



९. व्यापार



करून पहा.

खालील माहिती मिळवा.

- घरातील दैनंदिन गरजेच्या वस्तूंची यादी करा.
- या वस्तूंचा वापर कोण कोण करते ?
- या वस्तूंचा पुरवठा तुम्हांला कोठून होतो, ते त्यापुढे लिहा.
- यादीतील वस्तू तुम्ही कोठून खरेदी करता ?
- खरेदी-विक्रीच्या क्रियेला तुम्ही काय म्हणाल ?
- वस्तूंची विक्री करणारा दुकानदार वस्तूंच्या बदल्यात काय घेतो ?
- या वस्तू तुम्ही जिथे खरेदी केल्या असतील, तिथे या वस्तू कोठून आल्या व त्यांचा मूळ स्रोत कोणता, याची माहिती घ्या. ते यादीतील वस्तूंच्या नावापुढे लिहा.
मिळवलेल्या माहितीविषयी वर्गात चर्चा करा.

भौगोलिक स्पष्टीकरण

वरील जमा केलेल्या माहितीवरून तुमच्या असे लक्षात येईल, की आपल्या गरजेच्या वस्तू आपण आपल्या परिसरातील दुकानांमधून, बाजारातून किंवा मॉल इत्यादी ठिकाणांहून खरेदी करतो. बहुतेक सर्व विक्रेते स्वतः कोणताही माल किंवा वस्तू बनवत नाहीत. त्या वस्तू ते कोठून तरी आणतात. या सगळ्याच वस्तू आपल्या परिसरात तयार होतात असे नाही. या वस्तू अनेक दूरदूरच्या ठिकाणी तयार होतात. **घाऊक बाजारपेठ**, कारखाने, कृषी उत्पन्न **बाजार समित्या** इत्यादी ठिकाणांहून या वस्तू प्रथम किरकोळ विक्रेत्यांकडे व पुढे आपल्यापर्यंत पोहोचतात.



शोधा पाहू !

ज्याप्रमाणे इतर ठिकाणांहून वस्तू तुमच्यापर्यंत येऊन पोहोचतात, त्याप्रमाणे तुमच्या गावात/शहरात तयार होणारी एखादी विशेष वस्तू/पदार्थ कोठे कोठे पाठवला जातो ?

दैनंदिन जीवनात आपल्या विविध गरजा असतात. या गरजा पूर्ण करण्यासाठी आपण विविध वस्तूंची खरेदी करतो. खरेदी करतो म्हणजे आपण **मागणी** करतो.

या वस्तूंची मागणी पूर्ण करण्यासाठी वस्तूंचे उत्पादन केले जाते. वस्तूंचा पुरवठा **उत्पादक** करतो, म्हणजेच त्या घाऊक व्यापाऱ्याला विकतो.

अशाप्रकारे एकमेकांच्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी वस्तूंची खरेदी व विक्री केली जाते. आपण वस्तूंची खरेदी करणारे **ग्राहक** असतो, तसेच वस्तूंचे उत्पादन करणारे उत्पादक किंवा विक्री करणारे विक्रेते असतात.

ग्राहक व विक्रेते वस्तूंची खरेदी-विक्री किंवा देवाणघेवाण करतात. याला व्यापार असे संबोधतात.



आकृती ९.१ : व्यापार संकल्पना

व्यापार ही एक महत्त्वाची आर्थिक क्रिया आहे. समाजातील लोकांचे आर्थिक जीवन एकमेकांवर अवलंबून असते.

कोणताही प्रदेश किंवा देश स्वयंपूर्ण नसतो. लोकांच्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी दोन प्रदेशांदरम्यान व्यापार होणे गरजेचे असते. प्रत्येक प्रदेशाची भौगोलिक परिस्थिती वेगवेगळी असल्याने प्रत्येक प्रदेशात विशिष्ट वस्तूंचे उत्पादन होत असते.

ज्या ठिकाणी एखाद्या वस्तूची कमतरता असते, तेथे त्या वस्तूला मागणी असते. ज्या ठिकाणी वस्तूंचे उत्पादन अतिरिक्त होते, तेथून त्या वस्तूंचा पुरवठा होतो. अशाप्रकारे अतिरिक्त उत्पादन असणाऱ्या प्रदेशाकडून **तुटवडा** असलेल्या प्रदेशांकडे वस्तूंचा मागणीनुसार पुरवठा होत असतो. उदा., जम्मू-काश्मीरमध्ये होणारे सफरचंदाचे उत्पादन भारतातील इतर राज्यांत मागणी असलेल्या ठिकाणी पाठवले जाते.



माहीत आहे का तुम्हांला ?

व्यापार ही संकल्पना अतिप्राचीन काळापासून अस्तित्वात आहे. प्राचीन व मध्ययुगीन काळात व्यापार हा वस्तुविनिमय पद्धतीद्वारे होत असे. यामध्ये वस्तूंच्या बदल्यात वस्तूंची देवाणघेवाण होत असे. श्रमाच्या मोबदल्यात धान्य किंवा धान्याच्या मोबदल्यात तेल, मीठ, मध, दूध इत्यादी पदार्थांची देवाणघेवाण होत असे. या व्यापारात चलनाचा वापर होत नव्हता. घरातील जुन्या कपड्यांच्या मोबदल्यात भांडी, डबे देणारे व्यावसायिक आजही दिसतात; परंतु यामध्ये वस्तूचे योग्य मूल्य ठरवताना अडचणी निर्माण होतात. पूर्वीही अशा अडचणी निर्माण होत असत. यावर उपाय म्हणून पुढे चलनाचा वापर सुरू झाला. आज आधुनिक जगात चलनाद्वारेच व्यापार होतो; परंतु आजही काही दुर्गम भागांत, आदिवासी जमातींमध्ये अल्प प्रमाणात वस्तुविनिमय पद्धत अस्तित्वात आहे.



वस्तुविनिमय पद्धत



सांगा पाहू !

व्यापारामध्ये वस्तूंची खरेदी-विक्री होते हे आपण पाहिले; पण वस्तूंची देवाणघेवाण न होतासुद्धा व्यापार होतो, हे तुम्हांला माहीत आहे का ?

- भाजीवाल्याला पैसे देऊन त्या बदल्यात भाजी मिळते.
- पुस्तकाची किंमत देऊन त्या बदल्यात पुस्तक मिळते.
- वाहनातून प्रवास केल्याबद्दल शुल्क द्यावे लागते. त्या बदल्यात कोणती वस्तू मिळते ?

- डॉक्टर, वकील यांच्याकडून मिळालेल्या सल्ल्याबद्दल मोबदला द्यावा लागतो. त्या बदल्यात कोणती वस्तू मिळते ?
- तुम्ही सिनेमाला जाता, तेव्हा सिनेमागृहात जाण्यासाठी तिकिटाचे शुल्क देऊन तिकीट घ्यावे लागते. ते का ?
- तुम्ही केशकर्तनालयात जाऊन केस कापून घेता व त्यासाठी तुम्ही मोबदला देता. तो का ?

भौगोलिक स्पष्टीकरण

वरील घटनांमध्ये जेव्हा दृश्य वस्तूंची खरेदी-विक्री होते, तेव्हा त्यास दृश्य व्यापार म्हणतात; परंतु जेव्हा सेवांची देवाणघेवाण होते, तेव्हा त्यास अदृश्य व्यापार म्हणतात.

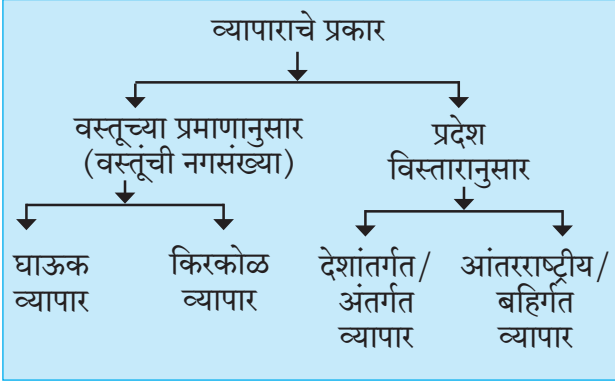


आकृती ९.२ (अ) : दृश्य व्यापार



आकृती ९.२ (ब) : अदृश्य व्यापार

व्यापाराचे प्रकार :



(१) **वस्तूच्या प्रमाणानुसार** : वस्तूच्या संख्येच्या प्रमाणानुसार घाऊक व्यापार व किरकोळ व्यापार असे दोन प्रकार पडतात.

● **घाऊक व्यापार** : व्यापारी मोठ्या प्रमाणावर मालाची खरेदी करतात. उत्पादकाकडून ही खरेदी थेट केली जाते. खरेदी केलेल्या मालाची विक्रीदेखील मोठ्या प्रमाणावर किरकोळ व्यापाऱ्यांना केली जाते. त्यावेळेस होणारा व्यापार म्हणजे **घाऊक व्यापार**. कारखानदार, शेतकरी इत्यादींकडून घाऊक व्यापारी मोठ्या प्रमाणावर मालाची खरेदी करतात उदा., आंब्यांचे किंवा संत्र्यांचे बागाइतदार, बागेतील संपूर्ण उत्पादन घाऊक व्यापाऱ्याला विकतात.

● **किरकोळ व्यापार** : मोठ्या घाऊक व्यापाऱ्यांकडून माल घेऊन व्यापारी थेट उपभोक्त्याला विकतात. अशा व्यापारास **किरकोळ व्यापार** म्हणतात. यामध्ये वस्तूचे प्रमाण कमी असते. उदा., किरकोळ विक्री करणारे दुकानदार, मंडईमधील भाजी विक्रेते इत्यादी.

(२) **प्रदेश विस्तारानुसार** : मालाची खरेदी-विक्री विविध स्तरांवर होत असते. त्यानुसार स्थानिक, विभागीय, राष्ट्रीय व आंतरराष्ट्रीय असे व्यापाराचे प्रकार होतात.

● **देशांतर्गत व्यापार/अंतर्गत व्यापार** : एकाच देशातील वेगवेगळ्या प्रदेशांमध्ये हा व्यापार होतो. देशाचा आकार, साधनसंपत्तीची उपलब्धता, विविधता आणि वितरण यांचा परिणाम प्रामुख्याने देशांतर्गत व्यापारावर होतो. लोकसंख्येचे प्रमाण, वाहतूक, संदेशवहन सुविधा, लोकांचे राहणीमान, विपणन व्यवस्था यांचाही परिणाम देशांतर्गत

व्यापारावर होत असतो. भारतात भौगोलिक घटकांतील विविधता आणि जास्त लोकसंख्या, या घटकांमुळे अंतर्गत व्यापार मोठ्या प्रमाणात होतो. अंतर्गत व्यापाराच्या विकासावर देशाचा विकास अवलंबून असतो. आर्थिक विकास जास्त असेल, तर व्यापारही जास्त असतो, म्हणजेच हा संबंध धनात्मक असतो.

● **आंतरराष्ट्रीय व्यापार** : आंतरराष्ट्रीय व्यापार म्हणजे एका देशाचा इतर देशांशी होणारा वस्तू व सेवा यांचा विनिमय होय. काही देशांमध्ये विशिष्ट वस्तूंचे अतिरिक्त उत्पादन होते. ते मागणी असलेल्या देशांकडे पाठवले जाते. यातूनच आंतरराष्ट्रीय व्यापाराची सुरुवात होते.

आंतरराष्ट्रीय व्यापार जेव्हा दोन देशांमध्ये होतो तेव्हा त्या व्यापाराला **द्विपक्षीय व्यापार** असे म्हणतात. जेव्हा आंतरराष्ट्रीय व्यापार दोनपेक्षा अधिक देशांदरम्यान होतो, तेव्हा त्या व्यापाराला **बहुपक्षीय व्यापार** असे म्हणतात.

काही देश त्यांच्या गरजेपेक्षा जास्त वस्तूंचे उत्पादन करतात. उदा., सौदी अरेबिया, कुवेत इत्यादी देशांमध्ये होणारे खनिज तेल उत्पादन; कॅनडा, संयुक्त संस्थाने इत्यादी देशांतील गहू उत्पादन. हे उत्पादन मागणी करणाऱ्या देशांना पुरवले जाते.

● **आयात व निर्यात** : आयात व निर्यात या आंतरराष्ट्रीय व्यापारातील मूलभूत क्रिया आहेत. जेव्हा एखादा देश आपल्याकडे कमतरता असलेल्या वस्तू किंवा सेवा इतर देशांकडून विकत घेतो, तेव्हा त्या क्रियेला आयात असे म्हणतात. जेव्हा एखाद्या देशात गरजेपेक्षा जास्त उत्पादन केले जाते आणि ते उत्पादन गरज असलेल्या देशांना विकले जाते, तेव्हा त्या क्रियेला निर्यात असे म्हणतात.



पहा बरे जमते का ?

कोणत्याही एका आर्थिक वर्षासाठी भारत व जपान यांच्या दरम्यान होणाऱ्या प्रमुख वस्तूंची आयात-निर्यात व त्यांच्या मूल्याची माहिती मिळवा व दोन परिच्छेद लिहा.



जरा डोके चालवा.

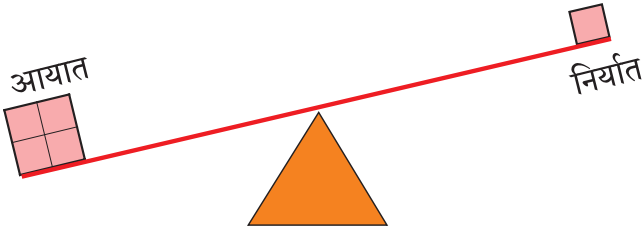
समजा तुम्ही व्यापारी आहात आणि तुम्हांला तुमचे उत्पादन देशातील इतर काही राज्यांमध्ये विकायचे आहे. तसेच हे उत्पादन तुम्हांला जगातील काही देशांमध्येदेखील विकायचे आहे.

- यांपैकी कोणता व्यापार करणे सोपे आहे?
- कोणत्या व्यापारावर मर्यादा येऊ शकतात?
- त्यामागील कारणे शोधा.

व्यापार संतुलन :

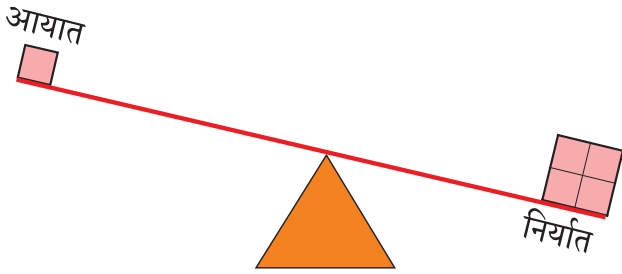
एखाद्या देशाच्या विशिष्ट काळातील आयात व निर्यात मूल्यामध्ये असलेला फरक म्हणजे व्यापार संतुलन होय. व्यापार संतुलनाचे प्रकार पुढीलप्रमाणे आहेत.

- जेव्हा आयातीचे मूल्य हे निर्यातीच्या मूल्यापेक्षा जास्त असते, तेव्हा ते **प्रतिकूल व्यापार संतुलन** होय.



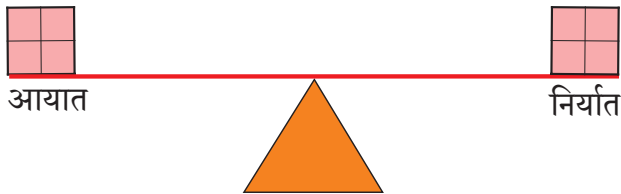
आकृती १.३ (अ) : प्रतिकूल व्यापार संतुलन

- जेव्हा निर्यातीचे मूल्य हे आयातीच्या मूल्यापेक्षा जास्त असते, तेव्हा ते **अनुकूल व्यापार संतुलन** असते.



आकृती १.३ (आ) : अनुकूल व्यापार संतुलन

- जेव्हा आयात व निर्यातमूल्य जवळपास सारखे असते, तेव्हा त्यास **संतुलित व्यापार** म्हणतात.



आकृती १.३ (इ) : संतुलित व्यापार

आंतरराष्ट्रीय स्तरावरील व्यापार संघटना :

आंतरराष्ट्रीय व्यापाराची प्रक्रिया स्थानिक स्वरूपाच्या व्यापारापेक्षा गुंतागुंतीची असते. हा व्यापार दोन किंवा अधिक देशांदरम्यान होतो. या व्यापारावर देशांमध्ये असलेली अर्थव्यवस्था, सरकारी धोरण, बाजारपेठ, कायदे, न्यायव्यवस्था, चलन, भाषा इत्यादी घटकांचा परिणाम होत असतो. देशादेशांमधील परस्परांचे राजनैतिक संबंध यामुळेसुद्धा आंतरराष्ट्रीय व्यापारावर परिणाम होतात. काही वेळेस व्यापारप्रक्रियेतील अडथळ्यांमुळे परस्परसंबंध व सलोख्यावर विपरीत परिणाम होतो. हे टाळण्यासाठी आंतरराष्ट्रीय आर्थिक व व्यापार संघटनांची गरज निर्माण झाली. भिन्न आर्थिक स्तर असलेल्या देशांमध्ये होणारी व्यापारप्रक्रिया सहज व न्यायपूर्ण व्हावी, या हेतूने काही आंतरराष्ट्रीय आर्थिक संघटना निर्माण झाल्या. या व्यापार संघटना आंतरराष्ट्रीय व्यापारवृद्धी व सुलभतेसाठी काम करतात. त्यातील काही आर्थिक संघटनांची माहिती पुढील कोष्टकात दिली आहे.










आसियान मुख्यालय



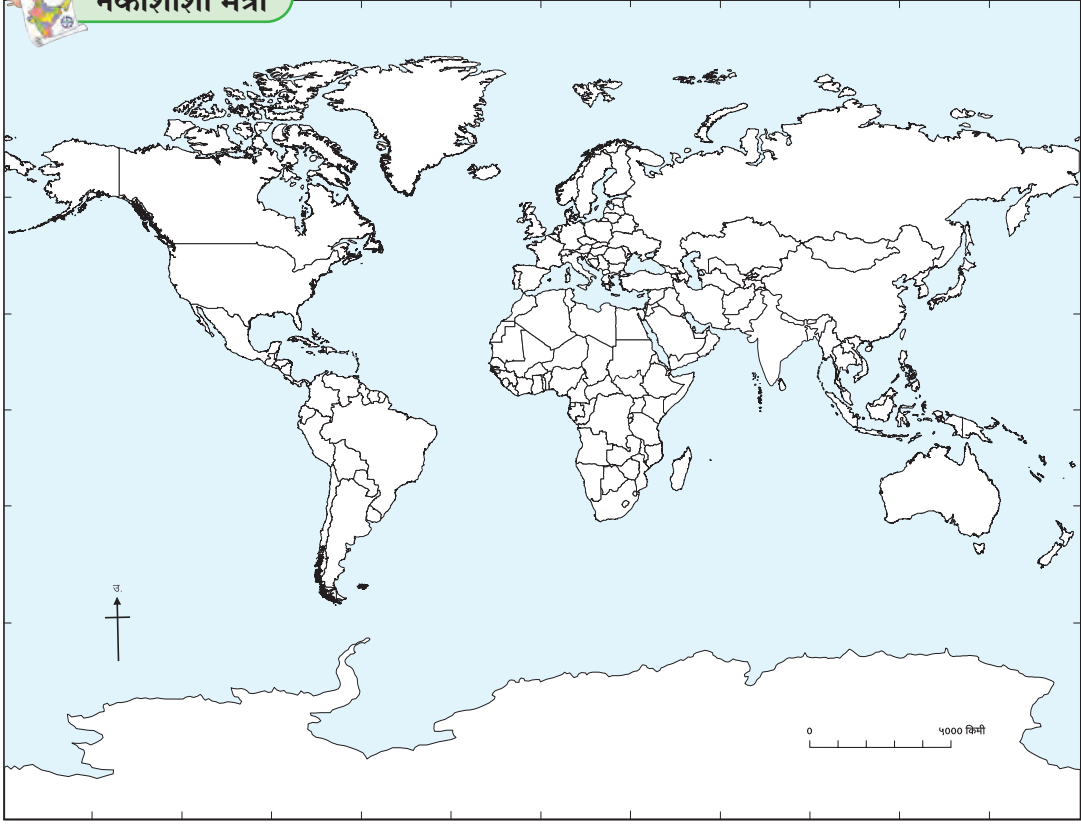
जागतिक व्यापार संघटना मुख्यालय

जगातील काही आर्थिक संघटना

आंतरराष्ट्रीय संघटनेचे नाव	सदस्य देशांची संख्या व मानचिन्ह	मुख्यालय (देश)	उद्देश/कार्य
जागतिक व्यापार संघटना (WTO) (World Trade Organization)	१६४ 	जिनिव्हा (स्वित्झर्लंड)	<ul style="list-style-type: none"> आंतरराष्ट्रीय व्यापाराच्या वाटाघाटींसाठी व्यासपीठ उपलब्ध करणे. व्यापारविषयक मतभेद हाताळणे. राष्ट्रांच्या व्यापार धोरणांवर देखरेख ठेवणे. विकसनशील देशांसाठी तांत्रिक साहाय्य व प्रशिक्षण उपलब्ध करून देणे.
युरोपियन संघ (EU) (European Union)	२८  European Union	ब्रुसेल्स (बेल्जियम)	<ul style="list-style-type: none"> या संघाने युरोपमधील विविध सदस्य देशांत एकत्रित बाजारप्रणाली विकसित केली आहे. युरोपमध्ये वस्तू, सेवा व भांडवल यांचा मुक्त संचार होणे, हे उद्दिष्ट आहे. समुदायातील सर्व देशांनी वस्तूंची देवाणघेवाण करताना सर्व वस्तूंवरील जकात रद्द केली आहे. सभासद देशांकरिता युरो चलन निश्चित केले.
ओपेक (OPEC) (Organization of Petroleum Exporting Countries)	१३ 	व्हिएन्ना (ऑस्ट्रिया)	<ul style="list-style-type: none"> खनिज तेलाच्या आंतरराष्ट्रीय व्यापारावर नियंत्रण ठेवणे. सदस्य देशांतील तेल उत्पादनाचे व दराचे नियंत्रण करणे. तेल निर्यातीमध्ये सुसूत्रता राखणे.
सार्क (SAARC) (South Asian Association for Regional Co-operation)	८ 	काठमांडू (नेपाळ)	<ul style="list-style-type: none"> दक्षिण आशियातील देशांच्या समान समस्या ओळखून त्यावर समाधानकारक तोडगा काढणे. सदस्य देशांतील सामाजिक कल्याण, जीवनमान उंचावणे आणि प्रादेशिक सहकार्य वाढवणे. दक्षिण आशियातील अशांतता दूर करणे.
आसियान (ASEAN) (Association of South-East Asian Nations)	१० 	जाकार्ता (इंडोनेशिया)	<ul style="list-style-type: none"> आग्नेय आशियाई देशांत आर्थिक विकास, तसेच सामाजिक व सांस्कृतिक सलोखा वाढवणे. प्रादेशिक शांततेस प्रोत्साहन देणे. सदस्य देशांना अधिक व्यापारवाढीसाठी करसवलती देणे.
आपेक (APEC) (Asia-Pacific Economic Co-operation)	२१ 	सिंगापूर	<ul style="list-style-type: none"> आशिया-प्रशांत महासागर क्षेत्रात मुक्त व्यापार व आर्थिक सहकार्य करणे. सदस्य देशांत प्रादेशिक व तांत्रिक सहकार्याला प्रोत्साहन देणे.
ब्रिक्स (BRICS) (Brazil, Russia, India, China and South Africa.)	५ 	शांघाय (चीन)	<ul style="list-style-type: none"> गटातील देशांची अर्थव्यवस्था वृद्धिंगत होण्यासाठी निधी उपलब्ध करणे. परस्परांतील आर्थिक सहकार्य वाढवणे. आर्थिक सुरक्षितता मजबूत करणे.



नकाशाशी मैत्री



आकृती ९.४ : नकाशा आराखडा

खालील संघटनांमधील सदस्य देशांची नावे आंतरजालाच्या साहाय्याने मिळवा. हे देश आकृती ९.४ मधील आराखड्यात संघटनानिहाय वेगळ्या रंगात दाखवा.

- ओपेक (OPEC) सदस्य देश
- सार्क (SAARC) सदस्य देश



जरा विचार करा.

👉 संपूर्ण जगात एकच चलन वापरात असेल, तर काय होईल ?

विपणन :



सांगा पाहू !

धोंडिबा आपल्या शेतात भरपूर कष्ट करून उत्तम तऱ्हेच्या भाज्या व इतर शेतमाल पिकवायचा; पण बाजारात त्याला म्हणावी तशी किंमत मिळत नसे. कॉलेजमध्ये शिकणाऱ्या धोंडिबाच्या मुलाने ही परिस्थिती पाहिली आणि त्याने प्रथम शेतमाल स्वच्छ करून त्याची चांगल्या वेष्टनात

बांधणी केली. शहराच्या सुपरमार्केटशी संपर्क साधला. त्याच्या शेतमालाची गुणवत्ता पाहून सुपरमार्केटने त्या शेतमालाची जाहिरात करून तो विक्रीसाठी ठेवला. आज धोंडिबाचा शेतमाल पूर्वीपेक्षा अधिक किमतीला विकला जात आहे.

- ❁ धोंडिबाच्या शेतमालाला चांगला भाव कशामुळे मिळू लागला ?
- ❁ त्यासाठी धोंडिबाच्या मुलाला काय करावे लागले ?
- ❁ परिसरातील शेतकऱ्यांच्या शेतमालाला चांगला भाव मिळण्यासाठी तुम्ही कोणते उपाय सुचवाल ?

भौगोलिक स्पष्टीकरण

कोणत्याही मालाचे योग्य प्रकारे सादरीकरण महत्त्वाचे असते. मालाची गुणवत्ता, त्यानुसार होणारी प्रतवारी, तो माल ग्राहकापुढे कशाप्रकारे सादर केला जातो, यांवरून मालाची किंमत ठरते. धोंडिबाच्या शेतमालाबाबत याची कमतरता होती, ती धोंडिबाच्या मुलाने वेळीच ओळखली आणि त्यात बदल केले. अशाच प्रकारे औद्योगिक उत्पादनात किंवा

शेतमालासाठी उपाययोजना केल्यास ग्राहकांच्या नजरेत मालाची प्रत वाढते, त्यामुळे मालाला किंमत तर मिळतेच; पण अशा मालाची मागणीदेखील वाढू लागते.



करून पहा.

ज्या वस्तू तुम्ही घरी नेहमी वापरता, त्यांपैकी काही वस्तूंची ही यादी दिली आहे. त्या प्रत्येक वस्तूसमोर तिचे नाव, उत्पादकाचे नाव व माहितीचा स्रोत लिहा.

अ. क्र.	वस्तू	वस्तूचे नाव	उत्पादकाचे नाव	माहितीचा स्रोत
(१)	दात घासण्याची पेस्ट/पावडर			
(२)	चहा किंवा कॉफी पावडर			
(३)	अंघोळीचा साबण			
(४)	केशतेल			
(५)	बिस्कटे			

वरील माहितीवरून तुमच्या असे लक्षात आले असेल, की आपण ज्या वस्तू वापरतो त्यांची गुणवत्ता महत्त्वाची असते. त्याचबरोबर त्यांची जाहिरातही आपल्यावर प्रभाव पाडते. प्रत्येकाला सर्वच उत्पादनांविषयी माहिती नसते; परंतु ती उत्पादने कोणीतरी वापरत असताना पाहिल्यास,

उत्पादनांची आकर्षक जाहिरात पाहिल्यास, उत्पादनांविषयी चौकशी केल्यावर किंवा बाजारात बघितल्यावर लक्षात येते, की ही उत्पादने आपल्या उपयोगाची आहेत, म्हणून ती विकत घेतली जातात. हे सर्व विपणनामुळे शक्य होते. योग्य विपणनातूनच व्यापार वाढीस लागतो.

विपणनाचे महत्त्व :

आधुनिक औद्योगिक समाजरचना, जागतिकीकरण, उत्पादनांचे मुबलक पर्याय व उपलब्धता ही आजच्या जगाची व्यापार रचना आहे. या पार्श्वभूमीवर व्यापारासाठी विपणन व्यवस्था अतिशय महत्त्वाची ठरते. विपणनाद्वारे शिस्तबद्ध पद्धतीने व्यापारात वाढ करता येते. उत्पादन एकाच वेळी मोठ्या प्रमाणात वितरित करता येते. जास्तीत जास्त ग्राहकांपर्यंत पोहोचवता येते. उत्पादनाचे विक्रीमूल्यदेखील वाढते. सदोष उत्पादने बाजारपेठेतून परत काढून घेता येतात, म्हणून आजच्या युगात विपणन हा व्यापार व्यवस्थेचा एक प्रमुख आधार आहे.

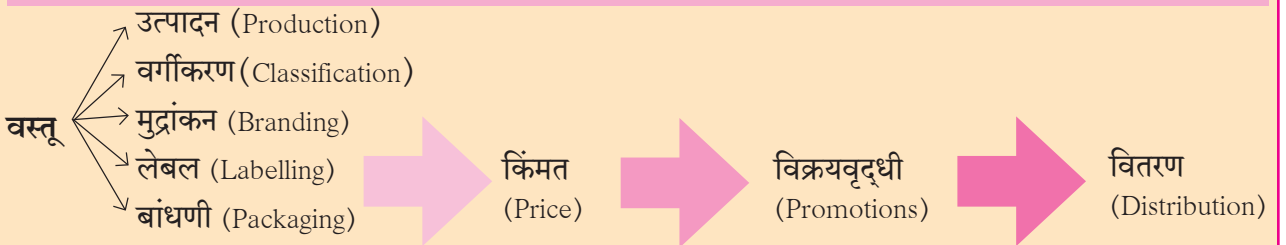
ग्राहकाला गरज आहे, अशी भावना निर्माण करणाऱ्या जाहिराती मोठ्या प्रमाणात केल्या जात आहेत. जास्तीत जास्त ग्राहकांपर्यंत पोहोचणे, ग्राहकांना उत्पादनांकडे आकर्षित करणे व खरेदीसाठी प्रवृत्त करणे, हे या मागील उद्देश असतात.

माहिती तंत्रज्ञान व प्रसारमाध्यमे यांचा विपणन व्यवस्थेवर खूप प्रभाव पडला आहे. माहिती तंत्रज्ञानातील क्रांतीमुळे सारे

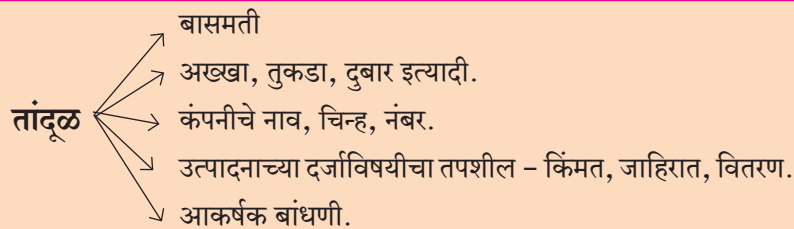


हे नेहमी लक्षात ठेवा.

उत्पादकापासून ग्राहकापर्यंत वस्तू जाताना एक अदृश्य प्रवाह तयार होतो. या प्रवाहातील व्यावसायिक कार्यांना एकत्रितपणे विपणन असे म्हणतात. वस्तूची किंमत, विक्रयवृद्धी, जाहिराती आणि वितरण हे विपणनाचे मुख्य घटक आहेत.



उदाहरणार्थ,



जग हे एक मोठी बाजारपेठ बनले आहे. आंतरजालाच्या माध्यमातून जगाच्या विविध देशांतील उत्पादनांची माहिती उपलब्ध होत आहे. यातून ग्राहकाला अनेक पर्याय उपलब्ध होतात. आंतरजालाच्या सुविधेमुळे 'ऑनलाइन ट्रेडिंग', 'ई-मार्केटिंग' यांसारखी तंत्रे ग्राहक वापरत आहेत.

उत्पादनाची जाहिरात करताना खोटी, फसवी किंवा अतिशयोक्तीपूर्ण विधाने करून ग्राहकांची फसवणूक करणे, स्पर्धकांचे दोष सांगणे, यामुळे अनेक वेळा जाहिराती आपली विश्वासार्हता गमावताना दिसतात, म्हणून जाहिरात करताना

योग्य नीतिनियम पाळणे आवश्यक आहे. ग्राहकाने देखील अशा जाहिरातींपासून सावध राहणे आवश्यक आहे. ग्राहकाची फसवणूक झाल्यास त्याविरुद्ध दाद मागण्यासाठी ग्राहक संरक्षण कायदा केलेला आहे.

आपली गरज ओळखून उत्पादने रास्त दराने खरेदी करण्याकडे ग्राहकांचा कल असणे आवश्यक असते.



प्रश्न १. खालील व्यापार प्रकारांचे वर्गीकरण करा.

- (अ) महाराष्ट्र व पंजाब (ई) चीन व कॅनडा
(आ) भारत व जपान (उ) भारत व युरोपीय संघ
(इ) लासलगाव व पुणे

प्रश्न २. खालील विधानांसाठी आयात व निर्यात यांपैकी योग्य शब्द लिहा.

- (अ) भारत मध्यपूर्व आशियातील देशांकडून खनिज तेल खरेदी करतो.
(आ) कॅनडामधून आशियाई देशांकडे गहू विक्रीसाठी पाठवला जातो.
(इ) जपान आपेक देशांना यंत्रसामग्री पाठवतो.

प्रश्न ३. अयोग्य विधाने दुरुस्त करून पुन्हा लिहा.

- (अ) भारत हा देश स्वयंपूर्ण आहे.
(आ) ज्या ठिकाणी एखाद्या वस्तूचे उत्पादन अतिरिक्त होते, तेथे त्या वस्तूंना मागणी नसते.
(इ) स्थानिक स्वरूपाच्या व्यापारापेक्षा आंतरराष्ट्रीय व्यापाराची प्रक्रिया सहज व सोपी असते.
(ई) आग्नेय आशियाई देशांत आर्थिक विकास, तसेच सामाजिक व सांस्कृतिक सलोखा वाढवण्यासाठी सार्क ही संघटना कार्य करते.

प्रश्न ४. पुढील उदाहरणांतील व्यापाराचा प्रकार ओळखून लिहा.

- (अ) सृष्टीने किराणा दुकानातून साखर आणली.
(आ) महाराष्ट्रातील शेतकऱ्यांचा कापूस सुरतेतील व्यापाऱ्यांनी खरेदी केला.
(इ) समीरने आपल्या शेतातील डाळिंबांची ऑस्ट्रेलियाला निर्यात केली.
(ई) सदाभाऊंनी घाऊक मार्केटमधून दुकानात विक्रीसाठी १० पोती गहू व ५ पोती तांदूळ विकत आणले.

प्रश्न ५. खालील प्रश्नांची थोडक्यात उत्तरे लिहा.

- (अ) व्यापाराच्या प्रकारांचे वर्गीकरण दर्शवणारा ओघतक्ता तयार करा.
(आ) व्यापार संतुलनाच्या प्रकारांतील फरक सांगा.
(इ) जागतिक व्यापार संघटनेचे उद्देश सांगा.
(ई) ओपेक व आपेक या व्यापार संघटनांच्या कार्यातील फरक सांगा.
(उ) आशिया खंडातील कोणत्याही एका व्यापार संघटनेचे कार्य लिहा.
(ऊ) शेतकऱ्यांच्या दृष्टीने विपणनाचे महत्त्व लिहा.

प्रश्न ६. खालील तक्त्यात सन २०१४-१५ सालातील काही देशांचे आयात-निर्यात मूल्य दशलक्ष यू. एस. डॉलरमध्ये दिले आहे. या सांख्यिकीय माहितीचा जोड स्तंभालेख तयार करा. स्तंभालेखाचे काळजीपूर्वक वाचन करा व सदर देशांच्या व्यापार संतुलनाबद्दल थोडक्यात लिहा.

देश	निर्यात मूल्य	आयात मूल्य
चीन	२१४३	१९६०
भारत	२७२	३८०
ब्राझील	१९०	२४१
संयुक्त संस्थाने	१५१०	२३८०

उपक्रम :

शिक्षकांच्या मदतीने व मार्गदर्शनानुसार खालील उपक्रम वर्गात करा.

एखाद्या उत्पादनाची उत्कृष्ट जाहिरात तयार करून तुमच्या उत्पादनाच्या जाहिरातीला वर्गात जास्तीत जास्त पसंती मिळावा.
