वाणिज्य संघटन व व्यवस्थापन

इयत्ता बारावी

भारताचे संविधान

भाग ४ क

नागरिकांची मूलभूत कर्तव्ये

अनुच्छेद ५१ क

मूलभूत कर्तव्ये – प्रत्येक भारतीय नागरिकाचे हे कर्तव्य असेल की त्याने –

(क) प्रत्येक नागरिकाने संविधानाचे पालन करावे. संविधानातील आदर्शांचा, राष्ट्रध्वज व राष्ट्रगीताचा आदर करावा.

(ख) स्वातंत्र्याच्या चळवळीला प्रेरणा देणाऱ्या आदर्शांचे पालन करावे.

(ग) देशाचे सार्वभौमत्व, एकता व अखंडत्व सुरक्षित ठेवण्यासाठी प्रयत्नशील असावे.

(घ) आपल्या देशाचे रक्षण करावे, देशाची सेवा करावी.

(ङ) सर्व प्रकारचे भेद विसरून एकोपा वाढवावा व बंधुत्वाची भावना जोपासावी. स्त्रियांच्या प्रतिष्ठेला कमीपणा आणतील अशा प्रथांचा त्याग करावा.

(च) आपल्या संमिश्र संस्कृतीच्या वारशाचे जतन करावे.

(छ) नैसर्गिक पर्यावरणाचे जतन करावे. सजीव प्राण्यांबद्दल दयाबुद्धी बाळगावी.

(ज) वैज्ञानिक दृष्टी, मानवतावाद आणि जिज्ञासूवृत्ती अंगी बाळगावी.

(झ) सार्वजनिक मालमत्तेचे जतन करावे. हिंसेचा त्याग करावा.

(ञ) देशाची उत्तरोत्तर प्रगती होण्यासाठी व्यक्तिगत व सामूहिक कार्यात उच्चत्वाची पातळी गाठण्याचा प्रयत्न करावा.

(ट) ६ ते १४ वयोगटातील आपल्या पाल्यांना पालकांनी शिक्षणाच्या संधी उपलब्ध करून द्याव्यात.

शासन निर्णय क्रमांक : अभ्यास-२११६/(प्र.क्र.४३/१६) एसडी-४ दिनांक २५.४.२०१६ अन्वये स्थापन करण्यात आलेल्या समन्वय समितीच्या दि. ३०.१.२०२० रोजीच्या बैठकीमध्ये हे पाठ्यपुस्तक सन २०२०-२१ या शैक्षणिक वर्षापासून निर्धारित करण्यास मान्यता देण्यात आली आहे

वाणिज्य संघटन
व
व्यवस्थापन

इयत्ता बारावी

२०२०

महाराष्ट्र राज्य पाठ्यपुस्तक निर्मिती व अभ्यासक्रम संशोधन मंडळ, पुणे - ४११ ००४.

A4F3G7

आपल्या स्मार्टफोनवरील DIKSHA APP द्वारे पाठ्यपुस्तकाच्या पहिल्या पृष्ठावरील Q. R. Code द्वारे डिजिटल पाठ्यपुस्तक व पाठासंबंधित अध्ययन अध्यापनासाठी उपयुक्त दृक्-श्राव्य साहित्य उपलब्ध होईल.

प्रथमावृत्ती : 2020

पहिले पुनर्मुद्रण : 2021

© महाराष्ट्र राज्य पाठ्यपुस्तक निर्मिती व अभ्यासक्रम संशोधन मंडळ पुणे - ४११ ००४.

महाराष्ट्र राज्य पाठ्यपुस्तक निर्मिती व अभ्यासक्रम संशोधन मंडळाकडे या पुस्तकाचे सर्व हक्क राहतील. या पुस्तकातील कोणताही भाग संचालक, महाराष्ट्र राज्य पाठ्यपुस्तक निर्मिती व अभ्यासक्रम संशोधन मंडळ यांच्या लेखी परवानगीशिवाय उद्धृत करता येणार नाही.

वाणिज्य शाखा मुख्य समिती

डॉ. नरेंद्र पाठक

(अध्यक्ष - वाणिज्य शाखा समिती)

श्री. नारायण पाटील	(सदस्य)
डॉ. मुकुंद तापकीर	(सदस्य)
डॉ. प्रशांत साठे	(सदस्य)
सीएस्. महेश आठवले	(सदस्य)
श्री. सुरेंद्र निरगुडे	(सदस्य)
डॉ. ज्योती गायकवाड	(सदस्य)
श्री. मोहन साळवी	(सदस्य)
डॉ. संगीता मांडके	(सदस्य)
श्री. अनिल कापरे	(सदस्य)
श्रीमती अनंतलक्ष्मी कैलासन	(सदस्य)
श्रीमती लक्ष्मी पिल्लई	(सदस्य)
श्रीमती मृणाल फडके	(सदस्य)
श्रीमती उज्ज्वला गोडबोले	(सदस्य-सचिव)

वाणिज्य संघटन व व्यवस्थापन

राज्य अभ्यासगट सदस्य

श्री. नारायण पाटील

(अध्यक्ष आणि समन्वयक)

डॉ. मिनल भंडारी	डॉ. चंदन बोरा
डॉ. रुपसेन कांबळे	श्री. माणिक घुमई
श्री. अरुण चव्हाण	श्री. अविनाश ताकवले
सौ. रुपाली देशपांडे	सौ. माधुरी पवार
श्री. ज्ञानदेव येवले	श्री. संजय पाटील - अर्जुन वाडकर
श्री. अमित गोखले	
सौ. अश्विनी कुलकर्णी	सौ. संगीता जोशी

भाषांतरकार आणि समिक्षक

श्री. अमित गोखले	डॉ. रुपसेन कांबळे
सौ. माधुरी पवार	श्री. संजय पाटील
सौ. अश्विनी कुलकर्णी	सौ. मृणाल फडके

मुखपृष्ठ व सजावट

श्री. संदिप कोळी, चित्रकार, मुंबई

अक्षरजुळणी

श्री ग्राफिक सेंटर, मुंबई

समन्वयक

उज्ज्वला श्रीकांत गोडबोले

प्र. विशेषाधिकारी गणित,

पाठ्यपुस्तक मंडळ, पुणे.

निर्मिती

सच्चितानंद आफळे

मुख्य निर्मिती अधिकारी

संजय कांबळे

निर्मिती अधिकारी

प्रशांत हरणे

सहायक निर्मिती अधिकारी

कागद

७० जी.एस.एम.क्रीमवोव्ह

मुद्रणादेश

N/PB/2021-22/20,000

मुद्रक

SHARP INDUSTRIES, NAGPUR

प्रकाशक

विवेक उत्तम गोसावी, नियंत्रक

पाठ्यपुस्तक निर्मिती मंडळ,

प्रभादेवी, मुंबई २५

भारताचे संविधान

उद्देशिका

आम्ही, भारताचे लोक, भारताचे एक सार्वभौम
समाजवादी धर्मनिरपेक्ष लोकशाही गणराज्य घडविण्याचा
व त्याच्या सर्व नागरिकांस:

सामाजिक, आर्थिक व राजनैतिक **न्याय;**
विचार, अभिव्यक्ती, विश्वास, श्रद्धा
व उपासना यांचे **स्वातंत्र्य;**
दर्जाची व संधीची **समानता;**

निश्चितपणे प्राप्त करून देण्याचा
आणि त्या सर्वांमध्ये व्यक्तीची प्रतिष्ठा
व राष्ट्राची एकता आणि एकात्मता
यांचे आश्वासन देणारी **बंधुता**
प्रवर्धित करण्याचा संकल्पपूर्वक निर्धार करून;

आमच्या संविधानसभेत
आज दिनांक सव्वीस नोव्हेंबर, १९४९ रोजी
याद्वारे हे संविधान अंगीकृत आणि अधिनियमित
करून स्वत:प्रत अर्पण करीत आहोत.

राष्ट्रगीत

जनगणमन-अधिनायक जय हे
भारत-भाग्यविधाता ।
पंजाब, सिंधु, गुजरात, मराठा,
द्राविड, उत्कल, बंग,
विंध्य, हिमाचल, यमुना, गंगा,
उच्छल जलधितरंग,
तव शुभ नामे जागे, तव शुभ आशिस मागे,
गाहे तव जयगाथा,
जनगण मंगलदायक जय हे,
भारत-भाग्यविधाता ।
जय हे, जय हे, जय हे,
जय जय जय, जय हे ।।

प्रतिज्ञा

भारत माझा देश आहे. सारे भारतीय माझे बांधव आहेत.

माझ्या देशावर माझे प्रेम आहे. माझ्या देशातल्या समृद्ध आणि विविधतेने नटलेल्या परंपरांचा मला अभिमान आहे. त्या परंपरांचा पाईक होण्याची पात्रता माझ्या अंगी यावी म्हणून मी सदैव प्रयत्न करीन.

मी माझ्या पालकांचा, गुरुजनांचा आणि वडीलधाऱ्या माणसांचा मान ठेवीन आणि प्रत्येकाशी सौजन्याने वागेन.

माझा देश आणि माझे देशबांधव यांच्याशी निष्ठा राखण्याची मी प्रतिज्ञा करीत आहे. त्यांचे कल्याण आणि त्यांची समृद्धी ह्यांतच माझे सौख्य सामावले आहे.

प्रस्तावना

प्रिय विद्यार्थी मित्रांनो,

इयत्ता ११ वी च्या वर्गामध्ये तुम्ही सर्वांनी वाणिज्य व व्यवसाय, व्यवसाय संघटनांचे प्रकार, व्यवसाय सहायक संस्था, व्यवस्थापन आणि व्यवसाय पर्यावरण यांचा अभ्यास केलेला आहे.

हे इयत्ता १२ वी चे पुस्तक तुम्हांला पुढील वाटचालीकडे नेत आहे.

हे पुस्तक तुम्हांला व्यवसाय संघटनेविषयी अत्यावश्यक असणाऱ्या 'व्यवस्थापनाची तत्त्वे' आणि 'व्यवस्थापनाची कार्ये' याविषयी ज्ञान प्राप्त करून देते. व्यवस्थापनाविषयी अध्ययन केल्यानंतर 'उद्योजकतेचा विकास' या घटकामध्ये तुम्ही उद्‌योजक व उद्‌योजकापुढील भविष्यातील संधी याविषयी ज्ञान मिळवाल. आजच्या परिस्थितीमध्ये घड्याळाच्या काट्याप्रमाणे चोवीस तास सर्व कामे सुरू असतात. विविध व्यवसाय संघटनांना व्यवसाय सेवांचे महत्त्व 'व्यावसायिक सेवा' या पाठामार्फत दिले गेले आहे. आपण सर्व जण जागतिकीकरणाचा एक भाग असून 'व्यवसायातील उभरत्या संधी' या प्रकरणातून त्यासंदर्भातील उभरत्या पद्‌धतींवर भर दिला गेला आहे. विद्यार्थी मित्रहो, तुम्ही व्यवसाय संघटनेच्या जबाबदाऱ्या 'व्यवसायाची सामाजिक जबाबदारी' या पाठामध्ये शिकणार आहात. 'ग्राहक संरक्षण' आणि 'विपणन' ही प्रकरणे अनुक्रमे ग्राहक संरक्षणाची गरज व त्या संबंधित कायदा आणि विपणनाचे महत्त्व यावर भर देतात.

प्रत्येक प्रकरणामध्ये चित्रे, आकृत्या, कृती यांचा समावेश संकल्पना अधिक चांगल्याप्रकारे समजून घेण्यासाठी करण्यात आला आहे. सरावासाठी स्वाध्याय व उत्तर-सूचीचा समावेशदेखील केला आहे. सुस्पष्ट असलेले आणि बुद्‌धीला चालना देणारे 'अधिक माहितीसाठी' याचा नव्याने समावेश केला गेला आहे. या पुस्तकाची रचना अशा प्रकारे केली आहे, की त्यातून अध्ययन-अध्यापन प्रक्रिया सुलभ होईल व शिक्षक आणि विद्यार्थी दोघेही या पुस्तकाचा आनंद घेऊ शकतील.

हा पुनर्रचित अभ्यासक्रम विद्यार्थ्यांची आकलन शक्ती वाढविण्यासाठी सक्षम आहे. या नवीन अभ्यासक्रमाची अंमलबजावणी शैक्षणिक वर्ष २०२०-२०२१ पासून इयत्ता १२ वी वाणिज्य शाखेसाठी होत आहे. आवश्यक माहिती पुस्तकाच्या सुरवातीला क्यू. आर. कोडच्या माध्यमातून देत आहोत.

आम्हांला विश्वास आहे, की हे पुस्तक व्यवसायाच्या स्पर्धात्मक जगात विद्यार्थ्यांना योग्य प्रकारे मार्गदर्शन करेल.

हे पुस्तक तयार करण्यासाठी विशेष परिश्रम घेतलेले व सहकार्य करणारे विषय समिती सदस्य, अभ्यासगट सदस्य, समीक्षक, तज्ज्ञ, रचनाकार, भाषांतरकार यांचे आम्ही आभारी आहोत.

(विवेक गोसावी)
संचालक
महाराष्ट्र राज्य पाठ्यपुस्तक निर्मिती
व अभ्यासक्रम संशोधन मंडळ, पुणे

पुणे
दिनांक : २१ फेब्रुवारी २०२०
भारतीय सौर : २ फाल्गुन १९४१

वाणिज्य संघटन व व्यवस्थापन

इयत्ता १२ वी

क्षमता विधाने

घटक क्रमांक	घटकाचे नाव	क्षमता विधाने
१	व्यवस्थापनाची तत्त्वे	• व्यवस्थापनाच्या तत्त्वांचा अर्थ व व्याख्या समजणे. • व्यवस्थापनाच्या तत्त्वांचे स्वरूप व महत्त्व समजणे. • व्यवस्थापनाच्या सिद्धांतांची ओळख होणे. • हेन्‍री फेयॉल यांच्या व्यवस्थापनाच्या सिद्धांताची ओळख होणे. • टेलर यांच्या शास्त्रीय व्यवस्थापनाच्या सिद्धांताची ओळख होणे.
२	व्यवस्थापनाची कार्ये	• व्यवस्थापनाच्या विविध कार्यांची माहिती होणे. • व्यवस्थापनाच्या कार्यांचा अर्थ, व्याख्या आणि महत्त्व समजणे.
३	उद्योजकतेचा विकास	• उद्योजक, अंतर्गत उद्योजक आणि उद्योजकतेचा विकास ह्या संकल्पना समजणे. • उद्योजकता विकास कार्यक्रमाचे नवीन प्रवाह समजणे.
४	व्यवसाय सेवा	• विविध व्यावसायिक सेवा समजणे. • बँकांचे विविध प्रकार समजणे. • इ-बँकिंगचा अर्थ समजणे. • विम्याची तत्त्वे प्रकार समजणे. • संप्रेरणाचे विविध प्रकार समजणे. • गोदामांचे प्रकार व त्यांची कार्ये समजणे. • वाहतुकीचे विविध प्रकार समजणे.
५	व्यवसायातील उभरत्या पद्धती	• इ-व्यवसायाचा अर्थ समजणे. • इ-व्यवसायाची व्याप्ती आणि फायदे समजून घेणे. • खरेदी-विक्रीची संगणक आधारित (online) पद्धत समजणे. • व्यवसायातील बाह्यसेवा समजणे. • व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यसेवा (BPO), ज्ञान प्रक्रिया बाह्यसेवा (KPO) आणि कायदा प्रक्रिया बाह्यसेवा (LPO)समजणे.

६	व्यवसायाची सामाजिक जबाबदारी	● व्यवसायाची सामाजिक जबाबदारी ही संकल्पना व गरज समजणे. ● व्यवसायाची विविध घटकांप्रती असलेली सामाजिक जबाबदारी समजणे. ● व्यवसायाची पर्यावरण संरक्षणाप्रती असणारी जबाबदारी समजणे. ● व्यावसायिक नीतिशास्त्र समजणे. ● सामूहिक सामाजिक जबाबदारी (CSR) समजणे.
७	ग्राहक संरक्षण	● ग्राहक संरक्षण ही संकल्पना व त्याचे महत्त्व समजणे . ● ग्राहकांचे असणारे अधिकार माहिती समजणे. ● ग्राहकांच्या असणाऱ्या जबाबदाऱ्या समजणे. ● ग्राहक तक्रार निवारण व्यवस्था समजणे. ● ग्राहक संघटनेची भूमिका समजणे.
८	विपणन	● विपणन संज्ञेची ओळख समजणे. ● विपणीचे विविध प्रकार समजणे. ● विपणनाचे महत्त्व व त्याची विविध कार्ये समजणे. ● 'विपणन मिश्र' व त्यातील घटक समजणे.

अनुक्रमणिका

पाठ क्र.	पाठाचे नाव	पृष्ठ क्र.
१.	व्यवस्थापनाची तत्त्वे	१
२.	व्यवस्थापनाची कार्ये	१९
३.	उद्‌योजकतेचा विकास	४१
४.	व्यवसाय सेवा	६१
५.	व्यवसायातील उभरत्या पद्‌धती	१०९
६.	व्यवसायाची सामाजिक जबाबदारी	१३१
७.	ग्राहक संरक्षण	१५३
८.	विपणन	१७४

१ व्यवस्थापनाची तत्त्वे

१.१ प्रस्तावना

१.२ अर्थ आणि व्याख्या

१.३ व्यवस्थापनाच्या तत्त्वांचे स्वरूप

१.४ व्यवस्थापन तत्त्वांचे महत्त्व

१.५ व्यवस्थापनाचे सिद्धांत

१.६ हेन्री फेयॉल यांचा व्यवस्थापनाचा प्रशासकीय सिद्धांत

१.७ फ्रेडरिक टेलर यांचे शास्त्रीय व्यवस्थापन

सारांश

स्वाध्याय

१.१ प्रस्तावना

विद्यार्थी मित्रांनो, व्यवस्थापन सर्वत्र आहे हे आपण इयत्ता ११वी मध्ये अभ्यासलेले आहे. सर्व प्रकारच्या व्यावसायिक संघटना, बिगर व्यावसायिक संघटना आणि सामाजिक आयुष्यातही व्यवस्थापनाची आवश्यकता असते. यंत्रसामग्री, साहित्य आणि पैसा याप्रमाणेच व्यवस्थापन हे व्यवसाय संघटनेसाठी आवश्यक स्रोत मानले जाते. संघटनेच्या इतर सर्व स्रोतांमध्ये समन्वय स्थापन करण्यासाठी व्यवस्थापनाची माहिती असणे आवश्यक आहे. त्यामुळेच व्यवस्थापनाचे महत्त्व झपाट्याने वाढत असल्याचे निदर्शनास येते. विविध व्यवस्थापन विचारवंतांनी त्यांच्या निरीक्षणामधून व पद्धतशीर अभ्यासातून व्यवस्थापनाचे विविध सिद्धांत मांडले आहेत. व्यवस्थापनाची विविध तत्त्वे, सिद्धांत आणि तंत्रे एकसारखे परिणाम प्राप्त करून देतात परंतु प्रत्येक संस्था, परिस्थिती व व्यक्तीपरत्वे त्यांच्या उपयोगात बदल होतो.

थोडक्यात, व्यवस्थापन संघटनेच्या उद्दिष्टांना अनुसरून सर्वसाधारण ध्येये निर्धारित करते आणि एकूणच संघटना कशा पद्धतीने काम करेल याबद्दल निर्णय घेते. व्यवस्थापनाचा समावेश उत्पादन घटक म्हणून केला जातो. यामुळे नियोजन, संघटन, कर्मचारी व्यवस्थापन, समन्वय व नियंत्रण या व्यवसाय संघटनेच्या सर्व कार्यांमध्ये सुसवांद साधला जातो. त्यांनाच आपण व्यवस्थापनाची कार्ये असे म्हणतो.

१.२ अर्थ आणि व्याख्या

एखाद्या व्यक्तीचे किंवा संस्थेचे ध्येय प्राप्त करताना, विविध यंत्रणा व तंत्रांचा उपयोग करणे महत्त्वाचे असते. यातील काही तंत्राना वैश्विक मान्यता असल्याने त्यांना 'तत्त्वे' असे म्हटले जाते. ही तत्त्वे व्यवस्थापकाला संस्थेची सर्व कार्ये विशिष्ट पद्धतीने पार पाडण्यासाठी मार्गदर्शक ठरतात. यामुळे व्यवस्थापकाला प्रभावी निर्णय घेण्यास व संघटनेचे ध्येय साध्य करण्यास मदत होते.

"तत्त्व एक मुलभूत सत्य किंवा प्रस्ताव म्हणून परिभाषित केले जाते जे विश्वास किंवा वर्तनप्रणाली किंवा तर्कशुद्ध विचारांचा आधार म्हणून काम करते."

सोप्या शब्दात सांगायचे तर, जी तंत्रे किंवा प्रणाली एकाच पद्धतीचे परिणाम देतात त्यांना तत्त्वे असे म्हणतात. ही तत्त्वे वैश्विक आहेत आणि ती सर्वत्र लागू पडतात. या तत्त्वांच्या आधारामुळे व्यवस्थापकांना 'चुका व शिका' या तत्त्वाचा अवलंब करावा लागत नाही. उदाहरणार्थ – क्रिकेट किंवा इतर कोणत्याही खेळाची रचना व विभाजन खेळाडूंमध्ये त्यांच्या कौशल्ये आणि क्षमतानुसार केले जाते. यालाच व्यवस्थापनाच्या भाषेत 'कामाचे विभाजन' असे म्हणतात. जे व्यवस्थापनाच्या तत्त्वांपैकी एक आहे.

१.३ व्यवस्थापनाच्या तत्त्वांचे स्वरूप :

कर्मचाऱ्यांच्या वर्तनावर प्रभाव पाडण्यासाठी व त्यांना वर्तनासंबंधात मार्गदर्शन करण्यासाठी व्यवस्थापनाची तत्त्वे तयार केली जातात. ही तत्त्वे संघटनेच्या संसाधनांची कार्यक्षमता नफ्याच्या स्वरूपात वाढविण्यावर भर देतात. ह्या बरोबरच ही तत्त्वे वरिष्ठ, त्यांच्या हाताखालील कर्मचारी आणि संघटनेच्या सर्व सदस्यांमध्ये उत्कृष्ट समन्वय स्थापन करण्यावर भर देतात.

व्यवस्थापन तत्वांचे स्वरूप खालीलप्रमाणे–

१) सार्वत्रिक उपयोग :

व्यवस्थापनाची तत्त्वे सार्वत्रिक आहेत म्हणजेच ही तत्त्वे कोणत्याही आकाराच्या व स्वरूपाच्या व्यावसायिक संघटनांना लागू पडतात. तसेच त्यांच्या परिणामात बदल होऊ शकतो. तसेच त्यांच्या उपयोजनातही बदल करणे शक्य असते. तरीही ती सर्व प्रकारच्या संस्थांसाठी सोयीस्कर असतात. तसेच ही तत्त्वे व्यवस्थापनाच्या सर्व स्तरांवर लागू पडतात.

२) सर्वसाधारण मार्गदर्शक तत्त्वे :

संघटनेतील समस्या सोडविण्यासाठी तसेच एखादी संघटनात्मक परिस्थिती काळजीपूर्वक हाताळण्यासाठी व्यवस्थापनाची तत्त्वे मार्गदर्शक ठरतात. ही तत्त्वे लवचीक असतात. कोणत्या तत्त्वांचा उपयोग करायचा हे संघटनेच्या परिस्थिती, आकार व स्वरूपावर अवलंबून असते. **उदा.** – जेव्हा आपण योग्य मोबदला असे म्हणतो तेव्हा योग्य हा शब्द संघटनेच्या स्वरूप, आकार आणि आर्थिक स्थितीनुसार बदलू शकतो.

३) सराव आणि प्रयोगाद्वारे तत्त्वे तयार केली जातात :

संशोधनातून हळूहळू व्यवस्थापन तत्त्वे विकसित केली जातात. ती विकसित करण्यापूर्वी पद्धतशीर निरीक्षणे आणि प्रयोग केले जातात. या प्रयोगांचे निष्कर्ष संघटनामध्ये वापरून पाहिल्यानंतरच त्यांचे तत्त्वांमध्ये रूपांतर केले जाते.

४) लवचीकता :

व्यवस्थापनाची तत्त्वे लवचिक असतात. म्हणजेच ही तत्त्वे परिस्थितीनुसार बदलता किंवा सुधारता येतात. ही तत्त्वे अवलंबताना व्यवस्थापक त्यात गरजेनुसार बदल करू शकतो. व्यवसायाची परिस्थिती सतत बदलत असते. आपल्या गरजेप्रमाणे संघटना ही तत्त्वे सुधारून अथवा त्यात बदल करून वापरू शकते.

५) **वर्तणुकीशी संबंधित :**

व्यवस्थापन ही सामूहिक कृती आहे. व्यक्तींच्या सामूहिक प्रयत्नातून विशिष्ट उद्दिष्ट साध्य करणे हे व्यवस्थापनाचे ध्येय असते. मानवी वर्तणुकीवर प्रभाव टाकण्यासाठी ही तत्त्वे तयार केलेली असतात. ही तत्त्वे कर्मचाऱ्यांच्या समूहांवर नियंत्रण ठेवून त्यांना ध्येयप्राप्तीसाठी दिशा दाखवतात.

६) **कार्यकारण संबंध :**

व्यवस्थापनाची तत्त्वे निर्णय घेण्यासाठीचा आधार आहेत. ती एखाद्या परिणामामागचे कारण निश्चित करतात. **उदा.**– चांगला पगार दिल्याने कामगारांची कार्यक्षमता वाढण्यास मदत होते किंवा प्रभावी जाहिरातीने वस्तूंची विक्री वाढते.

७) **सर्व तत्त्वांना एकसारखे महत्त्व आहे :**

व्यवस्थापनाच्या सर्व तत्त्वांना सारखे महत्त्व आहे. पूर्वनियोजित उद्दिष्टे साध्य करण्यासाठी ही सर्व तत्त्वे एकाच वेळी वापरणे आवश्यक आहे. एखादे तत्त्व विशेष लक्ष देऊन वापरले आणि इतर तत्त्वांकडे दुर्लक्ष झाले तर त्याचा परिणाम संघटनेच्या कामकाजावर होतो.

व्यवस्थापनाची तत्त्वे ही सामाजिक शास्त्राची तत्त्वे आहेत. व्यवस्थापनाच्या तत्त्वांचे स्वरूप रसायनशास्त्र, गणित यांसारख्या विज्ञानासारखे परिपूर्ण नसते. संघटनेच्या गरजेनुसार ही तत्त्वे बदलून अथवा सुधारून वापरता येतात.

१.४ व्यवस्थापन तत्वांचे महत्त्व

व्यवस्थापनाच्या तत्त्वांच्या स्वरूपावर केलेल्या चर्चेनंतर असे म्हणता येईल की, व्यवस्थापनाची तत्त्वे सर्वत्र लागू पडतात. पुन्हा पुन्हा निर्माण होणाऱ्या समस्यांवर पूर्वनियोजित उपाययोजनेच्या स्वरूपात ती असतात. ही तत्त्वे व्यवस्थापकांना मार्गदर्शन करतात म्हणून व्यवस्थापकाला त्याची माहिती असणे आवश्यक असते. सर्व प्रकारच्या संघटना व सामूहिक कार्यामध्ये संघटनेच्या स्वरूप, आकार आणि आवश्यकतेनुसार या तत्त्वांचा वापर करावा. ह्या तत्त्वांची चाचणी केलेली असते आणि ती बरीच वर्ष जगभरात वापरलेली असतात. म्हणून खालील तथ्यांच्या आधारे व्यवस्थापनाचे महत्त्व अभ्यासणे आवश्यक आहे.

१) **व्यवस्थापकांमध्ये उपयुक्त जाणीव निर्माण करते :**

व्यवस्थापकांना संघटना समजण्यास व्यवस्थापनाच्या तत्त्वांची मदत होते. या तत्त्वांच्या अभ्यासामुळे परिस्थिती आणि समस्यांचे आकलन वाढविण्यास मदत होते. त्याचबरोबर समस्यांचे निराकरण करण्यास आणि परिस्थिती हाताळण्यास व्यवस्थापकास मदत होते. ही तत्त्वे विविध व्यावसायिक लोकांच्या अनुभवाचा परिणाम आहे. भिन्न परिस्थिती कशा पद्धतीने हाताळावी हे समजण्यास या तत्त्वांचा उपयोग होतो. अशा प्रकारच्या योग्य वेळी मिळालेल्या मार्गदर्शनामुळे संसाधनांचा अपव्यय कमी होऊन अपेक्षित ध्येयप्राप्ती करणे शक्य होते.

२) **संसाधनाच्या प्रभावी वापरास मदत :**

प्रत्येक संघटनेत, दोन प्रकारची संसाधने वापरली जातात म्हणजेच भौतिक संसाधने (साहित्य, यंत्रसामग्री, पैसा इत्यादी) आणि मानवी संसाधने (मनुष्यबळ). या संसाधनांचा पर्याप्त वापर करून त्यांच्या अपव्ययावर नियंत्रण ठेवून या संसाधनामध्ये योग्य संतुलन राखणे हे व्यवस्थापनाचे मूलभूत कार्य आहे. व्यवस्थापन

तत्वांचा आणि तंत्रांचा वापर करून व्यवस्थापन कामकाजात शिस्त आणते आणि निरोगी वातावरण निर्माण करते. यामुळे व्यवस्थापन व कर्मचारी यांच्यात सलोख्याचे संबंध निर्माण होतात आणि कर्मचाऱ्यांची कार्यक्षमता वाढते तसेच प्रशासन प्रभावी होते. **उदा.** प्रमाणित साधने व यंत्रांच्या वापरामुळे दर्जा व उत्पादकता वाढण्यास मदत होते. तसेच मानवी संसाधनाची कार्यक्षमता वाढते.

३) शास्त्रीय निर्णय :

व्यवसाय संघटनेत पद्धतशीर किंवा संतुलित निर्णय म्हणजेच शास्त्रीय निर्णय होय. तत्त्वे एखादी गंभीर परिस्थिती कुशलतेने हाताळण्यास मदत करतात अन्यथा व्यवस्थापकाला सतत 'चुका आणि शिका' या पद्धतीचा वापर करणे बंधनकारक झाले असते. विविध व्यवस्थापन तत्त्वांच्या वापरामुळे एखाद्या परिस्थितीचे विश्लेषण कसे करावे, विविध पर्याय व त्यांचे परिणाम कसे शोधावेत याची कल्पना येते.

४) सामाजिक जबाबदारीची जाणीव :

संघटनेच्या प्रत्येक पैलूवर व्यवस्थापनाची तत्त्वे आधारित असतात. ही तत्त्वे केवळ साधने प्रभावीपणे हाताळण्याच्या दृष्टिकोनातून विकसित केलेली नाहीत तर व्यवसायाची समाजाप्रती असणारी जबाबदारी समजून घेण्यासाठी उपयोगी पडतात. ज्यामुळे ते वाजवी किंमतीत दर्जेदार उत्पादने देणे, बाजारातील कृत्रिम मक्तेदारी टाळणे, वाजवी स्पर्धा, योग्य मोबदला, वातावरणातील बदल, कामाची सुयोग्य जागा, मानक साधने व यंत्रणा इत्यादी गोष्टींवर लक्ष केंद्रित करू शकतात.

५) संशोधन आणि विकासास प्रोत्साहन (R and D) :

व्यवस्थापनाची तत्त्वे गतिमान आहेत. त्यांचे स्वरूप व्यवसाय जगतातील बदलांनुसार बदलत जाते. सद्य परिस्थितीला अनुसरून काळाच्या ओघात ती विकसित केली गेली. व्यवस्थापकांना त्यात सतत सुधारणा करता येते. व्यवस्थापनाकडून कामाच्या ठिकाणी नवीन प्रवाह हे आपोआप स्वीकारले जातात. ह्या मार्गदर्शक तत्त्वांमुळे व्यवस्थापनास वापरलेली तत्त्वे व त्याचा होणारा अपेक्षित परिणाम यांची तुलना करता येते. व्यवस्थापकाला निर्णय घेण्याचे स्वांतत्र्य असल्याने तो गरज पडल्यास परिस्थितीनुसार ह्या तत्त्वांमध्ये बदल करू शकतो. संशोधन व विकासाप्रतीचा वैज्ञानिक दृष्टिकोन विकसित करण्यासाठी तसेच संघटनेच्या वाढ व विकासासाठी या प्रशिक्षणाचा उपयोग होतो. **उदा.** संशोधन व विकास विभाग उत्पादन, वित्त, विपणन, मानव संसाधन इत्यादी क्षेत्रात नवीन तंत्र शोधण्यासाठी सतत कार्यरत असतो.

६) समन्वय आणि नियंत्रणास मदत :

व्यवस्थापनाची तत्त्वे योग्य समन्वय साधण्यास व नियंत्रण करण्यास मार्गदर्शक ठरतात. वेगवेगळ्या विभागात काम करणाऱ्या कर्मचाऱ्यांमध्ये समन्वय व सहकार्याची भावना निर्माण करणे खूप आव्हानात्मक आहे. व्यवस्थापकासाठी कर्मचाऱ्यांच्या कामगिरीवर नियंत्रण ठेवणे खूप अवघड काम आहे. समन्वय व नियंत्रण स्थापन करत असताना व्यवस्थापनाची तत्त्वे योग्य प्रणाली निर्माण करतात.

७) वस्तुनिष्ठ भूमिका घेण्यास मदत :

व्यवस्थापनाच्या विविध तत्त्वांच्या आधारे वस्तुनिष्ठ दृष्टिकोन विकसित करता येतो. व्यवस्थापकाला व्यवसायाच्या संधी ओळखता येतात तसेच समस्येचे मूळ कारण शोधून त्यावर योग्य ती उपाययोजना करता येते. यामुळे व्यवस्थापकाच्या मनात आत्मविश्वास निर्माण होतो.

१.५ व्यवस्थापनाचे सिद्धांत

व्यवस्थापकांना संघटना व्यवस्थापित करण्यासाठी मार्गदर्शन करणाऱ्या सर्वसाधारण नियमांचा संच म्हणजेच व्यवस्थापनाचा सिद्धांत होय. व्यवसायाच्या उद्दिष्टांशी कर्मचाऱ्यांचा घनिष्ठ संबंध निर्माण करण्यासाठी आणि ती उद्दिष्टे प्रभावी मार्गांचा अवलंब करून मिळविण्यासाठीचे स्पष्टीकरण म्हणजे सिद्धांत होय.

विविध व्यवस्थापकीय विचारवंतांनी विविध दृष्टिकोनांवर आधारित सिद्धांत मांडलेले आहेत. फ्रेडरिक विनस्लॉ टेलर, एल्टन मायो, हेन्री फेयॉल इत्यादी व्यवस्थापकीय विचारवंतानी भिन्न दृष्टिकोनांवर आधारित सिद्धांत मांडले. सर्व प्रकारच्या संघटनामध्ये हे सिद्धांत लागू पडतात. प्रत्येक व्यवस्थापक ह्या सिद्धांतांचा उपयोग करताना योग्य त्या सुधारणांसह नावीन्यपूर्ण तंत्रांचा उपयोग करतो. याचाच अर्थ हे जुने सिद्धांत नवीन व्यवस्थापन सिद्धांताचे आधार आहेत.

संघटना, काम करणारे लोक व समाज यांना काही सर्वसाधारण समस्यांना तोंड द्यावे लागते. जसे की, अधिकाराचे केंद्रीकरण, ताणतणाव, प्रेरणेचा अभाव, पर्यावरणाच्या समस्या, वर्तणुकीच्या समस्या, आरोग्याच्या समस्या, व्यक्तिगत आयुष्य व काम यांच्यातील संतुलन, उत्तरदायित्व इत्यादी व्यवस्थापनाचे सिद्धांत व्यवस्थापकाला अशा समस्या सोडविण्यासाठीचे उपाय प्रदान करतात.

१.६ हेन्री फेयॉल यांचा व्यवस्थापनाचा प्रशासकीय सिद्धांत

हेन्री फेयॉल (१८४१-१९२५) हा एक फ्रेंच खनिज इंजिनिअर होता. जो उद्योगपती आणि यशस्वी व्यवस्थापक बनला. त्यांनी एका फ्रेंच खनिज कंपनीत खाण अभियंता म्हणून कारकिर्दीला सुरुवात केली आणि त्यांनी मुख्य व्यवस्थापकीय संचालकपद भूषविले.

संघटनेत असंख्य प्रयोग व निरीक्षणे केल्यानंतर फेयॉल यांनी १४ तत्त्वे विकसित केली. ही तत्त्वे त्यांच्या 'जनरल अँड इंडस्ट्रियल ॲडमिनीस्ट्रेशन' या प्रसिद्ध पुस्तकात स्पष्ट केली आहेत. व्यवस्थापन विचारांच्या विकासातील त्यांच्या या योगदानामुळेच त्यांना **'आधुनिक व्यवस्थापनाचे जनक'** असे म्हटले जाते. फेयॉल यांनी सुचवलेली ही १४ तत्त्वे व्यवस्थापनामध्ये निर्णय घेण्यासाठी उपयोगी ठरतात. फेयॉल यांची ही १४ तत्त्वे खालीलप्रमाणे:-

१) कामाच्या विभागणीचे तत्त्व

२) अधिकार आणि जबाबदारीचे तत्त्व

३) शिस्तीचे तत्त्व

४) आदेशातील एकवाक्यतेचे तत्त्व

५) निर्देशनातील एकवाक्यतेचे तत्त्व

६) सामूहिक हितापेक्षा वैयक्तिक हिताला दुय्यम स्थान देणारे तत्त्व

७) केंद्रीकरणाचे तत्त्व

८) मोबदला तत्त्व

९) अधिकार साखळीचे तत्त्व

१०) सुव्यवस्थेचे तत्त्व

११) समान न्यायाचे तत्त्व

१२) कार्यकाळाच्या स्थैर्याचे तत्त्व

१३) पुढाकार घेण्याचे तत्त्व

१४) संघभावनेचे तत्त्व (एकी हेच बळ)

१) कामाच्या विभागणीचे तत्त्व (Principle of Division of Work) :

या तत्त्वानुसार एकूण कामाचे अनेक छोटे विभाग करावेत. जसे की, तांत्रिक, आर्थिक, व्यावसायिक, सुरक्षाव्यवस्था, लेखा आणि व्यवस्थापकीय इ. कामाची विभागणी ही त्या कर्मचाऱ्यांच्या कौशल्यानुसार व कुवतीनुसार करावी. यामुळे कर्मचाऱ्यांची कार्यक्षमता व कौशल्य सुधारते. ज्यामुळे अपेक्षित उत्पादन पातळी साधणे शक्य होते.

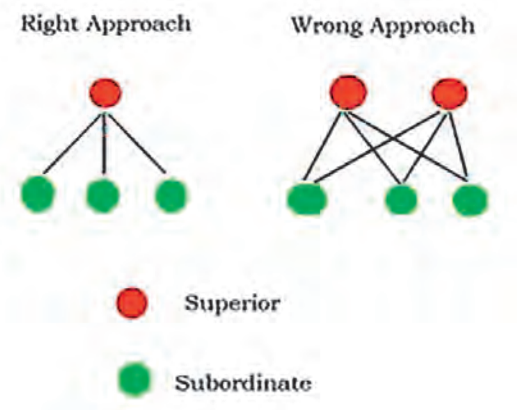
२) अधिकार आणि जबाबदारीचे तत्त्व (Principle of Authority and Responsibility) :

व्यवस्थापकाला निर्णय घेण्याचा अधिकार आहे. हाताखालच्या लोकांकडून योग्य प्रकारे काम पूर्ण करून घेणे आवश्यक असते. अधिकार हे कायम जबाबदारीसह येतात. जर व्यवस्थापकाला एखादे काम ठरावीक वेळात पूर्ण करण्याचे अधिकार दिले असतील तर ते काम वेळेत पूर्ण न झाल्यास त्याला जबाबदार धरावे. ध्येयप्राप्तीसाठी काही निर्णय स्वत:च्या जबाबदारीवर घेण्याचे अधिकार व्यवस्थापकाला असावेत.

३) शिस्तीचे तत्त्व (Principle of Discipline) :

फेयॉल यांच्या मते कोणत्याही संघटनेत शिस्त असणे ही अत्यंत महत्त्वाची गोष्ट आहे. कर्मचाऱ्यांनी संघटनेच्या नियमांचा आदर केला पाहिजे व त्यांचे पालन केले पाहिजे. शिस्तीमुळे संघटनेची उद्दिष्टे साध्य होण्यास मदत होते. चांगली शिस्त हा प्रभावी नेतृत्वाचा परिणाम आहे. व्यवस्थापन आणि कर्मचाऱ्यांमध्ये संघटनेच्या नियमांबद्दल पूर्ण जाणीव असली पाहिजे. मुलभूत शिस्त व्यवस्थापनाच्या सर्व स्तरांत पाळली पाहिजे.

४) आदेशातील एकवाक्यतेचे तत्त्व (Principle of Unity of Command) :



संघटनेमध्ये प्रत्येक कर्मचाऱ्याला एकाच वरिष्ठाकडून आदेश दिले गेले पाहिजेत. ह्या तत्त्वांमुळे संघटनेतील कर्मचाऱ्यांमधील संघर्ष मिटविण्यास व वादविवाद सोडविण्यास मदत होते. तसेच गोंधळ टाळण्यासदेखील मदत होते. जर एखाद्या कर्मचाऱ्याला एकापेक्षा अधिक वरिष्ठांकडून आदेश दिले गेले तर कोणाच्या आदेशाचे पालन करावे हे न कळल्याने तो कर्मचारी गोंधळून जाईल. हा चुकीचा दृष्टिकोन आहे. यासाठी संघटनेतील पदांचा अनुक्रम स्पष्ट केला पाहिजे. प्रत्येक कर्मचाऱ्यास त्याच्या वरिष्ठांची माहिती असावी आणि फक्त त्यांच्याकडूनच आदेश प्राप्त व्हावेत.

५) निर्देशनातील एकवाक्यतेचे तत्त्व (Principle of Unity of Direction) :

ह्या तत्त्वांनुसार प्रत्येक संघटनेत 'एक प्रमुख आणि एकच योजना' असावी. संघटनेतील प्रत्येक गट एकाच उद्दिष्टासाठी काम करत असला पाहिजे आणि या गटाला एकाच व्यवस्थापकाने एकच आराखडा वापरून सूचना दिल्या पाहिजेत.

६) सामूहिक हितापेक्षा वैयक्तिक हिताला दुय्यम स्थान देणारे तत्त्व (Principle of Subordination of Individual Interest to Organisational Interest) :

या तत्त्वानुसार वैयक्तिक हिताला संघटनेच्या हितापेक्षा कमी महत्त्व दिले पाहिजे. संघटनेमध्ये निर्णय घेताना व्यवस्थापकाने नेहमीच एका कर्मचाऱ्याच्या हिताऐवजी संपूर्ण समूहाच्या हिताचा विचार केला पाहिजे. तसेच कर्मचाऱ्यानेदेखील स्वत:च्या हितापेक्षा संघटनेचे हित जपले पाहिजे आणि स्वत:च्या हिताला दुय्यम स्थान दिले पाहिजे. **उदा.** प्रत्येक खेळामध्ये खेळाडूने नेहमी वैयक्तिक कामगिरीपेक्षा सांघिक भावनेतून सामना जिंकण्यासाठी प्रयत्न करावेत.

७) केंद्रीकरणाचे तत्त्व (Principle of Centralization) :

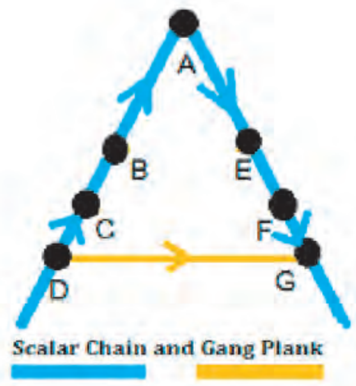
केंद्रीकरण म्हणजे अधिकार एकवटणे किंवा अधिकारांचे केंद्रीकरण काही संघटनामध्ये हे अधिकार एका व्यक्तीच्या किंवा अगदी कमी व्यक्तींच्या हातात असतात. अशी परिस्थिती लहान संघटनांमध्ये दिसून येते. परंतु जर संघटना मोठी असेल तर अशा वेळेस अधिकारांचे विकेंद्रीकरण केले जाते. या तत्त्वांनुसार संघटनेमध्ये केंद्रीकरण आणि विकेंद्रीकरण यांचा समतोल साधणे अत्यावश्यक आहे. हे करताना संघटनेचा आकार व कामाचे स्वरूप लक्षात घेतले पाहिजे.

८) मोबदला तत्त्व (Principle of Remuneration) :

प्रत्येक कर्मचाऱ्याला योग्य तो मोबदला देऊन आर्थिक समाधान देणे तसेच संघटनेत दीर्घ काळासाठी टिकवणे असे या तत्त्वात अभिप्रेत आहे. मोबदल्याचा परिणाम उत्पादकता आणि एकूण कार्यक्षमता यांवर दिसून येतो. कर्मचाऱ्याचा मोबदला निश्चित करताना त्यांचे कौशल्य, अनुभव, ज्ञान, कार्यकाळ, राहणीमानाचा खर्च, बाजारातील कल व संघटनेचा नफा इत्यादी गोष्टी लक्षात घेतल्या पाहिजेत.

९) अधिकार साखळीचे तत्त्व (Principle of Scalar Chain) :

साधारणपणे संघटनेत परस्परांमध्ये संवाद साधण्यासाठी उच्च स्तरापासून कनिष्ठ स्तरापर्यंत एक विशिष्ट साखळी असते. यामुळे माहिती व संप्रेषणाचा प्रवाह व्यवस्थित राहण्यास मदत होते. पूर्वीपासून संघटनेमध्ये मोठ्या संज्ञापन साखळीचा वापर केला जायचा. जी खूप वेळखाऊ आहे. **उदा.** अधिकार स्तरानुसार व्यवस्थापक एखाद्या निर्णयाची माहिती विभाग प्रमुखाला द्यायचा, विभागप्रमुख पर्यवेक्षकाला ही माहिती द्यायचा, पर्यवेक्षक फोरमनला आणि फोरमन कामगारांना ही माहिती पुरवायचा. ही मोठी साखळी टाळण्यासाठी आणि जलद गतीने निर्णय घेण्यासाठी काही संघटना थेट संप्रेषण करतात त्याला गँग प्लँक म्हणजेच जोडफळी असे म्हणतात. थेट संप्रेषणासाठी म्हणजेच जोडफळीसाठी वरिष्ठ अधिकाऱ्यांची परवानगी असणे आवश्यक असते.



१०) सुव्यवस्थेचे तत्त्व (Principle of Order) :

‘प्रत्येक गोष्टीसाठी योग्य जागा आणि प्रत्येक गोष्ट नियोजित जागेवर असणे’ यावर हे तत्त्व आधारित आहे. कार्यक्षमतेत वाढ होण्यासाठी कर्मचारी वर्ग व कामकाजाचे साहित्य योग्य त्या वेळी योग्य त्या जागेवर असल्या पाहिजेत. योग्य कामासाठी योग्य जागेवर योग्य मनुष्यबळाची नियुक्ती केली पाहिजे. हे तत्त्व भौतिक व मानवी संसाधनांचा योग्य वापर करण्यावर भर देते.

११) समान न्यायाचे तत्त्व (Principle of Equity) :

व्यवस्थापनाने आधिनस्थ कर्मचाऱ्यांना योग्य व मैत्रीपूर्ण वागणूक दिली पाहिजे. कामाचे विभाजन करताना, अधिकार सोपवताना, आर्थिक अटी ठरवताना इत्यादी कामात कर्मचाऱ्यांमध्ये कोणताही भेदभाव करू नये. त्याचप्रमाणे कर्मचाऱ्यांचे वेतन ते काम करणाऱ्या विभागावर अवलंबून न ठेवता ते कोणत्या पातळीवर काम करीत आहेत यावर ठरविले पाहिजे. दोन वेगवेगळ्या विभागांमध्ये परंतु एकाच पातळीवर काम करणाऱ्या दोन कर्मचाऱ्यांना समान वेतन असले पाहिजे. अशा प्रकारच्या समानतेमुळे संघटनेतील वादविवाद टाळता येतात.

१२) कार्यकाळाच्या स्थैर्याचे तत्त्व (Principle of Stability of Tenure) :

कर्मचाऱ्यांच्या भरतीच्या वेळी व्यवस्थापनाने त्यांच्या सेवाकाल सातत्याबद्दल स्थैर्य किंवा सुरक्षिततेचे आश्वासन दिले पाहिजे. यामुळे कर्मचाऱ्यांच्या मनात संघटनेबद्दल आपुलकीची भावना निर्माण होण्यास मदत होते. असुरक्षिततेची भावना कर्मचाऱ्यांच्या कार्यक्षमतेवर नेहमीच विपरीत परिणाम करते तर सुरक्षित नोकरीमुळे कर्मचाऱ्यांचे नोकरी सोडण्याचे प्रमाण कमी होते.

१३) पुढाकार घेण्याचे तत्त्व (Principle of Initiative) :

पुढाकार म्हणजे नावीन्यपूर्ण मार्गाने काम करण्यासाठी स्वयंप्रेरणेने पुढे येणे. कर्मचाऱ्यांना नवीन कल्पनांवर विचार करण्याचे व त्याच्यावर काम करण्याचे स्वातंत्र्य दिल्यास ते दिलेले काम करण्यासाठी पुढाकार घेतात. व्यवस्थापकाने या नवीन कल्पनांवर सखोल चर्चा करावी व अशा पुढाकाराचे स्वागत करावे. ह्यामुळे संघटनेमध्ये निरोगी वातावरण निर्माण करण्यास मदत होते.

१४) संघभावनेचे तत्त्व (एकी हेच बळ) (Principle of Sprit de Corpse/Team Work) :

हेन्री फेयॉल यांनी सांघिक कृतीवर भर दिला आहे. संघभावना म्हणजे ‘एकी हेच बळ’. कोणतीही संघटना चालविणे ही एक सांघिक कृती आहे आणि मानवी संसाधने ही मौल्यवान संपत्ती आहे. जर सर्व कर्मचारी परस्पर विश्वासाने संघटित होऊन काम करत असतील तर अडचणींवर लगेच मात करता येते. म्हणून संघटनेचे ध्येय सहज साध्य करण्यासाठी व्यवस्थापकाने कर्मचाऱ्यामध्ये संघभावनेची व समंजसपणाची जाणीव निर्माण केली पाहिजे.

हेन्री फेयॉल यांची ही वरील १४ तत्त्वे कोणत्याही संघटनेचे काम प्रभावीपणे व कार्यक्षमपणे चालण्यासाठी उपयोगी पडतात. ही तत्त्वे व्यवस्थापनाच्या कार्यांसाठीदेखील सहाय्यक ठरतात. ही तत्त्वे अत्यंत तर्कशुद्ध असल्याने आधुनिक व्यवस्थापनासही लागू पडतात.

> क्रिकेट सारख्या तुमच्या आवडत्या खेळाचे उदाहरण घ्या व त्यावर चर्चा करा. तुमच्या लक्षात येईल यातील प्रत्येक क्रिया ही फेयॉल यांच्या व्यवस्थापनाच्या तत्त्वांवर आधारलेली आहे.

१.७ फ्रेडरिक विनस्लॉ टेलर यांचा शास्त्रीय व्यवस्थापनाचा सिद्धांत

टेलर (१८५६ ते १९१५) हा एक अमेरिकन व्यक्ती होता ज्याने मिडव्हेल स्टील वर्क्स येथे फिलाडेल्फिया मध्ये यंत्रकार म्हणून आपल्या कामास सुरुवात केली व हळूहळू स्वत:च्या परिश्रम व विकासातून मुख्य अभियंता पदापर्यंत पोचला. त्याने वैज्ञानिक आकडेवारीवर आधारित निरीक्षणे व प्रयोग सादर केले. टेलर यांच्या व्यवस्थापनाकडे पाहण्याच्या दृष्टिकोनाला वैज्ञानिक व्यवस्थापन असे संबोधले जाते. व्यवस्थापन व व्यवस्थापना संदर्भातील एकूण विचारांच्या विकासातील त्यांच्या योगदानामुळेच त्यांना **'शास्त्रीय व्यवस्थापनाचा जनक'** म्हणून ओळखले जाते.

टेलर यांचा व्यवस्थापनाचा सिद्धांत वैज्ञानिक प्रयोगांवर आधारित आहे. या सिद्धांतामध्ये निर्णय घेणे व त्याचवेळी त्या संदर्भातील समस्यांचे निराकरण करण्यासाठी वैज्ञानिक दृष्टिकोनाचा अवलंब करणे यांचा समावेश होतो. टेलर यांच्या मते समस्या सोडविताना मुलभूत नियम आणि चुकांमधून शिकण्याची पद्धत न वापरता वैज्ञानिक तंत्राचा अवलंब करणे आवश्यक आहे.

फ्रेडरिक टेलर यांची वैज्ञानिक व्यवस्थापनाची व्याख्या: ''वैज्ञानिक व्यवस्थापनामध्ये व्यवस्थापनाला व्यक्तींनी नक्की काय करावे हे माहित असणे आणि त्या व्यक्ती सर्वोत्कृष्ट व कमीत कमी खर्चात काम पूर्ण कसे करतील हे पाहणे यांचा अंतर्भाव होतो.''

वैज्ञानिक व्यवस्थापनाची तत्त्वे–

वैज्ञानिक व्यवस्थापनाची तत्त्वे खालीलप्रमाणे आहेत.

१) विज्ञान आहे, मुलभूत नियम नाही :

संघटनात्मक कार्यक्षमता वाढविण्यासाठी 'रूल ऑफ थम्ब' ची पद्धत न वापरता कामाच्या वैज्ञानिक विश्लेषणाद्वारे विकसित केलेल्या पद्धतींचा वापर केला पाहिजे. सर्वसाधारण पद्धतीने घेतलेले निर्णय व्यवस्थापकाच्या वैयक्तिक आकलनावर आधारित असतात. टेलर यांनी प्रत्येक लहान कामासाठीही वैज्ञानिक पद्धतींच्या वापराचा आग्रह धरला. व्यवस्थापनाचे हे तत्त्व प्रत्येक कामाचे वैज्ञानिक विश्लेषण करून ते काम करण्याची सर्वोत्कृष्ट पद्धत शोधून काढणे याला महत्त्व देते. या कामासाठी लागणारी मानक, आवश्यक वेळ व आवश्यक उत्पादन व्यवस्थापकाने निश्चित करावे. यामुळे वेळ आणि मानवी उर्जा वाचविण्यात मदत होईल. तसेच अपेक्षित प्रमाणात उत्पादन साध्य होईल. टेलर यांच्या म्हणण्यानुसार बॉक्स मध्ये लोखंडी शीट्स चढविण्यासारख्या उत्पादनाशी संबंधित साध्या कामाचेही वैज्ञानिक पद्धतीने नियोजन करता येऊ शकते.

२) समरसता आहे, विवाद नाही :

या तत्त्वानुसार कर्मचारी आणि व्यवस्थापन यांच्यात सामंजस्य असले पाहिजे. या दोन्हीमधील समन्वय त्यांच्यातील संघर्ष कमी करण्यास मदत करेल. कर्मचारी व व्यवस्थापन यांच्यातील सामंजस्यामुळे कामाच्या ठिकाणी पोषक वातावरण निर्माण करणे तसेच अपेक्षित ध्येय प्राप्ती म्हणजेच यश मिळविणे शक्य होते. संघटनेनेही कर्मचाऱ्यांच्या फायद्याचा व विकासाचा विचार केला पाहिजे.

३) मानसिक क्रांती :

टेलर यांनी 'मानसिक क्रांतीची' संकल्पना मांडली. हे तत्व कर्मचारी व व्यवस्थापन या दोन्हींचा एकमेकांकडे पाहण्याच्या दृष्टिकोनात बदल घडवून आणण्यावर भर देते. कर्मचारी व व्यवस्थापक या दोघांनाही संघटनेतील त्यांच्या समान अस्तित्वाची जाणीव असली पाहिजे. संघटनेचे ध्येय प्राप्त करण्यासाठी दोघांनीही पूर्ण सहकार्याने काम केले पाहिजे. यामुळे उत्पादन क्षमता व नफा दोन्हीमध्ये वाढ होते.

४) सहकार्य आहे. व्यक्तिगत स्वार्थ नाही :

हे तत्त्व कार्यबल म्हणजेच कर्मचारी व व्यवस्थापनातील परस्पर सहकार्याला महत्त्व देते. सहकार्य, विश्वास, संघभावना इत्यादीमुळे अंतर्गत स्पर्धेचे रूपांतर सुदृढ संघटनात्मक वातावरणात होते. निर्णय प्रक्रियेमध्ये व्यवस्थापनाने कर्मचाऱ्यांनी दिलेल्या सूचनांचा नेहमीच विचार केला पाहिजे. व्यवस्थापनाने कर्मचाऱ्यांना सर्व बाबतीत संस्थेचा अविभाज्य भाग मानायला हवे. त्याचबरोबर कर्मचाऱ्यांनीही संपावर जाणे व व्यवस्थापनाकडे अवाजवी मागण्या करणे इत्यादी गोष्टी टाळायला हव्यात. व्यवस्थापन व कर्मचारी यांनी एकमेकांना संघटनेचे दोन आधारस्तंभ मानले पाहिजे.

५) जबाबदारीचे विभाजन :

व्यवस्थापन व कर्मचारी यांच्यामध्ये नेहमी कामाच्या योग्य विभाजनासह जबाबदाऱ्यांचेही योग्य विभाजन केले जावे. उच्च व मध्यम स्तरावरील व्यवस्थापन अधिकाऱ्यांकडून कामाचे नियोजन केले जाते तर कर्मचारी त्यांच्या अंमलबजावणीवर लक्ष केंद्रित करतात. आपल्या वरिष्ठांनी दिलेल्या सूचनांनुसार कर्मचारी आपले काम पार पाडतात. व्यवस्थापकांनी कर्मचाऱ्यांना सतत मदत, प्रोत्साहन व मार्गदर्शनही केले पाहिजे. यामुळे व्यवस्थापक व कर्मचारी दोघांचीही कामगिरी उत्कृष्ट होण्यास मदत होते.

६) अधिक कार्यक्षमता व समृद्धीसाठी मालक आणि कर्मचाऱ्यांचा विकास :

कोणत्याही संघटनेची उत्कृष्ट कामगिरी फार मोठ्या प्रमाणात त्या संस्थेतील कर्मचाऱ्यांच्या कौशल्यांवर आणि क्षमतांवर अवलंबून असते. म्हणूनच गरजेनुसार कर्मचाऱ्यांसाठी प्रशिक्षण व विकास कार्यक्रम राबविणे अत्यावश्यक असते. अंतिमत: या सर्वांचा परिणाम संस्थेच्या नफ्यावर होतो. प्रत्येक कर्मचाऱ्याला उच्च प्रतीची कार्यक्षमता व कमाल समृद्धीची योग्य संधी दिली पाहिजे.

शास्त्रीय व्यवस्थापनाची तंत्रे –

शास्त्रीय व्यवस्थापनाची काही महत्त्वाची तंत्रे खालीलप्रमाणे आहेत.

१) कार्य अभ्यास (Work Study) :

उपलब्ध कर्मचाऱ्यांना काम नेमून देण्याआधी व्यवस्थापनाकडून त्या कामाचा योग्य अभ्यास केला गेला पाहिजे. कार्य अभ्यासामध्ये विविध क्रिया व कार्ये यांचा संघटित, पद्धतशीर आणि टिकात्मक मूल्यांकनाच्या मोजमापाचा समावेश होतो. कार्य अभ्यासामध्ये वेळ अभ्यास, गती अभ्यास, पद्धत अभ्यास आणि थकवा अभ्यास या सर्व तंत्राचा समावेश होतो.

अ) वेळ अभ्यास (Time Study) :

एखाद्या कर्मचाऱ्याने दिलेले कार्य पूर्ण करण्यासाठी घेतलेल्या वेळेचे निरीक्षण व नोंद करण्याचे हे तंत्र आहे. वेळ अभ्यासाद्वारे कामाच्या प्रत्येक घटकासाठी लागणारा अचूक वेळ ठरविला जातो. दिलेल्या परिस्थितीमध्ये विशिष्ट

कार्य करण्यासाठी लागणारा मानक वेळ ठरविण्यासाठी या तंत्राचा उपयोग केला जातो. एखाद्या कर्मचाऱ्याची कार्यक्षमता मोजण्यासाठी आणि कामाच्या मूल्यावर नियंत्रण ठेवण्यासाठी या तंत्राचा उपयोग होतो.

ब) पद्धत अभ्यास (Method Study):

कार्य पूर्ण करण्याच्या नेहमीच विविध पद्धती अस्तित्वात असतात. चांगली गुणवत्ता टिकविणे आणि खर्च मर्यादित ठेवण्यासाठी विशिष्ट काम करण्याची उत्तम पद्धत शोधून काढणे व्यवस्थापकाचे अतिशय महत्त्वाचे परंतु तेवढेच आव्हानात्मक कार्य आहे. वेळ व कच्च्या मालाचा अपव्यय कमी करण्यासाठी तसेच पूर्वनिर्धारित उद्दिष्टांनुसार सर्व संसाधनांची उपयुक्तता वाढविण्यासाठी या तंत्राची मदत होते. कच्च्या मालाची हाताळणी, वाहतूक, तपासणी आणि साठवण इत्यादी कामांची योग्य पद्धत ठरविण्यासाठी या तंत्राचा उपयोग होतो.

क) हालचाल अभ्यास (Motion Study) :

आवश्यक गतीचा अभ्यास म्हणजेच एखादे विशिष्ट कार्य पूर्ण करताना कर्मचाऱ्यांच्या तसेच यंत्रांच्या होणाऱ्या हालचालींचा अभ्यास अतिशय महत्त्वाचा आहे. यामुळे एखादे विशिष्ट काम करण्याची सर्वोत्कृष्ट पद्धत शोधून काढण्यास तसेच अनावश्यक हालचाली कमी करण्यास मदत होते. कर्मचाऱ्यांची कार्यक्षमता वाढविण्यासाठी सुद्धा याचा उपयोग होतो. कार्याचा प्रवाह सहज व विना अडथळा ठेवण्यासाठी त्या कार्यातील काही घटक काढून टाकणे किंवा त्यांचा क्रम बदलणे गरजेचे आहे का? हे माहीत होण्यासाठी या तंत्राचा उपयोग केला जातो.

ड) थकवा अभ्यास (Fatigue Study) :

साधारणपणे कामाचे पुरेशा विश्रांतीशिवाय जादातास, नेमून दिलेले काम पूर्ण करण्याचा ताण, कामकाजाची अवजड साधने आणि कामाच्या ठिकाणची खराब परिस्थिती या सर्वांचा परिणाम शारीरिक व मानसिक ताण म्हणजेच थकवा. कर्मचाऱ्यांच्या आरोग्यावर व कार्यक्षमतेवर याचा विपरीत परिणाम होतो. कर्मचाऱ्यांची कार्यक्षमता टिकवून ठेवण्यासाठी थकवा कमी करण्याच्या विविध पद्धतीचा अभ्यास अतिशय महत्त्वाचा आहे.

२) साधने व उपकरणांचे मानकीकरण :

कामाच्या ठिकाणी केलेल्या प्रयोगांच्या परिणामांच्या आधारे टेलर यांनी साधने आणि उपकरणांच्या मानकीकरणास समर्थन दिले. कामाच्या ठिकाणचे वातावरण व उत्पादनाच्या पद्धती प्रमाणीकरण केल्यामुळे वस्तूंचा अपव्यय, उत्पादन खर्च व कामगारांमधील थकवा कमी करण्यास मदत होते आणि कामाची गुणवत्ताही सुधारते.

३) वैज्ञानिक कार्यरचना :

टेलर यांनी दिवसभरातील उचित काम निश्चित करण्यावर जोर दिला आहे. कामगारांना त्यांच्या क्षमतेपेक्षा कमी दर्जाचे काम करण्यापासून रोखण्यासाठी वैज्ञानिक पद्धतीने कार्याची रचना करणे महत्त्वाचे आहे. या तंत्राचा वापर करून कामगार त्यांचे कार्य प्रमाणित मानकांनुसार पूर्ण करतील त्याचबरोबर व्यवस्थापन कर्मचाऱ्यांच्या पर्याप्त वापरावर योग्य नियंत्रण ठेवू शकेल.

४) वैज्ञानिक निवड व प्रशिक्षण :

वैज्ञानिक निवड प्रक्रियेचा वापर करून व्यवस्थापन योग्य कामासाठी योग्य व्यक्तींची निवड करू शकते. त्यासाठी व्यवस्थापनाने कार्याचे तपशील निश्चित करणे आवश्यक आहे. कर्मचाऱ्यांची नेमणूक नि:पक्षपातीपणे

पूर्वनिर्धारित मानकांनुसार केली जाते. निवड झाल्यानंतर त्यांची कार्यक्षमता वाढविण्यासाठी व्यवस्थापनाने त्यांना योग्य प्रशिक्षण कार्यक्रम प्रदान केले पाहिजेत.

५) कार्यात्मक संस्था :

टेलर यांच्या या संकल्पनेत नियोजन अंमलबजावणीपासून वेगळे केले आहे. याचाच अर्थ कामाचे व्यवस्थापन व परीक्षण करणाऱ्या व्यक्ती ह्या भिन्न असतात. म्हणून प्रत्येक व्यक्तीचे निरीक्षण दोन भिन्न पर्यवेक्षकांकडून केले जाईल. उत्पादनाच्या विविध पैलूंवर नियंत्रण ठेवण्यासाठी त्यांनी एकूण आठ फोरमनची शिफारस केली आहे. त्यांचे वर्गीकरण खालीलप्रमाणे–

अ) नियोजन स्तरावर :

१) मार्ग कारकून–काम एका मशिनवरून दुसऱ्या मशिनवर कसे सरकते हे सांगतो.

२) सूचना लिपिक – काम पूर्ण कसे करायचे याच्या सूचना देतो.

३) वेळ आणि किंमत / खर्च कारकून – काम पूर्ण होण्यासाठी लागणारा वेळ निर्धारित करतो.

४) शिस्त – कामगार कारखान्याच्या नियमांप्रमाणे काम करत असल्याचे सुनिश्चित करते.

ब) अंमलबजावणी स्तरावर :

१) गट प्रमुख – प्रत्यक्ष काम करून घेतो.

२) वेग प्रमुख – काम ठरलेल्या वेळेत पूर्ण होईल याची काळजी घेतो.

३) दुरुस्ती प्रमुख – यंत्रणेची सुरक्षा आणि देखभाल हाताळतो.

४) निरीक्षक – काम पूर्वनिर्धारित मानकांनुसार होण्याची शाश्वती देतो.

टेलरच्या मते सर्व कार्यांची नियोजन व अंमलबजावणीत योग्य विभागणी केल्यामुळे व्यवस्थापन निश्चितच कर्मचाऱ्यांकडून आवश्यक कामगिरी साध्य करू शकते.

६) विभेदात्मक दर वेतन योजना :

साधारण कामगारही प्रमाणित उत्पन्न मिळविण्यासाठी प्रेरित होईल अशा पद्धतीने मोबदला ठरविला गेला पाहिजे. यासाठी टेलरने विभेदात्मक दर वेतन योजना सुचविली आहे. या योजनेनुसार प्रमाणित मानकांपेक्षा जास्त काम पूर्ण करणाऱ्या कामगारांना उच्च दराचा प्रस्ताव दिला जातो. याउलट जर एखादा कामगार निर्धारित मानकांपेक्षा कमी काम करत असेल तर अशा कामगाराला कमी दराने वेतन दिले जाते. या तंत्रामुळे कामगारांना उच्च प्रतीची कामगिरी पूर्ण करण्यासाठी व अधिक वेतन मिळविण्यासाठी प्रेरणा मिळते.

> व्यवस्थापनाचे सिद्धांत हे संघटनात्मक विकासाचे व सर्व प्रकारच्या व्यवसायांसाठी यशस्वी होण्याचे आधार आहेत. उदारीकरण, खाजगीकरण व जागतिकीकरणाच्या आधुनिक युगात व्यवस्थापनाची व्याप्ती मोठ्या प्रमाणात वाढली आहे. व्यवस्थापनाचे महत्त्व वाढविण्यास व्यवसाय पर्यावरणात घडून आलेले विविध प्रकारचे बदल जबाबदार आहेत. परिस्थितीत होणाऱ्या बदलांप्रमाणे काही बदल केल्यास हे पारंपारिक सिद्धांत व्यवसाय हाताळण्यात अतिशय प्रभावी सिद्ध होत आहेत.
>
> या बदलांच्या परिणामातून व्यवस्थापनाचे विविध प्रकार समोर आले. आपत्ती व्यवस्थापन, पुरवठा व रसद व्यवस्थापन, कार्यक्रम व्यवस्थापन, तणाव व्यवस्थापन, व्यवसायाची सामाजिक जबाबदारी (CSR), संपूर्ण गुणवत्ता व्यवस्थापन इत्यादी व्यवस्थापनातील आधुनिक प्रकार आहेत.

सारांश :

व्याख्या :

तत्त्व एक मूलभूत सत्य किंवा प्रस्ताव म्हणून परिभाषित केले जाते जे विश्वास किंवा वर्तन प्रणाली किंवा तर्कशैलीसाठी एक आधार म्हणून काम करते.

व्यवस्थापनाच्या तत्त्वांचे स्वरूप :

१) सार्वत्रिक उपयोग

२) सर्वसाधारण मार्गदर्शक तत्त्वे

३) सराव आणि प्रयोगाद्वारे तत्त्वे तयार केली जातात

४) लवचीकता

५) वर्तणुकीशी संबंध

६) कार्यकारण संबंधित

७) सर्व तत्त्वांना एकसारखे महत्त्व आहे.

व्यवस्थापन तत्त्वांचे महत्त्व :

१) व्यवस्थापकांमध्ये उपयुक्त जाणीव निर्माण करते.

२) संसाधनांच्या प्रभावी वापरास मदत

३) शास्त्रीय निर्णय

४) सामाजिक जबाबदारीची जाणीव

५) संशोधन आणि विकासास प्रोत्साहन (R and D)

६) समन्वय आणि नियंत्रणास मदत

७) वस्तुनिष्ठ भुमिका घेण्यास मदत

व्यवस्थापनाचे सिद्धांत :

व्यवस्थापकांना संघटना चालविण्यासाठी मार्गदर्शन करणाऱ्या सर्वसाधारण नियमांचा संच म्हणजे व्यवस्थापनाचे सिद्धांत होय.

१) हेन्री फेयॉल यांचा व्यवस्थापनाचा प्रशासकीय सिद्धांत (१८४१–१९२५)

हेन्री फेयॉल यांना 'आधुनिक व्यवस्थापनाचा जनक' म्हणून संबोधले जाते.

१) कामाच्या विभागणीचे तत्त्व

२) अधिकार आणि जबाबदारीचे तत्त्व

३) शिस्तीचे तत्त्व

४) आदेशातील एकवाक्यतेचे तत्त्व

५) निर्देशनातील एकवाक्यतेचे तत्त्व

६) सामूहिक हितापेक्षा वैयक्तिक हिताला दुय्यम स्थान देणारे तत्त्व

७) केंद्रीकरणाचे तत्त्व

८) मोबदला तत्त्व

९) अधिकार साखळीचे तत्त्व

१०) सुव्यवस्थेचे तत्त्व

११) समान न्यायाचे तत्त्व

१२) कार्यकाळाच्या स्थैर्याचे तत्त्व

१३) पुढाकार घेण्याचे तत्त्व

१४) संघभावनेचे तत्त्व

२) फ्रेडरिक टेलर यांचा शास्त्रीय व्यवस्थापनाचा सिद्धांत (१८५६-१८१५)

फ्रेडरिक टेलर यांना 'शास्त्रीय व्यवस्थापनाचा जनक' म्हणून ओळखले जाते.

शास्त्रीय व्यवस्थापनाची तत्त्वे :

१) विज्ञान आहे, मूलभूत नियम नाही

२) समरसता आहे. विवाद नाही

३) मानसिक क्रांती

४) सहकार्य आहे, व्यक्तिगत स्वार्थ नाही

५) जबाबदारीचे विभाजन

६) अधिक कार्यक्षमता व समृद्धीसाठी मालक आणि कर्मचाऱ्यांचा विकास

शास्त्रीय व्यवस्थापनाची तंत्रे :

१) कार्य अभ्यास - अ) वेळ अभ्यास ब) पद्धत अभ्यास क) हालचाल अभ्यास ड) थकवा अभ्यास

२) साधने व उपकरणांचे मानकीकरण

३) वैज्ञानिक कार्यरचना

४) वैज्ञानिक निवड व प्रशिक्षण

५) कार्यात्मक संस्था

६) विभेदात्मक दर वेतन योजना

फक्त जाणून घेण्यासाठी

व्यवस्थापनातील योगदान

सी.के.प्रल्हाद (१९४२-२०१०)

- व्यवस्थापन आणि लोक प्रशासन यामध्ये १९९९ मध्ये दिलेल्या योगदानासाठी लाल बहादूर शास्त्री पुरस्कार मिळवणारा पहिला प्राप्तकर्ता.
- २०१८ मध्ये, थिंकर्स ५० डॉट कॉमच्या यादीत त्यांना जगातील सर्वात प्रभावशाली व्यवसाय विचारवंत म्हणून नोंदविण्यात आले.

- ते एक सक्रिय विचारवंत होते, ज्यांचा व्यवस्थापकांनी कधीही विचारही केला नसेल, अशी दृष्टी त्यांनी नियमितपणे निर्माण करुन मांडली.
- सी.के.प्रल्हाद कोअर कॉम्पिटीशन मॉडेल आणि सह-निर्मितीच्या विकासासाठी दिलेल्या योगदानासाठी प्रसिद्ध आहेत. (सी.के. प्रल्हाद आणि गॅरी हॅमल यांनी मांडलेल्या व्यवस्थापनाच्या सिद्धांतामधील कोअर कॉम्पिटेंसी ही संकल्पना आहे.)

सी.के.प्रल्हाद यांच्या मते :

- ''उद्याच्या स्पर्धात्मक जगात प्रतिस्पर्ध्यांपेक्षा वेगवान होण्यात रणनीतीचे सार आहे कारण आपण आज आपल्याकडे असलेल्या गोष्टींची नक्कल करू शकता.''
- ''कार्यकारी उपलब्ध स्रोतांद्वारे नव्हे तर त्यांच्या जवळील कल्पनाशक्ती मुळे प्रतिबंधित असतात.''
- ''शांततेला करार म्हणून कधीही स्वीकारू नका कारण तुम्हाला त्याबद्दल नंतर पश्चाताप होईल.''
- ''एक चांगला सामाजिक नागरिक असणे आणि इतरांनी ते जाणणे आवश्यक आहे.''
- ''आपण किती हुशार आहात हे दाखवण्याऐवजी इतरांना मदत करण्यास प्रामाणिक असाल, तर गोष्टी खूप सोप्या होतील.''

स्वाध्याय

प्र. १ अ) योग्य पर्याय निवडून वाक्य पुन्हा लिहा.

१) .... ह्यांना शास्त्रीय व्यवस्थापनाचा जनक म्हणून ओळखले जाते.

अ) हेन्री फेयॉल ब) एफ.डब्ल्यू.टेलर क) फिलीप कोटलर

२) प्रत्येक गोष्टीसाठी जागा आणि प्रत्येक गोष्ट जागेवर हे .... या तत्त्वात येते.

अ) शिस्तीचे तत्त्व ब) सुव्यवस्थेचे तत्त्व क) समान न्यायाचे तत्त्व

३) संघटनेच्या सदस्याला .... कडून आदेश मिळाले पाहिजेत.

अ) अनेक वरिष्ठ ब) एक वरिष्ठ क) सर्व वरिष्ठ

४) संज्ञापन साखळी म्हणजे .... पदक्रमानुसार उच्च स्तरापासून कनिष्ठ स्तरापर्यंत केलेला संवाद.

अ) शिस्त ब) ऐक्य क) अधिकार

५) उत्पादनाच्या विविध बाबींवर नियंत्रण ठेवण्यासाठी एफ.डब्ल्यू.टेलर यांनी एकूण .... फोरमन सांगितले.

अ) आठ ब) तीन क) दोन

ब) योग्य जोड्या जुळवा.

	'अ' गट		'ब' गट
अ)	हेन्री फेयॉल	१)	आठ फोरमन
ब)	निर्देशनातील एकवाक्यता	२)	शास्त्रीय व्यवस्थापनाचा सिद्धांत
क)	व्यवस्थापनाची तत्त्वे	३)	सर्व क्रियांची समान विभागणी
ड)	एफ. डब्ल्यू टेलर	४)	सामान्य मार्गदर्शक तत्त्वे
इ)	कार्यात्मक संस्था	५)	प्रत्येक गोष्टीसाठी योग्य जागा आणि प्रत्येक गोष्ट नियोजित जागेवर
		६)	एक वरिष्ठ एक योजना
		७)	कमी वेतन दर
		८)	कर्मचारी व व्यवस्थापनातील चांगले संबंध
		९)	जर्मन इंजिनियर
		१०)	आधुनिक व्यवस्थापन

क) खालील वाक्यांसाठी एक शब्द, शब्दसमूह सुचवा.

१) विशिष्ट काम पूर्ण करताना कर्मचाऱ्यांच्या हालचालींचा तसेच यंत्राचा अभ्यास करणे.

२) एखाद्या कर्मचाऱ्यास दिलेले काम पूर्ण करण्यास किती वेळ लागला ह्याचे निरीक्षण व नोंद करण्याचे तंत्र.

३) विविध उपक्रमांचे एक संघटित, पद्धतशीर आणि गंभीर मूल्यमापन करणे.

४) नावीन्यपूर्ण मार्गाने काम करण्याचे तत्त्व.

५) 'प्रत्येक गोष्टीसाठी जागा आणि प्रत्येक गोष्ट जागेवर' असे सांगणारे तत्त्व.

ड) खालील विधाने चूक की बरोबर ते लिहा.

१) व्यवसायाची तत्त्वे सार्वत्रिक आहेत.

२) व्यवस्थापनाची तत्त्वे वेगवेगळ्या परिस्थितीत वेगवेगळ्या पद्धतीने लागू केली जातात.

३) व्यवस्थापनाची फक्त काहीच तत्त्वे महत्त्वाची आहेत.

४) हेन्री फेयॉल यांनी व्यवस्थापनेची वेगवेगळी तंत्रे विकसित केली.

५) एफ.डब्ल्यू. टेलर यांनी व्यवस्थापनाची १४ तत्त्वे विकसित केली.

६) संघटनेतील प्रत्येक सदस्याला फक्त एका वरिष्ठाकडून आदेश मिळाले पाहिजेत.

इ) गटात न बसणारा शब्द ओळखा.

१) अधिकार व जबाबदारीचे तत्त्व, हालचालींचा अभ्यास, कामाच्या विभागणीचे तत्त्व, शिस्तीचे तत्त्व.

२) थकवा अभ्यास, आदेशातील एकवाक्यतेचे तत्त्व, कार्य अभ्यास, हालचाल अभ्यास.

फ) एका वाक्यात उत्तरे लिहा.

१) आदेशातील एकवाक्यता हे तत्त्व सांगा.

२) साधने व उपकरणे यांचे मानकीकरण म्हणजे काय?

३) विभेदात्मक वेतन दर म्हणजे काय?

४) सामूहिक हितापेक्षा वैयक्तिक हिताला दुय्यम स्थान देणे म्हणजे काय?

५) तत्त्व म्हणजे काय?

ग) खालील वाक्यातील अधोरेखित शब्द दुरुस्त करून वाक्य पुन्हा लिहा.

१) नोकरीतील सुरक्षितता नेहमीच कर्मचाऱ्यांच्या कार्यक्षमतेवर विपरीत परिणाम करते.

२) संघभावनेचे तत्त्व म्हणजे विभागणी हीच शक्ती होय.

३) संस्थेच्या प्रत्येक सदस्याला फक्त एकाच कनिष्ठ व्यक्तीकडून आदेश मिळाले पाहिजेत.

४) विकेंद्रीकरण म्हणजे विशिष्ट स्थानावर अधिकारांचे झालेले एकत्रीकरण

५) व्यवस्थापनाची तंत्रे वेगवेगळ्या परिस्थितीत भिन्न पद्धतीने लागू पडतात.

प्र.२. खालील संज्ञा/ संकल्पना स्पष्ट करा.

१) हालचाल अभ्यास २) विभेदात्मक वेतन दर प्रणाली ३) थकवा अभ्यास ४) वेळ अभ्यास

प्र. ३ खालील घटना / परिस्थितीचा अभ्यास करुन आपले मत लिहा.

१) श्री.हर्षद एक उद्योजक असून पर्यावरणास अनुकूल भांडी तयार करण्याचा व्यवसाय करतात. दोन्ही स्त्री व पुरुष कामगार त्यांच्या कारखान्यात काम करतात. सर्व पुरुष कामगार थेट मशीनवर काम करतात तर महिला संवेष्टन (पॅकेजिंग)विभागात कार्यरत आहेत. श्री शरथ वित्त व्यवस्थापक (Finance Manager) तर श्रीमती नैना मानव संसाधन व्यवस्थापक (HR Manager) म्हणून कार्यरत आहेत. या आधारे–

   १) वरील परिस्थितीत व्यवस्थापनाचे कोणतेही एक तत्त्व ओळखा.

   २) या संस्थेत श्रीमती नैना यांचे पदनाम काय आहे?

   ३) संस्थेच्या सर्वांगीण नियोजनासाठी कोण जबाबदार आहे?

२) 'फाइन डायमंडस लिमिटेड' या कंपनीत २०० कर्मचारी तीन शिफ्टमध्ये कार्यरत आहेत. पहिल्या शिफ्टमध्ये ६० कर्मचारी, दुसऱ्या शिफ्टमध्ये ६० कर्मचारी आणि तिसऱ्या शिफ्टमध्ये ८० कर्मचारी काम करत आहेत. दुपारच्या जेवणाची सुट्टी (लंच ब्रेक) आणि कामाच्या वेळेतील बदलाव्यतिरिक्त (Shift break) पुरेसा वेळ मिळत नाही. वेळेच्या अयोग्य व्यवस्थापनामुळे कोणताही कर्मचारी दिलेले काम वेळेत पूर्ण करू शकत नाही. परिणामी पुढील शिफ्टच्या कर्मचाऱ्यांना विलंब होतो.

   १) कंपनीने कोणत्या शास्त्रीय तत्त्वाचे अनुसरण करणे आवश्यक आहे ते ओळखा.

   २) 'फाइन डायमंडस लिमिटेड' कंपनीचे कामकाज सुरळीत चालण्यासाठी कोणत्या दोन शास्त्रीय तंत्रांचा उपयोग केला पाहिजे ?

   ३) कंपनीचे काम वेळेत पूर्ण का होत नाही?

प्र. ४ खालील प्रश्नांची थोडक्यात उत्तरे लिहा.

१) हेन्री फेयॉल यांच्या व्यवस्थापनाची कोणतीही पाच तत्त्वे स्पष्ट करा.

२) शास्त्रीय व्यवस्थापनाच्या कोणत्याही चार तंत्रांचे वर्णन करा.

प्र. ५ खालील विधाने सकारण स्पष्ट करा.

१) व्यवस्थापनाची तत्त्वे लवचीक असतात.

२) संसाधनांचा योग्य तो वापर करण्यासाठी व्यवस्थापनातील तत्त्वांचा उपयोग होतो.

३) समानतेचे तत्त्व महत्त्वाचे आहे.

४) टेलर यांनी साधने व उपकरणे यांच्या मानकीकरणावर भर दिला आहे.

५) विभेदात्मक वेतन दर योजना आवश्यक आहे.

प्र. ६ खालील प्रश्न सोडवा.

१) हेन्री फेयॉल यांची कोणतीही पाच तत्त्वे स्पष्ट करा.

२) शास्त्रीय व्यवस्थापनाच्या विविध तंत्रांचे वर्णन करा.

३) शास्त्रीय व्यवस्थापनाची तत्त्वे सांगा.

४) व्यवस्थापनाच्या तत्त्वांचे स्वरूप सांगा.

प्र. ७ खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

१) शास्त्रीय व्यवस्थापनाची तत्त्वे कोणती? तपशीलवार सांगा.

२) हेन्री फेयॉल यांची १४ तत्त्वे स्पष्ट करा.

उत्तर सूची :

१. अ) १) एफ.डब्ल्यू.टेलर २) सुव्यवस्थेचे तत्त्व ३) एक वरिष्ठ ४) अधिकार ५) आठ

ब) अ – १०, ब – ६, क – ४ ड – २, इ – १

क) १) हालचालींचा अभ्यास २) वेळेचा अभ्यास ३) कार्य अभ्यास ४) पुढाकार घेण्याचे तत्त्व ५) सुव्यवस्थेचे तत्त्व

ड) बरोबर– १,२,६ चूक – ३,४,५.

ई) १) हालचालींचा अभ्यास २) आदेशातील एकवाक्यतेचे तत्त्व.

ग) १) असुरक्षितता २) एकी ३) वरिष्ठ ४) केंद्रीकरण ५) तत्त्वे

संदर्भ सूची :

1) Management Principles and Practices, N.K.Sharma MNGL DEEP PRKSHN, JIPUR
2) Management, James .F.Stoner, R.Edward Freeman, Daniel R. Gilbert, JR, PERSON
3) Principles and Practice of Management, T.N.Chhabra, S.CHND COMPNY LTD.
4) Principles of Management, R.N.Gupta, S. Chand

*****

२ व्यवस्थापनाची कार्ये

२.१ प्रस्तावना

२.२ व्यवस्थापनाची कार्ये

२.२.१ नियोजन

२.२.२ संघटन

२.२.३ कर्मचारी व्यवस्थापन

२.२.४ निर्देशन

२.२.५ समन्वय

२.२.६ नियंत्रण

तुलनात्मक विश्लेषण

सारांश

स्वाध्याय

२.१ प्रस्तावना

पहिल्या प्रकरणात आपण व्यवस्थापनाच्या विविध तत्त्वांविषयी सविस्तर चर्चा केली आहे. संघटनेचे व्यवस्थापन करण्यासाठी ही तत्त्वे अतिशय महत्त्वाची आहेत. कोणतेही ध्येये साध्य करताना आपल्याला विविध कार्ये पार पाडणे आवश्यक आहे. उदाहरणार्थ एकत्र हिंदू कुटुंब संस्थेत 'कर्ता' प्रत्येक कामासाठी व प्रत्येक सदस्यासाठी योग्य नियोजन करतो. 'कर्ता' ध्येय पूर्ण करण्यासाठी आवश्यक असलेल्या विविध गाष्टींचे आयोजन करतो. तो इतर लोकांचीही मदत घेतो. कुटुंब व कुटुंबाचा व्यवसाय सुरळीत चालविण्यासाठी कर्ता निर्देशन करतो, मार्गदर्शन करतो, समन्वय साधतो आणि प्रत्येक कामावर नियंत्रण ठेवतो. कर्ता इतरांच्या मदतीने करत असलेल्या या सर्व कामांनाच व्यवस्थापन असे म्हणतात. याप्रमाणेच प्रत्येक व्यवसायाचे यश हे प्रभावी व कार्यक्षम व्यवस्थापनाचा परिणाम आहे.

संघटनात्मक उद्दिष्ट साध्य करण्यासाठी हाती घेतलेल्या कामांनाच व्यवस्थापन असे संबोधले जाते. व्यवस्थापन हा विविध तत्त्वांचा समूह आहे जो नियोजन, संघटन, कर्मचारी व्यवस्थापन निर्देशन, समन्वय आणि नियंत्रण या सर्व कार्यांशी संबंधित आहे. ही कार्ये संघटनात्मक उद्दिष्ट साध्य करण्यास मदत करतात.

२.२ व्यवस्थापनाची कार्ये

एल.ए. ॲलन यांच्या मते 'व्यवस्थापक जे करतो ते व्यवस्थापन' ही व्याख्या भिन्न प्रकारच्या कार्यांच्या माध्यमातून व्यवस्थापकाच्या भूमिकेवर भर देते. व्यवस्थापकाची कार्ये नियोजनाने सुरू होतात. तर नियंत्रणाने संपतात. परंतु प्रत्येक कार्य एकमेकांशी संबधित आहे. ती एकमेकांपासून वेगळी करता येत नाहीत. व्यवस्थापनाची कार्ये व्यवस्थापनाच्या सर्व स्तरांशी संबंधित आहे. भिन्न विचारवंतानी व्यवस्थापनाच्या कार्यांचे वर्गीकरण वेगवेगळ्या पद्धतीने केलेले आहे.

हेन्री फेयॉलच्या मतानुसार ''व्यवस्थापन करणे म्हणजे भाकित वर्तविणे, नियोजन करणे, संघटन करणे आदेश देणे आणि नियंत्रण ठेवणे होय.''

लूथर गुंलिक यांनी व्यवस्थापन कार्यासाठी 'POSDCORB' हा शब्द दिला आहे ज्यामध्ये P(planning) म्हणजे नियोजन, O (organizing) म्हणजे संघटन, S (staffing) म्हणजे कर्मचारी व्यवस्थापन, D (directing) म्हणजे निर्देशन, Co (co-ordination) म्हणजे समन्वय, R, (reporting) म्हणजे अहवाल सादर करणे आणि B(budgeting) म्हणजे अंदाजपत्रक तयार करणे. अहवाल देणे व अंदाजपत्रक तयार करणे ही कार्ये नियंत्रणामध्ये समाविष्ट केलेलीआहेत.

२.२.१ नियोजन (Planning) :

अर्थ –

नियोजन हे व्यवस्थापनाचे मूलभूत कार्य आहे. व्यवस्थापनाची प्रत्येक कार्ये नियोजनावर आधारित आहे. यामध्ये करावयाची कामे आधीच ठरविली जातात.नियोजन ही तार्किक विचार करण्याची आणि तर्कशुद्ध निर्णय घेण्याची वैचारिक प्रक्रिया आहे. जी व्यवसाय संघटनेच्या उद्‌दिष्ट पूर्ण करण्यावर भर देते व विविध कार्यप्रणाली विकसित करते. योग्य नियोजन व त्याची प्रभावी पद्‌धतीने अंमलबजावणी करणे संस्थेची उद्‌दिष्टे साध्य करण्यासाठी अतिशय आवश्यक आहे.

थोडक्यात नियोजन हा भविष्यातील कार्यांचा विस्तृत कार्यक्रम आहे.

व्याख्या –

नियोजनाच्या काही महत्त्वाच्या व्याख्या खालीप्रमाणे.

१) **कुन्टझ आणि ओडोनेल–** *''कोणते काम करायचे आहे, कसे करावयाचे आहे, केव्हा करावयाचे आहे व कोणी करावयाचे आहे हे अगोदरच निश्चित करणे म्हणजे नियोजन होय. नियोजनामुळे आपण कुठे आहोत व आपल्याला कुठे जायचे आहे यातील अंतर कमी होते. यामुळे अशा गोष्टी शक्य होतात ज्या इतर वेळेला कधीच शक्य झाल्या नसत्या.''*

२) **जेम्स स्टोनर–** *''संघटनेची उद्‌दिष्टे ठरविणे व ती उद्‌दिष्ट्ये साध्य करण्यासाठीचा मार्ग आखून देणे म्हणजे नियोजन होय.''*

नियोजनाचे महत्त्व :

हे एक मुलभूत कार्य आहे जे पूर्वानुमानाच्या साहाय्याने अनिश्चित भविष्यातील धोका कमी करते आणि आपल्याला कोठे व कसे जायचे आहे याबद्‌दलची रूपरेषा ठरविते.

१) **स्पष्ट उद्‌दिष्टे निर्धारित करण्यास मदत करते :**

नियोजन ध्येये व उद्दिष्टे ठरविणे व ती साध्य करण्यासाठी योजना तयार करण्याशी संबंधित आहे. यामुळे व्यवस्थापकाला संघटनेच्या सद्य परिस्थितीचे विश्लेषण करून त्या आधारे भविष्यात इच्छित स्थान मिळवण्याचा मार्ग ओळखण्यास मदत होते.

२) **दिशा दर्शविते :**

नियोजनामुळे ध्येये व उद्‌दिष्टे स्पष्टपणे नमूद केलेली आहेत हे सुनिश्चित होते. ती मार्गदर्शक म्हणून काम

करतात आणि योग्य वेळी योग्य मार्गाने योग्य गोष्टी करण्यासाठी मार्गदर्शन करतात, त्यामुळे कामगारांना संघटनेला नक्की काय साध्य करायचे आहे व त्यासाठी त्यांनी काय करायला पाहिजे हे समजण्यास मदत होते.

३) कार्यक्षमतेत वाढ :

नियोजनामुळे व्यवस्थापकांना उद्दिष्टे स्थापित करणे आणि वाटचालीचा मार्ग ठरविण्यास मदत होते ज्यामुळे कर्मचाऱ्यांची भविष्यातील कामगिरी सुधारण्यास मदत होते. हे संघटनेसाठी फायदेशीर ठरते. नियोजनामुळे कर्मचारी योग्य वेळी दिलेल्या मार्गदर्शक सूचनांनुसार काम करू शकतात. कामगिरीत झालेल्या सुधारणेमुळे संघटना जास्त नफा कमावते.

४) जोखीम कमी करते:

नियोजन पूर्वानुमान तंत्रावर आधारित आहे. या प्रक्रियेमध्ये भविष्याचा अचूक बोध घेऊन भविष्यात होणाऱ्या बदलांचा अंदाज बांधला जातो. नियोजन भविष्यात करावयाची कामे आधीच निश्चित करत असल्याने होणाऱ्या बदलांना व अनिश्चित घटनांना सामोरे कसे जायचे याचा मार्ग दाखविते. बदल किंवा धोके पूर्णपणे काढून टाकले जाऊ शकत नाहीत. हे धोके टाळणे शक्य नसते परंतु त्यांचे अनुमान करणे व प्रतिबंधात्मक उपायांनी त्यांना हाताळणे शक्य आहे. त्यामुळे भविष्यातील जोखीम कमी करता येते.

५) उपलब्ध संसाधनांचा पर्याप्त वापर:

संघटनात्मक नियोजनात संसाधनांची उपलब्धता व विविध कार्यांसाठी लागणाऱ्या संसाधनांची योग्य विभागणी यांचा विचार केलेला असतो. तसेच यामुळे संसाधनांचा पर्याप्त वापर करणे शक्य होते ज्यामुळे उच्च कार्यक्षमता व चांगले परिमाण साध्य होतात. योग्य नियोजनाने आपल्याला संसाधनांचा अपव्यय टाळता येतो.

६) निर्णय घेण्यास मदत करते:

व्यवस्थापनासमोर वेगवेगळे पर्याय उपलब्ध असतात. सर्व विकल्पांच्या सर्व सकारात्मक व नकारात्मक परिणामांचा विचार करून ध्येय साध्य करण्याचा सर्वोत्तम पर्याय निवडण्यासाठी व्यवस्थापनाला नियोजनाची मदत होते. पूर्वनिर्धारित ध्येय साध्य करण्यासाठीच्या वैकल्पिक कार्य निर्धारित केल्यानंतरच निर्णय घेतला जातो. यामुळे व्यवस्थापकाला तर्कशुद्ध निर्णय घेण्यास मदत होते.

७) नियंत्रणासाठी मानके ठरविण्यास उपयुक्त:

नियोजन नियंत्रणासाठीची मानके निर्धारित करते यामुळे व्यवस्थापक वास्तविक कामगिरीची तुलना मानकांशी करून वास्तविक व प्रमाणित कामगिरीमध्ये काही फरक असेल तर तो शोधून काढू शकतात.अशा प्रकारची तफावत नियंत्रणाच्या माध्यमातून भरून काढता येते. म्हणून नियोजन नियंत्रणासाठी आधार ठरतो तसेच कामाच्या ठिकाणी शिस्त राखण्यासाठी देखील नियोजन महत्त्वाचे आहे.

८) सर्व कार्यांचा समन्वय साधणे:

नियोजनामुळे सर्व कार्यांमध्ये समन्वय साधणे शक्य होते. यामुळे कार्यांमधील परस्परव्याप्ती कमी होते. व्यवसाय संघटनेतील सर्व कार्ये एकमेकांशी निगडीत असतात, याचा विचार नियोजन प्रक्रियेमध्ये केलेला असतो. संघटनेतील सर्व कार्ये व संसाधनांचा परस्परसंबंध जोडणे उत्तम नियोजनामुळे शक्य होते. त्यामुळे सर्व विभाग एकत्रित योजनेनुसार काम करतात व समन्वय साधला जातो.

९) व्यवस्थापनाची इतर कार्ये सुलभ करते:

प्रत्येक संघटना नियोजना दरम्यान ठरविलेली उद्दिष्टे प्राप्त करण्याच्या ध्येयाने कार्य करीत असते. जोपर्यंत नियोजन योजना तयार होत नाही तोपर्यंत संघटन, कामगार व्यवस्थापन ही व्यवस्थापनाची इतर कार्ये करता येत नाहीत. म्हणूनच नियोजन व्यवस्थापनाची इतर कार्ये सुलभ करते.

१०) नवीन कल्पनांना प्रोत्साहन देते:

नियोजन हे व्यवस्थापनाचे मुलभूत कार्य आहे. नियोजन ही निर्णय घेण्याची प्रक्रिया आहे. ज्यात चिकित्सक पद्धतीने विचार करून नावीन्यपूर्ण कल्पनांचा प्रचार करण्याचा अंतर्भाव होतो. सरतेशेवटी या अभिनव कल्पनांमुळे संघटनेची ध्येये साध्य होतात. हे व्यवस्थापनाचे सर्वात आव्हानात्मक कार्य आहे कारण यामुळेच भविष्यातील सर्व कार्यांना दिशा मिळते ज्यातून संघटनेची वाढ व प्रगती साधली जाते.

थोडक्यात एखाद्या संस्थेच्या वाटचालीत आणि व्यक्तीच्या आयुष्यातही नियोजनाची भूमिका अतिशय महत्त्वाची असते. संघटनेच्या वातावरणात झपाट्याने बदल होतो आहे तसेच भविष्यही अत्यंत अनिश्चित आहे. योग्य नियोजनाच्या मदतीने जोखीम व अनिश्चितता कमी करता येते. म्हणूनच संघटनेचे अस्तित्व टिकून राहणे, तिचा विकास आणि यशासाठी नियोजन ही एक मुलभूत गरज आहे.

तुमच्या वर्गाची एक दिवसाची सहल किंवा क्षेत्र भेटीचे नियोजन करा.

२.२.२ संघटन (Organising) :

अर्थ :

मनुष्यबळ, पैसा, साहित्य, यंत्रसामग्री व पद्धती ही आवश्यक साधनसामग्री ओळखणे, एकत्र आणणे, त्यांचे विभाजन करणे आणि संघटनेची उद्दिष्टे साध्य करण्यासाठी त्यांची योग्य मांडणी करण्याच्या प्रक्रियेला संघटन असे म्हणतात. नियोजनामध्ये व्यवस्थापन भविष्यात काय करायचे आहे हे ठरविते तर संघटनाचे कार्य नियोजित साध्य करण्यासाठीचे मार्ग व साधने निश्चित करते. उच्चस्तरीय व्यवस्थापनातील लोकांनी तयार केलेल्या योजनांच्या अंमलबजावणीसाठी हे कार्य महत्त्वाचे आहे. संघटनांच्या प्रक्रियेमध्ये मनुष्यबळ, भौतिक व आर्थिक संसाधने, माहिती स्रोत या साधनांमध्ये समक्रमण व संयोजन स्थापित केले जाते.

व्याख्या:

संघटना हा शब्द रचना दर्शविण्यासाठी वापरला जातो. संघटना हा एक घटक किंवा एक समान ध्येये साध्य करण्यासाठी एकत्र येणाऱ्या लोकांचा समूह आहे तर संघटन ही एक प्रक्रिया किंवा कार्य आहे. संघटनेच्या काही व्याख्या खालील प्रमाणे आहेत.

१) **मुनी आणि रिले–** *''संघटना ही एक समान हेतू साध्य करण्यासाठी प्रत्येक मानवी सहयोगाचा प्रकार आहे.''*

२) **कुन्टझ आणि ओडोनेल–** *''संघटनांमध्ये उद्दिष्टे व योजना पूर्ण करण्यासाठी आवश्यक असलेल्या कार्यांचे गट करणे, या कार्यांची जबाबदारी योग्य विभागांकडे सोपविणे आणि अधिकार, विभागणी व समन्वय यांची तरतूद करणे याचा समावेश होतो.''*

३) **थियो हायमेन–** *''संघटन ही एखाद्या संस्थेतील क्रियांचे अर्थ सांगण्याची, त्यांचे गट पाडण्याची एक प्रक्रिया आहे ज्यात अधिकारांनुसार नातेसंबंध निर्माण केले जातात. संघटनांचे कार्य पार पाडताना ती प्रभावीपणे*

अंमलात आणण्यासाठी त्या व्यवस्थापक कार्यांची माहिती देतो, त्यांची विभागवार विभागणी करतो आणि त्यांची वाटणी करतो.''

संघटनाचे महत्त्व–

संघटनात्मक कार्यांची विभागणी करून ती कार्ये विविध विभागांमध्ये व कामगारांमध्ये वाटणे म्हणजे संघटन होय. संघटन कार्याचे महत्त्व खालीलप्रमाणे

१) प्रशासन व दैनंदिन कामकाज सुलभ करते:

संघटन प्रक्रिया कार्ये ओळखते व त्यांची गटवारी करते. कार्यांचे गट करून त्यांची वाटणी करणे हे प्रशासनाचे काम आहे तर त्याप्रमाणे काम करणे हा कार्य क्रियाकलाप आहे. म्हणजे संघटनेमुळे संस्थेचे प्रशासन व कार्य सुलभ होते. कार्याचे व कामगारांचे योग्य गटामध्ये विभाजन केल्याने उत्पादनात वाढ होते व अपव्यय कमी होतो. कामाची नक्कल होण्याला प्रतिबंध बसतो आणि परिणामकारक वाटणी शक्य होते.

२) विशेषीकरण घडून येते:

संघटनात्मक रचना ही नातेसंबंधांचे एक जाळे आहे ज्यामध्ये कामाची विभागणी विविध घटक आणि विभागांमध्ये केलेली असते. कामाच्या अशा विभागणीमुळे संघटनेतील विविध क्रियाकलापांमध्ये विशेषीकरण होण्यास मदत होते. कार्यांच्या विशेषीकरणामुळे संघटनात्मक कार्यक्षमता वाढीस लागते.

३) कामाची निश्चिती:

संघटनात्मक रचनेमुळे विविध विभागातील कर्मचाऱ्यांची निवड, त्यांची पात्रता, कौशल्य व अनुभवानुसार होत असल्याने योग्य कामावर योग्य व्यक्ती नेमणे शक्य होते. यामुळे कामाचे स्वरूप कळण्यास मदत होते व प्रत्येक व्यक्तीची भूमिका स्पष्ट होते.

४) अधिकार व जबाबदारी यांचे स्पष्टीकरण:

संघटनात्मक रचना प्रत्येक व्यवस्थापकाची भूमिका परिभाषित करते. प्रत्येक व्यवस्थापकाला आपल्या अधिकारांचा वापर कसा करावा ज्यामुळे या अधिकाराचा गैरवापर होणार नाही हे स्पष्ट केले जाते. व्यवस्थितपणे परिभाषित केलेली कार्ये व जबाबदाऱ्या व्यवस्थापकांच्या कार्यात परिणामकारकता आणतात. याचा उपयोग उत्पादकता वाढविण्यास होतो.

५) समन्वय स्थापित करते:

संघटनेच्या विविध विभागांमध्ये समन्वय निर्माण करण्यासाठी या कार्यांची मदत होते. हे विविध पदांमध्ये स्पष्ट संबंध आणि व्यक्तींमध्ये परस्पर सहकार्य निर्माण करते. संघटनात्मक कार्ये सुरळीतपणे चालण्यासाठी विविध विभागांमध्ये व विविध स्तरांवरील व्यवस्थापकांमध्ये समन्वय किंवा समक्रमण असणे महत्त्वाचे आहे.

६) प्रभावी प्रशासनासाठी मदत :

हे कार्य विविध पदे, विभाग, कार्ये आणि भूमिका स्पष्टपणे संरचित करते. योग्य कामासाठी योग्य अधिकार व योग्य जबाबदारी सहित योग्य व्यक्तीची नेमणूक करण्याचे काम अतिशय काळजीपूर्वक केले जाते. कामाची विभागणी व अधिकारांचे योग्य वाटप यातून हे साध्य केले जाते. या सगळ्याचा परिणाम प्रशासन प्रभावी व कार्यक्षम होण्यात होतो.

७) वाढ आणि विविधतेसाठी उपयुक्त :

प्रत्येक संघटनेची वाढ सुरळीतपणे आणि कार्यक्षमपणे चालणाऱ्या कार्यांवर अवलंबून असते. स्पष्टपणे परिभाषित केलेल्या भूमिका व जबाबदाऱ्या विविध स्तरावरील व्यवस्थापनाचे काम करणाऱ्या व्यक्तींमधील समन्वय आणि योग्य नियंत्रण तत्राचा वापर कामाच्या ठिकाणी कार्यक्षमता आणतात आणि संघटनेची वाढ चांगल्या पद्धतीने होते. हे सर्व संघटनेची रचना व्यवस्थित परिभाषित केली असेल तरच शक्य आहे.

८) सुरक्षिततेची भावना निर्माण करते :

संघटनात्मक रचना कार्यस्थिती स्पष्ट करते. त्यामध्ये प्रत्येकाची कार्ये व जबाबदाऱ्या स्पष्ट पणे नमूद केलेल्या असतात. प्रत्येक व्यक्ती त्याला अनुसरून काम करू शकते. कामातील व अधिकारातील स्पष्टतेमुळे कर्मचाऱ्यांचे मानसिक समाधन वाढते त्याचबरोबर त्यांच्यामध्ये सुरक्षिततेची भावना निर्माण होते.

९) नवीन उपक्रमांना वाव देते :

संघटन कार्य पार पाडण्याची कार्ये व भूमिका स्पष्ट करते. कामगार त्यांच्या नवीन कल्पना वापरून काम करू शकतात. यामुळे व्यवस्थापकाला कर्मचाऱ्यांमध्ये विशेष कौशल्ये विकसित करण्यासाठी व त्यांच्या ज्ञानवृद्धीसाठी पुरेसा वाव मिळतो. फक्त संघटनात्मक रचनेमुळेच नावीन्यपूर्ण पद्धतीने कामाच्या पद्धतीत नवीन बदल स्वीकारण्यास वाव मिळतो.

१०) संसाधनांचा पर्याप्त वापर :

संघटन कार्य कामाच्या तपशीलानुसार भिन्न व्यक्तींना भिन्न कार्य प्रदान करते. यामुळे कार्यांचे विशेषीकरण शक्य होते. अपेक्षित ध्येये ठरविलेल्या कालमर्यादेत साध्य करण्यासाठी कुशल कामगार व इतर संसाधनांचा पर्याप्त वापर केला जातो.

तुमच्या महाविद्यालयात शिक्षक दिनाचे आयोजन करा.

२.२.३ कर्मचारी व्यवस्थापन (Staffing) :

अर्थ :

कर्मचारी व्यवस्थापन हे घटनात्मक रचना आणि योजनेप्रमाणे अंमलबजावणी करण्याचे कार्य आहे. ही उत्कृष्ट कार्यशक्ती आकर्षित करणे, भरती करणे, निवड करणे, कार्याची जबाबदारी देणे, मूल्यांकन करणे, मोबदला देणे ती विकासित करणे आणि टिकवून ठेवण्याची प्रक्रिया आहे. प्रत्येक उपक्रमाचे सर्वसाधारण यश आणि वाढ कामगार व्यवस्थापन कार्याच्या उचिततेवर आधारित आहे. त्यांच्या बुद्धिमत्ता आणि कौशल्यांचा वापर करून कार्यशक्तीचा सर्वोत्तम उपयोग करून घेण्यावर भर देणे त्यांना टिकवून ठेवणे आणि त्यांच्यासाठी प्रशिक्षण व विकास कार्यक्रमांचे आयोजन करणे हे संघटनेसाठी अतिशय आव्हानात्मक असते. या कार्याचा भर यांत्रिकी किंवा आर्थिक संसाधनावर नसून मानवी व्यवस्थापनावर आहे.

संस्थेच्या सुरुवातीच्या काळापासूनच कर्मचारी व्यवस्थापनाची गरज निर्माण होते. संघटनेमध्ये पदोन्नती, बदली, व्यवसाय विस्तार, निवृत्ती, राजीनामा, अपघात, कर्मचाऱ्याचा मृत्यू अशा विविध कारणांमुळे रिक्त पदे निर्माण होतात. या संदर्भात कर्मचारी व्यवस्थापन अतिशय महत्त्वाची भूमिका बजावत असते. योग्य कामासाठी योग्य मोबदल्यासह योग्य व्यक्तीची नेमणूक हे कर्मचारी व्यवस्थापनाचे मूलभूत तत्त्व आहे.

व्याख्या –

कर्मचारी व्यवस्थापनाच्या काही महत्त्वाच्या व्याख्या खालीलप्रमाणे आहेत–

१) **थियो हायमेन–** *''कर्मचारी व्यवस्थापन अधिनस्थ व्यवस्थापकांची भरती, निवड, विकास, प्रशिक्षण आणि मोबदल्याशी संबंधित आहे.''*

२) **ल्युथर गुलिक–** *''कर्मचारी व्यवस्थापन हे कर्मचाऱ्यांना आणणे, प्रशिक्षण देणे आणि कामाची अनुकूल परिस्थिती टिकवून ठेवणे अशा पूर्णपणे कर्मचाऱ्यांशी निगडित कार्य आहे.''*

३) **एस. बेन्जामिन–** *''कर्मचारी व्यवस्थापन प्रक्रिया योग्य कर्मचारी ओळखणे, त्यांची पारख करणे, योग्य ठिकाणी रुजू करणे, मूल्यांकन करणे आणि कामासंदर्भातील मार्गदर्शन करणे या सर्वांमध्ये गुंतलेली आहे.''*

कर्मचारी व्यवस्थापनाचे महत्त्व –

१) प्रभावी व्यवस्थापकीय कार्ये–

नियोजन, संघटन, निर्देशन आणि नियंत्रण अशी व्यवस्थापनाची इतर कार्ये प्रभावीपणे करण्यासाठी कर्मचारी व्यवस्थापन ही गुरुकिल्ली आहे. सक्षम कार्यशक्ती उत्पादन, विक्री, वित्त इत्यादी विविध कार्यांमध्ये प्रभावीपणे काम करू शकते. इतर कार्यांचा परिमाण कर्मचारी व्यवस्थापनाच्या प्रभावीपणावर अवंलबून आहे.

२) मानवीसंसाधनांचा प्रभावी वापर–

कर्मचारी व्यवस्थापनामुळे मानवी संसाधनांचा म्हणजेच कार्यशक्तीचा प्रभावी वापर करता येतो. भरती, निवड, नियुक्ती, मोबदला, प्रशिक्षण, विकास इत्यादी प्रत्येक टप्प्यावर विशेष काळजी घेतली जाते. कामाचा अतिरेक टाळला जातो. मानवी संसाधनांच्या कार्यक्षम वापरामुळे कामगिरी सुधारते व संघटनेचा विकास होतो.

३) सह संबंध निर्माण होतात–

या कार्याचा उपयोग संघटनेच्या सर्व स्तरावरील कर्मचाऱ्यांमध्ये सुदृढ संबंध निर्माण करण्यासाठी होतो. सुरळीत सहसंबंध चांगल्या सुसंवादासाठी आणि संघटनेतील व्यवस्थापन प्रयत्नांच्या समन्वयासाठी अतिशय आवश्यक असतात.

४) मानवी संसाधनांचा विकास–

कुशल व अनुभवी कर्मचारी ही व्यवसाय संघटनेची मालमत्ता असते. संघटनात्मक संस्कृती कर्मचाऱ्यांमध्ये रुजविण्यासाठी कर्मचारी व्यवस्थापनाची मदत होते. हे उपलब्ध कार्यशक्तीला प्रशिक्षित करते आणि विकसित करते. त्याचबरोबर व्यवसाय संघटनेतील सर्व व्यवस्थापकीय कार्ये सुलभ होतील हे सुनिश्चित करते.

५) तंत्रज्ञानाचा आणि इतर संसाधनांचा प्रभावी वापर–

प्रशिक्षित कर्मचारी नवीन तंत्रज्ञान, भांडवल, साहित्य, कामाची पद्धत यांचा प्रभावी वापर करू शकतात. यामुळे संघटनेची स्पर्धा करण्याची ताकद वाढविण्यास मदत होते. याबरोबरच कामाचा दर्जा, उत्पादकता यामध्ये संख्यात्मक आणि गुणात्मक वाढ करण्यासाठी याचा उपयोग होतो.

६) कार्यक्षमता वाढते :

कर्मचाऱ्यांना स्वत:चा विकास करण्यासाठी तसेच संघटनेच्या प्रगतीसाठी प्रशिक्षण व विकास कार्यक्रम उपलब्ध करून दिले जातात. योग्य निवड प्रक्रिया संघटनेला चांगल्या दर्जाचे कर्मचारी मिळवून देते आणि योग्य प्रशिक्षण कार्यक्रमामधून कर्मचाऱ्यांची कामगिरी सुधारणे शक्य होते.

७) दीर्घकालीन परिणाम :

पात्र, कार्यक्षम व कुशल कर्मचारी ही नेहमीच संस्थेची संपत्ती असते. कर्मचाऱ्यांची योग्य निवड संघटनेला यशाच्या मार्गाकडे घेऊन जाते. साहजिकच, यांचे संघटनेच्या कार्यक्षमतेवर दीर्घकालीन व सकारात्मक परिणाम झाल्याचे निदर्शनास येतात.

८) आवश्यक योगदान :

कर्मचारी व्यवस्थापन कर्मचाऱ्यांच्या विकासातून संघटनेची वाढ व सातत्य सुनिश्चित करते. संभाव्य कर्मचाऱ्यांची निवड त्यांच्या क्षमतेवर अवलंबून असते. जेणेकरून संघटना भविष्यातील आव्हाने समर्थपणे पेलू शकेल. म्हणूनच, कर्मचारी व्यवस्थापनामध्ये कर्मचाऱ्यांचे त्यांच्या भविष्यातील भूमिकांमधील योगदान विचारात घेतले जाते.

९) कामाचे समाधन :

कर्मचाऱ्यांना आर्थिक व बिगर आर्थिक फायदे देऊन प्रेरित केले जाऊ शकते. पुरेसा मोबदला कर्मचाऱ्यांचे कार्य समाधान आणि मनोबल वाढवितो. प्रशिक्षण व विकास कार्यक्रम, योग्य मोबदला आणि नोकरीची शाश्वती या गोष्टी कार्य समाधानासाठी महत्त्वाच्या असतात.

१०) सुसंवाद टिकवून ठेवते :

कर्मचारी व्यवस्थापनाच्या प्रक्रियेत गुणवत्तेच्या आधारे व्यक्तींची भरती केली जाते. निवड केली जाते तसेच त्यांच्या कामगिरीचे मूल्यांकन करून पदोन्नती दिली जाते. यासाठी योग्य ते निकष तयार करून ते संबंधित कर्मचाऱ्यांना सांगितले जातात. यामुळे संस्थेमध्ये शांतता व सुसंवाद प्रस्थापित केला जातो.

''योग्य व्यक्ती योग्य जागेवर म्हणजे काय? तुमच्या शिक्षकांबरोबर याची चर्चा करा.''

२.२.४ निर्देशन (Directing)

अर्थ :

व्यवस्थापन कार्याचा आत्मा म्हणजे निर्देशन. ही एक अशी प्रक्रिया आहे जिथे व्यवस्थापक सूचना, मार्गदर्शन, संपर्क, प्रोत्साहन, प्रेरणा देतात आणि पूर्व नियोजित ध्येय प्राप्तीसाठी कर्मचाऱ्यांच्या प्रगतीकडे लक्ष ठेवतात. निर्देशन ही सतत करायची क्रिया असून त्याची सुरुवात वरच्या स्तरापासून हळूहळू खालच्या स्तरापर्यंत होत असते. ही एक अखंड व्यवस्थापकीय प्रक्रिया असून ती संघटनेच्या संपूर्ण कार्यकाळात चालू असते. दिग्दर्शक ही एक अशी व्यक्ती आहे जी कर्मचाऱ्यांना समस्या सोडविण्यास आवश्यक ते मार्गदर्शन करून योग्य तो मार्ग दाखवते. काही विचारवंत निर्देशनाला 'एखाद्या संस्थेचा जीवनदीप' असे संबोधतात.

व्याख्या :

१) **थियो हायमेन–** *“नियोजना प्रमाणे सर्व पार पडते की नाही ते पाहण्यासाठी आवश्यक सूचना देण्याची प्रक्रिया व तंत्रे म्हणजे निर्देशन होय.”*

२) **अर्नेस्ट डेल–** *“कार्यक्षम पद्धतीने गुणवत्ता मिळवण्याची प्रक्रिया आणि धोरणे यांचे स्वरूप ठरवणे आणि त्यांची आखणी करणे म्हणजे निर्देशन होय.”*

३) **उर्विक आणि ब्रेच–** *“व्यवस्थापनाच्या जबाबदाऱ्या पार पाडण्यासाठी जे स्त्री पुरुष कार्यरत असतात त्यांना मार्गदर्शन, प्रेरणा आणि नेतृत्व देणे म्हणजे निर्देशन होय.”*

निर्देशनाचे महत्त्व :

संघटनेचे उद्दिष्ट साध्य करण्यासाठी लोकांना सूचना देणे, मार्गदर्शन करणे तसेच प्रेरणा, समुपदेशन व त्यांच्यावर देखरेख ठेवण्याच्या प्रक्रिया किंवा तंत्राला निर्देशन म्हणतात.

१) **कृतीला प्रवृत्त करणे :**

कर्मचाऱ्यांच्या मदतीने एखादी योजना वास्तवात आणण्याची प्रक्रिया म्हणजे निर्देशन. प्रत्येक कार्याची सुरुवात योग्य वेळी दिलेल्या निर्देशनाने होते. दिलेले काम वेळेत पूर्ण करण्यासाठी हाताखालच्या लोकांना योग्य त्या सूचना दिल्या जातात. व्यवस्थापक त्यांच्या हाताखालच्या लोकांना काय काम करावे, कसे करावे, कधी करावे याबद्दल आदेश देतात व त्या सूचनांचे योग्य पालन होते की नाही याकडे लक्ष देतात.

२) **प्रयत्नांचे एकत्रीकरण :**

निर्देशनातील घटकांपैकी एक म्हणजे संभाषण. संघटनेची उद्दिष्टे साध्य करण्यासाठी सर्व कर्मचारी आणि विभाग यांच्या प्रयत्नांना एकत्रित करण्याचे काम करते. संघटनेचे ध्येय साध्य करण्यासाठी उत्तम नेतृत्व व प्रभावी संभाषणातून प्रयत्नांचे एकात्रीकरण करणे शक्य आहे.

३) **प्रेरणेचे साधन :**

कनिष्ठ व्यक्तींना मार्गदर्शन करताना, त्यांच्या मतांचादेखील आदर केला जातो. व्यवस्थापक आपल्या कर्मऱ्यांमधील सुप्तगुण व क्षमता ओळखून त्यांना उत्तमोत्तम देण्यास मदत करतो. कर्मचाऱ्यांची कामगिरी सुधारण्यासाठी व्यवस्थापक आर्थिक व बिगर आर्थिक प्रलोभने देऊन प्रेरित करतो.

४) **स्थिरता प्रदान करते :**

संघटना दीर्घकाळ टिकावी व तिची वाढ व्हावी यासाठी स्थिरता खूप महत्त्वाची असते. प्रभावी नेतृत्व, संदेशवहन, पर्यवेक्षण आणि प्रोत्साहन यामुळे कर्मचाऱ्यांमध्ये सहकार्य आणि वचनबद्धता विकसित होते. हे स्थिरता प्रदान करते आणि संघटनेच्या निरनिराळ्या विभागांमध्ये संतुलन निर्माण करते.

५) **बदलांचा सामना करणे :**

व्यवसायाच्या वातावरणाचे घटक नेहमी बदलत असतात. संघटनेच्या वाढीसाठी बदलत्या पर्यावरणाशी जुळवून घेणे आवश्यक असते. प्रेरणा, योग्य संदेशवहन आणि नेतृत्व यांच्या मदतीने कर्मचाऱ्यांना बदलांचे स्वरूप स्पष्टपणे समजू शकते आणि ते बदल स्वीकारण्याचे सकारात्मक परिणामदेखील समजू शकतात. उदाहरणार्थ– ई– फायलिंग, कामाच्या ठिकाणी रोबोटचा वापर इत्यादी.

६) संसाधनांचा कार्यक्षम वापर :

निर्देशनात प्रत्येक व्यक्तीला त्याची कर्तव्ये व जबाबदाऱ्या नेमून दिल्या जातात. योग्य सूचना व यंत्रणेच्या आधारे अपव्यय व प्रयत्नांची पुनरावृत्ती टाळता येते. ह्यात मानवी श्रम, यंत्रसामग्री, पद्धती आणि पैसा या साधनांचा जास्तीत जास्त संभाव्य वापर करण्यासाठी कनिष्ठ लोकांना मार्गदर्शन केले जाते त्यामुळे खर्च कमी होऊन नफा वाढण्यास मदत होते.

७) संघभावना निर्माण करते :

निर्देशन सर्व कर्मचाऱ्यांना सांघिक कार्य करण्यास प्रेरणा देते. संघटनेच्या यशामध्ये वैयक्तिक प्रयत्नांपेक्षा सामूहिक प्रयत्न किंवा संघभावना महत्त्वाची भूमिका बजावतात. त्यामुळेच संचालक म्हणून व्यवस्थापकाची भूमिका ही कर्मचाऱ्यांना पूर्वनियोजन ध्येय प्राप्तीसाठी मार्गदर्शक व प्रवृत्त करण्यासाठी महत्त्वाची ठरते.

८) व्यक्तींमधील क्षमता ओळखणे :

संघटनेतील प्रत्येक व्यक्तीमध्ये औपचारिक पात्रतेबरोबरच काही विशेष गुण आणि क्षमता असतात. निर्देशन योग्य प्रोत्साहन आणि प्रेरणा देऊन व्यक्तींना त्यांच्या सर्वश्रेष्ठ क्षमतांचा वापर करण्यास मदत करते. संघटनेच्या ध्येय प्राप्तीसाठी क्षमतांचा वापर करणे हे चांगल्या नेत्याचे कर्तृत्व आहे.

९) कार्यक्षमतेत वाढ होते :

कर्मचाऱ्यांना सर्वोत्तम कामगिरी करण्यासाठी मार्गदर्शन आणि प्रेरणा दिली जाते. एक नेता म्हणून व्यवस्थापकाकडून संघभावना निर्माण केली जाते तसेच पर्यवेक्षणाची योग्य तंत्रेदेखील वापरली जातात. याचा सकारात्मक परिणाम होऊन संपूर्ण संघटनेच्या कार्यक्षमतेत वाढ होते.

१०) सहकार्य :

संघटनात्मक क्रिया सुरळीत पार पाडण्यासाठी सहकार्य आवश्यक असते. हे व्यवस्थापक म्हणून संचालकाने उच्च स्तरापासून ते व्यवस्थापनाच्या कनिष्ठ स्तरापर्यंत तयार केले पाहिजे. निरोगी सहकार्य, सांघिक कार्य आणि उच्च कार्यक्षमतेची पातळी यामुळे संघटनेची उद्दिष्टे साध्य करणे शक्य होते.

म्हणूनच, कर्मचाऱ्यांना निर्देशित करणे व्यवस्थापनाचे मूलभूत कार्य आहे. ज्यामध्ये प्रेरणेच्या माध्यमातून प्रभावी कार्य वातावरण निर्माण करणे समाविष्ट आहे.

२.२.५ समन्वय (Co-ordinating) :

अर्थ :

वेगवेगळी कार्ये आणि सर्व स्तरातील कर्मचारी वर्ग यांच्यातील समन्वय हे संघटनेच्या यशाचे सार आहे. समन्वय म्हणजे संघटनेतील सर्व कार्यांचे एकत्रीकरण होय. संघटना सुरळीत चालण्यासाठी हे अतिशय आवश्यक आहे. यामुळे इच्छित उद्दिष्ट साध्य करण्यासाठी संघटनेच्या सर्व क्रियांमध्ये सुसंवाद निर्माण होतो. संघटनेत अनेक लोक एकत्रितपणे समान उद्दिष्टांसाठी काम करत असतात. त्यांचे कार्य एकमेकांशी जोडलेले असते. म्हणून अशी कार्ये एकत्र करून त्यांच्यात सुसंवाद साधणे हे गरजेचे असते. जोपर्यंत यासाठी प्रयत्नपूर्वक उपाय केले जात नाहीत तोपर्यंत समन्वय शक्य होत नाही.

संघटनेचे ध्येय साध्य करण्यासाठी वेगवेगळया विभागांचे एकत्रीकरण व समक्रमण करून त्यांच्या प्रयत्नांमध्ये एकसंधपणा आणणे म्हणजेच समन्वय होय. हे एक लपलेले सामर्थ्य आहे जे व्यवस्थापनाच्या इतर सर्व कार्यांना एकत्र बांधते.

व्याख्या :

१) **मॅक फेरलँड–** *"समन्वय ही एक अशी प्रक्रिया आहे की ज्यात एखादे समान ध्येय साध्य करण्यासाठी अधिकारी त्यांच्या सहकाऱ्यांच्या सांघिक प्रयत्नांमध्ये सुसूत्रता आणून त्यांच्या कार्यांमध्ये एकसंधता निर्माण करतात."*

२) **हेन्री फेयॉल–** *"व्यवसायाचे कार्य सुरळीत चालावे आणि अपेक्षित यश प्राप्त व्हावे म्हणून व्यवसायाच्या सर्व क्रियांमध्ये सुसूत्रता प्रस्थापित करण्याची क्रिया म्हणजे समन्वय होय."*

३) **मुनी आणि रिले–** *"संघटनेची समान उद्दिष्टे साध्य करण्यासाठी सांघिक प्रयत्नांची सूत्रबद्ध मांडणी करून त्यामध्ये एकवाक्यता आणणे म्हणजे समन्वय होय."*

समन्वयाचे महत्त्व–

संघटनेतील भिन्न घटक आणि प्रयत्न यांच्यात समान उद्दिष्टे साध्य करण्याच्या हेतूने सुसंवाद साधण्यासाठी समन्वयाची गरज भासते. समन्वयाचे महत्त्व खालीलप्रमाणे–

१) **संघभावनेला प्रोत्साहन देते :**

संघटनेमध्ये व्यक्तींचा समूह एकत्रितपणे कार्य करत असतो. संघटनेची धोरणे, प्रत्येकाची त्यातील भूमिका आणि जबाबदाऱ्या इत्यादी गोष्टींवरून संघटनेतील एखादी व्यक्ती, एखादा विभाग आणि कर्मचारी यांच्यात वादविवाद असू शकतात. समन्वयातून कमीत कमी संघर्ष निर्माण होतील अशा पद्धतीने कार्यांची मांडणी केली जाते. त्यामुळे कर्मचाऱ्यांमधील संघर्ष कमी होतात व त्यांच्यातील संघभावना वाढीस लागते.

२) **योग्य दिशा दाखविणे :**

संघटनेच्या सामान्य ध्येयप्राप्तीसाठी समन्वयाच्या आधारे विविध विभागातील कार्ये एकत्रित आणली जातात. कामाची आखणी अत्यंत पद्धतशीरपणे केली जाते. विभागांच्या परस्परावलंबनामुळे कर्मचाऱ्यांना योग्य दिशा मिळते.

३) **प्रेरणा निर्माण करण्यास मदत करते:**

समन्वयामुळे कर्मचाऱ्यांना त्यांचे नेमून दिलेले काम पूर्ण करताना पुढाकार घेण्याची प्रेरणा मिळते. प्रभावी समन्वयमुळे कार्यक्षमतेत वाढ होते व परिणामी संघटनेची भरभराट होण्यास मदत होते. एक समृद्ध संस्था कर्मचाऱ्यांना नोकरीची सुरक्षितता, चांगले उत्पन्न, पदोन्नती या गोष्टींची खात्री देते. अशा आर्थिक आणि बिगर आर्थिक प्रोत्साहनांमुळे नोकरीची हमी मिळते व कर्मचाऱ्यांना कठोर परिश्रम करण्यास प्रोत्साहन मिळते.

४) **साधनांचा पर्याप्त वापर:**

व्यवस्थापक सर्व संसाधने पद्धतशीरपणे एकत्रित करण्याचा प्रयत्न करतात. यामुळे उपलब्ध साधनांचा योग्य तो वापर करण्यास मदत होते. समन्वय संघटनेतील साधनांचा अपव्यय कमी करण्यास आणि कामाच्या खर्चावर नियंत्रण ठेवण्यास देखील मदत करते.

५) **संघटनात्मक उद्दिष्टप्राप्ती :**

समन्वयामुळे साधनांचा अपव्यय, कर्मचाऱ्यांचा निष्क्रिय वेळ, दिलेले काम वेळेत पूर्ण न होणे तसेच

वेगवेगळ्या विभागांमधील वादविवाद इत्यादी गोष्टी बऱ्याच प्रमाणात कमी होतात. समन्वय संघटनेची उद्दिष्टे प्राप्त करण्याच्या प्रक्रियेमध्ये संघटनेचे काम सुरळीत पार पाडण्याची हमी देते.

६) **नातेसंबंध सुधारते :**

समन्वय व्यवस्थापनाच्या सर्व स्तरांवरील व्यवस्थापनामध्ये सलोख्याचे संबध विकसित करते. संघटनेमध्ये प्रत्येक विभाग हा इतर विभागाच्या कामकाजावर अवलंबून असतो. उदाहरणार्थ जसे की विक्री विभाग हा उत्पादन विभागानुसार कार्य करतो तर उत्पादन विभाग खरेदी विभागावर अवलंबून असतो म्हणूनच समन्वयामुळे फक्त ध्येय प्राप्तीच होत नाही तर कर्मचाऱ्यांचे एकमेकांबरोबरचे परस्परसंबंध सुधारण्यासही मदत होते.

७) **उच्चतर कार्यक्षमता :**

संसाधनांचा सर्वात्कृष्ट वापर आणि इतर साधनांचे एकत्रीकरण यामुळे संघटनेला भरपूर नफा होण्यास मदत होते. हा नफा उच्च उत्पादन क्षमता, उच्च नफा, तसेच कमीत कमी खर्च करून मिळवता येतो. म्हणूनच समन्वय उच्चतर कार्यक्षमता निर्माण होण्यास चालना देते.

८) **प्रतिष्ठा, नावलौकिक वाढविणे:**

संघटनेतील कर्मचाऱ्यांच्या एकसंघ प्रयत्नांमुळे व त्यांच्यातील दृढसंबंधांमुळे उच्च कार्यक्षमता, कमीतकमी खर्च, जास्त विक्री व उच्च नफा मिळवता येतो. याचा भेट परिणाम बाजारपेठेत नावलौकिक निर्माण करण्यासाठी होतो. याचे परिणाम संघटनेचा बाजारातील (शेअर्सच्या) भागभांडवलाच्या किंमती ठरवण्यासाठी आणि समाजात चांगली प्रतिमा निर्माण करण्यासाठी होतो.

९) **निर्देशनातील एकता:**

संघटनेतील सर्व विभाग निरनिराळी कार्ये करत असतात. संघटनेच्या सामान्य ध्येयप्राप्तीसाठी ह्या गतिविधी समन्वयाद्वारे एकत्र आणल्या जातात. अशा प्रकारे समन्वय संघटनेच्या सर्व विभागांसाठी योग्य निर्देशन देते.

१०) **विशेषीकरण:**

संघटनेच्या सर्व विभागांचे प्रमुख हे आपापल्या क्षेत्रातील तज्ञ असतात. या विभागीय प्रमुखांचे असलेले विशेष ज्ञान व्यवस्थापकीय निर्णय घेण्यास उपयोगी पडते. यामुळे संघटना व्यवसायाच्या स्पर्धात्मक जगात समृद्धी व यशाकडे वाटचाल करते.

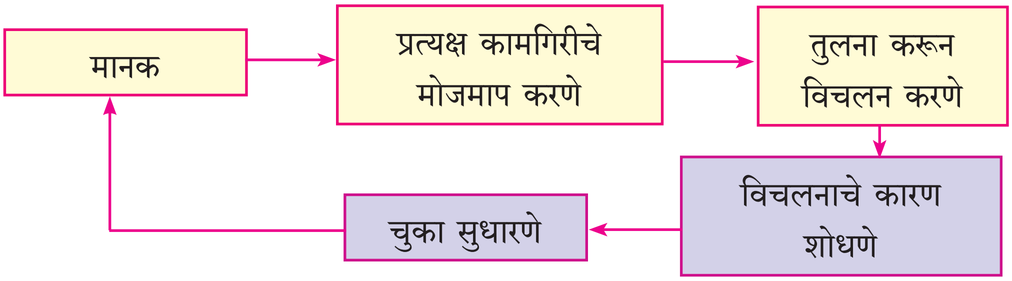
> समूहातील विविध सदस्यांमध्ये योग्य समन्वय केल्याशिवाय व्यवस्थापन भिन्न तत्त्वांना एकत्र आणू शकत नाही. मेरी पार्कर फोलेटच्या मते समन्वय ही समूहाची जमेची बाजू असते.

२.२.६ नियंत्रण (Controlling) :

अर्थ :

सर्व प्रकारच्या संघटनांमध्ये मग ती संस्था नफा मिळवणारी असो अथवा नसो, नियंत्रण हे आवश्यक कार्य आहे. तसेच हे व्यवस्थापनाच्या सर्व स्तरांवर उपयोगी पडते जसे की उच्च स्तर, मध्यम स्तर आणि कनिष्ठ स्तर. नियंत्रण हे व्यवस्थापनाचे अपरिहार्य असे कार्य आहे. नियोजनाची परिणामकारकता निश्चित करणे नियंत्रण कार्यामधूनच शक्य आहे.नियोजन आणि नियंत्रण हे व्यवस्थापनाच्या चक्रातील अत्यंत महत्त्वाचे भाग आहेत.

नियंत्रण हे एक असे कार्य आहे ज्यात प्रत्यक्ष कामगिरी व नियोजनात ठरविलेली कामगिरी यात तुलना केली जाते. जर तेथे कोणतेही विचलन (फरक) असेल तर त्या विचलनाची कारणे शोधून काही सुधारात्मक उपाय केले जातात. नियंत्रणाच्या प्रक्रियेमुळे भविष्यातील योजना स्पष्टपणे मांडता येतात.



व्याख्या –

नियंत्रणाच्या काही महत्त्वपूर्ण व्याख्या खालीलप्रमाणे–

१) **कुन्ट्झ आणि ओडोनेल–** *''मानकांच्या आधारे यशाचे मोजमाप करणे आणि विचलन सुधारून नियोजनाप्रमाणे उद्दिष्टे साध्य होतील हे सुनिश्चित करणे म्हणजेच व्यवस्थापकीय नियंत्रण होय.''*

२) **डेल हेनिंग–** *''नियंत्रण ही एक अशी प्रक्रिया आहे ज्यात नियोजनबद्ध कृतीतून कार्यपूर्ती करण्याचा प्रयत्न केला जातो.''*

३) **फिलीप कोटलर–** *''प्रत्यक्ष परिणाम आणि अपेक्षित परिणाम हे जास्तीत जास्त जवळ आणण्यासाठी केलेल्या प्रयत्नांच्या प्रक्रियेला नियंत्रण म्हणतात.''*

नियंत्रणाचे महत्त्व :

दर्जा टिकविण्यासाठी आणि ठरवलेली उद्दिष्टे प्रभावीपणे साधण्यासाठी नियंत्रण अत्यंत महत्त्वाचे आहे. यामध्ये कर्मचाऱ्यांच्या कामाच्या प्रत्येक टप्प्यावरील कामगिरीचे मूल्यमापन केले जाते. संघटनेतील नियंत्रित कार्यांचे महत्त्व खालीलप्रमाणे.

१) **संघटनेची उद्‌दिष्टे पूर्ण करणे :**

नियंत्रण ही प्रत्येक संभाव्य टप्प्यांवर कामगिरी मोजणे, त्यातील विचलन शोधणे आणि संघटनेसाठी नियोजित कार्यांप्रमाणे त्यात सुधारणा करण्यासाठी उपाययोजना करण्याची प्रक्रिया आहे. त्यामुळे संघटनेची उद्‌दिष्टे प्राप्त करण्यासाठी मदत होते.

२) **संसाधनांचा कार्यक्षम वापर:**

उपलब्ध साधनांचा व इतर स्रोतांचा अपव्यय कमी करण्यासाठी व्यवस्थापक विविध तंत्रांचा वापर करतात. प्रत्येक कामासाठी मानके ठरविली जातात. कर्मचाऱ्यांना या मानकांचे पालन करावे लागते. याचा परिणाम म्हणून संघटनात्मक उदि्दष्टे साध्य करण्यासाठी कर्मचारी साधनांचा योग्य आणि प्रभावी पद्‌धतीने वापर करतात.

३) **मानकांची अचूकता:**

एक चांगली नियंत्रण रचना व्यवस्थापकाला मानकाची अचूकता पडताळण्यास मदत करते. नियंत्रणात्मक उपाय हे काही प्रमाणात लवचीक असतात. त्यामुळे बदलत्या परिस्थितीचा आढावा घेऊन त्यात वेळोवेळी सुधारणा केल्या जातात ज्याचा उपयोग कार्यातील अचूकता तपासण्यासाठी होतो.

४) कर्मचाऱ्यांना प्रोत्साहन देते:

कामगिरीचे मूल्यमापन करण्याची मानके निश्चित केल्यानंतर त्यांची माहिती कर्मचाऱ्यांपर्यंत अगोदरच दिली जाते. यामुळे कर्मचाऱ्यांना काय काम करावे आणि ते कसे करावे याबद्दलची कल्पना येते. कामगिरीचे मूल्यांकन केले जाते आणि त्याआधारे कर्मचाऱ्यांना वेतनवाढ, बोनस, पदोन्नती इत्यादी स्वरूपात पुरस्कृत केले जाते. हे प्रोत्साहन कर्मचाऱ्यांना उत्कृष्ट कामगीरी बजावण्यास प्रवृत्त्व करते.

५) सुसूत्रता आणि शिस्तीची हमी:

नियंत्रण संघटनेमध्ये सुसूत्रता आणि शिस्त आणते. ते कर्मचाऱ्यांमधील अव्यावसायिक वर्तन कमी करण्यास मदत करते. संबंधित वरिष्ठाकडून कामागीरीची नियमित तपासणी करून शिस्त निर्माण केली जाते. आणि वास्तविक कार्य व मानकांमधील दरी कमी करण्यासाठी प्रतिबंधात्मक उपाययोजना केली जाते.

६) समन्वयाची सुविधा:

नियंत्रण हे असे कार्य आहे ज्यामध्ये सर्व विभागीय व्यवस्थापक आणि त्यांच्या हाताखाली काम करणारे सर्व कर्मचारी यांच्या भूमिका व जबाबदाऱ्या यांचा स्पष्ट आराखडा तयार केलेला असतो. विभाग प्रमुखांमधील समन्वय त्यांच्या संबंधित विभागांच्या कामातील विचलन शोधून संघटनेच्या इच्छित परिणामांसाठी उपचारात्मक उपाययोजना वापरण्यास मदत करते.

७) मानसिक दबाव:

कर्मचाऱ्यांच्या कामगिरीचे मूल्यांकन हे मानकावर ठरविले जाते. कर्मचाऱ्यांनादेखील त्यांच्या कामगिरीचे मूल्यांकन होणार आहे आणि त्यानुसार त्यांना योग्य तो मोबदला दिला जाईल याची पूर्ण जाणीव असते. हा मनोवैज्ञानिक दबाव कर्मचाऱ्यांना त्यांची उत्कृष्ट कामगिरी करण्यासाठी उपयुक्त ठरतो.

८) संघटनात्मक कार्यक्षमता आणि प्रभावशीलता:

नियंत्रणाचे घटक व्यवस्थापकाला जबाबदार बनवितात. उत्कृष्ट कामागिरीकरीता प्रोत्साहन देतात आणि विभागांमध्ये समन्वय साधण्याचे काम करतात. यामुळे संघटनेचा प्रभावीपणा व कार्यक्षमता यांची खात्री पटते.

९) चांगली सामाजिक प्रतिमा:

नियंत्रण कार्य संघटनेची एकंदरीत कामगिरी सुधारण्यासाठी मदत करते. व्यवसायामधील प्रगती पूर्वनिर्धारित मानके आणि प्रत्यक्ष कामगिरी यांच्यातील फरक कमी असल्यास त्यातून संघटनेचा विकास होतो. योग्य नियंत्रणाच्या मदतीने हे साध्य करता येते. त्यामुळे संघटनेची एक चांगली सामाजिक प्रतिमा निर्माण होण्यास मदत होते.

१०) मार्गदर्शक म्हणून कार्य:

नियंत्रण कार्यात कामागीरींचा मानक संच प्रधान करतात. व्यवस्थापक आणि त्यांच्या हाताखालील कर्मचारी त्यानुसार कार्य करतात. वेळ पडल्यास या मानकांची मदत घेऊन ते इच्छित यश प्राप्त करू शकतात. अशाप्रकारे कार्य नियंत्रित करण्यासाठी केलेल्या उपाय व्यवस्थापनाला भविष्यातील कामांचे नियोजन करण्यासाठी मार्गदर्शन ठरतात.

तुलनात्मक अभ्यास –

१. नियोजन	२. संघटन	३. कर्मचारी व्यवस्थापन	४. निर्देशन	५ समन्वय	६. नियंत्रण
१) अर्थ					
नियोजन हे काय करायचे, कसे करायचे ते केव्हा करायचे, ते कोण करणार हे अगोदर ठरविते.	संघटन हे व्यवस्थापनाच्या गतिविधी परिभाषित आणि संघटित करण्याची प्रक्रिया आहे.	कर्मचारी व्यवस्थापन हे नेमणूक, निवड, विकास, प्रशिक्षण, प्रगती इ. ची प्रक्रिया आहे.	निर्देशन हे उद्दिष्टे साध्य करण्यासाठी कर्मचाऱ्यांना सूचना, मार्गदर्शन संवाद साधून प्रेरित व प्रोत्साहित करण्यची प्रक्रिया आहे.	समन्वय म्हणजे ठरविलेली उद्दिष्टे साध्य करण्यासाठी प्रयत्नांना एकत्रित करण्याचे कार्य आहे.	नियंत्रण हे प्रमाण कामगिरीपासून प्रत्यक्ष कामगिरीपर्यंत विचलन मोजते आणि सुधारात्मक कृती घेते.
२) उद्दिष्टे					
मुख्य ध्येय ठरविणे आणि ते साध्य करण्याची साधने निवडणे	मुख्य उद्दिष्ट हे सर्व साधने ओळखून त्यांचे एकत्रीकरण करणे हे आहे.	मुख्य उद्दिष्ट हे योग्य वेळी, योग्य ठिकाणी योग्य व्यक्तीची नेमणूक करणे हे आहे.	मुख्य उद्दिष्ट योग्य पद्धतीने काम पूर्ण होण्यासाठी कनिष्ठांना मार्गदर्शन देणे हे आहे.	मुख्य उद्दिष्ट कर्मचाऱ्यांच्या प्रयत्नांच्या एकतेतून संघटनेचे काम काज सुरळीत करणे हे आहे.	मुख्य उद्दिष्ट म्हणजे नियोजनात ठरविल्याप्रमाणे ध्येय प्राप्त करणे.
३) कार्यक्षेत्र					
उद्दिष्टांची निवड करून ती साध्य करण्यासाठी उत्कृष्ट पर्यायी मार्ग निवडणे.	कार्यक्षमता ओळखून गट तयार करणे, त्यांना काम नेमून देणे व अधिकार संबंध प्रस्थापित करणे.	नेमणूक, निवड प्रशिक्षण बढती यांचा समावेश असतो.	यात मार्गदर्शन, प्रेरणा, संवाद, प्रोत्साहन इ. गोष्टींचा समावेश असतो.	उच्च स्तर, मध्यम स्तर व निम्न स्तर व्यवस्थापनाच्या एकत्रीकरणाचा समावेश होतो.	मानके ठरविणे, प्रमाणित मोजमाप व प्रत्यक्ष कामगिरी यांची तुलना करून सुधारात्मक कृती करण्यावर भर असतो.
४) घटक					
नियोजनात अंतर्गत तसेच बाहेरील घटक गृहित धरले जातात.	साधनांची मांडणी करताना अंतर्गत तसेच बाहेरील घटक गृहित धरतात.	कर्मचारी व्यवस्थापन हे बहुतेक करून अंतर्गत घटकांशी संबंधित असते.	निर्देशन हे प्रत्यक्षपणे अंतर्गत घटकांशी संबंधित असते. जसे की मनुष्यबळ	मानवी संसाधनांमधील सुसंवादामुळे हे अंतर्गत घटकांशी निगडित आहे.	सुधारात्मक कृती करताना अंतर्गत तसेच बाह्य घटक लक्षात घेतले जातात.

१. नियोजन	२. संघटन	३. कर्मचारी व्यवस्थापन	४. निर्देशन	५ समन्वय	६. नियंत्रण
५) आज्ञा					
व्यवस्थापकीय प्रक्रियेतील हे पहिले मूलभूत कार्य आहे.	हे नियोजनावर अवलंबून आहे.	हे संघटनाचे अनुकरण करते.	योजनेनुसार अंमलबजावणीसाठी हे संघटन व कर्मचारी व्यवस्थापनावर अवलंबून असते.	हा संघटनेचा महत्त्वाचा घटक आहे. हे नियोजनाचे अनुकरण करते.	हे व्यवस्थापन प्रक्रियेचे अंतिम कार्य आहे.
६) साधने					
आवश्यक व उपलब्ध साधनांनुसार नियोजन केले जाते.	सर्व उपलब्ध साधनांची मांडणी करणे जसे की, मनुष्य, पैसा यंत्रसामग्री, पद्धती इ.	ही एक अशी प्रक्रिया आहे जी मानवी श्रमांशी निगडित आहे.	हे कर्मचाऱ्यांना इतर साधनांच्या उपयोगाबाबतीत निर्देशन देते.	हे मानवी श्रमांशी संबंधित आहे.	संघटनेचे ध्येय साध्य करण्यासाठी इतर सर्व साधनांबरोबर याचा संबंध येतो.
७) स्वरूप					
ही सतत चलणारी प्रक्रिया असून संघटनेच्या अस्तित्वापर्यंत नियोजन असते.	सर्व साधनांचे एकत्रीकरण व व्यवस्था करेपर्यंत संघटन कार्य करते.	कर्मचारी व्यवस्थापनाशी संबंधित असल्याने निरंतर चालणारी प्रक्रिया आहे.	ही एक निरंतर प्रक्रिया आहे. कारण ध्येय साध्य होईपर्यंत निर्देशन आवश्यक असते.	व्यवस्थापनाच्या सर्व स्तरांशी संबंधित असल्याने ही एक सातत्यपूर्ण प्रक्रिया आहे.	वास्तविक योजना कार्यान्वित झाली की या प्रक्रियेला सुरुवात होते.
८) व्यवस्थापनाचे स्तर					
नियोजनाच्या क्रियेमध्ये उच्च स्तर व्यवस्थापन संबंधित असते.	उच्च स्तर आणि मध्यम स्तर हे साधनांच्या संघटनेशी संबंधित असतात.	मध्यम स्तर व्यवस्थापन हे नेमणूक, प्रशिक्षण व निवड पहाते ते उच्च स्तर बढती आणि भरपाई संबधित असतात.	मध्यम स्तर व्यवस्थापक हे कर्मचाऱ्यांना निर्देशन प्रदान करतात.	ध्येय साध्य करण्याकरिता सर्व स्तर म्हणजे उच्च, मध्यम आणि निम्न पातळीवर समन्वय आवश्यक असतो.	उच्च स्तर आणि मध्यम स्तर व्यवस्थापक हे कार्याच्या योग्य नियंत्रणाकरिता जबाबदार असतात.

सारांश

व्यवस्थापकीय कार्ये प्रभावी होण्यावर प्रत्येक प्रकारच्या संस्थेने लक्ष केंद्रित करणे गरजेचे आहे. हे निसर्गात व्यापक आहेत. कर्मचाऱ्यांच्या मदतीने सर्व व्यावसायिक कार्ये सुरळीत पार पाडणे ही एक निर्णय प्रक्रिया आहे. व्यवस्थापकीय कार्यांच्या चक्रातील प्रांरभ नियोजनाने होतो, तर शेवट नियंत्रणाने जे की पुढील योजनेचा आधार आहे. योजनांचे आणि धोरणांचे योग्य प्रयोग, समीक्षण आणि उजळणी यामुळे संघटना आपले ध्येय पूर्वनिर्धारित कालावधीत प्राप्त करू शकते.

व्यवस्थापनाची कार्ये थोडक्यात नमूद केली आहेत–

१) **नियोजन–** हे मूलभूत कार्य आहे जे कोठे जायचे, कसे जायचे याबद्दलची रूपरेषा देते आणि भाविष्यातील अनिश्चिततेचा अंदाज बांधून धोका कमी करते.

२) **संघटन–** संघटन करण्याच्या प्रक्रियेमध्ये कर्मचाऱ्यांचे शारीरिक, आर्थिक आणि माहिती संसाधनाचे समक्रमण आणि संयोजन स्थापित केले जाते.

३) **कर्मचारी व्यवस्थापन–** ही उत्कृष्ट कर्मचाऱ्यांना आकर्षित करणे, भरती करणे, निवड करणे, रुजू करणे, मूल्यांकन करणे, मोबदला देणे, विकसित करणे आणि टिकवून ठेवण्याची प्रक्रिया आहे.

४) **निर्देशन–** संघटनेची उद्दिष्ट्ये साध्य करण्याच्या हेतूने लोकांना मार्गदर्शन करणे, प्रेरणा देणे, दिशा दर्शविणे, सल्लामसलत करणे, देखरेख आणि अग्रगण्य या तंत्राचा अवलंब करणे

५) **समन्वय–** संघटनात्मक उद्दिष्ट प्राप्तीसाठी कार्याची एकता प्रदान करण्यासाठी गटाच्या प्रयत्नांचे एकत्रीकरण व समक्रमण म्हणजे समन्वय होय

६) **निर्देशन–** ही प्रत्यक्ष कामागिरीची पूर्वनिर्धारित मानक कामगिरीशी तुलना करण्याची प्रक्रिया आहे. त्यात काही फरक असल्यास. त्या विचलनांची कारणे शोधून सुधारात्मक उपाय सुचवतात.

फक्त जाणून घेण्यासाठी

"आधुनिक संस्थेतील व्यवस्थापकाची कार्ये"

आधुनिक संस्थेत व्यवस्थापकांची कार्ये व त्यांची कौशल्ये यावर मूल्यांकन केले जाते. आधुनिक संस्थेमध्ये व्यवस्थापकांनी कोणती कार्ये करावी आणि त्यांना कोणत्या कौशल्याची आवश्यकता आहे याबद्दल भिन्न मते आहेत.

आधुनिक जगात नोकरीसाठी मोठी स्पर्धा आहे कारण जगभरातील नवीन अर्जदार एखाद्या व्यवसायास उत्साहपूर्ण सुरुवात करू शकतात. ही चांगल्या व्यवस्थापकाची वैयक्तिक आणि अद्वितीय कौशल्ये आहेत जी इतरांपासून त्यांना वेगळी बनवतात. संघटना असे वैयक्तिक गुण, सवयी व सामाजिक बांधिलकी अशा कौशल्याचे मिश्रण शोधतात. अशा विशिष्ट गुणांमुळे जसे की सकारात्मक वृत्ती इतर कर्मचाऱ्यांना ते आदर्श रूप दाखवून देतात. तसेच संवाद साधण्याची कला ह्यामुळे नुसते एखाद्या व्यक्तीशी बालणेच नाही तर सद्य परिस्थितीतील समस्या समजून घेण्यासाठीही होतो. सक्रीय ऐकणे व्यवस्थापकाला महत्त्वाची माहिती मिळवण्यासाठी उपयोगी पडते. तसेच हेदेखील लक्षात घेतले पाहिजे की जागतिकीकरणामुळे भिन्न संस्कृती आणि पार्श्वभूमीतून व्यवस्थापनाच्या नोकऱ्या स्वीकारल्या जातात. यामुळे समस्या निर्माण होऊ शकतात. भिन्न व्यवस्थापक भिन्न तंत्रे वापरून जगभरात वेगवेगळ्या परिस्थितीत कार्य करतात. व्यवस्थापन हे संपूर्ण वेगळ्या पद्धतीने केले जाऊ शकते म्हणून ही एक समस्या असू शकते.

स्वाध्याय

प्र.१ अ) योग्य पर्याय निवडून विधाने पुन्हा लिहा.

१) व्यवस्थापनेची कार्ये .... या कार्यांने सुरू होतात.

अ) संघटन   ब) नियोजन   क) समन्वय

२) व्यवस्थापनेची कार्ये .... या कार्यांने संपतात.

अ) निर्देशन ब) कर्मचारी व्यवस्थापन क) नियंत्रण

३) .... नियंत्रणासाठी मानदंड ठरवते.

अ) कर्मचारी व्यवस्थापन ब) नियोजन क) समन्वय

४) .... व्यवस्थापनाने बनविलेल्या योजनांची अंमलबजावणी करण्यासाठी संघटन हे एक महत्त्वाचे कार्य आहे.

अ) उच्च स्तर ब) मध्यम स्तर क) कनिष्ठ

५) .... हे असे कार्य आहे जे कर्मचाऱ्यांच्या मदतीने योजना सक्रिय करण्यासाठी समर्थन करते.

अ) कर्मचारी व्यवस्थापन ब) निर्देशन क) समन्वय

६) .... ह्या कार्यात योजना आणि संघटनेच्या रचनेनुसार कार्याची अंमलबजावणी केली जाते.

अ) नियंत्रण ब) निर्देशन क) कर्मचारी व्यवस्थापन

७) .... यामुळे काम करताना कमीत कमी संघर्षांना तोंड द्यावे लागते.

अ) समन्वय ब) संघटन क) नियंत्रण

ब) जोडया जुळवा.

'अ' गट		'ब' गट	
अ)	नियोजन	१)	एक प्रक्रिया जी सूचना, मार्गदर्शन, संवाद आणि प्रेरणा देते.
ब)	संघटन	२)	गट कार्यांतील प्रयत्नांचे एकत्रीकरण व समक्रमण
क)	कर्मचारी व्यवस्थापन	३)	एखादे काम काय करायचे, कसे करायचे, केव्हा करायचे व कोणी करायचे हे अगोदरच ठरविणे.
ड)	निर्देशन	४)	व्यवस्थापक जे करतो ते म्हणजे व्यवस्थापन
इ)	समन्वय	५)	व्यवस्थापकाच्या भूमिकेवर लक्ष केंद्रित करणे
		६)	ठरविलेले साध्य करण्यासाठीचे मार्ग
		७)	वास्तविक कामगिरी व पूर्वनियोजन मानक कामगिरी यांची तुलना करण्याची प्रक्रिया
		८)	तत्वांचा संच
		९)	एक प्रक्रिया ज्यात भरती, निवड, रुजू होणे व मोबदला ठरविला जातो.
		१०)	व्यवस्थापित करणे म्हणजे अंदाज बांधून आराखडा आखणे.

क) खालील विधानांसाठी शब्द, शब्दसमूह किंवा संज्ञा सूचवा.

१) योग्य व्यक्तीची योग्य वेतनासह योग्य त्या जागेवर नेमणूक करणे.

२) एखादी व्यक्ती जी समस्या सोडविण्यासाठी कर्मचाऱ्यांना योग्य मार्ग दाखवते तसेच मार्गदर्शन करते.

३) व्यवस्थापनाचे पहिले कार्य.

४) व्यवस्थापनाचे शेवटचे कार्य.

५) तार्किक विचारांची आणि तर्कशुद्ध निर्णय घेण्याची ही एक बौद्धिक प्रक्रिया आहे.

६) रचना स्पष्ट करण्यासाठी वापरली जाणारी संज्ञा.

७) लोकांना आकर्षित करणे, भरती करणे, निवड करणे, रुजू करणे, त्यांचे मूल्यांकन करणे आणि मोबदला देण्याची प्रक्रिया.

८) एक अशी प्रक्रिया जी कर्मचाऱ्यांना संस्थात्मक उद्दिष्टे साध्य करण्यावर भर देते.

९) यामुळे कामाच्या ठिकाणची संघ भावना वाढीस लागते.

१०) एक प्रक्रिया ज्यात वास्तविक कामगिरीची पूर्वनिर्धारित मानक कामगिरीशी तुलना केली जात.

ड) खालील विधाने चूक की बरोबर ते लिहा.

१) व्यवस्थापनाचे प्रत्येक कार्य नियोजनावर आधारित नसते.

२) संघटनात्मक कार्यक्षमता वाढविण्यासाठी कार्यामधील विशेषीकरण महत्त्वाचे असते.

३) पात्र, कार्यक्षम आणि कार्यबळ ही नेहमीच संस्थेची संपत्ती असते.

४) संघटनात्मक कार्य सुरळीत होण्यासाठी सहकार्याची आवश्यकता नसते.

५) समन्वय कर्मचाऱ्यांच्या त्यांना दिलेले काम पूर्णत्वास नेण्यासाठी प्रेरित करते.

६) नियंत्रण कार्यामध्ये प्रत्येक कामगिरीसाठी मानके ठरवलेली नसतात.

इ) गटात न बसणारा शब्द शोधा.

१) नियोजन, संघटन, कर्मचारी व्यवस्थापन, लेखन

२) निवड, प्रशिक्षण, समन्वय, नियुक्ती

फ) खालील विधाने पूर्ण करा.

१) इतरांकडून काम करून घेण्याच्या क्रियेला .... असे म्हणतात.

२) व्यवस्थापकाची कार्ये .... या कार्यापासून सुरू होतात.

३) .... हे कार्य व्यवस्थापनाच्या कृतीस प्रवृत्त करते.

४) कर्मचारी भरती .... या कार्यात अंतर्भूत असते.

५) .... हे व्यवस्थापनाचे मूलभूत कार्य आहे.

६) संस्थेची सामान्य उद्दिष्टे साध्य करण्यासाठी .... या कार्याने विभागीय क्रिया एकत्रित केल्या जातात.

७) .... हे व्यवस्थापनाचे अंतिम कार्य आहे.

८) नियोजन हे .... काळातील क्रियेचा तपशीलवार कार्यक्रम आहे.

९) सर्व पातळ्यांवर निर्देशन करणे ही .... यांची जबाबदारी आहे.

१०) पात्र, कार्यक्षम आणि कुशल कामगार हे नेहमीच संस्थेसाठी .... असतात.

ग) एका वाक्यात उत्तरे लिहा.

१) व्यवस्थापन म्हणजे काय?

२) नियोजन म्हणजे काय?

३) कर्मचारी व्यवस्थापन म्हणजे काय?

४) निर्देशन म्हणजे काय?

५) नियंत्रण म्हणजे काय?

ह) खालील वाक्यातील अधोरेखित शब्द दुरुस्त करून वाक्य पुन्हा लिहा.

१) व्यवसायाच्या वातावरणाचे घटक नेहमीच निश्चित असतात.

२) कर्मचारी व्यवस्थापन हे यंत्रांशी निगडित आहे.

३) निर्देशन हे प्रत्यक्ष कामगिरी व पूर्वनियोजित कामगिरी यांची तुलना करण्याचे कार्य आहे.

४) संघटन हे कार्य संसाधनांचा जास्तीत जास्त अपव्यय करणे आणि त्यावरील किंमत नियंत्रित करण्यास मदत करते.

५) नियंत्रण उपाय हे काही प्रमाणात अलवचीक असतात.

ई) योग्य क्रम लावा.

१) नियंत्रण, संघटन, नियोजन

२) निर्देशन, समन्वय, कर्मचारी व्यवस्थापन

प्र.२ खालील संज्ञा / संकल्पना स्पष्ट करा.

१) व्यवस्थापन

२) नियोजन

३) संघटन

४) कर्मचारी व्यवस्थापन

५) निर्देशन

प्र.३ खालील घटना / परिस्थितीचा अभ्यास करून आपले मत लिहा.

१) श्री. राम, एक उदयोन्मुख उद्योजक यांनी आपल्या नवीन व्यवसायासाठी जमीन, पैसा, यंत्रसामग्री आणि कामगार वर्ग इत्यादी आवश्यक संसाधनांचा विचार करून आपल्या व्यवसाय संस्थेची रचना तयार केली आहे. त्यांनी श्री. श्याम यांना व्यवस्थापक म्हणून नियुक्त केले. श्री. राम यांनी कर्मचाऱ्यांची भरती, निवड, प्रशिक्षण आणि विकास यासारख्या जबाबदाऱ्या श्री श्याम यांना दिल्या आहेत. श्री. राम यांनी कर्मचाऱ्यांना दिलेल्या मानकांनुसार कर्मचाऱ्यांनी केलेल्या कामांवर देखरेखीसाठी श्री शुभम यांचीही नियुक्ती केली आहे. तसेच गरजेनुसार श्री शुभम कर्मचाऱ्यांना उपाययोजना सुचवतात.

या संदर्भात खालील व्यक्तींकडून व्यवस्थापनाची कोणती कार्ये सादर केली जातात?

१) श्री राम २) श्री श्याम ३) श्री शुभम

२) xyz कंपनीत, श्री लेले त्यांच्या अंतर्गत काम करणाऱ्या कर्मचाऱ्यांना सूचना देतात, मार्गदर्शन करतात आणि त्यांच्या उत्कृष्ट कामगिरीसाठी त्यांना प्रेरित करतात. तर दुसरीकडे श्री सय्यद संघटनात्मक उद्दिष्ट साध्य करण्यासाठी विविध विभागातील कर्मचाऱ्यांनी केलेल्या कामात सुसंवाद साधण्यासाठी प्रयत्न करतात. श्री देसाई व्यवसायिक संघटनेला आवश्यक संसाधनांची व्यवस्था पाहतात.

खालील कार्यांमध्ये गुंतलेल्या कर्मचाऱ्यांची नावे सांगा.

१) संघटन २) निर्देशन ३) समन्वय

प्र.४ फरक स्पष्ट करा.

१) नियोजन आणि संघटन
२) संघटन आणि कर्मचारी व्यवस्थापन
३) कर्मचारी व्यवस्थापन आणि निर्देशन
४) निर्देशन आणि नियंत्रण
५) समन्वय आणि नियंत्रण
६) नियोजन आणि नियंत्रण
७) संघटन आणि निर्देशन
८) संघटन आणि समन्वय

प्र.५ खालील प्रश्नांची थोडक्यात उत्तरे लिहा.

१) नियोजनाचे महत्त्व सांगणारे कोणतेही पाच मुद्दे सांगा.
२) संघटनेचे महत्त्व सांगणारे कोणतेही पाच मुद्दे सांगा.
३) कार्मचारी व्यवस्थापनेचे महत्त्व सांगणारे कोणतेही पाच मुद्दे लिहा.
४) निर्देशनाचे महत्त्व सांगणारे कोणतेही पाच मुद्दे सांगा.
५) समन्वयाचे महत्त्व सांगणारे कोणतेही पाच मुद्दे सांगा.

प्र.६. खालील विधाने सकारण स्पष्ट करा.

१) नियोजन हे व्यवस्थापनाचे प्रथम कार्य आहे.
२) नियंत्रण हे व्यवस्थापनाचे अंतिम कार्य आहे.
३) संघटन हे संस्थेच्या प्रशासनाला व कार्याला सुलभ करते.
४) योग्य व्यक्ती योग्य जागेवर योग्य मोबदल्यासह हे कर्मचारी व्यवस्थापनेचे मूलभूत तत्त्व आहे.
५) विविध कार्ये अणि व्यवस्थापनाच्या सर्व स्तरांमधील समन्वय हे संस्थात्मक यशाचे सार आहे.

प्र.७ खालील प्रश्न सोडवा.

१) नियोजनाचे महत्त्व सांगा.
२) संघटनेचे महत्त्व स्पष्ट करा.
३) कर्मचारी व्यवस्थापनेचे महत्त्व सांगा.
४) निर्देशनाचे महत्त्व स्पष्ट करा.

५) समन्वयाचे महत्त्व सांगा.

६) नियंत्रणाचे महत्त्व सांगा.

प्र.८ खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

१) नियोजन म्हणजे काय ते सांगा व नियोजनाचे महत्त्व स्पष्ट करा.

२) संघटन म्हणजे काय? संघटनेचे महत्त्व स्पष्ट करा.

३) कर्मचारी व्यवस्थापन म्हणजे काय? कर्मचारी व्यवस्थापनेचे महत्त्व स्पष्ट करा.

४) निर्देशनाची व्याख्या सांगा व त्याचे महत्त्व सविस्तर सांगा.

५) समन्वय म्हणजे काय? समन्वयाचे महत्त्व सांगा.

६) नियंत्रणाची व्याख्या सांगा आणि नियंत्रणाचे महत्त्व स्पष्ट करा.

उत्तर सूची :

प्र.१ अ) १) नियोजन २) नियंत्रण ३) नियोजन ४) उच्च स्तर
५) निर्देशन ६) निर्देशन ७) समन्वय

ब) अ-३, ब-६ क-९ ड-१ इ-२

क) १) कर्मचारी व्यवस्थापन २) संचालक ३) नियोजन ४) नियंत्रण
५) नियोजन ६) संघटन ७) कर्मचारी व्यवस्थापन ८) निर्देशन
९) समन्वय १०) नियंत्रण

ड) बरोबर - २,३,५, चूक- १,४,६

इ) १) लेखन २) समन्वय

फ) १) व्यवस्थापन २) नियोजन ३) निर्देशन ४) कर्मचारी व्यवस्थापन
५) नियोजन ६) समन्वय ७) नियंत्रण ८) भविष्य
९) व्यवस्थापक १०) संपत्ती

ह) १) बदलत २) मानवाशी ३) नियंत्रण ४) कमीत कमी ५) लवचीक

ई) १) नियोजन, संघटन, नियंत्रण २) कर्मचारी व्यवस्थापन, निर्देशन, समन्वय

संदर्भ सूची–

1) Managemet Principles and Practices, N.K sharma, MANGAL DEEP PRAKASHANS, JAIPUR

2) Management , James A.F. Stoner, R. Edward Freeman Daniel R. Gilbert, JR PEARSON

3) Priciples and Practice of Managrment, T.N. Chaabra, S. CHAND & COMPAY LTS. NEW DELHI.

4) Pricriples of management, R.N. Gupta, S. Chand.

*****

३ उद्योजकतेचा विकास

३.१ प्रस्तावना

३.२ इतिहास

३.३ संकल्पना

३.४ व्याख्या

३.५ उद्योजकाची वैशिष्ट्ये

३.६ यशस्वी उद्योजकाचे गुण

३.७ उद्योजकाची कार्ये

३.८ उद्योजकतेचा विकास

३.८.१ अर्थ

३.८.२ उद्योजकतेची वैशिष्ट्ये

३.८.३ उद्योजकतेच्या विकासाची प्रक्रिया

३.९ उद्योजकतेच्या विकासातील नवीन प्रवाह

३.९.१ स्टार्ट अप इंडिया

३.९.२ स्टॅण्ड अप इंडिया

३.९.३ कृषी पर्यटन

३.१० अंतर्गत उद्योजक

सारांश

स्वाध्याय

३.१ प्रस्तावना :

उद्योजकता हा एक पूर्ण वेळ व्यवसाय आहे. यासाठी समर्पण आणि कष्टाची आवश्यकता असते. उद्योजक हे सर्जनशील असतात. ते मालक, उत्पादक, बाजार निर्मिती करणारे, निर्णयक्षम आणि जोखीम पत्करणारे असतात. ते जमीन, मजूर, भांडवलाचा पुरवठा करतात यामुळे उद्योजकतेला उत्पादनाचा चौथा घटक असे संबोधले जाते. ते रोजगाराच्या संधी निर्माण करतात म्हणून त्यांना राष्ट्राच्या प्रगतीचा कणा म्हणतात. कोणत्याही देशाच्या विकासात ते महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावितात.

३.२ इतिहास :

- १६व्या शतकाच्या प्रारंभी 'उद्योजक' हा शब्द लष्करी आरमारातील अग्रगण्य पुरुषांना सूचित करण्यासाठी फ्रेंच नागरिकांनी वापरला.

- इ. स. १७००च्या सुमारास हा शब्द कंत्राटदार किंवा स्थापत्य विशारद यांच्यासाठी वापरला जात होता.
- १८व्या शतकाच्या प्रारंभी हा शब्द फ्रेंच अर्थशास्त्रज्ञ रिचर्ड कौटिलॉन (कॅन्टिलॉन) यांनी व्यवसाय आणि आर्थिक कृतींसाठी लागू केला.
- १८४८ मध्ये प्रसिद्ध अर्थशास्त्रज्ञ जॉन स्टुअर्ट मिल यांनी 'उद्योजकतेला' खाजगी उद्योग स्थापक असे वर्णन केले.

भारताचा विचार करता स्वातंत्र्यपूर्व भारतातील अनेक घटक उद्योजकतेच्या संथ वाढीसाठी जबाबदार ठरले. स्वातंत्र्यावेळी आपल्या अर्थव्यवस्थेचा औद्योगिक पाया फारच खराब होता. उद्योगांना कच्च्या मालाची कमतरता, भांडवलाची कमतरता, विपणन समस्या इ. अनेक समस्यांचा सामना करावा लागत होता. परंतु भारत सरकार व्यवसाय सुलभतेने करता यावा यासाठी सातत्याने विविध उपाययोजना करीत आहे.

३.३ संकल्पना :

विविध उद्योग, देश व वेळेनुसार उद्योजकतेची संकल्पना बदलत जाते.

अर्थशास्त्रज्ञांकडे 'उद्योजक' किंवा 'उद्योजकता' यांच्या सुसंगत व्याख्या कधीही नव्हत्या. उद्योजक हा शब्द "Entreprende' (ऐंटरप्रेंड) या फ्रेंच शब्दापासून आला आहे. याचा अर्थ 'To Undertake' (हाती घेणे) असा होतो.

'उद्योजक' एक अशी व्यक्ती आहे की, जी व्यवसाय सुरू करते आणि पैसे कमविण्यासाठी नुकसान सहन करण्यास तयार असते.

'व्यवसाय' आणि 'जोखीम' हे सामान्यपणे प्रचलित असलेले महत्त्वाचे शब्द एकमेकांशी संबंधित असतात. जर वास्तविकत: व्यवसाय किंवा जोखीम नसेल तर व्यक्तीस उद्योजक म्हणून संबोधले जाऊ शकत नाही.

- एक छोटा व्यावसायिक ज्याने आपल्या शेजारी किराणाचे दुकान सुरु केले आहे तो उद्योजक असतो.
- रस्त्याच्या बाजूला असलेले 'धुलाई केंद्र' सुविधा स्थापन करणारा उद्योजक असतो.
- कोट्यावधी रुपयांची उलाढाल असलेले रिलायन्स् कंपनीचे संस्थापक ज्यांनी उच्च तंत्रज्ञानासह अनेक साधने दिली ते उद्योजक आहेत.
- स्वतंत्रपणे काम करणारा नळकारागीर (Plumber) जो स्वत:साठी काम करतो आणि जलनिस्सारण बंद करतो तो उद्योजक असतो.

उद्योजकता म्हणजे एखादी व्यक्ती जोखीम घेऊन आणि तंत्रज्ञानाचा वापर करून, स्पर्धात्मक जागतिक वातावरण सक्षम करून नवीन व्यवसाय उद्योग सुरू करण्याची इच्छा होय.

कामात अडथळा आणणारे तंत्रज्ञान किंवा उत्पादन असतानादेखील सर्जनशीलता, नेतृत्त्व, शोधांचे आद्यप्रवर्तक हे उद्योजक असतात, ते आपल्या कामाप्रति उत्कट (कळकळ) असतात.

उद्योजकांना व्यवसायाचा आकार, कामाचा प्रकार, उद्योजकाचे वय किंवा औपचारिक शिक्षण इ. गोष्टी उद्योजक होण्यापासून थांबवू शकत नाहीत. त्याचप्रमाणे यश अपयशाचादेखील त्यांच्यावर काहीही परिणाम होत नाही.

उद्‌योजक या अशा व्यक्ती असतात की, ज्या नवीन कल्पना, उत्पादन, सेवा उपलब्ध करून देतात. ते ग्राहकांच्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी चांगल्या बाजारपेठेची निर्मिती करतात.

३.४ व्याख्या :

१) **हॉवर्ड स्टिव्हन्सन –** हॉवर्ड बिझनेस स्कूल मध्ये अनेक वर्ष प्रोफेसर म्हणून कार्यरत असलेले हॉवर्ड स्टिव्हन्सन यांच्या मते, *''उद्योजकता म्हणजे नियंत्रित संसाधनांच्या पलीकडे संधी मिळविणे होय.''*

२) **वेबस्टर शब्दकोशानुसार केलेली व्याख्या –** *''उद्योजक एक अशी व्यक्ती आहे, जी पैसे मिळविण्यासाठी व्यवसाय सुरू करते आणि जोखीम पत्करण्यास तयार असते.''*

३) **ऑक्सफर्ड इंग्रजी शब्दकोशानुसार –** *''उद्योजक म्हणजे अशी व्यक्ती जी व्यवसाय किंवा व्यवसाय संस्था संघटित करते आणि चालवते तसेच तो व्यवसाय करण्यासाठी आर्थिक जोखीम पत्करते.''*

३.५ उद्योजकाची वैशिष्टये :

उद्योजकांकडे काही विशेष वैशिष्ट्ये असतात, जसे की, सर्जनशील विचारसरणी, कल्पनाशक्ती, उत्साह, प्रामाणिकपणा इ. उद्योजकाची इतर काही वैशिष्ट्ये थोडक्यात खालीलप्रमाणे नमूद करता येतील.

१) बौद्धिक क्षमता – Intellectual Capabilities

एक उद्योजक एक सर्जनशील विचारवंत असतो. त्याच्याकडे चांगली बुध्दिमत्ता असते. त्याच्याकडे व्यवसायाच्या परिस्थितीचे विश्लेषण करण्याची क्षमता असते. ह्या क्षमतेचा उपयोग त्यांना योग्य निर्णय घेण्यास होतो.

२) भविष्यातील दूरदृष्टी – Future Foresight

बाजाराच्या परिस्थितीबद्दल उद्योजकांना भविष्यातील दूरदृष्टी असते. व्यवसायाच्या बाह्य वातावरणाबद्दलही त्यांना ज्ञान असायला पाहिजे. त्यामुळे त्यांना परिस्थिती व बाजारातील बदलानुसार योग्य निर्णय घेण्यास मदत होते. ते वेळेवर कार्यवाही करू शकतात.

३) कठोर परिश्रम – Hard Work

उद्योजक कठोर परिश्रम करण्यास तयार असतात. जेव्हा नवीन उपक्रम सुरू होतो तेव्हा ते जास्त महत्त्वाचे असते. त्यांना जास्त वेळ काम करावे लागते. अनेक वेळा व्यवसायाची क्षेत्रे स्वतंत्रपणे हाताळावी लागतात. यामुळे त्यांना यशस्वी होण्यास नक्कीच मदत होते.

४) तांत्रिक ज्ञान – Technical Knowledge

उद्योजकास त्याच्या व्यवसायाबद्दल चांगले तांत्रिक ज्ञान असते. उद्योजकामध्ये उत्पादन, उत्पादन प्रकिया आणि तंत्रज्ञानाबद्दल अधिक ज्ञान मिळवून स्वतःला अद्ययावत ठेवण्याची क्षमता असते.

५) संज्ञापन कौशल्ये – Communication Skills

ग्राहक, पुरवठादार, धनको, कर्मचारी इ. विविध प्रकारच्या व्यक्तींशी संवाद साधण्याची उद्योजकास आवश्यकता असते. तो आपले मत, कल्पना आणि रणनीती प्रभावीपणे व्यक्त करण्यास सक्षम असावा. तेथे संदेश पाठविणारा आणि संदेश स्वीकारणारा यामध्ये समन्वय असणे आवश्यक आहे.

६) उच्च आशावादी – Highly Optimistic

उद्योजकाने नेहमी सकारात्मक विचार केला पाहिजे. अपयशाच्या काळातही बाजाराच्या परिस्थितीबद्दल त्याने नेहमीच आशावाद आणि आत्मविश्वास बाळगावा अशी सकारात्मक वृत्ती त्यांना आपला व्यवसाय यशस्वीरित्या चालविण्यास मदत करते.

७) जोखीम घेणे – Risk bearing

यशस्वी व्यावसायिक व्यवसायातील एकूण जोखीम स्वीकारतो. तो आव्हानांना सामोरे जाण्यासाठी तयार असतो आणि नेहमीच नवीन आणि अधिकाधिक संधीच्या शोधात असतो.

८) आत्मविश्वास – Self Confidence

उद्योजकामध्ये आत्मविश्वास असतो. तसेच ध्येय गाठण्यासाठी सकारात्मक इच्छा असते. अशा आत्मप्रेरणे मुळे त्यांना विविध अडथळ्यांना सामोरे जाण्यासाठी दृढ आत्मविश्वास मिळतो.

३.६ यशस्वी उद्योजकाचे गुण :

यशस्वीपणे व्यवसाय करणाऱ्यांमध्ये अनेक गुणांमध्ये साधर्म्य (सारखेपणा) आढळते.

१) शिस्तबद्ध – Disciplined

या व्यक्ती त्यांची व्यावसायिक कार्ये करण्यावर लक्ष केंद्रित करतात आणि त्यांच्या उद्दिष्टांमधील अडथळे किंवा विघ्ने दूर करतात. त्यासाठी त्यांच्याकडे अनेक युक्त्या असतात. यशस्वी उद्योजकांमध्ये त्यांच्या उद्दिष्ट प्राप्तीसाठी सर्व समावेशक योजना व डावपेचांची रूपरेषा असते.

२) आत्मविश्वास – Confidence

यशस्वी उद्योजक ''मला यश मिळेल का? मी त्यास पात्र आहे का?'' याबद्दल प्रश्न विचारत नाहीत. आपल्या ज्ञानाच्या आधारे उद्योग यशस्वी करण्याचा विश्वास त्यांच्यात असतो. प्रत्येक कृतीतून ते हा आत्मविश्वास दाखवून देतात.

३) मोकळ्या मनाचे – Open Minded

प्रत्येक कार्य आणि परिस्थिती ही एक व्यावसायिक संधी आहे, असे उद्योजक समजतात. कार्यप्रवाह आणि कार्यक्षमता, कुशल मनुष्यबळ आणि संभाव्य नवीन व्यवसाय याबद्दल सतत कल्पना निर्माण केल्या जातात. सभोवतालच्या सर्व गोष्टींकडे आणि ध्येयाकडे लक्ष देण्याची क्षमता त्यांच्यात असते.

४) स्वयंचालक – Self-Starter

जर काही करावयाचे असेल तर ते स्वतःच करावे लागते हे उद्योजकांना माहिती असते. ते प्रकल्पाचे मापदंड निश्चित करतात आणि प्रकल्प त्या मार्गावर असल्याचे सुनिश्चित करतात. ते इतके सक्रिय असतात की एखाद्याने त्यांना परवानगी देण्याची प्रतीक्षादेखील करीत नाहीत.

५) स्पर्धात्मक – Competitive

उद्योजकाला हे माहिती असते की, ते दुसऱ्यांपेक्षा जास्त चांगले काम करू शकतात. त्यामुळे ते अनेक कंपन्या स्थापन करतात. त्यांनी उभारलेल्या उद्योगामध्ये यशस्वी होणे त्यांच्यासाठी गरजेचे असते. उद्योजक त्यांच्या स्वतःच्या कंपनीच्या यशाची नोंद ठेवतात.

६) **सर्जनशीलता – Creativity**

परस्परांशी कसलाही संबंध नसलेल्या घटना व परिस्थिती यांच्यामध्ये संबंध निर्माण करणे हा सर्जनशीलतेचा एक पैलू आहे. उद्योजक नेहमी इतर वस्तूंच्या एकीकरणातून उपाय योजना तयार करतात. ते सद्य परिस्थितीतील उत्पादनांना बाजारात नवीन रूपात परत आणतात.

७) **निश्चय – Determination**

उद्योजक त्यांच्या अपयशामुळे खचून जात नाहीत. ते अपयशाकडे यशाची संधी म्हणून पाहतात. सर्व प्रयत्न यशस्वी करण्याचा त्यांचा दृढनिश्चय असतो म्हणून ते पुन्हा पुन्हा यशस्वी होईपर्यंत प्रयत्न करीतच राहतात. यशस्वी उद्योजक एखादी गोष्ट अशक्य आहे यावर विश्वास ठेवत नाहीत.

८) **संज्ञापन कौशल्ये – Strong Communication Skills**

उत्पादनांची विक्री आणि कर्मचाऱ्यांना प्रोत्साहन देण्यासाठी प्रभावी संज्ञापन कौशल्य आवश्यक आहे. बहुतेक यशस्वी उद्योजकांना आपल्या कर्मचाऱ्यांना कसे प्रोत्साहित करावे हे माहिती असते. त्यामुळे व्यवसायाची वृद्धी होते. कोणत्याही परिस्थितीचे फायदे अधोरेखित करण्यात आणि इतरांना यशासाठी मार्गदर्शन करण्यात ते तत्पर असतात.

९) **कामाची योग्य नीती – Strong Work Ethics**

कार्यालयात सर्वप्रथम येणारी आणि कार्यालयातून सर्वात शेवटी जाणारी व्यक्ती म्हणजे यशस्वी उद्योजक होय. उद्दिष्टांची पूर्तता करण्यासाठी ते सुट्टीच्या दिवशीदेखील काम करतात. ते कामाच्या ठिकाणी असले किंवा नसले तरी त्यांचे कामावर सतत लक्ष असते.

१०) **आवड – Passion**

कामाची आवड हे यशस्वी उद्योजकांचे सर्वात महत्त्वाचे वैशिष्ट्य आहे. त्यांचे त्यांच्या कामावर मनापासून प्रेम असते. व्यवसाय यशस्वी करण्यासाठी ते अतिरिक्त तास काम करतात. त्यांचा आनंद हा पैशापेक्षाही जास्त महत्त्वाचा असतो. यशस्वी उद्योजक नेहमीच वाचन आणि संशोधनावर व्यवसाय यशस्वी करण्याचे मार्ग शोधतात.

३.७ उद्योजकाची कार्ये :

१) **नावीन्य – Innovation**

उद्योजक मूलतः नावीन्यपूर्ण असतो. तो उत्पादनाची नवनवीन साधने शोधतो. त्यातून त्यांने नवीन उत्पादने सादर करणे किंवा सद्य उत्पादनांमध्ये बदल करणे आवश्यक असते. ग्राहकांना नवीन उत्पादने किंवा सद्य उत्पादनातील नवीन वैशिष्ट्ये नेहमीच समाधान देतात. व्यवसायामध्ये उद्भवणाऱ्या समस्या सोडविण्यासाठी नवनिर्मिती आवश्यक असते.

२) **उद्दिष्टांचे निर्धारण – Determination of Objectives**

उद्योजकाला व्यवसायाची उद्दिष्टये निर्धारीत करणे आवश्यक असते. संघटनेच्या प्राथमिक आणि दुय्यम उद्दिष्टांमध्ये फरक असू शकतो. बाजारातील परिस्थितीनुसार उद्योजक ही उद्दिष्ट्ये बदलू शकतो.

३) बाजाराचा विकास – Development of Market

उद्योजकांना त्यांच्या उद्योगातील उत्पादने व सेवांचे विपणन करण्याचे वेगवेगळे मार्ग शोधावे लागतात. ते ग्राहकांची मागणी समजून घेण्यासाठी सर्वेक्षण करू शकतात किंवा संशोधन करू शकतात. जेव्हा बाजारपेठ सतत विकसित केल्या जातात तेव्हा ग्राहकांच्या मागण्यादेखील वाढतात.

४) नवीन तंत्रज्ञान – New Technology

जागतिक विश्वात दररोज नवीन तंत्रज्ञानाचा शोध लागतो. नवीन तंत्रज्ञानाच्या परिचयाने व्यवसायाची वाढ होते. उदा. नवीन यंत्रणा, प्रगत तंत्रज्ञान, उत्पादनाची नवीन आणि वैज्ञानिक पद्धती.

५) चांगले संबंध – Good Relations

संस्थेमध्ये कामकाजाचे वातावरण निरोगी राखणे आवश्यक आहे. चांगले संबंध हे कनिष्ठ आणि वरिष्ठांमधील कार्यक्षम संबंधावर अवलंबून असतात. कर्मचाऱ्यांमध्ये समन्वय साधणे ही यशाची गुरुकिल्ली आहे.

६) निधीची उपलब्धता – Organizing Funds

उद्योजकाला भिन्न आर्थिक संसाधने शोधण्याची आवश्यकता असते. कारण पुरेसे व सातत्यपूर्ण भांडवल व्यवसायासाठी आवश्यक असते. प्रत्येक व्यवसायासाठी गुंतवणूकदारांशी चांगले आणि प्रामाणिक संबंध आवश्यक असतात.

७) निर्णय घेणे – Taking Decision

उद्योजकाला त्याच्या उद्योगासाठी योग्य निर्णय घ्यावे लागतात. वेळेत व योग्य निर्णय घेणेदेखील महत्त्वाचे आणि आवश्यक असते. कोणताही व्यावसायिक निर्णय घेण्यापूर्वी त्याने नेहमी साधक बाधक गोष्टींचा विचार केला पाहिजे.

३.८ उद्योजकतेचा विकास :

३.८.१ अर्थ – Meaning

उद्योजकता हे व्यक्ती किंवा व्यक्ती समूहाचे हेतूपूर्ण कार्य आहे ज्यामध्ये आर्थिक वस्तू व सेवांच्या निर्मितीतून नफा मिळवण्यास सुरुवात करणे, तो टिकवणे आणि वाढवणे यांचा समावेश होतो.

३.८.२ वैशिष्ट्ये – Characteristics

उद्योजकता ही एक नवीन व्यवसाय स्थापन करण्याची प्रक्रिया आहे. ही एक अशी प्रक्रिया आहे जिथे एखादी व्यक्ती बाजारपेठेतील पर्याय शोधून आणि उत्पादन स्रोत एकत्र करून व्यवसाय संधी निर्माण करण्याचा निर्णय घेते.

१) नावीन्यपूर्ण – Innovation

उद्योजकता ही एक नावीन्यपूर्ण गोष्ट आहे. उत्पादनाच्या विविध घटकांची नवनिर्मिती म्हणजे नावीन्यता होय. यात नवीन उत्पादने, तंत्रज्ञानाची नवीन पद्धत, कच्च्या मालाचे नवीन स्रोत आणि विशिष्ट उत्पादनासाठी नवीन बाजार निर्माण करणे याचा अंतर्भाव असतो. वेळोवेळी ग्राहकांची आवड निवड बदलत असताना ग्राहकांना संतुष्ट करण्यासाठी, वस्तूंचे उत्पादन करण्यासाठी उद्योजकांना हे संशोधन आणि विकास कार्य करावे लागते.

२) **आर्थिक कृती – Economic activity**

उद्योजक ग्राहकांच्या गरजेनुसार नवीन उत्पादन करतो. यामुळे मानवाच्या गरजा भागविणे आणि त्याचबरोबर एक चांगले जीवनमान देणे अशी उद्योजकाची भावना असते. ज्ञान व कौशल्यावर आधारित ही एक शास्त्रशुद्ध योजना आहे. म्हणूनच उद्योजकता ही एक आर्थिक क्रिया आहे.

३) **संघटनेची बांधणी – Organisation Building**

हे एक असे कार्य आहे जिथे उत्पादनाच्या विविध घटकांचे संघटन केले जाते. स्थल उपयोगिता, काल उपयोगिता, रूप उपयोगिता इ. विविध बाबींचा विचार करून ते नवीन उत्पादनासाठी विविध घटक एकाच छताखाली एकत्र करण्यात येतात.

४) **सर्जनशील कार्य – Creative activity**

नावीन्यास सर्जनशीलतेचा भक्कम पाठिंबा असला पाहिजे. सर्जनशीलतेचा वापर करून नवीन उत्पादनाची निर्मिती करून समाजापुढे सादर करणे हे उद्योजकांसाठी एक मोठे आव्हान आहे. म्हणूनच सर्जनशीलता उद्योजकतेचा एक आवश्यक भाग आहे.

५) **व्यवस्थापकीय कौशल्य आणि नेतृत्व Managerial skill and leadership –**

ज्या व्यक्तीला यशस्वी उद्‌योजक व्हायचे असेल त्यास फक्त नफ्यापेक्षा काहीतरी नवीन करण्याची आवड असली पाहिजे. नेतृत्त्व आणि व्यवस्थापकीय कौशल्य हे उद्योजकतेचे सर्वात महत्त्वाचे पैलू आहेत. त्यामुळे इतर कौशल्ये दुय्यम मानली जाऊ शकतात. म्हणून उद्योजकाकडे नेतृत्वाची आणि व्यवस्थापनाची क्षमता असणे आवश्यक आहे.

६) **कौशल्यपूर्ण व्यवस्थापन – Skillful Management**

कोणत्याही उद्‌योजकतेचे यश हे संघटनेच्या व्यवस्थापनावर अवलंबून असते. व्यावसायिक व्यवस्थापन आणि कुशल व्यवस्थापक यामुळे उद्योजकतेचे कार्य यशस्वी होते.

७) **जोखीम पत्करणे Risk Bearing**

अनिश्चिततेला जोखीम असे संबोधले जाते. याचा विमा काढला जात नाही आणि तो मोजताही येत नाही. उद्योजक हा असा मध्यस्थ आहे जो विविध उत्पादनाचे घटक ठरविलेल्या किमतीला विकत घेतो, की ज्या सेवा न ठरविलेल्या किमतीला विकता येतील. हेदेखील एक प्रकारचे जोखीम पत्करणारे कार्य आहे.

८) **रिक्त भरण कार्य Gap Filling Function**

उद्योजकतेचे सर्वात महत्त्वाचे वैशिष्ट्य म्हणजे रिक्त भरण कार्य किंवा उणीवा कमी करणे होय. उत्पादन कार्याच्या ज्ञानात ज्या उणीवा असतात त्या दूर करण्याचे कार्य उद्योजक करतो.

३.८.३ उद्योजकता विकासाची प्रक्रिया (Process of Entrepreneurship Development)

१) **प्रशिक्षण – (Training)**

२) **उद्योजकतेच्या विकासाचा कार्यक्रम – (Entrepreneurship Development Programme (EDP))**

१) **प्रशिक्षण – (Training)**

पारंपारिक विचारसरणीनुसार उद्योजक हा जन्मावा लागतो. तो तयार करता येत नाही. पण आधुनिक

निरिक्षणानुसार काही उद्योजक जन्माला यावे लागत असले तरी काही शिक्षणाने व प्रशिक्षणाने तयार केले जातात. त्यामुळे आज भविष्यातील चांगले उद्योजक तयार करण्यासाठी प्रशिक्षणाची गरज आहे.

प्रशिक्षण ही सूचनांची अशी पद्धतशीर मांडणी असते, की जी योजलेली, पद्धतशीर, सुसंगत, खात्रीशीर आणि त्याचा प्रभाव मोजण्याचे निरिक्षण करणारी आहे व ती व्यवस्थापकाच्या विकासाची अंतर्गत घटक आहे.

प्रशिक्षणाने उद्योजकाची दूरदृष्टी उंचावते, प्रशिक्षणामुळे त्यांना उद्योगातील आणि उद्योगाबाहेरील अनुभवाची अदलाबदल करण्याची सुयोग्य संधी मिळते. नवीन उद्योजकांना लागणारी कौशल्ये प्रशिक्षणात शिकविली जातात. यात वस्तूंचे विपणन, उत्पादनाची पद्धती, ग्राहकांचे शिक्षण यांचे ज्ञान दिले जाते. उद्योजकाला प्रशिक्षणामुळे नव्याने झालेल्या बदलांची जाणीव होते. ज्याचा प्रत्यक्ष किंवा अप्रत्यक्ष परिणाम त्यांच्यावर होत असतो.

उत्पादनाच्या प्रक्रियेत कमीत कमी मोडतोड, खराब माल आणि टाकाऊ वस्तू कमी करण्यासाठी प्रशिक्षण मदत करते. प्रशिक्षण उद्योजकाची संपूर्ण कार्यक्षमता वाढविण्यास मदत करते. प्रशिक्षणाच्या प्रक्रियेत उद्योजक नवीन तंत्रज्ञान आत्मसात करतो व संघभावना, वर्गीकरण, श्रम कमी करणे, औद्योगिक अपघात कमी करणे इ. मदत होते.

चर्चासत्र, बैठक, सभा, सामूहिक सूचना, वैयक्तिक सूचना, प्रात्यक्षिक पद्धती, व्याख्यान पद्धती इ. प्रशिक्षणाच्या पद्धती आहेत.

२) उद्योजकतेच्या विकासाचा कार्यक्रम – Entrepreneurship Development Programmes (EDP)

उद्योजकतेचा विकासाचा कार्यक्रम स्पष्ट करताना, 'एक व्यवस्थित रचलेला कार्यक्रम, जो एका व्यक्तीस उद्योगाची प्रेरणा, कौशल्यप्राप्ती आणि क्षमता वाढविण्यास मदत करतो आणि आपली उद्योजकाची भूमिका प्रभावशाली पार पाडण्यास मदत करतो.

उद्योजकता विकासाचा कार्यक्रम ही अशी योजना आहे ज्याद्वारे उद्योजकातील सुप्तगुण शोधले जातात. नवीन उद्योग सुरू करण्यासाठी प्रेरणा मिळते. समूहाच्या व्यवस्थापनेचे प्रशिक्षण व नवीन उपक्रम सुरू करण्या संदर्भातील सर्व बाबींचे मार्गदर्शन मिळते.

१९७० साली गुजरात इंडस्ट्रीयल इन्व्हेस्टमेंट कॉर्पोरेशन ने उद्योजकता विकास कार्यक्रमाचे प्रायोजकत्त्व स्वीकारले. आंध्रप्रदेश मधील काकीनाडा जिल्हयामध्ये मॅकक्ले लॅन्डस यांनी घेतलेल्या प्रयोगांवर EDP आधारित आहे. यामध्ये उद्योजकांना प्रेरणा व प्रशिक्षण दिले गेले होते.

उद्योजकता विकास कार्यक्रमामध्ये पुढील पायऱ्यांचा समावेश होतो. The EDP includes following steps.

१) पायाभूत सुविधांची व्यवस्था
२) संभाव्य उद्योजकाची निवड
३) उद्योगांची ओळख
४) वास्तविक प्रशिक्षण कार्यक्रम
५) प्रशिक्षण कर्मचाऱ्यांची निवड
६) प्रशिक्षण पद्धतीची निवड
७) वास्तविक प्रशिक्षण
८) देखरेख आणि पाठपुरावा

उद्योजकता विकास कार्यक्रमाची उद्दिष्ट्ये – Objectives of EDP

१) देशात उद्योजकतेच्या वाढीस उत्तेजन देणे

२) उपलब्ध साधनांचा योग्य वापर

३) मागासलेल्या प्रदेशाचा विकास आणि समाजातील दुर्लक्षित समूहांची आर्थिक स्थिती सुधारणे

४) रोजगारांच्या संधी उपलब्ध करून देणे

५) लहान आणि मध्यम स्वरूपाच्या उद्योगांचा पाया भक्कम करणे

३.९ उद्योजकता विकासातील नवीन प्रवाह – Recent trends in Entrepreneurship Development

उद्योजकता भारतात प्रगती करीत आहे. उद्योजकता विकासामध्ये पुढाकार घेतलेली काही उदाहरणे पुढीलप्रमाणे –

३.९.१ स्टार्ट अप इंडिया – Start up India

अर्थ – Meaning

स्टार्ट अप म्हणजे असा उद्योग ज्याचे मुख्यालय भारतात आहे. ज्याची सुरुवात होऊन १० वर्षांपेक्षा जास्त कालावधी झाला नाहिये आणि ज्याची वार्षिक उलाढाल १०० कोटीपेक्षा कमी आहे. या उपक्रमाअंतर्गत भारत सरकारने भारतीय उद्योजकांना १० लाख मोबाईल ॲप स्टार्ट अप उभारण्यासाठी **I MADE** या उपक्रमाची सुरुवात केली आहे.

मुद्रा बँकेची योजना (प्रधानमंत्री मुद्रा योजना) भारत सरकारचा एक उपक्रम आहे. जिचे उद्दिष्ट दुर्बल सामाजिक व आर्थिक पार्श्वभूमीवरील उद्योजकांना कमी व्याजदराने कर्जे, सूक्ष्म वित्तपुरवठा करणे आहे.

भारत सरकारच्या उद्दिष्टांपैकी एक उद्दिष्ट म्हणजे 'भारत नोकरी शोधणारा देश या ऐवजी नोकरी निर्माण करणारे राष्ट्र' अशाप्रकारे सरकारला उद्योजकतेला आणि नवकल्पनांना प्रोत्साहन द्यायचे आहे. याचा उद्देश एक असे वातावरण (ecosystem) तयार करणे आहे, जे भारतातील स्टार्ट अपच्या वाढीसाठी पोषक असेल.

स्टार्ट अप इंडिया हा भारत सरकारचा एक उपक्रम आहे. याची सुरुवात २०१६ मध्ये झाली. देशात स्टार्ट अप पर्यावरण संवर्धन करणारी यंत्रणा उभारण्याचे उद्दिष्ट आहे. जेणेकरून शाश्वत विकास आणि मोठया प्रमाणात रोजगाराच्या संधी निर्माण होऊ शकतात. अशाप्रकारे भारत सरकारने स्टार्ट अप इंडिया जाहीर करून खालील बाबींवर लक्ष केंद्रित केले आहे.

१) सुलभीकरण आणि आधार – Simplification and Handholdings

स्टार्ट अप ची मान्यता प्रक्रिया या ठिकाणी सुलभ केली जाते. त्याचप्रमाणे आवश्यक असल्यास उपक्रम बंद करण्यासाठी देखील जलद गतीने यंत्रणा कार्यान्वित असते.

२) **भांडवलाचा आधार आणि लाभ – Funding support and Incentives**

सरकार अप्रत्यक्षपणे भांडवल देण्याच्या प्रक्रियेत भाग घेते तसेच भांडवली नफा, आयकर इ. मध्ये सूट दिली जाते.

३) **उद्योग – शैक्षणिक भागीदारी आणि उद्योग आरंभ होईपर्यंत – Industry - Academic partnership and Incubation**

या उपक्रमा अंतर्गत सरकार उद्योग सुरू होण्यापूर्वीचे प्रशिक्षण प्रदान करण्यासाठी खाजगी क्षेत्राच्या मदतीने स्थापना करणे, विद्यार्थ्यांसाठी नवकल्पना केंद्रित कार्यक्रम सुरू करणे इ. उपक्रम सुरू करण्याचा प्रस्ताव आहे.

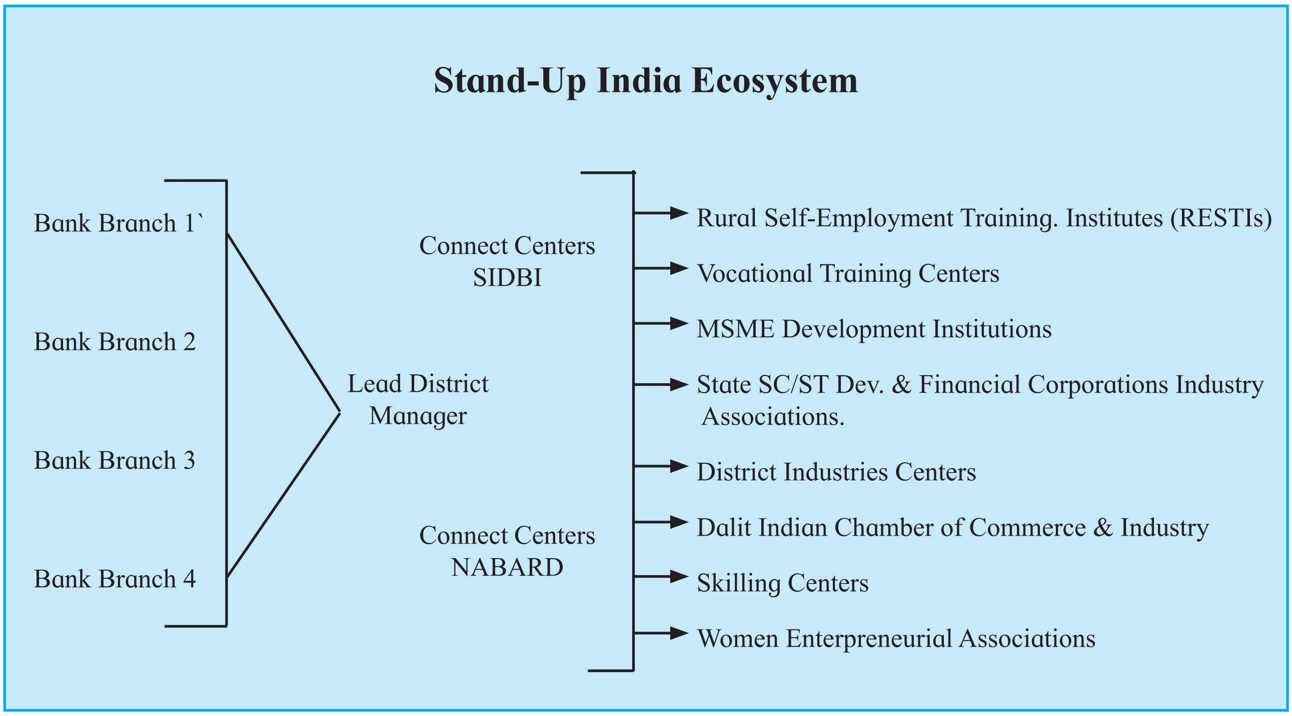
स्टार्ट अपची उद्दिष्ट्ये Objectives of start up

भारतातील स्टार्ट अपची आणि स्टॅण्डअप अंतर्गत उद्योजकता विकास कार्यक्रमातील उद्दिष्टये खालीलप्रमाणे

- रु.१०,००० कोटी स्टार्ट अप निधी
- पेटंट नोंदणी शुल्कात कपात
- सुधारित दिवाळखोरी कायदा अंतर्गत ९० दिवस
- पहिल्या तीन वर्षाच्या तपासणीस गोपनीय ठेवण्यास स्वातंत्र्य
- प्रथम तीन वर्षाच्या कामकाजासाठी भांडवली उत्पन्न करातून मुक्तता
- पहिल्या तीन वर्षाच्या करातून मुक्तता
- स्वप्रमाणिकरणास मान्यता
- ५ लाख शाळा आणि १० लाख विद्यार्थ्यांना नवीन्यपूर्ण उपक्रमासंबंधी कार्यक्रमांमध्ये सहभागी करून घेणे.
- देशातील उद्योजकतेला प्रोत्साहन देणे
- संपूर्ण जगात भारतास स्टार्टअप हब म्हणून प्रोत्साहन देणे
- राजस्थान उष्मायन केंद्र म्हणून स्टार्टअप ओएसिस बांधले.

३.९.२ स्टॅण्ड अप इंडिया –

अनुसूचित जाती (SC) / अनुसूचित जमाती (ST) आणि / किंवा महिला उद्योजकांना वित्त पुरवठा करणारी स्टँण्ड अप इंडिया योजना आहे.



स्टॅण्ड अप इंडिया योजनेची उद्दिष्टये – Objectives of the Stand up scheme

ग्रीन फिल्ड एन्टरप्राइझची उभारणी करण्यासाठी बँकेच्या प्रत्येक शाखेमधून कमीत कमी एक अनुसूचित जाती (SC) किंवा अनुसूचित जमाती (ST)आणि एका महिला कर्जदाराला रु.१० लाखापासून ते रु.१ करोड पर्यंत कर्ज उपलब्ध करून देणे हे स्टँड अप इंडिया योजनेचे उद्दिष्ट आहे. हा उपक्रम उत्पादन, सेवा किंवा व्यापार क्षेत्रात असू शकतो. वैयक्तिक नसलेल्या उद्योगांच्या बाबतीत भागधारक आणि नियंत्रित भाग भांडवलातील किमान ५१% हिस्सा अनुसूचित जाती / जमातींसाठी किंवा महिला उद्योजकांकडे असावा.

पात्रता – Eligibility

१) अनुसूचित जाती / जमाती किंवा महिला उद्योजक हा १८ वर्षे पुढील वयाचा असावा.

२) या योजने अंतर्गत कर्ज फक्त ग्रीनफिल्ड प्रकल्पासाठीच आहे. ग्रीनफिल्ड म्हणजे उत्पादन किंवा सेवा व्यापार क्षेत्रातील लाभार्थींचे प्रथम उपक्रम होय.

२) वैयक्तिक नसलेल्या उद्योगांच्या बाबतीत ५१ % भाग भांडवल आणि नियंत्रित भागभांडवल अनुसूचित जाती / जमाती आणि महिला उद्योजकांपैकी एकाचे असावे.

कर्जाचे स्वरूप – Nature of Loan

रु. १० लाख ते १०० लाखापर्यंतचे संमिश्र कर्ज (मुदत कर्ज आणि खेळते भांडवलासह)

कर्जाचा हेतू – Purpose of Loan

अनुसूचित जाती / जमातीतील महिला उद्योजकांकडून उत्पादन, व्यापार किंवा सेवा क्षेत्रातील नवीन उद्योग स्थापित करणे.

कर्जाची मर्यादा – Size of Loan

प्रकल्प खर्चाच्या ७५% संमिश्र कर्ज, ज्यामध्ये मुदत कर्ज व खेळत्या भांडवलाचा समावेश होतो. परंतु इतर कोणत्याही योजनेतील अभिसरण पाठिंब्यासह जर कर्जदाराचे योगदान प्रकल्प खर्चाच्या २५%पेक्षा जास्त असेल तर या कर्जाची अट लागू पडत नाही.

व्याजाचा दर – Interest Rate

बँकेचा व्याजदर त्या श्रेणीसाठी (श्रेणी दर) सर्वात कमी लागू दर असेल तर base rate MCLR + 3% + tenor/ हप्ता पेक्षा जास्त नसावा.

सुरक्षितता – Security

प्राथमिक सुरक्षेव्यतिरिक्त कर्ज कोलॅटरल सुरक्षा किंवा बँकेने ठरविल्याप्रमाणे क्रेडीट गॅरंटी फंड स्किम योज-नेच्या हमीद्वारे सुरक्षित केले जाऊ शकते.

परतफेड – Repayment

कर्जाची परतफेड ही ७ वर्षाच्या आत आणि पुढे जास्तीत जास्त १८ महिन्याच्या मुदतीत करण्यात यावी.

खेळते भांडवल – Working Capital

रु. १० लाखांपर्यंत खेळते भांडवल घेण्यासाठी अधिविकर्षाद्वारे मंजूर केले जाऊ शकते. कर्ज दाराच्या सोयीसाठी रुपे डेबीट कार्ड दिले जाते. १० लाखांपेक्षा जास्त खेळते भांडवलाची मर्यादा रोख पत मर्यादेद्वारे मंजूर करावी.

किरकोळ किंमत – Margin Money

पात्र योजनेच्या अंतर्गत २५% किरकोळ किंमत केंद्र किंवा राज्य योजनांच्या पात्रतेसह प्रदान केली जाऊ शकते.

३.९.३ कृषी पर्यटन / ग्रामीण पर्यटन –Agro Tourism / Rural Tourism

उद्योजकतेचा नवीन दृष्टीकोन – NewApproach Towards Entrepreneurship

अर्थ – Meaning

सध्याच्या यांत्रिक युगात बऱ्याच लोकांना ते खात असलेल्या अन्नधान्याचे उत्पादन कसे केले जाते किंवा ते कुठल्या भागातून आलेले आहे याची काहीही कल्पना नसते. कृषी पर्यटन व्यक्तींना मातीशी पुन्हा जोडले जाण्याची आणि स्थानिक खाद्यपदार्थांच्या अनुभवाची संधी उपलब्ध करून देते. कृषी व्यवसायात फळे तोडणे, मधमाशी पालन, गाईंचे दूध काढणे आणि इतर शैक्षणिक कामांचा समावेश होतो.

कृषी पर्यटन सामाजिक आणि स्थानिक आर्थिकदृष्ट्या सक्षम असलेल्या मार्गावर केंद्रित आहे. त्यांच्या शेतीच्या उत्पादनात वैविध्य आणण्याची आणि शेती उत्पन्नाला पूरक गरज असल्याचे ओळखून अनेक शेतकरी कृषी उत्पादनाच्या शेतीच्या दीर्घकालीन शाश्वतीकरण्यासाठी एक उत्पन्नाचे पर्याय मानतात. जेव्हा स्थानिक उत्पादक यापुढे आर्थिकदृष्ट्या स्पर्धा करू शकत नाहीत तेव्हा कृषी अर्थव्यवस्थेला कृषी पर्यटन आधार देऊ शकते.

''लहान जमीनदार हा राज्यातील सर्वात महत्त्वाचा घटक आहे.'' – थॉमस जेफरसन.

व्याख्या – Definition

शहरी रहिवाशांना विश्रांतीसाठी, आणि मौजमजेसाठी ग्रामीण भागात आणण्याची कल्पना म्हणजे कृषी पर्यटन होय.

कृषी पर्यटन म्हणजे असा व्यावसायिक उद्योग जसे की कार्यरत शेती, कुरण शेती किंवा कृषी यातून पर्यटकांचे मनोरंजन होते तसेच मालकांसाठी पूरक उत्पन्न ठरते.

महाराष्ट्रातील कृषी पर्यटन –

देशात कृषी पर्यटनाचा विकास व संवर्धन करणारे महाराष्ट्र हे अग्रणी राज्य आहे. कृषी पर्यटनाची व्याख्या मोठ्या प्रमाणावर केली आहे. शेतीवर आधारित कोणतेही कार्य जे पर्यटकांना आकर्षित करतात त्यास कृषी पर्यटन असेही म्हणतात. कृषी पर्यटनला Niche पर्यटन असेही म्हणतात. कृषी पर्यटन भारत, ऑस्ट्रेलिया, कॅनडा, अमेरिका, फिलिपाईन्स इ. जगाच्या बऱ्याच भागात वाढलेला उद्योग आहे. उत्पादनांची वाढ आणि विक्री करण्याव्यतिरिक्त शेती व्यवसाय, व्यवसाय नियोजन, जमिनीचा विकास, कर्मचाऱ्यांचे व्यवस्थापन, नोंदी ठेवणे, नियमांचे पालन करणे, पिकांचा विमा काढणे आणि पावसाळ्याच्या दिवसांची तयारी आणि सेवानिवृत्ती या सर्व गोष्टी शेती व्यवस्थापनामध्ये समाविष्ट होतात.

कृषी पर्यटन उपक्रम – Activities of Agro Tourism

कृषी पर्यटन आणि निसर्ग पर्यटनात पुढील घटक येतात.

- मैदानी खेळ (ट्रेकिंग, मासेमारी, शिकार, वन्यजीव अभ्यास, घोडेस्वारी)
- शैक्षणिक अनुभव (भात लागवड, चुलीवरील स्वयंपाकाचा अनुभव, शेती अनुभव)
- करमणूक (महाराष्ट्रात 'हुर्डा पार्टी' सारखे कापणी सण)
- आदरातिथ्य सेवा (शेतात राहणे, प्रवास मार्गदर्शक, बाह्य सेवा)
- शेतीवरील थेट विक्री (शेतात या, फळे फुले तोडा कार्यक्रम आणि रस्त्यालगत दुकान)

समाधानी ग्राहक नक्कीच परत येतात. ते त्यांच्या मित्रांना, इतरांना खूप आनंदाने आपले अनुभव सांगतात. पर्यटकांना न्याहारी, खाद्य देऊन पर्यटन शुल्कात वाढ होते. ते शेतात पिकवलेल्या उत्पादनांची प्रशंसा करतात, उत्पादनांची निवड करतात जसे की दूध किंवा लोण्याचे पदार्थ, ताजे खाद्य, ताज्या फळांचा रस इ.

वेळ आणि सर्जनशीलता देऊन शेतकरी आपला करमणूक उद्योग वाढवू शकतात. स्पर्धा, प्रौढ आणि मुलांचे वर्ग किंवा खेळ यासारखे मजेदार, मनोरंजक कार्यांचा समावेश करतात. मुलांना वेताचा झोका, भोपळा रंगविणे, बुजगावणे बनवणे आवडते. प्रौढ लोक ऐतिहासिक प्रदर्शन किंवा चित्रकला स्पर्धा किंवा औषधी वनस्पतीवरील वर्गाचा आनंद घेऊ शकतात.

फक्त जाणून घेण्यासाठी

(Women Enterpreneurship Platform)

- महिला उद्योजकता मंच (WEP) हे एक एकत्रित प्रवेश पोर्टल आहे, जे विविध अर्थव्यवस्थांमधील महिलांना त्यांच्या उद्योजकीय उद्दिष्टांची जाणीव निर्माण व्हावी म्हणून भारताच्या वेगवेगळ्या प्रदेशांमधील महिलांना एकत्र आणते. या मंचाची कल्पना सर्वप्रथम नितीआयोगाचे (CEO) मुख्य कार्यकारीअधिकारी श्री. अमिताभ कांत यांनी मांडली. तसेच त्यांनी हैद्राबाद येथे २०१७ साली झालेल्या आठव्या 'जागतिक उद्योजकता परिषद' (GES) येथील सांगता समारंभामध्ये नीतीआयोगाअंतर्गत महिला उद्योजकता मंचाच्या स्थापनेची घोषणा केली.
- WEP फक्त महिलांसाठी उद्योजकीय वातावरण निर्माण करण्याचे उद्दिष्ट ठेवतो. हा मंच महिला उद्योजकतेला चालना देण्यासाठी सद्य शासकीय योजनांची आणि खाजगी क्षेत्रातील उपकमांची माहिती देईल.
- (WEP) महिला उद्योजकता मंचाने NASSCOM, SIDBI, FICCI इ विविध संघटनांशी संबंध प्रस्थापित केले आहेत. या संघटना महिला उद्योजकांसाठी समुपदेशक म्हणून काम करतील.
- या मंचामुळे महिला उद्योजकांच्या संस्थेत मोठ्या प्रमाणात वाढ होईल.

३.१० अंतर्गत उद्योजक :

अंतर्गत उद्योजक हा एक असा कर्मचारी आहे ज्याला स्वतःच्या नावीन्यपूर्ण व सर्जनशील कल्पना अंमलात आणण्याचा अधिकार तसेच त्या अंमलात आणण्यासाठी संघटनेचा पूर्ण पाठिंबा असतो. त्याच्या कल्पना किंवा उत्पादनाने कंपनीला लगेच महसूल मिळवून देईल किंवा देणार नाही, असे असतानाही त्या कर्मचाऱ्याला त्याचा पगार मिळत राहतो. म्हणून उद्योजक व अंतर्गत उद्योजक यांमधील महत्त्वाचा फरक म्हणजे उद्योजक आर्थिक जोखीम पत्करतो तर अंतर्गत उद्योजकाला स्वतःच्या खिशातून भांडवल गुंतवावे लागत नाही. संघटना पायाभूत सुविधा उपलब्ध करून देते. बऱ्याच मोठ्या संघटनांमध्ये संशोधन व विकासासाठी पूर्णपणे समर्पित विभाग असतात, जिथे कर्मचाऱ्यांना त्यांच्या सर्जनशील क्षमतांचा वापर करण्यास प्रोत्साहन दिले जाते.

अशी कल्पना किंवा नावीन्यपूर्ण उत्पादन संस्थेला मोठया प्रमाणात नफा मिळवून देऊ शकते. कायनेटिक इंडिया, टाटा मोटर्स, इनफोसिस टेक्नॉलॉजिस या अशा कंपन्या आहेत ज्या अंतर्गत उद्योजकतेला चालना देतात.

व्याख्या –

१) गिफोर्ड ईल : III – अंतर्गत उद्योजक हे स्वप्नाळू असतात जे संघटनेमध्ये अनेक प्रकारच्या नावीन्यपूर्ण कल्पना निर्माण करण्याची जबाबदारी लीलया स्वीकारतात.

२) हिसरिच आणि पीटर्स – ''सर्जनशील उद्योजकता म्हणजे आधीच अस्तित्वात असलेल्या उद्योजकतेचा अंतर्गत भाग आहे.''

फक्त जाणून घेण्यासाठी

- दुचाकीमध्ये मोबाईलचार्जर ठेवण्याची कल्पना कायनेटिक इंडियाच्या एका कर्मचाऱ्याकडून दिली गेली.
- टाटा मोटर्सचे शिल्पकार सुमंत मुळगावकर यांच्या नावावरून 'टाटा सुमो' असे नाव ठेवण्यात आले.
- फेसबुकवरील 'लाईक' चे बटण बनविण्याची कल्पना ही फेसबुकमधील एका कर्मचाऱ्याच्या मुलाची कल्पना होती. अशा नव्या कल्पना तयार करण्यासाठी आणि विकसित करण्यासाठी कंपनी अभियंता आणि कोडर यांना एक व्यासपीठ उपलब्ध करून देते.
- सोनी कंपनीच्या कनिष्ठ कर्मचाऱ्याने सोनी प्ले स्टेशन तयार केले आहे.

सारांश

उद्योजकता हा एक पूर्ण वेळ व्यवसाय आहे. ज्यासाठी समर्पण आणि कठोर परिश्रम आवश्यक आहे. उद्योजक नवोदित असतात. ते मालक, उत्पादक, बाजार निर्माण करणारे, निर्णय घेणारे, जोखीम पत्करणारे असतात. उद्योजक जमीन, मजूर, भांडवलाचा पुरवठा करतात त्यामुळे त्यांना 'उत्पादनाचा चौथा घटक' म्हणून संबोधले जाते. ते रोजगाराच्या संधी निर्माण करतात म्हणून ते देशाचा आर्थिक कणा आहेत. कोणत्याही देशाच्या विकासात त्यांची भूमिका महत्त्वाची आहे.

उद्योजकाची वैशिष्ट्ये –

- बौद्धिक क्षमता
- कठोर परिश्रम
- संज्ञापन कौशल्ये
- जोखीम घेणे
- भविष्यातील दूरदृष्टी
- तांत्रिक ज्ञान
- उच्च आशावादी
- आत्मविश्वास

यशस्वी उद्योजकाचे गुण –

- शिस्तबद्ध
- मोकळ्या मनाचे
- स्पर्धात्मक
- निश्चय
- योग्य कामाची नीती
- आत्मविश्वास
- स्वयंचालक
- सर्जनशीलता
- संज्ञापन कौशल्ये
- आवड

उद्योजकाची कार्ये –

- नावीन्य
- बाजाराचा विकास
- चांगले संबंध
- उद्दिष्टांचे निर्धारण
- नवीन तंत्रज्ञान
- निधीची उपलब्धता
- निर्णय घेणे

उद्योजकता विकास –

- वैशिष्ट्ये
- आर्थिक कृती
- सर्जनशील कार्य
- कौशल्यपूर्ण व्यवस्थापन
- रिक्त भरण कार्य
- नावीन्यपूर्ण
- संघटनेची बांधणी
- व्यवस्थापकीय कौशल्य आणि नेतृत्व
- जोखीम पत्करणे

उद्योजकता विकासाची प्रक्रिया

- प्रशिक्षण
- उद्योजकता विकासाचा कार्यक्रम

उद्योजकता विकासातील अलीकडील पद्धती

- स्टार्ट अप इंडिया
- कृषी पर्यटन
- स्टॅण्ड अप इंडिया

अंतर्गत उद्योजक

स्वाध्याय

प्र.१.अ) रिकाम्या जागी योग्य पर्याय निवडून विधाने पुन्हा लिहा.

१) उद्योजक या शब्दाची उत्पत्ती एंटरप्रेंड या .... शब्दापासून झाली आहे.

अ) जपानी ब) इंग्लिश क) फ्रेंच

२) एंटरप्रेंड याचा अर्थ .... आहे.

अ) हाती घेणे ब) संस्था क) व्यावसायिक

३) स्टार्ट अप इंडिया .... चा पुढाकार आहे.

अ) आर. बी. आय. ब) भारत सरकार क) जागतिक बँक

४) .... शहरी रहिवाशांना ग्रामीण भागात आणून स्थानिक लोकवसाहत सामाजिक आणि आर्थिकदृष्ट्या सशक्त करते.

अ) कृषी पर्यटन ब) वैद्यकीय पर्यटन क) मनोरंजन

ब) जोडया जुळवा.

गट 'अ'		गट 'ब'	
अ)	रिक्त भरण कार्य	1)	२०१६
ब)	उद्योजक	2)	रोजगार
क)	कृषी पर्यटन	3)	उत्पादनाची जुनी पद्धत
ड)	तंत्रज्ञान	4)	२०१९
इ)	स्टार्ट अप इंडिया	5)	स्वयंचलित

		6)	ग्रामीण पर्यटन
		7)	उद्योजकता
		8)	अलीकडील (नवे) ज्ञान
		9)	गरजांवर आधारित
		10)	वैद्यकीय पर्यटन

क) खालील विधानांसाठी शब्दसमूह, संज्ञा लिहा.

१) असा उपक्रम ज्यात साहस, अनिश्चितता, जोखीम, नावीन्यता समाविष्ट असते.

२) आर्थिक कृतींसाठी काहीतरी नवीन निर्माण करण्याचे कार्य.

३) अशी व्यक्ती जो नवनिर्माता, नवीन उत्पादनाची समायोजनता यांची ओळख करून देतो.

४) अशी प्रक्रिया ज्यामध्ये उद्योजकतेची कौशल्ये आणि ज्ञान प्रशिक्षणाद्वारे दिले जाते.

५) अशी प्रक्रिया ज्यामध्ये व्यक्तीला कार्य करण्याचे प्रोत्साहन आणि कार्य करण्यास प्रवृत्त करते अशी उद्दिष्ट गाठण्याची क्रिया.

६) असा कर्मचारी ज्याला स्वतःच्या नावीन्यपूर्ण कल्पना राबविण्यासाठी संघटनेचा पाठिंबा आणि अधिकार असतात.

ड) खालील विधाने चूक की बरोबर ते लिहा.

१) उद्योजक हा कठोर परिश्रमासाठी तयार नसतो.

२) कृषी पर्यटन हा कृषी अर्थव्यवस्थेला आधार देतो.

३) यशस्वी व्यावसायिक मोजता येण्याजोगा धोका स्वीकारतो / घेतो.

४) उद्योजक हा पूर्ण वेळ व्यवसाय आहे ज्यासाठी समर्पण आणि कठोर परिश्रमाची आवश्यकता असते.

५) स्टार्ट अप इंडिया हा फ्रान्स सरकारचा एक उपक्रम आहे.

इ) गटात न बसणारा शब्द शोधा.

१) संज्ञापक, प्रवर्तक, स्वयंचालक, निष्क्रिय

२) ट्रेकिंग, वन्यजीव अभ्यास, घोडेस्वारी करणे, बैठे खेळ

३) नावीन्य, संज्ञापनाचा अभाव, बाजारपेठेचा विकास, उद्दिष्टांचे निर्धारण

फ) खालील विधाने पूर्ण करा.

१) उद्योजक ही अशी व्यक्ती आहे जी .... सुरुवात करते.

२) स्टार्ट अप इंडिया उपक्रम .... मध्ये सुरू झाला.

ग) कंसातील अचूक पर्याय निवडून तक्ता पूर्ण करा.

(नवीन उपक्रम, Niche पर्यटन, कृषी पर्यटन, उद्योजकता)

	'अ' गट	'ब' गट
१)	शहरी रहिवासी आणण्याची कल्पना	....
२)	कृषी पर्यटनाचा एक प्रकार	....
३)	....	उत्पादन आणि वैशिष्ट्यांचे नवीन संयोजन
४)	....	पूर्ण वेळ व्यवसाय ज्यास समर्पण आणि कठोर परिश्रमाची आवश्यकता असते.

ज) एका वाक्यात उत्तरे लिहा.

१) कृषी पर्यटन म्हणजे काय?

२) उद्योजक म्हणजे काय?

३) उद्योजकता एक खाजगी संस्था आहे असे कोणी वर्णन केले आहे?

ह) खालील वाक्यातील अधोरेखित शब्द दुरुस्त करून वाक्य पुन्हा लिहा.

१) उद्योजक हा शब्द <u>जर्मन</u> भाषातील ऐंटरप्रेंड या शब्दापासून आला आहे.

२) उद्योजक <u>घराला</u> ग्राहक समाधानी होतील अशी जागा बनवतो.

३) स्टॅण्ड अप इंडिया या योजने अंतर्गत घेतलेल्या कर्जाची <u>१०</u> वर्षात परतफेड करणे.

प्र.२. संज्ञा / संकल्पना स्पष्ट करा.

१) उद्योजक

२) कृषी पर्यटन

३) स्टार्ट अप

४) स्टॅण्ड अप

५) अंतर्गत उद्योजक

प्र.३. खालील घटना / परिस्थितीचा अभ्यास करून आपले मत लिहा.

श्री. सोहम हा MBA पदवीधर आहे. श्री. नवीन हे B.Com पदवीधर आहेत. श्री. सोहम हे दुग्ध व्यवसाय ग्रामीण क्षेत्रात सुरू करण्यास उत्सुक आहेत आणि श्री नवीन हे खाजगी कंपनीत रोखपाल म्हणून कार्य करतात.

१. सोहमचे स्वप्न कोणते आहे ?

२. उद्योजकाचे कोणतेही एक वैशिष्ट्य सांगा.

३. यशस्वी उद्योजक होण्यासाठी श्री. सोहम यांच्याकडे कोणते गुण असावेत.

प्र.४. खालील प्रश्नांची थोडक्यात उत्तरे लिहा.

१. उद्योजकाची संकल्पना स्पष्ट करा आणि उद्योजकाची कार्ये स्पष्ट करा.

२. उद्योजकाची संकल्पना स्पष्ट करा आणि यशस्वी उद्योजकाचे गुण स्पष्ट करा.

प्र.५. खालील विधाने सकारण स्पष्ट करा.

१. उद्योजकता हा स्वयंरोजगाराचा सर्वात चांगला स्रोत आहे.

२. यशस्वी व्यावसायिक मोजता येण्याजोगा धोका स्वीकारतो.

३. उद्योजक हा प्रभावी संज्ञापक असावा.

४. उद्योजक हा नवनिर्मितीक्षम असावा.

५. नावीन्यपूर्व उपक्रमाने शेतकरी आपले कृषी पर्यटन व्यवसाय विस्तारीत करू शकतो.

प्र.६. खालील प्रश्न सोडवा.

१. उद्योजकता विकासाची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.

२. उद्योजकता विकास कार्यक्रम स्पष्ट करा.

प्र.७. खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

१. उद्योजक संकल्पना स्पष्ट करा. उद्योजकाची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.

२. उद्योजक संकल्पना स्पष्ट करुन उद्योजकाची कार्ये स्पष्ट करा.

उत्तर सूची :

प्र. १ अ) १) फ्रेंच २) हाती घेणे ३) भारत सरकार ४) कृषी पर्यटन

ब) अ) – ७ ब) – ५ क) – ६ ड) – ८
इ) – १

क) १) उद्योजकता २) नावीन्य ३) उद्योजक ४) उद्योजकता विकास कार्यक्रम
५) उद्योजकता ६) अंतर्गत उद्योजक

ड) बरोबर – २, ३, ४
चूक – १, ५

इ) १) निष्क्रिय २) बैठे खेळ ३) संज्ञापनाचा अभाव

फ) १) व्यावसायिक संस्था २) २०१६

ग) १) कृषी पर्यटन, (Niche) पर्यटन, नावीन्यता, उद्योजकता

ह) १) फ्रेंच २) बाजारपेठ ३) सात

व्यावसायिक संधी.

- तंत्रज्ञानावर आधारित उपक्रम
- आर्थिक सल्लागार
- छोट्या उद्योजकांबरोबर भागीदारी व्यवसाय
- सेवा पुरविणाऱ्या स्टार्ट अप
- बाजारपेठेच्या अभ्यासावर आधारित नवीन वस्तू / सेवांचे उत्पादन
- व्यवसाय आराखडा बनविण्याच्या स्पर्धेत सहभाग
- इ-कॉमर्स कंपनी सुरू करणे

संदर्भ सूची :

- https://tech.economictimes.indiatimes.com
- enim.wikipedia.org.
- Business environment and Entrepreneurship - F.Y.B.Com (13-14) Diamond Publication.- Dr. Ravindra Kothavade
- Business Entrepreneurship - S.Y.B.Com/ Nirali Prkashan
- Business Entrepreneurship III - T.Y.B.Com (New Syllabus) I Dr.Jadhavar- Dr. Shirgave
- Organization of Commerce and Management - Std. 12th - Maharashtra State Board of Secondary & Higher Secondary Education, Pune
- Entrepreneurship- Theory and Practice- Vijay Nicole imprints Pvt. Ltd.! Raj Shankar
- Study of work life balance of women Entrepreneurs in Pune- Dr. Anagha kale
- https:/ /theknowledgereview.com
- vikaspedia. in/social-welfare/ entrepreneurshp/ startup-india/ startup-india
- https://tech.economictimes, indiatimes.com
- wikipedia.org.

QRcode :

https://www.standupmitra.inl

https:/ /www.scribd.comldocumentli84172140IFUNCTIONS:OF:AN:ENTREPRENEUR :docx

*****

४ व्यवसाय सेवा

४.१ प्रस्तावना

४.२ अर्थ

४.३ व्याख्या

४.४ व्यवसाय सेवा

४.५ बँकिंग

४.५.१ अर्थ

४.५.२ बँकांचे प्रकार

४.५.३ व्यावसायिक बँकांची कार्ये

४.५.४ ई- बँकिंग सेवा

४.६ विमा

४.६.१ अर्थ

४.६.२ विम्याची तत्त्वे

४.६.३ विम्याचे प्रकार

i) जीवन विमा

ii) सागरी विमा

iii) अग्नि विमा

४.७ वाहतूक

४.७.१ अर्थ

४.७.२ वाहतुकीचे प्रकार

४.८ गोदाम

४.८.१ अर्थ

४.८.२ गोदामांची कार्ये

४.८.३ प्रकार

४.९ संप्रेषण

४.९.१ अर्थ

४.९.२ संप्रेषणाचे प्रकार

तुलनात्मक अभ्यास / फरक

सारांश

स्वाध्याय

४.१ प्रस्तावना

सेवा अदृश्य आहेत आणि ग्राहकांसाठी सह-उत्पादित आहेत. सेवा निसर्गतः अदृश्य असतात. त्या उत्पादित, वाहतूक किंवा साठवल्या जात नाहीत.

सेवा भविष्यातील वापरासाठी संग्रहित केल्या जाऊ शकत नाहीत म्हणून त्या एकाच वेळी उत्पादित होतात आणि उपभोगल्या जातात.

व्यवसाय सेवा ही अशी सेवा आहे जी यशस्वीपणे व्यवसाय चालविण्यास मदत करते. ती निसर्गतः अदृश्य, भिन्न, अविभाज्य, विसंगत, नाशवंत आहे आणि त्यांना ग्राहकांच्या सहभागाची आवश्यकता आहे.

४.२ अर्थ :

कधीकधी सेवा ओळखणे अवघड असते कारण त्या एखाद्या वस्तूशी संबंधित असतात. सेवा विकल्या जातात तेव्हा ताबा किंवा मालकी हक्कांचे कोणतेही हस्तांतरण होत नाही आणि त्या संग्रहित किंवा वाहतूक केल्या जाऊ शकत नाहीत. सेवा त्वरित नाशवंत असतात आणि म्हणूनच त्या एकाच वेळी उत्पादन आणि उपभोगल्या जातात.

४.३ व्याख्या

काही महत्त्वपूर्ण व्याख्या खालीलप्रमाणे आहेत.

१) **फिलिप कोटलर :** *''सेवा ही अशी कार्यक्षमता असते जी एक पक्ष दुसऱ्याला देऊ शकतो, जी मूलतः अदृश्य असते आणि परिणामी कोणत्याही गोष्टीच्या मालकीची नसते. त्याचे उत्पादन एखाद्या भौतिक उत्पादनाशी जोडले जाऊ शकते किंवा नाही.''*

२) **अमेरिकन मार्केटिंग असोसिएशन :** *''विक्री किंवा वस्तूंच्या विक्रिसंदर्भात देण्यात येणाऱ्या कृती, फायदे किंवा समाधान.''*

सेवांची वैशिष्ट्ये :

१) **अमूर्त :**

सेवा ही भौतिक उत्पादन नाही जी स्पर्श केली किंवा पाहिली जाऊ शकते. खरेदीदार किंवा प्राप्तकर्त्याद्वारे सेवा अनुभवली जाऊ शकते. सेवांमध्ये भौतिक स्वरूपाचा अभाव असतो आणि म्हणून त्या अमूर्त असतात. अमूर्ततेमुळे, सेवा वस्तूंसारख्या दर्शविल्या जाऊ शकत नाहीत आणि म्हणून सेवा प्रदात्यांनी वेळेवर दर्जेदार सेवा देऊन ग्राहकांवर चांगला प्रभाव निर्माण केला पाहिजे.

२) **अविभाज्य :**

सेवांचे वैशिष्ट्य म्हणजे सेवा आणि सेवा-प्रदाता विभक्त करणे शक्य नाही. ग्राहकांना सेवा देण्याच्या वेळी सेवा प्रदात्याची उपस्थिती असते. सेवांच्या बाबतीत उत्पादन आणि वापर एकाच वेळी होतो.

३) **विसंगती :**

सेवा वैविध्यपूर्ण आहेत. सेवांचे परिपूर्ण मानकीकरण होऊ शकत नाही. जरी सेवा प्रदाता सारखाच राहिला तरीही सेवेची गुणवत्ता वेळोवेळी भिन्न असू शकते. उदाहरणार्थ समान उपहारगृह दोन व्यक्तींना भिन्न अनुभव देऊ शकतात.

४) **नाशवंतपणा :**

सेवांचे उत्पादन आणि वापर अविभाज्य आहेत कारण सेवांचे संग्रहण शक्य नाही. सेवा एक अमूर्त व्यवहार असल्याने त्यांची यादी होऊ शकत नाही. वस्तूंप्रमाणेच, ते भविष्यातील विक्रीसाठी संग्रहित केले जाऊ शकत नाहीत. **उदा.** विमान कंपनी सकाळच्या फेरीतील विमानाच्या रिक्त जागांचा वापर त्याच विमानाच्या दुपारच्या फेरीमध्ये करू शकत नाही.

५) **अहस्तांतरणीय :**

वस्तूंसारख्या सेवा हस्तांतरणीय नसतात. सेवांची मालकी सेवा प्रदात्याकडून ग्राहकाकडे हस्तांतरित केली जाऊ शकत नाही. उदाहरणार्थ ग्राहक हॉटेलमधील खोली आरक्षित करू शकतो परंतु खोलीची मालकी हॉटेल मालकाचीच राहते.

६) **ग्राहकांचा सहभाग :**

सेवांसाठी ग्राहकांचा सहभाग तितकाच महत्त्वाचा आहे. ग्राहकांच्या सहभागाशिवाय सेवा दिल्या जाऊ शकत नाही. ग्राहकांच्या उपस्थितीशिवाय प्रदाता सेवा देऊ शकत नाही, तसेच ग्राहकाला प्रदात्याशिवाय सेवा प्राप्त करता येत नाही.

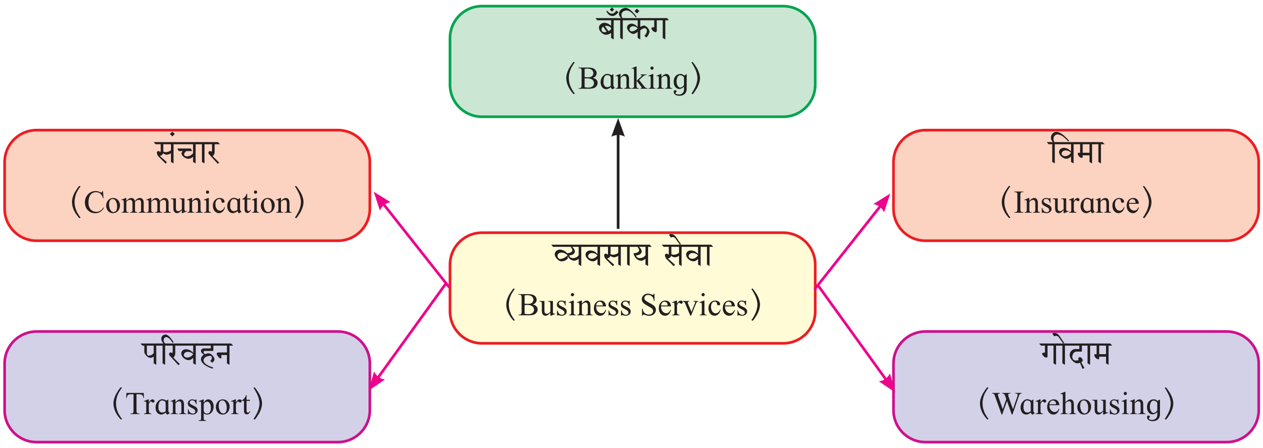
४.४ व्यवसाय सेवा :

व्यवसाय वेगळ्या पद्धतीने चालविला जाऊ शकत नाही. यासाठी व्यवसायात वेगाने वाढण्यास मदत

करणारे काही घटक क्रिया आवश्यक आहेत. व्यवसाय सेवा या अशा सेवा आहेत ज्या व्यवसाय वाढवण्यास आणि अखंडपणे कार्य करण्यास मदत करतात.

व्यवसाय सेवांचे प्रकार :

काही महत्त्वपूर्ण सेवा त्यांचा प्रकार आणि हेतूनुसार खालीलप्रमाणे आहेत.



आपल्या क्षेत्रातील भिन्न व्यवसाय सेवा केंद्रे शोधा आणि त्यांना भेट द्या.

४.५ बँकिंग (Banking) :

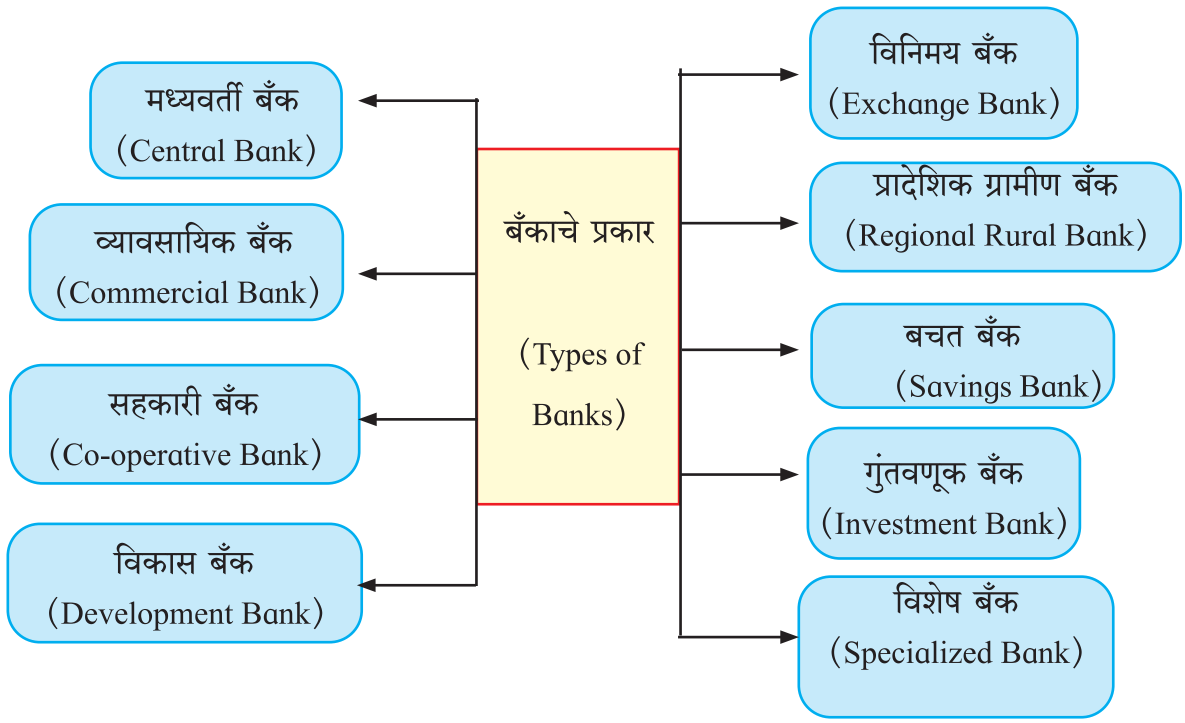
बँक हा शब्द 'बँको' या फ्रेंच शब्दापासून आला आहे ज्याचा अर्थ 'खंडपीठ' आहे. पूर्वीच्या काळात सावकार कर्ज देण्याच्या किंवा देवाणघेवाण करण्याच्या उद्देशाने वेगवेगळ्या चलनांची नाणी मोठा ढीग किंवा बेंचमध्ये किंवा टेबलमध्ये प्रदर्शित करायचे.

४.५.१ अर्थ :

बँक ही एक आर्थिक संस्था आहे जी ठेवी आणि इतर संबंधित सेवांचा व्यवहार करते. बँक पैशांशी किंवा ग्राहकांच्या आर्थिक आवश्यकतांशी संबंधित विविध सेवा प्रदान करते.

भारतीय बँकिंग नियमन कायदा १९४९ नुसार बँकिंग कंपनी म्हणजे 'कोणतीही कंपनी जी भारतामध्ये बँकिंगचा व्यवसाय करते.' बँकिंगची व्याख्या 'कर्ज देणे किंवा गुंतवणूकीच्या उद्देशाने स्वीकारणे, लोकांकडून पैसे जमा करणे, मागणीवर किंवा अन्यथा परतफेड करणे आणि धनादेश, बँक ऑर्डरद्वारे (Demand Draft) किंवा अन्यथा पैसे काढण्यायोग्य' अशी परिभाषित केली आहे.

४.५.२ बँकांचे प्रकार :



बँकांचे प्रकार खालीलप्रमाणे आहेत :

१) मध्यवर्ती बँक :

केंद्रीय बँक ही देशातील बँकिंग क्षेत्रातील सर्वोच्च वित्तीय संस्था आहे. प्रत्येक देशाची स्वतःची मध्यवर्ती बँक आहे. भारतात रिझर्व्ह बँक ऑफ इंडिया (आर.बी.आय.) ही मध्यवर्ती बँक आहे. 'भारतीय रिझर्व्ह बँक अधिनियम १९३४' अंतर्गत रिझर्व्ह बँकेची स्थापना १९३५ मध्ये झाली. आर.बी.आय. ची काही कामे खालीलप्रमाणे आहेत:

अ) देशासाठी आर्थिक धोरण ठरविते.

ब) चलनी नोटा जारी करते / छापते.

क) सरकारची / सरकारसाठी बँकर म्हणून काम करते.

ड) भारतातील व्यावसायिक आणि इतर बँकांची 'शिखर बँक' म्हणून काम करते.

२) व्यावसायिक बँक :

व्यावसायिक बँका एखाद्या देशाच्या आर्थिक आणि सामाजिक विकासात महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावतात. व्यावसायिक बँका महत्त्वाची कामे करतात जसे प्राथमिक कार्ये उदा. ठेवी स्वीकारणे आणि कर्ज देणे आणि दुय्यम कार्ये म्हणजे प्रतिनिधी कार्ये आणि उपयोगिता कार्ये. भारतात वाणिज्य बँका तीन गटांमध्ये विभागल्या आहेत.

अ) सार्वजनिक क्षेत्रातील बँका जिथे जास्तीतजास्त भांडवल सरकारच्या ताब्यात आहे. उदा. बँक ऑफ इंडिया, स्टेट बँक इ.

ब) खाजगी क्षेत्रातील बँक Axis बँक, HDFC बँक इत्यादी व्यक्तींच्या गटाच्या मालकीच्या आहेत.

क) परदेशी बँका अशा बँका आहेत ज्या भारताबाहेर स्थापन झालेल्या आहेत परंतु या बँकांच्या शाखा भारतात आहेत जसे CITI बँक, HSBC बँक आणि Standard Chartered Bank इत्यादी.

आपल्या परिसरातील सार्वजनिक, खाजगी आणि विदेशी बँकांची यादी करा.

३) सहकारी बँक :

भारतात सहकारी बँका भारतीय सहकारी संस्था अधिनियमांतर्गत नोंदणीकृत आहेत आणि बँकिंग नियमन कायद्यांतर्गत नियमित आहेत. सहकारी बँका निम-शहरी आणि ग्रामीण भागात लोकप्रिय आहेत. सहकारी बँकेचे मुख्य उद्दिष्ट आर्थिकदृष्ट्या मागासलेले लोक, शेतकरी आणि लघुउद्योगांना पतपुरवठा करणे हे आहे. सामान्यतः सहकारी बँक तीन वेगवेगळ्या स्तरावर कार्य करते.

अ) प्राथमिक पतसंस्था :

प्राथमिक पत संस्था ग्रामीण स्तरावर कामे करतात. त्या सदस्य आणि सामान्य लोकांकडून ठेवी गोळा करतात. त्यांना कर्ज देण्याच्या उद्देशाने राज्य सहकारी बँक आणि जिल्हा सहकारी बँकांकडून निधी मिळतो.

ब) जिल्हा मध्यवर्ती सहकारी बँक :

या बँका जिल्हा स्तरावर कार्यरत आहेत. या बँका जिल्हा पातळीवर लोकांकडून ठेवी घेतात आणि कर्ज देण्याच्या उद्देशाने राज्य सहकारी बँकेकडून निधीदेखील मिळवतात.

क) राज्य सहकारी बँक :

ही बँक राज्य स्तरावर कार्यरत आहे. आवश्यकतेनुसार ती जिल्हा सहकारी बँक आणि प्राथमिक पत संस्थांना निधी प्रदान करतात. राज्य सहकारी बँक ही जिल्हा बँक व पत सहकारी संस्था यांच्यावर देखरेखीचे कामही करते.

महाराष्ट्रातील प्राथमिक पतसंस्था, जिल्हा बँका आणि राज्य सहकारी बँकांची यादी करा.

४) औद्योगिक विकास बँका:

औद्योगिक विकास बँका व्यावसायिक संस्थांना मध्यम आणि दीर्घ मुदतीचे निधी प्रदान करतात. IFCI, महाराष्ट्र राज्य वित्तीय महामंडळ इ. विकास बँकेची उदाहरणे आहेत.

विकास बँकांची काही कामे खालीलप्रमाणे आहेत.

i) विस्तार आणि आधुनिकीकरणाच्या उद्देशाने व्यवसाय संस्थांना मध्यम व दीर्घकालीन निधीची तरतूद.

ii) सार्वजनिक मर्यादित कंपन्यांनी जारी केलेल्या समभागांची खरेदी.

iii) कर्जरोखे आणि बंधपत्रे यांची खरेदी.

५) विनिमय बँका :

विनिमय बँका परकीय व्यापार व्यवहारास वित्त पुरवतात तसेच मोठ्या व्यापारी बँका परकीय चलन व्यवहार सुलभ करतात. विनिमय बँकांची Barclays Bank. Bank of Tokyo इ. उदाहरणे आहेत. विनिमय बँकांची काही कामे खालीलप्रमाणे आहेत:

i) परदेशी व्यापार व्यवहारांना वित्तपुरवठा

ii) पतपत्र देणे

iii) विनिमय बिलाची सूट

iv) लाभांश, व्याज आणि नफा इ. खात्यावर पाठविणे

६) प्रादेशिक ग्रामीण बँक :

प्रादेशिक ग्रामीण बँका १९७५ मध्ये स्थापन करण्यात आल्या. या बँका मोठ्या सार्वजनिक क्षेत्रातील बँकांद्वारे प्रायोजित केल्या आहेत. प्रादेशिक ग्रामीण बँकाच्या भांडवलात केंद्र सरकार ५०%, राज्य सरकार १५% आणि प्रायोजित बँकांनी ३५% योगदान दिले आहे.

प्रादेशिक ग्रामीण बँका प्रामुख्याने ग्रामीण /निम-शहरी भागातील ठेवी एकत्र करतात आणि मुख्यत: लहान आणि अल्पभूधारक शेतकरी, शेतमजूर आणि ग्रामीण कारागीर यांना कर्ज प्रदान करतात.

७) बचत बँक :

बचत बँकेचे मुख्य उद्दिष्ट खासकरून ग्रामीण भागात लोकांच्या बचतीस प्रोत्साहन देणे आहे. अशा बँकांच्या उदाहरणांमध्ये टपाल बचत बँक, व्यावसायिक बँका आणि सहकारी बँकांचा समावेश आहे.

८) गुंतवणूक बँक :

या बँका त्यांच्या ग्राहकांना आर्थिक आणि सल्लागार साहाय्य पुरवतात. त्यांच्या ग्राहकांमध्ये सामान्यत: व्यवसाय संस्था आणि सरकारी संस्था समाविष्ट असतात. गुंतवणूक बँका संशोधन करून आणि गुंतवणुकीच्या निर्णयाबद्दल सल्ला देऊन विलीनीकरण आणि अधिग्रहणांची सुविधा देतात. साधारणत: गुंतवणूक बँका सामान्य लोकांशी थेट व्यवहार करत नाहीत.

९) विशिष्ट बँका :

या बँका विशिष्ट क्षेत्रात व्यवसाय स्थापित करण्यासाठी संपूर्ण समर्थन आणि आवश्यकता पूर्ण करतात.

i) निर्यात आणि आयात बँक (EXIM) :

ही बँक निर्यातदार आणि आयातदारांना आर्थिक सहाय्य करते आणि देशाच्या आंतरराष्ट्रीय व्यापाराला चालना देण्यासाठी आर्थिक आणि निर्यातीसाठी वस्तू व सेवांच्या वित्तपुरवठा करणाऱ्या संस्थांच्या कामकाजाचे समन्वय साधण्यासाठी प्रमुख वित्तीय संस्था म्हणून कार्य करते.

ii) भारतीय लघु उद्योग विकास बँक (SIDBI):

लघू उद्योग विकास बँक २ एप्रिल १९९० रोजी भारतीय संसदेच्या अधिनियमान्वये स्थापन केलेली सूक्ष्म, लघू व मध्यम उद्यम क्षेत्राच्या जाहिरात, वित्तपुरवठा आणि विकासासाठी मुख्य वित्तीय संस्था म्हणून काम करते आणि तत्सम कार्यात गुंतलेल्या संस्थांच्या कार्य समन्वयासाठी प्रयत्न करते.

iii) राष्ट्रीय कृषी व ग्रामीण विकास बँक : (NABARD)

कृषी व ग्रामीण क्षेत्राला वित्तपुरवठा करण्यासाठी ही एक सर्वोच्च संस्था आहे. राष्ट्रीय कृषी व ग्रामीण विकास बँक प्रादेशिक ग्रामीण बँकांमार्फत अल्प मुदतीची आणि दीर्घ मुदतीची पत पुरवते. हे धोरण ग्रामीण नियोजन आणि ग्रामीण भारतातील कृषी पत आणि इतर कामांसाठी संबंधित आहे.

बँकिंगची नवीन प्रारूप :

लघू वित्त बँका 'लहान आर्थिक बँक परवाना' असलेल्या बँका आहेत आणि ठेवी आणि कर्ज देण्याची मूलभूत बँकिंग सेवा प्रदान करतात. या बँकांमागील उद्दीष्ट म्हणजे इतर बँकांकडून सेवा न दिल्या जाणाऱ्या अर्थव्यवस्थेच्या भागांना आर्थिक समावेश देणे, जसे की लघू उद्योग, लघू आणि सीमांत शेतकरी, सूक्ष्म आणि लघू उद्योग आणि असंघटीत क्षेत्रातील घटक. अस्तित्वात असलेल्या बिगर-बँकिंग वित्तीय कंपन्या, सूक्ष्म वित्त संस्था आणि स्थानिक क्षेत्रातील बँक या लहान वित्त बँका होण्यासाठी अर्ज करू शकतात. या बँकांची जाहिरात एकतर व्यक्ती, कॉर्पोरेट, ट्रस्ट किंवा सोसायट्यांद्वारे केली जाऊ शकते.

कंपनी कायदा २०१३ अन्वये खासगी क्षेत्रात सार्वजनिक मर्यादित कंपनी म्हणून त्यांची स्थापना केली जाते. त्यांचे संचालन 'रिझर्व्ह बँक ऑफ इंडिया कायदा १९३४', 'बँकिंग नियमन कायदा १९४९' च्या तरतुदींद्वारे केले जाते. या बँकेसाठी कोणतेही क्षेत्रीय निर्बंध नाहीत. ग्रामीण आणि निम-शहरी बचतीस चालना देण्यासाठी संस्थात्मक यंत्रणा उपलब्ध करून देणे आणि स्थानिक क्षेत्रात व्यवहार्य आर्थिक उपक्रमांसाठी

पतपुरवठा करण्याच्या दोन उद्‌देशाने त्यांची स्थापना केली गेली.

लघू वित्त बँकांची उद्‌दिष्टे :

i) लोकसंख्येच्या संरक्षित व अधोरेखित विभागांसाठी बचतीची तरतूद आणि

ii) छोट्या उद्‌द्योगांना, लहान आणि सीमांत शेतकरी, सूक्ष्म आणि लघू उद्‌दयोग आणि इतर असंघटित क्षेत्र पतपुरवठा करणे.

Jana Small Finance Bank, AU Small Finance Bank, Equitas Small Finance Bank, etc. ही याची उदाहरणे आहेत.

पेमेंट बँक :

हे बँकिंगचे एक नवीन प्रारूप आहे. रिझर्व्ह बँक ऑफ इंडियाने याची संकल्पना आखली आहे. लहान व्यवसाय आणि कमी उत्पन्न असणाऱ्या लोकांना आर्थिक सेवा देण्याचे मुख्य उद्‌दिष्ट आहे. ही इतर कोणत्याही बँकेसारखीच आहे कारण बहुतेक बँकिंग कामे जसे की रेमिटन्स सर्व्हिसेस, मोबाईल बँकिंग, ए.टी.एम. कार्ड्स, नेट बँकिंग इत्यादी अंमलात आणू शकतात परंतु कर्ज आणि क्रेडिट कार्ड देण्याची परवानगी नाही. त्याचप्रमाणे ते फक्त रु.१ लाख रुपयांपर्यंतची मागणी ठेव स्वीकारू शकते. इंडियन पोस्ट पेमेंट बँक, एअरटेल पेमेंट बँक, इत्यादी आजपर्यंतच्या सक्रिय पेमेंट बँकांची काही उदाहरणे आहेत.

४.५.३ व्यावसायिक बँकांची कार्ये :

व्यावसायिक बँकांचे कार्य खालीलप्रमाणे दोन गटात विभागले जाऊ शकते :

प्राथमिक कार्ये :	कार्ये	दुय्यम कार्ये :
अ) ठेवी स्वीकारणे ब) कर्ज देणे		अ) प्रतिनिधी कार्ये ब) उपयुक्तता कार्ये

१) **प्राथमिक कार्ये :** व्यावसायिक बँकांची प्राथमिक कार्ये ही 'मूलभूत बँकिंग कार्ये' (Core Banking Functions - CBS) म्हणून ओळखली जातात. प्राथमिक कार्ये खालीलप्रमाणे आहेत.

अ) **ठेवी / ठेवी स्वीकृती :** व्यावसायिक बँका व्यक्ती किंवा संस्थाकडून ठेवी स्वीकारतात. ठेवींचे वर्गीकरण दोन प्रकारात केले जाऊ शकते म्हणजेच 'वेळ ठेवी'(Time Deposites) 'मागणी ठेवी' (Call Deposits)

१) **मुदत ठेव (Fixed Deposits) :** मुदत ठेव खाते' असे खाते असते की जेथे निश्चित रक्कम निश्चित व्याजदरावर ठरावीक कालावधीसाठी ठेवली जाते. बचत खात्याच्या तुलनेत मुदत ठेव खात्यावर अधिक व्याजदर असतो आणि ठेव कालावधीनुसार त्यामध्ये बदल होतो.

मुदत ठेव खात्यामध्ये मुदती पूर्वी पैसे काढण्याची परवानगी नसते तथापि जमाकर्ता मुदतीपूर्वी पैसे काढू शकतो अशा वेळेस बँक कमी दराने व्याज देते. या खात्यात जमा झालेल्या रकमेसाठी बँकेकडून 'मुदत ठेव पावती' (Fixed Deposit Receipt) दिली जाते. जमाकर्ता, मुदत ठेवीवर बँकेकडून कर्ज घेऊ शकतात.

२) **आवर्ती ठेव (Recurring Deposits) :** आवर्ती ठेव योजनेमध्ये नियमित उत्पन्न असलेले पगारदार आणि व्यावसायिक पैसे गुंतवतात. दर महिना ठरावीक रक्कम या खात्यात जमा केली जाते. मुदतीअंती व्याजासह जमा झालेली रक्कम खात्यामधून काढता येते. सामान्यतः या खात्यावर व्याजदर, मुदत ठेव खात्याप्रमाणेच जास्त असतो. आवर्ती ठेव खात्याची स्थिती समजण्यासाठी स्वतंत्र खाते पुस्तक दिले जाते.

ब) **मागणी ठेव (Demand Deposit) :** 'मागणी ठेव' खात्यामध्ये जमा कर्त्यांच्या/ ग्राहकांच्या मागणीनुसार रकमेची परतफेड केली जाते. म्हणजेच, जमाकर्त्यांच्या इच्छेनुसार धनादेश द्वारे, ATM कार्डाद्वारे, परताव्याद्वारे (Online transfer) रकमेची परतफेड केली जाते.

१) **बचत खाते : (Savings Account) :** सामान्यतः पगारदार/ वेतन घेणाऱ्या किंवा निश्चित उत्पन्न मिळविणाऱ्यांकडून बचत खाते उघडले जाते. या खात्याचा प्रमुख उद्देश हा लोकांमध्ये बचतीच्या सवयीला प्रोत्साहन देण्याचा असतो. जास्तीत जास्त बचत करण्याच्या उद्देशासाठी बचत खाते असते. या खात्यांमधून पैसे काढण्यावर निर्बंध असतात. तसेच व्याजदरदेखील कमी असतो. बचत खात्यावर मासिक/तिमाही/ सहामाही/वार्षिक किमान शिल्लकीवर व्याज दिले जाते. खातेदारांना आर्थिक स्थिती समजण्यासाठी खाते-पुस्तक, लघू संदेश आधारित ताळेबंद, खाते विवरण इ. सुविधा दिल्या जातात. काही बँका बचतखाते धारकांना लवचीक ठेवीची (Flexible Deposit) सुविधा पुरवितात. या सुविधेमध्ये बचत खाते आणि मुदत ठेव खात्याचे फायदे एकत्रित दिले जातात. हे वेगळे खाते नसून, खास वैशिष्ट्ये आणि फायदे असलेले बचत खाते किंवा चालू ठेव खाते आहे. लवचीक खात्यामध्ये विशिष्ट मर्यादेनंतरची अतिरिक्त रक्कम आपोआप मुदत ठेवीवर हस्तांतरित होते. बचत खात्यात देय देण्यासाठी किंवा धनादेश वटविण्यासाठी निधी उपलब्ध नसतो तेव्हा या ठेवीमधून पैसे बचत खात्यात वर्ग होतात.

२) **चालू खाते (Current Account) :** हे खाते व्यावसायिक कंपन्या आणि इतर व्यावसायिक संस्था जसे की रुग्णालये, शैक्षणिक संस्था इ. द्वारे नियमित बँक व्यवहारासाठी चालविले जाते.

या खात्यात रक्कम भरण्यावर अथवा काढण्यावर निर्बंध नसतात. सदर खात्यावर बँकेकडून कोणतेही व्याज दिले जात नाही. या खात्यासाठी अधिविकर्ष (Overdraft) सुविधा उपलब्ध असते.

ब) **कर्ज देणे :** बँका व्यवसाय करणाऱ्या संस्थांना आणि इतरांना निधीची आवश्यकता असेल त्याप्रमाणे कर्जपुरवठा किंवा आगाऊ/उचल रक्कम देतात. सामान्यतः कर्ज १ वर्षापेक्षा जास्त कालावधीसाठी दिले जाते. आगाऊ रक्कम, अग्रिम/उचल ही ४ महिन्यांपासून ते १ वर्षापर्यंतच्या कालावधीसाठी दिली जाते. ही सुविधा रोख पत (Cash Credit) अधिविकर्ष (Overdraft) हुंडीची वटणावळ (Discounting of bills) स्वरूपात असते.

१) **कर्ज/कर्जे (Loans) :** व्यावसायिक बँका व्यापारी संस्था आणि इतरांना कर्ज प्रदान करतात, कर्जदार मंजूर रक्कम पूर्णतः किंवा हप्त्यामध्ये काढू शकतात. मंजूर झालेल्या रकमेवर व्याज आकारले जाते.

कर्जे खालीलप्रमाणे आहेत:

अ) कर्जदाराच्या कामकाजाच्या भांडवलाच्या गरजा भागविण्यासाठी **अल्प मुदत कर्ज** १ वर्ष कालावधीपर्यंत असते.

ब) खेळत्या भांडवलासाठी तसेच निश्चित भांडवलासाठी **मध्यम मुदतीचे कर्ज** हे १ वर्ष ते ५ वर्षापर्यंतच्या कालावधीसाठी असते.

क) दीर्घ भांडवलाच्या गरजा भागविण्यासाठी **दीर्घ मुदतीचे कर्ज** ५ वर्षे किंवा अधिक कालावधीसाठी असते.

२) उचल/आगाऊ रक्कम कर्ज (Advance) :

आगाऊ रक्कम कर्जे ही व्यवसायाला व्यवसायाच्या वेगवेगळया आर्थिक आवश्यकता पूर्तीसाठी दिली जातात.

आगाऊ रक्कम कर्जे खालीलप्रमाणे आहेत :

अ) **रोख पत :** रोख पत अग्रिम चालू खाते आणि बचत खातेधारकांना पुरविली जाते. रोख पत दीर्घ मुदतीसाठी खेळते भांडवल प्रदान करते. यावर जास्त व्याजदर आकारला जातो. कर्जदाराद्वारे स्वतंत्र रोखपत खाते चालविले जाते.

ब) **अधिविकर्ष खाते (Overdraft) :** चालू खाते सुविधाधारकांना त्यांच्या भांडवलाच्या विविध गरजा पूर्तीसाठी ही सुविधा दिली जाते. याचा कालावधी सामान्यतः १५ दिवसांपासून ६० दिवसांपर्यंत असतो. या खात्यामधून वास्तविक काढलेल्या रकमेवर व्याज आकारणी केली जाते. यासाठी कोणतेही स्वतंत्र खाते ठेवले जात नाही आणि व्यवहार चालू खात्यात प्रविष्ट केले जातात. अल्प कालावधीसाठी केली जाणारी ही तात्पुरती व्यवस्था आहे.

क) **हुंडीची वटणावळ (Discounting of Bills of Exchange) :** लाभार्थींना विनिमय बिलावर अग्रिम (advance) सुविधा मिळते. बिलाच्या मुदतीच्या तारखेला बँक बिलाची रक्कम संबंधित पक्षाकडून (drawee) वसूल करते.

आपल्या क्षेत्रामधील जवळच्या बँकेला भेट द्या आणि अशा बँकांची प्राथमिक कार्ये सूचीबद्ध करा.

२) दुय्यम कार्ये :

व्यावसायिक बँकांच्या दुय्यम कार्यांचे दोन गटात वर्गीकरण केले जाते.

(अ) प्रतिनिधी कार्ये (ब) उपयुक्तता कार्ये

अ) प्रतिनिधी कार्ये :

व्यावसायिक बँक त्यांच्या ग्राहकांसाठी प्रतिनिधी म्हणून कार्ये करते. काही विशिष्ट कार्ये खालीलप्रमाणे आहेत.

१) नियमित भरणा व देयके :

व्यावसायिक बँक वेळोवेळी पगार, लाभांश, व्याज आणि इतर कोणतेही उत्पन्न खात्यात जमा करते तसेच ग्राहकांच्या स्थायी सूचनेनुसार कर, विमा, हप्ता, भाडे अशी विविध देयके यांचा भरणा करते. बँक अशा सुविधेसाठी तिमाही अथवा वार्षिक रक्कम आकारतात.

२) पोर्टफोलियो (Portfolio) व्यवस्थापन :

मोठ्या व्यावसायिक बँका ग्राहकांच्या वतीने समभाग, कर्जरोखे इत्यादींची खरेदी-विक्री करण्याचे काम करतात. अशा सुविधांना पोर्टफोलिओ व्यवस्थापन संबोधतात. या सुविधांमुळे जास्त ग्राहक अशा सुविधा घेण्यावर भर देतात.

३) निधी हस्तांतरण (Fund Transfer) :

व्यावसायिक बँका एका शाखेतून दुसऱ्या शाखेत किंवा इतर बँकांच्या शाखेत निधी हस्तांतरणाची सुविधा प्रदान करतात. वाणिज्य बँका ही हस्तांतरण सुविधा देण्यासाठी वेगवेगळे उपक्रम विना अडथळा उपलब्ध करून देतात.

४) डिमटेरिअलायझेशन (Dematerialisation) :

बँका ग्राहकांना त्यांच्या विविध ठेवी (Securities) इलेक्ट्रॉनिक (Electronic) स्वरूपात ठेवण्यासाठी सुविधा प्रदान करतात. ग्राहकांच्या वतीने समभागांचे हस्तांतरणाची, खरेदी-विक्रीची सुविधा सुद्धा उपलब्ध करून देतात.

५) विदेशी मुद्रा व्यवहार (Forex Transactions)

बँका आपल्या ग्राहकांच्या वतीने परकीय चलन खरेदी किंवा विक्री करतात. सामान्यतः विदेशी व्यवहारातून प्राप्त होणाऱ्या विदेशी मुद्रा ग्राहकांकडून खरेदी करतात आणि त्याच मुद्रा ग्राहकांना आवश्यकता असेल तेव्हा परकीय व्यापारासाठी विक्री करतात.

ब) उपयुक्तता कार्ये :

१) धनादेश / बँक आदेश जारी करणे (Cheques and Drafts) : धनादेश म्हणजे बँकेच्या एका शाखेतून त्याच बँकेच्या अथवा दुसऱ्या बँकेच्या शाखेत पैसे भरण्याचा आदेश. बँक आपल्या खातेदारांना तसेच खाते नसलेल्यांना बँक आदेश (Draft) जारी करते तर धनादेश फक्त खातेदारांनाच दिले जातात. बँक आदेश (Draft) जारी करण्यासाठी अधिकचे शुल्क (Commission) आकारते.

२) लॉकर सुविधा (Locker) : हे कोणत्याही व्यावसायिक बँकेचे सामान्य उपयुक्तता कार्य आहे. बँक मौल्यवान वस्तू, कागदपत्रे, सोन्याचे दागिने इ.च्या सुरक्षित ताब्यासाठी ही सुविधा प्रदान करते.

३) प्रकल्प अहवाल (Project Report): बँक ग्राहकांसाठी प्रकल्प अहवाल आणि व्यवहार्यता (Feasibility) अभ्यास अहवाल तयार करतात. प्रकल्प अहवाल बाजारपेठेमधून निधी मिळविण्यास आणि सरकारी अधिकाऱ्यांकडून मंजुरी मिळविण्यास सक्षम ठरतात.

४) भेट धनादेश (Gift Cheques) : बँक खातेदारांना व इतरांना भेट धनादेश आणि सोने नाणे यांची सुविधा पुरवितात. भेट धनादेश/नाणी ग्राहकांकडून विविध समारंभावेळी भेट देण्यास उपयुक्त ठरतात.

५) अंडररायटिंग सेवा (Underwriting) : व्यावसायिक बँका वेळोवेळी कंपन्यांकडून वितरित केल्या जाणाऱ्या विविध सिक्युरिटीज्‌साठी अंडरायटर म्हणून काम करतात. वितरित न झालेले समभाग हे या बँकांकडून विकत घेतले जातात.

६) सोने गुंतवणुकीसंदर्भातील सेवा (Gold Services) : आताशः विविध व्यावसायिक बँका सुवर्ण/सोने विक्री सेवा देतात, विविध बँका ग्राहकांकडून मोठ्या प्रमाणावर सोने आणि सोन्याचे दागिने खरेदीचे व्यवहार करतात. काही बँका आपल्या ग्राहकांना Gold Fund, Gold ETF इत्यादींसाठी सल्लागार सेवादेखील पुरवितात.

आपल्या जवळच्या बँकेला भेट देऊन अशा बँकाद्वारे केल्या जाणाऱ्या दुय्यम सेवा कार्यांची यादी करा.

४.५.४ ई-बँकिंग सेवा :

ई-बँकिंग म्हणजे इलेक्ट्रॉनिक बँकिंग होय. ई-बँकिंगला आभासी बँकिंग(Virtual banking) असेही म्हणतात. ई-बँकिंग हे संगणक आणि इलेक्ट्रॉनिक क्षेत्रातील विकासाचे फलित आहे. ई-बँकिंग अंतर्गत बँकिंग कार्यांचे संगणकीकरण केले जाते. ई-बँकिंगचे काही घटक खालीलप्रमाणे आहेत.

१) स्वयंचलित नगद प्रदान सुविधा (ATM) :

स्वयंचलित नगद प्रदान सुविधा (ATM) पैसे काढण्यासाठी किंवा जमा करण्यासाठी ग्राहक स्वतः वापर करतात, तसेच विविध सुविधांसाठी जसे की, शिल्लक नगद चौकशी, पैसे हस्तांतरण, धनादेश पुस्तक मागणी, खाते विवरणासाठी देखील याचा उपयोग होतो. आज 'रोख स्वीकृती यंत्राद्वारे' (Cash Deposit Machine) रोख रक्कम खात्यामध्ये जमा करण्याची सुविधादेखील उपलब्ध आहे.

२) क्रेडिट कार्ड (Credit Card) :

क्रेडिट कार्ड म्हणजे पेमेंट कार्ड होय.सदर कार्डाद्वारे कार्डधारक विविध बाबींसाठी पैसे खर्च करू शकतात. सुविधा देणारी बँक एक प्रकारचे तरल खाते तयार करून ग्राहकांना विशिष्ट पैसे वापरण्याची सुविधा देते. सदर कार्डामुळे कार्डधारकास रोख रक्कम बाळगण्याची आवश्यकता नसते.

३) डेबिट कार्ड (Debit Card) :

आजकाल बहुतेक बँका खातेदारांनी खाते चालू करताच डेबिट कार्डाची सुविधा प्रदान करतात. डेबिट कार्डाद्वारे रक्कम कार्डधारकाच्या खात्यामधून ताबडतोब अदा केली जाते. काही बँका ग्राहकांच्या गरजेनुसार वैयक्तिकृत (Personalised) कार्ड सुविधा प्रदान करतात.

४) RTGS सुविधा (Real Time Gross Settlement) :

RTGS म्हणजे Real Time Gross Settlement तत्काळ निधी हस्तांतर प्रणाली सुविधा होय. या सुविधेमध्ये तत्काळ (Real Time) आणि स्थूल आधारावर (Gross Settlement) एका बँकेमधून दुसऱ्या बँकेत निधी हस्तांतरण होते. ही बँकिंग प्रणालीमधील सर्वात वेगवान निधी हस्तांतर सुविधा आहे.

- तत्काळ सुविधेमध्ये (Real Time) व्यवहार कोणत्याही प्रतीक्षा कालावधीच्या अधीन नसतो. प्रक्रिया पूर्ण झाल्यावर व्यवहार त्वरित पूर्ण केले जातात. प्राप्त बँकेला निधी हस्तांतरण संदेश मिळाल्यापासून २ तासांच्या आत ग्राहकाच्या खात्यात रक्कम जमा करणे आवश्यक आहे.
- स्थूल आधारावर (Gross Settlement) म्हणजे कुठलेही व्यवहार एकत्रित न करता स्वतंत्र व्यवहार पूर्ण केला जातो.
- तत्काळ निधी हस्तांतरण सुविधेमध्ये किमान रकमेची मर्यादा रुपये दोन लाख असते तथापि किमान रक्कम वेगवेगळ्या बँकांसाठी वेगवेगळी असू शकते.

५) राष्ट्रीय निधी हस्तांतरण सुविधा (National Electronic Fund Transfer)

या प्रणाली अंतर्गत निधी एका शाखेतून दुसऱ्या शाखेत किंवा एका बँकेमधून देशातील दुसऱ्या बँकेत हस्तांतरित केला जातो. सदर सुविधेसाठी ग्राहकाला शाखेचा हस्तांतर सांकेतिक क्रमांक (NEFT Code) आणि लाभार्थ्यांचे (Beneficiary) तपशील द्यावे लागतात.

निधी हस्तांतरण व्यवहार हे ठरावीक वेळेमध्ये होतात. उदाहरणार्थ या प्रणालीमध्ये हस्तांतरण विनंत्या या अर्धा तासाच्या भागात पार पाडल्या जातात. आठवड्यातील सर्व कामकाजाच्या दिवशी सकाळी ८ वाजल्यापासून संध्याकाळी ७ वाजेपर्यंत अर्ध्या तासाच्या २४ भागांमध्ये हस्तांतरण पार पडते.राष्ट्रीय निधी हस्तांतरण आणि तत्काळ निधी हस्तांतरण या मधील मुख्य फरक असा आहे की, तत्काळ निधी हस्तांतरण प्रणालीत हस्तांतरण 'तत्काळ' (Real Time) होते तर राष्ट्रीय निधी हस्तांतरणामध्ये सर्व विनंत्या एकत्रित करून व्यवहार पार पाडले जातात.

६) नेट बँकिंग आणि मोबाईल बँकिंग (Internet Banking and Mobile Banking) :

नेट आणि मोबाईल बँकिंग ची सोय उपलब्ध झाल्यानंतर ग्राहक संगणक, लॅपटॉप, मोबाईल इ. संसाधनांच्या मदतीने व्यवहार करण्यास सक्षम आहेत. सदर सुविधा ग्राहकाला विविध व्यवहार तपासण्यास/करण्यास सक्षम करते. मोबाईल/भ्रमणध्वनी बँकिंग म्हणजे भ्रमणध्वनीच्या साहाय्याने सेवांचा वापर करणे. या सुविधेसाठी ग्राहकाला बँकेत नोंदणी केल्यानंतर विशिष्ट क्रमांक मिळतो. ग्राहकांना भ्रमणध्वनीवरून शिलकीची विनंती, निधी हस्तांतरण, धनादेश थांबवण्याची सूचना, धनादेश पुस्तिका विनंती इ. व्यवहार करता येतात.

७) तत्काळ पैसे देयक सुविधा (Instant Money Payment System) :

ही सुविधा ग्राहकांना इतर कोणत्याही बँक खात्यात त्वरित निधी हस्तांतरित करण्यास सुविधा उपलब्ध करून देते.

४.६ विमा (Insurance) :

४.६.१ अर्थ –

विमा हे आर्थिक नुकसानीपासून संरक्षण करण्याचे साधन आहे. हा जोखीम व्यवस्थापनाचा प्रकार आहे. हा प्रकार प्रामुख्याने आकस्मिक किंवा अनिश्चित नुकसान होण्याच्या जोखमीपासून बचाव करण्यासाठी वापरला जातो. विमा म्हणजे विमाधारक आणि विमा संस्था / हमीदार यांच्यामधील करार होय. ज्याद्वारे विमा हमीदार हानीच्या बाबतीत विमाधारकाला भरपाई देण्यास सहमत / बांधील असतो. विमाधारकास विमा हमीदाराला वेळेवर तंतोतंत निश्चित रक्कम द्यावी लागते.

विम्यामधील काही मूलभूत संज्ञा खालीलप्रमाणे आहेत.

विमा धारक –

ज्या व्यक्तीस विशिष्ट तोट्यांपासून संरक्षण दिले जाते, त्या व्यक्तीस विमाधारक असे संबोधतात. जीवन विम्याच्या बाबतीत सदर व्यक्ती आश्वासित म्हणून ओळखली जाते.

विमा हमीदार –

विमाधारकास तोटा झाल्यास नुकसानभरपाई देणाऱ्या संस्थेस विमा हमीदार संबोधतात जीवन विमा कराराच्या बाबतीत सदर संस्थेस 'आश्वासक' असे संबोधतात.

विमा हप्ता (Premium)

विमाधारकास विमा हमीदार ज्या मोबदल्याच्या बदल्यात संरक्षणाची / नुकसानभरपाईची हमी देतो त्या मोबदल्यास विमा हप्ता (Premium) असे म्हणतात.

योजना पॉलिसी दस्तऐवज (Policy)

विमाधारक आणि विमा हमीदार यांच्यामधील करारामधील अटी, शर्ती आणि नियमांना विमा धोरण असे म्हणतात. धोरणांमध्ये विविध अटी व शर्ती असतात.

दावा (Claim)

विमाधारकास अपघात / अनुचित प्रकार झाल्यानंतरच्या नुकसानभरपाईच्या मागणीस 'दावा' असे म्हणतात.

प्रस्ताव (Proposal)

विमाधारकाने विमा कंपनीला, विम्याचे धोरण जाहीर करण्यासाठी / देण्यासाठी करण्यात आलेल्या लेखी विनंतीला 'प्रस्ताव' असे म्हणतात.

विषय बाब (Subject matter)

विषयबाब म्हणजे ज्यासाठी विमा उतरविला / घेतला जातो ती गोष्ट उदा. जीवन, मालमत्ता, माल अथवा जहाज इ.

४.६.२ विम्याची तत्त्वे

१) परमोच्च विश्वासाचे तत्त्व :

सर्व प्रकारच्या विमा करारामध्ये दोन्ही पक्षांना एकमेकांबद्दल पूर्ण विश्वास असणे आवश्यक आहे. विमाधारक आणि विमा हमीदाराने सर्व भौतिक गोष्टी स्पष्ट, पूर्ण आणि योग्यरित्या उघड केल्या पाहिजेत. विमा धारकाने, विमाहमीदारास विषय बाब(Subject matter) संदर्भात संपूर्ण, स्पष्ट आणि बिनचूक माहिती पुरविली पाहिजे. त्याचप्रमाणे, विमाहमीदाराने कराराच्या अटी व शर्तींची संबंधित माहिती विमाधारकास प्रदान करणे आवश्यक आहे. पूर्ण, योग्य आणि स्पष्ट माहिती प्रदान करण्यास विमाधारक अयशस्वी झाल्यास विमा हमीदार दावा फेटाळू शकतो.

उदा. श्री. शंतनु यांनी विमा घेताना त्यांच्या हृदय शस्त्रक्रियेसंबंधी माहिती दिली नव्हती. त्यांच्या मृत्यूनंतर विमा संस्थेला या वस्तुस्थितीची माहिती मिळाली. श्री. शंतनु यांनी विमा घेताना योग्य व पूर्ण माहिती न पुरविल्यामुळे त्यांच्या कुटुंबातील वारसदारांना विमा संस्थेने भरपाई देण्यास नकार दिला.

२) विमा हिताचे तत्त्व :

विमा हिताचे तत्त्व म्हणजे विषय बाबीमध्ये असलेले विमाधारकाचे आर्थिक हित होय. विमाधारकाला विषय बाबीमध्ये काहीतरी आर्थिक स्वारस्य असणे आवश्यक असते. विमाहिताचे तत्त्व सर्व प्रकारच्या विम्यास लागू असते. विषय बाबीवर विमा उतरविणे आवश्यक असते जेव्हा त्या विषय बाबीचे अस्तित्त्व विमाधारकास आर्थिक फायद्यात ठेवते. तर विषय बाब नसल्यामुळे त्याला आर्थिक तोटा होऊ शकतो. उदा. एखाद्या व्यक्तीसंदर्भात स्वतःचे जीवन किंवा मालमत्ता हे विमा हित असते. व्यावसायिकाला त्याच्या मालमत्तेत आणि संपत्तीमध्ये विमा हित असते.

जीवन विम्यामध्ये 'जीवन' ही विमाहिताची बाब आहे, विमाहित हे जीवन विमा घेताना अस्तित्त्वात असणे आवश्यक आहे.

३) नुकसान भरपाईचे तत्त्व –

नुकसान भरपाई म्हणजे विमाधारकाला अनिश्चित घटना घडण्यापूर्वी तो ताबडतोब ज्या परिस्थितीमध्ये होता, त्याच आर्थिक स्थितीत ठेवण्याची हमी होय.

नुकसान भरपाईचे तत्त्व हे अग्नी, सागरी आणि सर्वसाधारण विम्यास लागू आहे. हे तत्त्व जीवनविम्यास लागू नाही. कारण कोणतीही जीवनहानी ही आर्थिक दृष्टीकोनातून मोजता येत नाही. विमाधारकाचा मृत्यू झाल्यास त्याच्या नामनिर्देशित व्यक्तीस विम्याची वास्तविक रक्कम अदा केली जाते.

या तत्त्वानुसार विमाहमीदार विमाधारकास झालेल्या नुकसानाची भरपाई करण्यास बांधील असतो. वास्तविक नुकसान भरपाईची रक्कम विमा राशी किंवा तोटा यांपैकी जे कमी असेल इतकीच मर्यादित असते.

उदा. – जर रु. दोन लाखाची मालमत्ता ही रु. एक लाख एवढी विमा संरक्षित असेल आणि संपूर्ण मालमत्ता आगीने नष्ट झालीतर रु. एक लाख एवढया भरपाईचा दावा विमाधारक करू शकतो.

४) प्रत्यासन / अधिनतेचे तत्त्व –

हे तत्त्व नुकसान भरपाईच्या सर्व करारांसाठी लागू आहे. या तत्त्वानुसार विमाधारकाच्या मालमत्तेच्या हानीमुळे झालेल्या नुकसानाची भरपाई झाल्यावर अशा मालमत्तेच्या मालकीचा हक्क विमाहमीदाराकडे / विमा संस्थेकडे जातो. नुकसान झालेल्या घटनेनंतर हानी झालेल्या मालमत्तेचे काही मूल्य असेल तेव्हाच हे तत्त्व लागू होते.

उदा.– श्री 'अ' यांच्याकडे दुचाकी वाहन आहे. वाहन चोरीला गेले आणि त्यानंतर श्री 'अ' यांनी स्थानिक पोलिस ठाण्यात फिर्याद दिली होती. पोलिसांकडून अहवाल मिळाल्यानंतर विमा संस्थेने वाहनाच्या नुकसानाची संपूर्ण भरपाई श्री 'अ' यांना केली. त्यानंतर पोलिसांनी चोरी झालेले वाहन ताब्यात घेतले. अशा परिस्थितीत वाहन मालकाचा सदर वाहनावर कोणताही अधिकार / दावा नाही कारण वाहन मालकीचे हक्क विमा संस्थेकडे हस्तांतरित झाले आहे (नुकसान भरपाई दिल्यामुळे). विमाहमीदारास सदर वाहन विक्री करण्याचा अथवा भंगारात देण्याचा सर्व हक्क आहे.

५) योगदानाचे तत्त्व –

हे तत्त्व नुकसान भरपाईच्या सर्व करारांसाठी लागू आहे जिथे विमाधारकाने एका विषय बाबीसाठी एकापेक्षा अधिक विमा घेतलेले आहेत. या तत्त्वानुसार, विमाधारक केवळ एका विमासंस्थेकडून अथवा सर्व विमा हमीदारांकडून वास्तविक नुकसानाच्या भरपाईचा दावा करू शकतो. एखाद्या विमा संस्थेने पूर्ण नुकसान भरपाई केली असेल तर ती विमासंस्था इतर संस्थांकडून प्रमाणित (Proportionate) विमा कंपनी रकमेचा दावा करू शकते. **उदा.** – कु. सायली यांनी आपली मालमत्ता दोन वेगवेगळ्या विमाहमीदारांकडे रु. दोन लक्ष पन्नास हजारला संरक्षित केली आहे. 'टी' या विमा हमीदाराकडे रु. एक लक्ष (मालमत्तेच्या किंमतीच्या २/५) आणि 'आर' या विमाहमीदाराकडे रु. एक लक्ष पन्नास हजार (मालमत्तेच्या किंमतीच्या ३/५). जर कु. सायली यांची रु. एक लक्ष वीस हजारांची मालमत्ता नष्ट झाल्यास, दोन्ही विमा संस्था वास्तविक नुकसानासाठी आपापला वाटा देतील. 'टी' विमाहमीदार रु. अठ्ठेचाळीस हजार (तोट्याच्या २/५) आणि 'आर' विमाहमीदार रु. बहात्तर हजार (तोट्याच्या ३/५) देईल.

६) नुकसान कमी करण्याचे तत्त्व –

अनिश्चित घटनेच्या बाबतीत विमाधारकाने मालमत्तेचे नुकसान कमी करण्यासाठी नेहमी प्रयत्न करणे आवश्यक आहे. विमाधारकाने तोटा कमी करण्यासाठी सर्व संभाव्य उपाय व पावले उचलणे आवश्यक आहे. म्हणूनच मालमत्तेचे रक्षण करणे आणि तोटा टाळणे ही विमाधारकाची जबाबदारी आहे.

उदा. – श्री. जयंत यांच्या घराला आग लागली आहे. अशा परिस्थितीत श्री. जयंत निष्क्रिय राहू शकत नाहीत आणि घराला आगीपासून वाचविण्यासाठी त्यांनी प्रयत्न करणे आवश्यक आहे. श्री. जयंत हे सक्रिय असले पाहिजेत आणि घराचा विमा घेतला आहे म्हणून ते घर जळताना बघू शकत नाहीत.

७) सर्व साधारण कारण तत्त्व / निकटतम तत्त्व –

या तत्त्वानुसार जेव्हा एकापेक्षा जास्त कारणांमुळे नुकसान होते तेव्हा विमाहमीदाराचे उत्तरदायित्त्व ठरविण्यासाठी नुकसानीचे सगळ्यात जवळचे कारण विचारात घेतले जाते. सामान्यतः नुकसानीच्या सर्व कारणांसाठी विमा न उतरविता संभाव्य कारणांसाठी विमा उतरविला जातो. अशा परिस्थितीत नुकसानीचे सर्वात जवळचे / संभाव्य कारण शोधले जाते. जर नुकसानीचे संभाव्य कारण हे विमा सुरक्षित केले गेले असेल तरच विमा हमीदार नुकसानभरपाईस जबाबदार असतो तथापि नुकसानीचे संभाव्य कारण हे विमा सुरक्षित नसल्यास भरपाई मिळत नाही.

उदा. – विमादाराने चोरीच्या जोखमीसाठी विमा उतरविला होता. सदर घरात चोरी झाली आणि घर सोडण्यापूर्वी चोरट्यांनी घराला आग लावली. आता, नुकसानीची दोन कारणे आहेत चोरी आणि आग आणि नुकसानीचे सर्वात जवळचे कारण 'आग' हे होते. अशावेळी घराचा विमा हा चोरीच्या जोखमीसाठीचा होता आणि आगीमुळे होणाऱ्या नुकसानाचा नाही. तर विमेदाराला विमा संस्थेकडून आगीमुळे झालेल्या नुकसानाची भरपाई मिळणार नाही परंतु, चोरीमुळे झालेल्या नुकसानाची भरपाई देण्यास विमाहमीदार बांधील आहे.

४.६.३ विम्याचे प्रकार –

१. जीवन विमा :

अर्थ –

जीवन विमा हा विमा हमीदार आणि विमा धारक यांच्यामधील करार आहे, जेथे विमाहमीदार हा विमाधारकास विशिष्ट कालावधी संपल्यानंतर किंवा मृत्यू यापैकी सर्वात आधी जे होईल त्यासाठी भरपाई करण्यास, विमाधारकाने विमा हप्ता भरल्यानंतर बांधील असतो.

जीवन विम्याचे प्रकार –

१) संपूर्ण जीवन विमा (Whole life policy) :

या विम्या अंतर्गत विमाधारकाचे संपूर्ण जीवनाचा विमा घेतला जातो. विमाधारकाला विमाधारक जिवंत असेपर्यंत विमा हमीदाराकडून / संस्थेकडून पैसे / भरपाई मिळत नाही. सदर विम्यामध्ये विमा हप्ता हा सामान्यपणे कमी असतो. विमाधारकाच्या मृत्यूनंतर निर्देशित व्यक्तीस अथवा कायदेशीर वारसदारास भरपाई / पैसे देय होतात.

२) एन्डोमेन्ट (Endowment policy) विमा :

या विम्याअंतर्गत विमा हा विशिष्ट कालावधीसाठी घेतला जातो. विमाधारकाला अथवा वारसदाराला विम्याची रक्कम बक्षीसीसह (bonus) मृत्यूपश्चात वारसदाराला किंवा विशिष्ट कालावधीची मुदत संपल्यानंतर विमाधारकाला दिली जाते.

३) मुदत विमा (Term Insurance) :

मुदत विमा हा विशिष्ट कालावधीसाठी घेतला जातो. सर्व विम्यांमध्ये मुदतीच्या विम्यासाठी सर्वात कमी विमा हप्ता असतो. संपूर्ण विमा कालावधीसाठी विमा निश्चित केला जातो आणि संपूर्ण कालावधीसाठी जो बदलत नाही. अकाली मृत्यू झाल्यास, विम्याच्या लाभार्थ्यांना विमा कराराच्या अटींप्रमाणे नमूद केलेली रक्कम लाभ म्हणून मिळते.

४) वार्षिक (Annuity Policy) विमा :

सदर विम्यामध्ये विमाधारकास ठरावीक कालावधी दरम्यान एकरकमी अथवा हप्त्यांमध्ये विम्याचा हप्ता भरावा लागतो. विमाधारकास ठरावीक कालावधीनंतर विशिष्ट तारखेपासून संपूर्ण आयुष्यासाठी किंवा निश्चित वर्षांसाठी रकमेची परतफेड मिळते. हा विमा निवृत्ती योजनेप्रमाणे आहे.

५) पैसे परतफेड (Money Back Policy) विमा :

सदर विम्यामध्ये विम्याच्या कालावधीच्या एकूण विम्याच्या रकमेची निश्चित टक्केवारी विमाधारकास मिळते. तसेच विमा कालवधी दरम्यान विमाधारकाचा मृत्यू झाल्यास कुटुंबातील अवलंबितांना / लाभार्थींना पूर्ण रकमेच्या लाभाची हमीदेखील देते. सामान्यतः सदर विमा चार प्रकारांमध्ये उपलब्ध असतो जसे की, १२-१५-२०-२५ वर्षे इत्यादी.

६) बाल विमा (Child Insurance) :

सदर विमा योजना ही बचत आणि गुंतवणूकीची विमा योजना आहे. ही योजना मुलांच्या भविष्यातील आर्थिक गरजा भागविण्यासाठी असते. सदर विम्याद्वारे मुले त्यांची विविध स्वप्ने साकारू शकतात. सदर योजनेअंतर्गत विमाधारक मुलांच्या जन्मापासून गुंतवणूक सुरू करू शकतो आणि मूल सज्ञान झाल्यानंतर बचतीमधून ठराविक रक्कम काढण्यासाठी मुभा असते. काही विशिष्ट बाल विमा योजना विशिष्ट अंतराने मध्यवर्ती (Intermediate) पैसे काढण्याची मुभा देतात.

७) सेवानिवृत्ती विमा योजना (Retirement Plan) :

सदर विमा योजना जी बचतीची आणि गुंतवणूकीची विमाधारकास निवृत्ती नंतर / निवृत्तीवेळी संधी देते म्हणून या योजनेस सेवानिवृत्ती विमा योजना म्हणतात. कालावधी संपण्यादरम्यान तयार झालेल्या रकमेची / उत्पन्नाची गुंतवणूक , उत्पन्न मिळविण्यासाठी केली जाते त्यास निवृत्ती / वार्षिकी असे संबोधतात.

८) ULIP विमा योजना :

सदर विमा योजना विम्याबरोबरच गुंतवणूकीची संधी विमाधारकास प्राप्त करून देते. या योजना सामान्यतः लोकप्रिय विमायोजना आहेत.

फक्त जाणून घेण्यासाठी

दावा समझोता प्रक्रिया

एखाद्या घटनेनंतर विमाधारकाने दाव्याचा अर्ज विमा हमीदारास लवकरात लवकर पाठविणे आवश्यक आहे. सदर अर्जामध्ये मृत्यूचे कारण, दिनांक, जागा व कारण याचा तपशील असणे आवश्यक आहे.

दाव्याचा अर्ज मिळाल्यानंतर विमा संस्था जरुरी असल्यास खालील माहिती गोळा करू शकते.

१) मृत्यूचे प्रमाणपत्र
२) विम्याची प्रत / विमा योजेनेची प्रत
३) विमाधारकाने लाभार्थी नेमणूक केली नसल्यास विम्याच्या बाबतीतला कायदेशीर पुरावा.
४) इतर निर्देशित कार्ये.

सर्व कागदपत्रांची संपूर्णतः पूर्तता / सादर केल्यानंतर विमा संस्था दावा पडताळणी करून दाव्यावर निकाल / दावा निकाली काढू शकेल.

१० व्यक्तींनी घेतलेल्या भिन्न विमा योजनांची माहिती द्या व तुलना करा.

२. सागरी विमा

अर्थ –

सागरी विमा – समुद्रातील धोक्यांपासून होणाऱ्या नुकसानापासून संरक्षण देतो. हा विमा प्रकार जहाजांच्या होणाऱ्या नुकसानीस किंवा माल किंवा प्रवाशी यांना नुकसानापासून संरक्षण देतो. विम्याची सर्व तत्त्वे समुद्री विम्याला लागू पडतात.

सागरी विम्याचे प्रकार –

१) प्रवास विमा (Voyage policy) :

सदर विम्यामध्ये प्रवासाला लागणारा वेळ विचारात न घेता (निरंतर) विषय बाबी (Subject matter) साठी विमा उतरविला जातो. अश्या विम्यामध्ये जहाजाने प्रवास सुरू केल्यानंतरच संरक्षण मिळते.

२) वेळ विमा (Time policy) :

सदर विम्यामध्ये विषय बाबीसाठीचा विमा निश्चित कालावधीसाठी घेतला जातो. वेळ विमा हा सामान्यतः एक वर्ष कालवधीपर्यंतच असतो. परंतु, विमाधारक निरंतर / सातत्यच्या अटीचा समावेश करू शकतो. या कलमाचा / अटीचा अर्थ असा आहे की, जर प्रवास निश्चित वेळेत पूर्ण झाला नाही तरीही, प्रवास पूर्ण होईपर्यंत जोखीम संरक्षित केली जाऊ शकते.

३) मिश्र विमा (Mixed policy) :

मिश्र विमा हा प्रवास आणि वेळ विम्याचे मिश्रण / संयोजन आहे. सदर विमा 'प्रवास विमा' आणि 'वेळ विमा' अंतर्गत असणाऱ्या जोखीम संरक्षित करतो.

४) मूल्याधारित विमा (Valued policy) :

या विम्याअंतर्गत, विमाहमीधारक आणि विमाधारक यांच्यामध्ये ठरलेल्या मूल्याप्रमाणे मालाचा विमा उतरविला जातो. सदर बाबीमुळे ज्या मालाची किंमत अथवा मूल्य यांचे मूल्यांकन करणे अवघड असते अशा मालासाठी मूल्यनिर्धारण करणे सुलभ होते.

५) ब्लंकेट (संपूर्ण) विमा (Blanket policy) :

सदर विमा संरक्षणाच्या आवश्यक प्रमाणात जास्तीत जास्त मर्यादेसाठी घेतला जातो आणि विमा हप्त्यांची संपूर्ण रक्कम विम्याच्या सुरुवातीलाच विमाधारकाकडून देय असते. सदर विम्यासाठी विमा उतरविलेल्या वस्तूंचे, स्वरूप, विशिष्ट मार्ग आणि प्रवासाची ठिकाणे यांचा अंतर्भाव होतो.

६) बंदर जोखीम विमा (Port Risk Policy) :

बंदर जोखीम विमा हा एखाद्या बंदरामध्ये जहाज नांगरलेल्या अवस्थेत असतानाच्या जोखमेपासून संरक्षण देतो. सदर विमा हा जहाज नांगरलेल्या अवस्थेपर्यंत असतानाच लागू होतो.

७) संमिश्र विमा (Composite policy) :

ह्या प्रकारचा विमा एकापेक्षा अधिक विमा हमीदाराकडून घेतला जाऊ शकतो. प्रत्येक विमाहमीदाराचे दायित्त्व हे वेगळे आणि विशिष्ट असते. जेव्हा विम्याची रक्कम मोठी असते तेव्हा विमा घेतला जाऊ शकतो.

८) एक जहाज विमा (Single Vessel Policy) :

लहान जहाज मालकांसाठी किंवा संपूर्ण ताफ्यात एकच जहाज असणाऱ्या जहाज मालकांसाठी हा उपयुक्त विमा आहे.

९) ताफा आणि एकगठ्ठा विमा (Fleet Policy & Block Policy) :

ताफा विमा प्रकारामध्ये एकाच विम्यात एकाच मालकाच्या अनेक जहाजांचा विमा उतरविला जातो. एकगठ्ठा विम्यात मालवाहतूक करणाऱ्या सर्व प्रकारच्या जहाजांच्या नुकसानीचा विमा घेतला जातो. ज्यामध्ये रेल्वे, रस्ता आणि समुद्रामार्गे होणाऱ्या नुकसानाचा अंतर्भाव होतो.

आपल्या क्षेत्रातील व्यावसायिकांद्वारे किंवा व्यापाऱ्याने घेतलेल्या भिन्न सागरी विम्यांचा अभ्यास करा.

३. अग्नी विमा –

अर्थ –

अग्नी विमा हा एक करार असून ज्याद्वारे विमाहमीदाराने आगीमुळे होणाऱ्या मालमत्तेच्या नुकसानीविरुद्ध विमाधारकास नुकसान भरपाईची हमी दिली आहे. अशी कोणतीही मालमत्ता जिचे आगीमुळे नुकसान होऊ शकते अशा सर्व बाबींचा यात समावेश यात होतो. आग, वीज पडणे आणि स्फोट यांचा सुद्धा समावेश अग्नी विम्यात होतो.

अग्नी विम्याचे प्रकार –

१) मूल्याधारित विमा (Valued Policy) :

या विम्याअंतर्गत विमा कराराच्या वेळी विषय बाबीचे मूल्य (संरक्षण मूल्य) निर्धारित केले जाते. विमाधारकास आग लागून झालेल्या नुकसानीविरुद्ध नुकसान कितीही असले तरीही विमाहमीदाराकडून विशिष्ट रक्कम अथवा मूल्य नुकसानभरपाई म्हणून मिळते. सदर विम्यामध्ये मालाच्या किंमतीचे निश्चित मूल्यांकन अवघड असते. अशा मालासाठी मूल्यनिर्धारण करणे सुलभ होते.

उदा. कला. शिल्पकला, चित्रकला इ. साठी असा विमा घेतला जातो.

२) सरासरी विमा (Average Policy) :

या विम्यामध्ये सरासरी कलमाचा समावेश असतो. अचूक बाजार मूल्यावर जर विषय बाबीचा विमा काढला गेला नसेल किंवा कमी रकमेचा विमा काढला गेला असेल तर विमाधारकास नुकसानीच्या टक्केवारीएवढी भरपाई विम्याअंतर्गत मिळते.

उदा. रु. दोन लाख एवढे बाजारमूल्य असलेल्या बाबीचा रु. एक लाखाचा विमा घेतला असेल आणि रु. पन्नास हजार एवढे नुकसान झाले असेल तर विमाहमीधारक रु. पंचवीस हजार एवढी भरपाई विमाधारकास देईल.

३) विशिष्ट विमा (Specific Policy) :

विशिष्ट विम्याअंतर्गत मालमत्तेचे बाजारमूल्य न विचारात घेता विषय बाबीचे ठरावीक मूल्य निश्चित केले जाते. अशावेळी तोटा झाल्यास विमाधारकास विम्यात नमूद केली गेलेली निश्चित रक्कम भरपाई म्हणून मिळते. या विम्यात मालमत्तेचे वास्तविक मूल्य ग्राह्य धरत नाहीत.

उदा. रु. एक लाख एवढे मूल्य असलेली मालमत्ता रु. पंच्याहत्तर हजार एवढी संरक्षित असेल आणि आगीमुळे झालेला तोटा रु. चाळीसहजार एवढा असेल तर विमा संस्था भरपाई म्हणून रु. चाळीस हजार विमाधारकास देईल.

४) तरल विमा (Floating Policy) :

सदर विमा हा वेगवेगळ्या ठिकाणी असलेल्या गोदामांतील मालमत्तेसाठी घेतला जातो. वेगवेगळ्या ठिकाणी असणाऱ्या मालाचे प्रमाण वेळोवेळी कमी-जास्त होत असल्याने विमाधारकास विशिष्ट विमा घेणे अवघड जाते अशावेळी तरल विमा घेतला जातो. असा विमा वेगवेगळ्या ठिकाणी असलेल्या मालमत्तेसाठी 'एकरकमी व एक विमा हप्ता' स्वरूपात घेतला जातो.

५) अधिकतम विमा (Excess policy) :

जेव्हा वस्तूंचे अथवा मालाचे मूल्य चढ-उतार होत असते तेव्हा सामान्य विम्याबरोबरच अधिकतम विमा घेतला जातो. अशावेळी विमाधारक दोन प्रकारचा विमा घेतो.

अ) एकूण मालाचे / साठ्याचे ठरावीक रक्कमेपेक्षा कमी मूल्य होत नसलेल्या रकमेसाठी एक विमा आणि

ब) ज्या रकमेएवढा एकूण मालाच्या रकमेचा चढ-उतार होतो अशा रकमेसाठी दुसरा विमा घेतला जातो.

उदा. रु. एक लाख पन्नास हजार आणि रु. दोन लाख यादरम्यान एकूण मालाच्या रकमेची चढ-उतार होत असल्यास एक विमा हा रु. एक लाख पन्नास हजार एवढा उतरविला जाईल आणि दुसरा विमा रु. पन्नास हजार एवढा उतरविला जाईल.

६) पुन:स्थापना विमा (Reinstatement Policy) :

सदर विम्यामध्ये विमाधारकाने आगीत गमावलेली मालमत्ता किंवा वस्तू पुनर्स्थित करण्याचे काम केले जाते. या विम्यात, आगीत नुकसान झालेल्या मालमत्तेची भरपाई देण्याऐवजी संपूर्ण मालमत्ताच पुन:स्थापित करून दिली जाते. मालमत्ता पुन:स्थापित करताना मालमत्तेची घसारा रक्कम विचारात घेतली जात नाही. सदर विम्याअंतर्गत विमा हप्ता हा जास्त असतो.

७) व्यापक विमा (Comprenhesive Policy) :

सामान्यत: अग्नी विमा दंगली अथवा युद्धामुळे होणाऱ्या हानी भरून काढत नाही. तथापि, या विम्याअंतर्गत बऱ्याच प्रकारच्या जोखमी संरक्षित केल्या जाऊ शकतात. जसे की आग, स्फोट, भूकंप, पूर इत्यादी.

८) संभाव्य तोटा विमा (Consequential Loss) :

अग्नी विमा मूळत: केवळ भौतिक नुकसानाची भरपाई करण्यासाठी घेतला जातो. अमूर्त गोष्टींसाठी विमा अस्तित्वात नसतो. संभाव्य तोटा विम्यामध्ये मूर्त आणि अमूर्त मालमत्तेचे नुकसान समाविष्ट आहे. सदर विमा धोरण विमाधारकास निव्वळ नफ्यातील झालेला तोटा, स्थायी शुल्काची भरपाई आणि वाढीव किंमतीच्या खर्चासाठी भरपाई प्रदान करते.

९) स्प्रिंकलर गळती विमा (Sprinkler Leakage Policy) –

आग किंवा धूर झालेला नसताना स्प्रिंकलरमधून निघणाऱ्या फवाऱ्यांमुळे झालेल्या नुकसानीविरुद्ध सदर विमा भरपाई देतो. तथापि, इमारतीची दुरुस्ती अथवा बदल, भूकंप, स्फोट, युद्ध यामुळे उद्भवलेल्या आगीच्या नुकसानीची भरपाई या विमा धोरणात समाविष्ट नाही.

फक्त जाणून घेण्यासाठी

काही विमा संस्था इतर विमादेखील प्रदान देतात.

मोटार वाहन विमा

- तृतीय / त्रयस्थ पक्ष देय वाहन विमा
- व्यापक वाहन विमा

आरोग्य विमा

- वैयक्तिक आरोग्य विमा
- कौटुंबिक आरोग्य विमा
- गंभीर व्याधी आरोग्य विमा

प्रवास विमा

- देशांतर्गत प्रवास विमा
- आंतरराष्ट्रीय प्रवास विमा
- विद्यार्थी प्रवास विमा

गृह विमा

- चोरी विमा / संरक्षण
- भूकंप विमा

पीक विमा

पशुधन विमा

४.७ वाहतूक (Transport) :

भारतासारख्या देशात अर्थव्यवस्थेत वाहतुकीची महत्त्वपूर्ण भूमिका आहे. १९९१ नंतर देशातील पायाभूत सुविधांचा झपाटयाने विकास झाला आहे आणि आज देशभरात वाहतुकीसाठी जमीन, जल, हवाई इ. वेगवेगळे मार्ग वापरात आहेत.

४.७.१ अर्थ :

वाहतूक / दळणवळण म्हणजे एखाद्या ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी माणसांची, प्राण्यांची किंवा मालमत्तेची ने-आण करणे अथवा एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी मालमत्ता नेण्याचे - आणण्याचे साधन म्हणून दळण-वळण परिभाषित केले जाऊ शकते.

४.७.२ वाहतुकीचे प्रकार :

सामान्यतः वाहतुकीचे काम रेल्वेमार्ग, रस्ता, जलमार्ग आणि हवाईमार्ग मार्फत केले जाते. वाहतुकीचे प्रकार खालीलप्रमाणे आहेत.

१) रस्ते वाहतूक / भूपृष्ठ वाहतूक २) रेल परिवहन ३) जलवाहतूक

४) हवाई वाहतूक ५) मोनोरेल आणि मेट्रो ६) रोप-वे (Ropeway) ७) पाईपलाईन (Pipeline)

१) रस्ते / भूपृष्ठ वाहतूक :

रस्ते म्हणजे भूपृष्ठावर लोकांना अथवा ठिकाणांना एकमेकांशी जोडले जाणारे साधन होय. इतर वाहतुकीच्या तुलनेत रस्ते वाहतूक अधिक सक्षमपणे सेवा प्रदान करतात. रस्ते वाहतुकीमध्ये बैलगाडी, सायकल, रिक्षा, बस, मोटार इत्यादी विविध साधने वापरली जातात.

भारतामध्ये विविध ठिकाणी सार्वजनिक वाहतूक व्यवस्था सुधारण्यासाठी जलद संक्रमण प्रणाली (Bus on rapid transit : BRT) सुरू केल्या आहेत. भारतामध्ये ग्रामीण रस्ते, जिल्हा मार्ग, राज्य मार्ग, महामार्ग आणि राष्ट्रीय महामार्गाचे जाळे पसरले आहे जे देशाचा आर्थिक कणा आहेत.

भारतामध्ये भूपृष्ठ वाहतूक आणि महामार्ग मंत्रालय देशभरातील भूपृष्ठभागाच्या वाहतुकीचा विकास करते.

फायदे	तोटे
१) इतर वाहतुकीच्या तुलनेत हे स्वस्त साधन आहे. २) नाशवंत वस्तूंची कमी वेळात कमी अंतरासाठी वाहतूक केली जाऊ शकते. ३) रस्ते वाहतूक हे लवचीक साधन आहे कारण मालाचे कोणत्याही स्थानावर चढ-उतार होऊ शकते. ४) रस्ते वाहतूक घरांपर्यंत / घरोघरी पोहोचणारे साधन आहे. ५) लोकांना दळणवळणाचे इतर कोणतेही साधन उपलब्ध नसल्यास एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी जाण्यास लोकांना मदतगार होऊ शकते.	१) मर्यादित वाहनक्षमतेमुळे लांब पल्ल्याच्या वाहतुकीसाठी रस्ते वाहतूक किफायतशीर नाही. २) रस्ते वाहतुकीद्वारे अवजड वस्तूंच्या वाहतुकीसाठी जास्त खर्च येतो. ३) पूर, पाऊस, दरड कोसळणे यासारख्या प्रतिकूल हवामानामुळे रस्ता वाहतुकीवर विपरित परिणाम होतो. ४) रस्ते अपघाताची समस्या ही गंभीर व सामान्य आहे. ५) वाहतुकीच्या दळणवळणामधून निघणाऱ्या उत्सर्जनामुळे प्रदूषण होते, ज्याचा लोकांच्या आरोग्यावर विपरीत परिणाम होतो.

२) रेल्वे वाहतूक –

रेल्वे मार्गावरील माल व प्रवाशांच्या वाहतुकीस रेल्वे वाहतूक असे म्हणतात. आपल्या देशामध्ये भू-वाहतूक व्यवस्थेमध्ये रेल्वे वाहतुकीचे एक महत्त्वपूर्ण स्थान आहे आणि लांब पल्ल्याच्या वस्तू आणि प्रवासी वाहतुकीसाठी रेल्वे वाहतूक हा विश्वासार्ह प्रकार आहे.

भारतामध्ये रेल्वे मंत्रालय देशभरातील रेल्वे वाहतुकीच्या विकासासाठी लक्ष देते.

भारतीय रेल्वे विविध प्रकारच्या गाडया जसे प्रवासी गाडया, मेल, एक्सप्रेस आणि मालवाहू गाडया चालविते.

काही लोकप्रिय गाडया म्हणजे राजधानी एक्सप्रेस, दुरंतो एक्सप्रेस, शताब्दी एक्सप्रेस, इंटरसिटी एक्सप्रेस आणि सुट्टीकालीन गाडया (Holiday). देशांतर्गत पर्यटनाला चालना देण्यासाठी भारतीय रेल्वे काही विशेष गाडया चालविते जसे की पॅलेस ऑन व्हील (Palace on Wheel) - Rajasthan, डेक्कन ओडिसी (Deeccan Odyssey) - Maharashtra, महाराजा एक्सप्रेस (Maharaja Express) इत्यादी.

फायदे	तोटे
१) लांब पल्ल्याच्या प्रवासासाठी हा सोयीस्कर साधन प्रकार आहे.	१) वस्तू / मालाच्या आणि प्रवाशांच्या कमी अंतरावर वाहतुकीसाठी हे तुलनेने महान साधन आहे.
२) भारी आणि अवजड वस्तू मोठया प्रमाणात वाहून नेण्यासाठी हे वाहतुकीचे उपयुक्त साधन आहे.	२) रेल्वे वाहतूक देशाच्या दुर्गम भागात उपलब्ध नाही.
३) रस्ता वाहतुकीच्या तुलनेत वाहतुकीचा वेग जास्त असतो.	३) रेल्वे वाहतुकीस अपघात झाल्यास मोठया प्रमाणात जीवितहानी आणि वित्तहानी होऊ शकते.
४) प्रतिकूल हवामानाचा या साधनावर विपरित परिणाम होत नाही.	४) रेल्वे गाडया निश्चित वेळापत्रकानुसार धावत असल्या कारणाने वेळेची लवचीकता दिसून येत नाही.
५) सदर वाहतुकीमध्ये वस्तूंची सुरक्षा आणि सुरक्षितता सुनिश्चित होते.	५) रेल्वे सेवा घरापर्यंत सेवा देऊ शकत नाही.

माहितीसाठी :

आर्थिक वर्ष २०१९-२० पासून रेल्वेसाठी स्वतंत्र अर्थसंकल्प (Budget) राहणार नसून केंद्रीय अर्थसंकल्पातच रेल्वे अर्थसंकल्प समाविष्ट असेल.

३) हवाई वाहतूक –

हवाई वाहतुकीमध्ये विविध वाहतूक साधने जसे की प्रवासी विमान, मालवाहू विमान, हेलिकॉप्टर वापरून सामान व प्रवाशांची हवाई मागाद्वारे ने-आण केली जाते. हा वाहतुकीचा एक वेगवान प्रकार असून देखील घराजवळ सेवा देऊ शकत नाही. टेकडी किंवा डोंगराळ प्रदेशात जेथे इतर प्रकारचे वाहतुकीचे मार्ग उपलब्ध नाहीत तेथे हवाई वाहतूक महत्त्वपूर्ण आणी सोयीस्कर वाहतूक साधन आहे.

आपत्कालीन परिस्थिती जसे की, युद्ध, वैद्यकीय, नैसर्गिक आपत्ती, बचावकार्य इ. परिस्थितीत हवाई वाहतूक सोयीस्कर असते. हवाई वाहतुकीचे देशांतर्गत वाहतूक आणि आंतरराष्ट्रीय वाहतूक असे वर्गीकरण केले जाते. हवाई वाहतूक ही निश्चित हवाई मार्गावरच केली जाते. विविध राष्ट्रीय आणि आंतरराष्ट्रीय सार्वजनिक आणि खाजगी क्षेत्रातील संस्था देशांतर्गत आणि आंतरराष्ट्रीय मार्गांवर सेवा देत आहेत.

उदा. – राष्ट्रीय – एअर इंडिया (सार्वजनिक क्षेत्र), स्पाईस जेट (खाजगी)

आंतरराष्ट्रीय – क्वांटास एअरवेज लिमिटेड (ऑस्ट्रेलिया – सार्वजनिक)

फायदे	तोटे
१) सर्व वाहतुकीच्या प्रकारांमधील हे सर्वात वेगवान साधन आहे. २) युद्ध किंवा आपात्कालीन परिस्थितीत हवाई वाहतूक महत्त्वाची भूमिका बजावते. कारण बचावाच्या उद्देशाने किंवा प्रभावित भागात त्वरित सेवा देण्यासाठी हे उपयुक्त साधन आहे. ३) हवाई वाहतुकीमध्ये नैसर्गिक मार्गांचा अवलंब होत असल्याने रस्ते किंवा लोहमार्गासारखे बांधकाम आवश्यक नाही. ४) रस्ते वाहतूकीच्या तुलनेत हे कमी प्रदूषणकारी आहे. ५) इतर वाहतुकीची साधने उपलब्ध नसलेल्या ठिकाणी हे उपयुक्त साधन आहे.	१) वाहतुकीचे अत्यंत खर्चीक साधन आहे. २) प्रतिकूल हवामानाचा परिणाम ह्याच्या परिचलनावर होऊ शकतो. ३) हे वाहतूक साधन कमी अंतरासाठी उपयोगी नाही. ४) यासाठी विमानतळ, हेलीपॅड, नियंत्रण कक्ष इत्यादींचे बांधकाम आवश्यक आहे. ज्यासाठी अधिकचा निधी खर्च करावा लागतो. ५) काही देशांच्या विमानांना इतर देशांमधून उड्डाणास परवानगी नसल्यामुळे हे क्षेत्र हवाई वाहतूक आंतरराष्ट्रीय निर्बंधाच्या अधिन आहे.

माहितीसाठी –

भारतामध्ये ‘नागरी उड्डायन मंत्रालय’ देशभरामधील हवाई वाहतूकीचा विकास करते आणि ‘नागर विमानन महानिर्देश’ (DGCA) हे भारतामधील विमाननियंत्रण, विमानचालन, अपघात आणि घटनांचा शोध यावर देखरेख करते आणि नियमन व सक्रिय सुरक्षा यंत्रणेद्वारे सुरक्षित व कार्यक्षम हवाई वाहतुकीस चालना देते.

४) जल वाहतूक –

जलवाहतूक म्हणजे बोट, जहाजे इत्यादींचा वापर करून जलमार्गावर वस्तू/सामान आणि प्रवाशांची वेगवेगळ्या ठिकाणी देशांतर्गत आणि देशाबाहेरदेखील वाहतूक करणे होय.

जेव्हा वस्तूंची अथवा मालाची आणि प्रवाशांची देशांतर्गत ने – आण होते त्यास अंतर्देशीय जलवाहतूक म्हणून संबोधतात.

जेव्हा महासागर अथवा समुद्री मार्गांचा उपयोग हा मालाची आणि प्रवाशांची वाहतूक करण्यासाठी होतो तेव्हा त्यास समुद्री वाहतूक म्हणून ओळखले जाते.

भारतामध्ये जहाज वाहतूक मंत्रालय (Ministry of Shipping) देशभरातील समुद्री आणि इतर वाहतुकीच्या विकासाचे निरीक्षण करते.

फायदे	तोटे
१) अवजड वस्तूंच्या वाहतुकीसाठी तुलनात्मक दृष्ट्या स्वस्त साधन आहे.	१) याची घरापर्यंत उपलब्धतता नसते.
२) अपघात होणाऱ्या घटनांसंदर्भात सुरक्षित साधन आहे.	२) प्रतिकूल हवामानाचा ह्यावर मोठा परिणाम होतो.
३) आंतरराष्ट्रीय व्यापाऱ्यास चालना देण्यास मदत होते.	३) रस्ते आणि लोहमार्गाच्या तुलेनेने धीमी वाहतूक असते.
४) नैसर्गिक जलमार्गांचा वापर होत असल्याकारणाने फारसे परिचालन मूल्य लागत नाही.	४) बंदर, जहाज, देखभाल इत्यादींच्या बाबतीत अधिक गुंतवणूक खर्च असतो.
५) रेल्वे वाहतुकीच्या तुलनेत लवचीक आहे.	५) हा वाहतूक प्रकार सर्व प्रकारच्या समुद्री धोक्याच्या अधीन आहे.

माहितीसाठी –

भारताचा सध्या समुद्रीसीमा असलेल्या देशांमध्ये १६ वा क्रमांक आहे ज्यामध्ये ७,५१५ किलोमीटर अंतराची समुद्रसीमा आणि १३ बंदरांचा (१२ सरकारी आणि १ खाजगी बंदरांचा) समावेश असून जवळजवळ २०० निम्न प्रमुख बंदरे देशाच्या पश्चिम आणि पूर्व भागात कार्यरत आहेत. मंत्रालयानुसार, भारतातील एकूण व्याप्तीच्या ९५% आणि ७०% मूल्याचा व्यापार हा जलवाहतुकीद्वारे होतो.

५) मोनोरेल आणि मेट्रो (Monorail and Metro) :

शहरी भागात जलद संक्रमण प्रणालीचे हे प्रकार आहेत. या प्रकारच्या वाहतुकीत कमी उर्जा आणि कमी प्रदूषण उत्सर्जित होते. मोनोरेल अशा प्रकारची असते की ज्यामध्ये एकाच मार्गावर एकल रेल असते. प्रवाशांच्या दृष्टीकोनातून विचार केल्यास इतर वाहतुकीच्या साधनांच्या तुलनेत बरेच फायदे असतात जसे की, कमी छेदणारी वळणे, वाहतुकीची कोंडी नसणे, टक्कर होण्याची समस्या नसणे इत्यादी.

उदा. – मुंबई मोनोरेल (Mumbai Monorail)

६) रोपवे (Ropeway) :

रोपवे हा वाहतुकीचा असा मार्ग आहे जिथे दोन डोंगरांची टोके अथवा दोन दऱ्या अथवा नदी ओलांडून दोन ठिकाणांना लोखंडी दोराद्वारे जोडले जाते. रोप-वे वाहतुकीत ट्रॉली (Trolley) लोखंडी दोरावर जोडलेल्या चाकांवरून फिरतात आणि प्रवासी व मालाची वाहतूक करण्यासाठी वापरतात.

उदा. – रायगड किल्ला रोप-वे, श्रीनगरमधील सोनमार्ग येथील रोप-वे इ.

७) **पाईपलाईन (Pipeline) :**

सदर वाहतुकीद्वारे बहुतेकवेळी द्रव अथवा वायू पदार्थ यांची वाहतूक केली जाते. कमी अंतरावर सांडपाणी, गाळ किंवा पाणी वाहून नेण्यासाठी याचा अवलंब होतो तर खनिजतेल आणि नैसर्गिक वायू वहनासाठी लांब पल्ल्याच्या अंतरासाठी देखील याचा उपयोग होतो.

४.८ गोदाम (Warehousing) :

४.८.१ अर्थ –

गोदाम / साठवणूक ही मालाच्या अथवा वस्तूंच्या संदर्भात आहे आणि यामध्ये साठवणुकी संदर्भातील सर्व क्रियांचा समावेश होतो. ज्यात मालाची / सामानाची साठवण आणि संरक्षणाशी संबंधित असते. गोदाम हे माल साठवण्याचे एक साधन आहे.

साठवणूक हे उत्पादनांच्या / वस्तूंच्या उत्पादनापासून वापरायच्या वेळेपर्यंत संग्रहित वस्तूंच्या साठवण आणी साठवणुकीशी संबंधित असलेल्या क्रियांचा समूह म्हणून ओळखले जाते.

व्याख्या :

वस्तूंच्या अथवा मालाच्या साठवणुकीसाठी अथवा जमा करण्यासाठी असलेले आस्थापन म्हणजे गोदाम / साठवणूक होय.

४.८.२ गोदामाची कार्ये –

१) **मालाची साठवण / संचयन :**

हे गोदामाचे मूलभूत कार्य आहे. अतिरिक्त उत्पादने जी ताबडतोब आवश्यक नाहीत ती उत्पादने गोदामामध्ये सुरक्षितरित्या साठवली जाऊ शकतात आणि आवश्यकतेनुसार पुरवली जाऊ शकतात.

२) **किंमत स्थिरीकरण :**

किंमत स्थिरीकरण प्रक्रियेत गोदामे महत्त्वाची भूमिका बजावतात. किंमत स्थिरीकरण हे वेळ उपयुक्तता (Time utility) साधून केले जाते. गोदामांमध्ये सहसा मालाचा साठा मोठया प्रमाणावर केला जातो. जेव्हा बाजारपेठेमध्ये वस्तूंची कमतरता असते तेव्हा त्या वस्तू गोदामांद्वारे पुरविल्या जातात, ज्यामुळे मागणी आणि पुरवठयाच्या फरकामुळे किंमतीत वाढ होण्यापासून टाळण्यासाठी किंमत स्थिर होण्यास मदत होते.

३) जोखीम पत्करणे :

जेव्हा वस्तू गोदामांमध्ये साठविल्या जातात तेव्हा चोरी, आग इत्यादी स्वरूपात त्यांना बरीच जोखीम स्वीकारावी लागते. गोदामे अशा प्रकारे बनविली जातात जेणेकरून हे धोके कमी होतात. गोदामचालकावर वस्तू सुरक्षित ठेवण्याची आणि योग्य ती काळजी घेण्याचे बंधन असते. वस्तू अथवा मालाच्या होणाऱ्या हानीसाठी व नुकसानीसाठी गोदामचालक जबाबदार असतात.

४) वित्त पुरवठा :

गोदाम चालविणाऱ्या संस्थांकडून किंवा इतर वित्तिय संस्थांकडून गोदामात साठविलेल्या मालावर / वस्तूंवर वित्त पुरवठा केला जाऊ शकतो. सदर वस्तू / माल या वित्तिय संस्थांसाठी सुरक्षितता (Security) म्हणून काम करतात. अशा पद्धतीने गोदामे व्यावसायिकांसाठी अर्थसहाय्य देण्याचे काम करतात.

५) वर्गवारी आणि प्रतवारी :

आजकाल बऱ्याचश्या गोदामांमध्ये वर्गवारी आणि प्रतवारी करण्यासाठी तसेच वेष्टनासाठी व इतर प्रकारच्या प्रक्रियांसाठी सुविधा पुरविल्या जातात. मागणीप्रमाणे मालाचे सोयीस्कर वेष्टण (Packaging) केले जाते.

६) वाहतूक :

गोदामधारक मोठया प्रमाणावर माल गोदामात ठेवणाऱ्यांसाठी वाहतूक सुविधा उपलब्ध करून देतात. सदर वाहतुकीमध्ये माल एका ठिकाणाहून गोळा करून इच्छित स्थळी पोहोचविण्याचे काम केले जाते.

७) वेळ आणि स्थल उपयोगिता :

गोदामे वस्तूंची मागणी येईपर्यंत वस्तू जतन करून वेळ उपयोगिता निर्माण करतात. तसेच ज्या ठिकाणी वस्तूंची आवश्यकता आहे त्या ठिकाणी माल पोहोचवून स्थल उपयोगिता निर्माण करतात.

८) प्रक्रिया :

काही वस्तू जशा बनविल्या जातात तशाच त्या वापरल्या जात नाहीत. सदर उत्पादनांवर ठरावीक प्रक्रिया करून वापरायोग्य बनविल्या जातात. उदाहरण - तांदूळ पॉलिश केला जातो, फळे पिकवली जातात इ. काही वेळा गोदामचालक या मालकांना प्रक्रिया करण्यासाठी आवश्यक सुविधा पुरवितात.

४.८.३ गोदामांचे प्रकार :

१) खाजगी गोदामे :

खाजगी गोदाम ही उत्पादक किंवा मोठे व्यापारी यांनी त्यांच्या साठवणुकीच्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी बांधलेली असतात आणि त्यांच्यामार्फत चालविली जातात. मोठया व्यावसायिक आस्थापनांना, ज्यांना मोठया प्रमाणावर माल साठविण्याची आवश्यकता असते आणि अशी गोदामे ज्यांना बांधणे परवडते अशा व्यावसायिकांकडून बांधली व देखभाल केली जातात. मोठे उत्पादक अथवा घाऊक विक्रेत्यांकडे देशाच्या विविध भागात अशी गोदामे असू शकतात.

२) सार्वजनिक गोदामे :

सार्वजनिक गोदामे अशी विशिष्ट व्यवसाय संस्थापना आहे जी सर्वसामान्यांना ठरावीक रक्कम आकारून माल साठविण्याची सुविधा उपलब्ध करून देतात. एखाद्या व्यक्तीमार्फत अथवा सहकारी संस्थे मार्फत यांचे संचालन

केले जाते. सार्वजनिक गोदामे शासनाच्या परवान्याअंतर्गत विहित नियम व कायद्यांनुसार कार्य करतात. सार्वजनिक गोदामे लहान उत्पादकांना व व्यापाऱ्यांना कमी किंमतीत साठवणूकीची सुविधा उपलब्ध करून देतात. सार्वजनिक गोदामे ही योग्य प्रकारे बांधली जाऊन सदर गोदामांमध्ये मालाचे चोवीस तास संरक्षण केले जाते. सार्वजनिक गोदामे ही सामान्यतः लोहमार्ग, महामार्ग आणि जलमार्गाजवळ वसलेली असतात.

३) करदेय गोदामे (Bonded warehouses) :

करदेय गोदामे ही सरकारकडून परवानाकृत असून आयात मालाचा साठा सीमाशुल्क भरेपर्यंत आयातदाराकडून उपयोगात आणली जातात. ही गोदामे सीमाशुल्क अधिकाऱ्यांच्या अधिपत्याखाली काम करतात. सदर गोदामांमध्ये, गोदाम चालकाला एक करार (Bond) करून दयावा लागतो ज्यामध्ये गोदाम चालक आयातदार सीमाशुल्क भरल्याशिवाय सीमाशुल्क अधिकाऱ्याच्या संमतीशिवाय मालाचा ताबा न देण्याबाबत कटिबद्ध असल्याचा निर्वाळा देतो. आयात माल कराराअंतर्गत (Bond) ठेवला जातो आणि संमतीशिवाय काढता येत नाहीत.

जर आयातदार माल आयात झाल्यानंतर ताबडतोब सीमाशुल्क भरण्यास असमर्थ असेल अथवा सीमाशुल्क भरण्यास तयार नसेल तर तो माल बंधपत्र गोदामात ठेवू शकतो.

आयातदार ज्याप्रमाणात सीमाशुल्क भरतो त्या प्रमाणात गोदामातून माल बाहेर काढू शकतो.

४) करदत्त गोदामे (Duty paid) –

जर एखाद्या आयातदाराला वस्तूंच्या वाहतुकीत अडचणी येत असतील तर सीमाशुल्क भरल्यानंतर माल करदत्त गोदामांमध्ये ठेवला जाऊ शकतो. सर्व करदत्त गोदामे ही सार्वजनिक गोदामे आहेत जी आयादारांना उपलब्ध आहेत. सर्व गोदामे आयातदारांना उपयुक्त आहेत कारण की मालाची योग्य ती काळजी घेतली जाते व विविध प्रक्रिया (जसे की विभागणी, पुनर्वेष्टन इ. प्रक्रिया केल्या जातात.) वस्तूंच्या पुनर्निर्यातीसाठी सदर गोदामे अधिक उपयोगी असतात. सदर गोदामे बंदर अथवा गोदी क्षेत्राजवळ प्रकर्षाने आढळतात.

५) शासकीय गोदामे (Government) –

ही गोदामे केंद्र व राज्य सरकार किंवा सार्वजनिक सरकारी संस्थांच्या मालकीची असून त्यांच्याद्वारे व्यवस्थापित असतात. छोटे शेतकरी, व्यापारी आणि विक्रेते यांना गोदामे बांधणे जिकिरीचे असते. अशावेळी शासकीय गोदामे त्यांना अत्यंत माफक किंमतीमध्ये या गोदामांमध्ये माल ठेवण्याची मुभा देतात. वेगवेगळ्या राज्यात आणि देशभरात केंद्रीय भंडारण निगम (Central Warehousing Corporation), राज्य वखार महामंडळ (State Warehousing Corporation), भारतीय खाद्य निगम (Food Corporation of India) इत्यादींची गोदामे आहेत.

६) सहकारी गोदामे –

ही गोदामे सहकारी संस्थांच्या मालकीची, व्यवस्थापित व नियंत्रित आहेत. ती मुख्यतः अत्यंत किफायतशीर दराने गोदाम सुविधा उपलब्ध करून देतात. अशा प्रकारची गोदामे शेतकरी आणि व्यापारी तसेच सामान्य जनतेसाठी उपयुक्त आहेत.

७) शीतगृहे –

फळे, फुले, भाज्या आणि दुग्धजन्य पदार्थ अशा नाशवंत वस्तू साठविण्यासाठी शीतगृहांचा उपयोग होतो.

शीतगृहांमध्ये वस्तू अतिशय कमी तापमानात गोठविल्या जातात. जेणेकरून त्या साठविणे व भविष्यात त्याचा वापर करणे शक्य होते. अशा शीतगृहांमुळेच जागतिक व्यापार शक्य झाला आहे.

४.९ संप्रेषण (Communication) :

४.९.१ अर्थ –

संप्रेषण ही एखाद्या व्यक्तीकडून किंवा व्यक्तींकडून दुसऱ्या व्यक्तीकडे कल्पना, तथ्य, माहिती इत्यादींची देवाणघेवाण करण्याची कला होय. एखाद्या व्यक्तीकडून दुसऱ्या माध्यमाच्या मदतीने कोणतीही माहिती पुरविण्याच्या प्रक्रियेस संप्रेषण म्हणतात. संप्रेषण ही अगदी सोपी प्रक्रिया आहे जिथे संदेश प्रेषकाकडून प्राप्तकर्त्यांकडे पाठविला जातो. प्राप्तकर्ता संदेश प्राप्त झाल्यानंतर इच्छित पद्धतीने समजून घेऊन त्यानुसार कार्य करतो.

४.९.२ संप्रेषणाचे प्रकार –

संप्रेषणाचे विविध प्रकार खालीलप्रमाणे आहेत.

१) डाक सेवा २) आधुनिक संप्रेषण साधन

१) डाक सेवा –

भारतातील टपाल सेवा पोस्ट आणि टेलिग्राफ विभागाअंतर्गत येतात, जी संप्रेषण आणि माहिती व तंत्रज्ञान मंत्रालयाचा भाग आहेत. टपाल विभाग हा १,५४,९६५ डाकघर शाखा असलेले सर्वात मोठे टपाल जाळे आहे.

माहितीसाठी –

सध्या टपालसेवेमध्ये सुमारे ५.८८ लाख कर्मचारी कार्यरत आहेत. भारतीय टपाल विभाग हा १,५४,९६५ शाखांसह जगातला सर्वात मोठा टपाल विभाग आहे ज्यापैकी १,४९,०६७ शाखा ग्रामीण विभागात कार्यरत आहेत.

सरासरी टपाल कार्यालय २१.५६ चौ.मी. क्षेत्रावर कार्य करते व साधारण ७७५३ लोकांना सुविधा प्रदान करते.

टपाल सेवांचे प्रकार :

१. टपाल सेवा २. विशेष टपाल सेवा ३. निधी पाठविण्याची सुविधा ४. किरकोळ सेवा

१) टपाल सेवा :

अ) अन्तर्देशीय पत्र: अन्तर्देशीय पत्राच्या आतल्या बाजूच्या पाठविणाऱ्याने संदेश लिहिणे आवश्यक आहे. अन्तर्देशीय पत्र विहित आकाराचे आणि घडीचे असते. सदर पत्राचा वापर केवळ भारतामध्ये संदेश वहन करण्यासाठी केला जातो. अन्तर्देशीय पत्राचा मजकूर लिहिलेला भाग दुमडला जातो आणि त्यावर शिक्का मारला जातो. केवळ प्राप्तकर्त्याचे नाव व पत्ता बाहेरील बाजूस असतो, म्हणूनच अन्तर्देशीय पत्र संदेशाच्या गोपनीयतेची हमी देते.

ब) बंद पाकिट (Envelope) : सदर पाकिटाचा उपयोग संदेश पाठविण्यासाठी तसेच धनादेश, फोटो इ.पाठविण्यासाठी होतो. बंद पाकिट सर्व प्रकारच्या दस्तऐवजांची सुरक्षितता निश्चित करते.

क) पार्सल (Parcel) : पार्सल सुविधेअंतर्गत निर्दिष्ट आकार आणि वजनाचे पार्सल देशात आणि देशाबाहेर पाठविले जाऊ शकते. प्रतिबंधित असलेल्या वस्तू वगळता पार्सलमध्ये काहीही पाठविले जाऊ शकते. पार्सलचा विशिष्ट रकमेपर्यंतचा विमादेखील काढता येऊ शकतो. जर प्रवासादरम्यान पार्सल गहाळ झाले तर डाकघर ठरावीक रक्कमेपर्यंत पाठविणाऱ्यास भरपाई देते.

ड) बुक-पोष्ट (Book-Post) : छापील पुस्तके, मासिके, नियतकालिके इत्यादी या सुविधेमार्फत पाठविता येतात. प्रत्येक पॅकेट अथवा पार्सलच्या वरती (Book-Post) 'बुक-पोष्ट' नमूद करणे आवश्यक आहे.

२) विशेष टपाल सेवा :

अ) व्यवसाय पोष्ट : या सेवेअंतर्गत लहान व्यावसायिकांसाठी तसेच मोठ्या आस्थापनांसाठी संदेश तयार करण्यापासून ते संदेश प्राप्तकर्त्यापर्यंत पोहोचविण्याच्या प्रक्रियेचा समावेश होतो. ग्राहक त्यांना हव्या असलेल्या सेवा उपलब्ध सेवांमधून निवडू शकतात. भारतीय डाक विभागाने व्यवसाय पोष्ट हाताळण्यासाठी भारतातील प्रमुख शहरांमध्ये 'व्यवसाय पोष्ट केंद्रे' सुरू केली आहेत.

ब) लॉजिस्टिक पोष्ट (Logistics) : सदर सेवा व्यावसायिक ग्राहकांना एक प्रभावी आणि कार्यक्षम सेवा प्रदान करते ज्यामध्ये वस्तूंच्या / मालाच्या संचयनापासून ते वितरणापर्यंतच्या संपूर्ण मूल्य साखळी सेवांचा अंतर्भाव होतो.

क) देयके सेवा (Bill Mail Service) : वित्तीय निवेदने , देयके, मासिक खाते देयके किंवा तत्सम कोणत्याही प्रकारची संप्रेषणे, सेवा घेणाऱ्याने ९० दिवसातून एकदा ग्राहकांना पाठविणे अनिवार्य असते. एका वेळी पाठविण्याच्या दस्तऐवजांची संख्या किमान ५००० असते. डाक विभाग ग्राहकांच्या दिलेल्या पत्त्यावर दस्तऐवज पोहोचविण्याचे काम करतो. सदर सुविधेसाठी डाक विभाग कोणत्याही प्रकारची उधारी/पत सुविधा देत नाही.

३) निधी पाठविण्याची सुविधा :

अ) इलेक्ट्रॉनिक निधी हस्तांतर (Electronic Money Order) : या सुविधेअंतर्गत 'मनी-ऑर्डर' मध्ये ज्याचे नाव निर्देशित केले आहे अशा व्यक्तीस रक्कम अदा करण्यासाठी डाकघराने जारी केलेली सूचना याला 'मनी ऑर्डर' (Money Order) असे म्हणतात. सदर मनी आर्डर डाक विभागाच्या विशेष सुविधेद्वारे पाठविली जाते. ज्याला पैसे द्यावे लागतात अशी व्यक्ती म्हणून मनी-ऑर्डरमध्ये नाव असते त्याला 'पैसे घेणारा' असे संबोधतात. या सुविधेद्वारे पैसे पाठविण्याचा फायदा म्हणजे निर्देशित व्यक्तिला त्याच्या घरी अथवा मुक्कामी पैसे मिळतात.

ब) त्वरित निधी सेवा (Instant Money Order) : भारतीय डाक मार्फत त्वरित निधी सेवा दिली जाते. ही सेवा जलद, सुलभ, किफायतशीर आणि विश्वासार्ह गणली जाते. ही संगणकीकृत सेवा भारतातील दोन रहिवासी व्यक्ती जवळच्या डाक घरामार्फत वापरू शकतात. सदर सुविधेअंतर्गत रू.१०००/- पासून रु. ५०,०००/- पर्यंतची रक्कम निर्देशित डाक घरामधून हस्तांतरित करता येऊ शकते. या सुविधेमार्फत पैसे पाठविणे आणि प्राप्त करणे सोपे आहे.

क) आंतरराष्ट्रीय निधी हस्तांतरण (International Money Transfer) : ही सुविधा परदेशामधून भारतातील वैयक्तिक लाभार्थीला पैसे हस्तांतरण करण्याचा एक जलद आणि सोपा मार्ग आहे. केवळ वैयक्तिक लाभार्थ्यालाच भारतामध्ये पैसे स्वीकारता येतात. भारतीय डाक विभाग, भारत सरकार आणि वेस्टर्न युनियन फायनान्शियल सर्व्हिसेसच्या अत्यंत प्रगत प्रणाली द्वारे जवळच्या डाकघरातून ही सुविधा उपलब्ध आहे. या द्वारे जगभरातील विविध १९५ देश आणि प्रातांमधून भारतात पैसे त्वरित पाठविले जाऊ शकतात.

४) सामान्य सेवा :

अ) सामान्य पोष्ट : सामान्य पोष्टच्या माध्यमातून डाक विभाग निवडक डाक घरांमार्फत तृतीय पक्ष उत्पादने व सेवा ग्राहकांच्या आसपास उपलब्ध करून देण्याची सेवा प्रदान करतो. या सुविधेअंतर्गत वीज देयके, कर संकलन, इतर देयके व शासनाचे शुल्क इत्यादीचा समावेश होतो. सामान्य पोष्टाच्या सुविधेअंतर्गत विविध अर्ज वितरित आणि स्वीकृत केले जातात.

ब) ई- पोष्ट (e-post) : डाक विभागाने ई-पोष्ट सुविधादेखील सुरू केली आहे. या माध्यमातून १,५५,००० डाक घरांमार्फत ग्राहक भारतातील कोणत्याही पत्त्यावर त्यांचे विविध प्रकारचे संदेश सहज पाठवू शकतात. ई-पोष्टद्वारे संगणकीकृत संदेश हा अंतिमस्थानापर्यंत पाठविला जातो आणि परत त्याची छापील प्रत घेऊन सदर संदेश इच्छित स्थळी वितरित केला जातो. भारतीय डाक विभागाबरोबर करार व सहकार्याने मोठ्या आस्थापना विविध प्रकारची कार्ये पार पाडतात. या ग्राहकांना विशेष सेवा शुल्क दर व इतर मूल्यवर्धित सेवा मिळतात.

ePost Office

(२) आधुनिक संप्रेषण साधने

अ) कुरिअर सेवा :

दोन किंवा अधिक पक्षांमधील वस्तूंच्या देवाणघेवाणीसाठी जबाबदार असलेली एखादी व्यक्ती किंवा संस्था कुरिअर सेवा म्हणून ओळखली जाते. बहुतांशी संस्था कुरिअर सेवांचा लाभ घेतात व कुरिअर सेवा पुरविणारी संस्था यासाठी सामान्य दर घेतात. सामान्य डाक सुविधांपेक्षा वेग, सुरक्षा व जलद सेवेच्या बाबतीत कुरिअर सेवा भिन्न असतात. सामान्यतः कुरिअर सेवा सामान्य डाक सेवेपेक्षा महाग असतात. DHL, DTDC,UPS कुरिअर सेवा देणाऱ्या संस्थांची उदाहरणे आहेत.

ब) इंटरनेट : Internet हे एकमेकांशी संगणकाद्‌वारे जोडलेल्या प्रणालीचे जाळे (network) असून ज्याचा जगभरात विशिष्ट पध्दतीने संगणक जोडण्यासाठी उपयोग केला जातो. या प्रणालीमध्ये खाजगी, सार्वजनिक, शैक्षणिक, व्यावसायिक आणि स्थानिक ते जागतिक व्याप्तीच्या सरकारी नेटवर्कचा समावेश होतो.

क) ई–मेल (Email : Electronic Mail)

विविध इलेक्ट्रॉनिक उपकरणे वापरून विविध प्रकारचे संदेश एकमेकांमध्ये देवाण–घेवाण करण्याच्या प्रक्रियेला ई–मेल असे म्हणतात. आजची ई–मेल प्रणाली साठवण व अग्रेषण (Storage and forward) प्रणालीवर आधारित आहे. सर्व्हर (Servers) संदेश स्वीकारतात, अग्रेषित करतात आणि संग्रहितदेखील करतात. सदर प्रणालीचा वापर करताना संदेश स्वीकारणाऱ्याला त्यावेळी हजर असणे आवश्यक नसते कारण आलेला संदेश हा संग्रहित ठेवला जातो.

तुलनात्मक अभ्यास / फरक स्पष्ट करा.

१) जीवन विमा, अग्नी विमा आणि सागरी विमा

जीवन विमा :	अग्नी विमा :	सागरी विमा :
	१) अर्थ	
जीवन विमा हा विमा हमीदार व विमा धारक यांच्यामधील करार असून, विमा हमीदार हा विमाधारकास विशिष्ट कालावधी संपल्यानंतर किंवा मृत्यू यापैकी सर्वात आधी जे होईल त्यासाठी भरपाई करण्यास, विमाधारकाने विमा हप्ता भरल्यानंतर बांधील असतो.	अग्नी विमा हा एक करार असून ज्याद्‌वारे विमा हमीदार हा विमा धारकास आगीमुळे होणाऱ्या नुकसानीची भरपाई हमी देण्यास देण्यास बांधील असतो.	सागरी विमा हा समुद्रात उद्‌भवणाऱ्या धोक्यांच्या नुकसानी पासून संरक्षणाची हमी देतो.

२) विमा धारक :		
जीवन विमा हा विमादार स्वतः साठी अथवा कुटुंबासाठी घेतला जातो.	अग्नीविमा हा विमाधारक त्याच्या व्यावसायिक मालमत्तेसाठी अथवा व्यावसायिक देण्यांसाठी घेतला जातो.	सागरी विमा हा सामान्यतः आयातदार, निर्यातदार आणि जहाज मालकीच्या संस्थांमार्फत घेतला जातो.
३) विषय बाब :		
विमाधारकाचे जीवन ही जीवन विम्यामध्ये विषय बाब असते.	अग्नी विम्यामध्ये संपत्ती आणि मालमत्ता ही विषय बाब असते.	सागरी विम्यामध्ये माल, जहाज, मालवाहतूक या विषयाची बाब असतात.
४) कालावधी :		
जीवन विमा हा कितीही वर्षांसाठी विमादाराच्या मृत्यूपर्यंत कितीही कालावधीसाठी घेता येतो.	अग्नी विम्याची मुदत साधारणतः एक वर्षापर्यंत असते.	सामान्यतः सागरी विमा लहान कालावधीकरिता असून एक महिन्यांपासून एक वर्षापर्यंत असतो. एक वर्षापेक्षा जास्त कालावधीसाठी सागरी विमा मिळत नाही.
५) भरपाई :		
भरपाई ही मृत्यूपश्चात अथवा विशिष्ट मुदतीपर्यंत यापैकी आधी जे होईल तेव्हा मिळते.	विमा कालावधीत आगीमुळे नुकसान झाल्यासच भरपाई मिळते.	विमा कालावधीत सागरी धोक्यांमुळे नुकसान झाल्यासच भरपाई मिळते.
६) नुकसान भरपाईचे तत्त्व :		
जीवन विम्यासाठी नुकसान भरपाईचे तत्त्व लागू नाही कारण मानवी जीवनाची किंमत पैशात होऊ शकत नाही.	अग्नी विम्यासाठी नुकसान भरपाईचे तत्त्व लागू पडते. सदरच्या नुकसान भरपाईमुळे विमाधारक नुकसान होण्यापूर्वीच्या आर्थिक परिस्थितीत परत येऊ शकतो.	सागरी विम्यासाठी नुकसान भरपाईचे तत्त्व लागू होते. सदरच्या नुकसान भरपाईमुळे विमाधारक नुकसान होण्यापूर्वीच्या आर्थिक परिस्थितीत परत येऊ शकतो.

७) विम्यांची संख्या :		
एका जीवनासाठी विमाधारक कितीही विमा योजना घेऊ शकतो. सर्व विम्यांमध्ये भरपाई लागू असते.	अग्नी विमा हा साधारणतः एका विम्यात घेता येतो. पुनर्विमा सुद्धा या बाबतीत लागू आहे. परंतू, नुकसान भारपाई ही फक्त वास्तविक नुकसानासाठीच मिळते.	सागरी विमा हा साधारणतः एका विम्यात घेता येतो. पुनर्विमा सद्धा या बाबतीत लागू आहे. परंतू, नुकसान भारपाई ही फक्त वास्तविक नुकसानासाठीच मिळते.
८) लाभार्थी :		
जीवन विम्यामध्ये लाभार्थी हा विमादार हयात असल्यास स्वतः अथवा निर्देशित व्यक्ती अथवा कायदेशीर वारसदार असतो.	लाभार्थी हा वस्तूंचा अथवा मालमत्तेचे विमा घेणारा विमादार असतो.	लाभार्थी हा विमादार व्यक्ती अथवा संस्था असू शकतो.
९) विम्याचे समर्पण :		
काही अटींच्या अधीन राहून विम्याचे समर्पन करता येते.	विम्याचे समर्पण होत नाही.	विम्याचे समर्पण होत नाही

२. **चालू खाते, बचत खाते, मुदत ठेव खाते**

१) अर्थ		
चालू खाते	**बचत खाते**	**मुदत ठेव खाते**
चालू खाते हे व्यावसायिक संस्था आणि कंपन्या यांच्यामार्फत नियमित बँक व्यवहारासाठी चालविले जाते.	बचत खाते म्हणजे बचत करण्यासाठी पगारदार किंवा वेतन घेणाऱ्या अथवा निश्चित उत्पन्न मिळविणाऱ्यांकडून उघडले जाणारे खाते होय.	निश्चित रक्कम ठरावीक कालावधीसाठी निश्चित व्याजदरावर ज्या खात्यामध्ये गुंतविली जाते त्यास मुदत ठेव खाते म्हणतात.

२) पैसे काढण्याची सुविधा (Withdrawals)		
धनादेशाद्वारे या खात्यामधून पैसे काढता येतात.	बचत खात्यामधून धनादेशाद्वारे किंवा पैसे काढायच्या दस्ताद्वारे पैसे काढता येतात.	सामान्यतः मुदतीपूर्वी पैसे काढण्यास मुभा नसते. पैसे काढल्यास कमी दराने व्याज दिले जाते.
३) सुविधा		
चालू खात्यासाठी खाते-पुस्तक, धनादेश पुस्तक, खात्याचा गोषवारा आणि पैसे भरण्यासाठी दस्त या सुविधा दिल्या जातात.	बचत खात्यावर सामान्यतः खातेपुस्तक, धनादेश पुस्तक, खाते गोषवारा सुविधा मिळतात.	मुदत ठेव खातेदारांना मुदत ठेव पावती दिली जाते.
४) योग्यता		
व्यापारी, छोटे विक्रेते, व्यावसायिक आणि संस्था इत्यादींसाठी योग्य आहे.	निश्चित उत्पन्न मिळविण्याऱ्यांसाठी योग्य आहे.	ठरावीक काळाकरिता अधिकची रक्कम असणाऱ्यांकडून योग्य आहे.
५) निर्बंध		
खात्यामध्ये निश्चित रक्कम असेपर्यंत कुठल्याही व्यवहारांवर मर्यादा नाही.	बचत खात्यावर पैसे काढण्यासाठी काही निर्बंध असतात.	विशिष्ट मुदतीनंतरच पैसे काढण्याचे निर्बंध असतात.
६) व्याजदर		
खातेदाराला कुठल्याही प्रकारचे व्याज देय नसते.	कमी व्याजदराने बचत खात्यावर व्याज दिले जाते.	जास्त कालावधी-जास्त व्याजदर या तत्त्वानुसार व्याज मुदत ठेव ठेवीदाराला मिळते.
७) खाते प्रकार		
सामान्यपणे चालू खाते निरंतर चालविले जाते.	बचत खाते सामान्यतः निरंतर चालविले जाते.	ठरावीक कालावधीसाठीच मुदत ठेव खाते असते.नूतनीकरण केल्यास मुदत वाढविता येते.
८) सुविधा		
चालू खात्यावर उचलेची अग्रिम सुविधा दिली जाते.	बचत खात्यावर अग्रिम सुविधा मिळत नाही.	मुदत ठेव रक्कमेच्या ९०% पर्यंत रक्कम कर्ज म्हणून मिळू शकते.

२) व्यावसायिक बँक आणि मध्यवर्ती बँक :

१) कार्य	
व्यावसायिक बँक	**मध्यवर्ती बँक**
व्यावसायिक बँकांचे प्रमुख कार्य म्हणजे लोकांकडून ठेवी स्वीकारणे आणि उद्योग व इतरांना कर्जपुरवठा करणे.	मध्यवर्ती बँकेचे प्रमुख कार्य म्हणजे देशातील वित्त पुरवठा सुरळित राखणे.
२) चलन छपाई	
व्यावसायिक बँकांचे प्रमुख कार्य म्हणजे लोकांकडून ठेवी स्वीकारणे आणि उद्योग व इतरांना कर्जपुरवठा करणे.	चलन छपाईची प्रमुख जबाबदारी ही मध्यवर्ती बँकेची असते.
३) ठेवी स्वीकृती	
व्यावसायिक बँका सामान्य लोकांकडून ठेव स्वीकारू शकतात.	मध्यवर्ती बँका लोकांकडून ठेव स्वीकृती करू शकत नाहीत.
४) कर्जपुरवठा	
व्यावसायिक बँका उद्योगांना आणि वाणिज्याला मागणीनुसार कर्जपुरवठा करतात.	मध्यवर्ती बँक देशातील बँका आणि वित्तीय संस्थांना कर्जपुरवठा करते
५) मालकी	
व्यावसायिक बँका या खाजगी आणि सरकारी मालकीच्या असतात.	मध्यवर्ती बँकेवर भारत सरकारची मालकी व नियंत्रण असते.
६) बँकांची संख्या	
भारतामध्ये विविध व्यावसायिक बँका कार्यरत आहेत.	भारतात एकच मध्यवर्ती बँक आहे. भारतीय रिझर्व्ह बँक ही भारतातील मध्यवर्ती बँक आहे.
७) वित्तीय धोरण	
व्यावसायिक बँका कुठल्याही प्रकारचे वित्तीय धोरण ठरवत नाही.	भारतातील वित्तीय धोरण ठरविण्याची व राबविण्याची जबाबदारी मध्यवर्ती बँकेची असते.
८) नियंत्रण	
व्यावसायिक बँका कोणावरही नियंत्रण करू शकत नाहीत.	भारतातील सर्व बँकावर नियंत्रण करण्याची जबाबदारी मध्यवर्ती बँकेची असते.

३) रस्ते वाहतूक, रेल्वे वाहतूक, जलवाहतूक, हवाई वाहतूक :

रस्ते वाहतूक	रेल्वे–वाहतूक	जल– वाहतूक	हवाई वाहतूक
१) वेग :			
रस्ते वाहतुकीचा वेग हा रस्त्यांच्या स्थितीमुळे अपघातामुळे हा धीमा असतो.	रेल्वे वाहतुकीचा वेग हा तुलनेने जास्त असतो	जल वाहतूक हा अत्यंत धीमा वाहतुकीचा प्रकार आहे.	हवाई वाहतूक हा अत्यंत वेगवान वाहतुकीचा प्रकार आहे.

२) वहन–क्षमता :			
रस्ते वाहतुकीमध्ये वाहनांसाठी मर्यादित क्षमता असते.	रेल्वे वाहतुकीमध्ये जास्त वहन क्षमता असते.	वाहतूकीमध्ये वहनक्षमता जास्त असते.	हवाई वाहतुकीमध्ये मर्यादित वहनक्षमता असते.
३) गुंतवणूक मूल्य :			
रस्ते बांधणी, वाहने आणि त्यांची देखभाल या दृष्टीने मर्यादित गुंतवणूक असते.	रेल्वे वाहतुकीमध्ये लोहमार्ग उभारणी, गाडीचे डबे यासाठी जास्त गुंतवणूक लागते. याचबरोबर या सर्वाचा देखभाल खर्चदेखील जास्त असतो.	जल वाहतुकीमध्ये नैसर्गिक मार्गांचा अवलंब केला जातो. त्यामुळे बांधणीचा खर्च येत नाही. परंतु, जलवाहतुकीत वाहतुकीच्या साधनांच्या सुटे भाग व देखभालीचा खर्च येतो.	सर्व प्रकारच्या वाहतुकीच्या प्रकारात याचा गुंतवणूक व चलनवलन खर्च हा सर्वात जास्त असतो.
४) अंतर :			
कमी अंतरासाठी योग्य आहे.	रेल्वे वाहतूक कमी तसेच अधिक अंतरासाठी योग्य आहे.	जलवाहतूक ही लांब पल्ल्याच्या अंतरासाठी सुयोग्य आहे.	दूरवरच्या अंतरासाठी सुयोग्य आहे.
५) शुल्क :			
वाहतुक शुल्क निश्चित नसते परंतु इंधनातील किंमतीच्या चढउतारामुळे सामान्यपणे जास्त असते.	अंतराप्रमाणे शुल्क निश्चित व कमी असते.	सर्वसाधारणपणे शुल्क हे कमी असते.	हवाई वाहतुकीमध्ये अधिक शुल्क आकारले जाते.
६) घरपोच सुविधा :			
घरपोच सुविधा उपलब्ध होते.	घरपोच सुविधा उपलब्ध नसते.	घरपोच सुविधा उपलब्ध नसते.	घरपोच सुविधा उपलब्ध नसते.
७) वाहतुकीची साधने :			
रस्ते वाहतुकीसाठी प्राणी चलीत, गाडया, मोटार वाहन, चारचाकी/दुचाकी यांचा समावेश होतो.	रेल्वे वाहतुकीमध्ये सामान्यतः प्रवासी गाडया व मालवाहू गाडया यांचा अंतर्भाव होतो.	मोठी मालवाहू जहाजे, मोठ्या, बोटी यांचा समावेश जलवाहतुकीत होतो.	मोठी प्रवासी विमाने, वेगवान विमाने, हेलिकॉप्टर यांचा समावेश हवाई वाहतुकीत होतो.

८) सुयोग्यता :			
कमी अंतरावर हलक्या/ कमी वस्तू वाहून नेण्यासाठी सुयोग्य आहे.	अवजड वस्तू लांब पल्ल्याच्या अंतरावर वाहून नेण्यासाठी रेल्वे वाहतूक सुयोग्य आहे.	मोठ्या प्रमाणावर माल वाहतुकीसाठी यांत्रिकी साधने व अवजड वस्तू जगभरात पोहोचविण्यासाठी उपयुक्त आहे.	हलक्या स्वरूपाचा माल वाहून नेण्यासाठी जगभरामध्ये उपयोग केला जाऊ शकतो.
९) सुरक्षितता :			
उन, वारा, पाऊस यापासून कमी संरक्षण मिळते.	बंद डब्यांमधून मालाची वाहतूक होत असल्याने उन, वारा, पाऊस यापासून संरक्षण मिळते.	विशिष्ट पद्धतीच्या वेष्टनामुळे मालमत्ता सुरक्षित राहते.	विशिष्ट पद्धतीच्या वेष्टनामुळे मालमत्ता सुरक्षित राहते.
१०) अपघात :			
रस्ते वाहतुकीत कमी सुरक्षितता असते.	अपघातांची संख्या एकल मार्ग आणि अद्ययावत सूचना प्रणाली यामुळे मर्यादित असते.	जलवाहतुकीमध्ये सुरक्षितता जास्त प्रमाणात असते.	तज्ञ चालक आणि योग्य देखभाल व आधुनिक प्रणाली यामुळे सुरक्षितता असते.
११) मालकी :			
रस्ते वाहतूक खाजगी तसेच सरकारी मालकीची असते.	सामान्यतः रेल्वे वाहतूक संपूर्णपणे सरकारी मालकीची आहे.	खाजगी आणि सरकारी अशी दोन्ही क्षेत्रे जलवाहतूक करतात.	खाजगी आणि सरकारी अशी दोन्ही क्षेत्रे हवाईवाहतूक करतात.

सारांश

व्यावसायिक सेवा

१. बँकिंग   २. विमा   ३. वाहतूक   ४. गोदाम   ५. संप्रेषण

१) बँकिंग :

बँकांचे प्रकार :

१) मध्यवर्ती बँक २) व्यावसायिक बँक ३) सहकारी बँक ४) विकास बँक

५) विनिमय बँक ६) प्रादेशिक ग्रामीण बँक ७) बचत बँक ८) गुंतवणूक बँक ९) विशेष बँक

बँकांची कार्ये :

१) प्राथमिक कार्ये २) दुय्यम कार्ये

२) विमा :

विम्याची तत्त्वे :

१) परमोच्च विश्वासाचे तत्त्व २) विमाहिताचे तत्त्व ३) नुकसान भरपाईचे तत्त्व

४) प्रत्यासनाचे तत्त्व ५) योगदानाचे तत्त्व ६) नुकसान कमी करण्याचे तत्त्व

७) सर्व साधारण कारण तत्त्व / निकटतम तत्त्व

विम्याचे प्रकार :

१) जीवन विमा २) सागरी विमा ३) अग्नीविमा

३) वाहतूक :

वाहतुकीची साधने :

१) रस्ते वाहतूक २) रेल्वे वाहतूक ३) जलवाहतूक ४) हवाई वाहतूक

५) मोनोरेले आणि मेट्रो ६) रोप वे ७) पाईपलाईन

४) गोदाम :

कार्ये :

१) मालाची साठवण

२) किंमत स्थिरीकरण

३) जोखीम पत्करणे

४) वित्तपुरवठा

५) वर्गवारी आणि प्रतवारी

६) वाहतूक

७) वेळ आणि स्थल उपयुक्तता

८) प्रक्रिया

प्रकार :

१) खाजगी गोदामे २) सार्वजनिक गोदामे ३) करदेय गोदामे ४) करदत्त गोदामे

५) शासकीय गोदामे ६) सहकारी गोदामे ७) शीतगृहे

५) संप्रेषण :

संप्रेषणाचे प्रकार

१) डाक सेवा –

१. टपाल सेवा २. विशेष टपाल सेवा ३. निधी पाठविण्याची सेवा ४. किरकोळ सेवा

२) आधुनिक संप्रेषण –

१. कुरिअर २. इंटरनेट ३. ई-मेल

स्वाध्याय

प्र. १ अ) रिकाम्या जागी योग्य पर्याय निवडून वाक्य पुन्हा लिहा.

१) .... वाहतुकीमुळे घरपोच सेवा दिली जाते.

अ) रेल्वे ब) रस्ते क) हवाई

२) .... समय उपयोगिता निर्माण करते.

अ) गोदाम ब) वाहतूक क) संदेशवहन

३) नाशवंत वस्तू.............. गोदामात साठविल्या जातात.

अ) करदेय ब) शीतगृह क) सरकारी

४) जहाज बंदरावर असताना सर्व धोक्याचा समावेश .... विमापत्रात होतो.

अ) बंदर धोके ब) सागरी प्रवास क) तरल

५) आयुर्विम्यास .... तत्त्व लागू होत नाही.

अ) विमा हित ब) परमोच्च विश्वासाचे तत्त्व क) नुकसान भरपाई

ब) योग्य जोड्या जुळवा.

'अ' गट	'ब' गट
अ) हवाई वाहतूक	१) समय उपयोगिता
ब) गोदाम सेवा	२) अमूर्त स्वरूप
क) पैसे पाठविणे	३) जलद वाहतुकीचे साधन
ड) नलिकेद्वारे वाहतूक (Pipe Line)	४) एप्रिल २०१९
इ) व्यावसायिक सेवा	५) वेस्टर्न युनियन मनी ट्रान्सफर
	६) मुदत ठेव खाते
	७) पेट्रोलियम आणि गॅस
	८) मूर्त स्वरूप
	९) स्थळ उपयोगिता
	१०) बचत खाते

क) खालील वाक्यांसाठी योग्य शब्द, शब्द समूह, संज्ञा सुचवा.

१) केंद्र शासन, राज्य शासन किंवा स्थानिक स्वराज्य संस्थांची मालकी, व्यवस्थापन आणि नियंत्रण असलेला गोदामाचा प्रकार

२) एका व्यक्तीकडून दुसऱ्या व्यक्तीकडे कल्पना, वस्तुस्थिती, माहिती इ. चे देवाण घेवाण करण्याची कला

३) एकाच रूळावरून धावणारी रेल्वे

४) पेट्रोलियम आणि वायूच्या वाहतुकीसाठी वापरला जाणारा वाहतूक प्रकार

५) देशभरातील भूपृष्ठ वाहतुकीचा विकास करणारे मंत्रालय

ड) खालील विधाने चूक की बरोबर ते लिहा.

१) व्यवसायाच्या विस्तारासाठी व्यावसायिक सेवा महत्त्वाच्या आहेत.

२) चालु खाते कर्मचारी उघडतात.

३) NEFT म्हणजे नॅशनल इलेक्ट्रिक फंड ट्रान्सफर

४) हवाई वाहतूक हे सर्वात स्वस्त वाहतुकीचे साधन आहे.

५) इंटरनेट ही जागतिक स्तरावरील संगणकांना विशिष्ट प्रणाली ने संगणकांना जोडणारे माध्यम आहे.

इ) गटात न बसणारा शब्द शोधा.

१) प्राथमिक पतसंस्था, सहकारी संस्था, राज्य सहकारी बँक, जिल्हा सहकारी बँक, विनिमय बँक

२) नाबार्ड, आर.बी.आय. सिडबी, एक्झिम

३) थेट मेल, लॉजिस्टिक पोस्ट, व्यावसायिक पोष्ट, पार्सल

४) इंडोमेंट विमा पॉलिसी, संपूर्ण जीवन विमा, पैसे परतावा योजना, सर्वसमावेशक विमापत्र

फ) खालील विधाने पूर्ण करा.

१) बँक हा शब्द ················ फ्रेंच शब्दापासून आला आहे.

२) ················ गोदाम नाशवंत वस्तूंसाठी साठवणुकीची सुविधा उपलब्ध करून देतात.

३) ················ विम्यात एकाच मालकाच्या अनेक जहाजांचा विमा उतरवला जातो.

४) मोबाईल फोन द्वारे पुरविल्या जाणाऱ्या बँकिंग सुविधेला .... बँकिंग असे म्हणतात.

ग) कंसातील अचूक पर्याय निवडून तक्ता पूर्ण करा.

(तात्काळ निधी हस्तांतर प्रणाली (RTGS), राष्ट्राच्या बँकिंग क्षेत्रातील सर्वोच्च वित्तीय संस्था, आवर्ती ठेव, दिर्घ मुदती कर्ज भारतीय लघु उद्योग विकास बँक)

	'अ' गट	'ब' गट
१)	....	तत्काळ निधी वर्ग करण्याची सुविधा
२)	दिर्घ कालीन भांडवली गरज पूर्ण करणारे कर्ज	....
३)	....	कर्मचारी आणि व्यावसायिक यांनी उघडलेले खाते
४)	मध्यवर्ती बँक	....
५)	....	लघू व मध्यम उद्यम क्षेत्राला वित्तपुरवठा करणारी वित्तीय संस्था

ह) एका वाक्यात उत्तरे लिहा.

१) डेबिट कार्ड म्हणजे काय?

२) विषय बाब म्हणजे काय?

३) सरकारी गोदाम म्हणजे काय?

४) हवाई वाहतूक म्हणजे काय?

५) संदेशवहन म्हणजे काय?

ई) खालील वाक्यातील अधोरेखित शब्द दुरुस्त करून वाक्य पुन्हा लिहा.

१) बँका अधिविकर्ष सवलत <u>बचत</u> खातेधारकांना उपलब्ध करून देतात.

२) सेवा <u>दृश्य</u> स्वरूपात असतात.

३) विमा व्यवसायातील धोके <u>वाढविण्यास</u> मदत करते.

४) <u>विदेशी</u> बँक ही राष्ट्राच्या बँकिंग क्षेत्रातील सर्वोच्च वित्तीय संस्था आहे.

५) RTGS म्हणजे <u>Reasonable</u> Time Gross Settlement

ज) योग्य क्रम लावा.

१) दावा, अपघात, पॉलिसी घेणे, नुकसान भरपाई

२) इ-मेल, आंतर्देशीय पत्र, कुरिअर सेवा

प्र.२. खालील संज्ञा / संकल्पना स्पष्ट करा.

१) वाहतूक २) संदेशवहन ३) बँकिंग ४) विमा ५) साठवणूक

प्र. ३. खालील घटना / परिस्थितीचा अभ्यास करून आपले मत लिहा.

१) सौ. हर्षाली यांनी दोन वर्षापूर्वी नवीन व्यवसाय सुरु केला आहे. तिच्या व्यवसायाचे ग्राहक संपूर्ण देशभर असल्याने ग्राहक बिलाची रक्कम प्रत्यक्ष खात्यात जमा करतात. त्याचवेळी हर्षालीसुद्धा विविध देणे व्यवसायाच्या खात्यातूनच करते.

१) हर्षालीच्या खात्याचा प्रकार ओळखा.

२) हर्षालीस पैसे पाठविण्याचा कोणताही एक आधुनिक मार्ग सुचवा.

३) हर्षाली तिच्या बँक खात्यावर घेऊ शकणारी एखादी सुविधा सांगा.

२) श्री. जगन हे पगारी कर्मचारी आहेत. ते आपल्या दोन वर्षाच्या मुलाची संरक्षण आणि सज्ञान झाल्यानंतर आर्थिक गरजांची पूर्तता करण्याची खात्री देणारी विमा पॉलिसी घेऊ इच्छितात.

१) श्री. जगन यांना त्यांच्या मुलासंबंधीच्या गरजा समाधानकारक पूर्ण करणारी विमा पॉलिसी सुचवा.

२) विमा पॉलिसीचा लाभार्थी कोण आहे ?

३) वरील घटनेमध्ये कोणत्या तत्त्वाचा समावेश होतो ?

३) श्री. शरण एक यशस्वी उत्पादक आहेत. त्यांचे विविध ठिकाणी उत्पादनाचे कार्य चालते. ते मोठ्या प्रमाणात उत्पादनाचे कार्य करित असल्याने त्यांच्याकडे कच्चा आणि उत्पादित मालाचा मोठ्या प्रमाणात साठा आहे. त्यांना कोणत्याही अनपेक्षित आर्थिक धोक्यापासून मालाच्या संरक्षणासंबंधी काळजी वाटते. तसेच त्यांना कच्चा व पक्का माल एका शाखेतून दुसऱ्या शाखेत पाठवावा लागतो परंतु त्यासाठीची कोणतीही सुविधा उपलब्ध नाही. त्यांना व्यावसाय विस्तारासाठी निधीचीसुद्धा आवश्यकता आहे.

१) त्यांना मालाचे सर्व प्रकारच्या धोक्यापासून संरक्षण देणारी सेवा सुचवा.

२) विविध स्थान (ठिकाण) मुळे निर्माण होणारे अडथळे दूर करणारी सेवा कोणती?

३) श्री. शरण कोणत्या सेवेद्वारे अर्थसहाय्य मिळवू शकतात?

४) श्री. अमित हे व्यावसायिक आहेत. त्यांचे पुणे आणि नाशिक येथे कारखाने आहेत. श्री अमित हे कुटुंबांसह पुण्यामध्ये स्थायिक असून त्यांना ५ आणि ८ वर्षे वयाच्या दोन मुली आहेत.

१) श्री. अमित हे त्यांच्या पत्नी व दोन मुलींसाठी जीवन विमा घेऊ शकतात का?

२) श्री. अमित हे सागरी विमा त्यांच्या कारखान्यासाठी घेऊ शकतात का?

३) आगीमुळे कारखान्याच्या होणाऱ्या नुकसानीच्या भरपाईसाठी कोणत्या प्रकारचा विमा श्री अमित होऊ शकतात.

प्र. ४. फरक स्पष्ट करा.

१) करदत्त गोदाम आणि करदेय गोदाम

२) मध्यवर्ती बँक आणि व्यापारी बँक

३) रस्ते वाहतूक आणि हवाई वाहतूक

४) जीवन विमा आणि सागरी विमा

५) बचत खाते आणि चालू खाते

६) जीवन विमा आणि अग्नीविमा

७) रस्ते वाहतूक आणि रेल्वे वाहतूक

८) रेल्वे वाहतूक आणि हवाई वाहतूक

९) चालु खाते आणि मुदत ठेव खाते

प्र. ५. खालील प्रश्नांची थोडक्यात उत्तरे लिहा.

१) ठेवीचे कोणतेही चार प्रकार सांगा.

२) वाहतुकीचे कोणतेही चार साधने सांगा.

३) आयुर्विम्याचे कोणतेही चार प्रकार सांगा.

४) व्यावसायिक सेवांची कोणतीही चार वैशिष्ट्ये सांगा.

५) पोष्टाने पैसे पाठविण्याच्या सेवा सांगा.

प्र.६. खालील विधाने सकारण स्पष्ट करा.

१) हवाई वाहतूक हा वाहतुकीचा सर्वात जलद प्रकार आहे.

२) व्यवसायाच्या विस्तारासाठी संदेशवहन आवश्यक असते.

३) प्रत्यासनाचे तत्त्व हे सर्व नुकसान भरपाईच्या करारास लागू पडते.

४) साठवणूक ही महत्त्वपूर्ण आहे.

५) ए.टी.एम.मधून कधीही पैसे काढता येतात.

प्र.७. खालील प्रश्न सोडवा.

१) पोष्टाने पैसे पाठविण्याच्या सेवा स्पष्ट करा.

२) सागरी विम्याचे प्रकार स्पष्ट करा

३) गोदामाचे प्रकार सांगा.

४) बँकेची (उपयुक्तता) कार्ये सांगा.

५) संप्रेषणाची पारंपारिक साधने सांगा.

६) हवाई वाहतुकीच्या मर्यादा सांगा.

७) गोदामांची कार्ये सांगा.

प्र.८. खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

१) विमा म्हणजे काय? विम्याची तत्त्वे स्पष्ट करा.

२) बँकेचा अर्थ स्पष्ट करून बँकाचे विविध प्रकार स्पष्ट करा.

३) गोदाम म्हणजे काय? गोदामाचे विविध प्रकार स्पष्ट करा.

४) व्यावसायिक सेवा म्हणजे काय? विविध व्यावसायिक सेवा स्पष्ट करा.

५) संप्रेषण म्हणजे काय? संप्रेषणाचे विविध प्रकार थोडक्यात स्पष्ट करा.

६) रस्ते वाहतूक म्हणजे काय? रस्ते वाहतुकीचे फायदे आणि मर्यादा सांगा.

उत्तर सूची :

प्र.१. अ) १) रस्ते २) गोदाम ३) शीतगृह ४) बंदर धोके ५) नुकसान भरपाई

ब) अ) ३ ब) १ क) ५ ड) ७ इ) २

क) १) सहकारी २) 'संप्रेषण ३) मोनोरेल ४) पाईपलाईन वाहतूक ५) भूपृष्ठ वाहतूक आणि महामार्ग मंत्रालय

ड) बरोबर - १, ५ चूक - २, ३, ४

इ) १) विनिमय बँक २) भारतीय रिझर्व्ह बँक ३) पार्सल ४) सर्वसमावेशक विमा

फ) १) बँको २) शीतगृह ३) ताफा / एक गठ्ठा ४) मोबाईल

ग) १) आर. टी. जी. एस २) दीर्घमुदती कर्ज ३) आवर्ती ठेव ४) बँकिंग क्षेत्रातील सर्वोच्च वित्तीय संस्था ५) भारतीय लघू उद्योग विकास बँक

ई) १) चालू २) अदृश्य ३) कमी करण्यास ४) मध्यवर्ती ५) Real

ज) १) पॉलीसी घेणे, अपघात, दावा, नुकसान भरपाई

२) आंतरदेशीय पत्र, कुरिअर, इ-मेल

व्यावसायिक संधी -

१) बँक-बँक चालविणे, व्यवस्थापक, इ-सेवा केंद्र

२) विमा- विमा प्रतिनिधी, विमा सल्लागार

३) साठवणूक- गोदाम रक्षक, गोदाम व्यवस्थापक

४) वाहतूक - वाहतूक सेवा, कुरिअर सेवा

संदर्भ सूची :

1. Textbook of Organisation of Commerce and Management of MSBSHSC, Pune, standard XII, Edition: 2013.
2. Textbook of Organisation of Commerce and Management of Manan Prakashan by Michael Vaz, Edition: May, 2013.
3. http:/ /statisticstimes.com/ economy/ sectorwise-gdp-contribution-of-india.php
4. Ministry of Shipping, Ministry of Railways, Ministry of Road Transport and Highways.
5. www.rbi.org.in.
6. www.yourarticlelibrary.com
7. https://www.indiapost.gov.inN AS/DOP PDFFiles/Post_AR_English_2017-18.pdf
8. www.indiapost.gov.in.
9. www. wikipedia.com
10. janabank.com,aubank.in,equitasbank.com
11. economicstimes.com

*****

५ व्यवसायातील उभरत्या पद्धती

५.१ इ. व्यवसाय
- ५.१.१ अर्थ
- ५.१.२ इ - व्यवसायाची व्याप्ती
- ५.१.३ इ - व्यवसायाचे फायदे
- ५.१.४ इ - व्यवसायाच्या मर्यादा

५.२ ऑनलाईन व्यवहार
- ५.२.१. अर्थ
- ५.२.२ ऑनलाईन व्यवहाराची प्रक्रिया

५.३ बाह्य सेवा
- ५.३.१ अर्थ/संकल्पना
- ५.३.२ बाह्यसेवेची गरज
- ५.३.३ बाह्यसेवेचे फायदे
- ५.३.४ बाह्यसेवेचे तोटे
- ५.३.५ व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यसेवा (BPO)
- ५.३.६ ज्ञान प्रक्रिया बाह्यसेवा (KPO)
- ५.३.७ कायदे प्रक्रिया बाह्यसेवा (LPO)

तुलनात्मक अभ्यास/फरक

सारांश

स्वाध्याय

५.१ इ – व्यवसाय : (E-Business)

''वाढ, जागतिकीकरण, वेग आणि स्पर्धात्मकता म्हणजे आधुनिक युगाचा मूलमंत्र होय.'' इ-व्यवसाय हा शब्द इलेक्ट्रॉनिक व्यवसायाचे संक्षिप्त रूप आहे. १९९७ मध्ये IBM ने प्रथमच इ-व्यवसाय हा शब्द वापरण्यास सुरूवात केली. तोपर्यंत इ-कॉमर्स हा शब्द वापरला जात असे. इ-व्यवसाय म्हणजे इंटरनेटच्या माध्यमातून जनतेचा आणि प्रक्रियेचा संबंध जोडणे होय. जगभरातील ग्राहकांसाठी हे नवीन द्वार उघडते. व्यवसायामुळे भागीदार, कर्मचारी आणि पुरवठादार यामध्ये जवळीक आणि जबाबदारीचे परस्पर संबंध निर्माण होतात. इ-व्यवसाय माहिती तंत्रज्ञान (IT) प्रणालीस जोडते, आत्मसात करते आणि कार्यरत करते त्यामुळे संघटनेस व्यवसायाचा कार्यभार प्रभावीपणे सांभाळणे सोपे होते. इंटरनेटच्या माध्यमातून विद्यमान उत्पादने आणि सेवांचे मूल्य वाढविणे यासाठी नवीन व आकर्षक मार्ग शोधणे शक्य आहे.

इलेक्ट्रॉनिक व्यवसाय म्हणजे वेब, इंटरनेट, इंट्रानेटस, एक्स्ट्रानेटस किंवा त्यातील काहींचे एकत्रीकरण होय. इ-व्यवसाय म्हणजे काही तांत्रिक बदल नाही. हा एक व्यवसायातील असा मूलभूत बदल आहे की जो तंत्रज्ञानाद्वारे मान्यताप्राप्त, आधार असलेला मूलभूत बदल आहे.

इंटरनेट आणि वेबचे समर्थन करणारे एकत्र येऊन विक्री, ग्राहक संबंध, उत्पादनसेवांचा आराखडा, सेवा वापरण्याचा पाठिंबा, भौगोलिक विस्तारीकरण, वाहतूक आणि पुरवठयाचे एकत्रीकरण करतात. म्हणजेच इंटरनेटचा वापर करून व्यवसाय करणे. आज जे अशक्य वाटते ते तंत्रज्ञानाच्या सहाय्याने उद्याला सहज साध्य होऊ शकते.

५.१.१ अर्थ Meaning :

इ-व्यवसाय म्हणजे इलेक्ट्रॉनिक व्यवसाय. या संज्ञेची उत्पत्ती 'इ-मेल' आणि 'इ-कॉमर्स' या संज्ञेपासून झाली आहे.

इ-व्यवसाय किंवा इलेक्ट्रॉनिक व्यवसाय हा इंटरनेट द्वारे व्यवसायाचे प्रशासन करते. यामध्ये वस्तू आणि सेवांची खरेदी व विक्री इंटरनेटच्या माध्यमाने तांत्रिक किंवा ग्राहकांचा पाठिंबा घेऊन केली जाते. ९० च्या दशकात IBM कंपनीने या संज्ञेला उपयोगात आणले. खरेदीदाराला इंटरनेटवर वस्तूंची खरेदी व विक्री करण्यास व्यासपीठ उपलब्ध करून देणे हा उद्देश होता.

ऑनलाईन पदधतीद्वारे वस्तू विकणाऱ्या वेबसाईटला भेट द्या.

काही लोक 'इ-व्यवसाय' आणि 'इ-वाणिज्य' या संज्ञा अदलाबदल करून वापरतात. परंतु त्या संज्ञा समानार्थी नाहीत. 'इ-वाणिज्य' म्हणजे ऑनलाइन खरेदी आणि विक्री तर 'इ-व्यवसाय' म्हणजे ऑनलाईन व्यवहारातील सर्व व्यवसायाचा यात समावेश होतो. 'इ-वाणिज्य' ही 'इ-व्यवसायाची' शाखा आहे.

५.१.२ इ-व्यवसायाची व्याप्ती (Scope of E-Business) :

इ-व्यवसायाचा विस्तार फक्त ऑनलाईन खरेदी पुरताच मर्यादित नाही. त्यात ऑनलाईन साठा, व्यवहार आणि सॉफ्टवेअरचा उपयोग इ.चा समावेश होतो. भारतात आजपर्यंत व्यापार परंपरागत पद्धतीनुसार चालविला जात होता. आता अनेक व्यवसायामध्ये इ-व्यवसायामुळे होणाऱ्या फायद्यांची जाणीव झाली आहे आणि त्यांच्या कार्यरचनेमध्ये ते त्याचा समावेश करीत आहेत. वेगवेगळ्या व्यवसायामध्ये चांगले दळणवळण होण्यास त्याची मदत होते आणि मोठ्या संघटनेसाठी खरेदी करणेदेखील शक्य होते.

इ-व्यवसायाची व्याप्ती विस्तृत आहे. हे आपण वर नमूद केले आहे. व्यवसायाची सर्व कार्ये जसे उत्पादन, वित्त, विपणन आणि कर्मचारी प्रशासन तसेच व्यवस्थापकीय कार्ये नियोजन, संघटन आणि नियंत्रण यासारखी कार्ये संगणकावर करता येतात. इ-व्यवसायाची व्याप्ती पाहण्याचा दुसरा मार्ग म्हणजे इलेक्ट्रॉनिक व्यवहारात गुंतलेल्या व्यक्ती किंवा व्यक्ती समूहांचा समावेश होय. इ-व्यवसायात शोधनाचे अनेक ॲप लोकप्रिय झाले आहेत. जसे की, Phone pay (फोन पे), google pay (गुगल पे), स्विगी, ओला इ

या दृष्टिकोनातून पाहिल्यास संस्था, इलेक्ट्रॉनिक व्यवहार आणि व्यवहारांचे जाळे विविध विस्तृत दिशांमध्ये दृष्टीस येतील. त्याचे सहा प्रकार खालीलप्रमाणे.

१) व्यवसाय ते व्यवसाय (बी-टू-बी) B 2 B
२) व्यवसाय ते ग्राहक (बी-टू-सी) B 2 C
३) ग्राहक ते व्यवसाय (सी-टू-बी) C 2 B
४) ग्राहक ते ग्राहक (सी-टू-सी) C 2 C
५) व्यवसाय ते प्रशासन (बी-टू-ए) B 2 A
६) ग्राहक ते प्रशासन (सी-टू-ए) C 2 A

१) **व्यवसाय ते व्यवसाय–** Business to Business (B 2 B) :

या प्रकारात खरेदीदार आणि विक्रेते हे दोन्ही व्यवसाय संस्था आहेत. आणि कोणतेही वैयक्तिक ग्राहक नाहीत. येथे दोन्ही पक्ष इ-वाणिज्य आणि इ-व्यवसाय यात समाविष्ट होतात म्हणून त्यास (B 2 B) व्यवसाय ते व्यवसाय असे म्हणतात.

व्यावसायिक संस्थांमध्ये होणारे व्यवहार या प्रकारात मोडतात. अनेक प्रकारच्या सेवांसाठी व्यापारी संस्था एकमेकांशी संवाद साधतात. यात दुय्यम किंवा सहाय्यभूत भागांचा पुरवठा, उत्पादनासाठी असलेले घटक, पैसे घेऊन सेवा पुरविणे, जसे केटरिंग म्हणजे अन्न पुरविण्याचा व्यवसाय आणि मनुष्य बळाचा पुरवठा यांचा समावेश होतो.

२) **व्यवसाय ते ग्राहक** –Business to Consumer (B 2 C) :

ग्राहक त्यांच्या गरजा ओळखतो आणि त्या गरजा भागविण्यासाठी उत्पादन किंवा सेवा शोधतो. ग्राहक विक्रेता निवडतात आणि किमतीशी वाटाघाटी करतात. ग्राहकांना उत्पादन किंवा सेवा प्राप्त होतात, पैसे भरतात, हमी आणि सेवा मिळतात.(B 2 C) या नावाप्रमाणेच व्यवहाराच्या एका बाजूला व्यावसायिक कंपन्या तर दुसऱ्या बाजूला ग्राहक असतात. हे व्यवहार व्यवसाय आणि ग्राहक यांच्यात होतात.

व्यवसाय ते ग्राहक (B 2 C) च्या अंतर्गत होणारे व्यवहार व्यवसाय संस्था आणि ग्राहक यांच्यात होतात. विपणन कार्यासाठी संस्था त्यांचे संकेतस्थळ वापरतात. यामध्ये विक्रयवृद्धी, वस्तूंची माहिती, उत्पादनांची माहिती, उत्पादन आणि सेवेचा आढावा आणि घरापर्यंत वस्तू पोहोचविणे इ.चा समावेश होतो. या पद्धतीत वस्तू व सेवेची किंमत कमी ठेवण्यात येते आणि व्यवहारांचा वेग देखील जलद असतो. प्रचलित संकेतस्थळे यांची उदाहरणे आहेत. w.w.w.flipkart.com

३) **ग्राहक ते व्यवसाय–** Consumer to Business (C 2 B) :

या इलेक्ट्रॉनिक व्यवहारात ग्राहक व्यवसायाकडून विशिष्ट सेवेची विनंती करतो. ग्राहक ते व्यवसाय ही व्यवसायाची व्याप्ती आहे. जेथे ग्राहक व्यवसायाकडून विशिष्ट सेवेसाठी विनंती करतात. यामुळे खरेदीदाराला विशिष्ट वस्तू किंवा सेवांसाठी स्वत:ची किंमत सांगता येते. ग्राहक आपली विनंती सुव्यवस्थित अंदाजपत्रकासह ऑनलाईन व्यवहारामध्ये संकेतस्थळावर टाकतो. कंपन्या ग्राहकांच्या आवश्यकता आणि बोली किमतीचा आढावा घेतात. **उदा.** कीटक नियंत्रण सेवा, मोटार सेवा सुविधा, घरापर्यंत अन्न पोहोचविण्याची सुविधा इ.

४) **ग्राहक ते ग्राहक** – Consumer to Consumer (C 2 C) :

यामध्ये दोन व्यक्तींमधील वस्तू किंवा सेवांचा ऑनलाईन व्यवहार सुलभ करते. त्रयस्थ पक्षांद्वारे ग्राहक आणि ग्राहक यांच्यातील ऑनलाईन व्यवहार इलेक्ट्रॉनिक पद्धतीने पार पाडणाऱ्या सुविधांचा समावेश होतो. एक ग्राहक विक्रीसाठी आपली वस्तू ऑनलाईन व्यवहारामध्ये संकेतस्थळावर पोस्ट करतो आणि दुसरा ग्राहक त्या वस्तूंची खरेदी आणि बोली लावतो. संकेतस्थळ या ग्राहकांना एकत्र आणण्यासाठी मध्यस्थ म्हणून कार्यरत असतात. ग्राहकांचे गट तयार करण्यासाठी इंटरनेट खूप मोकळीक देते. हे ग्राहक मंच खूप क्रियाशील असतात. अशा मंचाद्वारे तक्रारीवर भरपाई मिळणेदेखील शक्य असते अशा संकेतस्थळाचे उदाहरण म्हणजे ई-बे (e-bay) हे होय.

५) **व्यवसाय ते प्रशासन–** Business to Administration (B 2 A) :

ह्या प्रकारात व्यवसाय आणि लोक प्रशासन यांच्यात ऑनलाईन केलेल्या सर्व व्यवहारांचा समावेश आहे.

उदा. कंपनीची नोंदणी, कर भरणे, परवाने मिळविणे इ.

६) **ग्राहक ते प्रशासन –** Consumer to Administration (C 2 A) :

ग्राहक ते प्रशासन प्रतिकृतीमध्ये व्यक्ती आणि सार्वजनिक प्रशासन दरम्यान आयोजित सर्व इलेक्ट्रॉनिक व्यवहार समाविष्ट असतात.

उदा. पासपोर्ट मिळवणे, आधार कार्ड, परवाने मिळवणे इ.

फक्त जाणून घेण्यासाठी

१९९७ – 'इ–व्यवसाय' या नवीन शब्दाची ओळख ऑक्टोबर १९९७ मध्ये IBM या कंपनीने सर्वप्रथम या संज्ञेला उपयोगात आणले. इ–व्यवसायाच्या आसपास थीमॅटिक मोहीम सुरू केली.

१९९९ – इ–व्यवसाय B 2 C वरून B 2 B वर विशेष भर दिला.

२००१ – इ–व्यवसाय B 2 C, B 2 B वरून, इ–वाणिज्य इ–शासन, इ–शिक्षण आणि (M-Commerce) (मोबाईल–कॉमर्स) 'एम– वाणिज्य' यावर भर देण्यात आला.

२००४ – अमेरिकेत एकूण ३ ते ७ ट्रिलीयन ऑनलाईन खरेदी व्यवहार

– इ – व्यवसाय नि:संशयपणे सतत बदल सुरूच ठेवेल.

५.१.३ इ–व्यवसायाचे फायदे –Benefits of E-business

सामान्य जनतेला ऑनलाईन पद्धतीने वस्तूची माहिति होणे व त्याप्रमाणे निवड करणे तसेच वस्तू पोहचल्यानंतर किंवा आधीच शोधन करणे हा इ–व्यवसायाचा मुख्य फायदा आहे. अशाप्रकारे विक्रेता आणि खरेदीदार या दोघांनाही इंटरनेटच्या आधारे व्यासपीठ मिळते.

पारंपारिक खरेदी आणि विक्रेते यांचेद्वारे तीन मार्गाने व्यापार केला जातो. जसे समोरासमोर, मेल (इ–पत्र), आणि फोन (दूरध्वनी) इ. इंटरनेट हा व्यापारासाठी चौथा मार्ग आहे. इंटरनेट व्यापार हा कमी किंमतीमध्ये मोठ्या प्रमाणात विक्री करणारा व्यवसाय म्हणून भरभराटीस आला. अशाप्रकारे पारंपारिक स्रोतांपेक्षा इंटरनेट चांगली संधी देते. इंटरनेटचे फायदे हेच इंटरनेटचे सामर्थ्य आहे.

१) **सुलभ स्थापना –** Ease of formation

पारंपारिक व्यवसायाची स्थापना करणे कठीण आहे. परंतु इ–व्यवसायाची स्थापना करणे खूप सोपे आहे.

२) **कमी गुंतवणूक –** Lower Investment requirement

पारंपारिक व्यापाराशी तुलना करता इ–व्यवसायात कमी गुंतवणूक करावी लागते. कारण परंपरागत व्यवसायासारखे इ–व्यवसायाला भौतिक अस्तित्व नसते. तसेच इ–व्यवसायाचे व्यवस्थापन कमी मनुष्यबळात

केले जाते. त्यासाठी जास्त मनुष्य बळाची आवश्यकता नसते. व्यापारात गुंतवणूक कमी असली तरी संपर्क जास्त असल्याने व्यवसाय अतिउत्तम चालतो.

३) **सुविधा –** Convenience

वर्षातून २४ × ७ × ३६५ दिवस इंटरनेट सुविधा देते. व्यवसाय कधीही सुरू करता येतो तसेच त्यामध्ये बदल करणे शक्य असते आणि म्हणूनच इलेक्ट्रॉनिक माध्यमाद्वारे सक्षम आणि वृद्धीगत झालेला व्यवसाय कधीही, कोणत्याही ठिकाणी, कोणत्याही वेळेला करता येतो आणि त्याचा फायदा होतो.

४) **वेग –** Speed

यामध्ये माहिती मोठ्या प्रमाणात, आकर्षक पद्धतीने व अधिक वेगाने मिळते. कारण इंटरनेटच्या साहाय्याने एका क्लिकवर खरेदी किंवा विक्रीच्या माहितीची देवाणघेवाण केली जाते.

५) **जागतिक प्रवेश –** Global reach

इंटरनेट खरोखरच सीमाविरहीत व्यापार आहे. एकीकडे विक्रेत्यास जागतिक बाजारपेठेत प्रवेश करण्यास अनुमती देतात तर दुसरीकडे, खरेदीदारास जगातील बहुतेक कोणत्याही भागातून उत्पादन निवडण्याचे स्वातंत्र्य दिले जाते. यामध्ये खरेदीदार आणि विक्रेता यांना समोरासमोर येण्याची आवश्यकता नसते.

६) **कागदविरहीत समाजाच्या दिशेने हालचाली –** Movement towards a paperless society

इंटरनेटच्या वापरामुळे कागदी कामांवर अवलंबून राहण्याचे प्रमाण कमी झाले आहे. नोंदी ठेवणे, संदर्भ घेणे इंटरनेटमुळे सोपे झाले आहे.

७) **सरकारचा पाठींबा –** Government support

इ-व्यवसायाच्या स्थापनेसाठी सरकार अनुकूल वातावरण प्रदान करते तसेच व्यवसायात जास्तीत जास्त पारदर्शकता सुनिश्चित केली जाते.

८) **सोपे शोधन/सुलभ देय –** Easy Payment

व्यवसायातील शोधन क्रेडिट कार्ड, इलेक्ट्रॉनिक निधी वर्ग इ. द्वारे केले जाते आणि शोधन २४ तास उपलब्ध असते.

५.१.४ इ-व्यवसायाच्या मर्यादा– Limitations of E-business

परंपरागत व्यापार पद्धतीशी तुलना करता इ.व्यवसायात काही तोटे आहेत. इ-व्यवसायाच्या मर्यादा खालीलप्रमाणे आहेत.

१) **वैयक्तिक संबंधाचा अभाव –** इ-व्यवसायात वैयक्तिक संपर्काचा अभाव असतो. कोणीही उत्पादनाला स्पर्श करू शकत नाही त्यामुळे ग्राहकांना उत्पादनाची गुणवत्ता तपासणे अवघड जाते.

२) **वितरणाची वेळ –** उत्पादनाच्या वितरणास वेळ लागतो. कारण पारंपारिक व्यवसायात उत्पादन खरेदी केल्याबरोबरच वितरण होते. परंतु इ-व्यवसायात तसे होत नाही त्यामुळे ग्राहक नाराज होतात. **उदा.** ॲमेझॉनने एका दिवसात वस्तूंच्या वितरणाचे आश्वासन दिले आहे. ही एक प्रकारची चांगली सुधारणा आहे. परंतु सर्व समस्यांचे पूर्णपणे निराकरण त्याने होऊ शकत नाही.

३) **सुरक्षा समस्या –** असे बरेच लोक आहेत जे ऑनलाईन व्यवसायात घोटाळे करतात. तसेच हॅकर्सना आर्थिक माहिती मिळविणे सोपे जाते. यामध्ये सुरक्षितता आणि सातत्याचे प्रश्नदेखील आहेत. यामुळे संभाव्य ग्राहकांना त्रास होतो.

४) **सरकारी हस्तक्षेप –** काही वेळा सरकारच्या अती देखरेखीमुळे व्यवसायात जास्त प्रमाणात हस्तक्षेप होऊ शकतो.

५) **जास्त जोखीम –** ग्राहक आणि विक्रेता यांच्यात थेट संपर्क नसल्यामुळे जास्त जोखीम दिसून येते. तसेच फसवणूक झाल्यास कायदेशीर कारवाई करणे कठीण होते.

इ–व्यवसाय व इ–वाणिज्यच्या माध्यमातून व्यवसाय करणाऱ्या कोणत्याही व्यवसाय घटकाचा अभ्यास करा.

५.२ ऑनलाईन व्यवहार : Online transaction

५.२.१. अर्थ – Meaning

ऑनलाईन व्यवहार इंटरनेटच्या साहाय्याने केले जातात. योग्य इंटरनेटच्या जोडणीशिवाय हे व्यवहार करता येऊ शकत नाहीत. जेव्हा वस्तूंची खरेदी आणि विक्री इंटरनेटच्या माध्यमाने केली जाते तेव्हा ऑनलाईन व्यवहार घडून येतात. जेव्हा ग्राहक ऑनलाईन पदधतीने वस्तू व सेवा खरेदी करतात. तेव्हा ते पैसेदेखील ऑनलाईन पद्धतीने भरतात.

५.२.२ ऑनलाईन व्यवहाराची प्रक्रिया – ऑनलाईन व्यवहार पूर्व खरेदी विक्री, खरेदी विक्री आणि वस्तू पोहोचविण्याची अवस्था (वितरण टप्पा) या मार्गाने होतात.
यात पुढील टप्प्यांचा समावेश होतो.

१) **नोंदणी – Registration**

ऑनलाईन खरेदी करण्यापूर्वी नोंदणी फार्म भरून ऑनलाईन विक्रेत्याकडे नोंदणी करावी लागते. ऑनलाईन व्यवहारात नोंदणी ही पहिली पायरी आहे. विशिष्ट संकेतस्थळावर वस्तू किंवा सेवा खरेदी करताना ग्राहकाने लॉग इन करणे आवश्यक आहे. ग्राहकाचा इ–मेल आय डी, नाव, पत्ता, इतर तपशील हा सर्व संकेतस्थळावर सुरक्षित जतन करून ठेवला जातो. सुरक्षिततेच्या कारणास्तव खरेदीदाराचे खाते आणि शॉपिंग कार्ट हे ऑन लाईन दुकानात ब्राऊझिंग (Browsing) करताना आपण काय घेतले याची नोंद ठेवते.

२) **मालाची मागणी नोंदविणे – Placing an order**

ऑनलाईन व्यवहारातील ही दुसरी पायरी आहे. जेव्हा एखाद्या ग्राहकास एखादी वस्तू किंवा सेवा आवडतात. तेव्हा तो शॉपिंग कार्टमध्ये वस्तू वा सेवा ठेवतो. शॉपिंग कार्ट हे खरेदीदाराने खरेदीसाठी निवडलेल्या सर्व वस्तू, त्यांची संख्या, आणि प्रत्येक वस्तूंची किंमत यांची नोंद ठेवते. खरेदीदार सर्व वस्तूंची निवड केल्यानंतर शोधनाच्या पर्यायाकडे जातो.

३) **शोधन – Payment**

ऑनलाईन व्यवहारातील ही शेवटची पायरी आहे. या पायरीमध्ये खरेदीदारास शोधनाचा पर्याय निवडावा

लागतो शोधनाची रचना ही अत्यंत उच्च स्तरीय एन्क्रिप्शन सह सुरक्षित आहे. शोधनाचे अनेक मार्ग आहेत. ज्याद्वारे आपण शोधन करू शकतो.

अ) **वस्तू पोहोचत्या केल्यानंतर शोधन –** शोधनांच्या या प्रकारामध्ये खरेदीदाराला वस्तू हातात मिळाल्यानंतर शोधन केले जाते. शोधन (घरी) दाराजवळच केले जाते. ग्राहक रोख किंवा डेबिट किंवा क्रेडीट कार्ड द्वारे शोधन करून शकतो.

ब) **धनादेश –** शोधनाच्या या प्रकारात खरेदीदार विक्रेत्यास एक धनादेश पाठवतो आणि विक्रेता धनादेश प्राप्त झाल्यानंतर वस्तू पाठवितो.

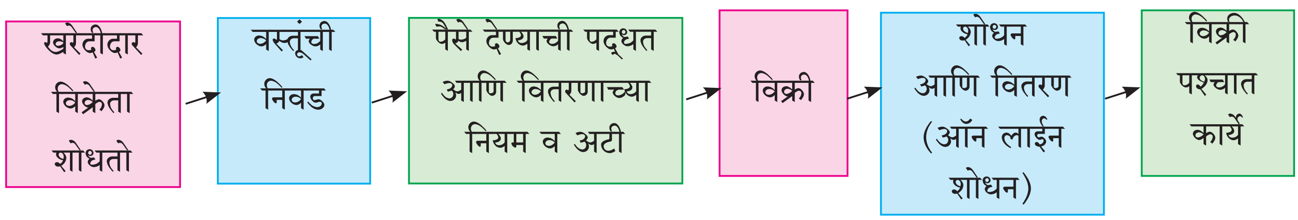
क) **नेट बँकिंगने हस्तांतरण –** शोधनाच्या या प्रकारामध्ये शोधनाची रक्कम खरेदीदाराच्या खात्यातून विक्रेत्याच्या खात्यात इलेक्ट्रॉनिक पद्धतीने हस्तांतरित केली जाते. विक्रेत्याला शोधन (पैसे) प्राप्त झाल्यानंतर विक्रेता त्या संबंधित वस्तू खरेदीदाराकडे पाठवितो. इंटरनेटद्वारे निधी हस्तांतरित करण्याची ही एक इलेक्ट्रॉनिक सुविधा आहे.

ड) **क्रेडीट किंवा डेबिट कार्ड –** खरेदीदार डेबिट किंवा क्रेडीट कार्डद्वारे पैसे भरतो आणि ग्राहकांच्या खात्यातून रक्कम वजा होते. डेबिटकार्ड किंवा क्रेडीट कार्ड यांना ''प्लॅस्टीक पैसा'' म्हणून ओळखले जाते, ते जास्तीत जास्त ऑनलाईन शोधनासाठी वापरले जाते.

इ) **डिजिटल रोख (Digital Cash)–** इलेक्ट्रॉनिक चालनाचा हा एक प्रकार आहे. ज्याचे अस्तित्व केवळ सायबर स्पेस मध्येच आहे. डिजिटल रोख वास्तवात नसते परंतु खऱ्या चलनाप्रमाणे इलेक्ट्रॉनिक स्वरूपात वापर करण्याची क्षमता आहे.

खरेदी / विक्री प्रक्रिया

सर्व व्यवहारांमध्ये माहिती ही महत्त्वाची भूमिका बजावते. माहितीचे आदान प्रदान परंपरागत तसेच ऑन लाईन व्यवहार या दोन्हीतही करावे लागते. परंतु परंपरागत व्यापाराशी तुलना करता इंटरनेट द्वारे केले गेलेले व्यवहार जास्त सोपे असतात. परंपरागत व्यवसाय करताना प्रवासासाठी लागणारा वेळ, वाटाघाटी करणे, मुद्दा पटवून देणे, दोन्ही पक्षांना अदानप्रदानासाठी व संवादासाठी समोरासमोर असणे या सर्व प्रक्रियेस बराच वेळ लागतो. जेव्हा ऑनलाईन व्यवहारांसाठी आवश्यक असणारी माहिती ही नियम व अटीसह पुरविली जाते आणि वर उल्लेखिलेल्या बऱ्याचशा समस्येपासून त्या मुक्त असतात म्हणून ऑन लाईन व्यवहार परंपरागत व्यवसायापेक्षा अधिक सोपे आणि चांगले परिणाम देणारे असतात.



इंटरनेटवर किरकोळ दुकानात उपलब्धअसलेल्या उत्पादनांची आणि त्यांच्या किमतीची तुलना करा.

५.३ बाह्यसेवा – Outsourcing

प्रस्तावना :

बाह्यसेवा म्हणजे एखाद्या व्यवसायासाठी विशिष्ट सेवा पुरविणाऱ्या संस्थेशी करार करणे. ही मुख्यत: कमी महत्त्वाची कामे जसे स्वच्छता, सुरक्षा, घरगुती (Pantry) इ. बाह्यसेवेद्वारे पुरविली जातात. कंपनी विशिष्ट सेवा पुरविणाऱ्या संस्थेबरोबर औपचारिक करार करते.

विशिष्ट सेवा पुरविणाऱ्या संस्था आवश्यक मनुष्यबळ कंपनीला पुरवितात. या संस्था त्यांच्या सेवांसाठी शुल्क आकारतात. बाह्यसेवांमुळे कंपनी त्यांच्या महत्त्वाच्या कामांवर लक्ष केंद्रित करू शकते.

५.३.१ अर्थ / संकल्पना :

विशिष्ट सेवा पुरविणाऱ्या संस्थांशी काही कमी महत्त्वाची कार्ये करण्याचा करार म्हणजे बाह्य सेवा होय.

यामुळे कंपनीला दोन प्रकारचे फायदे होतात.

१) उत्पादन खर्च कमी होतो.

२) विशिष्ट सेवेत पारंगत असलेल्या संस्थेच्या विशेष प्रावीण्याचा उपयोग केला जातो.

उदा. दुकाने, मॉल्स, सहकारी संस्था, कार्यालय इ. संस्था उपहारगृहे, स्वच्छता, सुरक्षा इ. बाह्यसेवा घेतात. तसेच लग्न समारंभ, वर्धापन दिन, वाढदिवस साजरा करण्याची व्यवस्था देखील बाह्यसेवेंद्वारे केली जाऊ शकते.

५.३.२ बाह्यसेवेची गरज :

आज पूर्ण जगभर सेवा घेण्याचे आणि देण्याचे कार्य अतिशय विशेष पद्धतीने होत आहे. बऱ्याचशा सेवांसाठी अतिशय सूक्ष्म, आकर्षक कौशल्याची गरज असते. जागतिक स्तरावर वाढत्या स्पर्धांमुळे बहुतांश कंपन्या त्यांची उत्पादने प्रदर्शित करण्यावर भर देताना आढळतात. किंवा त्यांच्या वस्तूंच्या गुणवत्तेत सुधारणा करताना दिसतात. जागतिक बाजारात आपली जागा स्थापित करण्यासाठी सगळ्या संस्था बांधील आहेत. म्हणूनच कंपन्या आपल्या व्यावसायिक कार्यांवर लक्ष घालीत आहेत. या सर्व कारणांमुळे कमी महत्त्व असलेल्या क्षेत्रामध्ये विशिष्ट कामात कुशल असलेल्या सेवा देणाऱ्या संस्थाकडून बाह्यसेवा घेण्यात येत आहेत. यामधूनच बाह्यसेवा ही संकल्पना उदयास आली.

५.३.३ बाह्यसेवेचे फायदे –

१) **एकूण किमतीचे फायदे –** बाह्यसेवेमुळे खर्च कमी होतो. वेळेची आणि श्रमाचीही बचत होते. तसेच प्रशिक्षणावरील खर्चदेखील कमी होतो.

२) **उद्योजक, रोजगार आणि निर्यातीस उत्तेजन –** बाह्यसेवा ज्या देशात केली जाते त्या देशामध्ये उद्योजकता, रोजगार आणि निर्यातीस चालना मिळते.

३) **कमी मनुष्यबळ खर्च –** मनुष्यबळाची किंमत यजमान देशांच्या तुलनेत खूपच कमी असते.

४) **व्यावसायिक, तज्ज्ञ आणि उच्च गुणवत्तेच्या सेवांचा लाभ –** बहुतेक कार्ये त्या विशिष्ट क्षेत्रात कुशल असलेल्या लोकांना दिली जातात. ते चांगल्या दर्जाची सेवा प्रदान करतात आणि कामातील त्रुटी कमी करण्यासाठी कार्य करतात.

५) **आधार देण्याऐवजी मूळ प्रक्रियेवर भर –** बाह्यसेवांच्या मदतीने कंपन्या त्यांच्या महत्त्वाच्या कामावर लक्ष केंद्रित करू शकतात.ज्यामुळे चांगला नफा होतो आणि त्यांच्या उत्पादनांची गुणवत्ता सुधारते.

६) **गुंतवणुकीची आवश्यकता कमी –** अत्याधुनिक तंत्रज्ञान, सॉफ्टवेअर आणि पायाभूत सुविधांवरील गुंतवणुकीवर बाह्यसेवेमुळे बचत होते आणि बाह्यसेवा भागीदाराला संपूर्ण पायाभूत सुविधा हाताळू देते.

७) **कार्यक्षमता आणि उत्पादकतेत वाढ –** संघटनेच्या कमी महत्त्वाच्या भागातही कार्यक्षमता आणि उत्पादकता वाढते.

८) **ज्ञानाची देवाणघेवाण –** बाह्यसेवा ही संघटनेस ज्ञान आणि उत्कृष्ट कृतींचे एकमेकांशी आदान प्रदान करते आणि त्यामुळे त्या सक्षम बनतात. यामुळे दोन्ही संघटनांचा विकास होतो आणि नावलौकिक वाढीस लागतो.

५.३.४ बाह्यसेवेचे तोटे –

१) **ग्राहकांकडे लक्ष नाही –** बाह्यसेवा देणारा एकाचवेळी अनेकांच्या, एकापेक्षा जास्त संस्थांच्या गरजा भागवू शकतात. परंतु अशा परिस्थितीत त्याला एखाद्या स्वतंत्र संस्थेकडे पूर्ण लक्ष देता येत नाही. त्यामुळे त्या संस्थेला त्याचा त्रास होतो.

२) **सुरक्षा आणि गोपनीयतेचा धोका –** संघटनेची गोपनीय माहिती बाहेरील व्यक्तीला प्रकट केली जाऊ शकते त्यामुळे सुरक्षिततेचा प्रश्न निर्माण होतो.

३) **असंतोषजनक सेवा –** वितरणात विलंब आणि वस्तूची गुणवत्ता कमी या समस्या बाह्यसेवा असलेल्या काही भागात दिसून येतात.

४) **नैतिक समस्या –** स्वत:च्याच देशातून रोजगाराच्या संधी दूर जात आहेत हीच एक मुख्य नैतिक समस्या आहे.

५) **इतर तोटे –** १) कराराचा गैरसमज २) संवादाचा अभाव ३) निकृष्ट दर्जा आणि विलंबित सेवा

५.३.५ व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यसेवा – Business Process Outsourcing (B.P.O.)

प्रस्तावना –

व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यसेवा BPO ही मूळातच त्रयस्थ व्यक्तीची पैशांची बचत करून सेवा पुरविणारी बाह्यसेवा आहे. ज्ञान प्रक्रिया बाह्यसेवा (KPO) फक्त BPO चा उपसंच आहे. अधिक ज्ञान आणि विशेष काम हे KPO मध्ये समाविष्ट असते. या व्यक्तिरिक्त अशी अनेक कारणे आहेत की कंपनी BPO सेवेपेक्षा KPO सेवा निवडेल.

BPO ही एक व्यवसाय पद्धत आहे. ज्यामध्ये एखादी संस्था दुसऱ्या कंपनीला एखादे काम करण्यासाठी नियुक्त करते. ज्यामध्ये नियुक्त करणाऱ्या संस्थेने स्वत:चा व्यवसाय यशस्वीरित्या चालविणे आवश्यक असते.

अर्थ –

BPO हा बाह्यसेवेचा एक उपसंच आहे. ज्यामध्ये त्रयस्थ पक्षाच्या सेवा देणाऱ्यास विशिष्ट व्यवसाय प्रक्रियेची कार्ये आणि जबाबदाऱ्या यांचा करारनामा असतो. BPO म्हणजे कमीतकमी खर्च करण्यासाठी आणि कार्यक्षमता वाढविण्यासाठी संस्थेच्या सर्वकष कार्यासाठी बाह्यसंस्थेकडून सेवा पुरविणारी बाह्यसेवा आहे.

BPO च्या महत्त्वाच्या संज्ञा

१) ऑफ शोअर – देशाबाहेर केलेला करार

२) ऑन शोअर – स्वत:च्याच देशातील कंपन्यांशी केलेला करार

३) निअर शोअर – शेजारील देशांशी कंपनीने केलेला करार

संघटनेचे सर्व खर्च कमी करण्यासाठी आणि कार्यक्षमता वाढविण्यासाठी बाह्य संघटनेच्या वतीने संबंधित महत्त्वाच्या कार्याची बाह्यसेवा म्हणजे BPO होय.

BPO चे फायदे व तोटे

BPO चे फायदे

१) **उत्पादनात वाढ** – शिक्षित आणि कुशल व्यक्तीमुळे कार्यातील कार्यक्षमता वाढते परिणामी उत्पादनात वाढ होते.

२) **पर्याप्त वापर** – BPO मुळे साधनांचा योग्य तो वापर केला जातो.

३) **किमतीत घट** – प्रत्येक व्यवसायासाठी खर्चाची बचत करणे आवश्यक असते. BPO मुळे फक्त वस्तूंची किंमत कमी होत नाही तर उत्पादकता आणि नफ्यातही वाढ होते.

४) **सुधारित मानवी स्रोतांमध्ये वाढ होणे** – हा अजून एक महत्त्वाचा BPO चा फायदा आहे. बाह्यसेवेमुळे कंपनीला कमी किंमतीत प्रशिक्षित आणि कुशल कामगार मिळतात.

BPO चे तोटे –

१) **संज्ञापण समस्या** – कमी दर्जाच्या संसाधनांमुळे ग्राहक व सेवा पुरविणाऱ्या कंपन्या यांच्यातील संवादामध्ये दरी निर्माण होऊ शकते. तसेच गैरसमज व चुकीचे संदेश पोचविले जातात.

२) **कामाच्या वेगवेगळ्या वेळा** (भिन्न वेळ क्षेत्र) – ग्राहक व पुरवठादार हे दोघे भिन्न ठिकाणी वेगवेगळ्या वेळेत काम करत असतात. त्यांच्यातील वेळेच्या या तफावतीमुळे ऑनलाईन सभा आणि संप्रेषणामध्ये बऱ्याच अडचणी निर्माण होऊ शकतात.

३) **नियंत्रणाचा अभाव** – संप्रेषणातील चुका, भिन्न वेळ क्षेत्रांमुळे ग्राहक कंपनीचे प्रकल्पावरील नियंत्रण जाऊ शकते.

५.३.६ ज्ञान प्रक्रिया बाह्यसेवा – Knowledge Process Outsourcing (KPO)

प्रस्तावना :

KPO म्हणजे ज्ञान आणि माहितीशी संबंधित कार्ये त्रयस्थ पक्षाच्या सेवा प्रदात्याकडे आपल्या वतीने करण्यास देणे.

KPO हा BPO चा उपविभाग आहे. ज्यामध्ये सेवा पुरविणारा त्यांच्या क्षमतेतील व्यवसायासंबंधीची सर्व कार्ये तसेच तज्ज्ञांच्या सेवा पुरविण्यासाठी नियुक्त केला जातो.

KPO म्हणजे तुलनेने उच्चस्तरीय जोखमीचे कामाचे वाटप हे बाह्य संस्था क्रिया वेगवेगळ्या गटासाठी सहसा

भिन्न भौगोलिक ठिकाणी करण्यास दिले जाते. KPO हा BPO चा उपविभाग आहे KPO मध्ये मुख्य कार्ये सेवा पुरविणाऱ्या त्रयस्थ व्यक्तीकडून करून घेणे याचा समावेश होतो. ज्यामुळे मुख्य कंपनीला किमतीचे लाभ मिळू शकतात किंवा मिळू शकत नाहीत. परंतु मूल्य वाढण्यास निश्चित मदत करू शकतात. KPO ची बाह्यसेवा प्रक्रिया BPO च्या तुलनेत अधिक विशेष आणि ज्ञानावर आधारित असते.

KPO –

स्पर्धात्मकदृष्ट्या अतिशय महत्त्वाची, कंपनीच्या मूल्य साखळीचा अविभाज्य भाग असलेली, व्यावसायिक कार्यासंबंधित मुख्य माहिती सेवा पुरविणारी आवश्यक असणारी त्रयस्थ संस्था होय.

व्याख्या –

KPO हे विशिष्ट क्षेत्रात, संबंधीत व्यवसायातील प्रगत माहितीची बाह्यसेवा देण्याचे कार्य करते.

KPO हे एका व्यवसाय संघटनेतील उच्च स्वरूपाच्या अंतिम कार्याचे आऊटसोर्सिंग करते.

अर्थ –

KPO हा आऊटसोर्सिंगचा एक प्रकार आहे. ज्यामध्ये ज्ञानासंबधित आणि माहितीशी संबंधित कार्ये वेगवेगळ्या कंपनीतील कर्मचारी किंवा त्याच कंपनीच्या सहाय्यक कंपनीद्वारे केली जातात. हे खर्च वाचविण्यासाठी एकाच देशात किंवा देशाबाहेर केले जाते.

KPO ला प्रगत, विश्लेषणात्मक आणि तांत्रिक कौशल्ये असलेल्या उच्च तज्ज्ञांची आवश्यकता असते. KPO महत्त्वाची किंवा कमी महत्त्वाची कार्य करण्यास परवानगी देते.

KPO चे फायदे आणि तोटे –

KPO चे फायदे –

१) ग्राहकांना कमी किमतीत व्यावसायिक सेवा मिळतात.

२) व्यावसायिक संस्था KPO सेवा पुरविणाऱ्या संस्थांकडून कुशल कर्मचाऱ्यांना घेऊ शकतात.

३) अत्यंत महत्त्वाच्या अंतिम सेवा कमी खर्चात प्रदान केल्या जातात. ज्यामुळे बेरोजगारी कमी होते आणि अर्थव्यवस्थेला फायदा होतो.

४) मानव संसाधन व्यवस्थापन (HRM) आणि वेळ व्यवस्थापनाच्या कालावधीत लवचीकता प्रदान करते.

KPO चे तोटे –

१) संस्थेच्या सुरक्षेवर प्रश्नचिन्ह निर्माण होते.

२) कामाची गुणवत्ता आणि कर्मचाऱ्यांची स्वभाववृत्ती यांची खात्री दिली जाऊ शकत नाही.

३) KPO वेळखाऊ आहे आणि त्वरित निकाल पाहिजे असणाऱ्या कंपन्यांना त्वरित निराकरण देऊ शकत नाही.

४) कायदेशीर, भाषिक, सांस्कृतिक अडथळ्यांमुळे भागीदारांमध्ये योग्य संवादाच्या अभावामुळे गुंतागुंत होऊ शकते.

५) भाषेच्या अडथळ्यामुळे संवाद कमी होतो.

५.३.७ कायदे प्रक्रिया बाह्यसेवा – Legal Process Outsourcing (LPO)

प्रस्तावना –

LPO हा KPOचा एक प्रकार आहे जो कायदेशीर सेवांसाठी जसे कायदेशीर कागदपत्रे तयार करणे, कायदेशीर संशोधन करणे, सल्ला देणे, इ. साठी महत्त्वपूर्ण आहे.

कायदेशीर संस्थेतील कार्यांचा सराव करण्याशी संबंधित सेवा म्हणजे LPO किंवा अशी संस्था जी बाहेरून त्रयस्थ व्यक्तीकडून कायदेशीर सेवा कंपनीला देते.

LPO हे एक असे कार्य आहे ज्यामध्ये अंतर्गत कायदेशीर विभाग किंवा संस्था असतात किंवा अशा क्षेत्रात कमीत कमी खर्च करता येईल अशा प्रकारासाठी आऊटसोर्सिंग केले जाते. उदा. अमेरिका किंवा युरोप सारख्या देशाने भारतात कायदेशीर काम केले आहे. येथे कमी खर्चात ते केले जाते. LPO हा अलीकडच्या वर्षात उद्योगाच्या सर्वात महत्त्वाचा भाग म्हणून वेगाने वाढत आहे.

LPO हे वरवर पाहता एक शोध माध्यम आहे. LPO हे BPO मधून आले आहे. परंतु 'प्रक्रिया' हा शब्द प्रमाणबद्ध, उपयुक्त वस्तू, हुबेहूब प्रतिकृती करण्यास सोपे जे अल्प ज्ञानाशिवायसुद्‌धा करता येते असा होतो.

अर्थ –

गेल्या काही वर्षात भारतात कायदेशीर आऊटसोर्सिंगला प्रचंड पाठिंबा मिळाला आहे. दस्तऐवज पुनरावलोकन, कायदेशीर संशोधन आणि लेखन टिपण मसुदा इ. सारख्या सेवा तयार करण्यात यामुळे यश आले आहे.

LPO फायदे :

१) कायदेविषयक सेवांची पुर्तता ज्यावेळी बाह्य सेवा संस्थांकडून केली जाते त्यावेळी संस्थेच्या खर्चात मोठी बचत होते.

२) संस्थेबाहेरील परंतु त्या त्या क्षेत्रातील बुद्‌धीमान व्यक्तींकडून कायदेशिर प्रक्रिया, सल्ला संस्था घेऊ शकते.

३) संघटनेतील कर्मचारी व संघटनेबाहेरील बुद्‌धीमान व्यक्तींच्या समन्वयाने ग्राहकांच्या अपेक्षांना न्याय देण्याचा संस्था प्रयत्न करते. त्याचप्रमाणे मनुष्यबळाच्या लवचीक मागणी व उपलब्धतेनुसार संस्थेच्या खर्चात बचत होते.

LPO चे तोटे :

१) जेव्हा कायदेविषयक सेवा या बाह्य सेवा संस्थांकडून पुरविल्या जातात त्यावेळी संबंधित माहितीची गोपनीयता धोक्यात येते.

२) बाह्य सेवा संस्थांना संबंधित कायद्यांची सखोल माहिती असतेच असे नाही.

३) बाह्य सेवा देणाऱ्या संस्था व स्थानिक संस्था यांच्यात भाषा, संस्कृती, रुढी परंपरा व समजुती यामुळे अडथळे निर्माण होण्याची शक्यता असते.

४) अनेक वेळा भौगोलिक परिस्थिती, रचना व वेळ यामुळे बाह्य सेवा संस्था व स्थानिक संस्था यांच्यात कामकाजाच्या दृष्टिने समस्या निर्माण होऊ शकतात.

१) इ–व्यवसाय व परंपरागत व्यवसाय

फरकाचा मुद्दा		इ – व्यवसाय	परंपरागत व्यवसाय
१)	स्थापना	इ–व्यवसायाची स्थापना करणे फार सोपे असते.	परंपरागत व्यवसायाची स्थापना ही वेळखाऊ आणि गुंतागुंतीची प्रक्रिया आहे.
२)	स्थापना खर्च	यासाठी अगदी अल्प खर्च लागतो.	यासाठी मोठ्या प्रमाणात भांडवलाची आवश्यकता असते.
३)	जोखीम	दोन्ही पक्षांमध्ये थेट संपर्क नसल्यामुळे जास्त जोखीम असू शकते.	दोन्ही पक्षांमध्ये थेट संपर्क असल्यामुळे जोखीम कमी असते.
४)	व्यापलेले क्षेत्र	इ–व्यवसायाची व्याप्ती विस्तृत आहे. हा व्यवसाय संपूर्ण जगामध्ये पसरलेला आहे.	पारंपारिक व्यवसाय विशिष्ट क्षेत्रापुरता मर्यादित आहे. म्हणून व्याप्ती मर्यादित आहे.
५)	ग्राहक संवाद	इ–व्यवसायात समोरा–समोर परस्पर संवाद नसतो.	परंपरागत व्यवसायात समोरासमोर प्रत्यक्ष संवाद असतो.
६)	भौतिक तपासणी	खरेदी करण्यापूर्वी वस्तूंची भौतिक तपासणी केली जाऊ शकत नाही.	खरेदी करण्यापूर्वी वस्तूंची भौतिक तपासणी केली जाऊ शकते.
७)	संसाधनावर लक्ष केंद्रित	इ–व्यवसायाची संसाधने मागणी बाजूला लक्ष केंद्रित करतात.	परंपरागत व्यवसायाची संसाधने पुरवठा बाजूला लक्ष केंद्रित करतात.
८)	वस्तूंचे वितरण	इ–व्यवसायात वस्तूंच्या वितरणास वेळ लागतो.	परंपरागत व्यवसायात वस्तूंचे वितरण तात्काळ होते.
९)	वापर	वेळेची आणि पैशाची बचत करण्यासाठी याचा उपयोग होतो.	हे प्राचीन आहे. आणि अजूनही जिथे डिजिटल नेटवर्क पोहोचत नाही तिथे त्याचा वापर केला जातो.
१०)	प्रवेश योग्यता	हे चोवीस तास उपलब्ध असते.	हे मर्यादित वेळेतच उपलब्ध असते.
११)	व्याप्ती	अधिक व्यवसाय कोणालाही अडचणीशिवाय सहज करता येतो.	या प्रकारामध्ये अधिक व्यवसाय करणे कठीण

२) **इ- वाणिज्य व इ- व्यवसाय**

फरकाचा मुद्दा		इ-वाणिज्य	इ-व्यवसाय
१)	अर्थ	इ.वाणिज्यामध्ये इंटरनेटद्वारे केले जाणारे व्यावसायिक व्यवहार समाविष्ट आहेत.	इ-व्यवसाय हा इंटरनेटवर व्यवसाय करण्याची पद्धत आहे.
२)	हे काय आहे?	इ-वाणिज्य हा व्यवसायाचा उपसंच आहे.	इ-व्यवसाय हा इ.वाणिज्याचा मोठा संच आहे.
३)	वैशिष्ट्ये	इ-वाणिज्य मध्ये फक्त उत्पादने आणि सेवांची खरेदी विक्री होते.	इ-व्यवसायात विक्रीच्या आधीच्या आणि विक्री नंतरच्या प्रक्रियांचा समावेश होतो.
४)	संकल्पना	इ-वाणिज्य ही संकुचित संकल्पना आहे. आणि यामध्ये खरेदी आणि विक्री बंधनकारक आहे.	इ-व्यवसाय एक व्यापक संकल्पना आहे. बाजारपेठ सर्वेक्षण, पुरवठा साखळी आणि पुरवण्याचे व्यवस्थापन तसेच माहिती कमी वापरणे इ. समाविष्ट आहे.
५)	व्यवहार	हे B2C संदर्भात अधिक उचित आहे.	हे B2B व्यवहार प्रक्रियेत वापरले जाते.
६)	कोणते नेटवर्क वापरले जाते?	इ-वाणिज्यमध्ये इंटरनेटचा वापर अनिवार्य आहे.	इ-व्यवसायात इंटरनेट, इंट्रानेट आणि एक्स्ट्रानेटचा वापर असू शकतो.

३) **BPO व KPO**

फरकाचा मुद्दा		BPO	KPO
१)	अर्थ	BPO म्हणजे खर्च कमी करण्यासाठी आणि कार्यक्षमता वाढविण्यासाठी बाह्यसंस्थेकडे संघटनेच्या प्राथमिक नसलेल्या कार्यासाठी आऊटसोर्सिंग करणे होय.	KPO हा आऊटसोर्सिंगचा एक प्रकार आहे ज्याद्वारे ज्ञान आणि माहितीशी संबंधित सर्व कार्ये तृतीय पक्षाच्या सेवा प्रदात्याकडे आऊटसोर्स केल्या जातात.
२)	गुंतागुंतीची पायरी	BPO ही कमी गुंतागुंतीची प्रक्रिया आहे.	KPO ही जास्त गुंतागुंतीची प्रक्रिया आहे.
३)	आवश्यकता	BPO ला प्रक्रिया कौशल्य आवश्यक असते.	KPO ला ज्ञान कौशल्य आवश्यक आहे.
४)	कमर्चाऱ्यांना आवश्यक असलेली प्रतिभा	BPO ला चांगले संभाषण कौशल्य आवश्यक आहे.	KPO ला व्यावसायिकदृष्ट्या पात्र कमर्चाऱ्यांची आवश्यकता आहे.

५)	लक्ष केंद्रित करणे	BPO निम्न स्तरावरील प्रक्रियेवर लक्ष केंद्रित करते.	KPO उच्च स्तरावरील प्रक्रियेवर लक्ष केंद्रित करते.

सारांश Summary

इ-व्यवसाय -

इ-व्यवसाय किंवा इलेक्ट्रॉनिक व्यवसाय म्हणजे इंटरनेटद्वारे व्यावसायिक व्यवहारांचे प्रशासन करणे होय.

इ-व्यवसायातील व्यवहारांचे विविध प्रकार

१) B 2 B - व्यवसाय ते व्यवसाय

२) B 2 C - व्यवसाय ते ग्राहक

३) C 2 B - ग्राहक ते व्यवसाय

४) C 2 C - ग्राहक ते ग्राहक

५) B 2 A - व्यवसाय ते प्रशासन

६) C 2 A - ग्राहक ते प्रसासन

इ-व्यवसायाचे फायदे

१) सुलभ स्थापना

२) कमी गुंतवणूक

३) सुविधा

४) वेग

५) जागतिक प्रवेश

६) कागदविरहीत समाजाच्या दिशेने हालचाली

७) सरकारचा पाठिंबा

८) सोपे शोधन / सुलभ देय

इ-व्यवसायाच्या मर्यादा

१) वैयक्तिक संबंधाचा अभाव

२) वितरणाची वेळ

३) सुरक्षा समस्या

४) सरकारचा हस्तक्षेप

५) जास्त जोखीम

ऑनलाईन व्यवहाराची प्रक्रिया

ऑनलाईन व्यवहारातील टप्पे (steps)

१) नोंदणी

२) मालाची मागणी नोंदविणे

३) शोधन(payments)

शोधनाचे अनेक मार्ग

अ) वस्तू पोहोचता केल्यानंतर शोधन

ब) धनादेश

क) नेट बँकिंगने हस्तांरण

ड) क्रेडीट किंवा डेबिट कार्ड

इ) डिजिटल रोख

बाह्यसेवा – बाह्यसेवा म्हणजे अशी प्रक्रिया ज्यात व्यावसायिक कामे करण्याचा करार दुसऱ्याला दिला जातो.

बाह्यसेवेचे फायदे –

१) एकूण किमतीचे फायदे

२) उद्योजकता, रोजगार आणि निर्यातीस उत्तेजन

३) कमी मनुष्यबळ खर्च

४) व्यावसायिक, तज्ज्ञ आणि उच्च गुणवत्तेच्या सेवांचा लाभ

५) आधार देण्याऐवजी मूळ प्रक्रियेवर भर

६) गुंतवणुकीची आवश्यकता कमी

७) कार्यक्षमता आणि उत्पादकतेत वाढ

८) ज्ञानाची देवाण घेवाण

बाह्यसेवेचे तोटे –

१) ग्राहकांकडे लक्ष नाही

२) सुरक्षा आणि गोपनीयतेचा धोका

३) असंतोषजनक सेवा

४) नैतिक समस्या

५) इतर तोटे

अ) करारांचा गैरसमज

ब) संज्ञापनाचा अभाव

क) निकृष्ट दर्जा आणि विलंबित सेवा

BPO – व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यसेवा

हा बाह्यसेवेचा एक उपसंच आहे. ज्यात त्रयस्थ पक्षाच्या सेवा देणाऱ्यास विशिष्ट व्यवसाय प्रक्रियेची कार्ये आणि जबाबदाऱ्या यांचा करारनामा असतो.

BPO – चे फायदे

१) उत्पादनात वाढ २) पर्याप्त वापर ३) किंमतीत घट ४) मनुष्यबळात वाढ

BPO – चे तोटे

१) संज्ञापन समस्या २) कामाच्या वेगवेगळ्या वेळा ३) नियंत्रणाचा अभाव

KPO – ज्ञान प्रक्रिया बाह्यसेवा

KPO – म्हणजे ज्ञान आणि माहितीशी संबंधित कार्ये त्रयस्थ पक्षाच्या सेवा प्रदात्याकडे आपल्या वतीने करण्यास देणे.

KPO – चे फायदे

१) दर कपात २) कुशल कर्मचाऱ्यांची उपलब्धता ३) अर्थव्यवस्थेचा फायदा ४) लवचीकता

KPO – चे जोखीम / तोटे

१) सुरक्षा समस्या २) कामाची गुणवत्ता असुरक्षित ३) वेळखाऊ ४) संवादाचा अभाव ५) भाषेचा अडथळा

LPO – कायदे प्रक्रिया बाह्यसेवा

त्रयस्थ व्यक्तींकडून कायदेशीर सेवा संघटनेचा मिळविण्यासंबंधी ही संज्ञा आहे.

LPO – चे फायदे

१) खर्चात बचत २) बाह्य कौशल्याची संधी ३) लवचीकता

LPO – चे जोखीम / तोटे

१) सुरक्षितता व गोपनीयता २) नैतिक मूल्यांशी संबंधित

स्वाध्याय

प्र. १ अ) रिकाम्या जागी योग्य पर्याय निवडून विधाने पुन्हा लिहा.

१) ऑनलाईन व्यवहार करण्यास .... आवश्यक असते.

अ) नोंदणी ब) व्यापार क) व्यवसाय

२) 'ई-व्यवसाय' या संज्ञेची व्युत्पत्ती .... आणि वाणिज्य या संज्ञेपासून झाली.

अ) रोख   ब) इ-पे   क) इ-मेल

३) ग्राहक आणि ग्राहक यांच्यातील व्यवहार ………… च्या अंतर्गत होतात.

अ) B 2 B   ब) C 2 C   क) B 2 C

४) ज्या प्रक्रियेत व्यावसायिक कामे करण्याचा करार दुसऱ्याला दिला जातो, त्या प्रक्रियेस ………… असे म्हणतात.

अ) बाह्यसेवा   ब) व्यापार   क) इ-व्यवसाय

५) ऑन लाईन खरेदीदार वस्तूची निवड करतो आणि …………मध्ये टाकतो.

अ) शॉपिंग मॉल   ब) शॉपिंग कार्ट   क) शॉपिंग बॅग

ब) जोड्या जुळवा.

'अ' गट		'ब' गट	
अ)	इ-व्यवसाय	१)	ग्राहक ते ग्राहक
ब)	B 2 C	२)	सर्वत्र अस्तित्व
क)	बाह्यसेवा	३)	पहिली पायरी
ड)	डिजीटल रोख	४)	व्यवसाय ते ग्राहक
इ)	नोंदणी	५)	इलेक्ट्रॉनिक व्यवसाय
		६)	व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यसेवा (BPO)
		७)	रस्ते वाहतूक (RTO) कार्यालय
		८)	सक्षम व्यवसाय
		९)	फक्त सायबर स्पेस मध्येच अस्तित्व
		१०)	शेवटची पायरी

क) खालील विधानांसाठी शब्द, शब्दसमूह किंवा संज्ञा द्या.

१) खरेदी केलेल्या वस्तू ग्राहकांपर्यंत पोचविण्याची अवस्था.

२) इ-टपाल व इ-वाणिज्य या संज्ञेपासून उत्पत्ती झालेली संज्ञा.

३) इंटरनेटच्या मदतीने केले जाणारे व्यवहार.

४) ऑन लाईन व्यवहारातील पहिला टप्पा/पहिली पायरी.

५) विशिष्ट सेवा पुरविणाऱ्या संस्थेला व्यवसायाची कार्ये करण्यासाठी केला जाणारा करार.

६) बाह्यसेवेचा उपसंच

७) BPO चा उपविभाग

८) कायदेशीर काम समाविष्ट असलेली मूल्यवर्धित एक BPO सेवा.

ड) खालील विधाने चूक की बरोबर ते लिहा.

१) परंपरागत व्यवसायाच्या तुलनेने ई-व्यवसायाची स्थापना करणे अधिक सोपे आहे.

२) ई-व्यवसाय या संज्ञेची व्युत्पत्ती ई-टपाल आणि ई-वाणिज्य या संज्ञेपासून झाली आहे.

३) ई-व्यवसाय जागतिक स्तरावर कोणत्याही क्षेत्रात काम करण्याची मुभा देते.

४) LPO म्हणजे कायदा प्रक्रिया बाह्यसेवा होय.

५) KPO ला प्रगत संश्लेषणात्मक आणि तांत्रिक कौशल्याची आवश्यकता असते.

६) बाह्यसेवा पुरविणाऱ्या संस्थेच्या मदतीने आपण महत्त्वाच्या क्षेत्राकडे लक्ष पुरवू शकत नाही.

इ) गटात न बसणारा शब्द शोधा.

१) BPO, RTO, LPO, KPO

२) B 2 B, B 2 C, A 2 Z, C 2 C

३) डेबिट कार्ड, क्रेडीट कार्ड, आधार कार्ड, एटीएम कार्ड

फ) खालील विधाने पूर्ण करा.

१) इ-व्यवसाय हा शब्द .... चे संक्षिप्त रूप आहे.

२) इ-व्यवसाय ही संज्ञा .... वर्षी अस्तित्वात आली.

३) इ-व्यवसाय म्हणजे लोकांना आणि प्रक्रियेला जोडण्यासाठी .... चा वापर करणे होय.

४) इ-व्यवसाय हा ई-वाणिज्याचा .... आहे.

५) इ-वाणिज्य हे इ-व्यवसायाचे .... आहे.

६) ज्या प्रक्रियेत व्यावसायिक कामे करण्याचा करार दुसऱ्या संस्थेस दिला जातो त्या प्रक्रियेस .... म्हणतात.

ग) कंसातील अचूक पर्याय निवडून तक्ता पूर्ण करा.

(व्यवसाय ते व्यवसाय, पहिली पायरी, इ-व्यवसाय, शोधनाची रचना, इ-वाणिज्य)

'अ' गट		'ब' गट	
अ)	नोंदणी	१)	....
ब)	इ-वाणिज्य चा महत्त्वाचा संच	२)	....
क)	....	३)	शेवटची पायरी
ड)	इ-व्यवसायाचा उपसंच	४)	....
इ)	....	५)	B 2 B

ह) एका वाक्यात उत्तरे लिहा.

१) इ-व्यवसाय म्हणजे काय ?

२) बाह्यसेवा म्हणजे काय ?

३) ऑन लाईन व्यवहार म्हणजे काय ?

४) शॉपिंग कार्ट म्हणजे काय ?

५) डिजीटल रोख म्हणजे काय ?

६) व्यवसाय प्रक्रिया सेवा (BPO) म्हणजे काय ?

७) ज्ञान प्रक्रिया सेवा (KPO) म्हणजे काय ?

८) कायदेशीर प्रक्रिया सेवा (LPO) म्हणजे काय ?

ई) खालील वाक्यातील अधोरेखित शब्द दुरुस्त करून वाक्य पुन्हा लिहा.

१) इ-व्यवसाय सुरू करणे कठीण असते.

२) ऑन लाईन व्यवहारामध्ये पाच टप्पे असतात.

३) नोंदणी ही ऑन लाईन व्यवहारातील शेवटचा टप्पा आहे.

४) डिजीटल रोख ही प्लास्टिक पैशाच्या स्वरूपात असते.

५) KPO मध्ये कमी ज्ञान आणि विशेष कार्य समाविष्ट होतात.

ज) योग्य क्रम लावा.

१) खरेदी विक्री, वस्तू पोहोच अवस्था, पूर्व खरेदी विक्री

२) मालाची मागणी नोंदविणे, वस्तू पोहोचत्या केल्यानंतर शोधन, नोंदणी

प्र. २ संज्ञा, संकल्पना, स्पष्ट करा.

१) इ-व्यवसाय	२) B to B	३) B to C	४) C to C
५) बाह्यसेवा	६) BPO	७) LPO	८) KPO

प्र. ३. खालील घटना / परिस्थितीचा अभ्यास करून आपले मत लिहा.

१) अभय www.flipkart. या वेबसाईटवरून काही भेटवस्तू ऑनलाईन खरेदी करतो. त्याचवेळी शितल e.bay या वेबसाईटवरून भेटवस्तू खरेदी करते तर हा व्यवहार ओळखा.

अ) C 2 C शी संबंधित वेबसाईट कोणती ?

ब) B 2 C शी संबंधित वेबसाईट कोणती ?

क) अभयने ऑनलाईन व्यवहार करताना कोणती पहिली अवस्था अनुकरण करावी.

२) सात्त्विक टायटनच्या दुकानातून घड्याळ खरेदी करतो आणि त्याची मैत्रिण शांभवी ही ऑनलाईन पद्धतीने वेबसाईट वरून घड्याळ खरेदी करते तर.....

अ) पारंपारिक मार्गाने / पद्धतीने खरेदी कोणती?

ब) कोणती खरेदी ही ऑन लाईन मार्गाने केली आहे?

क) कोणत्या पद्धतीमध्ये जास्त जोखीम आहे?

३) श्री. वेद यांनी धनादेशाद्वारे पैसे दिले आणि त्याच वेळी श्री. श्लोक यांनी (फंड ट्रान्सफर) निधी वर्ग द्वारे पैसे दिले तर ....

अ) कोणाचे पैसे जलद पद्धतीने दिले जातात?

ब) कोणाची पैसे देण्याची पद्धती ही पारंपारिक मार्गाने केली आहे?

क) कोणाची पैसे देण्याची पद्धती ही इ-व्यवसायाशी संबंधित आहे?

प्र. ४ फरक स्पष्ट करा.

१) परंपरागत व्यवसाय व इ-व्यवसाय

२) इ-व्यवसाय व इ-वाणिज्य

३) BPO व KPO

प्र. ५. खालील प्रश्नांची थोडक्यात उत्तरे लिहा.

१) बाह्यसेवा म्हणजे काय? योग्य उदाहरणे देऊन स्पष्ट करा.

२) BPO म्हणजे काय? सविस्तर स्पष्ट करा.

३) KPO म्हणजे काय? सविस्तर स्पष्ट करा.

४) LPO म्हणजे काय? सविस्तर स्पष्ट करा.

प्र. ६. खालील विधाने सकारण स्पष्ट करा.

१) परंपरागत व्यवसायापेक्षा इ-व्यवसायाची उभारणी करणे सोपे आहे.

२) इ-व्यवसाय कोणत्याही क्षेत्रात काम करण्याची मुभा देते.

३) इंटरनेटच्या साहाय्याने ऑनलाईन व्यवहार पार पाडले जातात.

प्र. ७. खालील प्रश्न सोडवा.

१) इ-व्यवसायाचे फायदे आणि तोटे स्पष्ट करा.

२) इ-व्यवसायाचे प्रकार सांगून सविस्तर स्पष्ट करा.

३) बाह्यसेवेचे फायदे स्पष्ट करा.

४) बाह्यसेवेचे तोटे स्पष्ट करा.

प्र. ८. खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

१) ऑनलाईन व्यवहारातील पद्धती स्पष्ट करा.

२) बाह्यसेवा म्हणजे काय? बाह्यसेवेच्या आवश्यकता आणि मर्यादा सविस्तर स्पष्ट करा.

उत्तर सूची :

अ) १) नोंदणी   २) इ-मेल   ३) C 2 C   ४) बाह्यसेवा   ५) शॉपिंग कार्ट

ब) अ- ५,   ब - ४ ,   क - ६,   ड - ९, इ - ३

क) १) वितरण टप्पा २) इ-व्यवसाय   ३) ऑन लाईन व्यवहार ४) नोंदणी

५) बाह्यसेवा   ६) व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यसेवा (BPO) ७) ज्ञान प्रक्रिया बाह्यसेवा (KPO)

८) कायदे प्रक्रिया बाह्यसेवा (LPO)

ड) बरोबर - १, २, ३, ५   चूक - ४, ६

इ) १) RTO   २) A 2 Z   ३) आधार कार्ड

फ) १) इलेक्ट्रॉनिक व्यवसाय २) १९९७   ३) इंटरनेट   ४) मोठा संच

५) उपसंच   ६) बाह्यसेवा

ग) १) पहिली पायरी २) इ-व्यवसाय   ३) शोधनाची रचना   ४) इ-वाणिज्य

५) व्यवसाय ते व्यवसाय

ई) १) सोपे   २) तीन   ३) पहिला   ४) इलेक्ट्रॉनिक चलनाच्या   ५) जास्त

ज) १) पूर्व खरेदी/ विक्री, खरेदी विक्री, वस्तू पोहोचविण्याची अवस्था

२) नोंदणी, मालाची मागणी नोंदविणे, वस्तू पोहोचत्या केल्यानंतर शोधन

व्यावसायिक संधी :

१) व्यावसायिक २) विक्रेता ३) माहिती तंत्रज्ञान तज्ज्ञ ४) कायदा प्रक्रिया बाह्यसेवा ५) व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यसेवा ६) ज्ञान प्रक्रिया बाह्यसेवा.

संदर्भसूची :

1) Information Technology - Maharashtra State board of secondary and higher secondary education Pune, Std. XIIth Science.
2) E-commerce and Marketing - Pravin Kumar Tayal Sugum C. Jam-RBSA Publisher Jaipur.
3) https ://gradestalc.com
4) https://www.techcopedia.com
5) https:www.topper.com
6) https:google.com
7) CBSE Class XIth Business studies.

*****

६ व्यवसायाची सामाजिक जबाबदारी

६.१ प्रस्तावना
६.१.१ सामाजिक जबाबदारीची संकल्पना
६.१.२ सामाजिक जबाबदारीची गरज
६.२ वेगवेगळया समूहांप्रति असणारी जबाबदारी
६.२.१ मालक
६.२.२ गुंतवणूकदार
६.२.३ कर्मचारी
६.२.४ ग्राहक
६.२.५ सरकार
६.२.६ समाज/जनता/सर्वसामान्य लोक
६.३ पर्यावरण संरक्षणाप्रति सामाजिक जबाबदारी
६.४ व्यवसाय नीती/व्यवसाय नीतीशास्त्र
६.४.१ संज्ञा/संकल्पना
६.४.२ व्याख्या
६.४.३ व्यवसाय नीतीशास्त्राची वैशिष्ट्ये
६.४.४ नैतिक व सामाजिक मूल्ये
६.५ कंपन्यांची सामाजिक जबाबदारी (CSR)
सारांश
स्वाध्याय

६.१ प्रस्तावना :

व्यवसायाची सामाजिक जबाबदारी असे सूचित करते की, समाजाच्या हिताचे रक्षण करणे ही व्यवसाय संस्थेच्या व्यवस्थापनाची जबाबदारी आहे. कोणत्याही व्यवसायाचे अस्तित्व पूर्णपणे वेगळे असू शकत नाही. समाजाच्या प्रत्येक भागाचे व्यवसायाच्या यशामध्ये योगदान असते. म्हणूनच, त्याची परतफेड करण्यासाठी व्यवसायाने समाजासाठी काहीतरी करणे फार महत्त्वाचे असते. व्यवसायाच्या समाजाप्रति असणाऱ्या या जबाबदारीलाच सामाजिक जबाबदारी असे म्हणतात. सामाजिकदृष्ट्या जबाबदार संस्थानी फक्त जास्तीतजास्त नफा मिळविणे एवढेच उद्दिष्ट न ठेवता, समाजातील विविध घटकांच्या कल्याणासाठी सुद्धा काम करणे अपेक्षित आहे.

प्रत्येक व्यवसाय संघटना परस्परांशी सुसंवाद साधून किंवा चर्चा करूनच पर्यावरणामध्ये कार्य करीत असतात. कोणतीही संस्था पर्यावरणाशिवाय टिकून राहू शकत नाही. त्यासाठी आवश्यक असणारे मनुष्यबळ, यंत्रसामग्री, साहित्य इ. समाजामधून मिळवितात. कच्च्या मालाचे पक्क्या मालात रूपांतर केल्यानंतर, समाजाच्या विविध भागामध्ये विभागणी करणे हा सुद्धा पर्यावरणाचाच एक महत्त्वाचा घटक आहे.

अशाप्रकारे गरजेनुसार कच्च्या मालाची खरेदी व पक्क्या मालाचे वितरण या दोन घटकांवरच व्यवसाय संघटनेचे समाजातील अस्तित्व अवलंबून असते.

६.१.१ सामाजिक जबाबदारीची संकल्पना :

व्यवसायाची सामाजिक जबाबदारी ही समाजाच्या मूल्याबाबत निर्णय घेण्यासाठी आणि उद्‌दिष्टांची पूर्तता करण्याबाबत अपेक्षित कृती करण्याशी संबंधित अशी संकल्पना आहे. म्हणून, व्यवसायाची सर्व कार्ये अशा समाजाच्या कोणत्याही घटकाला नुकसानकारक न ठरता सर्व समाजाच्या हिताचे संरक्षण करण्यासाठी योगदान देणारी असावीत.

व्याख्या :

हॉवर्ड डी. बोवेन – *''सामाजिक जबाबदारीने निर्णय घेणाऱ्या अशा धोरणांचा पाठपुरावा करावा किंवा अशा कार्यप्रणालीचे अनुकरण करावे जी आपल्या समाजाच्या उद्‌दिष्टांची व मूल्यांची जोपासना करते.''*

कॅथ डेव्हिस – *''व्यवसाय संस्थेच्या आर्थिक व तांत्रिक हितापेक्षा व्यावसायिकाचे जे निर्णय व जी कार्ये समाजाप्रती कर्तव्ये मानून केली जातात त्यालाच सामाजिक जबाबदारी असे म्हणतात.''*

सामाजिक जबाबदारी ही संकल्पना भारतामध्ये प्राचीन काळापासून अवगत आहे. भारतीय तत्त्वज्ञानी आर्य चाणक्य व ख्रिस्तपूर्व इतिहास-कालीन खंडातील तत्त्ववेत्ते, पाश्चिमात्य उपदेशक यांनीसुद्‌धा व्यवसाय चालविताना नैतिक तत्वांचा आधार घ्यावा असे सांगितले आहे.

व्यवसायाच्या कायदेशीर जबाबदारीपेक्षा सामाजिक जबाबदारी ही व्यापक संकल्पना आहे. कायदेशीर जबाबदारी ही कायद्याचे पालन करून पार पाडता येईल. सामाजिक जबाबदारी ही संकल्पना त्याही पलीकडची आहे. कायदयाने निर्धारित केलेल्या जबाबदाऱ्यांबरोबरच संस्थेला त्यांच्या इतर सामाजिक कर्तव्यांची जाणीव असणे म्हणजेच सामाजिक जबाबदारी होय. याचाच अर्थ समाजाच्या हितासाठी व्यवसायाच्या वतीने स्वेच्छेने कामे करणाऱ्या अनेक घटकांचा सामाजिक जबाबदारीमध्ये समावेश होतो.

६.१.२ सामाजिक जबाबदारीची गरज (Need for Social Responsibility) :

व्यवसाय संघटना या नफा मिळविण्यासाठीच चालविल्या जातात. परंतु, जास्तीत जास्त नफा कमविणे हे एकमेव उद्‌दिष्ट असता कामा नये. सामाजिक बांधिलकी सुद्धा फार महत्त्वाची असते.

पुढील मुद्‌दे व्यवसायाच्या सामाजिक जबाबदारीची गरज स्पष्ट करतात.

१. **विश्वस्त – संकल्पना :** विश्वस्त ही संकल्पना आर्थिक सामाजिक तत्त्वज्ञानाची आहे. हा विचार सर्वप्रथम महात्मा गांधी यांनी पुढे आणला. सर्वसामान्य जनतेच्या कल्याणासाठी संस्थेच्या सधन व्यक्तींनी विश्वस्त बनून विविध साधनांचा पुरवठा केला पाहिजे. विश्वस्त संस्था समजिक कल्याणासाठी कार्यरत असतात व म्हणून व्यवसायिकांना समाजाचे विश्वस्त मानले जाते.

२. **समाजाच्या बदलत्या अपेक्षा :** अलिकडच्या काळात समाजाच्या व्यवसाय संस्थेकडूनच्या अपेक्षांमध्ये मोठया प्रमाणात बदल झालेला आहे. सुरुवातीच्या काळामध्ये, व्यवसाय म्हणजे वस्तूंचा व सेवांचा पुरवठा करणारा भाग असाच दृष्टीकोन होता. परंतु, आजकाल समाजाची अशी अपेक्षा आहे की व्यवसाय हे जबाबदार नागरिक असून समाजाच्या कल्याणासाठी त्यांनी योगदान दिले पाहिजे.

३. **नावलौकिक/प्रतिष्ठा [Reputation] :** व्यावसायिकांकडून आपल्या व्यवसायाची प्रतिमा निर्माण व बळकट करण्यासाठी प्रचंड प्रमाणावर खर्च केला जातो. सामाजिकदृष्टया जबाबदारीने वागणाऱ्या कंपनीला समाजामध्ये चांगली प्रतिष्ठा मिळते. याचा परिणाम म्हणजे विक्रीत व नफ्यात वाढ होते, प्रतिभावान लोक आकर्षित होतात आणि व्यवसायाचा शाश्वत विकास होतो.

४. **पर्यावरणाचे संरक्षण :** व्यवसाय संघटनेने देशाच्या नैसर्गिक साधनसंपत्तीचा योग्य वापर केला पाहिजे. त्यांनी पर्यावरणाची हानी टाळली पाहिजे. **उदा.** व्यवसायामुळे पाण्याचे होणारे प्रदूषण, ओझोनचा थर कमी करणारे घटक हवेत सोडणे टाळले पाहिजे. यामुळे समाजातील लोकांचे आरोग्य धोक्यात येते आणि सजीवांच्या अस्तित्वावरच प्रश्नचिन्ह निर्माण होते.

५. **संसाधनांचा पर्याप्त वापर :** आधुनिक व्यवसायाच्या व्यवस्थेमध्ये मोठया प्रमाणावर संसाधने उपलब्ध आहेत. या सर्व मोठया प्रमाणावरील संसाधनामुळे समाजाच्या हिताचे रक्षण करणे व्यवसायांना शक्य आहे. अशा साधनसंपत्तीचा अपव्यय टाळला पाहिजे.

६. **कामगार संघटनांचा दबाव :** आधुनिक काळात कामगार त्यांच्या हक्काबाबत जागरूक झाले आहेत. कामगार संघटनांची झपाटयाने वाढ होत आहे आणि व्यावसायिक पर्यावरणामध्ये ते महत्त्वाची भूमिका बजावत आहेत. कामगारांची अशी अपेक्षा असते की, व्यवस्थापनाने त्यांना योग्य पगार, बोनस व इतर सवलती द्याव्यात. यातून होणारा संघर्ष टाळण्यासाठी, व्यवस्थापनाने आपली जबाबदारी ओळखून त्यानुसार कृती केली पाहिजे.

७. **ग्राहक चळवळींची वाढ :** शिक्षणाचा विकास, प्रसार माध्यमे आणि बाजारपेठेतील वाढती स्पर्धा यामुळे ग्राहक त्यांचे हक्क व अधिकारांबाबत जागृत झाले आहेत. म्हणूनच, व्यवसाय संस्थेने ग्राहकांभिमुख धोरणांचे अनुकरण केले पाहिजे.

८. **शासकीय नियंत्रण :** व्यवसायाच्या दृष्टिकोनातून शासकीय नियम हे अनुचित असतात कारण त्यामुळे व्यवसायाच्या स्वातंत्र्यावर मर्यादा येते. शासनाने अनेक कायदे लागू केलेले असतात. यामुळे व्यवसायावर नैतिक दबावाबरोबरच कायदेशीर दबाव येतो.

९. **दीर्घकालीन स्वहित :** ज्या संस्थेचा सर्वोच्च उद्देश हा 'समाजाची सेवा करणे' हा असतो तीच संस्था दीर्घकालीन जास्तीत जास्त नफा मिळवून संस्थेची चांगली प्रतिमासुद्धा निर्माण करू शकते. कामगार, ग्राहक भागधारक आणि शासकीय अधिकारी या सर्वच सदस्यांना जेंव्हा असे वाटेल की, व्यवसाय संस्था त्यांच्या हितरक्षणासाठी काम करीत नाही तेंव्हा ते व्यवसाय संस्थेला सहकार्य करण्याचे बंद करतील. म्हणूनच, स्वतःच्या दीर्घकालीन स्वार्थासाठी का होईना, संस्थेने सामाजिक जबाबदारीचे पालन केले पाहिजे.

१०. **गुंतागुंतीच्या सामाजिक समस्या :** व्यवसाय संस्थेने काही सामाजिक समस्या स्वतःहून निर्माण केलेल्या आहेत. उदा. प्रदूषण, कामाच्या ठिकाणची असुरक्षितता, भेदभाव इ. म्हणून अशा समस्या सोडविणे हे व्यवसायाचे नैतिक कर्तव्य बनते.

११. **जागतिकीकरण :** आजकाल संपूर्ण जग हीच एक बाजारपेठ मानली जाते. जागतिकीकरणामुळे व्यवसायाला अधिक संधी व आव्हाने सुद्धा मिळालेली आहेत. आंतरराष्ट्रीय व्यापारातील अडथळे कमी झाले आहेत आणि त्याचा परिणाम म्हणजे वस्तू व सेवांचे वितरण जागतिक स्तरावर होत आहे. ज्या देशांनी व्यवहाराची आदर्श पद्धत स्वीकारली आहे त्यांचा जगभर प्रभाव वाढला आहे.

१२. **माध्यमांची भूमिका :** सार्वजनिक जीवनामध्ये माध्यमे महत्त्वाची भूमिका बजावतात. इंटरनेटमुळे (माहिती जालामुळे) सामान्य लोकांपर्यंत पोहचणे शक्य होत आहे. माध्यमे ही अतिशय क्रियाशील असून खळबळ उडवून देऊ शकतात. समाजावर त्याचा फार मोठा प्रभाव पडतो. व्यवसायाच्या अनुचित व्यापारी प्रथांविरुद्ध आणि ग्राहकांच्या होणाऱ्या शोषणाविरुद्ध माध्यमे आवाज उठवू शकतात. म्हणून व्यवसायाला सामाजिक मूल्याकडे दुर्लक्ष करता येणार नाही.

६.२ वेगवेगळ्या समूहांप्रति असलेली जबाबदारी :

व्यवसाय समाजाशिवाय कोणतेही कार्य करू शकत नाही. आपल्या आदान-प्रदानासाठी (कच्च्या व पक्क्या मालासाठी) त्याला समाजावर अवलंबून रहावे लागते. गंतवणूकदार, मालक, कर्मचारी इत्यादि विविध समूहांच्या सहाय्याने व्यवसाय चालविला जातो. या सर्व समूहाच्या हिताचा समतोल साधणे व त्याचे रक्षण करणे आवश्यक आहे.

६.२.१ मालकांप्रति जबाबदारी / भागधारकांप्रति जबाबदारी : व्यवसायावर ज्यांची मालकी असते त्यानांच मालक असे म्हणतात. नफ्या-तोटयाला तेच जबाबदार असतात. मालकच भांडवल गुंतवितात आणि धोकाही पत्करतात. म्हणूनच मालकांप्रति व्यवसायाची जबाबदारी पुढीलप्रमाणे आहे.

१. **माफक नफा :** व्यवसायाने माफक नफा मिळविला पाहिजे. व्यवसायाच्या वृद्धी आणि विस्तारासाठी नफा उपयुक्त असतो. त्यामुळे आर्थिक स्थैर्यता लाभते.

२. **व्यवसाय संधीचा शोध :** व्यवसायासाठी मिळणारी संधी ही व्यवसायाच्या विस्तारासाठी, वाढीसाठी आणि व्यवसायात विविधता आणण्यासाठी उपयुक्त असते. अशा संधींच्या शोधासाठी व्यावसायिकाने दक्ष असले पाहिजे. व्यवसायाच्या यशासाठी हे अत्यंत निर्णायक असते आणि म्हणूनच, अशा संधीचा त्याने शोध घेतला पाहिजे.

३. **भांडवलाचा पर्याप्त वापर :** उपलब्ध असलेले भांडवल काळजीपूर्वक व कार्यक्षमपणे वापरले पाहिजे. व्यवसायातील धोक्यांचासुद्धा विचार केला पाहिजे तसेच व्यवस्थापनाने भांडवलाच्या सुरक्षिततेकडेसुद्धा लक्ष पुरविले पाहिजे.

४. **कमीत कमी अपव्यय :** व्यावसायिक संस्था उपलब्ध संसाधनांचा कमीत कमी अपव्यय करून जास्तीत जास्त नफा मिळवू शकतात. म्हणूनच, संस्थांनी वेळ, पैसा व मनुष्यबळ यांचा अपव्यय टाळावा.

५. **कार्यक्षम व्यवसाय :** व्यवस्थापनाने उपलब्ध असलेल्या दुर्मीळ संसाधनांचा योग्य वापर करावा. संसाधनांचा कार्यक्षमपणे वापर केल्याने नफ्याच्या प्रमाणामध्ये व उत्पादकतेमध्ये वाढ होते. म्हणूनच व्यवसाय अत्यंत कार्यक्षमपणे चालविला पाहिजे.

६. **भाग बाजारामध्ये योग्य व्यवहार :** भाग बाजाराशी संबंधित असलेल्या सर्व प्रकारच्या अयोग्य व्यापारी प्रथा टाळल्या पाहिजेत. उदा. (भागांची खरेदी-विक्री करणाऱ्या गटाचा सदस्य) चुकीची व गुप्त (गोपनीय) माहिती पुरविणे इ. कृत्रिमरित्या भागांच्या किंमतीत वाढ किंवा घट केल्याने सर्व सामान्य गुंतवणूकदाराचे नुकसान होते.

७. **विस्तार व विविधता (वैविधता) :** व्यवसायामध्ये वाढ आणि विकास होण्यासाठी त्यामध्ये विस्तार व

वैविधीकरण केले पाहिजे. त्यासाठी, व्यवसायाने संशोधन आणि विकासात्मक प्रकल्प हाती घेतले पाहिजेत. त्यामुळे ते स्पर्धेला सामोरे जाऊ शकतात.

८. **ठरावीक मुदतीत माहिती :** व्यवसायाच्या मालकांना आर्थिक परिस्थितीविषयी संपूर्ण आणि अचूक माहिती दिली पाहिजे. व्यवसायाने अशी माहिती अहवाल, परिपत्रके इ. माध्यमातून उघड केली पाहिजे.

९. **भागधारकांच्या/मालकांच्या निधीचा प्रभावीपणे वापर :** भागधारकांच्या निधीचा वापर जास्तीत जास्त चांगल्या प्रकारे केला पाहिजे. त्यातून अल्प व दीर्घ कालावधीचा परतावा वेळेत दिला पाहिजे.

१०. **नावलौकिक निर्माण करणे :** व्यवस्थापनाने व्यवसायाची सार्वजनिक प्रतिमा चांगली विकसित केली पाहिजे व राखली पाहिजे. चांगला नावलौकिक असलेली कंपनी बाजारपेठेत प्रचंड प्रमाणावर आदर व विश्वास निर्माण करते.

६.२.२ गुंतवणूकदारांप्रति जबाबदारी :

गुंतवणूकदार हे कंपनीला अर्थपुरवठा करतात. ते व्यवसायाचे धनको (Creditors) असतात. व्यवसायाने गुंतवणूकदारांप्रति पुढील जबाबदाऱ्यांची पूर्तता करावी.

१. **सभांचे योग्य नियमन :** व्यवसायाविषयीची माहिती देण्याकरिता कंपनीने, गुंतवणूकदारांच्या सभा बोलविल्या पाहिजेत. सभेची योग्य सूचना त्यांना दिली पाहिजे. कठीण समयी (आणीबाणीच्या प्रसंगात) गुंतवणूकदारांना विश्वासात घेतले पाहिजे. अपयशास कारणीभूत ठरणाऱ्या घटकांची माहिती गुंतवणूकदारांस दिली पाहिजे.

२. **गुंतवणुकीवर मोबदला :** गुंतवणूकदार त्यांचा पैसा व्यवसायात गुंतवतात आणि जोखीम पत्करतात. व्याजाच्या रूपाने त्यांना, त्यांच्या गुंतवणुकीवर योग्य परतावा नियमितपणे मिळाला पाहिजे. त्यासाठी पुढील मुद्‌द्यांचा विचार व्हावा :

- गुंतवणुकीवर योग्य परतावा.
- गुंतवणुकीची सुरक्षितता.
- व्यवसायात सतत होणारी वृद्‌धी

३. **तक्रारी हाताळणे :** जर गुंतवणूकदारांच्या काही तक्रारी असतील तर त्या कंपनीने हाताळल्या पाहिजेत. यासाठी तेथे प्रभावी पद्धतींचा वापर केला पाहिजे. तसेच, इतर कोणत्याही समस्येबाबत समाधानाकरक तोडगा काढला पाहिजे.

४. **पारदर्शकता राखणे :** व्यवसाय कार्यक्षमतेने चालविण्यासाठी गुंतवणूकदार व्यवसायाला दीर्घ मुदतीचे व खेळते भांडवल पुरवितात. त्यामुळे व्यवसायाने त्यांच्या कारभारात उच्च प्रतीची पारदर्शकता राखली पाहिजे.

५. **माहिती योग्य रीतीने प्रकट करणे :** व्यवस्थापनाने गुंतवणूकदारांना संपूर्ण व वस्तुस्थितीवर आधारित माहिती पुरविली पाहिजे. त्यांना नियमितपणे अहवाल, परिपत्रके, नफा-तोटयाबाबतची निवेदने मिळाली पाहिजेत. त्यातून त्यांना त्यांची गुंतवणूक सुरक्षित असल्याची खात्री पटेल. त्यामुळे भावी गुंतवणूकदार भविष्यामध्ये गुंतवणूक करण्याचा निर्णय घेऊ शकतील.

६. **प्रतिष्ठा व कर्जफेडीची कुवत राखणे :** गुंतवणूकदारांच्या समाधानासाठी व्यवस्थापनाने मजबूत, आर्थिक स्थिती, कर्जफेडीची क्षमता व नावलौकिक राखले पाहिजे. व्यवसायाने संशोधन, नवीन बदल (नवकल्पना) व विस्तार वाढविण्यासाठी सातत्याने प्रयत्न केले पाहिजेत.

६.२.३ कर्मचाऱ्यांप्रति जबाबदारी :

कर्मचारी हे व्यवसाय संघटनेचे मानवी संसाधन आहे. त्यांना प्रतिष्ठेने व आदराने वागविले पाहिजे. व्यवस्थापन आणि कर्मचाऱ्यांनी परस्पर सामंजस्य व विश्वास निर्माण केला पाहिजे. कर्मचाऱ्यांच्या हिताचे रक्षण करण्यासाठी शासनाने विविध कामगार कायदे मंजूर केले आहेत.

व्यवसायाची कर्मचाऱ्यांप्रति जबाबदारी पुढीलप्रमाणे.

१. **नोकरीची सुरक्षितता :** नोकरीतील सुरक्षिततेमुळे मानसिक शांतता लाभते. परिणामी कर्मचारी पूर्ण क्षमतेने एकाग्रतेने काम करू शकतात. कामाच्या वचनबद्धतेमुळे त्यांची संस्थेविषयी निष्ठा व आत्मियता वाढते.

२. **योग्य मोबदला :** व्यवसायाने त्यांच्या सर्व कर्मचाऱ्यांना आकर्षक पगार दिला पाहिजे. बोनस, जादा कामाचा भत्ता इ. कार्याला प्रवृत्त करणाऱ्या इतर गोष्टी त्यांना दिल्या पाहिजेत. कामाच्या स्वरूपानुसार मोबदला निश्चित असला पाहिजे. बढती, अनुरूप वेतन योजना, वेतनाची सुधारित आवृत्तीसुद्धा आवश्यक आहे.

३. **आरोग्य व सुरक्षितता उपाय :** व्यवसायाने कर्मचाऱ्यांच्या आरोग्याचे व प्रकृतीचे संरक्षण केले पाहिजे. कामगारांना उपहारगृह, वैदयकीय सुविधा आणि त्यांच्या स्वच्छतेची खबरदारी घेतली पाहिजे. अपघातांना आळा घालण्यासाठी आणि प्रदूषण नियंत्रणासाठी यंत्रसामग्री व सभोवतालच्या आवाराची योग्य देखरेख केली पाहिजे. हातमोजे, पादत्राणे, शिरस्त्राणे, चश्मे, मुखवटे इ. सारखी सुरक्षिततेची साधने संबंधित कर्मचाऱ्यांना पुरविली पाहिजेत.

४. **कामाची सुयोग्य स्थिती :** कामाच्या ठिकाणी पुरेसा प्रकाश, खेळती हवा, पिण्याचे पाणी इत्यादी सुविधा कर्मचाऱ्यांना पुरविल्या पाहिजेत. हवा, पाणी आणि ध्वनी प्रदूषण टाळण्यासाठी आवश्यक ती पावलं उचलली पाहिजेत. कामाचे योग्य तास, भोजनाची वेळ, विश्रांतीची वेळ इत्यादी गोष्टी योग्य प्रमाणात असाव्यात.

५. **कामगार संघटनांना मान्यता :** औद्योगिक शांतता राखणे ही व्यावसायिक संस्थांची जबाबदारी आहे. कामगार संघटनांचे सदस्य होण्याचा कामगारांना हक्क आहे, हे मालकांनी ओळखले पाहिजे. मालकांनी, कामगार संघटना उभारण्यास प्रतिबंध करू नये. 'फोडा आणि राज्य करा' या धोरणाचा अवलंब करू नये. कामगार संघटनांच्याबरोबर बोलणी करून व्यवस्थापनाने कर्मचाऱ्यांच्या वेगवेगळ्या समस्यांचे वर्गीकरण केले पाहिजे. व्यवस्थापन व कामगार संघटनांनी दोघांच्या हितासाठी संप आणि टाळेबंदी यावर निर्बंध घालावेत.

६. **शिक्षण व प्रशिक्षण :** कर्मचाऱ्यांना प्रशिक्षित करण्यासाठी संस्थेने शक्य तितके प्रयत्न केले पाहिजेत. कामाच्या स्वरूपावर मार्गदर्शन व प्रशिक्षणाच्या पद्धती अवलंबून असतात. ''सुरुवातीचे प्रशिक्षण', रिफ्रेशर ट्रेनिंग (नवीन ज्ञान देण्यासाठी योजलेले प्रशिक्षण) असे कार्यक्रम, कर्मचाऱ्यांना अद्ययावत ठेवण्यासाठी घेतले जातात. प्रशिक्षणाने कर्मचाऱ्यांचा आत्मविश्वास वाढतो आणि त्यातून त्यांच्या कार्यक्षमतेतसुद्धा वाढ होते.

७. **कामगारांचा व्यवस्थापनात सहभाग :** कर्मचारी समिती स्थापन करून कर्मचाऱ्यांना व्यवस्थापनात सहभाग घेण्यासाठी प्रोत्साहित केले पाहिजे. विविध प्रकारच्या सूचना, सूचनात्मक योजना, नफ्याचे विभाजन यामुळे व्यवस्थापनाला प्रोत्साहन मिळते त्यामुळे त्यांच्या मनौधैर्यात वाढ होते व त्यांच्यात आपलेपणाची जाणीव निर्माण होते

८. **बढती आणि करियर (रोजगाराच्या) संधी :** व्यवसायाने त्यांच्या प्रतिभावान कर्मचाऱ्यांना बढतीच्या पुरेशा संधी दिल्या पाहिजेत. बढती मिळविण्यासाठी आवश्यक असणारी शैक्षणिक पात्रता, कौशल्ये व अनुभव याविषयी योग्य माहिती दिली पाहिजे. त्यामुळे कर्मचाऱ्यांमध्ये जाणीव निर्माण होऊन जादा काम करण्यास त्यांना प्रेरणा मिळेल.

९. **योग्य तक्रार निवारण पद्धती :** कर्मचाऱ्यांच्या तक्रारी हाताळण्यासाठी योग्य अशी तक्रार निवारण पद्धती असली पाहिजे. सर्व प्रकारच्या शंकांचे किंवा तक्रारींचे त्वरित निराकरण झाले पाहिजे. कर्मचाऱ्यांच्यामध्ये समाधानाची भावना निर्माण झाली पाहिजे. त्यांच्या तक्रारींचा न्याय निवाडा करण्यासाठी संपूर्ण चौकशी करून योग्य ती कार्यवाही केली पाहिजे.

१०. **इतर :**

- सर्व कर्मचाऱ्यांना निःपक्षपाती वागणूक.
- कर्मचाऱ्यांची विशेष कौशल्ये ओळखून त्यांची प्रशंसा करणे आणि प्रोत्साहन देणे.
- कायदेशीर आचारसंहिता लागू करणे.
- त्यांची ध्येये ओळखून परिपूर्ण काम करणाऱ्यांना संधी देणे.
- कर्मचाऱ्यांच्या धार्मिक, सामाजिक, राजकीय हक्कांचे रक्षण करणे.
- अनौपचारिक गट तयार करण्यास मान्यता देणे.

६.२.४. ग्राहकांप्रति जबाबदारी :

ग्राहक हा बाजारपेठेच्या राजा असतो परंतु, प्रत्यक्षातला अनुभव वेगळा आहे. ग्राहकांशिवाय व्यवसाय काहीही करू शकत नाही. व्यवसायाचे अस्तित्व आणि व्यवसायाची वृद्धी हे ग्राहकांचे समाधान, त्यांचा पाठिंबा व त्यांना देण्यात येणाऱ्या सेवेवरच अवलंबून असते. व्यावसायिक संघटनेने ग्राहकांचा विश्वास संपादन केला पाहिजे. ग्राहकांच्याप्रति सकारात्मक दृष्टिकोन ठेवून आणि पुढीलप्रकारच्या सामाजिक गरजांची पूर्तता करून हे शक्य आहे.

१. **उत्कृष्ट/चांगल्या दर्जाचे उत्पादन :** व्यवसाय संस्थेने चांगल्या दर्जाच्या वस्तूंचे उत्पादन केले पाहिजे. प्रत्येक संस्थेचा दर्जा नियंत्रण विभाग Quality Control Departmentअसला पाहिजे. त्यामुळे कमी प्रतीची व कमी दर्जाची उत्पादने नाकारली जातील. दर्जा नियंत्रणासाठी आंतरराष्ट्रीय मानक संस्था (I.S.O.) हा अगदी अलीकडचा कल आहे. यामुळे ग्राहकांना चांगल्या उत्पादनाची खात्री पटते.

२. **योग्य किंमत :** वस्तूंना अवाजवी किंमत लावून ग्राहकांची फसवणूक करू नये. प्रत्येक वेळी ग्राहकांना फसविणे शक्य नसते. योग्य किंमत आकारल्याने पहिल्यांदाच आलेल्या ग्राहकाचे कायमस्वरूपी ग्राहकांमध्ये रूपांतर करता येते. सर्व करांसहित जास्तीत जास्त किरकोळ विक्रीची किंमत (M.R.P.) प्रत्येक मालाच्या संवेष्टनावर छापलीच पाहिजे. किरकोळ विक्रेत्याने त्यापेक्षा जास्त किंमत आकारू नये.

३. **ग्राहकांची सुरक्षितता :** ग्राहकांना पुरविल्या जाणाऱ्या वस्तुमुळे त्यांच्या आरोग्यावर आणि जीवितावर कोणताही प्रतिकूल परिणाम होणार नाही याची दक्षता घेतलीच पाहिजे. असुरक्षित उत्पादनांचे विपणन केले जाऊ नये. कोणत्याही प्रकारच्या असुरक्षित वस्तूंविषयी ग्राहकांना आगाऊ सूचना दिली पाहिजे.

४. **जाहिरातीमधील प्रमाणिकपणा :** ग्राहकांना प्रत्यक्ष वस्तूमधील वास्तवपणा, गुणवैशिष्ट्ये, फायदे, दुष्परिणाम इ. गोष्टी जाणून घ्यावयाच्या असतात. जाहिरातीमुळे या माहितीचे प्रकटीकरण होते. त्यामुळे व्यवसाय

संघटनेने दिशाभूल करणाऱ्या जाहिरातीबाबत दक्ष असले पाहिजे. चुकीची, दिशाभूल करणारी, असभ्य जाहिरात टाळली पाहिजे. फक्त प्रांजल (प्रामाणिक/चांगल्या) जाहिरातीचे ग्राहक दीर्घकाळपर्यंत कौतुक करतात.

५. **विक्रयोत्तर सेवा** : उत्पादकाकडून वस्तूची गुणवत्ता, टिकाऊपणा, दुरुस्ती इ. बद्दल ग्राहकाला विशिष्ट कालावधीची जी हमी दिलेली असते त्याबाबत संस्थेने विक्रयोत्तर सेवा पुरविल्या पाहिजेत. प्रभावी व कार्यक्षम विक्रयोत्तर सेवेमुळे ग्राहकांचे व संस्थेचे दृढ संबंध निर्माण होण्यास मदत होते.

६. **संशोधन आणि विकास (R & D)** : वस्तूंचा दर्जा सुधारण्यासाठी आणि उत्पादनाचा खर्च कमी करण्यासाठी व्यवसाय संस्थेने संशोधन व विकास कार्य हाती घ्यावे. त्यामुळे वस्तूची अंतिम किंमत कमी होण्यास मदत होईल. संबंधित वस्तूवर (ISI, Agmark, ISO) इ. वस्तूचा दर्जा स्पष्ट करणारी गुणवत्ता मानके लिहिली पाहिजेत.

७. **मालाचा नियमित पुरवठा** : ग्राहकांना जेंव्हा वस्तूंची गरज असेल तेंव्हा वस्तूंचा पुरवठा नियमितपणे केला पाहिजे. व्यवसाय संस्थेने साठेबाजी व काळया-बाजाराद्वारे वस्तूंची कृत्रिम टंचाई निर्माण करता कामा नये.

८. **तक्रारींची दखल** : ग्राहकांच्या तक्रारींची तत्काळ दखल घेतली पाहिजे. तत्काळ आणि ताबडतोब तक्रार निवारण करणारी यंत्रणा राबविली पाहिजे. ग्राहकांच्या सूचनांचे स्वागत केले पाहिजे.

९. **प्रशिक्षण** : व्यवसाय संस्थेने, त्यांच्या ग्राहकांसाठी मोफत किंवा माफक दरामध्ये प्रशिक्षण आयोजित केले पाहिजे.

१०. **ग्राहकांचे शोषण टाळणे** : ग्राहकांची पिळवणूक करणाऱ्या अन्यायकारी व्यापारी प्रथा व्यवसायाने टाळल्या पाहिजेत. ग्राहकांचे हित लक्षात घेऊन त्यांनी मक्तेदारीयुक्त स्पर्धासुद्धा टाळली पाहिजे.

६.२.५. शासनाप्रति जबाबदारी :

देशाचा सुनियोजित आर्थिक विकास आणि सामान्य माणसाच्या हिताचे संरक्षण हे उद्दिष्ट समोर ठेऊन शासन व्यवसायाचे नियमन व नियंत्रण करते. शासन व्यवसायाला आर्थिक मदत व अनुदान देते. शासनाप्रति व्यवसायाची जबाबदारी पुढीलप्रमाणे आहे.

१. **नियमितपणे कर भरणा** : विक्रीकर, उत्पन्न कर (आयकर), संपत्ती कर इ. प्रकारचे कर शासनाकडून आकारले जातात. व्यवसाय घटकाने अशा करांचा वेळेत भरणा केला पाहिजे. आर्थिक निधी शिवाय शासनाला विकासात्मक प्रकल्प हाती घेणे अवघड असते.

२. **नियम व कायदयांचे पालन** : व्यवसायासाठी शासनाने निर्धारित केलेल्या सर्व नियमांचे पालन केले पाहिजे. विशिष्ट व्यवसायासाठीचा परवाना मिळविणे, व्यवसायाची कार्यप्रणाली, किंमत निश्चिती आणि उत्पादन इ बाबत शासनाने व्यवसायासाठी केलेल्या नियमांचे पालन केले पाहिजे. थोडक्यात, त्यांनी व्यवसाय कायदेशीर मार्गाने चालवावा.

३. **परकीय चलन मिळविणे** : शासनाची अशी अपेक्षा असते की, व्यवसाय संघटनांनी मालाची निर्यात करून परकीय चलन मिळवावे. विविध प्रकारच्या वस्तू, मौल्यवान व महत्त्वपूर्ण उत्पादने यांची आयात करण्यासाठी शासनाला परकीय चलनाची आवश्यकता असते.

४. **आर्थिक विकास** : देशाच्या संतुलित व जलद आर्थिक विकासासाठी शासन विशिष्ट ध्येय निश्चित करते. अशावेळी व्यवसाय संघटनेने शासनाला वेळोवेळी सहकार्य केले पाहिजे.

५. **सामाजिक – आर्थिक धोरणांची अंमलबजावणी :** शासनाला सामाजिक-आर्थिक कार्यक्रम व धोरणांची अंमलबजावणी करण्यासाठी व्यवसाय क्षेत्राकडून सहकार्याची व मदतीची अपेक्षा असते.

६. **शासनास सूचना करणे :** औदयोगिक धोरण, आयात निर्यात धोरण, परवाना धोरण इत्यादी प्रकारच्या महत्त्वपूर्ण धोरणांची आखणी करण्यापूर्वी, व्यवसाय संघटना शासनास सूचना किंवा मार्गदर्शन करू शकते. व्यवसायाभिमुख धोरणे आखण्यासाठी या सूचनांची मदत होते.

७. **अनुचित लाभ :** शासकीय अधिकाऱ्यांना लाच देऊन किंवा त्यांच्यावर दबाव टाकून आपणास अनुकूल अशी कोणतीही गोष्ट व्यवसाय संघटनेने करू नये.

८. **शासकीय कोषागारासाठी योगदान :** महापूर, भूकंप इत्यादी नैसर्गिक आपत्तीच्यावेळी आणि आपतकालीन परिस्थितीमध्ये व्यवसाय संघटनेने शासनाकडे निधी पुरविला पाहिजे.

६.२.६. समाज/सर्वसाधारण जनतेप्रति असणारी जबाबदारी :

व्यवसाय संघटनेला समाजाप्रति मोठया प्रमाणावर निश्चित स्वरूपाच्या पार पाडाव्या लागणाऱ्या जबाबदाऱ्या पुढीलप्रमाणे-

१. **पर्यावरणाचे संरक्षण :** वर्तमानकाळात प्रदूषण ही फार मोठी समस्या बनली आहे. उद्योगधंदे, रासायनिक प्रकल्प, सिमेंट प्रकल्प इत्यादींमुळे जल व वायू प्रदूषण होते. व्यवसाय संघटनेने शक्य त्या उपाययोजना करून प्रदूषण कमी करावे.

२. **संसाधनांचा जास्तीत जास्त चांगला वापर :** व्यवसाय संघटनेने दुर्मीळ संसाधनांचा योग्य व जास्तीत जास्त वापर केला पाहिजे. इंधन, पाणी, जमीन इ. संसाधनांचा कार्यक्षमपणे वापर करावा.

३. **दुर्बल घटकांसाठी आरक्षण :** समाजातील आर्थिकदृष्ट्या दुर्बल घटकांच्या उन्नतीसाठी व्यवसायामध्ये काही जागा राखीव (आरक्षित) ठेवाव्यात अशी व्यवसायाकडून अपेक्षा असते. अशा लोकांना व्यवसायाकडून वेळोवेळी आर्थिक व इतर मदतीची अपेक्षा असते.

४. **मागासलेल्या भागांचा विकास :** व्यवसाय संघटनांनी मागासलेल्या भागामध्ये व्यवसाय सुरू करावा अशी समाजाची अपेक्षा असते. त्यामुळे ग्रामीण भागातील लोकांना रोजगाराच्या संधी निर्माण होऊन त्यांची क्रयशक्ती (खरेदीची क्षमता) वाढेल. अशाप्रकारे, ग्रामीण भागांच्या विकासासाठी मदत होईल.

५. **समाज-विघातक कृत्यांना विरोध :** समाज-विघातक कृत्यामध्ये व्यवसाय संघटनेने सहभागी होता कामा नये. त्याचा समाजावर प्रतिकूल परिणाम होतो. समाज विरोधी घटकांना कोणतीही आर्थिक मदत पुरविता कामा नये. गुन्हेगारी प्रवृत्तीच्या व्यक्तींशी कोणत्याही प्रकारचे संबंध ठेवू नयेत. तसेच, शासकीय लोकांना लाच देणे सुद्‌धा टाळले पाहिजे.

६. **आर्थिक मदत :** द्रारिद्र्य निर्मूलन, अज्ञान निर्मूलन इत्यादी प्रकारच्या विविध कारणांसाठी समाजाची व्यवसायांकडून आर्थिक मदतीची अपेक्षा असते. अंमली-पदार्थ विरोधी मोहीम, ध्वनी-प्रदूषण विरोधी मोहीम इत्यादी समाज जागृती करणाऱ्या विविध कार्यक्रमांसाठी व्यवसाय संघटनांनी आर्थिक मदत करावी अशी त्यांची अपेक्षा असते.

७. **अतिदाट गर्दी रोखावी :** व्यवसायाने शहरामध्ये उद्‌योगांचे होणारे केंद्रीयीकरण टाळून विविध ठिकाणी किंवा भागामध्ये ते विखुरले गेले पाहिजे. उद्योगधंद्यांची स्थापना प्रामुख्याने औद्योगिक क्षेत्रामध्येच केली पाहिजे. रहिवासी भागावर होणारे प्रतिकूल परिणाम त्यांनी टाळले पाहिजेत.

८. **रोजगार निर्मिती :** व्यवसायाने समाजातील सर्व घटकांच्यासाठी मोठया प्रमाणावर रोजगाराच्या संधी उपलब्ध केल्या पाहिजेत. विस्तार व विकेंद्रीकरणाच्या कार्यक्रमाद्वारे ते शक्य आहे. अशा प्रयत्नांमुळे समाजातील बेकारीचा प्रश्न, दारिद्र्याचा प्रश्न सोडविण्यास मदत होईल.

६.३ पर्यावरण संरक्षणाप्रति सामाजिक जबाबदारी :

व्यवसायाने पर्यावरणाचे संरक्षण व संवर्धन केले पाहिजे. व्यवसायाकडून सर्व प्रकारच्या नैसर्गिक संसाधनांचा वापर केला जातो. त्यामुळे पर्यावरणाचे संरक्षण करणे हे व्यवसायावर बंधनकारक असते. तसेच नैसर्गिक असमतोल निर्माण होणार नाही याची त्यांनी काळजी घ्यावी.

व्यवसाय → [• कच्च्या मालाचे उत्खनन • संसाधनांचे व्यवस्थापन • टाकाऊ आणि उपपदार्थांची निर्मिती] → पर्यावरणावर प्रभाव

औदयोगिकरणामुळे अपायकारक टाकावू पदार्थांच्या निर्मितीतून पर्यावरणीय प्रदूषण होते आणि त्यातून पर्यावरणास धोका निर्माण होतो. जैवविविधतेचा ऱ्हास, जैवतंत्रज्ञान वापरून विकसित केलेले सजीव उदा. पीके, जीवाणू, प्राणी, वनस्पती इत्यादी मुख्य पर्यावरणीय समस्या निर्माण होतात.

व्यवसायाचा पर्यावरणावरील परिणाम :

१. हवा प्रदूषण

२. जल प्रदूषण

३. ध्वनी प्रदूषण

४. इलेक्ट्रॉनिक कचरा

पर्यावरणाचे संरक्षण करणे हे व्यवसायाला अनेक बाजूंनी उपयुक्त ठरते. उदा. ग्राहकांमध्ये व कर्मचाऱ्यांमध्ये जागृती निर्माण करणे, खर्चात बचत करणे, शासकीय तोट्यावर नियंत्रण इ.

टाकाऊ पदार्थांचे संवर्धन करण्याची अनेक तंत्रे उपलब्ध आहेत आणि सर्वसामान्यपणे त्याचे वर्गीकरण ४R मध्ये केले जाते.

(Reduction (घट), Reuse (पुनर्वापर), Recycling (पुनर्निमिती), Recovery (पुन:प्राप्त))

१) जेथे शक्य आहे तेथे अपव्यय टाळण्यास प्राधान्य द्यावे.

२) जर टाकाऊ पदार्थ निर्माण होत असतील तर त्यांचा पुन:वापर करावा.

३) पुनर्निमिती हा तिसरा पर्याय आहे. ज्या टाकाऊ वस्तूंचे प्रमाण कमी करता येत नाही किंवा पुन:वापर करता येत नाही त्यांचीच पुनर्निर्मिती करावी.

४) शेवटी, ज्या टाकाऊ वस्तूंच्या प्रमाणात घट करता येत नाही, पुन:वापर किंवा पुनर्निमिती करता येत नाही अशा वस्तू पुन:प्राप्त कराव्यात.

६.४ व्यवसाय नीतिशास्त्र :

६.४.१ संज्ञा :

''एथिक्स्'' हा शब्द ग्रीक भाषेतील ''एथॉस'' (Ethos) या शब्दापासून आलेला आहे, ज्याचा अर्थ 'चारित्र्य' असा होतो. नीतिशास्त्र म्हणजे नियम व तत्त्वांचा असा संच आहे की ज्याचे व्यवसायाने अनुकरण केले पाहिजे. व्यवसाय नीतिशास्त्र म्हणजे व्यवसाय करीत असताना व्यवसायाने ज्या नियमावलीचे पालन केले पाहिजे अशा नियमांचा संच होय.

नीतिशास्त्राद्वारे असा मापदंड निश्चित केला जातो की व्यवसायाचे कामकाज कसे असले पाहिजे हे ठरविता येते. यामुळे व्यवसायासाठी योग्य मार्ग आणि अयोग्य मार्ग कोणते हे समजण्यास मदत होते.

नीतिशास्त्राचा संबंध मानवाची कृती बरोबर की चूक, चांगली की वाईट, न्याय की अन्याय, कायदेशीर की बेकायदेशीर, योग्य व अयोग्य अशा संकल्पनांशी निगडीत आहे. नीतिशास्त्र ही सामाजिक शास्त्राची शाखा आहे.

६.४.२ व्याख्या :

ॲन्ड्रयू क्रेन : *''व्यवसाय नीतिशास्त्रामध्ये व्यवसायातील अशा घटनांचा अभ्यास केला जातो की, त्यांची कार्ये व निर्णय हे योग्य की अयोग्य याचा शोध घेतला जातो.''*

व्हीलर : *''व्यवसाय नीतिशास्त्र हे कला वा शास्त्र असून ज्यामध्ये समाज, त्यांचे विविध गट, संस्था यांच्याबरोबर चांगले सहसंबंध निर्माण करून, व्यवसायाने केलेली कामे योग्य की अयोग्य हे ओळखून नैतिक जबाबदारी निश्चित केली जाते''.*

६.४.३ व्यवसाय नीतिशास्त्राची वैशिष्ट्ये :

१. **आचार संहिता :** व्यवसाय नीतिशास्त्र ही एक आचारसंहिता/नियमावली आहे. याद्वारे समाजाच्या कल्याणासाठी काय करावे व काय करू नये हे सांगितले जाते. सर्व व्यावसायिकांनी या आचारसंहितेचे पालन केले पाहिजे.

२. **नैतिक व सामाजिक मूल्यांवर आधारित :** व्यवसाय चालविला जात असताना आवश्यक असणाऱ्या नैतिक व सामाजिक तत्त्वांचा (नियमांचा) यात समावेश होतो. स्वयं नियंत्रण, ग्राहक संरक्षण आणि कल्याण, समाजाला सेवा देणे, सामाजिक घटकांना योग्य वागणूक देणे, इतरांचे शोषण न करणे इ. गोष्टी यात सामावलेल्या आहेत.

३. **सामाजिक गटांना संरक्षण देणे :** ग्राहक, कर्मचारी, छोटे व्यावसायिक, शासन, भागधारक, धनको इ. प्रकारच्या विविध सामाजिक गटांना संरक्षण देण्याचे काम व्यवसाय नीतिशास्त्र करते.

४. **मूलभूत आराखडा प्रदान करते :** यामध्ये व्यवसायाच्या सामाजिक, सांस्कृतिक, आर्थिक, कायदेशीर व इतर मर्यादा दिलेल्या असतात. व्यवसाय सदरच्या मर्यादेमध्येच चालविला पाहिजे.

५. **स्वयंस्फूर्ती :** व्यावसायिकाने, व्यवसाय नीतिशास्त्रांचा स्वतःहून स्वीकार केला पाहिजे. व्यवसाय नीतिशास्त्र हे स्वयं-शिस्तीसारखे असले पाहिजे. ते कायद्याने लादलेले नसावे.

६. **शिक्षण आणि मार्गदर्शनाची गरज :** व्यवसाय नीतिशास्त्राचा परिचय करून देण्यापूर्वी, व्यावसायिकांना योग्य

ते शिक्षण व मार्गदर्शन दिले पाहिजे. व्यवसाय नीतिशास्त्राची अंमलबजावणी करण्यासाठी व्यावसायिक प्रेरित झाला पाहिजे.

७. **संबंधित संज्ञा/संकल्पना :** व्यवसायापरत्वे व्यवसाय नीतिशास्त्रात बदल होतो. एका देशामधून दुसऱ्या देशामध्येसुद्धा यात बदल होतो. एका देशात जे चांगले मानले जाते/समजले जाते, कदाचित दुसऱ्या देशात त्यावर बंदी घातली जाते.

८. **नवीन संज्ञा :** व्यवसाय नीतिशास्त्र ही नवीन संज्ञा आहे. विकसित देशामध्ये याची कटाक्षाने अंमलबजावणी केली जाते. परंतु, गरीब व विकसित देशामध्ये मात्र याची कटाक्षाने अंमलबजावणी केली जात नाही.

६.४.४ नैतिक व सामाजिक मूल्ये :

आपली मूल्ये ही फार महत्त्वाची असतात कारण आपल्या वृद्धी व विकासासाठी ती मदत करतात. आपण घेतलेल्या निर्णयांचे प्रतिबिंब म्हणजे आपली मूल्ये व श्रद्धा असतात आणि विशिष्ट उद्दिष्टांसाठी ती सदैव मार्गदर्शक ठरतात.

समाजाच्या सांस्कृतिक दृष्टीने सामाजिक मूल्ये हा एक महत्त्वाचा भाग असतो. समाज वर्तणुकीसाठी ती मार्गदर्शक ठरतात. मूलभूत हक्क/अधिकार, स्वदेशाभिमान, मानवतेचा सन्मान, तर्कशक्ती, त्याग, समानता, लोकशाही इ. मूल्ये आपल्या वर्तणुकीवर अनेक मार्गांनी प्रभाव पाडतात. नैतिक मूल्ये ही चूक की बरोबर यांची सांगड घालण्यावर आधारलेली आहेत तर सामाजिक मूल्यामध्ये समाजाकडून स्वीकार्य अशा गोष्टींचा समावेश होतो. सामाजिक मूल्ये ही नेहमीच रूढी-परंपरा अहंकार, प्रमाणिकपणा, अखंडत्व, सचोटी, कठोर परिश्रम, सह-कार्य, क्षमाशीलता, कोणालाही न दुखविणे इ. वर आधारलेली असतात.

सर्वच व्यावसायिक कृतीं मागे नीतिशास्त्र असते. व्यवसायाने कोणती कामे करावित व कोणती करू नयेत यासाठी समाजाने नियम तयार केले आहेत. त्यानांच व्यवसाय नीतिशास्त्र असे म्हणतात. प्रामाणिकपणा, पारदर्शकता, न्याय बुद्धीने वागणे, अखंडत्व इत्यादींमुळे नावलौकिक वाढतो. त्यामुळे दीर्घकालीन आर्थिक फायदा होतो.

व्यवसाय नीतीची संहिता :

- **करावे :**
  १. कर व इतर शुल्क नियमितपणे भरणे
  २. कामगारांना योग्य मजुरी, भत्ता व इतर आर्थिक प्रोत्साहन देणे.
  ३. उत्पादनाच्या विश्वसनीयतेची व सुरक्षिततेची खात्री देणे.
  ४. ग्राहकांच्या अपेक्षेनुसार वाजवी किमतीला मालाचा पुरवठा करणे.
  ५. ग्राहकांच्या मुलभूत हक्कांचा मान-सन्मान/आदर करणे.
  ६. नफ्याचा कांही भाग समाजासाठी वापरणे.
- **करू नये :**
  १. निरोगी स्पर्धा नष्ट करू नये.
  २. ग्राहकांची फसवणूक किंवा शोषण करू नये.

३. मक्तेदारी निर्माण करू नये.

४. साठेबाजी किंवा काळा बाजार यांचा आधार घेऊ नये.

५. सुप्त किंवा अवाजवी नफा मिळवू नये.

- **टाळावे :**

१. अनुचित स्पर्धा (अयोग्य स्पर्धा)

२. आर्थिक शक्तीचे केंद्रीकरण

३. उत्पादन, वितरण, किंमती इ. बाबत सोबतच्या व्यावसायिकाबरोबर करार करून नियंत्रण ठेवणे.

- **स्वीकारावे :**

१. 'सेवा प्रथम आणि नफा नंतर' हे तत्त्व.

२. 'ग्राहक हा राजा असतो' हे व्यवसायातील सत्य.

३. तुमचा व्यवसाय न्याय्य, योग्य, मानवतावादी, कार्यक्षम आणि अष्टपैलू बनविणे.

६.५ कंपन्यांची सामाजिक जबाबदारी : [Corporate Social Responsibility] :

प्रस्तावना:

कंपन्यांची सामाजिक जबाबदारी ही संज्ञा भारतासाठी नवीन नाही. तथापि कंपनी कारभार मंत्रालय, भारत सरकारने अलिकडेच सूचित केले आहे की, कंपनी कायदा २०१३ मधील कलम १३५, कंपनीचे (कंपन्यांची सामाजिक जबाबदारी धोरण) नियम २०१४ आणि इतर सूचना की ज्या १५ एप्रिल २०१४ पासून काही कंपन्याना बंधनकारक असणार आहे की ज्या कंपन्या कलम १३५ मधील निकष पूर्ण करतात त्यांना कंपन्यांची सामाजिक जबाबदारी (CSR) संबंधित तरतुदी मान्य कराव्या लागतील.

अर्थ :

कंपन्यांची सामाजिक जबाबदारी हे व्यवसायाचे स्वयं-नियंत्रित प्रतिमान असून, सामाजिक संबंधाविषयीच्या उद्‌देशासाठी योगदान देणे किंवा स्वेच्छेने पाठपुरावा करणे किंवा नैतिकदृष्टया -केंद्रित कामकाज करणे यांच्याशी संबंधित ही संज्ञा आहे. हे कंपनीला सामाजिक दृष्टया जबाबदार व उत्तरदायी बनविते. तिचे हे उत्तरदायित्व स्वतःसाठी, भागधारकांसाठी, सर्वसामान्य जनतेसाठी असते. सामाजिक जबाबदारीचे पालन करताना समाजाच्या आर्थिक, सामाजिक व पर्यावरणीय दृष्टीकोनाबाबत ती अतिशय दक्ष/ जागरूक राहते.

व्याख्या :

१. **संयुक्त राष्ट्रांची औद्योगिक विकास संघटना** [UNIDO] यांच्या मते, कंपन्यांची सामाजिक जबाबदारी ही व्यवस्थापनाची संज्ञा आहे जिथे कंपन्या त्यांच्या व्यावसायिक कामकाजात सामाजिक व पर्यावरणीय समस्याबाबत एकरूप असतात आणि त्यांच्या भागधारकांच्याबरोबर संवाद साधतात. (स्रोत / Source: unido.org.)

२. **आंतरराष्ट्रीय मानक संस्था** [ISO] च्या मते ''व्यवसाय संस्थेच्या जबाबदारीचा त्यांना समाजासाठी घेतलेल्या निर्णयांचा व कृतींचा होणारा परिणाम की, ज्यामुळे नैतिक वर्तनात पारदर्शकता राहून शाश्वत विकासात योगदान राहते, यामध्ये समाज आरोग्यदायी व सशक्त राहणे अपेक्षित असते, भागधारकांच्या अपेक्षा विचाराधीन असतात, चालू/प्रचलित कायदयानूसार आणि वर्तनाच्या आंतरराष्ट्रीय मानका बरोबर मिळता-जुळता असतो आणि संपूर्ण व्यवसाय संघटनेशी निगडीत राहतो व आपले संबंध निर्माण करून त्याची अंमलबजावणी करतो, त्यास कंपन्यांची सामुहिक सामाजिक जबाबदारी असे म्हणतात.

कंपन्यांच्या सामाजिक जबाबदारीची व्याप्ती :

अ) कंपन्यांच्या सामाजिक जबाबदारीची व्यवहार्यता/उपयुक्तता:

१. ज्या कंपनीच्या निव्वळ मालमत्तेचे मूल्य हे ५०० कोटी रुपये किंवा त्यापेक्षा जास्त किंवा रुपये १००० कोटींची वा त्यापेक्षा जास्त उलाढाल किंवा निव्वळ नफा ५ कोटी किंवा त्यापेक्षा जास्त हा एकाच आर्थिक वर्षामध्ये असतो, अशा संस्थानी संचालकांची ''कंपन्यांची सामाजिक जबाबदारी समिती'' स्थापन करणे १ एप्रिल २०१४ पासून बंधनकारक आहे.

२. मंडळाच्या अहवालात (CSR) कमिटीची रचना जाहीर करणे.

३. सामाजिक जबाबदारीच्या धोरणाचा एक भाग म्हणून सर्व कंपन्यांनी आपल्या सरासरी निव्वळ नफ्याच्या किमान २% नफा प्रत्येक आर्थिक वर्षामध्ये खर्च केला पाहिजे. [सदरचा नफा कंपनीने पाठीमागील लगतच्या सलग तीन वर्षामध्ये मिळविलेला असावा]

४. मंडळाच्या वार्षिक अहवालामध्ये या सर्व गोष्टींचा एकत्रित समावेश असावा अशी कंपन्यांच्याकडून अपेक्षा असते. कार्पोरेट सामाजिक जबाबदारीमध्ये पुढील तपशिलांचा समावेश असावा :

I) कंपनीच्या सामाजिक जबाबदारीच्या धोरणाचा थोडक्यात आराखडा, प्रकल्पाच्या सर्वसामान्य आढाव्याचा समावेश किंवा हाती घ्यावयाचे प्रस्तावित कार्यक्रम आणि कंपन्यांची सामाजिक जबाबदारी (CSR) धोरणांची वेब-साईट (लिंक) व प्रकल्प आणि कार्यक्रम.

II) कंपन्यांची सामाजिक जबाबदारी (CSR) समितीचे गठन.

III) शेवटच्या तीन आर्थिक वर्षातील कंपनीचा सरासरी निव्वळ नफा.

IV) विहित नमुन्यात कंपन्यांची सामाजिक जबाबदारीचे खर्च.

V) सदरच्या आर्थिक वर्षामध्ये कंपन्यांच्या सामाजिक जबाबदारीवर केलेल्या पैशाच्या स्वरूपातील खर्चाचा तपशील.

VI) जर कंपनी मागील तीन आर्थिक वर्षाच्या सरासरी नफ्याच्या २% एवढी रक्कम खर्च करण्यास अपयशी ठरली तर त्याची कारणमीमांसा दयावी.

ब) कंपन्यांची सामाजिक जबाबदारी समिती :- [CSR Committee]

या समितीमध्ये तीन किंवा त्यापेक्षा जास्त संचालक असतात, ज्यापैकी किमान एक संचालक स्वतंत्र संचालक असावा. वर्षातून किमान त्यांच्या दोन सभा होतात. सदरच्या सभेमध्ये कार्पोरेट सामाजिक जबाबदारीची कार्ये व धोरणे या विषयावर चर्चा आणि समीक्षण केले जाते. सदरची समिती कार्पोरेट सामाजिक जबाबदारीचे औपचारिक धोरण ठरविण्याविषयी शिफारस करते. सदरच्या दस्तऐवजात शिफारस केलेल्या सामाजिक जबाबदारीची कार्ये, अंदाजपत्रक तयार करणे, कंपनी कशा प्रकारे

प्रकल्प पूर्ण करणार त्याचे वर्णन, केलेल्या प्रगतीचे परीक्षण करण्यासाठी पारदर्शक साधनांची निवड या सर्वांचा त्यात समावेश होतो.

क) कंपन्यांच्या सामाजिक जबाबदारीची कार्ये/सक्रियता :–

कंपन्याचा सामाजिक जबाबदारी ही एक वचनबद्धता आहे हे धोरण मान्य केले जाते. त्यातून समाजातील उपेक्षित घटकांचे जीवन लक्षणीयरित्या उंचविण्याचा प्रयत्न होतो. कंपनी कायदा २०१३ मधील कलम १३५ व कंपनीचे (कंपन्यांच सामाजिक जबाबदारी धोरण) नियम २०१४ मध्ये सांगितल्याप्रमाणे खालीलपैकी एक किंवा त्यापेक्षा जास्त घटकांच्यावर लक्ष केंद्रित केले पाहिजे.

i) उपासमारी /भूक, दारिद्र्य व कुपोषण यांचे निर्मूलन, आरोग्य व सफाई व्यवस्थेविषयी काळजी घेणे आणि स्वच्छ पिण्याचे पाणी उपलब्ध करून देणे.

ii) शिक्षणाला उत्तेजन देणे यामध्ये विशेष शिक्षण व रोजगारावर भर देणे. तसेच विशेषतः लहान मुले स्त्रिया, वयस्क आणि अनेक कारणांनी उपजीविकेचे साधन नसणाऱ्यासाठी किमान कौशल्यावर आधारित राहणीमान उंचावण्यासाठीचे प्रकल्प सुरू करणे.

iii) बालमृत्यू दर कमी करणे व मातांचे आरोग्य सुधारण्यासाठी चांगल्या आरोग्य विषयक सवलती देणे आणि अल्प खर्चात औषधांचा पुरवठा करणे.

iv) शाश्वत पर्यावरणाची खात्री देणे, पर्यावरणाचे संतुलन, दुर्मीळ वनस्पती व प्राण्यांचे संरक्षण, प्राण्यांचे संगोपन/ संरक्षण, कृषी व जंगल संवर्धन, नैसर्गिक साधनसंपत्तीचे जतन करणे आणि जमीन, हवा व पाण्याचा योग्य दर्जा राखणे.

v) रोजगार वाढविण्यासाठी व्यावसायिक कौशल्ये विकसित करणे.

vi) सैन्य दलातील योध्ये, युद्धात पतीच्या निधनामुळे आलेले विधवापण आणि त्यांच्यावर अवलंबून असणाऱ्यांच्यासाठी उपयुक्त योजना.

vii) मान्यताप्राप्त राष्ट्रीय खेळांना उत्तेजन देण्यासाठी प्रशिक्षण देणे.

viii) पंतप्रधान सहाय्यता निधीमध्ये योगदान देणे. अनुसूचित जाती – जमाती, भटक्या जमाती, इतर मागासवर्गीय समाज, अल्पसंख्याक व स्त्रिया यांच्या कल्याणासाठी किंवा आर्थिक सामाजिक विकासासाठी केंद्र सरकारने उभारलेल्या निधीसाठी मदत करणे.

ix) ग्रामीण विकास प्रकल्प.

x) झोपडपट्टी विकास कार्यक्रम

ड) निधीचे विभाजन –

१) मागील संपलेल्या सलग तीन आर्थिक वर्षातील, कंपनीने मिळविलेल्या सरासरी निव्वळ नफ्याच्या २% पेक्षा कमी रक्कम खर्च करता कामा नये. कंपनीच्या सामाजिक जबादारीचे पालन केल्यानंतर निर्माण झालेले आधिक्य / वाढावा (Surplus) हा कंपनीचा नफा मानला जात नाही.

२) मागील किमान तीन आर्थिक वर्षाच्या उपलब्ध माहितीच्या आधारे कंपनी कंपन्यांची सामाजिक जबाबदारी क्षमता उभी करू शकते. ती क्षमता कंपनीची वैयक्तिक किंवा अंमलबजावणी करणाऱ्या सहाय्यक संस्थांची असू शकते.

(इ) कंपन्यांच्या सामाजिक जबाबदारीच्या कार्यकृतीला संमती न देणे.

कंपनी कायदा, कलम १३५ मध्ये कॉर्पोरेट सामाजिक जबादारीच्या कार्यकृतीचे पालन न करणाऱ्यास (नकार देणाऱ्यास) कोणत्याही दंडनीय शिक्षेसंबंधी तरतूद नाही. तथापि, कॉर्पोरेट सामाजिक जबाबदारीच्या धोरणाबाबतची माहिती प्रसिद्ध न करणे, किंवा त्याबाबत अनभिज्ञ राहणे आणि त्याची मंडळाच्या अहवालामध्ये अंमलबजावणी केल्यास मात्र ते दंडनीय शिक्षेस पात्र आहे. कॉर्पोरेट सामाजिक जबाबदारी बाबतची कर्तव्ये पूर्ण न केल्यास दंडनीय शिक्षा होऊ शकते. असा दंड ₹ ५०,००० पेक्षा कमी नसून तो ₹ २५,००,००० पर्यंत असू शकतो आणि अशी चूक करणाऱ्या कंपनीच्या प्रत्येक दोषी अधिकाऱ्याला तुरुंगवासाची शिक्षा होऊ शकते. हा शिक्षेचा कालावधी तीन वर्षापर्यंत असू शकतो किंवा जी दंडाची रक्कम ₹ ५०,००० पेक्षा कमी नाही ती कदाचित ₹ ५,००,००० पर्यंत असू शकते किंवा दोन्हीही शिक्षा होऊ शकतात.

सारांश

व्यवसाय संघटना या नफा मिळविण्यासाठी चालविल्या जातात. परंतु, जास्तीतजास्त नफा कमविणे हे एकमेव उद्दिष्ट असता कामा नये. व्यवसायाची समाजाप्रती जी जबाबदारी असते, तिलाच सामाजिक जबाबदारी असे म्हणतात.

सामाजिक जबाबदारीची गरज –

१. विश्वस्त संकल्पना
२. समाजाच्या बदलत्या अपेक्षा
३. प्रतिष्ठा / नावलौकिक
४. पर्यावरणाचे संरक्षण
५. संसाधनांचा पर्याप्त उपयोग
६. कामगार संघटनांचा दबाव
७. ग्राहक चळवळीतील वृद्धी
८. शासनाचे नियंत्रण
९. दीर्घकालीन स्वहित
१०. गुंतागुंतीच्या सामाजिक समस्या
११. जागतिकीकरण
१२. माध्यमांची भूमिका

निरनिराळ्या / विविध समूहांप्रति असणारी सामाजिक जबाबदारी

- मालकांप्रति
- गुंतवणूकदारांप्रति
- कर्मचाऱ्यांप्रति
- ग्राहकांप्रति
- शासनाप्रति
- समाजाप्रति

व्यवसाय नीतिशास्त्र :

नीतिशास्त्र ही समाजशास्त्राची एक शाखा आहे. व्यवसाय चालविला जात असताना, व्यवसायाने कोणत्या आचारसंहितेचे पालन केले पाहिजे यांच्याशी संबंधित असणारी संज्ञा म्हणजे व्यवसाय नीतिशास्त्र होय.

सामाजिक आणि नैतिक मूल्ये –

मूलभूत हक्क / अधिकार, स्वदेशाभिमान, मानवतेचा सन्मान, तार्कीकता, त्याग, समानता, लोकशाही इ. मूल्ये आपल्या वर्तणुकीवर अनेक मार्गांनी प्रभाव टाकतात. प्रामाणिकपणा, अखंडत्त्व, सचोटी, कठोर परिश्रम, सहकार्य इ. नैतिक मूल्येसुद्धा समान महत्त्वाची असतात.

कंपन्यांची सामाजिक जबाबदारी :

अ) कंपन्यांचा सामाजिक जबाबदारीची उपयुक्तता

ब) कंपन्यांची सामाजिक जबाबदारी समिती

क) कंपन्यांची सामाजिक जबाबदारी कार्य/सक्रियता

ड) निधीचे विभाजन

इ) कंपन्यांची सामाजिक जबाबदारी कार्यकृतीला संमती न देणे.

स्वाध्याय

प्र.१ अ) योग्य पर्याय निवडून विधाने पुन्हा लिहा.

१. व्यवसाय ही .... कृती आहे.

अ) सामाजिक – आर्थिक   ब) सेवा   क) धर्मदाय

२. व्यवसाय संघटनांनी नैसर्गिक साधनांचा .... उपयोग करण्यासाठी प्रयत्न करावा.

अ) कमीत कमी   ब) जास्तीत जास्त   क) परिपूर्ण

३. आर्थिक वाढ आणि देशाच्या सुरक्षिततेसाठी .... स्थिरता आवश्यक असते.

अ) राजकीय   ब) सामाजिक   क) आर्थिक

४. योग्य वेळी कर भरणे ही संघटनांची .... जबाबदारी आहे.

अ) भागधारकांप्रति   ब) ग्राहकांप्रति   क) शासनाप्रति

५. व्यावसायिक हे समाजाचे .... असतात.

अ) प्रतिनिधी   ब) सदस्य   क) विश्वस्त

६. व्यवसायाने .... वेळोवेळी माहिती पुरविली पाहिजे.

अ) ग्राहकांना   ब) मालकांना   क) कर्मचाऱ्यांना

७. व्यवसायाने .... बढतीच्या योग्य संधी दिल्या पाहिजेत.

अ) कर्मचाऱ्यांना   ब) ग्राहकांना   क) गुंतवणूकदारांना

८. ‘नीतिशास्त्र’ ही संकल्पना .... शब्दापासून घेतली आहे.

अ) लॅटीन ब) फ्रेंच क) ग्रीक

९. व्यवसाय नीतिशास्त्र संबंध .... तत्त्वप्रणालीशी होती.

अ) आर्थिक ब) सामाजिक क) नैतिक

१०. व्यवसाय संघटनांनी .... आरोग्याचे रक्षण करावे व सुरक्षिततेची साधने पुरवावीत.

अ) कर्मचाऱ्यांच्या ब) भागधारकांच्या क) ग्राहकांच्या

११. निव्वळ नफ्याच्या कमीत कमी .... रक्कम कंपन्यांच्या सामाजिक जबाबदारीवर खर्च केली पाहिजे.

अ) ५% ब) २% क) ३%

ब) योग्य जोडया जुळवा.

	गट – अ		गट – ब
अ)	कर्मचारी	१)	चांगल्या दर्जाचा माल / वस्तू
ब)	गुंतवणूकदारांप्रति जबाबदारी	२)	कर्जफेडीची क्षमता व प्रतिष्ठा
क)	शासनांप्रति जबाबदारी	३)	समाजाची सेवा करणे
ड)	आर्थिक उद्देश	४)	स्वयंसेवी
इ)	व्यवसाय नीतिशास्त्र	५)	नोकरीची सुरक्षितता
		६)	आवश्यक / अत्यावश्यक
		७)	नियम व कायद्यांचा आदर
		८)	नफा मिळविणे
		९)	समाजशास्त्राची शाखा
		१०)	पर्यावरण संरक्षण

क) खालील विधानांसाठी योग्य शब्द, शब्दसमूह, संज्ञा लिहा.

१) महात्मा गांधीजींनी सांगितलेले सखोल तत्वज्ञान.

२) समाजाच्या कल्याणासाठी निर्देशित केलेली व्यवसायाची कर्तव्ये व कार्ये.

३) चांगल्या दर्जाचे उत्पादन / वस्तू मिळवणे हा समाजातील या गटाचा हक्क आहे.

४) गुंतवणुकीवर योग्य मोबदला पुरविणे, ही या समूहांप्रति संघटनेची जबाबदारी असते.

५) व्यावसायिक पर्यावरणातले व्यवहार करतानाचे नैतिकतेशी संबंधित असणारे नियम.

६) नफ्याने प्रेरित होऊन केले जाणारे कार्य.

७) परकीय चलन मिळवणे ही या समूहांप्रति संघटनेची जबाबदारी असते.

८) रोजगारांची निर्मिती करणे ही या समूहांप्रति संघटनेची जबाबदारी असते.

ड) खालील विधाने चूक की बरोबर ते लिहा.

१. व्यावसायिक हे समाजाचे विश्वस्त असतात.

२. व्यवसाय नीतिशास्त्र ही नियमावली आहे.

३. समाजातील दुर्बल घटकांच्या उद्‌धारांसाठी व्यवसाय संघटनांनी प्रयत्न करणे अपेक्षित असते.

४. औद्योगिक शांतता राखणे ही व्यवसाय संघटनांची जबाबदारी असते.

५. आर्थिक परिस्थितीची संपूर्ण आणि अचूक माहिती मालकांना मिळू शकत नाही.

६. लोकांच्या जीवनामध्ये प्रसारमाध्यमे महत्त्वाची भूमिका पार पाडत नसतात.

७. व्यवसायाच्या कायदेशीर जबाबदारीपेक्षा समाजिक जबाबदारी व्यापक आहे.

इ) गटात न बसणारा शब्द शोधा.

१. नोकरीची सुरक्षितता, आरोग्य व सुरक्षिततेची साधने, कामाची सुयोग्य स्थिती, योग्य प्रमाणात नफा.

२. चांगल्या दर्जाची उत्पादने, योग्य किंमती, प्रामाणिक जाहिरात, शहरांतील गर्दीला आळा घालणे.

३. योग्य वेळी कर भरणा, परकीय चलन मिळविणे, नावलौकिक मिळविणे, राजकीय स्थिरता.

४. पर्यावरणाचे संरक्षण, पारदर्शकता राखणे, रोजगार निर्मिती, मागासलेल्या भागांचा विकास.

५. सभेचे योग्य संचलन, भांडवलाचा काळजीपूर्वक वापर, उत्पादनांच्या योग्य किंमती, कर्जफेडीची क्षमता व प्रतिष्ठा राखणे.

फ) खालील विधाने पूर्ण करा.

१. संसाधनाचा अपव्यय .... करून, व्यवसाय संघटना जास्तीत जास्त नफा मिळवू शकतात.

२. सामाजिक जबाबदारी ही .... जबाबदारीपेक्षा व्यापक आहे.

३. विश्वस्ताचा अधिकार ही संज्ञा .... यांनी मांडली.

४. व्यवसायाने .... नफा मिळवावा.

५. कामाच्या स्वरूपानुसार व महत्त्वानुसार .... हे निश्चित असते.

६. 'नीतिशास्त्र' हा शब्द .... या ग्रीक शब्दापासून आलेला आहे.

ग) कंसातील अचूक पर्याय निवडून तक्ता पूर्ण करा.

(भागधारकांप्रति जबाबदारी, ग्राहकांप्रति जबाबदारी, शासनाप्रति जबाबदारी, समाजाप्रति जबाबदारी)

	गट 'अ'	गट 'ब'
१.	विक्रयोत्तर सेवा	....
२.	योग्यवेळी कर भरणा	....
३.	....	समाजविरोधी कृत्यास पायबंद
४.	....	भाग बाजारातील योग्य कार्ये

ह) एका वाक्यात उत्तरे लिहा.

१. व्यवसायातील अवैध व्यापारी प्रथांविरुद्ध कोण आवाज उठवू शकतो?

२. कर्मचारी अद्ययावत राहण्यासाठी व्यवस्थापनाने काय केले पाहिजे?

३. कोणत्या प्रकारच्या जाहिराती टाळल्या पाहिजेत?

४. वस्तूंचा दर्जा सुधारण्यासाठी व उत्पादन खर्च कमी करण्यासाठी व्यवसायाने काय केले पाहिजे?

ई) खालील वाक्यातील अधोरेखित शब्द दुरुस्त करून वाक्य पुन्हा लिहा.

१. व्यवसायाच्या कायदेशीर जबाबदारीपेक्षा सामाजिक जबाबदारी ही संकुचित संज्ञा आहे.

२. भाग बाजाराची संबंधित सर्व प्रकारच्या इष्ट व्यापारी प्रथा टाळल्या पाहिजेत.

३. व्यवस्थापन व कामगार संघटनांनी दोन्ही पक्षांच्या हितासाठी संप व टाळेबंदी मान्य केली पाहिजे.

४. प्रत्येक खोक्यावर (पॅकेटवर) कमाल विक्री किंमत (MRP) लिहावयाची नसते.

५. अप्रामाणिकपणे केलेल्या जाहिरातीला ग्राहक दीर्घकाळ स्वीकृती देतात.

६. समाज विघातक कृत्यांना व्यवसाय संघटनांनी आर्थिक साहाय्य पुरविले पाहिजे.

७. व्यवसाय नीतिशास्त्र ही बंधनकारक संज्ञा आहे.

८. व्यवसाय नीतिशास्त्र ही संज्ञा तुलनात्मक नाही.

९. योग्य किंवा अयोग्य या नीतिनियमांवर सामाजिक मूल्ये अवलंबून असतात.

१०. सामाजिक आचरणासाठी नैतिक मूल्ये ही सर्वसाधारण मार्गदर्शक तत्त्वे पुरवितात.

प्र.२ खालील संज्ञा / संकल्पना स्पष्ट करा.

१. सामाजिक जबाबदारी

२. विश्वस्त संकल्पना

३. व्यवसाय नीतिशास्त्र

४. नैतिक मूल्ये

५. सामाजिक मूल्ये

प्र.३ खालील घटना / परिस्थितीचा अभ्यास करून आपले मत लिहा.

१. यशवंत कंपनी लि. आपल्या महिला कर्मचाऱ्यांना त्यांच्या लहान बालकांसाठी पाळणाघर व घरात थांबूनच काम घरबसल्या करण्याची सवलत देते. जरी ते कामगार संघटनांचे सभासद असले तरी, व्यवस्थापन निर्णय घेण्यापूर्वी, त्यांच्या सूचनांची दखल घेते.

i) या पद्धतीचे काम करून ते कोणत्या घटकांविषयी सामाजिक जबाबदारी पार पाडतात?

ii) ते कोणती मूल्ये निर्देशित करतात?

iii) वरील घटनेमध्ये मालक, कोणत्याप्रकारच्या जबाबदारीचे अनुकरण करतात?

२. रंगाचे उत्पादन करणाऱ्या एका संस्थेने कित्येक वर्षापासून बाजारामध्ये अग्रेसर स्थान पटकाविले आहे. प्रक्रिया न केलेले विषारी स्वरूपाचे टाकाऊ पदार्थ, ते नदी किनाऱ्यावर फेकून देतात, की ज्यामुळे जवळपासच्या खेडेगावांमध्ये अनेक आरोग्यविषयक समस्या निर्माण झालेल्या आहेत.

i) उत्पादन करणाऱ्या संस्थेने कोणत्या स्वरूपाच्या जबाबदारीकडे दुर्लक्ष केलेले आहे?

ii) ते कोणत्या प्रकारचे प्रदूषण करतात?

iii) कोणताही एक खबरदारीचा उपाय सांगा, जो त्यांनी करणे गरजेचा आहे.

३. एक वाहन निर्मिती कंपनी

अ) कंपनीकडून फक्त पर्यावरणपूरक घटकांचा वापर केला जातो.

ब) हानिकारक अशा टाकाऊ वस्तूंवर योग्य ती प्रक्रिया करून त्यांची विल्हेवाट लावली जाते.

क) आंतरराष्ट्रीय मानकांप्रमाणे वाहनांच्या प्रदूषणाची पातळी राखली जाते.

i) हे करीत असताना, व्यवसाय संघटना कोणत्या समूहांप्रति आपली सामाजिक जबाबदारी पार पाडतात?

ii) कोणत्या प्रकारची प्रदूषण त्यांच्याकडून टाकले जाते?

iii) कोणत्या प्रकारचा संदेश ते देतात?

प्र.४ खालील प्रश्नांची थोडक्यात उत्तरे लिहा.

१. कंपन्यांच्या सामाजिक जबाबदाऱ्यांचे कोणतेही चार उपक्रम सांगा.

२. ग्राहकांप्रति असणाऱ्या कोणत्याही चार जबाबदाऱ्या सांगा.

३. व्यवसाय नीतिशास्त्र म्हणजे काय? व्यवसाय नीतिशास्त्राची वैशिष्ट्ये कोणती?

४. शासनाप्रति व्यवसायाच्या जबाबदाऱ्या सांगा.

प्र.५ खालील विधाने सकारण स्पष्ट करा.

१. व्यवसाय संघटनांच्यावर प्रभाव टाकण्यासाठी माध्यमांची भूमिका महत्त्वाची असते.

२. कामगारांच्या व्यवस्थापनातील सहभागास व्यवसायाने मान्यता द्यावी.

३. समाजाच्या व्यवसायाप्रति अपेक्षा बदलत आहेत.

४. व्यवसाय संघटनांनी, पर्यावरण प्रदूषण व पर्यावरणीय असमतोल टाळला पाहिजे.

५. भाग बाजारांशी संबंधित सर्व प्रकारच्या अनुचित व्यापारी प्रथा टाळल्या पाहिजेत.

६. व्यवसाय करताना व्यवसाय नीतिशास्त्रामध्ये नैतिक व सामाजिक मूल्यांचा समावेश होतो.

७. सामाजिक विकासामध्ये, व्यवसाय नीतिशास्त्र हे एक महत्त्वाचे तंत्र मानले जाते.

प्र.६ खालील प्रश्न सोडवा.

१. ग्राहकांप्रति व्यवसाय संघटनांची सामाजिक जबाबदारी कोणती आहे?

२. समाजाप्रति असणाऱ्या विविध सामाजिक जबाबदाऱ्या सांगा.

३. गुंतवणूकदारांप्रति व्यवसाय संघटनांच्या असणाऱ्या जबाबदारीचे वर्णन करा.

४. व्यवसाय नीतिशास्त्राच्या वैशिष्ट्यांचे वर्णन करा.

५. कॉर्पोरेट सामाजिक जबाबदारी म्हणजे काय?

प्र.७ खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

१. कर्मचाऱ्यांप्रति असणाऱ्या व्यवसायाच्या जबाबदाऱ्या स्पष्ट करा.

२. सामाजिक जबाबदारी या संज्ञेची व्याख्या लिहा आणि सामाजिक जबाबदारीची काय गरज आहे ते सांगा.

३. समाजाप्रति मोठया प्रमाणावर असणाऱ्या, व्यवसाय घटकांच्या सामाजिक जबाबदाऱ्या सांगा.

४. गुंतवणूकदारांप्रति व शासनाप्रति व्यवसायाच्या कोणत्या जबाबदाऱ्या आहेत?

उत्तर सूची :

प्र.१ अ) १. आर्थिक - सामाजिक २. पर्याप्त / परिपूर्ण ३. राजकीय ४. शासना प्रति
५. विश्वस्त ६. मालक ७. कर्मचारी ८. ग्रीक ९. नैतिक १०. कर्मचारी
११. २%

ब) अ-५, ब-२, क-७, ड-८, इ-९

क) १. विश्वस्त संकल्पना २. सामाजिक जबाबदारी ३. ग्राहक ४. गुंतवणूकदार
५. व्यवसाय नीतिशास्त्र ६. व्यवसाय ७. शासन ८. समाज

ड) बरोबर - १, २, ३, ४, ७ चूक - ५, ६

इ) १. योग्य प्रमाणात नफा २. शहरातील गर्दीला आळा घालणे ३. नावलौकिक मिळविणे
४. पारदर्शकता राखणे ५. उत्पादनांच्या योग्य किंमती

फ) १. कमीतकमी २. कायदेशीर ३. महात्मा गांधी ४. माफक ५.मानधन ६. एथॉस

ग) १. ग्राहक २. शासन ३. समाज ४. भागधारक

ई) १. व्यापक २. अयोग्य ३. बंद ४. असते ५. प्रामाणिक ६.पुरविले नसले पाहिजे ७. ऐच्छिक ८. तुलनात्मक आहे. ९. नैतिक मूल्ये १०. सामाजिक मूल्ये

संदर्भ :

स्रोत - 1) http:/Finance.bih.nic.in!Documents!CSR-Policy-pdf
2) www.yourarticle liabrary.com
3) https/www.businessmanagementidea.com
4) https://www.quora.com
5) https://www investopedia.com
6) https://www.businessjargons.com
7) textbook of Organisation of Commerce & Management of MSBSHSG, Pune, Standard XII, Edition; 2013.

*****

७ ग्राहक संरक्षण

७.१ प्रस्तावना

७.२ अर्थ

७.३ ग्राहक संरक्षणाची गरज आणि महत्त्व

७.४ ग्राहकांचे अधिकार

७.५ ग्राहकांच्या जबाबदाऱ्या

७.६ ग्राहक संरक्षण पद्धती

७.७ ग्राहक संरक्षण कायदा, २०१९

७.८ ग्राहक संघटना व अशासकीय संस्थांची भूमिका

तुलनात्मक अभ्यास

सारांश

स्वाध्याय

ग्राहक हा व्यवसायास भेट देणारा अतिशय महत्त्वाचा घटक आहे. तो व्यवसायावर अवलंबून नसतो तर व्यवसाय ग्राहकावर अवलंबून असतो. तो व्यवसायाच्या कामकाजात व्यत्यय निर्माण करीत नसतो तर ग्राहक हा व्यवसायाचा उद्देश असतो. तो व्यवसायाचा बाहेरील घटक नसून व्यवसायाचा भाग असतो. व्यवसाय, सेवा देऊन ग्राहकांवर उपकार करीत नसतो तर ग्राहक व्यवसायास सेवेची संधी देऊन व्यवसायावर उपकार करतो.

– महात्मा गांधी

७.१ प्रस्तावना

ग्राहक हा आधुनिक विपणन जगताचा मूळ पाया असून तो व्यवसाय संघटनेचा निर्माता आहे. व्यवसायाचे यश-अपयश ग्राहकावरच अवलंबून असते. कोणत्याही राष्ट्राच्या आर्थिक विकासाचे आधार स्तंभ ग्राहकच असल्याने राष्ट्राची अर्थव्यवस्था ग्राहकाभोवतीच फिरत असते. व्यवसायाकडून केल्या जाणाऱ्या उत्पादन आणि उत्पादनाशी संबंधित सर्व कृती ग्राहकांस अधिकतम समाधान देण्यासाठीच केल्या जातात.

आजच्या विक्रेत्यांच्या प्रभावाखालील बाजारपेठेत अधिक किंमत आकारणे, कृत्रिम टंचाई, काळा बाजार, भेसळ आणि दिशाभूल करणाऱ्या जाहिराती इ. द्वारे ग्राहकांची फसवणूक व शोषण केले जाते.
योग्य उत्पादनाची निवड करण्यासाठी ग्राहकाकडे उत्पादन व सेवेशी संबंधित दर्जा, प्रमाण, किंमत आणि मानके इ. चे पुरेसे ज्ञान असणे आवश्यक असते.

७.२ अर्थ

इंग्रजी भाषेतील Consumer या शब्दाची उत्पत्ती लॅटीन भाषेतील Consumere या शब्दापासून झाली असून त्याचा अर्थ 'खाणे किंवा पिणे' असा होतो. ग्राहक म्हणजे नैसर्गिक किंवा बाजारपेठेत उपलब्ध असलेल्या वस्तू किंवा सेवेचा उपयोग करणारी व्यक्ती होय.

ग्राहक म्हणजे अशी व्यक्ती की, जिने संपूर्ण किंवा अंशतः मोबदला देऊन किंवा देण्याचा करार करून वस्तू किंवा सेवा खरेदी केलेली आहे किंवा भाड्याने घेतलेली आहे.

आपण जेव्हा बँक, रेल्वे, टपाल, दवाखाना इ. सेवा आणि वस्तूंचा उपभोग घेतो तेव्हा आपण सर्वजण ग्राहक असतो.

७.३ ग्राहक संरक्षणाची गरज आणि महत्त्व

सामान्यपणे ग्राहकांचे अधिकार आणि हित यांचे संरक्षण करणे म्हणजेच ग्राहक संरक्षण होय. यात ग्राहकांचे अधिकार आणि हिताचे संरक्षण करण्याच्या उद्‌देशाने केलेल्या सर्व उपायांचा समावेश होतो.

आधुनिक स्पर्धात्मक बाजारपेठेत ग्राहकास 'बाजारपेठेचा राजा' म्हणून संबोधले जाते. खालील कारणांमुळे ग्राहक संरक्षणाची गरज निर्माण होते.

१. **ग्राहक सहभागाची गरज –** बहुतांश वेळा असे आढळून येते की, ग्राहक हिताचे अनेक निर्णय ग्राहकांशी किंवा ग्राहक संघटनेशी चर्चा न करताच घेतले जातात. फक्त मोठ्या ग्राहक संघटना, व्यवसाय संस्थावर ग्राहकांना निर्णय प्रक्रियेत सहभागी करून घेण्यासंबंधी दबाव निर्माण करू शकतात.

२. **माहितीचा अभाव –** आजचा ग्राहक हा अतिशय गतिशील आणि गुंतागुंतीचे जीवन जगत असल्याने तसेच तो विखुरलेला असल्याने ग्राहक आणि उत्पादक यांच्यात प्रत्यक्ष संवाद निर्माण करणे खूपच कठीण झाले आहे.

   आजच्या बाजारपेठेत देशी उत्पादनाबरोबरच विदेशी उत्पादनेसुद्‌धा मोठ्या प्रमाणात उपलब्ध असल्याने ग्राहकांना वस्तू खरेदीपूर्व योग्य आणि विश्वसनीय माहिती मिळणे कठीण बनले आहे.

३. **ग्राहकांचे अज्ञान –** व्यवसायाकडून केल्या जाणाऱ्या शोषणास ग्राहकाचे अज्ञान कारणीभूत मानले जाते. भारतीय ग्राहकांत बाजारपेठेची परिस्थिती, ग्राहकांचे अधिकार, किंमत पातळी आणि उत्पादनाचा तपशील इ. बाबतीत अज्ञान दिसून येते. म्हणून व्यापाऱ्याच्या अनिष्ट व्यापारी प्रथांपासून ग्राहकांचे संरक्षण करणारी यंत्रणा आवश्यक आहे.

४. **असंघटित ग्राहक –** ग्राहक हे सर्वत्र विखुरलेले आणि असंघटित आहेत. तर याउलट विक्रेते ग्राहकांच्या तुलनेत अधिक सुस्थितीत आणि सामर्थ्यशाली आहेत. म्हणून ग्राहक विक्रेत्यांच्या प्रभावाखाली असतात. एकटा ग्राहक सामर्थ्यशाली विक्रेत्याविरुद्ध आवाज उठवू शकत नाही.

५. **बनावट वस्तू –** बाजारपेठेत बनावट (नकली) उत्पादनाचा पुरवठा वाढत आहे. सामान्य ग्राहकास अस्सल उत्पादने आणि नकली उत्पादने यात फरक करणे शक्य नसते. म्हणून उत्पादनाचा दर्जा आणि सुरक्षितता

व मानके इ. संबंधीचे नियम तयार करून त्यांच्या पालनाची सुनिश्चितता करून ग्राहकाचे संरक्षण करणे आवश्यक आहे.

६. **दिशाभूल करणाऱ्या जाहिराती –** काही उत्पादक उत्पादनाचा दर्जा, सुरक्षितता आणि उपयुक्तता इत्यादी बाबतीत ग्राहकांची दिशाभुल होईल अशी माहिती देतात. दिशाभूल करणाऱ्या जाहिरातींमुळे उत्पादनाचा दर्जा ओळखणे कठीण जाते, परिणामी ग्राहकांची दिशाभूल होते. म्हणून दिशाभूल करणाऱ्या जाहिरातींवर प्रतिबंध करणाऱ्या यंत्रणेची गरज आहे.

७. **व्यवसायातील गैरप्रकार –** व्यावसायिक फसव्या, अनैतिक आणि मक्तेदारीयुक्त व्यापारी प्रथांद्वारे ग्राहकांचे शोषण करतात. यामुळे बहुतांश वेळा ग्राहकास सदोष, निकृष्ट आणि हलक्या दर्जाच्या वस्तू स्वीकाराव्या लागतात. व्यापारी गैरप्रकारांपासून ग्राहकांचे संरक्षण करण्यासाठी निश्चित उपाययोजनांची आवश्यकता आहे.

८. **विश्वस्त व्यवस्था –** गांधी तत्वज्ञानानुसार व्यावसायिक हे समाजाच्या संपत्तीचे विश्वस्त असतात. म्हणून व्यावसायिकांनी सामाजिक संपत्तीचा वापर जनतेच्या हितासाठी करणे आवश्यक आहे.

जाहिरातीत आकर्षक दिसणाऱ्या परंतु प्रत्यक्षात नसलेल्या सौंदर्य क्रीम (Beauty Creams) च्या विविध उत्पादनांसंबंधी तुमच्या मित्रासोबत चर्चा करा.

७.४ ग्राहकांचे अधिकार / हक्क

१५ मार्च, १९६२ रोजी अमेरिकेचे तत्कालीन राष्ट्राध्यक्ष जॉन एफ केनेडी यांनी ग्राहकांसाठी काही अधिकार घोषित केले त्यामुळे **१५ मार्च** हा दिवस "**जागतिक ग्राहक दिन**" म्हणून साजरा केला जातो.

ग्राहकांचे अधिकार दैनंदिन जीवनाचा अविभाज्य भाग बनले असून ग्राहकांचे अधिकार ग्राहकास विक्रेते, उत्पादक आणि दुकानदाराकडून केल्या जाणाऱ्या फसवणुकीपासून संरक्षण देतात.

जनतेसाठी चळवळ संघटित केली जाते, ह्या मोहिमेचे यश हे जनतेच्या जागरूकतेवर अवलंबून असते. ग्राहकाचे संरक्षण आणि सुरक्षितता यात ग्राहकाचे अधिकार महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावतात. व्यवसायाची उद्दिष्टे ग्राहकांना संपूर्ण समाधान दिल्यानंतरच साध्य होतात. प्रत्येक ग्राहकाने आपल्या अधिकारासंबंधी जागरूक राहून त्यांचा दैनंदिन जीवनात वापर केला पाहिजे. तसेच ग्राहकांच्या अधिकारासाठी लढा देऊन व्यवसाय, उत्पादक आणि व्यापारी इत्यादींवर अधिकाराच्या संरक्षणासाठी दबाव निर्माण केला पाहिजे. ग्राहक संरक्षण कायदा, २०१९ मध्ये खालील अधिकार देण्यात आले आहेत.

१. **सुरक्षिततेचा अधिकार –** सुरक्षिततेच्या अधिकारामुळे, ग्राहकांचे आरोग्य आणि जिवितास धोकादायक असलेले उत्पादन, उत्पादन प्रक्रिया आणि सेवा यांपासून संरक्षण मिळते. या अधिकाराचा ग्राहकाचे दीर्घकालीन हित आणि त्वरित गरजांशी संबंध असतो. या अधिकारानुसार ग्राहकाचे आरोग्य आणि जीवितास संपूर्ण संरक्षण व सुरक्षितता मिळाली पाहिजे. ही सुरक्षितता औषधे, विद्युत उपकरणे आणि खाद्य पदार्थ इ. संबंधित असली पाहिजे. भारत सरकारने ॲगमार्क, आय.एस.आय., बी.आय.एस., हॉलमार्क इ.द्वारे सुरक्षिततेची मानके निश्चित केली आहेत.

२. **माहितीचा अधिकार –** माहितीच्या अधिकारानुसार ग्राहकास उत्पादन व सेवासंबंधीची पुरेशी माहिती **उदा:** किंमत, उत्पादकाचे नाव, उत्पादनाचे घटक, उत्पादनाचा बॅच क्रमांक, उत्पादनाचा दिनांक व उत्पादन वापरण्याची अंतिम तारिख, माहितीपुस्तिका आणि सुरक्षिततेसंबंधीच्या सूचना इ. देणे आवश्यक आहे. हा अधिकार ग्राहकास योग्य उत्पादक व सेवांची निवड करण्यासाठी सक्षम बनवितो.

माहितीचा अधिकार खाद्यपदार्थ, औषधे, सुटे भाग आणि इतर उत्पादने व सेवांसाठी लागू पडतो.

३. **वस्तू / सेवा निवडीचा अधिकार –** भारतीय ग्राहकास दूरसंचार, वाहतूक आणि पर्यटन, बँकींग, इलेक्ट्रॉनिक उत्पादने, ग्राहकोपयोगी वस्तू (FMCG) इ. वस्तू/सेवा निवडण्याचा अधिकार आहे. या अधिकारानुसार ग्राहकास त्याची गरज आणि खरेदी क्षमता इ. नुसार वस्तू व सेवा निवडण्याचे संपूर्ण स्वातंत्र्य देण्यात आले आहे. वस्तू निवडीची अधिकार हा मुक्त अर्थव्यवस्थेच्या संज्ञेशी संबंधित असून या अधिकारानुसार विक्रेते ग्राहकास विशिष्ट उत्पादन खरेदीसाठी सक्ती करू शकत नाहीत. परिणामी विक्रेत्याची मक्तेदारी टाळणे शक्य होते.

४. **ग्राहकाचे ऐकून घेण्याचा अधिकार –** प्रत्येक व्यवसाय संघटनेने ग्राहकांच्या तक्रारी ऐकून घेऊन त्या सोडविल्या पाहिजेत. या अधिकारानुसार ग्राहकास ग्राहक मंचाकडे तक्रार नोंदविण्याची संधी देण्यात आली आहे. तसेच उत्पादनाचा दर्जा, प्रमाण, किंमत आणि बांधणी इ. संबंधीच्या सूचना उत्पादक आणि व्यापाऱ्यास देण्याचा अधिकार ग्राहकास देण्यात आला आहे. आजच्या काळात ग्राहक, पोर्टल किंवा मोबाईल ॲप्लीकेशनद्वारे ऑनलाईन तक्रार दाखल करू शकतो.

५. **ग्राहक शिक्षणाचा अधिकार –** प्रत्येक ग्राहकास त्यांचे अधिकार आणि समस्या व त्यावरील उपाय समजून घेण्याचा अधिकार आहे. हा अधिकार ग्राहकात जागरूकता निर्माण करतो. जागरूक ग्राहक योग्य वस्तू / सेवेची निवड करू शकतो. तसेच अधिकार व हिताचे, अनैतिक व्यापाऱ्याकडून केल्या जाणाऱ्या शोषणापासून संरक्षण करू शकतो. म्हणून ग्राहक शिक्षणास प्राधान्य देणे आवश्यक आहे. ग्राहकास प्रचलित कायदे आणि कायदेशीर प्रक्रिया यांचे शिक्षण व प्रशिक्षण देणे आवश्यक आहे. शासन प्रसार माध्यम आणि अशासकीय संस्था ग्राहक शिक्षणात महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावतात. **उदा.** जागो ग्राहक जागो अभियान

६. **प्रतिनिधित्त्व करण्याचा अधिकार –** ग्राहक संरक्षण कायद्यातील १९९६ च्या दुरुस्तीनुसार ग्राहक प्रतिनिधित्वाचा अधिकार देण्यात आला आहे. कायद्यानुसार ग्राहकास वैयक्तिक किंवा सामूहिकपणे ग्राहक मंचात ग्राहकांचे हित जोपासण्यासाठी प्रतिनिधित्त्व करण्याची संधी देण्यात आली आहे. विधीज्ञाशिवाय प्रतिनिधित्त्व करण्याची परवानगी ग्राहकास कायद्याद्वारे देण्यात आली आहे.

७. **तक्रार निवारणाचा अधिकार –** प्रतिनिधित्त्व करण्याच्या अधिकाराबरोबरच ग्राहकास तक्रार निवारणाचा अधिकार देण्यात आला आहे. केवळ तक्रार दाखल करणे ग्राहकास न्याय देण्यासाठी पुरेसे नाही, म्हणून हा अधिकार दावे योग्य पद्धतीने मिटविण्याचे सूचित करतो. हा कायदा सदोष उत्पादने व सेवांची दुरुस्ती, बदली किंवा नुकसान भरपाई इ. ची मागणी करण्यासाठी ग्राहकास सक्षम बनवितो.

ग्राहक संरक्षण कायद्यानुसार ग्राहकांच्या तक्रारींचे निवारण करून दावे मिटविण्यासाठी त्रिस्तरीय तक्रार निवारण यंत्रणा **उदा.** जिल्हा आयोग, राज्य आयोग आणि राष्ट्रीय आयोग निर्माण करण्यात आली आहे. यामुळे व्यवसायाच्या अनिष्ट व्यापारी प्रथांपासून ग्राहकाचे संरक्षण होते.

८. **निरोगी पर्यावरणाचा अधिकार –** ग्राहकांना निरोगी आणि स्वच्छ पर्यावरण मिळविण्याचा अधिकार आहे. या अधिकारानुसार प्रदूषण करणाऱ्या व्यवसायाविरुद्ध कार्यवाही करण्याची मागणी ग्राहक करू शकतो. ग्राहकास वर्तमान काळात आणि भविष्यकाळातही निरोगी आणि स्वच्छ पर्यावरण मिळविण्याचा अधिकार आहे.

९. **अनिष्ट व्यापारी प्रथांपासून संरक्षणाचा अधिकार –** ग्राहक संरक्षण कायद्यातील १९९३ च्या दुरुस्तीनुसार हा अधिकार देण्यात आला आहे. या अधिकारानुसार ग्राहकांना व्यवसायाच्या अनिष्ट व्यापारी प्रथा उदा. काळा बाजार, नफेखोरी, सदोष वजने व मापे, अवाजवी किंमती आणि भेसळ इ. पासून संरक्षण देण्यात आले आहे.

१०. **बनावट वस्तूपासून संरक्षणाचा अधिकार –** हा अधिकार आरोग्यास धोकादायक, बनावट आणि जीवितास धोका निर्माण करण्याऱ्या वस्तूंचे विपणन करण्याऱ्या कृती विरुद्ध आहे.

तुमच्या परिसरातील दहा ग्राहकांना भेट देऊन ते एक ग्राहक म्हणून त्यांचे अधिकार व जबाबदाऱ्यासंबंधी जागरूक आहेत का याचा शोध घ्या.

७.५ ग्राहकांच्या जबाबदाऱ्या :

ग्राहक संरक्षण कायद्याने ग्राहकांना अधिकाराबरोबरच काही जबाबदाऱ्या सुद्धा दिल्या आहेत. वस्तू

व सेवांची खरेदी करताना ग्राहकाने अधिकार व जबाबदाऱ्यांचा वापर केला पाहिजे. ग्राहकांच्या जबाबदाऱ्या पुढीलप्रमाणे :

१. **अधिकारांचा वापर करणे –** ग्राहक संरक्षण कायद्याने ग्राहकांस अनेक अधिकार दिले आहेत. ग्राहकाने या अधिकारांबाबत जागरूक राहून वस्तू/सेवांची खरेदी करताना त्यांच्या अधिकारांचा वापर केला पाहिजे.

२. **सावध राहणे –** ग्राहकाने वस्तू / सेवांची खरेदी करताना त्यांच्या जबाबदाऱ्या समजून घेतल्या पाहिजेत. खरेदी करताना ग्राहकाने वस्तू / सेवेची गुणवत्ता (दर्जा), प्रमाण, किंमत, उपयुक्तता इ. संबंधी चौकशी केली पाहिजे.

३. **तक्रार दाखल करणे –** जर वस्तू / सेवेसंबंधीच्या काही तक्रारी असतील तर संबंधित अधिकाऱ्यांशी संपर्क साधणे ही ग्राहकाची जबाबदारी आहे. जर तक्रार दाखल करण्यास विलंब झाला तर उत्पादनाच्या हमीचा कालावधी पूर्ण होऊ शकतो. काहीवेळा ग्राहकाने व्यावसायिकाच्या अप्रमाणिक कृतीकडे दुर्लक्ष केल्यास व्यवसायाकडून अनैतिक व्यापारी प्रथांचा अवलंब करण्याचे धाडस वाढते.

४. **दर्जासंबंधीची जागरूकता –** ग्राहकाने वस्तूच्या दर्जाशी केंव्हाही तडजोड करू नये. तसेच ग्राहकाने कमी किंमतीच्या लोभासाठी निकृष्ट दर्जाचा माल खरेदी करू नये. जर ग्राहकाने निकृष्ट दर्जाच्या मालावर विश्वास ठेवला तर कोणत्याही क्षेत्राकडून ग्राहकांचे संरक्षण करणे शक्य नसते. म्हणून दर्जेदार वस्तूची खरेदी करणे ही ग्राहकाची जबाबदारी आहे. आय.एस.आय., ॲगमार्क, हॉलमार्क, ई.पी.ओ., एफ.ए.एस.एस.आय.इ. मालाचा उत्तम दर्जा दर्शवितात.

५. **अतिशयोक्ती जाहिरातीपासून सावध राहणे –** विक्रेते ग्राहकांना जाहिरातीद्वारे वस्तू व सेवेसंबंधीची माहिती देतात. परंतु जाहिरातीत उत्पादनाच्या दर्जासंबंधी अतिशयोक्ती करून माहिती दिली जाते. म्हणून जाहिरातीचे सत्य शोधणे ही ग्राहकाची जबाबदारी आहे.

६. **खरेदी पावती आणि गॅरंटी / वॉरंटी कार्डची मागणी करणे –** ग्राहकाने खरेदी केलेल्या मालाची पावती मागितली पाहिजे. तसेच गॅरंटी आणि वॉरंटी कार्डवरील तपशील सविस्तरपणे तपासून घेणे ही ग्राहकाची जबाबदारी आहे. जर खरेदी केलेला माल निकृष्ट दर्जाचा निघाला तर खरेदी पावती, गॅरंटी / वॉरंटी कार्ड इ. दस्तऐवज, विक्रेत्यांशी असलेले वाद मिटविण्यास मदत करतात.

७. **पूर्व नियोजित खरेदी करणे –** घाई-गडबडीत खरेदी न करणे ही एक ग्राहकाची महत्त्वाची जबाबदारी मानली जाते. म्हणजेच ग्राहक जी वस्तू खरेदी करू इच्छितो त्या वस्तू आणि वस्तूंचे प्रमाण यांचे पूर्वनियोजन केले पाहिजे. तसेच वस्तूची खरेदी कोणत्या ठिकाणाहून करायची आहे यासंबंधीचा विचार ग्राहकाने केला पाहिजे.

८. **संघटित प्रयत्न करणे –** ग्राहकाने त्यांच्या अधिकाराचे संरक्षण आणि हिताच्या रक्षणाची जबाबदारी स्वीकारली पाहिजे. तसेच ग्राहक कल्याणासाठी कार्य करणाऱ्या ग्राहक संरक्षण संस्थास मदत करण्यासाठी कार्य केले पाहिजे.

स्थानिक बाजारपेठेस भेट देऊन किराणा मालात केल्या जाणाऱ्या भेसळीच्या पद्धतींचा शोध घ्या.

७.६ ग्राहक संरक्षणाच्या पध्दती :

आपण उत्पादक, व्यापारी, वितरक आणि सेवा पुरवठादार यांच्या शोषण आणि बेकायदेशीर व्यापार पद्धतींची अनेक उदाहरणे पाहिली आहेत. या पद्धतींचे उच्चाटन कसे करायचे हा प्रश्न निर्माण होतो. प्रचलित न्यायपालिका ग्राहकास पुरेसे संरक्षण देण्यात असमर्थ ठरतात म्हणून ग्राहक संरक्षणाच्या विविध पद्धती अस्तित्वात आहेत त्या पुढीलप्रमाणे

१. **लोक अदालत –** ग्राहकांच्या तक्रारींचे निवारण करण्याची एक प्रभावी आणि कमी खर्चीक पद्धत म्हणजे लोकअदालत होय. लोकअदालतीस लोकन्यायालय म्हणूनपण ओळखले जाते. एखादा खटला तडजोडीने सोडविण्यासाठी शासनाकडून तिची स्थापना करण्यात आली आहे.

   तक्रारकर्ता लोकअदालतीमध्ये प्रत्यक्ष तक्रार दाखल करू शकतो. या ग्राहकांच्या तक्रारी व समस्यासंबंधी ताबडतोब निर्णय घेतले जातात. लोकअदालतीत झालेल्या निर्णयास कायदेशीर मान्यता मिळते. महाराष्ट्र राज्य विद्युत वितरण कंपनी मर्यादित, महाराष्ट्र राज्य मार्ग परिवहन महामंडळ, रेल्वे, विमा कंपनी, बँका या सारख्या संस्था नियमितपणे लोक अदालत भरवतात.

२. **जनहित याचिका –** सार्वजनिक हितासाठी न्यायालयात कायदेशीर तक्रार दाखल करणे म्हणजे जनहित याचिका होय. जनहित याचिकेद्वारे कोणतीही व्यक्ती सामाजिक हितासाठी न्यायालयात तक्रार दाखल करू शकते. समाजातील जे घटक न्यायालयात प्रतिनिधित्त्व करू शकत नाहीत त्यांना कायदेशीर उपाय/पर्याय उपलब्ध करून देणे हा जनहित याचिकेचा उद्देश आहे. याचिकेतील तक्रारीशी संबंध नसलेली व्यक्तीसुद्धा जनहित याचिका दाखल करू शकते.

   जनहित याचिका उच्च न्यायालयात दाखल केली जाते. काही प्रसंगी सर्वोच्च न्यायालयातसुद्धा जनहित याचिका दाखल केली जाते.

३. **तक्रार निवारण मंच –** ग्राहक संरक्षण कायदा, २०१९ अंतर्गत ग्राहकांच्या तक्रारींचे निवारण करण्यासाठी जिल्हा, राज्य आणि राष्ट्रीय स्तरावर तक्रार निवारण यंत्रणा स्थापन करण्यात आली आहे. कोणताही ग्राहक वैयक्तिकरित्या किंवा ग्राहक संघटनामार्फत वस्तू / सेवेचे मूल्य आणि नुकसानभरपाईच्या दाव्याच्या रकमेनुसार, संबंधित आयोगाकडे तक्रार दाखल करू शकतो. ग्राहकांच्या तक्रारीचे सहजतेने, जलद आणि विनाखर्च निवारण करणे हा तक्रार निवारण आयोगांचा उद्देश आहे.

   ग्राहक संरक्षण कायदा, २०१९ नुसार ग्राहकांच्या हक्काचे संरक्षण करून त्यात वृद्धी करण्यासाठी जिल्हा, राज्य आणि राष्ट्रीय स्तरावर ग्राहक संरक्षण परिषदेची स्थापना केली जाऊ शकते.

४. **जनजागृती कार्यक्रम –** ग्राहकांत जागरूकता निर्माण करण्यासाठी भारत सरकारने प्रसिद्धीचे अनेक मार्ग हाती घेतले आहेत. राज्य व केंद्र सरकार नियमितपणे नियतकालिके, हस्तपुस्तिका, पुस्तिका तसेच ग्राहकांचे अधिकार आणि जबाबदाऱ्या तक्रार निवारण यंत्रणा इ. चे चित्रण केलेले भित्तीपत्रक इ. चे प्रकाशन करते.

   विविध वाहिन्या व प्रसार माध्यमाद्धारे ग्राहकांच्या जनजागृतीचे दृक-श्राव्य कार्यक्रमाचे प्रसारण केले जाते. १५ मार्च, जागतिक ग्राहक दिन आणि २४ डिसेंबर राष्ट्रीय ग्राहक दिन म्हणून साजरा केला जातो.

५. **ग्राहक संघटना –** भारतात ग्राहकांच्या हितास चालना देऊन त्यांचे संरक्षण करण्यासाठी अनेक ग्राहक

संघटना कार्यरत आहेत. भारतात ग्राहक चळवळ अतिशय भक्कम असून त्या ग्राहकांच्या तक्रारीचे अचूक निवारण करण्यास मदत करतात. देशात ग्राहक चळवळ मजबूत करणे आवश्यक आहे.

६. **ग्राहक कल्याण निधी –** ग्राहक कल्याण खात्यामार्फत ग्रामीण भागात सुरू असलेल्या ग्राहक चळवळीस आर्थिक मदत पुरविण्यासाठी ग्राहक कल्याण निधीची तरतूद केली आहे. हा निधी ग्राहक शिक्षण तक्रारी हाताळणे, समुपदेशन व मार्गदर्शन, उत्पादन चाचणी प्रयोगशाळा इ. चे प्रशिक्षण व संशोधनासाठी वापरला जातो.

७. **कायदेशीर उपाय –** भारतात व्यावसायिकांच्या अनिष्ट व्यापारी प्रथांपासून ग्राहकांचे संरक्षण करण्यासाठी आणि त्यांचे हितरक्षण करण्यासाठी अनेक कायदे अधिनियमीत करण्यात आले आहेत.

त्यापैकी काही कायदे पुढीलप्रमाणे :

- वस्तू विक्री कायदा – १९३०
- अत्यावश्यक वस्तू कायदा – १९५५
- प्रमाणित वजने आणि मापे कायदा – १९५६
- भारतीय मानक कायदा – १९६९
- खाद्य सुरक्षा आणि मानक कायदा – २००६
- राष्ट्रीय अन्न आणि सुरक्षा कायदा – २०१३

ग्राहकांचे हित संरक्षित करण्यासाठी अनेक कायदे अस्तित्वात असले तरी ते ग्राहकास संपूर्णपणे व प्रामाणिकपणे न्याय देऊ शकत नाहीत. म्हणून ग्राहकाची बाजू सक्षमपणे मांडण्यासाठी स्वतंत्र ग्राहक संरक्षण कायदा–२०१९ संमत करण्यात आला आहे.

तुमच्या भागातील अशासकीय संघटनेस (NGO) भेट देऊन व्यवसायाच्या अनिष्ट प्रथांबद्दल चर्चा करा.

७.७ ग्राहक संरक्षण कायदा, २०१९

१ ऑगस्ट, २०१९ रोजी 'ग्राहक संरक्षण कायदा, २०१९ ला मा. राष्ट्रपतींची मान्यता मिळाली आहे. हा कायदा केंद्र शासनाच्या अधिसूचनेनंतर लागू होईल. हा कायदा विविध राज्यात वेगवेगळ्या तारखेस लागू होईल.

केंद्र सरकारने सर्वप्रथम २४ डिसेंबर १९८६ रोजी ग्राहक संरक्षण कायदा संमत केला. २०१९ मध्ये विधी आणि न्याय मंत्रालयाने प्रस्थापित केलेल्या नवीन कायद्यास १ ऑगस्ट २०१९ रोजी ग्राहक संरक्षण कायदा, २०१९ म्हणून संमती देण्यात आली. या कायद्याद्वारे ग्राहकांच्या अधिकाराचे संरक्षण करण्यात आले असून ग्राहकांच्या तक्रारींचे निवारण करण्यासाठी जिल्हा स्तरावर जिल्हा आयोग, राज्य स्तरावर राज्य आयोग आणि राष्ट्रीय स्तरावर सर्वोच्च आयोग म्हणून राष्ट्रीय आयोगाची स्थापना करण्यात आली आहे. या कायद्यात सर्व वस्तू, सेवा आणि अनिष्ट व्यापारी प्रथा इ.च्या तक्रारींचा समावेश होतो.

ग्राहक संरक्षण कायद्याअंतर्गत तक्रारींचे निवारण करण्यासाठी पुढील आयोग निर्माण करण्यात आले आहेत.

१) जिल्हा आयोग (District Commission) –

अर्थ – जिल्ह्यातील ग्राहकांच्या तक्रारीचे निवारण करण्यासाठी राज्य शासनाकडून जिल्हा स्तरावर स्थापन करण्यात आलेल्या आयोगास जिल्हा आयोग असे म्हणतात.

रचना – जिल्हा आयोगाची रचना पुढीलप्रमाणे :

अ – अध्यक्ष – जिल्हा सत्र न्यायालयाचे विद्यमान किंवा निवृत्त न्यायाधीश किंवा पात्रताधारक व्यक्ती जिल्हा आयोगाची अध्यक्ष असते.

ब – सदस्य – जिल्हा आयोगाची सदस्य संख्या दोन पेक्षा कमी आणि केंद्र शासनाशी सल्ला – मसलत करून निश्चित केलेल्या सदस्य संख्येपेक्षा अधिक नसते.

क – कालावधी – जिल्हा आयोगाचे अध्यक्ष किंवा सदस्याचा कार्यकाळ त्यांची नेमणूक ज्या कालावधीसाठी करण्यात आली आहे तो कालावधी पूर्ण होईपर्यंत असतो. जिल्हा आयोगाच्या सदस्यांचा कार्यकाळ हा नेमणुकीपासून ५ वर्षे किंवा वयाची ६५ वर्षे यापैकी कमी असलेल्या कालावधी करिता असतो.

पात्रता – जिल्हा आयोगाच्या सदस्याची पात्रता खालीलप्रमाणे :

अ – वय – सदस्याचे वय ३५ वर्षापेक्षा कमी असू नये.

ब – शिक्षण – मान्यताप्राप्त विद्यापीठाची पदवी धारण केलेली असावी.

क – अनुभव – जिल्हा आयोगाचा सदस्य होऊ इच्छिणाऱ्या व्यक्तीस अर्थशास्त्र, कायदा, वाणिज्य, हिशेबनीस आणि उद्योग व सार्वजनिक व्यवहार किंवा प्रशासन इ. च्या समस्या संबंधित क्षेत्राचे पुरेसे ज्ञान असणे आवश्यक आहे. तसेच वरील क्षेत्रातील समस्या संबंधीच्या कामकाजाचा किमान १० वर्षाचा अनुभव असला पाहिजे.

भौगोलिक / प्रादेशिक अधिकारक्षेत्र – जिल्हा आयोगाचे प्रादेशिक अधिकारक्षेत्र हे संपूर्ण जिल्हा असते.

आर्थिक अधिकार क्षेत्र – वस्तू किंवा सेवेचे मूल्य रु. एक कोटीपेक्षा अधिक नसलेल्या रकमेचे दावे स्वीकारण्याचा अधिकार जिल्हा आयोगास आहे.

अपील – जिल्हा आयोगाचा आदेश मान्य नसलेला पक्ष आदेशाच्या तारखेपासून ४५ दिवसाच्या आत राज्य आयोगाकडे विहित नमुन्यात दाद मागू शकतो.

राज्य शासन अधिसूचनेद्वारे जिल्हा आयोगाचे सदस्य आणि अध्यक्षाची पात्रता, भरती पद्धत, कालावधी, राजीनामा आणि पदावरून कमी करणे इ. संबंधीचे नियम तयार करू शकते.

तथापि हा कायदा लागू करण्यापूर्वी जर एखाद्या व्यक्तीची जिल्हा आयोगाचे सदस्य किंवा अध्यक्ष म्हणून नियुक्ती करण्यात आली असेल तर संबंधित अध्यक्ष किंवा सदस्य आपल्या नेमणूकीचा कार्यकाळ पूर्ण होईपर्यंत संबंधित पदावर राहू शकतात.

२) राज्य आयोग (State Commission) –

अर्थ – ग्राहकांच्या तक्रारींचे निवारण करण्यासाठी राज्य शासनाकडून स्थापन केलेल्या आयोगास राज्य आयोग म्हणून ओळखले जाते. राज्य आयोगास राज्य ग्राहक तक्रार निवारण आयोग' असेही म्हणतात.

रचना – राज्य आयोगाची रचना पुढीलप्रमाणे :

अ – अध्यक्ष – उच्च न्यायालयाचे विद्यमान किंवा निवृत्त न्यायमूर्ती राज्य आयोगाचे अध्यक्ष म्हणून राज्य शासनाकडून उच्च न्यायालयाच्या मुख्य न्यायाधीशांशी विचारविनिमय करून नेमले जातात.

ब – सदस्य – राज्य आयोगाची सदस्य संख्या चार पेक्षा कमी आणि केंद्र शासनाशी विचारविनिमय करून निश्चित केलेल्या सदस्य संख्येपेक्षा अधिक नसते.

क – कालावधी – राज्य आयोगाच्या सदस्यांचा कार्यकाळ हा नेमणुकीपासून ५ वर्षे किंवा वयाची ६७ वर्षे यापैकी कमी असलेल्या कालावधी करिता असतो.

पात्रता – राज्य आयोगाच्या सदस्याची पात्रता खालीलप्रमाणे

अ – वय – सदस्याचे वय ३५ वर्षापेक्षा कमी असू नये.

ब – शिक्षण – मान्यताप्राप्त विद्यापीठाची पदवी धारण केलेली असावी.

क – अनुभव – राज्य आयोगाच्या सदस्यास अर्थशास्त्र, कायदा, वाणिज्य, हिशेबनीस आणि उद्योग व सार्वजनिक हित किंवा प्रशासन इ. च्या समस्यासंबंधीच्या कामकाजाचा किमान १० वर्षाचा अनुभव आणि संबंधित क्षेत्राचे पुरेसे ज्ञान असणे आवश्यक आहे.

भौगोलिक / प्रादेशिक अधिकार क्षेत्र – राज्य आयोगात दाखल होणाऱ्या तक्रारी आणि जिल्हा आयोगाच्या आदेशावरील अपील इ. राज्याच्या भौगोलिक सीमेअंतर्गत असते.

आर्थिक अधिकार क्षेत्र – राज्य आयोगाकडे वस्तू / सेवेचे मूल्य रु. एक कोटीपेक्षा अधिक आणि रु.दहा कोटीपेक्षा कमी रकमेचे दावे दाखल करता येतात.

अपील – राज्य आयोगाचा आदेश मान्य नसलेला पक्ष आदेशाच्या तारखेपासून ३० दिवसाच्या आत राष्ट्रीय आयोगाकडे विहीत नमुन्यात दाद मागू शकतो.

केंद्र शासन अधिसूचनेद्वारे राज्य आयोगाचे सदस्य आणि अध्यक्षाची पात्रता, निवृत्ती, कालावधी, राजीनामा आणि त्यांना पदावरुन कमी करणे इ. संबंधीचे नियम तयार करू शकते.

तथापि हा कायदा लागू करण्यापूर्वी जर एखाद्या व्यक्तीची राज्य आयोगाचे सदस्य किंवा अध्यक्ष म्हणून नियुक्ती करण्यात आली असेल तर संबंधित अध्यक्ष किंवा सदस्य आपल्या नेमणुकीचा कार्यकाल पूर्ण होईपर्यंत संबंधित पदावर राहू शकतात.

२) राष्ट्रीय आयोग (National Commission) –

अर्थ – ग्राहकांच्या तक्रारींचे निवारण करण्यासाठी, केंद्र सरकारकडून सूचनेद्वारे स्थापन केलेल्या आयोगास राष्ट्रीय आयोग कसे म्हणतात. या आयोगाला राष्ट्रीय ग्राहक तक्रार निवारण आयोग असेही म्हणतात.

रचना – राष्ट्रीय आयोगाची रचना पुढीलप्रमाणे

अ) अध्यक्ष – सर्वोच्च न्यायालयाचे विद्यमान किंवा निवृत्त न्यायाधीशांची भारताच्या मुख्य न्यायाधिशांशी विचारविनिमय करून, केंद्र शासन अध्यक्ष म्हणून नेमणूक करते.

ब) **सदस्य –** केंद्रीय आयोगाची सदस्य संख्या ४ पेक्षा कमी नसते आणि विहीत केलेल्या संख्येपेक्षा अधिक नसते.

क) **कालावधी –** राष्ट्रीय आयोगाच्या सदस्याचा कार्यकाळ नेमणुकीपासून ०५ वर्षे किंवा वयाची ७० वर्षे यापैकी कमी असलेल्या कालावधीसाठी असतो.

पात्रता – राष्ट्रीय आयोगाच्या सदस्याची पात्रता पुढीलप्रमाणे.

अ – वय – सदस्याचे वय ३५ वर्षापेक्षा कमी असू नये.

ब – शिक्षण – मान्यता प्राप्त विद्यापीठाची पदवी धारण केलेली असावी.

क – अनुभव – सदस्य होऊ इच्छिणाऱ्या व्यक्तीस अर्थशास्त्र, कायदा, वाणिज्य, हिशेबनीस आणि उद्योग व सार्वजनिक हित किंवा प्रशासन इ. च्या समस्यासंबंधीच्या कामकाजाचा किमान १० वर्षाचा अनुभव आणि संबंधित क्षेत्राचे पुरेसे ज्ञान असणे आवश्यक आहे.

प्रादेशिक अधिकार क्षेत्र – राष्ट्रीय आयोगात दाखल होणाऱ्या तक्रारी आणि राज्य आयोगाच्या आदेशाविरुद्ध मागितलेली दाद हे राष्ट्राच्या भौगोलिक सीमेअंतर्गत असतात.

आर्थिक अधिकार क्षेत्र – राष्ट्रीय आयोगाकडे वस्तू / सेवेचे मूल्य रु. १० कोटीपेक्षा अधिक रकमेचे दावे दाखल करता येतात.

अपील – राष्ट्रीय आयोगाचा आदेश मान्य नसलेला पक्ष आदेशाच्या तारखेपासून ३० दिवसाच्या आत सर्वोच्च न्यायालयात दाद मागू शकतो.

केंद्र शासन अधिसूचनेद्वारे राष्ट्रीय आयोगाचे सदस्य आणि अध्यक्षाची पात्रता, नेमणूक कालावधी, वेतन, राजीनामा आणि त्यांना पदावरून कमी करणे इ. संबंधीचे नियम तयार करू शकते.

तथापि अध्यक्ष आणि सदस्य नेमणुकीपासून ५ वर्षापर्यंत पदावर राहू शकतात तसेच फेरनियुक्तीस पात्र असतात. तसेच अध्यक्ष वयाच्या ७० वर्षापर्यंत आणि सदस्य वयाच्या ६७ वर्षापर्यंत संबंधित पदावर काम करू शकतात अशी कायद्यात तरतूद आहे.

आदेशाचे पालन न केल्यास दंडाची तरतूद –

एखाद्या पक्षकाराने जिल्हा आयोग, राज्य आयोग किंवा राष्ट्रीय आयोगाच्या आदेशाचे पालन न केल्यास संबंधितास किमान एक महिन्याचा कारावास जो तीन वर्षापर्यंत वाढविला जाऊ शकतो किंवा रु. २५,००० पेक्षा कमी नसलेली परंतु रु. एक लाखांपर्यंत वाढविता येईल अशी रक्कम दंड म्हणून किंवा कैद आणि दंड दोन्ही अशा तरतुदी ग्राहक संरक्षण कायदा, २०१९ मध्ये करण्यात आल्या आहेत.

वृत्तपत्रातील ग्राहक संरक्षणासंबंधीच्या कात्रणांचे संकलन करा.

७.८ ग्राहक संघटना व अशासकीय संस्थाची भूमिका :

सामाजिक कल्याणास चालना देण्याच्या उद्देशाने स्थापन केलेली, नफा न कमविणारी आणि अराजकीय संघटना म्हणजे अशासकीय संस्था. बाजारातील किमतीचा अभ्यास करून ग्राहकांच्या माहितीसाठी जाहीर करणे

आणि व्यापारांच्या अनिष्ट व्यापारी प्रथांविरुद्ध आंदोलन करणे हा अशासकीय संघटनांचा उद्देश आहे.

ग्राहक संरक्षण आणि शिक्षणात ग्राहक संघटना आणि अशासकीय संस्थाची भूमिका

i) ग्राहकांच्या समस्या संबंधी सामाजिक जागरूकता निर्माण करण्यासाठी मोहीम आणि विविध कार्यक्रमाचे आयोजन करणे.

ii) ग्राहक प्रशिक्षण कार्यक्रमाचे आयोजन करणे आणि ग्राहकांना त्यांच्या तक्रारींसंबंधीचे अधिकार व तक्रार निवारणाच्या पद्धती इ. संबंधी जाणीव करून देणे.

iii) ग्राहकांशी संबंधित घडामोडीसंबंधीची मासिके प्रकाशित करून ग्राहकांना अधिक माहिती देणे.

iv) ग्राहकांचे हित आणि त्यांच्या तक्रारी सोडविण्यासंबंधी सदस्यांना मोफत कायदेशीर सल्ला देणे.

v) ग्राहकांशी चांगले संबंध सुनिश्चित करण्यासाठी व्यावसायिक आणि वाणिज्य व औद्योगिक संघटना यांचा परस्परांशी संवाद साधणे.

vi) ग्राहकांच्या महत्त्वाच्या समस्यासंबंधी याचिका दाखल करणे.

उदा. सार्वजनिक आरोग्यास अपायकारक ठरणाऱ्या उत्पादनावर बंदी आणणे.

अशासकीय संघटनांची उदाहरणे पुढीलप्रमाणे :

i) कंझ्युमर गाईडन्स सोसायटी ऑफ इंडिया – CGST

ii) व्हॉलेंटरी ऑरगनायझेशन इन इंटरेस्ट ऑफ कंझ्युमर एज्यूकेशन – VOICE

iii) कंझ्युमर एज्यूकेशन ॲन्ड रिसर्च सेंटर – CERC

iv) कंझ्युमर असोसिएशन ऑफ इंडिया – CAI

v) मुंबई ग्राहक पंचायत – MGP

vi) ग्राहक शक्ती – GS

तुलनात्मक अभ्यास / फरक स्पष्ट करा :

	फरकाचे मुद्दे	जिल्हा आयोग	राज्य आयोग	राष्ट्रीय आयोग
१)	अर्थ :	जिल्हा स्तरावर ग्राहकांच्या तक्रारीचे निवारण करण्यासाठी राज्य शासनाकडून स्थापन करण्यात आलेल्या आयोगास जिल्हा आयोग असे म्हणतात.	राज्य स्तरावर ग्राहकांच्या तक्रारीचे निवारण करण्यासाठी राज्य शासनाकडून स्थापन करण्यात आलेल्या आयोगास राज्य आयोग असे म्हणतात.	राष्ट्रीय स्तरावर ग्राहकांच्या तक्रारीचे निवारण करण्यासाठी केंद्र शासनाने सूचनेद्वारे स्थापन केलेल्या आयोगास राष्ट्रीय आयोग असे म्हणतात.

२)	**अध्यक्ष**	जिल्हा सत्र न्यायालयाचे विद्यमान किंवा निवृत्त न्यायाधीश किंवा समकक्ष व्यक्तीची जिल्हा आयोगाचे अध्यक्ष म्हणून नेमणूक केली जाते.	उच्च न्यायालयाचे विद्यमान किंवा निवृत्त न्यायधीशांची राज्य आयोगाचे अध्यक्ष म्हणून नेमणूक केली जाते.	सर्वोच्च न्यायालयाचे विद्यमान किंवा निवृत्त न्यायाधीशांची राष्ट्रीय आयोगाचे अध्यक्ष म्हणून नेमणूक केली जाते.
३)	**सदस्य**	जिल्हा आयोगाची सदस्य संख्या दोन पेक्षा कमी आणि केंद्र शासनाशी सल्ला-मसलत करून निश्चित केलेल्या संख्येपेक्षा अधिक नसते.	राज्य आयोगाची सदस्य संख्या ४ पेक्षा कमी आणि केंद्र शासनाशी सल्ला-मसलत करून निश्चित केलेल्या संख्येपेक्षा अधिक नसते.	केंद्रीय आयोगाची सदस्य संख्या ४ पेक्षा कमी आणि केंद्र शासनाशी विचार-विनिमय करून निश्चित केलेल्या संख्येपेक्षा अधिक नसते.
४)	**सदस्य कार्यकाळ**	नेमणुकीपासुन ५वर्षे किंवा वयाची ६५ वर्षे यापैकी कमी असलेल्या कालावधीसाठी असतो.	नेमणुकीपासून ५ वर्षे किंवा वयाची ६७ वर्षे यापैकी कमी असलेल्या कालावधीसाठी असतो.	नेमणुकीपासून ५ वर्षे किंवा वयाची ६७ वर्षे आणि अध्यक्षासाठी वयाची ७० वर्षे यापैकी कमी असलेल्या कालावधीसाठी असतो.
५)	**कार्यसीमा**	जिल्हा आयोगाची कार्यसीमा संबंधित जिल्हा असते.	राज्य आयोगाची कार्यसीमा संपूर्ण राज्य असते.	राष्ट्रीय आयोगाची कार्यसीमा संपूर्ण देश असते.
६)	**आर्थिक अधिकारक्षेत्र**	वस्तू किंवा सेवेचे मूल्य रू. एक कोटीपेक्षा अधिक नसलेल्या तक्रारी	वस्तू किंवा सेवेचे मूल्य रु. एक कोटीपेक्षा अधिक किंवा दहा कोटीपेक्षा कमी रकमेच्या तक्रारी.	वस्तू किंवा सेवेचे मूल्य रु.दहा कोटींपेक्षा अधिक रकमेच्या तक्रारी.
७)	**अपील**	जिल्हा आयोगाच्या आदेशाविरुद्ध राज्य आयोगाकडे दाद मागता येते.	राज्य आयोगाच्या आदेशाविरुद्ध राष्ट्रीय आयोगाकडे दाद मागता येते.	राष्ट्रीय आयोगाच्या आदेशाविरुद्ध सर्वोच्च न्यायालयात दाद मागता येते.

अधिक माहितीसाठी : **तत्त्वत:भेसळ ओळखण्यासाठी नमुना मार्गदर्शक तक्ता**

खाद्य पदार्थ	भेसळ	ज्ञानेंद्रियाद्वारे मूल्यमापन पद्धती
दूध	कृत्रिम दूध	१. कृत्रिम दूध चवीला कडू असते.
		२. भेसळ असल्यास बोटावर घासल्यास साबणासारखे गुळगुळीत जाणवते.
मिरची पावडर	वीट भुकटी/मीठ/पावडर	१.ग्लासभर पाण्यात एक चमचा मिरची पावडर टाकून परीक्षण करा. २. ग्लासाच्या तळाला साचलेला भाग घासून कुजलेला अंश आढळून आल्यास विट/वाळू मिसळली आहे. ३. जर शिल्लक अंश घासल्यानंतर तो साबणासारखा गुळगुळीत जाणवत असल्यास साबणाचे लहान-लहान तुकडे मिसळले आहेत.
साखर	युरिया खत	१. थोडी साखर तळहातावर घासून वास घ्या.जर साखरेत युरिया मिसळला असल्यास अमोनिया चा वास येतो.
		२. थोडी साखर पाण्यात विरघळवा जर भेसळ युक्त असेल तर साखरेस अमोनिया चा वास येतो.
गहू, तांदूळ. मका, ज्वारी, बाजरी, हरभरा	कर्नल बंट	१. धान्यासारखे दिसणारे दाणे वेगळे करून परीक्षण करा. २. कर्नल बंट अंधूक आणि काळसर दिसतात त्याचा कुजलेल्या माश्यासारखा वास येतो.
गव्हाचे पीठ	खराब पीठ/मैदा	१. भेसळयुक्त असल्यास कणिक तयार करण्यासाठी कमी पाणी लागते.
		२. सामान्य चपाती गोडसर लागते परंतु खराब पीठ/मैदा भेसळयुक्त असल्यास चपाती बेचव लागते.
साबुदाणा	वाळू/पावडर	थोडा साबुदाणा तोंडात टाका / ठेवा.
		भेसळयुक्त असल्या कचकच / रेवाळ जाणवते.

सारांश

ग्राहकाचा अर्थ – नैसर्गिक संसाधने किंवा बाजारपेठेतील वस्तू/सेवा खरेदी करणारी व्यक्ती म्हणजे ग्राहक होय.

'ग्राहक म्हणजे अशी व्यक्ती की जिने संपूर्ण किंवा अंशतः मोबदला देऊन किंवा देण्याचा करार करून वस्तू किंवा सेवा खरेदी केलेली आहे किंवा भाडयाने घेतलेली आहे'.

ग्राहक संरक्षणाची गरज – आधुनिक बाजारपेठेत ग्राहकास बाजारपेठेचा राजा म्हणून संबोधले जाते. खालील कारणांमुळे ग्राहक संरक्षणाची गरज निर्माण होते.

१. ग्राहक सहभागाची गरज
२. माहितीचा अभाव
३. ग्राहकाचे अज्ञान
४. असंघटित ग्राहक
५. बनावट वस्तू
६. दिशाभूल करणाऱ्या जाहिराती
७. व्यवसायातील गैरप्रकार
८. विश्वस्त व्यवस्था

ग्राहकाचे अधिकार :

१. सुरक्षिततेचा अधिकार
२. माहितीचा अधिकार
३. वस्तू/सेवा निवडीचा अधिकार
४. ग्राहकाचे ऐकून घेण्याचा अधिकार
५. ग्राहक शिक्षणाचा अधिकार
६. प्रतिनिधित्व करण्याचा अधिकार
७. तक्रार निवारणाचा अधिकार
८. निरोगी पर्यावरणाचा अधिकार
९. अनिष्ट व्यापारी प्रथांपासून संरक्षणाचा अधिकार
१०. बनावट वस्तूंपासून संरक्षणाचा अधिकार

ग्राहकांच्या जबाबदाऱ्या :

१. अधिकारांचा वापर करणे
२. सावध राहणे
३. तक्रार दाखल करणे

४. दर्जासंबंधीची जागरूकता

५. अतिशयोक्तिपूर्ण जाहिरातींपासून सावध करणे

६. खरेदी पावती आणि गॅरंटी/वॉरंटी कार्डची मागणी करणे.

७. पूर्वनियोजित खरेदी करणे.

८. संघटित प्रयत्न करणे.

ग्राहक संरक्षणाच्या पद्धती :

१. लोक अदालत

२. जनहित याचिका

३. तक्रार निवारण मंच

४. जनजागृती कार्यक्रम

५. ग्राहक संघटना

६. ग्राहक कल्याण निधी

७. कायदेशीर उपाय

ग्राहक संरक्षण कायदा, २०१९ :

१. जिल्हा आयोग

२. राज्य आयोग

३. राष्ट्रीय आयोग

स्वाध्याय

प्र.१.अ) योग्य पर्याय निवडून विधाने पुन्हा लिहा.

१. भारतात ग्राहक संरक्षण कायदा सर्वप्रथम .... या साली अस्तित्वात आला.

अ) १९४७ ब) १९८९ क) १९८६

२. जिल्हा ग्राहक आयोगाचे अध्यक्ष .... असतात.

अ) जिल्हा न्यायाधीश ब) उच्च न्यायालय न्यायाधीश क) सर्वोच्च न्यायालय न्यायाधीश

३) .... च्या हिताचे संरक्षण करणे हा ग्राहक संघटनांचा मुख्य उद्देश असतो.

अ) ग्राहक ब) व्यापारी क) उत्पादक

४) ग्राहक संरक्षण कायद्यांतर्गत ग्राहकांचे वाद मिटविण्याचे .... ला सर्वोच्च अधिकार आहेत.

अ) राज्य आयोग ब) राष्ट्रीय आयोग क) जिल्हा आयोग

५) ग्राहकाचे वाद विवाद तडजोडीने मिटविण्यासाठी शासनाने ·············· ची स्थापना केली आहे.

अ) जिल्हा आयोग ब) लोक अदालत क) ग्राहक संघटना

६) राष्ट्रीय आयोगात ·············· सदस्य असतात.

अ) २ ब) ३ क) ४

७) जिल्हा आयोग ग्राहकांच्या नुकसान भरपाई संबंधीच्या तक्रारी ·············· पेक्षा कमी रकमेच्या हाताळू शकते.

अ) एक कोटी रुपये ब) दहा लाख रुपये क) दहा कोटी रुपये

८) ·············· हा दिवस जागतिक ग्राहक दिन म्हणून साजरा केला जातो.

अ) २४ डिसेंबर ब) २६ जानेवारी क) १५ मार्च

९) आधुनिक स्पर्धात्मक बाजारपेठेत ग्राहकास ·············· म्हणून ओळखले जाते.

अ) राजा ब) एजंट क) मालक

ब) जोड्या जुळवा.

'अ' गट		'ब' गट	
अ)	बाजारपेठेचा राजा	१)	१९३०
ब)	राष्ट्रीय आयोग	२)	सामाजिक
क)	मुंबई ग्राहक पंचायत	३)	रुपये दहा कोटीपेक्षा अधिक
ड)	वस्तू विक्री कायदा	४)	अशासकीय संस्था
इ)	ग्राहक अधिकार	५)	ग्राहक
		६)	कायदेविषयक उपाय
		७)	रुपये एक कोटीपेक्षा अधिक आणि दहा कोटीपेक्षा कमी
		८)	१९८६
		९)	ग्राहक संरक्षण कायदा
		१०)	माहितीचा अधिकार

क) खालील विधानासाठी एक शब्द, शब्दसमूह, संज्ञा सूचवा.

१) वस्तू/सेवेचे मूल्य रु. एक कोटीपेक्षा अधिक नसलेल्या रकमेचे दावे स्वीकारणारा आयोग

२) सार्वजनिक हितासाठी न्यायालयात कायदेशीर तक्रार दाखल करणे

३) सामाजिक कल्याणास चालना देण्याच्या उद्देशाने स्थापन केलेल्या संस्था

४) आरोग्य आणि जीवितास संरक्षण व सुरक्षितते संबंधीचा ग्राहकाचा अधिकार

५) वस्तू किंवा सेवेचा उपयोग करणारा

ड) खालील विधाने चूक की बरोबर ते लिहा.

१) विक्रेत्याने ग्राहकाच्या अधिकारास मान्यता दिली पाहिजे.

२) ग्राहक संरक्षण कायदा उत्पादकास संरक्षण देतो.

३) भारतात ग्राहक संरक्षण कायद्याची आवश्यकता नाही.

४) लोक अदालत लोक न्यायालय म्हणून ओळखली जाते.

५) ग्राहक बाजारपेठेचा राजा असल्यामुळे त्यास कोणत्याही जबाबदाऱ्या नसतात.

इ) गटात न बसणारा शब्द शोधा.

१) जिल्हा आयोग, राज्य आयोग, अशासकीय संस्था, राष्ट्रीय आयोग.

२) जिल्हा न्यायाधीश, उच्च न्यायालयाचे न्यायाधीश, आयुक्त, सर्वोच्च न्यायालयाचे न्यायाधीश

फ) खालील विधाने पूर्ण करा.

१) राष्ट्रीय आयोगाची स्थापना .... सरकार कडून केली जाते.

२) जिल्हा आयोगाचा आदेश मान्य नसलेली व्यक्ती .... कडे दाद मागू शकते.

३) राज्य आयोगात .... सदस्य असतात.

४) राष्ट्रीय आयोगाचे अध्यक्ष .... असतात.

५) राष्ट्रीय आयोग ग्राहकांच्या .... रकमेच्या नुकसानभरपाईच्या तक्रारी स्वीकारू शकतो.

६) ग्राहक संरक्षण कायद्यात ग्राहक संरक्षणाची .... स्तरीय न्याय व्यवस्था अस्तित्वात आहे.

ग) कंसातील अचूक पर्याय निवडून तक्ता पूर्ण करा.

(उच्च न्यायालयाचे न्यायमूर्ती, चार, ग्राहक संघटना, रुपये एक कोटीपेक्षा कमी,२०१९)

	'अ' गट	'ब' गट
१)	जिल्हा आयोगाची नुकसानभरपाई रक्कम	....
२)	....	राज्य आयोग
३)	ग्राहक संरक्षण कायदा	....
४)	....	नफा न कमविणारी आणि अराजकीय संस्था
५)	राष्ट्रीय आयोगाचे सदस्य	....

ह) एका वाक्यात उत्तरे लिहा.

१) राष्ट्रीय ग्राहक दिन केव्हा साजरा केला जातो?

२) ग्राहक म्हणजे कोण?

३) ग्राहकाने उत्पादन खरेदी करताना उत्पादनासंबंधीच्या कोणत्या माहितीची चौकशी केली पाहिजे?

४) राष्ट्रीय स्तरावर ग्राहकांच्या तक्रारींचे निवारण करण्यासाठी कोणता आयोग स्थापन करण्यात आला आहे?

५) राष्ट्रीय आयोगाच्या अध्यक्षाची नेमणूक कोण करू शकतो?

६) जागतिक ग्राहक दिन केव्हा साजरा केला जातो.

ई) योग्य क्रम लावा

१) राष्ट्रीय आयोग, जिल्हा आयोग, राज्य आयोग

२) जिल्हा न्यायाधीश, सर्वोच्च न्यायालयाचे न्यायाधीश, उच्च न्यायालयाचे न्यायाधीश.

ज) खालील वाक्यातील अधोरेखित शब्द दुरुस्त करून वाक्य पुन्हा लिहा.

१) राष्ट्रीय आयोगाच्या आदेशाविरुद्ध राज्य आयोगात अपील करता येते.

२) राष्ट्रीय आयोगाची स्थापना राज्य शासनाकडून केली जाते.

३) जिल्हा आयोग लोक न्यायालय म्हणूनही ओळखले जाते.

४) भारतात विक्रेते विखुरलेले असून ते असंघटित आहेत.

५) राष्ट्रीय आयोग वस्तू किंवा सेवेचे मूल्य रु.एक कोटींपेक्षा कमी रकमेचे दावे स्वीकारतो.

प्र. २ खालील संज्ञा/ संकल्पना स्पष्ट करा.

१) जिल्हा आयोग

२) राष्ट्रीय आयोग

३) राज्य आयोग

४) लोक अदालत

५) जनहित याचिका

प्र. ३ खालील घटना/परिस्थितीचा अभ्यास करून आपले मत लिहा.

१) श्री. अशोक यांनी एका दुकानातून रु.७०० ला बूट खरेदी केले. विक्रेत्याने त्यांना सर्वसाधारण कंपनीचे मोठ्या मापाचे बूट योग्य आहेत म्हणून खरेदी करण्यास सक्ती केली.

घरी पोहचल्यानंतर असे आढळून आले की बूट श्री. अशोक यांच्यासाठी खूप मोठे झाले आहेत म्हणून त्यांनी दुकानदाराकडे यासंबंधी तक्रार केली परंतु दुकानदाराने बुटाचा साठा असतानाही बूट बदलून देण्यास नकार दिला.

वरील घटनेत : १) ग्राहकाच्या कोणत्या अधिकाराचे उल्लंघन झाले आहे ?

२) श्री. अशोक हे खरेदीदार आहेत की अंतिम वापरकर्ते ?

३) श्री. अशोक यांनी तक्रार कोठे केली पाहिजे ?

२) नागपूरच्या सौ. मीरा यांनी रू. ५०,००० चे वॉशिंग मशिन २ वर्षाची हमी असलेले, रोखीने खरेदी केले. वर्षानंतर त्यांच्या असे लक्षात आले की वॉशिंग मशिनमध्ये दोष आहेत म्हणून त्यांनी कंपनीस दुरुस्त किंवा बदलून देण्यासाठी विचारणा केली.परंतु कंपनीने उत्पादनात दोष असूनही सौ. मीरा यांची तक्रार स्वीकारली नाही.

वरील घटनेत : १) सौ. मीरा यांना योग्य तक्रार निवारण यंत्रणा सुचवा.

२) जर त्या तक्रार निवारण यंत्रणेने दिलेल्या आदेशाबद्दल सौ. मीरा समाधानी नसतील तर त्या कोठे अपील करू शकतात ?

३) सौ. मीरा यांनी वॉशिंग मशिन खरेदी करताना कोणता निष्काळजीपणा केला ?

प्र. ४ फरक स्पष्ट करा.

१) जिल्हा आयोग आणि राज्य आयोग

२) राज्य आयोग आणि राष्ट्रीय आयोग

३) जिल्हा आयोग आणि राष्ट्रीय आयोग

प्र. ५ खालील प्रश्नांची थोडक्यात उत्तरे लिहा.

१) ग्राहक संरक्षणाच्या कोणत्याही चार गरजा लिहा.

२) ग्राहकांचे कोणतेही चार अधिकार सांगा.

३) ग्राहकांच्या कोणत्याही चार जबाबदाऱ्या लिहा.

४) ग्राहक संरक्षणात अशासकीय संस्थांची भूमिका स्पष्ट करा.

प्र. ६ खालील विधाने सकारण स्पष्ट करा.

१) ग्राहक संरक्षण कायदा ग्राहक हितासाठी संमत करण्यात आला आहे.

२) ग्राहकास अनेक जबाबदाऱ्या आहेत.

३) ग्राहकांच्या हक्काचे संरक्षण करणे हे ग्राहक संघटनांचे ध्येय असते.

प्र. ७ खालील प्रश्न सोडवा.

१) ग्राहकांचे अधिकार सांगा.

२) ग्राहकांच्या जबाबदाऱ्या सांगा.

३) ग्राहक संरक्षणाची गरज सांगा.

४) ग्राहक संरक्षण आणि अशासकीय संघटनांची भूमिका स्पष्ट करा.

५) जिल्हा आयोगाची रचना आणि आर्थिक अधिकारक्षेत्र स्पष्ट करा.

६) राज्य आयोगाची रचना आणि आर्थिक अधिकारक्षेत्र स्पष्ट करा.

७) राष्ट्रीय आयोगाची रचना आणि आर्थिक अधिकारक्षेत्र स्पष्ट करा.

प्र. ८ खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

१) ग्राहक म्हणजे कोण? ग्राहकाचे अधिकार सविस्तर लिहा.

२) ग्राहक संरक्षणाच्या पद्धती सविस्तर लिहा.

३) ग्राहक संरक्षण कायद्यांतर्गत तक्रार निवारणाची त्रिस्तरीय रचना स्पष्ट करा.

उत्तर सूची

प्र.१.अ) १- १९८६, २ - जिल्हा न्यायाधीश , ३ - ग्राहक, ४ - राष्ट्रीय आयोग ५- लोक अदालत, ६- ४, ७- एक कोटी रुपये, ८- १५ मार्च, ९- राजा.

ब) अ - ५ , ब - ३ , क - ४, ड -१ , इ - १०.

क) १- जिल्हा आयोग, २- जनहित याचिका, ३- अशासकीय संस्था, ४- सुरक्षिततेचा अधिकार, ५- ग्राहक.

ड) बरोबर - १, ४ चूक - २,३,५

इ) १- अशासकीय संस्था, २- आयुक्त

फ) १- केंद्र, २- राज्य आयोग, ३- चार , ४- सर्वोच्च न्यायालयाचे न्यायाधीश ,
५- दहा कोटीपेक्षा अधिक , ६- तीन.

ग) १- रुपये एक कोटीपेक्षा कमी, २- उच्च न्यायालयाचे न्यायाधीश, ३- २०१९, ४- ग्राहक संघटना, ५- चार.

ई) १- जिल्हा आयोग, राज्य आयोग , राष्ट्रीय आयोग,
२- जिल्हा न्यायाधीश, उच्च न्यायालयाचे न्यायाधीश, सर्वोच्च न्यायालयाचे न्यायाधीश

ज) १ - सर्वोच्च न्यायालय, २- केंद्र सरकार, ३- लोकअदालत, ४- ग्राहक, ५- जिल्हा आयोग

संदर्भसूची :

- The text book 'organization of commerce and management' XII Maharashtra State Board of secondary and Higher Secondary Education Pune.
- Consumer Protection Law, Provison and Procedure R.N. Chaudhary.
- www.wikipedia.org / Lokadalat
- www.wikepedia.org / Public Interest Litigation.
- www.consumeraffairs.nic.in
- Consumer Protection Act,2019 Gazatte of India ltd. 9th August, 2019.

करिअर संधी :

१. ग्राहक न्यायालय वकील

२. ग्राहक सल्लागार

३. खाद्य अन्न चाचणी प्रयोग शाळेत विश्लेषक

*****

८ विपणन

८.१ प्रस्तावना

८.२ अर्थ व व्याख्या

८.३ विपणी– संज्ञा

८.४ विपणीचे प्रकार

८.५ विपणनाचे महत्त्व

८.६ विपणनाची कार्ये

८.७ विपणन मिश्र

सारांश

स्वाध्याय

८.१ प्रस्तावना

मानवी जीवनामध्ये प्रत्येक पावलो पावली जीवघेणी स्पर्धा दिसून येते आणि व्यवसायसुद्‌धा त्याला अपवाद नाही. पूर्वाश्रमीच्या कामगिरीच्या आधारे बाजारपेठेत टिकून राहणे अवघड असते. नावीन्यपूर्ण व वैविध्यपूर्ण उत्पादने बाजारपेठेत आणल्यास ग्राहकांना वस्तू निवडीची संधी मिळते. ग्राहकांची पसंती टिकवून ठेवणे कंपन्यांसाठी फार अवघड असते. वस्तू आणि सेवांच्या विषयी आवश्यक ती माहिती मिळविण्यासाठी इंटरनेट, दूरदर्शन, वर्तमानपत्रे इ. सारखी अनेक साधने उपलब्ध आहेत. त्यामुळेच, व्यावसायिकांना आपल्या उत्पादनाचा ठसा ग्राहकांच्या मनावर बिंबवून त्याचा विस्तार करणे हे अतिशय अवघड होऊन बसले आहे.

विपणन हे आधुनिक मानवी जीवनाचे अविभाज्य अंग बनले आहे. विपणनाचे स्वरूप सर्वव्यापक असून मानवाच्या दैनंदिन जीवनावर त्याचा सर्वतोपरी परिणाम होत असतो. विपणन हे शास्त्र व कला असे दुहेरी भूमिकेत मानले जाते. विपणन हे व्यवस्थापनाचे एक अविभाज्य अंग आहे. हे समजण्यासाठी स्पर्धात्मक वातावरणामुळे चालना मिळते. प्रत्यक्षात विपणन हे व्यवस्थापनाच्या इतर सर्व कार्यांपेक्षा महत्त्वाचे आहे.

वर्षानुवर्षे वस्तू आणि सेवांच्या उत्पादनात होणारी वाढ आणि ग्राहकांच्या मागणीत होणारी घट यातूनच विपणनाची गरज निर्माण झाली. प्रत्येक व्यवसाय संघटनेला आपल्या स्पर्धकांपेक्षा आपण वेगळे आहोत हे दाखवून बाजारपेठेतील आपला हिस्सा वाढवायचा असतो. जेथे जास्त स्पर्धा असते तेथे विपणन फार महत्त्वाचे असते. विपणनामुळे व्यवसायाची स्पर्धात्मकता वाढते. विपणनाची चांगली योजना तयार करून एकनिष्ठ ग्राहक मिळविता येतात. एखाद्या व्यक्तीला एखादी गोष्ट करावी की करू नये हे पटवून देणे, हा विपणनाचा एक भाग आहे.

८.२ अर्थ व व्याख्या

आधुनिक व्यवस्थापनाचे विपणन हे अत्यंत महत्त्वाचे कार्य आहे. आपण वस्तू व सेवांच्या विपणनाविषयीच्या नवीन कल्पनांना जवळजवळ दररोज सामोरे जात असतो. आपल्यापैकी प्रत्येक जण विपणनाच्या एक किंवा अनेक कृती करत असतो अशा वेळी विपणनाचा अभ्यास महत्त्वाची भूमिका बजावतो. प्रसारमाध्यमे, प्रेक्षक बदलत्या बाजारातील व्यवसाय या आधारे विपणनाचे वेगवेगळे अर्थ होतात. म्हणूनच, विपणनाच्या व्याख्या अनेक पद्धतीने केल्या जातात त्या पुढीलप्रमाणे,

१) अमेरिकन मार्केटिंग असोशिएशन नुसार – *''उपभोक्ता, ग्राहक, भागीदार आणि समाज यांना उपयुक्त अशा वस्तुंची निर्मिती, संप्रेषण, वितरण आणि विनिमय करण्यासाठीची कृती संस्थांचा संच आणि प्रक्रिया म्हणजे विपणन होय.''*

२) फिलिप कोटलर यांच्या मते – *''विपणन ही अशी सामाजिक प्रक्रिया आहे जिच्या माध्यमातून वस्तू अणि महत्त्वाच्या गरजेच्या सेवांच्या सहज विनिमयातून व्यक्ती आणि समूह आपल्याला हव्या असलेल्या गोष्टी मिळवतात.''*

३) जागतिक विपणन संस्थेच्या मते – *''विपणन हे व्यवसायअंतर्गत असे तत्त्वज्ञान आहे की, व्यक्तींच्या किंवा संस्थांच्या गरजांचे वर्गीकरण करून त्याची पूर्तता करण्यासाठी देवाण-घेवाणीच्या माध्यमातून सर्वांना चांगले मूल्य उपलब्ध करून देते.''*

८.३ विपणी संज्ञा

''विपणन'' समजण्या अगोदर ''विपणी'' ही संज्ञा समजावून घेणे फार गरजेचे आहे. विपणी हा शब्द लॅटिन भाषेतील ''मार्केट्स'' या शब्दापासून आलेला आहे, ज्याचा अर्थ ''व्यापार करणे'', ''मालाची खरेदी-विक्री करणे'' किंवा ''व्यवसायाचे व्यवहार चालणारी जागा'' असा होतो. साध्या-सोप्या शब्दात असे म्हणता येईल की, विपणी हे असे ठिकाण आहे जेथे दोन किंवा अधिक व्यक्ती (पक्ष) खरेदी व विक्रीच्या कार्यात गुंतलेले असतात. त्या दोन पक्षांना खरेदीदार व विक्रेते असे म्हणतात. हे खरेदी-विक्रीचे व्यवहार पैशाच्या मोबदल्यात चालतात. विपणी या शब्दाशी संबंधित अनेक संज्ञा आहेत, त्या पुढीलप्रमाणे:

१. स्थान विपणी संज्ञा :

सर्वसामान्यपणे विपणी ही संज्ञा, ज्या ठिकाणी ग्राहक व विक्रेते वस्तू व सेवांची पैशाच्या किंवा पैशाच्या मूल्याच्या मोबदल्यात चालणाऱ्या देवाण-घेवाणीशी संबंधित आहे. ही एक अशी जागा आहे जेथे ग्राहक, विक्रेते व मध्यस्थ एकत्र येतात आणि वस्तू व सेवांची देवाण-घेवाण करतात. जुन्या काळात विपणीची व्याख्या करताना ठिकाणाला फार महत्त्व होते. परंतु, माहिती-तंत्रज्ञान युगात विपणी ही संज्ञा जागेबाबत फार व्यापक अर्थाने वापरली जाते.

२. वस्तू–विपणी संज्ञा :

वस्तू या विपणी संज्ञेमध्ये ''वस्तू व सेवांच्या खरेदी आणि विक्रीवर'' विशेष भर देण्यात आला आहे. या संज्ञेनुसार वस्तू व सेवांच्या खरेदी आणि विक्री प्रक्रियेला महत्त्व असून देवाण–घेवाणीच्या जागेला नाही. या प्रक्रियेमध्ये ग्राहक व विक्रेते यांच्याबरोबरच त्यांच्यामध्ये होणाऱ्या वस्तूच्या देवाण–घेवाणीला फार महत्त्व आहे.

३. देवाण–घेवाण विपणी संज्ञा :

वस्तू व सेवांची खरेदीदार आणि विक्रेते जी देवाण–घेवाण करतात ती मुक्त संमती व परस्पर विश्वासावर चालते यावरच देवाण–घेवाण या विपणी संज्ञेमध्ये भर दिलेला आहे. विनिमयामध्ये कोणत्याही प्रकारची फसवणूक किंवा विपर्यास किंवा दबाव किंवा अयोग्य प्रभाव नसतो. देवाण–घेवाण ही खरेदीदार व विक्रेते यांच्यामध्ये स्वेच्छेने चालते.

४. क्षेत्र–विपणी संज्ञा :

देवाण–घेवाण या संज्ञेशी निगडीत क्षेत्र ही विपणी संज्ञा आहे. ही संज्ञा खरेदीदार व विक्रेते यांना खरेदी व विक्री केल्या जाणाऱ्या वस्तूंच्या किमती निश्चित करण्यासाठी मुक्त सहकार्य करते. खरेदीदार व विक्रेते यांनी निश्चित केलेली किंमत फक्त विशिष्ट भागापुरतीच लागू पडते. या संज्ञेनुसार खरेदीदार व विक्रेते यांनी समोरासमोर आले पाहिजे असे अपेक्षित नसते. किंमत निश्चित करताना खरेदीदार व विक्रेते आधुनिक दळणवळणाच्या माध्यमांची मदत घेऊ शकतात आणि वस्तू व सेवांची देवाण–घेवाण करतात.

५. मागणी किंवा ग्राहक – विपणी संज्ञा:

ग्राहक हा बाजारपेठेचा राजा आहे. विपणीचा सर्वात महत्त्वाचा दृष्टीकोन म्हणजे ग्राहकांच्या गरजा किंवा मागणीचा आढावा घेणे. या संज्ञेनुसार संभाव्य ग्राहकांच्याकडून कोणत्याही उत्पादनासाठी येणारी एकूण मागणी म्हणजे विपणी.

६. डिजिटल– विपणी संज्ञा :

माहिती–तंत्रज्ञानाच्या उगमामुळे उदयास आलेली नवीन विपणी संज्ञा म्हणजे डिजिटल विपणी संज्ञा होय. नवीन आणि आधुनिक इ–कॉमर्स प्रणाली व मोबाईल वापरामुळे खरेदीदार व विक्रेते यांना खरेदी करणे सहज व सुलभ झाले आहे. टेलिफोन, मोबाईल, संगणक, इंटरनेट इ. संदेशवहनाच्या माध्यमामुळे ग्राहक व विक्रेते यांच्यामध्ये प्रत्यक्ष संपर्क निर्माण होतो. कोणत्याही कंपनीच्या कोणत्याही उत्पादनाबाबतचा दर्जा, वैशिष्ट्ये, किमती, अटी इ. विषयी माहिती घेणे सोपे झाले आहे.

डिजिटल विपणीची व्याख्या पुढीलप्रमाणे, ''जी विपणी वस्तू आणि सेवांच्या खरेदी व विक्रीसाठी माहिती–तंत्रज्ञानाचा वापर करते आणि दर्जा, वैशिष्ट्ये, किंमत व त्यांच्यात देवाण–घेवाणातील अटींच्यासाठी संदेशवहनाच्या सुविधा देते तिला डिजिटल विपणी असे म्हणतात.''

८.४ विपणीचे प्रकार

विपणीचे प्रकार

१) क्षेत्रानुसार
अ) स्थानिक बाजार
ब) राष्ट्रीय बाजार
क) आंतरराष्ट्रीय बाजार

२) कालानुसार
अ) अत्यल्पकालीन बाजार
ब) अल्पकालीन बाजार
क) दीर्घकालीन बाजार

३) व्यवहाराच्या आकारानुसार
अ) घाऊक बाजार
ब) किरकोळ बाजार

४) महत्त्वानुसार
अ) प्राथमिक बाजार
ब) दुय्यम बाजार
क) मुदत बाजार

५) स्वरूपाच्या आधारे
अ) वस्तू बाजार
ब) भांडवल बाजार

६) नियमनाच्या आधारे
अ) नियंत्रित बाजार
ब) अनियंत्रित बाजार

७) स्पर्धेच्या आधारे
अ) पूर्ण बाजार
ब) अपूर्ण बाजार

सामान्यपणे, विपणीचे वर्गीकरण पुढील श्रेणी मध्ये करता येईल:

१) क्षेत्रानुसार वर्गीकरण :

अ) स्थानिक बाजारपेठ :

जेव्हा वस्तू व सेवांच्या खरेदी-विक्रीच्या व्यवहारांची भौगोलिक व्याप्ती केवळ स्थानिक पातळीपुरती मर्यादित असते, तेव्हा त्याला स्थानिक बाजार असे म्हणतात.

ब) राष्ट्रीय बाजारपेठ : जेव्हा वस्तूंची विक्री देशभरातल्या ग्राहकांना केली जाते, तेव्हा त्यास राष्ट्रीय बाजार असे म्हणतात.

क) आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठ: जेव्हा वस्तूंचे उत्पादन एका देशात केले जाते आणि त्याची विक्री मात्र इतर अनेक देशातून केली जाते, तेव्हा त्या बाजारास आंतरराष्ट्रीय बाजार असे म्हणतात.

२) कालानुरूप वर्गीकरण: कालावधीनुसार वर्गीकरण

अ) अत्यल्पकालीन बाजार: या प्रकारच्या बाजाराचे अस्तित्व फारच अल्पकालीन असते. उदा. काही तास, किंवा विशिष्ट जागी व विशिष्ट वेळी एक दिवस. फळे, भाजीपाला, दुग्धजन्य पदार्थ इ. प्रकारच्या नाशवंत वस्तूंची विक्री या प्रकारच्या बाजारातून चालते.

ब) अल्पकालीन बाजार: या प्रकारच्या बाजाराचे अस्तित्व अल्पकालीन असते. उदा. आठवडी बाजार, उत्सवकालीन बाजार, यात्रा/जत्रा दरम्यानचा बाजार इ. नाशवंत किंवा कमी टिकाऊ वस्तूंची विक्री या बाजारात केली जाते.

क) दीर्घकालीन बाजार: या प्रकारच्या बाजारास दीर्घकालीन अस्तित्व लाभते. या बाजारात दीर्घकाळ टिकणाऱ्या व नाशवंत नसणाऱ्या वस्तूंची विक्री केली जाते.

३) व्यवहाराच्या आकारानुसार वर्गीकरण:

अ) घाऊक बाजारपेठ: घाऊक बाजारपेठेमध्ये किरकोळ बाजारपेठेच्या तुलनेत वस्तूंच्या खरेदी-विक्रीचे कार्य मोठ्या प्रमाणावर चालते. परंतु वस्तूंच्या किमती कमी असतात. वस्तूंची विक्री किरकोळ व्यापाऱ्यांना केली जाते व नंतर ते त्या वस्तू ग्राहकांना विकतात. या प्रकारच्या बाजारात वस्तूंच्या खरेदी व विक्रीचे प्रमाण मोठ्या प्रमाणावर असते. अशा बाजारामध्ये विक्रेत्यांना घाऊक व्यापारी आणि खरेदीदारांना किरकोळ व्यापारी असे म्हणतात.

ब) किरकोळ बाजारपेठ:

किरकोळ बाजारपेठ म्हणजे अशी बाजारपेठ की जेथे किरकोळ व्यापारी, उपभोक्त्यांना लहान प्रमाणावर वस्तूंची प्रत्यक्ष विक्री करतात.

४) महत्त्वानुसार वर्गीकरण:

अ) प्राथमिक बाजार: प्राथमिक बाजार हा प्राथमिक उत्पादनांशी संबंधित असतो, जसे की कृषी व जंगल उत्पादने. उदा. फळे, भाजीपाला, अन्नधान्य इ.

ब) दुय्यम बाजार: दुय्यम बाजार हा अर्ध-प्रक्रिया केलेला व अर्ध-पक्का असलेल्या बाजारांशी संबंधित असतो. **उदा.** सुत बाजार, अशुद्ध धातू/लोह बाजार इ.

क) मुदत बाजार: वस्तूंचा उपभोग घेणाऱ्यांना किंवा अंतिम उपभोक्त्याला वस्तूंची विक्री करण्याशी संबंधित असलेल्या बाजारास मुदत बाजार असे म्हणतात.

५) वस्तूंच्या स्वरूपानुसार वर्गीकरण:

अ) वस्तू बाजार:– व्यापारी वस्तूंचा बाजार: वस्तू, साहित्य, उत्पादन इत्यादिंशी संबंधित असणाऱ्या बाजारास व्यापारी वस्तूंचा बाजार म्हणतात.

ब) भांडवल बाजार: व्यवसाय उद्योगांना आवश्यक असणाऱ्या दीर्घ मुदतीच्या भांडवलाच्या कर्जाशी संबंधित असणारा बाजार म्हणजे भांडवल बाजार होय.

६) नियमनाच्या आधारे वर्गीकरण:

अ) नियंत्रित बाजार: देशातील कायदेशीर तरतुदीनुसार ज्या बाजाराचे नियमन केले जाते, त्यास नियंत्रित बाजार असे म्हणतात. **उदा.** वस्तू बाजार, भाग बाजार(शेअरमार्केट), विदेशी चलन

ब) अनियंत्रित / मुक्त बाजार: ज्या बाजारांवर विशिष्ट अशा नियमांचे बंधन नसते, त्यास अनियंत्रित / मुक्त बाजार असे म्हणतात. सर्वसाधारणपणे हा बाजार मागणी व पुरवठयाच्या प्रभावाखाली असतो.

७) स्पर्धेच्या आधारे वर्गीकरण:

अ) पूर्ण बाजार : ज्या बाजारपेठेत असंख्य ग्राहक व विक्रेते एकजिनशी वस्तूंची खरेदी-विक्री करतात, त्यास पूर्ण बाजार असे म्हणतात. यामध्ये ग्राहक व विक्रेत्यांना बाजारपेठेचे परिपूर्ण ज्ञान असते आणि म्हणूनच, बाजारपेठेत एकच किंमत सर्वमान्य असते.

ब) अपूर्ण बाजार : अपूर्ण बाजारपेठेत आर्थिक संकल्पनेतील अपूर्ण स्पर्धेची स्थिती अस्तित्वात असते. येथे

एकच विक्रेता ग्राहकांच्या अपूर्ण ज्ञानाच्या आधारे, मागणी व पुरवठ्यातील सदोष मांडणी करून किमतीवर नियंत्रण मिळवितो.

अपूर्ण बाजाराचे वर्गीकरण पुढील बाजारात केले जाते.

१) **मक्तेदारी :**

मक्तेदारी मध्ये एकच उत्पादक किंवा विक्रेता असतो की ज्याचे बाजारावर नियंत्रण असते. येथे वस्तूला/उत्पादनाला जवळचा पर्याय नसतो. मक्तेदाराचे पुरवठ्यावर नियंत्रण असल्यानेच तो वस्तूंच्या किमती निश्चित करतो.

२) **व्द्याधिकार बाजार :**

व्दायाधिकार बाजारामध्ये दोन विक्रेते असतात की जे एकजिनसी किंवा भिन्न वस्तूंची विक्री करतात. हे दोन्ही विक्रेते, त्यांनी उत्पादित केलेल्या वस्तूंची विक्री करताना मक्तेदारी निर्माण करतात.

३) **अल्पिष्ठाधिकार बाजार :**

अल्पिष्ठाधिकार बाजारात फक्त काहीच विक्रेते असतात. ते एकजिनसी किंवा भिन्न प्रकारच्या उत्पादनांची निर्मिती आणि विक्री करतात.

४) **एकाधिकारशाही :**

ज्या बाजारपेठेमध्ये वस्तूंच्या किंवा सेवांच्या खरेदीसाठी फक्त एकच ग्राहक असतो. त्यास एकक्रयाधिकार बाजार असे म्हणतात.

८.५ विपणनाचे महत्त्व :

विपणनाच्या अभावामुळे अनेक व्यवसायांचे अस्तित्व टिकून राहणार नाही. उत्पादनाचे मुख्य उद्दिष्ट म्हणजे परिणामकारक विपणनाद्वारे वस्तू आणि सेवांचे वितरण करणे होय. जरी व्यवसायाकडे अत्यंत उच्च प्रतीच्या वस्तू किंवा सेवा असल्या तरी त्यांचे महत्त्व व्यक्तींपर्यंत पोहोचल्याशिवाय कोणत्याही व्यवसायास त्याची विक्री करणे शक्य नाही. विक्रीत वाढ करण्यासाठी, विपणनाचा वापर करण्याची गरज भासते. विपणनाशिवाय, संभाव्य ग्राहकापर्यंत पोहोचणे अवघड असते. अगोदरच्या कालखंडामध्ये विपणनाची भूमिका फक्त आपल्या उत्पादनाची माहिती ग्राहकाला देण्याइतपतच होती परंतु सध्या एवढे पुरेसे नाही. आधुनिक कालखंडात विपणनाची भूमिका बहुअंगी आहे. परिणाम कारक विपणनामुळेच व्यवसाय संस्थाना स्पर्धात्मक वातावरणामध्ये टिकून राहणे शक्य होते.

विपणनाचे महत्त्व पुढीलप्रमाणे:

अ) **समाजासाठी विपणनाचे महत्त्व:**

१) **राहणीमानात वाढ:** विपणनाचा मुख्य उद्देश म्हणजे ग्राहकांच्या गरजांची व समाधानाची पूर्तता करण्यासाठी त्यांना वस्तू व सेवांचा पुरवठा करणे हा असतो. पॉल मझूर यांच्या मते, ''विपणन म्हणजे, समाजाला चांगल्या राहणीमानाचा पुरवठा करणे होय.'' ग्राहकांच्या गरजा समजण्यास विपणनाची मदत होते आणि कमी दरामध्ये दर्जेदार वस्तूंचा पुरवठा करण्यासाठी पुढाकार घेता येतो. यामुळे ग्राहकांचे राहणीमान उंचावण्यास व चांगले राहण्यास मदत होते. आधुनिक काळामध्ये वस्तू व सेवांच्या मोठ्या प्रमाणावरील उत्पादनामुळे किमतीत घट होते परिणामी समाजातील गरीब लोकांनासुद्धा योग्य ते राहणीमान परवडू शकते.

२) **रोजगार पुरविणे:** आधुनिक विपणन ही एक पद्धत आहे की ज्यात व्यवसायाच्या जवळजवळ सर्वच कार्यांचा समावेश होतो. उदा. खरेदी, विक्री, अर्थपुरवठा, वाहतूक, गोदाम, धोका पत्करणे, संशोधन आणि विकास इ. पद्धतींचा अवलंब करण्यासाठी मनुष्यबळाची गरज असते. अशाप्रकारे, विपणनामुळे लोकांना रोजगाराच्या संधी मिळतात. आधुनिक काळातील स्वयंचलित यंत्रामुळे, उत्पादन कार्यामध्ये रोजगाराच्या संधी कमी प्रमाणात उपलब्ध होतात आणि विपणनाची कार्ये विस्तारलेली दिसतात. त्यामुळेच, विपणनामध्ये रोजगाराच्या संधी मोठ्या प्रमाणावर आहेत. कनव्हेंसे, ह्यूगे आणि मिशेल यांनी दाखवून दिल्याप्रमाणे सातत्याने चालणाऱ्या उत्पादनासाठी सातत्यपूर्ण विपणनाची गरज असते, अशावेळी रोजगारात सातत्य राखून उत्कृष्ट दर्जाची व्यवसायाची कामे सुरू ठेवली जातात.

३) **वितरण खर्चात घट:** विपणन कार्यामुळे समाजाला वस्तू व सेवांचा पुरवठा स्वस्त दरामध्ये देणे शक्य आहे कारण कार्यक्षम वितरण साखळी विपणनामध्ये असते. वितरण साखळीच्या कार्यक्षम वापरामुळे वस्तू व सेवांच्या किमतीमध्ये घट होण्यास मदत होते. किमतीमध्ये घट झाल्यामुळे वस्तू व सेवांच्या संभाव्य ग्राहकांमध्ये वाढ होते. यामुळेच, वस्तू वेळेत उपलब्ध होण्याची खात्री असते.

४) **ग्राहक जागृकता:** ग्राहकांना माहिती व शिक्षण देऊन विपणन समाजाला मदत करते. विपणन कार्यामुळे ग्राहकांच्या गरजांची पूर्तता होते. विपणनामुळे ग्राहकांना नवनवीन वस्तू व सेवांची माहिती मिळते आणि ग्राहकांना असणारी त्यांची उपयुक्तता समजते. समाजाच्या मागणी व चवीनुसार वस्तू आणि सेवांचा पुरवठा करून, त्यासंबंधीची योग्य ती माहिती पुरवून समाधान करण्याचा प्रयत्न विपणनामुळे होतो. विपणनामध्ये खरेदी करताना अनेक व्यावहारिक गोष्टींची माहिती दिली जाते जसे की, पत्ता, फोन नंबर्स, उत्पादनाची तारीख, साठवून ठेवण्याचा कालावधी, वेब ॲड्रेस इ.

५) **राष्ट्रीय उत्पादनात वाढ:** प्रत्येक अर्थव्यवस्था ही विपणन, उत्पादन आणि उद्योगाला अर्थपुरवठा याच्या भोवतीच फिरत असते. शास्त्रशुद्ध पद्धतीने केलेली विपणन कामे देशाच्या आर्थिक विकासास मदत करतात. वस्तू आणि सेवांच्या परिणामकारक विपणनामुळे औद्योगिकीकरणात वाढ होते. रोजगारात वाढ होणे आणि अर्थव्यवस्था स्थिर व बळकट बनते. विपणनामुळे कृषी क्षेत्र व उद्योगाचे एकीकरण होऊन देशाचा विकास वेगाने होतो.

६) **ग्राहकांच्या अपेक्षांची पूर्तता :** विपणन संशोधनामुळे व्यवसाय संस्थाना ग्राहकांच्या गरजांची जाणीव होते. त्यामुळे, वस्तूंचा विकास व ग्राहकांच्या अपेक्षांची पूर्तता होण्यास मदत होते. विविध माध्यमाद्वारे ग्राहकांविषयी गोळा केलेल्या माहितीचे पुनरावलोकन केल्याने संस्थाना उत्पादनामध्ये आवश्यक ते बदल करता येतात. वस्तूंमध्ये मोठ्या प्रमाणावर होणाऱ्या बदलाविषयी ग्राहकांमध्ये जागृती निर्माण करण्यासाठी व्यवसाय विपणनाचा आधार घेतात, जसे की, मालकीहक्काबाबत केलेल्या विलिनीकारणामुळे व मालकीहक्क हस्तांतरणामुळे नवीन उत्पादन आणणे किंवा उत्पादनाचा दर्जा सुधारणे इत्यादी होय. विक्रेत्यांना चुकीचे किंवा दिशाभूल करणारे दावे करण्यास / सांगण्यास सरकारी कायदे प्रतिबंध घालतात.

ब) व्यवसाय संस्थेसाठी विपणनाचे महत्त्व:

१) **जागरूकतेत वाढ :** सध्या अस्तित्वात असलेल्या वस्तू विषयी, नवीन येणाऱ्या उत्पादनाविषयी आणि कंपनी बाजारात विकत असलेल्या वस्तूंविषयी जागृकता निर्माण होण्यास विपणन मदत करते. यामुळे संभाव्य ग्राहकांच्यामध्ये जागरूकता वाढते. त्यामुळे ग्राहकांमध्ये वस्तूविषयी चांगली प्रतिमा निर्माण होते.

२) **विक्रीमध्ये वाढ:** एकदा का विपणनामुळे ग्राहकांच्यामध्ये वस्तू किंवा सेवेविषयी जागरुकता निर्माण झाली की, ती ग्राहकांना वस्तू खरेदी करण्याविषयी आकर्षण निर्माण करते. विपणनाच्या यशस्वी मोहिमेमुळे संघटनेच्या विक्रीत वाढ होण्यास मदत होते. विक्रीत वाढ झाल्याने नफ्यात वाढ होते या प्रकारे वाढलेला नफा व उत्पन्नाची व्यवसायात पुनर्गुंतवणूक करून भविष्यात अधिक नफा मिळविला जातो. आधुनिक व्यवसाय संघटनेचे अस्तित्व कार्यक्षम विपणन कार्यावरच अवलंबून आहे.

३) **विश्वासार्हतेची निर्मिती:** विश्वासार्ह असा नावलौकिक असणाऱ्या व्यवसायाकडूनच ग्राहक वस्तूंची खरेदी करतात. ग्राहकांमध्ये विश्वास निर्माण करण्यासाठी काही कालावधीची गरज असते. ग्राहकांच्या मनात विश्वासार्हता निर्माण झाल्यानंतर व्यवसायासाठी एकनिष्ठ ग्राहक मिळण्यास मदत होते. एकदा तुमच्या व्यवसायाने तुमच्या ग्राहकांच्या मनात विश्वासार्हता निर्माण केल्यास, निष्ठावान ग्राहक मिळण्यास मदत होते. आनंदी ग्राहक आपल्या उत्पादनाची बाजारपेठेत चांगली प्रतिमा वाढविण्यास मदत करतो. ग्राहक आणि व्यवसाय संस्था यांच्यामधील नातेसंबंध उभारणीसाठी परिणामकारक विपणन महत्त्वाची भूमिका पार पाडते. परिणामकारक किंमत धोरण व योग्य वेळेत विक्रयोत्तर सेवांमुळे व्यवसाय संघटनेची प्रतिमा सुधारते. व्यापाऱ्यांची बहुसंख्य कार्ये ही व्यवसायाची प्रतिमा निर्माण करण्यासाठी निर्देशन करतात.

४) **निर्णय-प्रक्रियेस आधार:** ग्राहकांना वस्तूंचा पुरवठा करण्याची कल्पना मनात आल्यानंतर, व्यावसायिकांना अनेक निर्णय घ्यावे लागतात. व्यावसायिकांना अनेक समस्यांना सामोरे जावे लागते, जसे की, काय , कसे, केव्हा, किती प्रमाणात आणि कोणासाठी निर्माण करावयाचे? उत्पादनाच्या प्रमाणात जशी वाढ होत जाईल तशी निर्णय-प्रक्रिया गुंतागुंतीची बनते. विपणन योग्य निर्णय योग्य वेळी घेण्यास मदत करते.

५) **नवीन कल्पनांचे स्रोत :** विपणनामुळे व्यवसायांना ग्राहकांच्या गरजांची माहिती मिळते. ग्राहकांच्याकडून मिळालेल्या अभिप्रायामुळे अस्तित्वात असलेल्या उत्पादनामध्ये सुधारणा करण्यास मदत होते. लोकांच्या आवडी व निवडीमध्ये वेगाने बदल होत आहेत. विपणनामुळे हे बदल लक्षात येतात. संशोधन आणि विकास विभाग त्यानुसार उत्पादनात बदल करतात. विपणन मिश्रणातील 4Ps (चार घटक) म्हणजे उत्पादन, किमंत, स्थान व विक्रीयवृद्धी हे घटक उत्पादन विकासामध्ये फार महत्त्वाची भूमिका पार पडतात. व्यवसायाच्या संशोधन आणि विकास विभागातील सहकार्यांच्यामुळे उत्पादनामध्ये नवनवीन कल्पना व शोध लागतात.

६) **स्पर्धेचा सामना करणे:** अर्थव्यवस्थेच्या जवळजवळ सर्वच क्षेत्रामध्ये स्पर्धा वाढलेली आहे. आपल्या उत्पादन (वस्तू) व सेवेसाठी मक्तेदारी निर्माण करणे, कोणत्याही व्यवसायाला केवळ अशक्य आहे. संभाव्य ग्राहकांच्यामध्ये आपल्या वस्तूविषयी योग्य ती प्रतिमा निर्माण करण्यासाठी विपणनाची भूमिका महत्त्वाची आहे. विपणनाची मदत फक्त वस्तू आणि सेवा ग्राहकांच्या पुरविण्याविषयी मदत फक्त वस्तू आणि सेवा ग्राहकांना पुरविण्यविषयी एवढीच नसून त्या खरेदी करण्यासाठी ग्राहकांना प्रवृत्त करण्यासाठीसुद्धा होते. विपणनाची सक्षम व्यूहरचना, आपल्या व्यवसायाची प्रतिमा स्पर्धकापेक्षा चांगली बनविते. परिणाम-कारक विपणनासाठी आधुनिक तंत्रज्ञानाची मदत व्यवसाय देऊ शकतात.

क) ग्राहकांसाठी विपणनाचे महत्त्व:

१) **वस्तूविषयी जागृती वाढविणे:** विपणनाच्या विविध कार्याद्वारे कंपनी आपल्या वस्तू व सेवांच्या विक्रीत वाढ करते. यामुळे, ग्राहकांना बाजारपेठेतील विविध वस्तू व सेवांची माहिती मिळण्यास मदत होते. ग्राहकांना याचा उपयोग खरेदीबाबतचा निर्णय घेण्यास होतो. बाजारपेठेत उपलब्ध असणारी विविध उत्पादने

त्यांच्यातील वैशिष्ट्याबाबत ग्राहकांत जागृती निर्माण होते. विपणनामुळे, ग्राहक वस्तूंच्या अंगी असणारी गुणवैशिष्ट्ये, किंमत, त्यांची उपलब्धता आणि त्यांची गरज इ. बाबत तुलना करू शकतो. विपणनामुळे ग्राहकांच्या राहणीमानाचा दर्जा उंचावतो.

२) **दर्जेदार वस्तूंचा पुरवठा:** बाजारपेठेत स्पर्धा वाढत आहे. ग्राहकांना वस्तू व सेवांविषयी सहजपणे माहिती उपलब्ध होते. त्यामुळे ग्राहकांना दर्जेदार वस्तूंचा पुरवठा करण्याबाबत व्यावसायिकांच्यावर नैतिक दबाव वाढतो. सदोष वस्तूंचा पुरवठा केल्यास व्यवसायाच्या प्रतिमेविषयी नकारात्मक भावना निर्माण होऊन, ग्राहकांच्या एकनिष्ठतेवर परिणाम होतो.

३) **विविध वस्तूंचा पुरवठा:** विपणनामुळे ग्राहकांच्या मनात उत्पादनाविषयी जागृकता निर्माण होते. त्यावेळी ग्राहकांनी वस्तुंची खरेदी करावी म्हणून त्यांना आकर्षित केले जाते. ग्राहकांच्या संख्येत व आवडी-निवडीमध्ये मोठ्या प्रमाणावर बदल झाल्याने स्पर्धात्मक पर्याय अधिक उपलब्ध झाले आहेत. परिणामी, बाजारपेठेचे विभाग करणे हे व्यवसायांना किंवा विपणन नियोजकांना कठीण झाले आहे. प्रत्यक्षात बाजारांचे विभाग लक्षात घेऊनच व्यवसाय नवीन उत्पादने बाजारात आणतात, व्यावसायिकांना, बाजारपेठेच्या विविध विभागांच्या गरजा लक्षात घेऊन ग्राहकांना विविध वस्तूंचा पुरवठा करावा लागतो. उत्पादनात आकार व दर्जानुसार वस्तूंच्या विविधतेमध्ये बदल होतो.

४) **निवड प्रक्रियेस मदत:** वेगवेगळ्या उत्पादकांच्या विविध प्रकारच्या वस्तू स्पर्धात्मक बाजारपेठेमध्ये उपलब्ध असतात. उपलब्ध असणाऱ्या विविध पर्यायांमधून सर्वोत्कृष्ट वस्तू आणि सेवांची निवड करण्यास विपणन मदत करते.

५) **ग्राहकांचे समाधान:** सक्षम विपणन धोरणाचे पहिले आणि सर्वात कठीण उद्दिष्ट म्हणजे ग्राहकांना वस्तूच्या दर्जाविषयी खात्री देणे व जाहिरातीद्वारे त्यांचे समाधान करणे होय. जेव्हा देऊ केलेल्या सवलतीमुळे ग्राहकांच्या अपेक्षांची पूर्तता होते, तेव्हाच ग्राहकांचे समाधान होते. प्रामाणिकपणे केलेली जाहिरात, दर्जेदार उत्पादनाची खात्री आणि नावीन्यपूर्ण उत्पादनाची उपलब्धता इ. द्वारे ग्राहकांचे समाधान करण्यासाठी विपणन पुढाकार घेते.

६) **नियमित वस्तूंचा पुरवठा:** विपणनाच्या परिणामकारक वितरण प्रणालीद्वारे नियमितपणे वस्तूंचा पुरवठा करणे शक्य होते. त्यामुळे, मागणी आणि पुरवठ्यामध्ये समतोल राखण्यास मदत होते. परिणामी, किमतीमध्ये स्थैर्य राखता येते.

विपणनाचे महत्त्व :

समाज

१) राहणीमानात वाढ
२) रोजगार पुरविणे
३) वितरण खर्चात घट
४) ग्राहक जागरूकता
५) राष्ट्रीय उत्पन्नात वाढ
६) ग्राहकांचे समाधान शक्य

व्यवसाय संस्था

१) जागरूकतेत वाढ
२) विक्रीमध्ये वाढ
३) विश्वासार्हतेची निर्मिती
४) निर्णय प्रक्रियेस आधार
५) नवीन कल्पनांचे स्रोत
६) स्पर्धेचा सामना

ग्राहक

१) उत्पादनाविषयी जाणीव वाढविणे
२) दर्जेदार वस्तूंचा पुरवठा
३) विविध प्रकारच्या वस्तूंचा पुरवठा
४) निवड प्रक्रियेस मदत
५) ग्राहकांचे समाधान
६) नियमित वस्तूंचा पुरवठा

८.६ विपणनाची कार्ये :

व्यवसायाचे यश हे परिणामकारक विपणनाशिवाय अशक्य आहे. विपणनामध्ये ग्राहकांच्या गरजांच्या समाधानासाठी वस्तू आणि सेवांची देवाण घेवाण करणे अभिप्रेत असते. विपणनामुळे ग्राहकांच्या गरजांचा अभ्यास करणे व त्या गरजांचे समाधान करण्यास मदत होते विपणनाची काही महत्त्वपूर्ण कार्ये पुढीलप्रमाणे :

१) **बाजारपेठ संशोधन :** बाजारातील ग्राहकांच्या इच्छा व गरजा जाणून घेण्यासाठी जेव्हा व्यवसाय पुढाकार घेतो तेव्हाच विपणन परिणामकारक होते. आहे. ग्राहकांच्या गरजा ओळखण्यासाठी, ग्राहकांच्याकडून माहिती गोळा करणे आणि तिचे विश्लेषण करणे म्हणजे बाजारपेठ संशोधन होय. माहितीचे विश्लेषण केल्यामुळे बाजाराच्या गरजेचे आकलन होते. केव्हा खरेदी करावयाचे आहे? किती प्रमाणत खरेदी करावयाचे आहे? आणि कोणत्या किमतीला खरेदी करावयाचे आहे? हे जाणून घेण्यास मदत होते. वस्तूंच्या यशस्वी विपणनाबाबत विविध निर्णय घेण्यासाठी बाजारपेठ संशोधनाची मदत होते.

जवळपासच्या दहा घरांना भेटी द्या आणि विविध वस्तूंसाठी असणाऱ्या त्यांच्या गरजांचा शोध घ्या.

२) **मालाची खरेदी व एकत्रीकरण:** उत्पादन करण्यासाठी विविध ठिकाणी उपलब्ध असणारा कच्चा माल संकलित करण्याचा यात समावेश होतो. हे कार्य महत्त्वाचे आहे कारण कच्च्या मालाची गुणवत्ता व किंमत यावर उत्पादित मालाची गुणवत्ता अवलंबून असते. उत्पादन करणाऱ्या संस्थांना याची गरज असते.

३) **बाजारपेठेचे नियोजन:** विपणनाच्या गरजेचे आकलन झाल्यानंतर, व्यवसायाला, निर्धारित लक्ष्य गाठण्यासाठी विपणनाचे नियोजन व व्यूहरचना तयार करावी लागते. बाजारपेठेचे नियोजन ही एक प्रक्रिया आहे की जी व्यवसायाच्या विपणनाची उद्दिष्टे ठरविते व ती साध्य करण्यासाठी व्यूहरचना बनविते. हा एक सर्वसमावेशक नकाशा असतो की ज्याचा उपयोग व्यवसायाच्या संपूर्ण विपणन प्रयत्नांची रूपरेषा ठरविताना होतो.

४) **उत्पादन विकास :** वस्तूच्या विक्रीमध्ये वस्तू विकासाचा आराखडा अत्यंत महत्त्वाची भूमिका पार पाडतो. ग्राहकांच्या गरजांनुसार उत्पादन विकास करणे गरजेचे असते. वस्तूचा दर्जा, प्रमाण, आकार, बांधणी, रंग इ बाबत घेण्यात येणाऱ्या निर्णयांचा समावेश वस्तू आराखडया मध्ये असला पाहिजे. ग्राहकांची पसंती ही नेहमीच चांगल्या व आकर्षक वस्तूची असते. वस्तूची आकर्षक रचना व्यवसायाला स्पर्धात्मक लाभ मिळवून देते. ग्राहकांच्या गरजांमध्ये वारंवार बदल होत असल्यानेच उत्पादन विस्तार ही सतत चालणारी प्रक्रिया आहे.

५) **प्रमाणीकरण व प्रतवारी:** वस्तूंवरील प्रक्रियाचा आकार, दर्जा, रचना वजन, रंग इ. बाबत प्रमाण ठरविण्याच्या प्रक्रियेस प्रमाणीकरण असे म्हणतात. वस्तूंच्या दर्जामध्ये एकसारखेपणा आणण्यासाठी याची मदत होते. तसेच ग्राहकाची वस्तूविषयी निष्ठा निर्माण होण्यासाठी सुध्दा याची मदत होते.वस्तूच्या अंगी असणाऱ्या एकसारख्या गुणवैशिष्ट्याच्या व दर्जाच्या आधारे वेगवेगळ्या गटात वर्गीकरण करण्याच्या प्रक्रियेला प्रतवारी असे म्हणतात. वस्तूंच्या आकार,आकारमान, दर्जा इ. वैशिष्ट्यांच्या आधारे प्रतवारी केली जाते. सर्वसाधारणपणे गहू, तांदूळ, बटाटा इ. प्रकारच्या कृषी मालाची प्रतवारी केली जाते.

जवळपासच्या ५ किराणा मालाच्या दुकानांना भेट द्या व गहू, तांदूळ आणि कडधान्य इ. वस्तूंच्या बाबतीत, प्रत व किमतीबाबत असणारे फरक व फरकांची कारणे शोधा.

६) **परिवेष्टन / संवेष्टन व लेबलिंग :** पॅकेजिंग शब्द जास्त परिचित आहे. बांधणी व संवेष्टन यामुळे ग्राहकांच्या मनात उत्पादनाविषयी प्रथमत:च चांगला ठसा निर्माण होतो. आकर्षक बांधणी व संवेष्टन यामुळे उत्पादन यशस्वी होण्यास मदत होते. परिवेष्टनाचा उपयोग उत्पादनाची मोडतोड, नुकसान आणि हानी रोखण्यासाठी होतो. बांधणीच्या साहित्यामध्ये बाटली, बरणी (कंटेनर) प्लास्टिकच्या पिशव्या, बंद डबे, लाकडी पेट्या, गोणपाटाची पोती, फोम व बबल बॅग्स इ. समावेश होतो.

वस्तूंवर लावलेले लेबल ही अशी एक खुणेची चिठ्ठी असते की, जी उत्पादन व उत्पादकाविषयी सविस्तर माहिती पुरविते. अशी माहिती पुरविणारी जी खूण असते तिला लेबल व त्यासाठीची जी प्रक्रिया चालते तिला लेबलिंग असे म्हणतात. पॅकेजिंग व लेबलिंग ही फक्त वस्तूला सुरक्षित ठेवतात असे नाही तर विपणनाचे एक प्रभावी शस्त्र म्हणून कार्य करतात.

पॅकेजिंग मटेरिअलच्या ५ प्रकाराची माहिती गोळा करा व पॅकेजच्या लेबलवर लिहिलेली माहिती काळजीपूर्वक वाचा.

७) **मुद्रीकरण:** प्रत्येक व्यावसायिकाला आपल्या उत्पादनाची बाजारात स्वतंत्र ओळख असली पाहिजे असे वाटते. मुद्रीकरण ही एक प्रक्रिया आहे की, जी बोधचिन्हाचा वापर करून आपल्या उत्पादनाला स्पर्धकाच्या उत्पादनापेक्षा स्वतंत्र ओळख निर्माण करून देते. सोप्या शब्दात असे म्हणता येईल की, एखाद्या उत्पादनाला दिलेले स्वतंत्र नाव ओळख निर्माण करते. नोंदणीकृत मुद्रेलाच व्यापारी चिन्ह असे म्हणतात. त्यामुळे नवीन व्यवसाय मिळण्यास व बाजारात आपल्या उत्पादनाविषयी जागृती निर्माण होण्यास मदत होते. व्यापारी चिन्हाची कॉपी करता येत नाही किंवा त्याचा दुसऱ्यांनाही वापर करता येत नाही.

८) **ग्राहक सहाय्यक सेवा:** ग्राहक हा बाजारपेठेचा राजा आहे त्यामुळे व्यवसायाला ग्राहकांच्या समाधानासाठी आवश्यक ती काळजी घेतली पाहिजे. व्यवसायाने,ग्राहकांची सहाय्यक सेवा पुरविण्यासाठी शक्य तेवढे प्रयत्न करणे गरजेचे असते. योग्य वेळी सेवा पुरविल्याने ग्राहकांची निष्ठा वाढते. व्यवसाय ग्राहकांना पुढील विक्रयोत्तर सहाय्यक सेवा पुरवू शकतात जसे की, विक्री पूर्व सेवा,ग्राहक मदत सेवा केंद्र(हेल्पलाईन), विक्रयोत्तर सेवा, तांत्रिक मदत, उत्पादन वापराचे प्रात्यक्षिक इ. या सेवांच्यामुळे ग्राहक मिळविण्यासाठी मदत होते.

९) **वस्तूंची किंमत निश्चिती:** किंमत निश्चिती हे विपणनाचे एक अत्यंत महत्त्वाचे तसेच आव्हानात्मक असे कार्य आहे. कित्येक वेळा वस्तूच्या किमतीवरच उत्पादनाचे यशापयश अवलंबून असते. किंमत निश्चिती ही बाजारपेठेत अत्यंत महत्त्वाची भूमिका पार पाडते. खासकरून जेथे तीव्र स्पर्धा अस्तित्वात असते. वस्तूची किंमत निश्चित करताना उत्पादन खर्च, अपेक्षित नफा, स्पर्धात्मक वस्तूंच्या किमती, वस्तूला असलेली मागणी, बाजारपेठेच्या गरजेनुसार व्यवसायाने वस्तूंच्या किंमतीत बदल केला पाहिजे. वस्तूंच्या किमती फारच जास्त असतील तर ग्राहक गमावण्याची शक्यता असते, परंतु वस्तूंच्या किंमती फारच कमी असतील तर तोटा होण्याची शक्यता असते; म्हणूनच योग्य किंमत ठरविताना बाजारपेठेचे सखोल संशोधन गरजेचे असते.

१०) **विक्रयवृद्धी यंत्रणा:** ग्राहकांना वस्तूविषयी, त्यांच्या वैशिष्ट्याविषयी, वापराबाबत, किमती बाबत माहिती देऊन आणि वस्तू खरेदी करण्याविषयी त्यांना प्रोत्साहन करण्याच्या प्रक्रियेस विक्रयवृद्धी संवर्धन असे म्हणतात. जाहिरात, प्रसिद्धी, व्यक्तिगत विक्री आणि विक्री संवर्धन ही काही विक्रयवृद्धीची महत्त्वपूर्ण शस्त्रे आहेत. विक्रयवृद्धीसाठी वरील चार पद्धती किंवा त्यांचे एकत्रीकरण व्यवसायाकडून केले जाते. विक्रयवृद्धीच्या कार्यामुळे बाजारपेठेमध्ये आपल्या उत्पादनाविषयी जागृती निर्माण होण्यास मदत होते.

११) **वितरण:** उत्पादनाच्या ठिकाणी तयार झालेला पक्का माल उपभोक्त्यापर्यंत पोहचविण्यासाठी कराव्या लागणाऱ्या सर्व कार्यांना मिळून वितरण असे म्हणतात. यामध्ये वाहतूक, गोदाम, वस्तूंची हाताळणी, साठा नियंत्रण आदेशाप्रमाणे माल पाठविण्याची प्रक्रिया, बाजारपेठेचा अंदाज, संवेष्टन, उत्पादनाचे व साठवणुकीचे ठिकाण आणि ग्राहक सेवा यांचा समावेश होतो. व्यवसायाच्या विपणन अंदाजपत्रकातील खर्चाचा वितरण हा एक मुख्य भाग आहे. उत्पादनाचा प्रकार व ग्राहकांचे अपेक्षित समाधान हे संस्थेच्या प्रत्यक्ष वितरणावर अवलंबून असते.

१२) **वाहतूक व्यवस्था:** उत्पादनाच्या ठिकाणापासून उपभोक्त्याच्या ठिकाणापर्यंत वस्तूंच्या भौतिक वितरण कार्यास वाहतूक असे म्हणतात. वाहतूक व्यवस्थेमध्ये पक्क्या मालाबरोबरच कच्च्या मालाच्या वाहतुकीचा समावेश होतो. उत्पादन, विक्री व उपभोग ही तिन्ही कार्ये एकाच ठिकाणी चालावित अशी अपेक्षा करता येत नसल्यानेच वाहतुकीची गरज निर्माण होते. वाहतुकीमुळे स्थान उपयोगिता निर्माण होते, भौगोलिक सीमांचे विश्लेषण, उत्पादनाचे स्वरूप (खर्च) निर्देशित बाजार,गती,विश्वसनीयता, वारंवारिता, सुरक्षितता इत्यादिची मदत वाहतुकीचे मार्ग ठरविताना होते. रस्ते वाहतूक, हवाई वाहतूक, जल वाहतूक, रेल्वे वाहतूक, पाईपलाईन (बंदिस्त नलिका) या वाहतुकीच्या मार्गांचा व्यवसायात उपयोग केला जातो.

१३) **गोदामे:** वस्तूंचे उत्पादन आणि त्यांची विक्री यामध्ये काही कालावधी जातो. सदरच्या कालावधीत झालेल्या दुर्लक्षामुळे वस्तूंच्या साठ्याला हानी पोहचू शकते. गोदामामुळे मालाचा प्रवाह व्यवस्थितपणे नियंत्रित होतो. बाजारात वस्तूच्या किमतीत स्थैर्य राखण्यासाठी सद्धा याची मदत होते. गोदामाची कार्ये ही किरकोळ व्यापारी, घाऊक व्यापारी आणि उत्पादक यांच्याकडून पार पाडली जातात. गोदामामुळे काल किंवा समय उपयोगिता निर्माण होते.

८.७ विपणन मिश्र :

विपणनाच्या विविध घटकांचे एकत्रीकरण म्हणजे विपणन मिश्र होय. या घटकांचे एकत्रीकरण व नियंत्रण करुन व्यवसाय विशिष्ट बाजारातून अपेक्षित परिणाम साध्य करतो. म्हणजेच विपणन मिश्र म्हणजे योग्य वस्तु, योग्य वेळी, योग्य किमतीला योग्य ठिकाणी उपलब्ध करणे होय. ते विपणनाचे अत्यंत महत्त्वाचे असे एक साधन आहे. सन १९६० मध्ये ए. जे. मॅकार्थी यांनी विपणन मिश्रणाचे चार घटक (4Ps) सांगितले. सन १९८१ मध्ये बूम्स अ‍ॅन्ड बिटनर यांनी ४पी या तत्त्वामध्ये आणखीन नवीन तीन घटक ३पी यांची भर घातली.

विपणन मिश्रणाचे दोन प्रकार आहेत. वस्तू मिश्रण (४Ps) आणि सेवा मिश्रण (३Ps)

१. **वस्तू :** उत्पादनामध्ये वस्तू आणि सेवांचा समावेश होतो, की ज्या ग्राहकांच्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी दिल्या जातात. उत्पादन हे वस्तू किंवा सेवेच्या स्वरूपात असून दृश्य किंवा अदृश्य स्वरूपात असते. बाजाराचे सखोल संशोधन करून व्यवसायाला उत्पादनाचा योग्य प्रकार ठरविण्याची गरज असते. व्यवसायाचे यश हे, वस्तूचा ग्राहकांच्या मनावर जो प्रभाव पडतो, त्यावर अवलंबून असते.

२. **किंमत :** वस्तूची किंमत म्हणजे मूलतः अशी रक्कम की जी ग्राहक वस्तूंची खरेदी करताना देतो. वस्तूला मागणी निर्माण होण्यासाठी किंमत हा घटक अत्यंत महत्त्वाचा असतो. वस्तूंची किंमत निश्चित करताना व्यवसायाने कमालीची काळजी घेतली पाहिजे. वस्तूंचा उत्पादन खर्च व वस्तूंसाठी पैसे खर्च करण्याची ग्राहकाची इच्छा या गोष्टी वस्तूंची किंमत निश्चित करताना महत्त्वाची भूमिका पार पाडतात. किंमत जास्त असेल तर, त्याचा परिणाम ग्राहकांच्या मागणीवर होतो आणि किंमत फारच कमी असेल तर व्यवसायाच्या नफ्यावर त्याचा परिणाम होतो. म्हणून किंमत निश्चित करताना ग्राहकांनी वस्तूची असणारी उपयुक्तता व मूल्य यांचा विचार करावा.

३. **स्थान :** स्थान किंवा ठिकाणाला वितरण व्यवस्था असेही म्हणतात. स्थान, निश्चिती किंवा वितरण व्यवस्था या गोष्टी विपणनात फार महत्त्वाच्या असतात. योग्य उत्पादन योग्य किमतीला बनविणे एवढेच पुरेसे नसून व्यावसायिकांना ते उत्पादन संभाव्य ग्राहकांना योग्य ठिकाणी उपलब्ध करून देणेसुद्धा फार महत्त्वाचे असते.

यामध्ये, ग्राहकांना वस्तू उपलब्ध करून देण्याच्या ठिकाणचा, वितरणाचा आणि वितरणाच्या मार्गांचा समावेश होतो. वस्तू वितरणाची साखळी जेवढी चांगली तेवढे बाजारपेठ व्यापणे सोपे जाते.

४. **संवर्धन किंवा विक्रयवृद्धी :** विक्रयवृद्धी हा विपणनाचा एक अत्यंत महत्त्वाचा घटक असून विक्रीमध्ये स्वतःची ओळख निर्माण करतो. विक्रयवृद्धी हे विपणन संदेशवहनाचे असे साधन आहे की, जे ग्राहकांपर्यंत आपल्या वस्तूला प्रसिद्धी मिळवून देते. संभाव्य ग्राहकांना वस्तूंच्या वैशिष्ट्याविषयी माहिती देण्यास मदत करते व खरेदी करण्यास प्रवृत्त करते. विक्रयवृद्धी मिश्रणामध्ये जाहिरात, प्रत्यक्ष विपणन, विक्रयवृद्धी, व्यक्तिगत विक्री इ. साधनांचा समावेश होतो.

विपणनाचे वरील 4Ps हे उत्पादन विपणन मिश्रणाशी संबंधित आहेत. या 4Ps बरोबरच, ग्राहक केंद्रित किंवा सेवा विपणनाबाबत आणखीन ३Ps चा समावेश केला जातो ते म्हणजे – व्यक्ती, भौतिक पर्यावरण आणि प्रक्रिया. People, Physical Environment, Process

५. **व्यक्ती :** व्यवसायातील किंवा व्यवसायाबाहेरील लोक/व्यक्ती या प्रत्यक्ष किंवा अप्रत्यक्षरित्या व्यवसायावर प्रभाव टाकतात. ग्राहकांना वस्तू किंवा सेवा बहाल करताना सर्व व्यक्ती क्रियाशील भूमिका पार पाडतात. व्यक्तीमध्ये कामगारांचा समावेश होतो की जे ग्राहकांना सेवा देण्यास मदत करतात. योग्य व्यक्ती योग्य स्थानी असल्यास व्यवसायाच्या नावलौकिकात भर पडते. व्यवसाय यशस्वी होण्यासाठी, योग्य व्यक्तीची निवड करणे, त्यांना प्रशिक्षित करणे, त्यांच्यातील कौशल्य विकसित करणे व त्यांची जोपासना करणे आवश्यक असते.

६. **प्रक्रिया :** ग्राहकांना वस्तू आणि सेवांचे वितरण करण्याच्या कृतीशी संबंधित गोष्ट म्हणजेच प्रक्रिया होय. उत्कृष्ट प्रकारची सेवा देण्याबाबतचा महत्त्वाचा घटक म्हणजे प्रक्रिया होय. ग्राहकाला प्रमाणित सेवा देण्याबरोबरच त्याच्या वेळेची व पैशाची बचत करून त्याची कार्यक्षमता वाढविण्यासाठी चांगल्या प्रक्रियेची मदत होते. व्यवसायातील प्रक्रियेचे परिणामकारक निरीक्षण करण्यासाठी आणि गरजेनुसार परिणामकारक सुधारणा घडवून आणण्यासाठी प्रगत तंत्रज्ञानाची मदत होते.

७. **भौतिक पर्यावरण :** भौतिक पर्यावरणाचा संदर्भ विपणन पर्यावरणातील ग्राहक आणि व्यवसाय संस्था यांच्यात होणाऱ्या देवाण-घेवाणीशी असतो. सेवांचे स्वरूप अदृश्य असल्याने, सेवा देणारे, ग्राहकांचा अनुभव वाढविण्यासाठी दृश्य स्वरूपाचे घटक देण्याचा प्रयत्न करतात. सेवाच्या बाजारपेठेत, सेवा यशस्वीरित्या पुरविल्याची खात्री देण्यासाठी भौतिक पुरावा महत्त्वाचा असतो. प्रत्यक्ष पुराव्यामुळे ग्राहकांना बाजारातील अग्रेसर उत्पादने समजतात. प्रत्यक्ष पुरावा ग्राहकांच्या समाधानावर परिणाम करतो. त्यामध्ये ठिकाण, आराखडा, अंतर्गत सजावट, बांधणी, मुद्रीकरण, कर्मचाऱ्यांची वेशभूषा आणि त्यांची वागण्याची पद्धत, प्रतीक्षालय इत्यादी बाबींचा समावेश होतो.

विपणन व विक्री यामधील फरक

लोकांच्याकडून 'विपणन' व 'विक्री' हे दोन्ही शब्द अनेक वेळा समानार्थी वापरले जातात. वास्तविक या दोन्ही संज्ञा विपणन व्यवस्थापनामध्ये वेगवेगळ्या अर्थाने वापरल्या जातात.

फक्त जाणून घेण्यासाठी

विपणनाच्या दृष्टीकोनातून एखाद्या मुख्य उत्पादनाची वैशिष्ट्ये, मूर्त उत्पादन वैशिष्ट्ये आणि अमूर्त म्हणजेच अदृश्य उत्पादन वैशिष्टये यांचे विश्लेषण केले जाते. उदाहरणार्थ – गाडीच्या मुख्य उत्पादनाच्या वैशिष्ट्यांमध्ये प्रवासी आणि वस्तू एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी नेण्याची क्षमता ह्या गोष्टींचा समावेश होतो. मूर्त वैशिष्टयांमध्ये गाडीचा रंग, आकार, बसण्याची जागा, संगीत प्रणाली (Music system) इत्यादी गोष्टींचा समावेश होतो. तर अमूर्त वैशिष्ट्यांमध्ये आराम, ड्रायव्हिंगमधील सुलभता, सर्व्हिसिंग, गाड्यांच्या फेऱ्या यांचा समावेश केला जातो.

मुद्दे	विपणन	विक्री
१. अर्थ	विपणन ही एक सामाजिक प्रक्रिया असून ती गरजांची निर्मिती करते व वस्तूंच्या देवाण–घेवाणीतून त्यांची पूर्तता करते.	विक्री म्हणजे ग्राहकांच्या गरजेनुसार त्यांना किमतीच्या मोबदल्यात वस्तूचा पुरवठा करणे होय.
२. व्याप्ती	विपणन हि व्यापक संकल्पना आहे. यामध्ये विक्री व इतर कार्यांचा समावेश होतो.	विक्री ही संकुचित संज्ञा आहे. ही विणपन संज्ञेचाच एक भाग आहे.
३. गाभा/आत्मा	ग्राहकांचे समाधान हाच विपणन संज्ञेचा गाभा/ आत्मा आहे.	उत्पादनाची मालकी व ताबा एका व्यक्तीकडून दुसऱ्या व्यक्तीकडे हस्तांतरित करण्यावर ही विसंबून असते.
४. प्रभाव	विपणन ही संज्ञा ग्राहक–केंद्रित आहे.ग्राहक आणि त्यांचे समाधान यावर या संज्ञेत अधिक भर असतो.	विक्री ही उत्पादन–केंद्रित संज्ञा आहे.
५. ग्राहकाचे स्थान	विपणनामध्ये ग्राहक हाच केंद्र स्थानी असल्याने त्याचे स्थान उच्च आहे.	विक्रीमध्ये ग्राहक हा व्यवसायाच्या कार्यातील शेवटचा भाग मानला जातो.
६. नियोजन	विपणनामध्ये नियोजन ही दीर्घ–कालीन संज्ञा आहे. यामध्ये आजच्या उत्पादना बरोबरच भविष्यकालीन बाजारपेठेचा विचार केला जातो.	विक्रीमध्ये नियोजन ही अल्प–कालीन संज्ञा आहे. यामध्ये सध्याची वस्तू व बाजारपेठेचा विचार केला जातो.
७. दृष्टिकोन	विपणनामध्ये ग्राहक – केंद्रित दृष्टिकोन अंमलात आणला जातो.	विक्रीमध्ये वस्तू केंद्रित (उत्पादन–केंद्रित) दृष्टिकोन अंमलात आणला जातो.
८. कृतीचा प्रकार	विपणन ही अप्रत्यक्ष कृती आहे	विक्री ही प्रत्यक्ष कृती आहे.

सारांश

''उत्पादकापासून ते उपभोक्त्यापर्यंत वस्तू व सेवांना प्रवाहित करण्यासाठी करण्यात येणाऱ्या विविध क्रियांचा समावेश विपणनात होतो.''

विपणी संज्ञा :

१) स्थान	४) क्षेत्रफळ
२) वस्तू	५) मागणी किंवा ग्राहक
३) देवाण – घेवाण	६) अंतरिक्ष किंवा डिजीटल

विपणीचे प्रकार :

१) क्षेत्रफळाच्या आधारे वर्गीकरण – अ) स्थानिक बाजार ब) राष्ट्रीय बाजार क) आंतरराष्ट्रीय बाजार

२) कालानुरूप वर्गीकरण – अ) अत्यल्पकालीन बाजार ब) अल्पकालीन बाजार क) दीर्घकालीन बाजार

३) व्यवहाराच्या प्रमाणानुसार वर्गीकरण – अ) घाऊक बाजारपेठ ब) किरकोळ बाजारपेठ

४) महत्त्वानुसार वर्गीकरण – अ) प्राथमिक बाजारपेठ ब) दुय्यम बाजारपेठ क) मुदत बाजारपेठ

५) वस्तूच्या स्वरूपानुसार – अ) वस्तू बाजार ब) भांडवल बाजार

६) नियमनाच्या आधारे वर्गीकरण – अ) संघटित बाजारपेठ / नियंत्रित बाजारपेठ ब) अनियंत्रित / मुक्त बाजारपेठ

७) स्पर्धेच्या आधारे वर्गीकरण – अ) पूर्ण बाजार / पूर्ण स्पर्धेचा बाजार ब) अपूर्ण बाजार / अपूर्ण स्पर्धेचा बाजार

i) मक्तेदारी ii) अल्पाधिकारशाही iii) एकाधिकारशाही / एक क्रियाधिकार

विपणनाचे महत्त्व :

समाजासाठी विपणनाचे महत्त्व :

१) राहणीमान वाढ	४) ग्राहक जागृकता
२) रोजगार पुरविणे	५) राष्ट्रीय उत्पन्नात वाढ
३) वितरण खर्चात घट	६) ग्राहकाचे समाधान शक्य

व्यवसाय संस्थेसाठी विपणनाचे महत्त्व :

१) जागरूकता वाढ	४) निर्णय प्रक्रियेस आधार
२) विक्रीमध्ये वाढ	५) नवीन कल्पनांचे स्रोत
३) विश्वासार्हतेची निर्मिती	६) स्पर्धेचा सामना करणे

ग्राहकासाठी विपणनाचे महत्त्व:

१) उत्पादन / वस्तू विषयी जागृती वाढविणे
२) दर्जेदार वस्तूंचा पुरवठा
३) विविध वस्तूंचा पुरवठा
४) निवड प्रक्रियेस मदत
५) ग्राहकाचे समाधान
६) नियमितपणे वस्तुचा पुरवठा

८.६ विपणनाची कार्ये :

१) बाजारपेठ संशोधन
२) मालाची खरेदी व एकत्रीकरण
३) बाजारपेठेचे नियोजन
४) उत्पादन विकास
५) प्रमाणीकरण व प्रतवारी
६) परिवेष्टन/ संवेष्टन व लेबलिंग
७) मुद्रीकरण
८) ग्राहक सहाय्यक सेवा
९) वस्तूची किंमत निश्चिती
१०) विक्रयवृद्धी यंत्रणा
११) वितरण
१२) वाहतूक व्यवस्था
१३) गोदामे

विपणन मिश्र :

१) वस्तू
२) किंमत
३) स्थान
४) संवर्धन किंवा विक्रयवृद्धी
५) व्यक्ती/ लोक
६) प्रक्रिया
७) भौतिक पर्यावरण

स्वाध्याय

प्र.१ अ) रिकाम्या जागी योग्य पर्याय निवडून विधाने पुन्हा लिहा.

१) विपणी ही संज्ञा ....

अ) फ्रेंच   ब) लॅटिन   क) इटालीयन

२) विपणीच्या .... संज्ञेमध्ये वस्तू आणि सेवांच्या खरेदी व विक्री यावर अधिक भर दिलेला आहे.

अ) ठिकाण   ब) देवाण-घेवाण   क) ग्राहक

३) फळे, भाजीपाला, दुग्धजन्य पदार्थ इ. नाशवंत वस्तूंची विक्री .... बाजारपेठेत केली जाते.

अ) अत्यल्प कालावधीच्या   ब) अल्प कालावधीच्या   क) दीर्घ कालावधीच्या

४) किरकोळ बाजार हा असा बाजार आहे की जेथे किरकोळ व्यापारी प्रत्यक्षपणे मालाची विक्री .... यांना लहान प्रमाणात करतो.

अ) उत्पादक   ब) घाऊक व्यापारी   क) उपभोक्ता

ब) जोडवा जुळवा.

	गट 'अ'		गट 'ब'
अ)	विपणी	१)	एकच विक्रेता
आ)	नोंदणीकृत बोधचिन्ह	२)	भाग बाजार
क)	मक्तेदारी	३)	विशिष्ट नाव
ड)	मुद्रीकरण	४)	मार्केट्स
इ)	डिजिटल मार्केटिंग	५)	एकच खरेदीदार
		६)	भारतीय प्रमाणित संस्था (I.S.I.)
		७)	व्यापारी चिन्ह
		८)	पारंपारिक माध्यमांचा वापर
		९)	अनेक विक्रेते
		१०)	डिजिटल माध्यमांचा

क) खालील विधानांसाठी योग्य शब्द, शब्दसमूह, संज्ञा लिहा.

१) वस्तूंची निर्मिती एका देशात आणि विक्री दुसऱ्या देशात असणाऱ्या बाजाराचे नाव.

२) असा बाजाराचा प्रकार की जेथे नाशवंत नसणाऱ्या टिकावू वस्तूंची विक्री होते.

३) असा बाजार की जेथे अंतिम ग्राहक किंवा उपभोक्ता याला वस्तू विकल्या जातात.

४) असा बाजार की जेथे दोन विक्रेते एकजिनशी किंवा भिन्न वस्तूंची विक्री करतात.

५) एखाद्या वस्तूला/उत्पादनाला विशिष्ट नाव देणे.

ड) खालील विधाने चूक की बरोबर ते लिहा.

१) विपणी हा शब्द लॅटिन भाषेतील 'मार्केटस' शब्दापासून आलेला आहे.

२) वस्तू किंवा सेवेला संभाव्य ग्राहकांकडून जी एकूण मागणी केली जाते त्यालाच विपणी असे म्हणतात.

३) घाऊक बाजारामध्ये विक्रेत्यांना किरकोळ व्यापारी आणि ग्राहकांना घाऊक व्यापारी असे म्हणतात.

४) घाऊक बाजारपेठेत विक्रेत्यांना किरकोळ व्यापारी आणि खरेदीदारास घाऊक व्यापारी असे म्हणतात.

५) नियंत्रित बाजार हा मागणी व पुरवठ्याच्या प्रभावावर चालतो.

इ) गटात न बसणारा शब्द शोधा.

१) प्राथमिक बाजार, द्वितीय बाजार, किरकोळ बाजार, मुदत बाजार

२) भाग बाजार, परकीय चलन, सोने चांदी बाजार, उत्पादित वस्तूंचा बाजार

३) किंमत,व्यक्ती, विक्रयवृद्धी, उत्पादन

४) व्यक्ती, विक्रयवृद्धी, प्रत्यक्ष पुरावा,प्रक्रिया

फ) **खालील विधाने पूर्ण करा.**

१) .... हे असे ठिकाण आहे, जेथे वस्तू व सेवांची पैशाच्या किंवा पैशाच्या मूल्याच्या मोबदल्यात देवाण-घेवाणीचे व्यवहार होतात.

२) .... बाजाराचा संदर्भ व जेथे फक्त एकच ग्राहक वस्तू किंवा सेवांची खरेदी करतो, याच्याशी येतो.

३) .... ही खुणेची वस्तूवर अशी चिठ्ठी असते की जिच्यामुळे उत्पादन व उत्पादकाविषयी सविस्तर माहिती मिळते.

ग) **कंसातील अचूक पर्याय निवडून तक्ता पूर्ण करा.**

(मार्केटस, औद्योगिक वस्तू, अल्पिष्ठाधिकार, ए.जेरोम मॅकर्थी, बूम्स ॲण्ड बिटनर)

	गट 'अ'		गट 'ब'
अ)	वस्तू बाजार	१)	....
ब)	....	२)	काही विक्रेते
क)	....	३)	खरेदी-विक्री योग्य वस्तूंचा व्यापार
ड)	४ पी (4 Ps)	४)	....
इ)	....	५)	३ पी (3 Ps)

ह) **एका वाक्यात उत्तर लिहा.**

१) 'स्थानिक बाजार' म्हणजे काय?'

२) 'नियंत्रित बाजार' म्हणजे काय?'

३) विपणी म्हणजे काय?

४) प्रमाणीकरण म्हणजे काय?

५) व्यापारी चिन्ह/ बोधचिन्ह म्हणजे काय?

(ई) **खालील वाक्यातील अधोरेखित शब्द दुरुस्त करून वाक्य पुन्हा लिहा.**

१) वस्तू बाजाराचा संदर्भ अशा बाजाराशी येतो की जेथे, व्यवसाय संस्थांना आवश्यकता असणाऱ्या दीर्घमुदतीच्या भांडवलाच्या कर्जाऊ देण्याशी येतो.

२) द्वयाधिकार बाजारामध्ये एकच विक्रेता असतो.

३) उत्पादन आणि वस्तूंची विक्री यामध्ये किंमत हा सेतू आहे.

४) मुद्रीकरण ही अशी प्रक्रिया आहे की जी वस्तूंच्या समान गुणवैशिष्ट्यांच्या किंवा दर्जानुसार त्यांचे वर्गीकरण करते.

५) प्रतवारीमुळे वस्तूची मोडतोड, नुकसान व हानी टाळण्यास मदत होते.

ज) योग्य क्रम लावा.

१) स्थानिक बाजार, आंतरराष्ट्रीय बाजार, राष्ट्रीय बाजार

२) प्रतवारी, बाजार नियोजन, वितरण.

प्र.२. संज्ञा/ संकल्पना स्पष्ट करा.

१) विपणी

२) स्थान-विपणी संज्ञा

३) वस्तू-विपणी संज्ञा

४) अंतरिक्ष/ डिजीटल- विपणी संज्ञा

५) उत्पादन

६) किंमत

७) वृद्धी/ विक्रय वृद्धी

८) विपणन मिश्र

९) बांधणी/ परिवेष्टन

१०) लेबलिंग/ खुणेची चिठ्ठी

प्र.३. खालील घटना/ परिस्थितीचा अभ्यास करून आपले मत लिहा.

१) श्री. 'क्ष' हे आपल्या जवळच्या दुकानामधून वस्तूंची खरेदी करतात. श्री.''य'' हे टोकियो येथून भ्रमणध्वनी (मोबाईल) खरेदी करतात. नंदुरबारचे श्री. 'ज्ञ' हे दिल्लीमधून इलेक्ट्रॉनिक वस्तूंची खरेदी करतात.

विपणीचे क्षेत्रीय वर्गीकरण करा.

i) श्री. 'क्ष' हे कोणत्या प्रकाराच्या बाजारातून खरेदी करतात?

ii) श्री. 'य' हे जेथून व्यवहार करतात त्या बाजाराचे नाव सांगा.

iii) श्री. 'ज्ञ' हे ज्या बाजारातून वस्तूंची खरेदी करतात त्या बाजाराचे नाव सांगा.

२) श्री. 'अ' हे आयात आणि निर्यात व्यापार करतात. त्यामुळे त्यांना विविध प्रकारच्या विदेशी चलनाची गरज असते. व्यवसायाच्या विस्तारासाठी ते बँकेतून कर्ज घेतात. सामान्य भागामध्ये तो आपल्याकडील निधीची गुंतवणूक करतो.

i) श्री. 'अ' हे ज्या बाजारातून कर्ज घेतात. त्याचे नाव सांगा.

ii) श्री. 'अ' हे आपल्याकडील निधीची जेथे गुंतवणूक करतात त्या बाजाराचे नाव सांगा.

iii) आंतरराष्ट्रीय व्यवसायासाठी कोणत्या प्रकारचे चलन आवश्यक असते?

प्र.४. खालील प्रश्नांची थोडक्यात उत्तरे लिहा.

१) विपणाचे समाजासाठी असणारे महत्त्व लिहा.

२) वस्तू विपणन मिश्र चे ४ पी (4 Ps) स्पष्ट करा.

३) सेवा विपणन मिश्रणातील ३ पी (3 Ps) स्पष्ट करा

४) क्षेत्रानुसार विपणीचे प्रकार स्पष्ट करा.

५) कालावधीनुसार विपणीचे प्रकार स्पष्ट करा.

प्र.५. खालील उदाहरणे सकारण स्पष्ट करा.

१) विपणन हे ग्राहकांसाठी उपयुक्त आहे.

२) वृद्धीची विपणनामध्ये महत्त्वाची भूमिका असते.

३) स्पर्धेच्या आधारे विपणीचे वर्गीकरण होते.

४) ग्राहकांमध्ये जागृती निर्माण करण्यासाठी विपणन उपयुक्त आहे.

५) ग्राहकांमध्ये उत्पादनाची ओळख निर्माण करण्यासाठी मुद्रीकरणाची आवश्यकता आहे.

प्र.६. खालील प्रश्न सोडवा.

१) 'व्यवहाराच्या आकारानुसार' विपणीचे वर्गीकरण सविस्तर स्पष्ट करा.

२) विपणीचे विभिन्न प्रकार सविस्तर स्पष्ट करा.

३) बांधणी(packaging) व छाप (labelling) यांचे स्पष्टीकरण द्या.

४) प्रमाणीकरण व प्रतवारी यांचे स्पष्टीकरण करा.

५) विपणनाचे व्यवसाय संस्थेतील महत्त्व स्पष्ट करा.

प्र.७. खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

१) विपणनाची व्याख्या सांगा आणि विपणन ही संज्ञा सविस्तर स्पष्ट करा.

२) विपणीचे विभिन्न प्रकार सविस्तर स्पष्ट करा.

३) विपणन मिश्रणाचे ७ पी (7 Ps) स्पष्ट करा.

४) विपणनाची कार्ये सविस्तर स्पष्ट करा.

५) समाज व ग्राहकांसाठी विपणनाचे असणारे महत्त्व स्पष्ट करा.

*****

उत्तर सूची :

प्र.१ (अ) १-लॅटीन , २-देवाण-घेवाण, ३-अत्यल्प कालावधीच्या, ४- उपभोक्ता.

(ब) अ-४,ब-७, क-१, ड-३ इ-१०

(क) १) आंतरराष्ट्रीय बाजार

२) दीर्घकालावधीची बाजारपेठ

३) किरकोळ बाजार

४) व्दयाधिकार बाजार

५) मुद्रीकरण

ड) बरोबर - १,२. चूक - ३,४,५.

इ) १- किरकोळ बाजार, २- उत्पादित वस्तू बाजार, ३- व्यक्ती, ४-विक्रयवृध्दी

फ) १- विपणी २- एकाधिकारशाही बाजार ३- लेबल

ग) अ- औद्योगिक वस्तू ब- अल्पिष्ठाधिकार क- मार्केटस ड - ए.जेरोम मॅकर्थी इ- बूम्स ॲण्ड बिटनर

ई) १- भांडवल बाजार २- मक्तेदारी ३- गोदाम ४- प्रतवारी ५- बांधणी

ज) १- स्थानिक बाजारपेठ, राष्ट्रीय बाजारपेठ, आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठ

किंवा

आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठ, राष्ट्रीय बाजारपेठ, स्थानिक बाजारपेठ,

२) बाजार नियोजन, प्रतवारी, वितरण

व्यवसायिक संधी : १) व्यवस्थापक २) गोदाम रक्षक ३) जाहिरात संस्था

संदर्भसूची :

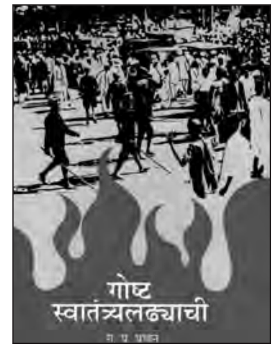
1) 'Principles of Marketing (2018) by Philip Kotler, Gary Armstrong.

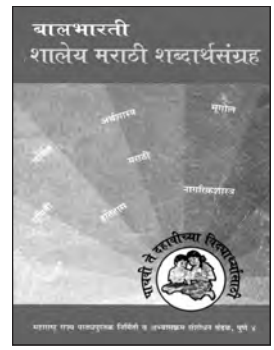
2) Marketing-Principles and Management by Sherkejar and Pant

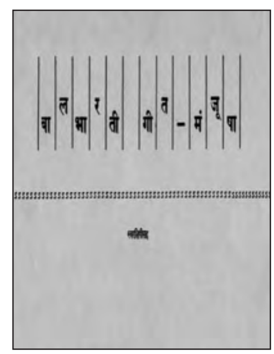
3) Marketing Management by Dhru Grewal and Miche, Levy.

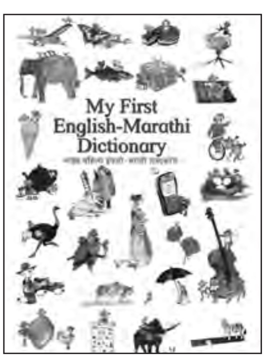
*****

Notes









- पाठ्यपुस्तक मंडळाची वैशिष्ट्यपूर्ण पाठ्येत्तर प्रकाशने.
- नामवंत लेखक, कवी, विचारवंत यांच्या साहित्याचा समावेश.
- शालेय स्तरावर पूरक वाचनासाठी उपयुक्त.

पुस्तक मागणीसाठी www.ebalbharati.in, www.balbharati.in संकेत स्थळावर भेट द्या.

साहित्य पाठ्यपुस्तक मंडळाच्या विभागीय भांडारांमध्ये विक्रीसाठी उपलब्ध आहे.

ebalbharati

विभागीय भांडारे संपर्क क्रमांक : पुणे - ☎ २५६५९४६५, कोल्हापूर- ☎ २४६८५७६, मुंबई (गोरेगाव) - ☎ २८७७१८४२, पनवेल - ☎ २७४६२६४६५, नाशिक - ☎ २३९१५११, औरंगाबाद - ☎ २३३२१७१, नागपूर - ☎ २५४७७१६/२५२३०७८, लातूर - ☎ २२०९३०, अमरावती - ☎ २५३०९६५

महाराष्ट्र राज्य पाठ्यपुस्तक निर्मिती व अभ्यासक्रम संशोधन मंडळ, पुणे–४११००४.

मराठी वाणिज्य संघटन व व्यवस्थापन इ.१२ वी ₹ 102.00