची वर्तमानपत्रे, मासिके यामधून किंमत पत्रक इ. द्वारे जाहीरात करतो. जाहीरातीमध्ये मालाबद्दल संपूर्ण माहिती दिलेली असते. त्यामुळे ग्राहकांच्या मनामध्ये वस्तू खरेदी करण्याची इच्छा निर्माण होते. जाहीरातीमध्ये मागणीपत्र किंवा कूपन दिलेले असते ते ग्राहकांचे भरून घ्यायचे व दिलेल्या पोस्टाच्या पत्त्यावर पाठवून घ्यायचे असते. ग्राहकांकडून कूपन मिळाल्यानंतर विक्रेता मालाची चांगली बांधणी करून पोस्टाद्वारे ग्राहकाला माल पाठवून देतो पोस्ट ऑफिस ग्राहकाच्या पत्त्यावर माल पोहचवते व ग्राहकाकडून मालाचे पैसे स्विकारते. त्यानंतर पोस्ट ऑफिस माल पाठवणाऱ्यास पैसे पाठवून देते.

पोस्टाद्वारे व्यवसायाची वैशिष्ट्ये :

१. पोस्टाद्वारे संपूर्ण व्यवहार पार पाडले जातात.
२. या पद्धतीत ग्राहक आणि विक्रेता एकमेकांसमोर येत नाहीत.
३. विक्रेता वर्तमान पत्रातून जाहीरातीद्वारे मालाचे वर्णन, तपशील पैसे देण्याची पद्धत, विक्रीच्या अटी इ. माहिती देतो.
४. विक्रेत्याला ग्राहकाकडून मालाचे मागणी पत्रक कूपन मिळते.
५. विक्रेता मालाची बांधणी करून ग्राहकांना पोस्टाद्वारे पाठवतो.
६. विक्रेत्याला पोस्टामार्फत मालाचे पैसे मिळतात.
७. या पद्धतीत मध्यस्थाची गरज नसते.

पोस्टाद्वारे व्यवसायासाठीचा योग्य माल :

१. वजनाने हलका व जागा कमी व्यापणारा, अवजड वस्तूंची विक्री या पद्धतीने केली जात नाही.
२. जास्त काळ टिकणारा व जो नाशवंत नाहीत असा माल.
३. बाजारातून ज्या मालाला मोठ्या प्रमाणावर मागणी असते.
४. ज्या मालाचा वाहतूक खर्च कमी आहे.
५. ज्या मालाची हाताळणी करणे सहज शक्य आहे.

पोस्टाद्वारे व्यवसायाचे फायदे :

१. ग्राहक आपल्या घरी बसून सहजपणे मालाची खरेदी करू शकतो. त्यामुळे ग्राहकांचा वेळ व श्रम यांची बचत होते
२. या व्यवसायाकरिता कमी भांडवलाची गरज असते व मोठ्या प्रमाणावर माल साठविण्याची आवश्यकता नसते.

खरेदी विक्री आणि वाटप



टिपा

३. ग्राहकांचे मालाबाबत समाधान झाले नाहीतर पैसे परत देण्याची खात्री दिली जाते. त्यामुळे ग्राहकांचा विश्वास वाढतो.
४. य पद्धतीत सर्व रोग्नीने होतात त्यामूळे पैसा वूडण्याचा धोका नसतो.
५. एकाच वेळी अनेक ग्राहकांना सेवा देता येते.

पोस्टाद्वारे व्यवसायाचे दोष / मर्यादा :

१. ग्राहकांना उधारीची सवलत दिली जात नाही.
२. या पद्धतीत अशिक्षित ग्राहकांना काही उपयोग होत नाही.
३. या पद्धतीत ग्राहकांना मालाचे पैसे देण्यापूर्वी मालाची हाताळणी किंवा पाहणी करता येत नाही.
४. ग्राहकाचे ठिकाण हे पोस्ट ऑफिसच्या संपर्कातले पाहीजे.
५. या पद्धतीत मोठ्या प्रमाणावर जाहीरातीची गरज असते.

टेली शॉपींग / दूरध्वनीद्वारे खरेदी :

सध्या व्यवसायामध्ये दूरध्वनी हे अत्यंत महत्वाचे संदेशवहनाचे साधन आहे. तुमच्या जवळचा दुकानदार दूरध्वनीवरून मालाच्या खरेदीचे आदेश देतो. तसेच ग्राहकांनी केलेल्या दूरध्वनीवरून मागणी केलेला माल ग्राहकाना घरपोच पाठवतो. परंतु काही दुकाने आपले सर्व व्यवहार दूरध्वनीद्वारे करतात.

असे मोठे दुकानदार संभाव्य ग्राहकांना दूरध्वनीद्वारे संपर्क साधतात. आपला माल खरेदी करण्यासाठी मन वळवितात. काही वेळेस ते आपल्या उत्पादनांची दूरदर्शनवर तसेच जाहीरातीच्या माध्यमातून जाहीरात करतात. ते आपल्या मालाची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करतात. तसेच प्रत्यक्ष मालाचे प्रदर्शन देखील भारवितात. फलकावर मालाची किंमत नंबर तसेच विक्रेत्याचा दूरध्वनी क्रमांक दाखवतात. ग्राहकाने विक्रेत्याचा दूरध्वनी क्रमांक फिरवून आपल्या मालाची नोंदणी करावयाची असते. ते मालाचे पैसे मिळाल्यानंतर सांगितलेल्या पत्त्यावर माल पाठवितात. यालाच दूरध्वनीद्वारे खरेदी असे म्हणतात. आपल्या देशात एशियन स्काय शॉप आणि टेलि ब्रँड ही दूरध्वनीद्वारे व्यवसाय करणारी उदाहरणे आहेत.



दूरध्वनी खरेदीचे फायदे :

१. लिखित स्वरूपात मालाची खरेदी करताना वेळ, पैसा व श्रम यांची बचत होत नाही परंतु ती या पद्धतीत होते.
२. ही पद्धत जे ग्राहक सतत व्यस्त असतात आणि माल खरेदीसाठी वेळ नसतो. त्यांच्यासाठी फार उपयुक्त आहे.

- या पद्धतीत वितरण प्रक्रियेत मध्यस्थ नसतो .
- ग्राहक विक्रेत्याला प्रत्यक्ष न भेटता दूरध्वनीवरून सर्व चौकशी करू शकतो . माल विक्रीच्या अटी, पैसे देण्याची पद्धत, बांधणी इत्यादी बाबत .

दूरध्वनी खरेदीच्या मर्यादा :

- या पद्धतीत दूरध्वनीद्वारे ग्राहकाकडून मागणी केली जाते त्याचा काही पुरावा नसतो . त्यामुळे भविष्यकाळात किंवा इतर कोणत्याही बाबतीत वाद निर्माण होऊ शकतात .
- या पद्धतीत प्रत्यक्ष मालाची पाहणी करता येत नाही . त्यामुळे गैरव्यवहार किंवा अप्रामाणिकपणा हे धोके असतात .
- यापद्धतीत ग्राहकांना आकर्षित करण्यासाठी विक्रेता चुकीची माहिती देण्याची शक्यता असते .
- ग्राहकांना उधारीची सवलत मिळत नाही .

स्वयंचलित यंत्राद्वारे विक्री :

स्वयंचलित यंत्राद्वारे मालाची विक्री करणे ही आधुनिक नवीन तंत्रज्ञानाद्वारे माल विक्रीची पद्धत आहे . यामुळे ग्राहकांना कोणत्याही वेळी मालाची खरेदी करण्याची सुविधा मिळते . ही यंत्रे सर्वांच्या सोई च्या ठिकाणी बसवली जातात . साधारणतः रेल्वे स्टेशन, बस स्थानक, गर्दीच्या ठिकाणी मशिनमध्ये पैसे किंवा नाणे टाकल्यानंतर मशिनद्वारे विशिष्ट प्रकारचा माल मिळतो . ही पद्धत प्रामुख्याने परदेशात जास्त लोकप्रिय आहे . यामध्ये चॉकलेट, दूध, आईसक्रिम, वर्तमानपत्र इ. प्रकारचा माल मिळतो . परंतु ही पद्धत भारतात अजूनही लोकप्रिय झालेली नाही .



स्वयंचलित यंत्र

स्वयंचलित यंत्राद्वारे मालविक्रीचे फायदे :

- अशी मशिन चालवणे अत्यंत सोपे असते . अशिक्षित व्यक्ती सुद्धा अशी मशिन चालवू शकतात .
- ग्राहकांना विशिष्ट दर्जाचा माल एका निश्चित किंमतीत मिळतो .
- या पद्धतीत विक्रेत्याकडून गैरप्रकार व फसवणूकीचा धोका नसतो .
- या पद्धती वेळ वाचतो तसेच विक्रेत्याचे श्रम देखील वाचतात .
- यापद्धतीत जाहीरातींची गरज नसते .
- या पद्धतीत रोग्य व्यवहार असल्यामुळे पैसे बुडण्याचा धोका नसतो .



खरेदी विक्री आणि वाटप



टिपा

स्वयंचलित यंत्राद्वारे विक्रीची मर्यादा :

१. या पद्धतीत मशिनसाठी मोठ्या गुंतवणूकीची आवश्यकता असते .
२. मशिनची दुरुस्ती व देखभाल वारंवार करणे गरजेचे असते .
३. मशिनमध्ये माल साठवून ठेवण्याची क्षमता फार कमी असते . त्यामुळे वारंवार मशिनमध्ये माल भरावा लागतो .
४. मशिनमध्ये वापरले जाणारी नाणी किंवा कॉईन्स वारंवार बाहेर काढावी लागतात .

इंटरनेटद्वारे खरेदी :

इंटरनेटद्वारे मालाची खरेदी हा एक किरकोळ व्यापाराचा प्रकार आहे . विक्रेता किंवा उत्पादक आपल्या उत्पादनाची सर्व माहिती, वापर इ . तपशील संकेत स्थळावर (वेबसाईट) देतो . ग्राहकांनी वेबसाईट वर आपल्याला आवश्यक असणाऱ्या उत्पादनांची माहिती शोधायची असते .

आपण संकेतस्थळावर दिलेल्या मालाच्या किंमती यांची तुलना तशाच प्रकारच्या इतर उत्पादनाच्या किंमती यांची तुलना तशाच प्रकारच्या इतर उत्पादनाच्या किंमती बाबत करून विक्रेत्याला विशेष सूचना करावयाची असते या पद्धतीत तुम्हाला उत्पादनांची किंमत क्रेडीट कार्डद्वारे द्यावी लागते . तुमची मालाची मागणी व पैसे मिळाल्यानंतर विक्रेता पोस्ट पार्सलद्वारे किंवा कुरिअरमार्फत तुमच्या घराच्या पत्त्यावर माल पोहचवितो .



इंटरनेटद्वारे खरेदी

अशाप्रकारे तुम्ही जगातील बाजारपेठेशी संपर्क साधून तुमच्या पसंतीचा माल खरेदी करू शकता अगदी घरी बसून . त्याकरिता आपलाकडे संगणक आवश्यक असून त्यास इंटरनेटची सुविधा असणे गरजेचे आहे . तसेच तुम्ही सायबर कॅफेमार्फत देखील मालाची मागणी नोंदवू शकता . या पद्धतीलाच ऑनलाईन खरेदी असे म्हणतात . ही पद्धत पुढीलप्रकारचा माल विकण्यासाठी उपयुक्त आहे . उदा . पुस्तके, मासिके, सप्ताहिके, सॉफ्टवेअर, आरोग्य व सौंदर्य प्रसाधने इत्यादी .

इंटरनेटद्वारे शॉपिंगचे फायदे :

१. आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेतील माल घरी बसून खरेदी करू शकतो .
२. या पद्धतीमुळे ग्राहकांचे श्रम व पैसा व वेळ वाचतो .
३. ही पद्धत सर्वात जलद आहे .
४. विक्रेत्याला जास्त पैशाची गरज भासत नाही कारण या पद्धतीत मालाची मोठ्या प्रमाणावर साठवण करण्याची गरज नसते .
५. परदेश व्यापारात ही पद्धत अत्यंत उपयुक्त आहे .

इंटरनेटद्वारे शॉपिंगच्या मर्यादा :

१. ज्या लोकांना संगणक वापरण्याचे ज्ञान नाही त्यांच्यासाठी ही पद्धत उपयुक्त नाही .
२. या पद्धतीत मालाची प्रत्यक्ष तपासणी करता येत नाही .
३. या पद्धतीत क्रेडिट कार्डद्वारे पैसे द्यावे लागतात परंतु सर्वसामान्य व्यक्तीला हे परवडत नाही .
४. या पद्धतीत प्रत्यक्ष खरेदीचा आनंद घेता येत नाही .

**१४.६ पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न :****अ . पुढील विधाने सत्य की असत्य ते लिहा .**

१. पोस्टाद्वारे व्यवसाय पद्धतीत विक्रेता किंमतीपत्रक, मासिके, दूरदर्शन इत्यादीद्वारे ग्राहकापर्यंत आपल्या उत्पादनांची माहिती पोहचवितो .
२. पोस्टाद्वारे व्यवसायात दूरध्वनी किंवा दूरदर्शन द्वारे चांगला व्यवसाय करता येतो . पोस्टखात्याच्या सेवेची आवश्यकता नसते .
३. पोस्टाद्वारे व्यवसायात ग्राहकांना दागिने, फळे, पालेभाज्या, कडधान्ये इ. प्रकारचा माल विकला जातो .
४. दूरध्वनी खरेदी पद्धतीत ग्राहकांचा वेळ व पैसा वाचतो .
५. दूरध्वनी खरेदी पद्धतीत मालाची अदलाबदल करणे सहज शक्य असते .
६. दूरध्वनीखरेदीपद्धतीत गैरप्रकार, अप्रामाणिकपणा तसेच माल खरेदी करण्यापूर्वी मालाची तपासणी ही संधी ग्राहकांना मिळत नाही .

ब . रिकाम्या जागी योग्य शब्द लिहा .

१. खरेदीच्या पद्धतीत कोणत्याही वेळी मालाची खरेदी दिवसा किंवा रात्री खरेदी करता येते .
२. आपणास आवश्यक असणाऱ्या वस्तू मशिनमध्ये टाकून खरेदी करता येतात .
३. पद्धतीत क्रेडिट कार्डचा वापर करून मालाची खरेदी करता येते .
४. जगातून कोटूनही पुस्तके, मासिके खरेदी करण्यासाठी किरकोळ व्यापार पद्धत उपयुक्त ठरते .
५. खरेदीच्या पद्धतीत मालाच्या जाहीरातीची आवश्यकता नसते .





टिपा

६. ऑन लाईन शॉपिंग पद्धतीत ची वेळ आणि श्रमाची बचत होते .
७. स्वयंचलीत मशिन पद्धतीत हा खर्च सर्वा जास्त हा दोष आढळतो .
८. खरेदीच्या पद्धतीत मालाच्या खरेदीसाठी संगणकाचे ज्ञान आवश्यक असते .

क. खालील दिलेल्या पर्यायामधून योग्य पर्याय निवडा .

१. असा व्यापाराचा प्रकार की ज्यामध्ये संपूर्णपणे जाहीरातीवर अवलंबून राहावे लागते .

अ. विविध विभागीय भांडार	ब. पोस्टाद्वारे व्यवसाय
क. सहकारी संस्था	ड. साखळी दुकान
२. ज्या व्यवसायात एकाच छताखाली विविध प्रकारचा माल विक्रीसाठी उपलब्ध असतो .

अ. विविध विभागीय भांडार	ब. सहकारी संस्था
क. साखळी दुकान	ड. यापैकी नाही .
३. असे ठिकाण की ज्या ठिकाणी अनेक प्रकारची दुकाने एकाच इमरतीमध्ये असतात .

अ. साखळी दुकान	ब. विविध विभागीय भांडार
क. सुपर बझार	ड. घाऊक बाजार
४. अशा दुकानात विक्रेत्याची आवश्यकता नसते .

अ. स्वयंचलित मशिन	ब. इंटरनेट खरेदी
क. विविध विभागीय भांडार	ड. मॉल्स
५. कोणत्या पद्धतीत दूरध्वनीद्वारे खरेदी करता येते .

अ. दूरध्वनी	ब. दूरदर्शन
क. प्रत्यक्ष भेट	ड. यापैकी नाही .



तुम्ही काय शिकलात :

- किरकोळ व्यापारी हा मध्यस्थ असून तो घाऊक व्यापारी किंवा उत्पादकाकडून मालाची खरेदी करतो . आणि त्याची विक्री ग्राहकाला करतो . त्याचे माल विक्रीचे प्रमाण लहान असते .
- किरकोळ व्यापाराचे दोन प्रकार पडतात .
 १. लहान प्रमाणातील किरकोळ व्यापार
 २. मोठ्या प्रमाणावरील किरकोळ व्यापार

- लहान प्रमाणावरील किरकोळ व्यापारात फिरते व्यापारी व स्थानिक व्यापारी असे प्रकार पडतात .
- मोठ्या प्रमाणावरील किरकोळ व्यापारात विविध विभागीय भांडार, साखळी दुकान, सुपर बझार असे प्रकार पडतात .
- किरकोळ व्यापारात स्थानिक किरकोळ व्यापाराचे अनेक प्रकार पडतात .
- मोठ्या प्रमाणावरील किरकोळ व्यापारात एकाच प्रकारचे उत्पादन किंवा अनेक प्रकारची उत्पादने ग्राहकासाठी मोठ्या दुकानात किंवा एकाच छताखाली विक्रीसाठी उपलब्ध असतात . भारतामध्ये त्याचे मुख्य प्रकार पुढील प्रमाणे आहेत .
१. विविध विभागीय भांडार २. साखळी दुकान ३. सुपर बझार
- विविध विभागीय भांडार हे दुकान मोठ्या प्रमाणावरील किरकोळ व्यापाराचा प्रकार असून या दुकानातून अनेक प्रकारचा माल वेगवेगळ्या विभागातून एकाच इमारतीमध्ये विक्रीसाठी उपलब्ध असतो . मोठ्या शहरात व व्यापारीपेठेत मधवर्ती ठिकाणी अशी दुकाने बांधली जातात . अशा दुकानातून माल विक्री बरोबरच ग्राहकांना उपहारगृह, टेलिफोन, एटीएम, इ. सारख्या सुविधा दिल्या जातात .
- साखळी दुकानातून एकाच उत्पादकाची व एकाच किंमतीला उत्पादने वेगवेगळ्या ठिकाणच्या दुकानातून विक्री केली जाते . साखळी दुकानाची सजावट सर्व दुकानात एक सारखीच असते की ज्यामुळे ग्राहकांना ती सहजपणे ओळखता येतात . अशी दुकाने मध्यवर्ती कार्यालयामार्फत व्यवस्थापन करून चालवितात .
- सुपर बझार हा मोठ्या प्रमाणावरील ग्राहक सहकारी संस्थेचा प्रकार असून अनेक प्रकारची उत्पादने जी जीवनावश्यक असतात . ती अत्यंत रास्त किंमतीत एकाच दुकानाच्या इमारतीमधून विकली जातात . अशी दुकाने थेट उत्पादकाकडून किंवा सरकारी एजन्सी मार्फत मोठ्या प्रमाणावर मालाची खरेदी करतात आणि ग्राहकांना चंगल्या दर्जाच्या मालाची खात्री देतात .
- मालाची साठवण न करता केला जाणारा किरकोळ व्यापार या प्रकारात १.पोस्टाद्वारे व्यवसाय २. दूरध्वनीद्वारे मालाची खरेदी ३. स्वयंचलित यंत्राद्वारे विक्री ४. इंटरनेटद्वारे मालाची खरेदी असे प्रकार पडतात .
- पोस्टाद्वारे व्यवसाय पद्धतीत उत्पादक किंवा व्यापारी थेट ग्राहकांना पोस्टाद्वारे मालाची विक्री करतो . जाहीरातीमार्फत ग्राहकापर्यंत विक्रेता पोहचू शकतो . आणि पोस्टामार्फत ग्राहकांना घरपोच माल देतो जो माल नाशवंत नाही, वजनाने हलका आहे व हाताळण्यास सोपा आहे अशा मालाची विक्री या पद्धतीत केली जाते .
- दूरध्वनी खरेदीपद्धतीमध्ये ग्राहकांना दूरध्वनीने संपर्क साधला जातो किंवा दूरदर्शनवर जाहीरात केली जाते . त्यातून उत्पादनाबाबतची माहिती व वापर कसा करावयाचा याबाबत सांगितले जाते . या पद्धतीत ग्राहकाचा वेळ व पैसा वाचतो .





टिपा

- स्वयंचलित मशिनद्वारे कोणत्याही वेळी मालाची खरेदी करता येते. विक्रेता सोईच्या ठिकाणी बसस्थानक, व्यापारी पेठा मध्ये असे मशिन बसवितो. मशिन मध्ये कॉर्डन किंवा नाणे टाकून माल सहजपणे खरेदी करतात.
- इंटरनेटद्वारे खरेदी पद्धतीमध्ये संकेत स्थळावर उत्पादनाची सर्व माहिती दिली जाते. या पद्धतीत पोस्टामार्फत किंवा कुरिअरमार्फत ग्राहकांना घरपोच माल मिळतो. त्याकरिता क्रेडिटकार्डद्वारे पैसे द्याचे लगतात. आपण घरी बसून जगातील कोणत्याही ठिकाणाहून इंटरनेटमार्फत मालाची खरेदी करू शकतो.



संकीर्ण प्रश्नसंग्रह :

१. मोठ्या प्रमाणावरील किरकोळ व्यापार म्हणजे काय ?
२. भारतातील विविध विभागीय भांडार व साखळी दुकानाची दोन उदाहरणे लिहा.
३. सुपर बझार म्हणजे काय ?
४. पोस्टाद्वारे व्यवसायामधील कोणत्याही चार उत्पादनांची नावे लिहा.
५. साखळी पद्धतीच्या दुकानाचे ग्राहकाना आणि विक्रेत्यांना होणारे चार फायदे लिहा.
६. सुपर बझार ग्राहकांना कशाप्रकारे फायदेशीर आहे ? साठ शब्दात उत्तर लिहा.
७. पोस्टाद्वारे व्यवसायाची माल खरेदीची रूपरेषा सांगा.
८. टेलीशॉपिंग पद्धत उपयुक्त असून देखील ग्राहक त्याचा वापर का करित नाहीत ?
९. विविध विभागीय भांडाराची कोणतेही सहा वैशिष्टे सांगा.
१०. विविध विभागीय भांडार आणि साखळी दुकान यामधील फरक स्पष्ट करा.
११. मोठ्या प्रमाणावरील किरकोळ व्यापाराची वैशिष्टे सांगा.
१२. इंटरनेट खरेदीचे ग्राहकांना होणारे फायदे आणि तोटे स्पष्ट करा.
१३. स्वयंचलित मशिनद्वारे मालाच्या विक्रीचे ग्राहकांना आणि विक्रेत्यांना होणारे फायदे लिहा.
१४. इंटरनेट किरकोळ व्यापार म्हणजे काय ?
१५. स्थानिक किरकोळ व्यापाराचे प्रकार सांगा.



पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्नांची उत्तरे :

१४.१

१. क २. इ ३. अ
४. ब ५. ड

१४.२

१. लहान प्रमाण २. किरकोळ ३. मोठया प्रमाणावर
४. मध्यवर्ती ठिकाण, मोठया प्रमाणावर ५. उत्पादक

१४.३

१. सत्य २. असत्य ३. असत्य
४. सत्य ५. असत्य ६. सत्य

१४.४

- अ. १. सत्य २. सत्य क. असत्य
४. सत्य ५. असत्य

- ब. १. साखळी दुकान २. विविध विभागीय भांडार
२. सुपर बझार ४. विविध विभागीय भांडार
५. साखळी दुकान

- क. १. उत्पादक २. एकाच छताखाली ३. मोठया प्रमाणावर
४. रोख ५. मोठया प्रमाणावर

१४.५

१. एकसारखे २. सजावट ३. बुडीत पैसे
४. मध्यस्थ ५. मध्यवर्ती कार्यालय ६. आत्मविश्वास
७. मर्यादित ८. सोईचे

१४.६

- अ. १. सत्य २. असत्य ३. असत्य
४. सत्य ५. असत्य ६. सत्य



टिपा



टिपा

- ब . १ . स्वयंचलित मशिन २ . कॉइन / नाणे ३ . ऑनलाईन खरेदी
 ४ . ऑनलाईन खरेदी ५ . स्वयंचलित मशिन ६ . ग्राहक
 ७ . मशिन ८ . इंटरनेट खरेदीद्वारे
- क . १ . ब २ . अ ३ . ब
 ४ . ब ५ . अ

तुमच्यासाठी कृती :

तुम्ही वर्तमानपत्र वाचून त्यामधून दिल्या जाणाऱ्या जाहीरातीमधून कोणती उत्पादने खालीलपैकी दुकानातून विकली जातात ती शोधा .

- १ . विविध विभागीय भांडार २ . साखळी दुकान
 ३ . पोस्टाद्वारे व्यवसाय ४ . बहुशाखा दुकान



टिपा

15

जाहिरात

तुम्ही परिक्षा पास झाल्यानंतर समजा तुम्हाला असे वाटले की आपण स्थानिक ठिकाणी एखादा छोटा व्यवसाय करावा. तुमच्याकडे आवश्यक तेवढी जागा आहे. भांडवल आहे तसेच व्यवसाय करण्याचे कौशल्य आहे. परंतु तुमच्या व्यवसायाबद्दलची माहिती ग्राहकांना कशी समजणार? तुम्ही असा काही विचार केलेला आहे का ? लोकांना तुमच्या व्यवसायाबद्दल कशी माहिती द्यावयाची. प्रत्यक्षात चांगला माल व चांगली सेवा असेल तर काही लोक तुमच्या व्यवसायाकडे आकर्षित होतील. परंतु तुम्हाला काही पद्धतीने सतत लोकांना तुमच्या व्यवसायाच्या ठिकाणाबद्दल जागरूक करावे लागेल. या ठिकाणी चांगल्या दर्जाचा माल व उत्तम सेवा दिल्या जातात. हे पटवून दिल्यानंतर तुम्हाला सतत ग्राहक मिळवता येतात. प्रत्यक्षात व्यवसाय करणारे व्यापारी वरिल गोष्टीचा समावेश करून आपली विक्री वाढवण्याचा प्रयत्न करतात. चला आपण या धड्यातून अजून काही माहिती घेऊ.



उद्दिष्टे :

- जाहीरात म्हणजे काय ?
- जाहीरातीचे महत्त्व .
- जाहीरातीचे विविध प्रकार
- जाहीरातीची कोणती पद्धत आपल्या व्यवसायाला उपयुक्त आहे .

१५ .१ जाहीरात : अर्थ व व्याख्या :

आपण वर्तमानपत्रामध्ये फक्त वातम्या वाचत नाही तर त्याबरोबर चालू घडामोडी, खेळ इ. वाचत असतो. जसे की अनेक प्रकारची माहिती, संदेश, उत्पादन व सेवाबद्दल माहिती वाचतो. उदा. वातानुकूलित यंत्रे, सायकल, केसांचे तेल, वाहतूक, बांधकाम विषयक, मासिके, साप्ताहिक, रस्त्यावरील फलक, रेडिओ, टेलिव्हिजन इ. मुळे आपणास अनेक प्रकारची माहिती मिळते. तुम्हाला अशा प्रकारच्या माहितीमधून उत्पादन व सेवा या बद्दलची उपलब्धता, अटी इ. देखील माहिती मिळते. त्याचप्रमाणे मालाची किंमत, वैशिष्ट्ये बद्दल माहिती मिळते.

आपणास ज्या उत्पादनांची किंवा सेवेची आवश्यकता आहे ते ज्या ठिकाणी उपलब्ध आहे त्या ठिकाणी आपण जातो. आपण त्या उत्पादनाचा दर्जा, वैशिष्ट्ये पाहतो व आपल्या गरजा पूर्ण होत असतो तर त्या उत्पादनाची खरेदी करतो. उदा. आपण जर रेडिओवर केसाच्या तेलाची जाहीरात ऐकली तर आपण दुकानदाराकडे जाऊन संबंधित तेलाची विचरणा करतो. जर आपणास त्या तेलाचा सुगंध आवडला, किंमत योग्य वाटली तर खरेदी करतो. अशी आपणास अनेक वैशिष्ट्याची उदाहरणे देता

खरेदी विक्री आणि वाटप



टिपा



जाहीरातीची माध्यमे

येतील . ज्याप्रमाणे बांधकाम व्यावसायिक हप्त्यावर सदनिका विकतो दुकानदार ग्राहकांना सूट देतात . नविन उत्पादनावर उत्पादक सवलत देतात . इत्यादी अशी माहिती ग्राहकांना दिली जाते . कारण ग्राहकांना उत्पादनावद्दल . सेवेवद्दल माहिती व्हावी की जेणेकरून ते भविष्यात मालाची खरेदी करतील . म्हणूनच उत्पादक . व्यापारी . सेवा पुरविणारे अशी माहिती किंवा जाहीरात करतात की ज्यामुळे विक्रीत वाढ होईल . या सर्व कृतींना जाहीरात असे म्हणतात . उत्पादक, व्यापारी, सेवा पुरविणारे यांना प्रायोजक किंवा जाहीरातदार म्हणतात . तर हे ज्या मार्फत दिले जाते त्यांना म्हणजेच वर्तमानपत्र, मासिक, फलक, टेलिव्हिजन इत्यादी जाहीरातीचे माध्यम असे म्हणतात .

जाहीरात व्याख्या :

अमेरिकन मार्केटिंग संस्थेच्या मते ' जाहीरात म्हणजे प्रायोजकाने आपल्या कल्पना . उत्पादन . सेवा विषयी पैसे देऊन अव्यक्तीगत प्रदर्शन करणे होय .' जाहीरात ही अव्यक्तीगत असते . ती एका व्यक्तीला उद्देशून केली जात नाही . प्रायोजक किंवा उत्पादक जाहीरातीमध्ये आपले नाव . पत्ता देत असतो . त्या बरोबरच या प्रक्रियेसाठी येणार खर्च सहन करतो . उत्पादक मालाच्या दर्जाविषयी . आकार . बांधणी . किंमत इ . विषयी माहिती देतो . अशा प्रकारे जाहीरात म्हणजे उत्पादकाने माल . सेवा इ . विषयी दिलेला संदेश होय .

जाहीरातीची वैशिष्ट्ये :

- १ . **अव्यक्तीगत संदेश :** जाहीरातीमध्ये थेट ग्राहकांशी व्यक्तीगत संपर्क साधला जात नाही किंवा प्रत्यक्ष समोरासमोर जाहीरात केली जात नाही जाहीरात ही सर्वसाधारणपणे संभाव्य ग्राहकांना उद्देशून केली जाते .
- २ . **पैसे देऊन संपर्क साधणे :** जाहीरातीमध्ये उत्पादक संभाव्य ग्राहकांशी वेगवेगळ्या माध्यमाद्वारे संपर्क साधत असतो . वर्तमानपत्र . फलक . मासिके . रेडिओ . टेलिव्हिजन इत्यादीमार्फत संपर्क साधला जातो . परंतु या करिता उत्पादकाला माध्यमांना वापरलेली जागा . वेळ इत्यादीसाठी पैसे द्यावे लागतात .
- ३ . **उत्पादन . सेवा व कल्पना विषयी माहिती :** जाहीरातीमध्ये विशिष्ट उत्पादन . सेवा . कल्पना इत्यादीबाबत संदेश दिलेला असतो . यामुळे ग्राहकांना उत्पादनावद्दल माहिती मिळते व मालाची खरेदी करण्याची इच्छा निर्माण होते .
- ४ . **उत्पादकांची ओळख :** जाहीरातीमध्ये प्रायोजक . उत्पादक . व्यापारी . सेवा पुरविणारे इत्यादीवद्दल माहिती दिलेली असते . त्यामुळे बाजारपेठेत उत्पादकाची स्वतंत्र ओळख निर्माण होते .

- ५ . **माध्यमामार्फत संपर्क :** जाहीरात ही अनेक माध्यमांचा वापर करून केली जाते . जाहीरात ही एकाच माध्यमाद्वारे करण्याची गरज नसते . जाहीरातीसाठी अनेक माध्यमाचा वापर केला जातो

खरेदी विक्री आणि वाटप



टिपा

१५.२ जाहीरातीचे महत्त्व / उद्दीष्टे :

- १ . **ग्राहकांना शिक्षण :** तुम्हाला टीव्ही वरिल टाटा नमकची जाहीरात आठवते ? त्या जाहीरातीमध्ये टाटा नमक आरोग्याला कसे चांगले आहे व मीठामध्ये आयोडीनचा समावेश असतो हे सांगितले आहे . या संदेशामधून जनतेला मीठामध्ये असणारे आयोडीन शरीराला कसे उपयुक्त आहे याचे ज्ञान मिळते .
- २ . **नविन उत्पादनाला मागणी निर्माण करणे :** तुम्ही वर्तमानपत्रात नवीन पेनची जाहीरात वाचली असेल . बाजारपेठेत नवीन जेल पेनची ओळख अशी झालेली आहे की तो वापरण्यास सुलभ व किंमतीत कमी आहे . यामुळे तुम्हाला पेन खरेदी करण्याची इच्छा होते . तुम्ही जेलपेन खरेदी केल्यानंतर तुमचे मित्रमुद्धा अशा पेनची खरेदी जाहीरातीमुळेच खरेदी करतात . जाहीरातीमुळे बाजारपेठेतील नविन उत्पादनास मागणी निर्माण होते .
- ३ . **ग्राहक टिकवणे :** तुम्हाला निरमा वॉशिंग पावडरची जाहीरात आठवत असेल ती बाजारपेठेत प्रसिद्ध आहे . परंतु बाजारपेठेत व्हील पावडर आल्यानंतर अचानक निरमा पावडरची विक्री कमी झाली . त्यानंतर निरमा कंपनीने आपल्या उत्पादनामध्ये सुधारणा केली आणि त्यांची जाहीरात वेगवेगळ्या माध्यमाद्वारे केली जनतेला याची माहिती झाल्यानंतर जे निरमा पावडर वापरत होते त्यांनी व्हील पावडरचा वापर बंद करून पुन्हा निरमा पावडर वापरण्यास सुरुवात केली . अशा प्रकारे जाहीरात करून निरमा कंपनी आपले पूर्वीचे ग्राहक टिकवण्यात यशस्वी झाली . अशाप्रकारे जाहीरातीमुळे उत्पादक नविन उत्पादनाची मागणी वाढवतात असे नाही तर जे ग्राहक आहेत त्यांना टिकवून ठेवू शकते .
- ४ . **विक्रीत वाढ करणे :** आपणास हे माहित आहेच की जाहीरातीमुळे नविन उत्पादनास मागणी निर्माण होते तसेच सध्याचे ग्राहक टिकून राहतात . अशाप्रकारे जाहीरातीमुळे मागणीत वाढ होऊन एकूण विक्रीत वाढ होते .
- ५ . **विक्रेत्यांना मदत :** प्रत्येक जाहीरातीमध्ये मालाची वैशिष्ट्ये, दर्जा तिचा वापर इत्यादीबद्दल सविस्तर माहिती असते . त्यामुळे विक्रेत्यांना ग्राहकांना माल विकताना जास्त परिश्रम करावे लागत नाहीत . ग्राहकांना मालाविषयी जास्त सांगावे लागत नाही . त्यामुळे लवकर मालाची विक्री करून वेळ वाचतो .



१५.१ पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न :

- अ . पुढील विधाने सत्य कि असत्य ते लिहा .
- १ . उत्पादक किंवा प्रायोजक जाहीरातीमार्फत थेट ग्राहकांशी संपर्क साधतात .
 - २ . जाहीरातीचा खर्च उत्पादकांना सहन करावा लागतो .

खरेदी विक्री आणि वाटप



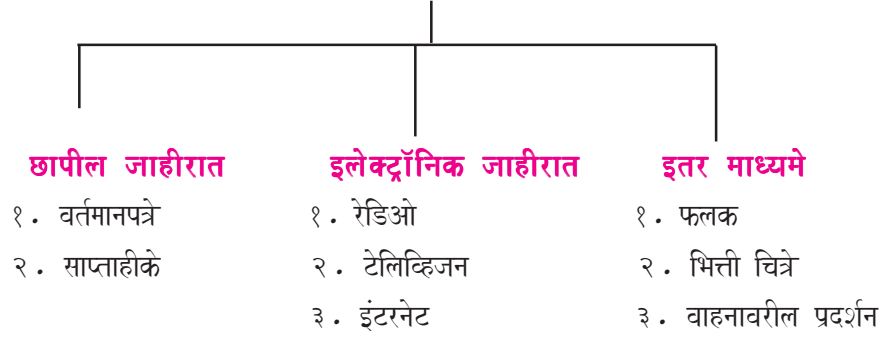
टिपा

३. जाहीरातीमुळे सध्याचे उत्पादन व नविन उत्पादन यांची विक्री वाढण्यासाठी मदत होते .
५. विक्रेत्याला ग्राहकांना माल व सेवा देतांना जाहीरातीची मदत होत नाही .

१५.३ जाहीरातीचे माध्यमे :

आपण हे शिकलो कि जाहीरात ही वर्तमानपत्र, मासिके, रेडिओ टेलिव्हिजन इत्यादी माध्यमाद्वारे केली जाते. खालील आकृतीमध्ये सर्वसामान्यपणे जाहीरातीसाठी वापरली जाणारी माध्यमे दिसतात .

जाहीरातीची माध्यमे



अ. छापील जाहीरात :

व्यावसायिकाकडून छापील जाहीरात नेहमीच केली जाते. वर्तमानपत्रे, मासिके, साप्ताहिके इत्यादीद्वारे अशी जाहीरात केली जाते. यालाच वृत्तपत्र जाहीरात असे म्हणतात .

१. वर्तमानपत्र जाहीरात :

तुम्ही नेहमी वर्तमानपत्र वाचत असता. आपल्या देशात वर्तमानपत्रे इंग्लिश, हिंदी व इतर प्रादेशिक भाषेत प्रसिद्ध केली जातात. त्यामुळे चालू घडामोडी व बातम्या समजू शकतात. वर्तमान पत्र हे जाहीरातीचे सर्व सामान्य माध्यम आहे. जाहीरातदार आपला संदेश जनतेपर्यंत वर्तमानपत्रातून पोहचवितात .



➤ वर्तमानपत्र जाहीरातीचे फायदे :

वर्तमानपत्र

१. वर्तमानपत्राच्या अनेक प्रति प्रकाशित केल्या जातात. त्यामुळे एकाचवेळी अनेक लोकांच्यापर्यंत जाहीरात पोहचते .
२. वर्तमानपत्राचा खर्च तुलनात्मक कमी असतो. कारण वर्तमानपत्राच्या प्रतिचे प्रमाण मोठे असते .
३. सर्वसाधारणपणे वर्तमानपत्र दररोज प्रकाशित केले जाते. त्यामुळे एकच जाहीरात वारंवार करता येते. जाहीरात वारंवार केल्यामुळे रोजच्यारोज वाचक्याचा स्मरणात राहते .
४. वर्तमानपत्रातील जाहीरात कमीत कमी शब्दामध्ये संदेश देते. तसेच कमी वेळेत जाहीरातीमधील मजकूर बदलता येतो. त्यामुळे वर्तमानपत्र जाहीरात ही लवचिक आहे .
५. वर्तमानपत्रे वेगवेगळ्या भाषेत व प्रादेशिक विभागात प्रकाशित केली जातात. त्यामुळे उत्पादकांना वेगवेगळ्या बाजारपेठेत व वाचकापर्यंत पोहचण्याची संधी मिळते. त्यासाठी स्थानिक किंवा प्रादेशिक भाषेचा वापर करता येतो .



➤ **वर्तमानपत्र जाहीरातीच्या मर्यादा / तोटे :**

१. आपण वर्तमानपत्र मिळाल्यानंतर लगेच वाचतो . वाचून झाल्यानंतर घरातील एका कोपऱ्यात वर्तमानपत्र ठेऊन देतो . तसेच २४ तासांनंतर नविन वर्तमानपत्र वाचण्यासाठी येते . त्यामुळे वर्तमानपत्रातील जाहीरातीचे आयुष्य कमी काळाचे असते .
२. वर्तमानपत्रे प्रामुख्याने वातम्यासाठी वाचले जाते . त्यामुळे जाहीरातीकडे लक्ष दिले जातेच असे नाही .
३. अशिक्षित व्यक्ती वर्तमानपत्र वाचू शकत नाही त्यामुळे वर्तमानपत्रातील जाहीरात अशिक्षित लोकांच्या उपयोगी नसते .

२. **नियतकालिके :**



नियतकालिके

नियतकालिके नेहमी प्रकाशित होतात . परंतु ती दररोज नियतकालिके प्रसिद्ध होत नाही . प्रामुख्याने नियतकालिके आठवड्यातून, पंधरा दिवसातून, महिन्यातून किंवा दोन महिन्यातून, सहा महिन्यातून तसेच वर्षातून सुद्धा प्रकाशित केली जातात . उदा .आऊटलूक, इंडिया टूडे, फ्रंट लाईन, योजना, फेमिना इ . काही साप्ताहिके हिंदी किंवा इतर प्रादेशिक भाषेत प्रकाशित होतात . नियतकालिक वाचणाऱ्याची संख्या जास्त आहे . अशाप्रकारे साप्ताहिकामुळे जास्तीत जास्त लोकांपर्यन्त पोहचता येते .

➤ **नियतकालिक जाहिरातीचे फायदे :**

१. वर्तमानपत्रापेक्षा नियतकालिक जाहिरातीचे आयुष्य जास्त असते . नियतकालिके संदर्भा साठी जपून ठेवली जातात . तसेच वेळ मिळेल त्यावेळी वाचली जातात किंवा आवश्यकता वाटली तर पुन्हा वाचता येतात .
२. नियतकालिकांचा वाचक वर्ग निवडक असतो . त्यामुळे विशिष्ट ग्राहकांनुसार विशिष्ट उत्पादनांची जाहिरात त्यांच्यापर्यंत पोहचते . उदा . फेमिना मासिकातील जाहिरात . फेमिना स्त्री वर्गामार्फत वाचला जातो . त्यामुळे पुरुषासाठीची उत्पादने अशा जाहिरातीमधून दिली जात नाहीत . त्यामुळे उत्पादकामार्फत फक्त स्त्रियासाठीची उत्पादने यांना जाहिरातीमध्ये प्राधान्य दिले जाते .

➤ **नियतकालिक जाहिरातीचे मर्यादा / तोटे :**

१. अशा प्रकारची जाहिरात महाग असते .
२. वर्तमानपत्र जाहिरातीशी तुलना करता नियतकालिक जाहिरात ही कमी वाचकापर्यंत पोहचते .

खरेदी विक्री आणि वाटप



टिपा

३. नियतकालिकासाठी अगोदरच जाहीरातीचा मजकूर घावा लागतो. ऐनवेळी मजकुरात बदल करता येत नाही. त्यामुळे ही जाहीरात अलवचिक असते.

ब. इलेक्ट्रॉनिक माध्यम :

सध्या बाजारपेठेत इलेक्ट्रॉनिक जाहीरात सर्वात लोकप्रिय आहे. रेडिओ, टेलिव्हिजन, इंटरनेट ही इलेक्ट्रॉनिक माध्यमे आहेत.

१. रेडिओ जाहीरात :

आपणा सर्वांना रेडिओ बद्दल माहिती आहे. आपण रेडिओवर अनेक उत्पादनांच्या जाहीराती ऐकतो. रेडिओवर कार्यक्रमाच्या प्रक्षेपणाच्या मधल्या वेळेत उत्पादन आणि सेवां बद्दल जाहीरात केली जाते. उत्पादक किंवा प्रायोजक लोकप्रिय व्यक्तींना कार्यक्रमासाठी निवडतात व नियमितपणे कार्यक्रमामदरम्यानच्या काळात जाहीरात करतात.



रेडिओ जाहीरात

➤ रेडिओ जाहीरातीचे फायदे :

१. ज्या व्यक्ती नियमितपणे रेडिओचे कार्यक्रम ऐकतात त्यांच्यासाठी जास्त परिणामकारक आहे.
२. रेडिओ जाहीरात अशिक्षित व्यक्तींना तसेच ज्यांना लिहता वाचता येत नाही. त्यांच्याकरिता उपयुक्त ठरते.
३. ज्या ठिकाणी वर्तमानपत्रे लोकांना वाचण्यासाठी उपलब्ध नसतात त्या ठिकाणी रेडिओ ऐकता येतो. आपण प्रवासामध्ये तसेच काम करित असताना रेडिओ ऐकू शकतो. परंतु वर्तमानपत्र वाचू शकत नाही.

➤ रेडिओ जाहीरातीचे मर्यादा / तोटे :

१. ज्या व्यक्ती नियमितपणे रेडिओ ऐकतात त्यांच्या स्मरणात जाहीरात राहते परंतु केव्हातरी रेडिओ ऐकणाऱ्या व्यक्तीस जाहीरात लक्षात राहत नाही.
२. रेडिओ जाहीरातीमार्फत दिला जाणारा संदेश योग्य व्यक्ती पर्यंत पोहचू शकत नाही किंवा त्या व्यक्तीला पुन्हा जाहीरात ऐकण्याची संधी मिळत नाही.
३. दूरदर्शन जाहीरातीशी तुलना करता रेडिओ जाहीरात फार कमी परिणामकारक ठरते. कारण आपण जाहीरातमध्ये उत्पादनाचे चित्र पाहू शकत नाही.

२. दूरदर्शन जाहीरात :

माहिती तंत्रज्ञानाच्या जलद प्रगतीमुळे इलेक्ट्रॉनिक मध्यमामध्ये दूरदर्शन हे माध्यम सर्वात लोकप्रिय झाले. दूरदर्शनवरील जाहीरात जास्त परिणाम कारक ठरते कारण ती आपण एकाचवेळी पाहू शकतो व ऐकू शकतो. दूरदर्शन जाहीरातीमध्ये उत्पादनाचे चित्र दिसते. त्याचे उपयोग तसेच त्याचा वापर कसा करावयाचा याचे प्रदर्शन केले जाते.



दूरदर्शन जाहीरात

रेडिओ प्रमाणेच दूरदर्शनवर कार्यक्रमाच्या मधला काळात जाहीरात दाखविली जाते. उत्पादक किंवा प्रायोजक अशा प्रकारच्या जाहीराती देत असतात व कार्यक्रम प्रायोजित करतात .



टिपा

➤ **दूरदर्शन जाहीरातीचे फायदे :**

१. दूरदर्शन जाहीरात ऐकता व पाहता येते त्यामुळे जास्त परिणामकारक ठरते .
२. मनाची पकड घेणारी घोषणा , गायन , नृत्य तसेच प्रसिद्ध व्यक्ती उत्पादनाची सादरीकरण करता त्यामुळे दूरदर्शन जाहीरात जास्त प्रभावी ठरते . उदा . आपण हे विसरू शकतो का? अमीर खान म्हणतो 'यंग मतलब कोकाकोला' किंवा सचिन तेंडूलकरची पेप्सीची जाहीरात .
३. अनेक वृत्तवाहिन्या व त्यावरिल कार्यक्रम यामुळे निवडीस भरपूर संधी व योग्य वेळेत जाहीरात करणे शक्य होते .
४. प्रादेशिक वृत्तवाहिन्यामुळे कोणत्याही व्यक्तीला तसेच अशिक्षित व्यक्तीला जाहीरात पाहून व ऐकून उत्पादनावद्दल माहिती मिळते .

➤ **दूरदर्शन जाहीरातीचे मर्यादा / तोटे :**

१. दूरदर्शन जाहीरात तयार करणे व प्रक्षेपित करण्याचा खर्च जास्त येतो .
२. बरेच उत्पादक वेगवेगळ्या वृत्तवाहिन्यामार्फत प्रेक्षकांपर्यंत वेगवेगळे संदेश देतात . त्यामुळे दिवसेंदिवस प्रेक्षकांची संख्या कमी होत आहे . आजकाल तर जाहीरात लागल्यानंतर प्रेक्षक वृत्तवाहीनी बटन दाबून बंद करतात .

३. **इंटरनेट जाहीरात :**

तुम्हाला इंटरनेटवद्दल काय माहिती आहे ? इंटरनेट म्हणजे सध्याच्या काळातले संदेशवहनाचे व माहिती गोळा करण्याचे माध्यम आहे . जर तुमच्या संगणकाला इंटरनेटचे कनेक्शन असेल तर तुम्ही काही सेकंदात जगातील कोणत्याही भागातून माहिती गोळा करू शकता . इंटरनेटद्वारे तुम्ही उत्पादकांच्या व सेवा देणाऱ्या संकेत स्थळाला भेट देऊन माहिती गोळा करू शकता . काही वेळेस तुम्हाला संकेत स्थळावद्दल पत्ता माहित नसेल तर पोर्टल व सर्च इंजिनच्या मदतीने असे संकेत स्थळ शोधता येते .



इंटरनेट जाहीरात

अशी पोर्टलस् किंवा सर्च इंजिन अनेक उत्पादकाकडून त्यांच्या उत्पादनाच्या जाहीरातीसाठी सुविधा उपलब्ध करून देतात .

➤ **इंटरनेट जाहीरातीचे फायदे :**

१. आपण घरी बसून जगातील कोणत्याही ठिकाणाहून माहिती गोळा करू शकतो .
२. संकेतस्थळाचा वापर करणारे कोणत्याही वेळी त्यांच्या गरजेप्रमाणे जाहीरात पाहू शकतात .

➤ **इंटरनेट जाहीरातीचे मर्यादा / तोटे :**

१. संगणकाशिवाय इंटरनेट जाहीरातीचा उपयोग करता येत नाही .
२. इंटरनेट जाहीरात अशिक्षित लोकांना किंवा ज्यांना इंटरनेट वापर करता येत नाही त्यांना उपयुक्त नसते .

क. **इतर जाहीरातींचे प्रकार :**

आपण वर पाहिलेले जाहीरात प्रकार प्रामुख्याने ग्राहकाकडून घर बसल्या वापरले जातात . काही बाबतीत रेडिओ वर्तमानपत्रे , मासिके इ . सोडून सर्वसाधारणपणे अशा जाहीरात प्रकारात ग्राहकांना



टिपा

पैसे खर्च करून जाहीरातीचा उपयोग घेता येतो. परंतु जाहीरातीचे काही प्रकार असे आहेत की ज्यामध्ये ग्राहकांना जाहीराती पाहण्यासाठी पैसे द्यावे लागत नाहीत. आपण घराबाहेर असतो त्यावेळी अशा जाहीराती पाहू शकतो. उदा. फलक, भितीपत्रके, वाहनावरील प्रदर्शन, भेट वस्तू इत्यादी.

१. **फलक जाहीरात :** ज्यावेळी आपण रस्त्याने जात असतो. त्यावेळी आपणास फलक पहावयास मिळतात. भिंतीवर किंवा इमारतीच्या उंच भागावर लोखंडी चौकटीत फलक लावलेले दिसतात. अशा जाहीराती फलकावर रंगवून किंवा इलेक्ट्रॉनिक पद्धती वापरून तयार करतात. अशा जाहीराती दिवसा आणि रात्री सहजपणे पाहता येतात. घर मालकाला किंवा जागा मालकाला जागेचा वापर केल्याबद्दल जाहीरात करणारे पैसे देतात.



फलक जाहीरात

२. **भितीपत्रके :** भितीपत्रके छापिल असतात ती भिंतीवर, इमारतीवर चिकटवली जातात. की ज्यामुळे ग्राहकांचे त्याकडे लक्ष जाते. आपल्या देशात चित्रपट गृहावर सिनेमाची भितीपत्रके लावलेली पहावयास मिळतात.



भितीपत्रके

३. **वाहनावरील प्रदर्शन :** सार्वजनिक वाहने, बस, रेल्वे इत्यादीवर अशा जाहीराती पहावयास मिळतात. अशा जाहीरती फिरत्या वाहनावर असल्यामुळे एकाच वेळी अनेक लोकापर्यंत पोहोचतात.



वाहनावरील प्रदर्शन



१५.२ पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न :

अ. जोड्या लावा.

- | | |
|---|--------------------------|
| १. बसवरील विलार्ड व्हाईट सिमेंटची जाहीरात | १. इलेक्ट्रॉनिक माध्यम |
| २. इंडिया टूडे मासिकामधील आयसीआयसीआय बँकेची जाहीरात | २. इतर माध्यमाची जाहीरात |
| ३. दूरदर्शनवरील मॅगी नूडल्सची जाहीरात | ३. छापिल जाहीरात |

ब. प्रश्नामधील योग्य पर्याय निवडा.

- | | | | | |
|---|-----------------------------------|-------------------------------|------------|---------------|
| १. खालील पैकी कोणते वैशिष्ट जाहीरातीचे नाही | अ. संदेशवहनाचे व्यक्तिगत प्रदर्शन | ब. पैसे देऊन संदेशवहन | | |
| | क. प्रायोजकाची ओळख निर्माण करणे. | ड. इतर माध्यमाद्वारे संदेशवहन | | |
| २. खालीलपैकी कोणता प्रकार छापिल जाहीरात नाही. | अ. वर्तमानपत्र | ब. साप्ताहिके | क. इंटरनेट | ड. भितीपत्रके |

३. कोणत्या प्रकारची जाहीरात इलेक्ट्रॉनिक माध्यमाचा प्रकार आहे.
 अ. फलक व. वाहनावरील प्रदर्शन
 क. इंटरनेट ड. भित्तिपत्रक
४. दूरदर्शन जाहीरात खालील कोणत्या कारणामुळे योग्य नाही.
 अ. पाहणे आणि ऐकण्यामुळे प्रभावी व. थेट संपर्क
 क. खर्चिक / महाग ड. सर्वांच्याकडे दूरदर्शन संच नसणे.
५. खालील कोणत्या कारणामुळे रेडिओ जाहीरात उपयुक्त वाटत नाही.
 अ. दृश्य पाहता येत नाही व. दुर्गम भाग
 क. आशिक्षित व्यक्ती ड. प्रादेशिक विभाग / ठराविक ग्राहक

१५.४ जाहीरात माध्यमांची उपयुक्तता :

कोणत्या उत्पादनासाठी कोणते जाहीरातीचे माध्यम उपयुक्त आहे हे पाहिले पाहिजे. त्याकरिता उत्पादनाचे स्वरूप किंवा सेवेचे स्वरूप विचारात घेऊन जाहीरातीचे माध्यम निवडले पाहिजे. आपला संभाव्य ग्राहक, जाहीरातीचा खर्च, जाहीरातीसाठीची जागा, जाहीरातीची वेळ यानुसार जाहीरातीचे माध्यम निवडले पाहिजे. सर्वसाधारणपणे जाहीरातीच्या प्रकारांची उपयुक्तता थोडक्यात खालीलप्रमाणे.

- वर्तमानपत्र** : सर्वसामान्य जनतेसाठी व दैनंदिन गरजेच्या वस्तूच्या जाहीरातीसाठी वर्तमानपत्र जाहीरात योग्य ठरते. ज्यावेळी एखाद्या नविन उत्पादनांची जाहीरात करावयाची असेल तर वर्तमानपत्र जाहीरात उपयुक्त ठरते. नेहमीच्या जाहीरातीसाठी लागणारी जागा नविन उत्पादनाच्या जाहीरातीकरिता वापरता येते. वर्तमानपत्र जाहीरात ही प्रामुख्याने शिल्लक माल किंवा जुने देऊन नवीन माल खरेदी याकरिता जास्त उपयुक्त ठरते.
- नियतकालीके** : विशिष्ट ग्राहकांना डोळ्यासमोर ठेऊन त्यांना कोणत्या उत्पादनाची गरज आहे अशा प्रकारची जाहीरात नियतकालीकातून देणे जास्त उपयुक्त ठरते. उदा. रीडर्स डायजेस्ट सारख्या नियतकालीकामध्ये पुस्तकांची केलेली जाहीरात. त्याचप्रमाणे अंतर्गत सजावट करणारे, बांधकाम व्यावसायिक, वास्तू शिल्पकार हे मासिकामधून इमारतीविषयक तसेच सजावट इत्यादीची जाहीरात करतात. ज्या नियतकालीकाचा खप जास्त आहे अशा मासिकामधून ग्राहक उपयोगी उत्पादनाची जाहीरात केली जाते.
- रेडिओ** : रेडिओ जाहीरात ही वेगवेगळ्या उत्पादनासाठी उपयुक्त ठरते. परंतू रेडिओ जाहीरातीकरिता जाहीरात प्रसारणाची वेळ महत्त्वाची असते. उदा. शेतकरी शेतामधून घरी परतल्यानंतर रेडिओ ऐकतात. अशावेळी शेती उत्पादनाची जाहीरात करणे उपयुक्त ठरते.
- दूरदर्शन** : जाहीरात करताना प्रायोजकाना वृत्तवाहीन्या आणि कार्यक्रम यांची निवड करताना महत्त्वाचे असते. उदा. लहान मुलांची उत्पादनाची जाहीरात करताना कार्टून नेटवर्क वाहिनीची निवड करावी लागते. तसेच ग्राहक उपयोगी उत्पादनाची जाहीरात करताना योग्य त्या मालीकेची किंवा चित्रफित यांची निवड करवी लागते. तसेच ग्राहकांना आवश्यक असणाऱ्या उत्पादनांसाठीची जाहीरात करताना दूरदर्शन माध्यम हे जास्त उपयोगी ठरते.



खरेदी विक्री आणि वाटप



टिपा



तुम्ही काय शिकलात :

- जाहीरातीमध्ये उत्पादक, प्रायोजक किंवा व्यापारी ग्राहकांसाठी उत्पादन, सेवा किंवा कल्पना यांचा समावेश करतात.
- जाहीरात करण्यासाठी उत्पादक, प्रायोजक किंवा सेवा पुरविणारे पैसे खर्च करतात. असे खर्च त्यांनाच सहन करावे लागतात.
- उत्पादन व सेवा विषयी महत्वाची माहिती देणे म्हणजेच जाहीरात करणे होय.
- प्रत्येक जाहीरातीमध्ये प्रायोजक स्वतःची स्वतंत्र ओळख निर्माण करतो.
- जाहीरातीचा मुख्य हेतू ग्राहकांना उत्पादन व सेवा यांच्याविषयी माहिती देऊन त्यांनी अशी उत्पादने व सेवा खरेदी करावी याविषयी त्यांच्या मनामध्ये इच्छा निर्माण करणे होय.
- जाहीरातीचे अनेक प्रकार आहेत. वर्तमानपत्र, नियतकालिक, रेडिओ, दूरदर्शन, इंटरनेट, फ्लक, भिक्तीपत्रक, वाहनावरिल प्रदर्शन इत्यादी प्रत्येक माध्यमाचे काही गुण दोष आहेत तसेच काही माध्यमे विशिष्ट उत्पादनाच्या जाहीरातीसाठी उपयुक्त आहेत.



संकीर्ण प्रश्नसंग्रह :

१. जाहीरात म्हणजे काय ? जाहीरातीची वैशिष्ट्ये सांगा.
२. दृश्य पाहणे आणि ऐकणे यासाठी कोणत्या माध्यमाचा जास्त प्रभाव प्रेक्षकावर पडतो ?
३. अंध व्यक्तीकरिता कोणते जाहीरातीचे माध्यम उपयुक्त ठरते ?
४. जाहीरात म्हणजे काय ? जाहीरात करण्यामागे मुख्य हेतू कोणता असतो ?
५. वर्तमानपत्र जाहीरातीचे गुण व दोष स्पष्ट करा.
६. नियतकालिक साप्ताहिक जाहीरातीचे गुण दोष सांगा.
७. रेडिओ जाहीरात म्हणजे काय ? ते सांगून त्याचे गुण दोष सांगा.
८. जाहीरातीचे कोणतेही तीन महत्वाचे मुद्दे स्पष्ट करा.
९. मासिके, दूरदर्शन, फ्लक या जाहीरात माध्यमांची चार उदाहरणे द्या.
१०. जाहीरातीची माध्यमे म्हणजे काय ? ते सांगून इलेक्ट्रॉनिक माध्यमामार्फत केला जाणाऱ्या जाहीरातीचे प्रकार लिहा.
११. पैसे खर्च न करता कोणत्या माध्यमामार्फत जाहीरात करता येते त्यांचे वेगवेगळे प्रकार सांगा.



पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्नांची उत्तरे :

- १५.१ १. असत्य २. सत्य ३. सत्य ४. सत्य ५. असत्य
१५.२ १. अ २. क ३. क ४. क ५. अ

तुमच्यासाठी कृती :

वर्तमानपत्र, दूरदर्शन, रेडिओ आणि नियतकालिके इ. मार्फत दिल्या जाणाऱ्या जाहीरातीच्या नावाची यादी तयार करा.



टिपा

16

विक्री संवर्धन आणि वैयक्तिक विक्री

समजा तुम्ही बाजारात सावणाची वडी खरेदीसाठी गेलेला आहात. अशावेळी दुकानदार तुम्हाला सूचना करतो की जर तुम्ही दोन सावण खरेदी केले तर तुम्ही त्यावर एक सावण वडी मोफत घेऊ शकता. त्यावेळी दोन सावण खरेदी करा व एकूण तीन सावण मिळवा अशी बक्षिस योजना असते. अशावेळी तुम्ही आकर्षित होऊन तुम्हास सावण खरेदीमध्ये पैसे वाचत आहेत याची जाणिव होते. तथापि तुम्ही सावण खरेदी करता कारण ती दररोज लागणारी वस्तू आहे. अशावेळी दोन सावण जपून ठेवता कारण त्याचा वापर नंतर करण्यासारखा असतो. ही उत्पादनाची विक्री वाढवण्याची पद्धत आहे. तुम्ही मागील प्रकरणात शिकलेल्या पद्धतीपेक्षा वेगळी पद्धत आहे. चला तर त्या विषयी अधिक माहिती या प्रकरणात शिकूया.



उद्दिष्टे :

- विक्रय वृद्धी म्हणजे काय ?
- विक्रय वृद्धीची वैशिष्ट्ये .
- विक्रय वृद्धीसाठी निरनिराळ्या पद्धतीचा अवलंब .
- विक्रय वृद्धीसाठी वापरल्या जाणाऱ्या प्रत्येक पद्धतीची भूमिका काय असते .
- व्यवसायामधील विक्रय वृद्धीचे महत्त्व .
- वैयक्तिक विक्री म्हणजे काय .
- वैयक्तिक विक्री करिता आवश्यक असणारे घटक .
- वैयक्तिक विक्रीचे महत्त्व स्पष्ट करून यशस्वी विक्रेता होण्याकरिता आवश्यक असणारे गुण .

१६.१ विक्रय वृद्धी म्हणजे काय ?

प्रत्येक व्यावसायिकाला तो ज्या प्रकारचा व्यापार करतो त्या मालाची विक्री वाढवायची असते. तुम्ही याविषयी ऐकलेच असेलच की 'लखपती बनो.', 'सिंगापूरचा प्रवास करा.', 'एक किलो पॅकवर ३०% जादा', 'कार्ड स्कॅप करा आणि बक्षिस जिंका.' इत्यादी. तसेच तुम्ही लंचबॉक्स, पेन्सिलपेटी, पेन, शामू पाकिट इत्यादी गोष्टी काही उत्पादनावर मोफत मिळताना पाहिल्या असतील.

तसेच एका वस्तूच्या बदल्यात दुसरी वस्तू बदलून मिळणे अशाही गोष्टी तुम्ही ऐकल्या असतील. तुमच्याकडे असलेल्या जुन्या दूरचित्रवाणी संचाच्या बदल्यात किंमत कमी करून तुम्हाला नवा संच



टिपा

मिळतो. तसेच तुमच्या हे ही निरीक्षणास आले असेल की तुमच्या नजीकच्या बाजारपेठांत 'मान्सून सेल' 'हिवाळी सेल' 'उन्हाळी सेल' 'व्यापारी जत्रा' '५० % पर्यंत सवलत' या आणि अशा अनेक योजना विशिष्ट उत्पादनाच्या खरेदीसाठी ग्राहकांना आकर्षित करत असतात. उत्पादक किंवा वितरक यांच्याकडून आपल्या उत्पादनाच्या विक्रीसाठी दिलेले ही आमिषे असतात. ती मोफत नमुने, बक्षिसे, सवलतीची कुपन्स, प्रदर्शने, देखावे स्पर्धा इ. स्वरूपात असतात. या उपाययोजनांनी सर्वसाधारण ग्राहक आकर्षित होतात खरेदी करण्यास प्रवृत्त होतात आणि अशा प्रकारे मालाची विक्री वाढते. अशा प्रकारे मालविक्रीचा हा दृष्टिकोन म्हणजे विक्री संवर्धन होय.



विक्रय वृद्धी

या आधीच्या पाठात जाहीरात करण्याविषयी तुम्ही शिकलाच आहात. मालाची विक्री होण्यास जाहीरातींची खूपच मदत होत असते. अशा प्रकारे जाहीरात करणे हे जनसंपर्काचे एक माध्यम आहे. त्याद्वारे संभवनीय ग्राहकांना वेगवेगळ्या प्रोत्साहनपर योजनांचे आमिष दाखवून माहिती देता येते. विक्री संवर्धनासाठी ते उपकारक ठरते. विक्री संवर्धन काही ठराविक काळासाठी असते. वेगवेगळ्या मार्गांनी विक्री वाढवण्याच्या कमी कालावधीच्या पद्धती त्यासाठी अवलंबिल्या जातात. ग्राहकांसाठी वर्षभर या योजना चालू नसतात. सर्वसाधारणपणे उत्सवांच्या काळात, ऋतु (उन्हाळा, हिवाळा, पावसाळा) संपण्याच्या काळात वर्ष संपताना आणि इतर काही विशेष प्रसंगी अशा योजना बाजारपेठेत आलेल्या दिसतात.

अशा प्रकारे विक्री संवर्धनात जाहीरात देणे आणि वैयक्तिकरित्या विक्री करणे या सह इतर अनेक क्रियांचा समावेश असतो. या सर्व गोष्टींमुळे एखाद्या विशिष्ट उत्पादनाची विक्री वाढते.



१६.१ पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न :

अ. प्रश्नाच्या खालील पुरविलेल्या जागेत उत्तर लिहा.

१. 'विक्री संवर्धन' म्हणजे काय ?

उत्तर -----

२. जाहिरात करणे हे विक्री संवर्धनासाठी कसे उपयोगी ठरते ?

उत्तर -----

१६.२ विक्री संवर्धनाचे महत्त्व :

खरेदी विक्री आणि वाटप



टिपा

व्यवसायाचे सध्याचे सूत्र स्पर्धा हे आहे बाजारात उत्पादन विकले गेले नाहीतर व्यवसाय जिवंत राहू शकणार नाही. थोडक्यात, बाजाराशी संबंधित सर्व बाबी व्यवसाय वृद्धीसाठीच असतात. उत्पादक जाहीरातींवर आणि व्यक्तिगत विक्रीसाठी खूप पैसे खर्च करतात. तरीही कधीकधी उत्पादनाची म्हणावी अशी विक्री होत नाही. म्हणून ग्राहकांना वस्तू विकत घेण्यासाठी उद्युक्त करण्यासाठी त्यांना काही आमिषे दाखवावी लागतात. अशा प्रकारे विक्री संवर्धन कोणत्याही मालाची विक्री वाढवण्यासाठी महत्त्वाचे ठरते. उत्पादक आणि ग्राहक या दोहोंच्या दृष्टिकोनातून विक्री संवर्धनाच्या महत्त्वाची आपण चर्चा करूया.

➤ उत्पादकाच्या दृष्टिकोनातून :

पुढील कारणामुळे विक्री संवर्धन उत्पादकांसाठी महत्त्वाचे आहे.

१. स्पर्धात्मक बाजारपेठेत विक्रीची वाढ होण्यास मदत आणि अशा प्रकारे फायद्यात वाढ होते.
२. संभाव्य ग्राहकांचे लक्ष वेधून घेण्यासाठी बाजारपेठेत नविन उत्पादनांची ओळख करून देण्यास साहाय्य करते.
३. जेव्हा नवीन उत्पादनाची ओळख करून दिली जाते किंवा एखाद्या फॅशनमध्ये बदल होतो किंवा ग्राहकांची आवड बदलते तेव्हा शिल्लक राहिलेला माल चटकन खपविण्यासाठी मदत होते.
४. आपल्या ग्राहकांना आपल्याबरोबर ठेवून विक्रीत स्थिरता राखते. या स्पर्धात्मक युगात ग्राहकाचे मन बदलणे अनपेक्षित नाही तसे झाल्यास तो ती इतर ब्रँडकडे वळण्याची शक्यता नाकारता येत नाही. ग्राहक कायम स्थिर ठेवण्यासाठी विक्री संवर्धनांतर्गत अनेक प्रोत्सहनपर योजना आखल्याने खूप मदत होते.

➤ ग्राहकांच्या दृष्टिकोनातून :

पुढील कारणामुळे विक्री संवर्धन ग्राहकांसाठी महत्त्वाचे आहे.

१. ग्राहकाला, तुलनेने कमी दरात वस्तू मिळते.
२. बक्षीसांच्या मागाने आणि वेगवेगळ्या ठिकाणांना भेटी देण्याने ग्राहकांना आर्थिक फायदा होतो.
३. ग्राहकाला गुणवत्ता, वैशिष्ट्ये आणि निरनिराळ्या उत्पादनांचे उपयोग यांची संपूर्ण माहिती मिळते.
४. 'पैसे परत' अशासारख्या विशिष्ट योजनांमुळे ग्राहकांच्या मनात मालाच्या गुणवत्तेविषयी आत्मविश्वास निर्माण होतो.
५. लोकांचे राहणीमान सुधारते. त्यांच्याकडच्या जुन्या वस्तुंच्या बदल्यात बाजारात उपलब्ध असणाऱ्या नविन, आधुनिक वस्तू त्यांना मिळू शकतात. अशा प्रकारच्या (अत्याधुनिक) वस्तूंमुळे समाजातील त्यांची प्रतिमा सुधारण्यास मदत होते.



टिपा



१६.२ पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न :

पुढील विधाने सत्य की असत्य ते ओळखा .

१. विक्री संवर्धनामुळे विक्रीत काही वाढ होत नाही .
२. विक्री संवर्धनाची बाजारात नवीन उत्पादनाची ओळख करून देण्यास मदत होत नाही .
३. विक्री संवर्धनाच्या माध्यमातून ग्राहकाला तुलनेने कमी दरात, स्वस्त दरात माल मिळतो .
४. विक्री संवर्धन ग्राहकाला उत्पादनाची माहिती देण्याबाबत काहीही मदत करत नाही .
५. विक्री संवर्धन ग्राहकांचे राहणीमान सुधारण्यास मदत करते .

१६.३ विक्री संवर्धनाची साधने :

कोणत्याही उत्पादनाची विक्री वाढवताना व्यापारी अथवा उत्पादक मालाचे नमुने, बक्षिसे, बोनस आणि इतर निरनिराळी मापनसाधने वापरतो . त्यांनाच साधने, तंत्रे किंवा विक्री संवर्धनाची कार्य पद्धती असे म्हणतात . विक्री संवर्धनाच्या नेहमी वापरल्या जाणाऱ्या काही तंत्रांची आपण आणखी माहिती घेऊया .

१. मोफत नमुने (नमुना म्हणून मालाची विक्री) : तुम्हाला कदाचित शॅम्पू, धुलाई पावडर, कॉफी पावडर इत्यादींचे मोफत नमुने मिळाले असतील . कधीकधी या वस्तू बाजारात निरनिराळ्या वस्तू विकत घेतानाच मिळतात . कधीकधी दुकानदाराकडूनही अशा मोफत नमुन्यांचे वाटप होत असते .



ग्राहकाने दुकानदाराकडून कोणताही माल विकत घेतला नाही तरीही दुकानदार अशा वस्तू त्याला मोफत देतो . नवीन उत्पादन वापरून बघण्यासाठी ग्राहकांना आकर्षित करून घेण्यासाठी अशा वस्तूंचे वाटप केले जाते . आणि अशा प्रकारे नवीन ग्राहक निर्माण केले जातात .

काही व्यापारी उत्पादन लोकप्रिय करण्यासाठी निवडक व्यक्तींमध्ये नमुन्याचे वाटप करतात . उदाहरणार्थ औषधांच्या बाबतीत, डॉकरांना औषधाचे मोफत नमुने देणे, पाठ्यपुस्तकांच्या बाबतीत शिक्षकांमध्ये नमुन्याच्या प्रती वाटणे .

२. प्रिमियम (बक्षिस) किंवा बोनस देणे .: नेस्कॅफेबरोवर मिल्क शेकर, बोन व्हिटाबरोवर मग, ५०० ग्रॅमच्या दूधपेस्टवर दूधब्रश, एक किलोच्या पॅकवर ३० % जादा ही उदाहरणे माल विकत घेताना मिळणाऱ्या प्रिमियम अथवा बोनस यांची आहेत .

ग्राहकांनी विशिष्ट उत्पादन द्यावे यासाठी मन वळविण्यासाठी या गोष्टी प्रभावी ठरतात . सध्या अस्तित्वात असलेल्या ग्राहकांना उत्तेजना देण्यासाठी, बक्षिस देण्यासाठी अशा गोष्टी उपयोगी पडतात .





टिपा

३ . **अदलाबदलीची योजना :** जुन्या मालाच्या बदल्यात नवीन माल मिळण्याची ही योजना आहे. असा नवा माल मूळ किंमतीपेक्षा कमी किंमतीला मिळण्याची सोय असते. ग्राहकांचे लक्ष सुधारित मालाकडे वळविण्यासाठी ही गोष्ट उपयोगी ठरते. 'तुमचा जुना कृष्णधवल दूरदर्शन संच देऊन रंगीत दूरदर्शन घेऊन जा.' ही अशी अदलाबदलीच्या योजनेची लोकप्रिय उदाहरणे आहेत.



४ . **किंमतीवरील सूट :** या योजनेखाली उत्पादने मूळ किंमतीपेक्षा कमी किंमतीला विकली जातात. 'एक लाईफवॉय सावणाच्या खरेदीवर २ रू सूट.' 'ताजमहाल चहाच्या २५० ग्रॅमच्या पुड्यावर १५ रू सूट'. कूलरवर १००० रू सूट.' अशा योजना असतात.

अशा प्रकारची जाहीरात 'ऑफ सिग्नन' (काही ऋतुतील मालाची मंदी) असताना किंवा कधीकधी बाजारात नविन मालाच्या उत्पादनाची ओळख करून देण्यासाठी केली जाते.



५ . **कूपन्स :** कधीकधी व्यापाऱ्यांकडून मालाच्या पुडक्यावर किंवा छापलेल्या जाहीरातींतून मासिके अथवा वृत्तपत्रांद्वारे किंवा संगणकावरील 'मेल' द्वारे कूपन्स दिली जातात. ही कूपन्स किरकोळ व्यापाऱ्यांकडे माल विकत घेताना देता येऊ शकतात. कूपनधारकाला ती वस्तू सवलतीच्या दरात मिळते. उदाहरणार्थ तुम्ही अशा प्रकारच्या कूपनांच्या संपर्कात आला असाल. "हे कूपन दाखवा आणि ५ किलो अन्नपूर्णाआटाच्या खरेदीवर १५ रूपयांची सूट मिळवा." या योजनेखाली कमी केलेल्या किंमतीकडे ग्राहक आकर्षित होतात आणि अशा संभाव्य ग्राहकांचे लक्ष नवीन आणि सुधारित वस्तूंकडे वेधले जाते.



६ . **जत्रा आणि प्रदर्शन :** जत्रा अथवा प्रदर्शन स्थानिक प्रांतीय, राष्ट्रीय किंवा आंतरराष्ट्रीय पातळीवर आयोजित केली जातात. नवीन उत्पादनांची ओळख करून देणे. उत्पादने दाखवणे, त्याची वैशिष्ट्ये आणि उपयोग सांगणे यासाठी ती आयोजित केली जातात. मालाचे प्रदर्शन आणि सादरीकरण केले जाते आणि त्यांची विक्रीही किफायतशीर सवलतीच्या दरात केली जाते.



नवी दिल्ली येथील प्रगती मैदानावर दरवर्षी १४ नोव्हेंबर ते २७ नोव्हेंबर या काळात भरणारे 'इंटरनॅशनल ट्रेड फेअर' (आंतरराष्ट्रीय व्यापारी जत्रा) हे विक्रीसंवर्धनाची साधने म्हणून वापरल्या जाणाऱ्या जत्रा आणि प्रदर्शनाचे एक प्रसिद्ध उदाहरण आहे.



टिपा

७ . **खरेदी विक्रीची कुपने गोळा करणे :** काही विशिष्ट उत्पादनांच्या विकत घेतलेल्या मालाच्या किंमतीनुसार ती असतात . एका ठराविक कालावधीत ग्राहकांनी अशी विशिष्ट मूल्याची कुपने गोळा करावीत अशी अपेक्षा असते . त्याद्वारे मिळणाऱ्या काही फायद्याविषयी ग्राहकांना माहिती दिली जाते . या साधनाद्वारे ग्राहक एका ठराविक किंमतीचे कुपन मिळविण्यासाठी गोळा करण्यासाठी ते उत्पादन वारंवार विकत घेण्यासाठी उद्युक्त होतो .

८ . **खरडा (स्कॅच) आणि जिंका ऑफर :** एखादे उत्पादन विकत घ्यावे म्हणून ग्राहकाचे मन वळवण्यासाठी 'स्कॅच आणि विन' अशी ऑफर दिली जाते . या योजनेखाली ग्राहक उत्पादनाच्या पुडक्यावरील विशिष्ट खुणेचा भाग खरडतो आणि खरडल्यावर त्यावर दिसलेल्या संदेशानुसार त्याला फायदा मिळतो .



अशा प्रकारे खूण केलेल्या भागात नमूद केल्याप्रमाणे ग्राहकाला एखादी वस्तू मोफत मिळू शकते किंवा किंमतीवर काही सूट मिळते किंवा कधीकधी कारखानदारांकडून वेगवेगळ्या ठिकाणी प्रवासी भेटी आयोजित केल्या जातात . अशा ठिकाणी (मोफत) जाण्याची ग्राहकांना संधी मिळते .

९ . **पैसे परत ऑफर :** या योजनेअंतर्गत ग्राहकांना अशी खात्री दिली जाते की एखादे उत्पादन वापरताना ग्राहकाचे जर समाधान होत नसेल तर त्या उत्पादनाची पूर्ण किंमत परत दिली जाईल . यामुळे मालाच्या गुणवत्तेसंदर्भात ग्राहकांमध्ये आत्मविश्वास निर्माण होतो . बाजारात नविन उत्पादन आणताना विशेषतः हे तंत्र वापरले जाते .



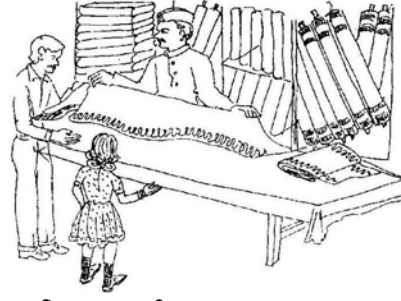
१६.३ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

विक्री संवर्धनाची साधने तंत्रे आणि उद्दिष्टे यांच्या जोड्या लावा .

साधने तंत्रे	उद्दिष्टे
१ . मोफत नमुने	अ . एखादे उत्पादन वारंवार विकत घ्यावे यासाठी ग्राहकाचे मन वळवणे .
२ . अदलाबदली ऑफर	ब . उत्पादनातील प्रगतीकडे , सुधारित उत्पादनाकडे लक्ष वेधण्यासाठी
३ . किंमतीवर सूट ऑफर	क . नवीन उत्पादनाची ओळख करून देण्यासाठी
४ . खरेदीविक्रीची कुपने गोळा करणे .	ड . ऋतु नसताना (ऑफ सीझनला) विक्री वाढवण्यासाठी

१६.४ वैयक्तिकरित्या विक्री :

जेव्हा तुम्हाला एखादी वस्तू खरेदी करायची असते तेव्हा तुम्ही त्या संबंधित दुकानदाराकडे जाता आणि तिथून विकत घेता. पण, कधी कधी तुम्हाला असे आढळते की काही लोक विशिष्ट वस्तू किंवा उत्पादने तुम्हाला तुमच्या घरीच उपलब्ध करून देतात. उदाहरणार्थ, भाजीपाला विकणाऱ्या व्यक्ती हातगाडीवरून आणतात आणि दारोदार त्याची विक्री करतात. साड्या सतरंज्या, गालिचे, इलेक्ट्रॉनिक्स वस्तू इत्यादी माल, अशाच प्रकारे विकणाऱ्या व्यक्ती तुम्ही पाहिल्या असतील.



बस किंवा लोकल ट्रेनमधून प्रवास करताना बसमध्ये किंवा ट्रेनमध्ये पेन, खेळणी, पुस्तके, कंगवे इत्यादी वस्तू विकणाऱ्या व्यक्ती तुम्ही पाहिल्या असतील. शहरांमध्ये व्यक्ती दारोदार जाऊन वॉटर प्युरिफायर (जलशुद्धीकरण भांडी), हवा शुद्धीकरण यंत्रे, डिटर्जंट, ड्रास प्रतिबंधक उपकरणे इत्यादी निरनिराळ्या प्रकारची उत्पादने विकतात. तुम्हाला असे वाटत नाही का की, वस्तू दुकानातून ठेवून तेथेच विकण्यापेक्षा मालाच्या विक्रीची ही एक निराळीच पद्धत आहे? तर, अशा प्रकारच्या विक्रीविषयी आपण अधिक जाणून घेऊ या.

१६.५ वैयक्तिक विक्री याचा अर्थ :

अशा लोकांविषयी विचार करा जे उपयुक्त वस्तू, व्यापारी माल विकतात. ते काय करतात? ते तुम्हाला विशिष्ट प्रकारचा विविध माल दाखवतात, त्या उत्पादनाची वैशिष्ट्ये विपद करण्याचा प्रयत्न करतात, मागणी झाल्यास एखाद्या वस्तूचे कार्य कसे चालते हे दाखवतात किंमतीविषयी तुम्हाला माहिती देतात आणि त्यावर असलेल्या सवलतीची माहिती देतात ते उत्पादन विकत घ्यावे म्हणून तुमचे मन वळवतात आणि काही बाबतीत भविष्यात तुमच्या निवडीच्या काही गोष्टी आणून देण्याचे तुम्हाला वचन देतात. म्हणजेच ते फक्त माहितीच देत नाहीत किंवा उत्पादनाविषयी नुसते स्पष्टीकरण देत नाहीत तर त्या वस्तू विकत घ्याव्यात म्हणून तुमचे मनही वळवतात. आणि भविष्यात पुढेही तुम्ही त्यांच्याकडूनच वस्तू घ्याव्यात अशीही इच्छा प्रकट करतात. दुसरीकडे, तुम्हीही अधिक माहिती गोळा करता, पाहता, आणि ती वस्तू प्रत्यक्ष हाताळून कितपत चांगली आहे हे ठरवता.

अशा प्रकारे जी व्यक्ती आपला माल अशा रितीने विकते. तिला 'विक्रेता / विक्रेती' असे म्हणतात. आणि अशा प्रकारच्या विक्रीतंत्राला 'वैयक्तिक विक्री' अथवा 'विक्री करण्याचे कसब' असे संबोधले जाते. वैयक्तिक विक्री करणाऱ्याने संभाव्य ग्राहकांसमोर आपल्या मालाचे सादरीकरण करायचे असते आणि तो माल त्यांनी विकत घ्यावा यासाठी त्यांचे मन वळवायचे असते. हा समोरासमोरील प्रत्यक्ष संपर्क असतो आणि विक्री करावयाच्या मालाच्या प्रत्यक्ष स्थितीची प्रत्यक्ष सिद्धता दाखवावी लागते. याचा हेतू फक्त लोकांना माल विकणे एवढाच नसतो तर त्यांना ग्राहक म्हणून कायम बांधून ठेवणे हाही असतो.

तसेच तुम्हाला काही दुकानांत वैयक्तिक विक्रीचा प्रकार आढळेल. जेथे, दुकानदाराने काही विक्रेत्यांना या तंत्राचा उपयोग करण्यासाठी नोकरीवर ठेवलेले असते. उदाहरणार्थ, अशा प्रकारचे विक्रेते तुम्हाला दागिन्यांच्या दुकानात, ग्राहकापयोगी वस्तूंच्या दुकानात, साड्यांच्या दुकानात इत्यादी ठिकाणी दिसतील. काही सेवांच्या बाबतीतही आपल्याला दुकानात असे तंत्र वापरलेले दिसेल. उदा. आपल्याला केस



टिपा



टिपा

कापण्यासाठी एकाच केशकर्तनालयात जाणारे लोक दिसतील. आणि त्याच ठराविक नाभिकाकडून मोफत मालिश करून घेतिल. या गोष्टी हे दर्शवितात की, वैयक्तिक विक्रीबाबत विक्रेत्यांना ग्राहकांची आवड माहित असते. प्राधान्यक्रम माहित असतात. अशा प्रकारे तो विक्रेता ग्राहकांना वस्तू किंवा सेवा विकत घेण्यासाठी आकर्षित करू शकतो. वैयक्तिक विक्री म्हणजे ग्राहकांपुढे वस्तू आणि सेवांचे प्रत्यक्ष सादरीकरण करणे आणि तो माल किंवा सेवा विकत घेण्याची आवश्यकता त्यांना पटवून देणे वैयक्तिक विक्रीची कल्पना समजावून घेतल्यानंतर या तंत्राचे काही आवश्यक घटक आपण जाणून घेऊया.

१६.६ वैयक्तिक विक्रीचे आवश्यक घटक :

वैयक्तिक विक्रीमध्ये पुढील घटकांचा समावेश होतो.

१. **समोरासमोर संपर्क :** यामध्ये विक्रेत्याला ग्राहकांशी प्रत्यक्ष समोरासमोर संपर्क करावयाचा असतो. जे संभाव्य ग्राहक असतात.
२. **मन वळवणे :** वैयक्तिक विक्रीमध्ये ग्राहकाचे मन वळवून त्या वस्तू घेण्यास भाग पाडणे या गोष्टीचा अंतर्भाव असतो. याचाच अर्थ विक्रेत्याकडे ग्राहकाला आपले म्हणणे पटवून देण्याची क्षमता हवी. ज्यायोगे ग्राहकाच्या मनात ते उत्पादन वापरण्याची आवड निर्माण होईल.
३. **लवचिकता :** यामध्ये नेहमीच लवचिकता असावी लागते. कधी कधी विक्रेता मालाची वैशिष्ट्ये आणि उपयोग सांगत असतो. कधीकधी मालाचे सादरीकरण करतो आणि त्याचबरोबर ग्राहकाच्या शंकांनाही उत्तरे देतो परिस्थितीनुसार आणि ग्राहकाची आवड लक्षात घेऊन विक्रेत्याचा दृष्टिकोन लगेच बदलावा लागतो.
४. **विक्रीतील वाढ :** अधिकाधिक लोकांना उत्पादन वापरण्यासाठी प्रवृत्त करणे हे निर्विवादपणे विक्रीत वाढ करण्याचे उद्दिष्ट असते.
५. **माहितीचा पुरवठा :** वैयक्तिक विक्रीमध्ये ग्राहकांना विविध प्रकारची माहिती पुरवली जाते. त्यामध्ये उत्पादनाची उपलब्धता, वैशिष्ट्ये, उपयोग आणि उपयुक्तता यांचा समावेश असतो. त्या अर्थाने ही एक शैक्षणिक प्रक्रिया आहे.
६. **परस्परांचा फायदा :** ही एक द्विमार्गी प्रक्रिया असते. विक्रेता आणि खरेदीदार अशा दोघांनाही याचा फायदा असतो. जेव्हा ग्राहकाला मालामुळे समाधान मिळत असते तेव्हा विक्रेताही फायद्याचा आनंद घेत असतो.



१६.४ पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न :

योग्य शब्द भरून रिकाम्या जागा भरा.

१. वैयक्तिक विक्रीमध्ये वस्तू विकत घेण्यासाठी चे मन वळवणे ही क्रिया अंतर्भूत असते.
२. वैयक्तिक विक्रीचे मूलभूत उद्दिष्ट हे होय.
३. वैयक्तिक विक्रीचा एक महत्त्वाचा घटक म्हणजे प्रत्यक्ष संपर्क होय.

४. ग्राहकांना माहिती पुरवणे या वैयक्तिक विक्रीचा उद्दिष्टांमुळे ती एक प्रक्रिया बनते .

१६.७ वैयक्तिक विक्रीचे महत्त्व

वैयक्तिक विक्री ही अतिशय महत्त्वाची आहेच कारण त्यामुळे विक्रीत वाढ होते . पण तिचे महत्त्व इतर अनेक वैशिष्ट्यांमुळे वाढते . उत्पादक व्यापारी आणि ग्राहक या दोहोंच्या दृष्टिकोनातून वैयक्तिक विक्रीच्या महत्त्वाची आपण चर्चा करूया .

➤ उत्पादकाच्या दृष्टिकोनातून :

१. नव्या आणि जुन्या अशा दोन्ही प्रकारच्या मालाची मागणी वाढते .
२. नवीन ग्राहकांची निर्मिती होते आणि उत्पादनासाठी बाजारपेठेची वाढ होते .
३. उत्पादनात प्रगती होते . वैयक्तिकरित्या ग्राहकाशी संपर्क झाल्याने ग्राहकाच्या मागण्या आणि निवडी विक्रेत्याला समजतात आणि तो उत्पादकाला वेळोवेळी मालासंबंधी सूचना देऊ शकतो .

➤ ग्राहकांच्या दृष्टिकोनातून :

१. बाजारात नव्याने येणाऱ्या वस्तूसंबंधी माहिती मिळण्याची संधी वैयक्तिक विक्री तंत्रामुळे ग्राहकाला मिळते . अशा प्रकारे ग्राहकाला नविन उत्पादनावद्दल माहिती आणि शिक्षण मिळते .
२. वैयक्तिक विक्री तंत्रामुळे ग्राहकाला नवीन उत्पादनाचा आपल्याला काय उपयोग आहे याची माहिती मिळते . संधाव्य ग्राहकांपुढे विक्रेता आपल्या उत्पादनाचे सादरीकरण करतो आणि त्याचा उपयोग उपयुक्तता यांविषयी ग्राहकाला स्पष्टीकरण देतो .
३. वैयक्तिक विक्री ग्राहकांना त्यांच्या मागणीप्रमाणे आणि आवडीनिवडीप्रमाणे वस्तू निवडायला मार्गदर्शन करते . कारण यामध्ये समोरासमोर संपर्काची क्रिया घडत असते .
४. वैयक्तिक विक्री ग्राहकांना ही संधी उपलब्ध करून देते की , त्यांना उत्पादन वापरताना येणाऱ्या अडचणी आणि त्याविषयीच्या तक्रारी पुढे ठेवता येतात आणि त्यांचे निराकरणही लगेच करून घेता येते .



१६.५ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

खालील विधाने सत्य कि असत्य ते ओळखा .

१. विक्रेत्यांनी केलेल्या सूचनांमुळे , वैयक्तिक विक्री , उत्पादकांना त्याच्या मालाची प्रगती करण्यास मदत करते .
२. ग्राहकांना , विक्रेत्यांकडून , एखाद्या वस्तूविषयी समस्या असल्यास तातडीने निराकरण करून घेता येत नाही .
३. वैयक्तिक विक्री तंत्र फक्त सध्या अस्तित्वात असलेल्या उत्पादनांबाबतीत नविन ग्राहक निर्माण करते .
४. उत्पादनाच्या जास्तीत जास्त चांगल्या प्रकारे उपयोग हा वैयक्तिक विक्रीचा परिणाम नसतो .
५. ग्राहक विक्रेत्याकडे उत्पादनाविषयीची तक्रार करू शकतो .



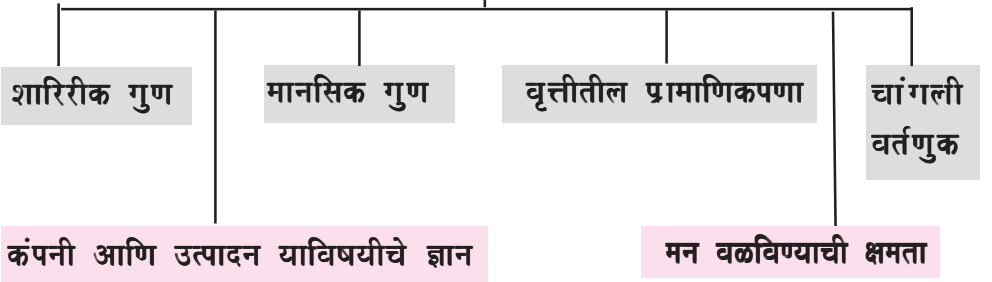


टिपा

१६.८ वैयक्तिक विक्रीत गुंतलेल्या विक्रेत्याचे गुण :

वैयक्तिक विक्रीतंत्रात समाविष्ट असलेल्या लोकांच्या गुणांची यादी करणे खूपच अवघड आहे वेळोवेळी गुणवत्तेत बदल घडत असतो. परिस्थितीनुरूप बदल घडत असतो. ग्राहकांच्या मागणीनुसार आणि उत्पादनाच्या प्रकृतीवर हे अवलंबून असते. पुन्हा एखाद्या परिस्थितीत विक्रेता प्रभावशाली ठरतो. तर दुसऱ्या परिस्थितीत तो अयशस्वी होऊ शकतो. म्हणून वास्तव जीवनात एका विशिष्ट मर्यादितपर्यंत विशिष्ट गुण योग्य ठरतात. तर दुसऱ्या ठिकाणी ते अप्रासंगिक ठरतात. तरीसुद्धा जीवनामध्ये यशस्वी बनण्यासाठी विक्रेत्याच्या अंगी काही सर्वसामान्य गुण असले पाहिजेत ते खाली दर्शविले आहेत.

वैयक्तिक विक्रीत सहभागी असणाऱ्या विक्रेत्यांचे गुण



या गुणांची चर्चा विस्ताराने करूया.

१. **शारीरिक गुण** : विक्रेत्याचे व्यक्तिमत्त्व चांगले असलेच पाहिजे. प्रभावी पाहिजे. तसेच त्याचे आरोग्यही चांगले हवे.
२. **मानसिक गुण** : चांगल्या विक्रेत्याजवळ कल्पनाशक्ती, स्वतः पुढाकार घेण्याची कुवत, आत्मविश्वास, तीक्ष्ण स्मृती, सावधपणा इत्यादी मानसिक गुणवैशिष्ट्ये असली पाहिजेत. ग्राहकांच्या गरजा आणि प्राधान्यक्रम या गोष्टी जाणून घेण्यास तो सक्षम असला पाहिजे.
३. **वृत्तीतील प्रामाणिकपणा** : चांगल्या विक्रेत्याच्या अंगी प्रामाणिकपणा, सचोटी हे गुण असले पाहिजेत. विक्रेत्याला ग्राहकाचा आत्मविश्वास संपादन करावयाचा असतो. त्याने त्यांच्या गरजा समजावून घेतल्या पाहिजेत आणि त्या गरजा कशा पूर्ण होतील ग्राहक समाधानी कसे होतील याचे मार्गदर्शन केले पाहिजे. त्याला नोकरी देणाऱ्या मालकाचाही त्याच्यावर विश्वास असला पाहिजे. विक्रेत्याने त्याचा मालक आणि ग्राहक अशा दोघांशीही निष्ठावंत असले पाहिजे.
४. **कंपनी आणि उत्पादनाचे ज्ञान** : विक्रेत्याला, तो ज्या कंपनीचे आणि तिच्या उत्पादनाचे प्रतिनिधीत्व करत आहे, त्याच संपूर्णतः ज्ञान हवे. एखाद्या उत्पादनाची खंडा न खंडा माहिती त्याला स्पष्टीकरणासह देता आली पाहिजे. उदा. उत्पादनाचे गुण, ते कसे वापरायचे, वापरताना कोणती सावधगिरी बाळगायची इत्यादी. कंपनीचे व्यावसायिक आणि सेवा अहवालही त्याला विस्ताराने सांगता आले पाहिजेत. प्रतिस्पर्धी कंपन्यांच्या उत्पादनाचे ही



टिपा

ज्ञान त्याला हवे . त्यामुळे त्याला आपली स्वतःची उत्पादने कशी इतरांहून सरस आहेत . हे ग्राहकांना पटवून देता येतो .

- ५ . **चांगली वर्तणूक** : विक्रेता नेहमी सहकार्य करण्यास तयार असलेला आणि सभ्यपणाने वागणारा असला पाहिजे . चांगल्या वर्तणुकीमुळे एखादा विक्रेता ग्राहकांचे मन जिंकून घेऊ शकतो . ग्राहकांनी प्रश्नांची सरवत्ती केली तरी त्याने विचलित होता कामा नये . चिडता कामा नये . कधीकधी प्रश्न मुद्द्याला सोडून असंबद्ध असे असू शकतात . एखाद्या ग्राहकाला उत्पादन विकत घ्यावे म्हणून पटवणे ठीक . पण त्याने ते विकत घेतलेच पाहिजे ही गोष्ट आवश्यक नाही . कोणत्याही परिस्थितीत विक्रेत्याने आपला सभ्यपणा सोडता कामा नये .
- ६ . **मन वळविण्याची क्षमता** : विक्रेता हा संभाषण चतूर असला पाहिजे . त्यामुळे तो एखाद्या व्यक्तीला संभाषणात गुंतवून ठेवू शकतो . दुसऱ्याला आपले म्हणणे पटवून देण्याची त्याची क्षमता असली पाहिजे आणि संभाव्य ग्राहकाच्या मनात स्वतःजवळ उपयुक्त वस्तू आसावी अशी इच्छा निर्माण होण्यासारखे वातावरण विक्रेत्याने निर्माण करावयास हवे .



१६.६ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

अ . पुढीलपैकी सत्य व असत्य विधाने ओळखा .

- १ . चांगला विक्रेता बनण्यासाठी उत्पादनाचे ज्ञान असणे आवश्यक नाही .
- २ . चांगल्या विक्रेत्याच्या अंगी कल्पनाशक्ती , पुढाकार घेण्याची कुवत आणि सावधपणा पाहिजे .
- ३ . चांगल्या विक्रेत्याला समाजाने स्वीकारलेच पाहिजे अशी गरज नसते .
- ४ . चांगल्या विक्रेत्याने ग्राहकाशी प्रामाणिक असावे पण मालकाशी नाही .
- ५ . चांगल्या विक्रेत्याच्या गुणांत प्रभावी आवाज , चांगले व्यक्तिमत्व आणि तंदुरुस्त तब्येत यांना कुठेच जागा नसते .

ब . बहुपर्यायी प्रश्न

- १ . उत्पादकाच्या दृष्टिकोनातून विक्री संवर्धन महत्त्वाचे आहे कारण . . .
 - अ . नफा फायदा वाढतो .
 - ब . उत्पादने स्वस्त किंमतीला पुरविता येतात .
 - क . गुणवत्ता आणि वैशिष्ट्यांविषयी माहिती देता येते .
 - ड . लोकांच्या राहणीमानाचा दर्जा उंचावतो .
- २ . ग्राहकाच्या दृष्टिकोनातून विक्री संवर्धन महत्त्वाचे आहे कारण
 - अ . विक्री वाढण्यास मदत होते .
 - ब . विक्री स्थिर राहते .
 - क . राहणीमानाचा दर्जा उंचावण्यास मदत होते .
 - ड . नफ्यात वाढ होते .

- वैयक्तिक विक्री उत्पादक व्यापारी आणि ग्राहक या दोघांच्याही दृष्टिकोनातून महत्त्वाची .
- विक्रेत्याला प्रभावी बनविणारे अनेक गुण असतात . त्यांमध्ये शारिरिक आणि मानसिक गूण, प्रामाणिक वृत्ती, उत्पादनाचे आणि कंपनीविषयीचे ज्ञान, चांगली वर्तणूक आणि ग्राहकांचा मन वळविण्याची क्षमता यांचा समावेश होतो .



संकीर्ण प्रश्नसंग्रह :

- १ . विक्री संवर्धनाची व्याख्या सांगा .
- २ . उत्पादकांच्या दृष्टिकोनातून विक्री संवर्धनाचे महत्त्व सांगा .
- ३ . ग्राहकांच्या संवर्धनाची कोणतीही सहा साधने सांगा .
- ४ . विक्री संवर्धनाची कोणतीही सहा साधने सांगा .
- ५ . विक्री संवर्धन याचा अर्थ स्पष्ट करा . विक्री संवर्धन गरजेचे का आहे ?
- ६ . प्रत्येकी एक उदाहरण देऊन विक्री संवर्धनाची दोन तंत्रे स्पष्ट करा .
- ७ . विक्री संवर्धनाची तंत्रे म्हणून "किंमतीत सवलत ऑफर" आणि "मोफत नमुने" यांचे स्पष्टीकरण करा .
- ८ . विक्री संवर्धन विक्रीच्या वाढीस कशी हातभार लावते ते स्पष्ट करा .
- ९ . एक टूथपेस्ट कंपनी ५०० ग्रॅमच्या टूथपेस्टच्या पॅकवर २५० ग्रॅम टूथपेस्ट मोफत देते या विक्री तंत्राचे नाव सांगा . या योजनेचे विशेष उद्दिष्ट कोणते या उदाहरणाव्यतिरिक्त विक्री संवर्धनाच्या दोन योजना स्पष्ट करा .
- १० . विक्री संवर्धनाची व्याख्या सांगून त्याची उद्दिष्टे कोणती ते लिहा .
- ११ . विक्री संवर्धन ही संज्ञा स्पष्ट करा . विक्री संवर्धनाच्या कोणत्याही चार तंत्राची चर्चा करा .
- १२ . " विक्री संवर्धन उत्पादक आणि ग्राहक या दोघांसाठीही महत्त्वाची असते . " हे विधान कसे स्पष्ट कराल ?
- १३ . वैयक्तिक विक्री म्हणजे काय ?
- १४ . वैयक्तिक विक्री तंत्राचे आवश्यक घटक सांगा .
- १५ . ग्राहकांच्या दृष्टिकोनातून वैयक्तिक विक्रीचे महत्त्व वर्णन करा .
- १६ . उत्पादक व्यापाराच्या दृष्टिकोनातून वैयक्तिक विक्रीचे महत्त्व वर्णन करा .
- १७ . वैयक्तिक विक्रीत गुंतलेल्या विक्रेत्याच्या अंगी कोणते शारिरिक व मानसिक गुण असावेत हे नमुद करा .
- १८ . वैयक्तिक विक्रीत गुंतलेल्या विक्रेत्याच्या अंगी कोणते सामाजिक गुण असावेत हे नमूद करा .
- १९ . वैयक्तिक विक्रीत गुंतलेल्या विक्रेत्याच्या अंगी कोणते व्यावसायिक गुण असावेत हे नमूद करा .
- २० . वैयक्तिक विक्रीची व्याख्या लिहा . ग्राहक आणि उत्पादक व्यापारी या दोघांच्या दृष्टिकोनातून वैयक्तिक विक्रीचे महत्त्व स्पष्ट करा .
- २१ . वैयक्तिक विक्रीचा अर्थ काय आहे ? त्याचे आवश्यक घटक सांगा .





टिपा

२२. तुम्हाला असे वाटते का की यशस्वी विक्रेता होण्यासाठी फक्त वैयक्तिक आणि मानसिक गुण असणे पुरेसे आहे ? तुमच्या उत्तराचे कारणासहित स्पष्टीकरण करा .
२३. वैयक्तिक विक्रीत गुंतलेल्या विक्रेत्यांच्या विविध गुणांचे वर्णन करा .
२४. एखादे उत्पादन चांगले असेल तर विक्रेत्याच्या अंगी कोणतेही विशेष गुण असणे आवश्यक नाही . या विधानाशी तुम्ही सहमत आहात का कारण द्या .



पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्नांची उत्तरे :

१६.१

१. विक्री संवर्धन म्हणजे जाहीरातवाजी आणि वैयक्तिक विक्री यासह इतर अनेक क्रियांचा समावेश असणे होय . त्यामुळे एखाद्या विशिष्ट उत्पादनाच्या विक्रीत वाढ होते .
२. जाहीरात करणे हे संपर्काचे माध्यम . संभाव्य ग्राहकांना प्रोत्साहनपर माहिती देण्यासाठी वापरले जाऊ शकते . त्यामुळे विक्री संवर्धनास मदत होते .

१६.२ १. असत्य २. असत्य ३. सत्य ४. असत्य
५. सत्य

१६.३ १. क २. व. ३. अ ४. ड

१६.४ १. ग्राहक २. उत्पादन विक्रीला गती देणे ३. समोरासमोर
४. शैक्षणिक

१६.५ १. सत्य २. असत्य ३. असत्य ४. असत्य
५. असत्य

१६.६

अ. १. असत्य २. सत्य ३. असत्य ४. असत्य
५. असत्य

ब. १. अ २. क ३. अ ४. ड
५. अ

तुमच्यासाठी कृती :

१. तुमच्या जवळच्या बाजारपेठेतील किरकोळ दुकानदारांकडे चौकशी करा की ते कोणत्या वेळेला दुकानातील बरेच दिवस पडून राहिलेल्या मालाची कमी भावात विक्री करतात आणि का ?
२. उत्पादक व्यापाऱ्याकडून आखल्या जाणाऱ्या विक्री संवर्धनांच्या विविध योजनांची, वृत्तपत्रे आणि मासिके यांतील जाहिरातीद्वारे माहिती गोळा करा .
३. कोणतीही वस्तू किंवा सेवा विकत घेताना विक्रेत्याच्या वर्तणूकीचे काळजीपूर्वक निरीक्षण करा आणि त्याच्या/ तिच्या अंगी असणाऱ्या विविध गुणांची नोंद करा .

विभाग ५

ग्राहक जागृती

ग्राहकाचे समाधान हे कोणत्याही उद्योगाचे मुख्य उद्दिष्ट असले पाहिजे . तरीसुद्धा निरनिराळ्या मार्गाने व्यवहारात व्यावसायिकांकडून ग्राहकांची पिळवणूक केली जाते . कधी कधी अधिक किंमत आकारून कमी दर्जाचा माल ग्राहकाच्या माथी मारला जातो . असे घडण्याचे महत्त्वाचे कारण म्हणजे आपले हक्क आणि जबाबदाऱ्या यांबाबत ग्राहक तितकासा जागरूक नसतो . नवशिक्या लोकांना या संदर्भात माहिती करून देण्यासाठी माहितीचा हा संच तयार करण्यात आला आहे . ग्राहकांचे हक्क, जबाबदाऱ्या यांची जाणीव ग्राहकांना करून देणे आणि त्यांच्या संरक्षणासाठी करण्यात आलेल्या निरनिराळ्या कायदेशीर उपाययोजनांची माहिती देणे हाच उद्देश यामागे आहे .

प्रकरण १७ : ग्राहकांचे हक्क, कर्तव्ये आणि जबाबदाऱ्या

प्रकरण १८ : ग्राहक संरक्षण

Awards Won by NIOS

Several projects have been implemented by the NIOS to tap the potential of Information and Communication Technology (ICT) for promoting of Open and Distance Learning (ODL) system. The Ni-On project of NIOS won the National Award for e-governance and Department of Information and Technology, Govt. of India. In further recognition of its On-line initiatives and best ICT practices, the NIOS received the following awards:

NIOS WINS National Award for e-Governance 2008-09

Silver icon for Excellence in Government Process Re-engineering, Instituted by Government of India Department of Administrative Reforms and Public Grievances & Department of Information Technology.



NIOS receives NCPEDP MPHASIS Universal Design Awards 2012



National Institute of Open Schooling (NIOS) has been awarded THE NCPEDP - MPHASIS UNIVERSAL DESIGN AWARDS 2012 instituted by National Centre for Promotion of Employment for Disabled People. The award was given by **Sh. Mukul Wasnik, Hon'ble Minister for Social Justice and Empowerment, Govt. of India** on 14th August, 2012. NIOS has been selected for its remarkable work done for the learners with disabilities through ICT by making its web portal www.nios.ac.in completely accessible for such learners.

The Manthan Award South Asia & Asia Pacific 2012

The Manthan Award South Asia & Asia Pacific 2012 to recognize the best ICT practices in e-Content and Creativity instituted by Digital Empowerment Foundation in partnership with World Summit Award, Department of Information Technology, Govt. of India, and various other stakeholders like civil society members, media and other similar organisations engaged in promoting digital content inclusiveness in the whole of South Asian & Asia Pacific nation states for development. The award was conferred during **9th Manthan Award Gala South Asia & Asia Pacific 2012 at India Habitat Centre on 1st Dec. 2012.**





17

ग्राहकांचे हक्क आणि जबाबदाऱ्या

आपण अनेकदा ऐकतो की मालाची पूर्ण किंमत देऊनही लोकांना कमी प्रतीचा (हलक्या दर्जाचा) आणि भेसळीचा माल पुरवला गेला आहे. तसेच काही लोकांची तक्रार असते की बस अथवा रेल्वेतील जागांचे पूर्ण (टिकिट) दरभाडे भरूनही आसनव्यवस्था आरामदायी नसते. अशा प्रकारे अनेकदा लोकांना आपल्या पैशांचा पूर्ण मोबदला मिळत नाही. आपण मालावर खर्च केलेल्या पैशाचा पूर्ण मोबदला मिळत नाही. आणि त्या सेवांचा त्यांना पाहिजे तसा फायदा होत नाही.

कधीकधी निकृष्ट माल आणि सेवा पुरवण्याबाबत ग्राहकच स्वतः जबाबदार असतात. अनेकदा त्यांच्या आवडीची उत्पादने आणि सेवा याची तपशीलवार माहिती त्यांना असत नाही. काही वेळा गुणवत्ता, दर्जा न पाहता माल विकत घेतला जातो. या निष्काळजीपणामुळे या सेवांचा फायदा मिळत नाही आपण घेत असलेला माल आणि पुरवल्या जाणाऱ्या सेवा यांची तपशीलवार माहिती घेण्याची जबाबदारी त्यांची नाही का या पाठात ग्राहकांचे हक्क आणि जबाबदाऱ्या यांची पूर्ण माहिती घेऊया.



उद्दिष्टे :

- हा पाठ शिकल्यानंतर तुम्हाला खालील गोष्टी समजतील.
- 'ग्राहक' या संज्ञेचा अर्थ. (उपभोक्ता म्हणजे काय ?)
- वस्तूंचा ग्राहक आणि सेवांचा ग्राहक यातील फरक
- ग्राहकाचे वेगवेगळे अधिकार आणि
- ग्राहकांच्या वेगवेगळ्या जबाबदाऱ्यांची (कर्तव्ये) माहिती

१७.१ ग्राहक कोणास म्हणावे ?

सोप्या शब्दांत सांगायचे तर, जी व्यक्ती एखादी वस्तू किंवा सेवा विकत घेते किंवा तिचा वापर करते, तिला 'ग्राहक' म्हटले जाते.

ग्राहक जागृती



टिपा

या वस्तू किंवा मालांत ग्राहकोपयोगी नाशवंत वस्तू (उदाः गव्हाचे पीठ, मीठ, साखर, फळे इ .) किंवा टिकाऊ माल (उदाः दूरदर्शन, शीतकपाट, टोस्टर, मिक्सर, सायकल इ .) यांचा समावेश होतो . वीज, दूरध्वनी, वाहतूक सेवा, सिनेमागृहे इत्यादी सेवा आपण विकत घेतो . जर एखादा किरकोळ व्यापारी, घाऊक मालाच्या व्यापाऱ्याकडून माल विकत घेत असेल (उदा . लेखनसाहित्य) तर तो ग्राहक समजला जात नाही . तो पुनर्विक्रीसाठी माल घेणारा व्यापारी समजला जातो .

अशा प्रकारे खरेदी करणारा, जो ग्राहक असतो त्याने मालाचा उपयोग करावा असेच फक्त अपेक्षित आहे का ? नेहमीच नाही . जर तुम्ही तुमच्या अभ्यासासाठी लेखन वही विकत घेतलीत तर तुम्ही खरेदीदार आणि त्याचा उपयोग करणारा असे दोन्ही असता .

समजा तुमच्या वडिलांनी काही अन्नपदार्थ विकत आणले तर ते घरातल्या सर्व लोकांनी खाण्यासाठी आहेत असा अर्थ होतो . किंवा जेव्हा ते डिटर्जंट पावडर आणतात . तेव्हा ती घरातल्या सर्वजणांनी वापरण्यासाठी असते . किंवा स्वच्छतेत जे सहभागी असतील त्या सर्वांसाठी असते . अशा प्रकारे ग्राहक (उपभोक्ता) ज्या वस्तू विकत घेतो . त्यांचा उपयोग कूटूंबातील सर्व सदस्यांसाठी किंवा खरेदीदाराच्या वतीने वस्तूचा उपभोग घेणाऱ्यांसाठी असतो .

ग्राहक ही अशी एक व्यक्ती असते जो वस्तू किंवा सेवा विकत घेतो किंवा त्यांच्या स्वतः उपभोग घेतो . तसेच खरेदीदाराच्या वतीने, दुसरा कुणी त्या वस्तूचा वापर करतो . वस्तूंमध्ये नाशवंत तसेच टिकाऊ वस्तूंचा समावेश असतो .

पैसे देऊन विकत घेतल्या जाणाऱ्या सेवा या वाहतूक, वीज, चित्रपट यांसारख्या असतात . ग्राहक या शब्दाची अशीही व्याख्या केली जाते . " असा कोणीही जो वस्तू अथवा सेवा निवडतो, त्या मिळवण्यासाठी पैसे खर्च करतो आणि स्वतःच्या गरजांचे समाधान करण्यासाठी वापरतो . "

आता आपण वस्तूंचा ग्राहक आणि सेवांचा ग्राहक यांच्यातील फरक पाहूया . आपण आपल्या फायद्यासाठी ज्या सेवा विकत घेतो, त्यामध्ये वाहतूक सेवेचा समावेश असतो . उदा . आपण एखादी टॅक्सी किंवा ऑटोरिक्षा भाड्याने घेतली, सार्वजनिक बसमधून प्रवास केला किंवा एखाद्या ठिकाणाला भेट देण्यासाठी रेल्वेप्रवास केला, या सेवा आपण विकत घेत असतो . जर तुमच्याकडे तुमच्या स्वतःच्या मालकीची सायकल, स्कूटर किंवा मोटरसायकल असेल, जर त्याला दुरुस्तीची गरज असेल तर ते वाहन दुरुस्तीसाठी दुकानात घेऊन जाता . दुरुस्त करणाऱ्याला त्याच्या सेवेचा मोबदला देता . तेव्हा तुम्ही सेवांचा ग्राहक असता . घरी किंवा कामाच्या ठिकाणी वापरल्या जाणाऱ्या वीज अथवा दूरध्वनी याही सेवांचा आहेत, ज्यासाठी आपण पैसे देऊ करतो करमणूकीसाठी पाहिले जाणारे चित्रपट आपण चित्रपटगृहात जाऊन बघत असू तर तेही सेवांचे एक उदाहरण आहे .

घेतलेल्या वस्तू अथवा सेवा यांतील मुख्य फरक म्हणजे विकत घेण्याआधी त्या मालाची गुणवत्ता, दर्जा तपासून घेता येऊ शकतो . पण तत्पश्चात मिळणाऱ्या सेवांची विश्वासार्हता आणि नियमितपणा अगोदर तपासता येत नाही . उदा . दूरदर्शन विकत घेताना त्याचे कार्य, चित्राचा दर्जा, आवाज इ .

गोष्टींचे प्रात्यक्षिक दाखवले जाते. पण सदासर्वकाळ विजेचा दाब तसाच स्थिर राहतो का हे तुम्ही तपासून पाहू शकत नाही. एखाद्या खाद्यपदार्थाचा नमुना तुम्ही चाखू शकता आणि विकत घेऊ शकता. तसेच फळे विकत घेताना ती जास्त पिकलेली नाहीत ना हे पारखून घेता. पण एखादा स्कूटरचालक किंवा वाहनचालक अपघात टाळण्यासाठी सावधगिरी बाळगेल का हे बिनचुकपणे सांगू शकत नाही. तसेच एखाद्या चित्रपटाच्या आवाजाची आणि चित्राची गुणवत्ता संपूर्ण चित्रपटभर तीच राहिल याचा अंदाज करू शकत नाही.

याशिवाय आपण घेतलेला माल लगेच किंवा काळानुसार संपवत असतो. तृणधान्यांसारखे पदार्थ आठवडाभर किंवा महिनाभर आपण साठवू शकतो. आवश्यक त्या दुरूस्त्या, वीजपुरवठा, दूरध्वनी सेवा किंवा चित्रपटदृश्य यांबाबत करू शकत नाही.



१७.१ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

खाली दिलेल्या प्रश्नांची 'होय' किंवा 'नाही' अशी उत्तरे द्या.

१. जो माल विकत घेतो तो ग्राहक असू शकतो किंवा नसू शकतो. हे खरे आहे का ?
२. जी व्यक्ती वस्तू वापरते तिने ती विकतच घेतलेली असते हे म्हणणे बरोबर आहे का ?
३. जर एखाद्या दुकानदाराने त्याच्या स्वतःच्या वापरासाठी एखादा तयार (रेडिमेड) शर्ट विकत घेतला तर त्याला ग्राहक समजावे का ?
४. जर एखाद्या सार्वजनिक वाचनालयासाठी मी सभासदत्व फी भरली आणि त्याचा वापर पुस्तके व मासिके वाचण्यासाठी केला. तर मी सेवांचा ग्राहक होऊ शकेन का ?
५. जर तुमच्या मित्राने गोष्टीचे पुस्तक विकत घेतले आणि वाचल्यानंतर ते कमी किंमतीत दुसऱ्या दुकानदाराला विकले तो ग्राहक असू शकेल का ?

१७.२ ग्राहक चळवळीचा अर्थ :

ग्राहक म्हणून तुम्ही वेळोवेळी वस्तू वापरतच असता काही किंवा अनेक पुरवठादाराकडून तुम्हाला पिळवणुकीचा कदाचित अनुभवही आला असेल कधीकधी ते अधिक दराने तुम्हाला हलक्या दर्जाचा माल आणि सेवा पुरवतात. एकट्या ग्राहकाला वैयक्तिकरितीने ही पिळवणूक थांबवणे अवघड आहे. एखादा ग्राहक जर सावध असेल तर तो या पिळवणूकीस मर्यादा घालू शकतो आणि अशा प्रकारच्या दृष्ट्यांविरोद्ध एकत्रितरित्या आवाज उठवू शकतो. ग्राहकांनी स्वतःच्या संरक्षणासाठी केलेल्या अशा स्वप्रयत्नांना 'ग्राहक चळवळ' असे म्हटले जाते.

ही एक अशी चळवळ आहे की ज्याद्वारे ग्राहकाला, त्याचा संबंध येणाऱ्या उत्पादक, व्यापारी, विक्रेते आणि सेवा पुरवणारे पुरवठादार यांच्याकडून चांगल्या, प्रामाणिककृतीची अपेक्षा पूर्ण होतील याची





खात्री करून घेता येते. वैयक्तिकरित्या ग्राहक आणि बाजारपेठेतील दुष्कृत्यांविरूद्ध जागृती निर्माण करण्यासाठी स्थापन झालेल्या ग्राहक संघटना या ग्राहक चळवळ म्हणून ओळखल्या जातात. ग्राहकांच्या संरक्षणासाठी कोणते उपाय शोधता येतील यासाठी या चळवळी कार्य करतात.

वस्तू आणि सेवांचा उपभोग घेताना जर ग्राहक त्याच्या हक्क आणि कर्तव्याप्रती सजग असेल तरच ही ग्राहक चळवळ यशस्वी होऊ शकेल. आता आपण ग्राहकांचे वेगवेगळे अधिकार (हक्क) आणि कर्तव्ये (जबाबदाऱ्या) यांविषयी माहिती घेऊ.

ग्राहक संरक्षण कायदा १९८६ :

इतर कोणत्याही कायद्यापेक्षा ग्राहक संरक्षण कायदा ग्राहकाला अधिक सर्वसमावेशक संरक्षण पुरवतो. या कायद्याची व्याप्ती फार मोठी आहे. मालाच्या अनुचित व्यापार व्यवहारासंबंधी ग्राहक या कायद्यान्वये दाद मागू शकतो. एवढेच नव्हे तर बँकिंग, विमा, वित्त, वाहतूक, दूरध्वनी, वीज पुरवठा किंवा उर्जा गृहबांधणी, भोजन निवास, करमणूक मनोरंजन यांसारख्या सेवांत कमतरता असेल तरीही अशी दाद मागता येते. या कायद्यान्वये केंद्रात आणि राज्यात ग्राहक संरक्षण संघटना स्थापण्याचीही तरतूद करण्यात आली आहे. ग्राहकांचे वादविवाद मिटवण्यासाठी अर्थन्यायिक व्यवस्था या कायद्यान्वये पुरविली जाते. यांत जिल्हा मंच, राज्य आयोग, राष्ट्रीय आयोग यांचा समावेश होतो. त्यांना ग्राहक न्यायालये असेही म्हटले जाते.

१७.३ ग्राहकांचे हक्क (अधिकार) :

तुम्हाला माहितीच आहे की आज ग्राहकांना, बाजारांतील स्पर्धा, दिशाभूल करणाऱ्या जाहिराती, हलक्या दर्जाच्या मालाची उपलब्धता आणि सेवा अशा विविध समस्यांना तोंड द्यावे लागते. त्यामुळे ग्राहकांच्या हिताचे रक्षण करणे ही सरकारी तसेच सार्वजनिक संस्थांसाठी काळजीची बाब झाली आहे. ग्राहकांच्या हितरक्षणासाठीचे विशेष हक्क सरकारने जाणुन घेतले आहेत. दुसऱ्या शब्दांत सांगायचे तर पिळवणुकीपासून, फसवणुकीपासून ग्राहकांना आपले संरक्षण करायचे असेल तर त्यांना काही निश्चित अधिकार दिले गेले पाहिजेत. ज्यायोगे त्यांना खात्री मिळेल की मालाचे विक्रेते आणि सेवा पुरवणारे पुरवठादार ग्राहकांशी काळजीपूर्वक व्यवहार करतील. उदा. ग्राहकाला एक अधिकार निवड करण्याचा आहे. या अधिकाराची जर तुम्हाला जाणीव असेल तर दुकानदाराकडे असलेल्या एखाद्या वस्तूच्या मालाच्या विविध प्रकारांविषयी तुम्ही विचारणा करू शकता. आणि तुमच्या आवडीची वस्तू निवडू शकता. कधीकधी जास्त दलाली मिळते म्हणून एखादा दुकानदार एखाद्या विशिष्ट ब्रँडचा माल ग्राहकाला विकत घेण्याचा आग्रह धरतो. कदाचित त्या मालाचा दर्जा चांगला नसतो. अथवा तो माल इतरत्र कमी किंमतीला उपलब्ध असतो. जर तुम्ही निवड करण्याचा अधिकार वापरला तर अशा अपप्रवृत्तींना आळा बसू शकतो. आणि एखाद्या दुकानात जर उत्पादनाची विविधता उपलब्ध नसेल तर इतर दुकानांना भेटी देऊ शकता.

ग्राहक संरक्षण कायदा १९८६ द्वारे पुरविल्या गेलेल्या ग्राहकांच्या निरनिराळ्या अधिकारांविषयी आपण चर्चा करूया.



टिपा

१. **सुरक्षिततेचा अधिकार :** जीवित आणि संपत्ती यांना असलेल्या धोकादायक आणि त्रासदायक वस्तूंपासून संरक्षण मिळण्याचा आणि आपल्या सुरक्षेचा प्रत्येक ग्राहकाला अधिकार आहे. ग्राहक म्हणून जर तुम्हाला या अधिकाराची जाणीव असेल तुम्ही स्वतःला इजा होऊ नये याची सावधगिरी बाळगू शकता. किंवा जर सावधगिरी बाळगूनही काही इजा झाली तर त्या व्यापाऱ्याविरुद्ध तक्रार करण्याचा तुम्हाला अधिकार असतो. इतकेच नव्हे तर तुम्ही नुकसानभरपाई मागू शकता.



उदा. जर तुम्ही एखादे औषध विकत आणले आणि ज्या औषधाच्या दुकानातून तुम्ही ते घेतलेत जर ते औषध प्रमाणित दर्जाप्रमाणे नसेल आणि तुम्हाला काही इजा झाली तर तुम्ही त्या दुकानदाराला जबाबदार धरू शकता. तसेच स्वयंपाकाचा गॅस सिलिंडर तुम्हाला पुरवला गेल्यावर तुम्हाला तो तपासून घ्यावा लागतो. नंतर जर गॅसगळती होत असेल तर त्यापासून आग लागू शकते. इजा होऊ शकते. वा एखाद्याचा मृत्यूही ओढवू शकतो. तेव्हा तुम्ही गॅस वितरकाला जबाबदार धरू शकता आणि नुकसानभरपाईही मागू शकता.

२. **माहितीचा अधिकार :** वस्तू, सेवेची खरेदी करताना तिची गुणवत्ता, वजन, प्रमाणीकरण, शुद्धता आणि किंमत याविषयीची माहिती प्राप्त करण्याचा तुम्हाला अधिकार असतो. त्यामुळे तुम्हाला तुमच्या आवडीप्रमाणे उत्पादन निवडीची संधी मिळते. तसेच कोणतीही हानी किंवा इजा टाळण्यासाठी जरूर तेथे सावधगिरीच्या उपायांची माहिती ग्राहकाला मिळालीच पाहिजे. परत एकदा गॅस सिलिंडरचे उदाहरण घेऊ. गॅस वितरकाने ग्राहकाला जर गॅस वापरत नसेल तर रेग्युलेटरच्या सहाय्याने गॅसचा प्रवाह कसा थांबवावा याची माहिती दिलीच पाहिजे.

३. **निवड करण्याचा अधिकार :** विशिष्ट वस्तूची खरेदी करताना पर्यायी वस्तू पाहण्याचा आणि आपल्या पसंतीच्या वस्तूची निवड करण्याचा ग्राहकाला अधिकार आहे. बरेचदा असे दिसते की व्यापारी कमी प्रतीचा माल काही युक्त्या लढवून त्या विकत घेण्याविषयी ग्राहकावर दबाव आणतात. कधीकधी दूरदर्शनच्या जाहीराती बघूनही ग्राहक भुलतात. ग्राहक जर आपल्या अधिकारांविषयी जागरूक असेल तर अशा शक्यता टाळता येतात.

४. **तक्रार ऐकवण्याचा अधिकार :** या अधिकाराचे तीन अर्थ आहेत. स्पष्ट सांगायचे तर ग्राहकाच्या हिताचे निर्णय घेताना आणि धोरण ठरवताना सरकार आणि सार्वजनिक संस्थाकडून ग्राहकांशी विचारविनिमय केला गेला पाहिजे. तसेच उत्पादक व्यापारी आणि जाहीरातदार यांचे





उत्पादनाविषयी बाजारपेठांतील निर्णयांविषयी काय मते आहेत. हे ऐकण्याचा अधिकार आहे. तिसरी गोष्ट म्हणजे ग्राहकांच्या तक्रारींविषयी कोर्टात चालू असलेली कायदेशीर प्रक्रिया ऐकण्याचा जाणून घेण्याचा त्याला अधिकार आहे.

५. **तक्रार निवारणाचा अधिकार :** जर आणि जेव्हा ग्राहक अनुचित व्यापार व्यवहारासंबंधी तक्रारी अथवा गाऱ्हाणी मांडत असेल तर त्यांच्या निवारणाची दाद मागण्याचा त्याला अधिकार आहे. या तक्रारी अशा प्रकारच्या असू शकतात. मालाची किंमत जास्त लावणे असुरक्षित अथवा हलक्या दर्जाची उत्पादने विकणे. सेवा पुरविण्याबाबत अनियमितता असणे इत्यदी. तसेच दोषपूर्ण आणि भेसळयुक्त उत्पादने पुरवली गेल्यामुळे जर त्याला काही इजा झाली अथवा त्याचे नुकसान झाले तर त्याला तक्रारींचे निवारण करण्याचा अधिकार आहे. त्याच्या तक्रारींच्या निराकरणासाठी कायदेशीर न्यायिक प्रक्रियांचा तो आधार घेऊ शकतो. या अधिकाराद्वारे ग्राहकाला त्यांच्या तक्रारी काळजीपूर्वक समजवून घेतल्या जातील. याची खात्री मिळते. तसेच जर ग्राहकाचे काही नुकसान झाले असेल किंवा वितरक अथवा उत्पादकाकडून झालेल्या चुकीमुळे काही गैरसोय झाल्यास ग्राहकास नुकसानभरपाई मिळण्याचा हक्क हा अधिकार देतो.

६. **ग्राहक शिक्षणाचा अधिकार :** बाजारपेठांतील अनुचित व्यापार व्यवहार रोखण्यासाठी आणि ग्राहकांची पिळवणूक थांबण्यासाठी ग्राहक जागृती आणि त्यांचे शिक्षण ही एक अत्यावश्यक बाब आहे. या हेतूनेच, ग्राहक संघटना, शैक्षणिक संस्था आणि सरकारी धोरणे ठरविणाऱ्या यंत्रणा यांनी ग्राहकाला माहिती देणे आणि शिक्षित करणे अपेक्षित आहे. त्यामध्ये पुढील गोष्टींचा समावेश असावा.



- अ. अनुचित व्यापार व्यवहार रोखण्यासाठी संबंधित कायद्यांची माहिती.
- ब. अप्रामाणिक व्यापारी आणि उत्पादक अनुचित व्यापार व्यवहाराद्वारे ग्राहकांस कसे फसवू शकतात याची माहिती.
- क. ग्राहकांनी आपल्या हिताचे रक्षण कसे करावे आणि
- ड. तक्रार नोंदवताना ग्राहकांनी कोणत्या योजनांचा अवलंब केला पाहिजे याची माहिती अनेक ग्राहक संघटनांनी ग्राहकांना शिक्षण देण्यासाठी अगोदरच पावले उचलली आहेत. त्यासाठी त्यांनी लहान पुस्तिका, परिपत्रके, नियतकालिके, भिक्तीपत्रके यांचा अवलंब केला आहे. या संदर्भात दूरवित्रवाणीवरील कार्यक्रमही प्रभावी भूमिका बजावत आहेत.



१७.२ पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न :

अ. जोडया लावा .

स्तंभ अ	स्तंभ ब
१. तक्रार ऐकविण्याचा अधिकार	अ. तक्रार निवारणासाठी कायदेशीर न्यायीक प्रक्रियांचा आधार
२. सुरक्षिततेचा अधिकार	ब. धोरणे ठरविण्याबाबत ग्राहकांशी विचारविनिमय
३. ग्राहक शिक्षणाचा अधिकार	क. उच्च दर्जाची वस्तू निवडणे .
४. तक्रार निवारण्याचा अधिकार	ड. धोकादायक आणि त्रासदायक वस्तूंपासून संरक्षण
५. निवड करण्याचा अधिकार	इ. ग्राहक संरक्षणाच्या संबंधित कायद्याविषयी माहिती देणे .

टिपा



ब. पुढील विधाने सत्य कि असत्य ते लिहा .

- व्यापाऱ्यांनी त्यांच्या उत्पादनाच्या गुणवत्तेविषयी काहीही माहिती देण्याची गरज नाही कारण ग्राहक स्वतः दर्जा ओळखू शकतात .
- ग्राहकांना निम्न दर्जाच्या सेवा पुरवल्यानंतर ग्राहकांनी त्याविषयी नोंदवलेल्या तक्रारींबाबत, सेवा पुरवणारे, जबाबदार असणार नाहीत .
- तक्रार ऐकविण्याचा अधिकार ग्राहकांना योग्य त्या (व्यवहार) विभागाकडे आपल्या हिताच्या गोष्टी मांडण्याचा अधिकार देतो .
- जर ग्राहक असंघटित असतील तर त्यांना तक्रार ऐकविण्याचा अधिकार प्रभावीरित्या वापरता येतो .
- ग्राहकाला आपल्या पसंतीक्रमानुसार वस्तू निवडण्याचा अधिकार आहे आणि उद्योगाने ग्राहकांना निवडीचे पूर्ण स्वातंत्र्य दिलेच पाहिजे .

१७.४ ग्राहकांच्या जबाबदाऱ्या (कर्तव्ये) :

'कर्तव्याशिवाय अधिकार नसावेत' असे एक सुप्रसिद्ध वचन आहे . ग्राहकांचे अधिकार आणि त्यामागील हेतू यांचा बारकाईने अभ्यास केल्यानंतर ही गोष्ट गृहित धरणे आवश्यक ठरते की आपल्या अधिकारांच्या जाणीवांबरोबरच आपल्या कर्तव्यांची सुद्धा जाण उपभोक्त्याला असलीच पाहिजे . उदा . तक्रार ऐकविण्याचा अधिकार अंमलात आणताना ग्राहकाला त्यांतील संधीची पूर्ण माहिती हवी .



तसेच ग्राहकांच्या समस्यांची त्यांना वेळोवेळी माहिती मिळायला हवी. तक्रार निवारणाचा अधिकार वापरताना अचूक किंमतीचा योग्य माल निवडण्याची खबरदारी ग्राहकाने घ्यायलाच हवी आणि उत्पादनांपासून होणाऱ्या इजा अथवा हानी यासंबंधी शिक्षण घ्यावयास हवे. ग्राहकांच्या कर्तव्यांत, विशेषतः खालील बाबींचा समावेश होतो.

- १ . **स्वमदतीचे कर्तव्य** : ग्राहकाने माहिती अथवा निवडीसाठी शक्यतो फक्त विक्रेत्यावरच अवलंबून राहणे इष्ट ठरणार नाही. ग्राहक म्हणून फसवणूकीपासून स्वतःचे संरक्षण करणे यासाठी तुम्ही जबाबदार असणे अपेक्षित आहे. इतर कोणाहीपेक्षा माहितगार ग्राहक आपल्या स्वतःच्या हिताची काळजी स्वतःच घेऊ शकतो. शिवाय हानी किंवा नुकसान झाल्यावर त्यावर उपाय शोधण्यापेक्षा आधीच सावधगिरी बाळगून सज्ज असायला हवे.
- २ . **व्यवहाराचा पुरावा** : प्रत्येक ग्राहकाची दुसरी जबाबदारी म्हणजे टिकाऊ वस्तूंची खरेदी करताना खरेदीची पावती आणि कागदपत्रे दुकानदाराकडून घेतली पाहिजेत आणि जतन करून ठेवली पाहिजेत. उदा. मालाची खरेदी करताना आपण दिलेल्या रोग्य रकमेची पावती घेणे महत्त्वाचे आहे. यदाकदाचित जर वस्तूत / मालांत दोष असेल तर तुम्ही त्याच दुकानातून ती वस्तू विकत घेतल्याचा पुरावा तुमच्याकडे असेल तर वस्तू दुरुस्त करून मिळावी अथवा बदलून मिळावी म्हणून तुम्ही तुमचा हक्क प्रस्थापित करू शकता. त्याचप्रमाणे दूरदर्शन, शीतकपाट इत्यादी टिकाऊ ग्राहकोपयोगी वस्तूंबरोबर दुकानदार हमीपत्र हवालापत्र देत असतात. यांद्वारे वस्तू विकत घेतल्यानंतरच्या ठराविक कालावधीसाठी वस्तूचे भाग बदलून घेणे अथवा दुरुस्ती यांसारख्या गोष्टी तुम्हाला मोफत करून दिल्या जातात.
- ३ . **योग्य दावा** : ग्राहकाची आणखी एक जबाबदारी म्हणजे तक्रार करताना आणि नुकसानभरपाई मागताना अव्याच्या सव्वा दावा केला जाणार नाही याची दक्षता घ्यावयास हवी. नेहमी तक्रार निवारणाचा अधिकांत ग्राहकाला न्यायालयात सिद्ध करून दाखवावा लागतो. असे अनेक खटले दिसतात की ज्यामध्ये ग्राहक मोठ्या नुकसानभरपाईची मागणी करतो. पण त्याचे कारण अगदी मामुली वरवरचे असू शकते. असा बेजबाबदारपणा ग्राहकाने टाळलाच पाहिजे.
- ४ . **उत्पादन सेवा यांचा सुयोग्य वापर** : काही ग्राहक हमीपत्राच्या कालावधीत उत्पादनांचा नीट वापर करत नाहीत. त्यांना असे वाटते की हमीपत्राचा कालावधी सुरू आहे म्हणून त्यांना एखादी वस्तू बदलून मिळेल पण त्यांच्या दृष्टीने हे योग्य नाही. ग्राहकांनी ते उत्पादन योग्य रितीनेच वापरले पाहिजे. वरील जबाबदाऱ्यांशिवाय ग्राहकांनी इतरही काही जबाबदाऱ्यांचे, कर्तव्यांचे भान ठेवलेच पाहिजे. उत्पादक, व्यापारी आणि सेवा पुरवठादार यांच्याशी केलेल्या करारमदाराला त्यांनी चिकटून राहिले पाहिजे. उधारीवर एखादी वस्तू घेतली असेल तर त्याचे पैसे वेळेवर भरले पाहिजेत. इलेक्ट्रिक आणि पाण्याचे मीटर्स, बस किंवा रेल्वे यांतील जागा यांसारख्या सेवांच्या माध्यमांत त्यांनी कोणतेही अनधिकृत फेरबदल करू नयेत. आपल्या जबाबदाऱ्या / कर्तव्ये पूर्ण करण्याची इच्छा असेल तरच आपल्याला आपले अधिकार मागण्याचा हक्क आहे ही गोष्ट पक्की ध्यानात ठेवावयास हवी.



१७.३ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

खालील विधाने चूक कि बरोबर ते लिहा .

१. स्वतःच्या हिताचे स्वतः रक्षण करणाराच जबाबदार ग्राहक म्हणून ओळखला जातो .
२. एखाद्या उत्पादनाच्या दर्जाविषयी दुकानदाराने दिलेल्या माहितीवर ग्राहकाने कधीही विसंबून राहू नये .
३. जर पूर्ण सावधगिरी बाळगून मी एखादे उत्पादन विकत घेतले तर मी माझा तक्रार निवारणाचा अधिकार वापरू शकत नाही .
४. हमीपत्राच्या कालावधीत वस्तू काळजीपूर्वक वापरण्याची गरज नसते .
५. ग्राहक म्हणून जर दोषपूर्ण इलेक्ट्रिक हीटरमुळे माझे काही शारिरिक नुकसान झाले आणि वैद्यकिय उपचारासाठी मला ५००० रु खर्च करावे लागले, तर मी ५०००० रु रकमेच्या नुकसानभरपाईचा दावा दाखल केला पाहिजे .

ब . बहुपर्यायी प्रश्न :

१. ग्राहक संरक्षण कायदा कोणत्या साली संमत करण्यात आला ?
अ. १९७२ ब. १९८२ क. १९८६ ड. १९९५
२. ग्राहक संरक्षण कायदा १९८६ तरतुदीनुसार ग्राहकांना किती हक्क पुरविण्यात आले आहेत ?
अ. ६ ब. ८ क. ७ ड. ४
३. ग्राहकांच्या कर्तव्यात पुढील गोष्टी समाविष्ट असतात .
अ. उत्पादन सेवा यांचा योग्य वापर . ब. शिक्षणाचा अधिकार
क. हक्कांसाठीची लढाई ड. ग्राहक न्यायालयाला नेहमी भेट
४. ग्राहक चळवळ चालविली जाते .
अ. सरकार ब. समाज क. उत्पादक ड. ग्राहक
५. नुकसानभरपाई मिळणे हा ग्राहकाचा कोणता अधिकार आहे ?
अ. माहितीचा अधिकार ब. तक्रार निवारणाचा अधिकार
क. तक्रार ऐकण्याचा अधिकार ड. निवड करण्याचा अधिकार



तुम्ही काय शिकलात :

- ग्राहक ही एक अशी व्यक्ती असते की जी स्वतःसाठी वस्तु व सेवा तिच्या स्वतःच्या उपभोगासाठी विकत घेते किंवा त्या व्यक्तीच्या वतीने इतर कोणीही त्याचा उपभोग घेऊ शकतो . वस्तू अथवा मालात नाशवंत आणि टिकाऊ अशा दोन्ही प्रकारच्या मालाचा



टिपा



टिपा

समावेश असतो. विकत घेतलेल्या सेवा प्रकारांत वाहतूक, वीज, सिनेमादृश्ये आणि इतर गोष्टींचा समावेश होतो.

➤ ग्राहक चळवळ ही अशी एक चळवळ आहे की ज्यामुळे उत्पादक, व्यापारी, विक्रेते आणि सेवांचे पुरवठादार या ग्राहकांशी संबंधित व्यक्तींकडून उचित आणि प्रामाणिक व्यवहारांची खात्री करून घेता येते.

➤ ग्राहकांचे अधिकार पुढीलप्रमाणे आहेत.

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| १. सुरक्षिततेचा अधिकार | २. माहितीचा अधिकार |
| ३. निवडीचा अधिकार | ४. तक्रार ऐकवण्याचा अधिकार |
| ५. तक्रार निवारणाचा अधिकार | ६. ग्राहक शिक्षणाचा अधिकार |

➤ ग्राहकांची कर्तव्ये / जबाबदाऱ्या पुढीलप्रमाणे आहेत.

- | | |
|----------------------|--------------------------------------|
| १. स्वमदतीचे कर्तव्य | २. व्यवहाराचा पुरावा |
| ३. योग्य दावा | ४. उत्पादन / सेवा यांचा सुयोग्य वापर |



संकीर्ण प्रश्नसंग्रह :

- ग्राहकाची व्याख्या लिहा.
- फरक स्पष्ट करा . वस्तूचा ग्राहक आणि सेवांचा ग्राहक.
- ग्राहक चळवळ या संकल्पनेचे वर्णन करा.
- ग्राहक शिक्षण या त्यांच्या अधिकारात ग्राहकाने कशाविषयी शिक्षण मिळण्याची अपेक्षा करावी ?
- ग्राहकांचे निरनिराळे अधिकार स्पष्ट करा.
- ग्राहक कोणास म्हणावे ? ग्राहकांची कर्तव्ये कोणती ?
- टिकाऊ मालाची खरेदी केल्यावर ग्राहकाने कोणती कागदपत्रे जतन करून ठेवली पाहिजेत?



पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्नांची उत्तरे :

१७.१

- | | | | | |
|---------|---------|---------|---------|---------|
| १. होय. | २. नाही | ३. होय. | ४. होय. | ५. होय. |
|---------|---------|---------|---------|---------|

१७.२ अ.

१. व २. ड ३. इ ४. अ ५. क

ब.

१. असत्य २. असत्य ३. सत्य ४. असत्य ५. सत्य

१७.३ अ.

१. सत्य २. सत्य ३. असत्य ४. असत्य ५. असत्य

ब.

१. क २. अ ३. अ ४. ड ५. व

तुमच्यासाठी कृती :

तुमच्या दैनंदिन जीवनात वापरल्या जाणाऱ्या वस्तू व सेवांची यादी तयार करा.
माल विकत घेताना ग्राहक म्हणून तुम्हाला कोणत्या गोष्टींना तोंड द्यावे लागते ?



टिपा



ग्राहक संरक्षण

मागील काही पाठांत ग्राहकाचे अधिकार आणि कर्तव्ये यांचा तुम्ही अभ्यास केलात. ग्राहक चळवळ या ग्राहकांना त्यांच्या समस्या आणि अधिकारांविषयक जागृत करणाऱ्या भागाचाही तुम्ही अभ्यास केलात. ग्राहकांना सोसाव्या लागणाऱ्या हाती आणि व्यथा व त्यावर करावयाच्या उपाययोजनाही तुम्ही अभ्यासल्यात. या पाठात, ग्राहकांना संरक्षणाची गरज का आहे आणि त्यासाठीचे मार्ग कोणते आहेत आणि व्यापाऱ्यांच्या अनुचित व्यवहारासंबंधी ग्राहकांच्या संरक्षणासाठी कोणती साधने वापरता येतील याची चर्चा करूया.



उद्दिष्टे :

हा पाठ अभ्यासल्यानंतर तुम्हाला खालील गोष्टी समजतील.

- 'ग्राहक' संरक्षण याचा अर्थ
- ग्राहकांना तोंड द्यावे लागणाऱ्या विविध समस्या.
- ग्राहक संरक्षणाची गरज
- ग्राहक संरक्षणात सहभागी असणारे पक्ष (व्यक्ती, गट)
- ग्राहक संरक्षणासाठी योजल्या गेलेल्या कायदांची रूपरेषा
- ग्राहकांच्या तक्रार निवारण विवादासाठी स्थापन करण्यात आलेल्या ग्राहक न्यायालयाच्या न्यायिक प्रक्रियांची चर्चा

१८.१ ग्राहक संरक्षण याचा अर्थ :

ग्राहकांना असणाऱ्या काही मूलभूत अधिकारांविषयी तुम्ही परिचय करून घेतला आहे. सुरक्षिततेचा अधिकार, माहितीचा अधिकार, निवड करण्याचा अधिकार, तक्रार ऐकवण्याचा अधिकार यासंबंधी तुम्हाला माहिती आहे. पण वस्तू विकत घेताना या अधिकारांची आपल्याला माहिती आहे. पण वस्तू विकत घेताना या अधिकारांची आपल्याला आठवण असते का कदाचित नाही. पण जरी आपल्याला या अधिकारांची जाणीव असली तरी विक्रेते नेहमीच आपल्या स्थितीचा फायदा घेण्याचा प्रयत्न करतात आणि दोषपूर्ण, असुरक्षित, धोकादायक मालाचा पुरवठा करतात. त्यामुळे नुकसान होऊ शकते.



समजा खाद्यतेल विकत घेण्यासाठी तुम्ही एखाद्या दुकानात जाता दुकानदार तुम्हाला सांगतो की बंद डब्यात अथवा बरणीत ते तेल उपलब्ध आहे. तेलात कोणतीही भेसळ नाही याची तुम्हाला खात्री करून घ्यायची आहे. याचाच अर्थ त्यात इतर कोणतेही हलक्या प्रतीचे अथवा अपायकारक तेल मिसळलेले नाही याची खात्री तुम्हास हवी आहे. दुकानदार तुम्हाला डब्याच्या लेबलवर असणारे उत्पादकाचे नाव दाखवेल आणि सांगेल की ही एक सुप्रसिद्ध कंपनी आहे जी अशुद्ध तेल पुरवत नाही पण ते तेल वापरल्यानंतर तुम्ही आजारी पडता. तुम्ही दुकानदाराकडे परत जाता आणि असे तेल परत करू शकतो का ? नाही. तुम्ही वापरलेले उघड्या डब्यातील तेल तो परत घेणार नाही कदाचित तो तुम्हाला सांगेल की तुमचे आजारपण दुसऱ्या कोणत्यातरी कारणामुळे आलेले आहे. जास्तीत जास्त तुम्ही काय करू शकाल तर त्या बॅन्डचे खाद्यतेल विकत घेणे थांबवू शकाल. पण याची खात्री काय की दुसऱ्या उत्पादकाचे तेल वापरल्यावर तुम्हाला वरीलप्रमाणेच समस्येला तोंड द्यावे लागणार नाही ?

अजून एक उदाहरण घेऊ. ग्राहकाने विकत घेतलेल्या पंख्याच्या रेग्युलेटरमध्ये किंवा इलेक्ट्रिक हीटरमध्ये किंवा दूरदर्शन संचात एखादा दोष आढळतो. हमीपत्राचा कालावधी सुरू असेल तर विक्रेता त्या वस्तूची मोफत दुरूस्ती करून देईल. पण तो दोष नंतरही कदाचित तसाच राहिल अशावेळी तुम्ही काय कराल ?

समजा इलेक्ट्रिक हीटरमधील दोषाने तुम्हाला काही इजा होते. यावर काही उपाय आहे ? कदाचित तुम्ही तो हीटर परत विक्रेत्याकडे नेता. जो तुम्हालाच दोष देता. त्याचे म्हणणे असे असू शकते की हीटर वपरताना तुम्हीच आवश्यक ती सावधगिरी बाळगली नाही.

ग्राहकाच्या असाहय्यतेची ही काही उदाहरणे आहेत. जरी तो ग्राहक जागरूक असला तरी. म्हणून ग्राहकाच्या हिताचे संरक्षण करण्यासाठी सर्वसामान्यांना मदत देण्यासाठी काही प्रतिबंधात्मक उपाय गरजेचे वाटत आहेत. अशा प्रकारे ग्राहक संरक्षण, आवश्यक ती पावले उचलून किंवा अनुचित व्यापार व्यवहारांपासून ग्राहकाला संरक्षित करण्यासाठी प्रतिबंधात्मक उपाय योजून करता येईल. यालाच ग्राहक चळवळ असेही म्हणता येईल. हे प्रामुख्याने अशासाठी आवश्यक आहे की उद्योजक व्यापारी जास्तीत जास्त फायदा मिळवण्याचे ध्येय बाळगून असतात आणि त्यासाठी ग्राहकाचाच जास्त खर्च होत असतो.

आपल्या देशात वर्चस्व गाजवत असलेल्या अशा काही व्यापारातील व्यवहारांचे स्वरूप आपण पाहूया ज्यामुळे लोकांच्या आरोग्याला आणि जीवनाला पैशांच्या स्वरूपातील नुकसानीस तोंड द्यावे लागते.

१८.२ ग्राहकांपुढील समस्या :

ग्राहकांना अनेक मार्गाने फसवले जाऊ शकते. या फसवणुकीमध्ये तत्त्वहीन उद्योजक, व्यापारी, विक्रेते, उत्पादक, कारखानदार तसेच सेवा पुरवठादार यांचा समावेश असू शकतो. खाली दिलेले अनुचित व्यापार व्यवहार कधी न कधी तुमच्या दृष्टीस आले असतीलच.

१. **भेसळ :** म्हणजेच मूळ उत्पादनात हलक्या प्रतीचा माल मिसळणे. अशा प्रकारची भेसळ आपल्याला अन्नधान्य, मसाले, चहापत्ती, खाद्यतेल, पेट्रोल इत्यादींत आढळते.



टिपा

उदा . मोहरीच्या तेलात राईच्या वियांपासून काढलेले तेलाची किंवा अर्जिमेन तेलाची भेसळ केली जाते काळया मिरीमध्ये पपईच्या कोरडया वियांची भेसळ केली जाते . पेट्रोलमध्ये रॉकेल मिसळले जाते . शुद्ध तूप किंवा लोणी यांत वनस्पती तुपाची भेसळ केली जाते . कधीकधी उत्पादनात वापरलेला असा हलक्या प्रतीचा माल आरोग्यासाठी धोकादायक ठरू शकतो .

- २ . **बनावट उत्पादनाची विक्री :** याचा अर्थ खऱ्या मूळ उत्पादनाऐवजी काहीही मूल्य नसलेले उत्पादन विकणे . ही बाब विशेषतः औषधे , औषधी द्रव्ये किंवा आरोग्यसेवा उत्पादनांच्या बाबतीत दिसून येते . असे खटलेही दाखल केले गेले आहेत की इंजेक्शनसाठीचा औषधाचा छोटया कुपीत फक्त पाणीच भरलेले असते किंवा बाटलीतील ग्लुकोजच्या पाण्याऐवजी फक्त डिस्टिल वॉटर (उर्ध्वपातनाने शुद्ध केलेले पाणी) असते .
- ३ . **चुकीची वजने आणि मापे वापरणे :** हा आणखी एक अनुचित व्यवहार माल विकताना विक्रेते वापरतात . वजनावर विकला जाणारा भाज्या , अन्नधान्ये , साखर इ . माल , मापनावर (मीटर) विकला जाणारा कापडी माल सूटपीसेस यांसारखा माल हा कधीकधी वास्तविक वजनापेक्षा किंवा लांबीपेक्षा कमी भरतो . चुकीची वजने (१ किलो, ५०० ग्रॅम्स, २५० ग्रॅम्स इत्यादी) किंवा टेपच्या अथवा काठीच्या साहाय्याने केलेले मापन यामध्ये चुकीच्या खुणा केलेल्या आढळतात . मुद्दाम केलेल्या या गोष्टींमुळे ग्राहक फसला जातो . लेवल किंवा पाकिटावर उल्लेख केलेल्या मालापेक्षा कमी माल भरलेला दिसतो . हे सिद्ध करून दाखवणे सहजासहजी शक्य नसते . मिठाईच्या पुट्टयाच्या खोक्याचे वजनच ५०/ १०० ग्रॅम असू शकते . पण नेहमीच मिठाईचे वजन त्या खोक्यावरोबरच केले जाते . तुम्ही मिठाईवरोबरच त्या कार्डबोर्डच्या बॉक्सचेही पैसे देत असता .
- ४ . **हुबेहुब दिसणाऱ्या नकली मालाची विक्री :** कधी कधी मालाचा दर्जा आहे त्यापेक्षा उच्च दाखवलेला असतो . उदा . स्थानिक माल परदेशी माल म्हणून जास्त किंमतीला विकला जातो की ज्याचा दर्जा उच्च समजला जातो धुण्याचा साबण, डिटर्जंट पावडरी, टयुबलाईट्स, मोसंबी, खाद्य, धान्ये, औषधे अशी विशिष्ट उत्पादने इतरांनी तयार केली असली तरी मोठया प्रसिद्ध ब्रँडच्या नावाखाली खपवली जातात .
- ५ . **साठेबाजी आणि काळाबाजार :** ग्राहकांना भेडसावणारी ही आणखी एक समस्या आहे . जेव्हा एखादा आवश्यक उपयुक्त माल खुल्या बाजारात उपलब्ध नसतो आणि व्यापाऱ्यांकडून हेतुतः त्याचा साठा करून ठेवला जातो . तेव्हा त्यास साठेबाजी म्हणतात . त्याच्या हेतू मालाचा कृत्रीम तुटवडा निर्माण करण हा असतो, मालाच्या किंमती वाढवणे हा असतो . काळाबाजार म्हणजे हा साठवलेला माल गुप्त रीतीने बाहेर काढून जास्त किंमतीला विकणे होय . जेव्हा एखाद्या उत्पादनाचा पुरवठा अपुरा असतो . तेव्हा असे व्यवहार कधीकधी केले जातात . तुम्ही नुकतेच वर्तमानपत्रात वाचले असेल की काही काळापूर्वी काही राज्यांत खुल्या बाजारात कांदांचा तुटवडा होता आणि ज्यांच्याकडे कांदांचा साठा होता त्या व्यापाऱ्यांनी विकताना जास्त किंमती लावल्या .



टिपा

६. **विक्रीतील बांधिलकी** : कधी कधी टिकाऊ माल खरेदी करणाऱ्या खरेदीदारांना अगोदरच एक अट घातली जाते की त्या मालाबरोबरच इतरही माल विकत घ्यावा लागेल. किंवा अशी मागणी केली जाते की विक्रीपश्चात सेवेचे एक वर्षासाठीचे पैसे अगोदरच द्यावे लागतील. नवीन गॅसजोडणी घेताना गॅस शेगड्या घेण्याची सक्ती केली जाते. याविषयी तुम्ही ऐकले असेलच. तसेच दूरदर्शन संच कधीकधी अशा अटीवर विकले जातात की खरेदीदारांनी एका वर्षाच्या सेवेचे पैसे अगोदरच चुकते करावेत.
७. **कोणतीही जादा किंमत नसलेल्या भेटवस्तू देणे** : पुढे काही काळाने पुढच्या वेळी उत्पादनाच्या खरेदीसाठी कूपन्स देऊन भेट गोळा करण्यास सांगणे. यातून ग्राहकाला एखादे उत्पादन विकत घेण्यास भाग पाडले जाते. एखाद्या उत्पादनाची विक्री वाढल्यावर किंमत वाढवून सहसा अशा भेटवस्तू दिल्या जातात. कधीकधी विक्रेते स्पर्धा किंवा लॉटरी जाहीर करतात. त्यामागे बक्षिस देण्याचा त्यांचा कोणताही हेतू नसतो.
८. **दिशाभूल करणाऱ्या जाहिराती** : ग्राहकांच्या फसवणुकीचा हा आणखी एक प्रकार आहे. अशा जाहिराती एखाद्या उत्पादनाची, चांगल्या दर्जा असल्याचे भासवून, प्रमाणित असल्याचे सांगून किंवा अनावश्यक वस्तूंची कृत्रिम आवश्यकता भासवून ग्राहकांना आकर्षित करतात. एकदा एका औषधनिर्माण कंपनीने अशी जाहिरात केली की अॅस्पिरिन गोळीप्रमाणे त्यांच्या पॅरॅसिटॅमल गोळीचे कोणतेही वाईट परिणाम नाहीत पण यकृतावर पॅरॅसिटॅमलचे प्रतिकूल परिणाम होतात हा तज्ज्ञांचा अहवाल मात्र त्यांनी दडपून ठेवला. एकदा एका कंपनीने त्यांच्या जाहिरातीत जाहीर केले की एका विदेशी कंपनीच्या तांत्रिक सहकार्याने ते १५० सी सी स्कूटरचे उत्पादन करणार आहेत. प्रत्यक्षात असे कुठलेही सहकार्य केले गेले नव्हते. आणखी एका घटनेत एका कंपनीने सुप्रसिद्ध अशा 'फिलिप्स' या कंपनीचा ट्रेडमार्क दूरदर्शन संचावरिल जाहिरात करण्यासाठी वापरला. चौकशी करता असे आढळले की जाहिरात करताना त्या कंपनीने फिलिप्स कंपनीची कोणतीही रितसर परवानगी घेतली नव्हती. जरी त्या कंपनीला 'फिलिप्स'चा ट्रेडमार्क श्राव्य माध्यमात (रेडिओ आकाशवाणी संच) वापरण्याचा हक्क मिळाला होता. तरी त्याचा चुकीचा अर्थ लावला जाऊन दूरदर्शनवर तो वापरला गेला.
९. **निम्न दर्जाच्या वस्तूंची विक्री** : प्रमाणित दर्जाच्या गुणवत्तेला विशेषतः सुरक्षिततेच्या दृष्टिने कसोटीला न उतरणाऱ्या मालाची विक्री करण्यात येते. अशा उत्पादनांत प्रेशर कूकर्स, शेगड्या, विद्युत उपकरणे (हीटर्स, टोस्टर्स इ.) आणि स्वयंपाकाचे गॅस सिलिंडर्स यांचा समावेश होतो.



१८.१ पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न :

पुढील विधाने सत्य कि असत्य ते लिहा.

१. भेसळीचा अर्थ नेहमीच असा नसतो कि विक्रीसाठीच्या मालात विपारी मालाचे मिश्रण करणे.



२. विक्रीतील बांधिलकी याचा अर्थ सारख्याच किंमतीला दोन वस्तू विकणे.
३. एखाद्या उत्पादनाच्या गुणवत्तेचे फसवे प्रदर्शन म्हणजे दिशाभूल करणारी जाहिरात होय.
४. काळावाजार याचा अर्थ रात्रीच्या अंधारात वस्तू विकणे.
५. ग्राहक संरक्षण ही ग्राहकांच्या हिताचे संरक्षण करण्यासाठीची चळवळ होय.

१८.३ ग्राहक संरक्षणाची गरज :

ग्राहकहित जपण्यासाठी काही प्रतिबंधात्मक उपायांची गरज भासू लागण्याचे महत्त्वाची कारणे म्हणजे ग्राहकांची असहाय्य स्थिती आणि अनुचित व्यापार व्यवहार होय. यात काहीच शंका नाही की दोषपूर्ण मालामुळे होणाऱ्या नुकसानीपासून संरक्षणाचा ग्राहकांना मूलभूत हक्क आहे. तसेच सेवांमध्ये कमतरता असेल तरी ग्राहकांना हा हक्क आहे. तरीसुद्धा अज्ञानामुळे आणि जागृतीच्या अभावामुळे ग्राहक या अधिकाराविषयी अनभिज्ञ असतात. असमर्थ असतात. उदा. ग्राहक म्हणून बाजारात उपलब्ध असलेल्या वस्तूंचे विविध प्रकार स्पर्धात्मक किंमतीचा विचार करून, त्याचा दर्जा पाहून, निवडण्याचा ग्राहकाला अधिकार आहे. पण योग्य ती निवड करण्यात आपण अयशस्वी होतो. कारण दिशाभूल करणाऱ्या जाहिरातींमुळे आपण ही निवड करण्यापासून दूर जातो आणि निम्न दर्जा च्या वस्तूंची निवड करतो.

अशा परिस्थितीत, एखाद्या वस्तूंची गुणवत्ता तपासण्याबाबत आपण असहाय्य असतो. आपल्याला ते ठरवता येत नाही. शब्दांच्या जंजाळात अडकवून एखादा दुकानदार फसवू शकतो. जर एखाद्या औषधाच्या गोळीच्या वेष्टनावरील अंतिम तारीख नीट वाचता येत नसेल आणि आपण कदाचित घाईत असू, तर त्यावेळी विक्रेता जे काही सांगेल त्यावर आपण विसंबून राहतो. जर त्या औषधाचे अपेक्षित परिणाम दिसत नसतील तर आपण परत डॉक्टरांकडे जातो. आणि त्यांना दुसरे एखादे औषध सुचवण्यास सांगतो. आपण हे विसरतो की औषध परिणामकारकरित्या काम करत नसते याचे कारण आपल्याला पुरवले गेलेले औषध अंतिम तारखेची मुदत उलटून गेलेले असते.

काहीवेळा कोणत्याही निराधार कल्पना आपल्या मनात घर करून बसलेल्या असतात. 'जास्त किंमत म्हणजे अधिक चांगली गुणवत्ता.' असे ठरवूनच एखाद्या दुकानदाराने शिफारस केलेल्या वस्तूसाठी जास्त पैसे देण्यास आपण मागेपुढे पाहात नाही. परत आणखी एक सर्वमान्य श्रद्धा असते की 'विदेशी माल निर्विवादपणे चांगल्याच दर्जाचा असतो. अशा प्रकारे जर एखाद्या उत्पादनावर 'विदेशात तयार केलेले' असे लेबल असेल तर ते कोठे उत्पादित झाले आहे याची फिकिर न करता जास्त किंमत देऊन आपण ती वस्तू विकत घेतो.

बटाट्याच्या चिप्ससारखे प्रक्रिया केलेले पुड्यातील पदार्थ आरोग्यासाठी चांगले नसतात. पण ते चवदार लागत असल्याने लहान मुले, तरुण मुले मुली ते विकत घेतात. काही विशिष्ट ब्रॅण्ड्सची शीतपेये तरुण तरुणींमध्ये फारच प्रसिद्ध आहेत. त्याचे कारण या ब्रॅण्ड्सची भलावण करणारे, दूत म्हणून काम करणारे, चित्रपट अभिनेते किंवा क्रिकेटवीर असतात आणि ते जे काही म्हणतात त्याचा त्यांच्या चाहत्यांवर प्रभाव पडत असतो. शीतपेयांचा अतिरिक्त वापरसुद्धा आरोग्यासाठी चांगला नाही. असे दिसते की, साखर मीठ घातलेले साधे लिंबूपाणी हे एक चांगले पेय आपण विसरत चाललो आहोत.

मालाचे उत्पादक आयएसआय लेबल (प्रमाणित दर्जा) आपल्या खोक्यांवर लावतात. तसेच जर खोक्यातील मालाचे वजन विकताना कमी असले तरी आपण त्याचे पैसे देतो, कारण विकत घेण्याअगोदर नेहमीच वजन कमी आहे हे सिद्ध करणे अवघड असते. कधीकधी वजनकाटेही दोषपूर्ण असतात.

या व्यतिरिक्त ग्राहकांना जर माल दोषपूर्ण असेल किंवा सेवांमध्ये काही कमतरता असेल तर त्यावरिल उपाययोजनांची पूर्ण माहिती उघडपणे मिळत नाही.

म्हणून तुम्हाला आता समजले असेलच की, अशा अनुचित व्यापार व्यवहारांपासून ग्राहकाला संरक्षण देण्यासाठी पावले का उचललीच पाहिजेत. ज्या योगे त्याला नुकसान अथवा इजा होण्यापासून आणि इतर धोकादायक परिणामांपासून वाचवता येईल.



१८.२ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

कंसात दिलेले योग्य शब्द वापरून रिकाम्या जागा भरा.

- माझा शेजारी इलेक्ट्रीक वस्तू विकत घेण्यासाठी नेहमीच जवळच्या दुकानात जातो कारण हा त्याचा मूलभूत अधिकार आहे.
(किंमत तपासणे / निवडणे / गूणवत्ता तपासणे)
- तरुण मुले बाजारातील पाकिटामधले प्रक्रियायुक्त पदार्थ जास्त प्रमाणात खातात. कारण त्यांना माहिती असत नाही की असे पदार्थ आरोग्यास हानीकारक आहेत. कारण त्यांना या अधिकाराची जाणीव असत नाही.
(वॉईट पदार्थ नाकारणे / इतरांकडून सल्ला घेणे / माहिती)
- काही ग्राहक मालाला जास्त किंमत देण्यास मान्यता देतात कारण त्यांची अशी श्रद्धा असते की, त्यामुळे असे दर्शविले जाते की.
(ते श्रीमंत आहेत/ दुकानदार चांगली किंमत लावतो / माल दर्जेदार असतो.)
- जेव्हा तुम्ही एखाद्या नवीन ब्रॅण्डच्या नावाने उत्पादन विकत घेता. त्याचे कारण एखाद्या जाहिरातीत त्याच्या उत्तम गुणवत्तेचे वर्णन केलेले असते. पण अशी वस्तू दोषपूर्ण असल्यास ती जाहिरातीची घटना असते.
(चांगल्या/ वेईमानीच्या/ दिशाभूल करणाऱ्या)

१८.४ ग्राहक संरक्षणासाठीचे घटक :

ग्राहकांच्या हिताचे संरक्षण करण्यासाठी पावले उचलण्याची गरज तुम्हाला समजली असेलच. फक्त प्रश्न हा आहे की, अशी पावले कोण उचलणार ? एकटा ग्राहक ते करू शकेल ? किंवा आपण फक्त





सरकारवरच अवलंबून राहायचे ? उद्योजक काही करू शकतील ? खरं पाहता प्रभावी ग्राहक संरक्षणासाठी तीन घटकांचे सहकार्य असणे अत्यंत जरूरीचे आहे ते म्हणजे (अ) ग्राहक (ब) उद्योजक आणि (क) शासन .

यापैकी प्रत्येक घटक काय करू शकतो हे आपण पाहूया .

अ . ग्राहक : स्वावलंबन हीच सर्वात चांगली मदत . शक्य असेल तोपर्यंत ग्राहकाचे स्वतःच्या हिताची काळजी स्वतःच घेतली पाहिजे . आणि बाजारातील अनुचित व्यापार व्यवहारांपासून स्वतःला संरक्षित केले पाहिजे . या हेतूने, ग्राहकांनी आपल्या अधिकारांविषयी जाणून घेतले पाहिजे आणि ते अमलात आणण्याचा प्रयत्न केला पाहिजे . त्यांनी उद्योजकांच्या चांगुलपणावर अवलंबून राहता उपयोगी नाही . ग्राहकांना शिक्षणाचा आणि तक्रार ऐकण्याचा अधिकार आहे . स्थानिक ग्राहक संघटनांनी ग्राहकांसाठी आग्रवलेल्या प्रशिक्षण कार्यक्रमांना त्यांनी हजेरी लावलीच पाहिजे . त्यांनी स्वतःच्या अशा संस्थाद्वाराही कार्यक्रम आग्रवेत आणि ग्राहक चळवळीतील कार्यकर्त्यांना आमंत्रण देऊन त्यांचे विचार ऐकवावेत ग्राहकांचे हक्क अधिकार, कायद्याने संरक्षण दिलेल्या उपायांबद्दलचे विचार ग्राहकांपर्यंत पोचवलेच पाहिजेत .

ब . उद्योजक : उद्योजकांच्या दृष्टीने विचार करता असे अपेक्षित आहे की उत्पादक, वितरक, व्यापारी घाऊक विक्रेते तसेच किरकोळ विक्रेते यांनी त्यांच्या हितासाठी ग्राहकांच्या अधिकारांकडे पूर्ण लक्ष दिलेच पाहिजे . त्यांचा आदर केलाच पाहिजे . चांगल्या दर्जेदार मालपुरवठ्याची त्यांनी खात्री दिली पाहिजे तसेच माल आणि सेवा परवडण्याजोग्या, योग्य किंमतीत पुरवल्या पाहिजेत . अनुचित व्यापार व्यवहार टाळण्यासाठी व्यापारी संस्था वाणिज्य आणि उद्योग यांच्या संघटन आणि कारखानदारांच्या संघटना यांनी त्यांच्या सभासदांविरुद्ध ग्राहकांनी केलेल्या तक्रारी ऐकून घेऊन अनुचित व्यापार व्यवहारातील अपराध्यांविरुद्ध योग्य ती कार्यवाही केली पाहिजे .

क . शासन : शासनासाठी, ग्राहकांचे संरक्षण ही एक जबाबदारी आहे . समाजाचे सर्वसमान्यांचे हित लक्षात घेऊन ही जबाबदारी स्वीकारणे गरजेचे आहे . निरनिराळ्या कायद्यांची अंमलबजावणी आणि ग्राहकहित लक्षात घेऊन सध्या अस्तित्वात असलेल्या कायद्यांत सुधारणा या गोष्टी ग्राहक संघटनांचे दृष्टिकोन लक्षात घेऊन करावयास हव्यात . ग्राहक संघटनांचे प्रतिनिधित्व करणारे गटही केंद्र आणि राज्य सरकारच्या धोरणे आग्रणाच्या गटांशी जोडले जावेत . सरकारने शासनाने वेळोवेळी प्रतिबंधात्मक उपाययोजनांचा आढावा घ्यायला हवा .



१८.३ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

पुढील विधाने सत्य कि असत्य ते लिहा .

- १ . ग्राहकहिताच्या संरक्षणासाठी उद्योजकांकडून काही केले जाऊ शकत नाही .
- २ . ग्राहकहिताचे संरक्षण करण्याबाबत सरकार (शासन) उदासिन असते .

- ३ . ग्राहक संघटनांनी त्यांचे प्रतिनिधी अधिकृत मंडळावर पाठविण्याकरिता आमंत्रित केले पाहिजे . ज्यायोगे ग्राहकांच्या समस्यांचे दृष्टिकोन त्यांना ऐकवता येतील .
- ४ . ग्राहकांना त्यांच्या मूलभूत हक्कांची फक्त जाणीव असून उपयोग नाही . तर ते अधिकार जोरदारपणे ठासून सांगता आले पाहिजेत .
- ५ . स्थानिक ग्राहक संघटनांनी आयोजित केलेल्या कोणत्याही प्रशिक्षण कार्यक्रमांना ग्राहकांनी हजर राहू नये .



१८.५ ग्राहकांना कायदेशीर संरक्षण :

ग्राहकहिताच्या संरक्षणासाठी भारत सरकारने गेल्या काही वर्षात अनेक कायदे मंजूर केले आहेत . पुढे या कायद्याविषयी थोडक्यात माहिती दिली आहे .

- १ . **कृषी उत्पादने (प्रतवारी आणि विपणन) कायदा १९३७ :** हा कायदा कृषीविषयक व्यापारी मालाची प्रतवारी करून गुणवत्ताविषयक प्रमाणपत्र पुरवतो . ज्यावर सरकारच्या कृषीविभागाने 'अॅगमार्क ' ची मोहर (शिक्का) उठवलेला असतो .
- २ . **औद्योगिक (विकसन आणि नियमन) कायदा १९५१ :** हा कायदा पक्क्या मालाच्या उत्पादन आणि वाटप यावरील नियंत्रण पुरवतो . या कायद्यान्वये . केंद्र सरकार कोणत्याही उद्योगाची चौकशी करण्याचा आदेश देऊ शकते . जर असे मत पडले की एखाद्या कंपनीच्या उत्पादनात भरपूर प्रमाणात घट होत असेल किंवा बाजारपेठेत उत्पादनाच्या गुणवत्तेची घसरण होत असेल किंवा विनाकारण भाव वाढ होत असेल तर असा आदेश सरकार देऊ शकते . वारकाईने चौकशी केल्यानंतर सर्व गोष्टी सुरळीत होण्यासाठी सरकार सूचना देऊ शकते . सूचनांची अंमलबजावणी जर झालेली नसेल तर सरकार ताबा घेऊन संबंधित जबाबदारी स्वीकारते .
- ३ . **अन्नभेसळ प्रतिबंधक कायदा १९५४ :** य कायद्यान्वये अन्नपदार्थात भेसळ करणाऱ्यास कडक शिक्षा सुनावली जाते . भेसळयुक्त पदार्थाच्या विक्रीबाबत जन्मठेपेची शिक्षा आणि कमीतकमी ३०००/- रुपयांचा दंड अशी शिक्षा होते .कारण असे अन्नपदार्थ आरोग्यास धोकादायक असतात . आणि कधीकधी त्यामुळे मृत्यू ओढवू शकतो . त्यासाठी अन्न निरीक्षक नेमले जातात आणि त्यांना अशा पदार्थांचे नमुने गोळा करण्याचे आणि पृथक्करणासाठी पाठवण्याचे अधिकार दिलेले असतात .
- ४ . **जीवनावश्यक वस्तू कायदा १९५५ :** या कायद्यान्वये लोकांच्या हितासाठी आवश्यक असणारी कोणतीही वस्तू जीवनावश्यक म्हणून जाहीर करण्याचा सरकारला अधिकार आहे . त्यायोगे . सरकारला मालाचा उत्पादन, पुरवठा आणि वाटप यांवर नियंत्रण ठेवता येऊ शकते . तसेच नफेबाजी . साठेबाजी आणि काळाबाजार करणाऱ्या समाजविघातक व्यक्तींविरुद्ध कारवाई करता येते .



- ५ . **वजनमापे प्रमाणित कायदा १९५६ :** या कायद्यान्वये देशभर प्रमाणित केलेली वजने आणि मापांची परिमाणे उपयोगात आणली जातात . लांबी मोजण्याचे प्राथमिक एकक 'मीटर' म्हणून गणले जावे आणि वजनासाठी 'किलोग्रॅम' हे एकक वापरावे असे कायदानुसार ठरवण्यात आले आहे . हा कायदा लागू होण्याअगोदर देशाच्या निरनिराळ्या भागांत , वजनासाठी 'पोंड' 'छटाक' आणि 'शेर' , लांबीसाठी 'यार्ड' 'इंच' आणि 'फूट' अशी निरनिराळी एकके वापरली जात होती . अशा फरकांमुळे व्यापाऱ्यांन ग्राहकांच्या पिळवणूकीची संधी मिळत होती .
- ६ . **मक्तेदारी आणि प्रतिबंधित व्यापार व्यवहार कायदा १९६९ :** या कायद्याच्या तरतुदीखाली १९८३ व १९८४ मध्ये केलेल्या सुधारणांनुसार ग्राहक आणि ग्राहक गट , त्यांचा तक्रार निवारणाचा अधिकार वापरू शकतात . प्रतिबंधित आणि अनुचित व्यापार व्यवहारासंबंधी हा अधिकार वापरता येतो . सरकारने ग्राहकांच्या तक्रारीसाठी , वारकाईने पूर्ण तपासणी व चौकशी करण्यासाठी एमआरटीपी आयोगाची स्थापना केली आहे . ग्राहकाचे कोणतेही नुकसान अथवा त्याला इजा झाल्यास त्यासाठी नुकसानभरपाई देण्याचे अधिकार या आयोगाला आहेत .
- ७ . **काळ्याबाजारास प्रतिबंध आणि अत्यावश्यक वस्तू पुरवठा व्यवस्थापन कायदा १९८० :** या कायद्याचे मुख्य उद्दिष्ट म्हणजे समाजाला अत्यावश्यक वस्तूंचा पुरवठा करताना काळाबाजार रोखणे आणि अत्यावश्यक वस्तूंच्या पुरवठ्याचे योग्य व्यवस्थापन करणे . या कायद्याविरुद्ध कोणत्याही प्रकारे वर्तन करण्यास ६ महिन्यांपर्यंत तुरुंगवासाची शिक्षा होऊ शकते .
- ८ . **भारतीय मानक मंच अधिनियम १९८६ :** या कायद्याअंतर्गत इंडियन स्टॅन्डर्ड्स इन्स्टिटयुशन (ISI) या संस्थेच्या जागी भारतीय मानक ब्युरो (मंच) उभारण्यात आला . त्याचे ध्येय ग्राहकांच्या हिताचे संरक्षण आणि उत्तेजन देणे हे होय . या दोन महत्त्वाच्या कार्यांच्या समावेश होतो . मालाच्या गुणवत्तेची मानके ठरविणे आणि (Bureau of Indian Standards) BIS चिन्हाद्वारे मालाचे प्रमाणीकरण करणे . या योजनेअंतर्गत उत्पादकांना प्रमाणित चिन्ह (ISI) वापरण्याची परवानगी असते . पण त्यासाठी सुरक्षिततेचा प्रमाणित दर्जा आणि कृती यांचे कसून परिक्षण केले जाते . आणि त्या दर्जास ती वस्तू उतरते आहे अशी खात्री झाल्यासच 'आयएसआय' (ISI) वापरण्याची परवानगी मिळते . सर्वसामान्य ग्राहकांमध्ये गुणवत्ताविषयक सजगता निर्माण करण्यासाठी या मंचाने (ब्युरो) ग्राहकांच्या हितसंबंधासाठी एक विभाग स्थापन केला आहे . तसेच लोकांच्या तक्रारींसाठी एक जागा निर्माण करण्यात आली आहे . जेथे ग्राहक 'आयएसआय' चिन्ह असलेल्या उत्पादनांच्या गुणवत्तेविषयी तक्रार नोंदवू शकतात .
- ९ . **ग्राहक संरक्षण कायदा १९८६ :** इतर कोणत्याही कायद्यापेक्षा ग्राहकांना सर्वतोपरी संरक्षण पुरवणारा हा महत्त्वाचा सर्वसमावेशक कायदा आहे . यामध्ये अनुचित व्यापार व्यवहारासंबंधी कोणत्याही प्रकारच्या तक्रारीचे कायदेशीर पाठपुरावा ग्राहक करू शकतात . या तक्रारी फक्त वस्तुंबाबतच नसतात . तर बँकिंग, विमा, वित्त, वाहतूक,



दूरध्वनी, इलेक्ट्रिसिटी किंवा इतर उर्जेचा पुरवठा, गृहनिर्माण, भोजन व निवास व्यवस्था, करमणूक, मनोरंजन इत्यादीबाबतही असतात. तसेच केंद्रात आणि राज्यात ग्राहक सल्लागार मंडळे स्थापण्याची, समाविष्ट करण्याची तरतूदही या कायद्यात आहे. ग्राहकांचे विवाद तत्परतेने तसेच साध्या व सोप्या मार्गांनी सोडविण्यासाठी अर्ध न्यायिक यंत्रणा पुरविण्यात आली आहे. त्यामध्ये जिल्हा मंच, राज्य आयोग व राष्ट्रीय आयोग ग्राहकांच्या तक्रारनिवारणासाठी स्थापन करण्यात आले आहेत. त्यांनाच ग्राहक न्यायालये असे म्हटले जाते.



१८.४ पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न :

पुढील विधाने सत्य कि असत्य ते लिहा .

१. कोणत्याही व्यक्तीकडून अन्नपदार्थात भेसळ केल्याचे आढळल्यास अन्नभेसळ प्रतिबंधक कायद्याद्वारे कडक शिक्षेची तरतूद करण्यात आली आहे .
२. वजनेमापे प्रमाणित कायद्यान्वये वेगवेगळ्या परिसरात वेगवेगळी प्रमाणित वजने मापे वापरता येतात .
३. ग्राहक संघटना एनआरटीपी आयोगासमोर ग्राहकांच्या वतीने तक्रार नोंदवू शकत नाहीत. ग्राहकाला स्वतःलाच त्याच्या वतीने तक्रार नोंदवता येऊ शकते .
४. जीवनावश्यक वस्तू कायदा विशिष्ट मालाच्या उत्पादन आणि वाटप यांवर नियंत्रण ठेवतो .
५. ग्राहक संरक्षण कायद्यान्वये ग्राहक संरक्षण सल्लागार मंडळे केंद्रात आणि राज्यात स्थापन करण्यात आली आहेत .
६. भारतीय मानक मंच मालाची प्रमाणित गुणवत्ता ठरवतो आणि उत्पादकांसाठी प्रमाणित गुणवत्ता चिन्ह वापरण्याची परवानगी देतो .
७. जनहितासाठी कोणताही व्यापारी माल अत्यावश्यक माल म्हणून जाहीर करण्याचे सरकारला अधिकार असतात .

१८.६ ग्राहक न्यायालयांचे अधिकारक्षेत्र :

ग्राहक संरक्षण कायदा १९८६ या अंतर्गत उभरण्यात आलेल्या अधिकारक्षेत्रात जिल्हा राज्य आणि राष्ट्रीय पातळीवरील ग्राहक न्यायालयांचा समावेश होतो. त्यांनाच जिल्हा मंच राज्य ग्राहक निवारण आयोग आणि राष्ट्रीय ग्राहक कलह निवारण आयोग असे ओळखले जाते. कोणताही ग्राहक वैयक्तिकरित्या अथवा ग्राहक संघटनेद्वारा लिखित स्वरूपात, जिल्हा, राज्य अथवा राष्ट्रीय आयोगाकडे मालाची किंमत अथवा नुकसानभरपाई याबाबत तक्रार नोंदवू शकतो.



जिल्हा मंचाचे अधिकरक्षेत्र अशा तक्रारींच्या निराकरणाबाबत आहे. ज्यात वस्तूची अथवा सेवांची किंमत दावा केलेल्या नुकसानभरपाईची किंमत २० लाखांपेक्षा जास्त नसेल. राज्य आयोगाला २० लाखांच्या मर्यादा असलेल्या रकमेचे अधिकार आहेत पण १ कोटी रकमेच्या वरती असे अधिकार नाहीत. जिल्हा मंचाच्या दाव्यासंबंधी राज्य आयोगाकडेही दाद मागता येते. राष्ट्रीय आयोगाचे अधिकरक्षेत्र १ कोटींच्यावर आहे. ज्यामध्ये सर्व दावे आणि तक्रारी दाखल करता येऊ शकतात. तसेच राष्ट्रीय आयोगाला अपिलासंबंधीचेही अधिकार आहेत. म्हणजेच राज्य आयोगाने संमत केलेल्या दाव्याविरूद्ध अपिल करण्याचे अधिकार आहेत. तसेच आपल्यावर अन्याय झाला आहे. असे एखाद्या पक्षास वाटल्यास राष्ट्रीय आयोगाच्या दाव्याविरूद्ध सर्वोच्च न्यायालयात अपिल करता येते.

१८.७ ग्राहकांच्या तक्रार निवारण यंत्रणा प्रक्रिया :

मागील भागात नमुद केल्याप्रमाणे ग्राहकांच्या तक्रारी वैयक्तिकरित्या किंवा ग्राहक संघटनांद्वारा दाखल करता येऊ शकतात. जिल्हासाठी जिल्हा मंचाकडे तक्रार दाखल करता येते. ज्या गावात ग्राहकाने वस्तू खरेदी केली असेल, त्याच गावात जिल्हा मंच किंवा राज्य आयोगाकडे तक्रार नोंदवता येते. केंद्रशासित प्रदेशातील ग्राहकांना तेथेच तक्रार नोंदवता येते किंवा अखिल भारतीय स्तरावर राष्ट्रीय आयोगाकडे सर्वोच्च न्यायालयात नवी दिल्ली अंतिम निवाड्यासाठी तक्रार दाखल करता येते.

तक्रार दाखल करण्यासाठी अगदी मामुली रक्कम भरावी लागते. तक्रारदार स्वतः अथवा त्याच्या वतीने त्याचा अधिकृत प्रतिनिधी दावा दाखल करू शकतो. किंवा पोस्टानेही पाठवू शकतो. खाली दिलेली माहिती भरून तक्रारअर्जासहित त्याच्या पाच प्रती काढाव्या लागतात.

१. नाव, वर्णन आणि तक्रारदाराचा पत्ता.
२. नाव, वर्णन आणि दुसऱ्या गटाचा अथवा गटांचा पत्ता, जशी घटना असेल तसा.
३. तक्रारीशी संबंधित बाबी आणि ते बाब केव्हा आणि कोठे घडली
४. कागदोपत्री, जर असतील तर, तक्रारीत केलेल्या आरोपाच्या संदर्भात उदा. रोख निवेदन, पावती इत्यादी.
५. तक्रारदाराला कोणत्या प्रकारे भरपाई हवी आहे याची माहिती

तक्रार अर्जावर तक्रारदाराची सही असलीच पाहिजे किंवा त्याच्या तिच्या अधिकृत प्रतिनिधीची सही असली पाहिजे. ही तक्रार जिल्हा मंचाच्या किंवा राज्य आयोगाच्या अथवा राष्ट्रीय आयोगाच्या नावे लिहिली असली पाहिजे. तक्रारीचे कारण कळल्यापासून दोन नावे लिहिली असली पाहिजे. तक्रारीचे कारण कळल्यापासून दोन वर्षात ती तक्रार दाखल केली पाहिजे. जर उशीर झाला आणि जर संबंधित मंच आयोग यांच्याकडून जर दखल घेतली गेली नाही तर तिचे कारण नमूद केलेले असले पाहिजे. विरूद्ध पक्षाकडून सूचना मिळाल्याच्या तारखेपासून तीन महिन्यांच्या आत, शक्यतो, तक्रारी त्यांचे स्वरूप ठरविणे अपेक्षित आहे.

ज्या तक्रारीसाठी प्रयोगशाळेत पृथक्करण करण्याची किंवा उत्पादनाच्या परीक्षणाची आवश्यकता आहे, यावेळेस हा कालावधी पाच महिन्यांपर्यंत वाढवता येते.

तक्रारींचे स्वरूप पाहून आणि ग्राहकांचे समाधान होते आहे असे दिसून आल्यावर, तसेच एकंदरित सर्व बाबी लक्षात घेऊन तक्रार निवारण मंच /आयोग पुढीलपैकी एक अगर एकाहून अधिक प्रकारे ग्राहकाला साहय करण्यासाठी आज्ञा देऊ शकते .

- वस्तूमधील दोष काढून टाकणे /सेवांमधील कमतरता दूर करणे .
- वस्तू बदलून देणे / सेवांमध्ये सुधारणा करणे
- वस्तूची /मालाची दिलेली किंमत परत देणे किंवा सेवेसाठी अधिक भरलेली रक्कम परत देणे .
- झालेल्या नुकसानीची किंवा सोसाव्या लागणाऱ्या इजेची नुकसानभरपाई देणे .



१८.५ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

कंसात दिलेले योग्य शब्द वापरून रिक्त्या जागा भरा .

- जिल्हा मंच अशाच प्रकारच्या तक्रारींची दाखल घेते की ज्यात वस्तूची / मालाची किंमत आणि नुकसानभरपाईची रक्कम पेक्षा जास्त नसते .
(५ लाख रु. , २० लाख रु. , १ कोटी रु.)
- जिल्हा मंचाकडे दाखल केलेल्या तक्रारीसंदर्भात जर उत्पादनाच्या चाचणीची गरज असेल तर कालावधीत तो वाद निकालात काढावा लागतो .
(३ महिने , ४ महिने , ५ महिने)
- मालाच्या संबंधित तक्रारींसाठी राष्ट्रीय आयोगाला वर रक्कम असलेल्या तक्रारींचे अधिकार आहेत .
(२० लाख रु. , ५० लाख रु. , १ कोटी रु.)
- राज्य आयोगाच्या आज्ञेविरुद्ध समोर अपील दाखल करता येऊ शकते .
(सर्वोच्च न्यायालय , उच्च न्यायालय , राष्ट्रीय आयोग)
- राज्य आयोगाला रूपयांच्या वरती असलेल्या वस्तूच्या मूल्याचे अथवा नुकसान भरपाईचे अधिकार नाहीत .
(२० लाख , ५० लाख , १ कोटी)

ब . पुढील विधाने सत्य कि असत्य ते लिहा .

- ग्राहकाची तक्रार फक्त त्या ग्राहकाकडूनच दाखल करता येते .
- जिल्हा मंचाकडे तक्रार दाखल करताना कोणतीही रक्कम देण्याची गरज नसते .
- तक्रार वैयक्तिकरित्या प्रत्यक्ष दाखल करता येऊ शकते किंवा पोस्टानेही पाठवता येते .
- तक्रारीचे कारण कळल्यापासून वर्षाच्या कालावधीत ती नोंदवली गेली पाहिजे .





५. दूरध्वनी सेवेतील कमतरतेसंदर्भातील तक्रारीत, मिळालेली भरपाई या स्वरूपात असू शकते. कमतरता दूर करणे, सेवेत सुधारणा, परतावा किंवा अधिक रक्कमेची तडजोड तसेच नुकसान भरपाई यांचा समावेश.
६. दाखल करण्यात येणाऱ्या तक्रारी अर्जावर ग्राहकाची किंवा त्याच्या अधिकृत प्रतिनिधिची स्वाक्षरी लागते.

१८.८ अशासकीय संस्थांची भूमिका : (स्वयंसेवी संस्था)

अशासकीय (स्वयंसेवी) या अशा संस्था (संघटना) असतात . की ज्यामध्ये यात सहभागी लोकांचा कोणताही फायदा मिळवण्याचा हेतू नसतो . लोककल्याणासाठी कार्यरत राहणे हेच त्यांचे कार्य असते . हे एक स्वेच्छेने काम करणाऱ्या लोकांचे मंडळ असते . त्यांची स्वतःची घटना आणि नियम असतात . त्यामध्ये शासनाचा कोणत्याही प्रकारचा हस्तक्षेप नसतो . लोकांकडून मिळणाऱ्या देणग्यांवर आणि शासनाकडून मिळणाऱ्या थोड्यावहुत सहाय्यावर ते अवलंबून असतात . ग्राहकांच्या समस्या हाताळणाऱ्या अशा स्वयंसेवी संस्थांना ग्राहक संघटना असे म्हणतात .

गेल्या दोन दशकांपासून स्वयंसेवी संघटनांची भूमिका अतिशय महत्त्वपूर्ण ठरत आहे .भारतात अशा ८०० पेक्षा जास्त संघटना आहेत . अशा संघटनांची नोंदणी , संस्था नोंदणी अधिनियम किंवा कंपनी कायदा अथवा विश्वस्त संस्था म्हणून करता येते .

ग्राहक चळवळीचा एक भाग म्हणून स्वयंसेवी संस्थांनी निरनिराळी कार्ये हाती घेतली आहेत . त्या पुढीलप्रमाणे कार्य करीत असतात .

१. ग्राहकांना अधिकरांविषयी जागृती निर्माण करणे आणि सर्वसामान्य लोकांना ग्राहकांच्या समस्या आणि उपाययोजना याविषयी शिक्षित करणे . त्यासाठी चर्चासत्रे , कार्यशाळा आणि प्रशिक्षण कार्यक्रमांचे आयोजन करणे .
२. कायदेशीर उपायांचा अवलंब करून ग्राहकांना हवी ती कायदेशीर मदत पुरविणे .
३. ग्राहकांच्या दृष्टिकोनातून पुरस्कार करताना , ग्राहकांचे प्रतिनिधी म्हणून ग्राहक संरक्षण मंडळे आणि इतर अधिकृत मंडळात कार्य करणे .
४. स्वतःची चाचणी साधने वापरून ग्राहकोपयोगी उत्पादनांचे तुलनात्मक , स्पर्धात्मक परीक्षण करणे किंवा प्रयोगशाळांना अधिकार देऊन इतर स्पर्धात्मक ब्रँडच्या संबंधित गुणवत्तांचे मुल्यमापन करणे . तसेच महितीपूर्ण खरेदीदार बनण्यासाठी ग्राहकांना फायदेशीर ठरावे म्हणून अशा चाचण्यांचे निकाल जाहीर करणे .
५. वाचकांमध्ये ग्राहकांच्या समस्या , कायदेशीर अहवाललेखन आणि ग्राहकहिताच्या इतर पुढे येणाऱ्या बाबी यांची माहिती वाचकांमध्ये पसरवण्यासाठी पाक्षिके , नियतकालिके प्रकाशित करणे .

६. सूचना देणे आणि पायच्या सुचवणे, ज्यांचा उपयोग सरकारी अधिकाऱ्यांना धोरणे ठरवताना होऊ शकेल. तसेच ग्राहकांच्या हितासाठी प्रशासकीय उपाय ठरविणे शक्य होईल.
७. काही स्वयंसेवी संघटनांनी 'पब्लिक इंटरेस्ट लिटिगेशन' 'ग्राहक हित दावा'. अनेक खटल्यांमध्ये यशस्वीरित्या वापरून, ग्राहकांचे हक्क त्यांना देणे भाग पाडले आहे. वेगळ्या शब्दांत सांगायचे तर, कोणत्याही वैयक्तिक ग्राहकासाठी नाही, तर सर्वसामान्य लोकांच्या हितासाठी कायदेशीर दावे न्यायालयात दाखल केले आहेत.



१८.६ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

अ. पुढील विधाने सत्य की असत्य ते लिहा.

१. स्वयंसेवी संघटना कोणताही स्वतःचा फायदा नसलेल्या संघटना असतात.
२. स्वयंसेवी संघटनांचे कार्य सर्वसामान्यपणे सरकारी कायदे आणि नियम यांच्या नियंत्रणावर चालते.
३. स्वयंसेवी संघटनांकडून भरविली जाणारी चर्चासत्रे, कार्यशाळा आणि प्रशिक्षण कार्यक्रम हे ग्राहक शिक्षणासाठी असतात.
४. स्वयंसेवी संघटना, तक्रार ऐकवण्याचा अधिकार, सरकारी धोरणे आखताना आणि प्रशासकीय मंडळाच्या माध्यमातून उपयोगात आणू शकतात.
५. संबंधित कायदे बनवताना ग्राहक संघटनांनी केलेल्या शिफारसी शासनाकडून लक्षात घेतल्या जातात.

ब. बहुपर्यायी प्रश्न

१. ग्राहकांना खालीलपैकी कोणत्या गोष्टीचा सामना करावा लागत नाही

अ. अन्नभेसळ	ब. बनाव उत्पादनाची विक्री
क. साठेवाजी आणि काळावाजर	ड. उत्पादनाचा एकच दर्जा
२. ग्राहक आपल्या हक्कांचा उपयोग करू न शकण्याचे कारण

अ. जागृती आणि अज्ञान	ब. निधी
क. शिक्षण	ड. वृत्तपत्रातील घटना
३. बी आय एस (BIS) याचा अर्थ

अ. ब्युरो ऑफ इंडस्ट्रियल स्टॅण्डर्ड्स	ब. ब्युरो ऑफ इंडियन स्टॅण्डर्ड्स
क. ब्युरो ऑफ इंटर्नल स्टॅण्डर्ड्स	ड. ब्युरो ऑफ इंस्टिट्यूशन स्टॅण्डर्ड्स



ग्राहक जागृती



टिपा

- ४ . ग्राहक न्यायालयात याचा समावेश नसतो .
 अ . जिल्हा मंच
 ब . राज्य आयोग
 क . राष्ट्रीय आयोग
 ड . सर्वोच्च न्यायालय
- ५ . जिल्हा मंचाला वस्तूची अथवा सेवांची किंमत किंवा नुकसानभरपाई यांच्या तक्रारीबाबतचे अधिकारक्षेत्र असे असते .
 अ . १० लाख रु .
 ब . २० लाख रु .
 क . १ लाख रु .
 ड . १ कोटी रु .



तुम्ही काय शिकलात :

ग्राहक संरक्षण याचा अर्थ अनुचित व्यापार व्यवहारांविरूद्ध आवश्यक ती पावले उचलणे आणि त्यावरील उपाययोजना स्वीकारणे .

➤ ग्राहकांना सामोरे जावे लागणाऱ्या बाबी

- वस्तूमधील भेसळ
- बनावट उत्पादनाची विक्री
- दोषपूर्ण वजने आणि मापे
- दुय्यम दर्जाच्या वस्तूंची विक्री
- साठेबाजी आणि काळाबाजार
- विक्रीमधील हातमिळवणी
- भेटींचा वर्षाव
- दिशाभूल करणाऱ्या जाहिराती
- प्रमाणित नमुन्यापेक्षा हलक्या दर्जाच्या मालाची विक्री
- ग्राहक संरक्षणाची गरज : ग्राहकांच्या हिताला संरक्षण देण्यासाठी स्वीकाराव्या लागणाऱ्या उपाययोजनांची गरज, प्रामुख्याने ग्राहकांची असहायता आणि अनुचित व्यापार व्यवहारामुळे आहे .

➤ ग्राहक संरक्षणातील सहभागी घटक

अ . ग्राहक ब . उद्योजक क . शासन

➤ ग्राहकांसाठी कायदेशीर संरक्षण

- १ . कृषी उत्पादने (प्रतवारी आणि विपणन) कायदा १९३७
- २ . औद्योगिक (विकसन आणि नियमन) कायदा १९५१
- ३ . अन्नभेसळ प्रतिबंधक कायदा १९५४
- ४ . जीवनावश्यक वस्तू कायदा १९५५

५. वजनमापे प्रमाणित कायदा १९५६
६. मक्तेदारी आणि प्रतिबंधित व्यापार व्यवहार कायदा १९६९
७. काळयावाजारास प्रतिबंध आणि अत्यावश्यक वस्तू पुरवठा व्यवस्थापन कायदा १९८०
८. भारतीय मानक ब्युरो अधिनियम १९८६
९. ग्राहक संरक्षण कायदा १९८६

➤ **ग्राहक संरक्षणासाठी न्यायालयीन अधिकारक्षेत्र**

स्वयंसेवी संघटना ग्राहकांमध्ये त्यांच्या अधिकार आणि हक्कांविषयी जागृती निर्माण करतात. ग्राहकांना कायदेशीर साह्य पुरवतात. निरनिराळी ग्राहक संरक्षण मंडळे आणि इतर धोरणे ठरविणाऱ्या गटांमध्ये ग्राहकांचे प्रतिनिधित्व करतात.



संकीर्ण प्रश्नसंग्रह :

१. ग्राहक संरक्षण म्हणजे काय ?
२. ग्राहकांना संरक्षण का आवश्यक आहे ?
३. दैनंदिन जीवनात ग्राहकांना सामोरे जावे लागणाऱ्या निरनिराळ्या समस्यांचे वर्णन करा .
४. ग्राहक संरक्षणातील सहभागी घटकांची नावे लिहा . ग्राहकहिताच्या संरक्षणात त्यांची नेमकी भूमिका काय ? हे स्पष्ट करा .
५. ग्राहकाच्या हिताचे संरक्षण करण्यासाठी शासनाने संमत केलेल्या विविध कायदांची यादी करा .
६. कोणतीही तक्रार ग्राहक न्यायालयात दाखल करताना कोणती माहिती भरणे अपेक्षित आहे ?
७. ग्राहकांच्या बाजूने निर्णय देण्यासाठी ग्राहक न्यायालये कोणकोणत्या शिफारसींचा आदेश देऊ शकतात हे नमूद करा .
८. निरनिराळ्या ग्राहक न्यायालयांतील, न्यायालयांचे आर्थिक बाबतीतील अधिकारक्षेत्रांची माहिती द्या .
९. ग्राहकहिताच्या संरक्षणासाठी स्वयंसेवी संघटनांची भूमिका विषद करा .
१०. ग्राहकाच्या तक्रारनिवारणासाठी अवलंबण्यात येणाऱ्या प्रक्रियेची माहिती द्या .



पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्नांची उत्तरे :

१८.१

- | | | |
|----------|----------|---------|
| १. सत्य | २. असत्य | ३. सत्य |
| ४. असत्य | ५. सत्य | |



टिपा



टिपा

१८.२

- | | |
|----------------------|---------------------|
| १. निवडणे | २. माहिती |
| ३. माल दर्जेदार असतो | ४. दिशाभूल करणाऱ्या |

१८.३

- | | | |
|----------|----------|---------|
| १. असत्य | २. असत्य | ३. सत्य |
| ४. सत्य | ५. असत्य | |

१८.४

- | | | |
|---------|----------|----------|
| १. सत्य | २. असत्य | ३. असत्य |
| ४. सत्य | | |
| ५. सत्य | ६. सत्य | ७. सत्य |

१८.५

- | | | | |
|-----------|-------------------|-----------------|-----------------|
| अ. | १. २० लाख रूपये | २. ५ महिने | ३. १ कोटी रूपये |
| | ४. राष्ट्रीय आयोग | ५. १ कोटी रूपये | |
| ब. | १. असत्य | २. सत्य | ३. सत्य |
| | ४. असत्य | ५. सत्य | ६. सत्य |

१८.६

- | | | | | | |
|-----------|---------|----------|---------|---------|------|
| अ. | १. सत्य | २. असत्य | ३. सत्य | ४. सत्य | |
| | ५. सत्य | | | | |
| ब. | १. ड | २. व | ३. व | ४. ड | ५. व |

तुमच्यासाठी कृती :

ग्राहकहिताच्या संरक्षणाची, वेळोवेळी प्रकाशित झालेली माहिती, वर्तमानपत्रे आणि मासिके यातून जमा करा.

मॉड्युल ६

व्यवसायातून रोजगाराची संधी

आपल्यापैकी प्रत्येकजणाला जीवन जगण्यासाठी एखादा व्यवसाय (करिअर) निवडणे आवश्यक असते. हा आपल्या जीवनातील सगळ्यात महत्त्वाचा उद्देश आहे. व्यवसायात मोठ्या प्रमाणावर कामगारांची गरज असते. हे कामगार स्वयंरोजगार व वेतनरोजगार या प्रकारातील असतात. स्वयंरोजगार हा आजच्या घडीच्या बेरोजगार भिडविण्याचा आणि देशाची प्रगती करण्याचा उत्तम पर्याय आहे. स्वतःसाठी काम करण्यात आनंद असतो. तसेच ते एक आव्हानही असते. हे प्रकरण जगात काम करण्यासाठी प्रत्येक शिकाऊ विद्यार्थ्याला व्यावसायिक संधी आणि गरजेच्या स्पर्धा यांची माहिती देते.

प्रकरण १९ वे : व्यवसायाची निवड

प्रकरण २० वे : उद्योजकता

Awards Won by NIOS



Web Ratna Awards 2012 Platinum Icon under Outstanding Web Content for Acknowledging exemplary initiatives/practices in the realm of e-Governance for dissemination of information & services instituted by Department of Information Technology, Ministry of Communications & IT (MC&IT) and National Informatic Centre (NIC), Government of India. The award has been conferred by Hon'ble Minister of Communications and Information Technology Shri Kapil Sibal on 10th December 2012 at Dr. D.S Kothari Auditorium, DRDO Bhawan, Dalhousie Road, New Delhi.

TOI Social Impact Award 2012

NIOS has been selected as winner of the Social Impact Award 2012 instituted by Times of India in partnership with J P Morgan. The Award is given in the recognition of magnificent work done by an individual or groups or institutions making an impact in the society in various segment including Education. NIOS feels honoured to accept the award.



The award was conferred on 28th January 2013 at a function in presence of President of India and high level dignitaries.

National Awards for the Empowerment of Persons with Disabilities, 2012



The NIOS received the National Award for the Empowerment of persons with disabilities, 2012 Instituted by Ministry Social Justice and Empowerment, Govt. of India. The NIOS got this award under the category of best accessible Website for making its website www.nios.ac.in completely accessible for person with disabilities. The website is bilingual in Hindi and English. It also has provisions of Screen Reader, increasing text size, colour contrast scheme etc. for disabled learners. This award was conferred by the Hon'ble President of India at Vigyan Bhawan, New Delhi on 6th February, 2013. Dr. S.S. Jena Chairman, NIOS received the award.



टिपा

19

व्यवसायाची निवड

तुमच्यापैकी कित्येक जण व्यवसाय संस्थेत नोकरी मिळविण्याचा किंवा स्वतःचा व्यवसाय चालू करण्याचा विचार करीत असतील. तुम्ही तसे करू शकाल. हे तुम्ही स्वतःची तयारी कशी कराल आणि तुम्हांला आवडणाऱ्या कामाचे नियोजन कसे कराल यावर अवलंबून आहे. आणि तुम्हाला कोणत्या प्रकारचे जीवन आवडेल की तुमच्या मनाने त्याला पहिला क्रमांक दिला आहे. यावर सुद्धा अवलंबून आहे.

तुम्ही कोण होणार हा विचार बहुतेक करून पुढील बाबीपासून येतो. यामध्ये रेडिओ ऐकणे, दूरदर्शन पाहणे, बातमीपत्र आणि मासिकातून नोकरीसंबंधीच्या जाहिराती वाचणे किंवा पालकांना, नातेवाईकांना दिलेला सल्ला की तुम्ही काय व्हावं. तुमचा समजुतदारपणा आणि कोणत्या प्रकारचे काम तुम्ही सहज हाताळू शकाल या विचारावर अवलंबून आहे. भावी आयुष्याच्या कामासंबंधी तुमची कुवत आणि विशेष योग्यता यासंबंधी स्पष्टपणे विचार करायला सुरवात केली असेल. नोकरीच्या उपलब्ध असणाऱ्या संधी आणि त्यासाठी आवश्यक असणारी योग्य ती पात्रता याची माहिती असणे गरजेचे आहे.

या पाठामध्ये व्यवसाय निवडीच्या वेगवेगळ्या बाबी तुम्ही शिकणार आहात. जसे व्यवसाय निवडीची संज्ञा, महत्त्व मार्ग, कौशल्य इ. की जे तुमच्या भवितव्यासंबंधी निर्णय घेण्यास उपयोगी पडतील.



उद्देश

या पाठाचा अभ्यास केल्यानंतर तुम्हाला खालील बाबी शक्य होतील.

- व्यवसाय निवडीच्या संज्ञेचे स्पष्टीकरण
- व्यवसाय निवडीचे महत्त्व ओळखणे
- विविध व्यवसाय मार्ग ओळखणे.
- स्वयंरोजगाराचे महत्त्व स्पष्ट करणे.
- स्वयंरोजगार व वेतन रोजगार यातील फरक
- व्यवसायातील वेगवेगळ्या मार्गांचा पाठपुरावा करण्यासाठी आवश्यक असणाऱ्या कौशल्याची दखल घेणे.
- स्वतःची कुवत, आवड आणि विशेष योग्यता या आधारे व्यवसाय ओळखणे.



टिपा

१९.१ व्यवसायाची संज्ञा :

व्यवसाय म्हणजे संधीचा प्रगतीसाठी आणि विकासासाठी जीवनात उपयोग करून घेणे होय . व्यवसायाची निवड करणे इतके साधे नाही . व्यवसाय हा अत्यंत महत्त्वाचा घटक असतो . उदा . अनेकामधून तुम्हाला कार्यालयीन व्यवस्थापक म्हणून ही बढती मिळेल . वेगवेगळ्या स्थितीत तुम्ही काम केले यालाच तुमचा व्यवसाय मार्ग म्हटले जाईल . कारण त्याचा परिणाम तुमच्या कामावर , सवयीवर आणि दैनंदिन जीवनावर घडून येणार आहे . कार्याच्या किंवा धंद्याच्या क्रमाने असणाऱ्या सर्व अवस्था व्यवसाय (करिअर) व्याप्त करतो की त्या व्यक्तीने त्या कार्यासाठी जीवन गुंतवून घेतलेले असते . त्यासाठी ती व्यक्ती तीच्या कुवतीचा विकास करते .

व्यवसाय म्हणजे व्यवसाय संधीच्या प्रगतीसाठी आणि विकासासाठी जीवनात उपयोग करून घेणे होय . व्यवसायाची निवड ही जीवनातील महत्त्वाची बाब आहे . व्यवसायाच्या (करिअरच्या) निवडीमध्ये वेतन रोजगार व स्वयंरोजगार या दोन पर्यायांचा समावेश होतो . उदा . वकीलाचा व्यवसाय हा वैयक्तिक असतो . किंवा तो इतर संस्थेत किंवा इतर क्षेत्रात सुद्धा वकीली करू शकतो .

आपल्या व्यवसायात वेगवेगळ्या प्रकारची कामे असतात . तुम्हाला त्या कामाची आवड आहे हा सराव तुम्ही अनेक वेळा करा . म्हणजे शेवटी विशेष योग्यतेनुसार किंवा आवडीनुसार व्यवसाय निवडता येणे शक्य होईल . आणि तो धंदा किंवा काम यशस्वीरित्या करण्यासाठी आवश्यक असणाऱ्या कार्यक्षमतेचा विकास करता येईल .

१९.२ व्यवसाय निवडीचे महत्त्व :

व्यवसायाची निवड हा जीवनातील अत्यंत महत्त्वाचा घटक आहे . व्यवसायरूपी इमारतीचा पाया तुम्ही निवडलेल्या व्यवसायावर अवलंबून असतो . पूर्वी बहुतेक लोक शिक्षण पूर्ण केल्यानंतर व्यवसायाचा निर्णय घेत असत . परंतु आताची पिढी शालेय शिक्षण पूर्ण करण्याअगोदर व्यवसाय निगडित सुरवात करते . इतर कोणत्याही निवडीपेक्षा व्यवसाय निवड ही व्यक्तीच्या जीवन पद्धतीच्या घटनावर परिणाम घडवून आणते . कार्याचा परिणाम जीवनातील अनेक पैलूंना स्पर्श करतो . आपल्या मूल्यांना आकार देतो . विचारधारणा आणि सवयीवर परिणाम करतो .

जगातील गळेकापू स्पर्धेच्या वर्चस्वामुळे सुरवातीलाच योग्य व्यवसायाची निवड करणे अतिशय महात्त्वाचे आहे . एखाद्या व्यक्तीस व्यवसाय निवडताना अनेक पर्यायामधून जावे लागते . विविध पर्यायचे पूर्ण ज्ञान आणि निश्चित माहिती मिळाली पाहिजे . या प्रक्रियेद्वारे व्यक्ती तिचा कुवतीचा किंवा आवाक्याचा शोध घेवू शकते . व्यवसायाची निवड करण्याचा निर्णय घेण्यासाठी कुवत ही महत्त्वाची असते .

व्यवसायाची निवड ही आपल्या आयुष्यातील शिकण्याची एक प्रक्रिया समजली जाते . भविष्याचा विचार करूनच व्यवसायाची निवड करणे अपेक्षित आहे . व्यवसायाची निवड ही यशाची गुरुकिल्ली समजली जाते . व्यवसायाची निवड करताना सकारात्मक व नकारात्मक बाजूंचा विचार करणे आवश्यक आहे . ज्यात आपली आवड, क्रीयाशिलता, सर्जनशिलता आहे असाच व्यवसाय निवडावा .

व्यवसायाची निवड

व्यवसायाची निवड किंवा सुरवात करताना त्या व्यक्तीने माध्यमिक उच्च माध्यमिक स्तरावरील शिक्षण पूर्ण केले पाहिजे. किंवा पदवी धारण केली पाहिजे चांगली नोकरी मिळवणे व आवश्यक ज्ञान कौशल्य प्राप्त करण्याची हीच संधी असते. उदा. जर एखाद्या व्यक्तीला वाटत असेल की आपण बँकेत नोकरी करावी तर त्या व्यक्तीने आयसीडब्ल्यू किंवा सीए किंवा एमबीए किंवा व्यवसायातील व्यवस्थापन पदविकेचे शिक्षण घेणे योग्य ठरते. व्यवसायाची निवड ही जीवनातील एक प्रक्रिया आहे या प्रक्रियेत सतत शिकणे व्यवसायात वाढ करणे आपल्या आवडीनिवडीनुसार सतत व्यवसायात बदल करणे अपेक्षित आहे.



१९.१ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

पुढील विधाने सत्य की असत्य ते लिहा .

१. कार्याच्या क्रमाने असणाऱ्या सर्व अवस्था व्यवसाय व्याप्त करतो त्या व्यक्तीने त्या कार्या साठी जीवन गुंतवून घेतलेले असते.
२. योग्य व्यवसायाची निवड करणे हे प्रत्येकाच्या जीवनात अतिशय महत्त्वाचे आहे.
३. आजच्या पिढीला व्यवसायाचे अतिशय थोडे पर्याय आहेत.
४. व्यवसायाचे नियोजन हे सुरवातीच्या काळात गरजेचे नाही.
५. अनेक व्यवसाय पर्यायाचे ज्ञान योग्य व्यवसाय निवडीस मदत करते.

१९.३ व्यवसायातील धंद्याचे मार्ग :

एखादी व्यक्ती जेव्हा एखाद्या पेशामध्ये (धंद्यात) गुंतवून घेते तेव्हा त्या व्यक्तीस तो नोकरी करतो असे म्हटले जाते. लोकांचा धंदा हा सध्या आर्थिक कृतीशी संबंधित आहे. एखाद्याच्या उपजिविकेचे उद्दिष्ट अविचलपणे नोकरी करणे असेल तर तो नोकरीमध्ये गुंतवून ठेवतो. व्यवसायाच्या निवडीमध्ये खालील दोन पर्यायाचा समावेश होतो.

१. वेतन रोजगार
२. स्वयंरोजगार

वेतन रोजगार म्हणजे मजुरी किंवा वेतनाच्या मोबदल्यात दुसऱ्यांना सेवा देणे कार्यालयीन मदतनीस म्हणून एखाद्याची नियुक्ती केली तर त्याचा पर्यवेक्षकास त्याच्याकडून अपेक्षित असणारे काम त्याने केले पाहिजे. त्याला त्या कामासाठी मासिक वेतन मिळते. हा रोजगार मालक आणि नोकर यांच्यामधील आलेल्या करारावर आधारीत असतो. कामगार/ नोकर मालकासाठी काम करतो त्याला नेमून दिलेले काम तो करतो. आणि कामाचा मोबदला घेतो. कामाच्या तासीकांमध्ये मालकाच्या देखरेखीत आणि नियंत्रणात तो काम करतो. स्वयंरोजगार हा स्वतःच्या हिमतीवर सुरु केलेली आर्थिक कृती असून त्यामध्ये स्वतःला गुंतवून त्यापासून उपजिविकेसाठी उत्पन्न मिळविले जाते.

विभाग ६

व्यवसायाची निवड



टिपा



टिपा

वेतन रोजगाराचे मार्ग / संधी यावर आपण थोडक्यात चर्चा करू.

१९.४ वेतन रोजगार :

रोजगाराच्या संधी किंवा वेतन रोजगाराचे मार्ग हे पुढील ठिकाणी उपलब्ध असतात. सरकारी कार्यालये, रेल्वे, बँका, विमा कंपनी, कारखाने, व्यापारीसंस्था आणि इतर संस्था जसे शाळा, महाविद्यालये, हॉस्पिटल्स उदा. लिखाणाचे काम, तांत्रिक काम आणि इतर कामे उपलब्ध असतात. कामाचे आणि कार्याचे स्वरूप त्या संस्थेच्या उद्देशावर अवलंबून असतात. सरकारी खाते, रेल्वे, बँका, व्यापारी संस्था, शाळा, हॉस्पिटल यांच्या कार्यालयातील लेखनिकाचे काम वेगवेगळ्या प्रकारचे असते.

त्याचप्रमाणे उद्योगसमुह आणि वाहतुक कंपनी यांच्यामधील तांत्रिक कामाचे स्वरूप ही त्यांच्या व्यवसायानुसार भिन्न असते.

माध्यमिक शालांत परीक्षा (इ. १० वी) उत्तीर्ण झालेल्या मुलांना, लेखनिकाचे काम किंवा शाळेच्या प्रयोगशाळेत साहाय्यक म्हणून कामाची संधी मिळते. यासाठी किमान पात्रता इ. १० वी उत्तीर्ण असणे आवश्यक आहे. त्यामध्ये तांत्रिक प्रशिक्षण देणाऱ्या संस्था म्हणजे आय.टी.आय. आणि पॉलिटेक्निक संस्था (तंत्रनिकेतन) या शिवाय स्टेट सेक्रेटारियल अँड कमर्शियल इन्स्टिट्युट या सारख्या संस्था ही कार्यालयीन कामाचे प्रशिक्षण देतात. तांत्रिक किंवा सेक्रेटरीअल प्रशिक्षण पूर्ण झाल्यानंतर व्यक्तिला वर्कशॉपमध्ये किंवा कार्यालयीन साहाय्यक अकाऊंट क्लार्क अशा नोकऱ्या मिळतात. संगणक हाताळण्याचे कौशल्य असेल तर तिला त्याला कॉम्प्युटर ऑपरेटरची नोकरी मिळते.



रोजगार

१९.५ स्वयं रोजगार :

वेतन रोजगारासाठी व्यवसायाची निवड कशी करावी हे तुम्ही शिकला आहात. एकदा तुम्ही नोकरी करावयाचे ठरवल्यानंतर तुमच्या मालकाने नेमणूक करून दिलेले काम करावे लागते. आणि निश्चित रक्कम पगार किंवा वेतनाच्या स्वरूपात मिळते. परंतु नोकरी शोधण्याऐवजी तुम्ही स्वतः काही तरी करू शकता आणि उपजिविकेसाठी उत्पन्न मिळवू शकता.



स्वयं रोजगार

व्यवसायाची निवड

तुम्ही पुस्तकाचे, औषधाचे किंवा कपडे शिलाईचे दुकान चालवू शकता. दुसऱ्या शब्दात सांगायचे झाल्यास लहान प्रमाणात एखादा व्यापार किंवा धंद्यामध्ये स्वतःला गुंतवून घेऊ शकता. किंवा मोबदला घेऊन सेवा पुरवू शकता हे सर्व आर्थिक बाबी स्वयंरोजगारावर आधारीत आहेत. यालाच स्वयंरोजगार असे म्हणतात.

एखादी व्यक्ती स्वतःच्या हिंमतीवर पैसे मिळविण्याच्या सर्व कामांची व्यवस्था स्वतः करित असेल तर त्यास स्वयंरोजगार असे म्हटले जाते. स्थानिक पातळीवर प्रत्येक भागामध्ये तुम्ही छोटेसे दुकान, दुरूस्ती दुकान किंवा सेवा केंद्र सुरू करू शकता. हे छोटेसे व्यवसायाचे व्यवस्थापन एकच व्यक्ती करते. काही वेळा एक दोघांची मदत घेऊन चांगल्याप्रकारे हे व्यवसाय चालविता येतात. हे व्यवसाय स्वयंरोजगारावर आधारीत असतात. उदा. किराणा मालाचे दुकान, पुस्तकाचे, औषधाचे, टेलरिंग, केशकर्तनालय, टेलिफोन बुथ, व्युटीपार्लर, दुरूस्तीचे, सायकलचे, इलेक्ट्रिकल वस्तू दुरूस्तीचे दुकान अशी या दुकानांची उदाहरणे आहेत. या दुकानांचे मालक मालाची खरेदी विक्री करून किंवा सेवा पुरवून त्यांच्या उपजिविकेसाठी उत्पन्न मिळवितात. उत्पन्न कमी मिळाले किंवा तोटा झाला तर मालकांना सहन करावा लागतो.

विभाग ६

व्यवसायाची निवड



टिपा



१९.२ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

योग्य शब्द भरून रिकाम्या जागा भरा.

१. लोकांचा धंदा हा नेहमी प्रक्रियेशी संबंधीत असतो.
२. सरकारी खात्यामध्ये खालच्या पातळीवर लोकांना कामासाठी नोकरीस ठेवले जाते.
३. कोठीपाल या पदाच्या कामासाठी आदेश तयार करण्याचे कौशल्य असले पाहिजे.
४. बहुतेक लेखनीक कामासाठी हाताळण्याची क्षमता असणे आवश्यक आहे.
५. टेलिफोन ऑपरेटर्सना सफाईदारपणे येणे गरजेचे असते.
६. रोजगार म्हणजे मजुरी किंवा वेतनाच्या मोबदल्यात सेवा देणे.
७. एखादी व्यक्ती एखाद्या धंद्यात किंवा आर्थिक कृतीशी संबंधीत असते. तेव्हा त्यास म्हणतात.
८. तांत्रिक किंवा सेक्रेटरियल कोर्स पूर्ण केल्यानंतर त्या व्यक्तीला रोजगार मिळतो.



टिपा

१९.६ स्वयंरोजगार आणि वेतन रोजगार यातील फरक :

मुद्दे	स्वयंरोजगार	वेतन रोजगार
१. स्वरूप	स्वतःच्या हिंमतीवर कामात गुंतलेला असतो.	मालकाने नेमून दिलेल्या कामात गुंतलेला असतो.
२. दर्जा	या व्यक्तीचा दर्जा मालकाचा असतो. तो त्या व्यवसायाचा सर्वेसर्वा मालकच असतो.	या व्यक्तीचा दर्जा नोकराचा असतो. तो तेथे नोकरच असतो.
३. उत्पन्न	उत्पन्न निश्चित नसते. उत्पन्न हे मालकाच्या कार्यक्षमतेवर अवलंबून असते.	नोकरदारांचे उत्पन्न हे निश्चित व ठराविक असते. मालकाने पगारवाढ दिल्यास नोकराचे उत्पन्न वाढते.
४. कामाशी संबंधित बाबी	कामाशी संबंधित सर्व बाबींचा हेतू. उत्पन्न मिळविणे आणि धंदा वाढविणे. कामाचे स्वरूप अगोदर ठरविलेले नसते. कारण त्यामध्ये विविधता असते.	नोकर मजुरदारांचे कामाचे स्वरूप निश्चित आणि अगोदरच ठरविलेले असते.
५. अंतर्भूत धोके	यामध्ये तोटा होण्याचे संभाव्य धोके नेहमीच असतात. काही वेळा एकदम उत्पन्न कमी होते.	जोपर्यंत नोकरी आहे तो पर्यंत नियमितपणे उत्पन्न मिळते. उत्पन्न कमी होण्याचा धोका नसतो.
६. कामाचे स्वातंत्र्य	जशी संधी मिळेल त्यानुसार व्यवसाय कसा चालवावा हे ठरविण्याचे पूर्ण स्वातंत्र्य मालकाला असते.	नोकरीच्या शर्ती अटी त्यानुसार तो नोकर काम करित असतो. कामाचे स्वातंत्र्य त्याला नसते.

१९.७ स्वयंरोजगारासाठीची संभाव्य क्षेत्रे :

स्वयंरोजगारासंबंधीच्या वैशिष्ट्यांचे वाचन केल्यानंतर कोणत्या संभाव्य क्षेत्रामध्ये स्वयंरोजगार सुरू करता येईल. याची माहिती करून घेणे तुम्हाला आवडेल व्यवसायाचे नियोजन करताना खालील क्षेत्रामध्ये स्वयंरोजगाराच्या संधीचा विचार करावा.

१. लहान स्वरूपातील किरकोळ व्यवसाय : एकाच व्यक्तीची मालकी असणारे व्यवसाय सहज सुरू करता येतात. आणि एक दोघांची मदत घेऊन सर्व कामांचे किफायतशीरपणे व्यवस्थापन करता येते असे किराणामालाचे दुकान, पुस्तकाचे अथवा कपड्याचे दुकान इ.



व्यवसायाची निवड

२. **व्यक्तीगत कौशल्याच्या आधारे सेवा पुरविणे :** विशेष कौशल्याच्या आधारे ग्राहकांना सेवा देणे हा एक प्रकारे स्वयंरोजगाराचा मार्ग आहे. उदा. सायकल दुरुस्ती, स्कुटर, मनगटी आणि भिती घड्याळे यांची दुरुस्ती, कपडे शिलाई, केशरचना इ. सेवा ग्राहकांना वैयक्तिकरित्या देता येतात.
३. **विशेष पात्रतेच्या आधारे पेशा / धंदा :** काही धंदा /पेशा करण्यासाठी विशेष ज्ञानाची, प्रशिक्षण व अनुभवाची गरज असते. कायद्याच्या आधीन राहून असा स्वयंरोजगार सुरू करता येतो. उदा. डॉक्टर, वकील, चार्टर्ड अकाउंटंट, औषध विक्रेता, आर्किटेक्ट इ. प्रॅक्टिस निर्धारित केलेली विशेष प्रशिक्षण आणि कौशल्य या आधारे स्वयंरोजगार करता येतो. छोटासा धंदा प्रस्थापित करता येतो. उदा. क्लिनिक, कार्यालय किंवा चेंबर्स थाटून पक्षकारांना किंवा ग्राहकांना सेवा मदतनिसांच्या साहाय्याने देता येते.
४. **लहान प्रमाणात शेती :** लहान प्रमाणात शेती करून स्वयंरोजगाराची संधी निर्माण करता येते. जसे दुधव्यवसाय, कुकुटपालन, बागायती शेती, मत्स्यपालन, रेशीम उत्पादन इ.
५. **ग्रामीण आणि कूटीर उद्योग :** हे उद्योग वंशपरंपरेच्या कौशल्याच्या आधारे सुरू करून स्वयंरोजगार निर्मिती करता येते. उदा. हातमाग विणकाम, कपडे शिवणे इ.
६. **कलाकुसर :** जे कलाकुसर काम शिकलेले आहेत अशी कला स्वयंरोजगाराचा धंदा करता येतो. उदा. सोनारकी, लोहारकी, सुतारकी इ.



विभाग ६

व्यवसायाची निवड



टिपा

१९.८ वेतन रोजगार नोकरीपेक्षा स्वयंरोजगाराला प्राधान्य :

वेतन रोजगार नोकरीपासून स्वयंरोजगार कसा चांगला आहे हे खालील कारणाने स्पष्ट करता येईल.

१. स्वयंरोजगारामध्ये स्वतःच्या उपजिविकेसाठी स्वतः काहीतरी करण्याचा समावेश होतो. कार्यक्षमता व्यावसायिक संधी मिळून जास्तीत जास्त नफा मिळविण्याचा प्रयत्न केला जातो.
२. धंदा किंवा व्यवसाय करण्यासाठी भांडवलाची व साधनसामुग्रीची गरज लागते. उदा. एखादे दुकान सुरू करून खरेदी विक्री केली जाते. तसेच दुरुस्तीची कामे सुद्धा केली जातात. त्यासाठी कमी भांडवलाची गरज लागते.



टिपा

- स्वयंरोजगारात व्यावसायिकाला अनेक गोष्टी शिकण्यास मिळतात. कारण तो स्वतःच्या फायद्यासाठी वेगवेगळे निर्णय घेत असतो. ह्यानुसार तो आर्थिक कृती करण्याचे कार्य करतो. म्हणूनच वेतन रोजगारापेक्षा स्वयंरोजगार योग्य आहे.



१९.३ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

पुढील विधाने सत्य कि असत्य ते लिहा .

- स्वतःच्या हिंमतीवर आर्थिक क्रियेत गुंतवून घेणे म्हणजे स्वयंरोजगार होय .
- वेतन रोजगाराच्या उत्पन्नावर बंधन नसते .
- मोबदला घेऊन व्यक्तीगत सेवा पुरविण्यासाठी सुद्धा काही भांडवलाची गरज असते .
- स्वयंरोजगारातील धंद्यामध्ये समावेशक धोक्यापासून होणारे नुकसान मालकास सहन करावे लागते .
- सोनार स्वयंरोजगार करू शकत नाही कारण त्याला जवाहीऱ्याकडेच काम करावे लागते .

१९.९ स्वयंरोजगारात यशस्वी होण्यासाठी आवश्यक असणारे गुण :

स्वयंरोजगाराच्या वेगवेगळ्या क्षेत्रातील संधीविषयी शिकल्यानंतर तुम्हाला असे वाटणे साहजिकच आहे की वेतन रोजगारापेक्षा स्वयंरोजगार खरोखरच करिअर (धंदा / व्यवसाय) साठी आकर्षक आहे . हा पर्याय तुम्ही निवडू शकता जर तुमच्याकडे विविध गुण असतील . स्वयंरोजगाराचा यशस्वीरित्या पाठपुरावा केला तर त्यामध्ये यश खात्रीने मिळते .

स्वयंरोजगाराचा यशस्वीरित्या पाठपुरावा करण्यासाठी आवश्यक असणाऱ्या विविध गुणांची माहिती करून घेऊ .

- मानसिक कुवत :** स्वयंरोजगारासाठी सर्वात योग्य क्षेत्र ओळखता येण्याची गरज आहे की ज्या क्षेत्रामध्ये स्वयंरोजगाराची संधी आहे . सर्व व्यावसायिक कार्यांच्या बाबतीत निर्णय घेण्याची कुवत तुमच्याकडे असली पाहिजे . अनेक प्रकारच्या ग्राहकांशी व्यवहार करण्याची क्षमता सुद्धा महत्वाची आहे . संभाव्य अडचणी आणि धोके सहन करण्याची मानसिक कुवत सुद्धा तुमच्याकडे असली पाहिजे .
- सावधानता व दूरदृष्टी :** स्वयंरोजगार करणाऱ्या व्यक्तीने बाजारातील बदलाबाबत जागरूक आणि दक्ष राहिले पाहिजे . म्हणजे त्याच्या कामात नीटपणा आणून मिळते जुळते घेता येईल . त्याला दूरदृष्टी असली पाहिजे . संभाव्य बदलाच्या संधीचा जवळचा भविष्यात त्याला फायदा घेता आला पाहिजे .
- आत्मविश्वास :** स्वयंरोजगारामध्ये मालकालाच सर्व निर्णय घ्यावे लागतात . त्याने अडचणीवर मात केली पाहिजे . पुरवठादारांशी , सावकारांशी , ग्राहकांशी आणि सरकारी अधिकाऱ्यांशी आत्मविश्वासाने तोंड देता आले पाहिजे .

व्यवसायाची निवड

- ४ . **व्यवसायासंबंधीचे ज्ञान** : स्वयंरोजगार करणाऱ्या कोणत्याही व्यक्तीला व्यवसायासंबंधीचे पूर्ण ज्ञान असले पाहिजे . यामध्ये तांत्रिक कौशल्यांचाही समावेश होतो .
- ५ . **संबंधीत कायदांची ओळख** : प्रत्येक व्यक्ती कायदेपंडित असण्याची गरज नाही . परंतू स्वयंरोजगारासाठी विशिष्ट ठिकाणी व्यवसाय करताना किंवा सेवा देताना तेथे संबंधीत कायदेकानूनची माहिती असली पाहिजे . व्यापार प्रस्थापित कायदा, विक्रीकर कायदा, जकात कर, नगरपालिका, महानगरपालिकांचे प्रभाग लोकसंख्या नियंत्रण इ . कायदे व्यावसायीकाला माहिती पाहिजेत .
- ६ . **इतर व्यक्तीगत गुण** : स्वयंरोजगार करणाऱ्या व्यक्तीकडे प्रामाणिकपणा, सचोटी, श्रम करण्याची ताकद असली पाहिजे .



१९.४ पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न :

योग्य शब्द वापरून रिकाम्या जागा भरा .

- १ . स्वयंरोजगारामध्ये व्यक्तीकडे ओळखण्याची क्षमता असली पाहिजे .
- २ . स्वयंरोजगारात यशस्वी होण्यासाठी व्यक्तीकडे स्वतःच्या कुवतीचा असला पाहिजे .
- ३ . यशस्वीरित्या व्यवसायाचा मालक होण्यासाठी त्याला व्यवसायाची असली पाहिजे .
- ४ . स्वयंरोजगार करणाऱ्या व्यक्तीला ठरविण्यासाठी हिशोबाचे ज्ञान असले पाहिजे .
- ५ . उद्योजकता आणि या गुणांनी संबंधीत आहे .
- ६ . ज्यांना घेणे शक्य झाले नाही त्यांना उपजिविकेसाठी स्वयंरोजगार संधी उपलब्ध करून देतो .
- ७ . व्यवसायाची निवड व आणि यावर अवलंबून असते .
- ८ . संदेशवहन कौशल्य हे आधुनिक जगातील मिळणारी एक नोकरी / धंदा आहे .

बा . योग्य पर्याय निवडा .

- १ . वेतन रोजगार म्हणजे . . .
अ . मजुरी व पगार मिळविण्यासाठी व . व्यवसाय करण्यासाठी
क . स्वतःची आर्थिक कुवत वाढविण्यासाठी ड . या पैकी नाही .
- २ . स्वयंरोजगार म्हणजे
अ . मालक व कामगार यांच्यातील संबंध व . मजुरी व वेतन मिळविण्यासाठी
क . स्वतःची आर्थिक कुवत वाढविण्यासाठी ड . या पैकी नाही .

विभाग ६

व्यवसायाची निवड



टिपा

विभाग ६

व्यवसायाची निवड



टिपा

व्यवसायाची निवड

३. स्वयंरोजगाराचा खालील पैकी कोणता गुण नाही . .
अ. औपचारिक शिक्षण
ब. सावधानता व दुरदृष्टी
क. व्यवसायासंबंधीचे ज्ञान
ड. संबंधीत कायद्याची ओळख
४. व्यवसाय म्हणजे . . .
अ. व्यावसायिक स्थितीचा अभ्यास करणे .
ब. व्यावसायिक मार्ग मिळवणे .
क. व्यावसायिक पदवी
ड. धंद्याचे नाव मिळविणे .
५. व्यवसाय नियोजनात समावेश
अ. स्वतःचा व्यवसाय सुरू करणे .
ब. व्यवसायात सकारात्मक व नकारात्मक योग्य विचाराची गरज
क. धंद्याची (व्यवसाय) निवड (सहभाग) .
ड. व्यवसायात (करिअर) समविष्ट होणे .



तुम्ही काय शिकलात :

- व्यवसाय म्हणजे संधीचा प्रगतीसाठी आणि विकासासाठी जीवनात उपयोग करून घेणे होय . व्यवसायाची निवड ही जीवनातील महत्त्वाची बाब आहे .
- धंद्याच्या (करिअर) निवडीमध्ये वेतन रोजगार आणि स्वयंरोजगार या दोन पर्यायाचा समावेश होतो .
- मजुरी व वेतनावर मालक वर्ग समाजातील व्यक्तीना (दुसऱ्यांना) रोजगार उपलब्ध करून देतात . त्यास वेतनरोजगार असे म्हणतात . स्वयंरोजगार म्हणजे एखादी व्यक्ती स्वतःच्या हिंमतीवर पैसे मिळविण्याच्या सर्व कामांची व्यवस्था स्वतः करित असते .
- कनिष्ठ पातळीवरील लेखनिक आणि तांत्रिक कामांचा समावेश वेतन रोजगारामध्ये होतो .
- स्वयंरोजगाराच्या संधी असणारे क्षेत्र म्हणजे लहान प्रमाणात किरकोळ व्यापार मोबदला घेऊन सेवा पुरविणे, छोट्या प्रमाणात शेती करणे, ग्रामीण आणि कुटीर उद्योग, कलाकुसर इ
- करिअर म्हणून स्वयंरोजगाराचा पाठपुरावा करण्यासाठी व्यक्तीकडे पुढील गुण असले पाहिजेत . मानसिक कुवत, सावधानता, दुरदृष्टी, आत्मविश्वास, व्यवसायासंबंधीचे ज्ञान, संबंधीत कायद्याची माहिती आणि हिशोबाचे ज्ञान इ .



संकीर्ण प्रश्नसंग्रह :

१. वेतन रोजगार व स्वयंरोजगार म्हणजे काय ?
२. व्यवसाय (करिअर) या संज्ञेची व्याख्या द्या .

व्यवसायाची निवड

३. व्यवसाय (करिअर) निवडीचे महत्त्व विषद करा .
४. व्यवसाय क्षेत्रातील वेतन रोजगाराचे मार्ग धोडक्यात सांगा .
५. सध्याच्या बेकारीच्या संदर्भात स्वयंरोजगाराचे महत्त्व वर्णन करा .
६. मोठ्या प्रमाणातील उद्योगांना स्वयंरोजगार पर्याय कसा ठरतो ?
७. स्वयंरोजगार यशस्वी होण्यासाठी आवश्यक असणारे कोणतेही चार गुण सांगा .
८. हिशोबाच्या कामासाठी आवश्यक असलेले कसव / कौशल्ये स्पष्ट करा .
९. स्वयंरोजगार सुरू करण्यास प्रवृत्त करणारे घटक सांगा .
१०. स्वयंरोजगार व वेतन रोजगार यातील फरक स्पष्ट करा .
११. स्वयंरोजगारासाठीची शक्यता असणाऱ्या क्षेत्राची यादी तयार करा .



पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्नांची उत्तरे :

- १९.१ १. सत्य २. सत्य ३. असत्य ४. असत्य ५. सत्य
- १९.२ १. आर्थिक २. लेखनिक ३. खरेदी ४. कार्यालयातील यंत्रे ५. भाषा
६. वेतन ७. स्वयंरोजगार ८. तांत्रिक सेवक
- १९.३ १. सत्य २. सत्य ३. असत्य ४. सत्य ५. असत्य
- १९.४ अ. १. स्वयंरोजगारातील व्यावसायिक संधी (स्वयंरोजगारासाठी संधी)
२. आत्मविश्वास ३. ज्ञान (माहिती)
४. नफा आणि तोटा
५. सर्जशिलता व कृतीशिलता (नवा उपक्रम, निर्माती)
६. उच्च शिक्षण
७. पात्रता (कुवत) . विशेष योग्यता. कामाची आवड
८. मानसीक कुवत (कमजोरी)
९. कामाची आवड
१०. आवश्यक (गरज)
- ब. १. अ २. क ३. अ ४. क ५. ब

तुमच्यासाठी कृती :

Employment News हे वर्तमानपत्र किंवा कोणतेही वर्तमानपत्र घेऊन तुमची आवड, कुवत आणि विशेष योग्यता यानुसार कामाच्या संधी ओळखा .

विभाग ६

व्यवसायाची निवड



टिपा



टिपा

20

उद्योजकता

तुम्हाला माहित आहेच की जगण्यासाठी पैसे मिळविणे आवश्यक असते. तुमचे वडील, आई, भाऊ अशा कार्यात मग्न असतील की ज्याच्याद्वारे उपजिविका मिळवितात. तुमच्या उपजिविकेचे नियोजन तुम्ही कसे केले आहे ? तुम्हाला एखाद्या संघटनेत काम करायला आवडेल की तुम्हाला स्वतःच्या व्यवसाय करायला आवडेल ? व्यवसाय सुरू करताना धोका व जबाबदारी स्विकारावी लागते. जो व्यावसायिक आपल्या व्यवसायाची पद्धतशीर आखणी करून ती अमलात आणतो, जबाबदारी व धोका स्विकारतो यालाच उद्योजकता असे म्हणतात. आपल्या उपजिविकेसाठी शिक्षक शाळेत शिकवितात. कामगार कारखान्यात काम करतात. डॉक्टर सरकारी दवाखान्यात काम करतात. कारकून बँकेत काम करतात. व्यवस्थापक व्यवसायात कार्य करतात. ही उदाहरणे अशा व्यक्तींची आहेत की जे कर्मचारी असून त्यांना वेतन मजुरी त्यांच्या मालकामार्फत दिली जाते. ह्या नोकऱ्या आहेत. तर दुकानदार, कारखानदार, व्यावसायिक, डॉक्टर, स्वतःचा रोजगार मिळवितात. ही सर्व स्वयंरोजगाराची उदाहरणे आहेत. ही स्वयंरोजगार असणारी मंडळी स्वतःची उपजिविका करतात. त्याचप्रमाणे दुसऱ्यांसाठी रोजगार ही निर्माण करतात. ह्या सर्वाना उद्योजक म्हणतात.

या पाठात तुम्ही उद्योजकतेबद्दल सविस्तर माहिती घेणार आहात. संकल्पना, महत्त्व, कार्य छोटा व्यवसाय करण्यासाठी आवश्यक असणाऱ्या कौशल्याची, गुणांची माहिती घेणार आहात. ही माहिती तुम्हांला भावी आयुष्यात उपयुक्त असू शकेल.



उद्दिष्टे :

ह्या पाठाचा अभ्यास केल्यानंतर

- उद्योजकता संकल्पना माहिती होईल.
- उद्योजक असण्याचे महत्त्व तुम्ही जाणाल.
- यशस्वी उद्योजकांची कौशल्ये तुम्ही सांगू शकाल.
- उद्योजकाची कार्य माहित होतील.
- छोटा उद्योग सुरू करण्यासाठी आवश्यक असणाऱ्या बाबी सांगता येतील.

२०.१ उद्योजकतेचा अर्थ :

उद्योजकतेच्या कायदानुसार उद्योजक म्हणजे जी व्यक्ती व्यवसायात पुढाकार घेते. अर्थपुरवठा करते. सतत प्रत्यक्ष करून व्यवसायात गुंतवून घेत असते. त्या व्यक्तीला उद्योजक असे म्हणतात. उद्योजक हा सर्जनशील विचारवंत असतो, तो जनक असतो व धोका पत्करणे व पैसा घालणे तो स्वेच्छेने स्विकारतो. हे करत असताना तो रोजगार निर्माण करतो. अडचणी सोडवितो, मुल्य वाढवितो व उत्कृष्टतेची आस धरतो. त्यांनाच आपण उद्योजक समजतो.

अशा रितीने आपल्या लक्षात येते की उद्योजकतेमध्ये व्यक्तीच्या वाढ व उत्कृष्टतेसाठी आवश्यक असणाऱ्या पद्धती व गुणांचा समावेश होतो. एखादी कल्पना वस्तू किंवा सेवा शोधणे व ती समाजासाठी वापरणे याद्वारे शक्य होते. उद्योजक होण्यासाठी तुमच्या अंगी काही गुण असण्याची आवश्यकता असते. सहेतूक केलेले व शिकता येईल अशी व्यावसायिक वृत्ती म्हणजे उद्योजकता. हा पण उद्योजकतेचा एक अर्थ आहे.



टिपा

२०.२ उद्योजक असण्याचे महत्त्व :

उद्योजक सामाजिक आर्थिक, सांस्कृतिक विकास साधण्याचा प्रयत्न करित असतो. उद्योजकतेमध्ये व्यक्ती अत्यंत महत्त्वाची असते. उद्योजकता वर्ग जमात लिंग किंवा धर्म ह्या पुरती मर्यादित नाही. काही कौशल्ये व दृष्टीकोन असणारी व्यक्ती उद्योजक बनू शकते. उद्योजक स्वतंत्र असतो व ह्याला वेगळे काही करण्याचा वाव असतो. उद्योजक स्वयंप्रज्ञ असते. व काही नवीन वेगळे करून स्वप्न साकार करायचे असते. देशाच्या विकासात उद्योजक महत्त्वाचे योगदान करू शकतात. स्वतःचे धैर्य पूर्ण करून उद्योजक सामाजिक हितात भर टाकतो. खालील मुद्यानुसार उद्योजकाचे महत्त्व सांगता येईल.

१. **रोजगार उपलब्ध करून देणे :** उद्योजक हा व्यवसायाचा जनक असतो. धोका पत्करणे, पैसा घालणे, तो स्वेच्छेने स्विकारतो हे करित असताना तो समाजातील व्यक्तींसाठी सामाजिक बांधीलकी म्हणून रोजगार उपलब्ध करून देतो.
२. **संशोधन विकासात सहभाग :** जगातील २/३ शोध उद्योजकांनीच लावले आहेत. आधुनिक तंत्रज्ञानाचा वापर करून जगातील मागासलेल्या भागात व्यवसाय स्थापन करून विविध वावतीत व्यवसायात नवीन कल्पना आणून उद्योजक सर्जनशील व नवीन कार्याचा वापर करून व्यवसायात वाढ करण्याचा प्रयत्न करतो.
३. **देशाच्या संपत्ती विकासात उद्योजकाचे योगदान :** प्रत्येक उद्योजक व्यवसायात व्यावसायिक संधी नेहमीप्रमाणे उपलब्ध करित असतात. निर्माण केलेल्या संपत्तीचा उपयोग



टिपा

देशाच्या विकासात महत्त्वाची भूमिका करण्यात होतो. वस्तु व सेवा उपलब्ध करून उद्योजक आर्थिक विकासात मदत करित असतात. नवीन कल्पना विचार सहभाग राष्ट्राच्या दृष्टीने उपयोगाचे असतात. म्हणून देशाच्या संपत्ती विकासात उद्योजकाचे योगदान अत्यंत मोलाचे ठरते.



२०.१ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

पुढील विधाने सत्य कि असत्य ते लिहा .

१. कल्पना प्रत्यक्ष कृतीत आणताना उद्योजक धोका पत्करतो .
२. उद्योजक जुगार खेळणारे असतात .
३. उद्योजक सातत्याने आपल्या व्यवसायात सतर्क असावा .
४. उद्योजक जन्मावे लागतात ते तयार करता येत नाही .
५. उद्योजक दुसऱ्यासाठी रोजगार निर्माण करतो .
६. उद्योजक स्वतंत्र व्यक्ती असते .

२०.३ यशस्वी उद्योजकाचे गुण :

आपण आता यशस्वी उद्योजकांच्या गुणांचा विचार करू या . एखादा व्यवसाय यशस्वीपणे चालविण्यासाठी इतरही गुणांची आवश्यकता असते .

१. **पुढाकार :** व्यवसाय जगतात संधी येतात व जातात उद्योजकाला सक्रीय व्यक्ती असावे लागते . पुढाकार घेऊन संधीचा फायदा घ्यावा लागतो . एकदा तुमची संधी हुकली की पुन्हा येत नाही . त्यामुळे पुढाकार घेणे उद्योजकाच्या दृष्टीने अत्यंत आवश्यक असते .
२. **धोका पत्करण्याची तयारी :** बऱ्याच व्यवसायांमध्ये धोका असतो . ह्याचा अर्थ व्यवसाय यशस्वी होईल किंवा अयशस्वी . तरीसुद्धा उद्योजक व्यवसाय करून यश मिळविण्याचा धोका पत्करतो .
३. **अनुभवातून शिकण्याचे कौशल्य :** उद्योजक चुका करतो . परंतु एकदा केलेली चूक पुन्हा केल्यास मोठ्या प्रमाणावर नुकसान होते . झालेल्या चुकातून शिकायचे असते . म्हणूनच उद्योजकाकडे अनुभवातून शिकण्याचे कौशल्य असले पाहिजे .
४. **प्रेरणा :** प्रेरणा यशाची गुरुकिल्ली आहे . आयुष्यात पावलोपावली ती यश मिळविण्यासाठी आवश्यक असते . एखादी गोष्ट करण्यासाठी तुम्ही प्रेरित झालात की तुम्ही ते काम केल्याशिवाय स्वस्थ बसणार नाही . उदाहरण दाखल तुम्हांला एखादी गोष्ट किंवा कादंबरीत इतका रस निर्माण होतो की तुम्ही ती पूर्ण वाचल्याशिवाय रात्री झोपत नाही . कामामध्ये ह्या प्रकारची आवड प्रेरणेमुळे निर्माण होते . यशस्वी उद्योजकासाठी हा आवश्यक असणारा गुण आहे .

उद्योजकता

- ५ . **आत्मविश्वास** : आयुष्यात यशस्वी होण्यासाठी आत्मविश्वास आवश्यक असतो . धैर्य, उत्साह व नेतृत्व करण्याच्या क्षमतेतून तो आपणास दिसतो . यशस्वी उद्योजकाला आत्मविश्वास आवश्यक असतो .
- ६ . **निर्णय घेण्याची क्षमता** : व्यवसाय करताना उद्योजकाला अनेक निर्णय घ्यावे लागतात . योग्य व वेळेवर निर्णय घेण्याची क्षमता असावी लागते . योग्य निर्णय योग्य वेळी त्याला घ्यावे लागतात . आजच्या काळात परिस्थिती जलद गतीने बदलत असते . योग्य वेळी योग्य निर्णय घेण्याची कुवत उद्योजकात नसेल तर त्याची संधी हुकल्याने नुकसान होण्याची शक्यता असते .



२०.२ पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न :

पुढील विधाने सत्य की असत्य ते लिहा .

- १ . पुन्हा पुन्हा चुका करून उद्योजकाने शिकावयाचे असते .
- २ . ज्याच्याकडे निर्णय घेण्याची कुवत नसते तो उद्योजक होऊ शकत नाही .
- ३ . आत्मविश्वास नसणे हे उद्योजकाच्या यशाचे गुपित आहे .
- ४ . उद्योजकाकडे योग्य वेळी निर्णय घेण्याची क्षमता असावी लागते .

२०.४ उद्योजकाची कार्ये :

उद्योजकाची काही प्रमुख कार्ये आहेत .

- १ . **उद्योग करताना संधी शोधणे** : व्यवसाय जगात अनेक संधी असतात . या संधी फॅशन अन्न, आधुनिकता, शिक्षण इ . संबंधीत असतात . सामान्य माणसाला त्या दिसत असतात . परंतु उद्योजक त्या अगोदर जाणतो . ह्यासाठी उद्योजकाला आपले डोळे, कान उघडे ठेवावे लागतात . कल्पनाशक्ती, सर्जनशिलता व प्रयोग करण्याची तयारी असावी लागते .
- २ . **कल्पना कृतीत आणणे** : आपली कल्पना कृतीत आणण्याची क्षमता उद्योजकाकडे असावी लागते . बाजारपेठेतील मागणीस योग्य ठरण्यासाठी तो आपली कल्पना उत्पादने व पद्धती ह्याच्या संदर्भातील माहिती गोळा करतो . गोळा केलेल्या माहितीच्या आधारे तो आपली उद्दिष्टे साधण्यासाठी कार्यवाही करतो .
- ३ . **क्षमता पडताळणी अभ्यास** : प्रस्तावीत वस्तू अगर सेवा बाजारपेठेत योग्य आहे किंवा नाही याचा तो अभ्यास करतो . अडचणींचा विचार करतो . व्यवसाय चालविण्यासाठी आवश्यक असणाऱ्या साधनांचा दर्जा, प्रमाण, किंमत व उपलब्धतेची पाहणी करतो . आवश्यक असणाऱ्या अशा सर्व गोष्टींच्या तयारीला व्यवसाय आराखडा किंवा उपक्रम अहवाल असे म्हणतात .

विभाग ६

व्यवसायाची निवड



टिपा



टिपा

- ४ . **साधन सामग्री गोळा करणे** : पैसे, यंत्रे, माल व कर्मचारी ह्यांची उद्योजकाला यशस्वीपणे व्यवसाय करण्यासाठी आवश्यक असते .
- ५ . **व्यवसायाची स्थापना करणे** : व्यवसायाची स्थापना करण्यासाठी उद्योजकाला कायदेशीर बाबी पूर्ण करण्याची आवश्यकता असू शकते . योग्य जागेची निवड करणे , आराखडा तयार करणे, यंत्रे जागेवर लावून घेणे, इतर कार्य करावी लागतात .
- ६ . **व्यवसायाचे व्यवस्थापन करणे** : व्यवसाय चालविणे हे उद्योजकाचे एक प्रमुख कर्तव्य आहे . कर्मचारी, साधनसामुग्री, वित्त, वस्तु व सेवांचे उत्पादन ह्या सर्व कार्याकडे लक्ष द्यावे लागते . आपले उत्पादन सेवा ह्यांचे पणन (विक्री) करताना केलेल्या गुंतवणूकीवरील नफा विचारात घ्यावा लागतो .
- ७ . **वाढ आणि विकास** : वृद्धी व विकास व्यवसायाला अपेक्षित यश मिळाल्यानंतर आधिक वरचे उद्दिष्ट शोधून व्यवसायाची वृद्धी (वाढ) व विकास ही कार्ये उद्योजकाने केली पाहिजेत .



२०.३ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

खालील दिलेल्यांसाठी तुमच्या शब्दात दोन वाक्य लिहा .

- १ . क्षमता पडताळणी
- २ . साधन सामग्री जमविणे .

२०.५ छोट्या प्रमाणावरील व्यवसाय सुरू करणे :



उद्योजकता म्हणजे काय ? यशस्वी उद्योजकाचे गुण ह्याचा तुम्ही अभ्यास केलात. व्यवसायासाठी उद्योजक नेमके काय करतो हे तुम्ही अभ्यासले. तुमचा जर का विश्वास असेल की तुमच्याकडे ते गुण आहेत व तुम्ही उद्योजकाची कार्ये करू शकता तर तुमचा व्यवसाय तुम्ही सुरू करू शकता. छोटा व्यवसाय सुरू करण्याच्या अगोदर कोणत्या गोष्टी कराव्या लागतात हे जाणून घेणे जरूरीचे आहे.

१. **छोटा व्यवसाय कोणास सुरू करता येतो :** कोणालाही छोटा व्यवसाय सुरू करता येतो. सध्या व्यवसाय करणारा किंवा नव्याने सुरुवात करणारा. व्यवसायाची पार्श्वभूमी असणारा किंवा नसणारा. शिक्षित किंवा अशिक्षित ग्रामिण मागासलेल्या किंवा शहरी भागातील.
२. **पैशाची / भांडवलाची व्यवस्था :** उद्योजकाला पैसे किती (भांडवल) व कोणत्या कालावधीसाठी लागतील ह्याचा अभ्यास करावा लागतो. उद्योजकाला यंत्र, इमारत, कच्चा माल घेणे, मंजूरी देणे इ. साठी पैसे आवश्यक असतात. कच्चा माल खरेदी, मजुरी, वेतन, भाडे, दुरध्वनी, वीज वील इ. साठी केलेल्या खर्चाला खेळते भांडवल असे म्हणतात. उद्योजकाला स्थिर व खेळत्या भांडवलासाठी योजना करावी लागते. स्वतःचे पैसे घालणे, बँक किंवा इतर संस्थांच्याकडून कर्ज घेणे या द्वारे भांडवल उभारता येते. तसेच मित्र, नातेवाईक यांच्याकडून पैसे उसने घेता येतात.
३. **व्यवसायाची निवड करणे :** कोणत्या प्रकारचा व्यवसाय सुरू करावयाचा हे निश्चित केले म्हणजे व्यवसाय करण्याची प्रक्रिया सुरू होते. बाजारातील मागणी प्रमाणे व्यवसाय संधी निवडता येते. सध्या उपमध्य असणाऱ्या किंवा नवीन उत्पादनाची तो निवड करू शकतो. सुरुवात करण्याअगोदर करावी लागणारी गुंतवणुक व मिळणारा नफा विचारात घेणे जरूरीचे असते. नफ्याचे प्रमाण व धोक्याची मोजदाद केल्यानंतर कोणता व्यवसाय करणे योग्य आहे हे उद्योजकाला ठरवावे लागते.
४. **व्यवसाय संघटनेची निवड :** अगोदरच्या पाठांमध्ये तुम्ही व्यवसाय संघटनांचा अभ्यास केला आहे. साधारणतः छोट्या व्यवसायासाठी व्यक्तीगत व्यापारी संस्था पसंत केली जाते.
५. **व्यवसायाचे ठिकाण निवडणे :** व्यवसायाचे ठिकाण निवडताना विशेष काळजी घेणे आवश्यक असते. उद्योजक स्वतःच्या जागेत किंवा जागा भाड्याने घेऊन व्यवसाय सुरू करू शकतो. व्यवसाय बाजाराच्या ठिकाणी व्यापारी संकुलामध्ये किंवा औद्योगिक वसाहतीत असू शकतो. व्यवसायाचे ठिकाण निवडताना कच्चा मालाचा पुरवठा, बाजारपेठेशी सानिध्य रोजगाराची उपलब्धता, वाहतुक बँका व दळणवळणाच्या सुविधा इ. गोष्टींचा विचार उद्योजकाने केला पाहिजे कारखान्यांचे ठिकाण प्राधान्याने कच्चा मालाच्या जवळ व रेल्वे व रस्ते वाहतुक उपलब्ध आहे, अशाच ठिकाणी असावे. किरकोळ व्यापार निवासी वस्तीत किंवा बाजारपेठेत असावा.
६. **कामगारांची उपलब्धता:** उद्योजकाला एकट्याला व्यवसाय करता येत नाही. प्रशिक्षित, अर्थप्रशिक्षित कामगारांची उत्पादन करणाऱ्या उद्योगास आवश्यकता असते. आपल्या



टिपा



टिपा

कार्यासाठी योग्य कर्मचारी उपलब्ध आहे का ? हे उद्योजकाने पाहीले पाहीजे . व्यवसाय करण्याची इच्छा, आवश्यक गुण, कष्ट करण्याची क्षमता व धोका पत्करण्याची तयारी ह्या गोष्टी यशस्वी उद्योजकासाठी आवश्यक असतात .



२०.४ पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्न :

अ . पुढील विधाने सत्य कि असत्य ते लिहा .

- १ . फक्त श्रीमंत व्यक्ती व्यवसाय सुरू करू शकतात .
- २ . छोटा व्यवसाय स्वतःच्या किंवा भाड्याच्या जागेत सुरू करता येतो .
- ३ . ग्राहकांच्या राहणाच्या ठिकाणापासून वस्तुचा व्यवसाय दूर असावा .
- ४ . छोट्या व्यवसायाला खेळते भांडवल लागत नाही .
- ५ . वस्तु बाजारपेठेत आणताना विक्रय वृद्धीच्या तंत्राचा वापर करावा .

ब . योग्य पर्याय निवडा .

- १ . खालीलपैकी कोणते उद्योजकाचे महत्त्व नाही . . .
 - अ . लोकांना रोजगार पुरविणे .
 - ब . संशोधन विकासात सहभाग
 - क . राष्ट्रीय संपत्ती निर्माण करणे .
 - ड . स्वतःची कार्यक्षमता वाढविणे .
- २ . उद्योजकाचा कोणता गुण महत्त्वाचा आहे .
 - अ . पुढाकार
 - ब . अनुभव
 - क . आत्मविश्वास
 - ड . निर्णय घेण्याची क्षमता .
- ३ . खालीलपैकी कोणते उद्योजकाचे कार्य नाही . . .
 - अ . कल्पना कृतीत आणणे .
 - ब . क्षमता पडताळणी
 - क . साधनसामग्री
 - ड . व्यवसाय संपुष्टात आणणे .
- ४ . व्यवसाय कोण चालवितो .
 - अ . फक्त शिक्षित व्यक्ती
 - ब . फक्त अशिक्षित व्यक्ती
 - क . फक्त श्रीमंत व्यक्ती
 - ड . कोणतीही व्यक्ती

उद्योजकता

५. व्यवसायाची निवड करताना उद्योजकाने खालीलपैकी कोणती गोष्ट लक्षात ठेवावी .
- नफ्याची क्षमता .
 - धोका पत्करण्याची तयारी
 - नफा
 - सर्व गोष्टी



तुम्ही काय शिकलात :

- व्यवसाय संधी शोधण्याच्या कार्यात सर्जनशील व कल्पक असणारी व्यक्ती उद्योजक असते . त्याची पात्रता, धोका पत्करण्याची तयारी व्यवसाय चालविताना आवश्यक असते . तसेच उद्योजकाने व्यवसायाचे कार्य करताना स्वतःचा विचार न करता समाजातील व्यक्तींना रोजगार उपलब्ध करून दिला पाहिजे .
- उद्योजकतेमध्ये विविध पद्धती व कौशल्यांचा समावेश होतो की जी सतत वृद्धी व श्रेष्ठता ह्यांची नावीन्य प्रगतीशीलता व धोका पत्करण्याची द्वारे आसे धरते .
- विकास व आर्थिक प्रगतीसाठी प्रत्येक राष्ट्राला उद्योजकांची गरज असते .
- उद्योजकाचे गुण उदा . पुढाकार, व्यवसायातील इच्छा व धोका पत्करण्याची तयारी, अनुभवातून शिकण्याचे कौशल्य, स्वतःची प्रेरणा, आत्मविश्वास, निर्णय घेण्याची क्षमता इ. उद्योजकाकडे गुण असावे लागतात .
- उद्योजकांनी उद्योग करताना व्यावसायिक संधी ओळखणे गरजेचे असते . कल्पना कृतीत आणणे क्षमता पडताळणी अभ्यास, साधनसामुग्रीची व्यवस्था, वाढ व विकास, व्यवस्थापन करणे इ .
- कोणतीही शिक्षित किंवा अशिक्षित व्यवसाय करणाऱ्या कुटुंबातील किंवा अन्य ग्रामीण किंवा शहरी व्यक्ती स्वतःचा छोटा व्यवसाय सुरू करू शकते .
- व्यवसायासाठी लागणारे पैसे उसने किंवा स्वतःचे आणता येतात .
- यशस्वीपणे छोटा व्यवसाय करण्यासाठी एखादे किंवा काही उत्पादने मागणीनुसार बाजारपेठेत पुरविणे .



संकीर्ण प्रश्न संग्रह :

- उद्योजकता ही संज्ञा स्पष्ट करा .
- उद्योजकाची तीन वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा .
- उद्योजक असण्याचे महत्त्व सांगा .

विभाग ६

व्यवसायाची निवड



टिपा

विभाग ६

व्यवसायाची निवड



टिपा

उद्योजकता

४. यशस्वी उद्योजकाच्या कोणत्याही तीन गुणांचे वर्णन करा.
५. प्रेरणा यशाची किल्ली आहे हे स्पष्ट करा.
६. उद्योजकाची विविध कार्ये स्पष्ट करा.
७. बॉलपेनचे उत्पादन करण्यासाठी छोटा व्यवसाय सुरू करण्यासाठी तुम्ही कोणत्या गोष्टी विचारात घ्याल.



पाठ्यपुस्तकावर आधारीत प्रश्नांची उत्तरे :

२०.१

- | | | |
|----------|----------|---------|
| १. सत्य | २. असत्य | ३. सत्य |
| ४. असत्य | ५. सत्य | ६. सत्य |

२०.२

- | | |
|----------|---------|
| १. असत्य | २. सत्य |
| ३. असत्य | ४. सत्य |

२०.३

स्वतःचे उत्तर लिहा.

२०.४

- | | | | | | |
|----|----------|---------|----------|------|------|
| अ. | १. असत्य | २. सत्य | ३. असत्य | | |
| | ४. असत्य | ५. सत्य | | | |
| ब. | १. ड | २. अ | ३. ड | ४. ड | ५. ड |

तुमच्यासाठी कृती :

- आपल्या जवळच्या लहान प्रमाणावरील उद्योगाला भेट द्या. आणि त्यांच्या कार्याचे निरीक्षण करा.
- तुम्ही राहत असलेल्या वस्तीमध्ये उद्योजकाची भेट घेवून त्यांच्याशी व्यवसायातील यशाची गुपीते कोणती आहेत याबद्दल चर्चा करून अहवाल तयार करा.

विभाग ७

प्रात्यक्षिक कार्य व प्रकल्प

प्रत्येक अध्ययनकर्त्यानी स्वयंरोजगारासाठी व वेतन रोजगारासाठी फिल्डवर्क केले पाहिजे . आपल्या कामामध्ये कौशल्य निर्माण करण्यासाठी पुढील प्रात्यक्षिक कार्य व प्रकल्प कार्य करणे जरूरीचे आहे या प्रकरणातून अध्ययनकर्त्यांना माहिती मिळण्यास मदत होईल .

Success Stories



Kavya Madhavan

Enrolment No. 090008103065

Kavya Madhavan is a highly acclaimed actress in the Malayalam film world. Making her debut as a child artiste, Kavya quickly managed to find a place in the hearts of Malayalees. However, all this was at the cost of dropping out of school at the Secondary level. Like many others, she too nurtured a dream of acquiring a college degree. Motivated to join the National Institute of Open Schooling (NIOS), Kavya Madhavan appeared for the Senior secondary level examination in Malayalam medium and emerged successful. But this was not achieved easily, she says.

Thanks to the Open Schooling system, Kavya Madhavan has now registered for B.Com in M.G. University, Kottayam, Kerala.



Ganesh

Enrolment No. Secondary Course: 25001292005

Senior Secondary Course: 250012103570

Ganesh has cleared the Secondary course of NIOS with first division and has now appeared in 4 subjects of Senior Secondary course. What differentiates Ganesh from other students is that he is suffering from a non-healing ulcer of bone infection. There is no treatment for his ailment; his lower part below the belt has not grown. The puss leaks from his body continuously. He cannot move, and even has no sensation in the lower part of his body. He has to be carried to be moved from one place to another.

However, support from his family members and the Chief Commissioner of Disabilities facilitated his enrolment as a student under Sarva Shiksha Abhiyan as a private candidate, thereby enabling him to clear Class 5 and Class 8. It was at this point that NIOS came to his rescue by providing the flexibility of studying at his own pace through credit accumulation. He could also study subjects of his own choice and was further allowed to appear for the examination in his house. UT Chandigarh continued to support him by providing him with the facility of tutors, who taught him Maths and Science.

With a keen interest in religion, he has read about the various *Puranas*, *Ramayana* etc., from which he has derived a lot of internal strength.

Ganesh is certainly determined to study further and wishes to pursue a course in Computer Science after clearing his Senior Secondary course from the NIOS.



21

प्रकल्प कार्य

प्रात्यक्षिक कार्य (व्यवसाय अध्ययन या विषयाशी निगडीत प्रात्यक्षिक कार्य)

व्यावसायिक जीवन अर्थपूर्ण होण्यासाठी ज्ञान, आकलन, कौशल्य व उपयोजनाची गरज असते. प्रकल्प कार्यातून विद्यार्थ्यांना वरील कौशल्य प्राप्त करता येतील.

प्रकल्प :

- तुमच्या सभोवताली जवळपास असलेल्या उदरनिर्वाहासाठी, उपजिविकेसाठी काम करणाऱ्या पाच व्यक्ती शोधा. व त्यांच्या उद्योगधंद्याचे व्यवसाय धंदा व रोजगार या प्रमाणे वर्गीकरण करा.

नमुना तक्ता खालीलप्रमाणे

अ.नं.	नाव आणि पत्ता (व्यावसायिकाचे)	वस्तु व सेवा यांचे नाव	व्यवसाय / धंदा / रोजगार
१.			
२.			
३.			
४.			
५.			

(व्यवसाय / धंदा / रोजगार) या तीन आर्थिक कार्याची खालील मुद्याप्रमाणे तुलना करा.

अ.नं.	मुद्दे	व्यवसाय	धंदा	रोजगार
१.	व्याख्या			
२.	कोणाद्वारे चालविला जातो.			
३.	नियमावली			
४.	अटी व शर्ती / तरतुदी			
५.	फायदे (परतावा)			
६.	धोके			



२. पाच दुकानदार किंवा व्यावसायिक यांना भेट द्या व खालील मुद्याचा शोध घ्या .
- अ. तो दुकानदार / व्यावसायिक व्यापार करित असलेला माल किंवा सेवा .
- ब. त्याच्याकडे असलेली साधने उदा . जमीन, श्रम भांडवल इ .
- क. नफा मिळविण्यासाठी येणारे धोके, जोखीम, अनिश्चितता /व्यवसायात असणारे धोके .

खालील तक्त्यानुसार अहवाल तयार करा .

अ. न.	व्यावसायीकाचे नाव व पत्ता	व्यापार करित असलेल्या मालाचे किंवा वस्तुचे नाव	साधनांचा वापर			व्यवसायातील धोके / अनिश्चितता
			जमीन स्के . फुट	कामगारांची संख्या	भांडवल रू .	
१.						
२.						
३.						
४.						
५.						

३. भारतातील आयात आणि निर्यात बद्दलची महत्त्वाची माहिती जसे वर्तमानपत्र, पुस्तके, मासिके यातून गोळा करा . आणि त्यातून आपल्या देशातील विदेशी व्यापार करणारी कमीतकमी पाच बंदराची माहिती खाली दिलेल्या नमुन्यात आपला अहवाल तयार करा

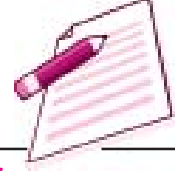
आयात वस्तू

अ. नं.	वस्तूचे नाव	आयात करणाऱ्या संस्थेचे नाव	कोणत्या देशातून वस्तु आयात केली	बंदराचे नाव
१.				
२.				
३.				
४.				
५.				

निर्यात वस्तू

अ. नं.	वस्तूचे नाव	आयात करणाऱ्या संस्थेचे नाव	कोणत्या देशातून वस्तु निर्यात केली	बंदराचे नाव
१.				
२.				
३.				
४.				
५.				

४. आपल्या वस्तीमध्ये असलेल्या दुकानदाराकडून किंवा कोणत्याही दुसऱ्या व्यावसायिकाकडून व्यवसाय चालविण्याची त्यांची उद्दिष्टे कोणती ते शोधा . आपण शिकलेल्या या धड्यातील निरनिराळ्या प्रकारच्या उद्दिष्टांच्या आधारे त्या उद्दिष्टांचे वर्गीकरण करा .



अ.न.	व्यावसायिकाचे दुकानदाराचे नाव व पत्ता	उद्देश	उदिष्टाचे प्रकार (आर्थिक मानवी सामाजिक राष्ट्रीय जागतिक)
१			
२			
३			
४			
५			

- ५ . आपल्या स्थानीक भागातील कुठलेही पाच व्यवसाय शोधून काढा . त्यांचे वर्गीकरण 'उद्योग' किंवा 'वाणिज्य' यामध्ये करा . त्यानंतर उद्योगांमध्ये ते प्राथमिक उद्योग, दुय्यम उद्योग किंवा सेवा उद्योग आहेत का ते सांगा .

खालील तक्त्यानुसार अहवाल तयार करा .

अ.न.	व्यावसायिकाचे नाव व पत्ता	व्यवसायाचे स्वरूप	उद्योग किंवा वाणिज्य	उद्योगाच प्रकार (जर उद्योग असेल तर)
१				
२				
३				
४				
५				

- ६ . तुमच्या जवळच्या बाजारपेठेतील पाच दुकानांची पाहणी करून एक व्यक्ती मालक असलेल्या किमान चार व्यवसायांचा अभ्यास करा . व्यावसायिक कार्यात वाढ करण्यासाठी येणाऱ्या अडचणी तुमच्या वस्तीतील लहान दुकानदारांस विचारा .

खालील तक्त्यानुसार अहवाल तयार करा .

अ.न.	व्यावसायिकाचे नाव व पत्ता	दुकानात शिल्लक असलेल्या वस्तुंचा प्रकार व नाव	मालकी एकल / संयुक्त	एकल व्यापारी असेल तर विस्तारासाठी येणाऱ्या व्यावसायातील समस्या
१				
२				
३				
४				
५				

- ७ . रोजच्या वापरातील पाच पॅकबंद असलेल्या वस्तु गोळा करा . त्या वस्तुच्या उत्पादकांच्या नावाची यादी तयार करा . वस्तु उत्पादन करणाऱ्या कंपन्याचे खाजगी, सार्वजनिक याप्रमाणे वर्गीकरण करा . त्यापैकी कोणती बहुराष्ट्रीय कंपनी आहे ते खालील दिलेल्या तक्त्यानुसार आपला अहवाल तयार करा .



अ.नं.	पॅकींग असलेल्या वस्तुचे नाव	उत्पादन करणाऱ्या कंपनीचे नाव	कंपनीचा प्रकार खाजगी/सार्वजनिक	बहुराष्ट्रीय कंपनीला टिक करा .
१.				
२.				
३.				
४.				
५.				

८. तुमच्या जवळच्या परिसरातील बाजारास भेट द्या . तेथील पाच व्यापाऱ्यांना विचारा की ते वस्तुंची ने आण करण्यासाठी वाहतुकीचा कुठला प्रकार वापरतात आणि का आणि त्या प्रकारचे फायदे . तोटे विचारा ते खालील तक्त्याचा वापर करून आपला अहवाल तयार करा .

अ.नं.	संस्थेचे फर्मचे नाव	विक्री केलेल्या वस्तुचे नाव	वाहतुकीचा प्रकार	वाहतुकीचा फायदा	वाहतुकीचे तोटा
१.					
२.					
३.					
४.					
५.					

९. ज्या वस्तुचे पूर्णवर्षभर उत्पादन घेतले जाते आणि एका विशिष्ट काळात वापरले जाते अशा चार वस्तु आणि ज्या वस्तुंचे एका विशिष्ट काळात उत्पादन घेतले जाते आणि पूर्ण वर्षभर वापरले जाते अशा चार वस्तुंची यादी तयार करून अहवाल तयार करा .

वर्षभर उत्पादीत केलेल्या वस्तू

अ.नं.	वस्तूचे नाव	कोणत्या महिन्यात वस्तुचे उत्पादन केले	कोणत्या महिन्यात वस्तू वापरली
१.			
२.			
३.			
४.			
५.			

ठराविक हंगामात उत्पादीत केलेल्या वस्तु पण वर्षभर वापरातील वस्तू

अ.नं.	वस्तूचे नाव	कोणत्या महिन्यात वस्तुचे उत्पादन केले	कोणत्या महिन्यात वस्तू वापरली
१.			
२.			
३.			
४.			
५.			

वरील गुदामातील वस्तुंचा साठा व त्यांची गरज व महत्त्व याबद्दल चर्चा करा .

प्रकल्प कार्य

१०. तुमच्या परिसरातील पाच एकल व्यापाऱ्यास विचारा की तो त्याचा व्यवसाय भागीदारी व्यवसायात रूपांतरीत करू इच्छितो काय ? एकल व्यापाऱ्याने दिलेली कारणे नोंदवा . आपला अहवाल खाली दिलेल्या तक्त्यात तयार करा .

भागीदारी व्यवसाय करू इच्छिणाऱ्या व्यक्तींची नावे

अ.नं.	एकल व्यापारी संस्थेचे फर्मचे नाव	एकल व्यापाऱ्याचे नाव	रूपांतरीत करण्याची कारणे
१.			
२.			
३.			
४.			
५.			

भागीदारी व्यवसाय करू न इच्छिणाऱ्या एकल व्यापारी व्यक्तींची नावे

अ.नं.	एकल व्यापारी संस्थेचे फर्मचे नाव	एकल व्यापाऱ्याचे नाव	व्यवसाय रूपांतरीत का करू शकत नाही त्याची कारणे
१.			
२.			
३.			
४.			
५.			

११. तुमच्या वस्तीत (परिसरात) एखादी सहकारी संस्था आहे काय ? असेल तर तिच्या कार्यालयास भेट द्या व खालील माहिती मिळवा .
- अ. सहकारी संस्थेचा उद्देश काय आहे ?
- ब. सहकारी संस्थेचे सभासद कोण आहेत ?
- क. सहकारी संस्थेचे कार्य काय आहे ?
- ड. या सहकारी संस्थेस कार्य करीत असताना कोणत्या अडचणी भेडसावतात ?

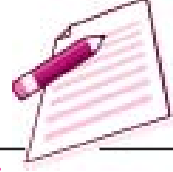
खालील तक्त्यानुसार अहवाल तयार करा .

अ.नं.	सहकारी संस्थेचे नाव	सहकारी संस्थेचा उद्देश	सभासदांची संख्या	सहकारी संस्थेचा मुख्य उद्देश	कार्य करीत असताना येणाऱ्या अडचणी
१.					
२.					
३.					
४.					
५.					

१२. तुमच्या परिसरात कोणकोणत्या बँका आहेत त्याचे सर्वेक्षण करा . आणि त्यांची कार्ये कोणती आहेत यावर चर्चा करा . खाली दिलेल्या तक्त्यानुसार व्यापारी बँकाची विविध कार्ये या संबंधी माहिती गोळा करा .

विभाग ७

प्रात्यक्षिक कार्य व प्रकल्प



टिपा

विभाग ७

प्रात्यक्षिक कार्य व प्रकल्प



टिपा

प्रकल्प कार्य

अ.नं.	वॅकेचे नाव	शाखा	मुख्य कार्य	वॅकेचा प्रकार राष्ट्रीयकृत/ खाजगी / सहकारी/ग्रामिण
१.				
२.				
३.				
४.				
५.				

१३. तुमच्या जवळच्या वॅकेच्या शाखेत जा आणि वेगवेगळी ठेव खाती उघडण्यासाठी काय करावे लागते. यासंबंधी माहिती गोळा करा व खालील दिलेल्या तक्त्यानुसार आपला अहवाल तयार करा.

अ.नं.	खात्याचे प्रकार	खाते उघडण्यासाठी किमान रक्कम	व्याजाचा दर	खाते संपण्याची मुदत / महीने इ.	योग्यता
१.					
२.					
३.					
४.					
५.					

१४. तुमच्या जवळच्या परिसरात पाच व्यावसायिक / व्यापाऱ्यांकडून जावून त्यांनी कोणत्या कंपनीचा विमा उतरविला आहे त्याची माहिती गोळा करा. त्याची सर्व माहिती जमा करून खालील दिलेल्या तक्त्यात माहिती भरा. त्या माहितीत विम्याचा प्रकार, विम्याचे फायदे, मिळणारी रक्कम या बद्दलची माहिती लिहा व तसा आपला अहवाल तयार करा.

अ.नं.	व्यापारी व्यावसायिकाचे नाव	विम्याच्या स्वरूपाचे नाव	विमा प्रकाराचे नाव	विमा कंपनीचे नाव
१.				
२.				
३.				
४.				
५.				

१५. उत्पादकांकडून विक्रीमधील वाढ करण्यासाठी कोणत्या योजना राबविल्या जातात त्याची माहिती वर्तमानपत्रातून आणि मासिकातून गोळा करा. आणि मेल ऑर्डर विझनेसचे फायदे/ तोटे यांचा अभ्यास करून खालील मुद्यानुसार आपला अहवाल तयार करा.

अ.नं.	जाहिरातदाराचे नाव व पत्ता	वस्तू	वॅन्ड	आदेश / ऑर्डर स्विकारण्याचा प्रकार (पत्र/फोन/एस.एम.एस. /ई मेल)
१.				
२.				
३.				
४.				
५.				

प्रकल्प कार्य

भेल ऑर्डर विझिनेसचे फायदे तोटे वरील प्रकारानुसार सांगा .

- १६ . दैनंदिन जीवनात तुम्ही वापरत असलेल्या वस्तु आणि सेवा यांची यादी करा . एक ग्राहक म्हणून वस्तु व सेवा खरेदी करताना तुम्हांला कोणती अडचण आली आहे का ग्राहकांचे विविध हक्क यांचा अभ्यास करा . तसा आपला अहवाल खालील तक्त्यात भरून द्या .

अ .नं .	वस्तु व सेवा यांची नावे	उत्पादकाचे नाव	ग्राहकांच्या अडचणी	ग्राहकांचे हक्क
१ .				
२ .				
३ .				
४ .				
५ .				

- १७ . भारतातील ज्या पाच कंपन्या परदेशी (विदेशी) कंपन्याच्या सोबत एकत्र काम करतात . तसेच त्यांच्या पासून मिळणाऱ्या फायद्यांचा खालील नमुन्यात तक्ता तयार करा .

अ .नं .	भारतीय कंपनीचे नाव	विदेशी / परदेशी कंपनीचे नाव	देशाचे नाव	वस्तुचे उत्पादन
१ .				
२ .				
३ .				
४ .				
५ .				

नमुन्यात दिलेल्या कंपनीप्रमाणे संयुक्तकाम (एकत्र) करणाऱ्या कंपनीचे फायदे सांगा .

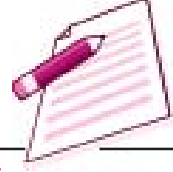
- १८ . वर्तमानपत्रे , मासिके आणि इतर व्यावसायिक संदर्भ यांचा वापर करून अशा पाच कंपन्या शोधा ओळखा की त्या सामाजिक जबाबदाऱ्यांचे ची बांधिलकी ठेवतात . आणि अशा पाच कंपन्या ओळखा की त्या सामाजिक जबाबदाऱ्यांची बांधिलकी ठेवू शकत नाही . तसा खालील तक्त्यानुसार आपला अहवाल तयार करा .

सामाजिक जबाबदारी असणाऱ्या कंपन्या

अ .नं .	कंपनीचे नाव	सामाजिक कृती असणारी कंपनी	सामाजिक जबाबदारीचे नाव
१ .			
२ .			
३ .			
४ .			
५ .			

विभाग ७

प्रात्यक्षिक कार्य व प्रकल्प



टिपा

विभाग ७

प्रात्यक्षिक कार्य व प्रकल्प



टिपा

प्रकल्प कार्य

सामाजिक जबाबदारी नसणाऱ्या कंपन्या

अ.नं.	कंपनीचे नाव	सामाजिक कृती नसणारी कंपनी	सामाजिक जबाबदारीचे नाव
१.			
२.			
३.			
४.			
५.			

१९. उत्पादकांकडून विक्रीमधील वाढ करण्यासाठी कोणत्या योजना राबविल्या जातात त्याची माहिती वर्तमानपत्रातून आणि मासिकातून गोळा करा. खालील तक्त्यानुसार आपला अहवाल तयार करा.

अ.नं.	उत्पादकाचेनाव	वस्तूचे नाव	पद्धत (योजना) (स्कीम)	विक्री वाढीसाठी योजना
१.				
२.				
३.				
४.				
५.				

२०. तक्त्यातील खालील दिलेल्या मुद्यानुसार कंपनीला (संस्थेला) वित्त पुरवठा कसा होतो याबद्दल तुलना करा.

अ.नं.	तुलनेचे मुद्दे	सामान्य भाग	कर्जरोखे	वॅकेकडून कर्ज	सार्वजनिक टेवी
१.					
२.					
३.					
४.					
५.					

अभ्यासक्रम

व्यवसाय अध्ययन

(माध्यमिक पाठ्यक्रम)

१. सुज्ञास .

आपण सर्व विशाल आणि गुंतागुंतीच्या वातावरणात राहत आहोत . जरी आपण गरीब किंवा श्रीमंत असलो तरी आपल्या सभोवतालच्या व्यावसायिक कार्यक्रमातून आपल्या प्राथमिक गरजा पूर्ण होत आहेत . आपण गतकाळातील व्यवसायाचे प्रकार आणि चालिरिती आठवू . त्यांची आजच्या चालीरितीशी तुलना केली पाहिजे . आजचा व्यावसायिक कार्यक्रम सर्वात वेगाने बदलत आहे . कारण शास्त्र आणि तंत्रज्ञानाची प्रगती आणि संभाषणाच्या उत्तम पद्धती आधुनिक उत्पादनाच्या आणि वितरणाच्या पद्धतीमुळे आजचे व्यावसायिक जग आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठ बनली आहे . वस्तु आणि सेवा एका देशामध्ये उत्पादित होऊन त्या सहजगत्या दुसऱ्या देशातही उपलब्ध होतात . शास्त्रीय व्यवस्थापन , प्रगत माहिती आणि संभाषण तंत्रज्ञानाचा उपयोग सहजरित्या उपलब्ध वित्त आणि विमा , गुंतागुंतीच्या व्यावसायिक कार्यक्रमातून सुटकेची तरतुद करते . त्याचप्रमाणे काळाची गरज आमच्या विद्यार्थ्यांना यामध्ये लक्ष घालण्यासाठी समर्थ करते . आणि आधुनिक व्यवसाय पर्यावरणाच्या परस्पर प्रक्रीयेमुळे त्यांच्या दैनंदिन जीवनावर परिणाम करते . काही प्राथमिक ज्ञान जगाच्या व्यवसायाविषयी ओळख करून देते . व्यवसाय अभ्यासक्रमातील अभ्यासक्रम माध्यमिक स्तरावर खूपच उपयोगाचा आहे .

२. उद्दिष्ट्ये :

माध्यमिक स्तरावर व्यवसाय शिक्षणाची उद्दिष्ट्ये विद्यार्थ्यांना खालील माहिती देतात .

- १ . व्यावसायिक कार्यक्रमाचे स्वरूप आणि क्षेत्र तसेच वेगवेगळ्या व्यावसायिक संस्थांची रचना समजावून घेणे .
- २ . व्यवसाय संघटन प्रकाराच्या माध्यमातून उद्योग व वाणिज्य आणि व्यवसायाचे वर्गीकरण करणे .
- ३ . विमा क्षेत्र, बँकिंग क्षेत्र, संदेशवहन, वाहतुक, गुदामे इ . विविध साधनांतून व्यवसायाची गरज महत्त्व स्पष्ट करणे .
- ४ . व्यावसायिक जगाची माहिती बी .पी .ओ . के .पी .ओ . इ . सेवा क्षेत्रातून व्यवसायाच्या विकासाचे वर्णन करणे .
- ५ . वस्तु वाटपाची साखळी किरकोळ व्यापाऱ्याच्या प्रकारातून स्पष्ट करणे .
- ६ . उपभोक्त्याचे (ग्राहकाचे) हक्क, जबाबदाऱ्या, ग्राहक संरक्षण यांचे महत्व समजावून घेणे .
- ७ . जाहिरात, वैयक्तिक विक्री, यातून व्यवसायाची गरज महत्त्व, उपयुक्तता समजावून घेणे .
- ८ . त्यांची व्यवसायातील कारकिर्द, रोजगार तसेच स्वयंरोजगार ओळखून त्याचे महत्व समजावून घेणे .
- ९ . प्रकल्प कार्यातून व्यावसायिकाचे कौशल्य विकसित करणे .

३ . अभ्यासक्रम साचा :

व्यवसाय अभ्यासाचा अभ्यासक्रम एकूण ७ विभागात विभागला आहे .

साचा	शिर्षक	गुण	तासिका
१	व्यवसायची ओळख	१२	२५
२	व्यवसाय संघटनांचे प्रकार	१५	३५
३	सेवा क्षेत्र विभाग	२५	४५
४	खरेदी विक्री आणि वाटप	२०	४५
५	ग्राहक जागृती	१६	३५
६	व्यवसायातून रोजगाराची संधी	१२	२५
७	प्रकल्प कार्य	-	३०
	एकूण	१००	२४०

४ . तपासणी / परीक्षण :

या विषयाच्या तपासणीची पद्धती अंतर्गत तपासणी, नेमून दिलेला कामासाठी खाजगी शिक्षकांचे गुण (टी.एम.ए.) आणि लेखी परीक्षा व प्रयोग परीक्षा आहे . परीक्षा वर्षातून दोनदा घेता येते . हे शिक्षक विद्यार्थ्यांना परीक्षेसाठी व अभ्यासासाठी, तयारीसाठी मदत करतात . (टि.एम.ए.)चे मार्क मार्कशीटमध्ये दाखविले जातात . पण हे अंतर्गत मार्क एकूण मार्कामध्ये धरले जात नाही . प्रकल्प कार्य हे सर्व अध्ययनकर्त्यांना आवश्यक आहे . व्यावसायिक कार्यावर प्रात्यक्षिक कार्य अवलंबून आहे . परीक्षण हे दोन स्तरावर केले जाणार आहे . याखेरीज पाठ्यपुस्तकावर आधारित प्रश्न व संकीर्ण प्रश्नसंग्रह दिलेले आहेत .

५ . अभ्यासक्रम :

५ .१ व्यवसायाची ओळख : १२ गुण २५ तास

आपण व्यावसायिक पर्यावरणात राहतो . तो मानवी समाजाचा एक अपरिहार्य भाग आहे . तो आपल्या गरजा विविध वस्तु आणि सेवा व्यवसाय कार्यक्रमाच्या मोठ्या जाळयामार्फत तरतुद करून भागवितो ह्या साच्याची रचना शिकणाऱ्यांना जगाच्या व्यवसायाची माहिती करून देणे याचे महत्त्व आणि उद्देश ओळखून त्याचप्रमाणे समाजावद्दलच्या जबाबदाऱ्या ओळखून समर्थ बनविणे हा आहे .

५ .१ .१ व्यवसायाची ओळख :

- व्यवसायाचे स्वरूप व व्याप्ती
- मानवी कार्य : आर्थिक कार्य आणि आर्थिकेतर कार्य

- आर्थिक कार्य : व्यवसाय, धंदा, रोजगार
- व्यवसाय : अर्थ, वैशिष्ट्ये, उत्क्रांती आणि आर्थिक उद्देश, सामाजिक, मानवी, राष्ट्रीय, जागतिक उद्देश .
- व्यवसायातील सामाजिक जबाबदाऱ्या : संकल्पना, व्यवसायातील इतर जबाबदाऱ्या
- पर्यावरणीय प्रदुषणावद्दल व्यवसायाची भूमिका

५.१.२ वाणिज्य आणि उद्योग :

- व्यवसायाचे कार्यावर आधारित वर्गीकरण : उद्योग आणि वाणिज्य
- उद्योगाचे प्रकार
- वाणिज्य व्यापार आणि व्यापारास लागणारी अनुषंगिक साधने
- यंत्रयुगातील वाणिज्य इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स : अर्थ आणि फायदे

५.२ व्यवसाय संघटनाचे प्रकार

१५ गुण

३५ तास

सहभाग

व्यवसायाचे स्वरूप, मालकी आणि व्यवस्थापकीय गरजा यानुसार व्यवसायाची विशिष्ट रचना असते. व्यवसाय संघटनेच्या प्रकारात व्यक्तीगत व्यापारी संस्था, भागीदारी संस्था अविभक्त हिंदु कुटुंब पद्धती आणि संयुक्त भांडवली संस्था येतात.

५.२.१ एकलव्यापारी व्यवसाय, भागीदारी, अविभक्त हिंदु कुटुंब पद्धती

- एकल व्यापारी व्यवसाय : अर्थ, वैशिष्ट्ये, फायदे आणि तोटे
- भागीदारी संस्था : अर्थ, वैशिष्ट्ये, फायदे आणि तोटे मर्यादित जबाबदारी असणाऱ्या भागीदारी संस्था
- अविभक्त हिंदु कुटुंब पद्धती : अर्थ, वैशिष्ट्ये, फायदे आणि तोटे

५.२.२ सहकारी संस्था आणि संयुक्त भांडवली संस्था

- सहकारी संस्था : अर्थ, सहकारी संस्थेचे प्रकार
- सहकारी संस्था : वैशिष्ट्ये, फायदे आणि तोटे
- संयुक्त भांडवली संस्था : अर्थ, वैशिष्ट्ये, प्रकार - सार्वजनिक मर्यादित कंपनी, खाजगी मर्यादित कंपनी, सरकारी कंपनी, बहुराष्ट्रीय कंपनी

सध्याचा व्यवसाय गुंतागुंतीचा आणि संवेदनक्षम बनलेला आहे. त्याचे यश मोठ्या प्रमाणात विविध सेवा कार्यक्रम जसे वाहतूक, गोदाम संदेशवहन, पोस्टल, बँकिंग, विमा, वी.पी.ओ. इ. यावर अवलंबून आहे. याने व्यवसायाचे जागतिकीकरण होण्यास मदत होत आहे.

५.३.१ वाहतूक सेवा :

- वाहतूक : अर्थ, महत्त्व
- वाहतूकीची साधने : रेल्वे, रस्ते, समुद्र आणि हवाई वाहतूक वैशिष्टे, फायदे, तोटे

५.३.२ गोदाम (संग्रहण) सेवा :

- अर्थ आणि गोदामाची गरज
- गोदामाचे प्रकार
- आदर्श गोदामाची वैशिष्टे
- गोदामाची कार्ये
- गोदामाचे फायदे

५.३.३ संदेशवहन (संभाषण) सेवा :

- अर्थ आणि महत्त्व
- संदेशवहनाचे प्रकार : शब्दात्मक आणि क्रियात्मक (मौखिक आणि अमौखिक)
- संदेशवहनाची साधने : पत्र, दूरध्वनी, तारायंत्र, टेलीप्रिंटर, फॅक्स, इंटरनेट, टेलिकॉन्फरन्सिंग
- संदेशवहनाचे अडथळे

५.३.४ पोस्टल आणि कुरियर सेवा :

- टपाल सेवा अर्थ व स्वरूप
- टपाल कचेऱ्यांमध्ये मिळणाऱ्या सेवा
- विशेष टपाल सेवा
- टपाल सेवेचे दर
- टपाल सेवेचे महत्त्व
- खाजगी टपाल सेवा

५.३.५ बँकिंग सेवा

- अर्थ आणि बँकेची भूमिका
- बँकांचे प्रकार
- व्यापारी बँकाची कार्ये
- केंद्रीय बँक (मध्यवर्ती बँक)
- बँक ठेव खाती प्रकार
- बचत बँक खाते उघडणे, चालविणे
- ई बँकिंग

५.३.६ विमा

- व्यावसायिक धोका
- विम्याचे महत्त्व आणि संकल्पना
- विम्याचे प्रकार - जीवन विमा, सर्वसाधारण - अग्नी, सागरी आणि इतर प्रकार
- विम्याचे तत्त्वे

५.३.७ आऊटसोर्सिंग

- बी.पी.ओ. - अर्थ महत्त्व
- के.पी.ओ. - अर्थ महत्त्व

५.४ खरेदी, विक्री वितरण

२० गुण

४५ तास

सध्याच्या व्यवसाय जगतात बाजारामध्ये विक्री आणि वितरणाच्या परीणामकारक पद्धतीच्या वापरामुळे मोठ्या प्रमाणात उत्पादन करणे भाग पडते. आधुनिक तंत्रज्ञानाने विक्री आणि वितरण तंत्रामध्ये फार मोठा बदल झाला. आणि आजचे व्यावसायिक जग हे आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठ बनले. वस्तु आणि सेवा आता एका देशामध्ये उत्पादित होऊन सहजगत्या दुसऱ्या देशामध्ये उपलब्ध होतात. ह्या पाठांची रचना व्यवसाय जगतातील आधुनिक दिवसामध्ये वस्तु खरेदी, विक्री वितरण प्रक्रियेबाबत शिकणाऱ्यांची समज वाढवण्यासाठी केली आहे.

५.४.१ खरेदी आणि विक्री

- खरेदी आणि विक्रीची संकल्पना
- प्रकार : रोख, उधार
- खरेदी विक्रीच्या प्रक्रियेत वापरले जाणारे कागदपत्र निविदा, मागणी, बीजक, नावेपत्र, जमापत्र
- पैसे देण्याच्या पद्धती : रोखीचा व्यवहार, हप्तेबंद पद्धत, उधारीच्या विक्री पद्धती

५.४.२ वितरणाची साखळी :

- वितरणाच्या साखळीची संकल्पना
- वितरणाची प्रत्यक्ष आणि अप्रत्यक्ष साखळी
- वितरणाच्या प्रक्रियेतील घाऊक आणि किरकोळ व्यापाऱ्यांची भूमिका

५.४.३ किरकोळ व्यापार :

- किरकोळ व्यापारी प्रकार : लहान प्रमाणातील, मोठ्या प्रमाणातील
- मोठ्या प्रमाणावरील किरकोळ व्यापार : विविध भांडार (एकछती दुकाने), सुपर बाजार, बहुशाखीय दुकाने (साखळी दुकाने), मॉल्स, बाह्यदुकाने (आऊटलेट्स).
- दुकान नसलेला किरकोळ व्यापार : मेलऑर्डर विझनेस, टेलीशॉपिंग,ऑटोमेटेड व्हेंडिंग मशीन, इंटरनेटद्वारा विक्री

५.४.४ जाहीरात

- जाहीरात : अर्थ व महत्त्व
- जाहीरातीची माध्यमे

५.४.५ विक्रीवाढ आणि वैयक्तिक विक्री :

- विक्री वाढ : अर्थ व महत्त्व
- विक्रीत वाढ होण्याची साधने
- वैयक्तिक विक्री : अर्थ व महत्त्व
- यशस्वी विक्रेत्याचे गुण

५.५ उपभोक्ता

१६ गुण

३५ तास

प्रत्येक व्यवसायाचे मुख्य उद्दिष्ट उपभोक्त्याचे (ग्राहकाचे) समाधान हेच असते. तथापी रोजच्या सरावामध्ये व्यवसायीकाकडून निरनिराळ्या मार्गाने उपभोक्ता वारंवार लुबाडला जातो. काही वेळेस कमी दर्जाचा माल पुरवून जास्त किंमत आकारली जाते. उपभोक्त्याला (ग्राहकाला) आपले हक्क आणि जबाबदाऱ्या माहित नसल्यामुळे असे घडते. या धड्याची रचना शिकणारांना त्याचे हक्क जबाबदाऱ्या तसेच कायद्याच्या निरनिराळ्या तरतुदीखाली असलेले संरक्षण याची समज वाढवून प्रगती करण्यासाठी केलेली आहे.

५.५.१ उपभोक्ता (ग्राहक) : हक्क (अधिकार) जबाबदाऱ्या (कर्तव्ये)

- उपभोक्ता अर्थ
- उपभोक्त्याचे हक्क
- उपभोक्त्याच्या जबाबदाऱ्या

५.५.२ उपभोक्ता (ग्राहक) संरक्षण :

- अर्थ आणि गरज
- उपभोक्त्याला तोंड द्याव्या लागणाऱ्या अडचणी
- उपभोक्ता संरक्षण मंच
- उपभोक्त्याला कायदेशीर संरक्षण
- उपभोक्त्याने दाद मागण्याचे मार्ग

५.६ व्यवसायामधील कारकिर्दीच्या संधी

१२ मार्क

२५ तास

आपणा सर्वना आयुष्यात आपल्या उपजिविकेसाठीचे क्षेत्र निवडावे लागते. आपल्या आयुष्यातील हा एक महत्त्वाचा दृष्टिकोन आहे. व्यवसायाचे क्षेत्र मोठ्या प्रमाणात प्रवेशाचे मार्ग उपलब्ध करतात. त्यामध्ये स्वयंरोजगार व वेतन रोजगार यांचा समावेश होतो. आजच्या परिस्थितीत स्वयंरोजगार व वेतन रोजगार यांचा समावेश होतो. आजच्या परिस्थितीत स्वयंरोजगार हा उत्तम मार्ग आहे. कारण आपल्या देशात बेरोजगारीचे प्रमाण जास्त आहे. स्वतःचा व्यवसाय स्वतः आनंद निर्माण करू शकतो. या धडयामध्ये व्यवसायाच्या उपलब्ध संधीची माहिती दिलेली आहे.

५.६.१ व्यवसायाची निवड :

- व्यवसायाची संकल्पना आणि महत्त्व
- व्यवसायातील उन्नतीचे मार्ग
- स्वयंरोजगाराचे महत्त्व
- रोजगारासाठी आवश्यक असणारे कौशल्य

५.६.२ उद्योजकता :

- उद्योजकता अर्थ (संकल्पना) महत्त्व
- यशस्वी उद्योजकाचे गुण
- उद्योजकाची कार्ये
- छोट्या प्रमाणावरील व्यवसाय (उद्योग) सुरू करणे.

५.७ प्रात्यक्षिक प्रकल्प कार्य (काम)

- व्यवसाय अध्ययन विषयातील प्रात्यक्षिक कार्य

व्यवसाय अध्ययन विषय शिकणाऱ्यानी वेतन रोजगार व स्वयंरोजगार या संदर्भात माहिती घेवून प्रकल्प कार्य केले पाहिजे. मुलाखत, प्रश्नावली यांचा आधार घेवून प्रकल्प तयार करून आपल्यात कौशल्य, प्रगती साध्य केली पाहिजे. तसेच रोजगार निर्माण केला पाहिजे. आपल्या जीवनात अर्थपूर्ण आनंद निर्माण करण्यासाठी, कौशल्यात वाढ करण्यासाठी, व्यवसायाची, धंद्याची माहिती मिळविण्यासाठी, विविध वाजूने प्रयत्न केले पाहिजे. "सुखी जीवन हाच यशाचा मार्ग आहे."

" नमुना प्रश्नपत्रिका "

व्यवसाय अध्ययन

(माध्यमिक पाठ्यक्रम)

२०१२ - २०१३ या वर्षापासून व्यवसाय अध्ययन या विषयाचा अभ्यासक्रम बदलला आहे . हे तुम्हाला माहीती आहेच . नवीन अभ्यासक्रमासाठी नवीन पुस्तक आहे . परीक्षा पद्धती व प्रश्नपत्रिका स्वरूप यात काही बदल केले आहेत . प्रश्नपत्रिकेचे स्वरूप, आराखडा, नमुना प्रश्नपत्रिका, गुणदान पद्धती हे तुम्हास या नमुना प्रश्नपत्रिकेत मिळेल . प्रश्नप्रकार, प्रश्नसंख्या, एकूण प्रश्न, प्रत्येक प्रश्नास असलेले गुण, प्रत्येक प्रश्नप्रकारानुसार गुण विभागणी इ . वावत नमुना प्रश्नपत्रिकेत मार्गदर्शन मिळेल .

अंतिम परीक्षेच्या प्रश्नपत्रिकेप्रमाणे प्रश्नसंख्या व प्रश्नप्रकार ह्या नमुना प्रश्नपत्रिकेत दिलेले आहेत .

उदा .

- १ . संभाव्य पर्यायातून योग्य पर्याय निवडा असे १० प्रश्न प्रत्येक प्रश्नास १ गुण आहे .
- २ . ५ प्रश्न अति संक्षिप्त उत्तरे द्या . प्रत्येकी ३ गुण .
- ३ . ५ प्रश्न लघुत्तरी उत्तरे द्या . प्रत्येकी ४ गुण .
- ४ . ५ प्रश्न दीर्घोत्तरी उत्तरे द्या . प्रत्येकी ५ गुण .
- ५ . ५ प्रश्न अति दीर्घोत्तरी उत्तरे द्या . प्रत्येकी ६ गुण .

म्हणजेच तुम्हास एकूण सर्व ३० प्रश्न १०० गुणांसाठी सोडवावे लागतील .

या नमुना प्रश्न पत्रिकेतील गुणदान पद्धतीमध्ये प्रत्येक प्रश्नास असलेले गुण नमुना उत्तरासह दिलेले आहेत या बरोबरच प्रश्न कसा सोडविला पाहिजे . उत्तर किती दिर्घ व विस्तृत असावे हे दिले आहे . उत्तरातील प्रत्येक मुद्यासाठी असलेल्या मुद्याप्रमाणे गुणविभागणी केलेली आहे .

दिलेली माहीती हा अभ्यासक्रम पूर्ण करण्यासाठी तुम्हांस उपयोगी पडेल असा आमचा विश्वास आहे . या नमुना प्रश्नपत्रिकेमध्ये कुठेही काही अडचण भासली तर मनामध्ये शंका न आणता . संकोच न करता पत्राद्वारे लिहा .

नमुना प्रश्नपत्रिकेचे गुणदानाचे स्वरूप

विषय : व्यवसाय अध्ययन

इ. १० वी

जास्तीत जास्त गुण : १००

वेळ : ३ तास

१. उद्दिष्टानुसार प्रश्नाचे गुणदान

उद्दिष्टे	गुण	एकूण गुणांची सरासरी
ज्ञान	३०	३० %
आकलन	५०	५० %
उपयोजन	२०	२० %
	<u>१००</u>	

२. प्रश्न प्रकारानुसार गुणदान

प्रश्न प्रकार	प्रश्न संख्या	प्रत्येक प्रश्नाचे गुण	एकूण गुण	विद्यार्थ्यांनी प्रत्येक प्रश्न प्रकारासाठी घ्यावयाचा वेळ
बहुपर्यायी प्रश्न	१०	१	१०	१० मिनिटे
अति संक्षिप्त प्रश्न	५	३	१५	२५ मिनिटे
संक्षिप्त प्रश्न	५	४	२०	३० मिनिटे
दीर्घोत्तरी प्रश्न	५	५	२५	५० मिनिटे
अति दीर्घोत्तरी प्रश्न	५	६	३०	५० मिनिटे
	<u>३०</u>		<u>१००</u>	<u>१६५ + १५ = १८०</u>

३. पाठाप्रमाणे गुणदान :

अ. नं.	पाठ / धडे / प्रकरण	एकूण गुण
१	व्यवसायाची ओळख	१२
२	व्यवसाय संघटनेचे प्रकार	१५
३	सेवा क्षेत्र	२५
४	विक्री व वितरण	२०
५	ग्राहकांचे ज्ञान	१६
६	व्यवसायात कारकीर्द	१२
७	प्रकल्प कार्य	-

नमुना प्रश्नपत्रिका
विषय : व्यवसाय अध्ययन
(माध्यमिक पाठयक्रम)

वेळ : ३ तास

गुण : १००

सर्व प्रश्नांची उत्तरे लिहा .

- १ . संयुक्त हिंदु कुटुंब पद्धतीत खालील प्रकारचे वैशिष्ट्य नाही . (१)
अ . जन्मतः सभासदत्त्व
ब . अमर्यादित जबाबदारी
क . मृत्युचा परीणाम नाही .
ड . ज्येष्ठ व्यक्ती
- २ . सार्वजनिक कंपनीत कमीत कमी सभासद (१)
अ . दहा
ब . दोन
क . पन्नास
ड . सात
- ३ . ग्राहक सहकारी सोसायटीची स्थापना झाली आहे . (१)
अ . सभासदांना घरगुती सेचा पुरविण्यासाठी
ब . मालविक्रीची सेचा पुरविण्यासाठी
क . ग्राहकांचे हितरक्षण करण्यासाठी
ड . सभासदाना अर्थपुरवठा करण्यासाठी
- ४ . संग्रहणाचे (गोदामाचे) हे कार्य नाही (१)
अ . मालाचा साठा
ब . धोक्याची जबाबदारी
क . जाहिरात
ड . मालाचा दर्जा व प्रत
- ५ . खालीलपैकी कोणती विशेषीकरण बँक आहे (१)
अ . राज्य सहकारी बँक
ब . एक्सपोर्ट इंपोर्ट बँक
क . विकास बँक
ड . मध्यवर्ती केंद्रिय बँक
- ६ . खरेदीदाराला मालाच्या तपशीलाची माहिती हवी असते तेव्हा जे पत्र लिहिले जाते (१)
त्या पत्राला पत्र म्हणतात .
अ . निविदा पत्र
ब . व्यवसाय चौकशी पत्र
क . मागणी पत्र
ड . तक्रार पत्र
- ७ . वस्तुची किंमत पद्धतीत हप्त्याने दिली जाते . (१)
अ . निविदा मार्फत विक्री
ब . भाडे खरेदी पद्धत
क . लिलाव विक्री
ड . स्वच्छ विक्री

८. माल विक्रीत जर विक्रेत्याने ग्राहकाला माल विकला आणि त्यात विघाड असेल तर विक्रेता ती वस्तू परत घेतो व पैसे परत देण्याची ग्राहकाला हक्क असतो. (१)
- अ. सुरक्षिततेचा हक्क व. माहिती मिळविण्याचा हक्क
क. निवड करण्याचा हक्क ड. ऐकण्याचा हक्क
९. व्यवसायाच्या नियोजनात समावेश केला जातो (१)
- अ. स्वतःच्या व्यवसायाची सुरवात
ब. व्यवसायातील होकारात्मक, नकारात्मक बाबी
क. वेतन रोजगार स्विकारणे
ड. व्यवसायात जमवून घेण्याची वृत्ती
१०. व्यवसायाची निवड करताना उद्योजकाने खालील कोणती गोष्ट लक्षात ठेवावी. (१)
- अ. नफ्याचे तत्व व. जबाबदारीची समावेशकता
क. नफा ड. सर्व गोष्टी
११. व्यवसायातील सामाजिक जबाबदारी म्हणजे काय ? सामाजिक जबाबदारीची तीन कारणे द्या. (३)
१२. व्यवसायाची तीन वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा. (३)
१३. भागीदारी व्यवसाय संघटनेतील वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा. (३)
१४. खरेदीच्या पद्धती स्पष्ट करा. (३)
- अ. तपासणी करून पद्धती व. नमुने किंवा पद्धती पाहून खरेदी
१५. टपाल खाते आपल्याला पत्र, पैसे पाठविण्याची सेवा, बँकेची व विमा सेवा अशा सेवा पुरविते या सेवा सोडून टपाल खाते इतर काही सेवा देते अशा तीन सेवांचे स्पष्टीकरण लिहा. (३)
१६. संयुक्त भांडवली संस्था म्हणजे काय ? कंपनीची तीन वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा. (४)
१७. विम्याची मुलभूत तत्वे सविस्तर स्पष्ट करा. (४)
- अ. विमाहीत तत्व व. नुकसान भरपाईचे तत्व
१८. बहुशाखीय दुकाने / साखळी दुकानांचे दोन फायदे व दोन तोटे स्पष्ट करा. (४)
१९. व्यावसायिकांकडून अनेक प्रकारे ग्राहकांनी फसविले जाते. कुठल्याही चार गोष्टी स्पष्ट करा. (४)
२०. स्वयंरोजगार आणि वेतन रोजगार यातील चार मुद्यामध्ये फरक स्पष्ट करा. (४)
२१. राष्ट्रीय अर्थव्यवस्थेमध्ये बँकाची भूमिका स्पष्ट करा. (४)
२२. मर्यादित जबाबदारी असणारी भागीदारी संस्था म्हणजे काय ? त्याची तीन वैशिष्ट्ये सविस्तर स्पष्ट करा. (४)
२३. व्यवसायातील वर्हीगत उत्पन्न मार्गाची व्याख्या स्पष्ट करा. त्याचे फायदे स्पष्ट करा. (५)
२४. घाऊक व्यापाऱ्यांचे पाच कार्यांचे वर्णन करा. (५)
२५. ग्राहक संरक्षणासाठी ग्राहक न्यायालयाचे अधिकार स्पष्ट करा. (५)

- २६ . जास्तीत जास्त नफा मिळविणे हेच व्यवसायाचे उद्दिष्ट असते का ? चर्चा करा . (६)
- २७ . 'संदेशवहन ही प्रक्रिया मन वळविणारी आहे . परंतू ती काहीवेळा असमाधानकारक आसते .' हे स्पष्ट करून परीणामकारक संदेशवहनातील अडथळे स्पष्ट करा . (६)
- २८ . "उत्पादकाला उत्पादनाशी संबंधीत जाहीरातीसाठी योग्य माध्यमाची निवड करावी लागते ." हे सविस्तर स्पष्ट करा . (६)
- २९ . "जबाबदारी शिवाय कोणताच हक्क नाही ." ग्राहकाच्या जबाबदाऱ्यांच्या संदर्भात स्पष्ट करा आणि ग्राहकाच्या जबाबदाऱ्या स्पष्ट करा . (६)
- ३० . उद्योजकता म्हणजे काय ? यशस्वी उद्योजकाचे गुण सांगा . (६)

गुणदान
" नमुना उत्तरपत्रिका "
व्यवसाय अध्ययन (माध्यमिक पाठ्यक्रम)

प्र . क्र .	अपेक्षित उत्तर	गुण
१	ड	१
२	ब	१
३	क	१
४	क	१
५	ब	१
६	ब	१
७	ब	१
८	ब	१
९	ब	१
१०	ड	१

११. व्यवसायातील सामाजिक जबाबदारी म्हणजे काय ? सामाजिक जबाबदाराची तीन कारणे सविस्तर सांगा .
 (१ × ३) = (३)

- अ. समाजात असलेली प्रतिमा
- ब. सरकारी (शासनाच्या अटी)
- क. अस्तित्व आणि विकास
- ड. समाधानी / संतुष्ट कर्मचारी
- इ. ग्राहकांची सावधानता / माहीतगार ग्राहक

१२. व्यवसायाची (धंद्याची) तीन वैशिष्टे सविस्तर स्पष्ट करा .
 (१ × ३) = (३)

- अ. हा एक व्यवसाय आहे .
- ब. ज्ञान व प्रशिक्षणाची गरज
- क. प्राथमिक उद्दिष्ट पूर्तीसाठी सेवेची गरज
- ड. व्यावसायिक संस्थेकडून चालविली जाते .

१३ . भागीदारी व्यवसाय संघटनेची तीन वैशिष्टे सविस्तर स्पष्ट करा . $(१ \times ३) = (३)$

- अ . दोन किंवा दोनापेक्षा जास्त सभासद
- ब . करारात्मक हितसंबंध
- क . कायदेशीर व्यवसाय
- ड . नफ्याची विभागणी
- इ . प्रधान अभिकर्ता संबंध

१४ . खरेदीच्या पद्धती स्पष्ट करा . $(१ \frac{१}{२} \times २) = (३)$

अ . **तपासणी करून पद्धती :** समजा तुम्हाला शर्ट घ्यायचा आहे किंवा पेन किंवा भाजी घ्यायची आहे . आता तुम्ही काय कराल तुम्ही शक्यतो स्वतः तुमच्या जवळच्या दुकानात जावून पेन, शर्ट किंवा भाजी घेण्यापूर्वी ते तपासून पाहूनच खरेदी कराल . ही माल खरेदी करण्याची सर्वसाधारण पद्धती आहे . यालाच तपासणी करून माल खरेदी करणे असे म्हणतात . की जेथे खरेदी करणारा स्वतः विक्रेत्याकडे जावून माल त्याला लागणा मालाची किंवा त्याने ठरविलेल्या सर्व मालाची तपासणी करून तो माल खरेदी करतो . ही पद्धती जास्त करून किरकोळ विक्री पद्धतीमध्ये वापरली जाते .

ब . **नमुने किंवा पद्धती पाहून खरेदी :** जेव्हा तुम्ही जास्त प्रमाणात माल खरेदीकरता त्यावेळेस सर्व माल तपासणी करून खरेदी करणे शक्य नसते . तेव्हा तुम्ही काय करता तर त्या मालाचे नमुने किंवा त्याचे निरनिराळे प्रकार पाहून कोणता माल खरेदी करायचा हे ठरविता नमुना हा एक मालाचा घटक आहे की जो कच्चा मालामध्ये मुख्यतः वापरला जातो . ह्याचे उत्पादन मोठ्या प्रमाणात केले जाते . त्याचा दर्जा सर्व प्रकारांमध्ये सारखाच असतो . तसेच नमुना हा दर्जेदार उत्पादीत वस्तुचा साचा असतो . जसे कपडे, गाद्या इ . यामध्ये रंग पोत इ आणि काही वेळेस कोड नंबर असतो . खरेदीसाठी मागणी करताना कोडनंबर सांगितला जातो . दोन्ही पक्षाकडून हे ठरविले जाते की मोठ्या प्रमाणातील पुरवठ्यात नमुन्याप्रमाणे दर्जा हवा .

१५ . टपाल खात्यामार्फत पुरविल्या जाणाऱ्या सेवा (सविस्तर वर्णन करा .) $(१ \frac{१}{२} \times २) = (३)$

- अ . विमा सेवा .
- ब . इतर सेवा

१६ . संयुक्त भांडवली संस्था म्हणजे काय ? संयुक्त भांडवली संस्थेची कोणतेही तीन वैशिष्टे सविस्तर लिहा . $(१ + ३ = ४)$

व्याख्या : "कंपनी म्हणजे कायद्याने निर्माण केलेली आभासी व्यक्ती, की जिला स्वतंत्र कायदेशीर व्यक्तिमत्त्व, चिरंतनकाळ टिकणारे अस्तित्त्व, व स्वतःचे बोधचिन्ह आहे ."

वैशिष्टे

- अ . आभासी व्यक्ती
- ब . स्वतंत्र कायदेशीर अस्तित्त्व
- क . चिरंतनकाळ टिकणारे अस्तित्त्व
- ड . मर्यादित जबाबदारी
- इ . बोधचिन्ह

१७. विम्याची मुलभूत तत्त्वे स्पष्ट करा. (१+४ = ४)
- अ. विमाहित तत्त्वे : आर्थिक किंवा पैशाच्या संबंधीत इच्छा व्यक्तीला त्याच्या मालमत्ता किंवा जीवीतासाठी विमा करून घेण्याची इच्छा असते.
- ब. नुकसान भरपाईचे तत्त्व : एखाद्याचे नुकसान सारख्याच परिस्थितीमधील परत मिळवून देणे. विमा उतरविणे हे फक्त नफा मिळविण्यासाठी नाही तर घडलेल्या घटनांवर विमा उतरवून त्याची नुकसान भरपाई मिळवणे म्हणजेच विम्याचा करार होय.
१८. बहुशाखीय दुकाने साखळी दुकानांचे फायदे त तोटे स्पष्ट करा. (१+४ = ४)
- फायदे**
- अ. सहज ओळख
- ब. मध्यस्थीचे गरज नाही.
- क. मोठ्या प्रमाणावरील अर्थिक उलाढाल
- ड. कमी किंमत
- तोटे**
- अ. मर्यादित निवड
- ब. उधारीची सुविधा नसते.
- क. सौदा करता येत नाही.
- ड. कमी पुढाकार
१९. ग्राहकांना सामोऱ्या जाव्या लागणाऱ्या समस्या (१ × ४ = ४)
- अ. दुय्यम दर्जाच्या वस्तुंची विक्री
- ब. भेसळयुक्त पदार्थांची विक्री
- क. खोटी वजनमापे
- ड. बनावट वस्तुंची विक्री
- इ. साठे बाजार आणि काळाबाजार
- फ. विक्रीची बंधने
- ग. दिशाभूल करणाऱ्या जाहिराती
२०. स्वयंरोजगार व वेतन रोजगार यातील फरक. (१ × ४ = ४)

मुद्दे	स्वयंरोजगार	वेतन रोजगार
१. स्वरूप	स्वतःच्या हिंमतीवर कामात गुंतलेला असतो.	मालकाने नेमून दिलेल्या कामात गुंतलेला असतो.
२. दर्जा	या व्यक्तीचा दर्जा मालकाचा असतो. तो त्या व्यवसायाचा सर्वेसर्वा असतो.	या व्यक्तीचा दर्जा नोकराचा असतो. तो तेथे नोकरच असतो.
३. उत्पन्न	उत्पन्न निश्चित नसते. उत्पन्न हे मालकाच्या कार्यक्षमतेवर अवलंबून असते.	नोकरदारांचे उत्पन्न हे निश्चित व ठराविक असते.
४. अंतर्गत धोके	या मध्ये तोटा होण्याचे संभाव्य धोके नेहमीच असतात. काही वेळा एकदम उत्पन्न कमी होते.	उत्पन्न कमी होण्याचा धोका नसतो. जो पर्यंत नोकरी आहे. तो पर्यंत नियमितपणे उत्पन्न मिळते.

२१. राष्ट्रीय (दिशाच्या) अर्थव्यवस्थेतील बँकाची भूमिका (फक्त पाच मुद्दे) (१ × ५ = ५)

१. लोकांमध्ये बचतीची सवय लावून ते पैसे उत्पादन कार्यास उपलब्ध करतात.
२. ज्यांच्याकडे जादा पैसे आहेत व ज्यांना पैशाची गरज आहे. यांच्यादरम्यान मध्यस्थ म्हणून कार्य करतात.
३. पैशांच्या ऐवजी धनादेशांच्या साहाय्याने पैशांची देवाण घेवाण करून व्यवसाय व्यवहार सुलभ करतात.
४. व्यवसायीकांना अल्प व दिर्घ मुदतीची कर्ज उपलब्ध करून देतात.
५. आयात निर्यात व्यवहारास मदत करतात.
६. शेतकरी, लघुउद्योग, स्वयंरोजगार असणाऱ्या व्यक्ती त्याचप्रमाणे मोठी उद्योग गृहे या
७. सर्वांना पतपुरवठा करून समतोल राष्ट्रीय विकासास बँका मदत करतात.

ग्राहक उपयोगी टिकाऊ वस्तु, घरे, स्वयंचलीत वहाने यांच्या खरेदीसाठी कर्जपुरवठा करून लोकांचे राहणीमान वाढविण्यास बँका मदत करतात.

२२. सामुदायिक व्यवसाय हा व्यवसाय तज्ञांना आणि व्यवसायिकांना एकत्र आणतो आणि नवीन बदल घडवितो. तसेच तो कार्यक्षम व्यवस्थापकाला घडवतो. तसेच तो मर्यादित जबाबदारी भागीदारी संस्थाना फायदे पुरवितो. तेथील भागीदारांना (सभासदांना) कंपनीतील अंतर्गत रचनेच्या उभारणीसाठी भागीदारी म्हणून काम करण्याची परवानगी देतो यालाच एल.एल.पी. म्हणतात.

वैशिष्ट्ये :

१. मर्यादित जबाबदारीची भागीदारी संघटना (एल.एल.पी.) आहे. आणि कायदेशिररित्या भागीदारांपासून वेगळी आहे.
२. भागीदारांचे अधिकार व जबाबदाऱ्या हे भागीदारीच्या करारानुसार बांधले गेले आहेत.
३. प्रत्येक भागीदारी संस्थेला कमीत कमी दोन भागीदारांची गरज असते. त्यातील एक भागीदार भारतीय निवासी असला पाहिजे.

२३. कंपनी अंतर्गत असणारी कामे बाहेर सोपविणे म्हणजे आऊटसोर्सिंग होय.

बी.पी.ओ.चे फायदे :

१. किंमत कमी करणे.
२. कंपनीच्या मुख्य व्यवसायाची गुरूकिल्ली
३. बाह्य व्यवसाय तज्ञ मिळविणे.
४. ग्राहकांच्या सततच्या मागणीनुसार उत्पादनात बदल करणे.
५. उत्पन्न वाढविणे.

२४. घाऊक व्यापाऱ्याचे कार्य (पाच मुद्दांचे सविस्तर वर्णन करा.) (१ × ५ = ५)

- अ. मालाचे एकत्रीकरण करणे.
- ब. मालाचा साठा करणे.
- क. वाटप करणे.

ड. अर्थपुरवठा / वित्तपुरवठा / भांडवल पुरवठा

इ. जोग्खीम घेणे .

फ. मालाची बांधणी करणे .

ग. मालाची किंमत ठरविणे .

२५ . ग्राहक हित संरक्षणासाठी ग्राहक न्यायालयाचे अधिकार स्पष्ट करा . (५)

ग्राहक संरक्षण कायदा १९८६ ने न्यायदानाची पद्धत निश्चित केलेली आहे . जिल्हा, राज्य, राष्ट्रीय स्तरावरील ग्राहक न्यायालयांचा यामध्ये समावेश होतो . जिल्हा मंच, राज्य ग्राहक तक्रार निवारण आयोग (राज्य आयोग) आणि राष्ट्रीय ग्राहक निवारण आयोग (राष्ट्रीय आयोग) या नावाने ओळखला जातो . वैयक्तिक ग्राहक किंवा ग्राहक संस्था, जिल्हा, राज्य किंवा राष्ट्रीय आयोगाकडे लेखी तक्रार दाखल करू शकते . कोणाकडे तक्रार करायची हे मालाची रक्कम आणि नुकासान भरपाईवर अवलंबून असते .

ग्राहक संरक्षण कायद्यातील तरतूदींच्या अधिन राहून जिल्हामंचला वस्तू किंवा सेवांचे मूल्य आणि मागीतलेली नुकासान भरपाई रूपये २० लाख पर्यंतच्या तक्रारी स्विकारण्याचा अधिकार आहे . राज्य आयोगास रू २० लाखापेक्षा जास्त परंतु रूपये १ कोटीपेक्षा कमी तक्रारी स्विकारण्याचा अधिकार आहे . जिल्हा मंचच्या आदेशाविरुद्ध दावे हातळण्याचा अधिकार राज्य आयोगाला आहे .

राष्ट्रीय आयोगास रू . १ कोटीपेक्षा जास्त रकमेच्या तक्रारी स्विकारण्याचा अधिकार आहे . राज्य आयोगाने दिलेल्या आदेशानुसार विरोधातील दावे हाताळण्यासाठीचाही अधिकार आहे . विरोधीपक्ष राष्ट्रीय आयोगाच्या विरोधात न्यायालयात दावा दाखल करू शकतो .

२६ . व्यवसाय नफा मिळविणे हे एकच उद्दीष्ट नसते त्यापेक्षा वेगळी असणारी उद्दीष्टे खालीलप्रमाणे (२ × ३ = ६)

अ . नवीन ग्राहक तयार करणे .

ब . सतत नवीन बदल

क . साधनांचा शक्यतो चांगला उपयोग

ड . वस्तु माल आणि सेवांचा दर्जेदार उत्पादन आणि पुरवठा

इ . कामगारांची अर्थशास्त्रीय सुस्थिती

२७ . परिणामकारक संदेशवहनाचे सर्वसाधारण अडथळे (सहा मुद्दे) (१ × ३ = ६)

अ . अयोग्य प्रकारचे संदेश .

ब . संदेश योग्य आहे की नाही हे पडताळून न पाहणे .

क . दुर्लक्ष करणे .

ड . स्पष्ट न केलेल्या संदेशाचे समोरच्याकडून गृहीत धरले जाणे .

इ . बदलाला अडथळा निर्माण करणे .

फ . परस्परांवरील अविश्वास

ग . व्यवसायातील स्थिती

- २८ . जाहीरातीची विविध माध्यमे आहेत वर्तमानपत्रे, नियतकालीके, रेडीओ, दूरदर्शन इ. खालील मुद्यानुसार जाहीरातीचे महत्त्व स्पष्ट करा. (११/२ × ४ = ६)
- अ . वस्तु किंवा सेवा यांचे स्वरूप
 ब . संभाव्य ग्राहक
 क . जाहिरातीची किंमत
 ड . वेळेची उपलब्धता
- २९ . ग्राहकांच्या जबाबदाऱ्या (सविस्तर वर्णन) (११/२ × ४ = ६)
- अ . स्वतःची मदत करण्याची जबाबदारी
 ब . व्यवहाराचा पुरावा
 क . योग्य मालकी हक्क
 ड . वस्तु सेवा यांचा योग्य उपयोग
- ३० . उद्योजक होण्यासाठी तुमच्या अंगी काही गुण असण्याची आवश्यकता असते . सहेतुक केलेले न शिकता येईल अशी व्यावसायिक वृत्ती म्हणजे उद्योजकता असावी .
 यशस्वी उद्योजकाचे गुण (कोणतेही चार गुण सविस्तर लिहा .) (६)
- अ . पुढाकार
 ब . धोका पत्करण्याची तयारी
 क . अनुभवातून शिकण्याचे कौशल्य
 ड . प्रेरणा
 इ . आत्मविश्वास
 फ . निर्णय घेण्याची क्षमता